

جامعة المنوفية

كلية الحاسبات والمعلومات

إدارة المكتبة

الخطة الاستراتيجية الخاصة بمكتبة كلية الحاسبات
والمعلومات جامعة المنوفية

**Planning Strategic for Library of the
Faculty of Computers and
Information**

إعداد

د. شيماء محروس على بكر

قائم بعمل مديرة المكتبة.

ملحوظة

تم الاعتماد في تصميم هذه الخطة على نموذجين من المملكة العربية السعودية من جامعة
الامام محمد بن سعود الاسلامية و جامعة الملك فيصل بالإضافة إلى رسالة الدكتوراه
الخاصة بالدكتورة شيماء محروس على بكر.

بسم الله الرحمن الرحيم

يعد التخطيط الاستراتيجي من العمليات التي لا يمكن الاستغناء عنها في وقتنا الحالي الذي يميزه التأثير القوي والمتزايد للبيئة في المكتبات في أنحاء العالم . فلقد أصبحت المكتبات اليوم ملزمة بتحسين مستوى أدائها من أجل رفع مستوى مخرجاتها وتقديم خدمات بكفاءة عالية؛ ولا يمكن للمكتبات تحقيق هذه الأهداف إلا بالتحكم في مسيرتها ورسم مستقبلها بالطريقة التي تخدم آمالها وطموحاتها. ويعد التخطيط الاستراتيجي الوسيلة الأنسب التي يمكن الاعتماد عليها من أجل تحديد الوضع المستقبلي المرغوب وحصر وتعبئة الموارد الضرورية للوصول إلى ذلك الوضع.

تمهيد

يعطي التخطيط الاستراتيجي نظرة شاملة عما تقوم به المكتبة وإلى أين تتجه. كما يسلط الضوء على ما تريد أن تقوم به المكتبة والكيفية التي ستعملها للوصول إلى ما تريد الوصول إليه.

يساعد التخطيط الاستراتيجي على الإجابة على أكبر وأهم الأسئلة التي تطرحها المنظمات يوميا، كما يساعدها أيضا على التحكم في مسيرتها وممارساتها.

تختلف المقاربات الاستراتيجية وهذا يختلف ممارسات التخطيط الاستراتيجي أيضا، ومهما كانت الممارسة التي نختارها فهناك مجموعة من القيود التي لا يمكن إغفالها أو عدم احترامها لأن كل الممارسات تشير إلى أهمية احترامها.

من بين هذه القيود أن التخطيط الاستراتيجي ليس بعمل مكتبي ولا عمل نظري، فلا يمكن إعداد الخطة الاستراتيجية بالاعتماد على الجلوس إلى الاجتماعات بل يجب العمل على تحديد العناصر والعوامل التي تؤثر في عمل المكتبة بشكل يومي .

١- مراحل التخطيط الاستراتيجي

تختلف مراحل عملية التخطيط الاستراتيجي باختلاف المقاربات التي يبني عليها التفكير الاستراتيجي نفسه.

و تتم عملية التخطيط الاستراتيجي في المراحل التالية :

أولا - تحليل بيئة المكتبة

ثانيا - تحديد هوية المكتبة

ثالثا - تحديد الخيارات الاستراتيجية

رابعا - تحديد الأهداف الاستراتيجية

أولا - تحليل بيئة الكلية (أو العمادة أو المركز)

تم إعداد الخطة الاستراتيجية بتحليل بيئة المكتبة وذلك في أربع خطوات رئيسية تبدأ بتحليل البيئة لتنتهي إلى المقارنة المرجعية.

١- تحليل البيئة الداخلية:

تم هذا التحليل بالاعتماد على البيانات التي جمعتها مديرة المكتبة بإعداد الخطة الاستراتيجية من مختلف الجهات الداخلية للكلية أو خارجها

يختلف نوع البيانات التي تجمع في هذه المرحلة باختلاف نشاط وحجم ووضع الوحدة التي يتم لها وضع الخطة الاستراتيجية غير أن البيانات التي تجمع هي تلك التي لها علاقة بمهنة الوحدة نفسها.

فمثلاً، بالنسبة لكلية ومن بين البيانات التي تطلب ما يلي :

فيما يخص عدد المستفيدين من المكتبة :

عدد الطلبة في كل برنامج داخل الكلية

نسبة الخريجين إلى عدد الطلبة الإجمالي

نسبة عضو هيئة التدريس إلى الطلبة الواردين للمكتبة

نسبة الطلبة الزائرين للمكتبة

بالنسبة لبيئة العمل:

مستوى رضا العاملين بالمكتبة من البيئة الأكبر وهي الكلية

مستوى رضا الطلبة عن الخدمات التي تقدمها المكتبة

مستوى رضا الطلبة عن الأنشطة في مكتبة الكلية

مستوى رضا أعضاء هيئة التدريس عن جو العمل بالكلية

بالنسبة للإدارة

طبيعة القيادة بإدارة المكتبة

مستوى رضا الموظفين عن العمل بالمكتبة

طبيعة الاتصال السائد في المكتبة

وتم عمل استبيان ومقابلات و التقارير الرسمية والبيانات الرسمية

في هذا الصدد يمكن توزيع استبيان لكل شريك من الشركاء الداخليين للكلية (طلبة، أعضاء

البيئة الداخلية

هيئة التدريس، الموظفون، ...) وتجرى مقابلات مع مسؤولي الكلية ومع بعض أعضاء هيئة التدريس وبعض الطلبة والموظفين أيضا. أما الملاحظة فيمكن اللجوء إليها عند الحاجة إلى الحصول على بيانات إضافية.

