

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه عالی دفاع ملی

الگوی مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزشی‌های اسلامی

مؤلف:

دکتر محمدهادی غافقی

دانشگاه عالی دفاع ملی

تهران، ۱۳۹۵

سرشناسه: حاذقی، محمدهادی، ۱۳۳۹.
عنوان و پدیدآورنده: الگوی مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی / محمدهادی حاذقی.
مشخصات نشر: تهران؛ دانشگاه عالی دفاع ملی، انتشارات داعا ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری: ۵۴۲ صفحه
شابک: ۲-۶۰-۷۲۵۶-۶۰۰-۹۷۸ — ۲۵۰۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
شناسه افزوده: دانشگاه عالی دفاع ملی-مدیریت راهبردی-ارزش‌های اسلامی
رده‌بندی گنگره:
رده‌بندی دیویی:
شماره کتابشناسی ملی:

شناسنامه

اثر: الگوی مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی
تألیف: دکتر محمدهادی حاذقی
تدوین و ویراستاری: سحر مه‌ونت پژوهش و تولید علم
صفحه‌آرا و طراح جلد: سید کاظمی
ویراستار: فتنه عندلیب
شابک: ۲-۶۰-۷۲۵۶-۶۰۰-۹۷۸
بها: ۲۵۰۰۰۰ ریال
نوبت و سال چاپ: چاپ اول- سال ۱۳۹۶
شمارگان: ۵۰۰ جلد



انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

نشانی انتشارات: تهران. ضلع شمالی بزرگراه شهید بابایی، بعد از اتوبان هنگام

دانشگاه عالی دفاع ملی، انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی، تلفن ۲۲۹۷۰۳۴۳

نشانی اینترنتی: www.sndu.ac.ir

همه حقوق چاپ و نشر این کتاب برای دانشگاه عالی دفاع ملی محفوظ است.

فهرست مطالب

۱۱	سخن ناشر.....
۱۳	مقدمه.....
۱۷	فصل اول: مفهوم‌شناسی
۲۰	۱-۱- نقش.....
۲۰	۲-۱- مفهوم ارزش.....
۲۳	۳-۱- فلسفه ارزش.....
۲۶	۴-۱- ابعاد ارزش.....
۴۰	۵-۱- سطوح ارزش.....
۴۶	۶-۱- مدیریت راهبردی.....
۴۸	۷-۱- مدیریت بر مبنای ارزش‌ها.....
۵۱	۸-۱- الگو.....
۵۳	فصل دوم: مبانی معرفت‌شناسی، هستی‌شناسی و انسان‌شناسی (از منظر تفکر غرب)
۵۳	۱-۲- معرفت‌شناسی.....
۶۵	۲-۲- هستی‌شناسی (از منظر تفکر غرب).....
۷۹	۳-۲- انسان‌شناسی.....
۹۴	فصل سوم: نظریه‌ها و مکاتب جامعه‌شناسی (از منظر تفکر غرب)
۹۴	۱-۳- جامعه‌شناسی.....

۳-۲- نظریات مختلف درباره سعادت انسان..... ۹۸

فصل چهارم: مدیریت راهبردی مکاتب، نظریه‌ها (از منظر تفکر غرب)..... ۱۲۱

۴-۱- مکاتب مدیریت راهبردی (از دیدگاه غرب)..... ۱۲۲

۴-۲- تدوین راهبرد..... ۱۳۸

فصل پنجم: روش‌ها و نمونه‌های تدوین مدیریت راهبردی (از منظر تفکر غرب)..... ۱۸۴

۵-۱- دیدگاه ۱۹ و رویکردهای حاکم بر شکل‌گیری روش تدوین راهبرد..... ۱۸۴

۵-۲- نمونه‌های مدیریت راهبردی..... ۱۸۴

۵-۳- نمونه‌های مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی سازمان..... ۱۸۵

