

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

به نام خدا

تاییدیه اعضای هیات داوران در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیات داوران نسخه نهایی پایان نامه کارشناسی ارشد خانم المیرا کریمی

تحت عنوان: «مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و بررسی رابطه آن با رضایت کار بر» از نظر فرم و محتوا بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کند.

اعضای هیات داوران	نام و نام خانوادگی	رتبه علمی	امضاء
۱- استاد راهنما	دکتر محمد حسن زاده	استادیار	
۲- استاد مشاور	دکتر فاطمه زندیان	استادیار	
۳- استاد ناظر	دکتر سعید رضایی	دانشیار	
۴- استاد ناظر	دکتر نجلا حریری	دانشیار	
۵- نماینده تحصیلات تکمیلی دکتر: فاطمه زندیان		استادیار	

آیین‌نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی دانشگاه

تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاست‌های پژوهشی و فناوری دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیأت علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهشهای علمی که تحت عناوین پایان‌نامه، رساله و طرحهای تحقیقاتی با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد زیر را رعایت نمایند:

ماده ۱- حق نشر و تکثیر پایان‌نامه/ رساله و درآمدهای حاصل از آنها متعلق به دانشگاه می باشد ولی حقوق معنوی پدید آورندگان محفوظ خواهد بود.

ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه/ رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و با تایید استاد راهنمای اصلی، یکی از اساتید راهنما، مشاور و یا دانشجوی مسئول مکاتبات مقاله باشد. ولی مسئولیت علمی مقاله مستخرج از پایان‌نامه و رساله به عهده اساتید راهنما و دانشجو می باشد.

تبصره: در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه/ رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

ماده ۳- انتشار کتاب و یا نرم افزار و یا آثار ویژه حاصل از نتایج پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی کلیه واحدهای دانشگاه اعم از دانشکده ها، مراکز تحقیقاتی، پژوهشکده ها، پارک علم و فناوری و دیگر واحدها باید با مجوز کتبی صادره از معاونت پژوهشی دانشگاه و براساس آئین نامه های مصوب انجام شود.

ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه یافته ها در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استاد راهنما یا مجری طرح از طریق معاونت پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این آیین‌نامه در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۸۷/۴/۱ در شورای پژوهشی و در تاریخ ۸۷/۴/۲۳ در هیأت رئیسه دانشگاه به تایید رسید و در جلسه مورخ ۸۷/۷/۱۵ شورای دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب در شورای دانشگاه لازم‌الاجرا است.



اعتمادی

آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیتهای علمی - پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند: *سرکار خانم/سرکار خانم/سرکار خانم* است که در «کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد/ رساله دکتری نگارنده در رشته *سرپرست راهبردی* سال ۱۳۹۰ در دانشکده *سرپرست راهبردی* دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی

سرکار خانم/جناب آقای دکتر *محمد حسن زاهدی*، مشاوره سرکار خانم/جناب آقای دکتر *زاهدی* و مشاوره سرکار خانم/جناب آقای دکتر *زاهدی* از آن دفاع شده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تامین نماید.

ماده ۶: اینجانب *المرکز* دانشجوی رشته *دانشگاه تربیت مدرس* مقطع *کارشناسی ارشد*

تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: *المرکز*

تاریخ و امضا: *۱۳۹۰/۰۷/۲۳*



دانشگاه تربیت مدرس

دانشکده مدیریت و اقتصاد

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
رشته کتابداری و اطلاع رسانی

مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی
شهر تهران و بررسی رابطه آن با رضایت کاربر

المیرا کریمی

استاد راهنما:

دکتر محمد حسن زاده

استاد مشاور:

دکتر فاطمه زندیان

تیر ۱۳۹۰

تقدیم بہ

مہربان فرشتگانی کہ:

محطات ناب باور بودن، لذت و غرور دانستن، جسارت خواستن، عظمت رسیدن و تمام تجربہ ہائی یکتا و زیبای زندگی، میون

حضور سبز آہناست

پدر و مادرم

و

خواهران و برادرانم

تقدیر و تشکر

خداوند را سپاس می‌گویم که به من فرصت داد تا عمر خود را در راه تحصیل علم و دانش سپری کنم و همواره استنادی دلسوز و فرزانه بر سر راهم قرار داد تا در این راه دراز و بی پایان علم جویی، راهنمای راهم و تسکین آتش سیری ناپذیرم باشند. به امید آنکه به یاد خورشید تابان راهم، شمع کوچکی بر سر راه تشنگان دیگر باشم.

