

Journal of Strategic Management Studies

Homepage: <https://www.smsjournal.ir/?lang=en>



Original Research Article



10.22034/smsj.2024.473880.2057



The theory of strategic reference points in the Islamic management approach and the common strategic goal setting of the organization

Mohammad Hossein KianiGohar, PhD student, Urban Planning and Crisis Management, Malik Ashtar University, Tehran, Iran

Seyed Mohammad Javad Amini*, Associate Professor, Faculty member of National Defense University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Article History

Received: 17 August 2024

Revised: 13 November 2024

Accepted: 16 February 2025

Keywords

Strategic Reference Points (SRP), Islamic Management, Strategic Management, Goal Setting

Corresponding Author Email:

sjamini20@gmail.com

ABSTRACT

As one of the basic elements of organizational management, strategic targeting plays a vital role in guiding organizations toward success. This research deals with the comparative study of two common Islamic management approaches in strategic goal setting and seeks to answer the question, in which areas are strategic reference points defined from the perspective of Islamic management? How is this done through a comparative study with the common management approach? Also, research can play a role in identifying points that can be improved in Islamic management studies and help to direct future studies in this field. This research used the model of strategic reference points as a theory that unifies the literature in the field of strategy and used a systematic review method to gather insights about Islamic management literature. Finally, the results found have been adapted to the reference point theory model and an attempt has been made to identify the strategic reference points from the Islamic management approach and its similarities and differences with the common strategic management approach. The findings of this research emphasize the need for more research on the dimensions of competitors and beneficiaries from an Islamic perspective and show that the main focus of Islamic management so far has been on the dimensions of values and personal characteristics of the manager. The application of Islamic and strategic management approaches can help managers and decision-makers to improve the quality of strategic decisions and thus the performance of the organization with more complete and consistent targeting

How to cite this article:

KianiGohar M.H., & Amini, S.J. (2025). The theory of strategic reference points in the Islamic management approach and the common strategic goal setting of the organization, *Journal of Strategic Management Studies*, 63(16), 61-81. (In Persian with English abstract). <https://doi.org/10.22034/smsj.2024.473880.2057>



©2025 The author(s). This is an open access article distributed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC), which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Faced with rapid technological advancements, economic shifts, and global challenges, organizations today require a more strategic approach than ever before. At the heart of this approach lies strategic goal setting—a fundamental component of organizational management that guides entities toward success and excellence. This intricate, multifaceted process, grounded in strategic management principles, enables organizations to navigate the volatile business landscape with clarity and foresight. Strategic goal setting is the systematic practice of defining a long-term vision, establishing key objectives, and crafting actionable strategies to achieve them. It encompasses both quantitative and qualitative goals, along with a comprehensive analysis of the organization's internal and external environments. This includes identifying opportunities, recognizing threats, and evaluating internal strengths and weaknesses. In essence, strategic goal setting serves as a vital link, bridging the organization's current state with its aspirational future.

Methodology

This study adopts a systematic literature review methodology to analyze research related to strategic goal-setting and Islamic management. A seven-step process guides the extraction of codes, categories, and findings from relevant studies. Systematic literature reviews serve as secondary research tools, particularly useful for resolving differing perspectives within a field. This approach allows researchers to address specific, pre-designed questions systematically. Literature reviews can be categorized into four main purposes: descriptive, testing, expansive, and critical, encompassing 16 distinct types of systematic reviews differentiated by their objectives and methods. Among these, thematic synthesis—a subcategory of systematic literature review—focuses on analyzing a limited number of studies. Given the novelty and significance of the research topic in Islamic management, thematic synthesis was selected as an appropriate method to explore theories and develop a model aligned with the research objectives. This method follows a structured framework to code textual data, whether from documents, reports, or electronic sources, creating a comprehensive map of existing research. Subsequently, the results are synthesized to construct a cohesive picture of the phenomenon under investigation. Conclusions and generalizations are drawn based on these coded themes and concepts, offering valuable insights into the study area.

Results and Discussion

The research identifies strategic reference points within Islamic management literature and compares them with conventional strategic management perspectives. It reveals that Islamic management places a strong emphasis on personal values and leadership qualities, whereas conventional approaches focus more on competitive dynamics and stakeholder interests. Utilizing the strategic reference point theory, the study explains how strategic decisions are shaped by perceived realities and expected outcomes, influenced by the reference points that managers prioritize.

The findings are organized into seven main themes:

1. Personal values of managers
2. Personal and personality traits of managers, including soft skills
3. Professional knowledge and hard skills
4. Laws and regulations
5. Religious rulings
6. Cultural characteristics of the system
7. Service to others

These themes highlight the focal points emphasized in Islamic management literature. Key categories were derived from this thematic analysis, identifying four core reference points proposed by Islamic management to enhance organizational performance through strategic decision-making. A comparative



analysis with the strategic reference model showed that themes related to policies, managerial characteristics, and culture align with the internal strategies dimension. This alignment underscores the centrality of individual values and managerial traits in Islamic management. Notably, the analysis found no themes that fell outside the strategic reference model. However, it identified a relative lack of emphasis on stakeholder engagement, particularly in addressing adversarial interactions, within the Islamic management framework.

Conclusion

The study concludes that aligning Islamic management principles with strategic management practices can enhance the understanding of strategic goal-setting in organizations. This alignment has the potential to improve strategic decision-making and elevate organizational performance. The research emphasizes the need for further exploration into competitor and stakeholder dimensions from an Islamic perspective and advocates for the practical application of Islamic management principles in strategic goal-setting. The study utilized a systematic review methodology to examine goal-setting within organizations from an Islamic perspective, identifying and analyzing key themes and reference points. A comparative analysis was conducted to align these findings with strategic reference theory, uncovering significant parallels and distinctions between Islamic management principles and conventional strategic reference points. The findings reveal a strong emphasis on the internal dimension of strategies, particularly managerial characteristics, culture, and policies. In contrast, the external dimension primarily focused on customer-related guidelines, with less emphasis on competitors and stakeholders. This highlights a gap in the literature, calling for further research into these areas to develop a more comprehensive understanding of Islamic strategic management. The study categorizes and standardizes strategic reference points and their associated themes, providing a foundational framework for strategic goal-setting from an Islamic perspective. These findings offer valuable insights for researchers and managers, enabling the effective integration of Islamic principles into organizational goal-setting and strategic alignment. Identified research gaps point to opportunities for future studies to enrich the Islamic management literature by investigating competitor and stakeholder reference points. Such efforts could further advance organizational knowledge and performance in strategic management, fostering a deeper integration of Islamic values with practical business strategies.

Keywords: Goal setting, Islamic management, Management, Strategic management, Strategic reference points



مطالعات مدیریت راهبردی

Homepage: <https://www.smsjournal.ir>

10.22034/smsj.2024.473880.2057

مقاله پژوهشی

نظریه نقاط مرجع راهبردی در رویکرد مدیریت اسلامی و رایج هدف‌گذاری راهبردی سازمان

محمدحسین کیانی گهر، دانشجوی دکتری، مجتمع دانشگاهی پدافندغیرعامل، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران

سید محمد جواد امینی*، دانشیار، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران

چکیده

هدف‌گذاری راهبردی، یکی از ارکان اساسی مدیریت سازمانی، نقشی حیاتی در هدایت سازمان‌ها به سوی موفقیت ایفا می‌کند. این پژوهش با رویکردی تطبیقی، به بررسی دو دیدگاه مدیریت اسلامی و مدیریت رایج در هدف‌گذاری راهبردی پرداخته و به این پرسش پاسخ می‌دهد که نقاط مرجع راهبردی از منظر مدیریت اسلامی در چه حوزه‌هایی تعریف می‌شوند و این تعریف چگونه در مقایسه با رویکرد رایج مدیریت است؟ علاوه بر این، پژوهش می‌تواند با شناسایی نقاط قابل بهبود در مطالعات مدیریت اسلامی، به جهت‌دهی تحقیقات آتی این حوزه کمک شایانی کند. در این راستا، از مدل نقاط مرجع راهبردی به‌عنوان چارچوب نظری تجمیع‌کننده پیشنهاد شده و به‌منظور استخراج بینش‌هایی درباره پیشینه مدیریت اسلامی، از روش مرور نظام‌مند بهره گرفته شده است. یافته‌های حاصل از این تحقیق، با مدل نظری نقاط مرجع تطبیق داده شده و تلاش شده است تا نقاط مرجع راهبردی مدیریت اسلامی و همچنین شباهت‌ها و تفاوت‌های آن با مدیریت راهبردی رایج شناسایی شوند. نتایج نشان می‌دهد که تاکنون تمرکز اصلی مدیریت اسلامی بر ابعاد ارزش‌ها و ویژگی‌های شخصی و شخصیتی مدیران بوده است. همچنین بر لزوم تحقیق بیشتر در زمینه ابعاد رقبا و ذی‌نفعان از منظر اسلامی تأکید دارد. تطبیق این دو رویکرد می‌تواند به مدیران و تصمیم‌سازان کمک کند تا با هدف‌گذاری کامل‌تر و همسوتر، کیفیت تصمیمات راهبردی و در نهایت عملکرد سازمان را بهبود بخشند.

اطلاعات مقاله

سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۲۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۸

واژه‌های کلیدی

نظریه نقاط مرجع راهبردی،

مدیریت اسلامی،

مدیریت راهبردی،

هدف‌گذاری

ایمیل نویسنده مسئول

sjamini20@gmail.com

استناد به این مقاله: کیانی گهر، محمدحسین؛ امینی، سیدجواد (۱۴۰۴). نظریه نقاط مرجع راهبردی در رویکرد مدیریت اسلامی و رایج هدف‌گذاری

راهبردی سازمان، مطالعات مدیریت راهبردی، ۶۳(۱۶)، ۸۱-۶۱

۱ - مقدمه

در دنیای امروز که با تغییرات سریع فناوری، تحولات اقتصادی، و چالش‌های جهانی روبرو هستیم، سازمان‌ها بیش از هر زمان دیگری به رویکردی راهبردی نیاز دارند. هدف‌گذاری راهبردی یکی از ارکان اصلی مدیریت سازمانی، نقشی حیاتی در هدایت سازمان‌ها به سمت موفقیت و تعالی ایفا می‌کند. این فرآیند پیچیده و چندبعدی، که بر پایه نظریه‌های مدیریت راهبردی استوار است، به سازمان‌ها امکان می‌دهد تا با دیدگاهی جامع و آینده‌نگر، مسیر حرکت خود را در محیط پرتلاطم کسب‌وکار ترسیم کنند [۱۹]. هدف‌گذاری راهبردی را می‌توان فرآیند نظام‌مند تعریف کرد که طی آن سازمان‌ها چشم‌انداز بلندمدت خود را مشخص می‌کنند، اهداف کلان و خرد را تعیین کرده و راهبردهای لازم برای دستیابی به این اهداف را تدوین می‌نمایند. این فرآیند نه تنها به تعیین اهداف کمی و کیفی محدود نمی‌شود، بلکه شامل ارزیابی دقیق محیط داخلی و خارجی سازمان، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، و تحلیل نقاط قوت و ضعف درونی نیز هست. به عبارت دیگر، هدف‌گذاری راهبردی پلی است میان وضعیت موجود سازمان و آینده‌ای که برای خود متصور است، و این پیوند را از طریق برنامه‌ریزی دقیق و مدیریت هوشمندانه برقرار می‌سازد [۹].

اهمیت هدف‌گذاری راهبردی در سازمان‌ها از جنبه‌های متعددی قابل بررسی است. نخست، این فرآیند سازوکار هماهنگ‌کننده است که تمامی بخش‌های سازمان را حول محور اهداف مشترک همسو می‌سازد. دوم، هدف‌گذاری راهبردی ابزار انگیزشی قدرتمند، کارکنان را به تلاش بیشتر و هدفمندتر ترغیب می‌کند. سوم، این فرآیند به سازمان‌ها کمک می‌کند تا منابع محدود خود را به شکلی بهینه تخصیص دهند و از اتلاف منابع جلوگیری کنند. در دهه‌های اخیر، مطالعات کاپلان و نورتون^۱ (۱۹۹۲) درباره کارت امتیازی متوازن^۲ نشان داد که چگونه هدف‌گذاری راهبردی می‌تواند به ایجاد یک سیستم مدیریت عملکرد جامع منجر شود. همچنین، تحقیقات پورتر^۳ (۱۹۹۶) [۳۹] بر اهمیت هم‌راستایی راهبردی و نقش هدف‌گذاری در ایجاد مزیت رقابتی پایدار تأکید داشته است. با وجود مزایای شناخته‌شده هدف‌گذاری راهبردی، بسیاری از سازمان‌ها همچنان با چالش‌های جدی در این زمینه مواجه هستند. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، ناتوانایی در تبدیل اهداف راهبردی به اقدامات عملیاتی است. علاوه بر این، تغییرات سریع محیطی و افزایش عدم قطعیت‌ها، فرآیند هدف‌گذاری را پیچیده‌تر کرده و نیاز به اتخاذ رویکردهای انعطاف‌پذیرتر را افزایش داده است [۴۹] [۲۶].

