

طراحی چارچوب مفهومی زنجیره تأمین خدمات تبلیغ دین با رویکرد روش‌شناسی سیستم‌های نرم

کریم ابراهیمی *

میثم شهبازی **

جعفر رحمانی ***

مرتضی سلطانی ****

چکیده

امروزه خدمات فرهنگی به عنوان یکی از مهم‌ترین پیشران‌های اقتصادی و اجتماعی مطرح‌نظر بسیاری از حکومت‌ها قرار گرفته و بهبود مستمر اداره این خدمات در میدان سرشار از تغییر و تحول هزاره سوم اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. در انقلاب اسلامی به عنوان یک انقلاب فرهنگی خدمات درخشندگی ویژه‌ای داشته و تدبیر در راستای ارتقای کیفی آنها از اولویت‌های اصلی سیاستگذاران است. بهبود نظام اداره خدمات فرهنگی در سطح کلان، مستلزم سازماندهی نقش‌آفرینان کلان این عرصه است. تعدد نقش‌آفرینان عرصه خدمات فرهنگی و عدم سازماندهی مناسب آنها، از مهم‌ترین مسائل این عرصه است که کاهش بهره‌وری را رقم زده است. هدف از این مطالعه عارضه‌یابی ساختار فعلی نظام اداره خدمات فرهنگی و بازطراحی این نظام از منظر مدیریت زنجیره تأمین خدمات است. روش گردآوری داده تحلیل مضمون است که براساس مطالعه اسناد قانونی درون‌سازمانی و برون‌سازمانی حوزه خدمات فرهنگی تبلیغ دین و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۷ تن از خبرگان و متخصصان حوزه مدیریت فرهنگی، مدیریت زنجیره تأمین و مسئولان کلان اداره تبلیغ دین که از روش گلوله برفی انتخاب شدند، ۱۳ عارضه اصلی نظام اداره خدمات فرهنگی و راه‌حل‌های این عارضه‌ها شناسایی شد. روش تحلیل داده‌ها به دلیل وجود پیچیدگی‌های پویای مسأله و نیز پیچیدگی‌های رفتاری آن روش‌شناسی سیستم‌های نرم است که با بهره‌گیری از آن روابط بین راه‌حل‌ها برقرار و مدل نهایی نظام اداره خدمات فرهنگی در قالب نظام مدیریت زنجیره تأمین خدمات ترسیم شد. این مدل نمایانگر موجودیت‌های اداره‌کننده خدمات فرهنگی، خروجی هر یک از این موجودیت‌ها، روابط بین آنها و نقش هر یک از موجودیت‌ها است.

واژگان کلیدی

مدیریت فرهنگی، نظام تبلیغ، زنجیره تأمین خدمات فرهنگی، روش‌شناسی سیستم‌های نرم.

* دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی دانشگاه تهران، k.ebrahimi@chmail.ir

** عضو هیات علمی دانشگاه تهران، meisamshahbazi@ut.ac.ir

*** عضو هیات علمی و دانشیار دانشگاه بین‌المللی المصطفی صلی الله علیه و آله، ۰۳۸۴۴۵۹@gmail.com

**** عضو هیات علمی دانشگاه تهران، mortezasoltanee@ut.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۱۲