با تشکر از:

راهنمای دلسوز و فرزانه، مشوق راه علم، استاد ارجمند، دکتر محمد حسن زاده

و

استاد محترم مشاور

دکتر فاطمه زندیان

و

تمام کسانی که از گذشته تا کنون، مرا در راه رسیدن به اهدافم یاری نموده اند.

این پایان نامه با حمایت مالی نهاد کتابخانه های عمومی کشور انجام گرفته است

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با رضایت کاربر انجام گرفته است. جامعه مورد نظر این پژوهش سه دسته، کتابداران، مدیران و کاربران این کتابخانه‌ها بودند. کتابخانه‌های مورد نظر پژوهش، کتابخانه‌های عمومی تحت پوشش نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بود. از میان کتابخانه‌های عمومی تحت پوشش نهاد، کتابخانه‌هایی که حداقل ۳ کتابدار در آن مشغول به کار بودند، انتخاب شد. از میان کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌ها نیز، کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌هایی انتخاب شد که خدمات خود را به کاربران ارائه می‌دادند. ۲۲ کتابخانه عمومی و ۱۱ کتابخانه دانشگاهی انتخاب شد. از میان کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی ۳۸۳ کاربر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بین کاربران انتخاب شدند. ۳۸۱ کاربر کتابخانه عمومی نیز به روش تصادفی انتخاب شدند. داده‌های پژوهش از طریق دو پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. پرسشنامه فرهنگ سازمانی که بر اساس مدل چارچوب ارزش‌های رقابتی کامرون و کوئین طراحی شد و پرسشنامه رضایت کاربر.

نتایج، فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی شهر تهران، را فرهنگ سازمانی قومی و فرهنگ کتابخانه‌های دانشگاهی را فرهنگ سلسله‌مراتبی نشان داد. در کتابخانه‌های عمومی شهر تهران در تنها یک کتابخانه خرده فرهنگ‌های سازمانی یافت شد که این خرده فرهنگ‌ها حاکم بر بخش‌های امانت، مرجع و کودک بود. بر هر سه بخش فرهنگ سازمانی سلسله‌مراتبی حاکم بود. خرده فرهنگ‌های سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی، سه نوع قومی، بازاری و سلسله‌مراتبی بودند. این فرهنگ‌ها بر بخش‌های مختلف امانت، مرجع، سفارش، فهرستنویسی، اطلاع‌رسانی، دیداری شنیداری، نشریات، پایان‌نامه، نسخ خطی، ایران‌شناسی و بخش اداری حاکم بودند. داده‌ها با آمار توصیفی و استنباطی، شامل آزمون من-ویتنی، آزمون همبستگی پیرسون و اسپیرمن و آزمون تحلیل واریانس، تحلیل شدند. بین کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران از نظر فرهنگ سازمانی تفاوتی وجود نداشت. بین رضایت کاربر کتابخانه‌های عمومی و نوع فرهنگ سازمانی این کتابخانه‌ها رابطه معناداری مشاهده نشد. بین رضایت کاربر کتابخانه‌های دانشگاهی و نوع فرهنگ سازمانی این کتابخانه‌ها رابطه معناداری با ضریب ۰/۶۶ مشاهده شد. بین کتابخانه‌های دانشگاهی و عمومی شهر تهران، از نظر فرهنگ سازمانی مطلوب، تفاوت معناداری مشاهده نشد. نوع فرهنگ سازمانی بر اساس مدرک تحصیلی کتابداران تفاوت معناداری نداشت. نوع فرهنگ سازمانی بر اساس رشته تحصیلی کتابداران تفاوت معناداری نداشت. نوع فرهنگ سازمانی موجود بر اساس سابقه کار کتابداران، تفاوت معناداری نداشت.

