

الگوی مفهومی تفکر استراتژیک در کسب و کارها

از دیدگاه امام علی علیه السلام در نهج البلاغه

علی اصغر شیرپاز آرانی*

میرزا حسن حسینی**

محمد محمودی میمند***

محمدتقی امینی****

چکیده

بسیاری از پژوهش‌های مدیریتی به اهمیت قابلیت تفکر استراتژیک برای مدیران اشاره کرده‌اند؛ اما موضوعی که کمترین توجه بدان شده، حلقه ارتباطی تفکر استراتژیک و ارزش‌هاست، حلقه‌ای که ارزش‌های اخلاقی را با منطق تجاری پیوند می‌دهد. هدف از نگارش مقاله حاضر ترسیم و تعریف چارچوب مفهومی برای تبیین ارتباط اصول اخلاقی و تفکر استراتژیک است. این پژوهش با روش تحلیل محتوا به بررسی و تحلیل مفاهیم همسو با کسب و کار در نهج البلاغه و دریافت نکات مهم و میزان اهمیت و تنوع آنها راهنمای ما در درک ارتباط اخلاق و تفکر استراتژیک خواهد بود. در مدل مستخرج از نهج البلاغه، حضرت علی علیه السلام مبتنی بر رویکردی متعالی به کسب و کار، افزون بر نگرش مادی، نگرشی الهی به کسب و کار بخشیده است. در این مدل مبتنی بر ارزش‌های بنیادین کسب و کار، شاخص‌های اخلاقی مؤثر بر کسب و کار ارائه می‌شود و سرانجام مؤلفه‌های تفکر در کسب و کار بر مبنای نهج البلاغه ارائه شده است. اثربخشی تفکر استراتژیک، نیازمند ارائه الگویی است که مؤلفه‌های تفکر استراتژیک را در تعامل کامل با ارزش‌های اخلاقی ارائه کند و افزون بر فرایند، محتوای اخلاقی نیز داشته باشد.

واژگان کلیدی: امام علی علیه السلام، اخلاق، تفکر استراتژیک، نهج البلاغه

Email: shirepaz58@gmail.com

Email: ri.hosseini@yahoo.com

Email: Drmahmoudim@yahoo.com

Email: m_aminipnu.ac.ir

* دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

** دانشیار دانشگاه پیام نور

*** استادیار دانشگاه پیام نور

**** دانشیار دانشگاه پیام نور

تاریخ تأیید: ۱۳۹۳/۳/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱/۷

مقدمه

امروزه تجارت و اقتصاد در جوامع دو قدرت عمده پیش برنده شده‌اند، به گونه‌ای که نسبت تجارت به تولید ناخالص داخلی در دهه‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است (نیلی، ۱۳۸۴، ص ۶). در این شرایط هدایت کسب و کار باید هم از بیرون، از راه عواملی همچون آیین‌نامه‌های قانونی و هم از درون، به صورت رفتارهای حرفه‌ای انجام پذیرد. مسائل اخلاقی در حقیقت رویکرد درونی برای هدایت کسب و کارها هستند (الوانی و رحمتی، ۱۳۸۵، ص ۲۳). اخلاق کسب و کار شرطی لازم برای موفقیت در تجارت معاصر قلمداد می‌شود. این سازوکار درونی در مدیریت قادر است بدون آنکه نیاز به اهرم‌های بیرونی داشته باشد، عملکرد مطلوب ایجاد کند (الوانی، ۱۳۸۳، ص ۱). اخلاق به ظاهر هیچ رابطه‌ای با استراتژی ندارد، در حالی که می‌توان با قدری تأمل به عمق رابطه‌ای این دو با یکدیگر پی برد (دیوید، ۱۳۸۵، ص ۵۴). اگر تفکر استراتژیک تنها در چارچوب ذهنی کسب و کار و بدون در نظر گرفتن موارد اخلاقی تبیین شود، آنگاه اصول اخلاقی معنای خود را از دست می‌دهند (استیسی، ۱۹۹۵، ص ۱۵). برای موفقیت تفکر استراتژیک باید بر اصول اخلاقی تأکید شود، زیرا بیشتر تصمیم‌های اخلاقی، پیامدی گسترده و مدت‌دار دارند (هس مر، ۱۳۸۹، ص ۵۳). اصول اخلاقی از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب به‌شمار می‌آید؛ زیرا تدوین استراتژی در حوزه اخلاق با چالش‌های عملی و نظری روبه‌رو است (دیوید، ۱۳۸۵، ص ۵۳). جایگاه اخلاق باید به صورت کاربردی در تفکر استراتژیک نشان داده شود (بابایی اهری، ۱۳۸۱، ص ۱۰۲). نگرش‌ها درباره مباحث اخلاقی به‌طور چشمگیری از یک محیط فرهنگی نیست به محیط فرهنگی دیگر متفاوت است، زیرا انسان‌شناسی در فرهنگ‌های مختلف، متفاوت است (مصباح یزدی، ۱۳۸۸، ص ۳۶). پژوهش حاضر به تبیین ارتباط بین تفکر استراتژیک و اخلاق از دیدگاه امام علی (علیه السلام) می‌پردازد. بررسی و مطالعه گفتار و شیوه شخصیتی امام علی (علیه السلام) که به شهادت تاریخ، فعال‌ترین افراد در عرصه کسب و کار است (مطهری، ۱۳۸۸، ص ۸۸)، در حل ارتباط تفکر استراتژیک و اخلاق راهگشا خواهد بود.

۱. پیشینه نظری

۱-۱. مفهوم تفکر استراتژیک

پیچیدگی محیط فعالیت سازمان‌ها در عرصه تقاضای بازار، رقبا و فناوری و تازگی نسبی در چالش‌های پی در پی که آنها در محیط خود با آن روبه‌رو می‌شوند منجر به دشوار شدن تصمیم‌گیری شده است (هراکلیوس، ۱۹۹۸، ص ۴۱). در این شرایط مدیران برای کشف گسستگی‌های آینده و غافلگیری‌های احتمالی باید دگرگونی‌های محیط را پیوسته زیر نظر داشته باشند (انسف، ۱۳۷۵،

ص ۱۵) با افزایش مشکلات و پیچیده شدن محیط، نیاز به ارائه راه‌حل‌های بهتر و استفاده از ابزارهای قدرتمندتر از برنامه‌ریزی استراتژیک، خودنمایی می‌کند (کامپل و سالی، ۱۹۹۱، ص ۱۴۵) و سازمان باید منابع خود را بر موقعیت استراتژیک متمرکز کند (هوارد، ۱۹۸۹، ص ۷۶) تفکر استراتژیک عبارتست از: استفاده از چارچوب ذهنی مختلف برای بررسی و تحلیل و در نهایت تصمیم‌گیری در موقعیت‌های استراتژیک (استیسی، ۱۳۹۰، ص ۴۶). مدیران ناچارند برای هر موقعیت استراتژیک، راه‌کارهای تازه‌ای ارائه دهند و این امر مستلزم ارتقای دائمی دانش و مهارت تفکر استراتژیک است (براون و اوسلان، ۱۹۹۹، ص ۳۵۴). در زمان متلاطم کنونی باید ظرفیت تفکر استراتژیک ارتقا یابد، زیرا تقویت تفکر استراتژیک به تدوین استراتژی‌های بهتر منجر خواهد شد (بارالدی، ۲۰۰۷، ص ۸۷۹). تفکر استراتژیک، مهارت یا فضیلت ذهنی معماری استراتژیک سازمان است که فرصت‌ها و ظرفیت‌های قابل تبدیل را به منفعت استراتژیک تبدیل می‌کند (لشکر بلوکی، ۱۳۹۲، ص ۱۵). مدیریت استراتژیک شامل تفکر استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک است.

جدول ۱: تفاوت تفکر استراتژیک با برنامه‌ریزی استراتژیک

ارکان مدیریت استراتژیک	مبنا	نوع تفکر	ستاده
تفکر استراتژیک	ترکیب یا تلفیق، تقویت شهود و تفکر خلاق در تمام سطوح سازمان	تفکر واگرا	خلق استراتژی (های خلاقانه) ارائه چشم‌انداز آینده
برنامه‌ریزی استراتژیک	تجزیه و تحلیل، ایجاد و رسمی کردن سیستم‌ها و رویه‌ها	تفکر همگرا	۱. تبدیل استراتژی به برنامه‌ها و اهداف سالیانه و کوتاه‌مدت ۲. ارائه گام‌های لازم برای پیاده‌سازی استراتژی خلق شده را فرموله می‌کند.

(منبع: علی احمدی و دیگران، ۱۳۸۷، ص ۱۰۸)

۱-۲. اخلاق در کسب و کار

کارکرد اصلی اخلاق، تنظیم روابط من با دیگران می‌باشد (فرهود، ۱۳۸۶، ص ۱). اخلاق یعنی اصول معنوی و ارزش‌هایی که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است، مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است (دفت، ۱۳۸۰، ص ۶۵۲). اخلاق معیارها و قواعدی ارائه می‌دهد که راهنمای عمل افراد و گروه‌ها در انجام امور قابل قبول می‌باشد (الوانی، ۱۳۸۳، ص ۱). زمانی که این معیارها با کسب و کار پیوند می‌خورند، ایجاد نوعی توازن بین نیازها و مصالح جامعه و خواست‌های سازمان ضروری است (دفت، ۱۳۸۰، ص ۶۵۲). اخلاق در کسب و کار را باید مجموعه معیارها، سنت‌ها و قواعدی دانست که هدایت کسب و کار را برعهده دارند (دادگر، ۱۳۸۵، ص ۹۶).

۱-۳. رویکردهای اخلاق در کسب و کار

بایدها و نبایدهای کسب و کار پیرو اهداف آن است و هدفها براساس نگرش‌های گوناگون در طرز فکرها از نگرش به انسان سرچشمه می‌گیرد، از این‌رو باید ارزش‌های انسان را شناخت. مبنای ارزش‌ها و باورهای انسان، باید دین باشد (مصباح یزدی، ۱۳۷۲، ص ۱۶). باوری که ریشه در ادیان الهی دارد، انسان را به باور خدای برتر، خدایی که خالق این جهان است، متقاعد و معتقد می‌سازد (مطهری، ۱۳۸۴، ص ۱۴). باور و اعتقاد به وجود خدای یگانه، منجر به پیدایش این عقیده شده است که اخلاق معیار کاملاً خاص و مشخصی دارد. یکی از ساحت‌هایی که در آن آثار اخلاق آشکار می‌باشد، عرصه کسب و کار است. اسلام در این عرصه، نه تنها به مباحث حقوقی پرداخته، بلکه به دستوره‌های اخلاقی نیز سفارش کرده است (میر معزی، ۱۳۷۸، ص ۶۵). جدول شماره ۲ تفاوت مبانی اخلاق کسب و کار را در دیدگاه‌های مدیریتی و اسلام نشان می‌دهد.

جدول ۲: مقایسه مبانی اخلاقی کسب و کار در علم مدیریت و اسلام

مبانی اخلاق در مدیریت	مبانی اخلاق کسب و کار در اسلام	
تحلیل اقتصادی	<p>اعتقادات اسلامی و اخلاقیات آن، مسلمان را به انجام کار اقتصادی ترغیب ساخته و انگیزه‌های متعددی را در او ایجاد می‌کند، از این‌رو در اسلام، کار و تلاش ارزش است (انجمن علمی دین و توسعه اقتصادی، ۱۳۸۱، ص ۳۵). پیامبر گرامی اسلام ﷺ فرمود: هیچ‌کس نیست که برای تجارت طعامی را از شهری به شهر دیگر از شهرهای مسلمین ببرد و آن را به قیمت‌خودش بفروشد، مگر اینکه جایگاهش نزد خداوند چون مقام شهید خواهد بود.</p>	<p>کسب و کار به‌عنوان یکی از مصداق‌های عمل صالح</p>
	<p>هدف نهایی نظام کسب و کار در اسلام، فراهم‌کردن زمینه‌های لازم برای دستیابی افراد به کمال مطلوب است. برای تحقق این هدف، یک‌سری «اهداف میانی» مطرح می‌شود که از یک‌سو، به‌عنوان انگیزه‌های فعالیت‌های تولیدی فرد مسلمان تلقی می‌شود و از سوی دیگر، مقدمه دستیابی به هدف نهایی است. تأمین نیازهای زندگی و رسیدن به رفاه نسبی، خودکفایی و اقتدار جامعه از مهم‌ترین اهداف فرد مسلمان در کار و تولید است.</p>	<p>کسب و کار زمینه‌های لازم برای دستیابی افراد به کمال مطلوب را فراهم می‌کند.</p>
	<p>از این‌رو مدیر بنگاه تولیدی باید برای حداکثر ساختن سود فعالیت کند و در عین حال از نیازهای قانونی مانند: تسانی نکردن و التزام به استانداردهای اعتماد و صداقت پیروی نماید (استینر، ۱۹۹۵، ص ۴۸۷).</p>	<p>طبق احکام و دستورهای دین اسلام، منافع جامعه و منافع فردی پیوند وثیقی دارند و هیچ‌کدام بر دیگری تقدم ندارند؛ اما اگر در هر جایی که انسان به انتخاب بین منافع فردی و منافع جامعه مخیر باشد، در صورتی که منافع جامعه را تقدیم بدارد و انتخاب کند، به عمل وی پاداش آخرتی تعلق می‌گیرد (هادوی‌نیا، ۱۳۸۷، ص ۲۱۲).</p>

