

مبانی فلسفی مدیریت راهبردی از دیدگاه اسلام

عباس چهاردولی

عضو هیئت علمی دانشگاه عالی دفاع ملی، رئیس مرکز تحقیقات تحول علوم انسانی در علوم راهبردی

وحید خادم‌زاده

دانشجوی دکتری فلسفه و کلام اسلامی در دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

مدیریت راهبردی معاصر در قالب مکاتب ده‌گانه‌ای شکل گرفته است که هرچند دارای تفاوت‌هایی نیز هستند، در مجموع، خاستگاه و ریشه‌های مشترک تمدنی و فلسفی دارند. اما دین اسلام نگرشی کاملاً متمایز به جهان و انسان دارد؛ بنابراین، جامعه مسلمان جهت پیش‌برد اهداف راهبردی خویش نیازمند مدیریت راهبردی متفاوتی مبتنی بر آموزه‌های دینی است. هرگونه تغییر و اصلاح در علوم تجربی معاصر از مجرای ایجاد تغییرات در مبانی فلسفی این علوم قابل تحقق است. ارائه دیدگاه جدیدی از علم مدیریت راهبردی مبتنی بر مبانی اسلامی نیز از همین راه میسر است.

در تحقیق حاضر با استخراج مبانی هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی، انسان‌شناختی، راهبردشناختی و اقتصادی مندرج در مکاتب مدیریت راهبردی معاصر و استخراج اصول متناظر با آنها از متون اسلامی به تدوین پرسش‌نامه پرداخته و میزان اهمیت هرکدام از این

اصول را در مدیریت راهبردی اسلامی از کارشناسان و نخبگان جویا می‌شویم. در نهایت نیز مجموعه‌ای از مهم‌ترین اصول فلسفی حاضر در مدیریت راهبردی اسلامی معرفی می‌شوند و با استفاده از تحلیل عاملی می‌کوشیم عوامل زیربنایی و مشاهده‌ناپذیر حاکم بر این اصول فلسفی را استخراج کنیم.

کلیدواژه‌ها: مدیریت راهبردی، هستی‌شناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی، تحلیل عاملی.

مقدمه

علوم تجربی معاصر بر بستری از پیش‌فرض‌های فلسفی شکل گرفته‌اند به گونه‌ای که با هر تغییر و اصلاح این پیش‌فرض‌ها تغییرات عمده‌ای در جهت‌گیری و روش‌های این علوم پدید خواهد آمد. باین‌حال، این پیش‌فرض‌های فلسفی با روش‌های تجربی انتخاب و گزینش نشده‌اند بلکه حاصل جهان‌بینی حاکم بر تمدن جدید غربی بوده‌اند. مدیریت راهبردی به‌عنوان یکی از شاخه‌های مهم علم مدیریت نیز از این قاعده مستثنی نیست.

مدیریت راهبردی در واقع فرایند شکل‌گیری راهبرد در یک سازمان را مدیریت می‌کند. مکاتب ده‌گانه‌ای در ذیل مدیریت راهبردی شکل گرفته‌اند؛ برخی از این مکاتب به دنبال طراحی و ارائه راهبرد مطلوبی برای سازمان‌ها هستند و برخی دیگر فرایند اتخاذ راهبرد در سازمان‌ها را توصیف کرده و به شناسایی عوامل مؤثر در این فرایند می‌پردازند. این مکاتب ریشه در پیش‌فرض‌های هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و انسان‌شناختی منبعث از فرهنگ مادی‌گرایانه غربی دارند؛ از همین رو، ناگزیر این مکاتب همواره دستیابی به اهداف مادی و دنیایی را به‌عنوان غایت کمال انسان و جامعه انسانی معرفی می‌کنند. بدون شک جنبه بزرگی از حقیقت انسان و عالم در این مکاتب نادیده انگاشته شده‌اند.

ازسوی دیگر، دین اسلام از آن حیث که براساس آموزه‌های وحیانی شکل گرفته است، نگاهی همه‌جانبه به انسان و جهان دارد و زوایای کمترشناخته‌شده حقیقت انسان و جهان را به انسان می‌نمایاند. در این جهان‌بینی حرکت استکمالی همه موجودات و از جمله

انسان به سوی حضرت حق است. سعادت انسان تنها با کسب منافع مادی تأمین نخواهد شد، بلکه بعد روحانی انسان در نهایت نقشی تعیین کننده در دستیابی به سعادت حقیقی ایفا می کند. جامعه اسلامی که براساس آموزه های دینی شکل گرفته است، بدون شک در زمینه مدیریت راهبردی نیز به سراغ این آموزه ها خواهد رفت و با تکیه بر جهان بینی دینی می کوشد اهداف و تصمیمات راهبردی خود را برگزیند.

بیان مسئله

در حال حاضر، رویکرد مدیریت راهبردی نظیر سایر رویکردها در حوزه علوم انسانی با ادبیات خاص منبعث از ارزش ها و باورهای غیراسلامی تدوین و ارائه شده و از آنجا که ایدئولوژی و جهان بینی دینی در کشوری اسلامی باید نقطه عزیمت هرگونه اقدامی باشد؛ از این رو، لازم است به اصلاح مدیریت راهبردی مبتنی بر جهان بینی اسلامی پردازیم. از همین رو، می کوشیم که در گام نخست پیش فرض های فلسفی حاکم بر مدیریت راهبردی معاصر را استخراج کرده و سپس به کشف و ارائه اصول و مبانی متناظر با این پیش فرض های فلسفی در جهان بینی اسلامی پردازیم. فرض بر این است که مبانی فلسفی و اصول بنیادین مدیریت راهبردی اسلامی در واقع ترکیبی از ویژگی های انتخاب شده ای از مکاتب مدیریت راهبردی غربی و ویژگی های منحصر به فردی است که از جهان بینی خاص دینی استنتاج شده اند. به همین سبب، از طرفی، باید به کشف جنبه هایی از مدیریت راهبردی معاصر پرداخت که در جهان بینی اسلامی نیز مورد قبول قرار می گیرند و از طرفی دیگر، نقاط تمایز و افتراق مدیریت راهبردی اسلامی را معرفی کرد.

مبانی نظری تحقیق

مبانی فلسفی مدیریت راهبردی در پنج حوزه زیر بررسی شده است: هستی شناسی، انسان شناسی، معرفت شناسی، راهبردشناسی و اصول حاکم بر جهان بینی اقتصادی.

هستی‌شناسی

جهت ورود به مباحث علم مدیریت ابتدا باید به این سؤال پاسخ داد که «آیا واقعیت امری مستقل از ذهن انسان است یا اینکه واقعیت را باید ساخته و پرداخته ذهن انسان دانست؟». مکاتب و نحله‌های مختلف موجود در علم مدیریت را از حیث پاسخ‌گویی به این سؤال کلیدی می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: عینیت‌گرایی (مدرنیسم) و ذهنیت‌گرایی (تفسیری و پست‌مدرنیسم). عینیت‌گرایان واقعیت را مستقل از ذهن انسان می‌دانند و از طرفی معتقدند که قوانین عام و جهان‌شمولی بر رفتارهای انسانی و اجتماعی حاکم است اما ذهنیت‌گرایان معتقدند که واقعیت مستقل از ذهن انسان نیست و از طرف دیگر، هیچ قانون عام و جهان‌شمولی در پدیده‌های انسانی وجود ندارد (گایینی، ۱۳۸۲: ص ۸۱).

فیلسوفان مسلمان با تقسیم موجودات به دو دسته موجودات حقیقی و اعتباری کوشیده‌اند راهی بین عینیت‌گرایی و ذهنیت‌گرایی ارائه دهند. موجودات حقیقی دارای واقعیتی مستقل از ذهن انسان هستند؛ بنابراین، تحت سیطره قوانین جهان‌شمول و عام قرار می‌گیرند در حالی که موجودات اعتباری واقعیتی مستقل از ذهن انسان ندارند و از این رو، از قوانین اعتباری که متأثر از باورهای اجتماعی و فرهنگی جامعه است، تبعیت می‌کنند. مهم‌ترین موجود اعتباری مطرح در علم مدیریت، سازمان است. موجودات اعتباری مختص عالم ماده است (مطهری، ۱۳۷۱: ص ۳۷۱).