واژگان کلیدی: مطالعه تطبیقی، فرهنگ سازمانی، خرده فرهنگ‌های سازمانی، کتابخانه‌های عمومی،

کتابخانه‌های دانشگاهی، رضایت کاربر.

فهرست مطالب

..... ۱	فصل اول: مقدمه و کلیات طرح تحقیق
..... ۲	۱-۱- مقدمه
..... ۳	۱-۲- بیان مسئله
..... ۶	۱-۳- اهداف تحقیق
..... ۶	۱-۴- سوالات تحقیق
..... ۷	۱-۵- فرضیه ها
..... ۷	۱-۶- تعاریف عملیاتی
..... ۷	فرهنگ سازمانی
..... ۹	کتابخانه های عمومی
..... ۱۰	کتابخانه های دانشگاهی
..... ۱۰	کاربر
..... ۱۰	رضایت کاربر
..... ۱۰	۱-۷- اهمیت تحقیق
..... ۱۲	فصل دوم: چارچوب نظری و پیشینه پژوهش
..... ۱۳	۱-۲- مقدمه
..... ۱۴	۲-۲- کتابخانه ها
..... ۱۴	۲-۲-۱- کتابخانه به مثابه یک جزء جامعه
..... ۲۰	۲-۲-۲- کتابخانه به مثابه یک سازمان
..... ۲۷	۳-۲- کتابخانه های عمومی
..... ۲۷	۲-۳-۱- کتابخانه عمومی به مثابه یک سازمان
..... ۳۱	۲-۳-۲- سازمان کتابخانه های عمومی در ایران
..... ۳۲	۲-۴-۱- کتابخانه های دانشگاهی
..... ۳۲	۲-۴-۲- کتابخانه دانشگاهی به مثابه سازمان
..... ۳۹	۵-۲- فرهنگ سازمانی
..... ۴۲	۲-۵-۱- سیر تاریخی مطالعات فرهنگ سازمانی
..... ۴۴	۲-۵-۲- فرهنگ غالب و خرده فرهنگ های سازمانی
..... ۴۶	۲-۵-۳- فرهنگ سازمانی و مدیریت
..... ۴۹	۲-۵-۴- نقش فرهنگ سازمانی در اثربخشی سازمان
..... ۴۹	۲-۵-۵- انواع فرهنگ سازمان
..... ۵۱	۲-۵-۶- الگوهای تبیین و شناخت فرهنگ سازمانی
..... ۶۰	۲-۶-۱- مدل استفاده شده در این پژوهش
..... ۶۴	۲-۶-۲- کاربرد چارچوب ارزشهای رقابتی در کتابخانه
..... ۶۵	۲-۶-۲- مزایای مدل استفاده شده در پژوهش
..... ۶۶	۲-۶- رضایت کاربر
..... ۶۶	۲-۶-۱- مولفه های فرهنگ سازمانی در ارتباط با رضایت مشتری (مراجعه کنند)

