

مدیریت در دانشگاه اسلامی ۱۰ / سال چهارم، شماره ۲ / پاییز و زمستان ۱۳۹۴

Management in The Islamic University, 2016 (Fall & Winter) 10, Vol. 4, No.2

کاربست رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری در ارائه مدل مفهومی مبانی اخلاق در مدیریت راهبردی تولید از دیدگاه اسلام

مهرداد مدهوشی^۱

مهدی شاملی^۲

مهدی محمدی^۳

چکیده

هدف: در دنیای امروز مسئله تولید در راستای بهره‌گیری بهینه از امکانات و منابع به منظور ارائه خدمات و تولیدات بیشتر است. مسئله این پژوهش پاسخ به این سؤالات است که: آیا در تولید محصولات، ابعادی مانند توجه به جامعه، مشتری، محیط زیست، قدرت خرید مردم، نیازهای واقعی جامعه و... مدنظر قرار می‌گیرند؟ مؤلفه‌های مورد توجه اخلاق اسلامی در حوزه مسائل مربوط به تولید چیست؟ ارتباط این مؤلفه‌ها با یکدیگر چگونه است؟ که در نهایت، با هدف طراحی مدل مفهومی «اخلاق اسلامی در تولید» بر اساس آموزه‌ها و تعالیم دینی یکپارچه‌سازی شده است. **روش:** در طراحی مدل، از رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده شده است. پس از استخراج مفاهیم اولیه از متون معتبر دینی همچون: قرآن، نهج‌البلاغه و دیگر کتب روایی، مؤلفه‌های مذکور در ماتریس‌های مقایسه زوجی به ۱۰ نفر از خبرگان صاحب‌نظر در دو رشته معارف اسلامی و مدیریت تولید و عملیات که به صورت غیرتصادفی هدفمند انتخاب شدند، ارائه شد. **یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش در قالب مدلی متشکل از ده معیار و در پنج سطح با تعیین ارتباط بین مؤلفه‌های مستخرج ارائه شده است. **نتیجه‌گیری:** نتایج نشان می‌دهد اگر تعالیم اسلامی در رابطه با تولید درونی شوند، می‌تواند مبنای مناسبی در اختیار مدیران به منظور تغییر نگرش و رفتارهای اخلاقی آنها در عرصه تولید قرار دهد.

واژگان کلیدی: مدیریت راهبردی تولید و عملیات، اسلام، مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، پارادایم‌های تولید..

♦ دریافت مقاله: ۹۳/۱۰/۳۰؛ تصویب نهایی: ۹۴/۰۴/۲۰

۱. استاد تمام، عضو هیئت علمی دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران.

۲. دانشجوی دکترای مدیریت تولید و عملیات، دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه مازندران و عضو هیئت علمی پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی حکمت(نویسنده مسئول)/ آدرس: تهران، خیابان فلسطین، خیابان بزرگمهر، خیابان سرپرست، پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی حکمت / شماره: ۰۲۱-۸۸۹۳۰۶۲۴ / Email: shameli80@gmail.com

۳. دانشجوی دکترای مدیریت تولید و عملیات، دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه مازندران و عضو هیئت علمی پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی حکمت.

الف) مقدمه و بیان مسئله

در دیدگاه کلان، هر نظام اقتصادی از سه خرده‌نظام کوچک‌تر تشکیل شده است: خرده‌نظام تولید، خرده‌نظام مصرف و خرده‌نظام توزیع. عناصر اصلی نظام اقتصادی در سه زیربخش تولید، توزیع و مصرف تعریف می‌شوند. تغییر عناصر اصلی، به طور معمول به تغییر عملکرد کلی نظام و در نتیجه، تغییر نظام خواهد انجامید. عناصر فرعی، عناصری‌اند که تغییر آنها تأثیر قابل توجهی در عملکرد نظام ندارد. از سوی دیگر، بحث رعایت اخلاقیات در فرایندهای تولیدی، به بررسی میزان رعایت ابعاد و مسائل اخلاقی در سیستم‌های تولیدی می‌پردازد. به عبارت دیگر؛ در سیستم‌های تولیدی، علاوه بر توجه به بهبود بهره‌وری، عملکرد آنها در زمینه رعایت اخلاقیات نیز از موضوعات با اهمیت است. موضوعاتی همچون: رعایت مسئولیت اجتماعی سازمان، رعایت حقوق مشتریان، توجه به محیط زیست، قدرت خرید مردم و...، از مواردی‌اند که ذیل بررسی اخلاقیات مطرح می‌شوند.

از سوی دیگر، با توجه به اینکه تحقیقات اندکی بحث اخلاق را در زمینه سیستم‌های تولیدی بررسی کرده و محققان مختلف دیدگاه‌های متفاوتی را در این زمینه ارائه نموده‌اند و با توجه به اهمیت توجه به این مسائل در حوزه مدیریت راهبردی تولید و عملیات، این پژوهش به دنبال تعیین روابط تأثیرگذاری و تأثیرپذیری اصول اخلاقی حاکم از دیدگاه اسلامی بر نظام تولید است.

