



# موفقیت

## رویکرد فردی، گروهی و سازمانی

علی آقا پیروز

عبدالرحیم سرودلیر



پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

پاییز ۱۴۰۱

آقایپروز، علی، ۱۳۴۶ -  
موفقیت؛ رویکرد فردی، گروهی و سازمانی/علی آقایپروز، عبدالرحیم سرودلیبر. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۴۰۱.  
ه.د، ۲۱۶ص. - (پژوهشگاه حوزه و دانشگاه: ۶۳۷؛ مدیریت ۴۳).  
ISBN: 978-600-298-423-4  
بها: ۷۵۰۰۰۰ ریال  
فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.  
کتابنامه. ص. [۱۹۵] ۲۰۴؛ همچنین به صورت زیرنویس.  
نمایه.  
۱. موفقیت. ۲. Success. ۳. موفقیت -- جنبه‌های اجتماعی. ۴. Success -- Social aspects. الف. سرودلیبر، عبدالرحیم، ۱۳۶۱ -  
ب. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.  
BF۶۳۷ ۱۵۸/۱  
شماره کتابشناسی ملی  
۸۹۸۵۸۶۳

این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است.



### موفقیت؛ رویکرد فردی، گروهی و سازمانی

مؤلفان: علی آقایپروز (عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی) و عبدالرحیم سرودلیبر

ناشر: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

صفحه‌آرایی: تحریر اندیشه

چاپ اول: پاییز ۱۴۰۱

تعداد: ۳۰۰ نسخه

لیتوگرافی: سعیدی

چاپ: قم-سبحان

قیمت: ۷۵۰۰۰ تومان

کلیه حقوق برای پژوهشگاه حوزه و دانشگاه محفوظ و نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است.

قم: ابتدای شهرک پردیسان، بلوار دانشگاه، نیش میدان علوم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، تلفن: ۰۲۵-۳۲۱۱۱۱۰۰ (انتشارات

۳۲۱۱۱۳۰۰) شماره: ۳۲۸۰۳۰۹۰، ص.ب. ۳۱۵۱-۳۷۱۸۵

تهران: خ انقلاب، بین وصال و قدس، کوی اُسکو، پلاک ۴، تلفن: ۰۲۵-۶۶۴۰۲۶۰۰

www.rihu.ac.ir

info@rihu.ac.ir

فروشگاه اینترنتی: <http://rihu.ac.ir/fa/book>

مرکز پخش: قم، خیابان معلم، مجتمع ناشران، طبقه همکف، پلاک ۲۷، تلفن: ۰۲۵-۳۷۸۴۲۶۳۵-۶

## سخن پژوهشگاه

پژوهش در علوم انسانی به منظور شناخت، برنامه‌ریزی و ضبط و هدایت پدیده‌های انسانی در راستای سعادت واقعی بشر ضرورتی انکارناپذیر است و استفاده از عقل و آموزه‌های وحیانی در کنار داده‌های تجربی و در نظر گرفتن واقعیت‌های عینی، فرهنگ و ارزش‌های اصیل جوامع شرط اساسی پویایی، واقع‌نمایی و کارایی این‌گونه پژوهش‌ها در هر جامعه است.

پژوهش کارآمد در جامعه ایران اسلامی در گرو شناخت واقعیت‌های جامعه از یک‌سو و اسلام به‌عنوان متقن‌ترین آموزه‌های وحیانی و اساسی‌ترین مؤلفه فرهنگ ایرانی از سوی دیگر است؛ از این‌رو، آگاهی دقیق و عمیق از معارف اسلامی و بهره‌گیری از آن در پژوهش، بازنگری و بومی‌سازی مبانی و مسائل علوم انسانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

توجه به این حقیقت راهبردی از سوی امام خمینی علیه‌السلام، بنیان‌گذار جمهوری اسلامی، زمینه شکل‌گیری «دفتر همکاری حوزه و دانشگاه» را در سال ۱۳۶۱ فراهم کرد و با راهنمایی و عنایت ایشان و همت استادان حوزه و دانشگاه، این نهاد علمی شکل گرفت. تجربه موفق این نهاد، زمینه را برای گسترش فعالیت‌های آن فراهم آورد و با تصویب شورای گسترش آموزش عالی در سال ۱۳۷۷ «پژوهشکده حوزه و دانشگاه» تأسیس شد و در سال ۱۳۸۲ به «مؤسسه پژوهشی حوزه و دانشگاه» و در سال ۱۳۸۳ به «پژوهشگاه حوزه و دانشگاه» ارتقا یافت.

پژوهشگاه حوزه و دانشگاه تاکنون در ایفای رسالت سنگین خود خدمات فراوانی به جامعه علمی ارائه نموده است که از آن جمله می‌توان به تهیه، تألیف، ترجمه و انتشار بیش از ۶۳۰ عنوان کتاب و شش نشریه علمی اشاره کرد.

سه

این اثر به‌عنوان پژوهش بنیادی برای دانشجویان رشته مدیریت در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری مورد استفاده است.

از استادان و صاحب‌نظران ارجمند تقاضا می‌شود با همکاری، راهنمایی و پیشنهادهای اصلاحی خود، این پژوهشگاه را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی یاری دهند.

در پایان پژوهشگاه لازم می‌داند از تلاش‌های جناب آقای دکتر حسن عابدی جعفری ناظر محترم اثر، و نویسندگان محترم، آقایان دکتر علی آقا پیروز و عبدالرحیم سرودلیر تشکر و سپاس‌گذاری نماید.

چهار

## فهرست مطالب

۱	مقدمه
۴	روش‌شناسی تحقیق

### فصل اول: مفاهیم و دیدگاه‌ها

۷	الف) واژه‌شناسی و مفهوم موفقیت
۷	۱. واژه‌شناسی (مفهوم لغوی)
۸	۲. مفهوم‌شناسی (مفهوم اصطلاحی)
۹	۱-۲. پدیده بودن
۱۱	۲-۲. زمینه فرهنگی
۱۲	۳-۲. زمانی بودن
۱۳	۴-۲. در مسیر هدف بودن
۱۳	رضایت‌بخشی هدف
۱۵	شایستگی هدف
۱۸	عدم تفسیرپذیری هدف
۲۰	زمان‌بری دست یافتن به هدف
۲۱	ایده‌زایی هدف
۲۲	۵-۲. توازن ابعاد
۲۴	۶-۲. اراده و اختیار داشتن
۲۵	۷-۲. آگاهی داشتن
۲۶	۸-۲. استمرار داشتن
۲۷	۹-۲. تکرارپذیر و الگوبردار بودن
۲۸	۱۰-۲. غلبه منفعت بر هزینه
۲۹	۱۱-۲. نامتناهی بودن
۳۱	ب) بررسی موفقیت با استفاده از ویژگی‌های افراد موفق

پنج

۳۱	۱. استقلال و تمایز شخصیت
۳۲	۲. رجحان عمل بر عکس العمل
۳۳	۳. روحیه اندازه‌گیری
۳۵	۴. مسئولیت‌پذیری
۳۶	۵. درک دلیل زندگی
۳۷	۶. اراده و تلاش
۴۰	۷. حرکت گام به گام
۴۱	۸. داشتن دیدگاه جهانی
۴۲	۹. خوش‌بینی
۴۵	۱۰. جزئی‌بینی
۴۶	۱۱. خودارزیابی
۴۷	۱۲. تشریک منافع
۴۸	۱۳. ریسک‌پذیری
۴۹	۱۴. مقاومت در شکست‌ها
۵۰	۱۵. تجربه‌گرایی
۵۲	۱۶. تغییرپذیری و انعطاف
۵۳	۱۷. هم‌راستایی ذهن و جسم
۵۴	۱۸. تعهد کاری
۵۵	۱۹. جستجوگر ایده‌ها
۵۶	۲۰. توجه به سلامتی خود
۵۷	ج) مفهوم موفقیت در علوم انسانی
۵۷	۱. مفهوم موفقیت در علم روان‌شناسی
۵۹	۱-۱. موفقیت در روان‌شناسی مثبت
۶۱	۲-۱. تفاوت‌های فردی
۶۳	۳-۱. موفقیت و هوش هیجانی
۶۴	۴-۱. شخصیت‌های جمع‌گرا و فردگرا
۶۵	۵-۱. کنترل هیجانات منفی
۶۷	۶-۱. خارج شدن از ماریپیج هیجانات
۶۸	۷-۱. گریز از ناامیدی
۷۰	۸-۱. بانگیزه بودن
۷۱	۹-۱. موفقیت و زبان بدن
۷۲	۱۰-۱. ریسک‌پذیری
۷۳	۱۱-۱. قدرت مشاهده داشتن
۷۵	۱۲-۱. قدرت مذاکره داشتن
۷۶	۲. مفهوم موفقیت در علم مدیریت

شش

۷۸	۱-۲. موفقیت و مدیریت استراتژیک.....
۸۰	۲-۲. همراستایی هدف‌های سطوح مختلف.....
۸۱	۳-۲. سازماندهی.....
۸۲	۴-۲. موفقیت و جایگاه سازمانی.....
۸۳	۵-۲. رهبری.....
۸۶	۶-۲. موفقیت در فرهنگ سازمانی.....
۸۷	۷-۲. موفقیت در مدیریت منابع انسانی.....
۸۸	(د) جمع‌بندی.....