.....۷۰.....	۲-۶-۲-رضایت به عنوان شاخص اثربخشی
.....۷۳.....	۲-۶-۳-روشهای اندازه گیری رضایت مشتری
.....۷۴.....	۲-۶-۴-رضایت کاربر به عنوان شاخص اثربخشی در کتابخانه ها
.....۷۷.....	۲-۸-۱-چارچوب مفهومی تبیین کننده تحقیق
.....۷۸.....	۲-۹-۱-پیشینه پژوهش
.....۷۸.....	۲-۹-۱-فرهنگ سازمانی
.....۸۵.....	۲-۹-۲-رضایت کاربران از خدمات کتابخانه
.....۸۹.....	۲-۹-۳-ارتباط فرهنگ سازمانی و رضایت کاربر
.....۹۱.....	۲-۱۰-۱-استنتاج از پیشینه ها
.....۹۳.....	فصل سوم: مواد و روش ها
.....۹۴.....	۳-۱-مقدمه
.....۹۴.....	۳-۲-روش پژوهش
.....۹۵.....	۳-۳-جامعه و نمونه آماری
.....۹۸.....	۳-۴-روش تعیین حجم نمونه
.....۹۸.....	۳-۵-ابزار گردآوری دادهها
.....۹۹.....	۳-۶-سنجش روایی و پایایی ابزار پژوهش
.....۱۰۰.....	۳-۷-روش های تجزیه و تحلیل داده ها
.....۱۰۱.....	فصل چهارم: نتایج
.....۱۰۲.....	۴-۱-مقدمه
.....۱۰۲.....	۴-۲-ارائه توصیفی داده ها
.....۱۰۲.....	۴-۲-۱-ویژگی های جمعیت شناختی کتابداران و مدیران
.....۱۰۵.....	۴-۲-۲-ویژگی های جمعیت شناختی کاربران
.....۱۰۹.....	۴-۳-ارائه تحلیلی یافته های پژوهش
.....۱۰۹.....	۴-۳-۱-پاسخ به سوالات اساسی و بررسی فرضیه های پژوهش
.....۱۲۵.....	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها
.....۱۲۶.....	۵-۱-مقدمه
.....۱۲۶.....	۵-۲-نتیجه گیری
.....۱۲۹.....	۵-۳-تحلیل یافته های پژوهش
.....۱۳۲.....	۵-۴-پیشنهادات اجرایی
.....۱۳۳.....	۵-۵-پیشنهادات برای پژوهش های آتی
.....۱۳۴.....	منابع و مآخذ
.....۱۵۵.....	پیوست ها

فهرست جدول‌ها

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲: ارزش‌های فرهنگی در موسسات ژاپنی نوع Z و نوع امریکایی	۵۲
جدول ۲-۲: چارچوب ارزش‌های رقابتی کامرون و کوئین	۵۸
جدول ۱-۳: کتابخانه‌های عمومی شهر تهران، تحت پوشش نهاد کتابخانه‌های عمومی	۹۵
جدول ۲-۳: کتابخانه‌های تحت پوشش نهاد کتابخانه‌های عمومی، مورد نظر پژوهش	۹۶
جدول ۳-۳: تعداد نمونه انتخاب شده از جامعه آماری پژوهش	۹۸
جدول ۴-۳: نتایج حاصل از بررسی پایایی پرسشنامه‌ها	۱۰۰
جدول ۱-۴: میانگین نمرات خرده فرهنگ‌های سازمانی موجود در کتابخانه عمومی	۱۱۰
جدول ۲-۴: خرده فرهنگ‌های سازمانی موجود در کتابخانه عمومی	۱۱۰
جدول ۳-۴: توزیع فراوانی نوع فرهنگ سازمانی بخش‌های کتابخانه‌های دانشگاهی	۱۱۱
جدول ۴-۴: توزیع و درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران	۱۱۴
جدول ۵-۴: توزیع و درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران	۱۱۵
جدول ۶-۴: آزمون من-ویتنی جهت تعیین تفاوت کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی از نظر نوع فرهنگ سازمانی	۱۱۶
جدول ۷-۴: تعداد کتابخانه‌ها در آزمون من-ویتنی	۱۱۶
جدول ۸-۴: نتایج آزمون معناداری ضریب همبستگی اسپیرمن در کتابخانه‌های عمومی	۱۱۷
جدول ۹-۴: نتایج آزمون معناداری ضریب همبستگی اسپیرمن در کتابخانه‌های دانشگاهی	۱۱۷
جدول ۱۰-۴: آزمون من-ویتنی جهت تعیین تفاوت کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی از نظر نوع فرهنگ سازمانی مطلوب	۱۱۸
جدول ۱۱-۴: تعداد کتابخانه‌ها در آزمون من-ویتنی جهت آزمون فرضیه ۱	۱۱۸
جدول ۱۲-۴: آزمون ANOVA جهت تعیین تفاوت نوع فرهنگ سازمانی بر اساس مدرک تحصیلی	۱۱۸
جدول ۱۳-۴: آزمون ANOVA جهت تعیین تفاوت نوع فرهنگ سازمانی مطلوب بر اساس مدرک تحصیلی	۱۱۹
جدول ۱۴-۴: آزمون ANOVA جهت تعیین تفاوت نوع فرهنگ سازمانی بر اساس رشته تحصیلی	۱۲۰
جدول ۱۵-۴: آزمون ANOVA جهت تعیین تفاوت نوع فرهنگ سازمانی مطلوب بر اساس رشته تحصیلی	۱۲۱
جدول ۱۶-۴: آزمون ANOVA جهت تعیین تفاوت نوع فرهنگ سازمانی بر اساس سابقه کار کتابداران	۱۲۲
جدول ۱۷-۴: آزمون Duncan جهت سنجش معناداری تفاوت در فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی بر اساس سابقه کار	۱۲۳
جدول ۱۸-۴: آزمون ANOVA جهت تعیین تفاوت نوع فرهنگ سازمانی مطلوب بر اساس سابقه کار کتابداران	۱۲۳
جدول ۱۹-۴: آزمون معناداری ضریب همبستگی پیرسون جهت سنجش رابطه فرهنگ سازمانی بازاری و رضایت کاربر	۱۲۴

