

## طراحی و آزمون الگویی از پیشایندهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان

مژگان قاسمی (نویسنده مسئول)

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد مسجد سلیمان  
ghasemi\_azadm@yahoo.com

عبدالحسین فرج پهلوی

استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز  
farajpahlou@gmail.com

فریده عصاره

استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز  
osareh.f@gmail.com

نسرین ارشادی

دانشیار گروه روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز  
narshadi@scu.ac.ir  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۹/۱۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۵/۱۱

### چکیده

**هدف:** پژوهش حاضر به منظور طراحی و آزمون الگویی از پیشایندهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان انجام شده است.

**روش:** پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی و طرح‌های همبستگی چند متغیری انجام شده است. جامعه آماری ۴۱۰ نفر از کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان بودند که از طریق نمونه‌گیری طبقه‌ای ساده ۲۰۳ نفر مورد پیمایش قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده‌ها، شامل پرسشنامه‌های جوّ خلاقانه سازمانی، حمایت سازمانی ادراک شده، پرسشنامه توانمندسازی روان‌شناختی، پرسشنامه خلاقیت سازمانی، و پرسشنامه رفتار کارآفرینانه در سازمان است. جهت آزمون الگو از روش الگویابی معادلات ساختاری (SEM) و با استفاده از نرم‌افزار AMOS و پیراست ۲۱ استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتایج حاکی از معنی‌داری کلیه مسیرهای مستقیم حمایت سازمانی ادراک شده و جوّ خلاقانه سازمانی به توسعه کارآفرینی بود. با حذف مسیرهای غیرمعنی‌دار، الگو اصلاح شد. شاخص‌های برازندگی الگویابی معادلات ساختاری، برازش مناسب الگوی اصلاح شده را نشان دادند. همچنین، نتایج روابط غیرمستقیم، معنی‌داری این روابط را تأیید نمودند.

**اصالت/ارزش:** طراحی مدل کارآفرینی سازمانی کتابخانه‌های عمومی با توجه به متغیر بودن محیط و شرایط بی‌ثبات و ظهور کسب‌وکارهای جدید و رقابتی جدید می‌تواند به عنوان راهکار مفیدی سیاست‌گذاران و مدیران نهاد را در تغییر و اصلاح ساختاری و مدیریتی مورد نیاز برای تقویت زمینه‌ها و توسعه بسترهای کارآفرینی سازمانی نهاد یاری نماید تا بتوانند در رقابت باقی بمانند.

**کلیدواژه‌ها:** حمایت سازمانی ادراک شده، جوّ خلاقانه سازمانی، توسعه کارآفرینی، کتابخانه‌های عمومی.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; Vol. 24, No.2; Successive No. 93; Summer 2018; Pp. 341-356; Indexed in ISC, SID & MagIran.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی؛ فصلنامه علمی- پژوهشی؛ دوره ۲۴، شماره ۲، پیاپی ۹۳، تابستان ۱۳۹۷ ص ۳۴۱-۳۵۶ نمایه‌شده در ISC، SID و MagIran

## مقدمه

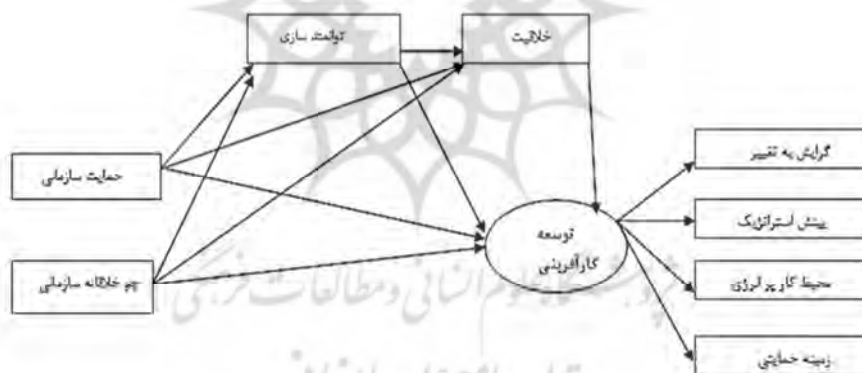
امروزه بسیاری از سازمان‌ها به لزوم کارآفرینی سازمانی پی برده‌اند. در واقع این گونه تغییر گرایش در استراتژی، در پاسخ به سه نیازی است که بر سازمان‌ها تحمیل گردیده است: افزایش سریع رقبا؛ جدید؛ ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در سازمان‌ها؛ خروج بهترین نیروهای کاری از سازمان‌ها و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل. (پرداختچی و شفیع زاده، ۱۳۸۵). سازمان‌ها برای رسیدن به موفقیت و حفظ مزیت رقابتی، نیاز به بهره‌برداری از فرصت‌های جدید، توسعه محصولات و خدمات دارند. در نتیجه، همان‌طور که تاجدینی (۲۰۱۰) اظهار می‌دارد، در چند سال گذشته محققان کلیه رشته‌ها علاقه وافری به مباحث مشتری‌محوری، نوآوری و کارآفرینی سازمانی پیدا کرده‌اند. کارآفرینی سازمانی به مفهوم تعهد یک سازمان بر ایجاد و مصرف محصولات و خدمات جدید، فرآیندهای تازه و نظام سازمانی نوین است. به این نوع کارآفرینی، کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی دولتی یا سازمان کارآفرین نیز اطلاق می‌شود (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵). در پژوهش حاضر این نوع کارآفرینی مطرح است. در اینجا به بررسی رابطه متغیرهای پژوهش در جهت ترسیم مدل پیشنهادی توسعه کارآفرینی در اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان می‌پردازیم. مروری بر تحقیقات گذشته در زمینه جو سازمانی خلاقیت و حمایت سازمانی ادراک شده با کارآفرینی، نتایج متفاوتی را در این زمینه نشان می‌دهد، به طوری که در اکثر مطالعات بین جو سازمانی خلاقیت و حمایت سازمانی ادراک شده با توسعه کارآفرینی رابطه مثبت معنی‌داری به دست آمده است. یکی از متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی مفهوم جو سازمانی است. جو سازمانی عبارت از الگوهای تکراری از رفتارها، نگرش‌ها و احساساتی است که در قالب رفتارهای روزانه در محیط کار توسط افراد تجربه، درک و تفسیر می‌شوند. این الگوهای رفتاری جو سازمانی، وجوه مستقلی از نگرش به سازمان است که در نگاه کارکنان به سازمان متبلور می‌شود (اکوال<sup>۱</sup>، ۱۹۸۷؛ اکوال و ایساکسن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). درک افراد از رفتارها، روی نگرش آنها از کار و همچنین سطوح عملکرد و در نتیجه بهره‌وری آنها تأثیر می‌گذارد (اکوال، ۱۹۹۱؛ آمایل و گرایسکیوز<sup>۳</sup>، ۱۹۸۷؛ ایساکسن و اکوال<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). شیپرز<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهش خود نشان دادند که رابطه مستقیمی میان جو کارآفرینی سازمانی و نوآوری وجود داشته است. همچنین میان

