

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

غلامعلی طبرسا

دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی

G_tabarsa@sbu.ac.ir

سیامک محبوب

کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع رسانی

daniz60101@yahoo.com

محمدرضا اسمعیلی گیوی (نویسنده مسئول)

دانشجوی دکتری مدیریت سیستم‌ها دانشگاه شهید بهشتی

r_givi@sbu.ac.ir

حمیدرضا اسمعیلی گیوی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه امام صادق (ع)

hre_isu@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۰۸/۱۶، تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۱۱/۰۴

چکیده

هدف: هدف این نوشتار، بررسی نقش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به‌عنوان عاملی اساسی برای خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی کشور است.

روش: این پژوهش از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی بوده و داده‌های اولیه از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. برای سنجش ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از پرسشنامه مک‌گیور (۲۰۰۳) استفاده شد و سنجش خلاقیت و نوآوری به‌وسیله پرسشنامه استاندارد اسلان پاول (۲۰۰۶) صورت گرفت. جامعه آماری تحقیق، تمام کارکنان صف و ستاد نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (۴۷۰۰ نفر) است. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد و تعداد ۱۵۰ پرسشنامه توزیع و در نهایت ۱۱۶ پرسشنامه جمع‌آوری گردید.

یافته‌ها: بررسی داده‌های گردآوری شده (به کمک نرم‌افزار LISREL ۸/۵ و SPSS) با استفاده از آزمون علامت و تحلیل مسیر نشان داد که فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج آزمون علامت نشان داد که از بین ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، بُعد ارزشمندی کار و تفریح و سرگرمی در وضعیت مطلوبی می‌باشند و سایر ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه شامل جسارت، تحمل انحراف خلاق، تهاجم بی‌ثمر، ریسک‌پذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش‌فعال، کلام و همچنین فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نیز در وضعیت نامطلوبی می‌باشد.

اصالت/ارزش: یافته‌های این پژوهش می‌تواند به مدیران نهاد کتابخانه‌های عمومی در شناسایی ضعف‌ها و قوت‌های ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی مؤثر در خلاقیت کمک کند.

کلیدواژه‌ها: خلاقیت، نوآوری، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور،

کتابخانه عمومی، تحلیل مسیر

مقدمه

کتابخانه‌های عمومی کانون عرضه دائمی دانش هستند و فرصت آموزش مستمر را در طول زندگی افراد به وجود می‌آورند، به طوری که از طرفی موجب شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌های فردی می‌شوند و از سویی دیگر، روحیه نواندیشی و نوآوری را در جامعه گسترش داده، امکان بروز استعدادها را برای تمام افراد جامعه فراهم می‌کنند. به بیانی دیگر، کتابخانه‌های عمومی زمینه مؤثری برای شکل‌گیری و توسعه تفکرات خلاق در جامعه هستند (اشرفی، ۱۳۸۸).

از نظر تاریخی، تعالی یک ملت در دستاوردهای فرهنگی آن ریشه دارد و پیشرفت کتابخانه‌ها، به عنوان نشانه و راهنمای فرهنگی هر ملت، به تلاش عمومی برای بهبود وضع اجتماعی، اقتصادی و فکری و تا حد زیادی اندازه و سازمان اجتماعی بستگی دارد (موکهرجی، ۱۳۸۲).

چنانچه خلاقیت و نوآوری به صورت همه‌جانبه و کامل در هر سازمانی مدنظر قرار گیرد، می‌تواند موجبات رشد و شکوفایی استعدادهای افراد، موفقیت‌های فردی، شغلی و اجتماعی، افزایش کمیت و کیفیت در تولیدات و خدمات، کاهش هزینه‌ها و ضایعات و اتلاف منابع مادی و انسانی، افزایش انگیزش کارکنان، ارتقاء بهداشت روانی و رضایت شغلی، ارتقاء بهره‌وری و رشد و بالندگی، تحریک و تشویق رقابت‌های سالم در تولید، توزیع و خدمات، کاهش دیوان‌سالاری اداری، و کاهش پشت‌میزنشینی و تشریفات و افزایش عمل‌گرایی و ده‌ها فایده دیگر را به همراه داشته باشد.

کتابخانه‌های عمومی از جمله مهم‌ترین کتابخانه‌هایی به‌شمار می‌روند که برای افزایش اثربخشی خدمات خود نیازمند بهره‌مندی از نوآوری هستند. در عین حال، خدماتی که به وسیله این نوع کتابخانه‌ها عرضه می‌شود، به دلیل برخورداری از تغییرات تدریجی در روش‌ها و فرایندها، از ابعاد گوناگونی برخوردار هستند.

در زمینه معرفی خلاقیت به کتابداران از سوی مدیر کتابخانه‌ها نیز رویکردهایی مطرح شده است: یک رویکرد بر این تأکید می‌کند که جو سازمانی کتابخانه باید از خلاقیت حمایت کند. مطالعه‌ای که در جنوب آفریقا، برای سنجش تأثیر جو سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های دانشگاهی، انجام شده است (پینر و بوشاف^۱، ۱۹۹۶، ص ۶۷) نشان می‌دهد که متأسفانه در این کتابخانه‌ها جو سازمانی حمایت‌گر خلاقیت نیست.

1. Pienaar and Boshoff

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

از آنجایی که تشخیص، تحلیل، سازمان‌دهی و اشاعه اطلاعات موجود در کتابخانه‌های عمومی مستلزم داشتن آگاهی کافی از زمینه‌های موضوعی مربوطه و برقراری پیوند میان مسائل موجود و اطلاعات درخواستی کاربران است، می‌توان خدمات کتابخانه‌های عمومی را در رده خدمات سازمان‌های «دانش‌بنیان» نیز قرار داد. ارتباط مستقیم کتابخانه‌های عمومی با اطلاعات و وابستگی خدمات آن به مقوله انتقال اطلاعات آن را در ردیف سازمان‌هایی قرار می‌دهد که با «اطلاعات» سروکار دارند. بر این اساس، فعالیت‌های نوآورانه در این نوع کتابخانه‌ها طیف وسیعی از فعالیت‌ها را در زمینه ارائه محصول، بازاریابی، و فرایند و روش‌های سازمانی تشکیل می‌دهد. این نوع فعالیت‌ها در کتابخانه‌های عمومی می‌تواند عملکردهای آن را با مأموریت‌های آن بیشتر همسو نموده و اثربخشی خدمات آن را با سرعت بیشتری افزایش دهد.

