

مدیریت راهبردی نظامی

در دو شماره گذشته "تفکر و نگرش راهبردی" مورد بحث و بررسی قرار گرفت و مشخص شد که نظریه سیستمی اساس تفکر راهبردی و تفکر راهبردی فراهم آورنده بینش و نگرش راهبردی است. در مطالب قبلی همچنین نتیجه گیری شد که نگرش راهبردی از ضروریات اجتناب ناپذیر برای مدیران سطوح راهبردی به خصوص فرماندهان نظامی در نیروهای مسلح بوده و به طور کلی لازمه مدیریت راهبردی است. اکنون با توجه به این که مسئولیت مدیران استراتژیست و فرماندهان نظامی، تهیه و تدوین راهبرد سازمان و اخذ تصمیمات راهبردی است، در این شماره و شماره های آینده مدیریت راهبردی را، به خصوص در سازمان های نظامی و در مسائلی دفاعی مورد بحث قرار خواهیم داد.

دهه های پایانی قرن بیست و یکم را می توان عرصه تحولات اساسی در نظریه های مدیریتی و به خصوص دوران رشد و شکوفایی نظریه مدیریت راهبردی دانست. این دوران شاهد ظهور چهره های نامی و نشر آثار ارزشمندی در این حوزه می باشد، که در این خصوص می توان به افرادی چون ژنرال اندره بوفر، جان ام. کالینز، ایگور آنسوف، رابرت آزگود، هنری مینتزبرگ، پیتر دراکر، میشل پورتر، فرد آر. دیوید و... اشاره نمود. برای پرداختن به تعریف و مفهوم مدیریت راهبردی قبل از هر چیزی یک درک مشترک و تفاهم کلی درباره معنا و مفهوم واژه راهبرد (Strategy) لازم و ضروری به نظر می رسد و این در حالی است که امروزه در حوزه ادبیات سازمان و مدیریت و به خصوص مدیریت راهبردی واژه بدتر درباره مفهوم راهبرد با چنان فضای غیرشفاف و پرازابهامی ازمعانی و مفاهیم مواجه هستیم که کونتز (Koontz) آن را جنگل مفهومی (Semantic Jungle) خوانده و استادان صاحب نامی چون میشل پورتر (Michel Porter) از دانشگاه

هاروارد در سال ۱۹۹۶ در مقاله ای با عنوان "استراتژی چیست؟" و گری همل (Gary Hamel) استاد سرشناس راهبرد در مدرسه بازرگانی لندن یک سال پس از او در مقاله خود تحت عنوان "در جستجوی استراتژی" هردو پس از سال ها مطالعه و پژوهش، سردرگمی و ابهامات درباره این مفاهیم را آنقدر عمیق و گسترده می بینند که برگشت به بنیادها و شفاف کردن مفاهیم را در این حوزه ضروری و تنها راه چاره دانسته اند. دانشمند دیگری به نام کستاس مارکیدس (Costas Markides) می نویسد:

"استراتژی هرگاه که مورد مذاقه و تحلیل قرارگیرد جزگیج کردن و سردرگمی نتیجه دیگری ندارد و این موضوع باعث شده که اقتصاددانان ادعا کنند که درحقیقت هیچ کس نمی داند استراتژی چیست؟! این شکاف عمیق در قلب دانش از استراتژی ایجاب می کند که برای پرکردن آن به بنیادها برگردیم."

می گویند هنگامی که از کنفوسیوس "دانشمند و متفکر چینی" پرسیده شد اگر امپراتور شود چه خواهد کرد؟ این چنین پاسخ داده است:

"دستور می دهم دایره المعارفی گرد آورند که معانی لغات رابه آنها بازگرداند، درحالی که مردم زبان هم رانمی فهمند، چگونه می توانند تفاهم داشته باشند؟"

اکنون نیز می توان ادعا کرد که اتفاق نظر مردم در معنا و مفهوم واژه ها از چنان اهمیت و اولویتی برخوردار است که می تواند از اولین اقدامات یک امپراتور به شمار آید.