### فصل دوم: الگوها و مؤلفه‌های موفقیت

۹۱	الف) واژه‌شناسی و تعاریف.....
۹۱	۱. واژه‌شناسی (مفهوم لغوی).....
۹۲	۲. اصول الگوبرداری.....
۹۳	ب) معرفی الگوهای موفقیت.....
۹۵	۱. الگوهای انگیزش.....
۹۵	۱-۱. دیک ژنده‌پوش.....
۹۶	۱-۲. چگونه در فروش از شکست به موفقیت دست یافتیم.....
۹۸	۱-۳. جادوی باور.....
۱۰۰	۱-۴. راز قرن‌ها.....
۱۰۰	۱-۵. هفت عادت افراد اثربخش.....
۱۰۲	۱-۶. چگونه در مواجهه با دیگران اعتماد به نفس و قدرت داشته باشیم.....
۱۰۳	۱-۷. موفقیت متکی بر ذهنیت مثبت.....
۱۰۳	۱-۸. قدرت نامحدود.....
۱۰۵	۱-۹. جادوی تفکر بزرگ.....
۱۰۶	۲. الگوهای استفاده از توانمندی‌ها.....
۱۰۶	۲-۱. از خوب به عالی.....
۱۰۷	۲-۲. متولد برای پیروزی.....
۱۰۸	۲-۳. چه کسی پنیر من را دزدید.....
۱۱۰	۲-۴. قدرت نبرد کامل.....
۱۱۲	۲-۵. زمان را برای زندگی، نگهدار.....
۱۱۴	۲-۶. مربیگری برای عملکرد.....
۱۱۵	۲-۷. عامل شانس.....
۱۱۶	۳. الگوهای کامیابی.....
۱۱۶	۳-۱. ثروتمندترین مرد بابل.....
۱۱۸	۳-۲. راه ثروتمند شدن.....

هفت

۱۱۹.....	۳-۳. بیندیشید و ثروتمند شوید.....
۱۲۰.....	۴-۳. پدر پولدار، پدر فقیر.....
۱۲۲.....	۵-۳. ذهن یک میلیونر.....
۱۲۳.....	۶-۳. علم کسب ثروت.....
۱۲۵.....	۴. الگوهای رهبری.....
۱۲۵.....	۴-۱. در راه رهبر شدن.....
۱۲۶.....	۴-۲. مدیر یک دقیقه‌ای.....
۱۲۷.....	۴-۳. یافت.....
۱۲۹.....	۴-۴. زندگی‌نامه اندرو کارنگی.....
۱۳۰.....	۴-۵. مستقیم از مایکل دل.....
۱۳۲.....	۴-۶. زندگی و کار هنری فورد.....
۱۳۳.....	۴-۷. رهبری لینکلن.....
۱۳۵.....	۴-۸. راه طولانی تا آزادی.....
۱۳۶.....	ج) مؤلفه‌های موفقیت.....
۱۳۷.....	۱. مؤلفه‌های فردی.....
۱۳۷.....	۱-۱. توانمندی‌های ذهنی.....
۱۳۹.....	۱-۲. ویژگی‌های رفتاری.....
۱۴۱.....	۲. مؤلفه‌های گروهی.....
۱۴۱.....	۲-۱. اعضای گروه.....
۱۴۳.....	۲-۲. انگیزه گروهی.....
۱۴۳.....	۲-۳. کارکرد.....
۱۴۴.....	۲-۴. قواعد کاری.....
۱۴۵.....	۳. مؤلفه‌های سازمانی.....
۱۴۶.....	۳-۱. زمینه سازمانی.....
۱۴۶.....	۳-۲. رهبری.....
۱۴۷.....	۳-۳. فرهنگ سازمانی.....
۱۴۸.....	۳-۴. منابع انسانی.....
۱۴۹.....	د) جمع‌بندی.....

### فصل سوم: آسیب‌شناسی موفقیت

۱۵۲.....	بخش اول) رفتارشناسی پس از موفقیت.....
۱۵۲.....	الف) رفتارشناسی افراد پس از موفقیت.....
۱۵۳.....	۱. کسب موفقیت‌های بعدی.....
۱۵۴.....	۲. تصمیم‌گیری متفاوت در افراد موفق.....
۱۵۶.....	۳. افسردگی پس از موفقیت.....

هشت



۱۵۷	۴. شکست پس از موفقیت .....
۱۵۸	۵. تمایز میان موفقیت و نتایج .....
۱۶۰	۶. آرمان‌گرایی و واقع‌گرایی .....
۱۶۱	۷. طرز فکر رشد در مقابل طرز فکر ثابت .....
۱۶۳	ب) رفتارشناسی گروه‌ها پس از موفقیت .....
۱۶۳	۱. تمرکز بر اهداف گروهی .....
۱۶۴	۲. رشد اعضای گروه .....
۱۶۴	• توسعه مهارت‌های گروهی .....
۱۶۵	• توسعه دانش و مهارت فردی .....
۱۶۵	• تسهیل فرایند خلاقیت .....
۱۶۶	• کاهش ضریب خطا .....
۱۶۶	۳. ارتباطات توسعه‌یافته .....
۱۶۷	ج) رفتارشناسی سازمان‌ها پس از موفقیت .....
۱۶۷	انواع سازمان .....
۱۶۸	۱. سازمان عمودی و افقی .....
۱۶۸	۲. سازمان مکانیکی و ارگانیکی .....
۱۶۸	۳. سازمان هنری (پیشه‌ای) .....
۱۶۸	۴. سازمان تشویقی .....
۱۶۹	۵. سازمان اجرایی .....
۱۶۹	۶. سازمان تیم‌محور .....
۱۶۹	۷. سازمان بدون مرز .....
۱۷۰	۸. سازمان تجاری (انتفاعی) و غیرتجاری (غیرانتفاعی) .....
۱۷۱	۹. سازمان یادگیرنده .....
۱۷۱	۱۰. سازمان کارآفرین .....
۱۷۲	مؤلفه‌های موفقیت در سازمان‌ها .....
۱۷۲	• هدف .....
۱۷۳	• شخصیت و رفتار .....
۱۷۳	• ارتباطات .....
۱۷۳	۱. مزیت‌های استراتژیک .....
۱۷۶	۲. سودآوری و مسئولیت اجتماعی .....
۱۷۸	۳. یادگیری سازمانی .....
۱۷۹	۴. ارتباطات سازمانی .....
۱۸۰	بخش دوم) مدیریت و استمرار موفقیت‌ها .....
۱۸۱	الف) شناخت علت موفقیت .....
۱۸۳	ب) پرهیز از عوامل مختل‌کننده .....

۱۸۳	• از دست دادن تمرکز.....
۱۸۴	• از دست دادن انگیزه.....
۱۸۵	• ترس از دست دادن داشته‌ها.....
۱۸۷	(ج) حفظ توانمندی‌ها.....
۱۸۸	(د) بهبود و بهینه‌سازی فرایندها.....
۱۸۹	(ه) بازتعریف اهداف در بلندمدت.....
۱۹۰	(و) تعریف اهداف جدید.....
۱۹۱	۱. هدف‌های جدید در سطحی بالاتر.....
۱۹۱	۲. هدف‌هایی شفاف‌تر.....
۱۹۲	۳. هدف‌هایی جامع‌تر.....
۱۹۲	۴. هدف‌هایی سریع الوصول.....
۱۹۲	(ز) جمع‌بندی.....
۱۹۵	فهرست منابع.....

### نمایه‌ها

۲۰۵	نمایه اصطلاحات.....
-----	---------------------

## مقدمه

کتاب حاضر، کاوشی در زمینه موفقیت و احساس آن در افراد است. موضوع موفقیت، شاید در ابتدا بسیار بدیهی و بدون نیاز به توضیح باشد؛ اما با اندکی تأمل در خواهیم یافت که جنبه‌های متعدد و متنوع آن ناشناخته باقی مانده است. شاید بتوان به تعداد انسان‌ها تعریفی برای موفقیت ارائه نمود. زندگی اجتماعی انسان‌ها و تشکیل سازمان‌ها (که خود مجموعه‌هایی بسیار پیچیده‌تری از انسان‌ها هستند) موضوع موفقیت فردی و گروهی و سازمانی را هرچه بیشتر در حاله‌ای از ابهام فرو می‌برد. زیرا در میان حجم انبوه ادبیاتی که در زمینه موفقیت نگاشته شده است، سردرگمی و عدم انسجام در دانش موجود در موضوع موفقیت مشهود است؛ بنابراین، در این کتاب به دنبال این هستیم تا دانش موجود در زمینه موفقیت فردی، گروهی و سازمانی، گردآوری و تنقیح شود.