خلاقیت و نوآوری

خلاقیت با تعابیر متعدد و متنوعی تعریف می‌شود (رضاییان و پورعزت، ۱۳۸۸). بعضی از تعاریف خلاقیت بر حسب محصول خلاق یا بازده خلاقیت شکل گرفته‌اند، بخشی دیگر بر اساس فرایند خلاقیت استوارند، و تعدادی نیز بر پایه ویژگی‌های شخصیتی افراد خلاق تبیین شده‌اند؛ اما وجه اشتراک تعاریف ارائه شده را می‌توان در عوامل تازگی، ارزشمندی و تناسب جمع کرد (حسینی و پورصالحی، ۱۳۸۷). از این رو می‌توان خلاقیت را به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید (کایزر^۱، ۱۹۶۸ در رضاییان و پورعزت، ۱۳۸۸) دانست. از طرفی نباید از خاطر برد که در ظهور خلاقیت ممکن است «فقدان اعتماد به نفس»، «ترس از انتقاد و شکست»، «تمایل به هم‌رنگی با جمعیت» و «فقدان تمرکز ذهنی» عوامل بازدارنده به شمار آیند که افزایش توان خلاقیت و نوآوری در گرو رفع این موانع است (تری^۲، ۱۹۷۷).

حمایت از استمرار خلاقیت و کارآفرینی در یک محیط کاری نشان از یک سازمانی دارد که به آن «سازمان نوآور» می‌گویند (لایبچ^۳، ۱۹۸۸) و مدیران نقشی فعال در هدایت فراگرد نوآوری در چنین سازمانی دارند. در سازمان نوآور ساختار، استراتژی، فرهنگ و صاحبان قدرت در سازمان، از نوآوری حمایت می‌کنند. در این گونه سازمان‌ها استراتژی‌ها، بصیرت‌ها، ارزش‌های مدیران عالی، خط‌مشی‌ها، و انتظارات سازمان بر تقویت روحیه کارآفرینی تاکید دارند (لایبچ، ۱۹۸۸).



1.Kaiser 2.Terry, Goerge 3.Labich, Kenneth

خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی

در پنج نوع نوآوری که به وسیله «شومپتر» (۱۹۳۴) معرفی شده است (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، اداره آمار اروپا، ۱۳۸۶، ص ۲۷)، انواع چهارگانه نوآوری به صورت زیر است:

الف. نوآوری در عرضه کالاها یا خدمات (محصول)؛

ب. نوآوری در جلب مخاطب (بازاریابی)؛

ج. نوآوری در فرایند؛

د. نوآوری سازمانی.

در خصوص «نوآوری در کالاها یا خدمات (محصول)»، خدماتی که از نظر ویژگی و کاربرد بسیار جدید باشد یا به صورت بسیار بهبود یافته تبدیل شده باشد می‌تواند برای کتابخانه‌های عمومی به عنوان نوآوری در محصول در نظر گرفته شود. کسب نوآوری در محصول در کتابخانه‌های عمومی مستلزم انجام اصلاحات قابل توجه در ویژگی‌های فنی، اجزاء، منابع و نرم‌افزارهای موجود به منظور تسهیل فرایند عرضه خدمات و سهولت دسترسی به اطلاعات برای کاربران است. از طرفی، برای تحقق ابعاد دیگری از نوآوری در محصول، استفاده از دانش یا فن‌آوری‌های جدید یا آمیختن دانش یا فن‌آوری‌های جدید با دانش و فن‌آوری‌های موجود در تمامی سازمان‌ها، از جمله در کتابخانه‌های عمومی یک ضرورت به شمار می‌رود.

نوآوری در جلب مخاطب (بازاریابی) یکی دیگر از ابعاد نوآوری است که می‌تواند در کتابخانه‌های عمومی از مصداق‌های فراوانی برخوردار باشد. بنا به همین ضرورت، امروزه حوزه موضوعی «بازاریابی» به طور جدی به پژوهش‌های حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی ورود یافته است (مای و نستا، ۱۳۸۷). به این ترتیب، هدف از نوآوری در بازاریابی در کتابخانه‌های عمومی را می‌توان در درک بهتر نیازهای گسترده کاربران، گشودن مسیرهای جدید برای دستیابی به اطلاعات، یا معرفی منابع اطلاعاتی و خدمات جدید به منظور افزایش میزان توجه مخاطبان به کتابخانه‌های عمومی خلاصه کرد. این نوع نوآوری‌ها می‌تواند از طریق تغییر در قالب ارائه خدمات، استفاده از متخصص موضوعی در کنار متخصص کتابداری و اطلاع‌رسانی به منظور اشاعه اطلاعات تحلیلی و گزینشی در حوزه‌های موضوعی گوناگون، فراهم‌سازی

1. Joseph A. Schumpeter

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

امکان تحویل اطلاعات بر اساس استانداردهای مختلف تبدیل اطلاعات، و تبدیل سطح خوانایی منابع اطلاعاتی به منظور جلب توجه مخاطبان در سنین و سطوح گوناگون در کتابخانه‌های عمومی به اجرا درآید.

