

## بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران

عبدالحکیم منصوری نژاد (نویسنده مسئول)

کارشناس ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی  
mansorinezhad@gmail.com

نادر نقشینه

استادیار گروه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران  
nnaghsh@ut.ac.ir

محمود احمدپور داریانی

استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران  
ahmadpor@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱۰/۱۴؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۳/۲۱

### چکیده

**هدف:** این پژوهش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ را مورد مطالعه قرار داده است.

**روش:** این پژوهش به روش پیمایشی انجام شد و برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه بومی و استاندارد استفاده گردید. به دلیل کم بودن حجم جامعه پژوهش از نمونه‌گیری استفاده نشد. پس از توزیع پرسشنامه در میان ۱۵۱ عضو جامعه پژوهش، در نهایت ۱۳۳ پرسشنامه تکمیل و برگردانده شد که با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای و تحلیل واریانس فریدمن مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که تنها ۳۸/۴ درصد دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی بودند. همچنین آنها در اکثر ویژگی‌ها فاصله زیادی با وضعیت مطلوب داشتند. البته، دانشجویان در ویژگی‌های کنون کنترل به وضعیت مطلوب نزدیک بوده و در ویژگی تحمل ابهام وضعیت بسیار خوبی داشتند.

**اصالت/ارزش:** با تکیه بر نتایج حاصل از این پژوهش، مسئولان امر می‌توانند برای تربیت کتابدارانی کارآفرین، با حفظ ویژگی‌های قوی کارآفرینانه، بر روی ویژگی‌های ضعیف تمرکز کرده و به تقویت آنها بپردازند.

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی، رویکرد ویژگی‌ها، ویژگی‌های شخصیتی، کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشجو، دانشگاه تهران

Research on Information Science and Public Libraries  
The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation  
Vol. 18, No.3, Successive No.70 Fall 2012  
Pp. 449-468  
Indexed in SID, ISC & MagIran

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی  
فصلنامه علمی-پژوهشی  
دوره ۱۸، شماره ۳، پیاپی ۷۰، پاییز ۱۳۹۱  
ص ص ۴۴۹-۴۶۸  
نمایه شده در SID، ISC و MagIran

## مقدمه

تغییر جزء ثابت زمان معاصر است و هیچ سازمانی نمی‌تواند از آن و آثارش بگریزد. کابوس تغییر، چه فرصت فرض شود چه تهدید، ذهن هیأت مدیره هر سازمانی را به خود مشغول می‌کند و کتابخانه نیز از این امر مستثنی نیست (واینگانده<sup>۱</sup>، ۱۳۸۴). در واقع، تغییر و تحول، در حیطه کتابداری و اطلاع‌رسانی یک شیوه زندگی است. هر چند که هسته کاری کتابخانه‌ها - یعنی تدارک یک مجموعه سازمان یافته از مواد و یاری‌رسانی در استفاده از آن - ثابت مانده است، اما چگونگی انجام این کارها در حال تحول است (گیسک و مک‌نیل<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰).

از سوی دیگر، در گذشته مدیران کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی رقیبی در اطراف خود نمی‌دیدند، ولی امروزه در تمام جنبه‌های خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی رقیبانی حضور دارند (اوانز و دیگران<sup>۳</sup>، ۱۳۸۸) که آشکارترین آنها اینترنت و شبکه جهانی وب است. امروزه، دانشجویان، استفاده‌کنندگان و کارکنان سازمان‌ها تمایل دارند که به جای درخواست از یک کتابدار، خود در اینترنت به جست‌وجوی اطلاعات بپردازند (گیسک و مک‌نیل، ۲۰۱۰).

در هر حال، تغییر و تحولات گسترده و گوناگونی که در سال‌های اخیر در همه ابعاد حرفه کتابداری و اطلاع‌رسانی رخ داده است، از یک سو انواع کتابخانه‌ها را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر، ضرورت واکنش به آنها را بیش از پیش اجتناب‌ناپذیر کرده است و کتابداران مجبور هستند که برای حفظ موقعیت خود و استمرار مؤثر تلقی شدن بجنگند. این واکنش به شکل‌ها و رویکردهای گوناگونی انجام می‌شود. در این میان، برخی همچون سنت کلیر<sup>۴</sup> (۱۹۹۶)، توفتوی<sup>۵</sup> (۲۰۰۲) و آلیسون<sup>۶</sup> (۲۰۰۷) به کارآفرینی<sup>۷</sup> پرداخته‌اند.

در واقع، برای رویارویی بهتر با تغییرات، هر یک از اندیشمندان حرفه کتابداری و اطلاع‌رسانی راهکارهایی برگرفته از حوزه‌های دیگر ارائه کرده‌اند. برای آنکه این راهکارها بتوانند به گونه‌ای مناسب در این حرفه جا بیفتند و کارساز شوند، باید به تبیین اجزای گوناگون آنها در عرصه کتابداری و اطلاع‌رسانی پرداخت. از این رو، ضرورت انجام تحقیقاتی با موضوع کارآفرینی برای بررسی و روشنگری ابعاد کاربرد آن در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی آشکار می‌شود.

در این میان اما، برای آنکه بتوان شاهد کارآفرینی در حرفه کتابداری و اطلاع‌رسانی بود،

1. Darlene E. Weingand  
4. St. Clair

2. Giesecke & McNeil  
5. Toftoy

3. G. Edward Evans et al  
6. Allison  
7. Entrepreneurship

باید دید که آیا حرفه‌مندان این رشته از ویژگی‌های لازم برای کارآفرین شدن برخوردارند یا نه. بدین جهت و در همین راستا، این تحقیق به بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی در دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران - به عنوان حرفه‌مندان آینده این حرفه - پرداخت که با تکیه بر نتایج حاصل از این تحقیق، مسؤلان امر می‌توانند برای تربیت کتابدارانی کارآفرین، با حفظ ویژگی‌های قوی کارآفرینانه، بر روی ویژگی‌های ضعیف تمرکز کرده و به تقویت آنها پردازند.