ب) مبانی نظری و پیشینه تحقیق**۱. مذهب و مدیریت**

در دوران اخیر پیوند بالقوه موجود بین باورهای مذهبی، تکنیک‌های مدیریت و پیامدهای سازمانی، به طور واضح در جریان تحقیقات مدیریت از سوی برخی محققان مورد توجه قرار گرفته است. از سوی دیگر، همزمان با این حقیقت که بیش از ۸۰ درصد از افراد در سراسر جهان بیان کرده‌اند که مذهب قسمت عمده‌ای از زندگی روزمره آنها را تحت الشعاع قرار می‌دهد (سدیکیدس، ۲۰۱۰^۱، ماتیسکه و گروزینگر ۲۰۱۰^۲)، چنین بیان می‌کنند که با در نظر گرفتن سازمان به عنوان یک حوزه بی‌طرف، اعضای سازمان انتظار دارند که بتوانند ایده‌های مذهبی خود را در کارشان جاری کنند. علاوه بر این، براساس تردید در مورد نقش مذهب که به تازگی در مباحث مدیریت سازمان که تنوع مذهبی گوناگونی را می‌تواند در خود جای دهد، وارد شده است، پژوهشگرانی که به مطالعه تکنیک‌های مدیریت و اثرات فرهنگی آن می‌پردازند، مذهب را به عنوان بخشی از فرهنگ ملی در نظر گرفته‌اند. (ملاهی^۳ و همکاران، ۲۰۱۰: ۶۸۷)

اگر چه در دو دهه اخیر تلاش‌های وسیعی در مورد مدیریت اسلامی مشاهده شده است، اما به طور کلی گستره این تحقیقات بر دو دسته مسائل به هم پیوسته متمرکز است (همان: ۶۸۹):

1. Sedikides
2. Mellahi

کاربست رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری ... ♦ ۱۶۹

۱. دستورالعمل‌های (تجویزات) مختلف در مورد سبک‌های تصمیم‌گیری در اسلام که بر روی اصل مشورت تأکید دارد (شوری) و ارزش‌های محوری اسلام، شامل اصل صداقت، امانتداری، عدالت و بی‌طرفی در تعامل با زیردستان، کار تیمی و شرکت و اخلاص.

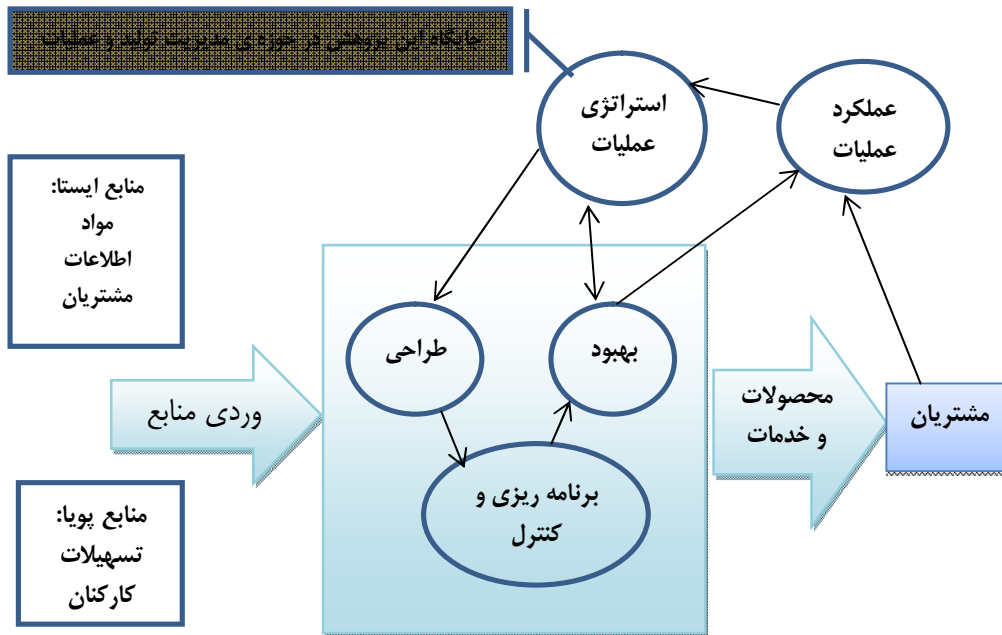
۲. بحث بر روی فاصله بین هنجارهای ناشی از ارزش‌های اصلی اسلام و واقعیت چیزی که در کشورهای اسلامی اتفاق می‌افتد. (ابوزناید، ۲۰۰۹؛ علی، ۲۰۰۹)

گستره این تحقیقات شامل تکنیک‌های مدیریت قدرت طلبانه و استبدادی تا استخدام و جبران خدمات بر اساس نزدیکی و آشنایی خانوادگی می‌شود که به ترتیب با اصول اسلامی همچون: اصل مشورت و برابری و بی‌طرفی در تضاد است. (بودوار^۱ و ملاحی، ۲۰۰۷)

۲. جایگاه نظری بحث

شاید به زعم برخی از محققان در علم مدیریت، پاسخ به سؤالاتی همچون سؤال این تحقیق، بر عهده متخصصان مدیریت تولید نباشد، بلکه بیشتر در حوزه برنامه‌ریزی کلان و راهبردی سازمان باشد که وظیفه تعیین سمت و سوی حرکت سازمان را تعیین می‌کند. در پاسخ به این محققان ضروری است اشاره کنیم که اسلک^۳ و همکاران (۲۰۱۰) در کتاب خود با عنوان «مدیریت عملیات» چارچوبی را برای مدیریت راهبردی تولید و عملیات ذکر کرده‌اند که پژوهشگران این تحقیق با در نظر گرفتن آن، تمرکز خود را بر روی قسمت راهبرد عملیات سازمان متمرکز کرده‌اند که در برگیرنده سؤالاتی از قبیل سؤالات این تحقیق و نیز مسئولیت اجتماعی سازمان تولید و عملیات است.