به همین ترتیب دستیابی به «نوآوری در فرایند» و «نوآوری‌های سازمانی» نیز هر کدام می‌تواند در کتابخانه‌های عمومی دنبال شود. ایجاد تغییرات اساسی در روش‌ها، تجهیزات یا نرم‌افزارها، کاهش هزینه یک واحد خدمات یا انتقال اطلاعات، فراهم کردن شرایط بهتر برای رزرو کتاب در کتابخانه، بهبود کیفیت در اجرای عملکردهای کتابخانه، و موارد دیگری از این قبیل را می‌توان به عنوان نمونه‌هایی از «نوآوری در فرایند» در کتابخانه‌های عمومی مدنظر قرار داد. از سویی دیگر، «نوآوری‌های سازمانی» به اجرای روش‌های جدید سازمانی در کتابخانه‌های عمومی باز می‌گردد. این روش‌ها می‌تواند مشتمل بر تغییر در شیوه‌های سامان‌دهی و هدایت امور روزمره، تغییر در روابط بیرونی، کاهش هزینه‌های اجرایی یا هزینه‌های تبادلات، مطلوب‌شدن محیط کار و در نتیجه بازدهی بیشتر نیروی انسانی، دستیابی به سرمایه‌های غیرقابل دادوستد همچون دانش تدوین‌نشده، و یا کاهش هزینه‌های تولید باشد. به کارگیری شیوه‌های جدید برای بهبودبخشیدن به فرایند یادگیری کارکنان و به اشتراک‌گذاری دانش، راه‌اندازی پایگاه‌های اطلاعاتی با بهترین شیوه‌ها، اتخاذ شیوه‌هایی برای ارتقاء کارکنان از طریق تحصیل و نظام‌های کارآموزی، دادن استقلال بیشتر به کارکنان کتابخانه برای تشویق آن‌ها به مشارکت در نظریه‌پردازی و اجرای نظام‌های مدیریت کیفیت از جمله موارد دیگری است که می‌تواند در ردیف نوآوری‌های سازمانی در کتابخانه‌های عمومی قابل اجرا باشد (نوروزی چاکلی و دیانی، ۱۳۸۶).

نقش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه^۱ در خلاقیت

زمینه شکوفایی ظرفیت بالقوه خلاقیت فردی در صورتی فراهم می‌شود که محیط و سازمان نیز پذیرای خلاقیت باشد (کاستیلیونه، ۲۰۰۸). فرهنگ و جو سازمانی مشوق کار گروهی، سبب بروز استعدادهای نهفته خلاقیت شده و کنترل بیش از حد در جهت عکس آن عمل می‌کند (مک‌لین^۲، ۲۰۰۵).



1. Organizational entrepreneurial culture 2. McLean

جو سازمانی کتابخانه باید از خلاقیت حمایت کند. مطالعه‌ای که در جنوب آفریقا، برای سنجش تأثیر جو سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های دانشگاهی، انجام شده است (پینر و بوشاف، ۱۹۹۶، ص ۶۷) نشان می‌دهد که متأسفانه در این کتابخانه‌ها جو سازمانی حمایت‌گر خلاقیت نیست.

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، نظامی مشترک از باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اعضای یک سازمان است که شامل ارزش نهادن به خلاقیت و نیز تحمل افراد خلاق می‌شود. بر مبنای این نوع فرهنگ، در مواجهه سازمان با مشکلات بقاء، عدم قطعیت محیطی و تهدیدات رقبا، نوآوری و عمل جسورانه در تصرف فرصت‌های بازار، امری ضروریست (مک‌گیور ۲۰۰۳، ۳۳). سازمان برای کارآفرین شدن باید فرهنگ کارآفرینانه را در خود نهادینه سازد. سازمان باید به نیروی انسانی به عنوان منبع کلیدی نگریسته و در جهت نگهداری و حمایت از آن حداکثر تلاش خود را انجام دهد. در این نقش سازمان باید ابتکار عمل را در تقویت و فضایی ایجاد کند تا از فعالیت‌های نوآورانه افراد حمایت و پشتیبانی شود. سازمان‌ها باید نوآور و پیشگام باشند و ریسک‌پذیری را نیز در خود تقویت کنند (سندرا و دابینسکی، ۲۰۰۰). کورنوال و پریمن (۱۹۹۰) سازمان‌های کارآفرینانه را با ریسک‌پذیری و تمرکز بر آینده و مرزهای سازمانی منعطف و ارتباطات باز و مکرر در تمامی جهات توصیف می‌کنند. اعضای سازمان‌های کارآفرینانه، هم به خلاقیت و هم بهره‌وری ارجح می‌نهند. آنها این موضوع را که می‌بایست بین این دو سبک و سنگین کرد، نمی‌پذیرند. هنجارهایی وجود دارد که طی آن از اعضاء انتظار می‌رود تا رفتارهایی همچون ریسک‌پذیری و جست‌وجوی فرصت‌ها را بروز دهند. به‌علاوه اعضاء انتظار حمایت و پاداش را برای بروز یک چنین رفتارهایی دارند. اعضای سازمان‌های کارآفرین انتظار قدرتمندسازی و تفویض اختیار دارند (کورنوال و پریمن، ۱۹۹۰). بلنکر و همکارانش معتقدند سازمان کارآفرین یک نظام اجتماعی است که در آن کل سازمان، واحدهای درونی، مراکز پژوهشی، اساتید و دانشکده‌ها تلاش می‌کنند تا به نیازهای واقعی بازار و محیط پاسخ دهند و نه تنها به نوآوری بپردازند، بلکه به تغییرات اساسی در عملکرد خود نیز توجه کنند (بلنکر ۲۰۰۴، ۱۳).

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

برای ارزیابی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، محققان از مدل و ابعاد ده‌گانه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه مک‌گیور (۲۰۰۳) استفاده کرده‌اند که شامل جسارت^۱، تحمل انحراف خلاق^۲، تهاجم بی‌ثمر^۳، هدفمندی و ارزشمندی کار^۴، ریسک‌پذیری^۵، ارتباط باز^۶، همکاری و تشریک مساعی^۷، نوآوری پیش‌فعال^۸، کلام^۹، تفریح و سرگرمی^{۱۰} می‌باشد:

۱. جسارت: حدی که اعضای سازمان در تصمیم‌گیری و اقدامات به کسب فرصت‌های بازار ارجح می‌نهند، تعیین‌کننده جسارت است. به بیان دیگر، جسارت، اولویت دادن به کار جسورانه در شکل‌دهی محیط آینده سازمان است.

۲. تحمل انحراف خلاق: هر قدر احترام و پذیرش رویکردهای مخالف بیشتر باشد، بُعد تحمل انحراف خلاق قوی‌تر است، به‌ویژه تحمل نظرات افراد توانا و خلاق که وضع موجود را به چالش می‌کشند.

۳. تهاجم بی‌ثمر: تهاجم بی‌ثمر سطحی است که در آن اعضای سازمان به پیشی‌گرفتن از رقبا و تازه‌واردها اهمیت می‌دهند.

۴. ارزشمندی کار: هر قدر اعضاء سازمان درک بهتری از جایگاه و ارزش کار خود داشته باشند و به تحقق اهداف، استقلال در کار و آزادی از قید دیوان‌سالاری اداری اهمیت دهند، بُعد ارزشمندی کار برجسته‌تر است.