موفقیت یک پدیده است و کشف مؤلفه‌های آن در ابعاد فردی، گروهی و سازمانی، به شناخت آن کمک بسیاری می‌کند. از سوی دیگر، دستیابی به پیامدهای رفتاری و سازمانی کسب موفقیت و بررسی راهکارهای استمرار موفقیت‌ها، همواره مورد سؤال فرهیختگان بوده است. اهمیت توجه به موضوع موفقیت در آنجایی بیشتر مشخص می‌شود که بدانیم تاکنون تحقیقات متعددی در زمینه موفقیت ارائه شده است، ولی این تحقیقات بیشتر معطوف به حوزه‌های رفتاری و روان‌شناختی بوده و در علم مدیریت به‌عنوان یک موضوع مستقل مورد توجه واقع نشده است و جای خالی آن در علم مدیریت احساس می‌شود. تحقیقاتی که تاکنون از موضوع موفقیت در علم مدیریت ارائه شده بیشتر در مباحث رفتار سازمانی و تحت عنوان انگیزش متمرکز بوده و کمتر به مباحث اصولی مدیریت بسط داده شده است. در حالی که

برخی جنبه‌های موفقیت در مفاهیمی نظیر برنامه‌ریزی، مدیریت زمان، تأثیر هدف‌گذاری در کسب موفقیت و... ریشه داشته و قابل احصاء است. پژوهش‌های انجام‌شده در این موضوع بیانگر میزان بالای تأثیر احساس موفقیت در توجیه اعمال و فعالیت‌های افراد و سازمان‌ها است. به‌طورکلی، افراد و سازمان‌ها فعالیت‌های خود را با هدف کسب موفقیت آغاز می‌نمایند و توجه به موفقیت، در تمام ارکان و چرخه حیات فعالیت‌های فردی و سازمانی قابل مشاهده است.

در شناخت پدیده‌ها، برخی معتقد به تفکیک میان شناخت و اصل پدیده هستند، یعنی آنچه که در ذهن انسان به‌عنوان پدیده موفقیت شناخته می‌شود، متفاوت از خود پدیده است. بر این اساس، میان موفقیت و احساس موفقیت باید تمایز قائل شویم. عدم درک صحیح از موفقیت باعث می‌گردد تا به‌رغم اینکه برخی از فعالیت‌ها، افراد و سازمان‌ها در موقعیت موفقیت‌آمیزی قرار دارند، اما اصلاً موفقیتشان را احساس نمی‌کنند. نتیجه این عدم ادراک چیزی جز بروز آسیب‌های جدی بر روحیه فردی و سازمانی نمی‌باشد. بدین ترتیب لازم است تا دانشی فراهم آید که ابتدا با تبیین فلسفی موفقیت، در گام بعد مصادیق موقعیت‌های موفقیت‌آمیز را با استفاده از توضیح و ویژگی‌های آن به افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها بشناساند. اما مطالعاتی که تاکنون انجام شده است، بسیار پراکنده بوده و بیشتر معطوف به موفقیت فردی بوده و موفقیت گروهی و سازمانی در این تحقیقات کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین این تحقیقات به صورت تک‌گزاره‌ای و اکثراً در قالب مقالات بوده و تاکنون کتابی با ساختار جامع منتشر نشده است. برخی از کتاب‌های منتشرشده نیز تنها یک راه و روش را برای رسیدن به موفقیت کافی دانسته و آن را توصیه می‌نمایند. لذا یکی از مزایای این کتاب، بدون نمودن دانش موجود در زمینه موفقیت از دیدگاه علم مدیریت است. اینکه الگوهای کسب موفقیت فردی، گروهی و سازمانی کدام‌اند، مؤلفه‌های موفقیت فردی، گروهی و سازمانی چیست، پیامدهای رفتاری و سازمانی کسب موفقیت در افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها چیست و اینکه چگونه می‌توان به موفقیت‌های کسب‌شده استمرار بخشید، سوالاتی است که تلاش کرده‌ایم تا در این کتاب به آنها پاسخ داده شود.

«جک ماتسون»، استاد دانشگاه هیوستون، بر اهمیت توجه به مسئله موفقیت و شکست تأکید نموده و واحد درسی را تأسیس نمود که شاگردانش آن را «اصول شکست» نامیدند. تحقیقات وی در کتابی با عنوان شکست، بخشی از معادله موفقیت به چاپ رسیده است.

وی ابراز می‌دارد اگر می‌خواهید موفق شوید باید یاد بگیرید طرز انجام دادن کارها را تغییر دهید و از نو تلاش کنید. به اعتقاد وی ناملاپمات به بسط این قابلیت کمک می‌کند و در این مسیر استفاده از خلاقیت به‌عنوان کلید دستیابی به موفقیت است. در همین راستا «الیس پل تورنس» که محقق خلاقیت است در کتابی با عنوان موفق کیست عنصر خلاقیت را برای رسیدن به موفقیت حیاتی می‌داند. «دیوید تیکول» در کتاب خود با عنوان راه‌های نمونه برای تحصیل قدرت و موفقیت به تشریح برخی عوامل مؤثر در کسب موفقیت می‌پردازد. «برنارد ام بس» میان مدیر موفق و مدیر اثربخش تمایز ویژه‌ای قائل است. به اعتقاد وی یک مدیر موفق (در انجام کارها) به همراه حس اعتماد و احترام کارکنان نسبت به وی یک مدیر اثربخش به‌شمار می‌رود. «محمدکاظم» در تحقیقات خود با عنوان چگونه غیرممکن‌ها ممکن شدند: یک‌صد تجربه مدیران و شرکت‌های جهانی به بیان تجربیات مدیران بزرگترین شرکت‌های جهان می‌پردازد. این کتاب توسط سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۸۱ به چاپ رسیده است. از این سنخ تحقیقات می‌توان به کتاب ملی تجارب مدیران ایران که به همت «محسن حسین‌نژاد» گردآوری شده است، اشاره نمود. اصل حاکم بر این تحقیقات مسئله الگوبرداری و استفاده از تجربیات افراد موفق است. «باب نورتون» در کتاب تعالی سازمانی در یک هفته مجموعه فنون مدیریت کیفیت را به‌عنوان راهکار موفقیت سازمان‌ها در کسب و کار معرفی می‌نماید. تعالی کسب‌وکار بر رضایت‌مندی هم‌زمان ذی‌نفعان کلیدی سازمان و ضرورت اندازه‌گیری عملکرد سازمانی بر مبنای عوامل بحرانی موفقیت تأکید دارد. از دیگر صاحب‌نظران عرصه تعالی سازمانی می‌توان به «روکارت»، «برونو»، «کانجی»، «شیبا»، «شوجی»، «آدام» و «جکسون» اشاره نمود. «محمدعلی حقیق» در کتاب مهندسی و تکنولوژی فکر استفاده از روش‌های مبتنی بر تکنولوژی فکر را راز کسب موفقیت معرفی می‌نماید. در حوزه «ان ال پی» سه عنصر «نتیجه وهدف»، «تیزحسی» و «انعطاف‌پذیری» به‌عنوان عناصر اصلی تأثیرگذار در کسب موفقیت معرفی می‌شود. «برایان تریسی» محقق اصول ثابت و خدشه‌ناپذیر، در طی سفر به هشتاد کشور دنیا کتابی را نگاشته و در آن ۱۲۰ قانون را برای کسب موفقیت پیشنهاد می‌نماید. وی طی مصاحبه‌ای، الگوبرداری از فکر و رفتار افراد موفق را به‌عنوان رمز موفقیت خود معرفی می‌نماید. «الکس مک‌کنزی» برنامه‌ریزی را عامل اصلی موفقیت می‌داند و می‌گوید وارد عمل شدن قبل از یک برنامه‌ریزی صحیح، سرآغاز تمام

شکست‌های زندگی است. «جک ولش» رئیس شرکت جنرال الکتریک در کتاب بهبودی یا نابودی که به همت «اسلاتر» نگاشته شده است، ۲۹ راز موفقیت در مدیریت خود را تشریح می‌نماید. ژاپنی‌ها در سبک مدیریت خاص خود استفاده از ابزارها و نگرش‌های خاص خود را به‌عنوان عامل اساسی موفقیت معرفی می‌نمایند. از این سنخ می‌توان به بکارگیری JIT در تویوتا اشاره نمود. «آکیو موریتا» رئیس و موسس شرکت سونی در کتاب ساخت ژاپن، مدیریت و موفقیت به تشریح دلایل موفقیت خود می‌پردازد. در داستان این کتاب «فعالیت»، «مدیریت» و «رقابت سازنده» سه مفهوم اصلی شکل‌دهنده توسعه معرفی می‌شود.

### روش‌شناسی تحقیق

یکی از شیوه‌های رایج در دسته‌بندی تحقیقات، دسته‌بندی تحقیقات به بنیادی و کاربردی است. تحقیق بنیادی پژوهشی است که به کشف ماهیت اشیاء پدیده‌ها و روابط بین متغیرها، اصول، قوانین و ساخت یا آزمایش تئوری‌ها و نظریه‌ها می‌پردازد و به توسعه مرزهای دانش رشته علمی کمک می‌نماید. هدف اساسی این نوع پژوهش تبیین روابط بین پدیده‌ها، آزمون نظریه‌ها و افزودن به دانش موجود در یک زمینه خاص است. سطح گفتمان در یک پژوهش بنیادی، دارای ویژگی‌های کلی و انتزاعی در حوزه یک علم است. تحقیق بنیادی می‌تواند نظری یا تجربی باشد. تحقیق بنیادی نظری از روش‌های استدلال عقلانی و قیاسی استفاده می‌کند و بر پایه مطالعات کتابخانه‌ای انجام می‌شود. تحقیق بنیادی تجربی از روش‌های استدلال استقرایی استفاده می‌کند و بر پایه روش‌های میدانی اجرا می‌شود.