در حوزه راهبرد هدف‌گذاری نقش پررنگی را در جهت دهی به تلاش افراد و گروه‌ها بازی می‌کند. محققانی مانند میرلو و کلینگلد^۴ (۲۰۱۰) اثر انواع مختلف اهداف را بر عملکرد تیم‌ها و افراد بررسی کرده‌اند. اهداف می‌توانند بر همکاری، رقابت، سرعت، دقت و به طور کلی عملکرد گروه‌ها در انجام کارهایی که نیاز است درون گروه و بین گروهی حل شود اثر بگذارند. همچنین طبق مطالعات استرچر^۵ (۱۹۹۵) نشان داده شده است که وجود اهداف چالش برانگیز مشخص و قابل اندازه‌گیری می‌تواند موجب بهبود عملکرد به صورت چشم‌گیری شود در مقایسه با نداشتن اهداف و یا وجود اهداف با ابهام. این مفهوم در زمینه‌های متعددی مورد مطالعه قرار گرفته است و نتایج هدف‌گذاری می‌تواند در حوزه‌های مختلف علمی مورد استفاده قرار گیرد. هدف‌گذاری به ما کمک خواهد کرد تا رفتارهای قابل قبول را تشخیص دهیم و بتوانیم به تلاش‌ها جهت دهی و در راستای رسیدن به اهداف برنامه‌ریزی کنیم.

در پیشینه راهبرد، چگونگی اتخاذ تصمیمات راهبردی سازمان‌ها و هم‌سوسازی راهبردها را می‌توان با استفاده از نظریه نقاط مرجع راهبردی تحلیل و تبیین کرد. این مدل توضیح می‌دهد که چرایی اتخاذ تصمیمات راهبردی با توجه به نقاط مرجع مشخص می‌شود و تأکید دارد که مدیران و افراد، بر اساس آنچه که در ذهنشان معقول به نظر می‌رسد و آنچه تصور می‌کنند واقعیت باید آن‌گونه باشد، دست به اقداماتی می‌زنند که به باور آن‌ها در جهت دستیابی به سطح مطلوب نقاط مرجع کمک‌کننده است.

این نظریه در تحقق هم‌سویی راهبردی و توجیه علت اتخاذ تصمیمات خاص، اهمیت بسیاری دارد. کامل و جامع بودن آن می‌تواند به درک بهتر واقعیت‌های راهبردی و ارائه توضیحی دقیق از فرآیند تصمیم‌گیری سازمان‌ها کمک کند. بر اساس این نظریه، مدیران از نقاط مرجع به‌عنوان مبنای تصمیم‌گیری‌های راهبردی^۵ استفاده می‌کنند [۷۰]. آن‌ها با تعیین و شناخت این نقاط، الگوی تفکر و رفتار خود را بر

¹ Robert S. Kaplan and David P. Norton

² Balanced Scorecard

³ Mierlo & Kleingeld

⁴ Strecher

⁵ Strategic reference points

اساس آن‌ها تنظیم می‌کنند. برای مثال، اگر مدیری باور داشته باشد که معیار اصلی موفقیت سازمان، دستیابی به حاشیه سود بالا است، تمامی تصمیمات مربوط به تولید، بازاریابی و مدیریت منابع انسانی را بر اساس این نقطه مرجع طراحی و اجرا خواهد کرد.

همان‌طور که شورینگ و بوور (۱۹۸۹) بیان کرده‌اند: "نقاط مرجع راهبردی به مدیران کمک می‌کنند تا درک بهتری از تغییرات محیطی و نیازهای سازمان داشته باشند و به‌طور مؤثرتری راهبردهای مناسبی را برای مقابله با این تغییرات تدوین کنند." اهمیت نقاط مرجع راهبردی از این منظر قابل توجه است. بر همین اساس، در این پژوهش تلاش شده است تا با استفاده از دیدگاه مدیریت اسلامی، نقاط مرجع در این نظریه بررسی شود، و در صورت امکان، با انطباق آن بر پیشینه راهبرد، به تکمیل بحث نقاط مرجع راهبردی کمک شود. بررسی تطبیقی دیدگاه مدیریت اسلامی و مدیریت راهبردی و تکمیل این پیشینه می‌تواند نقش مؤثری در تصمیم‌گیری‌های راهبردی ایفا کند. این مقایسه برای مدیران و تصمیم‌گیرندگان در حوزه‌هایی مانند منابع انسانی [۱۴]، بازاریابی [۳۲]، و سایر زمینه‌های تحقیقاتی مفید است و می‌تواند به تعریف دقیق‌تر اهداف راهبردی و هم‌راستایی آن‌ها برای بهبود عملکرد سازمان کمک کند. همچنین، تطبیق این دو رویکرد می‌تواند پیشینه مدیریت اسلامی را به مرحله اجرایی‌شدن نزدیک‌تر کرده و جایگاه این رویکرد را در هدف‌گذاری راهبردی به‌صورت ملموس‌تری مشخص کند. این فرآیند به ایجاد همسویی میان تصمیمات راهبردی و نگرش اسلامی یاری می‌رساند. در این مقاله، ضمن بررسی عمیق مفهوم هدف‌گذاری راهبردی و اهمیت آن در سازمان‌های امروزی، به تطبیق رویکرد اسلامی و رایج پرداخته و این دو نگرش از منظر تفاوت‌ها و تشابهات مورد تحلیل قرار خواهد گرفت. هدف نهایی این پژوهش، شناسایی ارکان مغفول در پیشینه راهبرد مرتبط با هدف‌گذاری است. این هدف از طریق تطبیق پیشینه مدیریت اسلامی در حوزه هدف‌گذاری با مدل نقاط مرجع راهبردی، به‌عنوان یک مدل تجمیع‌کننده در پیشینه راهبرد، دنبال خواهد شد.

۲ - مبانی نظری و پیشینه پژوهش

هدف از تدوین راهبرد، اجرای آن است و در صورتی که راهبرد تدوین شده برای همه قابل فهم نباشد و به عمل درنیاید، نمی‌تواند ارزش‌آفرینی لازم را داشته باشد. از این رو، اجرای راهبرد ماهیتی فرایندی دارد [۵۱]. بنابراین، راهبردها باید تدوین و به عمل درآیند. به همین دلیل، مدل‌های زیادی برای تدوین و اجرای راهبرد به وجود آمده‌اند که در بسیاری از آن‌ها رکن هدف‌گذاری از ابتدای فرایند مطرح می‌شود. این ادعا را می‌توان در تحقیقات هوفر (۱۹۸۶) و طیبی و ملکی (۱۳۹۶) مشاهده کرد. به طور کلی، راهبرد را می‌توان چگونگی رسیدن به اهداف از طریق وسیله‌ها تعریف کرد [۲۴]. لذا تمامی محور راهبرد متکی بر هدف است و تا زمانی که هدفی وجود نداشته باشد، راهبرد قابل تدوین نخواهد بود. به همین دلیل، مقوله‌های هدف‌گذاری و تدوین راهبرد به شدت به هم مرتبط هستند.

هدف‌گذاری. اهداف سازمان دارای سطوح مختلفی هستند؛ از ماموریت و چشم‌انداز سازمان گرفته تا اهداف کلی و جزئی و کوتاه‌مدت و بلندمدت. تعریف دقیق هر یک از این اهداف و وجود همراستایی بین آن‌ها می‌تواند موجب بهبود عملکرد افراد، سرپرستان و در نهایت کل سازمان گردد [۴۴][۳۸]. افراد در سازمان برای رسیدن به اهداف تلاش می‌کنند و وظایف آن‌ها بر اساس نقش‌شان در تحقق اهداف تعریف می‌شود. همچنین، فعالیت‌های بعدی مدیریت، مانند برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و سایر وظایف مدیر تنها پس از تعیین دقیق اهداف ممکن خواهد بود. در غیر این صورت، ممکن است منابع به هدر روند [۶]. اهداف در سازمان جهت‌گیری کلی سازمان را مشخص می‌کنند، فعالیت‌ها را همراستا سازند، تصمیمات را هدایت کنند و مبنایی برای اندازه‌گیری فعالیت‌ها و پیشرفت کار در سازمان فراهم آورند [۷۲].

اهداف باید روشن، واضح، قابل اندازه‌گیری، دسترس‌پذیر و بدون ابهام باشند. همه اعضای سازمان باید آن‌ها را درک کرده و در راستای تحقق آن‌ها تلاش کنند. همچنین، اهداف در سطوح مختلف باید با یکدیگر همراستا باشند. این همراستایی می‌تواند در بعد زمان باشد [۲۶] یا در سطوح مختلف سازمانی، مانند اهداف سطح عالی یا عملیاتی [۴۵]. هدف‌گذاری باید با توجه به محیط بیرون و درون سازمان انجام شود و الزامات تطبیق این دو در هدف‌گذاری رعایت گردد. علاوه بر این، اهدافی که برای سازمان تدوین می‌شوند باید با ساختار سازمان همسو باشند تا سازمان بتواند با ساختار خود از عهده این اهداف برآید. در غیر این صورت، نیاز به تغییر ساختار و تطبیق آن با اهداف باید در دستور کار قرار گیرد [۴۶].

هدف‌گذاری، جزء حیاتی در تدوین و اجرای راهبرد است. در زمینه مدیریت راهبردی، هدف‌گذاری فرآیندهای تصمیم‌گیری را هدایت کرده، تلاش‌های سازمانی را همسو می‌کند و نتایج عملکرد را افزایش می‌دهد. اهمیت تعیین هدف با زیربنای نظری، اعتبارسنجی تجربی و کاربردهای عملی آن در حوزه‌های مختلف، از جمله مراقبت‌های بهداشتی، آموزش و رفتار سازمانی تأکید می‌شود. چارچوب نظری نظریه هدف‌گذاری، بیان می‌کند اهداف خاص و چالش‌برانگیز منجر به عملکرد بالاتر در مقایسه با اهداف آسان یا مبهم می‌شود. این نظریه بر اهمیت ویژگی‌های هدف، دشواری آن و بازخورد در افزایش انگیزه و عملکرد تأکید دارد [۲۹]. سازوکارهایی که از طریق آن اهداف بر رفتار تأثیر می‌گذارند، شامل افزایش تلاش، پشتکار و توسعه راهبردهای وظیفه است که همگی برای اجرای مؤثر راهبرد بسیار مهم هستند. علاوه بر این، رابطه بین هدف‌گذاری و خودکارآمدی به‌خوبی مستند شده است، که نشان می‌دهد افرادی که اهدافی را تعیین می‌کنند، به احتمال زیاد به قابلیت‌های خود ایمان دارند و در نتیجه عملکرد خود را افزایش می‌دهند [۳۰][۵۰].

مدیریت راهبردی اساساً با فرآیند تعیین هدف در هم تنیده است و سازوکاری حیاتی برای همسوسازی تلاش‌های سازمانی در جهت دستیابی به نتایج مطلوب عمل می‌کند. اولین گام در فرآیند هدف‌گذاری، شناسایی اهداف سازمانی است. این شامل تجزیه و تحلیل کامل مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های سازمان است که به عنوان عناصر اساسی هدایت‌کننده فرمول‌بندی هدف عمل می‌کنند. به گفته کوتلار و همکاران، وجود اهداف سازمانی مشخص برای مدیریت و عملکرد مؤثر ضروری است [۲۷].

این مرحله اولیه مستلزم مشارکت ذی‌نفعان است تا اطمینان حاصل شود که اهداف، آرمان‌های جمعی سازمان را منعکس می‌کنند و در نتیجه احساس مالکیت و تعهد را در بین کارکنان تقویت می‌کنند [۳۱]. تحقیقات نشان می‌دهد که اهدافی که خاص و چالش‌برانگیز هستند، در مقایسه با اهداف مبهم یا آسان، منجر به عملکرد بالاتری می‌شوند. مرحله بعدی شامل توسعه برنامه‌های عملیاتی است که گام‌های خاص مورد نیاز برای دستیابی به اهداف تعیین‌شده را مشخص می‌کند. این شامل شناسایی منابع، تخصیص مسئولیت‌ها و تعیین جدول زمانی برای هر اقدام می‌شود. سازوکارهای بازخورد عملکرد نیز باید در برنامه‌های عملیاتی ادغام شوند تا پیشرفت را نظارت کرده و در صورت لزوم تعدیل‌ها را تسهیل کنند [۳۶]. نقش بازخورد در تعیین هدف را نمی‌توان اغراق کرد، زیرا اطلاعات مهمی را ارائه می‌دهد که به افراد و تیم‌ها کمک می‌کند تا راهبردهای خود را اصلاح کرده و انگیزه خود را حفظ کنند [۱۱].