مدیریت استراتژیک که در برخی منابع آن را با عنوان برنامه ریزی استراتژیک نیز به کار برده اند، فرایندی است که علاوه بر وظایف کلی و عمومی مدیریت، شامل سه وظیفه اصلی و اساسی طرح ریزی استراتژی (Strategy Formulation)، اجرای استراتژی (Strategy Implementation) و

و ارزیابی و کنترل استراتژی (Strategy Evaluation) می شود و اگرچه اغلب اندیشمندان معتقدند که بهترین راهبرد چنانچه قابلیت اجرایی نداشته باشد و به خوبی اجرا نشود، هیچ ارزشی نخواهد داشت، لیکن طراحی و تدوین راهبرد رami توان اولین و مهم ترین گام در مدیریت راهبردی تلقی کرد و لذا برای پرداختن به مدیریت راهبردی ابتدا می بایست معنی و مفهوم راهبرد را مورد بحث قرار داد.

مفهوم راهبرد از زمانی که به طور مشخص و برای اولین بار توسط نظامیان به کار گرفته شد و سپس وارد بازار، تجارت و مدیریت غیر نظامی شد، تغییرات ظاهری وسیعی داشته و می توان گفت صرف نظر از مبنای آن که رقابت است، تعاریف اولیه و امروزی آن تفاوت های زیادی را نشان می دهند. گفته ها و نوشته ها علی رغم پیشینه طولانی این واژه اغلب از یک سرگردانی و آشفتگی در کاربرد و تعریف این واژه حکایت دارند و خصوصاً در مواردی که قصد تعیین راهبرد برای یک سازمان در میان است، نتایج کار "به عنوان راهبرد" بسیار نگران کننده می باشد و اکثراً در اجرا با شکست مواجه می شوند. به عنوان مثال در یک شرکت فروشگاه های زنجیره ای بزرگ که مبلغ هنگفتی هم به طرح ریزی راهبردی اختصاص یافته بود، آنچه که در نهایت به عنوان راهبرد ارائه شد، چیزی در حدود ۹۰ مورد و ملقمه ای از خط مشی ها، سیاست ها، تدابیر، توصیه ها و حتی وظایف بود که قریب به اتفاق، نشانی از خصوصیات یک راهبرد نداشتند. علاوه بر این نمونه های بسیار دیگری نیز می توان برشمرد که منحصراً به دلیل احتراز از بی اعتبار کردن گفتار دیگران از نقل آنها در این مختصر خودداری می شود.

در مجموعه سرمقالاتی که از این شماره ماهنامه به بعد به محضر خوانندگان محترم و عزیز تقدیم خواهد شد، به منظور روشن شدن روند شکل گیری

راهبرد و تفاهم و درک مشترک از این واژه و از مدیریت راهبردی نظامی ابتدا آراء و عقاید صاحب نظران مطرح در حوزه مدیریت راهبردی مورد مطالعه قرار داده می شود و در موارد مقتضی بحث و بررسی لازم درباره هریک به تنهایی یا مقایسه‌ای به عمل خواهد آمد و از آنجایی که در دوران جدید بنیان اندیشه‌های راهبردی، بیشتر در علم مدیریت توسعه یافته و مخصوصاً در دهه های پایانی قرن گذشته بیشتر اندیشمندان از منظر تجاری و کسب و کار به این مفاهیم نگریده و مکاتب مدیریتی را در این حوزه توسعه داده و الگوهای فراوانی برای طراحی و تدوین راهبرد ارائه نموده اند، معانی و مفاهیم راهبرد و مدیریت راهبردی به طور کلی و عام مورد مذاقه و کنکاش قرار داده می شوند و سپس با توجه به این که اغلب مفاهیم، روندها و فنون مورد نظر در این حوزه هم دارای ارزش نظامی بوده و هم دارای قابلیت کاربردی برای درک مفاهیم راهبردی در امور دفاعی و نظامی می باشند و با توجه به قول "رابرت گراتان" در کتاب "فرایند استراتژی: مقایسه ای نظامی - تجاری" که گفته است:

" پیوندی مفهومی میان اندیشه نظامی و تجاری وجود دارد که در آن سازمان های نظامی و اقتصادی درگیر رقابتی برای بقا هستند که به صورت فیزیکی و یا تجاری آنها را تهدید می کند و از سوی دیگر هر دو درگیر فعالیتی شناختی هستند که در آن روند دستیابی به شیوه های برنده شدن، راهبرد نامیده می شود. (فصلنامه راهبرد دفاعی، پاییز ۱۳۸۲)"

مفاهیم راهبرد و مدیریت راهبردی در حوزه امور دفاعی مورد بحث و بررسی قرار داده می شود و در نهایت نیز تلاش خواهد شد تا الگوی مناسبی، برای مدیریت راهبرد دفاعی و تدوین، اجرا و ارزیابی راهبرد نظامی، در جمهوری اسلامی ایران طراحی و تقدیم گردد.