1. Abuznaid
2. Budhwar
3. Slack



بر اساس آنچه اسلک و همکاران (۲۰۱۰) در کتاب خود بحث کرده‌اند، مباحثی همچون: مسئولیت اجتماعی سازمان، محیط زیست و توجه به اخلاق، ذیل بحث راهبرد عملیات و در حوزه مدیریت عملیات با رویکرد کلان قابل بررسی است که نگارندگان با توجه به این جایگاه، به ارائه این بحث، ذیل مدیریت راهبردی تولید و عملیات پرداخته‌اند.

۳. اهداف و اصول نظام تولید در اقتصادهای معمول

نظریه بنگاه و دیدگاه سنتی، مقوله حداکثر کردن سود را تنها هدف یک بنگاه اقتصادی دانسته و معتقد است که هر چه سود یک بنگاه بیشتر باشد موفقیت آن بیشتر است. این نظریه مربوط به نئوکلاسیک‌هاست که بنگاه را مؤسسه‌ای برای تبدیل نهاده‌ها به محصول می‌دانند و معتقدند هدف بنگاه، حداکثر کردن سود است. (لامبرتینی، ۲۰۰۷)

حداکثر کردن فروش، یکی دیگر از اهداف مطرح شده در اقتصاد متعارف است. در همین راستا ریکی و کروک^۲ (۱۹۷۸) عنوان می‌کنند بامول^۳ معتقد است که مدیران به دنبال حداکثر کردن فروش هستند. همچنین آنها بیان می‌کنند که نظریات بامول تأثیر زیادی بر کتابهای درسی رشته اقتصاد داشته است. (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۲)

1. Lambertini
2. Reekie & Crook
3. W. Baumol

کاربست رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری ... ♦ ۱۷۱

ردر^۱ (۱۹۸۲) و سائوسکی^۲ (۱۹۴۳) معتقدند که حداکثر کردن مطلوبیت و داشتن زندگی راحت، یک بخش از زندگی افراد است؛ یعنی هدف مدیران، حداکثر کردن رضایت است که تنها با پول بیشتر به دست نمی‌آید، بلکه ممکن است با داشتن وقت استراحت کافی عملی شود.

ویلیامسون^۳ (۱۹۶۴) بیان کرده است گسترده‌گی فعالیت و اندازه بنگاهها، وجود پیچیدگی‌های فراوان در فعالیت بنگاههای بزرگ تولیدی در سطح یک کشور و حتی در سطح جهانی، به ویژه مسئله جدا شدن مالکیت از مدیریت در بسیاری از بنگاهها که توسط مجامع عمومی (صاحبان سهام) شرکتها انتخاب می‌شوند، پس از کسب سطح مشخصی از سود سالانه، به حداکثر کردن مطلوبیت و خرسندی خود می‌اندیشند. این خرسندی می‌تواند به صورت حقوق، پاداش و سایر مزایای مادی یا گسترش اندازه آنگاه، محدوده و دامنه مدیریت، تعداد کارکنان و کارخانه یا ... شکل بگیرد که حتی بعداً ممکن است با هدف حداکثر کردن سود در مغایرت باشد. (میانگی، ۲۰۰۲)

همان‌طور که مشاهده می‌شود، در عمده نظریات اقتصادی، افزایش سود بنگاه و توجه به مطلوبیتهای فردی یا حداکثر مطلوبیتهای اجتماعی جامعه خاص مورد توجهند.

۴. اهداف و اصول اخلاقی نظام تولید در اقتصاد اسلامی

صدیقی^۴ (۱۹۷۲) معتقد است: کارفرمای مسلمان نمی‌تواند همواره تحت تأثیر انگیزه حداکثر کردن سود مالی خود قرار داشته باشد؛ زیرا وی دارای انگیزه برتری مطابق با ایده‌آلهای اسلامی عدالت و نعدوستی است. از این رو، «رفتار عقلایی اقتصادی»؛ یعنی حداکثرسازی سود در فرد مسلمان، به حدودی که به وسیله دو اصل عدالت و نعدوستی تعیین می‌شود، محدود خواهد شد. در حقیقت؛ این دو اصل، حد بالای سود را تعیین می‌کنند. حد پایین سود، حداقل سودی است که در تعارض بین خیرخواهی برای مردم و منافع خود، برای دستیابی به آن اصرار خواهد کرد. وی حداقل سود را میزانی تعریف می‌کند که زیانهای احتمالی حال و آینده را جبران کند و افزون بر آن، درآمد متوسط مورد نیاز برای تأمین زندگی مناسب کارفرما را فراهم آورد. کارفرمای مسلمان به دنبال کسب «سود رضایت‌بخش» در تمام حالات است و سود رضایت‌بخش، سودی است که بین دو حد تعریف‌شده پیشین باشد. (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۲)

آزید و همکاران^۵ (۲۰۰۷) به بررسی تأثیر رفتار بنگاه و مدیریت آن در چارچوب قوانین اسلامی و اصول اخلاقی، با طرح یک مسئولیت اجتماعی سازمانی ایده‌آل از دیدگاه اسلام پرداخته و نشان داده‌اند که ذهنیت اخلاقی و اسلامی در ابعاد اقتصادی، باعث افزایش سطح بهره‌وری اقتصاد می‌شود و همچنین سطح رفاه اجتماعی را افزایش می‌دهد. (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۲)