همانطور که سازمان‌ها برنامه‌های عملیاتی خود را اجرا می‌کنند، پرورش فرهنگ مسئولیت‌پذیری ضروری است. این شامل راه‌اندازی سیستم‌هایی برای ردیابی پیشرفت به سمت اهداف و مسئول نگه‌داشتن افراد برای مشارکت‌هایشان می‌شود. تحقیقات لی و پروایز^۱ اهمیت مشارکت در تعیین هدف را برجسته می‌کند، زیرا رفتار فعالانه و تعهد کارکنان را برای دستیابی به اهداف افزایش می‌دهد [۱۳]. بررسی‌های منظم و ارزیابی عملکرد می‌تواند به تقویت مسئولیت‌پذیری کمک کرده و فرصت‌هایی برای شناسایی و پاداش فراهم آورد.

یکی دیگر از مراحل مهم در فرآیند هدف‌گذاری، ارزیابی نتایج است. سازمان‌ها باید اثربخشی اهداف خود و راهبردهای به کار گرفته شده برای دستیابی به آن‌ها را ارزیابی کنند. این ارزیابی باید هم معیارهای کمی و هم کیفی را در نظر بگیرد و به درک جامعی از تأثیر تعیین هدف بر عملکرد سازمانی اجازه دهد [۲۷]. بر اساس نتایج ارزیابی، سازمان‌ها ممکن است نیاز به تنظیم اهداف یا راهبردهای خود داشته باشند تا بهتر با شرایط در حال تغییر یا چالش‌های جدید هماهنگ شوند. علاوه بر این، سازمان‌ها باید ذهنیت بهبود مستمر را تشویق کنند، جایی که درس‌های آموخته‌شده از فرآیند هدف‌گذاری برای اطلاع‌رسانی به تدوین و اجرای اهداف آینده استفاده می‌شود. این رویکرد تکراری به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا با محیط‌های پویا سازگار شوند و چابکی راهبردی خود را افزایش دهند [۷۱].

سازمان‌ها با پرورش فرهنگ یادگیری می‌توانند بهتر از عدم قطعیت‌ها عبور کرده و در فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری کنند. هدف‌گذاری مؤثر در مدیریت راهبردی شامل یک فرآیند نظام‌مند است که شامل شناسایی اهداف، ارتباطات، برنامه‌ریزی اقدام، پاسخگویی، ارزیابی و بهبود مستمر است. هر یک از این مراحل با مجموعه‌ای قوی از تحقیقات پشتیبانی می‌شود که بر اهمیت تعیین هدف در افزایش عملکرد سازمانی و دستیابی به اهداف راهبردی تأکید می‌کند. با پایبندی به این اصول، سازمان‌ها می‌توانند چارچوبی منسجم ایجاد کنند که تلاش‌های فردی را با اهداف سازمانی گسترده‌تر همسو می‌کند و در نهایت منجر به موفقیت در یک چشم‌انداز رقابتی فزاینده می‌شود.

نظریه نقاط مرجع راهبردی. نظریه نقاط مرجع راهبردی، رویکردی نوین در حوزه مدیریت راهبردی است. این نظریه به تبیین چگونگی تصمیم‌گیری راهبردی مدیران می‌پردازد و هدف آن شناخت نقاط مرجعی است که مدیران برای آن‌ها سطح ایده‌آلی در ذهن خود متصور می‌شوند. بر اساس این نظریه، اگر تمام نقاط مرجعی که در مدل مطرح شده فعال باشند و این نقاط مرجع با هم همسو گردند، می‌توان به بهبود کیفیت تصمیم‌گیری راهبردی، نتایج بهتری حاصل کرد و در نتیجه عملکرد سازمان را بهبود بخشید [۲۳][۸]. این نظریه با شناسایی نقاط مرجع راهبردی در دو بعد بیرونی و درونی سازمان، همسویی بین نیازهای محیطی و منابع سازمان ایجاد می‌کند [۱۱]. این نظریه هم به رویکرد عقلایی توجه دارد و هم رویکرد طبیعی را دنبال می‌کند و می‌توان گفت که یک رویکرد ترکیبی از این دو را مطرح کرده است. نقاط مرجع راهبردی به‌عنوان نقاطی برای هماهنگی عمل می‌کنند و اگر تمام عناصر و سیستم‌های سازمان خود را با آن‌ها هماهنگ نمایند، هماهنگی کلی در سازمان به وجود خواهد آمد.

نقاط مرجع دارای ویژگی‌های خاصی هستند که به این فرآیند کمک می‌کنند. این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱ - ایجاد هماهنگی همه‌جانبه در عناصر و سیستم‌های سازمان [۱۵].

۲ - کمک به انجام اقدامات مناسب و هماهنگ [۱۶].

۳ - بهبود عملکرد سازمان از طریق هماهنگی نقاط مرجع.

۴ - ایجاد مزیت رقابتی [۸].

این نظریه با استفاده از رویکرد رفتاری و نظریه چشم‌انداز، رفتار مدیران در تصمیم‌گیری راهبردی و ماهیت این تصمیمات را توجیه می‌کند و بر این باور است که سازمان‌ها زمانی که خود را در موقعیتی پایین‌تر از نقاط مرجع می‌بینند، به سمت پذیرش ریسک می‌روند، در حالی که اگر بالاتر از نقاط مرجع قرار گیرند، به رفتار ریسک‌گریزی تمایل پیدا می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که انتخاب نقاط مرجع برای یک سازمان تأثیر مستقیمی بر رفتار انتخاب راهبردی آن دارد. با بهره‌گیری از نقاط مرجع راهبردی دوگانه (محورهای X و Y) و در برخی موارد چهارگانه و سه‌بعدی، می‌توان نقاط مختلف را در یک طیف ترسیم کرد. این پیوندهای طیفی به تعیین نقاط مرجع راهبردی کمک می‌کند و در نهایت به شناسایی موقعیت‌های مختلف منجر می‌شود. با استفاده از نام‌گذاری در این گونه‌های چهارگانه، می‌توان به تجزیه و تحلیل موقعیت راهبردی سازمان در وضعیت موجود و مطلوب دست یافت. این فرآیند به مدیران کمک می‌کند تا تصمیمات راهبردی متعددی اتخاذ کنند. همچنین، این نقاط مرجع در هدف‌گذاری کاربرد به‌سزایی دارند، زیرا اساساً هدف نشانگر وضعیت قابل قبول و مطلوب ذهنیت مدیر است و میزان این مطلوبیت‌ها از نقاط مرجع ذهن مدیر در هر یک از ابعاد می‌باشد [۱۳][۳۳]. این مدل، چارچوب مفهومی است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا با ایجاد معیارهایی برای ارزیابی عملکرد، در فرآیند تصمیم‌گیری راهبردی خود حرکت کنند. ریشه این مدل در اصول نظریه چشم‌انداز است که فرض می‌کند افراد نتایج را نسبت به یک نقطه مرجع ارزیابی می‌کنند، نه به‌طور مطلق. در زمینه مدیریت راهبردی، این نقاط مرجع می‌توانند شامل معیارهای عملکرد تاریخی، استانداردهای صنعت یا عملکرد رقبا باشند [۱۷ و ۷]. این مدل به ویژه برای هدایت مدیران مفید است، زیرا آنها می‌توانند راهبردهای خود را در پاسخ به بازخورد عملکرد تطبیق دهند. برای مثال، بلنتر و گولیش^۱ تأکید می‌کنند که نقاط مرجع، اهرم‌های حیاتی برای سازگاری سازمانی عمل می‌کنند و مدیران را قادر می‌سازند تا تغییرات راهبردی را از طریق ارتباط مؤثر و همسویی هویت سازمانی با نتایج عملکرد آغاز کنند [۱۴]. این سازگاری در بازارهای پویا که سازمان‌ها باید به‌طور مداوم راهبردهای خود را بر اساس معیارهای عملکرد داخلی و خارجی ارزیابی مجدد کنند، اهمیت ویژه‌ای دارد.

کاربرد این مدل در زمینه‌های مختلف راهبردی مشهود است. برای مثال، می‌توان آن را در طول فرآیند جانشینی مدیرعامل برای ارزیابی اینکه چگونه رهبران جدید اهداف عملکردی را بر اساس معیارهای قبلی و عملکرد رقبا تعیین می‌کنند، به کار گرفت [۲۸]. علاوه بر این، این مدل به درک اینکه چگونه سبک‌های شناختی بر انتخاب‌های تصمیم‌گیری در میان مدیران تأثیر می‌گذارد، کمک می‌کند، زیرا روان‌شناسی شناختی را با مدیریت راهبردی ادغام می‌کند [۷۸]. این تلاقی فرآیندهای شناختی و نقاط مرجع راهبردی امکان درک دقیق‌تری از نحوه درک مدیران از ریسک‌ها و فرصت‌ها را فراهم می‌آورد و در نهایت به انتخاب‌های راهبردی آن‌ها شکل می‌دهد. مدل مذکور در سناریوهایی به کار می‌رود که سازمان‌ها با ابهام یا فشارهای رقابتی مواجه هستند. این مدل رویکردی ساختاریافته را برای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها نسبت به هم‌تایان خود فراهم می‌کند، به‌طوری که تنظیمات راهبردی را تسهیل کرده و می‌تواند مزیت رقابتی را افزایش دهد.

¹ Blettner and Gollisch

[۱۵]. به عنوان مثال، شرکت‌ها معمولاً عملکرد خود را در مقابل سازمان‌های مشابه ارزیابی می‌کنند تا اثربخشی خود را سنجیده و زمینه‌های بهبود را شناسایی کنند [۲۵]. این فرآیند معیار در صناعی که با تغییرات سریع شناخته می‌شوند، اهمیت زیادی دارد، جایی که شرکت‌ها باید برای حفظ موقعیت خود در بازار، چابک و پاسخگو باقی بمانند. مدل نقطه مرجع راهبردی، ابزاری حیاتی در مدیریت راهبردی عمل می‌کند و به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که معیارهای عملکردی را تعیین کنند، با بازخورد سازگار شوند و در محیط‌های رقابتی، تصمیمات آگاهانه بگیرند. ادغام روانشناسی شناختی و تحلیل راهبردی، چارچوبی جامع برای درک تأثیر نقاط مرجع بر رفتار مدیریتی و نتایج سازمانی فراهم می‌آورد [۷۲].

مدیریت اسلامی. اندیشمندان اسلامی تعاریف متعددی از مدیریت اسلامی ارائه کرده‌اند. افجه (۱۳۷۷) مدیریت اسلامی را روش حل عادلانه مسائل اداری می‌داند؛ هر قاعده اساسی اداری که با تفکر عدالت اجتماعی ارتباط داشته باشد، می‌تواند مدیریت اسلامی تلقی شود. همچنین، علامه جعفری، مدیریت و سیاست از دیدگاه اسلام را مدیریت حیات انسان‌ها، چه در حالت فردی و چه در حالت اجتماعی، برای دستیابی به عالی‌ترین اهداف مادی و معنوی معرفی کرده است [۳۴]. از دیدگاه مصباح یزدی، مدیریت در اسلام (که رهبری نوعی خاص از آن است) بر اساس طرح و برنامه‌ای سازگار با مبانی اسلامی و به سوی اهداف اسلام‌پسند است که در نهایت هدف آن، قرب الهی است. در این راستا، نحوه برخورد با افراد نیز باید مطابق با موازین اسلامی باشد [۴][۵]. طبق نظر نویی، مدیریت، هنر و علمی است برای به‌کارگیری صحیح افراد و امکانات در جهت دستیابی به اهداف سازمانی به‌گونه‌ای که با موازین شرع مغایرت نداشته باشد [۱].