در مدیریت راهبردی، عالم به دو بخش سازمان و محیط تقسیم می‌شود. هرچند مکاتب ده‌گانه مدیریت راهبردی نگاهی مادی‌گرایانه به عالم دارند، هرکدام از زاویه‌ای خاص به سازمان و محیط می‌نگرند. جایگاه و تعریف سازمان در مکاتب مدیریت راهبردی در جدول زیر خلاصه شده است:

جدول ۱. جایگاه و تعریف سازمان در مکاتب مدیریت راهبردی معاصر

Harbison and Myers, 1959: p 40-41	سازمان متشکل از نیروهایی کاملاً مطیع و هماهنگ با مدیر است.	مکتب طراحی، برنامه‌ریزی و کارآفرینی
Christensen et al, 1982 Steiner, 1969	هر سازمانی دارای نقاط ضعف و قوت مشخصی است.	مکتب طراحی و برنامه‌ریزی
میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۹۳	می‌توان سازمان را به‌عنوان منبع مزایای رقابتی در مواجهه با محیط و رقبا در نظر گرفت.	مکتب موقعیت‌یابی
Harbison and Myers, 1959: p 40-41	سازمان دارای ساختار ساده و انعطاف‌پذیر است.	مکتب کارآفرینی
علی احمدی، ۱۳۸۴: ص ۱۳۳	سازمان از مجموعه افرادی تشکیل شده است که در یک فرایند یادگیری عمومی با یکدیگر تعامل دارند.	مکتب یادگیری
Bolman & Deal, 1997: p 163	سازمان ائتلافی از گروه‌ها و افراد ذی‌نفع است.	مکتب قدرت
Bolman & Deal, 1997: p 163	در میان اعضای سازمان نوعی تعارض منافع وجود دارد.	مکتب قدرت
میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۴۲	مسئولیت‌های در سازمان براساس اصل انتخاب طبیعی (جنگ قدرت) اشغال می‌شود.	مکتب قدرت
کویین، ۱۳۷۳: ص ۱۸۶	افراد یک سازمان بر پایه فرهنگ مشترک یک واحد منسجم را تشکیل می‌دهند.	مکتب فرهنگی
Mintzberg et al, 1998: p 288	سازمان منفعل در برابر نیروهای محیطی است.	مکتب محیطی

از دیدگاه دینی، سازمان موجودی اعتباری محسوب می‌شود که باید از یک سو با توجه

به نیازهای ثابت و روحانی انسان و ازسوی دیگر، متغیرهای مادی عالم مادون بازسازی شود. هرچند سازمان توحیدی می‌تواند دارای نقاط اشتراکی با سازمان در تفکر مدیریت راهبردی غربی باشد، به‌طور خلاصه می‌توان نقاط افتراق سازمان توحیدی را به شرح زیر نام برد:

جدول ۲. ویژگی‌های متمایز سازمان توحیدی

در سازمان توحیدی، همه افراد دارای اهداف و غایات مشترک هستند.	قوامی، ۱۳۸۳: ص ۹۲
در سازمان توحیدی تقسیم وظایف بر پایه توانمندی‌های مادی و معنوی انسان‌ها صورت می‌گیرد.	تقوی دامغانی، ۱۳۶۹: ص ۸۶؛ نهج البلاغه: نامه ۵۳
جریان رحمت الهی در تعاملات انسانی مبتنی بر وحی برقرار است.	مطهری، ۱۳۶۷، ص ۲۷۳-۲۷۴؛ قوامی، ۱۳۸۳، ص ۱۰۱؛ هود: ۱۱۹، الأنبياء: ۱۰۷، آل عمران: ۱۵۹
روابط میان افراد در سازمان توحیدی براساس خیرخواهی متقابل تنظیم می‌شود.	آمدی تهیمی، ۱۳۷۳: ص ۸۴۴؛ نهج البلاغه: نامه ۵۳
در انتخاب افراد برای مسئولیت‌های کلیدی هم حسن فعلی و هم حسن فاعلی باید مدنظر قرار گیرد.	آقایروز و دیگران، ۱۳۸۴: ص ۱۴۳
روابط میان رهبر و دیگر اعضای سازمان توحیدی دارای جنبه‌های معنوی نیز است.	نهج البلاغه: نامه ۵۳
در سازمان توحیدی، هر فردی درمقابل دیگران و سازمان مسئول است.	(تقوی دامغانی، ۱۳۶۹: ص ۱۰۱؛ بخاری، ۱۳۱۵: ج ۳، باب النکاح؛ کلینی، ۱۴۱۳: ج ۲، ص ۲۰۸؛ توبه: ۷۱)
اعضای سازمان همچون یک پیکره واحد هماهنگ با یکدیگر عمل می‌کنند.	آقایروز و دیگران، ۱۳۸۴: ص ۱۰۶؛ نهج البلاغه، خطبه ۱۴۶ و ۱۲۷؛ الصف: ۴، المؤمنون: ۵۲، الحجرات: ۹

محیط یکی از مهم‌ترین عوامل حاضر در مکاتب مدیریت راهبردی است. نوع نگاه به محیط اطراف می‌تواند به‌نحو چشمگیری سرنوشت مدیریت راهبردی را تحت‌تأثیر قرار

دهد. مکاتب مدیریت راهبردی غربی، محیط را منحصر به یک محیط کاملاً مادی و طبیعی می‌کنند در حالی که در تفکر دینی بخش بزرگی از محیط اطراف انسان را عالمی غیرمادی و نامحسوس تشکیل می‌دهد. باین حال، نگرش مکاتب غربی مدیریت راهبردی به همین محیط مادی نیز به یک منوال نیست. در جدول زیر تعریف و جایگاه محیط در مکاتب مدیریت راهبردی نمایش داده شده است:

جدول ۳. تعریف و جایگاه محیط در مکاتب مدیریت راهبردی معاصر

Christensen et al, 1982	محیط مجموعه‌ای از تهدیدها و فرصت‌های ملموس اطراف ما است.	مکتب طراحی، برنامه‌ریزی
علی احمدی، ۱۳۸۴: ص ۱۲۸	محیط سرشار از فرصت‌های ملموسی است که سازمان در پی شکار آنها است.	مکتب کارآفرینی
Porter, 1980	محیط مجموعه‌ای از موقعیت‌های ملموسی است که تنها برخی از آنها از نظر راهبردی مناسب سازمان هستند.	مکتب موقعیت‌یابی
Smircich&Stubbart, 1985: p 724-736	محیط مستقل از ذهن انسان نیست.	مکتب شناختی
مینتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۰۷	محیط چنان پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی است که مانع تدوین راهبرد کنترل شده می‌شود.	مکتب یادگیری
مینتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۶۱	محیط متشکل از گروه‌ها و افرادی است که در پی تأمین منافع خویش هستند.	مکتب قدرت
Mintzberg et al, 1998: p 288	محیط مجموعه نیروهای مبهمی است که سازمان را مجبور به عکس‌العمل می‌کنند.	مکتب محیطی

اما وجه تمایز دیدگاه دینی در این است که محیط را به دو بخش محیط مادی و محیط غیرمادی تقسیم می‌کند. هرچند در نگاه به محیط مادی می‌توان از نقش محیط در مکاتب مدیریت راهبردی معاصر در مدیریت راهبردی اسلامی بهره جست، توجه به محیط غیرمادی یا همان عالم غیب در مدیریت راهبردی را می‌توان نقطه تمایز و ویژگی اختصاصی مدیریت راهبردی اسلامی دانست.

در باب محیط غیرمادی اطراف انسان نیز که تنها مختص نگاه دینی است، باید اذعان کرد که حتی شناخت ناقص این محیط نیز برای انسان امری بعید و ناممکن است. آنچه در اینجا اهمیت دارد شناخت مجاری ارتباط و تأثیر عالم غیب بر انسان و پدیده‌های انسانی است. به اذعان قرآن، این ارتباط و تأثیر در غالب سنن الهی میسر می‌شود؛ از این رو، می‌توان با شناخت نسبی این سنن نحوه تأثیر محیط غیرمادی بر انسان و جامعه را ترسیم کرد:

جدول ۴. مجاری تأثیر محیط غیرمادی بر انسان از دیدگاه اسلام

محیط از دو بخش مادی و غیرمادی تشکیل شده است.	نصری، ۱۳۶۸: ص ۴۲۵
محیط غیرمادی به واسطه سنت‌های الهی در زندگی دنیایی انسان تأثیرگذار هستند.	نصری، ۱۳۶۸: ص ۴۲۵؛ الأنعام: ۵۹، الحجر: ۲۱، الأنفال: ۳۸، الفتح: ۲۳
خداوند وسایل پیشرفت و نیل به اهداف برای همه انسان‌ها را فراهم می‌آورد (سنت امداد الهی).	مصباح یزدی، ۱۳۶۸: ص ۴۳۶؛ هود: ۱۶ و ۱۵، الشوری: ۲۰، الإسراء: ۱۸-۲۰
خداوند با خوشی‌ها و ناخوشی‌ها هم فرد و هم جامعه را در معرض آزمایش قرار می‌دهد (سنت آزمایش الهی).	مصباح یزدی، ۱۳۶۸: ص ۴۳۰؛ البقره: ۱۵۵، آل عمران: ۱۴۰ و ۱۸۶، الشوری: ۲۷
حق هر اندازه مورد بی‌توجهی و بی‌اعتنایی قرار گیرد از بین نمی‌رود و پیروزی نهایی با حق است (سنت پایداری حق).	الأنفال: ۷ و ۸، الأنبياء: ۱۸، الإسراء: ۸۱
هر کس خدا را یاری کند، خدا نیز او را یاری می‌کند. خداوند اسباب غلبه بر دشمنان را برای مؤمنان فراهم می‌کند (سنت نصرت الهی).	محمد: ۷، الروم: ۴۷، غافر: ۵۱، الحج: ۳۸-۴۱، الفتح: ۲۶
اگر انسان‌ها ایمان آورده و تقوا پیشه کنند، خداوند درهای رحمت خود را بر آنان می‌گشاید (سنت برکات الهی).	الأعراف: ۹۶، إبراهيم: ۷، محمد: ۱۷، یونس: ۹، المائدة: ۶۶، نوح: ۱۰-۱۲
اگر افراد جامعه‌ای مرتکب معاصی شوند، مصائب عمومی و همگانی نصیب آنها خواهد شد (سنت درکات).	الشوری: ۳۰، الروم: ۴۱