۵-۴- جمع‌بندی ویژگی‌ها و ابعاد مشترک نمونه‌های تدوین و طرح‌ریزی راهبردی..... ۲۰۰

۵-۵- نمونه‌های مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی دفاعی..... ۲۰۰

۵-۶- ویژگی‌های روش‌های مناسب تدوین طرح راهبردی نظامی..... ۲۰۲

۵-۸- چالش‌های انسان‌محور (فرهنگ سازمانی) که منجر به تضعیف سرمایه انسانی می‌شود..... ۲۲۸

۵-۹- ارتباط بین مکاتب مدیریت راهبردی و روش‌ها و نمونه‌های تدوین مدیریت راهبردی..... ۲۳۷

فصل ششم: مبانی و مسائل مدیریت راهبردی از منظر اسلام..... ۲۳۹

۶-۱- بخش اول - مفاهیم و مبانی..... ۲۳۹

۶-۲- معرفت‌شناسی..... ۲۷۵

۶-۳- هستی‌شناسی..... ۲۹۶

۶-۴- انسان‌شناسی..... ۳۱۳

۶-۶- مدیریت از منظر اسلام..... ۳۷۳

۶-۷- تدوین..... ۳۷۹

۶-۸- چالش‌های مدیریت راهبردی..... ۴۲۶

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری..... ۴۶۱

پیوست‌ها..... ۵۲۳

منابع..... ۵۳۵

مقدمه

همچنان که علم مدیریت و هدایت انسان‌ها رفته‌رفته گسترش یافته و تسلط و توان بهره‌برداری از توانمندی‌های انسانی و امکانات و منابع محیطی را به‌عنوان ابزاری در دست بشر افزایش داده است، در عین حال همراه با بروز چالش‌ها، پیچیدگی‌ها و مشکلات و مسائل جدیدی در پیش روی انسان پویا و آینده‌نگر شده است.

این مشکلات در زمینه‌های کلان اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و فرهنگی خود را آشکار نموده‌اند و بالاج در ابعاد خرد و اجرایی نیز می‌توان تأثیرات آنها را مشاهده نمود؛ اما از مهم‌ترین چالش‌ها و مشکلاتی که امروزه مدیران راهبردی با آن روبه‌رو می‌باشند مشکلات مربوط به ابعاد فرهنگی و انسان‌شناختی است.

مدیران باتجربه، به‌خوبی می‌دانند که مشکلات سخت‌افزاری آسان‌تر قابل تشخیص و سریع‌تر قابل حل هستند. در مقابل دیدن مشکلات نرم‌افزاری که ریشه در روان و جان انسان‌ها دارد، دیدگان حساس، قلبی دلسوز و درایتی میسرانه، بی‌طاقت. چرا که بندهایی که بر جان و دل تنیده شده است یک‌شبه گشودنی نیست و حل مشکلات فرهنگی زمان می‌طلبد. این مشکلات در حوزه مدیریت راهبردی عمدتاً در عرصه فرسنگ سازمانی و به‌صورت عدم همراهی، همسویی و هماهنگی کارکنان با سازمان، عدم انسجام و یکپارچگی درونی سازمان و عدم اعتماد به مدیران نمود می‌یابد و ریشه در مفاهیمی معنوی و درونی انسان‌ها دارد.

نمونه‌هایی از این مشکلات که از زبان طرفداران و تئوری‌پردازان مکاتب و مکتب‌ها در جهان نقل شده به‌شرح زیر است:

- ۱- یکپارچگی، هماهنگی و انسجام افراد و عناصر تشکیل دهنده جوامع و سازمان‌ها به‌عنوان یک عامل اساسی در مدیریت حاصل نمی‌شود (کاپلان، ۱۳۸۴، ۲۲۱).
- ۲- اعتماد و اطمینان به مسیر به‌عنوان یکی از ضروریات‌های اصلی به‌کارگیری منابع و امکانات وجود ندارد (دراکر، ۱۳۷۹، ۶۲).
- ۳- اینکه از کدام قالب‌های رفتاری بایستی متابعت نمود کماکان مورد سؤال مدیران و مسئولان

است (دراکر، ۱۳۷۹، ۱۳).

