

مطالعات علوم اسلامی انسانی

مقاله پژوهشی، سال هشتم، شماره ۳۲، زمستان ۱۴۰۱ (ص ۳۰ - ۴۳)
دریافت: آبان ماه ۱۴۰۱ پذیرش: دی ماه ۱۴۰۱

ارائه شاخص های مدیریت کسب با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه های نهج البلاغه

Presentation of acquisition management indicators according to the statement of the second step of the Islamic revolution and the teachings of Nahj al-Balagheh

👤 حمید خادم مسجدی / دکترای تکنولوژی آموزشی - استاد دانشگاه فرهنگیان و پیام نور و مدرس کشوری دوره های آموزش خانواده.
فاطمه دهقان زاده / معلم مدارس - آموزش و پرورش اهواز.
حمید پورحمید / کارشناس علوم تربیتی (ابتدایی) آموزش و پرورش شهرستان کرخه.
مرید نیازی / دکترای مدیریت آموزشی و رییس مرکز آموزش عالی امام رضا (ع) اندیمشک.

Hamid Khadem Masjedi/ Ph.D. in educational technology- Professor of Farhangian and Payam Noor University and national instructor of family education courses.

khademmasjedi_55@yahoo.com

Fatemeh Dehghanzadeh/ school teacher - Ahvaz education.

Hamid Pourhamid/ Educational science expert (primary) of Karkheh city.

Murid Niazi/ PhD in educational management and head of Imam Reza (AS) Andimshek Higher Education Center.

Abstract

In order to respond to the challenging conditions of the business environment and the urgent need of organizations for business thinking in the high positions of the organization, one of the newest concepts in the field of leadership as business management has been proposed and is expanding. Business management is the approach of continuous review and improvement of strategy, structure and system by the management of the whole organization. In this research, an attempt has been made to provide business management indicators in accordance with the needs of the Islamic society. For this purpose, in the first stage, a comprehensive definition of business management was presented by collecting and

چکیده

برای پاسخگویی به شرایط پرچالش محیط کسب و کار و نیاز مبرم سازمان ها به تفکر کسب و کار در پست های عالی سازمان، یکی از جدیدترین مفاهیم حوزه رهبری به عنوان مدیریت کسب و کار مطرح شده و در حال گسترش است. مدیریت کسب و کار رویکرد بررسی و بهبود مداوم استراتژی، ساختار و سیستم توسط مدیریت کل سازمان است. در این تحقیق سعی شده شاخص های مدیریت کسب و کار متناسب با نیازهای جامعه اسلامی ارائه گردد. برای این کار در مرحله اول با گردآوری و تحلیل محتوای تعاریف مدیریت کسب و کار بیست سال گذشته، یک تعریف جامع از مدیریت کسب و کار ارائه گردید. در گام بعد با کمک وجوه تمایز مدیریت با مدیریت کسب و کار، از میان واژگان متناظر با تعاریف رهبری و مدیریت با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه های دینی، کلمات مرتبط با مفهوم مدیریت کسب و کار انتخاب شد. سپس جهت استخراج و تفسیر

analyzing the content of business management definitions of the last twenty years. In the next step, with the help of the differences between management and business management, among the words corresponding to the definitions of leadership and management according to the statement of the second step of the Islamic revolution and religious teachings, words related to the concept of business management were selected. Then, in order to extract and interpret the texts from the methodology of studies in religious teachings and to code the extracted materials, the foundation data method was used. In order to complete the environmental dimensions of the model, with the help of historical research, six important events of the Imam's rule were investigated, and in order to achieve the process of business management, the sum of his behaviors and statements in these six events were re-examined. Hazrat Ali peace be upon him, the achievement of this research is the indicators of business management (including individual, organizational and environmental dimensions) and the process of business management according to the statement of the second step of the Islamic revolution and existing religious teachings.

Keyword: management, business, religious teachings, statement of the second step of the revolution.

متون از روش شناسی مطالعاتی در آموزه‌های دینی و در جهت کدگذاری مطالب استخراج شده، از روش داده بنیاد استفاده شد. برای تکمیل ابعاد محیطی الگو نیز با کمک روش تحقیق تاریخی، شش واقعه مهم حکومت امام بررسی شد و جهت دستیابی به فرآیند مدیریت کسب و کار، مجموع رفتارها و بیانات ایشان در این شش واقعه، مورد بررسی مجدد قرار گرفت. حضرت علی علیه السلام دستاورد این تحقیق، شاخص‌های مدیریت کسب و کار (شامل ابعاد فردی، سازمانی و محیطی) و فرآیند مدیریت کسب و کار با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه‌های دینی موجود است

کلیدواژه‌ها: مدیریت، کسب و کار، آموزه‌های دینی، بیانیه گام دوم انقلاب.

مقدمه

امروز شرایط کشور به گونه‌ای است که نیاز به مطالعه در حوزه علوم انسانی بیش از پیش احساس می‌شود. برخی از صاحب‌نظران، راه برونرفت از مشکلات کلانی که کشور با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند را تولید محتوای ایرانی - اسلامی در راستای علوم انسانی می‌دانند. به اعتقاد بسیاری از منتقدان، مفاهیم ناقصی که از دنیای غرب به سمت ما گسیل شده و عدم بومی بودن آنها، دو عامل اساسی است که نشان می‌دهد در کسب مفاهیم مربوط به علوم انسانی کم‌کاری تاریخی صورت گرفته و شرایط را بحرانی کرده است. با این وجود آنچه در برهه کنونی بسیار اهمیت دارد، حرکت به سمت یک جهاد علمی در جهت کسب معارف و مفاهیم بومی که برگرفته از اعماق فرهنگ و سنت ملی و دینی است، بیش از پیش احساس می‌شود. در همین راستا، فرصت کوتاه تدوین و تبیین رساله دکتری خود را، بر اساس مفهوم نوینی با عنوان مدیریت کسب و کار که در حوزه مدیریت مطرح شده است، انتخاب کرده و سعی می‌کنم، علاوه بر تشریح خلاصه مطالعات موجود، مدیریت کسب و کار را با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه‌های دینی، الگوسازی کنم.

بعد از غور در منابع گوناگون اسلامی به سخنان امیرالمؤمنین علی علیه‌السلام در آموزه‌های دینی رسیدم که منبعی غنی برای پویندگان راه دانش است، علی‌الخصوص برای کسانی که می‌خواهند در حوزه علوم انسانی اسلامی مطالعه و پژوهش داشته باشند. لذا با نظر اساتید محترم، عنوان: ارائه و تحلیل شاخص‌های مدیریت کسب و کارها با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه‌های دینی، برای رساله حاضر انتخاب گردید.