مبنای اخلاق کسب و کار در اسلام		مبنای اخلاق در مدیریت	
در بیان پیامبر ﷺ برخی از گناهان با نماز و صدقه پاک و جبران نمی‌شود؛ ولی با تلاش در کسب روزی پاک می‌شود.	کسب و کار ابزار مغفرت الهی		
هدف عالی نظام اقتصادی اسلام و اهداف میانی باید مورد توجه همگان قرار گیرد (نمازی، ۱۳۸۴، ص ۳۴۵).	وجوب رعایت مصالح نظام		
شناسایی حق دسترسی به اطلاعات برای مصرف‌کننده، تأثیر بسزایی در ساماندهی رفتار وی و انتخاب آگاهانه در مصرف کالاها دارد.	ارائه اطلاعات شفاف به مشتریان و مصرف‌کنندگان		
مالی که وارد چرخه فعالیت کسب و کار می‌شود، باید از بهترین و پاک‌ترین اموال باشد تا رشد و برکت را همراه داشته باشد (فیض کاشانی، ۱۳۸۹، ص ۸۱).	کار و تلاش حلال	برخی از منتقدان اخلاق کسب و کار معتقدند که تجارت، ورای قانون، نیازی به اخلاق ندارد. به نظر آنها قانون می‌تواند قلمرو فعالیت‌های مجاز تجاری را مشخص کند و دیگر ضرورتی برای پرداختن به اخلاق نیست. تصمیم‌گیری و رفتار اخلاقی براساس الزامات قانونی امکان‌پذیر است (میر اسکندری، ۱۳۸۳، ص ۴۱).	تحلیل قانونی
سرپیچی از وظایف و واجبات شرعی افزون بر اثر تکلیفی که ارتکاب فعل حرام دارد و از مصداق‌های تجری شمرده می‌شود، دارای آثار وضعی زیان‌بار برای افراد و جامعه است (هادوی‌نیا، ۱۳۸۷، ص ۱۹۲).	لزوم مراعات چارچوب‌های شرعی	مجموعه قضاوت‌های اخلاقی که در قالب قانونی متبلور می‌شوند، تشکیل دهنده قوانین اساسی برای زندگی با یکدیگر در یک جامعه بدون تعدی به حقوق دیگران هستند (دفت، ۱۳۸۰، ص ۶۴۹).	
در جهان‌بینی اسلام، پرداخت زکات و خمس نه تنها سطح فعالیت کسب و کار را کاهش نمی‌دهد، بلکه سبب محفوظ ماندن و مصونیت اموال و سرمایه می‌شود (فیض کاشانی، ۱۳۸۹، ص ۱۰۳).	پرداخت حقوق مالی		
استفاده غیرکارا از امکانات و منابع، نوعی تباه کردن آنهاست. بنابراین از امکاناتی که در اختیار بشر قرار گرفته است باید به صورت بهینه بهره‌برداری و نتیجه آثار این استفاده در زندگی افراد آشکار شود (نمازی، ۱۳۸۴، ص ۳۴۰).	بهره‌گیری صحیح و بهینه از امکانات جامعه		
خداوند رزق و روزی را برای هر کس که می‌خواهد گسترده و یا محدود می‌کند. رزاقیت خدا در جهت نظام عالم تکوین است. هر موجودی به اموری مجهز است که او را هدایت و یاری می‌کند تا خود را حفظ کند.	رزاقیت الهی		
قناعت به معنای درست مصرف کردن و جلوگیری از اسراف و تبذیر مال است نه آنکه در بعد تولید باید قناعت و کم تولید کرد، البته در هر زمان کاری با امور معنوی تراحم یافت و مشغول شدن بیش از حد به آن باعث ضرر معنوی به شخص شود، بی‌شک دین مبین ضرر معنوی را قابل مقایسه با عقب‌افتادگی اقتصادی نمی‌داند و مانع دوری انسان از ارتقای روحی می‌شود. زهد به معنای کم‌مصرف کردن برای بازده بیشتر است. دنیایی که زاهد آن را ترک می‌کند، سرگرم شدن به تنعم و تجمل و دور افتادن از کمال انسانی است.	قناعت و زهد	اگر خیر رساندن ملاک عمل اخلاقی است، بیشترین خیر را به کسانی می‌رسانیم که در جستجوی سود باشیم (هایسک، ۱۳۸۲، ص ۱۷۶).	

مبنای اخلاق کسب و کار در اسلام		مبنای اخلاق در مدیریت	
توزیع عادلانه ثروت	مسئولیت اجتماعی، شخص را به کار فرامی‌خواند. حتی اگر به درآمد آن نیاز نداشته باشد. از جمله اصول مهم کسب و کار در اسلام، گردش ثروت و توزیع عادلانه آن می‌باشد، به‌گونه‌ای که قرآن کسانی که طلا و نقره را انباشته می‌کنند و آنها را در راه خدا انفاق نمی‌کنند، به عذاب دردناک بشارت می‌دهد (توبه، ۳).		
رقابت و تعاون در خیرات	شارع مقدس اسلام برای سالم‌سازی تعاون و رقابت در کسب درآمد، فقط به احکام و قواعد اخلاقی بسنده نکرده است، بلکه احکام و قواعد حقوقی ویژه‌ای را وضع کرده و مردم و دولت را موظف به اجرای آنها کرده است (انجمن علمی دین و توسعه اقتصادی، ۱۳۸۱، ص ۳۷).		
پرهیز از آزمندی، حرص و طمع در رقابت	یکی از آفات رقابت، آزمندی، حرص و طمع است. این خصلت ناپسند، جهات مثبت و سازنده و کارایی را در نظام رقابت مبتنی بر جهان‌بینی دینی بر هم می‌ریزد. یکی دیگر از آفات رقابت، توسل به خیانت و فریب در کار است. این صفت نامطلوب از آفت‌های جدی نظام کسب و کار به‌شمار می‌رود (هادوی‌نیا، ۱۳۸۷، ص ۱۳۴).		

(منبع: محقق)

۲. پیشینه عملی

با نفوذ روزافزون [تفکر مادی‌گرایی] در کسب و کار از یک‌سو و لزوم رها نشدن سرنوشت موضوع اخلاق در این مقوله، لازم است هرچه بیشتر مطمئن شویم کسب و کارها در مسیر درست اخلاقی حرکت می‌کنند (پوریان‌سب، ۱۳۷۹، ص ۱۸). در هر سازمانی که بحث تفکر استراتژیک مطرح می‌شود، مسئله اخلاق نیز به میان می‌آید، زیرا استراتژیست‌ها مسئولیت معنوی شرکت را به عهده دارند (دیوید، ۱۳۸۵، ص ۵۹). اینکه تفکر درباره کسب و کار باید در مسیر درست حرکت کند، دلیلی برای بیان بعد اخلاقی درون قلمرو کسب و کار است (هس مر، ۱۳۸۹، ص ۸۳). اخلاق، اصول راهنمایی در سازمان است که رهنمودی برای تصمیم‌گیری و رفتارها خواهد بود (دیوید، ۱۳۸۵، ص ۵۹). در جدول شماره ۳ ارتباط اخلاق و استراتژی در کتاب‌ها و مقالات مدیریت استراتژیک ارائه شده است.

جدول ۳: ارتباط اخلاق و مدیریت استراتژیک

ارکان استراتژیک	ارتباط اخلاق و مدیریت استراتژیک
ارزش‌های بنیادی	ارزش‌ها به هنجارها و استانداردهای رفتاری در یک شرکت معنا و مفهوم می‌دهند (استامپ، ۱۹۸۹، ص ۳۷). رابطه مستقیم بین ارزش‌ها و استراتژی از چشم مشاوران پنهان نبوده است. به طور مثال: بیان اصلی مدل ۷S این است که در سازمان‌ها وقتی هفت عنصر ذکر شده در مدل با یکدیگر همخوانی لازم را داشته باشند، بیشترین اثربخشی را خواهند داشت (رضاییان، ۱۳۷۹، ص ۲۵۱).
مأموریت	احساس مأموریت، در واقع نوعی تعهد افراد در قبال مأموریت سازمانی است (وبر، ۱۹۸۴، ص ۱۴۵). اگر ارزش‌های فرد با ارزش‌های سازمان تطابق داده شده باشد، آنگاه احساس مأموریت در افراد به وجود می‌آید (هکس و مجلوف، ۱۳۸۷، ص ۵۸).
مسئولیت اجتماعی شرکت	سالامون (۱۹۹۸) در مقاله‌ای با عنوان اخلاق تجاری، با گذر از تحلیل‌های کارکردگرایانه، مسئولیت اجتماعی تجار و صاحبان حرفه‌ها را در قالب نظریه مسئولیت اجتماعی بسط می‌دهد. به اعتقاد وی گرچه هدف مهم کسبه، کسب سود و منفعت است؛ ولی هدف نهایی تجارت، باید رعایت اخلاق در جهت جلب رضایت مشتریان باشد. (در حالی که در اسلام هدف نهایی قرب الهی است و جلب رضایت مشتریان، هدف میانی است). مسئولیت اجتماعی شرکت، شبکه‌ای پیچیده از حقوق متقابل و تعهدات دو جانبه بین عناصر مهم در محیط و شرکت را نشان می‌دهد (قرا ملکی و نوچه فلاح، ۱۳۸۶، ص ۱۴۱). مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت، پلی بین اخلاق و کسب و کار است. این امر در واقع تعهد سازمان‌ها جهت به حداکثر رساندن منافع و به حداقل رساندن هزینه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد (کارول، ۱۹۹۰، ص ۲۶۷).
تعدیل تصمیمات	در بیشتر سازمان‌ها، تفکر درباره اخلاق در سطح تعدیل‌سازی تصمیمات می‌باشد (علی احمدی و علی احمدی، ۱۳۸۶، ص ۱۴۱).
یادگیری	یادگیری سازمانی یک فرایند پویاست که نه تنها در طی زمان بلکه در سطوح مختلف رخ می‌دهد (استرمن، ۱۳۹۰، ص ۳۵). بخشی از مرحله یادگیری شامل فرایند بررسی این موضوع است که آیا موارد طرح شده در بیانیه اخلاقی سازمان در عمل نیز اجرا می‌شود؟
رهبری	رهبری در تفکر استراتژیک نیز محوریت دارد. تفکر استراتژیک باید خواه ناخواه از معیارهای اخلاقی بهره برد تا اثربخشی لازم را پیدا کند (آبراهام، ۲۰۰۵، ص ۵).

(منبع: محقق)

محمد تقی گیلک محمدآبادی (۱۳۸۰) در پژوهشی با عنوان «امام علی (علیه السلام)، دولت و سیاست‌های اقتصادی» معتقد است اهداف، به منزله عناصر تشکیل دهنده سیاست اقتصادی، گویای مسیر حرکت عمل سیاسی اند. اصولاً برای اینکه بتوان دست به عمل زد، مقامات سیاسی باید ذهنیت روشنی درباره اینکه در اصل چه می‌خواهند و چه شرایطی را در بررسی وضعیت مطلوب می‌دانند، داشته باشند. برقراری عدالت اجتماعی، مهم‌ترین هدف سیاست‌های اقتصادی امام علی (علیه السلام) است (گیلک محمدآبادی، ۱۳۸۰، ص ۱۵). حسین شاهد خطیبی در تحقیقی با عنوان سیاست‌های اقتصادی، ابزارها و تدابیر در دولت علوی انجام داده است. امام علی (علیه السلام) برای تحقق اهداف اقتصادی پیش‌گفته، سیاست‌هایی را برنامه‌ریزی کرد. برخی از این سیاست‌ها در دوران حکومت حضرت به مرحله اجرا گذاشته شد و پاره‌ای نیز در برنامه کار کارگزاران حکومت قرار گرفت (رنجبر، ۱۳۹۱، ص ۱۶).

۳. روش پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است و در آن از تحلیل محتوایی و بررسی اسنادی استفاده شده است. تحلیل محتوا، تکنیکی پژوهشی است برای استنباط تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها در مورد متن آنها (کرپندورف، ۱۳۷۸، ص ۲۵). در این پژوهش برای اطمینان بیشتر از حفظ عینیت، در فرایند مطالعه از ورود به جنبه‌های پنهان متن خودداری شده و تنها پیام‌های آشکار آن مشتمل بر «گویه‌ها و مضامین» ملاک بررسی قرار گرفت. برای تعیین تفاوت معناداری بین فراوانی‌ها، از آزمون مجذور خی استفاده شد. سؤالات پژوهش عبارتند از:

سؤال اصلی: الگوی ارتباط اخلاق و تفکر استراتژیک در نهج البلاغه چیست؟

۱. مهم‌ترین مفاهیم در ارتباط با تفکر استراتژیک در کسب و کار در نهج البلاغه چه مفاهیمی می‌باشند؟

۲. این مفاهیم دارای چه طبقه‌بندی هستند؟

۳. کدامیک از این مفاهیم مرتبط با تفکر راهبردی کسب و کار از اهمیت بیشتری برخوردارند؟

جامعه مورد مطالعه

جامعه مورد مطالعه پژوهش شامل کتاب نهج البلاغه ترجمه محمد دشتی (۱۳۹۱) و ابزار جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های پژوهش، فرم‌های محقق ساخته بوده است.

پایایی و روایی

پایایی زمانی وجود دارد که اندازه‌گیری مکرر یک پدیده به تصمیمات یا نتایج مشابهی برسد. در مطالعه حاضر برای تعیین پایایی، از فرمول ویلیام اسکات ($\pi = \frac{(Po - Pe)^2}{1 - Pe}$) استفاده شد. پس از دو بار کدگذاری مقوله‌ها و مضامین، ضریب پایایی ۸۳ درصد به دست آمد که اختلاف کمتر از ۲۰ درصد بوده است. روایی محتوای مدل نیز براساس نظر خبرگان حوزوی فعال در حوزه نهج البلاغه و کارشناسان اقتصاد اسلامی تأیید شده است.

۴. یافته‌ها

۴-۱. دسته‌بندی مربوط به مفاهیم مرتبط با کسب و کار در نهج البلاغه

همان‌گونه که در جدول شماره ۴ مشخص است مفاهیم مرتبط با سیاست‌گذاری کسب و کار بیشترین تکرار و پس از آن مفاهیم مرتبط با شاخص‌های کلی اخلاقی در کسب و کار، عدالت، طبقات اجتماعی و در نهایت پرهیز از فساد بیشترین تکرار را در نهج البلاغه داشته‌اند. به منظور آزمون

تساوی فراوانی طبقات، از آزمون همگونی χ^2 استفاده شده است. از آنجا که مقدار آماره آزمون χ^2 برابر $۱۶۰/۶۸$ بوده و با احتساب $df=4$ از مقدار χ^2 جدول بزرگ‌تر بوده است، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت تفاوت معناداری بین فراوانی طبقات جدول شماره ۴ وجود دارد.