۴- تلاش به‌منظور تغییر رفتارهای جاری و روابط بین کارکنان (که این نیز ضرورت راهبردها و نشان‌دهنده تجدید و توسعه در ساختار، سیاست و فرآیندهاست) از موفقیت برخوردار نیست (کاپلان، ۱۳۸۴، ۲۲۸).

۵- یک الگوی منسجم، پیوسته و یکپارچه برای اتخاذ تصمیمات وجود ندارد (جانسون، ۲۰۰۶، ۵).

۶- مدیریت بر توانمندی‌ها، نقاط ضعف و عکس‌العمل‌های خود وجود ندارد (دراکر، ۱۳۷۹، ۱۹۹).

۷- انگیزه مدیران و کارکنان دارای ضعف است و به‌طور ناآشکار بر روند موفقیت تأثیر می‌گذارد (دراکر، ۳۷۵، ۲۳).

در دهه‌های اخیر در حوزه مدیریت راهبردی نمایندگی ویژه‌ای به‌وجود آمده که حاکی از درک ویژه‌ای از عوامل و مؤلفه‌هایی است که به‌اراده و انگیزه درونی کارکنان و مشتریان تکیه و تأکید می‌نماید. این مکاتب با توجه به ابعاد انسان‌ه‌ورانه همراه خود ادبیات و مفاهیم خاصی را نیز ارائه داده‌اند که نمونه‌هایی از آن‌ها عبارت‌اند از: فرهنگ سازمانی، ارزش‌ها، مدیریت تعاملی، مدیریت مشارکتی، مدیریت بر مبنای ارزش و غیره.

طرح فنون مختلف مدیریتی نظیر مدیریت مشارکتی، مدیریت عامل، مدیریت ارزشی و نمونه‌های دیگر که به‌دنبال هم عرضه می‌شوند، حکایت از آغاز یک تحول در نگاه‌ها به سوی یک تمایز انسان‌شناختی و محوریت بی‌منازعه انسان است که به‌تدریج در محافل و کانون‌های علمی و کاربردی نفوذ می‌یابد، این مفاهیم بایستی در یک تمایز معنویت‌گرا در حوزه مدیریت راهبردی مورد بررسی قرار گیرد تا بتوان بهترین الگو را در ایجاد همراهی و انگیزش درونی انسان‌ها در مسیر نیل به پیروزی و موفقیت ارائه داد. از جمله این مفاهیم مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش‌هاست که در گستره موضوعات مدیریت کلان و راهبردی جوامع در دهه‌های اخیر مطرح می‌گردد و رویکرد انسان‌شناختی آن با تکیه بر فرهنگ سازمانی و رفتار سازمانی

بیش از ابعاد دیگر آن مورد توجه پژوهشگران و صاحب‌نظران این رشته است.

ارزش‌های سازمانی زیربناهای فرهنگ سازمانی هستند؛ یعنی چیزی که شرط بقا و رشد سازمان است و به عبارت دیگر اصول و راهنمای سازمان‌ها بوده و به عنوان رهنمودهایی به منظور تصمیم‌گیری‌ها و رفتار در سازمان مورد توجه قرار گیرد (بلانچارد، ۱۳۸۱، ۵۷).

راهبرد نیازمند تغییراتی در ارزش‌های فرهنگی در زمینه‌های داخلی (مثل کار گروهی) و زمینه‌های بیرونی مثل مشتری‌مداری است، برنامه تغییر فرهنگی منتج از راهبرد، به توسعه فرهنگی کمک می‌کند (کاپلان، ۱۳۸۴، ۲۲۸).

رویکردی از مولفه مدیریت به بر مبنای ارزش نام گرفته است با سرلوحه قرار دادن ابعاد درون‌نگرایانه انسان توسط این رویکرد، آگاهی درک‌آنها علمی و پژوهشی برای خود بیابد این موضوع که خصوصاً به علت اهمیت نقش انگیزشی انسان، حساسیت و اهمیت ویژه‌ای یافته از جدیدترین عرصه‌های مورد مطالعه صاحب‌نظران به‌شمار می‌رود.