همانطور که اشاره شد مدیریت کسب و کارها از مفاهیم جدیدی است که در حوزه مدیریت نسبت به دیگر مفاهیم مطرح شده است. علت به وجود آمدن این مفهوم، تغییرات شگرفی است که در دنیای کنونی اتفاق افتاده است. گسترش دانش و اطلاعات به گونه‌ای است که این قرن را قرن اطلاعات می‌نامند. در این شرایط که محیط کسب و کار و سازمان دستخوش تغییرات فراوان شده، دیگر اداره کردن نیروی انسانی و سازماندهی منابع در جهت اهداف سازمان، کاری بس دشوار است و با الگوهای کنونی مدیریت سازگار نیست. دیگر با الگوهای مدیریتی و رهبری گذشته، نمی‌توان مدیریت های کلان سازمان را در محیط‌های پرتلاطم امروز به ثمر نشان داد. یکی از راهکارهایی که مطرح می‌کنند، شاخص هاب مدیریت کسب و کار برای هدایت سازمانها و کسب و کارها است. تعاریف و مدل‌های گوناگونی در این مدت کوتاه، برای مدیریت کسب و کار ارائه شده است.

از معتبرترین آنها می‌توان تعریف ارائه شده توسط ایرلند و هیت ۱ را بیان کرد. ایرلند و هیت شش جزء افزایش‌دهنده کارایی سازمان مدیریت کسب و کار را این گونه بیان می‌دارند: مشخص کردن اهداف و افق سازمان، حفظ مزیت‌های رقابتی اصلی و هسته‌ای، ایجاد ظرفیت در افراد، حفظ فرهنگ سازمانی مؤثر، تمرکز روی اخلاقیات، ایجاد کنترل های سازمانی متوازن. (Slawinski 2011, p344-379)

شرایط پرچالش کسب و کار، سازمان های امروزی را مجبور کرده است برای ادامه حیات خود روش های کاری جدید را در پیش گیرند. امروزه اداره سازمان بدون توجه به چالش های محیطی تقریباً غیرممکن شده و لزوم رصد مداوم شرایط محیطی، نقش استراتژیست های سازمانی را در موفقیت یا شکست سازمانها پررنگ تر می کند. به اعتقاد محقق، یکی از مشکلاتی که گریبان گیر نگاه های اقتصادی در کشور ما شده را باید در عدم کسب مهارت های مورد نیاز توسط مدیران ارشد این سازمان ها جستجو کرد؛ رصد مداوم شرایط محیطی، تدوین راهبرد بر مبنای واقعیت های محیط و ظرفیت های داخلی، داشتن تفکر مدیریت و نگاه خلاق در طراحی استراتژی و مهارت های مدیریتی برای اجرای استراتژی های تدوین شده، از جمله شرایطی است که مدیران ارشد یک سازمان باید دارا باشند. در واقع، مدیران باید جهت مقابله با چالش های محیطی ضمن طراحی راهبردهای مناسب برای سازمان، مهارت های رهبری برای اجرای استراتژی طراحی شده را نیز کسب کنند و مدیریت کسب و کارها از جدیدترین مفاهیمی است که سعی دارد به این قابلیت ها بپردازد. در این شرایط پیچیده، مدیریت کسب و کارها به عنوان یکی از جدیدترین مفاهیم در رشته مدیریت، توسط صاحب نظران این حوزه مطرح شده و در حال رشد و فراگیر شدن است. اما علی رغم اهمیت این حوزه، در موضوع مدیریت کسب و کارها در داخل کشور فعالیت پژوهشی چندانی صورت نپذیرفته است. از طرف دیگر، در جامعه اسلامی ما، لزوم توجه به منابع و مبانی دینی در حوزه علوم انسانی و به خصوص در حوزه رهبری و مدیریت بر کسی پوشیده نیست. اما متأسفانه تاکنون در موضوع مدیریت کسب و کارها الگویی جامع، معتبر، با بهره گیری از روش های تحقیق قدرتمند، مبتنی بر اقتضائات بومی و بر اساس مبانی اسلامی ارائه نگردیده است.

بنابراین با توجه به لزوم توجه به مفاهیم جدید مدیریت و رهبری در سازمان برای فائق آمدن بر چالش های محیطی سازمان در عصر حاضر و نیاز به استخراج الگوهایی از مبانی دینی برای مدیریت سازمان در شرایط محیط پرچالش کنونی، بر آن شدیم تا به ارائه الگویی برای مدیریت کسب و کارها با بهره گیری از مبانی دینی با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه های دینی بپردازیم. به منظور فائق آمدن بر خلأهای ذکر شده، درصددیم با اتخاذ روش تحقیقی مناسب و معتبر، به پژوهش در زمینه تدوین و تبیین الگوی مدیریت کسب و کار بر اساس آموزه های دینی بپردازیم تا بتوانیم از آن در حوزه سازمان بهره گیری لازم را به عمل آوریم. آنچه که امروزه در ادبیات مدیریت بازرگانی بیش از هر چیزی به چشم می خورد، توجه به محیط و شرایط محیطی است. اما باید بدانیم که اداره سازمانها با نگاه صرف به محیط و اهداف و استراتژی سازمانی بدون توجه به افرادی که باید این راهبردها را در داخل سازمان پیاده کنند، میسر نیست.

مدیریت کسب و کارها یکی از جدیدترین مفاهیمی است که بر نگاه توأم به محیط در خارج از سازمان و منابع و افراد داخل سازمان تأکید می کند. این موضوع که اخیراً در جهان مورد توجه ویژه قرار گرفته، از موضوعاتی است که می تواند به مدیران ارشد در پیشبرد اهداف سازمانی کمک شایانی کند. اما علی رغم آن، متأسفانه هنوز آنگونه که باید مورد توجه متخصصین داخل کشور قرار نگرفته است.

برای بیان اهمیت و ضرورت در پژوهش، کافی است دستاوردهای نظری و عملی آن پژوهش را برشمرد، این تحقیق نیز دارای دستاوردهایی هم از بعد نظری و هم از بعد عملی است. از بعد نظری، پرداختن به موضوع مدیریت کسب و کار به عنوان یک مفهوم

جدید مورد نیاز در دانش مدیریت، خود می‌تواند منجر به توجه بیشتر پژوهشگران داخلی به این موضوع شود. از طرف دیگر، توجه بیش از حد پژوهشگران علوم انسانی و خصوصاً علوم اجتماعی به تحقیقات کمی و تکیه بیش از حد به اعداد و ارقام حاصل از تحلیل‌های آماری، جسارت ورود به تحقیقات کیفی را از دانشجویان و محققان جوان گرفته است و انجام دقیق و درست تحقیق‌های کیفی منجر به تشویق سایر پژوهشگران برای ورود به این عرصه می‌شود و مهمتر از آن، توجه به مبانی دینی و اسلامی در موضوعات پژوهشی است که می‌تواند ذهن‌های خلاق را در استخراج گنجینه‌های ارزشمند نهفته در منابع نورانی دین مبین اسلام، با بهره‌گیری توأم از اساتید دو مجموعه علمی حوزه و دانشگاه، ترغیب و تشویق نماید.