1. Ekvall 2. Ekvall & Isaksen 3. Amabile & Gryslciewjez 4. Isaksen & Ekvall 5. Scheepers

شاخص‌های حمایت مدیریتی و پاداش و استقلال در کار با نوآوری رابطه وجود دارد. آنتونی<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) در پژوهش خود نقش محیط و جو کارآفرینانه را در این زمینه بسیار حیاتی دانست و ویژگی‌های جو مناسب کارآفرینی را حمایت مدیریت، خطرپذیری، نظام پاداش و منابع و ساختار حامی عنوان کرد. وی اعتقاد دارد درک و باور افراد از جو کارآفرینانه تأثیر بسیاری در فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآرانه دانشگاه دارد. کریمی (۱۳۹۲) در پژوهش خود نشان داد که بین کلیه ابعاد جو سازمانی با کارآفرینی درون‌سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و از بین عوامل جو سازمانی بیشترین ضریب همبستگی با کارآفرینی درون‌سازمانی را رضایت و توافق بر رویه‌ها به خود اختصاص داده است. ناهید (۱۳۹۲) در پژوهش خود نشان داد که حمایت مدیریتی، انعطاف‌پذیری مرزهای سازمان، در دسترس بودن زمان و پاداش و تقویت کارکنان بر نوآوری تأثیر می‌گذارد، اما استقلال کاری، بر نوآوری تأثیری ندارد. هرچند که در پایان مشخص شد به طور کلی جو کارآفرینی سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر معنی‌داری دارد. رفتارهای حمایت‌کننده رهبران و همچنین جو سازمانی می‌تواند موجبات فراهم آوردن حمایت سازمانی ادراک شده شود که منظور از حمایت سازمانی، احساس و باورهای تعمیم‌یافته افراد در این راستاست که سازمان نسبت به همکاری و مساعدت و حمایت اعضای خود ارزش قائل و نگران خوشبختی و آینده آن‌هاست. (ایزنبرگر<sup>۲</sup> و همکاران، ۱۹۸۶). عدم توجه به مسائل رفاهی و آسایشی کارکنان موجب کاهش انگیزه می‌شود. در این مورد ممکن است کارکنان از سازمان خود خارج شوند و به سازمان دیگری بپیوندند که مشکلات آنها را درک کند و امکانات مناسبی برایشان در نظر می‌گیرد (فرج‌پهلوی و قاسمی، ۱۳۹۴). کارکنانی که میزان زیادی از حمایت سازمانی ادراک شده را تجربه می‌کنند، این احساس را دارند که باید با توجه به رفتارها و نگرش‌های مناسبی در سازمان ایفای نقش کنند تا عمل آنها در راستای منافع سازمان متبوع‌شان باشد و به این وسیله حمایت سازمان را جبران نمایند. حریری و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با هدف سنجش رابطه حمایت سازمانی ادراک شده و بی‌تفاوتی سازمانی در کتابداران به این نتیجه رسیدند بین کتابداران جامعه آماری، میزان حمایت سازمانی ادراک شده پایین‌تر از حد متوسط و میزان بی‌تفاوتی سازمانی نیز پایین‌تر از حد متوسط است و بین حمایت سازمانی ادراک شده و بروز بی‌تفاوتی سازمانی در کتابداران جامعه آماری رابطه