1. Reder
2. De Scitovsky
3. Misangyi

تاج‌الدین (۲۰۰۸) عنوان می‌کند اسلام به تولیدکننده می‌آموزد که چگونه به بهبود وضعیت مردم تمایل داشته باشد و برای بهبود وضعیت مردم از خود بگذرد. در واقع؛ اسلام تولیدکننده را از خودخواهی به نعدوستی سوق می‌دهد؛ به گونه‌ای که در تصمیم‌گیری نسبت به تعیین مقدار تولید و قیمت، باید به اصل نعدوستی توجه داشته باشد. (نصرایی و همکاران، ۱۳۹۲)

به منظور استخراج مبانی و اصول تولید از دیدگاه اسلام، با مراجعه به کتب مختلف همچون: قرآن کریم، نهج‌البلاغه، غررالحکم و دررالکلم و نیز مقالات مختلف، می‌توان مفاهیم ذیل را استخراج کرد:

یک) نیت قرب الهی: در متون اسلامی، نیت قرب الهی مترادف با اخلاص در عمل آمده است. نیت قرب الهی در تمامی اعمال آنقدر مورد توجه اسلام قرار گرفته است که پروردگار متعال در قرآن کریم می‌فرماید: «و به آن دستوری داده نشده بود جز اینکه خدا را بپرستند؛ در حالی که دین خود را برای او خالص کنند» (بیت: ۵). در حدیثی از پیامبر اسلام (ص) نیز آمده است: «نیت خوب، صاحب خویش را به بهشت می‌برد». (نهج‌الفصاحه، ح ۳۱۶۳)

دو) تلقی تولید به عنوان عمل صالح: عمل صالح به معنای کار راست، درست و نیکوست. اسلام بر دو مؤلفه اصلی ایمان به حق و عمل صالح شکل می‌گیرد. مسلمان و مؤمن کسی است که در دل، به حق ایمان و باور داشته باشد و در عمل، کارهای درست و نیکو انجام دهد. از این رو، ایمان توحیدی و عمل صالح را دو بال پرواز انسانیت دانسته‌اند و قرآن، عمل صالح را در کنار کلمه طیب (حق) به عنوان بالابر یاد می‌کند (فاطر: ۱۰) و تنها کسانی را رستگار و موفق می‌شمارد که توانسته‌اند دارای ایمان و عمل صالح باشند و غیر ایشان کسانی‌اند که از سرمایه اصلی زیان داده‌اند و جزء زیانکاران و اهل خسرانند. (عصر: ۲ و ۳)

سه) تولید در جهت خدمت به خلق و منافع جامعه: خدمت به خلق خدا در آیات و روایات بسیاری مورد توجه قرار گرفته است. یکی از صفاتی که حضرت عیسی (ع) در مورد خود بیان می‌دارد، خصوصیت نفع‌رسانی به خلق الهی است که خداوند به ایشان عطا فرموده است (مریم: ۳۱). امام صادق (ع) در روایتی از پیامبر اسلام (ص) نقل می‌کند که دوست‌داشتنی‌ترین مردم نزد خداوند، کسی است که سودمندترین مردم برای مردم باشد (کلینی، بی‌تا، ج ۲: ح ۷). این وظیفه تا جایی اهمیت می‌یابد که رسول گرامی اسلام (ص) می‌فرمایند: «کسی که صبح کند و به کار مسلمانان اهتمام نوزد، مسلمان نیست». (همان: ح ۱)

چهار) استفاده بهینه از امکانات جامعه: در منابع اسلامی این مورد بیشتر با واژه اسراف و تبذیر آورده شده است. حضرت علی (ع) در نامه ۶۹ نهج‌البلاغه چنین دستور می‌دهند: «و هیچ نعمتی از نعمتها را ضایع و تباه مساز و باید اثر نعمتهایی که خدا به تو داده، در تو دیده شود.»

پنج) تلاش در جهت استقلال و رهایی از وابستگی: در ادبیات اسلامی، این مورد با مفهوم قاعده نفی سبیل شناخته می‌شود. مهم‌ترین مستند این مورد در قرآن کریم، در آیه ۱۴۱ سوره نساء آمده است. مطابق این آیه، خداوند هرگز کافران را بر مؤمنان، تسلطی نداده است. واضح است که نیاز اقتصادی به محصولات و کالاهای تولید شده

کاربست رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری ... ♦ ۱۷۳

توسط دشمنان، مصداق تسلط است و یکی از اهداف تولید در جامعه اسلامی باید حفظ استقلال و رهایی از وابستگی باشد.

شش) توجه به زمینه‌های نیاز جامعه و اولویتها: این مورد در کلام حضرت علی(ع) به وضوح قابل برداشت است. ایشان می‌فرمایند: «تولید مقدار کمی که انسان نیازمند آن است، بهتر است از بسیاری که انسان از آن بی‌نیاز باشد». (تمیمی آمدی، ۱۳۶۲، ج ۱: ۱۰۰)

هفت) پاک و طیب بودن نظام تولید: مالی که در نظام تولید به کار می‌رود، باید پاک، طیب و حلال باشد. خداوند متعال در آیه ۲۶۷ سوره بقره امر می‌فرماید: «انفاق مال از درآمد حلال و طیب (پاک و پاکیزه) باشد» و در ادامه می‌فرماید: همان طور که خودتان دوست ندارید از مال ناپاک به شما داده شود و اگر این مال را بپذیرید با اکراه خواهد بود، در نظام تولید هم به همین صورت باید عمل شود. مالی که حلال و طیب است باید سرمایه‌گذاری شود. قطعاً کسی دوست ندارد از جایی حق‌العمل خود را دریافت کند که سرمایه آن ناپاک و از حرام باشد و اگر ناچار به دریافت حقوق خود از این سیستم شود، همواره اکراه خواهد داشت.