تحليل البيئة الخارجية

مدى رضا سوق العمل عن خريجي الكلية

مدى إشراك سوق العمل في عملية التخطيط بالكلية وبناء الخطط الدراسية

طبيعة وكثافة اتصال الكلية بسوق العمل

٢- تحليل الوضع الراهن (تحليل SWOT)

نقاط القوة STRENGTHS	نقاط الضعف WEAKNESS
<p>١- توافر مساحة كبيرة للمكتبة ٢- حكمة إدارة المكتبة ٣- موظفو المكتبة المحدودين على قدر عال من التخصص في المجال</p>	<p>١- عدم توفر أخصائيين بشكل كاف لاحتياجات المكتبة ٢- عدم رضا بعض المستفيدين لعدم تناسب مواعيد المكتبة ٣- عدم وجود استعارة خارجية للطلبة ٤- عدم تعاون الإدارة العليا في بعض الأحيان</p>
البيئة الخارجية	
الفرص OPPORTUNITIES	التحديات THREATS
<p>١- توفير متخصصين من الكليات الأخرى لتقديم خدمات بجودة أعلى ٢- محاولة إرضاء المستفيدين ٣- للتغلب على قلة الأخصائيين والحفاظ على المقتنيات توفير كاميرات مراقبة وإنذار حديث ٤-</p>	<p>تصيد بعض الزملاء لأخطاء العاملين بالمكتبة</p>

تتم الاستراتيجية من حصر مختلف نقاط قوة المكتبة ومختلف نقاط ضعفها كما يمكنه أيضا من معرفة أهم الفرص التي تحملها بيئة المكتبة وأهم التهديدات التي تواجهها. تحدد نقاط القوة ونقاط الضعف إثر تحليل البيئة الداخلية وتحدد الفرص والتهديدات إثر تحليل البيئة الخارجية.

ثانيا - تحديد هوية الكلية (المركز)

يقصد بتحديد هوية المكتبة تحديد الرؤية والرسالة والقيم التي تحكم بناء الخطة الاستراتيجية وسلوك وممارسات المكتبة أثناء تنفيذ هذه الخطة الاستراتيجية.

الرؤية:

رؤية المكتبة

الريادة والابداع والابتكار في تقديم خدمات ومصادر المعلومات للمستخدمين لتصبح المكتبة مركزا متطورا لنشر المعلومات والمعرفة وتحقيق أهداف الكلية التعليمية والبحثية والمجتمعية.



الرسالة:

رسالة المكتبة

تشجيع البحث العلمي من خلال توفير مصادر المعلومات الحديثة للمستخدمين لإنتاج المعرفة ونشرها ودعم عمليات التعليم والتعلم والعمل على تقديم الخدمات بجودة عالية



القيم التي تسعى لنشرها مكتبة الكلية :

- ١- الأمانة : العمل على حماية الملكية الفكرية
- ٢- المعرفة : بالاسهام للوصول إلى مجتمع المعرفة
- ٣- الجودة : بتطبيق معايير الجودة في أداء المكتبة والخدمات فيها
- ٤- الإبداع : من خلال تبني أفكار وتقنيات حديثة
- ٥- التعاون : التواصل مع المكتبات ومراكز المعلومات الأخرى
- ٦- التواصل : من خلال التواصل بين المستخدمين داخل المكتبة ببعضهم البعض وبالمجتمع الخارجى
- ٧- البناء : يتم من خلال بناء ثقافة بناء شخصية علمية متمكنة للمستخدمين



ثالثاً - الأهداف الاستراتيجية

تحدد الأهداف الاستراتيجية بالنظر إلى أهم القضايا الحرجة. تستعمل في هذا الإطار مجموعة من الطرق.

الأهداف الاستراتيجية للمكتبة :-

- ١- الارتقاء بالخدمات المقدمة للمستفيدين وتقديم خدمات مميزة لمجتمع مكتبة الكلية.
- ٢- الارتقاء بالبحث العلمي و تقديم دعم أفضل للباحثين.
- ٣- تعزيز كفاية وكفاءة العاملين بالمكتبة والنهوض بمستواهم
- ٤- إرضاء المستفيدين بكل فئاتهم.
- ٥- تنظيم وتحليل مصادر المعلومات بحيث يتيسر الوصول إلي أي منها أو معلومة فيها بأقل جهد وبأقصر طريق وفي أقصر وقت ممكن.
- ٦-