یکی از دستاوردهای مهم این تحقیق، ورود روشهای تحقیق حوزوی استنباط و تفسیر متون اسلامی در پژوهش‌های دانشگاهی و بهره‌گیری توأم روشهای تحقیق دانشگاهی و حوزوی برای پیشبرد تحقیق است. اما از نتایج عملی حاصل از این پژوهش، ارائه الگویی برای مدیران ارشد سازمانها شامل شاخص‌های استخراج شده از کلام امیرالمؤمنین علیه‌السلام است. این الگو که بیان‌کننده ویژگی‌های مورد نیاز مدیران ارشد سازمانها برای اداره بهتر سازمان در قالب عنوان مدیریت کسب و کار در پرتو آموزه‌های دینی است، می‌تواند مبنایی برای تدوین دوره‌های آموزشی برای مدیران ارشد سازمانها شود تا با افزایش مهارت مدیران ارشد، شاهد موفقیت‌های بیشتر سازمانها و بنگاه‌های اقتصادی در این جامعه اسلامی شویم.

تعریف مدیریت

برای تعریف درست یک واژه، ابتدا باید تعریف تحت‌اللفظی واژه را بررسی کرده و بعد، پیشینه ورود این واژه در ادبیات حوزه مورد نظر بررسی شود. واژه مدیریت از کلمات عمومی و رایج گرفته‌شده و وارد ادبیات فنی مدیریت شده است. البته این کلمه بدون اینکه تعریف دقیقی داشته باشد، وارد این عرصه شده است. نتیجتاً واژه مدیریت، معانی غیررسمی را به همراه خود دارد که ایجاد ابهام فراوانی کرده است. (Janda, 1960, p345-363)

به نظر بنیس که سالها قبل این نکته را بیان نموده و با شرایط امروز ما مطابقت می‌کند «همیشه مفهوم مدیریت ما را به ابهام سوق می‌دهد و تا نوبت به تعریف بعدی می‌رسد؛ تعریف قبلی را به سخره می‌گیرد و ما را با ابهام و پیچیدگی مواجه می‌سازد؛ بنابراین ما با گسترش نظریه‌های مدیریت که بدون توقف ارائه می‌شود؛ مواجه هستیم و هنوز به یک مفهوم مطلوب دست پیدا نکرده ایم.» (Bennis, 1959, p259)

استاگدیل (۱۹۷۴) اشاره دارد که به تعداد افرادی که برای ارائه تعریف درست از مدیریت تلاش کرده اند، تعریف برای مدیریت وجود دارد. از منظرهای مختلفی مدیریت را تعریف کرده اند، به‌عنوان مثال گاهی خصوصیات فردی یک مدیر مدنظر قرار گرفته، گاهی رفتاری که یک مدیر از خود بروز می‌دهد حائز اهمیت بوده است، توانایی نفوذ در دیگران، میزان و الگویی که یک مدیر با دیگران تعامل می‌کند نیز از دیگر جنبه‌های تعریف مدیریت است. البته موارد دیگری هم وجود دارد. در جدول ذیل برخی از تعاریف مطرح شده در ۵۰ سال گذشته به‌صورت نمونه ارائه شده است. در کارهای تحقیقاتی، ارائه تعریف برای مدیریت، بیشتر وابسته به هدف محقق است؛ در واقع، محقق یکی از اهداف زیر را دنبال می‌کند: شناسایی مدیر، تعیین چگونگی انتخاب مدیران، کشف کاری که مدیر انجام می‌دهد، آنکه چگونه آنها مؤثر هستند و تعیین این‌که آیا حضور آنها در سیستم لازم و ضروری است. کارمل اشاره دارد «رسیدن به یک تعریف واحد از مدیر بسیار دشوار است. تعریفی که تمامی معانی گذشته را در خود جا داده باشد (Ka rmel, 1978, p476)»

پیتر نورثوز (۲۰۰۴) در کتاب خود با عنوان «مدیریت: تئوری و عمل» و با تجربه‌ای که سالها در سازمانها داشت، مدیریت را این‌گونه تعریف می‌کند: «مدیریت، فرآیند نفوذ در گروه و افراد برای رسیدن به هدف جامع‌است» (Northouse, 2004, p3)

مدیریت، نفوذ در دیگران برای دانستن و توافق بر سر چیزهایی است که برای انجام دادن و چگونه انجام دادن کار لازم است و نیز مدیریت، فرآیندی را ایجاد می‌کند که تسهیل‌کننده برای فرد یا گروهی است که برای به دست آوردن اهداف مشترک تلاش می‌کنند (Yukl, 2008, p29).

تئوری‌های مدیریت

تئوری‌های مدیریت را با رویکردهای مختلف تقسیم‌بندی می‌کنند. متداول‌ترین این تقسیم‌بندی‌ها سیر تاریخی تئوری‌های مدیریت است که موجب به وجود آمدن مکاتب مختلف مدیریت شده است. دورسما (۲۰۱۳) در کتاب «مدیریت کسب و کار حرکت به فراتر از ارتباط مدیر و پیرو» این تقسیم‌بندی را مبسوط شرح داده است. این دسته‌بندی با مکاتب کلاسیک آغاز می‌شود و با مکاتب معاصر مدیریت به اتمام می‌رسد.

مکتب کلاسیک مدیریت

تئوری‌های اولیه که در حوزه مدیریت مطرح شد، غالباً پیرامون ویژگی‌های شخصیتی مدیر ارائه شد و اصولاً مدیر، فردی با ویژگی‌های خاص که توان انجام کارهای فوق‌العاده را داشت، بیان می‌شد. در ادامه، گرایش به سمتی رفت که رفتارهای مدیر را مورد بررسی قرار دادند و امیدوار بودند که مدیر با تمرین و آموزش ساخته شود. مجموعه این تئوری‌ها را در قالب مکتب کلاسیک بیان می‌کنند.

تئوری‌های صفات شخصی

باید اعتراف کرد که قبل از ظهور نظریه‌های صفات شخصی، این نظریه «مردان بزرگ» بود که نگاه محققان را به خود جلب می‌کرد و موجب شگفتی محققان شد. تئوری مردان بزرگ در قرن ۱۸ ظهور کرد. توماس کارلیل (۱۸۴۰) از واژه‌های «قهرمانان، قهرمان پرستی و قهرمانی در تاریخ» بسیار استفاده کرده است و نهایتاً در سال ۱۸۴۶ آن را به صورت یک کتاب درآورد. (Jelena, 2012, p8)

تحقیقات منظم و سامانمند مربوط به مدیریت، ابتدا بر روی مشخصه‌های فردی افراد که مدیر را از غیر مدیر متمایز می‌کرد، متمرکز بود. (House & Aditya, 1997, p409-473)

بخش اعظمی از این ویژگی‌ها که مورد بررسی قرار گرفت، همچون جنس، قد، توان فیزیکی، ظاهری و همچنین ویژگی‌های روانشناختی و انگیزشی، همچون اقتدارگرایی، هوشمندی، نیاز به هدفمندی و نیاز به قدرت، در بین سالهای (۱۹۳۰) تا (۱۹۵۰) ارائه شده است.