البته پژوهشگران و صاحب‌نظران ویژگی‌های شخصیتی متعددی را برای کارآفرینان مطرح کرده‌اند که مهمترین و عمومی‌ترین آنها با پرسشنامه بومی کارآفرینی سنجیده می‌شود. مطابق این پرسشنامه، کارآفرینان دارای ۸ ویژگی هستند: ریسک‌پذیری<sup>۱</sup>، کانون کنترل<sup>۲</sup>، نیاز به موفقیت<sup>۳</sup>، چالش‌طلبی<sup>۴</sup>، تحمل ابهام<sup>۵</sup>، رویاپردازی<sup>۶</sup>، سلاست فکری<sup>۷</sup> و عملگرایی<sup>۸</sup>.

### پرسش‌های اساسی

بر اساس مسأله پژوهش که از عنوان مقاله پیداست، پرسش‌های زیر قابل طرح است:

۱. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی ریسک‌پذیری هستند؟
۲. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی کانون کنترل درونی هستند؟
۳. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی نیاز به موفقیت هستند؟
۴. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی چالش‌طلبی هستند؟
۵. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی تحمل ابهام هستند؟
۶. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی رویاپردازی هستند؟

1. Risk-taking

4. challenge seeking

7. Intellectual Fluency

2. Focus of control

5. Ambiguity tolerance

8. Activism

3. Need for achievement

6. Daydreaming

۷. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه دارای ویژگی سلاست

فکری هستند؟

۸. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی

عملگرایی هستند؟

۹. آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه دارای ویژگی کلی

کارآفرینی هستند؟

## ادبیات موضوع

### مفهوم کارآفرینی

علیرغم قدمت تاریخی کارآفرینی و بیش از سه قرن تحقیقات در خصوص آن، هنوز تعریف استاندارد و جامع و مانعی از آن وجود ندارد و به جرأت می‌توان گفت که به تعداد صاحب‌نظران کارآفرینی، تعریفی از این مفهوم وجود دارد و غالباً نیز تنها با دید اقتصادی به تعریف کارآفرینی پرداخته شده است.

کارآفرینی فرایند ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط مخاطره‌آمیز از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است. کارآفرینی تبدیل ایده‌نو به محصول یا خدمات است که از نتایج آن می‌توان به افزایش بهره‌وری، ایجاد ثروت، رفاه و اشتغال‌زایی اشاره کرد. کارآفرین فردی است که فرصت را درمی‌یابد و برای پیگیری آن فرصت با به‌کارگیری تفکر خلاق یک کسب و کار را راه‌اندازی می‌کند (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹). پیتر دراکر<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) کارآفرینی را به معنای «جست‌وجوی دائمی برای تغییر، واکنش در برابر آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت» بیان می‌کند. از سوی دیگر، جوزف شومپتر<sup>۲</sup> به عنوان کسی که برای اولین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرده است، کارآفرینی را فرایند «تخریب خلاق»<sup>۳</sup> می‌داند، بدین معنی که «هرگاه محصول یا خدمت جدید، فرایند جدید تولید، بازار جدید، منبع جدید یا صنعت جدیدی ایجاد می‌شود، چرخه‌ شرکت قدیم را از بین می‌برد و پویایی اقتصاد در همین زاد و ولد است» (صمدآقایی، ۱۳۷۸).

1. Drucker

2. Joseph Schumpeter

3. Creative Destruction

با این حال، دیوید مک‌کله‌لند<sup>۱</sup> به مفهوم ریشه‌ای و گسترده کارآفرینی پرداخت: «کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه است، بلکه یک شیوه زندگی است». از نگاه او، همه فعالیت‌های انسان می‌تواند به روش کارآفرینانه به اجرا درآید: از شعر گفتن تا رهبری جنگ (مک‌کله‌لند، ۱۹۶۱). در واقع، کارآفرینی عبارت است از ارزش‌آفرینی، و کارآفرین کسی است که بتواند ارزشی را در جامعه خلق نماید، چه ارزش مادی، و چه ارزش معنوی، سیاسی، فرهنگی یا اجتماعی. بنابراین هر یک از کارآفرینان اجتماعی، سیاسی و فرهنگی همچون کارآفرینان اقتصادی دائماً در جست‌وجوی نیازها و فرصت‌ها هستند تا از طریق خلاقیت، ریسک‌پذیری و رهبری، ارزش را در جامعه ایجاد و خلاء یا نقصی را دفع و اصلاح نمایند. از این رو، کارآفرینی یک شغل نیست که فقط در بُعد اقتصادی و آن هم در حوزه کسب و کار مطرح باشد، بلکه فراتر از آن یعنی یک سبک زندگی یا یک فرهنگ است که همواره همراه با کارآفرین است و بر تمام شئون زندگی او تأثیر می‌گذارد. لذا کسی که دارای ویژگی‌های کارآفرینانه است، الزاماً نباید وارد حوزه کسب و کار و بُعد اقتصادی کارآفرینی شود. همانطور که افراد زیادی در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی فعالیت می‌کنند و دارای ویژگی‌های کارآفرینانه هستند، ولی صاحب کسب و کاری نیستند یا برعکس افراد زیادی هستند که در موقعیت‌های کارآفرینانه قرار دارند یعنی صاحب کسب و کاری هستند، اما رفتار کارآفرینانه ندارند (صمدآقایی، ۱۳۸۷).

بر این اساس، زمانی که از کارآفرینی در کتابداری صحبت می‌کنیم، منظور ما تنها متوقف بر ایجاد کسب و کار مستقل یا کسب درآمد از فعالیت‌های کتابداری نیست، بلکه شامل مجموعه گسترده‌ای از اقدامات، ابتکارات و نوآوری‌هایی است که در راستای همگامی با تغییرات و نیز برآوردن اهداف آموزشی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی می‌باشند.