جدول ۴: دسته‌بندی کلی مفاهیم عمومی و اختصاصی مرتبط با کسب و کار در نهج البلاغه

مفهوم	فراوانی	درصد
شاخص‌های کلی اخلاقی	۲۹	۸/۷۳
عدالت	۵۱	۱۵/۳۷
پرهیز از فساد	۵۷	۱۷/۱۶
طبقات اجتماعی	۳۶	۱۰/۸۵
مبانی سیاست‌گذاری کسب و کار	۱۵۹	۴۷/۸۹
کل	۳۴۰	۱۰۰

۴-۲. مبانی سیاست‌گذاری کسب و کار

مفاهیم نزدیک با مفهوم سیاست‌گذاری کسب و کار در نهج البلاغه را می‌توان در دو دسته‌بندی کلی‌تر مفاهیم مربوط به «تفکر کسب و کار» و مفاهیم مربوط به «مدیریت و برنامه‌ریزی کسب و کار» قرار داد. جدول شماره ۵ فراوانی مربوط با این داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۵: فراوانی مفاهیم مرتبط با مفهوم مدیریت کسب و کار

مفهوم	فراوانی	درصد
تفکر درباره کسب و کار	۴۶	۲۸/۹
مدیریت و برنامه‌ریزی کسب و کار	۱۱۳	۷۱/۱
کل	۱۵۹	۱۰۰

به منظور آزمون تساوی فراوانی طبقات و با توجه به آنکه درجه آزادی این طبقات برابر یک است از آزمون اصلاح یِتس^۱ برای محاسبه آماره آزمون χ^2 استفاده شده و از آنجا که مقدار آماره آزمون χ^2 برابر $۲۷/۴۰$ بوده و با احتساب $df=1$ از مقدار χ^2 جدول بزرگ‌تر بوده است، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت تفاوت معناداری بین فراوانی طبقات جدول ۵ وجود دارد. ارزش‌های اخلاقی بین افراد در جوامع مختلف گوناگون است، زیرا جهان‌بینی و مبانی ارزشی آنها (ارزش‌ها، اولویت‌ها و عقاید) تفاوت می‌کند. این تفاوت‌ها منجر به ظهور چهار رویکرد کلی در رابطه؛ با اخلاق و کسب و کار شده است:

1. Yates correction

رویکرد اول: برخی به شدت امکان ارائه اخلاق کسب و کار با رویکرد دینی را منکر می‌شوند و گروهی نیز بر امکان‌پذیر بودن آن استدلال می‌کنند. یکی از استدلال‌های ارائه شده در نفی رویکرد دینی به اخلاق کسب و کار آن است که اخلاق کسب و کار، اخلاق بازی است و با اخلاق دین متفاوت است (هس مر، ۱۳۸۹، ص ۲۶). این ادعا بر پایه نظریه دوگانگی اخلاق فردی و اخلاق کاری که به طور عمده از سوی اقتصاددانی چون میلتون فریدمن مطرح شده، استوار است. فریدمن بیان می‌کند که در صحنه کسب و کار، افراد باید تمامی تلاش خود را برای بیشینه کردن منافع خود مبذول دارند و تنها محدودیت موجود بر سر راه آنها، محدودیت‌های قانونی است (رنجبر، ۱۳۹۱، ص ۴۸):

رویکرد دوم: در برابر دیدگاه مزبور در جهان، برخی با رد نظریه دوگانگی اخلاق فردی و اخلاق کاری، بر امکان‌پذیری رویکرد دینی در اخلاق کسب و کار استدلال می‌کنند. دین این نگرش را که «کسب و کار، کسب و کار است» و با جنبه‌های دیگر زندگی مرتبط نیست، مردود می‌شمارد. اخلاق کسب و کار، همانند اخلاقیات مهم دیگر، به گسترش یک انسان‌شناسی دینی یا فلسفی و یک شناخت از بشریت و اینکه حرفه مناسب برای او چیست؟ نیازمند است. بر این اساس، تفسیری دینی از انسان و هدف او از کار و تلاش، می‌تواند فلسفه و اخلاق کسب و کار را متأثر سازد. از این رو می‌توان صاحبان حرفه‌ها و صنایع را امانت‌دار منابع جامعه تلقی کرد. از این‌رو، استفاده از منابع تجدیدنپذیر جامعه برای تولید محصولات کم‌ارزش و کم‌دوام نوعی زیان برای جامعه به‌شمار می‌آید (کامنیش، ۱۳۸۵، ص ۴۸):

رویکرد سوم: براساس دیدگاه کارکردگرایانه، فلسفه وجود اخلاق کسب و کار را باید در چارچوب کارکرد آن در فضای کسب و کار تحلیل کرد. بر این اساس، رعایت اخلاق از آن‌رو برای کسب و کار مفید است که می‌تواند موجب افزایش سود شود. در بسیاری از موارد، اهل کسب و کار می‌توانند با زیر پا گذاشتن اخلاق به سود بیشتری - دست‌کم در کوتاه‌مدت - دست یابند. این نگاه کارکردگرایانه موجب شکنندگی اخلاق کسب و کار می‌شود و به گسترش نگاه ابزارگرایانه در کسب و کار می‌انجامد (هس مر، ۱۳۸۹، ص ۲۸):

رویکرد چهارم: مکتب اقتصادی اسلام، دارای مبانی جهان‌بینی و انسان‌شناختی کاملاً متفاوتی از دیگر مکتب‌هاست که پیوند اخلاق را با اقتصاد اجتناب‌ناپذیر می‌داند. در این دیدگاه، خداوند، محور و کانون عالم هستی است و رابطه او با جهان و انسان، براساس رابطه «خالقیت»، «ربوبیت»، «مالکیت» و «رازقیت» استوار است. اسلام با گسترش دید مؤمنان به تجارت توجیه و از آنها خواسته شده است به تجارت با خدا بپردازند، تجارتهای که سودآورتر از تجارت دنیایی است. اخلاق در آن نقشی تأثیرگذار دارد، چراکه معیارهای اخلاقی بر رفتار اقتصادی انسان و جامعه

نظارت و حاکمیت دارد. اسلام کسب بیشترین سود را تنها انگیزه معقول فعالیت‌های اقتصادی انسان نمی‌داند. فلسفه اخلاق کسب و کار در نگرش اسلامی متأثر از دو اصل یکپارچگی اخلاقی و فراکارکردگرایی است. یکپارچگی اخلاقی بر پیوستگی حوزه‌های اخلاق فردی و اجتماعی تأکید می‌کند. این رویکرد، نه تنها فعالیت تجاری را در خدمت جامعه قرار می‌دهد، بلکه به ارتقای مقام تاجر اخلاق‌گرا می‌انجامد. امیرالمؤمنین (علیه السلام) در نامه معروف خود به مالک اشتر، تاجران را دارای دو گونه خصلت مثبت و منفی می‌داند:

«ثُمَّ اسْتَوْصُوا بِالتَّجَارِ وَ ذَوَى الصَّنَاعَاتِ وَ أَوْصِ بِهِمْ خَيْرًا الْمُتَمِيمِ مِنْهُمْ وَ الْمَضْطَرِبِ بِمَالِهِ وَ الْمُتَرَفِّقِ بِنَدْبِهِ فَإِنَّهُمْ مَوَادُّ الْمَنَافِعِ وَ أَسْبَابُ الْمَرَافِقِ وَ جُلَابِهَا مِنَ الْمَبَاعِدِ وَ الْمَطَارِحِ فِي بَرِّكَ وَ بَخْرِكَ وَ سَهْلِكَ وَ جَبَلِكَ وَ حَيْثُ لَا يَلْتَمِئُ النَّاسُ لِمَوَاضِعِهَا وَ لَا يَجْتَرِءُونَ عَلَيْهَا فَإِنَّهُمْ سَلْمٌ لَا تَخَافُ بَائِقَتَهُ وَ صَلُحٌ لَا تُخْشَى غَائِلَتُهُ وَ تَقْقُدُ أُمُورَهُمْ بِحَضْرَتِكَ وَ فِي حَوَاشِي بِلَادِكَ وَ اعْلَمْ مَعَ ذَلِكَ أَنَّ فِي كَثِيرٍ مِنْهُمْ ضَيْقًا فَاحِشًا وَ شُحًا قَبِيحًا وَ اخْتِكَارًا لِلْمَنَافِعِ وَ تَحَكُّمًا فِي الْبِيَعَاتِ وَ ذَلِكَ بَابٌ مَصْرَّةٌ لِلْعَامَّةِ وَ عَيْبٌ عَلَى الْأَوْلَاةِ فَاْمُنْعُ مِنَ الْاِخْتِكَارِ فَإِنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ مَنَعَ مِنْهُ وَ لِيَكُنَ الْبَيْعُ بَيْعًا سَمِحًا بِمَوَازِينِ عَدْلٍ وَ أَسْعَارٍ لَا تُجْحِفُ بِالْفَرِيقَيْنِ مِنَ الْبَائِعِ وَ الْمُبْتَاعِ فَمَنْ قَارَفَ حُكْرَةً بَعْدَ نَهْيِكَ إِيَّاهُ فَتَكَلَّ بِهِ وَ عَاقِبَتُهُ فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ؛ اینک سفارش مرا در حق بازرگانان و پیشه‌وران بپذیر و درباره آنها به کارگزارانت نیکو سفارش کن. خواه آنها که بر یک جای مقیم‌اند و خواه آنها که با سرمایه خویش این سو و آن سو سفر کنند و با دسترنج خود زندگی نمایند. زیرا این گروه، خود مایه‌های منافع‌اند و اسباب رفاه و آسودگی و به دست آوردندگان آن از راه‌های دشوار و دور و خشکی و دریا و دشت‌ها و کوهساران و جای‌هایی که مردم در آن جای‌ها گرد نیابند و جرأت رفتن به آن جای‌ها نمایند. اینان مردمی مسالمت‌جویند که نه از فتنه‌گری‌هایشان بیمی است و نه از شر و فسادشان وحشتی. در کارشان نظر کن. خواه در حضرت تو باشند یا در شهرهای تو. با این همه بدان که بسیاری از ایشان را روشی ناشایسته است و حریص‌اند و بخیل، احتکار می‌کنند و به میل خود برای کالای خود بها می‌گذارند. با این کار به مردم زیان می‌رسانند و برای والیان هم مایه ننگ و عیب هستند». فراز دوم سخنان حضرت به آسیب‌شناسی تجارت و کسب و کار اختصاص دارد. این‌گونه رفتار از یک‌طرف به زیان جامعه و از سوی دیگر، آسیبی برای حکومت است. این فراز از سخنان امیرالمؤمنین (علیه السلام) را نباید به منزله مذمت تاجران و یا تجارت به‌شمار آورد. فضای تجارت می‌تواند موجب شکل‌گیری یا گسترش برخی از رذیلت‌های اخلاقی همانند بخل، تنگ‌نظری و سخت‌گیری در معامله و احتکار شود.

۴-۳. مؤلفه‌های مدل پیشنهادی

۴-۳-۱. زیربنای ارزشی حاکم بر مدیریت کسب و کار

زیربنای ارزشی حاکم بر مدیریت کسب و کار از دیدگاه امام علی (علیه السلام) به دو دسته عوامل عمومی و اختصاصی تقسیم می‌شوند که عبارتند از:

۴-۳-۱-۱. عوامل عمومی

الف) مسئولیت‌پذیری: امام علی (علیه السلام) انسان‌هایی را که در زندان تاریک مادیات، گرفتار آمده‌اند به سوی افق‌های بلند اندیشه و تفکر فرا می‌خواند: «فَمَا خُلِّفْتُ لِيَشْغَلَنِي أَوْ كُلُّ الطَّيِّبَاتِ كَالْبَهِيمَةِ الْمَرْبُوطَةِ هَمَّهَا عِلْفُهَا أَوْ الْمُرْسَلَةِ شُغْلُهَا تَقْمُمُهَا، تَكْتَرِشُ مِنْ أَوْعِلَافِهَا، وَ تَلْهُو عَمَّا يُرَادُ بِهَا؛ انسان آفریده نشده است تا خوب بخورد و خوردن چرب و شیرین او را به خود مشغول سازد، همانند چهارپایی که او را به آغل بسته و کاه و علف جلویش ریخته باشند که تمام تلاش و هدفش همان است و یا حیوان افسارگسیخته‌ای که تمام زمان خود را صرف برهم زدن زباله‌ها برای پر کردن شکمش می‌کند، ولی از سرنوشت خویش بی‌خبر است، یعنی نمی‌داند برای چه پروار می‌شود؟» (دستی، ۱۳۹۱، نامه ۳۱). بر این اساس امام علی (علیه السلام) اندیشه اقتصادی خود را بر پایه مسئولیت‌پذیری استوار می‌کند. زیرا انسان در برابر مردم و سرزمین‌ها مسئول است، در برابر فقرا و مستمندان مسئول است تا غبار تنگدستی را از چهره آنان بزداید. اصل تلاش و جدیت نیز بر پایه مسئولیت استوار است. امام (علیه السلام) درباره مسئولیت‌پذیری این‌گونه می‌فرماید: «إِنَّ لِلَّهِ عِبَادًا يَخْتَصِمُهُمُ اللَّهُ بِالْإِعْمَالِ لِمَنَافِعِ الْعِبَادِ فَيُقِرُّهَا فِي أَيْدِيهِمْ مَا بَدَلُوهَا فَإِذَا مَنَعُوهَا تَرَعَّهَا مِنْهُمْ ثُمَّ حَوَّلَهَا إِلَى غَيْرِهِمْ؛ خدا را بندگانی است که برای سود رساندن به دیگران، نعمت‌های خاصی به آنها بخشیده تا آنگاه که دست بخشنده دارند، نعمت‌ها را در دستانشان باقی می‌گذارد» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۲۵). امام (علیه السلام) درباره مسئولیت توانگران می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ سُبْحَانَهُ فَرَضَ فِي أَمْوَالِ الْأَغْنِيَاءِ أَقْوَاتَ الْفُقَرَاءِ فَمَا جَاعَ فَقِيرٌ إِلَّا بِمَا مَنَّعَ بِهِ غَنِيُّهُ وَاللَّهُ تَعَالَى سَائِلُهُمْ عَنْ ذَلِكَ؛ همانا خدای سبحان روزی فقرا را در اموال سرمایه‌داران قرار داده است، پس فقیری گرسنه نمی‌ماند جز به کامیابی توانگران و خداوند از آنان درباره گرسنگی گرسنگان خواهد پرسید» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۲۸)؛

ب) تعادل بهره‌مندی از دنیا و توجه به آخرت: در دیدگاه امام علی (علیه السلام)، انگیزه تجارت و تولید تنها سودطلبی نیست، بلکه تأمین نیازمندی افراد جامعه مهم‌ترین اولویت در کسب و کار است. کسب و کار در نگاه امام (علیه السلام) چنانچه در چارچوب فضائل اخلاقی و رعایت اخلاق باشد، حرفه‌ای جایز و مشروع و سود ناشی از آن حلال می‌باشد و دارای اجر دنیوی و اخروی است. از امام علی (علیه السلام) سخنان زیادی در این زمینه روایت شده است: «أَيُّهَا النَّاسُ أَنْظَرُوا إِلَى الدُّنْيَا نَظَرَ

الزاهدین فیها؛ به این دنیا به همان چشم بنگرید که زاهدان و روی برتافتگان از آن، در آن می‌نگرند» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۰۲). امام علیه السلام در کلامی رهگشا به همه کسانی که دغدغه بهره‌مندی مناسب، در عین اصالت دادن به آخرت را دارند، راه نشان می‌دهد: «للمؤمن ثلاث ساعات: فساعة يُناجى فيها ربّه و ساعة يرم معاشه و ساعة يُخلى بين نفسه و بين لذتها فيما يحلّ و يجملّ و ليس للعاقِل أن يكون شاخصاً إلاّ في ثلاث: مرمّة لمعاش أو خطوة في معاد أو لذة في غير محرّم؛ مؤمن باید شبانه‌روز خود را سه قسم کند: زمانی برای نیایش و عبادت پروردگارش و زمانی برای تأمین هزینه زندگی‌اش و زمانی برای داشتن لذت‌های مطبوع، حلال و زیبا. خردمند را نباید جز آنکه در پی سه چیز حرکت کند: کسب حلال برای تأمین زندگی یا گام نهادن در راه آخرت یا به دست آوردن لذت‌های حلال» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۹)؛

ج) تقوا و توانمندی مالی: در نگرش امام علیه السلام توانمندی مالی نه تنها برای مسلمانان عیب نیست، بلکه یک امتیاز هم هست، از آن‌رو که توان مالی همراه با تقوا، ضمن بی‌نیاز ساختن انسان از دیگران می‌تواند گره‌گشای مشکلات محرومان واقعی باشد: «خَيْرُ الدنیا و الآخره فی خصلتین: الغنى و الثقی و شرّ الدنیا فی خصلتین الفقر و الفجور؛ خیر دنیا و آخرت در دو خصلت است: ثروتمندی و پرهیزگاری و شر دنیا در دو خصلت است: تنگدستی و تبهکاری» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۴۶).