تحقیقات صفات شخصیتی، اولین رویکرد نسبت به پژوهش‌های مدیریت است. اساس این رویکرد بر مبنای این تفکر بنا شده بود که مدیر به دنیا می‌آید و ویژگی‌های مدیریت نیز با شخص به دنیا می‌آید و به اصطلاح مدیر به دنیا می‌آید، ساخته نمی‌شود. (House & Aditya, 1997, p409-473)

جدول ۱. ویژگی‌ها و صفات مدیر (Northouse, P. G, 2004)

عنوان	سال	نویسنده
هوش - هوشیاری - بصیرت - مسئولیت‌پذیری - ابتکار - ایستادگی - جامع‌پذیری - اعتمادبه‌نفس	۱۹۴۸	استاگدیل
هوش - مردانگی - اصلاح‌پذیری - تسلط - برون‌گرایی - محافظه‌کاری	۱۹۵۹	مان ^۱
پیروزی - ایستادگی - بصیرت - ابتکار - اعتمادبه‌نفس - مسئولیت‌پذیری - مشارکت - بردباری - نفوذ - جامعه‌پذیری	۱۹۷۴	استاگدیل
هوش - مردانگی - تسلط	۱۹۸۶	لرد، دی وادر، آلینگر ^۲
محرک - انگیزش - صداقت - اعتماد - شناخت - توانا - وظیفه‌مدار - دانش	۱۹۹۱	کریکپاتریک، لوک ^۳

^۱ Mann

^۲ Lord, DeVader & Allinger.

^۳ Kirkpatrick & Locke.

تلاش‌های فراوانی برای رسیدن به چند خصیصه که به‌طور کل بیانگر ویژگی‌های یک مدیر است، انجام گرفت؛ اما این اقدام‌ها به سرانجام نرسید.

نهایتاً یک اجماع بین غالب محققین حوزه مدیریت به وجود آمد که جستجو برای رسیدن به صفات مدیریت جامع، کاری بی‌فایده است. (House & Aditya, 1997, p409-473) به تعبیر دیگر، یکی از دلایل افول مکتب صفات شخصیتی، نبودن روش و اندازه مناسب و کافی برای محققان این مکتب بود. ژلنا کریستیک در مقاله خود عنوان می‌دارد که افراد مبتدی و تنبل به بهانه این که مدیران طبق رویکرد صفات شخصیتی از مادر به دنیا می‌آیند، از زیر بار مسئولیت‌ها شانه خالی می‌کنند؛ بنابراین محققان به فکر بهره‌گیری از روش‌های جدید در انجام تحقیقات خود شدند و نیز از دیگر دلایلی که تحقیقات به نتیجه قابل توجه نرسید، این بود که تحقیقات محققان به‌صورت جزیره‌ای انجام شده است و باهم به‌صورت جمعی به تحقیق و بررسی نمی‌پرداختند.

بحث

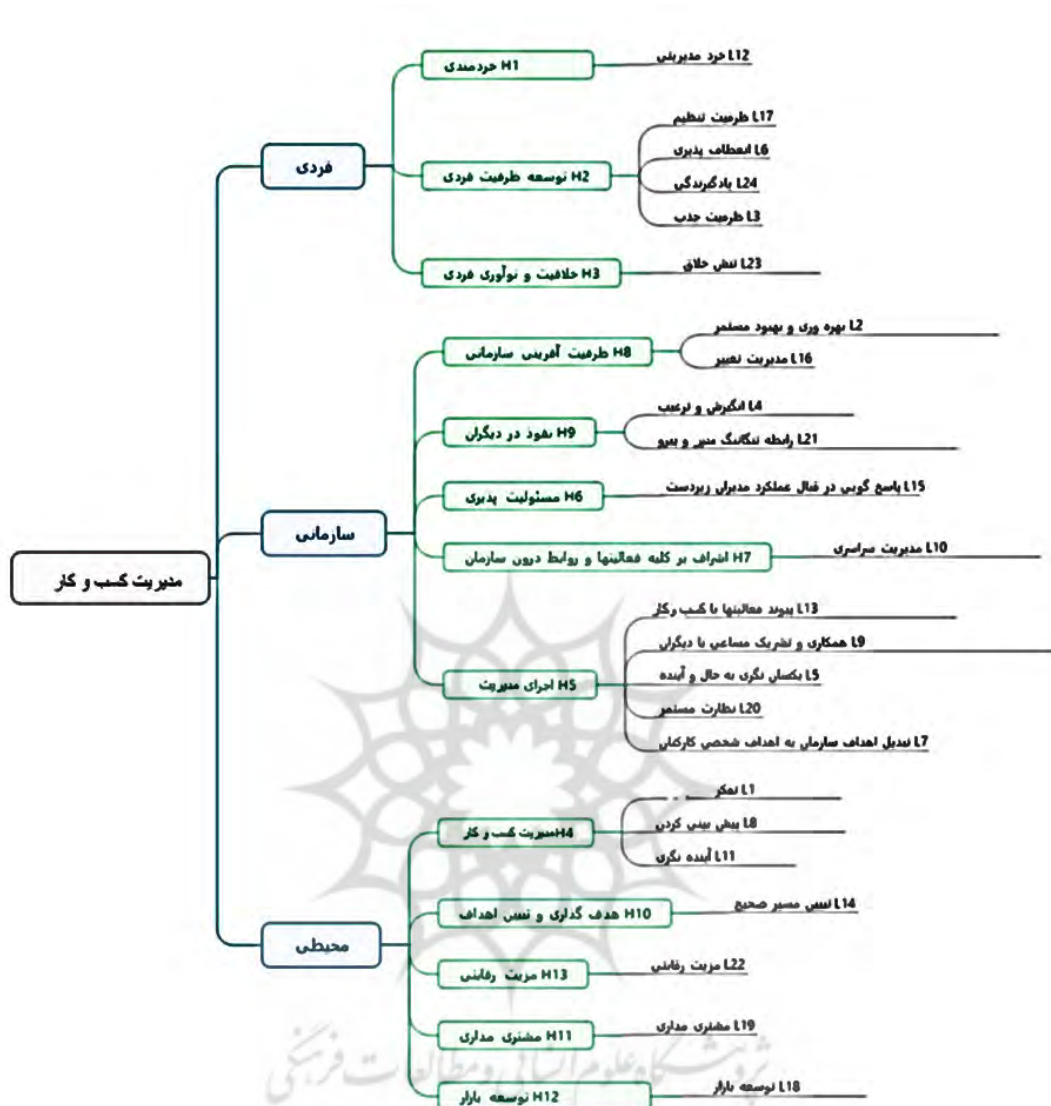
در سال‌های اخیر، توجه به مدیریت کسب و کار، رشد روزافزونی داشته است. شرایط امروز محیط کسب و کار و چالش‌های ناشی از بحران‌های اقتصادی، توانایی‌های سازمانی برای مقابله با مشکلات را تحت فشار قرار داده است. مسئله رقابت در محیط‌های کسب و کار نیز به چالشی جدی برای بقای سازمانها منجر شده است. در این شرایط، مدیریت کسب و کار، نقش بسیار مهم و تأثیر قابل توجهی بر قابلیت‌های کارکردی و عملکردی سازمانها دارد. (Nastase, 2010, p454) اسلاوینسکی (۲۰۱۱) معتقد است که تا به حال، جنبه‌های متعدد مدیریت کسب و کار به‌خوبی تشریح نشده و توافق همگانی بر سر تعاریف آن وجود ندارد. بعضی آن را ناظر به مدیریت‌ای می‌دانند که باید برای تک‌تک افراد سازمان اجرا شود و بعضی آن را به‌عنوان سر تیم گروه مدیریت تلقی می‌کنند. از طرفی امروز شرایط کشور به‌گونه‌ای است که نیاز به مطالعه در حوزه علوم انسانی بیش‌ازپیش احساس می‌شود. برخی از صاحب‌نظران، راه برنرفرت از مشکلات کلانی که کشور با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند را تولید محتوای ایرانی - اسلامی در راستای علوم انسانی می‌دانند.