## رویکرد ویژگی‌ها

برای تبیین کارآفرینی نظریه‌ها و رویکردهای مختلفی از سوی اقتصاددانان، دانشمندان مدیریت و محققان علوم رفتاری ارائه شده است. در این میان، از اوایل دهه ۱۹۵۰، کارآفرینی

1. McClelland

مورد توجه روانشناسان قرار گرفت و ویژگی‌های شخصیتی به عنوان عاملی برای تشریح رفتارها و اهداف کارآفرینانه رواج بسیاری یافت (لولین و ویلسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). آنها با درک نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی و به منظور ارائه نظریه‌هایی مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی و همچنین با تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان با مدیران و غیر کارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان پرداختند (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹). می‌توان گفت ویژگی‌های شخصیتی و روانشناسی افراد، ساختارهایی برای تشریح ویژگی‌های رفتاری آنها می‌باشند که به تشریح این موضوع کمک می‌کنند که چرا افراد متفاوت، به یک موقعیت مشابه، واکنش‌هایی متفاوت نشان می‌دهند. در واقع سنجش ویژگی‌های کارآفرینی افراد و توسعه این ویژگی‌ها در آنان، به ایشان برای تلاش در جهت کسب موفقیت در دنیای متغیر کنونی کمک قابل توجهی خواهد نمود (توفتوی، ۲۰۰۲).

### ویژگی‌های شخصیتی

محققان فهرست بلندی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ارائه نموده‌اند که حتی گاهی با هم در تضادند و از طرفی هر کارآفرین به‌طور بالقوه یا بالفعل به یک نسبت از این ویژگی‌ها برخوردار نیست. در اینجا به مهمترین آنها اشاره می‌شود:

**ریسک‌پذیری:** به حالی گفته می‌شود که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی می‌کند. خطر کردن ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته باشد و حتی فرد از نتایج و پیامدهای احتمالی آن نیز بی‌اطلاع باشد (کردنایچ و دیگران، ۱۳۸۶).

**کانون کنترل:** کانون کنترل عبارت است از اینکه شخص چگونه منبع نتایج مثبت یا منفی را به خود یا دیگران نسبت می‌دهد. اگر رویداد خاصی را پیامد رفتار یا ویژگی‌های نسبتاً پایدار خود بدانند، دارای کانون کنترل درونی، و اگر آن را به بخت و اقبال نسبت داده یا تحت کنترل دیگران بدانند، دارای کانون کنترل بیرونی است (کردنایچ و دیگران، ۱۳۸۶).

**نیاز به موفقیت:** نیاز به موفقیت یعنی انگیزه برتری‌جویی، کسب موفقیت در زمینه مجموعه‌ای از استانداردها، و تلاش برای پیشرفت (اورعی‌یزدانی، ۱۳۷۳). لازم به یادآوری

1. Llewellyn & Wilson

2. Need for achievement

است که ویژگی شخصیتی چالش‌طلبی در پرسشنامه مورد استفاده، در حقیقت برخی از موارد نیاز به موفقیت را پوشش می‌دهد (کردنائیج و دیگران، ۱۳۸۶).

**تحمل ابهام:** قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرش عدم قطعیت به عنوان یک هنجار در زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر (فرای<sup>۱</sup>، ۱۹۹۳).

**خلاقیت:** توانایی تولید چیزی تازه و مؤثر. عبارت است از ترکیب عناصر مجزای ظاهراً غیرمرتبط در یک روش منحصر به فرد برای فراهم نمودن چیزی مفید (شافر<sup>۲</sup>، ۱۹۷۳). لازم به ذکر است که در طراحی پرسشنامه مورد استفاده، خلاقیت به سه عامل تبدیل شده است؛ نخست در حیطه خیالی (رویاپردازی)، دوم در حوزه فکری (سلاست فکری) و سوم در قلمرو عملی (عملگرایی) (کردنائیج و دیگران، ۱۳۸۶).

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی است که در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ در دانشگاه تهران مشغول به تحصیل بوده‌اند. بر طبق اعلام معاونت آموزشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، تعداد این دانشجویان ۱۵۱ نفر بودند که به علت کمی تعدادشان، نیازی به نمونه‌گیری احساس نشد و تمام آنها مورد بررسی قرار گرفت.

برای گردآوری داده‌ها از یک پرسشنامه بومی و استاندارد (کردنائیج و دیگران، ۱۳۸۶) استفاده شد که بر اساس رویکرد روانشناختی کارآفرینی و برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی طراحی شده است. این پرسشنامه شامل ۹۵ سؤال است که به سنجش ۸ عامل از ویژگی‌های شخصی مهم در کارآفرینی می‌پردازد.

برای محاسبه امتیاز پاسخگویان در مورد هر یک از مقولات به این صورت عمل شد که در سؤال‌های ۷۲ تا ۸۲، به هر یک از گزینه‌های کاملاً موافقم، موافقم، مخالفم، و کاملاً مخالفم، به ترتیب ۱، ۲، ۳ و ۴ امتیاز، و در بقیه سؤالات، به ترتیب ۴، ۳، ۲ و ۱ تعلق گرفت. بنابراین با

1. Fry

2. Shaffer

مراجعه به جدول ۱ می‌توان جایگاه هر فرد را از نظر میزان کارآفرینی و خصیصه‌های زیرمجموعه آن استخراج کرد. مطابق این جدول، همه ویژگی‌های هشت گانه و نیز مقیاس کلی کارآفرینی در یک پیوستار چهار مقوله‌ای از بسیار ضعیف تا بسیار قوی طبقه‌بندی شده‌اند.

جدول ۱. هنجارهای چهار مقوله‌ای خصیصه‌ها

مقوله	بسیار ضعیف	ضعیف	قوی	بسیار قوی
ریسک‌پذیری	[۱۸-۴۳]	[۴۳-۵۱]	[۵۱-۵۷]	[۵۷-۷۲]
کانون کنترل	[۱۷-۴۹]	[۴۹-۵۵]	[۵۵-۶۰]	[۶۰-۶۸]
نیاز به موفقیت	[۱۵-۴۴]	[۴۴-۴۸]	[۴۸-۵۳]	[۵۳-۶۰]
چالش‌طلبی	[۶-۱۶]	[۱۶-۱۹]	[۱۹-۲۱]	[۲۱-۲۴]
تحمل ابهام	[۱۱-۱۸]	[۱۸-۲۲]	[۲۲-۲۶]	[۲۶-۴۴]
رویاپردازی	[۷-۱۹]	[۱۹-۲۱]	[۲۱-۲۳]	[۲۳-۲۸]
سلاست فکری	[۱۳-۳۴]	[۳۴-۳۸]	[۳۸-۴۳]	[۴۳-۵۲]
عملگرایی	[۸-۲۵]	[۲۵-۲۸]	[۲۸-۳۰]	[۳۰-۳۲]
کارآفرینی	[۹۵-۲۶۴]	[۲۶۴-۲۸۳]	[۲۸۳-۳۰۳]	[۳۰۳-۳۸۰]

طبق جدول ۱، نمره قابل قبول در ویژگی‌های ریسک‌پذیری، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، چالش‌طلبی، سلاست فکری، عملگرایی، تحمل ابهام، رؤیاپردازی، و ویژگی کلی کارآفرینی به ترتیب ۵۱، ۵۵، ۴۸، ۱۹، ۲۲، ۲۱، ۳۸، ۲۸، و ۲۸۳ است. از میان پرسشنامه‌های توزیع شده، ۱۳۹ پرسشنامه عودت داده شد و از آن میان، ۱۳۳ پرسشنامه مناسب تشخیص داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که ۸۸/۰۷ درصد کل جامعه است.