1. Anthony      2. Eisenberger

معکوس معنی‌داری وجود دارد. ریگل<sup>۱</sup> و همکارانش (۲۰۰۹) در پژوهشی فراتحلیلی نشان دادند که دریافت حمایت سازمانی، تعهد و مشارکت را در سازمان به شدت افزایش می‌دهد و باعث افزایش عملکرد بالای کارکنان در سازمان می‌شود. طبرسا (۱۳۹۱) نشان داد که کارآفرینی سازمانی در نهاد کتابخانه‌های عمومی در سطح مطلوبی قرار ندارد. همچنین آزمون‌های آماری فرضیه‌ها نشان داد که سه مؤلفه ساختار سازمانی، جو سازمانی و فرهنگ سازمانی نوآور در سطح مطلوبی نیستند؛ اما مؤلفه قابلیت‌های نیروی انسانی در سطح مطلوبی قرار دارد. صابری (۱۳۹۵) در پژوهش خود با هدف بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در بخش مدل ساختاری نشان داد گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور دارد. کارآفرینی سازمانی به اشکال مختلف وجود دارد و هر سازمانی باید مدل مخصوص و مناسب برای خود به وجود آورد. در نمودار ۱ الگوی پیشنهادی طرح حاضر که رابطه بین متغیرهای آن بر مبنای مطالعات پیشین که به اختصار اشاره گردید استخراج گردید، نمایش داده شده است.



نمودار ۱. الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر

### فرضیه‌های پژوهش

۱. جو خلاقانه سازمانی بر توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان تأثیر دارد.

1. Riggle

۲. حمایت سازمانی ادراک شده بر توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان تأثیر دارد.
۳. خلاقیت سازمانی نقش میانجی بین حمایت سازمانی ادراک شده و توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان دارد.
۴. خلاقیت سازمانی نقش میانجی بین جوّ خلاقانه سازمانی و توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان دارد.
۵. توانمندسازی روان‌شناختی نقش میانجی بین حمایت سازمانی ادراک شده و توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان است.
۶. توانمندسازی روان‌شناختی نقش میانجی بین جوّ خلاقانه سازمانی و توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان است.

### روش پژوهش

طرح پژوهش حاضر، طرح همبستگی از طریق الگویابی معادلات ساختاری<sup>۱</sup> (SEM) است که یک روش همبستگی چندمتغیری است. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان بوده است که بر اساس آخرین آمار (مهرماه ۱۳۹۴) بالغ بر ۴۱۰ نفر بوده‌اند. جامعه آماری ۴۱۰ نفر از کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان بودند. با استفاده از فرمول کوکران نمونه پژوهش ۱۹۹ نفر محاسبه شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای ساده (برحسب جنسیت و تحصیلات) تعداد ۲۱۰ پرسشنامه بین کتابداران استان توزیع شد. در نهایت تعداد ۲۰۳ عودت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار پژوهش پرسشنامه بود که از کل پرسشنامه‌های ارسال شده برای آزمودنی‌ها، تعداد ۲۰۳ پرسشنامه برگشت داده شد. کلیه تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS ویراست ۲۱ و AMOS ویراست ۲۱ انجام گرفتند. جهت سنجش توسعه کارآفرینی از پرسشنامه رفتار کارآفرینانه در سازمان زامپتاکیس و موستاکیس<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) استفاده شد. فرم اصلی این پرسشنامه شامل ۱۲ ماده است که ۱۰ ماده آن بر اساس مطالعه پیرس و همکاران<sup>۳</sup> (۱۹۹۷) و دو ماده دیگر آن در مورد زمینه حمایتی از رفتارهای نوآورانه است. در پژوهش حاضر نیز جهت سنجش

1. structural equation modeling

2. Zampetakis and Moustakis

3. Pearce

توسعه کارآفرینی از فرم ۱۰ ماده آن شامل ۸ ماده رفتارهای نوآورانه و ۲ ماده زمینه حمایتی استفاده گردید. شیوه نمره گذاری سؤالات به صورت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق است. در پژوهش حاضر، به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۶۹ و ۰/۶۴ است. در پژوهش حاضر جهت سنجش حمایت سازمانی ادراک شده از فرم کوتاه پرسشنامه حمایت سازمانی آیزنبرگر<sup>۱</sup> و همکاران (۱۹۸۶؛ به نقل از پرسون<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲) استفاده شد. این پرسشنامه ۸ ماده دارد، هدف آن سنجش حمایت سازمانی ادراک شده از جانب کارکنان است و پاسخ‌های آن بر اساس لیکرت پنج‌درجه‌ای از یک (برای کاملاً مخالفم) تا پنج (برای کاملاً موافقم) نمره گذاری می‌شود. پرسون (۲۰۱۲) شواهد گسترده‌ای از اعتبار و پایایی این پرسشنامه را ارائه نموده است. ضریب پرسشنامه حمایت سازمانی ادراک شده از طریق دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب ۰/۸۷ و ۰/۸۶ به دست آمد که نشان‌دهنده ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است. جهت سنجش توانمندسازی روان‌شناختی از پرسشنامه توانمندسازی روان‌شناختی اسپریتزر<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) استفاده شد. این پرسشنامه ۱۲ ماده دارد، چهار بعد معنی‌داری (۳ ماده)، شایستگی (۳ ماده)، خودتعیینی (۳ ماده) و اثرگذاری (۳ ماده) را مورد اندازه‌گیری قرار می‌دهد و پاسخ‌های آن به صورت لیکرت پنج‌درجه‌ای از یک (برای کاملاً مخالفم) تا پنج (برای کاملاً موافقم) نمره گذاری می‌شود. اسپریتزر (۱۹۹۵) برای تعیین اعتبار همگرا و افتراقی سؤالات پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده کرد که داده‌ها از برازش عالی برخوردار بود و RMSEA معادل ۰/۰۴ به دست آمد و سؤالات بار عاملی بالایی بر عامل اختصاصی خود داشتند. در پژوهش حاضر ضریب پایایی پرسشنامه توانمندسازی روان‌شناختی از طریق دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب ۰/۸۵ و ۰/۵۹ به دست آمد که نشان‌دهنده ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است. در پژوهش حاضر جهت سنجش خلاقیت سازمانی از پرسشنامه زو و جورج<sup>۴</sup> (۲۰۰۱) استفاده شد. این پرسشنامه ۱۳ ماده دارد که دو بعد کلی بدیع بودن ایده‌ها (۹ ماده) و کاربردی بودن ایده‌ها (۴ ماده) را مورد سنجش قرار می‌دهد و پاسخ‌های آن بر اساس لیکرت پنج‌درجه‌ای از یک (برای کاملاً مخالفم) تا پنج (برای کاملاً موافقم) نمره گذاری