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۶۱	نمودار ۱-۲: نمودار فرهنگ سازمانی کامرون و کوئین
۶۴	نمودار ۲-۲: نیمرخ های فرهنگی ۶ سازمان مختلف
۷۹	نمودار ۳-۲: چارچوب مفهومی تبیین کننده تحقیق
۱۰۴	نمودار ۱-۴: پاسخ دهندگان (کتابداران) به تفکیک جنسیت
۱۰۵	نمودار ۲-۴: درصد پاسخ دهندگان (کتابداران) به تفکیک مدرک تحصیلی
۱۰۶	نمودار ۳-۴: درصد پاسخگویان (کتابداران) به تفکیک رشته تحصیلی
۱۰۷	نمودار ۴-۴: درصد پاسخگویان (کتابداران) به تفکیک تجربه کاری
۱۰۸	نمودار ۵-۴: درصد پاسخگویان (کاربران) به تفکیک جنسیت
۱۰۸	نمودار ۶-۴: درصد پاسخگویان (کاربران) به تفکیک بازه سنی
۱۱۰	نمودار ۷-۴: درصد پاسخگویان (کاربران) به تفکیک مقطع تحصیلی
۱۱۲	نمودار ۸-۴: درصد پاسخگویان (کاربران) به تفکیک فاصله زمانی مراجعه به کتابخانه
۱۱۳	نمودار ۹-۴: درصد پاسخگویان (کاربران) به تفکیک دلیل مراجعه به کتابخانه
۱۱۶	نمودار ۱۰-۴: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی موجود بخش امانت در کتابخانه های دانشگاهی

- نمودار ۴-۱۱: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش امانت در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۶
- نمودار ۴-۱۲: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی موجود بخش مرجع در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۶
- نمودار ۴-۱۳: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۶
- نمودار ۴-۱۴: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی موجود بخش نشریات در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۶
- نمودار ۴-۱۵: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش نشریات در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۶
- نمودار ۴-۱۶: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی بخش اطلاع رسانی در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۱۷: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش اطلاع رسانی در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۱۸: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی بخش دیداری شنیداری در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۱۹: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش دیداری شنیداری در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۲۰: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش پایان نامه در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۲۱: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی بخش پایان نامه در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۲۲: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی بخش اداری در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۲۳: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش اداری در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۷
- نمودار ۴-۲۴: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی بخش سفارش در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۸
- نمودار ۴-۲۵: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش سفارش در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۸
- نمودار ۴-۲۶: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی بخش فهرستنویسی در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۸
- نمودار ۴-۲۸: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب بخش فهرستنویسی در کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۸
- نمودار ۴-۲۸: فرهنگ سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی ۱۱۸
- نمودار ۴-۲۹: فرهنگ سازمانی کتابخانه‌های عمومی ۱۱۸
- نمودار ۴-۳۰: توزیع فراوانی انواع فرهنگ سازمانی موجود در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران ۱۱۹
- نمودار ۴-۳۱: درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران ۱۲۰
- نمودار ۴-۳۲: فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌ها (عمومی و دانشگاهی) ۱۲۱

فصل اول:

مقدمه و کلیات طرح تحقیق

۱-۱- مقدمه

فرهنگ سازمانی موضوعی است که به تازگی در دانش مدیریت و در قلمرو رفتار سازمانی راه یافته است. امروزه، فرهنگ سازمانی دارای اهمیت روزافزونی شده و یکی از مباحث اصلی مدیریت را تشکیل داده است.

