

آینده و فضای کسب و کار

■ مهندس حمید هاشمی
عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی
Hashemi@itincubator.com



مکیده

فضای کسب و کار همواره در حال دگرگونی و تحول بوده است. اما در سالیان اخیر این تحولات سرعت فزاینده‌ای یافته است. صاحبان شرکت‌ها و کسب و کارها برای حفظ و یا حصول به موقعیتی پایدار و مشتریان دائمی و بیشتر، نیازمند آگاهی از این تغییرات به منظور کسب آمادگی‌های مورد نیاز هستند. در این صورت آنان با اتخاذ تدابیر و راهبردهایی متمایز، ضمن هماهنگی با تغییرات تلاش می‌نمایند تا بر آنها فائق آمده و کمتر با اثرات ناخواسته مواجه شوند. تعداد معدودی نیز ضمن پیشتازی و کسب فرصت‌های نهفته در تحولات حتی منشاء فرصت‌های جدید برای دیگران خواهند بود. به هر حال یادگیری به موقع و فراموشی سریع اصلی‌ترین سیاست در این مسیر خواهد بود.

در این مقاله تلاش شده است ضمن نمایان کردن مهم‌ترین تحولات، ابعاد و ویژگی آنها تا حد مجال مورد بررسی قرار گیرد. هر چند بسیاری از این دگرگونی‌ها آن چنان خزننده و پنهان به پیش می‌روند که از دیدگان تیزبین بسیاری مخفی می‌ماند. اما در این فرآیند، گام اساسی شناخت مردم و درک عمیق آنان است.

واژه‌های کلیدی

روندهای کلان، کسب و کار، فناوری پیشرفته، تحلیل محتوا، حس برتر.

مقدمه

جهان در سپیده‌دم عصری نوین قرار گرفته است و مهم‌ترین سال‌های تاریخ تمدن بشری را در پیش رودارد، سال‌هایی که آکنده از نوآوری‌های شگفت‌انگیز فناوری، فرصت‌های بی‌سابقه

اقتصادی و نوزایی پر عظمت فرهنگ‌هاست. سال‌هایی که در پیش است هرگز مثل و مانندی نداشته‌اند و بی‌گمان شگفتی‌هایی بی‌شمار به بار خواهد آورد: هزاره جدید و نخستین دهه‌های آن. در این دوران دنیا حامل تغییرات سریع، رقابت‌های فشرده، و نیازهای متنوع است. سازمان‌هایی در این شرایط موفق هستند که به خوبی فضای موجود و تعاملات آینده را بشناسند و بر مبنای آن چشم‌انداز، راهبرد و برنامه‌های مناسبی را اتخاذ نمایند.

شناخت آینده بدون تحلیل اطلاعات و بررسی روندهای جاری تغییرات جامعه ممکن نبوده و انجام فعالیت‌های بلندمدت بدون این شناخت نتیجه مطلوب را دربر نخواهد داشت. در سال‌های اخیر برخی صاحب‌نظران زبردست با بررسی محتوای رسانه‌ها به تهیه مطالب تحلیلی پیرامون

وقایع آینده پرداخته و از طریق کتب، گزارش‌ها و مصاحبه‌ها را در اختیار مخاطبین قرار داده‌اند. این مطالب در اشکال و از جنبه‌های مختلف برای همگان قابل استفاده خواهد بود، اما برای منحصر بودن و حفظ پیشتازی، دست‌یابی به اطلاعات خاص و اختصاصی در این زمینه برای صاحبان کسب و کار ضروری است. بنابراین کسب مهارت در اخذ و تحلیل اخبار و اطلاعات یکی از نیازهای اساسی هر کسب و کار است که پیشتاز بودن را یکی از مهم‌ترین اهداف کاری خود قرار داده است. این مقاله ضمن معرفی مهم‌ترین روندهای کلان^۱ دنیا در حوزه‌های مختلف فرهنگ، سیاست، علم و فناوری، به چگونگی شناسایی این روندها و تحلیل محتوای رسانه‌ها اشاره می‌کند.