در این راستا مفهوم ارزش‌ها از محوریت علمی است که در ابعاد مختلف فلسفی، اعتقادی، اخلاقی و رفتاری انسان، بایستی مورد مطالعه قرار گیرد. در نهایت چالش‌ها و مشکلاتی که در مدیریت راهبردی سازمان‌ها و جوامع پدید آمده همگی به عدم دستیابی به اهداف و موفقیت‌ها می‌انجامد و با رویکرد ارزشی، مورد دغدغه مدیران و رهبران قرار گرفته است؛ بنابراین، رهبران و کارگزاران می‌خواهند بدانند که چه باید کرد؟ کدام الگو را باید گزید و چه طریقی را باید انتخاب کرد تا با رویکردهای ارزشی و اخلاق‌مدار به‌هم تن‌پی‌گذاری خود را در آینده افزایش داد و راه موفقیت و نیل به اهداف را هموار نمود؟ کدام الگو کارآمدی مدیریت راهبردی را ارتقا می‌دهد؟ مشکلات و چالش‌های پیش روی مدیریت راهبردی با تمسک به کدام الگو سریع‌تر و کامل‌تر برطرف می‌گردد؟

با نگرش به موارد فوق مسئله تحقیق بدین شرح ارائه می‌شود: نقش ارزش‌ها در مدیریت راهبردی به چه میزان است؟ آیا اگر الگویی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی را در سازمان‌ها به کار

بیریم، کارآمدی مدیریت راهبردی ارتقا پیدا می‌کند؟ چالش‌ها و مشکلات بهتر مرتفع می‌شود؟

بنابراین ارائه یک الگوی مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش‌های فراگیر داری اهمیت ویژه است زیرا:

- شناخت نقش ارزش‌ها در مدیریت راهبردی می‌تواند در ایجاد یکپارچگی، هماهنگی و انسجام افراد و عناصر تشکیل‌دهنده جوامع و سازمان‌ها نقش اساسی ایفا نماید.
- اعتدال و اطمینان به مسیر، به‌عنوان یکی از ضرورت‌های اصلی به‌کارگیری منابع و امکانات، عامل مهمی در مدیریت راهبردی است که نقش ارزش‌ها از عوامل اساسی ایجاد و هدایت به سمت این هدف است.
- از آنجاکه عامل انگیزش درونی انسان‌ها متکی بر ارزش‌ها و معیارهای درونی وی است، معرفی و دستیابی به سبب‌های رفتاری و الگوهای عملی به‌واسطه شناخت و ارزیابی نقش ارزش‌ها حاصل می‌شود.
- تلاش به‌منظور تغییر رفتارهای حاکم و روابط بین کارکنان به‌منظور تجدید و توسعه در ساختار، سیاست و فرآیندهای مدیریت راهبردی، به‌جز استفاده از درک صحیح از نقش ارزش‌ها بر عامل انسانی در سازمان امکان‌پذیر نیست.
- انسجام، پیوستگی و یکپارچگی الگوی تصمیم‌گیری در مدیریت راهبردی با تکیه بر الگوهای مبتنی بر ارزش‌های درونی انسان امکان‌پذیر است.
- مدیریت بر توانمندی‌های انسانی با شناخت و ارزیابی نقش ارزش‌ها و باورهای وی ممکن می‌شود.
- رضایتمندی و حمایت ذی‌نفعان و بهره‌برداران با توجه به شناخت ارزش‌های مورد اتکای آن‌ها حاصل می‌گردد.

اثر حاضر با نگاه به اهمیت و ضرورت‌های مدیریت راهبردی تألیف گردیده است و تلاش شده است ضمن تبیین مبانی و مکاتب مختلف با رویکردهای اسلامی و بومی الگوی مناسبی ارائه گردد.