در اندیشه غربی، نوع نگاه به انسان از چند بعد مورد بررسی قرار می‌گیرد: از بعد چیستی، انسان موجودی مادی و طبیعی تلقی می‌شود و از بعد چرایی و هدف، خوشبختی در زندگی زمینی و حداکثرسازی رفاه مادی هدف اصلی است. از بعد چگونگی (ابزار رسیدن به خوشبختی)، رویکرد آزادی را که در طبیعت انسان نهفته است، ابزار اصلی می‌شناسد و فردیت را مورد تأکید قرار می‌دهد. در مقابل، در باورهای اسلامی، انسان از بعد چیستی ترکیبی از طبیعت و فطرت است. از بعد چرایی و هدف، تکامل به معنای شکوفایی فطرت برای انسان مطرح است و از بعد چگونگی و ابزار تکامل، فعلیت یافتن قوای فطری، خداجویی و حق مورد توجه قرار می‌گیرد. هدف نهایی انسان از دید غرب، حداکثرسازی رفاه مادی برای تمامی افراد جامعه است، در حالی که از دیدگاه اسلام، هدف فراهم کردن مقدمات سیر و سلوک (کمال) و هدایت انسان‌ها به سوی خلیفه‌الله شدن است. بنابراین، دلیل اصلی سیاست‌گذاری (حکومت) در دیدگاه غرب بر اساس اصل منفعت و ضرر است، اما از دیدگاه اسلام، اصل حق و عدل مبنای سیاست‌گذاری قرار دارد [۴۸]. به طور کلی، مطالعات مدیریت اسلامی بر مبنای یکی از این رویکردها انجام می‌شود. عابدی، جعفری و ازگلی (۱۳۸۸) روش تلفیقی مرحله‌بندی شده در مدیریت اسلامی ارائه داده‌اند که شامل

- ۱ - شناسایی و ارزیابی آثار موجود در زمینه مدیریت اسلامی
- ۲ - تهیه فهرستی معتبر از مفاهیم مرتبط با موضوع
- ۳ - کاوش و بررسی در منابع قرآن و روایات اسلامی
- ۴ - بررسی و ارزیابی یافته‌های عقل بشری در حوزه مدیریت
- ۵ - تحلیل و ارزیابی تجربیات میدانی مدیران مسلمان
- ۶ - مطالعه و بررسی شیوه‌های رهبری و مدیریت اولیای دین
- ۷ - استخراج و بهره‌برداری از تمامی دستاوردها و ارائه یک مدل جامع
- ۸ - آموزش و پرورش مدیران و رهبران اسلامی بر اساس مدل ارائه شده
- ۹ - اجرای مدل توسط متریبیان در نظام مدیریتی اسلامی
- ۱۰ - دریافت بازخورد از اجرا و اصلاح فرآیند مدیریت اسلامی

قرآن، منبع بنیادی است که در بسیاری از تحقیقات، جایگاه خاصی دارد. بر این اساس، افجه و همکاران (۱۳۹۳) با پذیرش این فرض که قرآن کریم، کتاب هدایت و راهنمای انسان‌ها در طول تاریخ است، الگویی استنباطی-اجتهادی را طراحی کرده‌اند. این الگو شامل یازده مرحله است که به ترتیب عبارتند از: مرور و تدبر در قرآن برای شناسایی آیات مرتبط با موضوع پژوهش، استخراج مضامین و پیام‌های مرتبط از تفسیر قرآن، استفاده از دو کدگذار برای اعتبارسنجی مضامین استخراج‌شده، اعتبارسنجی مفاهیم بر اساس تفسیر المیزان، تبیین

نهایی مفاهیم شناسایی شده، کدگذاری پیام‌های استخراج شده، استخراج مقوله‌ها و مقوله‌های اصلی، تعیین روابط بین مقولات و ارائه الگوی مفهومی اولیه، اعتبارسنجی الگو با نظر خبرگان و در نهایت آزمون الگوی مفهومی نهایی پژوهش در محیط واقعی. این مراحل به محققان این امکان را می‌دهد که از آموزه‌های قرآنی بهره‌برداری کرده و مدل‌های مدیریتی مبتنی بر اصول اسلامی را توسعه دهند [۲].

بر خلاف نظریه‌های غربی مدیریت، که معمولاً به روش‌های حسی و تجربی متکی است، نظریات مدیریت اسلامی بر اساس طیف گوناگونی از روش‌های شناخت و تحقیق شکل می‌گیرد و روش‌های حسی نازلترین روش پژوهش، مورد استفاده قرار می‌گیرد [۳۴].

نظریه رهبری در خصوص مدیریت اسلامی. مقام معظم رهبری توجه ویژه‌ای به مدیریت دارند و مدیران را به‌قرارگرفتن در اراده الهی دعوت می‌نماید و عواملی را که باعث خروج از این اراده می‌گردد را به عنوان خطوط قرمز مدیریت ترسیم می‌نمایند. در ادامه سعی شده که گفتارهایی از کلام مقام معظم رهبری پیرامون روح مدیریت اسلامی و برخی مولفه‌های آن به صورت اجمالی بحث شده است:

در خصوص سلامت اعتقادی و اخلاقی مسئولین، با پذیرش کاستی‌ها، اشاره شد که دولت اسلامی کامل نداریم و فاصله زیادی با ایده‌آل‌ها داریم. با این حال، بر اهمیت مرور شاخص‌های اعتقادی و اخلاقی، به‌ویژه در میان مسئولان تأکید شد؛ این شاخص‌ها باید از اعتقاد و نگاه صحیح نشأت بگیرند. بدون سردرگمی در اعتقادات، می‌توان از راهنمایی‌های امام به‌عنوان مرجع استفاده کرد [۵۴]. در راستای اعتقاد به خدای متعال، باید به وعده‌های الهی عمل کنیم، زیرا تجربه کرده‌ایم که وعده‌های به‌ظاهر غیرممکن الهی محقق شده‌اند. مثال تاریخی این باور، انقلاب اسلامی ایران است که با وجود معضلات و ناهمواری‌ها، رژیم مستبدی را سرنگون و نظام اسلامی را مستقر کرد. بنابراین، اعتماد به وعده‌های خدا باید در عمل نیز تحقق یابد [۵۵]. در خصوص تلاش مدیران برای تقویت باورهای دینی مردم، مسئله فرهنگ بسیار حائز اهمیت است و دولت اسلامی باید تکلیف خود را در این زمینه روشن کند. هدف از توجه به فرهنگ، هدایت فرهنگی و اخلاقی جامعه است که نباید نادیده گرفته شود. وظیفه ماست که علی‌رغم انتقادات، راه هدایت مردم را باز نگاه داریم و آنان را هدایت کنیم [۶۰]. مصون ماندن از انحراف، تعمق در امر دین و مقابله با شهوات و دنیاطلبی از جمله مؤلفه‌های مهم این حوزه است. اذعان شد که لغزش عده‌ای از افراد به دلیل نداشتن عمق درک دینی و اسلامی است که باعث می‌شود با تغییر شرایط، مواضع خود را به‌شدت تغییر دهند. این افراد علی‌رغم شور و نشاط اولیه، به‌تدریج حتی پایه‌های انقلاب و نظام را انکار کردند. عامل دیگر انحراف می‌تواند شهوات و دنیاطلبی باشد که حتی افراد با درک عمیق را نیز منحرف می‌کند [۶۱].

در خصوص نزدیکی به معیارها و ضوابط اسلامی، رهبر فرمودند که شعار دولت اسلامی به معنای نزدیک کردن اعمال فردی و تعاملات اجتماعی و بین‌المللی به معیارهای اسلامی است. پایبندی به این شعار، همراه با تلاش جدی و واقعی، گامی مهم برای رسیدن به اهداف اسلامی است و نیازمند افرادی است که توانایی پذیرش این مسئولیت سنگین را داشته باشند. این افراد شامل مردان و زنان توانمند در جامعه می‌شود [۵۶].

تحول در محتوای مدیریتی بر مبنای اسلام از دیگر موضوعات مورد نظر در این حوزه است. بنابر نظریه رهبر معظم، برای اسلامی شدن واقعی، باید تحول در نحوه مدیریت ایجاد کرده و محتوا را اسلامی کنیم. تحول در مدیریت که یکی از وعده‌های مهم رئیس‌جمهور بود و بسیاری را جذب کرد، باید توسط خود ما و با اسلامی کردن رفتارها و تصمیمات مدیریتی‌مان اجرا شود. اولین گام در این راه، اسلامی کردن نحوه عملکرد و تعاملات‌مان است [۵۷]. در خصوص خودسازی مسئولان، باید به اصلاح و بهبود رفتار و اخلاق خود تلاش کنیم و به یکدیگر در رفع عیوب کمک نماییم. هر کسی که مسئولیت می‌پذیرد، باید با نیت خدمت به مردم و اصلاح شخصی وارد شود. دولت اسلامی زمانی محقق می‌شود که مسئولان و قوای مختلف خود را با معیارهای دینی و اخلاقی تطبیق دهند و این فرآیند اصلاح شخصی به اصلاح جامعه منجر خواهد شد [۶۴]. در راستای صبر و توکل که لازمه عمل مسئولان است، برای موفقیت در وظایف دنیایی و آخرتی، مسئولان کشور نیازمند دو عنصر صبر و توکل هستند [۶۷]. صبر به معنای پایداری و مقاومت در مسیر هدف است و توکل به تکیه بر خداوند برای پیشبرد امور اشاره دارد. قرآن کریم نیز به اهمیت این دو عنصر در دستیابی به پیروزی و ثمرات نیکو تأکید دارد [۶۹].

همچنین سنگین‌تر بودن وظیفه مسئولان در امر استغفار و توبه به سوی خداوند، از جمله بیانات رهبر است. کارگزاران و مسئولان کشور باید توجه ویژه‌ای به وظیفه استغفار و توبه داشته باشند، زیرا مسئولیت سنگین‌تری در قبال اعمال خود و زیرمجموعه‌شان دارند. کوچک‌ترین

سهل‌انگاری، مانند کوتاهی در انتخاب افراد یا برخورد با تخلفات، می‌تواند به خطا بیانجامد و مسئولیت آن بر عهده آنان است. بنابراین، باید با دقت بیشتری عمل کنند تا از بروز اشتباهات جلوگیری شود [۶۵].

در خصوص حرکت در راه خدا و استعانت از الله، اعتماد به قدرت و وعده‌های الهی اساس موفقیت در تمامی امور است. خدای متعال، افرادی را که به وعده‌های او بدگمان هستند، مورد مذمت قرار داده است. تجربه نشان می‌دهد که با توکل به خدا و عزم راسخ، حتی غیرممکن‌ها محقق می‌شوند، همان‌طور که انقلاب اسلامی با این اصول به پیروزی رسید [۶۶]. در راستای باارزش بودن رضایت مردم در صورت عدم تعارض با تکلیف الهی، توجه به رضایت مردم در تصمیم‌گیری‌ها مهم است، اما نباید به قیمت نادیده گرفتن رضایت خداوند باشد. اگر عملی شرعاً واجب است ولی مردم خوششان نمی‌آید، باید آن را انجام داد. اولویت همیشه با انجام تکالیف شرعی و قانونی است، حتی اگر خلاف میل عمومی باشد [۵۹]. ایمان خالصانه مقدم بر استنتاج‌ها، تبیین‌ها و تصمیم‌های سیاسی باید باشد. در واقع، اصل اساسی در تصمیمات و تحلیل‌های سیاسی، اعتماد به ایمان خالصانه و یاد خداوند است که مانند نوری می‌تواند راهنما و حیات‌بخش باشد. تأکید بر ذکر خداوند و توجه به آیه "اذکروا الله ذکرا کثیرا" به همه ما یادآوری می‌کند که از غفلت دوری کنیم و یاد خدا را در اولویت قرار دهیم. این توصیه پس از آزمون‌های بزرگ جامعه ایمانی در زمان نزول آیات سوره احزاب بیان شده است [۵۷]. در خصوص تعارض پرداخت به معنویات با اشتغالات کاری، رهبر معظم فرمودند که به خدا توکل کنید و از او توفیق بخواهید و رابطه‌تان را با معنویت تقویت کنید. غرق شدن در کارها نباید شما را از یاد خدا و معنویات بازدارد، زیرا کمک الهی پشتوانه اصلی نشاط و موفقیت ماست. برای حفظ و دوام نعمت مسئولیت و خدمت، از خداوند شکرگزاری و درخواست یاری کنید [۵۸]. همچنین در راستای اتصال دل‌ها با خدای متعال، رهبر فرمودند که شما بخشی از این ملت هستید و در فضائل آن سهیم، اما اکنون مسئولیت دارید که باید به بهترین نحو انجام دهید. اخلاص، تلاش بی‌وقفه، بی‌طمع بودن و اولویت دادن به منافع عمومی باید راهنمای شما در این مسیر باشد. برای حفظ این روحیه، ضروری است دلتان را به خدا متعال متصل کنید [۶۸]. در مورد احتیاج به آمادگی روحی نیز فرمودند که به نماز، ذکر و نوافل اهمیت دهید و از شب‌زنده‌داری برای تقویت ارتباط با خداوند بهره ببرید. این تمرین معنوی به‌ویژه برای آماده‌سازی خود در برخورد با مسئولیت‌های بزرگ و الهی ضروری است [۶۲]. در خصوص حاکمیت آدم‌های متدین بر سرنوشت تشکیلات، رهبر فرمودند که باید در وزارتخانه‌ها فضای حزب‌اللهی حاکم شود تا افراد متدین سرنوشت تشکیلات را به دست گیرند. در عین حال، می‌توان از تخصص افرادی که با ما هم عقیده نیستند نیز بهره برد، به شرط اینکه در خدمت اهداف مدیریتی باشند [۶۳]. همچنین برای پیشرفت زودرس در سایه اسلام، فرمودند که وقتی قوانین طبیعت مطابق دستورات شرع و اسلام اجرا شوند، مانند هدایت درست کشتی، بادهای موافق به نفع شما می‌وزند. حرکت در مسیر اسلامی نه تنها خلاف جریان طبیعی نیست، بلکه به پیشرفت سریع و آبادانی کشور، رونق اقتصاد و بهبود زندگی مردم منجر می‌شود [۵۳].