الکھف: ۵۹، الأنبياء: ۱۱	اگر جوامع انسانی دچار ظلم و ستم شوند، آن جامعه قطعاً دچار سقوط می‌شود (سنت هلاکت).
فاطر: ۴۳	مکر و نیرنگ در نهایت گریبان انسان مکار را می‌گیرد (سنت مکر سئیه).
الأعراف: ۱۸۲-۱۸۳، قلم: ۴۴-۴۵، آل عمران: ۹۵، الأنعام: ۴۵، الأعراف: ۹۵	خداوند به تدریج درجه و مرتبه برخی از افراد را پائین می‌آورد تا جایی که به نهایت درجه بدبختی و هلاکت رسیده و دچار عذاب اخروی شوند (سنت إملا و استدراج).
نحل: ۶۱، فاطر: ۴۵	خداوند بر طبق برخی مصالح، در عقوبت اهل باطل تعجیل نمی‌کند بلکه آنان را مهلت و فرصت می‌دهد (سنت امهال).
مصبح یزدی، ۱۳۶۸: ص ۴۵۳؛ الفتح: ۲۳، الصف: ۱۴، المدثر: ۳۱	آنان که در جبهه باطل هستند، هیچ‌گاه توفیق پیروزی بر حق را نخواهند یافت (سنت شکست اهل باطل).
مصبح یزدی، ۱۳۶۸، ص ۴۵۴؛ الرعد: ۳۱، الأنعام: ۱۲۳-۱۲۴، الإسراء: ۱۶	خداوند متعال اهل باطل را به مصائب و شداید و مشکلاتی دچار می‌کند تا شاید آنان را تنبه و توبه‌ای حاصل آید (سنت ابتلای اهل باطل به مصائب).
الأنبياء: ۱۰۵، القصص: ۵، ش یخ صدوق، ۱۳۶۱: ج ۲، ص ۱۶	در مبارزه دائمی میان حق و باطل، در نهایت حق پیروز می‌شود و صالحان حاکمان زمین خواهند شد (سنت پایان تاریخ).

انسان‌شناسی

مکاتب مدیریت راهبردی انسان را موجودی تک‌ساختی و کاملاً مادی محسوب می‌کنند. در حالی که در نگاه اسلامی انسان دارای دو بعد مادی و روحانی است. با این حال نگاه مکاتب مدیریت راهبردی به ویژگی‌های همین انسان مادی نیز یکسان نیست. تعریف و جایگاه انسان در مکاتب مدیریت راهبردی را در جدول زیر می‌توان مشاهده کرد:

جدول ۵. تصویر انسان در مکاتب مدیریت راهبردی معاصر

Christensen et al, 1982	انسان دارای قدرت تعقل و برنامه‌ریزی آگاهانه با استفاده از اطلاعات موجود است.	مکتب طراحی، برنامه‌ریزی، موقعیت‌یابی
میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۱۲۶	انسان دارای حالات و فرایندهای ذهنی و روانی مثل شهود، تشخیص، تجربه و بینش، ویژگی‌های شخصیتی خاص و حتی باورهای نیمه‌آگاهانه است که در تصمیم‌گیری‌هایش مؤثر است.	مکتب کارآفرینی
Smircich & Stubbart, 1985: p 724-736	انسان از آن حیث که دارای ذهن و روان است، همواره میان ذهن و معارف ذهنی او و واقعیت‌های خارجی شکافی بزرگ وجود دارد.	مکتب شناختی
میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۱۷۲	هر انسانی دارای توانایی یادگیری و تصمیم‌گیری است. یادگیری اغلب فرایندی جمعی و پیش‌بینی‌ناپذیر است.	مکتب یادگیری
میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۳۴	انسان صاحب رویاها، آرزوها، حسادت‌ها، علایق و ترس‌ها است. هر انسانی دارای منافع است که در اغلب اوقات با منافع سایر افراد تقابل پیدا می‌کند.	مکتب قدرت
میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۶۶	انسان‌ها دارای فرهنگ و باورهای مشترک درباره جهان اطراف خود هستند.	مکتب فرهنگی
Mintzberg et al, 1998: p 288	انسان درمقابل نیروها و تغییرات محیطی، موجودی منفعل و غیرمختار است.	مکتب محیطی

در تفکر دینی انسان از دو بعد مادی و روحانی تشکیل شده است. در باب تشریح بعد مادی انسان می‌توان از انسان‌شناسی معاصر نیز کمک گرفت اما در باب بعد روحانی انسان باید به منابع دینی رجوع کرد. نقاط تمایز انسان‌شناسی اسلامی را می‌توان در قالب اصول زیر شرح داد:

جدول ۶. ویژگی‌های متمایز انسان در دیدگاه اسلامی

انسان از دو بعد مادی (بدن) و غیرمادی (نفس یا روح) تشکیل شده است.	طباطبایی، ۱۳۷۴: ج ۱۵، ص ۱۹؛ مؤننون: ۱۴، سجده: ۹؛ طیب، ۱۳۷۹: ص ۱۶
بعد غیرمادی انسان دارای اصالت است.	الزمر: ۴۲، النحل: ۷۰، آل عمران: ۱۶۹
ویژگی‌های روحانی و نفسانی انسان نیز در ارزشیابی انسان‌ها مؤثر است.	آقا پیروز و دیگران، ۱۳۸۴: ص ۱۴۳
انسان مسلمان قدرت ایمان و تقوا دارد.	النساء: ۱۴۱؛ مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۴۴، ص ۱۳۹؛ ج ۷۰، ص ۲۸۵
انسان مسلمان مطیع فرامین الهی است.	نهج البلاغه: حکمت ۱۰۶، نامه ۵۳
توانایی کنترل نفس و تمایلات نفسانی از ویژگی‌های انسان مسلمان است.	نهج البلاغه: نامه ۵۳
صلاحیت‌های اخلاقی جزء ارکان تعاملات انسانی است.	نهج البلاغه: نامه ۵۳
خصوصیت سعه صدر جهت نیل به اهداف لازم و ضروری است.	طه، ۲۵ و ۲۶؛ نهج البلاغه، حکمت ۱۷۶
ظرفیت و توانمندی‌های بالای روحی یک مزیت بارز انسانی محسوب می‌شود.	نهج البلاغه: نامه ۵۳
انسان مسلمان شهادت ایستادگی در برابر باطل را دارد.	نهج البلاغه: نامه ۵۳
انسان مسلمان در هر شرایطی از حق دفاع و تبعیت می‌کند.	نهج البلاغه: نامه ۵۳
لذات انسانی شامل لذات مادی و روحانی می‌شود.	فتحعلی، ۱۳۸۱: ص ۹۱
کمال و سعادت بشری نیز در گروی رشد و شکوفایی استعداد‌های مادی و روحانی انسان است.	مصباح یزدی، ۱۳۷۶: ج ۳-۱، ص ۴۳۱

روابط میان انسان‌ها براساس مسابقه جهت کسب خیرات بیشتر سامان می‌یابد.	بقره: ۱۴۸، مائده: ۴۸، مؤمنون: ۶۱-۵۳
فطرت انسان به حق و خیر گرایش دارد.	الروم: ۳۰، الشمس، ۸؛ نهج البلاغه: خطبه ۱
انسان مختار با انتخاب خویش در واقع در جهت یکی از سنت‌های الهی گام برمی‌دارد.	الإنسان: ۳، الإسراء: ۱۵، الکهف: ۷

معرفت‌شناسی

یکی از سؤالات جدی که پاسخ به آن نقش بسزایی در جهت‌گیری‌های علم مدیریت دارد، این است که «معرفت به جهان واقع تا چه اندازه با واقعیت خارجی مطابقت دارد؟» و اینکه «آیا معرفت انسان به جهان خارج تحت تأثیر تصورات و باورهای ذهنی فرد و زیست اجتماعی فاعل شناسا هم است یا نه؟». پاسخ به این سؤالات در علم مدیریت را نیز می‌توان در قالب یک دسته‌بندی کلی و عام به دو دسته تقسیم کرد: نظریه مدرنیسم و نظریه نمادگرایی و پست‌مدرنیسم. در قالب نظریه مدرنیسم، امکان فهم اشیا از راه مشاهده مستقل و بی‌واسطه فراهم است. روش مطالعه پدیده‌های انسانی و اجتماعی همانند پدیده‌های فیزیکی است. در این نظریه، معیارهای عام برای تعیین صدق و کذب گزاره‌ها وجود دارد. عقل‌گرایی در تفکر مدرن دارای ارزش بنیادین است.

در نظریه پست‌مدرنیسم و نمادگرایی، شناخت ما از موجودات دیگر با عبور از فیلتر ذهن فاعل شناسا صورت می‌گیرد؛ از این روی، معرفت ما به عالم خارج، به‌طور جدی تحت تأثیر باورهای شناختی، فرهنگی و اجتماعی انسان است. در این نظریه، یک معرفت خاص تنها برای فاعل شناسا و کسانی که با او و از موضع او، به‌طور مستقیم با موضوع مورد مشاهده درگیر هستند، حاصل می‌شود. صدق و کذب گزاره‌ها ناشی از بازتاب‌ها و تجربه‌های فردی است که در چهارچوب ساختار اجتماعی مشخص رشد یافته است (گابینی، ۱۳۸۲: ص ۷۵-۷۸؛ Hatch, 1997: p 51-47).

اما فیلسوفان مسلمان با تقسیم مفاهیم به دو دسته مفاهیم حقیقی (معقولات اولی) و مفاهیم اعتباری (معقولات ثانی) می‌کوشند مسیر جدیدی در معرفت‌شناسی باز کنند.