۵. ریسک‌پذیری: ریسک‌پذیری بیانگر آن است که اعضاء تا چه حد به اتخاذ ریسک‌های معقول در تمامی سطوح سازمانی متعهدند و این که اعضاء معتقد باشند موفقیت‌ها و نیز شکست‌های هوشمندانه باید بی‌پاسخ نمانند.

۶. ارتباطات باز: این بُعد نشانگر آن است که کارکنان سازمان تا چه حد ارتباط مکرر و باز با یکدیگر و با افراد خارج از سازمان را لازم می‌دانند، تا چه حد دسترسی نسبتاً آزاد و همگانی به اطلاعات به‌وسیله همه افراد یک رویکرد شایسته و مناسب محسوب می‌شود؛ این باور که عقاید و پیشنهادها می‌توانند از منابع متعددی از جمله کارکنان در تمامی سطوح سازمان به‌دست آیند.



1. Boldness

4. Work meaningfulness

7. Cooperation

2. Tolerance of creative deviation

5. Risk taking

8. Proactive innovation

3. Underdog aggressiveness

6. Open communication

9. Voice

10. Fun

۷. تشریک مساعی: سطحی که افراد، اهداف سازمانی را از طریق تلاش‌های جمعی یا گروهی و با تشریک مساعی با دیگر اعضاء کسب می‌کنند، تشریک مساعی نامیده می‌شود.
۸. نوآوری پیش‌فعال: نوآوری پیش‌فعال بیانگر آن است که اعضاء سازمان تا چه حد معتقدند کار و فعالیت نوآورانه نسبت به رویه‌های روزمره قدیمی ارجحیت دارد و نیز چه قدر باور دارند که نوآوری ابزاری ضروری برای بقای سازمان و شکوفایی آن است.
۹. کلام: این مؤلفه نشان می‌دهد سازمان به چه میزان درک می‌کند که آزادی افراد در بیان نارضایتی خود (در راستای بهبود و اصلاح سازمان) نسبت به تحمل خاموش یا ترک سازمان مناسب‌تر است.
۱۰. تفریح: بعد تفریح نشان می‌دهد چقدر کارکنان به تفریح (در کنار کار) ارجحیت می‌دهند و باور به اینکه بازی‌های کاربردی راه‌حل مناسبی برای حل مشکلات و ایجاد ظرفیت‌های جدید برای سازمان است (مک‌گیور ۲۰۰۳، ۳۳).

سوالات تحقیق

- سوال ۱: آیا فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در وضعیت مطلوبی قرار دارد؟ این سوال شامل ده سؤال فرعی زیر است:
- آیا در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ابعاد ده‌گانه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه سازمان (جسارت، تحمل انحراف خلاق، تهاجم بی‌ثمر، هدفمندی و ارزشمندی کار، ریسک‌پذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش‌فعال، کلام، تفریح و سرگرمی) در وضعیت مطلوبی قرار دارند؟
- سوال ۲: آیا فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور بر خلاقیت و نوآوری این نهاد تأثیر مثبت و معنادار دارد؟

فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه‌های تحقیق در قالب دو فرضیه اصلی تبیین شده است که عبارتند از:
- فرضیه ۱:** فرهنگ سازمانی کارآفرینانه سازمان در وضعیت مطلوبی قرار دارد. این فرضیه شامل ده فرضیه فرعی می‌شود:

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

ابعاد ده‌گانه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه سازمان (جسارت، تحمل انحراف خلاق، تهاجم بی‌ثمر، هدفمندی و ارزشمندی کار، ریسک‌پذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش‌فعال، کلام، تفریح و سرگرمی) در وضعیت مطلوبی قرار دارند.

فرضیه ۲: فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری تأثیر مثبت و معنادار دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد، زیرا به بررسی تأثیر وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور بر خلاقیت و نوآوری این نهاد می‌پردازد. در بخش میدانی تحقیق نیز داده‌های اولیه از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. برای سنجش ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه پرسشنامه مک‌گیور^۱ (۲۰۰۳) که در دانشگاه جرج واشینگتون طراحی شده است به کار گرفته شد. سنجش خلاقیت و نوآوری با پرسشنامه استاندارد اسلان پاول^۲ (۲۰۰۶) انجام شد.

جدول ۱. ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و تعداد سئوالات آن و پایایی هر بُعد

نام بُعد	شماره سئوالات	عدد پایایی هر بُعد به درصد
جسارت	۱-۱۰	۸۰
تحمل انحراف خلاق	۱۱-۱۸	۸۲
تهاجم بی‌ثمر	۱۹-۲۲	۷۱
ارزشمندی کار	۲۳-۳۴	۷۶
ریسک‌پذیری	۳۵-۴۴	۸۵
ارتباط باز	۴۴-۵۲	۸۹
تشریک مساعی	۵۳-۵۷	۸۰
نوآوری پیش‌فعال	۵۸-۶۴	۹۲
کلام	۶۵-۷۱	۸۳
تفریح و سرگرمی	۷۲-۷۸	۸۵



1. Mc Guire 2. Sloane paul

برای تعیین روایی پرسشنامه‌ها از روش روایی محتوا و برای سنجش پایایی پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و پرسشنامه خلاقیت در یک نمونه ۳۰ تایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و پرسشنامه خلاقیت ۸۷ درصد بوده است.