فرهنگ سازمانی عبارت است از الگوی منحصر به فرد از مفروضات، ارزش‌ها، هنجارهای مشترک که فعالیت‌های جامعه پذیری، زبان، سمبل‌ها و عملیات سازمان را شکل می‌دهد (حقیقی و دیگران، ۱۳۸۰). مقصود از آن سیستمی از استنباط مشترک است که اعضا نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر می‌شود (رابینز، ۱۳۷۴). آگاهی از فرهنگ برای مدیران اهمیت ویژه‌ای دارد زیرا آنها می‌توانند از نتایج این شناخت بهره ببرند و با آگاهی بیشتر از عناصر فرهنگی، راه مقابله آسان‌تر با تغییرات فرهنگی را دریابند (گورمن، ۱۳۸۷).

بی تردید تمایز بین فرهنگ‌ها امری معمول است و توجه به این تمایز، ما را در شناخت بهتر سازمان‌ها یاری می‌دهد. علاوه بر این، توجه به این تمایز موجب دسته بندی فرهنگ‌ها می‌شود. یکی از مهم‌ترین مزایای دسته بندی فرهنگ‌ها این است که توان مقایسه آنها را افزایش می‌دهد. با توجه به این موضوع، «کامرون» و «کوئین» معتقدند، چهار نوع فرهنگ مشخص حاکم بر سازمان‌ها قابل شناسایی است که این چهار نوع شامل موارد زیر است:

۱. فرهنگ سلسله مراتبی^۱

۲. فرهنگ قومی (قبیله ای)^۲

^۱ . hierarchy

^۲ . clan

۳. فرهنگ بازاری^۱

۴. فرهنگ تخصص محور (ادهو کراسی)^۲ (Cameron, Quien, 1999).

این دسته بندی در مورد خرده فرهنگ‌ها به عنوان فرهنگ‌های کوچک درون سازمان نیز وجود دارد.

از طرفی، اجرای مطلوب راهبرد مشتری مداری نیازمند هماهنگی با فرهنگ سازمانی موجود است، لذا هنگامی می‌توان انتظار داشت که اصول مشتری مداری از سوی کارکنان رعایت گردد که فرهنگ سازمانی متناسب با آن در سازمان وجود داشته باشد. به دلیل اهمیت رضایت کاربر در کتابخانه‌ها، توجه به فرهنگ سازمانی به عنوان عامل مرتبط با رضایت کاربر می‌تواند از اهمیت خاصی برخوردار باشد. علاوه بر این، تفاوت موجود میان اهداف و در نتیجه در عملکرد کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی، موجب به وجود آمدن این سوال می‌شود که آیا فرهنگ سازمانی نیز در این دو نوع کتابخانه متفاوت می‌باشد؟ لذا، تحقیق حاضر به شناسایی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی و مقایسه این دو فرهنگ و بررسی ارتباط آن با رضایت کاربران این کتابخانه‌ها پرداخته است.

۱-۲- بیان مسئله

کتابخانه‌ها، مانند دیگر سازمان‌ها، دارای فرهنگ سازمانی خاصی هستند. محیط در کتابخانه‌ها و بسیاری از سازمان‌های دیگر، محیطی متغیر است که این تحول پذیری را می‌توان در نیاز به اطلاعات، تغییر سریع در فناوری اطلاعات و رشد هزینه‌های مربوط به این فناوری‌های جدید، ملاحظه نمود. تغییر در کتابخانه‌ها بیش از این که افزایش فناوری‌های جدید را در برداشته باشد، دگرگونی فرهنگ سازمانی را شامل می‌شود (Varner, 1996). اولین قدم جهت هر گونه تغییری، فرهنگ سازمانی است