۴-۳-۱-۲. عوامل اختصاصی کسب و کار

الف) تشویق به کار: یکی از اصول کلی در برنامه‌ریزی اقتصادی مورد نظر امام علی علیه السلام توجه به آبادانی کشور و رونق دادن به کسب و تجارت است: «من وجد ماء و تراباً ثم افتقر فأبعد الله؛ هر کس آب و خاکی بیابد و باز هم فقیر باشد، خدا او را از رحمت خود دور کند» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳). حضرت علیه السلام تنها مردم را به آبادانی فرا نمی‌خواند، بلکه از کارگزارانش نیز می‌خواهد تا از این شیوه پیروی کنند و به مالک اشتر می‌فرماید: «وَلْيَكُنْ نَظْرُكَ فِي عِمَارَةِ الْأَرْضِ أَلْبَغَ مِنْ نَظْرِكَ فِي اسْتِجْلَابِ الْخَرَاكِ لِأَنَّ ذَلِكَ لَا يُدْرِكُ إِلَّا بِالْعِمَارَةِ وَ مَنْ طَلَبَ الْخَرَاكِ بِغَيْرِ عِمَارَةٍ أُخْرِبَ الْبِلَادَ وَ أَهْلَكَ الْعِبَادَ وَ لَمْ يَسْتَقِمْ أَمْرُهُ إِلَّا قَلِيلاً؛ و سزاوار است که بیشتر از گردآوری خراج و مالیات به عمران زمین بیندیشی، زیرا خراج جز از راه عمران به دست نمی‌آید و هر کس بدون عمران، خراج بگیرد، کشور را ویران و ملت را نابود می‌کند و فرمانروایی‌اش چندان نمی‌پاید» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳)؛

ب) توجه به تولید و تجارت: در نامه امام علیه السلام به مالک اشتر در خصوص صنعتگران نیز آمده است: «ثم استوص بالتجار و ذوی الصناعات، أوص بهم خیراً، المقيم منهم و المُتَرَفِّقِ ببدنه فأنهم مواد المغانم و أسباب المرافق؛ سپس درباره بازرگانان و صنعتگران سفارش مرا بپذیر و به دیگران بسپار که با آنان به نیکی رفتار کنند. این گروه مردم چه آنان که مقیم هستند و چه آنان که کالایشان را

می گردانند و بعضی که کارگرند و با تلاش بدن کسب روزی می کنند، مایه های سودند و ابزارهای راحتی و آسایش زندگی را فراهم می آورند» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳)؛

ج) تلاش و کوشش: ملاک و معیار ارزش شخصیت انسان به کاری است که انجام می دهد، پس برای انسان تنبل و کم کار ارزشی نیست: «العَجْزُ أَفْءُ؛ ناتوانی آفت است» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۴)؛

د) لزوم فراگیری احکام تجارت: از دیدگاه امام علی (علیه السلام) تجارت و کسب و کار هنگامی که در قالب احکام اسلامی انجام شود، پسندیده و مطلوب است. از این رو بر فعالان اقتصادی و تاجران واجب است قبل از کار تجارت و کسب و کار احکام اسلامی مرتبط را بیاموزند و آن را در حین تجارت به کار گیرند؛

ه) عدالت: عدالت اجتماعی مربوط به مرحله اجرای حقوق است. به این معنا که ابتدا باید حقوق ناظر بر تخصیص امکانات، فرصت ها، درآمدها و ثروت ها براساس اصول مصلحت، حکمت و عقلانیت و با ملاحظه تمام حقایق زندگی و نیازهای فردی و اجتماعی و جمیع مصالح و با استفاده از تمام منابع و ابزارهای علمی اعم از عقل، نقل معتبر و تجربه اطمینان بخش بشری تعیین و سپس براساس اصول عدالت اجتماعی اجرا شود. ابزارهای ارتقای عدالت از نگاه حضرت علی (علیه السلام) مشتمل بر زکات، انفاق، صدقه، ایثار و سخاوت و بخشش است. فراوانی مربوط با این داده ها در جدول شماره ۶ مشخص است.

جدول ۶: فراوانی مفاهیم مربوط به ابزارهای ارتقای عدالت اقتصادی در نهج البلاغه

مفهوم	فراوانی	درصد
زکات	۱۱	۲۱/۵۷
انفاق	۱۴	۲۷/۴۵
صدقه	۵	۹/۸۱
ایثار	۹	۱۷/۶۴
سخاوت و بخشش	۱۲	۲۳/۵۳
کل	۵۱	۱۰۰

به منظور آزمون تساوی فراوانی طبقات، از آزمون همگونی χ^2 استفاده شده است. از آنجا که مقدار آماره آزمون χ^2 برابر ۴/۵۹ بوده و با احتساب $df=4$ از مقدار χ^2 جدول کوچک تر بوده، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت تفاوت معناداری بین فراوانی طبقات جدول شماره ۶ وجود ندارد.

از دیدگاه امام علی (علیه السلام)، عدالت دارای چندین معنی و مفهوم است: ۱. عدالت، محق بودن هر فرد نسبت به حقی است که به طور مشروع دارد. امام (علیه السلام) احقاق حقوق مردم را یک رویه ای عادلانه

و از وظایف حاکم اسلامی می‌داند و در این رابطه می‌فرماید: «اِسْتَعْمِلِ الْعَدْلَ وَ اخْذِرِ الْعُسْفَ وَالْحَيْفَ فَإِنَّ الْعُسْفَ يَعُودُ بِالْجَلَاءِ وَالْحَيْفَ يَدْعُوا إِلَى السَّبْفِ؛ عدالت را به کار گیر و از بی‌انصافی و بی‌عدالتی برحذر باش که بی‌انصافی کردن با مردم آنان را آواره می‌کند و بی‌عدالتی به قیام مسلحانه و می‌دارد» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۷۶)؛ ۲. معنی و مفهوم دیگر عدل از دیدگاه امام علی (علیه السلام)، انصاف است. ایشان در این باره می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ، الْعَدْلُ: الْأَنْصَافُ وَالْإِحْسَانُ: التَّفَضُّلُ؛ خداوند به عدل و احسان فرمان می‌دهد. عدل، مراعات انصاف و احسان همان بخشش است» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۳۱). عدالت هر چیزی را در جای خود می‌نهد، در حالی که بخشش آن را از جای خود خارج می‌کند. عدالت تدبیر عمومی مردم است، در حالی که بخشش محدوده خاصی را شامل می‌شود. پس عدالت شریف‌تر و برتر است، بنابراین منظور از انصاف یعنی هر امری در جای خود و متناسب با حق خود رعایت شود.

- ایثار: امام علی (علیه السلام) در بیان جایگاه ایثار می‌فرماید: «لَا تَسْتَحْيَ مِنْ إِعْطَاءِ الْقَلِيلِ فَإِنَّ الْجُزْمَانَ أَقَلُّ مِنْهُ؛ از بخشیدن اندک شرم مدار که محروم کردن اندک‌تر از آن است» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۶۷). مقصود امام (علیه السلام) از اندک‌تر بودن، کم‌اعتبار و کم‌ارزش بودن آن است، ناامید کردن، نبخشیدن چیزی است که شایسته بخشش باشد و این مطلب، قابل شمارش و از مقوله کمیت نیست تا قابل کم و زیاد باشد. امام علی (علیه السلام) در شیوه‌های ارتقای عدالت می‌فرماید: «مَنْ آتَاهُ اللَّهُ مَالًا فَلْيَصِلْ بِهِ الْقَرَابَةَ وَ لِيُحْسِنَ مِنْهُ الصِّيَافَةَ وَ لِيُفَكَّ بِهِ الْأَسِيرَ وَ الْعَانِيَّ وَ لِيُعْطِ مِنْهُ الْفَقِيرَ وَ الْعَارِمَ وَ لِيُصْبِرَ نَفْسَهُ عَلَى الْحُقُوقِ وَ النَّوَائِبِ ابْتِغَاءَ الثَّوَابِ؛ کسی که از جانب پروردگار صاحب مال و ثروتی می‌شود، باید با اموالش صله رحم کند. مهمانی‌های شایسته و صحیح برپا کند، اسیر و گرفتار را رهایی بخشد، به فقرا و مستمندان عطا کند، قرض مقروضان را ادا نماید، با اموالش حقوق واجبه‌اش را بپردازد و با دادن صدقات، حوادث و پیشامدهای ناگوار را از خود دفع کند و همه این کارها را برای گرفتن پاداش از درگاه الهی انجام دهد» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۴۲).

- صدقه: امام (علیه السلام) در خصوص کمک به نیازمندان می‌فرماید: «الْصَّدَقَةُ دَوَاءٌ مُنْجِحٌ؛ صدقه دادن را دارویی ثمربخش می‌شمارد» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۷) و می‌فرماید: «إِذَا أَمْلَقْتُمْ فَتَاجِرُوا لِلَّهِ بِالصَّدَقَةِ؛ هرگاه تهیدست شدید با صدقه دادن، با خدا تجارت کنید» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۵۸). امام (علیه السلام) معتقد است که صدقه دادن ایمان را و پرداخت زکات اموال را حفظ می‌کند (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۴۸).

- انفاق: امام علی (علیه السلام) درباره انفاق می‌فرماید: «يَا ابْنَ آدَمَ كُنْ وَصِيَّ نَفْسِكَ فِي مَالِكَ وَ اعْمَلْ فِيهِ مَا تُؤْتِرُ أَنْ يُعْمَلَ فِيهِ مِنْ بَعْدِكَ؛ ای فرزند آدم! خودت وصی مال خویش باش، امروز به‌گونه‌ای عمل کن که دوست داری پس از مرگت عمل کنند» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۵۴). یا در عبارتی

می فرماید: «طُوبَى لِمَنْ ... أَنْفَقَ الْفَضْلَ مِنْ مَالِهِ؛ خوشا به حال کسی که زیادی مالش را انفاق کند» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۲۳). امام (علیه السلام) اهمیت انفاق را این گونه تشریح می کند: «وَإِذَا وَجَدْتَ مِنْ أَهْلِ الْفَاقَةِ مَنْ يَحْمِلُ لَكَ زَادَكَ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ، فَيُؤَافِيكَ بِهِ غَدًا حَيْثُ تَحْتَاجُ إِلَيْهِ، فَأَغْتَنِمَهُ وَحَمْلُهُ إِيَّاهُ، وَأَكْثَرُ مِنْ تَرْوِيدِهِ وَأَنْتَ قَادِرٌ عَلَيْهِ، فَلَعَلَّكَ تَطْلُبُهُ فَلَا تَجِدُهُ، وَأَغْتَنِمَ مِنْ اسْتَقْرَضَكَ فِي حَالِ غِنَاكَ، لِيَجْعَلَ قَضَاءَهُ لَكَ فِي يَوْمِ عُسْرَتِكَ؛ هرگاه نیازمندی را یافتی که می تواند زاد و توشه تو را تا رستاخیز بر دوش گیرد و فردا که به آن نیازمند شوی به تو پس دهد، آن را غنیمت بشمار و این زاد را بر دوش او بگذار و اگر قدرت بر جمع آوری چنین زاد و توشه ای را داری، هر چه بیشتر فراهم ساز و همراه او بفرست، چراکه ممکن است روزی در جستجوی چنین شخصی برآیی، ولی پیدایش نکنی. هنگامی که بی نیاز هستی، اگر کسی قرض بخواهد غنیمت بشمار تا در روز تنگدستی، قرض از سوی او برگردانده شود» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۳۱).

- زکات: پرداخت خمس و زکات وسیله ای برای سعادت و رفاه جامعه است، از این رو امام (علیه السلام) بر پرداخت زکات تأکید می ورزد و می فرماید: «الزَّكَاةُ جُعِلَتْ مَعَ الصَّلَاةِ قَرَابَانًا لِأَهْلِ الْإِسْلَامِ؛ و زکات با نماز سبب تقرب مسلمانان به خداوند قرار داده شده است» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۹۹). در دیدگاه امام (علیه السلام) پرداخت زکات اگر با رضایت خداوند باشد، کفاره گناهان او می شود و بازدارنده و نگهدارنده از آتش دوزخ می شود، پس انسان نباید از پرداخت زکات افسوس بخورد (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۵۳).

- سخاوت و بخشش: در دیدگاه امام علی (علیه السلام) بخشش بیش از خویشاوندی محبت می آورد «الْكَرَمُ أَعْظَفُ مِنَ الرَّحِيمِ» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۷۲۴). از این رو امام (علیه السلام) سخاوت را این گونه تعریف می کند: «السَّخَاءُ مَا كَانَ ابْتِدَاءً فَأَمَّا مَا كَانَ عَنْ مَسْأَلَةٍ فَحِيَاءٌ وَ تَذَمُّمٌ؛ سخاوت هنگامی است که بخشش بدون سؤال باشد و پس از سؤال یا از شرم است و یا از بیم بدگویی مردم» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۵۳). در بیان امام (علیه السلام) آن کسی که پاداش الهی را باور دارد، سخاوتمند است.

۴-۳-۲. شاخص های اخلاقی حاکم بر کسب و کار

جدول شماره ۷ فراوانی مربوط به مفاهیم نزدیک با مفهوم شاخص های کلی اخلاقی در نهج البلاغه را نشان می دهد.

۴-۳-۲-۱. شاخص‌های ایجابی

جدول ۷: فراوانی مفاهیم مرتبط با مفهوم شاخص‌های کلی اخلاقی کسب و کار

مفهوم	فراوانی	درصد
ساده‌زیستی و فروتنی	۱۵	۵۱/۷۲
قناعت	۷	۲۴/۱۴
پرداخت حقوق مردم	۷	۲۴/۱۴
کل	۲۹	۱۰۰

به منظور آزمون تساوی فراوانی طبقات، از آزمون همگونی X^2 استفاده شده است. از آنجا که مقدار آماره آزمون X^2 برابر ۱۴ بوده و با احتساب $df=7$ از مقدار X^2 جدول کوچک‌تر بوده بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت تفاوت معناداری بین فراوانی طبقات جدول ۴ وجود ندارد.