جامعه پژوهش، نمونه آماری و اطلاعات جمعیت‌شناختی

جامعه آماری تحقیق، تمام کارکنان صف و ستاد نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (۴۷۰۰ نفر) می‌باشد. از مجموع ۴۷۰۰ نفر اعضای نهاد، ۳۰۰ نفر در بخش ستادی و بقیه در ۱۷۰۰ کتابخانه عمومی (بخش صف نهاد) فعالیت می‌کنند. به دلیل مشخص بودن چارچوب نمونه‌گیری و عمومیت (درگیر بودن) متغیرهای رفتاری برای همه اعضای جامعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. در این تحقیق، از آن جایی که جامعه مورد نظر ما محدود است، برای محاسبه حجم نمونه از رابطه کوکران استفاده شد. در تعیین حجم نمونه برای داده‌های کیفی، در صورتی که نمونه‌گیری از جامعه محدود باشد فرمول مناسب برای n چنین است:

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 \sigma^2}{\varepsilon^2 (N-1) + Z_{\alpha/2}^2 \sigma^2}$$

$$n = \frac{4700 \times 1.96^2 \times 0.25}{0.09^2 (4700-1) + 1.96^2 \times 0.25} \approx 115.6$$

به این ترتیب ۱۵۰ پرسشنامه توزیع و در نهایت ۱۱۶ پرسشنامه جمع‌آوری شد (نرخ بازگشت ۷۸ درصد). نتایج به‌دست آمده از اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان حاکی از آن است که ۵۹ درصد پاسخ‌دهندگان زن و ۴۱ درصد مرد بودند. درخصوص تحصیلات ۱۸ درصد مدرک کارشناسی‌ارشد، ۶۶ درصد مدرک کارشناسی، ۴ درصد فوق‌دیپلم و ۱۲ درصد مدرک دیپلم داشتند. ۷۹ درصد از حجم نمونه دارای تحصیلات در رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی و بقیه تحصیلات غیر مرتبط با این رشته داشتند. ۷۹ درصد از حجم نمونه از بخش صف نهاد کتابخانه‌های عمومی بوده‌اند و ۲۱ درصد در بخش ستادی نهاد مشغول به کار بودند. ۳۷ درصد پاسخ‌دهندگان کمتر از ۳۰ سال، ۷۳ درصد بین ۳۰ - ۴۰، ۳۱ - ۸ درصد بین ۴۰ - ۵۰ سال، ۱۴ درصد بین ۵۰ - ۶۰ سال، ۱۴ درصد بین ۶۰ - ۷۰ سال، ۱۴ درصد بین ۷۰ - ۸۰ سال، ۱۴ درصد بین ۸۰ - ۹۰ سال و ۱۴ درصد بین ۹۰ - ۱۰۰ سال بودند.

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

۵۰-۴۱، ۲ درصد در رده سنی بیش از ۵۰ سال قرار داشتند. توزیع سابقه خدمت کارکنان نیز بدین شرح است: ۳۰ درصد کمتر از ۵ سال، ۴۰ درصد بین ۵-۱۰ سال، ۲۰ درصد بین ۱۵-۲۰ و ۱۰ درصد بیش از ۲۰ سال سابقه کار داشتند.

یافته‌های تحقیق

برای آزمون فرضیات تحقیق از آزمون علامت و تحلیل مسیر استفاده شده است. از آزمون علامت برای بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق و از تحلیل مسیر به منظور بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری استفاده شده است.

نتیجه آزمون علامت:

فرض صفر: وضعیت متغیر مربوطه نامطلوب است $H_0: \mu \leq 3$

فرض مقابل: وضعیت متغیر مربوطه مطلوب است $H_1: \mu > 3$

با توجه به خروجی SPSS، جدول آزمون علامت نتایج به شرح زیر است.

جدول ۲. آزمون علامت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و ابعاد آن

نام متغیر	تعداد علامت‌های مثبت	مقدار آماره مشاهده شده	مقدار آماره توزیع زمانی استاندارد	نتیجه گیری
جسارت	۶۹	-۲.۵۱	۱.۶۴۰	نامناسب
تحمل انحراف خلاق	۴۸	-۶.۱۵	۱.۶۴۰	نامناسب
تهاجم بی ثمر	۵۱	-۵.۳۷	۱.۶۴۰	نامناسب
ارزشمندی کار	۱۰۷	۲.۸۴	۱.۶۴۰	مناسب
ریسک‌پذیری	۴۲	-۷.۱۶	۱.۶۴۰	نامناسب
ارتباط باز	۸۳	-۰.۷۵	۱.۶۴۰	نامناسب
همکاری و تشریک	۷۹	-۱.۷۹	۱.۶۴۰	نامناسب
نوآوری پیش فعال	۷۸	-۱.۴۹	۱.۶۴۰	نامناسب
کلام	۷۳	-۲.۵۴	۱.۶۴۰	نامناسب
تفریح و سرگرمی	۱۰۶	-۳.۸۰	۱.۶۴۰	مناسب
فرهنگ سازمانی	۷۰	-۲.۶۵	۱.۶۴۰	نامناسب

نتایج جدول فوق حاکی از آن است که تنها بعد ارزشمندی کار و تفریح و سرگرمی در وضعیت مطلوبی می‌باشد و سایر ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه شامل جسارت، تحمل انحراف خلاق، تهاجم بی‌ثمر، ریسک‌پذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش‌فعال، کلام و همچنین خود فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در وضعیت نامطلوبی می‌باشند، بنابراین فرضیه صفر تأیید و فرض مقابل رد می‌شود ($P < 0/05$).

آزمون ضریب همبستگی پیرسون (جدول ۲) حاکی از وجود روابط همبستگی مثبت و معنادار بین ابعاد متغیرهای درونزا (فرهنگ سازمانی کارآفرینانه) و متغیر برونزای (خلاقیت و نوآوری) مدل است ($P < 0/05$).

جدول ۳. همبستگی میان متغیرهای تحقیق (n=116)

متغیر	مؤلفه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱. جسارت		۱									
۲. تحمل انحراف خلاق		۰/۶۷**	۱								
۳. تهاجم بی‌ثمر		۰/۳۵**	۰/۵۱**	۱							
۴. ارزشمندی کار		۰/۵۹**	۰/۷۵**	۰/۵۳**	۱						
۵. ریسک‌پذیری		۰/۵۶**	۰/۶۵**	۰/۵۳**	۰/۷۶**	۱					
۶. ارتباط باز		۰/۶۴**	۰/۷۱**	۰/۳۲**	۰/۶۵**	۰/۵۷**	۱				
۷. همکاری و تشریک مساعی		۰/۵۹**	۰/۶۶**	۰/۵۶**	۰/۷۹**	۰/۷۷**	۰/۶۹**	۱			
۸. نوآوری پیش‌فعال		۰/۵۷**	۰/۵۷**	۰/۴۸**	۰/۶۸**	۰/۶۸**	۰/۵۶**	۰/۷۳**	۱		
۹. کلام		۰/۶۱**	۰/۶۹**	۰/۲۸*	۰/۷۱**	۰/۶۸**	۰/۶۲**	۰/۶۴**	۰/۶۱**	۱	
۱۰. تفریح و سرگرمی		۰/۲۴*	۰/۳۴**	۰/۳۸*	۰/۴۰**	۰/۴۴**	۰/۲۰*	۰/۴۰**	۰/۴۲**	۰/۳۲**	۱
۱۱. خلاقیت		۰/۵۸**	۰/۷۳**	۰/۴۷*	۰/۶۶**	۰/۶۵**	۰/۶۲**	۰/۶۷**	۰/۶۱**	۰/۶۱**	۰/۳۹**