نهایتاً در خصوص همت مدیران برای اقامه دین خدا، مقام معظم رهبری فرمودند که باید بر اقامه دین خدا و عدالت تمرکز کنیم و از تقلید حکومت‌های غربی بپرهیزیم. تمام کارگزاران نظام از رهبری تا مدیران باید در راستای تحقق این اهداف تلاش کنند [۵۲].

باتوجه به فرمایشات رهبر معظم، می‌توان اینگونه برداشت کرد برای تحقق حکومت اسلامی و علوی، مسئولان باید ضمن پذیرش کاستی‌ها، بر اعتلای اصول اعتقادی و اخلاقی تکیه کرده، از سردرگمی در عقاید پرهیز کنند و به وعده‌های الهی اعتماد و عمل کنند. همچنین، بهبود باورهای دینی مردم، فرهنگ‌سازی مناسب، و حفظ صداقت و اخلاص در مسئولیت‌ها از وظایف کلیدی است. برای پیشرفت و تحقق عدالت، پایبندی به معیارهای اسلامی و مدیریت مبتنی بر اسلام ضروری است.

۳ - روش‌شناسی پژوهش

مرور نظام‌مند^۱ نوعی پژوهش ثانویه محسوب می‌شود که زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که تفکرات متفاوت و شاید متناقضی در یک حوزه وجود دارد. پژوهشگر می‌تواند از این روش استفاده کرده تا این تفاوت‌ها و شباهت‌ها را شناسایی و حل و فصل نموده و به جمع‌بندی برسد. در این نوع پژوهش، پژوهشگر به سوالات معینی که از قبل طراحی شده‌اند، پاسخ می‌دهد [۳۵]. پژوهشگران روش مرور پیشینه را به چندین قسم تقسیم‌بندی کرده‌اند که این دسته‌بندی شامل: آزمون پیشینه، گسترش پیشینه، نقد و توصیف می‌باشد. این دسته‌بندی کمک

^۱ Systematic review

می کند تا در مجموع ۱۶ نوع مرور نظام مند که حاصل جایگشت این موارد است، شناسایی شود و هر کدام از نظر هدف و روش از یکدیگر متفاوت اند [۷۷]. روش مورد استفاده در این پژوهش، جهت بررسی تعداد محدودی از مطالعات انجام شده است. به این دلیل که موضوع تحقیق بدیع بوده و همچنین اهمیت و کاربرد فراوان در مباحث مدیریت اسلامی دارد، از این روش برای اکتشاف نتایج و مدلی در راستای پاسخ به سوال تحقیق استفاده شده است. در این روش، طبق چارچوب مشخص، مطالب یافت شده در پژوهش های گذشته به کدگذاری داده های متنی پرداخته می شود؛ سپس با تطبیق و مقایسه نتایج، تصویری از پدیده مورد نظر ایجاد خواهد شد. نتیجه گیری و تعمیم ها بر مبنای مقولات و مفاهیم کدگذاری شده صورت می گیرد [۷۵]. روش مرور نظام مند پیشینه که با استناد به روش ساینی و شلونسکی^۱ در پژوهش حاضر استفاده شده است، در ۷ مرحله انجام خواهد شد که در ادامه به آن پرداخته می شود [۴۷].

گام اول: تعریف سوال تحقیق. باتوجه به کمبود مطالعاتی که در آن به موضوع نقاط مرجع راهبردی در مدیریت اسلامی، شناخت عمیق تر این نقاط و نحوه اثر گذاری آن ها مهم است از این رو هدف این پژوهش نیز تحقق این شناخت به حساب می آید. بنابراین سوال اصلی پژوهش عبارت است از این که، *نقاط مرجع راهبردی از دیدگاه مدیریت اسلامی در چه حوزه هایی تعریف می شود؟ و این امر از طریق مطالعه تطبیقی با رویکرد رایج مدیریت به چه صورت است؟*

گام دوم: شناسایی و بازیابی مطالعات. در این تحقیق، به منظور جمع آوری مطالعات مختلف، مقالات تحقیقاتی و فلسفی از سه پایگاه ایرانی شامل سیویلیکا، مگیران و SID مورد بررسی قرار گرفت. در انجام انتخاب پیش رو از نظر کارشناسان این حوزه در راستای پوشش تمامی مطالب و جلوگیری از ورود مطالب تکراری در پژوهش استفاده شده است. در ادامه لازم است برای شناسایی و بازیابی مطالعات مرتبط با پژوهش، کلیدواژه های متناسب با موضوع تعیین و در پایگاه های معتبر جست و جو شود. در جدول ۱ به طور خلاصه کلید واژه های جست و جو شده تشریح شده است.

جدول ۱. کلیدواژه های جست و جو شده (کیانی گهر، امینی)

کلیدواژه های فارسی	کلیدواژه های لاتین
اسلام	Islam
مدیریت اسلامی	Islamic management
هدف گذاری	Goal setting
نقاط مرجع راهبردی	Strategic Reference Points
مدیریت رایج	Management

گام سوم: تعیین معیارهای ورود و خروج مطالعه. برای انتخاب منابع مناسب، کلیدواژه ها در پایگاه های ذکر شده جست و جو شدند. با این حال، به دلیل اینکه بیشتر منابع پیدا شده ارتباطی با موضوع تحقیق نداشتند، مطالعات منتخب بر اساس میزان مرتبط بودن با سوال پژوهش بررسی شدند. در نتیجه، کلیدواژه ها در جدول ۲ پالایش و اصلاح شدند.

جدول ۲. نحوه جست و جو در پایگاه های داده (کیانی گهر، امینی)

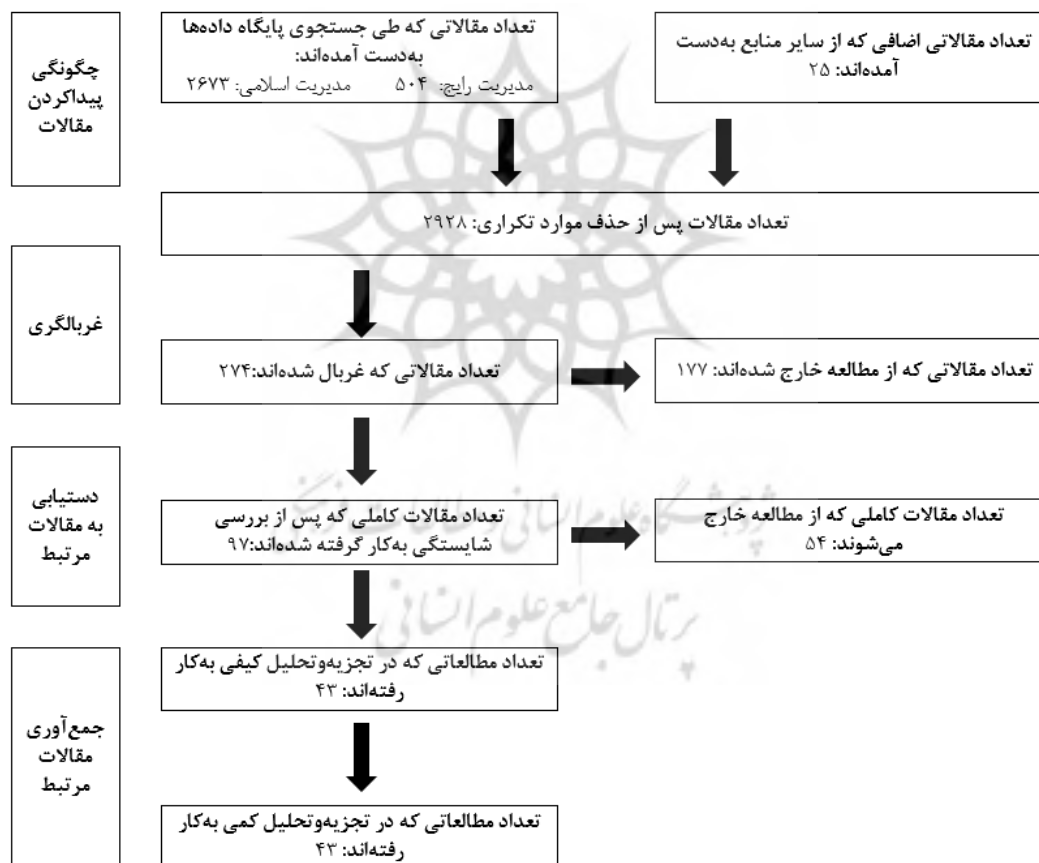
پایگاه داده	جست و جو	معیارهای ورود به مطالعه		معیار خروجی مطالعه	یافته اولیه	یافته نهایی با عنوان مرتبط	یافته هایی با چکیده مرتبط
		فیلتر مرحله اول	فیلتر مرحله دوم				
CIVILICA	هدف گذاری - مدیریت اسلامی	عنوان، کلمه کلیدی، چکیده	حوزه علوم انسانی - مقالات نشریه ای	محتوایی	۷۶۴	۱۱۱	۳۶
Magiran	هدف گذاری - مدیریت اسلامی	عنوان، کلمه کلیدی، چکیده	حوزه علوم انسانی - مقالات نشریه ای	محتوایی	۱۲۵	۳۳	۱۴

¹ Saini, M., & Shlonsky

پایگاه داده	جست و جو	معیارهای ورود به مطالعه	یافته اولیه	معیار خروجی مطالعه	یافته نهایی با عنوان مرتبط	یافته‌هایی با چکیده مرتبط
SID	مدیریت اسلامی	عنوان، کلمه کلیدی، چکیده	۲۳۱۳	محتوایی	۱۳۰	۴۷

نحوه غربالگری مقالات با دستورالعمل پریزما^۱ در شکل ۱ آورده شده است. پریزما به نویسندگان کمک می‌کند تا گزارش مرورهای منظم خود را بهتر کرده و بهبود بخشند.

گام چهارم: استخراج یافته‌ها و ارزیابی ارتباط هر یک از مطالعات. در تحقیقات مروری نظام‌مند، جست‌وجو برای منابع معمولاً به شناسایی تعداد زیادی از مطالعات مرتبط منجر می‌شود. با این حال، مشخص است که همه این مطالعات از نظر کیفیت در سطح مطلوبی نیستند. از این رو، از مجموع ۳۲۰۲ مقاله شناسایی شده، پس از بررسی مجدد و استخراج نتایج با استفاده از ابزارهای مناسب، مطالعات بر اساس معیارهای مشخصی از جمله انطباق طرح تحقیق با اهداف آن، روش‌های جمع‌آوری اطلاعات و شیوه‌های تحلیل داده‌ها، و توجه نتایج مورد ارزیابی قرار گرفتند. در نهایت، تنها ۴۳ مقاله که دارای کیفیت مناسب بودند، برای تحلیل انتخاب شدند.



شکل ۱. نحوه غربالگری مقالات (کیانی گهر، امینی)

گام پنجم: انتخاب روش ترکیب و تحلیل یافته‌های مطالعات. طبق اطلاعات شکل ۱، تعداد ۴۳ مطالعه برای تجزیه و تحلیل انتخاب شدند و مقوله‌های آن‌ها شناسایی گردید. از آن‌جا که پژوهشگران به دنبال مقوله‌های کلیدی و اصلی بودند، مقوله‌هایی با کمتر از سه ارجاع مقوله‌های اصلی در نظر گرفته نشدند. در جدول ۳، مقوله‌های اصلی مورد توجه همراه با منابع نمایش داده شده است.