الف) ساده‌زیستی و فروتنی: اخلاق سرمایه فقیر برای کسب ثروت اجتماعی و راهی برای دستیابی به ثروت است. امام علی علیه السلام درباره تکبر و خودپسندی می‌فرماید: «قَالَلَّهِ فِی کِبْرِ الْحَمِيَّةِ، وَفَخْرِ الْجَاهِلِيَّةِ! فَإِنَّهُ مَلَأَ الشَّنَّانَ وَمَنَافِعُ الشَّيْطَانِ؛ خَدَا رَا خَدَا رَا از تکبر و خودپسندی، از تفاخر جاهلی برحذر باشید که جایگاه بغض و کینه و رشد و سوسه‌های شیطانی است» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۹۲). امام علیه السلام خطاب به توانگران هم می‌فرماید: «مَا أَحْسَنَ تَوَاضَعِ الْأَغْنِيَاءِ لِلْفُقَرَاءِ طَلِبًا لِّمَا عِنْدَ اللَّهِ؛ چه نیکوست فروتنی توانگران در برابر بینویان، برای به دست آوردن خشنودی خداوند» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۰۶). حضرت علیه السلام در یکی از سخنان بدیع خود که از نظر ادبی نیز در اوج است، می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ سَبَّحَانَهُ فَرَضَ فِي أَمْوَالِ الْأَغْنِيَاءِ أَقْوَاتَ الْفُقَرَاءِ فَمَا جَاعَ فَقِيرٌ إِلَّا بِمَا مَتَّعَ بِهِ غَنِيٌّ وَاللَّهُ تَعَالَى سَأَلَهُمْ عَن ذَلِكُ؛ خداوند سبحان، روزی فقرا را در اموال توانگران مقرر داشته، پس هیچ فقیری گرسنه نماند، مگر آنکه توانگری حق او را بازداشته است و خدای تعالی توانگران را بدین سبب بازخواست کند» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۲۸)؛

ب) قناعت: یعنی اینکه انسان به بیش از مقدار نیازش طمع نرزد، پس اگر مقداری غذا نیازش را برطرف می‌کند و می‌تواند آن را به دست آورد، به همان بسنده کند و طمع ورزیدن به بیش از مقدار نیاز، خود نوعی فقر است. حضرت علیه السلام درباره قناعت فرمایند: «الْقَنَاعَةُ كَنْزٌ لَا يَنْقُذُ؛ قناعت گنجی است پایان‌ناپذیر» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۷۵)؛

ج) پرداخت حقوق مردم: امام علیه السلام به غالب بن صعصعة پدر فرزددق (شاعر) در بین اینکه گفتگو می‌کرد فرمود شتران بسیاری را چه کردی؟ غالب گفت: حقوق (مردم) آنها را پراکنده ساخت (در راه‌های خیر مانند صدقه، زکات، صله رحم و ادای دین به کار رفت) آن حضرت

(در ستودن ادای حقوق مردم) فرمود: «وَقَالَ لِيَلْبِ بْنِ صَعَصَعَةَ أَبِي الْفَرَزْدَقِ فِي كَلَامٍ دَارَ بَيْنَهُمَا مَا فَعَلْتَ إِلَيْكَ الْكَثِيرَةَ قَالَ دَعَدْتُهَا الْحُقُوقُ يَا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ فَقَالَ لِيَلْبِ ذَلِكَ أَحْمَدُ سُلَيْهَا؛ این پراکندگی ستوده‌ترین راه‌های پراکنده شدن آن شتران است» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۳۸).

۴-۳-۲. شاخص‌های پرهیز از فساد در کسب و کار

در پژوهش حاضر مفاهیم مربوط به فساد در کسب و کار با عنوان‌های حرام‌خواری، رشوه، ربا و مال غصبی و حرام دسته‌بندی شده‌اند (جدول ۸).

جدول ۸: فراوانی مفاهیم مرتبط با فساد کسب و کار در نهج البلاغه

مفهوم	فراوانی	درصد
پرهیز از احتکار	۳	۵/۲۶
نهی بخل	۸	۱۴/۰۴
نهی حرص و طمع	۱۲	۲۱/۰۶
نهی حرام‌خواری	۷	۱۲/۲۸
پرهیز از مال‌اندوزی	۳	۵/۲۶
پرهیز از تجمل‌گرایی و فخرفروشی	۱۵	۲۶/۳۲
پرهیز از رشوه و ربا	۴	۷/۰۱
پرهیز از اسراف	۵	۸/۷۷
کل	۵۷	۱۰۰

به منظور آزمون تساوی فراوانی طبقات، از آزمون همگونی χ^2 استفاده شده است. از آنجا که مقدار آماره آزمون χ^2 برابر ۰/۹۰ بوده و با احتساب $df=3$ از مقدار χ^2 جدول کوچک‌تر بوده بنابراین، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین فراوانی طبقات جدول ۶ وجود ندارد.

الف) پرهیز از احتکار: امام علیه السلام احتکار را به سبب پیامدهای ناخوشایند برای جامعه تحریم و به والی خود در مصر فرمان می‌دهد و بر آن پافشاری می‌کند که احتکار را از ریشه برکند: «فَامْتَنِعْ عَنِ الْاِحْتِكَارِ فَاِنَّ رَسُولَ اللّٰهِ مَنَعَ مِنْهُ؛ پس از احتکار منع کن که رسول خدا از آن منع کرده است» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳)؛

ب) نهی بخل: امام علیه السلام حق دارد که از شخص بخیل در شگفت باشد: «عَجِبْتُ لِلْبَخِيلِ يَسْتَعْجِلُ الْفَقْرَ الَّذِي مِنْهُ هَرَبَ وَيَقُوْتُهُ الْغَنَى الَّذِي اِيَّاهُ طَلَبَ، فَيَعِيْشُ فِي الدُّنْيَا، عِيْشَ الْفُقَرَاءِ وَيُحَاسِبُ فِي الْاٰخِرَةِ حَسَابَ الْاَغْنِيَاءِ؛ در شگفتم از بخیل، به سوی فقری می‌شتابد که از آن می‌گریزد و سرمایه‌ای را از دست می‌دهد که برای آن تلاش می‌کند. در دنیا چون تهیدستان زندگی می‌کند، اما در آخرت چون سرمایه‌داران محاکمه می‌شود» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۲۶). در نگاه امام علی علیه السلام بخل ورزیدن

کانون تمام عیب‌هاست که انسان را به سوی هر بدی سوق می‌دهد (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۷۸):

(ج) نفی حرص و طمع: امام علی (علیه السلام) می‌فرماید: «وَقَالَ [علیه السلام] يَا ابْنَ آدَمَ لَا تَحْمِلْ هَمَّ يَوْمِكَ الَّذِي لَمْ يَأْتِكَ عَلَى يَوْمِكَ الَّذِي قَدْ أَتَاكَ فَإِنَّهُ إِنْ يَكُ مِنْ عُمْرِكَ يَأْتِ اللَّهُ فِيهِ بِرِزْقِكَ؛ ای فرزند آدم! اندوه روز نیامده را بر امروزت می‌فزا، زیرا اگر روز نرسیده از عمر تو باشد خدا روزی تو را خواهد رساند» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۲۶). امام علی (علیه السلام) در افسرده نشدن برای روز نیامده فرموده است: «يَابْنَ آدَمَ، الرَّزْقُ رِزْقَانِ: رِزْقٌ تَطْلُبُهُ وَرِزْقٌ يَطْلُبُكَ، فَإِنْ لَمْ تَأْتِهِ أَتَاكَ. فَلَا تَحْمِلْ هَمَّ سَنَتِكَ عَلَى هَمِّ يَوْمِكَ! كَفَاكَ كُلُّ يَوْمٍ عَلَى مَا فِيهِ؛ فَإِنْ تَكُنِ السَّنَةُ مِنْ عُمْرِكَ فَإِنَّ اللَّهَ تَعَالَى سَيُؤْتِيكَ فِي كُلِّ غَدٍ جَدِيدٍ مَا قَسَمَ لَكَ وَإِنْ لَمْ تَكُنِ السَّنَةُ مِنْ عُمْرِكَ فَمَا تَصْنَعُ بِأَلْهَمٍ لَيْسَ لَكَ وَ لَنْ يَسْبِقَكَ إِلَى رِزْقِكَ طَالِبٌ وَلَنْ يَغْلِبَكَ عَلَيْهِ غَالِبٌ وَلَنْ يُبْطِئَ عَنْكَ مَا قَدْ قُدِّرَ لَكَ؛ ای فرزند آدم! روزی دوگونه است یکی آن روزی که تو به دنبالش می‌روی و دیگری آن روزی که به دنبال تو می‌آید و اگر به دنبالش نروی باز هم به سراغ تو خواهد آمد بنابراین غم و اندوه تمام سال را بر هم و غم امروزت اضافه مکن. غم هر روز برای آن روز کافی است. اگر در تمام سال زنده بمانی و جزء عمر تو باشد، خداوند هر روز آنچه از روزی برای تو معین کرده است به تو می‌دهد و اگر تمام آن سال جزء عمر تو نباشد چرا غم و اندوه چیزی را بخوری که مربوط به تو نیست؟ (بدان) هیچ کس پیش از تو نمی‌تواند روزی تو را دریافت کند و یا به تو می‌رسد» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۷۹). امام علی (علیه السلام) ما را به این موضوع توجه داده است که نباید در غم روزهایی که هنوز نیامده است، باشیم؛

(و) نفی حرام‌خواری: ماهیت کسب و کار مورد نظر امام علی (علیه السلام)، کسب حلال و تأمین معیشت و نیاز مایحتاج عموم مردم است. حضرت می‌فرماید: «وَلَا زُهْدٌ كَالزُّهْدِ فِي الْحَرَامِ؛ زهدی بالاتر از بی‌اعتنایی به مال حرام نیست» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۱۳). امام علی (علیه السلام) درباره اهمیت کسب و کار حلال می‌فرماید: «طُوبَى لِمَنْ ذَلَّ فِي نَفْسِهِ، وَ طَابَ كَسْبُهُ، وَ صَلَحَتْ سَرِيرَتُهُ، وَ حَسَنَتْ خَلِيقَتُهُ وَ انْفَقَ الْفُضْلَ مِنْ مَالِهِ، وَ أَمْسَكَ الْفُضْلَ مِنْ لِسَانِهِ وَ عَزَلَ عَنِ النَّاسِ شَرَّهُ وَ وَسِعَتْهُ السُّنَّةُ وَ لَمْ يُنْسَبْ إِلَى الْبِدْعَةِ؛ خوشا به حال کسی که در نزد خود کوچک (و متواضع) است (و در نظر مردم بزرگ و عزیز) و کسی که کسب و کار او طیب و حلال باشد و باطنش پاک و صالح، کسی که اخلاق او نیکو باشد و اموال اضافی خود را در راه خدا انفاق کند و کسی که سخنان زاید زبانش را نگه می‌دارد و آزار او به مردم نمی‌رسد و آن کس که سنت برای او کافی است و بدعتی از او سر نمی‌زند» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۲۳). امام علی (علیه السلام) در خطبه ۱۵۶ می‌فرماید: «يَا عَلِيُّ إِنَّ أُمَّتِي سَيُفْتَنُونَ بَعْدِي فَقُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَوْ لَيْسَ قَدْ قُلْتُ لِي يَوْمَ أُحُدٍ حَيْثُ أُشْتُشْهِدَ مَنْ أُشْتُشْهِدَ مِنَ الْمُسْلِمِينَ وَ حِيْرْتُ عَنِّي الشَّهَادَةُ فَشَقَّ ذَلِكَ عَلَيَّ فَقُلْتُ لِي أَبَشِرْ فَإِنَّ الشَّهَادَةَ مِنْ وَرَائِكَ فَقَالَ لِي إِنَّ ذَلِكَ لَكَذَلِكَ فَكَيْفَ صَبْرَكَ إِذَا قُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ لَيْسَ هَذَا مِنْ مَوَاطِنِ الصَّبْرِ وَ لَكِنْ مِنْ مَوَاطِنِ

أَلْبُشْرَى وَالشُّكْرِ وَقَالَ يَا عَلِيُّ إِنَّ الْقَوْمَ سَيُفْتَنُونَ بِأَمْوَالِهِمْ وَيُمْنُونَ بِدِينِهِمْ عَلَى رَبِّهِمْ وَيَتَمَنُونَ رَحْمَتَهُ وَيَأْمَنُونَ سَطْوَتَهُ وَيَسْتَجْلُونَ حَرَامَهُ بِالشُّبُهَاتِ الْكَاذِبَةِ وَالْأَهْوَاءِ السَّاهِيَةِ فَيَسْتَجْلُونَ الْخَمْرَ بِالتَّبِيذِ وَالسُّحْتِ بِالْهَدِيَّةِ وَالرِّبَا بِالتَّبْيِيعِ قُلْتُ؛ رسول خدا به من فرمودند: ای علی این مردم پس از من به وسیله ثروتشان مورد آزمایش قرار می گیرند. دیندار بودن خود را منتی بر خدا قرار می دهند و با این حال انتظار رحمت الهی را دارند، از قدرت و خشم الهی خود را در امان می بینند، حرام او را با شبهات دروغین و هوس های غافلانه حلال می شمارند، شراب را نبیذ می آشامند، رشوه را به نام هدیه می گیرند، ربا را به نام معامله حلال می دانند (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۸۱)؛

د) پرهیز از مال اندوزی: امام (علیه السلام) درباره برخی از مردم که گویی کسری و قیصرند، می فرماید: «وَمَنْ جَمَعَ الْمَالَ عَلَى الْمَالِ فَأَكْثَرَ وَمَنْ بَنَى وَسَيَّدَ وَرَحَفَ وَتَجَدَّ وَادَّخَرَ وَاعْتَقَدَ وَنَظَرَ بِرَعْمِهِ لِلْوَالِدِ إِشْخَاصَهُمْ جَمِيعاً إِلَى مَوْقِفِ الْعَرْضِ وَالْحِسَابِ وَ مَوْضِعِ الثَّوَابِ وَالْعِقَابِ إِذَا وَقَعَ الْأَمْرُ بِفَضْلِ الْقَضَاءِ؛ آنان که مال فراوان گرد آورده بر آن افزودند و آنان که قصرها ساخته و محکم کاری کردند، طلاکاری کرده و زینت دادند، فراوان اندوختند و نگهداری کردند و به گمان خود برای فرزندان خود باقی گذاشتند، همگی آنان به پای حسابرسی الهی و جایگاه پاداش و کیفر رانده می شوند، آنگاه که فرمان داوری و قضاوت نهایی صادر شود» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۳)؛

ه) پرهیز از تجمل گرایی و فخر فروشی: برتری فروختن با توجه به مفاهیم تکبر و بزرگ بینی که در خود دارد، سرآغاز پیدایش نظام طبقاتی در جامعه است. امام (علیه السلام) درباره اموری پرسیدند که زودتر عقوبت را فراهم آورد: «استطالهُ الغنى على الفقير؛ برتری فروختن ثروتمند بر نیازمند» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۹۲)؛

ز) پرهیز از رشوه و ربا: در هر کسب و کاری، رعایت باید ها و نیایدهای اخلاقی امری اجتناب ناپذیر است. از دیدگاه امام علی (علیه السلام) مردم مجاز به انجام هر کسب و کار حلال و مشروع هستند، ولی ملزم به فراگیری مبانی فقهی کسب و کار می باشند. رعایت مباحات و مستحبات و پرهیز از محرمات از جمله خصوصیات اخلاق پسندیده و متعالی در کسب و کار است. حضرت امیر (علیه السلام) علت وقوع ربا در معاملات را بدین صورت تحلیل می کند: «مَنْ اتَّجَرَ بِغَيْرِ فِقْهِ فَقَدْ اِزْتَطَمَ فِي الرِّبَا؛ هر کس بدون دانستن احکام دین تجارت کند، در ربا افتد» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۴۷). عبارت «ارتطم فی الوحل و نحوه»، یعنی در گل و لای فرو رفت و راه نجات نداشت. این صفت مستعار برای کسی است که ناآگاه باشد، از آن جهت که نجات از ربا برایش غیرممکن است، زیرا مسائل ربا با مسائل بیع اشتباه می شود؛

ح) پرهیز از اسراف: تنها مشکل در بخل ورزیدن، جمع کردن مال و هزینه نکردن آن، نیست، بلکه تبذیر مال و هزینه نابجای آن نیز علت بسیاری از مشکلات کسب و کار است. امام (علیه السلام)

می فرماید: «إعطاء المال في غير حقه تبيذير و اسراف؛ بخشیدن مال به کسی که حق او نباشد، خود گونه‌ای تبذیر و اسراف است» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۲۶) و خطاب به صاحب مال می‌فرماید: «كُن سَمِحاً و لا تَكُن مُبَدِّراً فَالْتَّبَذِيرُ أَفْهٌ كَمَا أَنَّ الْبُخْلَ أَفْهٌ؛ بخشنده باش و اسراف‌کار مباش، زیرا اسراف چون بخل‌ورزی آفت است» (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۳).