تحقیق کاربردی، پژوهشی است که با استفاده از نتایج تحقیقات بنیادی به منظور بهبود و به کمال رساندن رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می‌شود. هدف تحقیق کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. در اینجا نیز سطح گفتمان انتزاعی و کلی است اما در یک زمینه خاص علمی مطرح بوده و بررسی می‌شود.<sup>۱</sup>

با توجه به اینکه کتاب حاضر برای گردآوری و ارائه منظم دانش موجود در زمینه موفقیت به

1. David Kaldewey, Désirée Schauz, Basic and Applied Research: The Language of Science Policy in the Twentieth Century, Berghahn Books, 2018, P187.

قلم تحریر درآمده است، یک پژوهشی بنیادی به‌شمار آمده و برای تألیف آن از روش تحقیق کتابخانه‌ای استفاده شده است. با توجه به ماهیت و ویژگی‌های موضوع تحقیق، روش تحقیق کتابخانه‌ای از ابتدا تا انتهای نگارش این اثر به‌کار گرفته شده است. منظور از مطالعات کتابخانه‌ای، مطالعاتی است که موضوعات مورد مطالعه در اختیار و دسترس محقق قرار نداشته و غالباً مربوط به گذشته‌ای دور یا نزدیک است. لذا محقق با مراجعه به منابعی که پیش از این در خصوص موضوع تحقیق منتشر شده است، می‌تواند ضمن دسته‌بندی مطالب، مقصود خود را از مطالعه به مخاطب ارائه دهد.

فرایند به‌کارگیری مطالعه کتابخانه‌ای در این اثر بدین‌گونه است که ابتدا کلمات کلیدی تحقیق استخراج شده و مورد توجه قرار گرفته است. موفقیت در زبان لاتین با واژه‌های Achievement، Success، Prosperity و Victory و به معنای دستیابی به نتیجه مطلوب، کامیابی (در طی زمانی نسبتاً قابل توجه) و پیروزی یاد شده است؛ اما آنچه که در فرهنگ مدیریت بیشتر مورد استفاده قرار گرفته است، دو واژه Success و Achievement است که واژه Success به معنای دقیق موفقیت مورد توجه در این کتاب خواهد بود. به دلیل ماهیت توصیفی تحقیق، از نظر نوع منبع، محتوای مورد نیاز غالباً در کتاب‌ها یافت می‌شود. به همین دلیل دایره منابع صرفاً محدود کتاب‌هایی به زبان فارسی و لاتین بوده است که در دسته علوم مدیریت، روان‌شناسی و علوم اجتماعی قرار دارد. روش دستیابی به محتوای مورد نظر نیز به صورت جستجوی اینترنتی در متن کتاب‌های موجود در پایگاه‌های داده علمی جهانی بوده است.

با توجه به ماهیت ادبیات موجود در زمینه موفقیت، روش این کتاب به شیوه مطالعه ساختارمند بوده و وارد حوزه‌های فراتئوری، فراروشی و فراتحلیلی<sup>۱</sup> نمی‌شود. برای اینکه حجم انبوه ادبیات موفقیت در این کتاب به شیوه‌ای ساختارمند مورد بررسی قرار گیرد، از روش تحلیل سه مرحله‌ای موسوم به ABC استفاده شده است. در این روش ابتدا پدیده از نظر پیدایش (Accidence) مورد توجه قرار می‌گیرد. فصل اول کتاب به این مسئله پرداخته است که وقتی با موقعیتی روبه‌رو می‌شویم، ابتدا بدانیم که با پدیده موفقیت مواجه شده‌ایم و آن را از سایر پدیده‌ها تمیز دهیم. سپس باید بدانیم که این پدیده چگونه به وجود آمده است. اصطلاحاً در این مرحله چستی پدیده مورد توجه قرار گرفته و دلایل پیدایش آن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

1. Meta theory, Meta Methods and Meta Analysis.

در فصل دوم موضوع موفقیت از منظر چگونگی عملکرد آن (Behaviour) مورد توجه قرار می‌گیرد و تلاش می‌شود تا ویژگی‌های ظاهر شده در افراد، گروه‌ها و سازمان‌های موفق مورد بررسی قرار گیرد. در این مرحله به چگونگی شکل‌گیری موفقیت توجه می‌شود، الگوهای موفقیت محور اصلی بحث بوده و تلاش می‌شود تا نحوه تکثیر موفقیت در سایر افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها مورد توجه قرار گیرد. الگوهای موفقیت به دلیل امکان تکرار آن در دیگر افراد مورد توجه قرار می‌گیرد. بیشترین میزان ادبیات تولید شده در موضوع موفقیت معطوف به این بخش است. فصل سوم به بررسی پیامدهای موفقیت (Consequence) در قالب رفتارشناسی افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها پس از موفقیت و شیوه استمرار موفقیت‌ها می‌پردازد. اینکه موفقیت چه تأثیری در افراد و سازمان‌ها داشته است، محور اصلی بحث در این فصل بوده و تلاش می‌شود تا روش‌هایی که برای استمرار موفقیت به کار گرفته شده است، مورد بررسی قرار گیرد.



## فصل اول

### مفاهیم و دیدگاه‌ها

#### الف) واژه‌شناسی و مفهوم موفقیت

##### ۱. واژه‌شناسی (مفهوم لغوی)

ابتدا پیش از آغاز بحث درباره اینکه موفقیت فردی، گروهی و سازمانی چیست، لازم است تا مفهوم و معنای موفقیت را دریابیم. شناخت مختصات مفاهیم کمک می‌کند که حد و مرزهای مفاهیم و دایره مصادیق آنها را تا حد امکان روشن ساخته و آنها را طبقه‌بندی کنیم. در نتیجه نظام‌های مفهومی گوناگون شکل می‌یابد که از نتایج این فرایند نظری می‌توان در انتقال دانش و سازماندهی نظام‌های اشاعه اطلاعات بهره گرفت. برای دستیابی به معنا و مفهوم موفقیت، راه‌های مختلفی وجود دارد که ما نیز به طور معمول ابتدا با واژه‌شناسی موفقیت به عنوان مفهوم عام و پس از آن طی فصل‌ها و بخش‌های بعدی به شناخت موفقیت فردی، گروهی و سازمانی به عنوان مفهوم خاص خواهیم پرداخت. آنچه که در این قسمت ارائه می‌شود، مفهوم لغوی کلمه موفقیت است. «موفقیت» واژه‌ای عربی و از ریشه وفق و با مصدر توفیق است که در لغت‌نامه دهخدا به معنای کامیابی، کامروایی، کامرانی، دستیابی به آرزو یا انجام دادن کاری آمده است. در غیث اللغات<sup>۱</sup> از توفیق به معنای به سرانجام رسیدن امور خیر یاد شده است و نه امور شرّ. غیث‌الدین «توفیق» را در قرار دادن اسباب امور موافق مطلوب یا آسان گرداندن راه خیر و مسدود ساختن راه شرّ تعبیر کرده است. در سایر لغت‌نامه‌های رایج نیز از مترادف‌ها و معنایی نظیر بهره‌مندی، پیروزی، کامکاری و... برای موفقیت یاد شده است. در قرآن کریم نیز در سوره‌های هود<sup>۲</sup> و نساء<sup>۳</sup> از کلمه توفیق یاد شده است.

۱. رامپوری، غیث اللغات، به کوشش منصور ثروت، مدخل توفیق.

۲. ... وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ (هود، ۸۸).

۳. ... إِلَّا إِحْسَانًا وَتَوْفِيقًا (نساء، ۶۲).

موفقیت در زبان لاتین با واژه‌های Success، Achievement، Prosperity و Victory و به معنای دستیابی به نتیجه مطلوب، کامیابی (در طی زمانی نسبتاً قابل توجه) و پیروزی یاد شده است. اما آنچه که در فرهنگ مدیریت بیشتر مورد استفاده قرار گرفته است، دو واژه Success و Achievement است که واژه Success به معنای دقیق موفقیت مورد توجه در این کتاب خواهد بود.

## ۲. مفهوم‌شناسی (مفهوم اصطلاحی)

هرچند که مفهوم‌شناسی لغوی، اطلاعاتی را درباره پدیده و موضوع مورد بحث ارائه می‌دهد، اما مفهوم‌شناسی اصطلاحی اطلاعات دقیق و عمیق‌تری فراهم می‌آورد. در ادامه بحث در ارتباط با موفقیت ذکر مثالی می‌تواند به آمادگی ذهنی لازم برای ورود به بحث کمک قابل توجهی نماید.