گام ششم: روایی نتایج. وجود اعتبار یکی از ارکان اصلی هر پژوهش است. در مطالعات مرور نظام‌مند، برای افزایش سطح کلی اعتبار پژوهش، مطالعات با کیفیت پایین از فرایند بررسی حذف می‌شوند و به این ترتیب، بررسی روایی تحقیق در این نوع مطالعات قبل از ادغام مطالعات انجام می‌شود. گلین^۱ (۲۰۰۶) چک‌لیستی برای سنجش دقت و اعتبار مقالات در روش‌های کیفی ارائه کرده است که شامل مواردی مانند جامعه آماری، روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، طراحی تحقیق و نتایج می‌باشد. در این پژوهش، این مراحل تحت نظارت دو کارشناس که به‌طور مستقل و به‌عنوان مرورگر عمل کردند، با استفاده از ابزار چک‌لیست و معیارهای تعریف شده (از جمله انطباق طرح تحقیق با اهداف آن، روش‌های جمع‌آوری اطلاعات و شیوه‌های تحلیل داده‌ها، و توجیه مناسب نتایج) مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت به این نتیجه رسیدند که مطالعات از کیفیت مطلوبی برخوردارند.

جدول ۳. نمونه مقولات مرتبط با مدیریت اسلامی (کیانی گهر، امینی)

ردیف	مقوله اصلی	مقولات پژوهش‌ها	منبع
۱	ارزش‌های فردی مدیر	با اخلاص و با تقوا - ولایت‌مدار - اخلاق‌مدار - عدالت‌ورز - قناعت‌کار - دین‌مدار - با ایمان - اعتقاد به غیب - جهان‌بینی توحیدی - تکلیف‌گرای - آخرت‌گرای - معنویت‌گرای - آزادی و استقلال - کرامت انسانی - انگیزه الهی - ایثار	[۴۳]
۲		اطاعت از اوامر خدا - توکل بر خدا	[۱۹]
۳		اخلاص در انجام وظایف - صداقت و درست‌کاری - محوریت کسب رضایت خدا - وفای به عهد در قبال مردم - پابندی به مبانی و ارزش‌های اسلامی - تقوای دینی و سیاسی - انقلابی بودن	[۱۳]
۴		سابقه داشتن در پذیرش اسلام و ایمان - پابندی به اخلاق انسانی و مبانی دینی - بهرهمندی از حیاء و عفت اسلامی	[۷۳]
۵		بهره‌گیری از قرآن به عنوان منبع دانش - بهره‌گیری از تعالیم اهل بیت - تهذیب نفس - عدالت محوری	[۲۲]
۶		ارزش‌های محوری (تعهد به اهداف انقلاب - توحید محوری)	[۴۰]
۷		حق‌گرای - عدالت‌گرای - فطرت‌گرای - معنویت‌گرای	[۴۲]
۸		تسلط و تقید به مبانی اعتقادی - دارای بصیرت انقلابی	[۷۶]
۹		تقویت اخلاقی - تقویت معنوی - دینی	[۳۷]
۱۰		عبادت‌محوری - تکیه بر شریعت الهی و خدامحوری - وفای به عهد و مسئولیت‌پذیری - اخلاق‌گرای - ایثار - وفاداری	[۴۱]
۱۱	ویژگی‌های شخصی و شخصیتی مدیر و	مهارت‌های ادراکی مدیران (تفکر راهبردی - تفکر تحلیلی، سیستمی - قدرت تصمیم‌گیری) - مهارت‌های انسانی و ارتباطی (رهبری - مهارت‌های بین شخصی - کار تیمی) - توان اجرایی و مدیریتی (مدیریت فراگرد - آگاهی پیرامونی - آگاهی درونی) - ویژگی‌های شخصی (صلابت رای - خدمت‌گزاری - مدیریت خود)	[۴۰]
۱۲	مهارت‌های نرم	برخورداوری از تجربه کافی و کاردانی - امین و امانتدار بودن - بهره‌مندی از حسن سابقه و شهرت نیکو	[۷۴]
۱۳		پرتلاش بودن - خودکنترلی - داشتن سعه صدر - ساده زیستی - با نشاط بودن - پرهیز از تکبر و خودشیفتگی - خودباوری و اعتماد به نفس - رعایت عدالت بین کارکنان و ارباب رجوع - قانون‌گرای - صلابت و جدیت در نیل به اهداف - تعهد نسبت به وظایف محوله - پرهیز از رفتارهای سیاسی مخرب - پرهیز از افراط و تفریط در امور - پرهیز از نگاه آمرانه به مردم - پاسخگویی در برابر مردم - ترویج امید	[۱۳]
۱۴		تندذهنی و حافظه قوی، داشتن قدرت تجزیه و تحلیل، بلندی همت، شجاعت، باور ظالمان نبودن، پرهیز از سوءاستفاده از مقام، اعتماد به نفس - رفیق و مدارا - عنایت به کارکنان - وفای به عهد - مشورت کردن - توانایی در کنترل نفس - قیام به وظیفه - احتیاط و دقت در قضاوت - استقامت در برابر مشکلات	[۱۹]
۱۵		ارائه راهکار برای شرایط مبهم - هم‌راستایی وظایف با علایق کارکنان - انطباق وظایف محوله با وظایف افراد - استفاده از تجربیات خود و دیگران - یادگیری دانش - کاربست یادگیری - انتقال آموخته‌ها به دیگران - خودسازی - عبرت‌آموزی - عدم اظهار نظر در حوزه تخصصی - خردورزی - خودارزیابی	[۲۲]

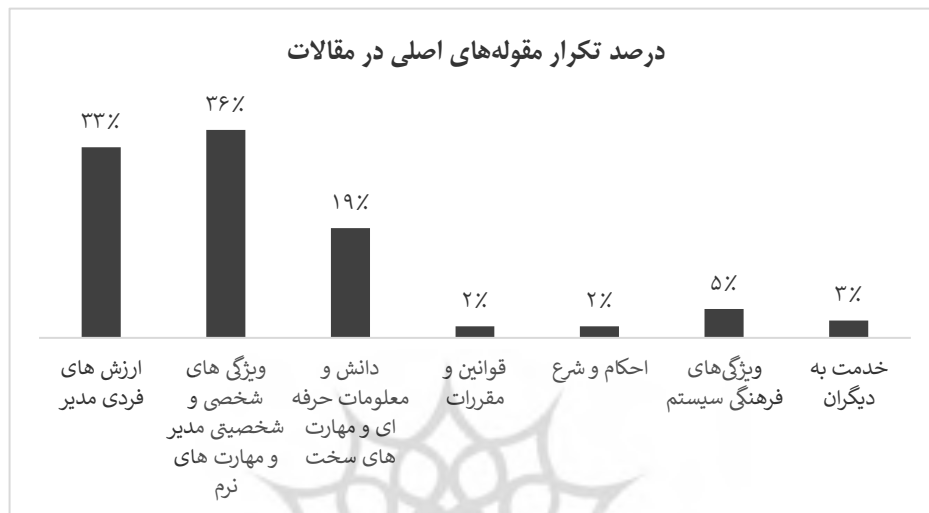
¹ Gelin

ردیف	مقاله اصلی	مقولات پژوهش‌ها	منبع
		سختگیرانه منصوبین - عدم پیش داوری - ارائه بازخور - پافشاری برای کشف واقعیت - قدردانی خدمات برجسته - پاداش مبتنی بر عملکرد - تنبیه سازنده - رعایت اخلاق در کیفر کردن - برخورد قاطعانه	
۱۶		خود باور - خود کنترل - شجاع - حسن خلق - موقعیت شناس - چابک - عزم راسخ - اعتماد آفرین - فروتن - الگوی دیگران - بصیرت - صعه صدر - ابتکار عمل - مشقت پذیری - آینده نگری - کل نگری - دور اندیشی - علم جویی - انتقاد پذیری - پشتکار - ندبیر - مبارزه با دشمن - مشارکت جو - شایسته سالار - حضور در میدان عمل - ساده زیستی - تعامل سازنده - حساس به بیت المال - متواضع و نتیجه گرا - توانمند سازی - قانون مندی	[۴۳]
۱۷		قدرت طبیعی یا فیزیکی: نیروی بدنی - قدرت تکنیکی (فنی): علوم تجربی یا علوم غریبه (سحر و غیره) - درت اجتماعی: تاثیر روی افراد جامعه - قدرت متافیزیکی: نوع نفسانی: بر اثر قدرت و قوه روح آدمی پدید می آید - وع الهی: از طرف خداوند اعطا میشود	[۲۲]
۱۸		استقلال گرایی اجتماعی - امنیت گرایی - شفافیت گرایی - عمل گرایی - مشارکت مردمی - قانون گرایی - مسئولیت پذیری	[۴۲]
۱۹		دارای روحیه جهادی - دارای روحیه تحول خواهی و توان آینده نگری - دارای صعه صدر - دارای خلاقیت - دارای مهارت تفکر - مقید به روش مندی در حل مسائل - توان رهبری اجتماعی - توان نقش آفرینی در نظام اداری - توانمند در رهبری تشکیلات - مهارت تعامل اثر بخش	[۷۶]
۲۰		آینده نگری - حمایت از کارکنان - شجاعت - درست کاری - آرمان داشتن - خود مدیریتی و خود کارآمدی	[۳۷]
۲۱		وجود خود واپاشی	[۳]
۲۲		پاسخگویی و شفافیت - قانون محوری - شایسته سالاری و تخصص گرایی - انتقادپذیری - انصاف	[۴۱]
۲۳		پاسخگویی مدیران و کارگزاران در مقابل مردم	[۲۱]
۲۴		توجه به محرومین	[۴۱]
۲۵	دانش و معلومات	برنامه ریزی - سازمان دهی	[۴۰]
۲۶	حرفه ای و	برنامه ریزی - رصد راهبردی	[۴۳]
۲۷	مهارت‌های سخت	مولفه‌های سازماندهی از دیدگاه مدیریت اسلامی شامل: ساختار سازمانی و سلسله مراتب مدیریت در اسلام - قوانین و مقررات - اصل سلسله مراتب - اصل مسئولیت پذیری و پاسخگویی - لصل تقسیم کار عادلانه - اصل اختیار و قدرت	[۲۱]
۲۸		دانش گرایی	[۴۲]
۲۹		توانمند در کار تربیتی و مربی گری - توانمند در طراحی نظامات دولت اسلامی	[۴۲]
۳۰		توانایی و هنر مدیریت - داشتن مهارت	[۳۷]
۳۱		بینش راهبردی و همه شمول - صراحت و روشنی اهداف و سیاستها	[۴۱]
۳۲	قوانین و مقررات	قوانین الهی مبنای داوری و قانون گذاریها - تساوی همگان (مدیر و مرئوس) در مقابل قانون - عدم افراط و تفریط در اجرای قانون - شدت عمل در مقابل تخلفی کنندگان از قانون - تقدم ضابطه بر رابطه - عطف به ماسبق نشدن قانون - اصلاح و تغییر قوانین به منظور تکامل قوانین متناسب با شرایط - تفسیرناپذیری و دقیق بودن در قانون گذاری - اطاعت محض از قوانین - تغییر ناپذیری قوانین الهی	[۳۴]
۳۳	احکام و شرع	قوانین در مدیریت اسلامی: ثابت - حلال و حرام، متغیر - احکام جزئی با توجه به شرایط سازمان	[۲۱]
۳۴	ویژگی‌های	وجود واپاشی اجتماعی	[۳]
۳۵	فرهنگی سیستم	شفافیت - مشارکت کارکنان	[۲۲]
۳۶	خدمت به دیگران	خدمت به ارباب رجوع - خود را وقف خدمت به بندگان خود کنید - توجه به کرامت بندگان خدا	[۱۴]
۳۷		حق الناس و مردم دوستی	[۳۷]
۳۸		مردم‌دار - خدمت گزار - حافظ مستضعفان	[۴۳]
۳۹		پاسخگویی نسبت به مردم	[۷۹]

در بخش بعدی گام هفتم (یافته‌های پژوهش) ذیل سرفصل تحلیل یافته‌ها بیان شده‌است.

۴ - تحلیل یافته‌ها

با توجه به جدول ۳، یافته‌های پژوهش در ۷ مقوله اصلی دسته‌بندی شدند که شامل: (۱) ارزش‌های فردی مدیر (۲) ویژگی‌های شخصی و شخصیتی مدیر و مهارت‌های نرم (۳) دانش و معلومات حرفه‌ای و مهارت‌های سخت (۴) قوانین و مقررات (۵) احکام و شرع (۶) ویژگی‌های فرهنگی سیستم (۷) خدمت به دیگران می‌باشد. در این بخش، به بررسی تعداد تکرار مقوله‌ها پرداخته می‌شود. هدف از این کار شناسایی نقاط مرجعی است که در پیشینه مدیریت اسلامی بیشتر بر آن تأکید شده است. سپس به تدوین مقوله‌های کلیدی حاصل از مقوله‌های اصلی پرداخته می‌شود و سعی در شناسایی زمینه‌های اصلی تأکیدات صورت می‌گیرد. در نمودار ۱ درصد تکرار مقوله‌ها در مقاله‌ها آورده شده است و در جدول ۴ مقوله‌های کلیدی شناسایی شده ذکر شده است.