به همین منظور، با اتخاذ روش تحقیقی مناسب و معتبر، به پژوهش در زمینه تدوین و تبیین الگوی مدیریت کسب و کار بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه‌های دینی پرداخته شد تا از آن در حوزه سازمان، بهره‌گیری لازم به عمل آورده شود.

نتایج

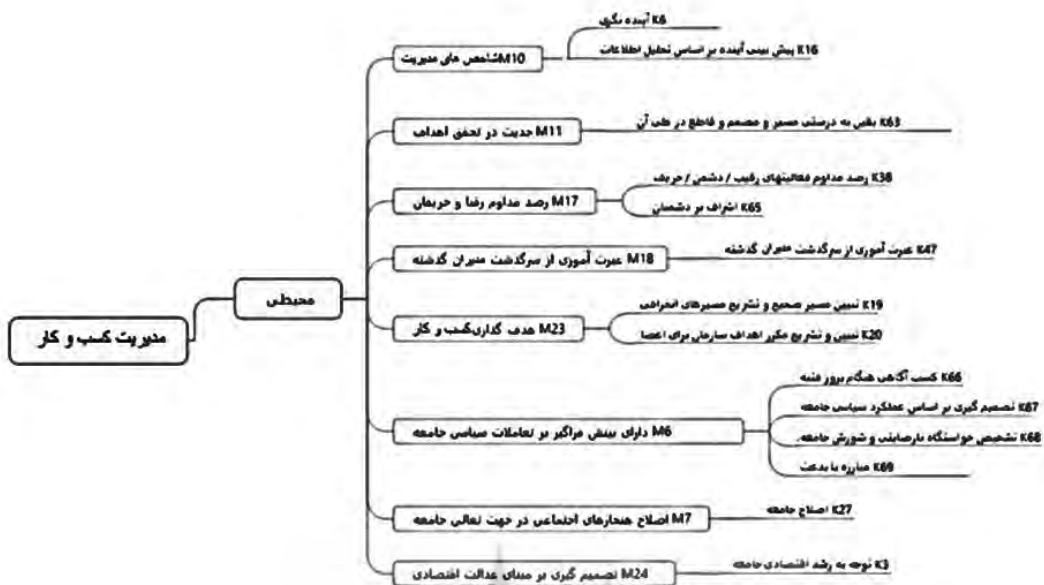
در راستای نیل به اهداف اصلی پژوهش، یعنی تدوین الگوی مدیریت کسب و کار بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه‌های دینی و بررسی تفاوت میان الگوی مدیریت کسب و کار بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه‌های دینی و سایر الگوهای مدیریت کسب و کار، در گام اول سعی در ارائه تعریف جامع و مانع از مدیریت کسب و کار شده است. در این راستا اقدام به گردآوری مطالعات موجود در این زمینه از ابتدای دهه (۱۹۸۰) تاکنون نمودیم. با استفاده از روش تحلیل محتوا ویژگی‌های اصلی مدیریت کسب و کار به انضمام ابعاد کلی آن در قالب اشکال زیر بیان می‌شود:

در ادامه مطالعات صورت گرفته در قالب نمودار درختی زیر ارائه می‌گردد:

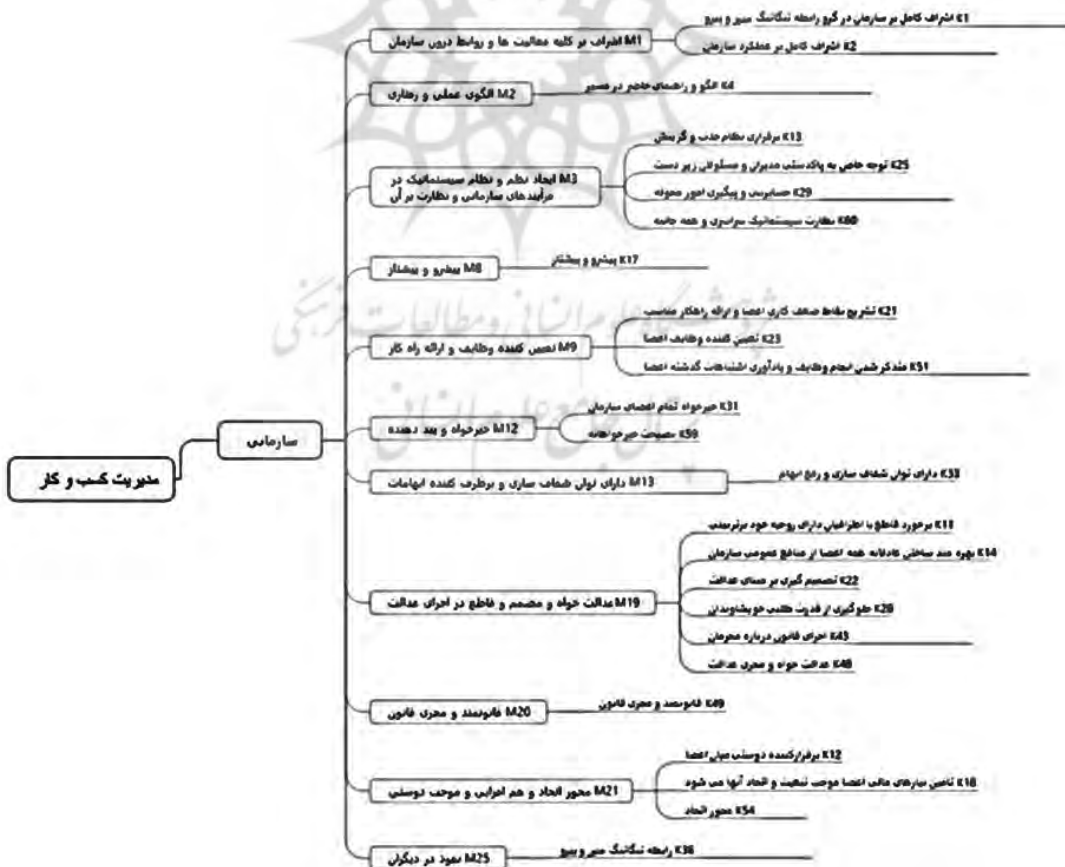


شکل ۱. ابعاد مدیریت کسب و کار بر مبنای ادبیات معاصر

روش تحقیق نظریه‌پردازی داده بنیاد اجرا گردید و اقدام به تولید مفاهیم از اسناد کردیم. در مرحله بعد از مفاهیم به دست آمده مقولات تولید شدند و در نهایت مقولات محوری از میان مقولات استخراج شده، تبیین گردیدند.