مفاهیم حقیقی دارای مصداق مستقل از ذهن انسان در خارج است. انسان از طریق تجرید صورت‌های محسوس و تعقل به این ادراکات دسترسی می‌یابد. معیار صدق و کذب در این گونه ادراکات، تطابق است. معرفت به این مفاهیم برای همه انسان‌ها مستقل از شرایط اجتماعی و فرهنگی‌شان به شکلی یکسان فراهم است. مفاهیم اعتباری فاقد مصداق حقیقی هستند هرچند منشأ انتزاعی دارند. این مفاهیم مستقل از فاعل شناسا در خارج محقق نیستند. خلق این مفاهیم به دست انسان در جهت پاسخ‌گویی به نیازهای حقیقی انسان صورت می‌گیرد. تازمانی که این امور اعتباری بتوانند نیازهای واقعی را تأمین کنند، پابرجا هستند، اما با ازدست‌دادن این کارایی، خودبه‌خود حذف می‌شوند. معرفت به این مفاهیم تابع ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی هر جامعه است. در این گونه ادراکات، ملاک صدق و کذب واقعی وجود ندارد بلکه ملاک در آنان، لغویت و عدم لغویت است (طباطبایی، ۱۳۷۴: ص ۴۳۵). مبانی معرفت‌شناسی اسلامی در قالب منابع و موانع شناخت در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۷. مبانی معرفت‌شناسی اسلامی

آموزه‌های وحیانی به اندیشه و جهان‌بینی ما جهت می‌دهد.	الأنعام: ۱۹ و ۱۰۶
سنت معصومین الگوی کاملی برای زندگی فردی و اجتماعی ما عرضه می‌دارد.	مطهری، ۱۳۶۸: ج ۳، ص ۲۳
تعقل منبع ارزشمندی جهت کسب معرفت است.	آل عمران: ۱۱۸، الأنفال: ۲۲
علوم تجربی جهت تحقق رفاه در زندگی دنیایی ارزشمند و مفید است.	مؤمنون: ۷۸، الإسراء: ۳۶
انسان‌های پاک‌سرشت با شهودات قلبی به برخی از حقایق دسترسی می‌یابند.	الحج: ۴۶
هوی و هوس‌های نفسانی لغزشگاه بزرگی بر سر راه شناخت حقایق است.	نصری، ۱۳۶۸: ص ۳۸، الانعام: ۱۱۹

تکبر و خودبینی مانعی بر سر فهم حقایق است.	لقمان: ۷، الأعراف: ۱۴۶
مجادله در برابر حق و حقیقت آفت شناخت انسان به‌شمار می‌رود.	الأنفال: ۶
آرزوهای دور و دراز و خیال‌پردازی‌های شاعرانه که هیچ پشتوانه عقلی ندارد، به شناخت انسانی صدمه وارد می‌کنند.	بقره: ۱۱۱
یکی از آفات شناخت، تقلید کورکورانه از افراد و اشخاص است.	بقره: ۱۷۰
اگر انسان از کنار واقعیات و حقایق به‌سادگی گذر کند پدیده‌ها و رویدادها را بدون تجزیه و تحلیل دقیق به حال خود رها کند، هیچ‌گاه به شناخت حقیقی دست نمی‌یابد.	یوسف: ۱۰۵
ظن و گمان مانعی بر سر فهم درست است.	الأنعام: ۱۱۶
گناه موجب می‌شود که دستگاه ادراکی انسان مختل شود و بدین وسیله انسان به شناخت حقیقی نائل نیاید.	الأعراف: ۱۰۰
عدم احاطه بر موضوع شناخت از جمله عواملی است که انسان را از شناخت صحیح باز می‌دارد.	یونس: ۳۹

راهبردشناسی

میتس برگ بیان می‌دارد که اصطلاح «راهبرد» به پنج معنا به کار رفته است. در هر کدام از مکاتب مدیریت راهبردی نیز معمولاً یکی از این معانی به‌عنوان پیش‌فرض پذیرفته شده است. در مکاتب تجویزی راهبرد به معنای طرح و نقشه یا موضع پذیرفته شده است در حالی که در مکاتب توصیفی راهبرد به معنای الگو، بینش یا صف‌آرایی مورد قبول قرار می‌گیرد. نگاه هر یک از مکاتب مدیریت راهبردی به تعریف و جایگاه «راهبرد» را می‌توان در جدول زیر مشاهده کرد:

جدول ۸. خصوصیات راهبرد در مکاتب مدیریت راهبردی معاصر

Christensen et al ,1982	فرایند تشکیل راهبرد کاملاً آگاهانه و کنترل شده است.	مکتب طراحی، برنامه ریزی، مکتب موقعیت یابی
Christensen et al , 1982 Steiner, 1969	راهبرد با ارزیابی فرصت ها و تهدیدهای محیطی و نقاط ضعف و قوت سازمانی تدوین می شود.	مکتب طراحی، برنامه ریزی
مینتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۶۲	راهبردها از دل فرایند پیچیده برنامه ریزی بیرون می آیند.	مکتب برنامه ریزی
Pennington, 1972: p 3	برنامه ریزان و تحلیل گران در تدوین راهبرد به مدیر کمک می کنند.	مکتب برنامه ریزی، مکتب موقعیت یابی
Christensen et al ,1982 Mintzberg, 1987: p 11-24	راهبرد به صورت طرح و نقشه ای برای آینده شکل می گیرد.	مکتب برنامه ریزی
Porter, 1985: p 12	راهبردها عبارت اند از تعداد محدودی موقعیت های کلی، مشترک و قابل شناسایی در فضای زیست.	مکتب موقعیت یابی
Collins & Moore, 1970	راهبرد در فرایندی نیمه آگاهانه که ریشه در تجربه و شهود مدیر دارد، به شکل دورنما در ذهن مدیر شکل می گیرد.	مکتب کارآفرینی
Harbison and Myers, 1959: p 40-41	مدیر تنها مسئول تدوین راهبرد است.	مکتب کارآفرینی
Smircich & Stubbart, 1985: p.724-736	تدوین راهبرد یک فرایند شناختی است که در ذهن استراتژیست شکل می گیرد.	مکتب شناختی
مینتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۰۷	محیط پیچیده و غیرقابل پیش بینی مانع از تدوین راهبرد به صورت کنترل شده می شود.	مکتب یادگیری

مکتب یادگیری	سازمان دارای استراتژیست‌های بالقوه متعددی است.	میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۰۷
مکتب یادگیری	راهبردها سازی باید به مرور زمان شکل یک فرایند یادگیری همگانی را به خود بگیرد که در آن فرایند تدوین و اجرای راهبرد غیرقابل تفکیک است.	Quinn, 1982: p 613-627
مکتب یادگیری	راهبردها به شکل الگو از دل زمان گذشته نشئت می‌گیرند.	Mintzberg, 1987: p 11-24
مکتب قدرت	راهبردها حاصل فرایند چانه‌زنی، متقاعدسازی، بازی‌های سیاسی و ائتلاف‌های موقتی است.	Mintzberg, 1989: p 238-240
مکتب قدرت	راهبردها به شکل پیش‌بینی نشده و در قالب صف‌آرایی یا موقعیت ظهور می‌یابند.	Mintzberg, 1987: p 11-24
مکتب قدرت	اختلافات پایداری در میان افراد و گروه‌ها از حیث ارزش‌ها، منافع و ادراک واقعیت وجود دارد.	Bolman & Deal, 1997: p 163
مکتب قدرت	سیاست در یک نظام قدرت به شکل داروینی عمل می‌کند.	میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۴۴
مکتب فرهنگی	راهبرد در یک فرایند تعامل اجتماعی بر پایه عقاید و برداشتهای مشترک اعضای سازمان شکل می‌گیرد.	میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۶۸
مکتب فرهنگی	راهبردها سنجیده و پیش‌بینی‌پذیر هستند.	میتس برگ، ۱۳۸۴: ص ۲۶۸
مکتب فرهنگی	راهبردها به صورت دورنما و دیدگاهی به جهان شکل می‌گیرند.	Mintzberg, 1987: p 11-24
مکتب محیطی	مدیریت نقشی منفعلانه دارد که وظیفه‌اش مطالعه شرایط محیطی و ایجاد سازگاری و انطباق میان محیط و سازمان است.	Mintzberg et al, 1998: p 288

اصول حاکم بر جهان بینی اقتصادی

علم مدیریت معاصر مبتنی بر مجموعه‌ای از پیش فرض‌های اقتصادی شکل گرفته است. بخشی از این پیش فرض‌ها را می‌توان در جدول زیر مشاهده کرد:

جدول ۹. اصول اقتصادی حاکم بر مدیریت راهبردی معاصر

Carver & Scheir, 1992: p 99-98 Murrage, 1938	نیازهای روانی و زیستی انسان انگیزه اعمال انسان است.	نیازهای انسانی
Steiner & Goldner, 1952: P 1 Fabricant, 1969: P 8 Kendrick, 1956: P 1 ابطحی و دیگران، ۱۳۷۵: ص ۴-۶	کسب بیشترین ثروت ممکن با کمترین هزینه در فعالیتهای اقتصادی مطلوب است.	بهره‌وری
ابطحی و دیگران، ۱۳۷۵: ص ۲۸	خوشبختی و سعادت ارتباطی مستقیم با میزان مصرف کالاها و خدمات دارد.	
ساگدن، ۱۳۷۲: ص ۱۱۵-۱۱۶	هر اقدامی که منافع مادی اش بیش از هزینه‌های احتمالی اش باشد، مطلوب است.	اصل هزینه‌فایده
ساگدن و دیگران، ۱۳۷۲: ص ۱۱۶	منافع و هزینه‌های یک عمل را می‌توان با «تمایل به پرداخت پولی» مدافعان و مخالفان آن عمل اندازه‌گیری کرد.	
رنانی، ۱۳۷۶: ص ۸۵	رقابت افراد بر سر جلب منافع شخصی در نهایت سعادت جامعه را تأمین می‌کند.	رقابت
قدیری، ۱۳۶۸: ص ۱۳۹	حذف نیروهای ضعیف از جامعه و جایگزینی قدرتمندان امری طبیعی است.	