هرگاه صحبت از موضوعاتی نظیر مربع، دایره، مثلث و دیگر موضوعاتی از این دست می‌پردازیم، کلمات و یا عباراتی را به کار می‌بریم که خود جزو مفاهیم پایه‌ای هستند (یعنی برای فهمیدن آنها نیازی به مفاهیم دیگری نداریم) و به وسیله آنها می‌توان مربع، دایره و مثلث را شناخت. همه این را می‌دانیم که مربع، دایره و مثلث وجود خارجی ندارد بلکه توصیفی از یک وضعیت یا حالت از پدیده‌ها و موضوعات دیگر هستند. تعاریف ارائه‌شده برای مربع، دایره و مثلث به شرح زیر است که کلماتی که زیر آنها خط کشیده شده‌اند، همان مفاهیم پایه‌ای هستند:

– مربع: چهارگوش در هندسه یک چهارضلعی منتظم است به عبارت دیگر خمی بسته است که چهار ضلع دارد که همه این ضلع‌ها با هم برابر بوده و با یکدیگر دو به دو زاویه ۹۰ درجه یا راست می‌سازند؛<sup>۱</sup>

– دایره: مکان هندسی نقاطی از صفحه است که فاصله‌شان از نقطه ثابتی واقع در آن صفحه، مقدار ثابتی باشد. نقطه ثابت مرکز دایره و مقدار ثابت اندازه شعاع دایره نامیده می‌شود؛<sup>۲</sup>

1. Zalman Usiskin and Jennifer Griffin, "The Classification of Quadrilaterals. A Study of Definition", Information Age Publishing, 2008, P59.

2. Arthur Koestler, The Sleepwalkers: A History of Man's Changing Vision of the Universe, 1959.

– مثلث: یک چندضلعی با سه ضلع است. مثلث شکلی مسطح است که از اتصال سه نقطه غیرهم خط در صفحه به وجود می‌آید. مثلث دارای سه ضلع، سه زاویه و سه رأس است.<sup>۱</sup> با وجود آنکه هیچ مربع، دایره و یا مثلثی وجود خارجی ندارد ولی با درک این مفهوم‌ها هر آنچه را که مربع، دایره و یا مثلث باشد را می‌توانیم بشناسیم و تشخیص دهیم. برای شناخت موفقیت نیز باید توجه داشت که آن مفهومی نظیر مربع، دایره و مثلث است. یعنی توصیفی از یک وضعیت یا حالت از پدیده است که به این ترتیب می‌توان هر آن کس را که موفق است، شناخت و وی را از دیگران متمایز ساخت.

با این مقدمه مبحث مفهوم‌شناسی اصطلاحی موفقیت را با ارائه مفاهیم پایه‌ای که در تعریف موفقیت کاربرد داشته و به گونه‌ای مکمل یکدیگر در شکل دادن به مفهوم موفقیت می‌باشند، آغاز می‌کنیم.

## ۲-۱. پدیده بودن

آنچه که در ادامه این بحث به آن خواهیم پرداخت، بررسی و تعریف موفقیت به‌عنوان یک پدیده است. در فرهنگ فارسی معین، پدیده به معنای آن چیزی است که مشاهده شده و یا توسط حواس ادراک می‌شود. ارائه این تعریف و عدم مقید کردن آن به حواس پنج‌گانه، امکان اطلاق پدیده به موفقیت را میسر می‌سازد. فرهنگستان زبان و ادب فارسی، پدیده را مترادف با رویداد، وضعیت یا واقعیت مشهود بیان داشته است. در علم انسان نیز پدیده به آنچه اطلاق می‌شود که دارای واقعیتی مدرک و یا قابل ادراک باشد.<sup>۲</sup> با آنچه که در بخش‌های آتی خواهیم گفت، کاملاً مشخص خواهد شد که مطالعه در زمینه موفقیت و شناخت آن نیازمند ادراک مستقیم از ماهیت موفقیت است که این امر می‌تواند یک نوع تحقیق پدیدارشناسی<sup>۳</sup> تلقی گردد. اگر موفقیت را یک پدیده بیرونی در نظر بگیریم، تکلیف کار مشخص خواهد بود ولی اگر موفقیت به‌عنوان احساس درونی یک فرد مد نظر قرار گیرد، خوشبختانه در مطالعات پدیدارشناسی این امکان

1. Zeidler, Eberhard (2004). Oxford Users' Guide to Mathematics. Oxford University Press. P729.

۲. ساروخانی، درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی، ج ۳، ج ۲، ص ۵۸۳.

3. Phenomenology.

وجود دارد که پدیده‌هایی که تنها مورد ادراک درونی فرد قرار گرفته و حتی امکان ظهور و بروز بیرونی نیز ندارند مورد مطالعه قرار گیرد. ماهیت در عرف پدیدارشناسی، عبارت است از آن چیزی که در شعور، آگاهی و ادراک انسان به صورت پدیدار آشکار می‌شود. بنابراین تعریف‌های ثابت بدون تغییر، در پدیدارشناسی محل تأمل و قابل بحث هستند.<sup>۱</sup> از نظر لامبرت،<sup>۲</sup> پدیدارشناسی مبحثی است انتقادی و در آن سه کار مختلف، ولی مربوط به هم باید انجام شود:

۱. باید معلوم کرد که نمود چیست، چه انواعی دارد و اصول و مبادی آن کدام است؛
۲. اثر نمود را در شناخت انسانی باید معین کرد؛
۳. تدابیری باید اتخاذ کرد که نمود با بود، خلط و اشتباه نشود و انسان را به خطا نیندازد. لامبرت میان نمود از حیث صوری و نمود از حیث ماده و محتوا تفاوت قائل شده و از حیث صوری نمود را به سه نوع تقسیم کرده است:
  ۱. نمودهایی که منشأ ذهنی<sup>۳</sup> دارند (ظهور بیرونی ندارند و ادراک آنها فقط در ذهن فرد امکان‌پذیر است)؛
  ۲. نمودهایی که منشأ عینی<sup>۴</sup> دارند (ظهور بیرونی دارند و حتی ممکن است از طریق حواس پنج‌گانه قابل درک باشند)؛
  ۳. نمودهایی که به ربط و نسبت میان ذهنیت و عینیت باز می‌گردند.هنگامی که شیئی فی‌نفسه و به‌خودی‌خود در نظر گرفته شود به آن ذات معقول می‌گویند. در مقابل ذات معقول، نمود قرار دارد که لامبرت از حیث ماده و محتوی نیز نمود را بر سه نوع حسی (وقتی شیئی بر ما ظاهر و نمودار می‌شود)، نفسانی و اخلاقی تقسیم کرده است. در حالی که لامبرت صحبت از ذاتی می‌کند که با نمودی در مقابل آن کاملاً قابل شناخت و ادراک است، امانوئل کانت<sup>۵</sup> در فلسفه نقادی خود بحث از زوج انفصالی ذات/پدیده را به

---

۱. جوزف جی کاکلمانس، «پدیدارشناسی چیست؟ برخی از موضوعات بنیادی پدیدارشناسی هوسرل»، ترجمه سیدموسی دیباج، مجله‌نامه فلسفه، ش ۲، ص ۶۳-۷۳.

2. Johann Heinrich Lambert.

3. Subjective.

4. Objective.

5. Immanuel Kant.

چالش‌کشانده و از زوج اتصالی پدیدار/شروط پدیدار شدن، یاد کرده و ایده پدیدارشناسی را در عرصه‌ای غیرافلاطونی تبیین نموده است. به اعتقاد کانت پدیدار هرچه که باشد نهایتاً دریافتی ذهنی از ذات است که باعث وصول به شناخت کامل ذات نخواهد شد.

هر پدیده‌ای دارای اسمی است که بدان شناخته می‌شود و در بحث این کتاب نیز برای شناخت این پدیده، اسم موفقیت برگزیده شده است. به هنگام اختصاص یک اسم به یک پدیده، منظور این نیست که الفاظ و حروف و کلمات دقیقاً همان پدیده هستند، بلکه مقصود این است که هر اسمی در قالب کلمه، فقط نشانه مفهوم آن پدیده است. در اینجا است که اگر صحبت از موفقیت می‌کنیم در واقع مفاهیمی از آن را درک می‌کنیم که آن را از سایر مفاهیم متفاوت می‌کند. این بدین معنی است که اگر ما در عالم واقعیت خارجی با فرد موفق و یا موقعیت موفقیت‌آمیزی برخورد نداشته باشیم، از اسم و مفهوم آنها هیچ درکی نخواهیم داشت. به همین دلیل ما نیز پس از بحث در خصوص مفهوم موفقیت با تکیه بر ایده پدیدارشناسی (که ابتدا به بررسی تعاریف مستقیم و بی‌واسطه از موفقیت می‌پردازد) در ادامه با این توجیه که پدیده‌ها را می‌توان از طریق آثار برجای مانده از آنها نیز شناخت، به بررسی ابعاد شخصیتی و رفتاری افراد موفق می‌پردازیم. چرا که موفقیت پدیده‌ای انسانی است که در ارتباط با انسان معنا یافته و قابلیت آموزش و انتقال به دیگران نیز برخوردار است و این مجال وجود دارد که با الگوگیری از افراد موفق بتوان موفقیت را درک کرده و بدان نائل آمد.

## ۲-۲. زمینه فرهنگی

اما چرا تلاش‌های اندیشمندان برای ارائه تعریفی کامل از موفقیت، نتیجه واحدی را دربر نداشته است؟ یکی از دلایل اصلی این مسئله، وجود زمینه‌های فکری و برداشت‌های گوناگون افراد مختلف از این مفهوم است. ممکن است که احساس موفقیت برخی از افراد برای دیگران کاملاً بی‌ارزش باشد. این کاملاً بدیهی است که پدیده‌های مختلف برای افراد مختلف از درجه ارزشی متفاوتی برخوردار باشند. در این‌گونه موارد تحلیل‌ها و تأثیرهای فرهنگی، اجتماعی و شخصی بر تعریف و درک مفهوم موفقیت تأثیر دارد. برای نمونه، اگر ارزش‌هایی مادی‌گرایانه به همراه اصالت لذت و منفعت انسانی در یک فرهنگ حاکم باشد، موفقیت معنا و مفهومی خواهد داشت که در یک فرهنگ توحیدی با انگیزه‌های جلب رضایت خالق هستی، هرگز قابل

توجه نخواهد بود. تفاوت این دو را می‌توان در نبردهای میدان جنگ مشاهده نمود. در فرهنگ مادی سربازانی که اجیر شده‌اند تنها برای دریافت اجرت می‌جنگند. مرگ برای این افراد به معنای نابودی مطلق است و این افراد در صورت شکست با تنبیه مواجه شده و در صورت پیروزی به هر طریق ممکن، منافع مادی بیشتری برای ایشان حاصل خواهد شد؛ اما ممکن است در جبهه مقابل سربازانی حضور داشته باشند که به انتظار پاداشی غیرمادی خود را سپر گلوله دشمن می‌سازند. مرگ و یا پیروزی در میدان نبرد در نگاه گروه اول به یک معنا بوده و در نگاه گروه دوم به معنای دیگری جلوه می‌کند.

### ۲-۳. زمانی بودن

از سوی دیگر زمان نیز به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده دیگر ایفای نقش می‌کند. چه بسیار نمونه‌هایی می‌توان یافت که دستیابی و قرار گرفتن در موقعیتی که تا پیش از این موقعیتی موفقیت‌آمیز تلقی می‌شد، با گذشت زمان دستیابی به آن چنان‌که پیش از این تصور می‌شد قابل توجه و مهم جلوه ننماید. و یا مقدار نتایج عاید شده در زمانی بسیار زیاد و در حد موفقیت بوده، ولی همان مقدار در زمانی دیگر کاملاً بی‌ارزش شده باشد. به‌عنوان مثال بیست هزار تومان پول در پنجاه سال قبل ثروت قابل توجهی بوده است، ولی امروزه مبلغ ناچیزی است. و یا در زمان فعلی ما فناوری‌هایی وجود دارد که زندگی امروزی را تحت تأثیر خود قرار داده است. افزایش سرعت حمل و نقل باعث شده است تا مسافرت دور دنیا در هشتاد روز امری کاملاً ساده و سهل‌الوصول باشد و یا ارتباطات الکترونیکی باعث گردیده تا اطلاع‌یافتن از حادثه‌ای که در جایی دیگری از این کره خاکی و هزاران کیلومتر دورتر در حال وقوع است، امری کاملاً عادی باشد. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود با گذشت زمان زندگی بشر تغییرات بسیار زیادی را تجربه کرده است که تعریف و مفهوم موفقیت را در برهه‌های مختلف تحت تأثیر خود قرار داده است.

ملاحظه می‌شود که عواملی غیر از آنچه که فعل و یا نتیجه فعلی باشند، در تعریف و تعیین معنا و مفهوم موفقیت نقش دارند. در واقع می‌توان ادعا داشت که «نسبیت فرهنگی و زمانی» در تعریف موفقیت تأثیر بسیاری دارد و باعث تنوع و تعدد تعریف‌ها و برداشت‌ها از معنا و مفهوم موفقیت شده است. ما برای آغاز بحث سعی می‌نماییم تا از رایج‌ترین تعابیر استفاده شده برای موفقیت آغاز نماییم.

## ۲-۴. در مسیر هدف بودن

در متون بسیاری که در خصوص موفقیت نوشته شده‌اند یکی از رایج‌ترین و مشهورترین تعابیر برای موفقیت، «دستیابی به هدف‌ها» است، ولی متأسفانه خود واژه هدف نیز در این منابع تعریف واضح و روشنی ندارد. نکته قابل تأمل این است که زمینه‌ها، جایگاه، ویژگی‌ها، ارتباطات، آثار، پیامدها و دیگر مباحثی که به نحوی بتوان در ارتباط با هدف راجع به آن بحث کرد، تبیین شده است، ولی تعریفی از خود هدف ارائه نشده است. در اکثر موارد به جای آنکه هدف را تعریف کنند، عبارت‌هایی را که مصداق هدف هستند را بیان می‌کنند و برای آن ویژگی‌هایی را برمی‌شمارند و بدان عنوان هدف می‌دهند. در حالی که در بحث پدیدارشناسی اشاره کردیم که اسمی که به یک پدیده داده می‌شود، خود آن پدیده نیست. درک کردن یک کلمه شاید بسیار آسان‌تر از درک کردن یک عبارت باشد و اینکه بخواهیم با اختصاص یک عبارت پدیده‌ای را هدف بنامیم، کار دشوارتر می‌شود. با این مقدمه، ما تمام تلاش خود را کردیم تا تعریفی یک جمله‌ای از هدف ارائه بدهیم و برای درک بهتر این تعریف، عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر را بررسی می‌کنیم.

«هدف، جایگاه مورد نظر و تصور شده و یا چیزی است که باید در اختیار باشد و آن چیزی است که اکنون نیست، ولی اراده بر این قرار دارد که باید باشد»<sup>۱</sup>.  
این یعنی هر وضعیتی را که از خطوط تعریف‌کننده محدوده‌ای که ما را از دیگران متمایز می‌کند تصور کنیم، یک هدف را تعریف کرده‌ایم.

## رضایت‌بخشی هدف

هدف، انگیزه‌بخش بوده و دستیابی به آن، لذت‌بخش و رضایت‌بخش است. هدف آن چیزی است که در اوج انگیزه یک فرد باعث آغاز تلاشی برای دستیابی به آن می‌شود. دست‌یافتنی بودن جزئی از ذات هدف است و اگر چیزی که مد نظر قرار دارد، اصولاً دست‌یافتنی نباشد، اصولاً نمی‌توان به آن هدف گفت و آن تنها یک آرزو است. تعیین کمیت و کیفیت از دیگر الزامات هدف است. کمیت‌پذیری هدف بدین معنی است که پس از طی چه مدت زمانی، چه

1. Larrie Rouillard, Goals and Goal Setting: Achieving Measured Objectives, Cengage Learning, 2003, P14.

مقدار از هدف باید محقق شده باشد. کمیت‌پذیری نیازمند تعیین شاخص و سنجه برای هدف است. کیفیت هدف نیز بیان‌کننده انطباق با هدف بالادستی (در صورت وجود) و جهت حرکت به سمت هدف را تعیین می‌نماید.

طبق تعریف فوق، دستیابی به هدف در فرجام تلاش‌ها و اقدامات قرار دارد، اما فقط محدود به آن نیست. دستیابی به هدف‌ها را می‌توان به دستیابی نتایج و خروجی فعالیت‌های در دست اقدام نیز تعمیم داد. بدین معنی که هدف‌ها نتیجه و خروجی فعالیت‌هایی است که به فرجام خود رسیده باشند، ولی در برخی موارد ممکن است فعالیت‌ها استمرار داشته باشند و هیچ‌گاه به پایان نرسند. در این موارد موفقیت را می‌توان به دستیابی به نتایج و خروجی این فعالیت‌ها تعبیر نمود. برای نمونه، اگر هدف خریدن یک خودرو بنز باشد و برای رسیدن به آن اقدام به دریافت وام شود، با گرفتن وام و خریدن خودرو این فعالیت به پایان رسیده و موفقیت حاصل شده است، ولی اگر هدف کسب درآمد برای گذراندن زندگی باشد، کسب درآمد تا زمانی که انسان زنده است ادامه خواهد یافت. کسب درآمد می‌تواند از طریق کارکردن، استفاده از پس‌اندازهای گذشته، دریافت مستمری بازنشستگی، استفاده از میراث به جای مانده از گذشتگان و... به وقوع بپیوندد. در این حالت موفقیت در حالی که فعالیت استمرار دارد، حاصل می‌شود.

از آنجا که میل فطری انسان‌ها بر حرکت از وضعیت فعلی به وضعیتی بهتر و نهایتاً کمال انسانی قرار دارد لذا هر نوع حس شیرین دستیابی به وضعیتی بهتر را هرچند کوچک و ناچیز، می‌توان به‌عنوان یک موفقیت در نظر گرفت و از تحقق کامل هدف‌ها صرف‌نظر نمود. اما این تمام آنچه که از موفقیت انتظار داریم نیست. در این میان عامل دیگری به نام «رضایت» نقش عمده‌ای ایفا می‌نماید. یعنی موفقیت دستیابی به آن هدف‌هایی است که رضایت خاطر را به همراه داشته باشد. این عامل به‌عنوان یک عامل تعدیل‌کننده باعث می‌گردد تا دستیابی به هر منظور و مقصود و با هر قیمتی به‌عنوان یک موفقیت تلقی نگردد. دستیابی به پول به‌عنوان یک منبع قدرت و سوسه‌انگیز و جذاب، تقریباً برای همه افرادی که خواستار آن باشند، امکان‌پذیر است. برای رسیدن به این هدف کافی است تا شخص فکر و عمل خود را تغییر داده، برنامه‌ریزی کرده و تلاش بیشتری به خرج دهد و از اشتباهات خود درس عبرت بگیرد تا نهایتاً پول بیشتری داشته باشد؛ اما به احتمال زیاد وی در این مسیر فرصت کمتری برای انجام دادن کارهایی خواهد داشت که حس مفید بودن را برای فرد به ارمغان خواهد آورد. همراهی با



خانواده، تفریح، استراحت، همراهی و کمک به دوستان و اقوام، انجام کارهای خیریه‌ای و عام‌المنفعه و... از جمله مواردی است که فرد را در داشتن حس مفید بودن (که بی‌تردید باعث آرامش انسان می‌گردد) یاری می‌رساند، اما ممکن است فرد در مسیر دستیابی به هدف پول‌دار شدن، از انجام دادن آنها غافل شده و در نتیجه حس مفید بودن و آرامش درونی را از دست بدهد. قطعیت این مسئله را می‌توان در نگاه‌ها و درددل‌های افرادی دید که اکنون پس از سپری شدن فرصت و دستیابی به هدف پول‌دار شدن (که مترادف با رسیدن به موفقیت‌های مورد نظر بوده است) از انتخاب نادرست خود ابراز ندامت و پشیمانی می‌نمایند.<sup>۱</sup>

### شایستگی هدف

رضایت، با خود مفهوم «شایستگی» هدف را به همراه دارد. شاید اشخاصی مانند چنگیز مغول، هیتلر و... با هدف ویران کردن نیمی از کره زمین، احساس رضایت‌مندی هم داشته باشند، ولی این موفقیت، آن چیزی نیست که مورد تقدیر جامعه انسانی قرار گرفته باشد؛ اما کشف دارویی نظیر پنی‌سیلین علاوه بر دستیابی به هدف بزرگ درمان عفونت‌ها، باعث ایجاد رضایت خاطر در کاشف آن یعنی الکساندر فلمینگ<sup>۲</sup> گردیده است و به همین سبب موفقیتی بزرگ برای وی محسوب می‌گردد. البته اینکه مقبولیت و تأیید شایستگی هدف توسط چه مرجعی مورد قبول و تأیید قرار گیرد، خود مسئله دیگری است که نیاز به توضیح و تبیین دارد. مسئله این است که مقبولیت و تأیید شایستگی هدف باید از سوی چه فرد و یا افرادی صورت پذیرد تا بتوان آن را به‌عنوان معیاری شایسته در تعریف موفقیت مؤثر دانست. ایدئولوژی‌ها و اوتوپیاها<sup>۳</sup> در تعیین شایستگی هدف‌ها نقش بسیار مهمی دارند. به‌ویژه زمانی که قرار است تا هدف‌ها کلان یک ملت تعیین شود، ایدئولوژی‌ها بیشترین نقش را ایفا می‌کنند. به اعتقاد کارل مانهایم<sup>۴</sup> در تقابل میان ایدئولوژی و اوتوپیا، ایدئولوژی فرآورده طبقات حاکمه است و وضع موجود را توجیه می‌کند و

1. Fleurise Davis, Words of Inspiration for Happiness, Satisfaction and Success: 75 Inspirations to Give You Courage, Hope, Joy of Living, and Strength for Each New Day, Xlibris Corporation, 2010, P71.

2. Alexander Fleming.

3. Ideology and Utopia.

4. Karl Mannheim.

ممکن است به صورت جهان‌بینی یک عصر درآید. در مقابل اوتوپیا بیانگر آمال و آرزوهای طبقات زیر سلطه و فاقد قدرت است.<sup>۱</sup>

اصل تفاوت میان ایدئولوژی‌ها و اوتوپیاها و اینکه کدام ایدئولوژی و یا اوتوپیا حاکم باشد، در بروز تفاوت در شایستگی هدف‌ها تأثیرگذار خواهد بود. یقیناً شایستگی هدف‌ها از دیدگاه اومانیزم<sup>۲</sup> با شایستگی هدف‌ها از دیدگاه توحیدی تفاوت‌های بنیادینی دارد که این تفاوت منجر به تفاوت تعریف موفقیت از منظر این دیدگاه‌ها خواهد شد. به همین ترتیب مرجع تعیین شایستگی تأثیر بسیاری در تعریف هدف و موفقیت خواهد داشت. مثلاً درباره هیتلر اگر مرجع تأیید شایستگی هدف‌ها هیتلر را نظرات اعضای حزب نازی آلمان بدانیم، هدف‌ها وی کاملاً شایسته تلقی می‌شود. در حالی که این همه ویرانی و کشتار را با هیچ عقل سلیمی نمی‌توان توجیه نمود. تجربیات بشر که در طول مدت زمان حیات بشر بر روی زمین حاصل شده است، نمایانگر این واقعیت است که با یک تفکر منطقی و انسانی می‌توان به این نتیجه رسید که مرجع تأیید شایستگی هدف‌ها، خود باید شایسته‌ترین موجود یا مرجع باشد. از یک دیدگاه، «انسان» بهترین و شایسته‌ترین مرجع برای تأیید شایستگی‌های هدف‌ها است، اما بروز فجایعی نظیر جنگ‌های اول و دوم جهانی (که اتفاقاً مورد تأیید گروهی از انسان‌های آن مقطع زمانی نیز بوده و حتی در دوران کنونی نیز دارای طرفدارانی استوار است)، خود بهترین دلیل بر رد این دیدگاه است که انسان نمی‌تواند شایسته‌ترین مرجع برای تأیید شایستگی هدف‌ها باشد.

این فقط ایدئولوژی‌ها و اوتوپیاها نیستند که در زمینه تعیین شایستگی هدف‌ها نقش ایفا می‌کنند بلکه شرایط بروز یافته و نیز خواست و اراده انسان نیز در تعیین شایستگی‌ها نقش دارند. توجه شما را به این مثال جالب جلب می‌نمایم. فرض کنیم یک عملیات عمرانی در یکی از جاده‌های برون شهری در حال انجام است و کارگران به سختی در حال تعمیر و بهسازی جاده هستند. تعدادی از کارگران در یک سوی جاده و نزدیک به یکدیگر متمرکز شده و مشغول کار خود هستند و یک کارگر تنها در سمت دیگر جاده مشغول انجام کار خود است. در همین زمان شما سوار بر خودروی گرانیقیمت خود در حال نزدیک شدن به این کارگاه عمرانی هستید که متوجه نقص در عملکرد سیستم ترمز خودرو خود می‌شوید. سرعت خودرو شما غیرقابل کنترل است و

۱. کارل مانهایم، ایدئولوژی و اتوپیا: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی شناخت، ترجمه مجیدی، ص ۳.

2. Humanism.

با سرعتی زیاد در حال نزدیک شدن به محل کارگاه عملیاتی هستید و هیچ یک از کارگران متوجه این موضوع نیست. امکان منحرف کردن و یا متوقف کردن خودرو و یا اطلاع دادن به کارگران نیز وجود ندارد و وقوع تصادف و کشته شدن کارگران قطعی است. در این لحظه این شما هستید باید تصمیم بگیرید که آیا با آن جمع کارگران که در یک سوی جاده ایستاده‌اند تصادف کنید و تعداد زیادی از افراد کشته شوند و یا با یک کارگر تنها که در سمت دیگر جاده مشغول کار است تصادف کنید و فقط یک نفر کشته شود. تصمیم شما در اینجا چه خواهد بود؟

حال فرض کنیم که آن کارگر تنها در مکانی مشغول به کار است که اگر با او تصادف کنید، آسیب بیشتری به خودرو شما وارد خواهد شد، ولی اگر با آن کارگرانی که با هم مشغول به کار هستند تصادف کنید، با وجود آنکه تعداد بیشتری کشته خواهند شد، ولی خسارت کمتری به خودرو شما وارد خواهد شد. حال تصمیم شما چه خواهد بود؟

در این مثال به خوبی مشخص می‌شود که مرجع تشخیص شایستگی، تأثیر بسیاری در تعیین زنده ماندن و یا کشته شدن انسان‌ها دارد. اگر از نگاه وی، زنده ماندن تعداد بیشتری از انسان‌ها شایسته باشد، خسارت مالی احتمالی در اولویت دوم قرار خواهد گرفت و یک نفر کشته خواهد شد. ولی اگر حفظ منافع شخصی شایسته باشد، تعداد بیشتری از افراد کشته خواهند شد تا خسارت مالی کمتری وارد شود.

اجازه بدهید تا یک عامل دیگر را در این مثال دخالت دهیم. فرض کنیم آن کارگر تنها که در یک سوی جاده مشغول به کار است، برادر راننده‌ای است که کنترل خودرو خود را از دست داده است. حال اگر حفظ جان تعداد بیشتری از انسان‌ها امری شایسته و پسندیده باشد، تصادف با آن کارگر مساوی با از دست دادن برادر و تحمل خسارت مالی سنگین‌تر است و در مقابل حفظ جان برادر مساوی با کشته شدن تعداد بیشتری از انسان‌ها است.