۴-۳-۲-۳. طبقات اجتماعی

طبقات عمده اجتماعی که در نهج البلاغه بارها تکرار شده است را می‌توان در قالب دو دسته توانگران و همین‌طور فقرا و تهیدستان دسته‌بندی کرد. جدول زیر فراوانی مربوط با این داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۹: فراوانی مفاهیم مرتبط با طبقات کسب و کار نهج البلاغه

مفهوم	فراوانی	درصد
توانگران	۹	۲۵
فقرا و تهیدستان	۲۷	۷۵
کل	۳۶	۱۰۰

این فراوانی‌ها در جدول شماره ۹ نشان از این دارد که در نهج البلاغه این فقرا و تهیدستان هستند که از اهمیت بالایی برخوردارند و نیاز به توجه بیشتر دارند.

۴-۳-۳. ارکان تفکر کسب و کار (تفکر استراتژیک)

مؤلفه‌های نزدیک و مرتبط با مفهوم تفکر در کسب و کار در نهج البلاغه در جدول شماره ۱۰ نشان داده شده است.

جدول ۱۰: فراوانی مفاهیم مرتبط با تفکر در کسب و کار

مفهوم	فراوانی	درصد
توکل بر خداوند	۱۲	۲۱/۸۲
تصمیم‌گیری مناسب و مشورت	۹	۱۶/۳۷
وجود تدبیر درست	۶	۱۰/۹۰
استفاده از فرصت‌ها و سرعت مطلوب در کار	۴	۷/۲۷
اولویت‌بندی و رعایت میانه‌روی در مراحل گوناگون	۳	۵/۴۶
هماهنگی در کارها و نظم	۸	۱۴/۵۴
پایداری و تداوم عمل (عمل‌گرایی)	۵	۹/۰۹
تجربه	۸	۱۴/۵۵
کل	۵۵	۱۰۰

تفکر استراتژیک مبتنی بر اصل بصیرت است. تنها افراد بصیر هستند که به مرحله یقین نائل می‌شوند و این صریح نهج البلاغه است: «وَالْيَقِينُ مِنْهَا عَلَى أَرْبَعِ شُعَبٍ: عَلَى تَبَصُّرِ الْفُطْنَةِ وَ تَأَوُّلِ الْحِكْمَةِ وَ مَوْعِظَةِ الْعِبْرَةِ وَ سُنَّةِ الْأَوَّلِينَ. فَمَنْ تَبَصَّرَ فِي الْفُطْنَةِ تَبَيَّنَتْ لَهُ الْحِكْمَةُ وَ مَنْ تَبَيَّنَتْ لَهُ الْحِكْمَةُ عَرَفَ الْعِبْرَةَ وَ مَنْ عَرَفَ الْعِبْرَةَ فَكَانَتْ كَأَنَّهَا كَانَتْ فِي الْأَوَّلِينَ؛ یقین بر چهار پایه استوار است: بینش هوشمندانه، دریافت حکیمانه واقعیت‌ها، پند گرفتن از حوادث روزگار و پیمودن راه درست پیشینیان. آنکه با بینش و هوشمندی دیده بگشاید، حکمت را نمایان بیند و کسی که حکمت نمایانش شود عبرت را بشناسد و کسی که به درستی عبرت‌آموزی را بشناسد، گویا چنان است که با گذشتگان می‌زیسته و با نسل‌های گذشته در تاریخ حضور داشته است» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۱). حضرت علیه السلام بصیرت را این‌گونه تعریف می‌کند: «فَأَمَّا الْبَصِيرُ مَنْ سَمِعَ فَتَكْفَّرَ وَ نَظَرَ فَأَبْصَرَ؛ اهل بصیرت کسی است که بشنود و بیندیشد، بنگرد و ببیند» (دستی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۵۲).

الف) توکل بر خداوند: حضرت امیر علیه السلام توکل را این‌گونه تعریف می‌کند: «اعْلَمُوا عَلَمًا يَقِينًا أَنَّ اللَّهَ لَمْ يَجْعَلْ لِلْعَبْدِ وَ إِنْ عَظُمَتْ حِيلَتُهُ وَ اشْتَدَّتْ طَلِبَتُهُ وَ قَوِيَتْ مَكِيدَتُهُ أَكْثَرَ مِمَّا سُمِّيَ لَهُ فِي الذِّكْرِ الْحَكِيمِ وَ لَمْ يَحُلْ بَيْنَ الْعَبْدِ فِي ضَعْفِهِ وَ قَلَّةِ حِيلَتِهِ وَ بَيِّنَ أَنْ يَبْلُغَ مَا سُمِّيَ لَهُ فِي الذِّكْرِ الْحَكِيمِ وَ الْعَارِفُ لِهَذَا الْعَامِلِ بِهِ أَعْظَمُ النَّاسِ رَاحَةً فِي مَنْفَعَةٍ وَ التَّارِكُ لَهُ الشَّاكُّ فِيهِ أَعْظَمُ النَّاسِ سُعْلًا فِي مَصْرَةٍ وَ رَبٌّ مُنْعِمٌ عَلَيْهِ مُسْتَدْرَجٌ بِالنُّعْمَى وَ رَبٌّ مُبْتَلَى مَصْنُوعٌ لَهُ بِالْبُلُوعِ فَزِدْ أَيُّهَا الْمُسْتَنْفِعُ فِي شُكْرِكَ وَ قَصِّرْ مِنْ عَجَلَتِكَ. قِفْ عِنْدَ مُنْتَهَى رِزْقِكَ؛ به یقین بدانید! خداوند برای بنده خود هر چند باسیاست و سخت‌کوش و در طرح و نقشه نیرومند باشد، بیش از آنچه که در علم الهی وعده فرمود، قرار نخواهد داد و میان بنده هر چند ناتوان و کم‌سیاست باشد و آنچه در علم الهی برای او رقم زده حائلی نخواهد گذاشت، هر کس این حقیقت را بشناسد و به‌کار گیرد، از همه مردم آسوده‌تر است و با سود بیشتر و آنکه آن را واگذارد و در آن شک کند، از همه مردم گرفتار و زیان‌کار است، چه بسا نعمت شده‌ای که گرفتار استدراج شود و بسا گرفتاری که در گرفتاری ساخته شده و آزمایش شود، پس ای کسی که از این گرفتار بهره‌مند می‌شوی، بر شکرگزاری بیفزای و از شتاب بیجا دست بردار و به روزی رسیده قناعت کن» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۷۳)؛

ب) مشورت: امام علیه السلام می‌فرماید: «مَنْ اسْتَقْبَلَ وَجْهَ الْإِرَاءِ عَرَفَ مَوَاقِعَ الْخَطَاءِ؛ هر کس از آرای دیگر استقبال کند، مواضع خطا را تواند شناخت» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۷۳). امام علیه السلام در نامه‌اش به مالک اشتر می‌فرماید: «وَ أَكْثَرُ مَدَارِسَةِ الْعُلَمَاءِ، وَ مَنَافَةِ الْحُكَمَاءِ، فِي تَثْبِيْتِ مَا صَلَحَ عَلَيْهِ أَمْرٌ بِإِدَاكِ، وَ إِقَامَةِ مَا اسْتَقَامَ بِهِ النَّاسُ قَبْلَكَ؛ با دانشمندان و حکیمان فراوان گفتگو کن در تثبیت آنچه امور بلاد تو را به صلاح می‌آورد و آن نظم و آیین که مردم پیش از تو بر پای داشته‌اند» (دستی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳)؛

ج) تدبیر: تدبیر همان تنظیم و ساماندهی است. امام (علیه السلام) در این باره می فرماید: «لَا عَقْلَ كَالْتَدْبِيرِ؛ هیچ عقلی چون اندیشیدن و تدبیر نیست» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۱۳). امام علی (علیه السلام) همواره در سخنان خود بر استفاده انسان از قوه تعقل در تمام مراحل زندگی و تدبیر با بیان و فهم مطالب از طریق استدلال متقن و محکم و عقل پسند تأکید دارد و می فرماید: «لَيْسَتْ الرَّوِيَّةُ كَالْمُعَايَنَةِ مَعَ الْإِبْصَارِ؛ فَقَدْ تَكْذِبُ الْعُيُونُ أَهْلَهَا، وَ لَا يَعْشُّ الْعَقْلُ مَنِ اسْتَنْصَحَهُ؛ تعقل مانند دیدن با چشمان نیست، زیرا گاهی چشمان به مقتضیات ساختار و موضع گیری بیننده، خلاف واقع را نشان می دهد، در صورتی که عقل، کسی را که از آن پندی بخواهد، فریب نمی دهد» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۸۱). بر این مبنا یکی از ویژگی های ممتازی که حضرت برای تفکر مطرح می سازد، تعقل همراه با تدبیر است. اهمیت تدبیر به گونه ای است که حضرت چاره کارها را به رأی و رأی را به فکر و تأمل باز می گرداند. امام علی (علیه السلام) در تشویق به یادگیری علم سودمند به فرزندش می فرماید: «وَأَعْلَمُ أَنَّهُ لَا خَيْرَ فِي عِلْمٍ لَا يَنْفَعُ وَلَا يَنْفَعُ بِعِلْمٍ لَا يَحِقُّ تَعَلُّمُهُ؛ بدان در دانشی که در آن فایده ای نباشد، خیری نباشد و علمی که از آن سودی حاصل نیاید، آموختنش شایسته نبود» (دستی، ۱۳۹۱، نامه ۳۱). علم مورد نظر اسلام علمی است که بیهوده نباشد و نفع عقلایی داشته باشد؛

د) فرصت شناسی: امام علی (علیه السلام) درباره استفاده و بهره کامل از وقت می فرماید: «لِيُعْمَلَ الْعَامِلُ مِنْكُمْ فِي أَيَّامٍ مَهْلَةٍ قَبْلَ إِرْهَاقِ أَجَلِهِ وَ فِي فَرَاغِهِ قَبْلَ أَوَانِ شُغْلِهِ وَ فِي مُتَنَفِّسِهِ قَبْلَ أَنْ يُؤْخَذَ بِكَظْمِهِ؛ بر هر یک از شماهاست که برای خدا کاری کند، در روزهایی که فرصتی هست، پیش از فرارسیدن اجلاس و در زمان آسودگی پیش از گرفتار شدنش و به هنگامی که نفس تواند کشید، پیش از بند آمدنش» (دستی، ۱۳۹۱، خطبه ۸۵). امام (علیه السلام) همگان را فرا می خواند تا پیش از آنکه فرصت ها از دست روند از آن استفاده کنند و می فرماید: «الْفُرْصَةُ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ، فَاتَّهَرُوا قِرْصَ الْخَيْرِ؛ فرصت می گذرد، چونان که ابرها می گذرند، فرصت های نیکورا غنیمت شمارید» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۱)؛

ه) اولویت بندی (هدف گذاری): حضرت (علیه السلام) در بررسی عواملی که باعث نهادینه شدن برخی رفتارها در فرد می شود به مسئله زمینه سازی و آماده ساختن موقعیت هر مسئله اهمیت ویژه ای می دهد و معتقد است که نباید در هر جایی و هر زمانی به کاری دست زد، چراکه برخی کارها موقعیت ویژه ای دارد که باید پیش از دست یازیدن به آنها زمینه آنها فراهم باشد: «اتَّقُوا اللَّهَ فَمَا خُلِقَ إِمْرُؤٌ عَبَثًا فَيَلْهُوُ وَ لَا تُرِكَ سُدَى فَيَلْعُوُ؛ هیچ کس بیهوده آفریده نشده تا به بازی پردازد و او را به حال خود نگذاشته اند تا خود را سرگرم کارهای بی ارزش کند» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۳۷۰). در کلام امام (علیه السلام) از آنجا که توانایی انسان محدود است، باید فعالیت خود را در انجام کارهای مهم صرف کند. حضرت (علیه السلام) در بررسی عواملی که باعث نهادینه شدن برخی رفتارها در فرد می شود به مسئله زمینه سازی و آماده ساختن موقعیت هر مسئله اهمیت ویژه ای می دهد و معتقد است که نباید در هر

جایی و هر زمانی به کاری دست زد، چراکه برخی کارها موقعیت ویژه‌ای دارد که باید پیش از دست یازیدن به آنها زمینه آنها فراهم باشد؛

و) استمرار: امام معتقد است چیز کمی که رو به افزونی دارد، بهتر است از افزونی که رو به کاستی نهد و می‌فرماید: «قَلِيلٌ تَدُوْمُ عَلَيْهِ اَزْجَى مِنْ كَثِيْرٍ مَمْلُوْلٍ مِنْهُ؛ کار اندکی که ادامه یابد از کار بسیاری که از آن به ستوه آیی امیدوارکننده است (دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۲۷۸). امام درباره پرهیز از شتاب‌زدگی هم می‌فرماید: «وَ اِيَّاكَ وَ الْعَجَلَةَ بِالْاُمُوْر قَبْلَ اَوَانِهَا اَوْ اَلْتَسَقُّطُ فِيْهَا عِنْدَ اِمْكَانِهَا اَوْ اَللَّجَاجَةُ فِيْهَا اِذَا تَنَكَّرَتْ اَوْ اَلْوَهْنُ عَنْهَا اِذَا اِسْتَوْصَحَتْ فَضَعُ كُلِّ اَمْرٍ مَوْضِعُهُ وَ اَوْقَعُ كُلَّ اَمْرٍ مَوْقِعَهُ، از شتاب کردن در کارها پیش از رسیدن زمان آنها پرهیز و نیز، از سستی در انجام دادن کاری که زمان آن فرا رسیده است و از لجاج و اصرار در کاری که سررشته‌اش ناپیدا بود و از سستی کردن در کارها، هنگامی که راه رسیدن به هدف باز و روشن است، حذر نمای. پس هر چیز را به جای خود بنه و هر کار را به هنگامش به انجام رسان» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳)؛