### یافته‌ها

در ادامه به بررسی تحلیلی ۸ ویژگی شخصیتی (۸ پرسش اول) و در نهایت ویژگی کلی کارآفرینی (پرسش نهم) می‌پردازیم:



## الف) ویژگی ریسک‌پذیری

ریسک‌پذیری جزء لاینفک فعالیت‌های کارآفرینی است و کارآفرینان غالباً پذیرای چهار نوع ریسک مالی، شغلی، خانوادگی و اجتماعی، و روانی هستند (کوراتکو و هاجتس، ۲۰۰۱). همانطور که در ابتدا ذکر شد، تغییر جزء ثابت زمان معاصر است و تغییر فن‌آوری یک شیوه زندگی در کتابخانه‌های امروزی است و برای همگامی با تغییر نیازمند کتابدارانی ریسک‌پذیر هستیم. اگر مدیر کتابخانه‌ای قبل از به کارگیری فن‌آوری‌های جدید، در انتظار یافتن سیستمی کامل باشد، موفق نخواهد بود. کتابداران باید ریسک‌پذیر باشند و فن‌آوری‌های جدید را حتی اگر نتایج حاصله از آن تضمین نشده باشد، به کار گیرند. مدیران باید این طرز فکر را کنار بدهند که اگر نرم‌افزار و سخت‌افزار یک فن‌آوری خریداری شد، آنها می‌توانند آن فن‌آوری را برای زمانی طولانی حفظ کنند. سخت‌افزارها و نرم‌افزارها به صورت منظم تغییر می‌کنند و چنانچه کتابخانه‌ای بخواهد برای مراجعه‌کننده‌اش مهم باقی بماند، باید با این تغییر همگام باشد (گیسک و مک‌نیل، ۲۰۱۰). از سوی دیگر باید توجه داشت که هر ریسکی مورد نظر کارآفرینان نیست، بلکه ریسک حساب شده به صورت آسان‌تری قابل اداره و کنترل است. از این رو، کتابداران باید در مدیریت ریسک سه قاعده را به یاد داشته باشند: ۱. ریسک نکردن بیش از آن چیزی که کتابخانه توان از دست دادن آن را داشته باشد، ۲. ریسک نکردن مقدار فوق‌العاده‌ای از منابع کتابخانه، و ۳. بررسی نواقص و کمبودها قبل از اختصاص منابع (سنت کلیر، ۱۹۹۶).

بر اساس جدول ۲، به طور کلی تنها ۳۳/۸ درصد دانشجویان مورد بررسی از ویژگی ریسک‌پذیری برخوردارند. به عبارت دیگر، ریسک‌پذیری ۶۶/۲ درصد دانشجویان در حد مطلوب نیست. اما به منظور تصمیم‌گیری کلی در خصوص اینکه آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران از ویژگی ریسک‌پذیری برخوردار هستند یا نه، باید به نتایج آزمون میانگین (تی‌تک نمونه‌ای<sup>۱</sup>) توجه کرد. مطابق جدول ۳ تفاوت معناداری بین میانگین ریسک‌پذیری دانشجویان (۴۷/۰۹۷) با حداقل میانگین قابل قبول (۵۱) وجود دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطای ۰/۰۵ بوده و هر دو دامنه

1. Kuartko & Hudgettts

2. One-Sample t-test

برآورد فاصله‌ای، منفی است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی ریسک‌پذیری نیستند. یافته‌های بدری (۱۳۸۴) و زالی و همکاران (۱۳۸۶) هم این مسأله را تأیید می‌کنند. اما یافته‌های شریف‌زاده (۱۳۸۲) و رستگار هروکی (۱۳۸۸) خلاف این را تأیید می‌کنند.

#### ب) ویژگی کانون کنترل

کارآفرینان موفق به خودشان ایمان دارند. از نگاه آنها پیروزی یا شکست در گرو سرنوشت، بخت و اقبال یا نیروهایی از این قبیل نیست، بلکه در اختیار خودشان بوده، می‌توانند بر عواقب اعمال خود تأثیر بگذارند (کوراتکو و هاجتس، ۲۰۰۱). نتیجه این اعتقاد این است که فرد کارآفرین برای رسیدن به هدف، به منبع انرژی درونی خود و به تلاش و عملکرد خویش اتکا می‌کند. از سوی دیگر، افراد دارای کانون کنترل درونی از ویژگی‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری بالا، سلامت و بهداشت روانی بیشتر، تمایل به همکاری با دیگران و اعتماد به آنان، میل به پیشرفت و اعتماد به نفس زیادتر بهره‌مندند، در صورتی که افراد دارای کانون کنترل بیرونی از مسئولیت‌پذیری کم، غیرمنطقی بودن در برابر حوادث و علل رویدادها، رضایت شغلی پایین، نرخ غیبت بالا و احساس بیگانگی نسبت به محیط کار، عدم اعتماد به دیگران، انگیزش کم، اعتماد به نفس پایین و نظایر اینها برخوردارند (کردنائیج و دیگران، ۱۳۸۶). از این رو، ضرورت حضور کارمندانی با کانون کنترل درونی در یک سازمان انکارناپذیر است.

مطابق جدول ۲، کانون کنترل ۵۲/۶ درصد دانشجویان از نوع بیرونی است. بر همین اساس، ۴۷/۴ درصد آنها دارای کانون کنترل درونی هستند؛ زیرا امتیاز بالای ۵۵ (قوی و بسیار قوی) کسب کرده‌اند.