**P < 0/01 و *P < 0/05

نتیجه آزمون تحلیل مسیر (فرضیه دوم)

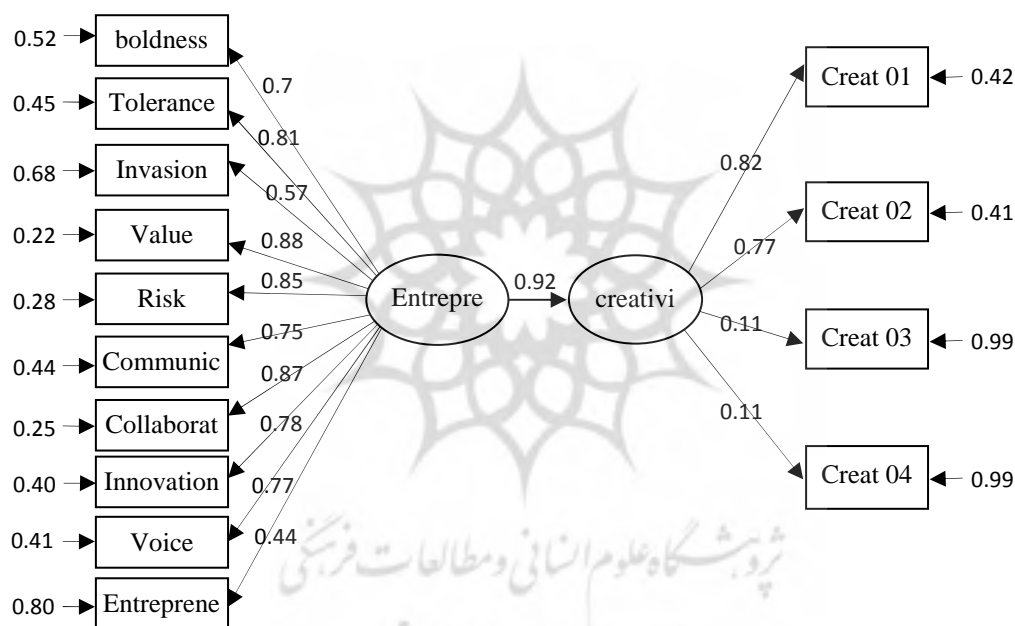
۱. فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری تأثیر مثبت و معناداری ندارد: H_0

۲. فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری تأثیر مثبت و معنادار دارد: H_1

نمودارهای ۱ و ۲ خروجی نرم‌افزار LISREL ۸/۵ را نشان می‌دهند. نمودار ۱ تحلیل مسیر تأثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری را در حالت استاندارد نشان می‌دهد.

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

چنان که مشاهده می‌شود، ابعاد ده‌گانه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه متغیرهای ملموس^۱ بوده و به صورت مستطیل در خروجی لیزرل به متغیر مربوطه متصل شده‌اند. در مقابل، متغیرهای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه (متغیر درونزا) و خلاقیت و نوآوری (متغیر برونزا)، متغیرهای پنهان^۲ بوده و به صورت بیضی نشان داده شده‌اند. میزان تأثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری چنان که در نمودار ۱ پیداست ۰/۹۲ به دست آمده است.



Chi-Square= 545.75 , df=76 , P-value=0.00000 , RMSEA=0.06

نمودار ۱. مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد

لازمه آزمون فرضیه دوم این است که از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیر برونزا و متغیر درونزا اطمینان حاصل شود. نمودار شماره ۲ مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری تحقیق را در حالت معناداری نشان می‌دهد. در حالت معناداری مدل، چنانکه قدر مطلق عدد معناداری کمتر از ۱.۹۶ باشد، رابطه یا اثر معنادار نیست. همان‌گونه که مشاهده می‌شود بارهای عاملی همه

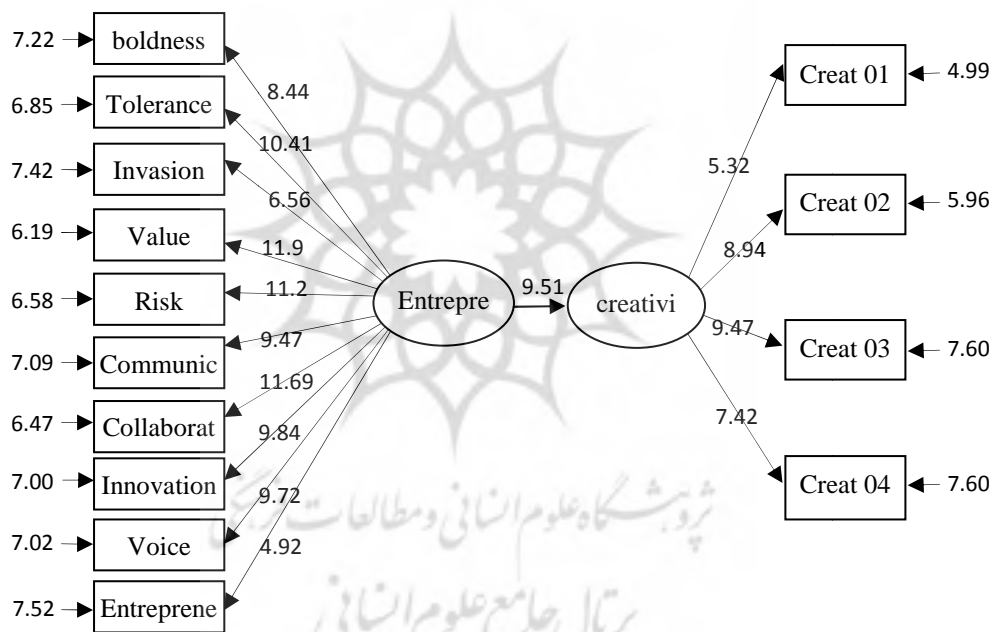
1.Observed variable 2.latent variable

سوالات (مدل اندازه‌گیری) و نیز تأثیر متغیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر متغیر خلاقیت و نوآوری (مدل ساختاری) در سطح $P < 0.05$ معنادار هستند.