1. Isenberg

2. Presson

3. Spreitzer

4. Zhou & George

می‌شود. در پژوهش زامپتاکیس (۲۰۰۸) برای تعیین اعتبار پرسشنامه، با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی، سؤالات روی دو بعد بدیع بودن ایده‌ها و کاربردی بودن ایده‌ها بار عاملی گذاشتند. این پرسشنامه برای اولین بار در ایران توسط مشایخی و همکاران (۱۳۹۳) ترجمه و مورد استفاده قرار گرفت. مشایخی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود جهت تعیین اعتبار این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده نموده‌اند که شاخص‌های برازش الگو برازندگی قابل قبول این پرسشنامه را نشان می‌دهند ( $RMSEA=0,08$ ). همچنین، این پژوهشگران جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده نمودند که ضریب پایایی برای بعد بدیع بودن ایده‌ها ۰,۸۴، برای کاربردی بودن ایده‌ها ۰,۷۹ و برای کل پرسشنامه ضریب ۰,۹۰ به دست آمد. در پژوهش حاضر جهت تعیین ضریب پایایی پرسشنامه خلاقیت سازمانی از دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شد که به ترتیب ۰,۹۰ و ۰,۸۷ به دست آمد که نشان‌دهنده ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است. جهت سنجش جوّ خلاقانه سازمانی از نسخه اصلاح شده پرسشنامه چشم‌انداز موقعیتی (SOQ) که توسط ایساکسن و اکوال<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) تنظیم و اعتباریابی مجدد شده است استفاده شد. این پرسشنامه خود گزارشی ۲۱ ماده دارد و جوّ در سازمان را در نه حیطه چالش‌پذیری، آزادی، اعتماد، زمان ایده، خوشحالی و شوخ‌طبعی، تعارض، حمایت از ایده‌ها، گفتمان و ریسک‌پذیری مورد سنجش قرار می‌دهد و پاسخ‌های آن بر اساس لیکرت پنج درجه‌ای از یک (برای کاملاً مخالفم) تا پنج (برای کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. تحقیقات زیادی پایایی و اعتبار مقیاس اولیه را بررسی کرده‌اند (ترنپسید<sup>۲</sup>، ۱۹۹۴؛ ایساکسن و اکوال، ۲۰۰۷). این پرسشنامه برای اولین بار در کشور توسط مشایخی، ارشدی و نیسی (۱۳۹۳) ترجمه و مورد استفاده قرار گرفته است. مشایخی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود جهت سنجش اعتبار پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده نمودند که نتایج حاصل نشان داد که پرسشنامه از اعتبار مناسبی برخوردار است ( $GFI=0,89$ ،  $AGFI=0,88$ ،  $NFI=0,86$ ،  $CFI=0,89$ ،  $IFI=0,91$ ،  $RMSEA=0,07$ ). در پژوهش حاضر جهت تعیین ضریب پایایی پرسشنامه جوّ خلاقانه سازمانی به ترتیب از دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شد که نتایج به ترتیب ۰,۸۹ و ۰,۷۴ به دست آمد که نشان‌دهنده ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است.

1. Isaksen & Ekvall

2. Turnipseed

جدول ۱. یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

مقیاس	شاخص توصیفی	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
	توسعه کارآفرینی	۳۷٫۰۷	۴٫۲۵	۲۳	۵۰
	گرایش به تغییر	۱۴٫۸۱	۱٫۹۵	۸	۲۰
	بینش استراتژیک	۷٫۳۶	۱٫۲۲	۳	۱۰
	محیط کاری پر انرژی	۷٫۸۴	۱٫۰۷	۴	۱۰
	زمینه حمایتی	۷٫۰۶	۱٫۵۴	۲	۱۰
	جو خلاقانه سازمانی	۷۰٫۶۷	۹٫۸۷	۲۹	۱۰۰/۶۴
	حمایت سازمانی ادراک شده	۲۷٫۴۸	۵٫۳۲	۸	۴۰
	توانمندسازی روانشناختی	۴۸٫۸۷	۵٫۲۳	۳۰	۶۰
	خلاقیت سازمانی	۴۸٫۹۶	۶٫۳۶	۲۸	۶۵

### یافته‌های پژوهش

در این پژوهش در مجموع روابط بین متغیرها در الگوی پیشنهادی مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۱ یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار، کمترین و بیشترین نمره‌های افراد نمونه را روی متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. همچنین جدول ۲ ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

### الگویابی معادلات ساختاری

الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر در مجموع متشکل از ۵ متغیر اصلی و ۴ خرده‌مقیاس مکنون است که متغیرهای حمایت سازمانی ادراک شده، جو خلاقانه سازمانی به‌عنوان متغیرهای پیشایند، متغیر توسعه رفتار کارآفرینانه در سازمان به‌عنوان متغیر پیامد و متغیرهای توانمندسازی و خلاقیت سازمانی به‌عنوان متغیرهای میانجی هستند و گرایش به تغییر، بینش استراتژیک،



محیط کاری پراورزی، و زمینه حمایتی خرده‌مقیاس‌های مکنون متغیر توسعه کارآفرینی هستند. به‌منظور ارزیابی الگوی پیشنهادی از روش الگویابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد.