اما در نهایت برای تصمیم‌گیری در خصوص اینکه آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی کانون کنترل درونی هستند یا نه، از نتایج آزمون میانگین استفاده می‌شود. نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که تفاوت معناداری بین میانگین کانون کنترل دانشجویان (۵۴/۲۱۰) با حداقل میانگین قابل قبول (۵۵) وجود ندارد. هر چند

سطح معناداری آزمون بزرگ‌تر از میزان خطای ۰/۰۵ است، ولی چون هر دو دامنه برآورد فاصله‌ای منفی است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار نمود که دانشجویان این رشته دارای ویژگی کانون کنترل نیستند.

این نتیجه با یافته رستگار هروکی (۱۳۸۸) همخوانی دارد که بر اساس آن، کتابداران در ویژگی کانون کنترل در سطح پایین‌تری قرار داشتند. اینکه در هر دو تحقیق، دانشجویان و شاغلان کتابداری نتوانستند نمره قابل قبولی در ویژگی کانون کنترل کسب کنند، جای تأمل دارد. اما بر طبق یافته‌های بدری (۱۳۸۴) و زالی و همکاران (۱۳۸۶)، دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و مازندران از وضعیت مطلوبی در ویژگی کانون کنترل برخوردار بودند.

### ج) ویژگی نیاز به موفقیت

یکی از بارزترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بر خورداری از انگیزه پیشرفت بالا یا نیاز به موفقیت است که تمام تحقیقات آن را تأیید می‌کنند و بر خورداری از آن، نشان‌دهنده میل فرد نسبت به انجام دادن کاری، سر و سامان دادن به محیط مادی و اجتماعی خود، فائق آمدن بر موانع، زیاد کردن رقابت از طریق کوشش برای بیشتر انجام دادن کارها، و سبقت جستن یا پیشی گرفتن بر دیگران است (صمدآقایی، ۱۳۷۸). افراد موفقیت‌طلب بهترین کارکنان سازمان هستند؛ نیروهایی خودکار، خودکنترل که موفقیت‌شان پاداش‌شان نیز هست و بنابراین مدیریت نیازی به ایجاد انگیزش در آنها ندارد و به دیگر سخن، این افراد از انگیزش‌های برونی بی‌نیاز هستند و یا دست کم نیاز کمتری به انگیزش‌های برونی دارند (اورعی‌یزدانی، ۱۳۷۳). این مسأله امری عادی و بدیهی است که کتابداران و اطلاع‌رسانان نیز همچون شاغلان دیگر حرفه‌ها برای موفقیت در کار و دستیابی به هدف‌های آرمانی تخصصی و کار خود تلاش کنند. ارزشیابی‌های مداوم، تدوین سیاست‌ها و مقرارت سازمانی و تنظیم استانداردهایی برای هر یک از خدمات اطلاع‌رسانی نمونه‌هایی است از تلاش‌هایی که کتابداران و اطلاع‌رسانان برای برآوردن نیاز به موفقیت خود و سازمان‌شان انجام می‌دهند (رستگار هروکی، ۱۳۸۸).

بر اساس جدول ۲، نیاز به موفقیت ۶۹/۲ درصد دانشجویان در حد مطلوب نیست. به عبارت دیگر، تنها ۳۰/۸ درصد آنها از ویژگی نیاز به موفقیت برخوردارند. اما به منظور تصمیم‌گیری کلی در خصوص اینکه آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

دانشگاه تهران از ویژگی نیاز به موفقیت برخوردار هستند یا نه، باید به نتایج آزمون میانگین توجه شود. مطابق جدول ۳، تفاوت معناداری بین میانگین نیاز به موفقیت دانشجویان (۴۵/۱۹۵) با حداقل میانگین قابل قبول (۴۸) وجود دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطا ( $0/05 < 0/000$ ) بوده و هر دو دامنه برآورد فاصله‌ای منفی است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی نیاز به موفقیت نیستند. این مسأله با یافته‌های زالی و همکاران (۱۳۸۶) و رستگار هروکی (۱۳۸۸) مطابقت دارد، هر چند با یافته‌های شریف‌زاده (۱۳۸۲) و بدری (۱۳۸۴) هم‌خوانی ندارد.

#### د) ویژگی چالش‌طلبی

ویژگی شخصیتی چالش‌طلبی در حقیقت بعضی از موارد نیاز به موفقیت را پوشش می‌دهد و از همان اهمیت ویژگی نیاز به موفقیت برخوردار است.

همان‌گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد، ۷۹ درصد دانشجویان دارای میزان چالش‌طلبی ضعیف و بسیار ضعیف هستند. بر همین اساس، تنها ۲۱ درصد آنها دارای خصیصه چالش‌طلبی هستند؛ زیرا امتیاز بالای ۱۹ (قوی و بسیار قوی) کسب کرده‌اند.

اما در نهایت برای تصمیم‌گیری در مورد اینکه آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی چالش‌طلبی هستند یا نه، از نتایج آزمون میانگین بهره‌برداری شد. نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که تفاوت معناداری بین میانگین چالش‌طلبی دانشجویان (۱۷/۳۰۸) با حداقل میانگین قابل قبول (۱۹) وجود دارد. از آنجایی که سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطای  $0/05$  بوده و هر دو دامنه برآورد فاصله‌ای منفی است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی چالش‌طلبی نیستند.

#### ه) ویژگی تحمل ابهام

یکی از ویژگی‌های محیط کار آفرینی، ابهام، عدم ثبات و فقدان دانش پایه‌ای کافی است. برای بسیاری از افراد غیر کار آفرین چنین محیطی غیرقابل پذیرش است (کردنائیج و دیگران،

۱۳۸۶). کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی نمایند، قادرند تا به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان‌نیافته و غیرشفاف روبرو شوند (جینگز، ۱۹۹۴) و ضمن رفع ابهامات، آنها را به نفع خود تغییر دهند. در واقع، ابهام سبب انگیزش آنها می‌شود (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹).

مطابق جدول ۲، ۷۵/۲ درصد دانشجویان از ویژگی تحمل ابهام برخوردارند. به عبارت دیگر، تحمل ابهام تنها ۲۴/۸ درصد آنها در حد مطلوب نیست.