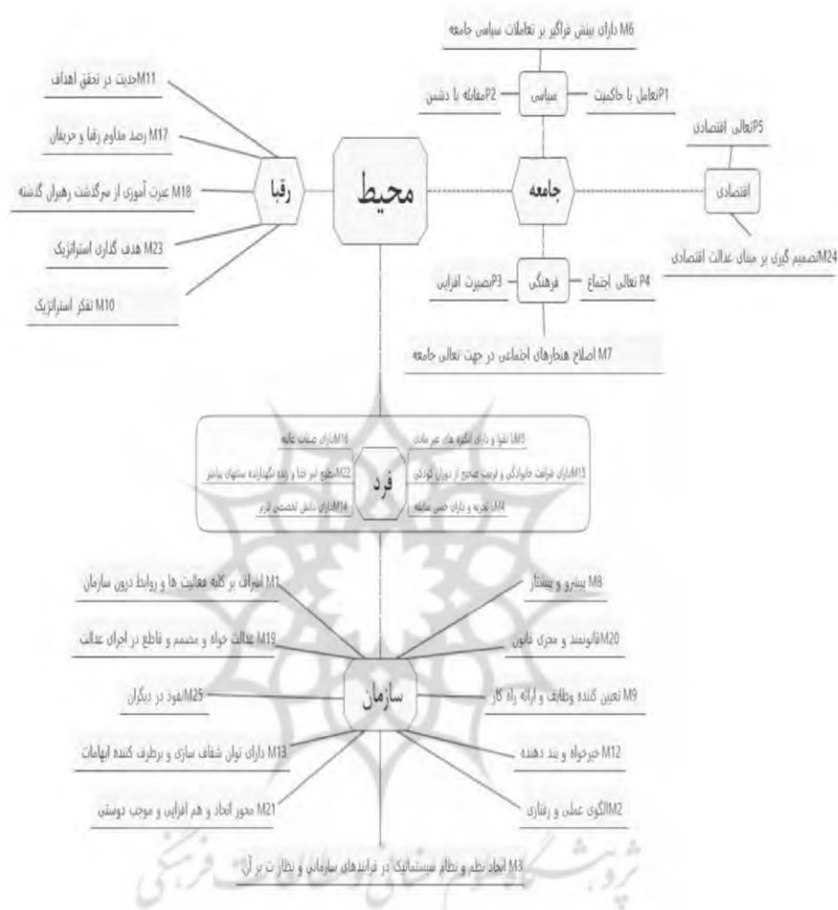


شکل ۲. بعد محیطی مدیریت کسب و کار



شکل ۳. بعد سازمانی مدیریت کسب و کار

الگوی نهایی مدیریت کسب و کار در پرتو بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه های دینی الگوی نهایی مدیریت کسب و کار که تجميع و تلخیص است از روش های انجام گرفته، به صورت زیر ارائه می گردد:



شکل ۴. الگوی نهایی مدیریت کسب و کار

تشریح فرآیند

همان طور که شکل فوق ترسیم شده است، فرآیند مدیریت کسب و کار از منظر حضرتعلیه السلام دارای چهار بعد هدفگذاری و برنامه‌ریزی، تعیین و تشریح شاخص‌ها و اصول، تبدیل اهداف به وظایف و ارائه راهکار در جهت انجام وظایف با توجه به ظرفیت‌ها و امکانات سازمان است.

حضرتعلیه السلام در آموزه های دینی ضمن توجه به امکانات و تحرکات دشمن (رقبا) و همچنین امکانات و اقتضائات افراد سازمان با توجه به اهدافی چون صلح طلبی و برقراری نظام برابر اقتصادی و اصولی چون مقابله با ظلم اقدام به هدف گذاری و برنامه‌ریزی نموده و همچنین با رعایت شاخص‌هایی چون پیشگیری و مبارزه با انحراف، آگاهی بخشی و اتمام حجت با اعضاء و نصیحت به حاکمان (مدیران)، ضمن حضور در متن سازمان اقدام به تعیین و تشریح شاخص‌ها و اصول می‌نماید.

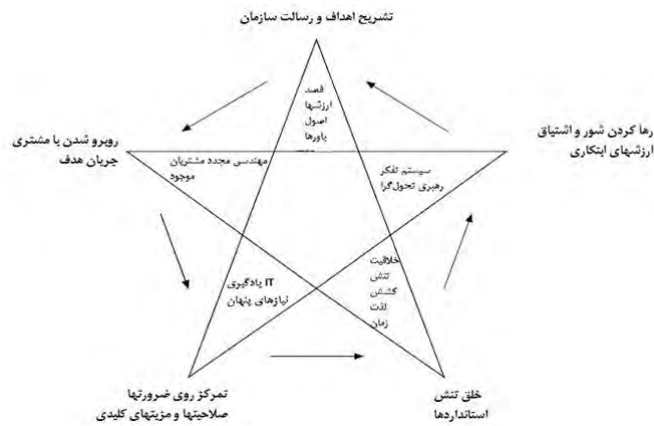
حضرتعلیه السلام با سعه صدر و تحمل مخالف، توجه به خواست و اراده اکثریت و همچنین شناخت همه جانبه از جامعه (سازمان)، اهداف از پیش برنامه‌ریزی شده را به وظایف تبدیل کند. ایشان در ادامه با رعایت تمام اصول ذکر شده ضمن خیرخواهی نسبت به تمام اعضاء برای وظایف ارائه شده راهکاری متناسب با ظرفیت و امکانات افراد و سازمان می‌نماید.

تفاوت مدل‌های معاصر و الگوی مستخرج شده از بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه‌های دینی پس از استخراج ابعاد مدیریت کسب و کار در ادبیات معاصر و از آموزه‌های دینی، لازم است تا تفاوت این دو الگو مورد بررسی و نتیجه‌گیری قرار گیرد. در جدول زیر به مقایسه این دو الگو در بستر مقولات فردی، سازمانی و محیطی پرداخته‌ایم.