جدول ۲. ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش حاضر

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱ توسعه کارآفرینی	-								
۲ گرایش به تغییر	۰,۷۷**	-							
۳ بینش استراتژیک	۰,۶۹**	۰,۳۵**	-						
۴ محیط کاری پراورزی	۰,۷۷**	۰,۴۱**	۰,۵۲**	-					
۵ زمینه حمایتی	۰,۷۱**	۰,۲۹**	۰,۳۰**	۰,۵۱**	-				
۶ جوّ خلاقانه سازمانی	۰,۴۶**	۰,۱۲	۰,۳۳**	۰,۴۰**	۰,۵۷**	-			
۷ حمایت سازمانی ادراک شده	۰,۳۹**	۰,۱۴	۰,۱۶*	۰,۳۷**	۰,۵۳**	۰,۵۲**	-		
۸ توانمندسازی روان‌شناختی	۰,۴۹**	۰,۲۴**	۰,۳۳**	۰,۴۴**	۰,۴۷**	۰,۳۷**	۰,۴۳**	-	
۹ خلاقیت سازمانی	۰,۵۶**	۰,۳۱**	۰,۶۰**	۰,۵۴**	۰,۳۰**	۰,۴۵**	۰,۱۹**	۰,۳۹**	-

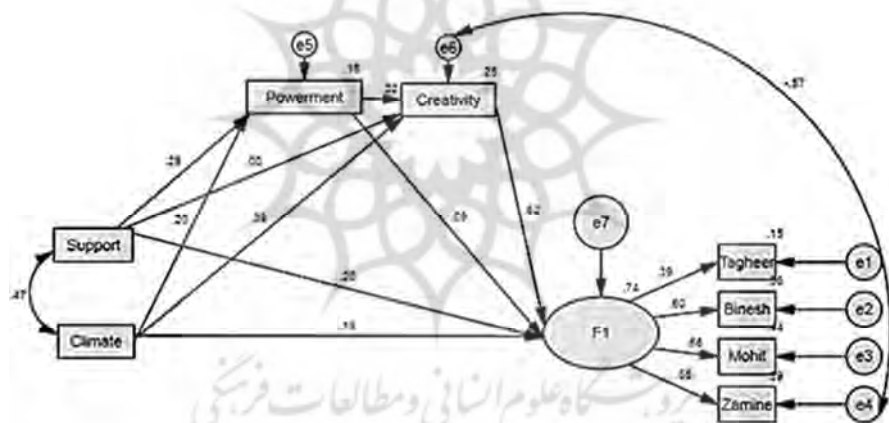
\* $p \leq 0.05$ , \*\* $p \leq 0.01$

به‌منظور ارتقای برازندگی الگو، ابتدا مسیرهای غیرمعنی‌دار از الگو حذف شدند و همان‌گونه که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود الگوی نهایی از برازش نسبتاً خوبی برخوردار است. پیش از بررسی ضرایب ساختاری، برازندگی الگوی پیشنهادی مورد بررسی قرار گرفت. برازش الگوی اولیه بر اساس شاخص‌های برازندگی مورد استفاده در این مطالعه، در جدول ۳ گزارش شده است. با وجود اینکه مقادیر برخی شاخص‌های برازندگی نشان‌دهنده برازش قابل قبول الگوی پیشنهادی با داده‌ها بودند، اما مقادیر برخی شاخص‌ها نشان دادند که الگوی پیشنهادی نیازمند اصلاحاتی است.

جدول ۳. شاخص‌های برازندگی الگوی پیشنهادی و نهایی

شاخص‌های برآزش متغیر	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	GFI	AGFI	NFI	CFI	IFI	TLI	RMSE A
الگوی پیشنهادی	۵۳٫۹۱۵	۱۴	۳٫۸۵۱	۰٫۹۳۲	۰٫۸۲۵	۰٫۸۶۷	۰٫۸۹۴	۰٫۸۹۸	۰٫۷۸۹	۰٫۱۲۳
الگوی نهایی	۲۰٫۹۳۴	۱۳	۱٫۶۱۰	۰٫۹۷۳	۰٫۹۲۷	۰٫۹۴۸	۰٫۹۷۹	۰٫۹۸۰	۰٫۹۵۵	۰٫۰۵۷

در نمودار ۲ الگوی نهایی و ضریب بتای استاندارد آن در مسیرهای مختلف نمایش داده شده است.



نمودار ۲. الگوی نهایی و ضرایب مسیرها

### یافته‌های مربوط به روابط واسطه‌ای

نتایج مربوط به روابط غیرمستقیم پژوهش حاضر در جدول ۴ آورده شده‌اند. برای تعیین معنی‌داری روابط واسطه‌ای، از بوت‌استرپ<sup>۱</sup> استفاده شده است. جدول ۴ نتایج حاصل از بوت‌استرپ را برای مسیرهای واسطه‌ای نشان می‌دهد.