ز) تجربه: امام علی (علیه السلام) درباره اهمیت استفاده از تجربه می‌فرماید: «وَ اِنَّمَا قَلْبُ الْحَدِيْثِ كَالْاَرْضِ الْخَالِيَةِ مَا اَلْتَقَى فِيْهَا مِنْ شَيْءٍ قَبْلَتَهُ، فَبَادَرْتُكَ بِالْاَدَبِ قَبْلَ اَنْ يَتَسَوَّ قَلْبُكَ وَ يَشْتَعِلَ، لُبُّكَ، لِيَسْتَقْبِلَ بَجْدٍ رَايِكُ مِنَ الْاَمْرِ وَ مَا قَدَّكَفَاكَ اَهْلُ التَّجَارِبِ بَعِيْتَهُ وَ تَجْرِبَتَهُ، فَتَكُوْنُ قَدْ كُفِيْتْ مَوْنَةَ الطَّلَبِ؛ دل جوانان نوحاسته چونان زمین ناکشته است که هر تخمی در آن افکنند، پذیردش و پروردش. من نیز پیش از آنکه دلت سخت و اندرزن‌ناپذیر شود و خردت به دیگر چیزها گراید. چیزی از ادب می‌آموزم تا به جد تمام به کار پردازی و بهره‌خویش از آنچه اهل تجربت خواستار آن بوده‌اند و به محک خویش آزموده‌اند، حاصل کنی و دیگر نیازمند آن نشوی که خود، آزمون از سرگیری» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۳۱). امام (علیه السلام) معتقد است حفظ و به‌کارگیری تجربه، رمز پیروزی است. امام (علیه السلام) در خصوص تجربه و همنشینی با صاحبان تجربه نیز فرموده است: «عَلَيْكَ بِمُجَالَسَةِ اَصْحَابِ التَّجَارِبِ، فَانَّهَا تُقَوِّمُ عَلَيْهِمْ بِالْغَلَاءِ وَ تَأْخُذُهَا مِنْهُمْ بِالرُّخَصِ؛ با صاحبان تجربه همنشینی کن، زیرا تجربه‌ای را که گران به دست آورده‌اند، تو ارزان در اختیار می‌گیری» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۵۲). حضرت علی (علیه السلام) تجربه و آزمون را یکی دیگر از منابع کسب علم و دانش معرفی کرده و معتقدند که شباهت‌های موجود در امور و پدیده‌های مختلف می‌تواند وسیله‌ای برای پیش‌بینی وضعیت‌های مشابه در موقعیت‌های آینده باشد. آن حضرت در وصیت به فرزندش امام حسن (علیه السلام) می‌فرماید: «اِسْتَدَلَّ عَلِيٌّ مَا لَمْ يَكُنْ بِمَا قَدْ كَانَ فَانَّ الْاُمُوْر اَشْبَاهُ؛ با آنچه در گذشته دیده‌ای و شنیده‌ای بر آنچه هنوز نیامده است، استدلال کن، به درستی که امور شبیه یکدیگرند» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۲۱). همچنین امام علی (علیه السلام) می‌فرماید: «لَمْ يَذْهَبْ مِنْ مَالِكَ مَا وَعَظَكَ؛ از مال تو آنچه از دستت رفته و سبب عبرت تو بوده است، از دستت نرفته است»

(دشتی، ۱۳۹۱، حکمت ۱۹۶) و درباره عبرت نیز می‌فرماید: «رَحِمَ اللهُ امرءً أَتَفَكَّرَ فَأَعْتَبِرُوا عْتَبِرُوا فَأَبْصُرُوا؛ رحمت خداوند بر کسی که بیندیشد و عبرت گیرد و چون عبرت گیرد، دیده دلش گشوده شود» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۰۲)؛

ح) فعالیت جمعی: امام علی (علیه السلام) معتقد است دست خدا با جماعت است. امام (علیه السلام) درباره اهمیت جماعت می‌فرماید: «فان جماعةً فيما تَكْرَهُونَ من الحَقِّ خَيْرٌ من فرقه؛ همراه جماعت بودن، در کار حقی که آن را ناخوش می‌دارید، از پراکندگی بهتر است» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۷۶). امام (علیه السلام) درباره پیوستن به جماعت می‌فرماید: «وَالزُّمُّوا السَّوَادَ الْأَعْظَمَ فَإِنَّ يَدَ اللَّهِ مَعَ الْجَمَاعَةِ وَايَاكُمْ وَالفِرْقَةَ فَإِنَّ الشَّاذَّ مِنَ النَّاسِ لِلشَّيْطَانِ، كما أَنَّ الشَّاذَّ مِنَ الْعَنَمِ لِلذَّبِّ؛ همراه جماعت بزرگ‌تر باشید، زیرا دست خدا با جماعت است و از تفرقه حذر کنید، زیرا کسانی که از جماعت کناری می‌گیرند، طعمه شیطان‌اند، مانند گوسفندی که از گله جدا می‌افتد و گرگ او را می‌درد» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۱۲۷)؛

ط) ریسک‌پذیری: امیر مؤمنان در مورد واهمه نداشتن از رویارویی با خطر و مواقع بحرانی می‌فرماید: «پس برای مشاغل کلیدی از سپاهیان و لشکریان خود کسی را انتخاب و مسئول بنما که در برابر دشواری‌ها و پیشامدهای سخت و تلخ استوار باشد و مصیبت‌های بزرگ وی را از پا نشاند. فردی باشد که هنگام ناتوانی و ضعف دیگران بر او ضعف و ناتوانی غالب نشود و بر اثر بی‌خیالی دیگران بی‌تفاوت نگردد» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳). در کلام امام (علیه السلام) با خطرپذیری، مال و ثروت ایجاد می‌شود.

۴-۳-۴. کارکرد تفکر کسب و کار

۴-۳-۴-۱. قیمت‌گذاری در کسب و کار

جدول ۱۱ فراوانی مربوط با این داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱: فراوانی مفاهیم مرتبط با سیاست قیمت‌گذاری در کسب و کار

مفهوم	فراوانی	درصد
تسهیل در معامله	۲	۱۶/۶۷
انجام معامله با قیمت عادلانه و شفافیت در معامله	۷	۵۸/۳۳
کسب سود متعارف	۳	۲۵
کل	۱۲	۱۰۰

یکی از شاخص‌های کسب و کار در اسلام، تسهیل مبادلات است. البته تسهیل مبادلات، فقط در فضایی سالم و عادلانه، همراه با رعایت حقوق طرفین مبادله، امری مطلوب و پذیرفته است، همان‌طور که تلاش برای تأمین معیشت از نظر اسلام در صورتی عبادت شمرده می‌شود که از راه حلال و همراه با رعایت حدود الهی باشد. حضرت در گشت‌زنی‌های خود در بازار کوفه می‌فرمود: «ای بازاریان از خدا بترسید و از او طلب خیر کنید و به واسطه آسان گرفتن در معامله با مردم، تبرک جوئید و بدین وسیله به مردم نزدیک شوید و با حلم خود را زینت بخشید» (نظریور، ۱۳۸۰).

این کلام امام (علیه السلام) ابعاد سیاست نرخ‌گذاری را برای ما تبیین می‌کند: «وَلْيَكُنَّ الْبَيْعُ بَيْعاً سَمِحاً بَمَوَازِينِ عَدْلٍ وَأَسْعَارٍ لَا تُجْحِفُ بِالْفَرِيقَيْنِ مِنَ الْبَائِعِ وَالْمُبْتَاعِ؛ و باید خرید و فروش به آسانی صورت گیرد و بر موازین عدل، به‌گونه‌ای که در بها، نه فروشنده زیان ببیند و نه بر خریدار اجحاف شود» (دشتی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳). یکی از مواردی که در مبادلات امکان اجحاف یکی از طرفین مبادله افزایش می‌یابد، معامله‌ای است که یکی از طرفین آن مضطر و ناچار باشد. در این موارد ممکن است طرف دیگر مبادله از اضطرار و ناچاری دیگری سوء استفاده کرده و به او اجحاف نماید. اسلام برای جلوگیری از این مسئله، شرط اختیار در مبادلات را لازم را اعلام کرده است. امام علی (علیه السلام) از روزگاری سخن می‌گویند که اشرار گردن‌کشی می‌کنند و نیکوکاران، خوار می‌شوند و با اشخاص مضطر در مانده خرید و فروش می‌کنند و این در حالی است که رسول خدا، معامله با این گروه را نهی کرده است (رنجبر، ۱۳۹۱).

۴-۳-۴. توزیع در کسب و کار

مفاهیم نزدیک با مفهوم سیاست‌های توزیع در کسب و کار در نهج البلاغه را می‌توان با مفاهیمی چون پرهیز از احتکار و پرهیز از کم‌فروشی دسته‌بندی کرد. جدول شماره ۱۲ فراوانی مربوط با این داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱۲: فراوانی مفاهیم مرتبط با توزیع در کسب و کار

مفهوم	فراوانی	درصد
پرهیز از احتکار	۷	۷۷/۷۸
پرهیز از کم‌فروشی	۲	۲۲/۲۲
کل	۹	۱۰۰

به منظور آزمون تساوی فراوانی طبقات، از آزمون همگونی X^2 استفاده شده است. از آنجا که مقدار آماره آزمون X^2 برابر ۴/۸۶ بوده و با احتساب $df=3$ از مقدار X^2 جدول کوچک‌تر بوده، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت تفاوت معناداری بین فراوانی طبقات جدول ۱۰ وجود ندارد.

امام علی (علیه السلام) ایجاد سلامت بازار اقتصادی برای فعالیت‌های درست مردم، از حقوق مردم است. امام علی (علیه السلام) از یک طرف به تاجران می‌فرمودند: «مَنِ اتَّجَرَ بِغَيْرِ فِقْهِ فَقَدْ اِزْتَطَمَ فِي الرَّبَا؛ آنکه بی‌دانستن فقه به تجارت پرداخت خود را در ورطه ربا انداخت» (دستی، ۱۳۹۱، حکمت ۴۴۷) و از سویی دیگر فرماندار خود را به برخورد با پدیده‌های شوم اقتصادی چون احتکار، گران‌فروشی و کم‌فروشی فرمان می‌دهند و می‌فرمایند: «فَمَنْ قَارَفَ حُكْرَةً بَعْدَ نَهْيِكَ اِيَّاهُ فَتَكَلَّ بِهٖ وَ عَاقِبَتْهٖ فِي غَيْرِ اِسْرَافٍ؛ کسی که پس از منع تو احتکار کند، او را کیفر ده تا عبرت دیگران شود، اما در کیفر دادن او اسراف نکن» (دستی، ۱۳۹۱، نامه ۵۳).

۴-۳-۴. تبلیغ در کسب و کار

مفاهیم نزدیک با مفهوم سیاست‌های تبلیغی در کسب و کار در نهج‌البلاغه را می‌توان با مفاهیمی چون صداقت، پرهیز از غش و تبلیغات دروغین و مبالغه در بیان کیفیت کالاها دسته‌بندی کرد. جدول شماره ۱۳ فراوانی مربوط با این داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱۳: فراوانی مفاهیم مرتبط با تبلیغ در کسب و کار نهج‌البلاغه

مفهوم	فراوانی	درصد
صداقت (پرهیز از تبلیغات دروغین)	۱۸	۸۵/۷۱
پرهیز از فریب دادن (غش)	۳	۱۴/۲۹
کل	۲۱	۱۰۰

همان‌گونه که در جدول شماره ۱۳ مشخص است، صداقت با ۱۴ بار تکرار دارای فراوانی بیشتری بوده است. به منظور آزمون تساوی فراوانی طبقات، از آزمون همگونی X^2 استفاده شده است. از آنجا که مقدار آماره آزمون X^2 برابر ۱۰/۵۷ بوده و با احتساب $df=3$ از مقدار X^2 بزرگ‌تر بوده، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت تفاوت معناداری بین فراوانی طبقات جدول شماره ۱۱ وجود دارد.

امام علی (علیه السلام) صداقت را ارجمندترین و والاترین صفت معرفی کرده و از راستگویی به‌عنوان اساس هر نوع اصلاح فردی و اجتماعی نام برده و در مقابل، کذب و دروغگویی را ریشه همه فسادها و

سرچشمه همه تباهی‌ها دانسته است: «لَصَادِقٌ عَلَى شَفَا مَنجَاةٍ وَكَرَامَةٍ وَالْكَاذِبُ عَلَى شُرْفِ مَهْوَاةٍ وَ مَهَاتَةٍ؛ راستگو در آستانه نجات و بزرگواری است و دروغگو در لبه پرتگاه و خواری» (دشتی، ۱۳۹۱، خطبه ۸۶). غش به معنی فریب دادن، گول زدن، تقلبی ساختن و جا زدن می‌باشد و به گفته ابن‌منظور نقیض خیرخواهی است. در اصلاح فقهی به مخلوط کردن کالای مرغوب یا غیر مرغوب به گونه‌ای که معلوم نباشد گویند. حاصل شدن چنین چیزی در معاملات آنجا است که کالای فروخته شده دارای نقص و پستی باشد.

۵. مدل پیشنهادی

با بررسی مفاهیم مورد نظر در نهج‌البلاغه، الگوی مفهومی تفکر استراتژیک در کسب و کارها براساس اهمیت (سؤال سوم پژوهش) در نمودار ۱ نشان داده شده است.

سطح اول: روشن نشدن انگیزه و هدف رفتارها، مدل‌های تفکر استراتژیک را معطوف به سودآوری و بازدهی سرمایه‌گذاری نموده است، در حالی که مبنای اساسی کسب و کار مطلوب مورد نظر حضرت علی (علیه‌السلام)، همانا مطلوبیت دنیوی و اخروی است و ارزش آن، شعاعی از ارزش و مطلوبیت کمال‌نهایی خواهد بود؛

سطح دوم: راهبردهای کسب و کار باید در دایره شاخص‌های اخلاقی (منبعث از ارزش‌های حاکم بر کسب و کار) طراحی و پیگیری شود. براساس آموزه‌های اسلامی، تبلور اخلاق در حوزه کسب و کار می‌تواند به سودآوری بیشتر منجر شود؛ ولی ارائه راهبرد فراتر از محاسبات سودگرایانه است؛

سطح سوم: عناصر تفکر کسب و کار ارائه شده است که از یک‌سو متأثر و در محدوده مبانی ارزشی و شاخص‌های اخلاقی اسلام و از سوی دیگر منتهی به کارکردهای عملی در کسب و کار خواهد شد.



نمودار ۱: مدل مفهومی تفکر استراتژیک

ارتباط اخلاق و تفکر استراتژیک بیانگر تعامل بین عملکرد کسب و کار (که به وسیله درآمدها، هزینه‌ها و سودها اندازه‌گیری می‌شود) و عملکرد اخلاقی (که در قالب تعهدات آن سازمان در داخل و خارج نسبت به دیگران بیان می‌شود) می‌باشد. اگر زیربنای اخلاق کسب و کار منفعت فرد باشد، هر فرد می‌تواند با زیر پا گذاشتن اخلاق و امید به اینکه دیگران اخلاق را رعایت می‌کنند، منفعت خود را بیشینه نماید، فرایندی که سرانجام به عدم رعایت اخلاق از سوی بیشتر افراد جامعه می‌انجامد. از سویی فشارهای قانونی و بازاری نیز نمی‌تواند از بروز مشکلات اخلاقی در فضای کسب و کار جلوگیری کند.

