

بسم الله الرحمن الرحيم

ارزیابی مدیریت کتابخانه‌ها (مدل BSC)

مؤلف: یاسمن نقی زاده

سروشنامه: نقی زاده، یاسمن، ۱۳۶۳ -

عنوان و نام پدیدآور: ارزیابی مدیریت کتابخانه ها (مدل BSC) / یاسمن نقی زاده.

مشخصات نشر: نقده: سولدوزبایجان، ۱۳۹۷. مشخصات ظاهری: ۱۱۶ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س م.

شابک: ۸-۵۱-۷۳۸۸-۶۰۰-۹۷۸ وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: کارکنان -- ارزیابی. موضوع: Employees - Rating of

موضوع: عملکرد -- مدیریت -- ارزیابی موضوع: Performance - - Management - - Evaluation

موضوع: عملکرد -- ارزیابی موضوع: Performance - - Evaluation

موضوع: کارآمدی سازمانی -- ارزیابی موضوع: Organizational effectiveness - - Evaluation

موضوع: کارت امتیازی متوازن (مدیریت) موضوع: Balanced scorecard (Management)

ده بندی کنگره: ۱۳۹۷ ۴ الف ن ۷ / HF ۵۵۴۹/۵

شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۳۹۷۹۳

رده بنیادی: ۶۵۸ / ۳۱۲۵



انتشارات سولدوزبایجان

شناسنامه کتاب

نام کتاب: ارزیابی مدیریت کتابخانه ها (BSC)

نویسنده: یاسمن نقی زاده

ناشر: انتشارات سولدوزبایجان

تیراژ: ۱۰۰۰

نوبت چاپ: اول

سال نشر: ۱۳۹۸

محل نشر: نقده

تعداد صفحات: ۱۱۸

طرح جلد: رضا پاشایی کباران

ویراستار: رضا پاشایی کباران

چاپ: سولدوز (نقده)، آیدین یازار: ۳۵۶ ۳۰۳۳۹ - ۳۵۶ ۳۰۳۳۰ - ۲۶۹۹۲ ۳۵۶ - ۰۴۴

قیمت: ۲۶۰۰۰ تومان

شابک: ۸-۵۱-۷۳۸۸-۶۰۰-۹۷۸

«همه حقوق چاپ و نشر برای مولف محفوظ است»

امروزه سازمان‌ها با چالش‌های وسیعی برای بقا در بازارهای ناپایدار و رقابتی جهانی مواجه‌اند. سازمان‌ها در راستای غلبه بر این چالش‌ها و کسب موفقیت در میدان رقابت، باید از نوعی برنامه ریزی بهره گیرند که آینده نگر و محیط گرا باشد به طوری که ضمن شناسایی عوامل و تحولات محیطی، در یک افق زمانی بلند مدت تأثیر آنها بر سازمان و نحوه تعامل سازمان با آنها را مشخص کند. (یانگ و همکاران، ۲۰۱۰)

بقا و دوام سازمان‌ها و همچنین توسعه آنها نیازمند درک به‌هنگام فرصت‌های محیطی، تغییرات در بازار و برنامه‌ریزی استراتژیک و انتخاب استراتژی مناسب و اثربخش است. استراتژی اثربخش به استراتژی گفته می‌شود که برای سازمان مزیت رقابتی و برتری استراتژیک را به ارمغان آورد. (کو و لی^۲، ۲۰۰۰)

استراتژی اثربخش به استراتژی‌ای گفته می‌شود که از رویکردهای تدوین استراتژی استفاده کرده باشد و با تکیه بر روش‌های ریاضی در کنار بینش و بصیرت به تدوین استراتژی مبادرت نموده باشد.

۱- Yang et al.

