

## مدیران آینده نگر سیدمهدی هاشمی جیردهی

امروزه هیچ کشوری از نفوذ پیشرفتهای حیرت انگیز فناوری اطلاعات و ارتباطات و بیوتکنولوژی و نانوتکنولوژی مصون نیست. انقلاب جهانی فناوری در دهه های اخیر با تغییرات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فردی در سراسر جهان همراه بوده است. مانند انقلابهای کشاورزی و صنعتی در گذشته، این انقلاب فناوری نیز از پتانسیل دگرگون سازی کیفیت زندگی و طول عمر، تحول در کار و صنعت، تغییر و تبدیل ثروت، جابجایی قدرت در سطح ملتها و افزایش تنش و تعارض برخوردار است. دستاوردهای بشر در عرصه های مختلف علوم مانند بیوتکنولوژی، نانوتکنولوژی، فناوری مواد و فناوری اطلاعات و ارتباطات به شناخت بیشتر بشر از ارگانسیم های زنده و چگونگی فعالیت، بهبود و کنترل آن - تولید محصولات، قطعات و سیستم های ارزانتر، هوشمندتر، چندمنظوره، سازگار با محیط زیست، تغییر شیوه تولید و... شده است. رهاورد بشر در دهه های اخیر بویژه شبکه جهانی اینترنت در مقوله فناوری ارتباطات باعث گردیده شیب منحنی رشد علم و فناوری در سالهای اخیر به شدت زیاد و به صورت یک منحنی متمایل به عمود تبدیل گردد که نشان از کوتاهتر شدن هرچه بیشتر چرخه زمانی تولید علم است. بنابراین، ما در جهانی زندگی می کنیم که ویژگی بارز آن، ۱ - تغییرات شتابنده ۲ - غیرقابل پیش بینی بودن آینده است. این ویژگیها از اصول پارادایم نوین مدیریت یعنی مدیریت در محیط پویا و بی ثبات و غیرقابل پیش بینی را نیز شامل می شود. حال این سوال مطرح است که مدیران در قبال این تغییرات شتابنده محیطی چه وظایفی دارند؟ ضرورت آینده پژوهی و آینده نگری در مدیریت چیست؟ مدیران در محیطی که متغیرها به صورت غیرخطی بر همدیگر تاثیر می گذارند چه نقشی دارند؟ در دنیای رقابتی امروز، با سرعت روزافزون تغییرات تکنولوژیک، سیستم های علم و فناوری بایستی آمادگی لازم را برای پاسخ به تغییرات اقتصادی و اجتماعی داشته باشد. در این میان فرصتی ساختاریافته برای نگاه به آینده و بررسی نقش علم و فناوری در آینده بایستی در هر جامعه ای مغتنم شمرده شود. بحث آینده نگری فناوری پاسخی به نیازهای بخش مدیریتی کشور است که با هدف روزآمد کردن دانش مدیریت در کشور، سیاستگذاری، تصمیم گیری و تدوین استراتژی های بلندمدت ملی و فراملی برنامه ریزی می گردد. آینده نگری تلاشی سیستماتیک برای بررسی درازمدت آینده علم، فناوری، اقتصاد، محیط و جامعه به منظور شناسایی پدیده های نوظهور و حوزه های زیربنایی تحقیقات استراتژیک است که بیشتری منافع اقتصادی و اجتماعی را دربرداشته باشد. بنابراین، درجهان امروز آینده پژوهی و آینده نگری یک ضرورت است. پیش بینی می گردد که در هزاره سوم، زمینه برای مطالعات آینده نگر و آینده پژوهانه افزایش پیدا کند و اندیشمندان احساس می کنند که گویی یک جاذبه مغناطیسی، تحولات پیرامون آنها را به سمت آینده سوق می دهد.

محورهای دانش آینده نگری و آینده پژوهی عبارتند از: ۱ - پایش الگوهای نوظهور؛

۲ - برون یابی مانند تحلیل روند فناوری - تحلیل فیشر - تحلیل گومپرز؛

۳ - تحلیلهای چرخه ای مانند تحلیل تشابه - تحلیل روند تاخیری - ماتریس های ریخت شناسی

۴ - تحلیل هدف مانند تحلیل محتوی - تحلیل پروانه ای عوامل

۵ - همگرایی شهودی مانند پیمایش دلفی و کنفرانس گروه اسمی، با به کارگیری این موارد می توان مصاحبه های ساخت یافته و غیرساخت یافته خود را برای تغییرات عمیق و گسترده محیطی و شکل بخشیدن به آینده آماده کرد.

از این رو مدیران، بویژه مدیران اقتصادی کشور بایستی ضمن الزام به تجهیز علم آینده شناسی و آینده نگری، هنر مدیریت در محیط بی ثبات و پویا و چگونگی برخورد با پدیده تغییر و بهره برداری از آن را بیاموزند. داشتن نگرش عمیق و ژرف نگری از تحولات شتابنده محیطی و کلان نگری که حاصل توجه عمیق به آینده است نیاز مدیران کشور است. مدیران قرن بیست و یکم منتظر نمی مانند تا فرصت به سراغ آنان برود بلکه تغییر سکه ای است که دو رو دارد که یک روی آن فرصت و روی دیگر آن تهدید است. مدیران عصر حاضر بایستی ضمن دارابودن توانایی شناسایی و بهره برداری از فرصتها، هنر تبدیل تهدید به فرصت را نیز بدانند. هنر بهره برداری از تغییر ناشی از انقلاب فناوری مهمترین هنر مدیران امروز است. همه چیز درجهان درحال دگرگونی و تغییر است. به قول مایکل دل تنها چیز ثابت خود تغییر است. در این میان آشنایی با تئوری های اندیشمندان مدیریت بویژه آنان که در عرصه تغییر صاحب نظر هستند در کیفیت هدایت بنگاههای اقتصادی حائزاهمیت است. دوتن از این اندیشمندان و مدیران موفق چارلز هندی و گرو هستند که به ترتیب با بیان تئوری منحنی زیگمایی و نقطه چرخش راهبردی، مدیران را با چگونگی برخورد با پدیده تغییر و مدیریت تغییر با توجه به سمت وسوی آینده کسب و کار آشنا می سازند. اندی گرو در بیان نقطه چرخش راهبردی معتقد است هر کسب و کار در برخورد با محیط بی ثبات در یک دو راهی سقوط صعود و

پیشرفت قرار می گیرد و نیروهای ششگانه مایکل پورتر» را عامل برهم زدن تعادل و تغییر در نقطه چرخش راهبردی می داند. این نیروها عبارتند از:

۱ - نیروی رقیبان موجود؛ ۲ - نیروی مشتریان؛ ۳ - نیروی رقیبان پنهان؛ ۴ - نیروی تامین کنندگان؛ ۵ - نیروی سازندگان جانشین؛ ۶ - نیروی تکمیل کنندگان.

پورتر اشاره می کند که مدیران بایستی در این نقطه بتوانند سازمان را به سمت پیشرفت و ترقی هدایت کنند.