با توجه به نمودار ۲، فرض H_0 رد می‌شود. بنابراین می‌توان گفت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری تأثیری مثبت و معنادار دارد.

مقدار شاخص‌های تناسب مدل به این صورت است: $P\text{-value} = 0.000$ ، $df > 0$ ،

$CFI = 0.94$ و $NNFI = 0.94$ که بیانگر وضعیت مناسب مدل هستند.



Chi-Square= 545.75, df=76, P-value=0.00000, RMSEA=0.06

نمودار ۲. معناداری مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری پژوهش

نتیجه‌گیری

ضرورت ریسک‌پذیری از آنجا حاصل می‌شود که تصمیم‌گیری به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین وظایف مدیران در بسیاری از اوقات در شرایط ابهام و با عدم اطمینان اتخاذ شود به‌طوری‌که در این حالت تصمیم‌گیری احتیاج به ریسک‌پذیری بالایی دارد. موریس ادعا

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

می‌کند ریسک‌پذیری و تحمل شکست، فرهنگ یک سازمان کارآفرینانه را از سایر فرهنگ‌ها متمایز می‌سازد و شدت کارآفرینی با پذیرش شکست رابطه دارد (موریس، ۱۹۹۸). لذا به مدیران نهاد پیشنهاد می‌شود برای بالا بردن روحیه ریسک‌پذیری، محیطی را فراهم آورند تا این ویژگی تشویق شود. باید شرایطی ایجاد شود که مدیران شکست و اشتباه را به عنوان مسأله‌ای اجتناب‌ناپذیر در فرایند نوآوری بپذیرند. در صورتی که مدیران ارشد، معیارهای ارزیابی دقیق و روشن و قابل دسترسی در اختیار کارکنان بگذارند، به‌طور قطع کارکنان در همه سطوح نسبت به موقعیت‌های ریسکی جدید و معقول بیشتری متعهد می‌شوند.

در خصوص تحمل انحراف خلاق توجه به این نکته ضروری است که اساسی‌ترین نقش مدیریت، یافتن افراد توانا و نیز فراهم آوردن شرایطی برای آنها است تا بتوانند کارآفرین باشند. توصیه می‌شود که مدیران شرایطی را فراهم آورند تا دیدگاه‌های مختلف کارکنان خلاق و توانمند تحمل شود و به افراد خلاق اجازه داده شود تا باعث ایجاد تغییر شده و مشکلات مشابه را با راه‌های متفاوت حل کنند. زمانی که فعالیت‌های کارآفرینانه پیش می‌آیند مدیران در صورت نیاز، کارکنان را به تغییر قواعد تشویق نمایند. تهاجم بی‌ثمر مولفه دیگری است که از مطلوبیت چندانی در سازمان برخوردار نمی‌باشد (مک‌گیور ۲۰۰۳، ۳۳). لذا پیشنهاد می‌شود تا سازمان با دیدی واقع‌بینانه رقابتی واقعی خویش را بشناسد و نیز در ارائه خدمات بهتر از رقبای واقعی تلاش نماید و همچنین در مورد رقبای جدید محتاط و هوشیار باشد.

در خصوص مولفه جسارت توصیه می‌شود که مدیران و رؤسای ارشد نهاد جهت بهبود وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، جوئی فراهم آورند که تصمیمات جسورانه به تأخیر نیفتند و ایده‌های خوب به سرعت به اجرا درآیند. مدیران ارشد فرصت‌های جدید را به شدت تعقیب نموده و کارکنان به گونه‌ای پرورش یابند که به سهولت خودشان را با شرایط متغیر تطبیق دهند. همچنین در مورد بُعد دیگر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در سازمان یعنی بُعد کلام توصیه می‌شود که مدیران ارشد فضای سازمان را به گونه‌ای مهیا سازند تا زمانی که افراد مشکلاتی در کار می‌بینند به‌جای تغییر شغل در جای دیگر، اقدام به حل مشکل نمایند. نارضایتی خویش را به صورت شفاف و با صراحت بیان نمایند. ایمان روستا به حفظ کارکنان خلاق سبب می‌شود تا حتی در صورت اجبار، برخی نیازهای منحصر به فرد آنان نیز برآورده شود. به‌علاوه پیشنهاد

می‌شود جهت رسیدن به اهداف، به مولفه همکاری و تشریک مساعی کارکنان با ارائه و تشویق کارهای تیمی ارج نهاده و افراد به همکاری درون واحدها ترغیب و تشویق شوند و حتی افراد خارج از سازمان اعم از مراجعان و عرضه‌کنندگان و نیز شرکای خارج از سازمان نیز به دیده متحدانی ارزشمند نگریسته شوند. همچنین مدیران نهاد باید به فکر بهبود و تقویت سایر ابعاد نامناسب فرهنگ سازمانی کارآفرینانه همچون همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش‌فعال، و ارتباط باز باشند.

با وجود این، عواملی همچون تخصیص بودجه، منابع انسانی، ساختار سازمانی، میزان تأکید بر اشاعه دانش و فن‌آوری جدید، مزیت رقابتی، همکاری بین کتابخانه‌ها، میزان قاطعیت در اجرای تغییرات اساسی، نظام آموزشی، سیاست‌گذاری، زیرساخت‌های ارتباطی، تحولات ملی و بین‌المللی، و عوامل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی همگی در میزان و نحوه پرداختن به فعالیت‌های نوآورانه در کتابخانه‌های عمومی نقش مؤثری بر عهده دارند. بر این اساس باید با توجه به راهکارهایی همچون فراهم کردن فرصت‌هایی برای جلب ایده‌های نوآورانه، تقویت مهارت‌های نیروی انسانی، تأمین تجهیزات و نرم‌افزارهای مناسب، تحولات سازمانی در نظام‌های مدیریتی، جلب حمایت‌های مالی سازمان مادر، تقویت دیدگاه اқشار جامعه در خصوص کتابخانه‌های عمومی، تغییر در شیوه‌های سازمان‌دهی اطلاعات، ارزیابی وضعیت کتابخانه‌ها با توجه به استانداردهای ملی و بین‌المللی، تغییر نگرش در خصوص سرمایه‌گذاری در کتابخانه‌های عمومی، و مشارکت در طراحی و اجرای نظام ملی اطلاع‌رسانی، در راستای ارائه خدمات نوآورانه در کتابخانه‌های عمومی، گام برداشت و شرایط لازم را برای سرعت بخشیدن به افزایش اثربخشی خدمات در این نوع کتابخانه‌ها ایجاد کرد (نوروزی چاکلی، ۱۳۸۸).