نمودار ۱. درصد مقالات اشاره کرده به مقوله اصلی (کیانی گهر، امینی)

جدول ۴. مقوله‌های کلیدی مدیریت اسلامی (کیانی گهر، امینی)

مقوله کلیدی	مقوله اصلی	درصد از کل مقالات
ویژگی‌های مدیر	دانش و معلومات حرفه‌ای و مهارت‌های سخت	۱۹٪
	ویژگی‌های شخصی و شخصیتی مدیر و مهارت‌های نرم	۳۶٪
	ارزش‌های فردی مدیر	۳۳٪
سیاست‌ها	قوانین و مقررات	۲٪
	احکام و شرع	۲٪
فرهنگ	ویژگی‌های فرهنگی سیستم	۵٪
مشتری مداری	خدمت به دیگران	۳٪

طی مطالعه انجام شده، ۴ مقوله کلیدی شناسایی شد که می‌توان آنها را نقاط مرجع معرفی شده توسط مدیریت اسلامی در نظر گرفت. نقطه مرجع برای بهبود عملکرد سازمان‌ها از طریق تصمیمات راهبردی و جهت‌دهی به هدف‌گذاری سازمان، مدیریت اسلامی این نقاط مرجع را برای بهبود عملکرد پیشنهاد می‌دهد و ادعا می‌کند که با رسیدن به دستاوردهایی در این حوزه‌های خاص (مقولات اصلی)، می‌توان عملکرد سازمان را بهبود داد. در ادامه، به تطبیق یافته‌های پژوهش با مدل نقاط مرجع راهبردی پرداخته می‌شود و نقاط تشابه و افتراق آنها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

بررسی تطبیقی با مدل نقاط مرجع راهبردی. در نظریه نقاط مرجع راهبردی، ابعادی جهت دسته‌بندی نقاط مرجع ارائه شده است. این ابعاد شامل بعد داخلی، خارجی و زمان می‌باشد.

بعد داخلی شامل:

۱. **راهکارها:** نقاط مرجع مرتبط با هدف‌هایی که به چگونگی و انجام فعالیت‌هایی ارتباط دارند که قرار است شاکله اصلی فعالیت‌های سازمان را تشکیل دهند. برای مثال، بهبود فرایندها، چابک شدن سازمان یا دسترسی به منابع جدید در سازمان از مثال‌های این بعد از نقاط مرجع به حساب می‌آیند.

۲. **خروجی‌ها:** نقاط مرجعی که مرتبط با اهدافی هستند که در نتیجه فعالیت‌های سازمان محقق می‌شود. دستاوردها و اهداف مالی یکی از مثال‌های این دسته از نقاط مرجع هستند.

بعد خارجی: از طرف دیگر، در خارج از سازمان، این نظریه شامل ابعاد زیر است:

۱. **ذی‌نفعان:** شرکای تجاری، شرکت مادر، توزیع‌کنندگان و ... و اهدافی که بر بهبود وضعیت این عوامل دلالت دارند.

۲. **رقبا:** نقاط مرجعی که جهت هدف‌گذاری و دستیابی به موقعیت رقابتی و جایگاه در بازار نسبت به رقبای و فعالیت‌های کنش و واکنش به اقدامات آنها قرار دارند.

۳. **مشتریان:** نقاط مرجعی که در ارتباط با ارزش پیشنهادی برای مشتریان، برطرف کردن نیازهای آنها و اهدافی که بر بعد مشتری دلالت می‌کند، قرار دارند.

نظریه نقاط مرجع راهبردی اذعان می‌دارد که با روشن کردن و استفاده از تمام این ابعاد در سازمان، می‌توان عملکرد بهتری ایجاد نمود. همچنین این نظریه بر لزوم ایجاد همراستایی در هدف‌گذاری در تمام ابعاد مدل تاکید می‌کند و تنها سازمان‌هایی را برای موفقیت متصور می‌شود که می‌توانند در تمام ابعاد اهدافی متناسب و همراستا و ایجادکننده هم‌افزایی به وجود آورند. از این رو، با بررسی تطبیقی نقاط مرجع راهبردی پیشنهادی مدیریت اسلامی، می‌توان از دو بعد به بررسی این مهم پرداخت: (۱) بررسی فعال بودن تمام ابعاد نقاط مرجع راهبردی و (۲) بررسی همراستایی نقاط مرجع معرفی شده. در جدول ۵. تطبیقی یافته‌های پژوهش با نقاط مرجع راهبردی و نمایش مقولات یافت شده و دسته‌بندی آن‌ها بررسی شده است.

جدول ۵. بررسی تطبیقی یافته‌های پژوهش با نقاط مرجع راهبردی (کیانی‌گهر، امینی)

بعد اصلی	زیر بعد	مقوله‌های کلیدی مرتبط با زیر بعد	مقوله‌های اصلی مرتبط با زیر بعد
درونی	راهکارها	سیاست	احکام و شرع قوانین و مقررات
		ویژگی‌های مدیر	ارزش‌های فردی مدیر
		ویژگی‌های شخصی و شخصیتی مدیر و مهارت‌های نرم دانش و معلومات حرفه‌ای و مهارت‌های سخت	
		فرهنگ	ویژگی‌های فرهنگی سیستم
	خروجی‌ها	-	-
بیرونی	ذی‌نفعان	-	-
	رقبا	-	-
	مشتریان	مشتری مداری	خدمت به دیگران

نقاط تشابه: به نظر می‌رسد مقوله‌های کلیدی سیاست، ویژگی‌های مدیر و فرهنگ می‌تواند در زیربعد راهکارهای بعد درونی مدل نقاط مرجع راهبردی جای‌گذاری شود و این بدین معناست که مدیریت اسلامی جهت بهبود عملکرد سازمان‌ها ابتدا بر روی افراد به صورت شخصی تکیه می‌کند و جهت بهبود عملکرد، ارزش‌های افراد، خصوصاً مدیر و ویژگی‌های شخصی و شخصیتی و مهارت‌های نرم مدیر را دارای بیشترین تاثیر را می‌داند در درجه بعدی فرهنگ و سیاست‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد و بر لزوم اجرای احکام و شرع و قوانین و مقررات تاکید می‌کند. همچنین در بعد عوامل خارجی - مشتریان در زمینه خدمت به دیگران در پیشینه مدیریت اسلامی منابع زیادی دارای رهنمودهای مفیدی می‌باشند.

نقاط تفاوت: به طور خاص مقوله اصلی که در هیچ یک از ابعاد مدل نقاط مرجع راهبردی ننگند یافت نشد ولی در ابعاد درونی - خروجی ها، و بیرونی - ذی نفعان و رقبا به طور خاص اشاره ای نشده بود و مباحثی که تحت عنوان نحوه ارتباط با دشمن مطرح شده یا در دسته بندی صفات و ارزش های فرد می گنجید و یا در قالب سیاست ها و باید و نبایدها مطرح می شد.

۵ - نتیجه گیری و پیشنهادها

برای جمع آوری داده ها در این پژوهش، ابتدا مرور نظام مند بر روی موضوع هدف گذاری از منظر اسلام در سازمان ها انجام شد و نتایج به دست آمده تحلیل گردید تا مقوله های اصلی، نقاط مرجع و دسته بندی آنها در هدف گذاری از منظر اسلام مشخص شود. سپس از تحلیل مقایسه ای برای تطبیق نتایج با نظریه نقاط مرجع راهبردی استفاده شد. طی این تحلیل، نقاط تشابه و تفاوت بین دیدگاه اسلامی و رایج در نقاط مرجع راهبردی مورد بررسی قرار گرفت و مشخص شد که بعد درونی - راهکارها که شامل ویژگی های مدیر، فرهنگ و سیاست ها می باشد، به ترتیب دارای بیشترین تاکیدات است. در بعد بیرونی، تنها بر روی بعد مشتری رهنمودهایی مطرح می شود. از این رو، پژوهش حاضر بر لزوم تحقیق بیشتر در زمینه ابعاد رقبا و ذی نفعان تاکید می کند و همچنین برای عملی شدن رهنمودهای مدیریت اسلامی، لزوم تدوین خروجی های مشخص (بعد درونی - خروجی ها) حس می شود. به طور کلی، نتایج این مطالعه تطبیقی در جدول ۶ تجمیع شده است.

جدول ۶. جمع بندی نقاط افتراق و تشابه دو رویکرد مدیریت اسلامی و مدیریت رایج (کیانی گهر، امینی)

رویکرد مدیریت اسلامی	رویکرد مدیریت رایج
بیشتر محل تمرکز بر بعد داخلی - راهکارها (ارزش ها و ویژگی های فردی و مهارت های مدیر)	لزوم وجود تناسب بین تمام ابعاد درونی (راهکارها و خروجی ها) و بیرونی (ذینفعان، رقبا، مشتریان)
بیشتر رویکرد پایین به بالا	تناسب بین رویکرد پایین به بالا و بالا به پایین
بیشتر توجه بر بعد راهکارها	لزوم وجود تناسب بین بعد راهکار و خروجی
توجه بالا به ارزش ها و رویکرد ذهنیت گرایی	عدم توجه خاص به ارزش ها و بیشتر رویکرد عینیت گرایی
توجه کمتر به ابعاد درونی (خروجی ها) و بیرونی (رقبا، ذینفعان)	لزوم وجود تناسب بین تمام ابعاد درونی (راهکارها و خروجی ها) و بیرونی (ذینفعان، رقبا، مشتریان)

در پژوهش حاضر نقاط مرجع راهبردی جهت هدف گذاری در پیشینه مدیریت اسلامی شناسایی و معرفی شده اند (تطبیق مقوله های کلیدی با مدل نقاط مرجع راهبردی). همچنین برای هر مقوله کلیدی، مقوله های اصلی آن جهت بررسی جزئیات بیشتر معرفی شده و سطح مرجع هر کدام از موضوعات از نمونه مقولات یافت شده حاصل از مرور نظام مند قابل استخراج است. از این رو، پژوهشگران و مدیران می توانند ابعاد مورد نظر را جهت هدف گذاری سازمان/پروژه خود انتخاب کرده و از یافته های این پژوهش در فعالیت های خود در راستای هدف گذاری و بررسی هماهنگی درونی و بیرونی سازمان ها استفاده کنند.

خلاً تحقیقاتی در حوزه رقبا، ذی نفعان و خروجی ها بوده است. فلذا پژوهش های آتی می توانند با مطالعه در زمینه نقاط مرجع رقبا و ذی نفعان، بر غنای پیشینه مدیریت اسلامی بیافزایند. امید است که یافته های این پژوهش بتواند گامی مؤثر در جهت ارتقای دانش و عملکرد سازمان ها در حوزه مدیریت راهبردی باشد.