هشت) وجود برنامه و تدبیر درست و مهارت و تخصص: یکی از مفاهیمی که به وفور در منابع اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است، وجود برنامه و تدبیر در امور مختلف است. در حکمت ۱۱۳ نهج‌البلاغه از حضرت علی(ع) نقل شده است که هیچ خرد و عقلی بالاتر از برنامه‌ریزی و تدبیر نیست. همچنین از ایشان نقل شده است: برنامه‌ریزی و تدبیر درست، دارایی کم را افزایش می‌دهد و بی‌برنامگی و بی‌تدبیری، دارایی بسیار را نابود می‌کند. (تمیمی آمدی، ۱۳۶۲: ج ۴۸۳۳)

نه) رعایت میانه‌روی در تولید: بی‌گمان زیاده‌روی و کوتاهی، که از آن به افراط و تفریط یاد می‌کنند، از نظر بیشتر مردم امری ناپسند و زشت است. از این رو، همواره به دیگران سفارش می‌شود که از افراط و تفریط در هر کاری پرهیز شود. در اینجا علاوه بر تأکید بر عدم اسراف، بر جلوگیری از کوتاهی نیز توجه شده است. خداوند متعال در این خصوص می‌فرماید: مؤمنان حقیقی کسانی‌اند که هر گاه انفاق کنند، نه اسراف کنند و نه سختگیری، بلکه در میان این دو، اعتدال می‌ورزند. (فرقان: ۶۷)

ده) نظم، اتقان، استحکام و کامل بودن نظام تولید: حضرت علی(ع) در کلامی مؤمنان را وصیت می‌کنند به تقوای الهی و نظم در کارهایشان (نهج‌البلاغه، خ ۱۹۳). همچنین ایشان در کلامی دیگر می‌فرمایند: زیبایی کار خوب به اتمام و پایان رساندن آن است. (تمیمی آمدی، ۱۳۶۲: ج ۴۷۵۲)

ج) روش‌شناسی پژوهش

پس از بررسی‌های صورت گرفته، روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری^۱ به عنوان روش مورد استفاده انتخاب شد. در این پژوهش، مباحث نظری از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مراجعه به مقالات فارسی و لاتین و نیز مراجعه به کتب مرجع اسلامی همچون: قرآن کریم و کتب حدیثی و روایی همچون: نهج البلاغه، غررالحکم و دررالکلم و... استخراج شده است. اصلی‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه است. در این پژوهش، پس از استخراج مفاهیم مرتبط با مسائل مدیریت راهبردی تولید و عملیات از منابع اسلامی، پرسشنامه‌ای به منظور چگونگی ارتباط این مفاهیم با یکدیگر، طراحی و بین ۱۰ نفر از خبرگان توزیع و پس از تکمیل، جمع‌آوری شد. سپس با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، اقدام به تجزیه و تحلیل اطلاعات شد.

۱. مدل‌سازی ساختاری-تفسیری

مدل‌سازی ساختاری-تفسیری که توسط وارفیلد^۲ (۱۹۷۴ و ۱۹۷۶) مطرح شد، روشی برای ایجاد و فهم روابط میان عناصر یک سیستم پیچیده است. روش ساختاری-تفسیری، کمک زیادی به برقراری نظم در روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم می‌کند. همچنین در تشخیص روابط درونی متغیرها کمک می‌کند و تکنیکی مناسب برای تجزیه و تحلیل تأثیر یک متغیر بر متغیرهای دیگر است. (اگروال^۳ و همکاران، ۲۰۰۷)

در این روش، ابتدا با استفاده از منابع علمی یا مصاحبه‌های نخبگانی و سایر روشها، متغیرها تعیین می‌شوند. سپس ماتریس ساختاری روابط درونی متغیرها^۴ با استفاده از نظر خبرگان ایجاد می‌شوند. در ادامه با استفاده از فنون ریاضی، سطح‌بندی عناصر ماتریس انجام می‌گیرد. در نهایت، روابط میان متغیرها در هر سطح و میان متغیرها در سطوح مختلف با استفاده از مدل شماتیک طراحی و ارائه می‌شود.

۲. استخراج مدل

به منظور استخراج مدل، در گام اول با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، باید متغیرهای مدل شناسایی شوند. بدین منظور بر اساس تحلیل محتوایی صورت گرفته بر روی منابع اسلامی، متغیرهای مورد استفاده در مدل بر اساس مفاهیم احادیث و روایات و توسط خبرگان استخراج شد که فهرست آنها در بخش قبل ذکر شد.

پس از تشکیل ماتریس روابط درونی، این ماتریس در قالب یک پرسشنامه بین ۱۷ نفر از خبرگان مدیریت راهبردی تولید و عملیات و آگاه نسبت به تعلیمات اسلامی توزیع و اطلاعات جمع‌آوری شد، که در جدول ۱، نتایج نهایی در قالب ماتریس دستیابی یکپارچه قابل ملاحظه است.

