



## Strategy development for Iranian Library & Information Science Association (ILISA) based on blue ocean strategy

Reza Rajabali Beglou<sup>1\*</sup>, Faraz Sadeghvaziri<sup>2</sup>, Fatemeh Tajdari<sup>3</sup>

1. Assistant Professor of Information Science Faculty, Iranian Research Institute for Information Science and Technology (Irandoc), Tehran, Iran
2. Assistant Professor, Department of Business Administration, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran
3. MA Graduated in Information Science & Knowledge Studies, Kharazmi University, Tehran, Iran

### Article Info.

Received: 2023/03/27

Accepted: 2023/09/11

### Abstract

**Background and Objectives:** This study aims to develop a strategy for the Iranian Library and Information Science Association (ILISA) based on the Blue Ocean Strategy. The Blue Ocean Strategy is a new approach to strategy and innovation developed in the strategic management field, aiming at an organization's sustainable growth and performance. This strategy is antithetical to competitive strategy. In a competitive advantage setting, organizations strive to compete by offering a product or service that gives them a competitive advantage in welcoming customers. The Blue Ocean Strategy concept seeks to introduce a new area of success in business and service by challenging competition and offering new solutions. Therefore, the current study investigated the most important factors that can be removed, reduced, created, and increased in the ILISA.

**Methodology:** This research used a content analysis method in a deductive approach based on the Blue Ocean Strategy theoretical framework. The data collection tool was semi-structured interviews with ten current and former ILISA board members. Thematic analysis was used to analyze the data gathered during the interview process. The data were analyzed in three stages: basic compilation, organizing, and comprehensive themes. This coding process resulted in extracting ninety-six basic themes, created after combining and aggregating twenty-four organizing themes. Four comprehensive themes were generated in the final step by combining organizing themes derived from the Blue Ocean Strategy. This study uses member checking and partial and general category reviews by experts to assess the credibility and trustworthiness of content analysis results.

**Findings:** The study's findings indicated that the ILISA should be reviewed in pursuing and implementing its strategies; in other words, the ILISA should reduce some of its current activities and actions, such as focusing on ranking the Ministry of Science, Research & Technology (MSRT) for associations and non-priority activities, and increase some of its activities and actions, such as structured collaborations with central

libraries. It is also necessary for the ILISA to discontinue some of its activities and actions, such as drafting unnecessary memoranda and direct and infrequent follow-up with guilds, and to replace them with activities such as interacting with all stakeholders of profession, industry, and society, providing platform services, and attracting more audiences. This study developed a four-action framework for the ILISA based on the Blue Ocean Strategy. In contrast to most of the previous studies performed in the business field, the current research was conducted in the field of non-governmental organizations and scientific associations. However, it appears that the Commission of Scientific Associations' reviews that always carry out its desired components have not been done in a way that can fully establish the link between the associations (including the ILISA) and the main stakeholders and beneficiaries. According to the research participants' perspectives, focusing on some of the associations' ranking components by this commission will result in additional time and costs. However, because, in these cases, the associations possess no decision-making responsibility, the ILISA can only reduce its focus on such activities and not necessarily receive privileges.

**Discussion:** The framework developed in this study is a suitable tool for future ILISA policies. The ILISA must develop a plan to implement this strategy, which can be accomplished by preparing a map of current ILISA activities and refining them or using other tools (such as a strategy board and quadrilateral network). In addition, applying new scientific methods in managing events and congresses due to rapid changes in science and technology, apart from maximizing the audience, leads to identifying new areas for congress activities and provides added value to the audience. Further, it appears necessary for the Association's Planning and Continuous Improvement Committee to pursue field promotion and profession by evaluating related scientific and professional centers.

**Keywords:** Blue ocean strategy, scientific associations, four-action framework, Iranian Library & Information Science Association (ILISA)

---

\*Corresponding author: Email: [reza.beglou@gmail.com](mailto:reza.beglou@gmail.com)

---

**How to Cite:** Rajabali Beglou, R., Tajdari, F., & Sadegh Vaziri, F. (2023). Strategy development for iranian Library & Information Science Association (ILISA) based on blue ocean strategy. *Journal of Studies in Library and Information Science*, 15(3), 19-38.

---



## تدوین استراتژی برای انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران بر پایه استراتژی اقیانوس آبی

رضا رجبعلی بگلو<sup>۱\*</sup>، فراز صادق وزیری<sup>۲</sup>، فاطمه تاجداری<sup>۳</sup>

۱. استادیار و عضو هیئت علمی پژوهشکده علوم اطلاعات، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، تهران، ایران
۲. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

### اطلاعات مقاله

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۰۷

### چکیده

**هدف:** هدف این پژوهش تدوین استراتژی برای انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران بر پایه استراتژی اقیانوس آبی است. این استراتژی به‌عنوان رویکردی جدید، از تحولات حوزه مدیریت استراتژیک با هدف رشد و عملکرد پایدار سازمان است که در برابر استراتژی رقابتی قرار دارد. ایده استراتژی اقیانوس آبی با به چالش کشیدن رقابت و ارائه راهکارهایی نوین، به دنبال معرفی حوزه جدیدی برای کسب موفقیت در عرصه کاری و خدماتی است. در پژوهش کنونی، این پرسش مورد بررسی قرار گرفته که مهم‌ترین عوامل (قابل حذف، کاهش، ایجاد و افزایش) در این انجمن علمی کدامند.

**روش‌شناسی:** از روش تحلیل محتوا با رویکرد قیاسی و تحلیل مضمون استفاده شد. از این رو، مصاحبه نیمه‌ساختار یافته با ده نفر از اعضای کنونی و پیشین هیئت مدیره انجمن انجام شد.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد انجمن باید برخی از فعالیت‌های جاری با تمرکز بر رتبه‌بندی وزارت عتف برای انجمن‌ها و خارج از اولویت را کاهش و همکاری با کتابخانه‌های مرکزی و ارتباط با جوامع علمی را افزایش دهد. همچنین تدوین تفاهم‌نامه‌های غیر ضروری و پیگیری‌های موردی را حذف و تعامل با ذی‌نفعان حرفه، خدمات پلتفرمی و جذب مخاطبان را در اولویت قرار دهد.

**نتیجه‌گیری:** چهارچوب چهار اقدام می‌تواند ابزار و رویکرد مناسبی برای سیاستگذاری‌های انجمن قرار بگیرد. پژوهش حاضر از معدود پژوهش‌های انجام شده در زمینه تدوین استراتژی اقیانوس آبی برای سازمان‌های غیرانتفاعی و انجمن‌های علمی بود.

**کلیدواژه‌ها:** استراتژی اقیانوس آبی، چهارچوب چهار اقدام، انجمن‌های علمی، انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران

\*نویسنده مسئول

ایمیل: reza.beglou@gmail.com

استناد به این مقاله:

رجبعلی بگلو، رضا، تاجداری، فاطمه و صادق وزیری، فراز. (۱۴۰۲). تدوین استراتژی برای انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران بر پایه استراتژی اقیانوس آبی. مطالعات کتابداری و علم اطلاعات، ۱۵ (۳)، ۳۸-۱۹.

## مقدمه و بیان مسئله

انجمن‌ها، گروه‌هایی از افراد هستند که در یک اجتماع گسترده به صورت داوطلبانه و به منظور نیل به اهداف، حل مسائل مشترک، هم‌افزایی و برقراری ارتباط و همکاری با یکدیگر در زمینه‌ای خاص تشکیل می‌شوند. هر انجمنی در جهت اتحاد و همبستگی اعضایش برای خود رسالتی قائل است که همین رسالت، دلیل موجودیت انجمن محسوب می‌شود (Mazinani, 2000). انجمن‌های علمی به عنوان نهادهای علمی، برای تداوم حیات و رشد همه‌جانبه، نیاز دارند با رویکردها و مؤلفه‌های نوینی که در حوزه‌های موضوعی گوناگون و در ارتباط با جامعه مخاطبان پدید می‌آیند هماهنگ و همراه باشند. از جمله این نیازمندی‌ها، وجود برنامه‌ها و استراتژی‌هایی مدون و هدفمند برای ارزیابی و بهبود عملکرد این انجمن‌هاست (Nowotarski et al., 2017). بهره‌مندی انجمن‌ها از استراتژی‌های مناسب برای رویارویی با این تغییرات سبب بهره‌بردن این نهادها از فرصت‌ها و در امان ماندن از چالش‌ها می‌شود و ضامن پویایی آنها خواهد بود. بررسی مسائل مربوط به انجمن‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی به دلیل تفاوت ساختاری آنها نسبت به سازمان‌های انتفاعی و رقابتی موضوع چالش برانگیزی است. این سازمان‌ها که ساختاری متفاوت از سازمان‌های دولتی دارند در قلب جامعه شکل گرفته‌اند و فعالیت‌های این سازمان‌ها گسترده و متنوع است. بیشتر این سازمان‌ها با مسائلی از قبیل تأمین مالی، نحوه جذب بلندمدت مخاطب و تداوم بخشیدن به مشارکت ذی‌نفعان دست به گریبان هستند. از سوی دیگر، هر نهاد یا سازمانی در جهت اجرای وظایف و ایفای نقش برای رسیدن به اهداف خود نیازمند نیروی انسانی، زیرساخت مناسب، امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، اصول و قواعد حرفه‌ای، منابع مالی و استراتژی‌های مناسب است. این درحالی است که دنیای کسب‌وکار کنونی تحت تأثیر رقابت میان سازمان‌ها، سرعت تغییر در فناوری و نیازهای متغیر مخاطبان و مشتریان بوده و سازمان‌ها و نهادهای غیرانتفاعی نیز از این امر مستثنی نیستند. سازمان‌ها برای کسب مزیت رقابتی و رسیدن به موفقیت در این محیط متلاطم، نیازهای مخاطبان خود را در مرکز توجه فعالیت‌های کسب‌وکار خود قرار داده‌اند.