¹ . market

² . adhocracy

زیرا جهت هر گونه تغییری در سازمان می‌بایست فرهنگ موجود با آن تغییر سازگاری داشته باشد. اگر سازمان، فرهنگ مناسب که بر نوآوری و سازگاری بر محیط تأکید دارد، داشته باشد، دیگر نگران تغییرات و دشواری‌های اجرای آن نخواهد بود. (مهاجری پاریزی، ۱۳۸۳) بنابراین چالشی که مدیران کتابخانه با آن مواجه هستند درک فرهنگ سازمانی (روشی در تسهیل یا بازداشتن پذیرش تغییرات فنی و چالش‌های دیگر) است. شناخت فرهنگ سازمانی کتابخانه برای پرداختن به ابهامات ایجاد شده توسط ظهور تغییرات سریع محیطی، مسئله اصلی مدیران کتابخانه است (Varner, 1996). علاوه بر این شناخت فرهنگ سازمانی به عنوان مقوله‌ای ارزشمند جهت کمک به ارزیابی سازمان‌ها شناخته شده است، با توجه به اهمیت ارزیابی و لزوم هماهنگ شدن کتابخانه‌ها با تغییرات، این پژوهش سعی در شناخت فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی دارد.

کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی، سازمان‌هایی متفاوت از یکدیگر هستند، بر این اساس دارای اهداف متفاوت می‌باشند. کتابخانه‌های عمومی سهم عمده‌ای در بالابردن سطح دانش اجتماع و شکوفایی استعدادها و افراد یک جامعه دارند و کتابخانه‌های دانشگاهی برای کمک به اساتید و دانشجویان به وجود آمده‌اند (مزینانی، ۱۳۷۹). کتابخانه‌های عمومی نسبت به کتابخانه‌های دانشگاهی بیشتر در پی جذب مخاطب هستند. بر این اساس به نظر می‌رسد تفاوتی بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی وجود داشته باشد، این تفاوت باعث به وجود آمدن عملکردهای متفاوت در کتابخانه‌ها می‌شود. از آن جایی که فرهنگ سازمانی اغلب متناسب با اهداف سازمان‌ها شکل می‌گیرد، می‌تواند نماینده تفاوت اهداف در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی باشد. لذا شناسایی و مقایسه فرهنگ سازمانی حاکم بر این دو نوع کتابخانه روشی در نمایان نمودن تفاوت ضروری این دو کتابخانه در عملکرد و هدف است. مشخص نبودن این موضوع که آیا فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی یکسان هستند یا خیر یکی از محرک‌های اساسی پژوهش به شمار می‌رود.

از سوی دیگر، رضایت مشتری یکی از مهمترین عوامل در تعیین موفقیت سازمان‌ها و یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌ها به شمار می‌آید (واشقانی فراهانی، ۱۳۸۸). در حقیقت کلید تضمین موفقیت سازمانی هر مرکزی در قرن بیست و یکم توجه اساسی به مصرف کننده است. اجرای مطلوب راهبرد مشتری مداری نیازمند هماهنگی با فرهنگ سازمانی موجود است. زیرا در هر سازمانی فرهنگ منحصر به فرد آن سازمان وجود دارد که به افراد شیوه فهم و معنی بخشیدن به رویدادها را نشان می‌دهد (Naem, Saif, 2008)، لذا هنگامی می‌توان انتظار داشت که اصول مشتری مداری از سوی کارکنان رعایت گردد که فرهنگ سازمانی متناسب با آن در سازمان وجود داشته باشد. در واقع اگر بستر فرهنگی در سازمان وجود نداشته باشد اجرای اصول مشتری مداری با مانعی جدی مواجه می‌شود (واشقانی فراهانی، ۱۳۸۸). نتایج پژوهش‌های بسیاری از پژوهشگران از جمله (کاشانی زاده، ۱۳۸۰. موسوی شوشتری، ۱۳۸۲. مرادمنند، ۱۳۸۵. مردای مقدم، ۱۳۸۴. اباذری، ۱۳۸۵ و...) نارضایتی مراجعان را از خدمات کتابخانه‌ها نشان می‌دهند. با توجه به آن چه گفته شد و این که هدف کتابخانه‌های امروزی، توانمند سازی مراجعان در بهره برداری هر چه بیشتر و بهتر از منابع و خدمات کتابخانه است، انتظار می‌رود بین فرهنگ سازمانی و رضایت کاربر در کتابخانه رابطه ای وجود داشته باشد. بررسی این موضوع که آیا بین فرهنگ سازمانی و رضایت کاربر رابطه ای وجود دارد یا خیر می‌تواند به مدیران دیدگاه‌های مناسبی در زمینه ارتقای میزان رضایت در کتابخانه‌ها، ارائه دهد.