۱. یکی از محدودیت‌های مدل‌های تفکر استراتژیک، ارتباط نداشتن با مبانی ارزشی و اخلاقی است. مبتنی بر نهج‌البلاغه می‌توان الگوی شامل مبانی ارزشی کسب و کار، مؤلفه‌های اخلاقی حاکم بر تفکر راهبردی و عناصر تفکر راهبردی ارائه داد. با معرفی یک هدف کلی برای تمامی

اعمال و در تمامی مراحل کسب و کار (رضایت و قرب الهی)، می‌تواند انسجام را در این سلسله به بهترین وجه برقرار نماید، زیرا هر رده سلسله و مراتب اخلاق با تفکر استراتژیک، در مقایسه با مبانی اخلاق مورد سنجش قرار می‌گیرد؛

۲. یکی از محدودیت‌های تفکر استراتژیک، ضعف شناخت از پیامدهای آتی هر گزینه استراتژیک می‌باشد. اخلاق دینی باعث می‌شود که فرد از توجه به موقعیت‌ها و گزینه‌هایی که صرفاً امیال و زودگذر او را تأمین می‌کند، دوری ورزد و به اموری پردازد که آخرت و نفع درازمدت او را نیز در پی دارد. اعتقاد به خداوند و آخرت باعث می‌شود تا تردید افراد کاهش یابد و امدادهای ربوبی را در تصمیم‌گیری استراتژیک متوجه خود نمایند. برخورداری از اخلاق متعالی در کسب و کار لازمه تفکر استراتژیک می‌باشد. از طرفی اخلاق دینی، پیش‌بینی رفتارهای انسان‌های اخلاق‌مدار را ساده‌تر می‌سازد، زیرا انتظارات و نگرش‌های مشابه در آنها ایجاد می‌کند. این مسئله باعث می‌شود که برای جامعه ایجاد هماهنگی و همکاری میان فعالان اقتصادی و کسب و کارها با موفقیت بیشتری همراه باشد. گسترش ارزش‌ها و فضائل اخلاق در کسب و کار باید با درونی‌سازی غیرابزاری ارزش‌های اخلاق کسب و کار و با بهره‌گیری از ابزارهای تربیت دینی صورت گیرد؛

۳. امام علی (علیه السلام) نه تنها به ارائه مبانی اخلاق در کسب و کار پرداخته است، بلکه به دستورهای اخلاقی برای پرهیز از احتکار، زراندوزی، حرص و طمع و ساده‌زیستی نیز سفارش کرده است، زیرا رفتارهای اخلاقی به صورت مستقیم بر رفتارهای فعالان کسب و کار اثر می‌گذارد. تصمیمات و رفتارهای مدیران در کسب و کارهای مختلف نباید موجب تضاد در عملکرد کسب و کار تحت مدیریت آنها با اخلاق شود؛

۴. فرایندهای تفکر در کسب و کار نیز مورد توجه نهج‌البلاغه بوده است. مثلاً برای تصمیم‌گیری بر مشورت (یعنی کسانی که مفروضات تصمیم‌گیری را تا حد زیادی فراهم آورند) تأکید شده است. بهره‌گیری از مشورت باعث می‌شود که افراد با گزینه‌های بیشتری برای اخذ تصمیم روبه‌رو شوند و به جنبه‌های بیشتری از یک موقعیت توجه نمایند و در یک کلام برآیند تفکرات برای تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار گیرد. اهمیت، فواید، کاربرد و جایگاه مشورت در موارد متعدد در نهج‌البلاغه مورد توجه قرار گرفته است. همچنین فرایند فرصت‌جویی و بهره‌مندی از آنها بسیار مورد توجه بوده است، آموزه‌هایی چون اولویت‌بندی و هدف‌گذاری، تدبیر و عمل‌گرایی همه در جهت تقویت عناصر تفکر استراتژیک در کسب و کار در قالب اهداف مورد نظر اسلام بوده است.

الگوی ارائه شده در این مقاله حاکی از آن است که تقویت تفکر استراتژیک در کسب و کارها

شامل موارد زیر خواهد بود:

۱. بهره‌گیری از عنایات الهی و امدادهای غیبی و هدایت خاص ربوبی به‌ویژه اصل توکل؛
۲. استفاده از یک مجموعه مناسب «بایدهای اخلاقی» که می‌تواند راهنمای طراحی استراتژی باشد. مدیران و همه فعالان مرتبط کسب و کارها به‌گونه‌ای باید تصمیم بگیرند که بین اخلاق و عملکرد کسب و کار توازن ایجاد کنند. سازمان‌ها به‌هنگام طراحی استراتژی باید ارزش‌های اخلاقی را رعایت نمایند. این ارزش‌ها اصول راهنمای سازمان و رهنمودی برای تصمیم‌گیری و رفتارهای سازمانی خواهند بود. اخلاق موجب توسعه تفکر استراتژیک، تصمیم‌گیری‌ها و عملکردها در همه سطوح کسب و کار می‌شود؛
۳. استفاده از تجربه، تدبیر، مشورت و سایر استعدادهای عقلانی فرد برای سیاست‌گذاری و تفکر در کسب و کار.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آینده

از آنجا که انسان در نگرش توحیدی مخلوق خدا و امانت‌دار نعمت‌های الهی است، تمامی فعالیت‌های او از جمله فعالیت‌های کسب و کار رنگ و بوی الهی می‌گیرد. انسان دین‌مدار در سایه توجه به گستره وسیع زندگی، جاودانگی زندگی پس از مرگ، امانت بودن نعمت‌های الهی و همچنین نظام عادلانه پاداش و عقوبت اخروی، به نوعی نیروی انگیزشی و کنترلی درونی مجهز می‌شود که با جلوگیری از بروز لغزش‌ها، نه تنها او را که عمل به وظایفش نسبت به خود، سایر انسان‌ها و حتی طبیعت فرا می‌خواند، بلکه او را به سوی انجام کارهای خیر سوق می‌دهد.

پژوهش‌های آینده باید بر موضوعات مهمی چون مشتری‌مداری در اسلام، نگارش نظام‌نامه‌های اخلاقی کسب و کار، سازماندهی دوره‌های آموزشی اخلاقی، سیاست‌گذاری تبلیغات تجاری و جهت‌گیری نهادهای فعال در حوزه اخلاق حرفه‌ای تأکید کنند. به‌طور خاص، مسئولیت‌های متقابل میان صاحبان حرفه‌ها و مشتریان می‌تواند با توجه به مفهوم امانت بودن نعمت‌های الهی و توجه به مسئولیت‌های انسان نسبت به خالق هستی تبیین شود.

منابع

* قرآن کریم.

۱. استرمن، جان (۱۳۹۰)، پویایی‌شناسی کسب و کار، ترجمه کوروش برارپور و دیگران، تهران: انتشارات سمت.
۲. استیسی، رالف دی (۱۳۹۰)، مدیریت استراتژیک و پویایی‌های سازمان: چالش پیچیدگی، ترجمه حسین رحمان‌سرشت و دیگران، تهران: نشر دوران.
۳. الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۳)، اخلاقیات و مدیریت: به سوی نظام اخلاقیات یکپارچه در سازمان، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۲ و ۴۳.
۴. الوانی، سیدمهدی و رحمتی، محمدحسین (۱۳۸۵)، فرایند تدوین منشور اخلاقی برای سازمان، فصلنامه فرهنگ مدیریت، شماره ۱۵.
۵. انجمن علمی دین و توسعه اقتصادی (۱۳۸۱)، دین و توسعه، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه.
۶. انسف، ایگور (۱۳۷۵)، استقرار مدیریت استراتژیک، تهران: انتشارات سمت.
۷. بابایی اهری، فضل‌اله (۱۳۸۱)، اخلاق در کسب و کار، کمال مدیریت، شماره ۱.
۸. بیک‌زاد، جعفر و دیگران (۱۳۸۹)، سلوک سازمانی، گذر از دانش هشت ضلعی، توسعه مدیریت، شماره ۸۰.
۹. پوریانسب، امیر (۱۳۷۹)، اصول اخلاق حرفه‌ای، حسابدار، شماره ۱۳۷.
۱۰. دادگر، یداله (۱۳۸۵)، اخلاق بازرگانی و کسب و کار از منظر اقتصاد و اقتصاد اسلامی، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۸.
۱۱. دشتی، محمد (۱۳۹۱)، ترجمه نهج‌البلاغه حضرت امیرالمؤمنین (علیه السلام)، قم: نشر مشرقین.
۱۲. دفت، ریچاردال (۱۳۸۰)، تنوری و طراحی سازمان، ترجمه علی پارسانیان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۳. دیوید، فردآر (۱۳۸۵)، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسانیان و سیدمحمد اعرابی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۴. رضاییان، علی (۱۳۷۹)، مبانی سازمان و مدیریت، تهران: انتشارات سمت.
۱۵. رنجبر، اکرم (۱۳۹۱)، برنامه اقتصادی دولت علوی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، آران و بیدگل: دانشگاه پیام نور.

۱۶. عظیمی، مهدی (۱۳۸۷)، توجه به مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان: گامی مؤثر برای نیل به سرآمدی در صنعت، مجله صنعت لاستیک ایران، شماره ۵۲.
۱۷. علی احمدی، علیرضا و علی احمدی، حسین (۱۳۸۶)، مبانی و اصول مدیریت اسلامی، تهران: تولید دانش.
۱۸. علی احمدی و دیگران (۱۳۸۷)، نگرش جامع بر مدیریت استراتژیک، تهران: انتشارات تولید دانش.
۱۹. فرهود، داریوش (۱۳۸۶)، مروری بر تاریخچه اخلاق، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۱.
۲۰. فیض کاشانی (۱۳۸۹)، راه روشن، ترجمه محمدرضا عطایی، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
۲۱. قرا ملکی، فرامرز (۱۳۸۶)، موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، تهران: مؤسسه دین پژوهی بشری.
۲۲. کامنیش، پاول (۱۳۸۵)، اخلاق کسب و کار دستیابی به اصل موضوع، ترجمه امید فرمان آرا، در کتاب درآمدی بر اخلاق کسب و کار در محیط جهانی، تدوین محمد نهاوندیان، تهران، مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.
۲۳. کرپندورف، کلوس (۱۳۷۸)، تحلیل محتوی مبانی روش‌شناسی، مترجم هوشنگ نایی، تهران: انتشارات روش.
۲۴. گیلک محمد آبادی، محمدتقی (۱۳۸۰)، امام علی (علیه السلام) دولت و سیاست‌های اقتصادی، تهران، کتاب نقد شماره ۱۹.
۲۵. لشکر بلوکی، مجتبی (۱۳۹۲)، فرامین و فنون تفکر استراتژیک، تهران: بنگاه علمی فرهنگی نص.
۲۶. مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۲)، پیش‌نیازهای مدیریت اسلامی، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
۲۷. _____ (۱۳۸۸)، نگاهی گذرا به حقوق بشر از دیدگاه اسلام، قم: مؤسسه آموزش و پژوهش امام خمینی (ره).
۲۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۸)، جاذبه و دافعه علی (علیه السلام)، تهران: انتشارات صدرا.
۲۹. _____ (۱۳۸۴)، مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی، جهان‌بینی توحیدی، تهران: انتشارات صدرا.

۳۰. میرمعزی، سیدحسین (۱۳۷۸)، نظام اقتصادی اسلام، انگیزه‌ها و اهداف، چاپ اول، تهران: کانون اندیشه جوان.
۳۱. میراسکندری، مجید (۱۳۸۳)، اخلاق حرفه‌ای در بوته عمل، حسابرس، شماره ۲۷.
۳۲. نظرپور، محمدنقی (۱۳۸۰)، امام علی (علیه السلام)، حکومت و بازار، تهران، کتاب نقد، شماره ۱۹.
۳۳. نمازی، حسین (۱۳۸۰)، نظام‌های اقتصادی، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۳۴. نیلی، مسعود و همکاران (۱۳۸۹)، دولت و رشد اقتصادی در ایران، تهران: نشر نی.
۳۵. نیلی، مسعود (۱۳۸۴)، جغرافیای اقتصادی صنعتی کشورهای منتخب جهان، تهران: انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
۳۶. هادوی‌نیا، علی‌اصغر (۱۳۸۷)، فلسفه اقتصاد در پرتو جهان‌بینی قرآن کریم، تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۳۷. هایک، فردریک (۱۳۸۲)، در سنگر آزادی، مجموعه مقالات، به انتخاب و ترجمه عزت‌اله فولادوند، تهران: نشر لوح فکر.
۳۸. هس مر، الی تی (۱۳۸۹)، اخلاق در مدیریت، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۳۹. هکس، آرنولد و مجلوف، نیکلاس (۱۳۸۷)، مدیریت استراتژیک، ترجمه غلامرضا معمارزاده طهران و دیگران، تهران: انتشارات اندیشه‌های گوهر بار.
40. Abraham, S (2005), "Stretching Strategic Thinking", *Strategy & Leadership*, vol. 38(3).
41. Baraldi, Enrico (2007), "Strategic Thinking and the IMP Approach: A Comparative Analysis", *Industrial Marketing Management*, vol.36.
42. Broon, Peggy & Oslan, Erik L (1999), "Mapping the Strategic Thinking of Pubic Relations Managers in a Crisis Situation: on Illustrative Example Using Conjoint Analysis", *Public Relations Review*, vol. 25 (3).
43. Campbell, Andrew & Sally, Yeung, (1991), "Brief Case: Mission, Vision and Strategic Intent", *Long Range planning*, vol.24.
44. 48.Carroll, A, (1990), *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, Cincinnati, ohio: south western
45. Heracleous, Loizos (1998). "Strategic Thinking or Strategic Planning?", *Long Range Planning*, vol. 31(3), 41.

46. Howard, E. F (1989), "Strategic Thinking in Insurance", *Long Range Planning*, vol. 22(5).
47. Solomon Robert C. (1998), *It's Good Business*, in Shaw, W. Barry, V. (eds), Moral in Business, Wadsworth Publishing Company, 7th ed. 33-42
48. Stacey, R. (1993), "Strategy as order emerging from chaos", *Long Range Planning*: 26(1).
49. Stacey, R. (1990), "The Science of Complexity: An Alternative Perspective for Strategic Change Processes", *Strategic Management Journal*, 6(6).
50. Steiner, G. A. & et al (1995), "Formal Strategic Planning in the United States Today", *Long Range Planning*, 16(3).
51. Stumpf, S. A. (1989), "Work Experiences that Stretch Managers' Capabilities for Strategic Thinking", *Journal of Management Development*, 8(5).
52. Weber, C. E. (1984), "Strategic thinking; Dealing with uncertainty", *Long Range Planning*, 17(5).
53. Wilden, Ralf et al (2013), "Dynamic Capabilities and Performance: Strategy, Structure and Environment", *Long Range planning*, Vol. 46.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی