



## شناسایی و رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان اقلام مبتنی بر ارزش‌های اسلامی از منظر قرآن و نهج البلاغه

مرتضی جبلة<sup>۱\*</sup>، حسینعلی حسن‌پور<sup>۲</sup> و مسعود مصدق‌خواه<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۰۳

### چکیده

امروزه، محیط سازمان‌ها آستان تغییرات، فرصت‌ها و چالش‌های زیادی است که توانایی و قابلیت رویارویی و بهره‌برداری آنان را می‌توان از سازمان‌ها انتظار داشت. از طرفی نگاه استراتژیک به تغییرات و فرصت‌های حاصل از تغییرات و از طرف دیگر، بهبود توانایی‌ها و زیرساخت‌های سازمان می‌تواند سازوکار مناسبی برای موفقیت پایدار و بلندمدت سازمان باشد. توجه به معیارهای ارزشی - اسلامی در شناسایی و انتخاب تأمین‌کنندگان که همواره مورد تأکید و تأیید قرآن و نهج البلاغه است از ضرورت‌های پژوهش حاضر است. در این پژوهش برای ایجاد یک سازمان ارزشی، شناسایی و رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان اقلام مبتنی بر ارزش‌های اسلامی از منظر قرآن و نهج البلاغه، پژوهش‌های گذشته و کتب مقدس قرآن و نهج البلاغه مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت و معیارهای کلیدی امانت‌داری، خدمت‌گزاری، صداقت، محوریت منافع و مصالح عامه و عدالت محوری انتخاب شدند. در ادامه با طراحی پرسشنامه، انجام تحقیق میدانی و با استفاده از یک مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره، اوزان مناسب تأمین‌کنندگان اقلام بر اساس معیارهای ارزشی احصا و بر اساس آن و برای هر محصول، تأمین‌کننده برتر انتخاب شد. برای اثبات روایی و پایایی تحقیق از فرمول لاشه و آلفای کرونباخ استفاده شده است.

**کلیدواژه‌ها:** معیارهای ارزشی - اسلامی، سازمان ارزشی، تأمین‌کنندگان اقلام عمومی، تصمیم‌گیری چندمعیاره.

۱. کارشناس ارشد لجستیک و زنجیره تأمین دانشگاه جامع امام حسین (ع)

۲. استادیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه جامع امام حسین (ع)

۳. دانشیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه جامع امام حسین (ع)

\*: نویسنده مسئول

**۱. مقدمه**

ترسیم مأموریت، از یک سو به آینده ممکن و محتمل استوار است و از سوی دیگر در راستای شکل‌دهی به آینده‌ای است که ارزش‌ها و آرمان‌های حاکم بر ذهنیت مؤسسان و ذینفعان سازمان را طلب می‌نماید. لذا نگرش برنامه‌ریزی و مدیریت بر مبنای ارزش‌ها و نه صرفاً تعاملات محیطی و ساختن با محیط بلکه در راستای ساختن محیط و آینده، آن گونه که مطلوب نظام ارزشی حاکم بر سازمان هست، مطرح می‌گردد. در چنین نظامی ارزش از نگاه ذینفعان متأثر از باورها، جهان‌بینی و ایدئولوژی موردپذیرش آنان شکل می‌گیرد.

باورها و ارزش‌های محوری، محرکه عمل سازمان‌ها به‌عنوان یک موجود زنده است. ارزش‌های یک سازمان، باورها و هنجارهایی هستند که کارکنان به آن‌ها ارج می‌نهند و برایشان اهمیت و احترام قائل‌اند. ارزش‌های سازمانی تعیین می‌نمایند که کجا، وقت، انرژی و سرمایه‌های سازمان صرف شود.

ارزش‌های سازمانی، چه افراد بدانند و چه ندانند بر انتخاب‌های روزانه آن‌ها تأثیر می‌گذارد. آن‌ها عمیقاً در چشم‌انداز و تصویر آینده مطلوب سازمان، جاری هستند. برای کشف و شناسایی ارزش‌های محوری یک سازمان روش‌ها و چارچوب‌هایی وجود دارد که سازمان‌ها باید آن‌ها را به‌کارگیرند تا همسویی و یکپارچگی در جهت اهداف به وجود آید و از انحرافات پیشگیری شود. ارزش‌ها در یک سازمان به‌مثابه یک ذره‌بین عمل می‌کند. تمام منابع انسانی، منابع اطلاعاتی و منابع سازمانی را در یک نقطه متمرکز می‌کنند تا هم‌افزایی ایجاد شود (ارزش‌های محوری حاکم بر سازمان‌های دفاعی، ۱۳۸۹: ۲).

حال با توجه به این که ارزش‌های محوری یکی از اساسی‌ترین راه‌ها در کسب اهداف سازمانی به‌خصوص یکپارچگی تأمین‌کنندگان و افزایش اعتماد بین سازمانی می‌شود؛ در این پژوهش برآنیم به‌منظور تبیین مفاهیم، تعاریف، مؤلفه‌ها و عرصه‌های تعمیق و توسعه مبانی ارزشی و رفتار سازمانی در حوزه کاربردی و تخصصی سازمان‌های دفاعی و نظامی، پس از مطالعه متون نهج‌البلاغه، قرآن و متون مربوط به ارزش‌های محوری حاکم بر سازمان‌های دفاعی به روش کتابخانه‌ای، ارزش‌های محوری و اسلامی حاکم بر سازمان‌های دفاعی را احصا کنیم و برای رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان اقلام، مورد استفاده قرار دهیم. در واقع در این پژوهش، ارزش‌های محوری در تأمین اقلام عمومی شناسایی و برای رتبه‌بندی و حل مدل روشی کارا ارائه شده است.

**۱-۱. بیان مسئله**

در سازمان‌ها دفاعی روش‌های ذهنی و بعضاً مکتوب جهت بررسی ارزش‌ها وجود دارد اما برای گذار از محفوظات ذهنی و حبس دانش در اذهان متخصصان، نیاز است تا دانش ضمنی به دانش صریح تبدیل گردد. در این پژوهش برای رویارویی با تغییرات بی‌سابقه بازار چابکی مبتنی بر شاخص‌های ارزشی همچون صداقت، دقت، صرفه‌جویی و... به‌دنبال ارائه چارچوبی برای شناسایی شاخص‌های ارزشی-اسلامی مبتنی بر نهج‌البلاغه و قرآن هستیم. چارچوب پیشنهادی موردنظر نشان خواهد داد که برای انتخاب چند تأمین‌کننده، چه شاخص‌ها و چه معیارهای اسلامی را باید در نظر بگیریم و ثانیاً کدام

تأمین‌کننده انتخاب شود که ارزش‌های محوری-اسلامی تأمین گردد. در نهایت پیامدها و جهت این محرک‌ها به سمت رضایت مشتری به‌عنوان یک اصل اساسی است.

خاطر نشان می‌کنیم که ارزش‌های سازمانی (تعهدات) جنبه نمادین ندارد و این ارزش‌ها ترقی دائم سازمان را از طریق ایجاد تعهد به عمل کردن رقم می‌زند. پورصادق در تحقیقی ارزش‌های محوری سازمان را در داشتن معنویات، داشتن مهارت، درستی و صداقت، اعتماد به دین، وفاداری، نیکوکاری و... خلاصه کرده است (پورصادق، ۱۳۹۵: ۵۴-۵۶). یعقوبی و همکاران در تحقیقی، ضمن تبیین الگوی سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی، ارزش‌های محوری و اخلاق کاری را در وفاداری، عدالت و اعتماد به نفس برشمردند (یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱-۱۷). سلطانی و همکاران در تحقیقی تحت عنوان «شناسایی رفتارهای عملیاتی مبتنی بر ارزش‌های سازمانی در لایه‌ی عملیاتی» ارزش‌های سازمان را راست‌گویی، حفاظت از بیت‌المال، پرهیز از اسراف، ناپسند دانستن آنچه فرد برای خود نمی‌پسندد، برخورد متواضعانه، تلاش برای کسب موفقیت از راه‌های درست، عنوان کردند (سلطانی و صمدانیان، ۱۳۹۴: ۵۷-۸۲).

#### ۱-۲. پیشینه پژوهش

از آنجایی که دیدگاه اسلامی به‌عنوان تنظیم‌کننده روابط میان انسان‌ها، همواره از اهمیت بسیاری برخوردار بوده است لذا در سازمان‌ها نیز نقش نظرات اسلامی در پرتو نهج‌البلاغه و قرآن، در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌ها و در برخوردها و ارتباطات مهم و تعیین‌کننده است و از این‌روست که امروزه دیدگاه‌های اسلام در مدیریت سازمان‌ها یکی از مباحث و موضوعات مطروحه برای مدیران سازمان‌ها در کشورهای اسلامی به‌خصوص کشورمان محسوب می‌شود.

در پژوهشی که توسط خسروآبادی و رضایی‌منش انجام شد سعی شده است، الگویی از تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران، مبتنی بر آموزه‌های کتاب شریف نهج‌البلاغه ارائه شود. در این راستا برخی از مهم‌ترین مؤلفه‌های شناسایی شده عبارت‌اند از: التزام به حق، عدالت، حسن تدبیر، فهم و ادراک صحیح، محوریت منافع و مصالح عامه، صداقت و امانت‌داری (خسروآبادی و رضایی‌منش، ۱۳۹۴: ۱-۲۸). فرهی بوزجانی در سال ۱۳۸۴ ارزش‌های اخلاقی را جزئی از فرهنگ با شاخصه‌هایی همچون رعایت اصول و فرایض دینی، توکل و اعتقاد به خدا، رعایت اصول اخلاقی، پرهیز از فساد و عدالت و انصاف قلمداد کرد (پورصادق، ۱۳۹۵: ۸۲-۸۵).

نگاه محققان خارجی به مقوله سازمان‌های ارزشی عملاً نگاهی شخصی و اجتماعی به‌دور از دیدگاه اسلامی بوده است. به‌عنوان مثال دویل، معیارهای ارزشی را احساس مسؤلیت، دوراندیشی و خیرخواهی می‌داند و معتقد است که این سه دیدگاه تصمیمات مدیران را ارزشی می‌سازد. دن‌هارت، سه رکن ارزش را عزت و آبرو، نیک‌خواهی، عدالت در نظر گرفت. به‌زعم او مدیران باید در تصمیمات خود به‌گونه‌ای عمل کنند که عدالت و انصاف از نظرها دور نماند (صالح‌نیا و توکلی، ۱۳۸۸: ۶۶-۷۸).

بررسی مطالعات در خارج نشان می‌دهد که محققان خارجی در زمینه شاخص‌سازی سازمان ارزشی تنها به بیان مجموعه‌ای از ارزش‌ها در سطوح فردی و اجتماعی اکتفا کرده‌اند و بیش‌تر ارزش‌های در نظر

گرفته‌شده، متناسب با محیط اعتقادی غرب است. در این زمینه اگرچه محققان داخلی ارزش‌هایی را مبتنی بر آموزه‌های قرآن و پیشینه غنی اسلامی در نظر گرفته‌اند، اما با نگاهی به نگاشته‌های ارزش‌های اسلامی، متوجه می‌شویم که شاخص‌های مطرح‌شده، تناسب زیادی با یکدیگر ندارند. این امر می‌تواند به دلیل نبود تعریف دقیق و یکسانی از ارزش‌ها در پژوهش‌های انجام‌شده و یا بررسی شاخص‌ها براساس تعاریف غربی رایج باشد. جمع‌بندی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که محققان شاخص‌های ارزشی را در زمینه تحقیقاتی خود مورد بررسی قرار داده‌اند؛ اما این شاخص‌ها نمود زنجیره‌ای و کاربردی بودن را پیدا نکرده‌اند. رویکرد این پژوهش بر کاربردی کردن این شاخص‌ها و نمود آنها در زنجیره‌های سازمانی و اثر مثبتی که می‌توانند در انتخاب اعضای زنجیره داشته باشند استوار است. این رویکرد تفاوت تحقیق حاضر را با سایر تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد و گامی در جهت تحقیقات بعدی است. باین‌حال، با توجه به دیدگاه محققان داخلی و خارجی، معیارهای ارزشی که سازمان به‌نحوی می‌تواند متأثر از آن‌ها باشد در جدول (۱) خلاصه شده است.

جدول ۱: نگاه ارزشی به سازمان از دیدگاه محققان

ردیف	محقق	معیارهای ارزشی سازمان
۱	خسروآبادی و رضایی‌منش (۱۳۹۴)	فهم و ادراک صحیح، التزام به حق، محوریت منافع و مصالح عامه، عدالت، حسن‌تدبیر، امانت‌داری، به‌کارگیری حداکثر توان، صداقت
۲	مرزوقی و همکاران (۱۳۹۴)	همدلی، احترام، صداقت، دوراندیشی، موقعیت‌شناسی، خیرخواهی، تواضع، عدالت‌محوری، احترام، احسان، حکمت‌ورزی، مهربانی، دین‌محوری، تعهد، بصیرت، خودشناسی، امانت‌داری، مصلحت‌اندیشی، گذشت و مدارا، شایسته‌سالاری، کرامت
۳	لو (۲۰۱۳)	همدلی، احترام، اعتماد، عمل‌انگاسی (بازخورد)، عشق به نوع‌دوستی، صداقت و یکپارچگی، محبت، قدردانی، عزت، مراقبت، خدمت، بخشش
۴	فرگوسن و میلیمان (۲۰۰۸)	بیان ارزش‌های معنی‌داری، اعتبار داشتن، قابل‌اعتماد بودن، خدمت برای بهسازی و توانمندسازی کارکنان
۵	فرای (۲۰۰۵)	صداقت، عفو و بخشش، امید، حق‌شناسی، محبت، یکپارچگی

### ۳-۱. ضرورت و اهمیت پژوهش

با توجه به محیط ناپایدار امروزی، گستردگی و فراگیر بودن اقلام عمومی، عدم اطلاع از روندهای موجود در محیط، عدم توانایی جهت پاسخگویی به آن و همچنین بی‌توجهی به ارزش‌های سازمانی که بیانگر این است که کجا سرمایه‌های خود را خرج کنیم؛ اثرات بسیار زیانباری حتی از بین رفتن موجودیت شرکت را به‌دنبال دارد.

اگرچه تحقیقات متعددی در زمینه ارزش‌های اسلامی در سازمان‌ها انجام‌گرفته است اما شاخص‌هایی مانند ارزش‌های سازمان را که افراد چه بدانند و چه ندانند بر انتخاب روزانه آن‌ها تأثیر می‌گذارد و بیانگر روابط اعضای زنجیره و باعث مستحکم‌تر شدن حلقه‌های زنجیره می‌شود در نظر نگرفتند. با مرور مطالعات داخل و خارج در زمینه پیکربندی سازمان‌ها به نظر می‌رسد ارائه چارچوب انتخاب تأمین‌کننده ارزشی که بررسی می‌کند کجا، وقت، انرژی و سرمایه‌های سازمان باید صرف شود؛ ضروری

به نظر می‌رسد. این موضوع همان خلاً تحقیقاتی و مفهوم جدیدی در حوزه سازمان‌های دفاعی است که در این پژوهش با استفاده از منابع معتبر قرآن و نهج‌البلاغه مورد بررسی و واکاوی قرار می‌گیرد.

## ۲. بحث

با توجه به اهمیت ارزش‌های محوری در سازمان‌ها و براساس آنچه گفته شد، مقاله حاضر پس از تعیین و تعریف مقوله‌ها و ارزش‌های محوری سازمانی، به این سؤال مهم پاسخ می‌دهد که از منظر نهج‌البلاغه و قرآن و آنچه به‌عنوان ارزش‌های محوری استخراج شده است، چه تأمین‌کننده‌ای با توجه به این ارزش‌های محوری انتخاب می‌شود؟ برای پاسخ به این سؤال، سعی شده است چارچوبی برای تعیین اوزان تأمین‌کنندگان ارائه شود. در نهایت با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی، اوزان و رتبه‌بندی مناسبی برای تأمین‌کنندگان به‌دست آید.

### ۲-۱. روش تحقیق و ابزار گردآوری داده‌ها

از جمله اهداف این تحقیق به‌دست‌آوردن درک یا دانش لازم برای تعیین ابزاری است که به‌وسیله آن، نیاز مشتری مشخص و شناخته شود و در کوتاه‌ترین زمان با توجه به ارزش‌ها برطرف گردد و با در نظر گرفتن این نکته که تحقیق حاضر از نیازهای اصلی درزمینه سازمان‌های دفاعی هست، این تحقیق از نوع کاربردی و از جمله تحقیقات کیفی (توصیفی-ذهنی) هست. همچنین اطلاعات مورد نیاز جهت تعیین شاخص‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای (بررسی کتاب‌ها و اسناد)، نظرخواهی (با تهیه پرسشنامه و مصاحبه حضوری) و نیز مقالات ارائه‌شده در این زمینه به‌دست خواهد آمد و در مطالعات میدانی از افراد خبره و کسانی که به‌طور مستقیم در ارتباط با سازمان‌های ارزشی فعالیت داشته‌اند، استفاده خواهد شد.

### ۲-۲. ارزش‌های محوری سازمانی

هر سازمانی یا شرکتی بسته به نوع دیدگاه خود و شرایط محیطی اقدام به تعیین ارزش‌های محوری خود می‌نماید. اغلب سازمان‌ها بین ۳ تا ۶ ارزش را محور فعالیت‌های خود قرار می‌دهند. یکی از راه‌های تشخیص ارزش‌های محوری، برگزاری جلسات مباحثه با حضور کلیه کارکنان کلیدی است. راه دیگر، بارش فکری افراد با ارزش‌های محوری بالقوه است تا بدین ترتیب، اذهان برای شناسایی ارزش‌های محوری آماده شود (سلطانی و صمدانیان، ۱۳۹۴: ۵۷-۸۲).

۵ عامل مرتبط با سازمان‌های ارزشی در زیر آورده شده است که به دو دلیل عمده، این ۵ عامل برای طراحی شبکه تأمین‌کنندگان ارزشی انتخاب شده است:

۱- مطابق ادبیات موضوع و مطالعه نهج‌البلاغه و قرآن، در اکثر تحقیقات صورت گرفته در زمینه ارزش و سازمان‌های ارزشی این عوامل جزء نتایج به‌دست‌آمده بودند.

۲- این عامل‌ها سنخیت بیش‌تری با سازمان دفاعی مورد مطالعه داشته است. از طرفی در مصاحبه‌های انجام‌شده با مدیران سازمان بیش‌تر مدنظر آن‌ها بوده است و به نحوی قابلیت استفاده از آن‌ها در تحقیق وجود داشت.

### ۲-۲-۱. امانت‌داری

بیت‌المال مرکب از دو واژه‌ی «بیت» و «مال» به معنای خانه دارایی و خزینه مال است و در اصطلاح به دو معنی است: در معنای اول اموال عمومی و حکومتی استعمال می‌شود و در معنای دوم به مکانی اطلاق می‌شود که اموال عمومی در آن نگهداری می‌شود.

امانت‌داری در تصمیم‌گیری به معنای دادن حق به ذی‌حق و پایمال نکردن حقوق دیگران، حفاظت از بیت‌المال و منابع در اختیار، درست‌کاری و مواردی از این قبیل هست (خسروآبادی و رضایی‌منش، ۱۳۹۴: ۲۸-۱). امانت‌داری و حساسیت در قبال حفظ بیت‌المال ضمن این‌که وظیفه شرعی، قانونی و اخلاقی کلیه کارکنان سازمان‌های دفاعی و نظامی است به‌عنوان یک ارزش در کل سازمان‌ها موضوعیت دارد. در حوزه تأمین اقلام سازمان‌های دفاعی و کارکنان شاغل در این زمینه که بیش از هر حوزه دیگری با پول و اموال بیت‌المال سروکار دارند، از اهمیت و حساسیت ویژه‌ای برخوردار است. لذا کارکنان حوزه‌های تأمین در سازمان‌های نظامی ضمن توجه مضاعف و رعایت آن باید نسبت به اشاعه آن نیز اقدام کنند. امانت‌داری یعنی حساسیت در قبال حفظ و نگهداری اموال عمومی سازمان با استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی، سیستم‌های ردیابی محصول و فناوری‌های پیشرفته انبارداری سازمانی (ارزش‌های محوری حاکم بر سازمان‌های دفاعی، ۱۳۸۹: ۶).

### ۲-۲-۲. خدمت‌گزاری

منظور خدمت بی‌توقع و بی‌منت سازمان در همه عرصه‌های مأموریتی و ایجاد رضایت‌مندی کارکنان هست. حضرت علی(ع) به‌عنوان شاخص‌ترین و برجسته‌ترین الگوی خدمت‌گزاران در زمینه خدمت به خلق خدا سخنانی بسیار زیبا و ارزشمند دارد که می‌توان آن‌ها را بر مبنای عرصه‌های مختلف خدمت-رسانی دسته‌بندی نمود. حضرت علی(ع) درباره ارزش کار نیک می‌فرماید: «به همه مردم نیکی کن، چراکه ارزش هیچ عملی در پیشگاه خداوند سبحان با فضیلت کارهای نیک برابری نمی‌کند» (شرح نهج-البلاغه ابن‌ابی‌الحدید، ۱۳۹۳: ۳۴۲/۲۰). خدمت‌گزاری یعنی یک سازمان نظامی با همه عناصر و اجزایش در خدمت رده‌ها، کارکنان و مشتریان خود باشد و هرگونه عمل خیر و کمک‌های مالی، معنوی، اقتصادی، فرهنگی در حق دیگران را به انجام برساند؛ به‌عبارت دیگر؛ خدمت‌گزاری یعنی انجام عمل خیر بدون هیچ توقع و چشم‌داشتی در سازمان.

تقدم اداره آبرومندانه سازمان بر سایر جنبه‌های توسعه‌ای به‌ویژه توجه خاص به موضوعاتی مانند تغذیه و پوشاک، تأمین اقلام عمومی و ضروری با تأکید بر حفظ ظواهر سازمانی و کرامت انسانی کارکنان در راستای این ارزش محوری موضوعیت دارد. وجود سیستم‌های بازخورد، نظردهی و نظرسنجی از مشتریان برای دستیابی به این امر حائز اهمیت است.

### ۲-۲-۳. عدالت‌محوری

عدالت‌محوری یعنی؛ مینا قرار دادن حق و رعایت استحقاق‌ها و نیازهای واقعی عناصر پشتیبانی شونده در جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های سازمانی. دستیابی به این امر با طراحی و ارائه سامانه‌های دانشی و

داشبورد‌های اطلاعاتی و گزارش‌گیری از آن‌ها و سیستم‌های تشویقی و تنبیهی امکان‌پذیر است (ارزش‌های محوری حاکم بر سازمان‌های دفاعی، ۱۳۸۹: ۲۹).

در بسیاری از عبارات نهج‌البلاغه به‌وضوح به مقوله عدالت‌محوری اشاره شده است. حضرت علی(ع) در نامه ۴۶ نهج‌البلاغه می‌فرماید: «مباد که یکی را به گوشه چشم نگری و یکی را رودررو نگاه کنی یا یکی را به اشارت پاسخ‌گویی و یکی را با درود و تحیت» (نامه/۴۶). در ادامه همین نامه که به برخی از کارگزاران نگاشته شده است، حضرت عدالت را همگانی دانسته و استثنائی در رابطه با آن برای کسی قائل نشده است و فرموده است: «با همگان یکسان باش تا بزرگان به طمع نیفتند و تو را به ستم بر ضعیفان ترغیب نکنند و ناتوانان از عدالت تو مأیوس نشوند» (نامه/۴۶).

به عبارت دیگر عدالت مختص قشر خاصی نیست و شامل همگان است. حضرت علی(ع) در نامه ۵۳ نهج‌البلاغه به این موضوع اشاره می‌کند و می‌فرماید: «اجرای حق را درباره هر که باشد، چه خویشاوند و چه بیگانه، لازم بدار و در این کار شکیبایی به خرج بده که خداوند پاداش شکیبایی تو را خواهد داد؛ هرچند، در اجرای عدالت، خویشاوندان و نزدیکان تو را زیان رسد» (نامه/۵۳).

#### ۲-۲-۴. صداقت

تطابق گفتار و کردار در اتخاذ تصمیمات و راهبردهای سازمانی مفهوم این معیار را تداعی می‌کند. نظرخواهی از مشتریان، میزان رضایت آن‌ها از تحویل به موقع و کیفیت محصول و هم‌چنین تحویل محصولی با قابلیت اطمینان بالا و گارانتی‌های اجرایی، صداقت تأمین‌کننده در نزد مشتری نمایان شده و اعتماد مشتری به سازمان بالا می‌رود (ارزش‌های محوری حاکم بر سازمان‌های دفاعی، ۱۳۸۹: ۲۱).

تصمیمی که از سر صدق و راستی باشد، یکی از نشانه‌های سازمان ارزش‌محور است. امیرمؤمنان علی(ع) همواره به صداقت توصیه نموده است؛ چنان‌چه در خطبه ۱۰۸ نهج‌البلاغه می‌فرماید: «رهبر جامعه باید با مردم به راستی سخن گوید و پراکندگی مردم را به وحدت تبدیل و اندیشه خود را برای پذیرفتن حق آماده گرداند» (خطبه/۱۰۸). البته صداقت تنها در گفتار خلاصه نمی‌شود؛ بلکه نیت و کردار فرد نیز نقش تعیین‌کننده در میزان صداقت افراد دارد. حضرت علی(ع) می‌فرماید: «زبان و دل را هماهنگ کنید» (خطبه/۱۷۶). هم‌چنین ریاکاری که عبارت است از عدم تطابق باطن و ظاهر، توسط حضرت نهی شده است. عدم ریاکاری نیز دلالت بر صداقت در نیت، گفتار و رفتار دارد. حضرت در این خصوص می‌فرماید: «آگاه باشید ریاکاری و تظاهر، هرچند اندک باشد شرک است» (خطبه/۸۶).

#### ۲-۲-۵. محوریت منافع و مصالح عامه

محوریت منافع و مصالح عامه از جمله حقوق مردم و کارکنان بر عهده مدیر سازمان است. هر فردی که در جایگاه یک تصمیم‌گیرنده قرار می‌گیرد، نسبت به افرادی که تحت تأثیر تصمیمات او هستند متعهد بوده و باید با خیرخواهی نسبت به آنان تصمیم بگیرد. حضرت امیر در بخشی از نامه ۵۳، در رابطه با انتخاب فرماندهان لشکر، خطاب به مالک اشتر می‌فرماید: «آن‌گاه از لشکریان خود، آن‌را که در نظرت، نیک‌خواه-ترین آن‌ها به خدا و پیامبر او امام توست، به کار برگمار» (نامه/۵۳). واضح است که براساس دیدگاه حضرت علی(ع)، نیک‌خواهی فرد نسبت به دیگران، چه خداوند و اولیائش و چه عموم مردم، یکی از





شکل (۱)، مؤلفه‌های یک سازمان ارزشی را براساس آرمان‌های اسلامی برای غلبه بر محیط پرآشوب بیرونی و دستیابی به جو مطلوب درونی در پنج شاخصه شامل امانت‌داری، خدمت‌گزاری، عدالت‌محوری، صداقت و محوریت منافع و مصالح عامه نشان می‌دهد.



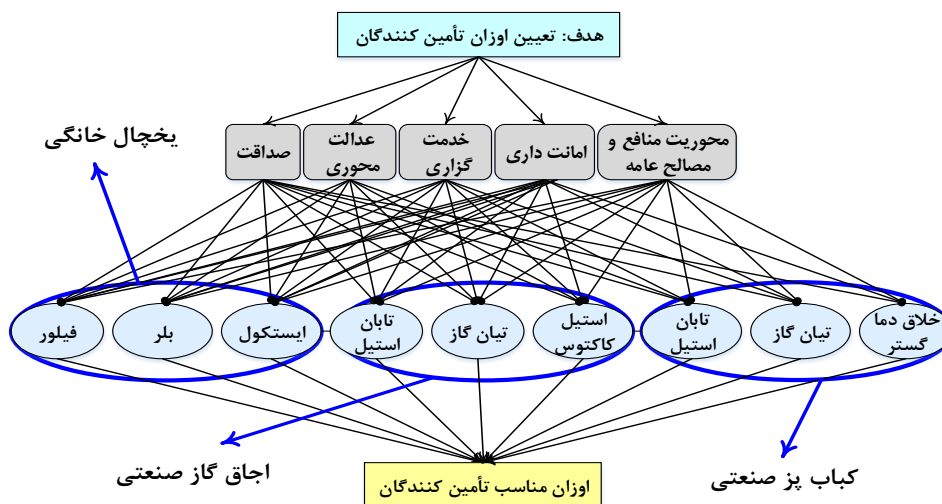
شکل ۱: الگوی ارزش‌های اسلامی از دیدگاه قرآن و نهج‌البلاغه در تحقیق حاضر

### ۲-۳. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق شامل معاونین، مدیران ارشد، کارشناسان و مسؤولین شرکت پشتیبانی ایثار است که آشنا با حوزه تأمین اقلام عمومی در یک سازمان دفاعی هستند. بر این اساس برای روایی و پایایی پرسشنامه‌های مدل پیشنهادی، معیارها و مقایسات زوجی، پرسشنامه‌ها بین کل خبرگان جامعه آماری (۲۵ نفر) توزیع شد که تعداد ۱۹ پرسشنامه بازگشت داده شد.

### ۲-۴. مدل تحقیق

در این قسمت همانند شکل (۲) مدلی برای ارزیابی تأمین‌کنندگان بر اساس ارزش‌های اسلامی ارائه می‌شود. در مدل موردنظر، هدف (تعیین اوزان تأمین‌کنندگان) در سطح اول، معیارهای ارزشی در سطح دوم و تأمین‌کنندگان اقلام در سطح سوم قرار می‌گیرند.



شکل ۲: مدل پیشنهادی برای تعیین اوزان

## ۲-۵. روایی و پایایی مدل

پس از توزیع پرسشنامه برای تعیین میزان پایایی آن از تکنیک ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و پس از انجام محاسبات لازم مقدار ضریب آلفای کرونباخ مطابق جدول زیر به دست آمد.

جدول ۳: آلفای کرونباخ

تعداد پرسشنامه	آلفای کرونباخ
۱۹	۰/۷۴

به منظور سنجش روایی پرسشنامه از روش ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) استفاده شد که نتایج به دست آمده حاکی از تأیید روایی پرسشنامه است.

$$CVR = \frac{n_E - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}} \quad (1)$$

در فرمول (۱)،  $n_E$  تعداد متخصصانی است که به گزینه ضروری پاسخ داده‌اند و  $N$  تعداد کل متخصصان است.

## ۲-۶. ارائه مطالعه موردی

در سازمان‌های دفاعی از جمله مسائلی که همواره به‌عنوان دغدغه‌های اصلی مدیران سازمان به‌شمار می‌رود؛ موضوع تأمین و توزیع اقلام عمومی رده‌ها است. شرکت پشتیبانی ایثار به‌عنوان یک سازمان نظامی در زمینه تأمین کالاهای خانگی فعالیت می‌کند. در این پژوهش، قرار است از بین تأمین‌کنندگانی که شرکت ایثار با آن‌ها در ارتباط است، تأمین‌کننده‌ای مناسب با توجه به ارزش‌های اسلامی انتخاب شود. برای این منظور سه محصول یخچال خانگی، کباب‌پز صنعتی و اجاق‌گاز صنعتی مورد بررسی قرار می‌گیرند و برای هر محصول پیشنهادی شرکت ایثار، سه تأمین‌کننده در نظر گرفته می‌شود. در این تحقیق، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice و تکنیک تحلیل سلسله مراتبی صورت گرفته است که در ادامه مراحل آن توضیح داده می‌شود.

## ۲-۷. گزینه‌های پیشنهادی برای تعیین اوزان تأمین‌کنندگان اقلام عمومی

همان‌طور که در قسمت قبل نیز توضیح داده شد، در زمینه اقلام عمومی برای شرکت ایثار، تأمین‌کنندگان مختلفی فعالیت می‌کنند. در جدول (۴)، فهرستی از تأمین‌کنندگان به تفکیک هر محصول آورده شده است.

جدول ۴: تأمین‌کننده‌ها در تأمین اقلام عمومی

توزیع‌کننده	کد محصول	محصول	کد تأمین‌کننده	تأمین‌کننده محصول
شرکت پشتیبانی ایثار	B1	یخچال خانگی	B11	فیلبور
			B12	بلر
			B13	ایستکول
	B2	اجاق‌گاز صنعتی	B21	تابان استیل
			B22	تیان‌گاز
			B23	استیل کاکتوس
	B3	کباب‌پز صنعتی	B31	تابان استیل
			B32	تیان‌گاز
			B33	خلاق دما گستر

## ۲-۸. مقایسات زوجی معیارها و گزینه‌ها

ماتریس‌های مقایسات زوجی و تأثیر معیارها با در نظر گرفتن سطوح بالای شبکه و ارتباطات داخلی تشکیل می‌شود تا بتوان به کمک آن‌ها وزن عناصر را به دست آورد. این وزن‌ها براساس تعریف ساعتی، از ۱ (اهمیت یکسان) تا ۹ (اهمیت مطلق) تغییر می‌کند. برای تعیین ضریب اهمیت معیارها، دوبه‌دو آن‌ها را با یکدیگر مقایسه می‌کنیم. به‌عنوان مثال برای تعیین اوزان تأمین‌کنندگان معیار امانت‌داری مهم‌تر است یا صداقت؟ پاسخ‌دهنده با در نظر گرفتن یک مقدار بین ۱ تا ۹، ارجحیت معیارها را نسبت به یکدیگر مشخص می‌کند. با تعیین ضریب اهمیت معیارها، ضریب اهمیت گزینه‌ها مطابق آن‌چه گفته شد تعیین

می‌شود. سپس با وارد کردن مقادیر موردنظر در نرم‌افزار Expert Choice و تکنیک تحلیل سلسله مراتبی، وزن معیارها و گزینه‌های موردنظر به دست می‌آید. برای این کار از اصل ترکیب سلسله مراتبی ساعتی که منجر به یک بردار اولویت با در نظر گرفتن همه قضاوت‌ها در تمامی سطوح سلسله مراتبی می‌شود، استفاده خواهد شد.

$$g_{ij} = \sum_{k=1}^n W_k g_{ij}$$

گزینه  $j$

که در آن:

$W_k$ : ضریب اهمیت معیار  $k$

$g_{ij}$ : امتیاز گزینه  $j$  در ارتباط با زیرمعیار  $i$

همیشه باید در نظر داشت که بعد از انجام مقایسات زوجی، محاسبه شاخص سازگاری وزن‌ها و مقایسات ضروری است. نرخ ناسازگاری هر ماتریس مقایسه زوجی، با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice محاسبه می‌شود، اگر نرخ سازگاری از  $0/1$  کوچک‌تر باشد قضاوت قابل قبول است، اما اگر بزرگ‌تر از  $0/1$  باشد قضاوت قابل قبول نیست و باید در آن تجدیدنظر کرد (محمدی لرد، ۱۳۸۰: ۸۰-۸۱).

## ۹-۲. مقایسات زوجی معیارها نسبت به هدف

در این قسمت اهمیت و ارجحیت نسبی معیارها نسبت به هدف (تعیین اوزان تأمین‌کنندگان براساس معیارهای ارزشی) برای تأمین‌کنندگان با یکی از متغیرهای زبانی (خیلی زیاد (۵)، زیاد (۴)، متوسط (۳)، کم (۲)، خیلی کم (۱)) برای هر سه محصول یخچال خانگی، اجاق گاز و کباب‌پز صنعتی تعیین می‌شود. نتایج این قسمت در جدول (۸) آورده شده است.

جدول ۵: مقایسات زوجی معیارهای ارزشی نسبت به هدف برای تأمین‌کنندگان

وزن	میانگین هندسی	A5	A4	A3	A2	A1	ارزیابی تأمین‌کنندگان بر اساس معیارهای ارزشی
۰/۱۷۴	۰/۸۸	۰/۸۳	۰/۹	۰/۶	۱/۱۹	۱	A1
۰/۱۶۲	۰/۸۱۷	۱/۵۷	۰/۷۱	۰/۳۹	۱	۰/۸۴	A2
۰/۲۲۴	۱/۱۳۱	۰/۵۶	۰/۷۶	۱	۲/۵۹	۱/۶۸	A3
۰/۳۱۴	۱/۰۷۹	۰/۷۱	۱	۱/۳۲	۱/۴۱	۱/۱۱	A4
۰/۲۲۶	۱/۱۴۲	۱	۱/۴۱	۱/۷۸	۰/۶۴	۱/۲۱	A5
۱	۵/۰۴۹			۰/۰۶			IR

## ۱۰-۲. مقایسات زوجی گزینه‌ها نسبت به معیارها

در این مرحله، گزینه‌های مطرح‌شده (رویکردهای سازمان برای تأمین اقلام عمومی) نسبت به هر معیار برای هر سه محصول (یخچال خانگی، کباب‌پز و اجاق گاز صنعتی) با یکدیگر مقایسه شده است. از آنجاکه برای هر محصول در مجموعه شرکت پشتیبانی ایثار تأمین‌کننده‌ای خاص در نظر گرفته شده است، در این قسمت اهمیت و ارجحیت نسبی گزینه‌ها نسبت به معیارها با یکی از متغیرهای زبانی (خیلی زیاد (۵)، زیاد

(۴)، متوسط (۳)، کم (۲)، خیلی کم (۱)) برای هر محصول شامل: یخچال خانگی، اجاق گاز و کباب‌پز صنعتی به‌طور جداگانه در جدول (۶) تا (۲۰) تعیین شد.

الف) مقایسات زوجی گزینه‌ها نسبت به معیارها اگر محصول یخچال خانگی باشد:

جدول ۶: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار امانت‌داری

امانت‌داری	B11	B12	B13	میانگین هندسی	وزن
B11	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B12	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B13	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
IR	۰	۰	۰	۳	۱

جدول ۷: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار خدمت‌گزاری

خدمت‌گزاری	B11	B12	B13	میانگین هندسی	وزن
B11	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B12	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B13	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
IR	۰	۰	۰	۳	۱

جدول ۸: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار عدالت‌محوری

عدالت‌محوری	B11	B12	B13	میانگین هندسی	وزن
B11	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B12	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B13	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
IR	۰	۰	۰	۳	۱

جدول ۹: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار صداقت

صداقت	B11	B12	B13	میانگین هندسی	وزن
B11	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B12	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B13	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
IR	۰	۰	۰	۳	۱

جدول ۱۰: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار محوریت منافع

محوریت منافع و مصالح عامه	B11	B12	B13	میانگین هندسی	وزن
B11	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B12	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
B13	۱	۱	۱	۱	۰/۳۳۳
IR	۰	۰	۰	۳	۱

ب) مقایسات زوجی گزینه‌ها نسبت به معیارها اگر محصول اجاق‌گاز صنعتی باشد:

جدول ۱۱: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار امانت‌داری

وزن	میانگین هندسی	B23	B22	B21	امانت‌داری
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B21
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B22
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B23
۱	۳	۰			IR

جدول ۱۲: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار خدمت‌گزاری

وزن	میانگین هندسی	B23	B22	B21	خدمت‌گزاری
۰/۳۱۱	۱	۰/۵	۲	۱	B21
۰/۱۹۶	۰/۶۳۰	۰/۵	۱	۰/۵	B22
۰/۴۹۳	۱/۵۸۷	۱	۲	۲	B23
۱	۳/۲۱۷	۰/۰۵			IR

جدول ۱۳: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار عدالت‌محوری

وزن	میانگین هندسی	B23	B22	B21	عدالت‌محوری
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B21
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B22
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B23
۱	۳	۰			IR

جدول ۱۴: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار صداقت

وزن	میانگین هندسی	B23	B22	B21	صداقت
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B21
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B22
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B23
۱	۳	۰			IR

جدول ۱۵: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار محوریت منافع

وزن	میانگین هندسی	B23	B22	B21	محوریت منافع و مصالح عامه
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B21
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B22
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B23
۱	۳	۰			IR

ج) مقایسات زوجی گزینه‌ها نسبت به معیارها اگر محصول کباب‌پز صنعتی باشد:

جدول ۱۶: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار امانت‌داری

وزن	میانگین هندسی	B33	B32	B31	امانت‌داری
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B31
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B32
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B33
۱	۳	۰			IR

جدول ۱۷: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار خدمت‌گزاری

وزن	میانگین هندسی	B33	B32	B31	خدمت‌گزاری
۰/۳۱۱	۱	۰/۵	۲	۱	B31
۰/۱۹۶	۰/۶۳۰	۰/۵	۱	۰/۵	B32
۰/۴۹۳	۱/۵۸۷	۱	۲	۲	B33
۱	۳/۲۱۷	۰/۰۵			IR

جدول ۱۸: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار عدالت‌محوری

وزن	میانگین هندسی	B33	B32	B31	عدالت‌محوری
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B31
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B32
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B33
۱	۳	۰			IR

جدول ۱۹: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار صداقت

وزن	میانگین هندسی	B33	B32	B31	صداقت
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B31
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B32
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B33
۱	۳	۰			IR

جدول ۲۰: مقایسه زوجی گزینه‌ها (تأمین‌کنندگان اقلام عمومی) مربوط به معیار محوریت منافع

وزن	میانگین هندسی	B33	B32	B31	محوریت منافع و مصالح عامه
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B31
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B32
۰/۳۳۳	۱	۱	۱	۱	B33
۱	۳	۰			IR

۲-۱۰. تعیین اوزان تأمین‌کنندگان و انتخاب گزینه برتر

در این مرحله با در اختیار داشتن وزن گزینه‌ها و نرمال کردن آنها، می‌توان در مورد تعیین اوزان تأمین‌کنندگان تصمیم‌گیری نمود که با استفاده از معادله بخش (۲-۷) (مربوط به امتیاز نهایی هر گزینه)

محاسبه می‌شود. برای نمونه امتیاز دو تأمین‌کننده تیان‌گاز (B22) و استیل‌کاکتوس (B23) مربوط به محصول اجاق‌گاز صنعتی، امتیاز گزینه B23، B22 به طریق زیر عمل می‌کنیم (با استفاده از جداول (۶) تا (۱۰)):

$$WB22 = 0.174 * 0.333 + 0.162 * 0.196 + 0.224 * 0.333 + 0.214 * 0.333 + 0.226 * 0.333 = 0.3108$$

$$WB23 = 0.174 * 0.333 + 0.162 * 0.493 + 0.224 * 0.333 + 0.214 * 0.333 + 0.226 * 0.333 = 0.3589$$

نتایج حاصل از نرم‌افزار Expert Choice رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان بر اساس وزن‌ها در شرکت پشتیبانی ایثار نیز در جدول (۲۱) قابل مشاهده است.

جدول ۲۱: میزان پایبندی به ارزش‌ها توسط تأمین‌کننده اقلام در شرکت پشتیبانی ایثار

محصول	توزیع‌کننده	تأمین‌کننده	وزن نهایی تأمین‌کننده	
			ارزش‌های اسلامی	نرخ ناسازگاری
یخچال خانگی	شرکت پشتیبانی ایثار	فیور	۰/۳۳۳	IR=۰/۰۵
		بلر	۰/۳۳۳	
		ایستکول	۰/۳۳۳	
اجاق‌گاز صنعتی	شرکت پشتیبانی ایثار	تابان‌استیل	۰/۳۳	IR=۰/۰۵
		تیان‌گاز	۰/۳۱۱	
		استیل‌کاکتوس	۰/۳۵۹	
کباب‌پز صنعتی	شرکت پشتیبانی ایثار	تابان‌استیل	۰/۳۳	IR=۰/۰۵
		تیان‌گاز	۰/۳۱۱	
		خلاق‌دماگستر	۰/۳۵۹	

در نهایت با در اختیار داشتن وزن گزینه‌ها می‌توان در مورد انتخاب گزینه برتر نظر داد؛ بنابراین با توجه به اوزان به دست آمده، معیار محوریت منافع و مصالح عامه (A5)، بیش‌ترین اهمیت را در انتخاب و تعیین وزن تأمین‌کننده ارزشی دارد و معیارهای عدالت‌محوری (A3)، صداقت (A4)، امانت‌داری (A1)، خدمت-گزاری (A2) به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

نتایج حاصل از نرم‌افزار Expert Choice در مورد گزینه برتر حاکی از آن است که برای محصول یخچال خانگی، شرکت ایثار می‌تواند با هر سه تأمین‌کننده خود عقد قرارداد داشته باشد. در اینجا به دلیل تساوی اوزان انتخاب یک گزینه مدنظر نیست. برای محصول اجاق‌گاز صنعتی، استیل‌کاکتوس با وزن ۰/۳۵۹، بیش‌ترین وزن را به خود اختصاص داده است و تابان‌استیل با ۰/۳۳۰ و تیان‌گاز با ۰/۳۱۱ در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرد. همچنین در زمینه تأمین کباب‌پز صنعتی شرکت خلاق‌دماگستر با ۰/۳۵۹، تابان‌استیل با ۰/۳۳۰ و تیان‌گاز با ۰/۳۱۱ به ترتیب در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفتند.



## ۳. نتیجه گیری

۱. براساس هدف اصلی تحقیق که «شناسایی و رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان اقلام مبتنی بر ارزش‌های اسلامی از منظر قرآن و نهج‌البلاغه» است، یافته‌های مرتبط با موضوع مورد ارزیابی قرار گرفت. تأمین‌کنندگان موردنظر توسط خبرگان معرفی شد و چارچوب پیشنهادی با کمک خبرگان شرکت پشتیبانی ایثار مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به اهمیت ارزش‌های محوری در موفقیت شرکت ایثار، پس از بررسی‌های متعدد در این زمینه، تعداد ۵ عامل «امانت‌داری»، «خدمت‌گزاری»، «صداقت»، «محوریت منافع و مصالح عامه» و «عدالت‌محوری» انتخاب شد و مورد تأیید خبرگان قرار گرفت.
  ۲. تحقیق موردنظر در قالب یک مطالعه موردی ارائه شد و پس از ارزیابی‌های صورت گرفته توسط نرم‌افزار Expert Choice، نتایج نشان داد که معیار «محوریت منافع و مصالح عامه» اهمیت زیادی برای شرکت پشتیبانی ایثار دارد. محوریت منافع و مصالح عامه باعث می‌شود هر فردی که در جایگاه یک تصمیم‌گیرنده قرار می‌گیرد، نسبت به افرادی که تحت تأثیر تصمیمات او هستند متعهد شود. معیار دیگری که در شرکت ایثار دارای حساسیت بالاتری است و از نظر خبرگان حوزه لجستیک به‌عنوان یکی از مؤثرترین معیارها نسبت به سایر معیارها شناخته شده، عدالت‌محوری است. مبنا قرار دادن حق و رعایت استحقاق‌ها و نیازهای واقعی عناصر پشتیبانی‌شونده در جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های سازمانی، از جمله عواملی است که در حوزه عدالت‌محوری، یکی از مهم‌ترین معیارها برای شرکت ایثار است. پس از آن معیارهای «صداقت»، «امانت‌داری» و «خدمت‌گزاری» در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.
  ۳. در پایان با مقایسه گزینه‌های پیشنهادی با توجه به معیارها و نتایج نرم‌افزار Expert Choice، گزینه‌های برتر با توجه به هر محصول در شرکت پشتیبانی ایثار انتخاب گردید که نتایج آن‌ها به شرح زیر است:
    - ۱-۳. اوزان به‌دست‌آمده برای سه شرکت، فیلور، بلر و ایستکول در زمینه تولید و تأمین یخچال خانگی، حاکی از آن است که شرکت ایثار در این زمینه می‌تواند از هر سه تأمین‌کننده برای تأمین محصول خود استفاده کند
    - ۲-۳. در زمینه تولید و تأمین اجاق‌گاز صنعتی، شرکت استیل کاکتوس بیش‌ترین وزن را به خود اختصاص داد، در این زمینه، تابان‌استیل و تیان‌گاز در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.
    - ۳-۳. در زمینه کباب‌پز صنعتی، شرکت‌های خلاق‌دماگستر، تابان‌استیل و تیان‌گاز در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفتند.
- با توجه به روند تجزیه و تحلیل پرسشنامه، مطالعات آتی را می‌توان برای موضوع موردنظر با در نظر گرفتن سایر محصولات در محل مطالعه موردی و برای سایر مواردی که به تکمیل پرسشنامه نیاز دارند، انجام داد. همچنین می‌توان نتایج موردنظر را با انواع روش‌های تصمیم‌گیری با یکدیگر مقایسه کرد.

## منابع

- آقای، اصغر؛ صالحی صدقیانی، جمشید؛ قربانی‌زاده، وجه‌الله و میکائیلی، فتاح. (۱۳۹۴). «طراحی الگوی زنجیره تأمین ناب با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری». **فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی**، جلد ۱۳، شماره ۳۶، ۹۵-۱۱۳.
- ابراهیم‌زاده جویمی، رقیه و تلاشان، فرج. (۱۳۹۴). «اصول اخلاقی اقتصادی در عرصه توزیع از دیدگاه قرآن و احادیث». **فصلنامه معارف قرآنی**، سال پنجم، شماره ۱۷، ۱۲۵-۱۴۹.
- پورصادق، ناصر. (۱۳۹۵). **الگوی کاربردی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی - ایرانی**. تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی.
- جهان‌بین، فرزاد و نعمتی، محمد. (۱۳۹۴). «معیار و راهبردهای عدالت اقتصادی در نهج‌البلاغه». **فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه**، سال سوم، شماره ۱۰، ۱۲۲-۱۰۳.
- خسروآبادی، حمیدرضا و رضایی‌منش، بهروز. (۱۳۹۴). «طراحی الگوی تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه». **فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه**، سال سوم، شماره ۱۱، ۶۷-۹۴.
- دشتی، محمد. (۱۳۸۹). ترجمه نهج‌البلاغه. چاپ چهارم. قم: موسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمؤمنین (ع).
- سلطانی، ایرج و صمدانیان، حامد. (۱۳۹۴). «شناسایی رفتارهای عملیاتی مبتنی بر ارزش‌های سازمانی در لایه عملیاتی». **پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)**، سال هفتم، شماره ۱، ۵۷-۸۲.
- شهبابی، حسین. (۱۳۹۳). «بررسی درستی در قرآن، نهج‌البلاغه». **فصلنامه مطالعات قرآنی**، سال پنجم، شماره ۲۰، ۶۵-۷۹.
- صالح‌نیا، منیره و توکلی، زینب. (۱۳۸۸). «اخلاق سازمانی با تأکید بر منشور اخلاقی». **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**، سال چهارم، شماره ۳ و ۴، ۶۶-۷۸.
- عسکری وزیری، علی؛ زارعی متین، حسن و امیری، علینقی. (۱۳۹۱). «ارائه الگوی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با رویکرد اسلامی و مبتنی بر نهج‌البلاغه». **مدیریت در دانشگاه اسلامی**، سال اول، شماره ۳، ۴۰۱-۴۲۲.
- فقاہتی، سیدعباس. (۱۳۹۱). شاخص‌های رهبری معنوی در نهج‌البلاغه. **هفته‌نامه پیام قم**.
- لایقی، غلامرضا. (۱۳۹۳). ترجمه شرح نهج‌البلاغه ابن‌ابی‌الحدید معتزلی. چاپ یکم. تهران: انتشارات نیستان.
- محمدی لرد، علی. (۱۳۸۰). **فرآیندهای تحلیل شبکه‌ای و سلسله مراتبی**. چاپ اول، تهران: انتشارات البرز.
- مرزوقی، رحمت‌الله؛ ترک‌زاده، جعفر و پیروی‌نژاد، زینب. (۱۳۹۴). «تدوین و اعتباریابی الگوی رهبری معنوی اسلامی در سازمان از منظر نهج‌البلاغه». **فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه**، سال سوم، شماره ۱۲، ۴۳-۷۰.
- معاونت آحاد و پشتیبانی - اداره اشراف و نظارت. (۱۳۸۹). **ارزش‌های محوری حاکم بر سازمان‌های دفاعی (جلد ۳)**. تهران: دانشگاه جامع امام حسین (ع).

- یعقوبی، نور محمد؛ کمالیان، امین‌رضا؛ وظیفه، زهرا و نامور، افسانه. (۱۳۹۴). «فرهنگ‌سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی (مطالعه اخلاق کاری و تعهد سازمانی و بهبود مستمر)». **کنفرانس بین‌المللی جهت‌گیری‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری**، ۱-۱۷.
- Ferguson, J. & Milliman, J. (2008). "Creating Effective Core Organizational Values: A Spiritual Leadership Approach". **International Journal of Public Administration**, 31, 439-459.
- Grant, P. & McGhee, P. (2012). "Phronesis and Spirituality in the Workplace". **Journal of Spirituality, Leadership and Management**, 6(1), 24-34.
- Law, P. K. P. (2013). **An Integrated Spiritual Leadership Model for the South African Public Service: A Case of Selected Government Departments**.
- Fry, L. W. (2005). "Toward a Theory of Spiritual Leadership". **The Leadership Quarterly**, 14(6), 693-728.