1. bootstrap

جدول ۴. نتایج بوت‌استرپ برای مسیرهای واسطه‌ای

متغیر	$\beta$	سطح معنی داری
جوّ خلاقانه سازمانی ← توانمندسازی روان‌شناختی ← خلاقیت سازمانی	۰٫۰۷۷	۰٫۰۰۱
حمایت سازمانی ادراک شده ← توانمندسازی روان‌شناختی ← خلاقیت سازمانی	۰٫۱۱۳	۰٫۰۰۱
جوّ خلاقانه سازمانی ← توانمندسازی روان‌شناختی ← توسعه کارآفرینی	۰٫۰۸۴	۰٫۰۰۱
حمایت سازمانی ادراک شده ← توانمندسازی روان‌شناختی ← توسعه کارآفرینی	۰٫۱۰۲	۰٫۰۰۱
جوّ خلاقانه سازمانی ← خلاقیت سازمانی ← توسعه کارآفرینی	۰٫۱۵۸	۰٫۰۰۱
حمایت سازمانی ادراک شده ← خلاقیت سازمانی ← توسعه کارآفرینی	۰٫۱۱۰	۰٫۰۰۱
توانمندسازی روان‌شناختی ← خلاقیت سازمانی ← توسعه کارآفرینی	۰٫۱۴۶	۰٫۰۰۱

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهند که نقطه صفر در فواصل اطمینان یاد شده قرار نمی‌گیرد، بنابراین تمامی روابط غیرمستقیم معنی‌دار می‌باشند.

### نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف آزمون و ارائه الگویی از پیشایندهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان انجام شده است. بسیاری از روابط به‌دست آمده در این پژوهش همسان با یافته‌های گذشته است. از آنجایی که پرداختن به تک‌تک یافته‌های این مطالعه و تفسیر آنان در این مقاله میسر نیست، لذا به اشاراتی کلی اکتفا می‌گردد. همان‌طور که در ماتریس همبستگی (جدول ۲) ملاحظه شد طبق پیش‌بینی، بیشتر متغیرهای طرح، همبستگی معنی‌داری باهم دارند. در زمینه تأثیر متغیر حمایت سازمانی ادراک شده بر توسعه کارآفرینی نتایج پژوهش بیانگر اثر مستقیم حمایت سازمانی ادراک شده بر توسعه کارآفرینی سازمانی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی است. این یافته با پژوهش‌های پژوهشگرانی نظیر ایزنبرگر و همکاران (۲۰۰۱) و حریری و همکاران (۱۳۹۲) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت کارکنانی که میزان زیادی از حمایت سازمانی ادراک شده را تجربه می‌کنند، این احساس را دارند که باید با توجه به رفتارها و نگرش‌های مناسبی در کتابخانه عمومی ایفای نقش کنند تا عمل آنها در راستای منافع سازمان باشد و به این

وسیله حمایت سازمان را جبران نمایند و از این جهت بیشتر در جست‌وجوی راه‌حل‌های جدید برای حل مسائل کاری هستند و به سمت رفتارهای کارآفرینانه سازمانی کشیده می‌شوند. در زمینه اثر جوّ خلاقانه سازمانی بر توسعه کارآفرینی پژوهش حاضر نشان داد که جوّ خلاقانه سازمانی بر توسعه کارآفرینی اثر مثبت معنی‌دار دارد. این یافته با پژوهش کوراتکو و هادجتس (۲۰۰۱)<sup>۱</sup> و طبرسا (۱۳۸۹) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت دادن آزادی عمل به کارکنان و حمایت مدیریت عالی اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان، تسریع رویدادها و تصمیم به عمل در سازمان را به دنبال دارد که نتیجه نهایی آن برنامه‌ریزی کسب‌وکار کارآفرینانه و اجرای ایده‌های کارآفرینانه است. مطالعه حاضر نشان داد که جوّ خلاقانه سازمانی بر خلاقیت سازمانی اثر مثبت معنی‌دار دارد. این یافته با پژوهش ایساکسن (۲۰۱۱) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت در سازمان‌هایی با جوّ خلاقانه، سطح ریسک‌پذیری بالا است. ابتکارات متهورانه حتی در وضعیتی که خروجی‌ها ناشناخته می‌باشند، به وجود می‌آیند. از این طریق افراد احساس می‌کنند که می‌توانند روی ایده‌هایشان ریسک‌پذیر باشند. همچنین، در سازمان‌هایی که جوّ خلاقانه دارند، گفتمان رایج است و عمده نظرات شنیده می‌شود و افراد ایده‌هایشان را برای بحث و بررسی و استفاده از نظرات دیگران ارائه می‌کنند. افراد اغلب می‌توانند عقاید مخالف را ببینند و بشنوند و در دیدگاه‌های متنوعی از افراد سهیم شوند که این خود باعث می‌شود تولید ایده و در نتیجه خلاقیت سازمانی افزایش یابد (ایساکسن، ۲۰۰۷). در زمینه متغیر توانمندسازی روان‌شناختی، پژوهش حاضر نشان داد که بر خلاقیت سازمانی اثر مثبت معنی‌دار دارد. این یافته با پژوهش توماس و ولتهوس<sup>۲</sup> (۱۹۹۰) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت افراد توانمند به خاطر وجود احساس شایستگی و تسلط بر محیط دست به تولید ایده‌های جدید زده و در ورای تولید این ایده‌ها، به یادگیری و خودشکوفایی بیشتر نیز می‌رسند. کارکنانی که به توانمندی‌های خود باور داشته و انگیزه لازم را نیز دارند، در برابر چالش‌ها مقاومت می‌کنند و راه‌حل‌های جایگزین مناسب‌تری را به دست می‌آورند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان دادند که متغیر حمایت سازمانی ادراک شده بر توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های