1. Megatrends

روندهای کلان پیش و پس از قرن ۲۱

روندهای کلان تغییرات و جریان‌هایی نیستند که به سرعت بیابند و بروند. این دگرگونی‌های عظیم اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فناورانه به کندی شکل می‌گیرند و هنگامی که استقرار یافتند برای مدتی بین هفت تا ده سال یا حتی بیشتر ما را تحت تأثیرات خود قرار خواهند داد. در کتابی با عنوان روندهای کلان که در سال ۱۹۸۲ میلادی منتشر شد، جان نایس‌بیت، نویسنده آن به توصیف و تشریح روندهایی پرداخت که در طی دهه بعد از آن سال‌ها به ظهور می‌رسیدند. این روندهای کلان عبارت بودند از:

۱. جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی^۱؛
 ۲. فناوری‌های پربلاغت به فناوری‌های ظریف و برتر؛
 ۳. اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی^۲؛
 ۴. کوتاه‌مدت به درازمدت؛
 ۵. تمرکز به تمرکززدایی؛
 ۶. همکاری سازمانی به خودیاری؛
 ۷. مردم‌سالاری مبتنی بر اصل نمایندگی به مردم‌سالاری مبتنی بر اصل مشارکت فرد؛
 ۸. سلسله مراتب به شبکه‌سازی^۳؛
 ۹. شمال به جنوب؛
 ۱۰. یا این / یا آن به گزینه‌های چندگانه^۴؛
- وی در کتاب دیگر خود در سال ۱۹۹۰ ورود به هزاره جدید را همراه با روندهایی پیش‌بینی نمود که پذیرای جهانیان خواهد بود و هم‌اکنون می‌توان مشاهده کرد که این روندهای کلان بیشترین تأثیرات را بر زندگی بشری گذاشته‌اند. آنها عبارت بودند از:
۱. نوسان‌های اقتصاد جهانی در طی دهه ۱۹۹۰؛
 ۲. نوزایی در عرصه هنرها؛
 ۳. ظهور و گسترش سوسیالیسم مبتنی بر

بازار آزاد؛

۴. گسترش خصوصی‌سازی در حوزه دولت‌های متولی رفاه اجتماعی؛
 ۵. توسعه کشورهای حاشیه اقیانوس آرام؛
 ۶. رواج شیوه‌های زندگی جهانی و بالندگی فرهنگ‌های ملی؛
 ۷. راهیابی بیشتر زنان به سطوح رهبری؛
 ۸. عصر زیست‌شناسی؛
 ۹. تحولات مذهبی؛
 ۱۰. پیروزی فردیت و اصالت فرد؛
- این روندهای دهه پیش و پس از هزاره سوم بدون تردید بر مهمترین عناصر زندگی ما در قرن بیست و یکم تأثیرات بسزایی داشته و خواهد داشت. این تأثیرها از جمله بر تصمیم‌گیری درباره شغل و حرفه، بر انتخاب نوع کسب و کار و سرمایه‌گذاری، بر گزینش محل سکونت و نوع آموزش کودکان، و موارد مشابه می‌باشد.

کشف روندهای جدید

دانشمندان و اقتصاددانان بیشتر اوقات با تحلیل موارد مختلف اطلاعات موفق به کشف روندها می‌شوند. این موارد اطلاعاتی عبارتند از: الگوهای حاکم بر سیاست‌های پژوهشی دولت‌ها و سازمان‌های مختلف؛ دستاوردها و پیشرفت‌های جدید فناورانه؛ نوسانات عرضه و تقاضا در بازار؛ خلق و خوی افراد جوامع؛ نیازها، علایق و عادات خرید مصرف‌کنندگان در جهان امروز. این الگوها را می‌توان با تحلیل کامپیوتری روی مقادیر زیاد داده‌ها از پایگاه‌های اطلاعاتی، نظرسنجی‌ها، بریده‌های خبری یا هر رسانه دیگر با قابلیت ذخیره سازی اطلاعات، به دست آورد. دانشمندان می‌توانند به کمک این الگوها و آگاهی از روندها و گرایش‌های گذشتگان، دوره‌های تاریخی، شناخت و مشاهده تجربی در مورد ماهیت انسان، و واکنش‌های درونی اولیه،

پیش‌بینی‌های شگفت‌انگیزی ارائه دهند. و به راحتی می‌توان از تلاش‌های طاقت‌فرسای آنان و پیش‌بینی‌هایی که انجام می‌دهند برای اهداف خود استفاده کرد.