مدیریت خلاق، با تصمیمات نو و جدید، محیط پویایی برای بقا و ماندگاری و پیشبرد اهداف توأم با موفقیت ایجاد می‌کند. چنین مدیری اثربخشی بیشتری را برای فرد، سازمان و جامعه پدید می‌آورد (محمودزاده، ۱۳۸۵، ۲۶۷). بدین ترتیب، برای اینکه کتابخانه عمومی نیز به محیطی پویا و متحول و خلاق تبدیل شود، لازم است مدیران و مسئولان کتابخانه‌های عمومی، با به‌کارگیری فنون و تکنیک‌های خلاقیت و با شناسایی دقیق محله و منطقه خود و اطلاع از علاقه و توجه ساکنان آنجا و در راستای جذب مخاطب، برنامه‌ها و طرح‌های جالبی را ارائه دهند.

بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری ...

خدمات خاص و ویژه اشاعه اطلاعات طراحی کنند و با نوآوری و طراحی فعالیت‌های جانبی برای ارائه خدمات بهینه، کارایی کتابخانه را افزایش دهند. با بررسی موقعیت‌ها، راهکارها و الگوهایی را پیاده کنند تا با حداقل وقت و هزینه و متناسب با وضعیت و شرایط فعلی منطقه، میزان بهره‌وری از منابع موجود را به حداکثر برسانند یا چند برابر کنند که به این ترتیب، شاهد افزایش بهره‌وری و ارتقای سطح فرهنگی جامعه خواهیم شد.

منابع

- اشرفی، حجت (۱۳۸۸). کتابخانه‌های عمومی زمینه‌ای برای توسعه خلاقیت در جامعه. در مجموعه مقالات خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی. نشست تخصصی خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی، اسفند ۱۷، (ص ۲۶۹-۲۹۴). تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور.
- حسینی، افضل‌السادات؛ پورصالحی، نسترن (۱۳۸۸). الگوی خلاقیت در کتابخانه‌های عمومی. در مجموعه مقالات خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی. نشست تخصصی خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی، اسفند ۱۷، (ص ۱۶۰-۱۲۷). تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور.
- رضاییان، علی؛ پورعزت، علی‌اصغر (۱۳۸۸). مبانی سازمان و مدیریت. تهران: سمت.
- سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (۱۳۸۶). راهنمای آسلو: رهنمودهایی برای گردآوری و تفسیر داده‌های نوآوری. ترجمه فریبا نیک سیر، تهران: مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور.
- علوی، کامران (۱۳۸۳). بررسی روند تحول قدرت بالقوه خلاقیت کودکان و اثرات آموزش مهارت‌های زندگی در پرورش آن. رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- مای، جیا؛ نستا، فردریک (۱۳۸۷). بازاریابی خدمات کتابخانه برای جذب نسل نت. ترجمه نادیا حاجی عزیز. فصلنامه علوم و فن‌آوری اطلاعات، ۲۳ (۳)، ۱۱۹-۱۴۱.
- محمودزاده، ابراهیم (۱۳۸۵). مدیریت برآیندها با تکنولوژی فردا. تهران: انستیتو ایزایران.
- موکهرجی، ا.ک. (۱۳۸۲). تاریخ و فلسفه کتابداری. ترجمه اسدالله آزاد. مشهد: معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی.
- نوروزی چاکلی، عبدالرضا (۱۳۸۸). نقش نوآوری در افزایش اثربخشی خدمات در کتابخانه‌های عمومی. در مجموعه مقالات خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی. نشست تخصصی خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی، اسفند ۱۷، (ص ۸۵-۱۰۸). تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور.
- نوروزی چاکلی، عبدالرضا؛ دیانی، محمدحسین (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر موفقیت مدیران مراکز ملی اطلاعات علمی در ایران. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۰ (۴)، ۱۴۵-۱۷۶.

References

- Blenker, P., Dreisler, P., Fargemann, H. M. and Kjeldsen, J. (2004). Entrepreneurship Education and University Context. Paper presented to the 14th IntEnt Conference in Naples, Italy.
- Castiglione, J. (2008). Facilitating employee creativity in the library environment: An important managerial concern for library administrators. *Library Management*, 29 (3), 159- 172.
- Cornwall, J. R.; Baron P. (1990). *Organizational Entrepreneurship*. Homewood, IL: Homewood.
- Kenneth L. (1988). The innovators, *Fortune*, 6June, 27-32.
- Maguire, S., Hardy, C., Lawrence, T.B. (2003). Institutional Entrepreneurship in Emerging Fields: HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada", *Academy of Management Journal*, 47 (5), 657-80.
- McLean, L. D. (2005). Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development. *Advances in Developing Human Resources*, 7 (2), 226-246.
- Morrise ,M.H. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations , And Societies*. Westport, CT: Quorum.
- Pienaar, H.; Boshoff, A. B. (1996). Relationship between Creativity and Innovation in University Libraries and the Organizational Climate. *South African Journal of Library and Information Science*, 64(2).67-75.
- Sandra, S. L; Dubinsky, A. J. (2000). Institution Entrepreneurship for Universities in Transition. *European Journal of marketing* 34(11-12), 1315-1337.
- Sloane paul (2006). *The Leaders' Guide to Lateral Thinking Skills*. Second Edition, London: Kogan Page.
- Terry, G. R. (1977) principals of management. I11: Richard D. Irwin, Inc., 7th ed.

به این مقاله این گونه استناد کنید: نگاه علوم‌انسانی و مطالعات فرهنگی
طبرس، غلامعلی و دیگران (۱۳۸۹). بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در
نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۶ (۱)، ۵- ۲۲.