1. Kuratko

2. Thomas & Veithouse

عمومی اثر مثبت معنی‌دار دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش آیزنبرگر و همکاران (۲۰۰۱) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت بر اساس هنجار عمل متقابل، وقتی که کارکنان حمایت و منافع را از جانب سازمان و سرپرستان خود دریافت می‌کنند، درصدد جبران برمی‌آیند و این خدمات را با تعهد بیشتر، تلاش بیشتر برای موفقیت سازمان، ریسک‌پذیری بیشتر در انجام وظایف، خلاقیت، نوآوری و رفتارهای کارآفرینانه جبران می‌نمایند (آیزنبرگر و همکاران، ۲۰۰۱). پژوهش حاضر نشان داد که خلاقیت سازمانی بر توسعه کارآفرینی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی اثر مثبت معنی‌دار دارد. قابل استنباط است زمانی که خلاقیت سازمانی در سطح بالایی باشد، از طریق مهندسی ایده و با مهارت‌تصورات خلاقانه به پیدایش و تولید یک اندیشه و فکر نو منجر می‌شود که با مدیریت ایده منجر به پیدایش ایده‌های عملی به وسیله نوآوری و کارآفرینی خدمات و محصولات جدید خواهد شد. در پایان می‌توان بیان کرد جو خلاقانه سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده از طریق تأثیری که بر توانمندی‌سازی و بالا بردن خلاقیت سازمانی دارند منجر به توسعه رفتارهای کارآفرینانه در سازمان می‌گردند. بنابراین برای ارتقای رفتارهای مرتبط با کارآفرینی نیاز به توجه به متغیرهای حمایت سازمانی و جو خلاقانه در سازمان است.

### پیشنهادها

بر اساس نتایج پژوهش پیشنهادهای کاربردی زیر در جهت رشد و توسعه کارآفرینی در اداره کل کتابخانه‌های عمومی ارائه می‌شود.

- حمایت مدیریت اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان از افراد با ایده‌های جدید؛ طراحی یک سیستم پاداش برای کارآفرینان سازمانی نیازمند این است که مدیران عالی هم از نیاز کارآفرینان سازمانی آگاه باشند و هم از نیاز کارمندان عادی. این پاداش هم باید پولی باشد و هم غیرپولی؛ اما جنبه‌های غیرپولی مهم‌تر است. پاداش‌های غیرپولی برای کارآفرینان سازمان می‌تواند عبارت باشد از به رسمیت شناختن عملکرد او، تأثیر آن بر میزان پاداش، تهیه بودجه‌های احتیاطی، ایجاد گروه‌های حمایتی یا ایجاد دستگاه‌های دوگانه ارتقا بر پایه عملکرد در توسعه

پروژه‌ها، در مناسبت‌های مختلف تقدیر و تشویق از کارکنانی که ایده‌های کاربردی و اصلاحی متناسب با شرایط و در جهت اصلاح وضع موجود بیان می‌کنند.

- توسعه فرهنگ و جو کارآفرینی در کتابخانه؛ عبارت است از فرهنگی که اجازه می‌دهد کارآفرینی علی‌رغم وجود همه محدودیت‌ها در سازمان رشد کند (فرهنگ تحمل شکست، خطر و اشتباه) و تلاش در جهت آموزش و تشویق افرادی که به کارآفرینی علاقه نشان می‌دهند، فراهم کردن جو مناسب جهت گفتمان، بیان ایده‌های مختلف، شنیدن عقاید مخالف، نقد و بررسی روش‌ها و شیوه‌های مختلف انجام کارها و ارائه راهکارهایی در جهت کارآیی و اثربخشی بیشتر سیستم و توسعه جو کارآفرینی سازمانی، و تلاش در جهت برگزاری کارگاه‌های آموزشی و فن‌های خلاقیت و نوآوری برای کارکنان.

## منابع

- پرداختچی، محمدحسن و شفیع‌زاده، حمید (۱۳۸۵). *درآمدی بر کارآفرینی سازمان*. تهران: انتشارات ارسباران.
- حریری، نجلا؛ روتن، سیده زهرا و جان‌محمدی، مریم (۱۳۹۲). *سنجش رابطه حمایت سازمانی ادراک شده و بی‌تفاوتی سازمانی در کتابداران مطالعه موردی: کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی تابعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مستقر در شهر تهران*. *تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی*، ۴۷ (۴)، ۳۹۷-۴۱۴.
- ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا (۱۳۸۵). *کارآفرینی از تئوری تا عمل*. مشهد: نشر جهان فردا.
- صابری، محمدکریم؛ باب‌الخوانجی، فهیمه؛ حریری، نجلا و محمداسماعیل، صدیقه (۱۳۹۵). *مدل‌یابی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور*. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۲ (۱)، ۵۳-۷۲.
- طبرسا، غلامعلی؛ محبوب، سیامک؛ اسمعیلی‌گیوی، محمدرضا و اسمعیلی‌گیوی، حمیدرضا (۱۳۸۹). *بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور*. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۶ (۱)، ۵-۲۲.
- طبرسا، غلامعلی؛ احمدی‌زاد، آرمان و اسمعیلی‌گیوی، محمدرضا (۱۳۹۱). *بررسی وضعیت کارآفرینی سازمانی در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور*. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۸ (۳)، ۳۶۳-۳۷۴.

