

## مقدمه نویسنده

همچنانکه علم مدیریت و هدایت انسان‌ها رفته رفته 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 بالطبع 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 آگاهند 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 صبورانه، می‌طلبد. 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 فرهنگ 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 درونگرایی انسان‌ها دارد.

نمونه‌هایی از این مشکلات که از زبان طرفداران و تئوری‌پردازان مکاتب مشهور در جهان نقل شده به شرح زیر است:

یکپارچگی، هماهنگی و انسجام افراد و عناصر تشکیل‌دهنده جوامع و سازمان‌ها به‌عنوان یک عامل اساسی در مدیریت حاصل نمی‌شود (کاپلان، ۱۳۸۴، ۲۲۱).

اعتماد و اطمینان به مسیر به‌عنوان یکی از ضروریات‌های اصلی به‌کارگیری منابع و امکانات وجود ندارد (دراکر، ۱۳۷۹، ۶۲).

اینکه از کدام قالب‌های رفتاری بایستی متابعت نمود کماکان مورد سؤال مدیران و مسئولان است (دراکر، ۱۳۷۹، ۱۳).

تلاش به منظور 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).

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

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

انگیزه مدیران و کارکنان دارای ضعف است و به‌طور ناآشکار بر روند موفقیت تأثیر می‌گذارد (دراکر، ۱۳۷۹، ۲۲۳).

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

طرح فنون مختلف مدیریتی نظیر مدیریت مشارکتی، مدیریت تعاملی، مدیریت ارزشی و نمونه‌های دیگر که به دنبال هم عرضه می‌شوند، حکایت از آغاز یک تحول در نگاه‌ها به سوی یک تمایز انسان‌شناختی و محوریت بی‌منزعه انسان است که به تدریج 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 زیر بناهای فرهنگ سازمانی هستند؛ یعنی چیزی که شرط بقا و رشد سازمان است و به عبارت دیگر اصول و راهنمای سازمان‌ها بوده و به‌عنوان رهنمودهایی به منظور تصمیم‌گیری‌ها و رفتار در سازمان مورد توجه قرار گیرد (بالانچارد، 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 مقوله مدیریت که بر مبنای ارزش نام گرفته است با سرلوحه قرار دادن ابعاد درون‌نگرایانه انسان توانسته است جایی در کانون‌های علمی و پژوهشی برای خود بیابد این موضوع که خصوصا به علت پرداختن به نقش انگیزشی انسان، حساسیت و اهمیت ویژه‌ای یافته از جدیدترین عرصه‌های مورد مطالعه صاحب‌نظران به‌شمار می‌رود.