توسعه همه‌جانبه	ارتقای سطح زندگی مادی و رفاه اجتماعی و آزادی‌های سیاسی تضمین‌کننده سعادتمندی جامعه است.	گولت، ۱۳۷۰: ص ۷۷؛ تودارو، ۱۳۶۶: ص ۲۳ میر، ۱۳۷۸: ص ۳۵
	انسان هدف و وسیله توسعه یک جامعه است.	جهانیان، ۱۳۸۲: ص ۱۹-۲۰
نظارت و سنجش عملکرد	سنجش عملکرد تنها با کمی‌سازی اعمال و رفتارها امکان‌پذیر است.	Neely et al, 2002
	ارزیابی مدیران، همکاران، زیردستان و خود شخص در مجموع بهترین شیوه ارزیابی عملکرد است.	فانی و دیگران، ۱۳۸۲: ص ۳۲-۲۶

پیش‌فرض‌های اقتصادی حاکم بر علم مدیریت معاصر در تفکر دینی نیازمند بازنگری است. در جدول زیر اصول و مبانی اسلامی متناظر با پیش‌فرض‌های ذکر شده قابل مشاهده است:

جدول ۱۰. اصول اقتصادی حاکم بر جهان‌بینی اسلامی

نیازهای انسانی	نیازهایی روحانی همانند نیاز به پرستش و ایمنی‌جویی معنوی در انسان وجود دارد.	شجاعی، ۱۳۸۶؛ الأنعام: ۴۲، العنکبوت: ۶۵؛ شیخ صدوق، ۱۳۶۱: ص ۲۳۱؛ مطهری، ۱۳۶۸: ص ۵۹؛ کلینی، ۱۴۱۳ق: ج ۸، ص ۱۲۹
	انگیزه‌های رفتار انسان از ترکیب انگیزه‌های مادی و روحانی فراهم می‌شود.	آقا پیروز و دیگران، ۱۳۸۴: ص ۱۵۳-۱۵۶

<p>الأعراف: ۹۶، نوح: ۱۲-۱۰، إبراهيم: ۷، البقره: ۲۶۱؛ مكارم شیرازی، ۱۳۶۲: ج ۲۵، ص ۶۹؛ علامه مجلسی، ۱۴۰۳ق: ج ۱۰۰، ص ۲۱؛ حر عاملی، ۱۴۱۲ق: ج ۱۵، ص ۳۴۷؛ کلینی، ۱۴۱۳ق: ج ۲، ص ۹۴</p>	<p>استغفار از گناهان، شکر نعمت‌ها و انفاق سبب افزایش برکت در زندگی می‌شود.</p>	<p>زندگی با برکت</p>
<p>تکاثر: ۸، مؤمنون: ۳؛ کلینی، ۱۴۱۳: ج ۲، ص ۱۳۵</p>	<p>انسان مکلف بر استفاده درست و بهینه از مواهب مادی و معنوی عالم است.</p>	
<p>حر عاملی، ۱۴۱۲ق: ج ۱۲، ص ۲۸۴؛ معصومی‌نیا، ۱۳۸۳: ص ۷۱</p>	<p>انسان در چهارچوب انجام واجبات و ترک محرمات مجاز به تعقیب منافع شخصی خود است.</p>	<p>مبانی تصمیم‌گیری دینی</p>
<p>معصومی‌نیا، ۱۳۸۳: ص ۷۳-۷۱؛ هود: ۶۱</p>	<p>کسب رضایت الهی مهم‌ترین شاخص تصمیم‌گیری‌های انسان مؤمن است.</p>	
<p>مائده: ۲ و ۴۸؛ مؤمنون: ۶۱-۵۳؛ میرمعزی، ۱۳۸۸: ص ۱۱-۱۲</p>	<p>انسان در کسب خیرات گاه نیازمند تعاون و گاه نیازمند مسابقه است.</p>	
<p>کلینی، ۱۴۱۳: ۲، ص ۱۴۴، ح ۳؛ آمدی تهیمی، ۱۳۷۳: ص ۳۹۴، ح ۹۱۰۳؛ مجلسی، ۱۴۰۳: ص ۷۲، ۵۵؛ طباطبایی، ۱۳۷۴: ص ۲۰، ۴۸۹؛ میرمعزی، ۱۳۸۸: ص ۲۱-۱۸</p>	<p>مسابقه میان انسان‌ها باید همراه با انصاف، رفق و مدارا و احسان با مردم باشد.</p>	<p>مسابقه و تعاون در خیرات</p>
<p>خمینی، ۱۳۷۹: ج ۳، ص ۵۳-۵۴، ج ۵، ۲۴۱؛ صادقی گرمارودی، ۱۳۷۶: ص ۱۲۲</p>	<p>هدف از پیشرفت، رشد و تقویت جنبه‌های مادی و روحانی زندگی انسان و تأمین رفاه دنیوی و اخروی انسان است.</p>	<p>پیشرفت</p>

مطهری، ۱۳۶۷: ص ۳۲۶؛ مصباح یزدی، ۱۳۷۶: ص ۷۶	در ارزیابی عملکرد هم حسن فعلی و هم حسن فاعلی مورد توجه قرار می‌گیرد.	نظارت و سنجش عملکرد
الحشر: ۱۸؛ مجلسی: ۱۴۰۳ق: جلد ۶۷، ص ۷۳؛ محمدی ری شهری، ۱۳۶۲: ج ۱، ص ۶۱۹؛ نوری، ۱۳۶۶: ج ۱۲، ص ۱۵۴	باور به وجود نظارت الهی مهم‌ترین عامل خودکنترلی در انسان است.	

روش تحقیق

تحقیق حاضر از حیث جهت‌گیری، پژوهشی بنیادی و از حیث غایت، اکتشافی محسوب می‌شود. این تحقیق سعی در کشف اصول و مبانی فلسفی مدیریت راهبردی اسلامی دارد. از نظر شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز عمدتاً توصیفی و از نوع تحلیلی محسوب می‌شود. این تحقیق در سه مرحله صورت گرفته است:

مرحله اول- گردآوری مبانی نظری تحقیق: در این مرحله با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی سعی شد که اطلاعات لازم در باب مدیریت راهبردی معاصر و آن دسته از مبانی نظری دین اسلام که در مباحث مدیریت قابل استفاده است، جمع‌آوری شود. خروجی این مرحله استخراج اصول و مبانی فلسفی است که می‌تواند در تدوین پرسش‌نامه استفاده شود.

مرحله دوم- تدوین و تکمیل پرسش‌نامه: با توجه به اطلاعات گردآوری شده در مرحله اول، پرسش‌نامه‌ای با ۱۲۴ سؤال تدوین شد. سؤالات پرسش‌نامه در پنج بخش هستی‌شناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی، راهبردشناسی و اصول حاکم بر جهان‌بینی اقتصادی ارائه شده است. در هر بخش نیز قسمتی از پرسش‌ها از جهان‌بینی حاکم بر مدیریت راهبردی معاصر و قسمتی دیگر از مبانی نظری دین اسلام استخراج شد.

درواقع، در تدوین پرسش‌نامه این پیش‌فرض ملاحظه شده است که احتمالاً برخی از جنبه‌های مدیریت راهبردی معاصر را می‌توان در مدیریت راهبردی اسلامی به‌کار گرفت؛

از این رو، مؤلفه‌ها و اصول مدیریت راهبردی معاصر نیز بخشی از پرسش‌نامه مذکور را تشکیل می‌دهند.

در پرسش‌نامه نیز ابتدا از پاسخ‌دهندگان درباره اینکه «آیا موارد پیشنهادی جزء اصول مدیریت راهبردی اسلامی است؟» با استفاده از آزمون دوجمله‌ای نظرخواهی می‌شود. سپس براساس طیف لیکرت میزان و شدت اهمیت هر کدام از اصول سنجیده می‌شود. جامعه آماری خبرگان و متخصصان علوم اسلامی و مدیریت هستند. سعی شده است که پرسش‌نامه در میان اشخاصی پخش شود که آشنایی کافی با علم مدیریت معاصر و علوم اسلامی داشته باشند. بیش از ۱۰۰ پرسش‌نامه در میان افراد واجد شرایط توزیع شد که از این میان، داده‌های به‌دست آمده از ۸۰ پرسش‌نامه قابل استفاده هستند. حجم نمونه پژوهش ۸۰ نفر از اساتید، دانشجویان و پژوهشگران دانشگاه‌های تهران، تربیت مدرس، علامه طباطبایی، شهید بهشتی، امام حسین، امام صادق، علوم و تحقیقات تهران و حوزه‌های علمیه تهران و قم است.