اکنون اجازه بدهید تا ماجرا را به شیوه دیگری روایت کنیم. همان گروه کارگران با همان شرایط مشغول کار هستند و این بار شما مشاهده‌گر این عملیات عمرانی هستید. راننده‌ای که کنترل خودرو خود را از دست داده است به سرعت به سوی کارگران می‌آید و وقوع تصادف قطعی است و اکنون این فقط شما هستید که امکان انتخاب زنده ماندن کارگری تنها و یا تعدادی از کارگران را دارید. انتخاب شما چه خواهد بود؟ اگر آن کارگر تنها برادر شما باشد، چه انتخابی خواهید کرد؟ اگر این امکان وجود داشته باشد که با انجام کاری باعث انحراف خودرو از مسیر

خود و عدم تصادف با هیچ یک از کارگران شوید، ولی این کار منجر به کشته شدن راننده خودرو شود، چه می‌کنید؟ اگر بدانید که راننده خودرو برادر شما است، چه انتخابی می‌کنید؟ اگر بدانید که برادر شما به همراه دیگر اعضای خانواده‌اش در خودرو هستند، چه می‌کنید؟ اگر این امکان وجود داشته باشد که با به خطر انداختن جان خود و پریدن جلوی خودرو باعث نجات جان همه کارگران و راننده خودرو شوید، آیا حاضر به انجام این کار خواهید شد؟ اگر شخصی در کنار شما ایستاده باشد و شما بتوانید با انداختن وی مقابل خودرو سانحه‌ساز، جان خود و کارگران و راننده را نجات دهید و هیچ خسارت مالی هم به وجود نیاید، چه خواهید کرد؟ کشته شدن برادر به همراه اعضای خانواده‌اش، کشته شدن یک یا تعدادی کارگر، خسارت مالی کم یا زیاد، از دست دادن جان خود، کشتن شخصی دیگر و یا حتی سایر گزینه‌های احتمالی که بتوان در این مثال تصور نمود، شرایط برای اینکه کدام گزینه را باید انتخاب کرد، بسیار دشوار می‌سازد؟

ایدئولوژی، اوتوپیا، شرایط و اراده شخصی، در تعیین شایستگی هدفی که قرار است محقق شود، تأثیرگذار است. ولی شایستگی که در هر برهه به هدفی اطلاق می‌شود، تنها در همان برهه قابل شناخت است و با گذشت زمان می‌توان به اصالت شایستگی آگاه شد، حتی گاه ممکن است با گذشت زمان نیز این شایستگی احراز نشود و با پدیده تعدد تفسیرها در خصوص یک پدیده واحد مواجه شویم.<sup>۱</sup>

### عدم تفسیرپذیری هدف

به هر تقدیر جنگ‌های جهانی و جنگ‌های خانمان برانداز بسیار دیگری رخ داده‌اند و افراد بسیاری کشته شده‌اند، ولی دیدگاه‌های مختلفی در خصوص شایسته بودن کشتار انسان‌ها در این خصوص وجود دارد که به تجربه ثابت شده است که هرگاه یکی از این دیدگاه‌ها غالب شده است، توانسته‌اند مرجعی برای تأیید شایستگی و یا عدم شایستگی کشتار انسان‌ها در این جنگ‌ها باشد. از این رو تعدد نظرات درباره شایستگی هدف و پدیده‌ای واحد که دیگر تغییری در آن راه نخواهد داشت (مانند کشتار انسان‌ها طی جنگ‌های مختلف)، دلیل دیگری است که

1. René ten Bos, Fashion and Utopia in Management Thinking, John Benjamins Publishing, 2002, P36.

انسان شایسته‌ترین مرجع برای تأیید شایستگی هدف‌ها نخواهد بود. چگونه ممکن است درباره هدفی واحد هم‌زمان دو نظر متفاوت وجود داشته باشد که برخی بر شایستگی و برخی دیگر بر ناشایستگی آن دلالت دارد. بدین‌سان کدام یک از جناح‌های درگیر در جنگ‌ها در راستای موفقیتی شایسته در تلاش بوده‌اند؟ با چنین فرضی، تکلیف افرادی که از هر یک از طرفین درگیر در مخاصمه جان خود را از دست داده‌اند، چه خواهد شد؟ آنها جان خود را در مسیر موفقیت و یا در مسیر تباهی از دست داده‌اند؟ اما در رفع این مشکل دیدگاه دیگری مبنی بر تفوق رأی اکثریت بر اقلیت ارائه شده است که این دیدگاه نیز مورد مناقشه است. برای نمونه در آغازین روزهای جنگ دوم جهانی که دیدگاه فاشیسم و نازیسم در ایتالیا و آلمان با اکثریت همراه گردید، آیا نشستن به گوشه‌ای و مشاهده کشتار و استضعاف دیگر انسان‌ها قابل توجیه بوده است؟<sup>۱</sup>

شرایط دیگری را در نظر بگیریم که در آن اکثریت افراد جامعه با فلسفه فکری-عملی خاصی همراهی می‌نمایند. حال گروه اقلیت درونی و یا دشمن بیرونی با اجرای تکنیک‌های جنگ نرم نظیر برچسب‌زنی، تصدیق، شایعه، دروغ بزرگ و... نظر اکثریت را به نفع خود تغییر داده و یا در راستای هدف‌ها خود متزلزل می‌کند. در این شرایط که به یکباره و یا طی مدت زمانی معین، ملاک‌ها و معیارهای شایستگی دگرگون می‌شود، چگونه می‌توانیم موفقیت را تبیین نماییم؟ و یا این شرایط را در نظر بگیریم که گروه اقلیت با اتکاء به فشارهای سیاسی و یا با توسل به نیروهای نظامی، بر اکثریت جامعه تفوق یافته است. در شرایطی که تغییرات با زور سرنیزه و توسط کودتاچیان انجام می‌شود، برای تعریف موفقیت از کدام ملاک‌ها باید تبعیت نمود؟ در این شرایط ملاک‌های شایستگی براساس دستور و نه براساس واقعیت بر جامعه تحمیل گردیده و افرادی را که در این راستا حرکت نموده‌اند، به‌عنوان افراد موفق به جامعه معرفی می‌گردند. حال با وجود این تلاطم در دیدگاه‌های انسان‌محور و با وجود شبهات و مصادیق نقض بسیاری که انسان را به‌عنوان ملاک تعیین شایستگی معرفی می‌نماید، باید به عدم کفایت ملاک‌های انسانی شایستگی هدف‌ها و دستیابی به موفقیت اذعان داشت.

۱. همان‌گونه که پیش از این نیز اشاره شد، بسته به اینکه ایدئولوژی و یا اوتوپیا بر جامعه حاکم باشد، تصمیمات و اقدامات رهبران و افراد برتر در تعیین معنا و مفهوم موفقیت و شکست افراد زیردست نقش ایفا می‌کند.

### زمان‌بری دست یافتن به هدف

آنچه که مسلم است برای دست یافتن به هدف‌ها باید مدت زمانی را برای تلاش رسیدن به آن صرف شود. تصور موفقیت در خرید یک خودرو لوکس و گران‌قیمت برای شخصی که ثروت بسیار زیادی دارد و در هر لحظه می‌تواند یک دستگاه خودرو لوکس و گران‌قیمت خریداری کند، کاملاً بی‌معنی است. این فرد در واقع همواره پتانسیل برآورده ساختن خواسته خود را دارد و فقط کافی است تا اراده خود را بر آن قرار دهد. پس این یک موفقیت نیست.

اگر موفقیت را به مثابه دستیابی به هدف‌های با ارزش زندگی در یک چارچوب زمانی معین بدانیم، می‌توان میان موفقیت و زمان رابطه معناداری برقرار نمود. بدین ترتیب افراد موفق افرادی خواهند بود که بر وقت خود و نحوه سپری شدن آن تسلط دارند و گذر زمان را مطابق هدف‌های خود تنظیم می‌کنند. این دقیقاً به این معنی خواهد بود که اگر زمان مطابق هدف‌ها سپری نشود، شکست اجتناب‌ناپذیر است. با این نگاه رابطه میان زمان و هدف سه دسته هدف‌ها را پیش روی ما می‌گذارد:

۱. هدف‌های کوتاه‌مدت؛

۲. هدف‌های میان‌مدت؛

۳. هدف‌های بلندمدت.

هدف‌های بلندمدت در چارچوب خواسته‌های کلی، طراحی و تدوین می‌شوند که برای رسیدن به این هدف‌ها یک یا چند هدف میان‌مدت تعیین می‌شود. برای دستیابی به هدف‌های میان‌مدت نیز مجموعه‌ای از هدف‌های کوتاه‌مدت مشخص می‌شود. بدین ترتیب با تحقق هدف‌های کوتاه‌مدت، هدف‌های میان‌مدت محقق می‌شوند و با تحقق هدف‌های میان‌مدت، هدف‌های بلندمدت محقق خواهند شد.

علت وجود این رابطه میان هدف و زمان، به دلیل در دسترس قرار گرفتن و تخصیص منابع در طول زمان است. منابع مالی و انسانی مورد نیاز تحقق هدف‌های بزرگ در طول زمان فراهم شده و در طول زمان صرف می‌شوند. یعنی هم به دست آوردن و هم مصرف کردن آنها نیازمند گذر زمان است.<sup>۱</sup>

---

1. Mark D. Watt, The 8 Principles of Goals and S.U.C.C.E.S.S.: Basic Instructions Before Leaving Earth, Strategic Book Publishing, 2010, P12.