1. Interpretive Structural Modeling (ISM)
 2. Warfield
 3. Agarwal
 4. Structural Self-Interaction Matrix (SSIM)

جدول ۱: ماتریس دستیابی یکپارچه خبرگان

نظم، اتقان، استحکام و کامل بودن	میانروی در تولید	برنامه و تدبیر درست و مهارت و تخصص	پاک و طیب بودن	نیاز جامعه و اولویتها	استقلال و رهایی از وابستگی	استفاده بهینه از امکانات جامعه	خدمت به خلق و منافع جامعه	تولید به عنوان عمل صالح	نیت قرب الهی	مجموع
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	نیت قرب الهی
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	تولید به عنوان عمل صالح
۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	خدمت به خلق و منافع جامعه
۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	استفاده بهینه از امکانات جامعه
۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	استقلال و رهایی از وابستگی
۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	نیاز جامعه و اولویتها
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	پاک و طیب بودن
۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	برنامه و تدبیر درست و مهارت و تخصص
۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	میانروی در تولید
۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	نظم، اتقان، استحکام و کامل بودن

در مرحله بعد پس از تشکیل مجموعه‌های ورودی و خروجی که در روش‌شناسی پژوهش بیان شد و نیز تشکیل مجموعه مشترک، به سطح‌بندی مدل می‌پردازیم. در این گام، متغیرهایی که مجموعه خروجی و مشترک آنها کاملاً مشابه باشند، در بالاترین سطح از سلسله‌مراتب مدل ساختاری-تفسیری قرار می‌گیرند. به منظور یافتن اجزای تشکیل‌دهنده سطح بعدی سیستم، اجزای بالاترین سطح آن در محاسبات ریاضی جدول مربوط، حذف و عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی، مانند روش تعیین اجزای بالاترین سطح انجام می‌شود. این عملیات تا آنجا تکرار می‌شود که اجزای تشکیل‌دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شوند. جدولهای ۲ تا ۵، این روند را نشان می‌دهند.

جدول ۲: تکرار اول (سطح اول)

معیار	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	مجموعه مشترک	سطح
نیت قرب الهی	۱,۷	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹,۱۰	۱,۷	
تولید به عنوان عمل صالح	۱,۲,۳,۶,۷	۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹,۱۰	۲,۳,۴,۵,۶,۷	
خدمت به خلق و منافع جامعه	۱,۲,۳,۴,۷	۲,۳,۵,۶,۹,۱۰	۲,۳	
استفاده بهینه از امکانات جامعه	۱,۲,۴,۶,۷,۸,۹,۱۰	۳,۴,۵,۶,۹,۱۰	۳,۴,۶,۹,۱۰	
استقلال و رهایی از وابستگی	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹,۱۰	۵,۸,۹,۱۰	۵,۸,۹,۱۰	۱
نیاز جامعه و اولویتها	۱,۲,۳,۴,۶,۷,۸,۱۰	۲,۴,۵,۶,۸,۹	۲,۴,۶,۸	
پاک و طیب بودن	۱,۲,۷	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹,۱۰	۱,۲,۷	
برنامه و تدبیر درست و مهارت و تخصص	۱,۲,۵,۶,۷,۸,۱۰	۴,۵,۶,۸,۹,۱۰	۵,۶,۸,۱۰	
میانروی در تولید	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹,۱۰	۴,۵,۹	۴,۵,۹	۱
نظم، اتقان، استحکام و کامل بودن	۱,۲,۳,۴,۵,۷,۸,۱۰	۴,۵,۶,۸,۹,۱۰	۴,۵,۸,۱۰	

جدول ۳: تکرار دوم (سطح دوم)

معیار	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	مجموعه مشترک	سطح
نیت قرب الهی	۱,۷	۱,۲,۳,۴,۶,۷,۸,۱۰	۱,۷	
تولید به عنوان عمل صالح	۱,۲,۳,۶,۷	۲,۳,۴,۶,۷,۸,۱۰	۲,۳,۴,۶,۷	
خدمت به خلق و منافع جامعه	۱,۲,۳,۴,۷	۲,۳,۶, ۱۰	۲,۳	
استفاده بهینه از امکانات جامعه	۱,۲,۴,۶,۷,۸,۱۰	۳,۴,۶, ۱۰	۳,۴,۶, ۱۰	۲
نیاز جامعه و اولویت‌ها	۱,۲,۳,۴,۶,۷,۸,۱۰	۲,۴,۶,۸	۲,۴,۶,۸	۲
پاک و طیب بودن	۱,۲,۷	۱,۲,۳,۴,۶,۷,۸,۱۰	۱,۲,۷	
برنامه و تدبیر درست و مهارت و تخصص	۱,۲,۶,۷,۸,۱۰	۴,۶,۸,۱۰	۶,۸,۱۰	
نظم، اتقان، استحکام و کامل بودن	۱,۲,۳,۴,۷,۸,۱۰	۴,۶,۸,۱۰	۴,۶,۸,۱۰	