منابع

1. Abedi Jaafari, H., & Ezgoli, M. (2004). An overview of Islamic management research in Iran. *Misbah*, 51(13), 75-98. <http://noo.rs/qaijo> [In Persian]
2. Afjeh, S. A. K., Naqipourfar, W. A., & Jafarpoor, M. (2014). A model for conducting fundamental research in the field of Islamic management studies (case study: distributive justice in organizations). *Civilica*, 7(6), 1-14. <https://civilica.com/doc/1478163> [In Persian]
3. Alizadeh Zavarem, A. (2016). Providing a conceptual model of organizational control based on Islamic attitudes: a critical approach from common perspectives, *Supervision & Inspection*, 9(34), 45-70. [In Persian]
4. Azami, A., (2014). A survey on definitions and interpretations of scholars about the concept of Islamic management, *Journal of Studies of Religion, Spirituality & Management*, 2(4), 155-171. magiran.com/p1384035 [In Persian]
5. Baharestan, Jalil (2002). A comparative study of evaluation in Islamic management and conventional management. *Journal of Management Studies*, 7(12), 1-14. [In Persian]
6. Bailey R. R. (2017). Goal setting and action planning for health behavior change. *American journal of lifestyle medicine*, 13(6), 615-618. <https://doi.org/10.1177/1559827617729634>
7. Bamberger, P., & Fiegenbaum, A. (1996). The role of strategic reference points in explaining the nature and consequences of human resource strategy. *Academy of management review*, 21(4), 926. <https://doi.org/10.2307/259159>
8. Bamberger, P., & Mosholem, A. (1381). Human resources strategy (editing, execution, works) (translated by Parsaian, A., & Arabi, S. M.). *Tehran: Cultural Research Office*.
9. Billings, J. A., & Bernacki, R. (2014). Strategic targeting of advance care planning interventions. *JAMA Internal Medicine*, 174(4), 620. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2013.14384>
10. Blettner, D.P., & Gollisch, S. (2022). The role of reference points and organizational identity in strategic adaptation to performance feedback. *Management Research Review*, 45(9), 1205-1228. <https://doi.org/10.1108/mrr-11-2021-0807>
11. Chevalier, R. (2014). Improving workplace performance. *Performance Improvement Journal*, 53(5), 6-19. <https://doi.org/10.1002/pfi.21410>
12. Danaee Fard, H. (2017). Towards a framework for the study of Islamic Public Management Part 2: Key Concepts and the suggested Framework, *Journal of Studies of Religion, Spirituality & Management*, 5(10), 137-160. magiran.com/p1778239 [In Persian]
13. Fakhraei, M., Ahmadi, K., & Ahmadi, A. A. (2021). A model for explaining and expanding the concept of management balance of the revolution from the perspective of the Supreme Leader. *Strategic Management Thought*, 15(1), 247-282. doi: 10.30497/smt.2021.2751 [In Persian]
14. Nassiri Shekoweh, F., Jahaniyan, R. (2023). Human resource management in Islamic management. *Quarterly journal of new research approaches in management sciences*, 7(12), 1-14. <http://noo.rs/6Ce7J> [In Persian]
15. Fiegenbaum, A., & Thomas, H. (2004). Strategic risk and competitive advantage: an integrative perspective. *European Management Review*, 1(1), 84-95. <https://doi.org/10.1057/palgrave.emr.1500002>
16. Fiegenbaum, A., Hart, S., & Schendel, D.E. (1996). Strategic reference point theory. *Strategic Management Journal*, 17(3), 219-235.
17. García-Pérez, A. M., Yanes-Estévez, V., Oreja-Rodríguez, J. R., & González-Dávila, E. (2014). Strategic positioning and strategic types of small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(3), 431-449. <https://doi.org/10.1108/jsbed-04-2014-0056>
18. Garrido-Moreno, A., Martín-Rojas, R., & García-Morales, V. J. (2024). The key role of innovation and organizational resilience in improving business performance: A mixed-methods approach. *International Journal of Information Management*, 77, 102777. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102777>
19. Qasemi, H. R., & Sarirpanah, H. (1395). A model for identifying the factors of organizational piety from the Islamic point of view. *DOAJ (DOAJ: Directory of Open Access Journals)*. <https://doi.org/10.30471/im.2016.1382> [In Persian]
20. Hofer, C. W. (1984). *Strategic Management: A Casebook in Policy and Planning*, West Publishing Company
21. Jahaniyan, R., & Alizadeh, M. (2019). Principles and foundations of organization in Islamic governance and management. *Civilica*, 7(12), 1-14. <https://civilica.com/doc/1560919> [In Persian]
22. Javani, M., Allameh, S. M., & Safari, A., (2023). Employee's performance management system pathology at Isfahan municipality based on teachings of NahjAlbalaghah, *Journal of Career and Organization Consulting*, 15(54), 29-52. magiran.com/p2578023
23. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard: measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
24. Khalili, R. (2012). Historical- discursive transformation of strategy, *Journal of Strategic Studies*, 15(4), 109-142. magiran.com/p1150675 [In Persian]

25. Kim, J., Finkelstein, S., & Halebian, J. (2014). All Aspirations are not created equal: the differential effects of historical and social aspirations on acquisition behavior. *Academy of Management Journal*, 58(5), 1361–1388. <https://doi.org/10.5465/amj.2012.1102>
26. Kobin, J. N., Herney, M., & Robert, M. J. (1382) Strategic Management (strategy process, translated by Saebi, M.), third edition. *Higher Institute of Management and Planning Education and Research*. Tehran [In Persian]
27. Kotlar, J., De Massis, A. V. D., Wright, M., & Frattini, F. (2018). Organizational goals: antecedents, formation processes and implications for firm behavior and performance. *International Journal of Management Reviews*, 20(S1). <https://doi.org/10.1111/ijmr.12170>
28. Liu, X., & Atinc, G. (2020). CEO selection, reference setting, and postsuccession strategic change. *Management Decision*, 59(2), 258–284. <https://doi.org/10.1108/md-11-2018-1299>
29. Locke, E. A., & Latham, G. P. (2008). New directions in goal-setting theory. *Current Directions in Psychological Science*, 15(5), 265–268. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2006.00449.x>
30. Locke, E. A. and Latham, G. P. (2006). New directions in goal-setting theory. *Current Directions in Psychological Science*, 15(5), 265–268. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8731.2006.00449.x>
31. Ma, L. (2015). Performance feedback, government goal-setting and aspiration level adaptation: evidence from chinese provinces. *Public Administration*, 94(2), 452–471. <https://doi.org/10.1111/padm.12225>
32. Mahr Ara, A., & Masoumi, M. (2017). Importance and necessity of marketing management from an Islamic perspective. *First National Conference on New Research in Management, Economics, Accounting, and Humanities*, Shiraz. <https://civilica.com/doc/675343> [In Persian]
33. Van Mierlo, H., & Kleingeld, A. (2010). Goals, strategies, and group performance: Some limits of goal setting in groups. *Small Group Research*, 41(5), 524–555. <https://doi.org/10.1177/1046496410373628>
34. Moghimi, S.M. (2014). Principles and foundations of Islamic management. *Tehran: Rahdan Publishing House* [In Persian]
35. Munn, Z., Peters, M. D. J., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC Medical Research Methodology*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>
36. Nielsen, P. A. (2013). Learning from performance feedback: performance information, aspiration levels, and managerial priorities. *Public Administration*, 92(1), 142–160. <https://doi.org/10.1111/padm.12050>
37. Nikzadeh H, Haji Babaei, H. R., Rezazadeh Asgari Z., Valikhani M., Vahed javan V. (2023). Presenting the competency model of cultural managers from the perspective of Nahj al-Balagha. qaiie. *Journal of Islamic Education and Training*, 8(3), 103-128. [In Persian]
38. Pervaiz, S., Li, G., & He, Q. (2021). The mechanism of goal-setting participation's impact on employees' proactive behavior, moderated mediation role of power distance. *PLoS ONE*, 16(12), e0260625. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260625>
39. Porter, M. E., What Is Strategy?, *Harvard Business Review* 74(6) (November–December 1996), 61–78.
40. Pourezzat, A. A., Fathi, F., Abbasi, T., & Savadroudbari, A. A. (2017). Developing model of competence management to achieve the 1404 vision, *Journal of Strategic Management Studies of National Defense Studies*, 1(1), 110-139. magiran.com/p2118940 [In Persian]
41. Rafiyan, M., Mehrabi, M., & Daryanavard, K. (2022). Assessing the status of indicators of the Islamic governance model in the urban management system of Iran, *Scientific Journal of Islamic Management*, 30(3), 195-220. magiran.com/p2565776 [In Persian]
42. Rahnavaad , F., Sanaifar, M., Lesani Phasharaki, M. A., & Taherpour Kalantari, H. (2022). Dimensions and components of optimal governance in the holy Quran, *Scientific Journal of Islamic Management*, 30(3), 11-41. magiran.com/p2565771 [In Persian]
43. Ranjbar Kabutarkhani, M., Dehghanan, H., & Rahimi, S. (2022). A systematic review of jihadi management studies, *Police Management Studies Quarterly*, 16(4), 155-194. magiran.com/p2393374 [In Persian]
44. Reslak, M.A. and Farati, H. (2012) Advanced Management Information Systems, *Payam Noor University Publications*, 7th edition, Tehran.
45. Rezaiyan, A. (2016) Fundamentals of Organizational Behavior Management, *Samt Publications*, 16th edition, Tehran [In Persian]
46. Sadeghpour, A. J., Motahari, A. H., & Nejatbakhsh Esfahani, A. (2021). Goal and goal setting in strategic planning, case study: Qom water and wastewater company, *Journal of Water and Sustainable Development*, 8(1), 31-40. magiran.com/p2297674
47. Saini, M., & Shlonsky, A. (2012b). *Systematic synthesis of qualitative research*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195387216.001.0001>
48. Sarabadani, A., Tabatabaian, S. H., Mir Moezi, S. H., & Amiri, M. (2016). Improving the quality of policymaking in science and technology by an Islamic-Iranian approach: A qualitative study, *Journal of Modern Research in Decision Making*, 1(1), 167-188. magiran.com/p1586930 [In Persian]

49. Sen, S., Savitskie, K., Mahto, R. V., Kumar, S., & Khanin, D. (2022). Strategic flexibility in small firms. *Journal of Strategic Marketing*, 31(5), 1053–1070. <https://doi.org/10.1080/0965254x.2022.2036223>
50. Shuriring, P., & Bower, J. (1989). Strategic Reference Points: A Comprehensive Framework for Decision Making.
51. Skivington, J. E., & Daft, R. L. (1991). A study of organizational 'framework' and 'process' modalities for the implementation of business-level strategic decisions. *Journal of Management Studies*, 28(1), 45–68. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1991.tb00270.x>
52. Statements of the Supreme Leader in a meeting with different sections of the people on the occasion of the birthday of Amirul Momineen (AS) on 06/30/1381. [In Persian]
53. Statements of the Supreme Leader in the gathering of the members of the administrative council of Bushehr province on 12/07/1372. [In Persian]
54. Statements of the supreme leader in the meeting between the president and members of the government delegation 06/06/2013. [In Persian]
55. Statements of the supreme leader in the meeting between the president and members of the government delegation on 06/06/2014. [In Persian]
56. Statements of the supreme leader in the meeting between the president and members of the government delegation on 08/06/2014. [In Persian]
57. Statements of the supreme leader in the meeting between the president and members of the government delegation 06/08/2014. [In Persian]
58. Statements of the supreme leader in the meeting between the president and members of the government delegation 06/04/1386. [In Persian]
59. Statements of the Supreme Leader in the meeting of the heads of the three powers and officials of the system on 06/19/1387. [In Persian]
60. Statements of the Supreme Leader in the meeting with members of the government delegation on 06/16/2018. [In Persian]
61. Statements of the Supreme Leader in the meeting with members of the government delegation on 07/17/1384. [In Persian]
62. Statements of the supreme leader in the meeting with members of the government delegation 06/08/2014. [In Persian]
63. Statements of the supreme leader in the meeting with members of the government delegation 06/03/1372. [In Persian]
64. Statements of the Supreme Leader in the meeting with the agents of the regime on 21/09/2013. [In Persian]
65. Statements of the supreme leader in the meeting with the agents of the system on 27/05/2019. [In Persian]
66. Statements of the supreme leader in the meeting with the agents of the regime on 27/05/2020. [In Persian]
67. Statements of the Supreme Leader in the meeting with the agents of the system on 06/31/2016 13. [In Persian]
68. Statements of the Supreme Leader in the meeting with the officials of the system on the occasion of Eid al-Fitr 02/08/2015. [In Persian]
69. Statements of the Supreme Leader in the meeting with the regime officials on 04/30/2013. [In Persian]
70. Strecher, V. J., Seijts, G. H., Kok, G. J., Latham, G. P., Glasgow, R., DeVellis, B., Meertens, R. M., & Bulger, D. W. (1995). Goal setting as a strategy for health behavior change. *Health Education Quarterly*, 22(2), 190–200. <https://doi.org/10.1177/109019819502200207>
71. Suvaryan, A., & Karapetyan, A. (2023). Developing organizational goals in view of SMAACT goals model criteria. *E3S Web of Conferences*, 403, 08019. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340308019>
72. Tabibi, S. J., & Maleki, M. R. (2016) Strategic Planning, *Terme Publications*, 6th edition. Tehran. [In Persian]
73. Taghvi Damghani, S. R. (2014). An attitude on Islamic management. 12th edition, *Tehran: International Publishin*. [In Persian]
74. Taghavi Rafsanjani, M. (2024). Investigating the impact of criteria for selecting managers from the perspective of Imam Ali (PBUH) on the stability of political systems, *Quran and Hadith Studies*, 17(2), 25-51. magiran.com/p2713646 [In Persian]
75. Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>
76. Torabi Kalate, A., & Keshavarz, M. (2024). Dimensions and components of the competency of the director of the Islamic revolution seminary, *Scientific Journal of Islamic Management*, 31(4), 141-174. [In Persian]
77. Xiao, Y., & Watson, M. (2017). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456x17723971>
78. Yang, X., Wang, D., & Zhang, J. (2012). Impacts of cognitive style and strategic reference point on decision-making choices of managers. *2012 International Conference on Management Science and Engineering 19th Annual Conference Proceedings*, 320-326. <https://doi.org/10.1109/icmse.2012.6414200>
79. Yousefi Ramandi, R., & Beheshti Nejad, S. M. (2022). Explaining the model of political ethics of managers in the Islamic system based on Nahj al-Balagha. *Shahid Andisheh*, 3(2), 239-268. magiran.com/p2532893 [In Persian]