- فرج پهلوی، عبدالحسین و قاسمی، مژگان (۱۳۹۴). مدیریت کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
- کریمی، مریم؛ یاشار، عطازاده و عیسی‌زاده، حسین (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین ابعاد جو سازمانی با کارآفرینی درون‌سازمانی (مطالعه موردی: پتروشیمی تندگویان بندر امام خمینی). دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی حکیم جرجانی.
- مشایخی، نوشین؛ ارشدی، نسرين و نیسی، عبدالکاظم (۱۳۹۳). طراحی و آزمون الگویی از برخی پیشایندها و پیامدهای خلاقیت سازمانی. *مطالعات روانشناسی صنعتی و سازمانی*، ۱(۱)، ۵۱-۷۲.
- ناهید، مجتبی؛ زالی، محمدرضا؛ حسین‌زاده، مجید و ساجدینا، فیروزه (۱۳۹۲). بررسی تأثیر جو کارآفرینی سازمانی بر نوآوری (مورد مطالعه: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی). *توسعه کارآفرینی*، ۶(۳)، ۴۷-۶۶.
- نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (۱۳۸۹). *تبیین مؤلفه‌های چشم‌انداز نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در اقیانوس ایران ۱۴۰۴*. به کوشش اداره کل پژوهش و نوآوری. تهران: انتشارات نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور.

## References

- Amabile, T. M. and Gryskiewicz, N. D. (1989). The Creative Environment Scales: Work Environment Inventory. *Creativity Research Journal*, 2 (4), 231-52.
- Eisenberger, R.; Armeli, S.; Rexwinkel, B.; Lynch, P. D., and Rhoades, L. (2001). Reciprocation of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 86, 42-51.
- Eisenberger, R.; Huntington, R.; Hutchinson, S. and Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 75 (1), 500-507.
- Ekvall, O. and Arvonen, J. (1989). Change centered leadership: an addition to the two-dimensional model. The Swedish Council for Management and Organizational Behaviour. Stockholm: FArâdet.
- Ekvall, G. (1991). The organizational culture of idea-management: A creative climate for the management of ideas", in Henry, J. and Walker, D. (Eds.) *Managing Innovation*. Sage Publications Ltd, London, 73-9.
- Isaksen, S. G. and Ekvall, G. (2007). *Assessing the context for change A technical manual for the Situational Outlook Questionnaire Enhancing performance of organizations, leaders and teams for over 50 years (2nd ed)*. Orchard Park, NY: The Creative Problem Solving Group, Inc.
- Isaksen, S. G. and Ekvall, G. (2010). Managing for innovation: The two faces of tension in creative climates. *Creativity and Innovation Management*, 19, 73-88.
- Isaksen, S. G. and Isaksen, E. J. (2011). *The climate for creativity and innovation: and its relationship to empowerment, consumer insight and ambiguity*. Orchard Park, NY: The Creative Problem Solving Group, Inc.

- Kuratko, D. and Hodgetts, R. (1989) *Entereprenurship:A Contemporary Approach (3rd ed)*. NY: The Dryden Press.
- Kuratko. (2007). Corporate entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 3 (2), 1-65.
- Llano, J. A. (2006). The university environment and academic entrepreneurship: a behavioral model for measuring environment success. Retrieved May 14, 2016, from: <http://www.cherry.gatech.edu/t2s2006/papers/llano-1057-T.pdf>
- Pearce, J. A.; Kramer, T. R. and Robbins, K. D. (1997). Effects of managers entrepreneurial behaviour on subordinates. *Journal of Business Venturing*, 12, 147-60.
- Presson, B. A. (2012). *The Mediating of perceived organizational support on the relationship between value congruence & engagement*. Thesis Msc, University of Houston Clear Lake. Publishing Company Limited. Publishing, Homewood.
- Riggle, R. J.; Edmondson, D. R. and Hansen, J. D. (2009). Meta analysis of the relationship between perceived organizational support and job outcomes, 20 years of research. *Journal of Business Research*, 62 (10), 1027-1030.
- Scheepers, M. J., Hough, J. and Bloom, J. Z. (2008). Nurturing the corporate entrepreneurship capability. *Southern African Business Review*, 12 (3), 50-75.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurements and validation. *Academy of Management Journal*, 3, 1442-1466.
- Tajeddini, K. (2010). Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation on innovativeness: Evidence from the hotel industry in Switzerland. *Tourism Management*, 31, 221-231.
- Thomas, K. W. and Veithouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: A 'interpretive' model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15, 666-681.
- Turnipseed, D. (1994). The relationship between the social environment of organizations and the climate for innovation and creativity. *Creativity and Innovation Management*, 3, 184-195.
- Zampetakis, L. A. and Moustakis, V. (2007). Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 13 (1), 19-38.
- Zhou J. and George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44 (4), 682-96.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

قاسمی، مزگان؛ فرج‌پهلوی، عبدالحسین؛ عصاره، فریده و ارشدی، نسرين (۱۳۹۷). طراحی و آزمون الگویی از پیشنهادهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در کارکنان اداره کل کتابخانه‌های عمومی خوزستان. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۴ (۱)، ۳۴۱-۳۵۶.