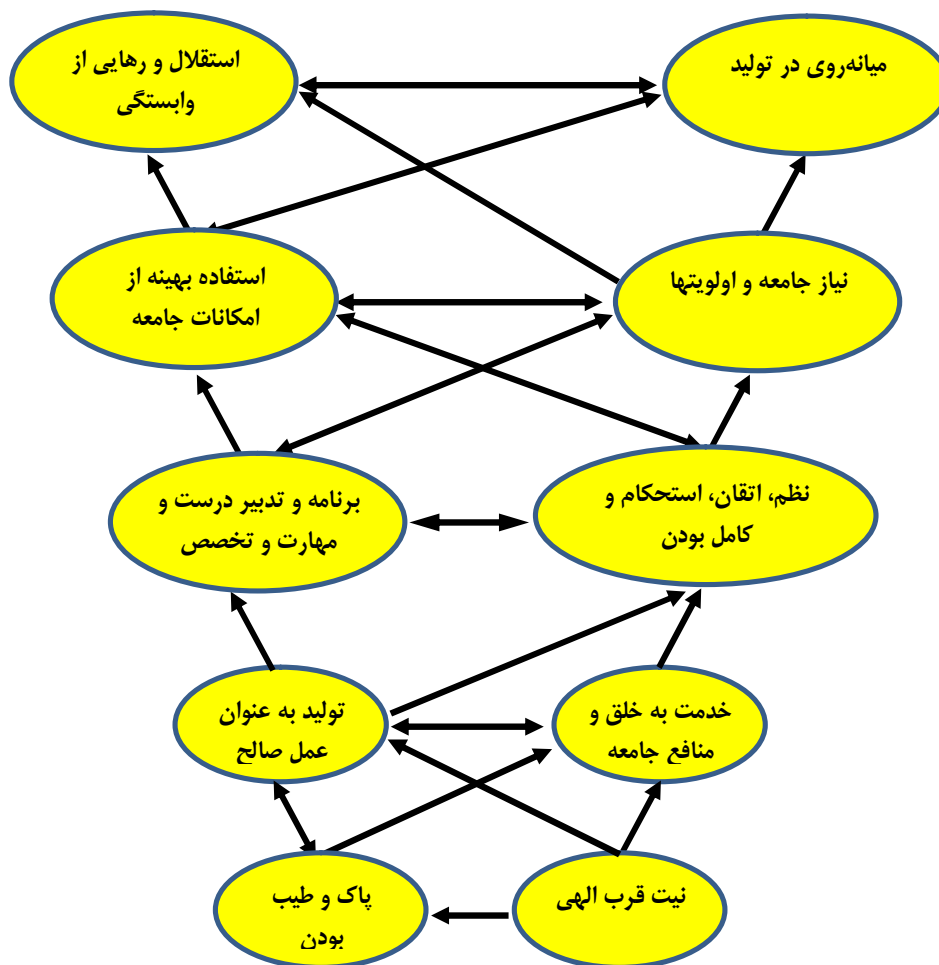
جدول ۴: تکرار سوم (سطح سوم)

معیار	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	مجموعه مشترک	سطح
نیت قرب الهی	۱,۷	۱,۲,۳,۷,۸,۱۰	۱,۷	
تولید به عنوان عمل صالح	۱,۲,۳,۷	۲,۳, ۷,۸,۱۰	۲,۳, ۷	
خدمت به خلق و منافع جامعه	۱,۲,۳,۷	۲,۳, ۱۰	۲,۳	
پاک و طیب بودن	۱,۲,۷	۱,۲,۳,۷,۸,۱۰	۱,۲,۷	
برنامه و تدبیر درست و مهارت و تخصص	۱,۲,۷,۸,۱۰	۸,۱۰	۸,۱۰	۳
نظم، اتقان، استحکام و کامل بودن	۱,۲,۳,۷,۸,۱۰	۸,۱۰	۸,۱۰	۳

جدول ۵: تکرار چهارم (سطح چهارم و پنجم)

معیار	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	مجموعه مشترک	سطح
نیت قرب الهی	۱,۷	۱,۲,۳,۷	۱,۷	۵
تولید به عنوان عمل صالح	۱,۲,۳,۷	۲,۳, ۷	۲,۳, ۷	۴
خدمت به خلق و منافع جامعه	۱,۲,۳,۷	۲,۳	۲,۳	۴
پاک و طیب بودن	۱,۲,۷	۱,۲,۳,۷	۱,۲,۷	۵

در این مرحله با توجه به سطوح متغیرها و ماتریس نهایی، یک مدل اولیه رسم و از طریق حذف انتقال‌پذیری‌ها در مدل اولیه، مدل نهایی به دست می‌آید. روابط بین متغیرها و جهت پیکان از روی ماتریس دریافتی تجمیع شده به دست می‌آید.



شکل ۱: مدل نهایی

(د) نتیجه‌گیری

در این پژوهش پس از بررسی پارادایمهای تولیدی رایج در بسیاری از سطح دنیا، به منظور دستیابی به تعلیمات موجود در منابع اسلامی به بررسی روایی و حدیثی پرداختیم، بر این اساس، آیات و روایات مرتبط شناسایی و توسط گروهی از خبرگان، مفاهیم موردی هر آیه یا روایت و نیز مفاهیم کلی استخراج شدند. در گام بعد، به منظور بررسی رابطه این مفاهیم با یکدیگر و سطح‌بندی آنها، تکنیک مدل‌سازی ساختاری- تفسیری به عنوان روش مدل‌سازی انتخاب و بر اساس آن، مدل نهایی در قالب ۱۰ معیار و پنج سطح مطابق شکل ۱ استخراج شد.

پس از ترسیم مدل، گام نهایی در روش مدل‌سازی ساختاری- تفسیری، استخراج ماتریس قدرت نفوذ و وابستگی است. در این تحلیل، متغیرها بر اساس قدرت هدایت و وابستگی، به چهار دسته تقسیم می‌شوند. دسته اول، شامل «متغیرهای خودمختار»^۱ است که قدرت هدایت و وابستگی ضعیف دارد. این متغیرها نسبتاً غیر متصل به سیستم می‌باشند و ارتباط کم و ضعیفی با سیستم دارند. «متغیرهای وابسته» دومین اند که دارای قدرت هدایت کم، ولی وابستگی زیاد می‌باشند. سومین دسته، «متغیرهای پیوندی» اند که دارای قدرت هدایت و وابستگی زیاد می‌باشند. این متغیرها غیر ایستا می‌باشند؛ زیرا هر نوع تغییر در آنها می‌تواند سیستم را تحت تأثیر قرار دهد. در نهایت، بازخور سیستم نیز می‌تواند این متغیرها را دوباره تغییر دهد. چهارمین دسته، متغیرهای مستقل یا نفوذی است که دارای قدرت هدایت قوی و وابستگی ضعیف می‌باشند. این متغیرها که معمولاً در سطوح آخر مدل قرار دارند، بیشترین نفوذ را بر دیگر متغیرها دارند. در این پژوهش، ماتریس تحلیل قدرت هدایت و وابستگی در شکل ۲ نشان داده شده است.