اما به‌طور کلی برای تصمیم‌گیری درباره‌ی تحمل ابهام دانشجویان رشته‌ی علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران باید از آزمون میانگین استفاده شود که نتیجه آن در جدول ۳ ارائه شده است. مطابق جدول مزبور تفاوت معناداری بین میانگین تحمل ابهام دانشجویان (۲۶/۹۳۹) با حداقل میانگین قابل قبول (۲۲) وجود دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطای ۰/۰۵ بوده و هر دو دامنه برآورد فاصله‌ای مثبت است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی تحمل ابهام هستند. در این زمینه رستگار هروکی (۱۳۸۸) هم به نتیجه مشابهی رسیده است.

#### و) ویژگی رؤیابرداری

ویژگی‌های رؤیابرداری، سلاست فکری و عملگرایی دانشجویان به‌عنوان سه عامل مشخصه‌ی خلاقیت هستند و خلاقیت جوهره‌ی اساس کارآفرینی است (صمدآقایی، ۱۳۷۸). کتابداران و اطلاع‌رسانان نیز از این ویژگی بهره‌مندند. هر کتابدار پتانسیل مشخصی برای فعالیت خلاق دارد. این پتانسیل ممکن است از فردی به فرد دیگر متفاوت باشد، اما تفاوت‌های گسترده، بیشتر به شکست در فهم پتانسیل ذاتی مربوط هستند تا محدودیت‌های ذاتی. بدون تفکر خلاق، روش‌های سنتی و غیر مؤثر عملیات کتابداری تغییر نیافته باقی خواهند ماند (شافر، ۱۹۷۳). هنگامی که کتابدار مرجع سعی می‌کند پرسش کاربر را درک کند و براساس توضیحات وی و با توجه به دانش و شناخت خود، فهرستی از منابع مرجع و پاسخ‌های ممکن را آماده کند، فرایند تفکر خلاق در حال شکل‌گیری است. توضیحات بیشتر کاربر، منجر می‌شود

تا فکر کتابدار بر مسأله متمرکز شود و در نتیجه به آنچه فرد به طور خاص می‌خواهد، دست یابد. این فرایند همان تفکر خلاق است. تفکر خلاق است که برای فرد سطح بالای اعتماد به نفس، پشتکار، انگیزه و بلندهمتی را به همراه می‌آورد (اولسن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹). در واقع خلاقیت فرد، تفکر مثبت و منطقی در برابر حوادث و رویدادها را برای وی به وجود می‌آورد؛ یعنی همان برخورداری از ویژگی کانون کنترل درونی. کتابداران خلاق از ریسک کردن نمی‌گریزند و اشتباه و شکست را به عنوان بخشی از آنچه باید در راه دستیابی به موفقیت بیاموزند، تلقی می‌کنند. این امر به این دلیل است که قبل از انجام هر کار با توجه به خط‌مشی کتابخانه و شناختی که از نیازهای کاربران خود دارند، با پیش‌بینی تمام مسائل و برنامه‌ریزی دقیق، اقدام به اجرای عملی آن کار می‌کنند (رستگار هروکی، ۱۳۸۸).

همانطور که جدول ۲ نشان می‌دهد، به طور کلی تنها ۳۸/۳ درصد دانشجویان از ویژگی رؤیایپردازی برخوردارند و رؤیایپردازی بقیه آنها (۶۱/۷ درصد) در حد مطلوب نیست. البته برای تصمیم‌گیری نهایی درباره اینکه آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران از ویژگی رؤیایپردازی برخوردار هستند یا نه، باید به نتایج آزمون میانگین توجه شود. مطابق جدول ۳، تفاوت معناداری بین میانگین رؤیایپردازی دانشجویان (۲۰/۳۶۰) با حداقل میانگین قابل قبول (۲۱) وجود دارد. بنابراین با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطا ( $0/05 < 0/040$ ) بوده و هر دو دامنه برآورد فاصله‌ای منفی است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی رؤیایپردازی نیستند.

### ز) ویژگی سلاست فکری

مطابق جدول ۲، تنها ۲۹/۴ درصد دانشجویان از ویژگی سلاست فکری برخوردارند. به عبارت دیگر، سلاست فکری ۷۰/۶ درصد دانشجویان در حد مطلوب نیست.

اما به طور کلی در خصوص تصمیم‌گیری درباره سلاست فکری دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران باید از آزمون میانگین استفاده شود که نتیجه آن در جدول ۳ ارائه شده است. مطابق جدول مزبور تفاوت معناداری بین میانگین سلاست فکری

1. Olson

دانشجویان (۳۵/۴۳۶) با حداقل میانگین قابل قبول (۳۸) وجود دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطای ۰/۰۵ بوده و هر دو دامنه برآورد فاصله‌ای، منفی است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار کرد که دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی سلاست فکری نیستند.

### ح) ویژگی عملگرایی

همانگونه که جدول ۲ نشان می‌دهد، ۶۰/۲ درصد دانشجویان دارای میزان عملگرایی ضعیف و بسیار ضعیف هستند. بر همین اساس، تنها ۳۹/۸ درصد آنها دارای خصیصه عملگرایی هستند؛ زیرا امتیاز بالای ۲۸ (قوی و بسیار قوی) کسب کرده‌اند.

اما در نهایت برای تصمیم‌گیری در خصوص اینکه آیا دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی عملگرایی هستند یا نه، از نتایج آزمون میانگین استفاده می‌شود. نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که تفاوت معناداری بین میانگین عملگرایی دانشجویان (۲۷/۳۰۰) با حداقل میانگین قابل قبول (۲۸) وجود دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطای ۰/۰۵ بوده و هر دو دامنه برآورد فاصله‌ای منفی است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار کرد که دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی عملگرایی نیستند.

با توجه به این سه عامل می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی خلاقیت نیستند. زالی و همکاران (۱۳۸۶) نیز به یافته مشابهی در این زمینه رسیدند. این مسأله با یافته‌های بدری (۱۳۸۴) و رستگار هروکی (۱۳۸۸) همخوانی ندارد.