انتظار می‌رود نتایج حاصل از این پژوهش، با بررسی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌ها، و نمایش تفاوت این موضوع در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی ایران، به مدیران کتابخانه‌ها کمک کند با اتخاذ راهبرد مناسب به سوی ایجاد سازمان نوآور حرکت کنند و توان بهره گیری از خلاقیت کارکنان را افزایش دهند. علاوه براین، این پژوهش با نمایش رابطه فرهنگ سازمانی و رضایت کاربران، به مدیران در بهبود عملکرد و بهره‌وری و در نتیجه آن برآوردن نیازهای کاربران و افزایش رضایت آنان یاری خواهد رساند.

۱-۳-اهداف تحقیق

۱. شناسایی و مقایسه فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی با کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران؛
۲. شناسایی و مقایسه خرده فرهنگ‌های سازمانی موجود در کتابخانه‌های عمومی با کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران؛
۳. تعیین و بررسی رابطه بین میزان رضایت کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران و فرهنگ سازمانی حاکم بر این کتابخانه‌ها؛
۴. تعیین و بررسی رابطه میزان رضایت کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران و فرهنگ سازمانی حاکم بر این کتابخانه‌ها.

۱-۴-سوالات تحقیق

۱. خرده فرهنگ‌های سازمانی موجود در کتابخانه‌های عمومی شهر تهران در کدام دسته از خرده فرهنگ‌ها قرار می‌گیرد؟
۲. خرده فرهنگ‌های سازمانی موجود در کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران در کدام دسته از خرده فرهنگ‌ها قرار می‌گیرد؟
۳. آیا فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران متفاوت می‌باشند؟
۴. بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی شهر تهران با رضایت کاربران چه رابطه‌ای وجود دارد؟
۵. بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران با رضایت کاربران چه رابطه‌ای وجود دارد؟

۱-۵- فرضیه‌ها

۱. فرهنگ سازمانی مطلوب در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران به صورت معناداری متفاوت است.
۲. نوع فرهنگ سازمانی موجود براساس سطح تحصیلات کتابداران به صورت معناداری متفاوت است.
۳. نوع فرهنگ سازمانی مطلوب کتابداران بر اساس سطح تحصیلات آنها به صورت معناداری متفاوت است.
۴. نوع فرهنگ سازمانی موجود براساس رشته تحصیلی کتابداران به صورت معناداری متفاوت است.
۵. نوع فرهنگ سازمانی مطلوب کتابداران بر اساس رشته تحصیلی آنها به صورت معناداری متفاوت است.
۶. نوع فرهنگ سازمانی موجود براساس سابقه کار کتابداران به صورت معناداری متفاوت است.
۷. نوع فرهنگ سازمانی مطلوب کتابداران بر اساس سابقه کار آنها به صورت معناداری متفاوت است.
۸. هرچه فرهنگ سازمانی به سمت فرهنگ بازاری گرایش پیدا می‌کند، میزان رضایت کاربران افزایش می‌یابد.

۱-۶- تعاریف عملیاتی

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی عبارت است از الگوی منحصر به فرد از مفروضات، ارزش‌ها، هنجارهای مشترک که فعالیت‌های جامعه پذیری، زبان، سمبل‌ها و عملیات سازمان را شکل می‌دهد (حقیقی و دیگران،