جدول ۲. تفاوت مدل مدیریت کسب و کار در ادبیات معاصر و الگوی آموزه‌های دینی

نظر محقق	آموزه‌های دینی	ادبیات معاصر	
در این بعد حضرت علیه‌السلام علاوه بر صفات و ویژگی‌های فردی، به شرافت خانوادگی و تربیت صحیح از دوران کودکی نیز اشاره دارند.	<p>باتجربه و دارای حسن سابقه- {M4}</p> <p>باتقوا و دارای انگیزه‌های غیرمادی- {M5}</p> <p>دارای دانش تخصصی لازم- {M14}</p> <p>دارای شرافت خانوادگی و تربیت صحیح از دوران کودکی- {M15}</p> <p>دارای صفات عالییه- {M16}</p> <p>مطیع امر خدا و زنده نگهدارنده سنت‌های</p>	<p>خردمندی- {H1}</p> <p>توسعه ظرفیت فردی- {H2}</p> <p>خلاقیت و نوآوری فردی {H3}</p>	مقولات فردی
این بعد در سیره عملی حضرت‌تعلیه‌السلام مفصل تبیین شده است. تأکید حضرت بر عدالت‌خواهی، پیشتازی و حضور در صحنه به‌عنوان راهنما و الگوی عملی است.	<p>پیامبرصلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم {M22}</p> <p>اشراف بر کلیه فعالیت‌ها و روابط درون سازمان- {M1}</p> <p>الگوی عملی و رفتاری- {M2}</p> <p>ایجاد نظم و نظام سیستماتیک در فرایندهای سازمانی و نظارت بر آن- {M13}</p> <p>پیشرو و پیشتاز- {M8}</p> <p>تعیین‌کننده وظایف و ارائه راهکار- {M9}</p> <p>خیر خواه و پنددهنده- {M12}</p> <p>دارای توان شفاف‌سازی و برطرف‌کننده ابهامات- {M13}</p> <p>عدالت‌خواه و مصمم و قاطع در اجرای عدالت- {M19}</p> <p>قانونمند و مجری قانون- {M20}</p> <p>محور اتحاد و هم‌افزایی و موجب دوستی- {M21}</p>	<p>ظرفیت آفرینی سازمانی- {H8}</p> <p>نفوذ در دیگران- {H9}</p> <p>مسئولیت‌پذیری- {H6}</p> <p>اشراف بر کلیه فعالیت‌ها و روابط درون سازمان- {H7}</p> <p>اجرای استراتژی {H5}</p>	مقولات سازمانی
حضرت علیه‌السلام به بعد محیطی و توجه به رفتارهای سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جامعه توجه ویژه دارند و در واقع مدیریت کسب و کار در توجه به این بعد متجلی می‌شود.	<p>ایجاد ارتباط تنگاتنگ با پیروان {M25}</p> <p>تفکر کسب و کار- {M10}</p> <p>جدیت در تحقق اهداف- {M11}</p> <p>رصد مداوم رقبا و حریفان- {M17}</p> <p>عبرت‌آموزی از سرگذشت مدیران گذشته- {M18}</p> <p>هدف‌گذاری کسب و کار- {M23}</p> <p>دارای بینش فراگیر بر تعاملات سیاسی جامعه- {M6}</p> <p>اصلاح هنجارهای اجتماعی در جهت تعالی جامعه- {M7}</p> <p>توجه به رشد اقتصادی جامعه و تامین نیازمندی‌های پیروان {M24}</p>	<p>تفکر کسب و کار- {H4}</p> <p>هدف‌گذاری و تبیین اهداف- {H10}</p> <p>مزیت رقابتی- {H13}</p> <p>مشتری‌مداری- {H11}</p> <p>توسعه بازار {H12}</p>	مقولات محیطی

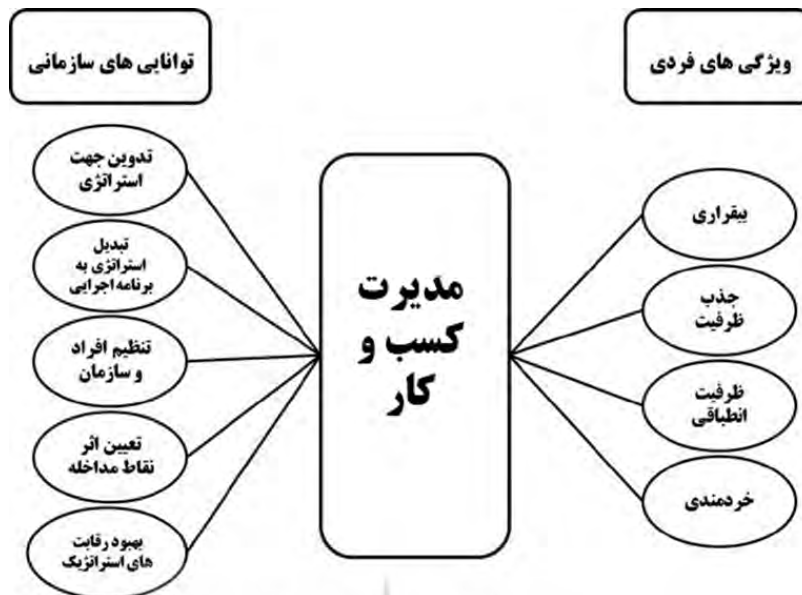
تفاوت مدل‌های موجود و مدل مستخرج از تحلیل منتخب وقایع تاریخ حکومت حضرت علیه‌السلام در آموزه های دینی



۱. تشریح اهداف و رسالت سازمان
۲. مواجهه‌شدن با مشتری
۳. تمرکز روی ظرفیت‌ها، صلاحیت‌ها، ضرورت‌ها و مزیت‌های کلیدی
۴. تعیین استاندارد و شاخص‌ها، رها کردن شور و شوق (تشکیل خودکار تیم‌های ارزش آفرین)

نتیجه گیری

در مدل نیکولز به نوعی تمامی مؤلفه‌های اصلی با یکدیگر در ارتباط می‌باشند، البته همین امر نیز می‌تواند یکی از نکات مبهم مدل ارائه شده توسط ایشان به حساب آید، لیکن مدل فوق شباهت‌های بسیاری چه در مؤلفه‌ها و چه در فرآیند ارتباط میان مؤلفه‌ها با فرآیند مدیریت کسب و کار از منظر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی دارد. مهم‌ترین تفاوت این مدل با مدل تحقیق را باید در عناصر اصلی تشکیل دهنده هر یک از مؤلفه‌ها دانست. به عنوان مثال: در مدل نیکولز مدیر کسب و کار برای تشریح اهداف و رسالت سازمان، ضمن تمرکز بر روی ضرورت‌ها، مزیت‌ها و صلاحیت‌های کلیدی سازمان در جهت تحقق خواست مشتری اقدام به خلق تنش استاندارد و نوعی تقسیم وظایف در سازمان می‌نماید. از طرف دیگر در مدل ارائه شده توسط محقق، مدیر کسب و کار در جهت هدف گذاری و برنامه‌ریزی سازمان خود، ضمن تعیین و تشریح شاخص‌ها و اصول اساسی سازمان، توجه ویژه‌ای به امکانات و اقتضات سازمان خود و از طرف دیگر امکانات و تحرکات رقیب دارد. به اعتقاد محقق، مدیر کسب و کار در مدل ارائه شده در تحقیق، اشراف به مراتب بیشتری بر محیط داشته و از این رو همواره و در جهت حرکت صحیح به سوی اهداف سازمان خود اقدام به بازبینی اهداف و نوع تقسیم کار میان اعضای سازمان خود می‌نماید.