۲- Ko and Lee

در این صورت، اساس استراتژی‌های تدوین شده مبتنی بر واقعیت و شرایط سازمان بوده و در صورت اجرای مناسب، شرایط برای موفقیت سازمان و خلق مزیت‌های رقابتی فراهم می‌گردد. (مینزبرگ و همکارانش^۱، ۲۰۰۱)

سازمان‌هایی که توان درک قواعد بازار را دارند، شانس بیشتری برای بهره‌مندی از فرصت‌ها می‌یابند. تکنولوژی‌های جدید، بخش‌های نو و روش‌های نوین، همه می‌توانند قواعد موجود را دگرگون سازند. شرایط کاملاً نوین بیافرینند. (اندرسون، ۲۰۰۴ و چن و همکاران^۲ ۲۰۰۶) از آنجایی که هیچ سازمانی دارای منابع نامحدود نیست و فضای حاکم، فضایی رقابتی است، تدوین راهبردهای صحیح و رقابتی به سازمان را به اهداف کلان مورد نظر خود برساند، از بیشترین اهمیت برخوردار است. چرا که صرف منابع محدود بر موضوع‌های غیر اصلی، جریمه‌اش واگذاری میدان رقابتی به رقیبی است که منابع محدود خود را بر روی موضوع‌های اصلی متمرکز کرده است. (سیرسی^۳، ۲۰۰۴)

باتوجه به مطالب گفته شده، می‌توان بیان داشت که داشتن راهبرد و برنامه‌ریزی استراتژیک، بهترین ابزار برای تمام

۱- Mintzberg et al.

۲ - Andersen ; Chen and Weng

۳- Searcy

سازمان‌هایی است که در صدد هستند بدون تسلیم در برابر تغییر، حضوری آگاهانه در بازار داشته باشند.

برنامه‌ریزی استراتژیک مجموعه‌ای از تئوری‌ها و چهارچوب‌هایی است که به همراه ابزارها و تکنیک‌های تکمیلی برای کمک به مدیران برای تفکر، برنامه‌ریزی و اقدام استراتژیک طراحی شده است. استراتژی‌های خلاقانه و منحصر به فرد که حاصل تفکر استراتژیک هستند باید از طریق تفکر همگرا و تحلیل؛ یا به عبارت دیگر، برنامه‌ریزی استراتژیک عملیاتی شود (نیبور^۱، ۲۰۱۱).

هدف از فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک، تدوین راهبردهای رقابتی است. مهمترین قسمت در تدوین راهبردها، انتخاب صحیح راهبردهاست؛ چرا که اولاً هیچ سازمانی دارای منابع نامحدود نیست و ثانیاً با اجرای یک راهبرد اشتباه شرکت ممکن است در چنین گردابی گرفتار آید که دیگر راه بازگشتی نداشته باشد (اکور و انگلیست^۲، ۲۰۰۶ و سیرسی، ۲۰۰۴).

راهبرد یک برنامه جامع برای عمل است که جهت‌گیری‌های عمده یک سازمان را معین می‌کند و رهنمودهایی برای تخصیص منابع در مسیر کسب هدف‌های بلند مدت سازمانی ارائه می‌دهد.

۱- Nieboer

۲- Acur and Englyst

انتخاب راهبرد مناسب، کاری پیچیده و حتی مخاطره آمیز است؛ زیرا هر راهبرد سازمان را به یک محیط رقابتی خاص هدایت می‌کند. راهبرد یک سازمان مشخص می‌کند که سازمان چگونه می‌خواهد برای سهام داران، مشتریان و شهروندان ارزش ایجاد کند. مدیران پیش از توسعه راهبردها باید پویایی بازار رقابتی در صنعت مورد تمرکز، منابع و قابلیت‌های شرکت را تحلیل نموده و نسبت به آن درک روشنی بیابند (لی و سایون کو، ۲۰۰۰).

استراتژی‌ها را می‌توان از دو دیدگاه تعریف نمود:

- ۱- سازمان تسلسل انجام چه کاری را دارد؛ ۲- سازمان سرانجام چه کاری را انجام می‌دهد. از دیدگاه اول استراتژی برنامه جامعی برای تعریف و دستیابی اهداف یک سازمان و اجرای مأموریت خود است و تدوین استراتژی باید در قالب یک فرایند انجام گردد و از نقطه نظر دوم استراتژی الگوی پاسخ‌های سازمان در محیط خود در طول زمان است (ایپ و کو، ۲۰۰۴ و لی و همکاران، ۲۰۰۰).