مرحله سوم- تجزیه و تحلیل داده‌ها: پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها جهت ارزیابی داده‌های جمع‌آوری شده، ابتدا میانگین پاسخ‌های داده‌شده به هر سؤال محاسبه شده است. سپس میانگین پاسخ‌های داده‌شده به سؤالات هر بخش محاسبه شده است. مؤلفه‌هایی که اهمیت بالاتری از میانگین هر بخش داشتند، به‌عنوان اصول مهم شناسایی شده‌اند. سپس با استفاده از تحلیل عاملی، عوامل زیربنایی استخراج شده‌اند.

آزمون تحلیل عاملی، روشی ریاضی برای تقلیل داده‌ها است. در تحلیل عاملی باید به دنبال عامل بزرگ‌تر و زیربنایی‌تری بین رابطه دو متغیر باشیم تا چند متغیر در زیر چتر یک عامل قرار گیرد؛ به عبارت دیگر، می‌توان بیان کرد که تحلیل عاملی برای خلاصه کردن یا ساده کردن ماتریس‌های همبستگی به کار برده می‌شود تا بتوان آنها را برحسب چند عامل زیربنایی توضیح داد و تبیین کرد (هومن، ۱۳۸۰: ص ۳۷۲).

تجزیه و تحلیل داده‌ها

جمعیت پاسخ‌دهندگان از نظر میزان تحصیلات دارای ترکیب زیر است:

۲۵ درصد دکتری، ۳۰ درصد دانشجویان دکتری، ۵/۲۶ درصد تحصیلات حوزوی و ۵/۱۸ درصد کارشناسی ارشد. همچنین، جمعیت مذکور از نظر رشته تحصیلی دارای ترکیب زیر است:

۴۵ درصد مدیریت دولتی، ۱۹ درصد مدیریت راهبردی، ۲۶ درصد علوم حوزوی و ۱۰ درصد مدیریت منابع انسانی.

ابتدا با استفاده از آزمون دو جمله‌ای مؤلفه‌هایی که بیش از ۵۰ درصد پاسخ‌دهندگان رأی به حذف آنها داده‌اند را حذف کردیم. در ادامه با محاسبه میانگین شدت اهمیت هر مؤلفه و سپس میانگین پاسخ‌های هر بخش، مؤلفه‌هایی که شدت اهمیت آنها بالاتر از میانگین آن بخش است، به‌عنوان مؤلفه مهم شناسایی کرده‌ایم.

جدول ۱۱. خلاصه اطلاعات حاصل از پرسش‌نامه‌ها

بخش پرسش‌نامه	تعداد مؤلفه‌ها	تعداد مؤلفه‌های حذف‌شده در آزمون دو جمله‌ای	تعداد مهم‌ترین مؤلفه‌ها
هستی‌شناسی	۴۰	۷	۱۷
انسان‌شناسی	۲۷	۵	۱۰
معرفت‌شناسی	۱۴	-	۸
راهبردشناسی	۲۲	۶	۸
اصول حاکم بر جهان‌بینی اقتصادی	۲۲	۲	۱۲

در ادامه با تحلیل عاملی می‌کوشیم عوامل زیربنایی و مشاهده‌ناپذیری که بر مهم‌ترین مؤلفه‌های تعیین‌شده حاکم هستند را کشف کنیم. قبل از انجام تحلیل عاملی باید مشخص کرد که آیا داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا نه؟ پاسخ به این سؤال از طریق آزمون کیزر-مایر^۱ و آزمون کرویت بارتلت^۲ داده خواهد شد.

1. Kaiser- Meyer- Olkin
2. Bartlett 's test of sphericity

آزمون کیزر مایر شاخصی مناسب برای کفایت نمونه برداری است؛ به سخن دیگر، براساس این آزمون هم می توان میزان تعلق متغیرها به یکدیگر (علیت عاملی) و در نتیجه مناسب بودن آنها را برای تحلیل عاملی تشخیص داد و هم مناسب بودن هر متغیر را به تنهایی مشخص کرد. چنانچه مقدار این آماره بیش از ۰.۷ بود همبستگی های موجود برای تحلیل عامل بسیار مناسب هستند. اگر بین ۰.۵ تا ۰.۶۹ باشد، باید دقت زیادی به خرج داد و مقادیر کمتر از ۰.۵ بدان معنا است که تحلیل عامل برای آن مجموعه از متغیرها مناسب نیست. آزمون بارتلت نیز برای ارزشیابی وضعیت ماتریس همبستگی بین متغیرها انجام می گیرد که در صورت معناداری، بیانگر حداقل شرایط لازم برای اجرای تحلیل عاملی هستند (غیاثوند، ۱۳۸۷: ص ۲۳۰-۲۲۸). جدول زیر نتایج آزمون کیزر مایر و بارتلت را برای بخش راهبردشناسی نشان می دهد:

جدول ۱۲. آزمون کیزر مایر و بارتلت (بخش راهبردشناسی)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.704
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	319.754
	df	28
	Sig.	.000

مطابق جدول بالا مقدار آماره آزمون کیزر مایر بالای ۰.۷ و سطح معناداری در آزمون بارتلت کمتر از ۰.۰۵ یعنی (۰.۰۰۰) است؛ بنابراین، ماتریس همبستگی واحد نیست و متغیرها با هم رابطه دارند و برای کشف متغیرهای زیربنایی مناسب هستند. در جدول بعدی مقدار کل واریانس تبیین شده متغیرها آمده است. این جدول آن دسته از عواملی را نشان می دهد که به عنوان متغیرهای پنهان ارزش استخراج دارند و بتوانند لااقل به اندازه یک متغیر آشکار تغییرات را پیش بینی کنند.

جدول ۱۳. مقدار کل واریانس تبیین شده متغیرها (بخش راهبردشناسی)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.385	42.307	42.307	3.385	42.307	42.307	3.228	40.353	40.353
2	1.657	20.712	63.019	1.657	20.712	63.019	1.603	20.033	60.386
3	1.354	16.925	79.944	1.354	16.925	79.944	1.565	19.558	79.944
4	.525	6.569	86.513						
5	.423	5.285	91.797						
6	.279	3.493	95.290						
7	.258	3.219	98.509						
8	.119	1.491	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

طبق جدول بالا، فقط سه عامل مقادیر ویژه قابل قبولی (بالتر از ۱) را دارند و این عامل‌ها در مجموع ۷۹.۹۴ درصد واریانس کل متغیرها را تبیین می‌کنند. عامل اول به تنهایی تقریباً ۴۰.۳ درصد و عامل دوم تقریباً ۲۰ درصد و عامل سوم تقریباً ۱۹.۵ درصد از کل واریانس متغیرها را تبیین می‌کنند که این سه عامل در تحلیل عاملی قابل قبول هستند؛

بنابراین، سه خوشه در متغیرهای بخش راهبردشناسی شناسایی شده‌اند. در جدول زیر بارهای عاملی هر یک از متغیرها بعد از چرخش ماتریس مؤلفه‌ها نشان داده شده است. بارهای عاملی ضرایب همبستگی متغیرها و عوامل هستند. تفسیر بارهای عاملی بدون چرخش ساده نیست؛ بنابراین، عامل‌ها را می‌چرخانیم تا قابلیت تفسیر آنها افزایش یابد. روش‌های متفاوتی برای چرخش ماتریس وجود دارد. در اینجا از روش واریماکس که یکی از متداول‌ترین روش‌های چرخش ماتریس است، استفاده شده است. با توجه به جدول زیر متغیرهایی که دارای بار عاملی بالاتر از ۰.۵ باشد به عنوان متغیرهای تأثیرگذار در آن عامل شناخته می‌شوند.

جدول ۱۴. ماتریس بارهای عاملی بعد از چرخش (بخش راهبردشناسی)

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
فرایند تشکیل راهبرد کاملاً آگاهانه و کنترل شده است.	.934	.116	-.009
راهبرد با ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و نقاط ضعف و قوت سازمانی تدوین می‌شود.	.864	.109	-.041
راهبرد به صورت طرح و نقشه‌ای برای آینده شکل می‌گیرد.	.898	.074	.046
راهبردها به شکل الگو از دل زمان گذشته نشئت می‌گیرند.	.131	.854	-.269
راهبرد در یک فرایند تعامل اجتماعی بر پایه عقاید و برداشت‌های مشترک اعضای سازمان شکل می‌گیرد.	-.064	.013	.863
راهبردها سنجیده و پیش‌بینی‌پذیر هستند.	.086	.912	.129
راهبردها به صورت دورنما و دیدگاهی به جهان شکل می‌گیرند.	.018	-.102	.848
راهبردهای الهی هم به رفاه و آسایش مادی و هم تکامل روحانی انسان اهتمام دارند.	.880	.038	-.085

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

نتایج تحلیل عاملی برای تمام بخش‌های پرسش‌نامه در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۱۵. نتایج نهایی حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها

مفهوم	عامل اصلی	اصول	
سازمان	قوت و ضعف سازمانی	هر سازمانی دارای نقاط ضعف و قوت مشخصی است.	
	روابط انسانی	روابط میان افراد در سازمان توحیدی براساس خیرخواهی متقابل تنظیم می‌شود. در انتخاب افراد برای مسئولیت‌های کلیدی هم حسن فعلی و هم حسن فاعلی باید مدنظر قرار گیرد.	
	انسجام سازمانی	افراد یک سازمان بر پایه فرهنگ مشترک یک واحد منسجم را تشکیل می‌دهند. در سازمان توحیدی، همه افراد دارای اهداف و غایات مشترک هستند. اعضای سازمان همچون یک پیکره واحد هماهنگ با یکدیگر عمل می‌کنند.	
هستی‌شناسی	اصول بنیادین	محیط مجموعه‌ای از تهدیدها و فرصت‌های ملموس اطراف ما است. محیط سرشار از فرصت‌های ملموسی است که سازمان در پی شکار آنها است. محیط غیرمادی به‌واسطه سنت‌های الهی در زندگی دنیایی انسان تأثیرگذار هستند. خداوند وسایل پیشرفت و نیل به اهداف برای همه انسان‌ها را فراهم می‌آورد (سنت امداد الهی). خداوند با خوشی‌ها و ناخوشی‌ها هم فرد و هم جامعه را در معرض آزمایش قرار می‌دهد (سنت آزمایش الهی).	
		محیط	حق هر اندازه مورد بی‌توجهی و بی‌اعتنایی قرار گیرد از بین نمی‌رود و پیروزی نهایی با حق است (سنت پایداری حق). هر کس خدا را یاری کند، خدا نیز او را یاری می‌کند. خداوند اسباب غلبه بر دشمنان را برای مؤمنان فراهم می‌کند (سنت نصرت الهی). اگر انسان‌ها ایمان آورده و تقوا پیشه کنند، خداوند درهای رحمت خود را بر آنان می‌گشاید (سنت برکات الهی). در مبارزه دائمی میان حق و باطل، حق در نهایت پیروز می‌شود و صالحان حاکمان زمین خواهند شد (سنت پایان تاریخ).
		محیط	اگر افراد جامعه‌ای مرتکب معاصی شوند، مصائب عمومی و همگانی نصیب آنها خواهد شد (سنت درکات). آنان که در جبهه باطل هستند، هیچ‌گاه توفیق پیروزی بر حق را نخواهند یافت (سنت شکست اهل باطل).
		محیط	
		محیط	
		محیط	

اصول	عامل اصلی	مفهوم
<p>انسان دارای قدرت تعقل و برنامه‌ریزی آگاهانه با استفاده از اطلاعات موجود است.</p> <p>انسان مسلمان قدرت ایمان و تقوا دارد.</p> <p>انسان مسلمان مطیع فرامین الهی است.</p> <p>انسان مسلمان در هر شرایطی از حق دفاع و تبعیت می‌کند.</p>	ویژگی‌های بنیادین	انسان‌شناسی
<p>ویژگی‌های روحانی و نفسانی انسان نیز در ارزشیابی انسان‌ها مؤثر است.</p> <p>کمال و سعادت بشری نیز در گروهی رشد و شکوفایی استعدادهاى مادی و روحانی انسان است.</p> <p>انسان مختار با انتخاب خویش در واقع در جهت یکی از سنت‌های الهی گام برمی‌دارد.</p>	مبانی رفتاری	
<p>انسان‌ها دارای فرهنگ و باورهای مشترک درباره جهان اطراف خود هستند.</p> <p>صلاحیت‌های اخلاقی جزء ارکان تعاملات انسانی است.</p> <p>روابط میان انسان‌ها براساس مسابقه جهت کسب خیرات بیشتر سامان می‌یابد.</p>	ویژگی‌های اجتماعی	
<p>آموزه‌های وحیانی به اندیشه و جهان‌بینی ما جهت می‌دهد.</p> <p>سنت معصومین الگوی کاملی برای زندگی فردی و اجتماعی ما عرضه می‌دارد.</p> <p>تعقل منبع ارزشمندی جهت کسب معرفت است.</p>	منابع شناخت	
<p>هوی و هوس‌های نفسانی لغزشگاه بزرگی بر سر راه شناخت حقایق است.</p> <p>تکبر و خودبینی مانعی بر سر فهم حقایق است.</p> <p>آرزوهای دور و دراز و خیال‌پردازی‌های شاعرانه که هیچ پشتوانه عقلی ندارد، به شناخت انسانی صدمه وارد می‌کنند.</p>	موانع رفتاری شناخت	
<p>مجادله در برابر حق و حقیقت آفت شناخت انسان به‌شمار می‌رود.</p> <p>گناه موجب می‌شود که دستگاه ادراکی انسان مختل شود و به این وسیله، انسان به شناخت حقیقی نائل نیاید.</p>	موانع نفسانی شناخت	

اصول	عامل اصلی	مفهوم
فرایند تشکیل راهبرد کاملاً آگاهانه و کنترل‌شده است.	تدوین راهبرد	راهبردشناسی
راهبرد با ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و نقاط ضعف و قوت سازمانی تدوین می‌شود.		
راهبرد به صورت طرح و نقشه‌ای برای آینده شکل می‌گیرد.		
راهبردهای الهی هم به رفاه و آسایش مادی و هم تکامل روحانی انسان اهتمام دارند.		
راهبردها به شکل الگو از دل زمان گذشته نشئت می‌گیرند.	الگوی راهبردی	
راهبردها سنجیده و پیش‌بینی‌پذیر هستند.	دیدگاه راهبردی	
راهبرد در یک فرایند تعامل اجتماعی بر پایه عقاید و برداشت‌های مشترک اعضای سازمان شکل می‌گیرد.		
راهبردها به صورت دورنما و دیدگاهی به جهان شکل می‌گیرند.		
نیازهای روانی و زیستی انسان انگیزه اعمال انسان است.	نیازهای انسانی	اصول حاکم بر جهان‌بینی اقتصادی
نیازهای روحانی همانند نیاز به پرستش و ایمنی‌جویی معنوی در انسان وجود دارد.		
کسب بیشترین ثروت ممکن با کمترین هزینه در فعالیتهای اقتصادی مطلوب است.	اصول بنیادین اقتصادی	
هر اقدامی که منافع مادی‌اش بیش از هزینه‌های احتمالی‌اش باشد، مطلوب است.		
انسان مکلف بر استفاده درست و بهینه از مواهب مادی و معنوی عالم است.		
انسان در چهارچوب انجام واجبات و ترک محرمات مجاز به تعقیب منافع شخصی خود است.		
مسابقه میان انسان‌ها باید همراه با انصاف، رفق و مدارا و احسان با مردم باشد.		
سنجش عملکرد تنها با کمی‌سازی اعمال و رفتارها امکان‌پذیر است.		
ارزیابی مدیران، همکاران، زیردستان و خود شخص در مجموع بهترین شیوه ارزیابی عملکرد است.		
باور به وجود نظارت الهی مهم‌ترین عامل خودکنترلی در انسان است.	مبانی زندگی دینی	
کسب رضایت الهی مهم‌ترین شاخص تصمیم‌گیری‌های انسان مؤمن است.		
هدف از پیشرفت، رشد و تقویت جنبه‌های مادی و روحانی زندگی انسان و تأمین رفاه دنیوی و اخروی انسان است.		

نتیجه‌گیری

مبانی فلسفی و اصول بنیادین مدیریت راهبردی اسلامی در واقع ترکیبی از ویژگی‌های انتخاب‌شده از مکاتب مدیریت راهبردی معاصر و ویژگی‌های منحصربه‌فردی است که از جهان‌بینی خاص دینی استنتاج شده‌اند. در میان مکاتب مدیریت راهبردی، مکتب برنامه‌ریزی، کارآفرینی و فرهنگی بیش از سایر مکاتب در مدیریت راهبردی اسلامی مورد توجه قرار می‌گیرند و مکاتب قدرت و محیطی کمترین قرابت و نزدیکی را با مدیریت راهبردی اسلامی دارند.

راهبرد در سازمان اسلامی تحت‌تأثیر آموزه‌های وحیانی و ایدئولوژی دینی در قالب یک بینش و دیدگاه ظهور می‌یابد. این بینش و دیدگاه با یک الگو که از حوادث تاریخی و سنت پیامبر و ائمه معصومین شکل گرفته است، پشتیبانی و تکمیل می‌شود. در نهایت نیز ایدئولوژی دینی به همراهی الگوی برآمده از حوادث تاریخی می‌تواند طرح و نقشه‌ای برای حرکات و تصمیمات آینده ارائه دهند. تبدیل بینش و دیدگاه به طرح و نقشه تنها با محاسبه امکانات موجود سازمان اسلامی و ارزیابی درست از عوامل محیطی امکان‌پذیر است؛ از این رو، مدیر راهبردی اسلامی با ارزیابی فرصت و تهدیدهای محیط مادی و غیرمادی و سنجش نقاط قوت و ضعف مادی و غیرمادی سازمان می‌کوشد در راستای بینش و دیدگاه اسلامی، طرح و نقشه‌ای برای فعالیت‌های آتی سازمان تدوین کند.

کتاب‌نامه

قرآن کریم.