انجمن‌های علمی با داشتن منابع و سرمایه‌های دانشی موجود، نیاز دارند تا ضمن حفظ بقای خود در محیط‌های امروزی، فعالیت‌های نوآورانه‌ای ارائه دهند. بهره‌مندی از استراتژی‌های مناسب برای رویارویی با این تغییرات سبب بهره‌بردن این سازمان‌های علمی از فرصت‌ها و در امان ماندن از چالش‌ها می‌شود و ضامن پویایی آنها خواهد بود. از آنجا که انجمن‌های علمی براساس سند نقشه جامع علمی ایران به منظور ایفای نقش مرجعیت علمی و ارتقاء مشارکت در تصمیم‌سازی‌ها، توسعه، ترویج و انتشار علم و نیز توسعه فعالیت آن‌ها در سطح بین‌الملل مورد تأکید قرار گرفته است. این سازمان‌ها با هدف گسترش، پیشبرد و ارتقاء دانش تخصصی، ارتقاء سطح دانش و مهارت اعضا و مشارکت دادن آن‌ها و تعالی خدمات و ایجاد نوآوری فعالیت می‌کنند (Supreme Council of the Cultural Revolution, 2010). بنابراین بهره‌گیری این نهادهای علمی به دلیل دارا بودن دیدگاه غیررقابتی و غیرانتفاعی از ابزارهای مدیریتی غیررقابتی مانند ابزارهای استراتژی اقیانوس آبی (blue ocean strategy) سبب می‌شود فعالیت‌های آن‌ها هدفمندتر، سازمان‌یافته‌تر و مطلوب‌تر از قبل دنبال و اجرایی شود. یکی از این انجمن‌های علمی، انجمن علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران است که برای اولین بار در سال ۱۳۴۰ فعالیت خود را آغاز کرد و پس از تحولات انقلاب اسلامی ایران، تغییراتی در اساسنامه انجمن ایجاد شد و اساسنامه جدید در مجمع عمومی انجمن در شهریور ۱۳۵۸ به تصویب رسید. در حال حاضر این انجمن کمیته‌هایی همچون آموزش، پژوهش، همایش‌ها، انتشارات، روابط عمومی، روابط بین‌الملل، بازاریابی، برنامه‌ریزی و بهبود مستمر، فناوری‌های نوظهور دارد که ارتقاء جایگاه حرفه و رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی در جامعه و فراهم ساختن بستر مناسب برای رشد علمی و حرفه‌ای در سطح کشور را جزو اهداف خود دارد. باید در نظر داشت که انجمن‌های علمی به صورت مستمر و پیوسته از سوی کمیسیون انجمن‌های علمی وزارت عتف ارزیابی می‌شوند و این کمیسیون تلاش کرده در معیارهای خود

بازنگری‌هایی داشته باشد. این ارزیابی هم‌اکنون براساس شاخص‌های عملکردی همچون تعداد نشریه‌های منتشرشده، مقالات، برگزاری همایش‌ها، ارتباط با نشریات خارج از کشور و غیره انجام می‌شود (Commission of Iranian Scientific Associations, 2019). بازنگری در این معیارها می‌تواند دربرگیرنده بازنگری در استراتژی‌هایی باشد که این انجمن‌ها در تعامل با جامعه علمی و حرفه‌ای خود لازم است به کار گیرند.

انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی همواره در دوره‌های گذشته تلاش‌هایی در راستای بهبود عملکرد خود انجام داده اما به نظر می‌رسد انجمن لازم است استراتژی‌هایی برای توسعه خدمات، آموزش، سیاست‌گذاری‌های علمی، ارزش‌آفرینی برای جامعه مخاطب خود تدوین و بهره‌برداری نماید و یا در استراتژی‌های خود بازنگری نماید. با توجه به ساختار غیررقابتی انجمن‌های علمی، در راستای دستیابی به اهداف متعالی سازمان و به منظور ایجاد شرایط مناسب برای رشد و توسعه و تغییر و بهبود در کیفیت سیاست‌گذاری‌ها این مراکز به رویکردهای مهمی همچون برنامه‌ریزی استراتژیک نیاز دارند. انجمن علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران نیز در راستای تحقق اهداف خود و جذب حداکثری مخاطبانش به شناسایی راه‌ها و ابزارهای مناسبی (استراتژی‌ها) برای تعامل بهتر با جامعه خود نیازمند است. این کار در چهارچوب تدوین استراتژی رقابتی در برخی فعالیت‌ها و پژوهش‌ها از جمله پژوهش (Parirokh, & Sharif, 2010) و همچنین تشکیل کمیته برنامه‌ریزی و بهبود مستمر و کمیته بازاریابی دنبال شده و به نظر می‌رسد نتایج آن برای این انجمن بسیار سودمند و تأثیرگذار بوده است. بنابراین تدوین استراتژی‌های نوین با توجه به شرایط کنونی انجمن می‌تواند کمک کند انجمن در شرایط بهبود فعالیت‌ها، رشد و عملکرد پایدار حرکت نماید. انجمن‌های در عرصه رقابت به دلیل تخصصی بودن و برای بهبود عملکرد، حفظ و جذب حداکثری مخاطبان همواره لازم است مانند رقیبی برای دوره‌های پیشین خود عمل نمایند و در استراتژی‌های خود بازنگری‌هایی داشته باشد و همگام با نیازهای جامعه به پیش بروند. از میان استراتژی‌های گوناگونی که در شرایط کنونی و در میان مدل‌های تدوین استراتژی به کار می‌رود، استراتژی اقیانوس آبی به‌عنوان یکی از استراتژی‌های مؤثر و کاربردی برای شرکت‌ها و سازمان‌ها شناخته می‌شود. با توجه به ساختار غیررقابتی انجمن‌های علمی، این نهادها برای ایجاد شرایط مناسب برای رشد، توسعه، تغییر و بهبود در کیفیت سیاست‌گذاری‌های خود به ابزار مؤثری همچون تدوین استراتژی نیاز دارند. یکی از شیوه‌های تدوین استراتژی «استراتژی اقیانوس آبی» است که در برابر استراتژی‌های رقابتی قرار دارد. این استراتژی با رویکرد تفکر استراتژیک همراه با نوآوری، مجموعه‌ای از ابزارها و رویکردهای ویژه را برای تحقق اهداف ارائه می‌کند (Tavalayi, 2009). با کمک این استراتژی، سازمان‌ها می‌توانند افزون‌بر بازنگری در استراتژی‌های خود، در کسب ارزش‌های نوآورانه با هزینه‌ای پایین‌تر، خدمات خود را بیش از پیش متمایز سازند. در استراتژی‌های رقابتی سازمان‌ها تلاش می‌کنند به جای خلق ارزش جدید، در واقع ارزش موجود در بازار و جامعه را تقسیم یا تصاحب کنند. برای نیل به این هدف سازمان همزمان با کاهش هزینه‌ها، خواهد توانست ارزش جدیدی را به مخاطبان خود ارائه نماید. این امر می‌تواند از ارائه خدمات جدید تا ارائه خدمات موجود به صورت جدید را دربر بگیرد. با استفاده از این اصول، ابزارها و چهارچوب‌های طراحی شده، سازمان‌ها قادر خواهند بود نوآوری را به یک فعالیت تکرار شدنی، نظام‌مند و فرایندی پیوسته تبدیل کنند که همه ذی‌نفعان سازمان در آن مشارکت دارند. البته باید این را نیز در نظر داشت که مفهوم هزینه در سازمان‌های مردم‌نهاد مانند انجمن با سازمان‌های تجاری تفاوت دارد و هزینه می‌تواند در برگیرنده زمان و انرژی صرف‌شده توسط متخصصین و تعداد نیروی متخصص درگیر باشد.

بر پایه آنچه اشاره شد، استراتژی اقیانوس آبی دربرگیرنده حذف، کاهش، ایجاد و افزایش ارزش در چهارچوب تصمیم‌گیری چهاراقدام است. با دو اقدام اول (حذف و کاهش) می‌توان دریافت که چگونه باید ساختار هزینه را برای

سازمان‌ها و شرکت‌ها پایین آورد. ساختار هزینه می‌تواند دربرگیرنده هزینه‌های مرتبط با زمان، پول و به‌طور کلی فرصت‌های موجود برای ایفای نقش باشد. با دو اقدام دوم (افزایش و ایجاد) می‌توان ارزش کسب شده ذی‌نفعان را افزایش داده و تقاضای جدید ایجاد نمود و تجربه‌ای کاملاً جدید را به مخاطبان عرضه داشت. استراتژی اقیانوس آبی بر این فرض استوار است که محدوده‌ها و ساختار سازمان به‌طور کامل تعریف و تعیین نشده‌اند و توسط کنشگران سازمان قابل بازسازی یا نوسازی هستند. به‌طور کلی در چهار اقدام حذف، کاهش، افزایش و ایجاد نیز این استراتژی‌ها مورد بازنگری قرار می‌گیرند. بنابراین می‌توان چهارچوب چهاراقدام استراتژی اقیانوس آبی در راستای بازنگری در استراتژی‌های انجمن را به شکل پرسش و به‌صورت زیر بیان کرد:

۱. کدامیک از عوامل (اهداف/مأموریت‌ها/خدمات) باید حذف شوند که عامل موفقیت انجمن تصور می‌شدند؟
  ۲. کدامیک از عوامل (اهداف/مأموریت‌ها/خدمات) باید به پایین‌تر از استاندارد یا وضعیت موجود کاهش یابند؟
  ۳. کدامیک از عوامل (اهداف/مأموریت‌ها/خدمات) باید به بالاتر از استاندارد یا وضعیت موجود افزایش یابند؟
  ۴. کدامیک از عواملی (اهداف/مأموریت‌ها/خدمات) که انجمن هیچ‌گاه آن‌ها را ارائه نکرده است باید ایجاد گردند؟
- با کمک دو پرسش اول که از نوع حذف و کاهش هستند می‌توان دریافت، چگونه می‌توان ساختار هزینه‌ها را پایین آورد. دو عامل دوم قدرت تشخیص و درکی می‌دهد تا بفهمیم چگونه می‌توان ارزش خدمات نزد ذی‌نفعان را ارتقاء داد و تقاضای جدید بوجود آورد (Kim & Mauborgne, 2015). به اعتقاد کیم و مابورنی ابداع‌کنندگان این رویکرد تدوین استراتژی، دو عمل حذف کردن عوامل فعلی و آفرینش عوامل ارزش‌آفرین جدید، از اهمیت بیشتری برخوردارند زیرا به سازمان فرمان می‌دهند عوامل را خودشان تغییر دهند و در نتیجه قواعد موجود رقابت را نامعتبر سازند. به این معنا که می‌توانند خدمات جدیدی که تا کنون ارائه نشده یا ارائه خدمات قبلی به شیوه‌ای نوین را ممکن سازد و به این ترتیب خلق ارزش جدید برای ذی‌نفعان می‌شود. از این‌رو پژوهش حاضر بر آن است تا با به‌کارگیری استراتژی اقیانوس آبی و با شناسایی عوامل مؤثر بر فعالیت‌های انجمن و با بهره‌گیری از چهارچوب چهار اقدام، برای این انجمن علمی تدوین نماید واز این طریق، نقشی کوچک در رفع دشواری‌ها و نیل به اهداف انجمن ایفاء نماید.

## مبانی نظری پژوهش

مفهوم استراتژی اقیانوس آبی نخستین بار توسط Kim & Mauborgne در سال ۲۰۰۴ مطرح شد. از این‌رو ابداع‌کنندگان این استراتژی آبی برای ساخت و تسخیر اقیانوس آبی، ابزارها و چهارچوب‌هایی را معرفی نمودند. به باور آن‌ها چنانچه سازمان‌ها بخواهند به صورتی فعال در مبنای صنعت یا بازار تغییراتی را ایجاد کنند، برای ایجاد این تغییر و تحول نیازمند کاربرد هدفمند این ابزارها و چهارچوب‌ها هستند. در این قسمت، این ابزارها و چهارچوب‌ها مختصراً معرفی می‌شوند. به عقیده ابداع‌کنندگان این استراتژی (اقیانوس آبی)، نخستین گام در ایجاد استراتژی اقیانوس آبی، رسم تابلوی استراتژی سازمان خواهد بود. این دیاگرام به‌عنوان الگویی بر شناختی و چهارچوبی برای ایجاد استراتژی اقیانوس آبی عمل می‌کند. تابلوی استراتژی به سازمان کمک می‌کند تا شرایط فعلی خویش، عامل‌هایی که در حال حاضر در آن‌ها رقابت می‌کند و آنچه مخاطبان از عرضه‌های رقابتی موجود دریافت می‌نمایند را بشناسد. منحنی ارزش، دیاگرامی است که بین عامل‌های جاری ارائه‌شده و رقابتی ترسیم می‌گردد و عملکرد نسبی سازمان را براساس عامل‌هایی رقابتی آن شرح می‌دهد (Kim & Mauborgne, 2015). مؤلفه ارزش، مؤلفه اصلی تابلوی استراتژی و توصیف بصری عملکرد شرکت با توجه به عوامل رقابتی است. روش تحلیلی استراتژی اقیانوس آبی به چهارچوب چهار اقدام (Four action framework) شناخته می‌شود که از طریق ایجاد منحنی ارزش جدیدی به کار می‌رود (به شکل ۱ بنگرید).



شکل ۱. چهارچوب چهار اقدام در استراتژی اقیانوس آبی (کیم و مابورنی، ۲۰۰۵)  
 Figure 1. Four actions' Framework in Blue Ocean Strategy (Kim and Mauborgne, 2015)

به جز یک استثناء، همه پژوهش‌های انجام شده در حوزه استراتژی اقیانوس آبی، در حوزه صنعت و تجارت بوده زیرا کارکرد این استراتژی بیشتر برای حوزه‌هایی که با رقابت سروکار دارند مورد توجه قرار گرفته است. این درحالی است که پژوهش‌های متعددی درباره انجمن‌های علمی انجام شده و لازم است انطباق میان این دو حوزه موضوعی در پژوهش حاضر در نظر گرفته شود. از این رو نخست، پژوهش‌های انجام شده داخلی و سپس خارجی در زمینه انجمن‌های علمی در ادامه می‌آیند. سپس نگاهی نیز به پژوهش‌های انجام شده در حوزه استراتژی اقیانوس آبی افکنده خواهد شد. پژوهش‌هایی که در حوزه انجمن‌های علمی در ایران انجام شده است را می‌توان به پژوهش‌هایی که درباره فلسفه انجمن‌های علمی (Arasteh, 2004)، کارکرد (Zaker Salehi, 2000)، ساختار (Ghadimi, 2004) و عملکرد آن‌ها (Abdollahi, 2002) خلاصه کرد. یادآوری این نکته ضروری است که برخی از پژوهش‌ها (Sohanian Haghghi et al., 2006؛ Parirokh & Sharif, 2010؛ Jamali Mahmouee et al., 2015؛ Mohseni & Alipour, 2014) در رابطه با انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران انجام شده که در پایان بخش حاضر به آن‌ها اشاره می‌شود.

Arasteh (2004) استقلال انجمن‌ها را از الزام‌های اثربخشی نهادهای علمی می‌داند و بر این باور است با نفوذ تدریجی سیاست‌های دیوان‌سالاری دولتی به آموزش عالی، استقلال دانشگاهی، آزادی علمی و تصمیم‌گیری جمعی محدود شده است. این موضوع منجر به سوق دادن برخی از فعالیت‌های تخصصی به درون انجمن‌های علمی گردیده است. وی همچنین معتقد است اگرچه انجمن‌های علمی اشکال، اهداف، اندازه، کارکرد و ذی‌نفعان متفاوتی دارند اما رسالت و فلسفه آن‌ها در بازآموزی، ارتباطات علمی، پژوهش و مشاوره خلاصه می‌شود. (Ghadimi (2004) انجمن‌های علمی را زیربنای اصلی نهادهای مستقلی می‌داند که فضایی مناسب برای آزاد اندیشی و استقرار فرهنگ گفت‌وگو پدید می‌آورند. وی بر این باور است که مهمترین ویژگی‌های انجمن‌های علمی عدم وابستگی آن‌ها به دولت‌ها از نظر منابع مالی و نیروی انسانی، سرعت عمل، قدرت تصمیم‌گیری بالا، بوروکراسی محدود و سازوکار انعطاف‌پذیر آن‌هاست که سبب افزایش کارایی آن‌ها در سطح ملی و

بین‌المللی می‌شود. در میان پیشینه پژوهش‌های خارجی می‌توان به Stephenson (2007) در رابطه با نقش محرک این نهاد و Delicado et al. (2014) درباره نقش‌های قابل تصور برای این انجمن‌ها اشاره کرد. برای نمونه Stephenson (2007) در پژوهش خود با عنوان «انجمن‌های فناوری آموزشی به‌عنوان محرک‌های تغییر» به دنبال یافتن پاسخ به این سؤال بود که چگونه ذی‌نفعان مختلف (کارکنان، اعضاء و غیره) در یک انجمن فناوری آموزشی، تشریح‌کننده مشارکت سازمانی در سیستم آموزشی براساس نقش آن به‌عنوان یک عامل محرک تغییر هستند. Delicado et al. (2014) نیز در پژوهشی با عنوان نقش‌های قابل تصور برای انجمن‌های علمی در علم معاصر به دنبال بررسی فعالیت‌های حال حاضر و نقش‌های انجمن‌های علمی در علم و جامعه بودند. آن‌ها پنج نقش اصلی برای انجمن‌ها را دربرگیرنده ارتباط میان همتایان، بهبود پژوهش، اشاعه علم، بازنمون منافع حرفه‌ای و توصیه‌های سیاستی معرفی کرده‌اند و بر اهمیت نقش‌های خارجی انجمن‌های علمی یعنی برقراری ارتباط بین علم و جامعه تأکید کردند. از سوی دیگر، پژوهش‌های انجام‌شده درباره انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران نشان می‌دهد این انجمن از ابتدای راه‌اندازی اهداف و فعالیت‌های گوناگونی را دنبال کرده و درباره این انجمن چندین پژوهش صورت پذیرفته است. برای نمونه Sohanian Haghghi et al. (2006) به منظور نقد و ارزیابی عملکرد این انجمن میزان موفقیت انجمن از چهار جنبه هویت، انسجام، مشروعیت و مقبولیت درونی را میان اعضای انجمن در سه سال اول فعالیت آن مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش مشخص شد این انجمن در زمینه‌های یادشده موفقیتی نسبی داشته است. Jamali Mahmoudi et al. (2015) حدود یک دهه بعد با ارزیابی عملکرد این انجمن از دید اعضاء وضعیت نسبتاً نامطلوب رضایت اعضاء از بیشتر جنبه‌های فعالیت‌های انجمن را نتیجه گرفتند. Mohseni & Alipour (2014) با بررسی عملکرد انجمن از دیدگاه اعضاء هیئت مدیره، دشواری‌هایی همچون مسائل مادی، تعامل با سایر رشته‌ها و حرفه‌ها، مشارکت کم اعضاء و ضعف دفاع از حقوق مادی کتابداران را گزارش کرده‌اند. Parirokh & Sharif (2010) البته با نگاهی نزدیک به تدوین استراتژی، برنامه استراتژیک انجمن را در پنج حوزه رهبری، حمایت و تأثیرگذاری، آموزش، پژوهش، آگاهی‌رسانی و ارتباط و تعامل را تدوین کردند و در هر حوزه هدف به تبیین بیانیه هدف، مقاصد و تعدادی راهبرد برای هر مقصد پرداختند. البته اشاره به این نکته ضروری است که پژوهش یادشده (Parirokh & Sharif, 2010) در چهارچوب برنامه‌ریزی استراتژیک بود که جز رویکردهای تدوین استراتژی‌های رقابتی به‌شمار آمده و در چهارچوب تدوین استراتژی اقیانوس آبی نمی‌گنجد. از این رو و بر پایه آنچه اشاره شد، پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه انجمن‌های علمی با وجود پرداختن به موضوع تدوین استراتژی به دلیل نبودن موضوع از حوزه تدوین استراتژی اقیانوس آبی بی‌نصیب بوده است.

در حالی که پژوهش‌های گوناگونی در حوزه کسب‌وکار و صنعت درباره استراتژی اقیانوس آبی انجام شده است. برای نمونه Tavalayi (2009) در پژوهشی به معرفی و تبیین مفهوم راهبرد اقیانوس آبی و نقش آن در تغییر و تحول راهبردی سازمان‌ها به تشریح مراحل اجرای این راهبرد پرداخت. در این پژوهش مجموعه‌ای از اصول، چهارچوب‌ها و ابزارهای تحلیلی شناسایی شدند که نحوه رویارویی نظام‌مند با ابزارهای رقابتی را تبیین می‌کنند. Amin (2012) در رساله دکتری خود با عنوان «طراحی مدل همسوسازی اقدامات مدیریت منابع انسانی و استراتژی‌های کسب‌وکار با رویکرد اقیانوس آبی در بانک‌های تجاری ایران»، رویکرد اقیانوس آبی را عامل ایجاد مزیت رقابتی پایدار در صنعت بانکی معرفی کرد. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که همسویی استراتژیک میان مؤلفه‌های سازمانی و اقدام‌های مدیریت منابع انسانی باعث ایجاد مزیت رقابتی پایدار و ورود به عرصه‌های بی‌رقیب برای سازمان‌ها خواهد شد. Aghazadeh et al. (2015) نیز در پژوهشی، استراتژی‌های نوآوری در صنعت بیمه کشور را با رویکرد اقیانوس آبی مورد بررسی قرار داد. نتایج این پژوهش نشان داد برای دستیابی به اقیانوس آبی صنعت بیمه کشور شرکت‌های بیمه می‌بایست ابعادی چون بستر اینترنتی مناسب برای تبادل تجربه‌ها، مشاوره‌های رایگان در



بستر وب، طراحی شواهد فیزیکی محیط کسب و کار و استفاده از مشتریان به عنوان همکار را برای ایجاد نوآوری ارزش برای مشتریان ایجاد کرده و به منظور خلق ارزش بیشتر برای مشتری به دنبال افزایش سطح عملکرد مؤلفه‌هایی چون آراستگی ظاهری کارکنان، برخورد احترام‌آمیز، ارائه خدمات اینترنتی و الکترونیکی، میزان پاسخگویی، میزان خلاقیت، سرعت پرداخت خسارت، میزان تخفیف، نرخ بیمه‌نامه‌ها، دقت در عملیات، رسیدگی به شکایات و خدمات مشاوره رایگان باشند. Sami & Amin (2014) نیز در حوزه فعالیت‌های مهندسی مشاور در طرح‌های ملی با بهره‌گیری از الگوی چهار اقدام، دیدگاه خبرگان این حوزه را بررسی کرد. پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه با پژوهش Bagheri et al. (2013) ادامه پیدا کرد. آن‌ها در این پژوهش، عوامل مؤثر در اجرای استراتژی اقیانوس آبی در یک شرکت تولیدی را بررسی کردند و به این نتیجه دست پیدا کردند که وضعیت آن شرکت برای پیاده‌سازی استراتژی اقیانوس آبی بسیار مناسب است. Asghari Sarvakalaei & Mardani Shahrababak (2016) نیز در پژوهش خود مدل مفهومی استقرار استراتژی اقیانوس آبی را برای صنایع تدوین کردند تا از طریق آن، مدیران صنایع بتوانند به شکلی نظام‌مند به شناسایی مسیرهایی بپردازند که به خلق فضای بازار بی‌رقیب منتهی شود. البته پژوهش در این زمینه در خارج از کشور و در حوزه مراکز غیرانتفاعی همچون کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی نیز انجام شده است. برای نمونه Sheehan & Vaidyanathan (2009) ساختار اصلی ایجاد ارزش و دستیابی به اقیانوس آبی را مبتنی بر سه نوع استراتژی ارزشی قیمت کمتر، بهره‌وری صنعتی و رفع نیازهای مشتریان ارائه کردند. آن‌ها بر این باور بودند که استراتژی اقیانوس آبی برای شرکت‌هایی مناسب است که محصولاتشان به مرحله بلوغ رسیده و یا چرخه عمر این محصولات در حال کوتاه شدن و رو به زوال است.

Basri et al. (2011) در پژوهشی به استفاده از ابزارهای استراتژی اقیانوس آبی در کتابخانه دانشگاه سینر مالزی (Universiti Sains Malaysia) کاربرد این مدل برای ارائه موفق خدمات، کیفیت بهتر و رضایت از خدمات حائز اهمیت دانستند. آن‌ها بر این باور بودند که استراتژی اقیانوس آبی مناسب‌ترین راهبرد برای کتابخانه‌هایی است که خدمات آن‌ها کاملاً توسعه یافته و به صورت معمول درآمده و در آستانه افول چرخه عمر خدمات خود و از دست دادن وفاداری مشتریان قرار می‌گیرند. Yang & Yang (2011) نیز در پژوهشی به شناخت ویژگی‌های استراتژی اقیانوس آبی در صنعت هتلداری در کشور تایوان پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد عوامل قابل حذف نیز دربرگیرنده موانع مسافرت برای مسافران آینده‌نگر و محدودیت‌های سرمایه‌گذاری خارجی و عوامل قابل کاهش دربرگیرنده قدرت چانه‌زنی در مورد ظرفیت اتاق و تغییر بازار هدف در یک منطقه، تجهیزات و امکانات داخل اتاق و استفاده ثابت از محصولات و خدمات اتاق مهمان به دست آمد. عوامل قابل ایجاد نیز ایجاد برندی برای منطقه حاشیه آسیا و اقیانوسیه، ایجاد بخش‌های جدید در بازار برای جذب گردشگران سرزمین اصلی، ادغام بازار در میان بازارهای منطقه‌ای و توسعه بسته‌های هتل به منظور همراهی کردن گردشگری فرهنگی و عوامل قابل افزایش دربرگیرنده توسعه برند، بخش‌بندی بازار، فراهم کردن امکانات و خدمات و توسعه بسته‌های مسافرتی اختصاصی بودند.

Parvinen et al. (2011) سازوکارهای خلق ارزش در استراتژی فروش یک شرکت را بررسی کردند. جامعه آماری پژوهش دربرگیرنده مدیران اجرایی و مدیران فروش شرکت‌های صنعتی کشور فنلاند بود. در این پژوهش چهار رویکرد جهت استفاده از استراتژی اقیانوس آبی به شرح ساختار استراتژیک آگاهانه، براساس راه حل مخصوص مشتری، جهت‌گیری تأکیدی، عدم استفاده از تفکر اقیانوس آبی معرفی شدند که تنها جهت‌گیری تأکیدی بر عدم استفاده از استراتژی اقیانوس آبی برتری داشت، تفاوت عملکردی قابل توجهی در تفاوت ترکیب این زمینه‌ها به چشم خورد. بر پایه پژوهش‌های معرفی شده می‌توان این گونه نتیجه‌گیری کرد که مفهوم استراتژی اقیانوس آبی در ابتدا برای سازمان‌ها و محیط‌های تجاری تعریف شده و این استراتژی خود دارای ابزارها و چهارچوب‌های متنوعی است که در طول سال‌های گذشته مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت و برای طیف وسیعی از سازمان‌ها

به کار گرفته شدند. با این حال، این مفهوم را نه تنها در سطح سازمان‌های تجاری و انتفاعی بلکه در سازمان‌های غیرانتفاعی نیز به کار گرفته‌اند. اما پژوهشی که این استراتژی را در سازمان‌های مردم‌نهاد و انجمن‌ها استفاده کرده باشند، پیدا نشد. از این رو مطالعه و بررسی استراتژی اقیانوس آبی در سطح یک سازمان مردم‌نهاد با عنوان انجمن و با الگو گرفتن از پژوهش‌های پیشین و به کارگیری یکی از ابزارها و چهارچوب‌های استراتژی اقیانوس آبی، تدوین این نوع از استراتژی‌های رقابتی در انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی به دلیل پیشینه غنی و فعالیت‌های متنوعی که در این نهاد غیرانتفاعی انجام شده است قابل اجرا بوده و سودمند به نظر می‌رسد.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر نوع کاربردی و توسعه‌ای، براساس هدف تبیینی-توصیفی و براساس نوع داده‌ها پژوهشی کیفی بود. جامعه آماری این پژوهش دربرگیرنده اعضای کنونی و پیشین هیئت مدیره انجمن کتابداری اطلاع‌رسانی ایران بود. گردآوری داده‌های پژوهش با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و به صورت انفرادی انجام شد. همچنین از شیوه نمونه‌گیری هدف‌مند و به روش گلوله برفی استفاده شد. پس از انجام مصاحبه با ۱۰ نفر از اعضاء فعلی و پیشین هیئت مدیره انجمن و تحلیل محتوای کیفی دیدگاه آن‌ها به روش قیاسی یا جهت‌دار و با رویکرد تحلیل مضمون انجام شد. یادآوری این نکته ضروری است که فرایند گردآوری داده‌ها تا اشباع نظری (Theoretical saturation) ادامه یافت به گونه‌ای که از مصاحبه هشتم به بعد داده‌های تکراری بودند. روش تحلیل بدین صورت بود که در ابتدا گزاره‌هایی معنادار از متن مصاحبه‌ها شناسایی شدند و به هر گزاره‌ای یک کد پایه اختصاص داده شد. این فرآیند در مورد همه مصاحبه‌ها انجام شد. در بخشی دیگر، کدهای پایه با توجه به مفهوم مشترک و مشابه آن‌ها دسته‌بندی شدند و به مضامین سازمان‌دهنده تبدیل شدند. در مرحله دیگر، این مضامین سازمان‌دهنده با توجه به اشتراک معانی موجود در بطن آن‌ها، خود به مضامین فراگیر تبدیل شدند. تحلیل‌های صورت پذیرفته تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت. در ادامه، نتایج حاصل از فرآیند کدگذاری در قالب سه مرحله شامل شناسایی مضامین پایه، مضامین سازنده و مضامین فراگیر ارائه و در انتها نیز الگوی شبکه مضامین ترسیم شد. همچنین از روش بررسی اعضاء (member checking) و بازبینی کلی و جزئی مقوله‌بندی‌ها و کدگذاری‌ها توسط هم‌ترازان (peer debriefing) و زاویه‌بندی پژوهشگران (researcher triangulation) برای افزایش اعتبار پژوهش استفاده شد. برای روش بررسی اعضاء، نتایج کدگذاری‌ها در چهارچوب چهار اقدام به چند نفر از مشارکت‌کنندگان ارائه و اعتبار این یافته‌ها از دیدگاه آن‌ها ارزیابی و تأیید شد. برای بازبینی کدگذاری‌ها و مقوله‌بندی و همچنین زاویه‌بندی پژوهشگران نیز از اعضای تیم پژوهش استفاده شد تا سوگیری‌های شناختی و ذهنی پژوهشگران کنترل گردد. برای تحلیل داده‌های کیفی از نرم‌افزار MaxQDA V.12 استفاده شد.

## یافته‌های پژوهش

فرآیند کدگذاری با پیاده‌سازی متن مصاحبه و بررسی و مرور چندباره آن آغاز شد. این گزاره‌ها، مفاهیمی معنادار و مرتبط با پژوهش حاضر بودند و در دل این گزاره‌ها، مفاهیمی نهفته بود که مضمون پایه نامیده می‌شوند. با بررسی چندباره مضمون‌های پایه، مضمون‌هایی که بیشترین شباهت را با هم داشتند و به لحاظ معنایی یک واحد مشترک را تشکیل می‌دادند، با عنوان مضمون-های سازمان‌دهنده دسته‌بندی شدند. این مضمون‌ها سازمان‌دهنده از ترکیب و تلخیص مضمون‌های پایه شکل گرفتند و واسطه‌ای میان مضمون‌های پایه و مضمون‌های فراگیر بودند. پس از اجرای کدگذاری مرحله دوم، تمامی مضمون‌های پایه در ۹۶ دسته طبقه‌بندی شدند و ۲۴ مضمون سازنده را شکل دادند. پس از دسته‌بندی مضمون‌های پایه، مضمون‌های سازمان‌دهنده نیز بررسی و مقایسه شدند و مضمون‌هایی که بیشترین شباهت را با هم داشتند در یک دسته با عنوان مضمون‌های فراگیر قرار گرفتند. برای روشن شدن این فرآیند، نمونه‌هایی از داده‌ها در ادامه مطرح می‌شود. چند نمونه از گفته‌های مشارکت‌کنندگان برای ترسیم این

فرایند در ادامه مطرح می‌شود:

«این که عملاً با وجود سازمان‌هایی زیادی که در این حوزه {موضوعی} وجود دارد همکاری بین سازمان‌ها، برقراری تعامل بین آن‌ها به‌عنوان نهاد فرادستی و فراسازمانی می‌تواند یکی از کارهای انجمن باشد» (مضمون پایه: برقراری تعامل با سازمان‌های مرتبط)

«چیزی که باید به وجود بیاید نوعی همکاری هدفمند بین انجمن‌های مختلف یا مراکز مختلف است. ما خیلی سعی کردیم در کنار انجمن علمی خودمان تفاهم‌نامه با انجمن و ... برگزار کنیم. اینهایی که به نوعی با هم علائق مشترک داریم و در بعضی حوزه‌ها ذینفع هستیم، اگر بخواهد هم انجمن ما و هم بقیه در فعالیت‌هایشان موفق‌تر باشند خوب است که این همکاری‌های بین حوزه‌ای بیشتری داشته باشند» (مضمون پایه: تعامل با سایر انجمن‌ها)

«این که انجمن برود در دل محلات از طریق ارتباط با کتابخانه‌های عمومی با عوام و واسطه بشود؛ دانشگاهیان را از پشت میز بکشاند به کتابخانه مثلاً خانه فرهنگ» (مضمون پایه: همکاری ساختاریافته با کتابخانه‌ها)

همان‌گونه می‌توان از نمونه‌های مطرح شده مشاهده کرد، مضمون‌های پایه در چهارچوب و حول یک مضمون سازمان‌دهنده با عنوان «تعامل با کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی» قرار گرفته‌اند. یا نمونه‌هایی دیگر از مضمون‌های پایه از میان گفته‌های مشارکت‌کنندگان عبارتند از:

«{انجمن باید} نشست‌هایی با مدیران گروه‌های آموزشی برگزار کند. این‌ها را باید ادامه دهد تا خود مدیران {گروه‌های آموزشی} هم به اندازه کافی توجیه شوند و به همکاری‌انشان در شورای گروه توصیه کنند که دانشجویان را تشویق کنند (مضمون پایه: ارتباط ساختاری و پیوست با گروه‌های آموزشی)

«از افراد شناخته شده و تأثیرگذار و رهبران در جلسه‌های انجمن دعوت کند و جلسه‌هایی با گروه‌های آموزشی به صورت ویژه برگزار کند. اینجا سهم روابط عمومی پررنگ می‌شود که بتواند این ارتباط را شکل دهد» (مضمون پایه: نقش واسطه‌ای میان سازمان‌ها و گروه‌های آموزشی)

ارتباط‌های بین‌المللی را می‌شود بعد از این که بررسی در دنیای مجازی شکل داد (مضمون پایه: برقراری ارتباطات بین‌الملل از راه دور)

بر پایه آنچه اشاره شد، مضمون‌های پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر را می‌توان در چهارچوب جدول زیر دید (به جدول ۱ بنگرید).

جدول ۱. نمونه‌هایی از مضمون‌های پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر

Table 1. Examples of basic, organizing, and comprehensive themes

مضمون پایه Basic theme	مضمون سازمان‌دهنده Organizer theme	مضمون فراگیر Overarching theme
برقراری تعامل با سازمان‌های مرتبط	تعامل با کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی	تعامل سازنده و ساختارمند
تعامل با سایر انجمن‌ها		
همکاری‌های ساختاریافته با کتابخانه‌ها		
ارتباط ساختاری و پیوسته با گروه‌های آموزشی	ارتباط با جوامع علمی داخلی و خارجی	
نقش واسطه‌ای میان سازمان‌ها و گروه‌های آموزشی		
برقراری ارتباطات بین‌الملل از راه دور		

بر پایه آنچه اشاره شد، یافته‌های پژوهش در چهارچوب جدول ۲ به شرح زیر می‌آید (به جدول ۲ بنگرید).

**جدول ۲. مضمون‌های فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه پژوهش**

Table 1. Comprehensive, organizing and basic themes of the research

مضمون فراگیر Overarching theme	مضمون سازمان‌دهنده Organizer theme	مضمون پایه Basic theme
برقراری تعامل با سازمان‌های مرتبط		
همکاری‌های ساختار یافته با انجمن‌های دانشجویی		
تعامل با سایر انجمن‌ها	تعامل با کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی	
همکاری‌های ساختار یافته با سازمان‌های ملی اطلاع‌رسانی		
همکاری‌های ساختار یافته با کتابخانه‌ها		
تعامل با خانه‌های فرهنگ و کتابخانه‌های عمومی		
ارتباط ساختاری و پیوسته با گروه‌های آموزشی رشته در دانشگاه‌ها		
نقش واسطه‌ای انجمن میان سازمان‌ها و گروه‌های آموزشی	ارتباط با جوامع علمی داخلی و خارجی	
تعامل و ترغیب اعضای هیئت علمی به معرفی انجمن		
برگزاری نشست‌هایی با مدیران گروه‌ها		تعامل سازنده و ساختارمند
برقراری ارتباطات بین‌الملل از راه دور		
تعامل رو در رو با ذی‌نفعان		
ارتباط با پیشکسوتان حرفه و استفاده از تجارب آن‌ها	تعامل با حرفه‌مندان	
ارسال پیام‌های مناسبی به ذی‌نفعان		
تکریم مخاطبان انجمن		
تقویت ارتباط انجمن با سطوح کلان	درگیر شدن با مراکز خارج از حرفه	
تعامل با رسانه‌ها		
تعامل با سفارتخانه‌ها		
هماهنگ‌سازی حرفه‌مندان و سازمان‌ها برای مدیریت داده‌های سازمانی		
برگزاری جلسه‌های تخصصی کمیته‌ها با صنعت	تعامل با صنعت	
معرفی دانشجو (کارورز) به صنعت		
ارزیابی فناوری اطلاعات در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی		
ارزیابی مراکز مرتبط با حرفه		
ارزیابی و رتبه‌بندی گروه‌های آموزشی	مشارکت در نظام ارزیابی	
ارزشیابی دانشگاه‌ها با کمک گرفتن از مشاوره‌ها و تخصص‌های انجمن‌ها		
ارزیابی دوره‌های استراتژی‌های انجمن		
دعوت از افراد تاثیرگذار در جلسه‌ها	برگزاری منظم جلسه‌ها	
تداوم نشست‌های ماهانه		
جلسه‌های مستمر نقد کتاب		
طراحی نظام پیشنهادها		
ارائه خدمات پلتفرمی	استانداردسازی فعالیت‌ها	
استفاده از فناوری برای جذب پیشنهادهای ذی‌نفعان و متخصصان		سیاست‌گذاری و ارزیابی
بستر تعاملی در فضای مجازی		
برگزاری همایش‌های موضوعی با همکاری دانشگاه و دانشگاهیان		
دعوت افراد خارجی برای شرکت در کنگره		
برگزاری کنگره به صورت غیر متمرکز		
برگزاری کنگره به صورت مجازی و تعاملی	توسعه برنامه‌ریزی آموزشی	
پیگیری نتیجه مباحث کنگره		
یافتن زمینه‌های جدید فعالیت کنگره		
طراحی معیارهای شایستگی و اعطای گواهی به حرفه‌مندان		
مصاحبه با افراد موفق حرفه و معرفی آن‌ها	الگوسازی	
معرفی الگوی کتابخانه برتر		
هماهنگ‌سازی ساختن کمیته‌های مختلف انجمن برای رسیدن به اهداف مشترک	برگزاری رویدادهای علمی و حرفه‌ای	مدیریت رویدادها
برگزاری جلسه‌های مشترک کمیته‌ها		

مضمون پایه Basic theme	مضمون سازمان دهنده Organizer theme	مضمون فراگیر Overarching theme
		تهیه نظام نامه کمیته‌ها
	برگزاری منظم جلسه‌های انجمن	تقویت فعالیت کمیته روابط بین الملل انجمن شناساندن فعالیت‌های انجمن به مراکز بین المللی مرتبط با حرفه تعامل با ایفلا
	پایگاه اطلاعاتی حرفه	رهبری و نگاه مدیریتی تدوین و طراحی استانداردهای حرفه و رشته فرآیند گرایی تعهد به برنامه‌های درازمدت انجمن در قالب اساسنامه مکانیزه کردن فرآیندهای کاری انجمن
	جذب حمایت‌های مالی	تمرکز به رتبه‌بندی انجمن فعالیت‌های خارج از اولویت تربیت نیروی فعال کمیته‌ها آموزش‌های نوین به حرفه‌مندان طراحی بسته‌های سواد اطلاعاتی طراحی کارگاه‌های کاربردی طراحی بسته‌های مهارت پژوهشی آموزش‌های تعاملی و از راه دور بازآموزی اعضای هیئت علمی و حرفه‌مندان ارائه الگوهای مناسب کارآفرینی و نوآفرینی مطالعه تطبیقی مشاغل رشته ارایه الگو در مسایل صنفی تدوین طرح طبقه‌بندی مشاغل طراحی مشوق‌های مادی طراحی جوایز علمی
	اجتماع‌سازی	توسعه نیروی بازاریابی متخصص شناسایی مخاطبان بالقوه به منظور جذب آنان توسعه شاخه‌های استانی انجمن عضویت‌های افتخاری افراد خارج از کشور تدوین استراتژی بازاریابی و جذب مخاطب مخاطب‌شناسی به نمایش گذاشتن فعالیت‌های انجمن استفاده از انتقادات سازنده نظرسنجی از فعالیت‌های حرفه توسط انجمن
	تجلیل از فعالیت‌های فردی و دستاوردهای جمعی	بررسی سرفصل‌های درسی و توصیه به وزارت علوم جهت ایجاد تغییرات در آن‌ها نقش انجمن به عنوان سکوی پرتاب دانشجویان مشارکت در طرح‌های پژوهشی ملی جذب اسپانسر از طریق طراحی جوایز و بورسیه‌های تحصیلی پایگاه اطلاعاتی متخصصان و حرفه‌مندان
	استفاده از خرد جمعی	پایگاه اطلاعاتی پژوهش‌ها پایگاه اطلاعاتی شرکت‌های تخصصی ایجاد و راه‌اندازی انجمن الکترونیکی تفاهم‌نامه‌های غیراستراتژیک افراد با شناخت ناکافی از انجمن فعالیت‌های مستقیم و موردی صنفی دخالت مستقیم در آموزش
	انسجام درونی انجمن	
	توانمندسازی حرفه‌مندان تولید علم ارائه خدمات پلتفرمی	
توسعه دانش، مهارت‌ها و توانمندی‌های حرفه‌ای	کسب دستاوردهای بین‌المللی	
	نماینده‌گی از منافع حرفه‌ای	

اشاره این نکته ضروری است، بر یافته‌های به دست آمده در جدول ۲، عواملی که لازم است حذف، اضافه، افزایش یا کاهش پیدا نمایند در چهارچوب استراتژی اقیانوس آبی به دست آمدند. این یافته‌ها برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش به شرح زیر مطرح می‌شوند:

#### **الف) عواملی (اهداف/ مأموریت‌ها/ خدمات) که باید حذف شوند:**

انجمن بر پایه استراتژی اقیانوس آبی و به دلیل‌هایی همچون توان ناکافی، پایین آوردن هزینه‌ها، تغییر در شرایط جامعه و مخاطبان، تغییر در اولویت‌بندی خود، لازم است اهداف، مأموریت‌ها و خدماتی را حذف نماید که دیگر نیازی به ارائه آن‌ها از سوی انجمن وجود ندارد. این موارد بیشتر توسط انجمن ارائه شده اما با توجه به تغییرهای بوجود آمده، به ادامه آن‌ها نیازی احساس نمی‌شود. این عوامل عبارتند از:

- حذف، تفاهم‌نامه‌های غیراستراتژیک
- حذف فعالیت‌های مستقیم و موردی صنفی (با تأکید بر مسائل کلان مطالعات صنفی)
- حذف دخالت مستقیم در آموزش (با تأکید بر مسائل کلان آموزش)

#### **ب) عواملی (اهداف/ مأموریت‌ها/ خدمات) که باید کاهش یابند:**

انجمن بر پایه استراتژی اقیانوس آبی و به دلیل‌هایی همچون دور شدن از اهداف و ارزش‌های اساسی، توان و نیروی انسانی ناکافی در مدیریت امور، قوانین دست‌وپاگیر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (عتف)، غیرانتفاعی بودن ماهیت انجمن و بودجه ناکافی، لازم است موارد معدودی از فعالیت‌های خود را کاهش بدهد و در بازنگری در استراتژی‌های انجمن از این حیث روی آن‌ها تأکیدی وجود ندارد. از این رو، عوامل قابل کاهش نیز به شرح زیر به دست آمدند:

- کاهش تمرکز بر برخی از مؤلفه‌های رتبه‌بندی انجمن‌های علمی
- کاهش فعالیت‌های خارج از اولویت

#### **ج) عواملی (اهداف/ مأموریت‌ها/ خدمات) که باید افزایش یابند:**

انجمن بر پایه استراتژی اقیانوس آبی و به دلیل‌هایی همچون اهمیت و ضرورت، تأثیرگذاری بنیادین، ارزش‌های اساسی و هسته، و کارکردهای ذاتی لازم است در برخی از عوامل افزایش داشته باشد. این عوامل که بیشتر توسط انجمن اجرایی می‌شده و استفاده کرده اما باید آن‌ها را تقویت بخشد در ادامه معرفی می‌شوند:

- تعامل با کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی (همچون: تعامل ساختاریافته با کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌ها، و سایر انجمن‌ها)
- ارتباط با جوامع علمی داخلی (همچون: ارتباط ساختاری و پیوسته با گروه‌های آموزشی رشته، نشست با مدیران گروه‌های آموزشی)
- تعامل با حرفه‌مندان و ذی‌نفعان (همچون: ارتباط با پیشکسوتان حرفه و استفاده از تجارب آن‌ها)
- تعامل با مراکز خارج از حرفه (همچون سطوح کلان علمی، و رسانه‌ها)
- تعامل با صنعت (همچون: معرفی دانشجوی (کارورز) به صنعت و هماهنگ‌سازی حرفه‌مندان و سازمان‌ها برای مدیریت داده‌های سازمانی)
- تولید علم و انتشار تولیدات علمی (همچون: معرفی و اجرای اولویت‌های پژوهشی و افزایش انتشار آثار درباره انجمن)؛
- الگوسازی حرفه‌ای و علمی
- توسعه منافع و مطالبه‌های حرفه‌ای (همچون: مطالعه تطبیقی مشاغل رشته، ارائه الگوی مسائل صنفی، و طبقه‌بندی

مشاغل)

- توسعه برنامه‌ریزی آموزشی (همچون: بررسی سرفصل‌های درسی و دوره‌های آموزشی)
- جذب حمایت‌های مالی (همچون: مشارکت در طرح‌های ملی و جذب پشتیبان با طراحی جوایز و بورسیه‌های تحصیلی)

#### د) عواملی (اهداف/ مأموریت‌ها/ خدمات) که باید ایجاد شوند:

انجمن بر پایه استراتژی اقیانوس آبی و به دلیل‌هایی همچون تغییر کارکرد نهادهای مرتبط با انجمن (کتابخانه‌ها، مراکز اطلاع‌رسانی و ذی‌نفعان)، تغییرهای به وجود آمده در حوزه اطلاعات و فناوری اطلاعات و نیازهای متغیر جامعه علمی و حرفه‌ای، لازم است عوامل، فعالیت‌ها و اقداماتی را که پیش از این توسط انجمن به صورت جدی ارائه نشده است، ارائه نماید. مهم‌ترین این عوامل به شرح زیر مطرح شدند:

- تعامل ساختارمند با کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی (همچون: تعامل با خانه‌های فرهنگ و کتابخانه‌های عمومی و غیره برای افزایش مقبولیت اجتماعی و مشارکت داوطلبانه برای انجمن)
- تعامل با حرفه‌مندان، تکریم مخاطبان (همچون: فرصت ارائه نظرات و پیشنهادها و بستری برای تحقق آن، و ارسال پیام‌های مناسبی)
- ارتباط با جوامع خارجی (تعامل با انجمن‌های علمی خارجی، و سفارت‌خانه‌ها)
- ارزیابی مراکز اطلاعاتی (همچون: ارزیابی فناوری اطلاعات در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی، و ارزیابی و رتبه‌بندی گروه‌های آموزشی)
- خدمات پلتفرمی (همچون: طراحی نظام پیشنهادها، ارائه خدمات پلتفرمی و بستر تعاملی در فضای مجازی)
- طراحی معیارهای شایستگی (همچون: اعطای گواهی به حرفه‌مندان، و معرفی الگوی کتابخانه)
- تقویت انسجام درونی (همچون: هماهنگ‌سازی ساختن کمیته‌های مختلف انجمن، برگزاری جلسه‌های مشترک و تهیه نظام نامه کمیته‌ها)
- توانمندسازی حرفه‌مندان (همچون: دوره‌های بازآموزی اعضای هیئت علمی و حرفه‌مندان، و ارائه الگوهای مناسب کارآفرینی و نوآفرینی)
- اجتماع‌سازی (همچون: تدوین استراتژی بازاریابی و جذب مخاطب)
- مشوق‌های مادی و اعطای بورسیه‌های علمی
- پایگاه اطلاعاتی حرفه (همچون: پایگاه اطلاعاتی متخصصان و حرفه‌مندان، پژوهش‌ها، شرکت‌های تخصصی و راه‌اندازی انجمن الکترونیکی)

نگاهی کلی به یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که از بین چهار عامل حذف، کاهش، افزایش و ایجاد عوامل قابل افزایش و ایجاد به نسبت سایر عوامل بیشتر مورد توجه اعضای هیئت مدیره قرار گرفته‌اند. بنابراین مدیران کنونی و آینده انجمن در گام نخست و در اولویت اول باید به این عامل یعنی عوامل قابل افزایش و ایجاد توجه بیشتری داشته باشند. (همچنین یکی از دلیل‌هایی که برای معرفی ناموزون و نامتوازن این مؤلفه‌ها می‌تواند بر پایه دخالت ندادن دیدگاه سایر ذی‌نفعان انجمن و حاکم بودن نگاه اعضای هیئت مدیره انجمن در پژوهش حاضر باشد). بر پایه آنچه اشاره شد، الگوی کلی استراتژی اقیانوس آبی در انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران را می‌توان به شکل الگوی زیر ترسیم کرد (به شکل ۲ بنگرید).



شکل ۲. مدل استراتژی اقیانوس آبی برای انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران

Figure 2. Blue Ocean Strategy Model for Iranian Library & Information Science Association (ILISA)

### بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، هدف پژوهش حاضر تدوین استراتژی اقیانوس آبی برای انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران بود. انجمن‌های علمی به‌عنوان یکی از ارکان جامعه علمی و حرفه‌ای می‌توانند نقشی پررنگ در توسعه علمی و حرفه‌ای



جوامع داشته باشند. بنابراین اگر مدیران و دست‌اندرکاران انجمن‌های علمی به‌دنبال تأثیرگذاری و ایجاد تحول اجتماعی و نیز توسعه علم و فناوری جوامع علمی و حرفه‌ای مرتبط با انجمن هستند ناگزیر از تدوین استراتژی‌هایی کارا و اثربخش امروزی هستند. تعامل میان سازمان‌های مردم‌نهاد و سیاستگذاران، اتخاذ سیاست‌های علمی و عملی را به دنبال دارد. انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران نیز به استراتژی‌هایی تازه نیازمندند که در پژوهش حاضر شناسایی شدند. اگر بخواهیم پژوهش حاضر را با پژوهش‌های پیشین مقایسه کنیم، لازم است به دو بُعد توجه کنیم. نخست این که بنگریم بیشتر چه استراتژی‌هایی برای انجمن وجود داشته و اکنون این استراتژی‌ها را چگونه می‌توان تغییر داد. سپس نگاهی هم به سایر پژوهش‌ها بیفکنیم و نتایج پژوهش‌های انجام شده در این زمینه را با پژوهش‌های پیشین مقایسه کنیم. در بُعد نخست، باید اشاره کنیم که در پژوهشی که با عنوان تدوین برنامه راهبردی انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران توسط (Parirokh, & Sharif (2010) انجام شد، برنامه راهبردی انجمن در ۵ هدف و ۱۶ مقصد تدوین شده بود. یکی از این اهداف «رهبری، حمایت و تأثیرگذاری» بود. نتایج پژوهش حاضر نیز در اقدام افزایشی اقیانوس آبی پیشنهاد می‌شود. همچنین استراتژی «تقویت همگرایی و همبستگی میان حرفه‌مندان» با اقدام افزایشی اقیانوس آبی در زمینه‌های تعامل با کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی و نیز تعامل با حرفه‌مندان ارتباط داشته است. این قضیه نشان‌دهنده استراتژی ایجادشده انجمن است که بر پایه اقیانوس آبی به افزایش اقدام نیازمند است. همچنین در حوزه هدف «آموزش، مقصد برنامه‌ریزی جهت ارائه آموزش‌های غیررسمی به افراد عضو و غیرعضو به‌منظور ارتقاء و روزآمدسازی دانش و مهارت‌های مورد نیاز حرفه‌مندان» با توانمندسازی حرفه‌مندان در اقدام افزایشی و ایجاد همپوشانی داشته است. البته باید اشاره کرد که مضامین پایه آن در بعد ایجاد، نشانگر زمینه‌های جدیدی است که بر پایه دیدگاه مشارکت-کنندگان لازم است ایجاد شود اما در بعد افزایش قبلاً ایجاد شده و نیاز به افزایش در آن‌ها در پژوهش حاضر تأکید می‌شود. در حوزه هدف «پژوهش»، «نیازسنجی و شناسایی اولویت‌های پژوهشی و انتشار رسمی آن» مطرح شده بود که و اکنون با گذشت سال‌های متمادی از آن پژوهش، در اقدام «ایجاد» به شناسایی خلأهای پژوهشی در راستای تقویت این استراتژی پیشنهاد می‌شود. همچنین استراتژی «برقراری ارتباط با خبرگزاری‌ها و کانال‌های رسمی کشور» در پژوهش یاد شده، ضرورت افزایش تعامل با رسانه‌ها در پژوهش حاضر را یادآوری می‌کند.

در بُعد مقایسه با پژوهش‌های پیشین هم ضروری است به این نکته توجه شود که پژوهش حاضر در حوزه سازمان‌های مردم‌نهاد و انجمن‌های علمی انجام شده است. این در حالی است که بیشتر پژوهش‌ها در حوزه تجارت و کسب‌وکار انجام شده‌اند. یافته‌های پژوهش حاضر با برخی از نتایج پژوهش‌های (Sami & Amin (2014) و (Aghazadeh et al. (2015) که نیازمند ایجاد بستر اینترنتی مناسب برای تعامل بهینه، افزایش برخورد احترام‌آمیز و بهبود فرآیندهای کاری است با یافته‌های پژوهش حاضر به‌صورت مشخص و مستقیم مطابقت دارند. بنابراین می‌توان گفت برخی ویژگی‌ها و عوامل وجود دارند که بدون توجه به حوزه صنعت یا حوزه علمی یا حرفه‌ای ویژه، به شکلی مشابه بروز پیدا کرده‌اند.

نکته بعدی که می‌توان اشاره کرد، تأکیدی است که کمیسیون انجمن‌های علمی زیر نظر وزارت عتف در راستای بررسی و ارزیابی عملکرد سالانه انجمن‌ها انجام می‌دهد. این ارزیابی براساس طیف وسیعی از عوامل و شاخص‌هاست که ویرایش جدیدی از آن ارائه شده است. ابعاد کلی این ارزیابی دربرگیرنده توانمندی انجمن‌های علمی، مدیریت علمی و ایفای نقش مرجعیت، توسعه تعاملات ملی، توسعه تعاملات بین‌المللی، و دیگر فعالیت‌های انجمن‌هاست. یادآوری این نکته ضروری است که هر یک از این ابعاد کلی از شاخص‌های مختلفی همچون تولید علم و منابع علمی، گردهم‌آیی‌های علمی، ارزیابی علمی، تخصیص جوایز، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی، فعالیت‌های بین‌المللی و تعامل با سازمان‌های تخصصی و دیگر بخش‌های جامعه تشکیل شده‌اند که از اهمیت و رتبه بالایی برخوردارند. این قبیل فعالیت‌های موردنظر کمیسیون مذکور که

در اینجا مورد اشاره قرار گرفتند کاملاً همراستا با یافته‌های پژوهش حاضر هستند و از سوی طیف وسیعی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش نیز مورد تأکید قرار گرفته‌اند. از طرفی به نظر می‌رسد بازنگری‌هایی که این کمیسیون همواره در مؤلفه‌های موردنظر خود انجام می‌دهد به گونه‌ای نبوده که بتواند پیوند بین انجمن‌ها و ذینفعان اصلی را به‌طور کامل برقرار کند. تمرکز بر برخی از مؤلفه‌های رتبه‌بندی انجمن‌ها توسط این کمیسیون به اعتقاد مشارکت‌کنندگان در این پژوهش باعث صرف وقت و هزینه‌های اضافه می‌شود. نمونه‌هایی از این اقدام‌ها را می‌توان به برگزاری مجمع و روند مربوط به ثبت شرکت‌ها در نظر گرفت. اما از آنجا که اختیار تصمیم‌گیری در این موارد به عهده انجمن‌ها نیست، لذا انجمن تنها می‌تواند تمرکز خود را به این قبیل فعالیت‌ها کاهش داده و ناچار امتیاز آن را نیز دریافت ننماید. البته درباره تغییر معیارهای کمیسیون، می‌توان پژوهش حاضر را فتح باب خوبی تلقی کرد و چنین به نظر می‌رسد یافته‌های این پژوهش توسط پژوهش‌های دیگری مورد بررسی قرار گرفته و به کمیسیون جهت بازنگری در معیارهای خود ارائه شود. از پیشنهاد‌های اجرایی و پژوهشی می‌توان موارد زیر را بیان نمود

- اجرایی شدن استراتژی اقیانوس آبی و استفاده از سایر ابزارها: لازم است انجمن برنامه‌ای برای اجرای این استراتژی تدوین شود که این برنامه می‌تواند با بهره‌گیری از تهیه یک جدول نگاشت (mapping table) فعالیت‌های کنونی و در دست اجرای انجمن و پالایش آن‌ها اجرایی شده و یا ابزارهای دیگر (تابلوی استراتژی، شبکه چهار وجهی و...) به کار رود.
- تعامل بیشتر و بیشتر با ذینفعان و مخاطبان: انجمن لازم است تعامل خود را با ذینفعان و مخاطبان کلیدی خود بیشتر و بیشتر کند.
- به کارگیری شیوه علمی نوین در مدیریت رویدادها و کنگره‌ها: به کارگیری شیوه علمی نوین در مدیریت رویدادها و کنگره‌ها با توجه به تغییرات سریع علوم و فناوری، علاوه بر جذب حداکثری مخاطبان، سبب شناسایی زمینه‌های جدیدی برای فعالیت کنگره‌ها شده و سبب ارائه ارزش افزوده به مخاطبان می‌شود.
- ارزیابی مراکز علمی و حرفه‌ای: لازم به نظر می‌رسد کمیته برنامه‌ریزی و بهبود مستمر انجمن با ارزیابی مراکز علمی و حرفه‌ای مرتبط با رشته و حرفه، ارتقاء رشته و حرفه را دنبال نماید.
- مقایسه یافته‌های پژوهش با سازمان‌های غیرانتفاعی مشابه: پژوهشگران می‌توانند یافته‌های پژوهش حاضر را با یافته‌های به‌دست آمده از سازمان‌های غیرانتفاعی (همچون انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد) مشابه مقایسه نمایند.
- بازنگری در معیارهای کمیسیون انجمن‌های علمی وزارت عتف: در پژوهش حاضر به مؤلفه‌هایی اشاره شد که در ارزیابی کمیسیون انجمن‌های علمی از طرف مشارکت‌کنندگان، دست‌وپاگیر تلقی شده بود و تجدیدنظر در آن‌ها می‌تواند به بهبود عملکرد انجمن‌ها منجر شود.

## تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

## References

- Abdollahi, M. (2002). Performance of scientific associations in Iran in promoting and extending science and ethics. *Sociology*, 4(1), 47-63. [In Persian]
- Aghazadeh, H., Mahdavi, G., & Elahi Chorn, M. (2015). Investigating innovation strategies in the country's insurance industry with a blue ocean approach. *Journal of Insurance*, 30(1), 187-214. [In Persian]

- Amin, F. (2012). *Designing a model for aligning human resource management measures and business strategies with the blue ocean approach in Iranian commercial banks*. Doctoral dissertation, University of Tehran. [In Persian]
- Arasteh, H. R. (2004). Philosophy of scientific associations. *Approach*, 32(2), 22-27. [In Persian]
- Asghari Sarvakalaei, H., & Mardani Shahrababak, M. (2016). *Designing a blue ocean strategy deployment model: To achieve value innovation*. First International Conference on Management, Accounting, Educational Sciences and Resistance Economics; Action and Practice, Sari, Baran Andisheh Scientific Research Company. Accessed on 03/03/98.
- Bagheri, R., Eslami, S. P., Yarjanli, M., & Ghafoorifard, N. (2013). Factors affecting the implementation of the blue ocean strategy a case study of medicom production manufacturing company. *Australian a journal of Basic and Applied Sciences*, 7(4), 213-222.
- Basri, J. H., Ghadzali, M. P., & Ismail, M. I. (2011). Blue ocean strategy: Application in University Sains Malaysia. *Journal of PPM*, 5, 41-66. [In Persian]
- Commission of Iranian Scientific Associations. (2019). *The growth slope of the performance of Iranian scientific associations from 1989 to 1996*. Accessed on 25/10/2019.
- Delicado, A., Rgo, R., Palma, C., Pereira, I., & Junqueira, L. (2014). What Roles for scientific associations in contemporary science? *Minerva*, 52, 439-465.
- Ghadimi, A. (2004). Structure and function of scientific associations. *Approach*, 1(32), 12-21. [In Persian]
- Iranian Library and Information Science Association (ILISA). (2018). *Awarding the A rank to the Iranian Library and Information Association for the fifth consecutive year*. Accessed on 18/09/2018.
- Jamali Mahmoudi, H. R., Sangari, M., & Vafaeian, A. (2015). Evaluating the performance of the library and information association from the members' point of view. *National Studies in Library and Information Organization*, 26(1), 7-24. [In Persian]
- Kim, C. W., & Mauborgne, R. (2015). *Blue ocean strategy: How to create a market environment without a claimant where competition makes no sense* (Translated by Alireza Pour Mumtaz). Tehran: Ariana Ghalam.
- Mazinani, A. (2000). *Library and librarianship*. Tehran: Samat. [In Persian]
- Mohseni, M., & Alipour, O. (2014). A review of the performance of the Iranian Library and Information Association from the perspective of board members and officials. *Information Management and Knowledge Studies*, 4(1), 77-86. [In Persian]
- Nowotarski, P., Jerzy P., & Lukasz, P. (2017). Scientific association knowdge improvement activities in construction technology management field. *Procedia Engineering*, 208, 106-113.
- Parirokh, M., & Sharif, A. (2010). *Development of a strategic plan of the Iranian library and information association*. Accessed on 03/03/2019.
- Parvinen, P., Jaakko, A., Joel, H., & Sami, K. (2011). Awareness, action and context-specificity of Blue Ocean practices in sales management. *Management Decision*, 49(8), 1218-1234
- Sami, S., & Amin, F. (2014). Designing a blue ocean strategy in the field of activities of consulting engineers in national projects active in the field of dam construction. *Public Management*, 7(1), 71-87. [In Persian]
- Sheehan, N. T., & Vaidyanathan, G. (2009). Using a value creation compass to discover Blue Ocean. *Strategy & Leadership*, 37(2), 13-20.

- Sohanian Haghghi, M., Fattahi, R., & Azad, A. (2006). Study and survey on the performance and role of the Iranian Library and Information Association. *Library and Information Science*, 9(4), 73-88. [In Persian]
- Stephenson, C. (2007). *Educational technology associations as change agents: A case study*. Ph.D., Oregon State University.
- Supreme Council of the Cultural Revolution. (2010). *Comprehensive scientific map document of the country*. Accessed on 11/10/2018.
- Tavalayi, R. (2009). Blue ocean strategy as a revolution in strategic management. *Journal of Police Human Development*, 6(24) 56-77. [In Persian]
- Yang, C-C., & Yang, K-J. (2011). An integrated model of value creation based on the refined Kano`s model and the blue ocean strategy. *Total Quality Management & Business Excellence*, 22(9), 925-940.
- Zaker Salehi, G. R. (2000). Investigating the overt and covert functions of scientific and research associations. *Approach*, 23(4), 64-69. [In Persian]



#### Copyrights

© 2023, by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)