شکل ۶. مدل دوبعدی مدیریت کسب و کار

توانایی‌های سازمانی: رویکرد راهبردی (توانایی ایجاد ارتباط بین برنامه‌های بلندمدت سازمان و کارهای روزانه)، تبدیل استراتژی به فعالیت (فعالیت‌ها در جهت استراتژی سازمان)، تنظیم افراد و سازمان (نهادینه کردن ارزش‌های سازمان برای افراد)، تعیین نقاط مداخله‌گر مؤثر کسب و کار (زمان مناسب و لحظه حساس برای شروع تغییر کسب و کار) و توسعه قابلیت‌های کسب و کار (صلاحیت‌های ویژه که سازمان را نسبت به دیگر رقبا متمایز می‌کند).

ویژگی‌های فردی: یک بی‌قراری یا ناآرامی با وضعیت موجود (تنش خلاق)، جذب ظرفیت (ظرفیت‌یابی)، تنظیم ظرفیت (توانایی در ایجاد تغییر) و خردمندی (ظرفیت برای انجام کار درست در زمان درست).

بررسی: مدل فوق بیشتر متمرکز بر صفات مدیریت کسب و کار بوده و رابطه معناداری میان مؤلفه‌های اصلی، ارائه نمی‌دهد. از طرف دیگر بعد محیط در مدل فوق تقریباً نادیده گرفته شده و این در حالی است که یکی از ویژگی‌های اصلی و متمایزکننده مدیریت کسب و کار از دیگر انواع مدیریت توجه محوری به بعد محیط می‌باشد. از این رو از نظر محقق مدل فوق بیشتر به یک الگو و آن هم یک الگوی ناقص از مدیریت کسب و کار شباهت دارد تا مدلی که بتوان آن را با مدل تحقیق حاضر مقایسه نمود.



شکل ۷. مدل نهایی

مشخص کردن چشم‌انداز سازمان، پیش‌بینی آینده، انگیزش، مدیریت، توانمندسازی کارکنان و طراحی سازمان. بررسی: مدل فوق نیز مؤلفه‌های محیطی و سازمانی را به خوبی تبیین ننموده، به عبارت دیگر در این مدل بیشتر بر توانمندی‌ها و ویژگی‌های فردی مدیر کسب و کار تمرکز شده و حال آنکه توجه به مشتری، رقبا، امکانات و اقتضات سازمانی از نکاتی است که در مدل فوق دیده نشده است. موارد بیان شده همگی تفاوت‌های این مدل با مدل مدیریت کسب و کار از منظر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و آموزه

های دینی است، چرا که در مدل تحقیق علاوه بر توجه به صفات مدیریت اعم از تفکر استراتژی و اجرای صحیح کسب و کاربرد، به رقبا و اقتضات و امکانات سازمانی نیز توجه ویژه ای شده است. به نظر محقق مهم ترین وجه تمایز مدیریت کسب و کار در مدل تحقیق حاضر با مدل دورسما را باید در حضور مدیر در سراسر سازمان دانست. در مدل ارائه شده توسط دورسما، نقش سراسری مدیر کسب و کار به خوبی مشخص نشده و حال آنکه در مدل تحقیق حاضر مدیر در تمامی مراحل اعم از برنامه ریزی و تبیین و تشریح اهداف تا تقسیم وظایف مبتنی بر پتانسیل های منابع انسانی سازمان نقش تعیین کننده ای دارد.



منابع

- [۱] دانایی‌فرد، حسن و مؤمنی، توانا. (۱۳۸۷). تئوری مدیریت اثربخش از دیدگاه امام علی (ع). فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی. ۱۴: ۷۵.
- [۲] دلشاد تهرانی، مصطفی. (۱۳۸۷). دولت آفتاب: اندیشه سیاسی در سیره حکومت امام علی (ع). تهران: دریا.
- [۳] ذوالفقاریان، محمدرضا، لطیفی، میثم. (۱۳۹۰). نظریه‌پردازی داده بنیاد با نرم‌افزار NVIVO8. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- [۴] رابینز، استیفن. (۱۳۷۶). مبانی رفتار سازمانی. ترجمه: پارسائیان و اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- [۵] صلصالی، مهوش، پرویزی، سرور و ادیب حاج باقری، محسن. (۱۳۹۰). روشهای تحقیق کیفی.
- [۶] فروزنده، لطف‌الله. (۱۳۸۸). گزیده نکات مدیریتی در نهج‌البلاغه، تهران: دانشگاه پیام نور.
- [۷] گریفین، مورهد. (۱۹۸۰). رفتار سازمانی. ترجمه: الوانی و معمارزاده (۱۳۷۴). تهران: مروارید.
- [۸] نصر اصفهانی، مهدی و نصر اصفهانی، علی. (۱۳۸۹). طراحی مدل مدیریت خدمتگزار بر اساس دیدگاه امام علی (ع) و مقایسه آن با نظرات اندیشمندان غربی. مجله منهج. ۱۱(۶): ۱۴۳-۱۶۳.
- [۹] ابن سلام الهروی، ابو عبید القاسم. (۱۴۰۴ق). غریب الحدیث. تحقیق حسین محمد شرف، عبدالسلام محمد هارون.
- [10] Balkundi, P. & Kilduff, M. (2006). The ties that lead: A social network approach to leadership. *The Leadership Quarterly*, 17(4): 419-439.
- [11] Barbara J. Davies & Brent Davies. (2004), *Strategic leadership*. p13-36. Bayd, E. Richard (1987). *corporate leadership skolls. a new synthesis*. *Organizational dynamics* 16. no 1
- [12] Beatty, K., Quinn, L. (2010). Strategic Command Taking the Long View for Organizational Success. *Leadership In Action*, 30(1), 3-7
- [13] Bennis, W. G. (1959). Leadership theory & administrative behavior: The problem of authority. *Administrative Science Quarterly*, 4, 259-260
- [14] Boal, K. B., & Hooijberg, R. (2000). Strategic leadership research: Moving on. *Leadership Quarterly*, 11, 515-549.
- [15] Boal, K. B., & Hooijberg, R. (2000). Strategic leadership research: Moving on. *Leadership Quarterly*, 11, 515-549.
- [16] Eisenhardt, K. (1989). Making fast strategic decisions in high-velocity environments. *Academy of Management Journal*, 32(3): 543-576.