۱. نهج البلاغه. مترجم جعفر شهیدی. ۱۳۷۸. تهران. نشر علمی و فرهنگی.
۲. امام خمینی. ۱۳۷۹. صحیفه امام. ج ۲۲. تهران. مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۳. امام خامنه‌ای. سایت khamenei.ir. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی سید علی خامنه‌ای. مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی.
۴. آقا پیروز، علی، ابوطالب خدمتی، عباس شفیعی، سید محمود بهشتی نژاد و رضا حسینی فر. ۱۳۸۴. مدیریت در اسلام. زیر نظر سید مهدی الوانی. قم. پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
۵. آمدی تهیمی، محمد. ۱۳۷۳ ش. غررالحکم و دررالکلم. شرح محمد خوانساری. تهران. مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. چاپ پنجم.
۶. ابطحی، حسن و بابک کاظمی. ۱۳۷۵. بهره‌وری. تهران. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۷. بخاری، محمد بن اسماعیل. ۱۳۱۵ق. صحیح البخاری. استانبول. دارالطباعة العامره.
۸. تقوی دامغانی، رضا. ۱۳۶۹. نگرش بر مدیریت اسلامی. تهران. مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۹. تودارو، مایکل. ۱۳۶۶. توسعه اقتصادی در جهان سوم. ترجمه دکتر غلامعلی فرجادی و حمید سرابی، تهران. وزارت برنامه و بودجه.
۱۰. جهانیان، ناصر. ۱۳۸۲. چالش فقر و غنا در کشورهای پیشرفته سرمایه‌داری. تهران. پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۱۱. _____ ۱۳۸۲. اهداف توسعه با نگرش سیستمی. تهران. سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه.
۱۲. حرّ عاملی، محمد بن حسن. ۱۴۱۲ق. وسایل الشیعه (۳۰ جلدی). بیروت. مؤسسه آل‌البیت لاحیاء التراث.
۱۳. رنانی، محسن. ۱۳۷۶. بازار یا نابازار. تهران. سازمان برنامه و بودجه. چاپ اول.
۱۴. ساگدن، روبرت و آلن ویلیامز. ۱۳۷۲. مبانی تحلیل هزینه - فایده عملی. ترجمه منصور خلیلی عراقی. تهران. مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۱۵. شجاعی، محمدصادق. ۱۳۸۶. «نظریه نیازهای معنوی از دیدگاه اسلام و تناظر آن با سلسله نیازهای

- مازلو». دوفصلنامه مطالعات اسلام و روان شناسی. سال اول. شماره اول.
۱۶. شیخ صدوق. ۱۳۶۱. کمال الدین و تمام النعمه. قم. انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین قم.
۱۷. صادقی گرمارودی، احمد. ۱۳۷۶. «مفهوم توسعه در قرآن و سنت». مجموعه مقالات اولین همایش اسلام و توسعه. تهران. نشر دانشگاه شهید بهشتی.
۱۸. طباطبایی، سیدمحمدحسین. ۱۳۷۴ش. تفسیر المیزان. ترجمه محمدباقر موسوی همدانی. قم. جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۱۹. طیب، مهدی. ۱۳۷۹. مدیریت اسلامی. تهران. نشر سفینه.
۲۰. علی احمدی، علیرضا. ۱۳۸۴. نگرش جامع بر مدیریت راهبردی. تهران. تولید دانش. چاپ دوم.
۲۱. غیاثوند، احمد. ۱۳۸۷. کاربرد آمار و نرم افزار SPSS در تحلیل داده‌ها. تهران. لویه.
۲۲. فانی، علی اصغر و طیبه عباسی. ۱۳۸۲. «بازخورد ۳۶۰ درجه». نشریه تدبیر. شماره ۱۳۷.
۲۳. فتحعلی، محمود. ۱۳۸۱. درآمدی بر مبانی اندیشه اسلامی. قم. مرکز انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
۲۴. قدیری اصل، باقر. ۱۳۶۸. سیر اندیشه‌های اقتصادی. تهران. انتشارات دانشگاه تهران.
۲۵. قوامی، صمصام الدین. ۱۳۸۳. مدیریت از منظر کتاب و سنت. قم. دبیرخانه مجلس خبرگان رهبری.
۲۶. کلینی، محمد بن یعقوب. ۱۴۱۳ق. اصول کافی. بیروت. دارالاضواء. چاپ اول.
۲۷. کوین، جیمز براین، هنری میتس برگ و رابرت ام. جیمز. ۱۳۷۳. مدیریت راهبردی «فرایند استراتژی». مترجم: محمد صائبی. تهران. مرکز آموزش مدیریت دولتی. چاپ اول.
۲۸. گایینی، ابوالفضل. ۱۳۸۲. پیش فرض‌های معرفت‌شناسی در مدیریت اسلامی. حوزه و دانشگاه. سال نهم. شماره ۳۷.
۲۹. گولت، دنیس. ۱۳۷۰. «توسعه، آفریننده و مضرر ارزش‌ها». مجله برنامه و توسعه. شماره ۱۰.
۳۰. مجلسی، محمدباقر. ۱۴۰۳ق. بحارالانوار. بیروت. مؤسسه الوفاء. چاپ دوم.
۳۱. محمدی ری شهری، محمد. ۱۳۶۲. میزان الحکمه. قم. الحوزة العلمیه. قم. مکتب الاعلام الاسلامی سلامی.
۳۲. مصباح یزدی، محمدتقی. ۱۳۶۸. جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن. قم. مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۳۳. _____ ۱۳۷۶. معارف قرآن. ج ۴، راه‌شناسی. قم. مؤسسه آموزش و پژوهشی امام

خمینی.

۳۴. مطهری، مرتضی. ۱۳۶۷ الف. عدل الهی. تهران. انتشارات صدرا.
۳۵. _____ ۱۳۶۷ ب. جامعه و تاریخ. تهران. انتشارات صدرا
۳۶. _____ ۱۳۷۱. مجموعه آثار. ج ۲. تهران. انتشارات صدرا
۳۷. _____ ۱۳۶۸. آشنایی با علوم اسلامی. ۳ جلد. تهران. انتشارات صدرا.
۳۸. مکارم شیرازی، ناصر. ۱۳۶۲. تفسیر نمونه. تهران. دارالکتب الاسلامیه.
۳۹. معصومی نیا، علی. ۱۳۸۳. «بازار مطلوب، رقابت کامل». نشریه اقتصاد اسلامی. شماره ۱۵.
۴۰. مینتس برگ، هنری. ۱۳۸۴. جنگل استراتژی. جوزف لمپل و بروس آلسترنند. مترجم: محمود احمدپور. تهران. شرکت پردیس ۵۷.
۴۱. میر، جerald. ۱۳۷۸. مباحث اساسی اقتصاد توسعه. ترجمه غلامرضا آزاد ارمکی. تهران. نشر نی.
۴۲. میر معزی، حسین. ۱۳۸۸. نظام اقتصادی اسلام. دفتر اول: مبانی فلسفی. انتشارات کانون اندیشه جوان.
۴۳. نصری، عبدالله. ۱۳۶۸. مبانی انسان‌شناسی در قرآن. تهران. انتشارات بخش فرهنگی دفتر مرکزی جهاد دانشگاهی.
۴۴. نوری، حسین بن محمد تقی و حر عاملی. ۱۳۶۶. مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل. قم. مؤسسه آل بیت (ع). الاحیاء التراث.
۴۵. هومن، حیدر علی. ۱۳۸۰. تحلیل داده‌های چند متغیری در پژوهش رفتاری. تهران. نشر پارسا.
46. Bolman, L. G., and Deal, T. 1997. Reframing Organizations: Artistry, Choice, and Leadership. 2nd edition (San Francisco: Jossey-Bass Publishers).
47. Carver. S. C. and Scheir, M. F. 1992. perspective on personality. Allyn and Bacon.
48. Christensen, C. R., Andrews, K. R., Bower, J. L., Hamermesh, G., and Porter, M. E. 1982. Business Policy: Text and Cases. 5th edition (Homewood, IL: Irwin).
49. Collins, O., and Moore, D. G. 1970. The Organization Makers, New York. Appleton-century-Crofts.
50. Harbison, E. and Myers, C. A. 1959. Management in the Industrail World. New York: McGraw-Hill.
51. Hatch Marry Jo. 1997. Organization Theory. oxford university press.
52. Fabricant, Solomon. 1969. "A Primer on Productivity". New York. Random House.
53. Kendrick John W. 1956. Productivity Trends-capital and Labour. New York.

- National Bureau of Economic Research.
54. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., and Lampel, J. 1998. Strategy Safari. New York. The Free Press.
 55. Mintzberg, H. 1987. "The Strategy Concept 1: Five Ps for Strategy." California Management Review. 30. 1. P 11-24.
 56. ———. 1989. Mintzberg on Management: Inside Our Strange. World of Organization New York Free Press.
 57. Murrug, H. A. 1938. Exploration in personality: A Clinical and experimental study of fifty of college age. New York. Oxford University Press.
 58. Neely, A.D., Adams, C. and Kennerley, M.(2002) The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Stakeholder Relationships, Financial Times/Prentice Hall, London
 59. Pennington, M. W. 1972. "Why Has Planning Failed?" Long Range Planning. 5. 1.
 60. Porter, M.E. 1980. Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors. New York. Free Press.
 61. Porter, M. E. 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York. Free Press.
 62. Quinn, J. B. 1982. "Managing Strategies Incrementally." Omega, The International Journal of Management Science. 10. 6. P 613-627.
 63. Smircich, L., and Stubbart, C. 1985."Strategic Management in an Enacted World." Academy of Management Review. 10.4. p 724-736.
 64. Steiner, G. A. 1969. Top Management. Planning. New York. Macmillan.
 65. Steiner P.O & Goldner W. 1952. "Productivity". Berekeley. University of California. Institute of Industrial Relations.