### ت) ارزیابی کلی ویژگی کارآفرینی دانشجویان

همانطور که از جدول ۲ برمی‌آید، به طور کلی تنها ۳۸/۴ درصد دانشجویان از ویژگی کلی کارآفرینی برخوردارند. به عبارت دیگر، کارآفرینی ۶۱/۶ درصد دانشجویان در حد مطلوب نیست. اما برای تصمیم‌گیری نهایی درباره کارآفرینی دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران باید از آزمون میانگین استفاده شود. جدول ۳ نتایج آزمون

میانگین را در مورد امتیاز کلی کارآفرینی دانشجویان نشان می‌دهد. مطابق جدول فوق، میانگین امتیاز کل کارآفرینی برابر ۲۷۳/۸۴۹ و کوچک‌تر از ارزش آزمون (۲۸۳) است. از این رو، با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کوچک‌تر از میزان خطا است ( $0/05 < 0/01$ )، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار نمود که در کل، دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران دارای ویژگی کلی کارآفرینی نیستند. طبق پژوهش زالی و همکاران (۱۳۸۶)، دانشجویان دانشگاه مازندران نیز دارای ویژگی کلی کارآفرینی نبودند. اما کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز (شریف‌زاده، ۱۳۸۲) و کتابداران کتابخانه‌های ۱۳ دانشگاه دولتی شهر تهران (رستگار هروکی، ۱۳۸۸) در وضعیت مطلوبی بوده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی میزان ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان

متغیر	بسیار ضعیف	ضعیف	قوی	بسیار قوی
ریسک‌پذیری	۴۴	۴۴	۲۶	۱۹
	۳۳/۱	۳۳/۱	۱۹/۵	۱۴/۳
کانون کنترل	۳۶	۳۴	۳۲	۳۱
	۲۷/۱	۲۵/۶	۲۴/۱	۲۳/۲
نیاز به موفقیت	۶۴	۲۸	۲۲	۱۹
	۴۸/۱	۲۱/۱	۱۶/۵	۱۴/۳
چالش‌طلبی	۴۸	۵۷	۱۶	۱۲
	۳۶/۱	۴۲/۹	۱۲/۰	۹/۰
تحمل ابهام	۱۲	۲۱	۲۶	۷۴
	۹/۰	۱۵/۸	۱۹/۵	۵۵/۷
رویاپردازی	۵۰	۳۲	۲۷	۲۴
	۳۷/۶	۲۴/۱	۲۰/۳	۱۸/۰
سلاست فکری	۵۱	۴۳	۳۰	۹
	۳۸/۳	۳۲/۳	۲۲/۶	۶/۸
عملگرایی	۳۸	۴۲	۳۲	۲۱
	۲۸/۶	۳۱/۶	۲۴/۱	۱۵/۸
کارآفرینی	۴۶	۳۶	۳۲	۱۹
	۳۴/۶	۲۷/۱	۲۴/۱	۱۴/۳



جدول ۳. آماره‌ها و نتایج آزمون میانگین ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان

متغیر	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	t	سطح معناداری	برآورد فاصله‌ای	
						حد پایین	حد بالا
ریسک‌پذیری	۴۷/۰۹۷	۹/۳۴۲	۱۳۲	-۴/۸۱۷	۰/۰۰۰	۵۱	۵/۰۴ - ۲/۲۹۹
کانون کنترل	۵۴/۲۱۰	۷/۸۷۷	۱۳۲	-۱/۱۵۶	۰/۲۵۰	۵۵	۲/۱۴۰ - ۰/۵۶۱
نیاز به موفقیت	۴۵/۱۹۵	۷/۲۷۴	۱۳۲	-۴/۴۴۶	۰/۰۰۰	۴۸	۴/۰۵۲ - ۱/۵۵۶
چالش‌طلبی	۱۷/۳۰۸	۲/۹۷۰	۱۳۲	-۶/۵۶۹	۰/۰۰۰	۱۹	۲/۲۰۱ - ۱/۱۸۲
تحمل ابهام	۲۶/۹۳۹	۶/۱۴۸	۱۳۲	۹/۲۶۶	۰/۰۰۰	۲۲	۳/۸۸۵ - ۵/۹۹۴
رؤیاءداری	۲۰/۳۶۰	۳/۵۶۱	۱۳۲	-۲/۰۶۹	۰/۰۴۰	۲۱	۱/۲۵۰ - ۰/۰۲۸
سلاست فکری	۳۵/۴۳۶	۶/۵۵۶	۱۳۲	-۴/۵۱۰	۰/۰۰۰	۳۸	۳/۶۸۸ - ۱/۴۳۹
عملگرایی	۲۷/۳۰۰	۲/۹۷۲	۱۳۲	-۲/۷۱۳	۰/۰۰۸	۲۸	۱/۲۰۹ - ۰/۱۸۹
کارآفرینی	۲۷۳/۸۴۹	۳۰/۸۹۷	۱۳۲	-۳/۴۱۵	۰/۰۰۱	۲۸۳	۱۴/۴۵۰ - ۳/۸۵۰

هر چند دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران به طور کامل و به تنهایی دارای هر یک از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی (بجز تحمل ابهام) نیستند، اما چنین به نظر می‌رسد که برخی از این ویژگی‌ها نسبت به ویژگی‌های دیگر در نزد آنها از سطح بیشتری برخوردار است. در این زمینه، آزمون تحلیل واریانس فریدمن<sup>۱</sup> برای رتبه‌بندی ویژگی‌های هشتگانه کارآفرینی بکار گرفته شده است. جدول ۴ نتایج این آزمون را نشان می‌دهد. در این تکنیک، فرض «برابری رتبه میانگین ویژگی‌های هشتگانه کارآفرینی» آزمون می‌شود.

جدول ۴. نتایج آزمون فریدمن ویژگی‌های هشتگانه کارآفرینی

درجه آزادی	کای اسکوئر	سطح معناداری
۷	۱۵۴/۴۱۱	۰/۰۰۰

مطابق جدول ۴، چون سطح معناداری آزمون، کوچکتر از میزان خطا است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که رتبه میانگین ویژگی‌های هشتگانه کارآفرینی دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران با هم برابر نیست. به عبارت دیگر، برخی از ویژگی‌ها

1. Friedman analysis of variance

نسبت به بقیه از میزان بیشتری برخوردار است. جدول ۵ رتبه میانگین ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان را نشان می‌دهد.

جدول ۵. اولویت‌بندی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان

اولویت‌بندی	رتبه میانگین	ویژگی کارآفرینی	ردیف
اول	۶/۴۴	تحمل ابهام	۱
دوم	۴/۹۸	کانون کنترل	۲
سوم	۴/۵۸	عملگرایی	۳
چهارم	۴/۳۰	رویاپردازی	۴
پنجم	۴/۲۸	ریسک‌پذیری	۵
ششم	۳/۸۳	سلاست فکری	۶
هفتم	۳/۸۲	نیاز به موفقیت	۷
هشتم	۳/۷۷	چالش‌طلبی	۸

طبق جدول ۵، ویژگی تحمل ابهام و کانون کنترل به ترتیب با رتبه میانگین ۶/۴۴ و ۴/۹۸ در اولویت‌های اول و دوم قرار دارند، در حالی که خصیصه چالش‌طلبی با کمترین رتبه میانگین (۳/۷۷) در اولویت آخر است.

### نتیجه‌گیری

بدون تردید کتابداران زمانی در انجام وظایف محوله موفق خواهند بود که دارای ویژگی‌هایی باشند که بتوانند از آنها در انجام مسئولیت‌های خود استفاده کنند. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی نیز از این‌ها هستند. وجود هر یک از آنها در کتابداران، باعث همگامی حرفه کتابداری و اطلاع‌رسانی با تغییرات روزافزون و رشد و دوام کتابخانه‌ها خواهد بود. با این حال، بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران نشان داد که این دانشجویان در اکثر ویژگی‌ها فاصله زیادی با وضعیت مطلوب داشتند، در ویژگی کانون کنترل به وضعیت مطلوب نزدیک شده بودند، و تنها در ویژگی تحمل ابهام بود که وضعیت بسیار خوبی داشتند.

نظر به وضعیت نامناسب دانشجویان مورد بررسی و با توجه به اهمیت ویژگی‌های شخصیتی در کارآفرینی، مسئولان مربوطه باید توجه خاصی به بهبود وضعیت آنها مبذول دارند. در این بین، تلاش برای آموزش مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی می‌تواند گام مؤثری در جهت ارتقاء ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی باشد. این آموزش بایستی موارد مهمی همچون روش‌های ایجاد و پرورش تفکر خلاق، تلاش فراوان برای دستیابی به موفقیت، تمایل به ریسک‌پذیری، داشتن پشتکار در رویارویی با مشکلات و پذیرش مسئولیت انجام کارها را در برگیرد.

علیرغم اینکه نتیجه پژوهش ظاهراً خوشایند نیست، با توجه به محدودیت ذاتی ابزار پرسشنامه از یک سو و وجود ویژگی‌های شخصیتی دیگر در ادبیات کارآفرینی از سوی دیگر، می‌توان امیدوار بود که در آینده و با تحقیقات بیشتر در زمینه ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و نیز کتابداران و متخصصان اطلاع‌رسانی به نتایج مطمئن‌تری رسید.

## منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۹). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: شرکت پردیس ۵۷. اوانز، ادوارد جی؛ لیزل وارد، پاتریشیا؛ و روگاس، بندیک (۱۳۸۸). مبانی مدیریت برای متخصصان اطلاع‌رسانی. ترجمه مینو واعظزاده و دیگران. تهران: سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- اورعی‌یزدانی، بدرالدین (۱۳۷۳). انگیزه توفیق‌طلبی؛ عامل خودکنترلی و کارآفرینی. دانش مدیریت، ۲۶ (۳)، ۴۰-۴۹.
- بدری، احسان (۱۳۸۴). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان.
- رستگار هروکی، زهرا (۱۳۸۸). سنجش ویژگی‌های کارآفرینی کتابداران و اطلاع‌رسانان شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، تهران.
- زالی، محمدرضا؛ مدهوشی، مهرداد و کردنائیج، اسدالله (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران). مدرس علوم انسانی، ۵۵ (۳)، ۸۱-۱۱۳.
- شریف‌زاده، مریم (۱۳۸۲). بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در راستای تقویت روحیه کارآفرینی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، شیراز.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۷۸). سازمان‌های کارآفرین. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

\_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). کارآفرینی پیشرفته: کارآفرینی در کارآفرینی. چاپ دوم. تهران: موسسه کار و تأمین اجتماعی.

کردنائیج، اسدالله و دیگران (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

واینگانند، دارلین ای. (۱۳۸۴). خدمت عالی به مشتری: راهنمایی مختصر برای کتابداران. ترجمه مرضیه هدایت. تهران: سمت.

### References

- Allison, M. M. (2007). Women's Health: Librarian as Social Entrepreneur. *Library Trends*, 56 (2), 423-448.
- Drucker, Peter F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Collins Publisher.
- Fry, F. L. (1993). *Entrepreneurship: A Planning Approach*. Eagan, Minnesota: West Pub. Co.
- Giesecke, J. & McNeil, B. (2010). *Fundamentals of Library Supervision*. second edition. Chicago: ALA.
- Jennings, D. (1994). *Multiple Perspectives of Entrepreneurship Test, Readings, and Cases*. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Kuartko, D. F. & Hudgetts, Richard M. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. New York: The Dryden Press.
- Llewellyn, David J. & Wilson, Kerry M. (2003). The Controversial Role of Personality Traits in Entrepreneurial Psychology. *Education + Training*, 45 (6), 341-345.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. New Jersey: Van Nostrand Company.
- Olson, John A. (1999). What Academic Librarians Should Know about Creative Thinking. *The Journal of Academic Librarianship*, 25 (5), 383-389.
- Shaffer, D. E. (1973). *Creativity for Librarians: A Management Guide to Encourage Creative Thinking*. Ohio: Author.
- St Clair, G. (1996). *Entrepreneurial Librarianship: The Key to Effective Information Services Management*. London: Bowker-Saur.
- Toftoy, C. N. (2002). The Key to a Librarian's Success: Developing Entrepreneurial Traits. *Information Outlook*, 6 (6), 42-45.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

منصوری نژاد، عبدالحکیم؛ نقشینه، نادر و احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۱). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۸ (۳)، ۴۴۹-۴۶۸.