همان‌طور که در ماتریس مشخص است، معیارهای «نیت قرب الهی» و «پاک و طیب بودن» که بیشترین تأثیرگذاری را در مدل دارند، در قسمت معیارهای نفوذی قرار گرفته‌اند که نشان از تأثیر بالای این معیار در مدل دارد. از سوی دیگر، معیارهای سطح پنج مدل که عبارتند از: «استقلال و رهایی از وابستگی» و «میانروی در تولید» که وابسته‌ترین متغیرهایند، به درستی در ناحیه معیارهای وابسته قرار گرفته‌اند و مابقی معیارها نیز در ناحیه پیوندی قرار گرفته‌اند.

اقتصاد اسلامی چون دیگر مکاتب اجتماعی، برای تولید نیز اهمیتی خاص قائل است و برای رشد و پیشرفت

تولید، دست یافتن به امکانات فزون‌تر در جهت استقرار جانشینی الهی انسان بر زمین و چیره شدن بر تمامی نعمتها و بهره‌های زمینی، تلاش و کوشش کرده، به شیوه‌های مختلف تولید چنگ می‌زند؛ با این تفاوت که اسلام بر خلاف دیگر نظامها، هنگامی که مسئله رشد تولید را به عنوان ضرورت اجتماعی طرح می‌کند، آن را بر اساس چارچوب تمدن انسانی اعلام می‌کند؛ تمدنی که مطابق با هدفهای کلی جانشینی انسان در زمین باشد. از اینجا تفاوت شگرف و ریشه‌دار میان اسلام و مکاتب مادی آشکار می‌شود.

کاربست رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری ... ♦ ۱۷۹

۱۰	نیت قرب الهی	پاک و طیب بودن	نفوذ		تولید به عنوان عمل صالح					پیوندی						
			۹													
			۸													
			۷													
قدرت نفوذ				خدمت به خالق و منافع جامعه	برنامه و تدبیر درست و مهارت و تخصص	استفاده بهینه از امکانات جامعه/ نیاز جامعه و اولویت‌ها/ نظم، اتقان، استحکام و کامل بودن										
											۵					
											۴					استقلال و رهایی از وابستگی
											۳					مبایه‌روی در تولید
۲																
۱				خودمختار					وابسته							
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰						
میزان وابستگی																

شکل ۲: ماتریس تحلیل قدرت هدایت و وابستگی



منابع

- قرآن کریم.
- نهج البلاغه. ترجمه محمدعلی شرقی (۱۳۶۳). تهران: [بی نا].
- نهج الفصاحه. گردآورنده ابوالقاسم پاینده (۱۳۸۳). اصفهان، خاتم الانبیاء.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۳۶۲). غررالحکم و دررالکلم. ترجمه انصاری. تهران: [بی نا].
- کلینی، محمد بن یعقوب (بی تا). الکافی. تحقیق علی اکبر غفاری و محمد آخوندی. تهران: دارالکتب الإسلامیه
- نصرالهی، زهرا؛ دانش، حسنعلی و حمیدی، میثم (۱۳۹۲)، بررسی اهمیت منافع اجتماعی در اهداف بنگاه‌های تولیدی (رویکرد انتقادی به هدف حداکثر کردن سود)، فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره دوم، ۷۷-۱۰۲
- Abuznaid, S. (2009). "Business Ethics in Islam: the Glaring Gap in Practice" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2, No. 4: 278-88.
- Agarwal, A.; R. Shankar & M.K. Tiwari (2007). "Modeling Agility of Supply Chain" *Industrial Marketing Management*, Vol. 36.
- Ali, A. (2009). "Level of Existence and Motivation in Islam" *Journal of Management History*, Vol. 15, No. 1: 50-65.
- Budhwar, P. & K. Mellahi (2007). "Introduction: Human Resource Management in the Middle East". *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 18, No. 1: 2-10.
- DeScitovszky, T. (1943). "Anoteon Profit Maximization and its Implications" *The Review of Economic Studies*, 11(1): 57-60.
- Lambertini, L. (2007). **Firms' Objectives and Internal Organization in a Global Economy**. Contemporary Economic Theory and Policy, Palgrave Macmillan, UK.
- Mellahi, K. & P.S. Budhwar (2010). "Introduction: Islam and Human Resource Management" *Personnel Review*, 39(6): 685-691.
- Misangyi, V.F. (2002). **A Test of Alternative Theories of Managerial Discretion**. Doctoral Dissertation. University Of Florida.
- Reder, M.W. (1982). "Chicago Economics: Permanence and Change". *Journal of Economic Literature*, 1-38.
- Seddiqi, M.N. (1972). **Economic Enterprise in Islam**. Islamic Publications.
- Sedikides, C. (2010). "Why does Religiosity Persist?" *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 14, No. 1: 3-6.
- Slack, Nigel; Chambers, Stuart; Johnston (2010). **Operations Management**, 6th Edition, Pearson, Edinburgh Gate, England.
- Sharqi, M.A. (Translator) (1984). **Nahjul Balagha**. Tehran.
- Tamimial-Amudi, A. (1983). **Exalted Aphorisms and Pearls of Speech** (Ghurar Al-Hikam WA Durar Al-Kalim). Translator: Ansari. Tehran.