اما به راستی هیچ‌گاه این همه رسانه‌های اطلاعاتی برای با خبر شدن از اخبار، وقایع و رویدادهای روزانه وجود داشته است؟ شبکه‌های تلویزیونی جدید، فیلم‌های سینمایی و ویدئویی، تعداد انبوه مجله‌ها، خبرنامه‌ها، روزنامه‌ها، گزارش‌ها و ... ولی این اخبار و اطلاعات تازه واقعاً به ما چه می‌گویند؟ چقدر از این اطلاعات واقعاً مفید هستند؟ واقعیت این است که بدون یک ساختار یا یک چارچوب مرجع، انبوه عظیم اطلاعاتی که هر روزه به حوزه زندگی فردی یا اجتماعی می‌رسند مهلت اندیشیدن را به انسان نمی‌دهند.

رویدادهای پیرامونی در خلا، فرا نمی‌رسند، بلکه در متن وقایع اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جلوه‌گر می‌شوند. در اینجا توصیفی از این جریان به دست می‌دهد. البته، هیچ الزامی وجود ندارد که همه عناصر این طرز نگرش به دنیا را پذیرفت یا مورد تأیید قرار داد. ولی بطور قطع می‌توان با استفاده از این ساختار پژوهشی بسیاری از اخبار روزمره، بسیاری از نظرگاه‌های ضد و نقیض، و بسیاری از اطلاعات تازه را مورد سنجش قرار داد. مهمترین چیز آن است که هر فرد نگرش جهانی خاص خود و همچنین مجموعه روندهای کلان مخصوص به خود را چنان بسازد و سازمان دهد که راهنمای کسب و کار، آرمان‌ها، ارتباط‌ها و مشارکت‌های اجتماعی وی باشد.

منظره تازه دنیا

آخرین دهه منتهی به سال ۲۰۰۰ نمایشگر منظره تازه‌ای از دنیا بود. جنگ سرد در سال‌های پایانی دهه ۱۹۸۰ خاتمه یافت، و عصر تازه

1. Information society
2. Global economy

3. Networking
4. Multiple Options

جهانی شدن^۱ آغاز گشت. هنرها مرحله تازه‌ای از شکوفایی را آغاز کردند. نوعی فراخوان بین‌المللی در مورد حفظ محیط زیست توجه همگان را برانگیخت. کشورهای بلوک شرق به تجربه دموکراسی و راهکارهای اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد روی آوردند. تمایل به همکاری‌های اقتصادی در میان ملیت‌های جهان بسیار نیرومندتر از تمایل به ماجراجویی‌های نظامی شد. آنچه که طی دهه‌های متمادی هزینه‌های مادی و انسانی کم‌رشدگی را به کشورهای دست‌اندرکار تحمیل می‌کرد. قاره آسیا پرچمدار توسعه اقتصادی شد و بسیاری از ساکنان آن قاره سطح زندگی خود را در حد بالاترین استانداردهای اروپایی تثبیت کردند. حرکت نیرومندی در جهت افزایش مداوم مبادلات بازرگانی آغاز شده است. حتی در فقیرترین کشورهای افریقایی نیز خصوصی‌سازی و الگوی اقتصادی اتکاء بر خود^۲ اهمیتی روزافزون یافت. احترام به انسان و انسانیت چشم و گوش‌های بیشتری پیدا کرد.

آینده در هزاره سوم

هنگام اندیشه در مورد قرن بیست و یکم بی‌اختیار افکار بر محور فناوری دور می‌زند: سفرهای فضایی، فناوری زیستی، فضای مجازی، خودروهای پاک، دستگاه‌ها و ماشین‌آلات خودکار، روبات‌ها و آدم‌های مصنوعی. ولی چهره آینده بسیار پیچیده‌تر از فناوری‌هایی است که به عادت بر پیکر آینده پوشانده می‌شود. هیجان‌آمیزترین واقعه قرن بیست و یکم فناوری‌های شگفت‌انگیز نیست بلکه مفهوم رو به توسعه و پرسش اساسی انسانیت است. کشف این وقایع نه بر اساس وهم و خیال و نه بر مبنای حدس و گمان تصویر شده است بلکه بر اساس اطلاعات، تحلیل‌ها شبیه‌سازی‌های علمی صورت گرفته است. در ادامه الگوهای بدست آمده برای

فضای زندگی و کسب و کار در آینده تصویر گردیده است، اما لازم است که بخاطر داشت اینها همه شمه‌ای از نگاهی کلان و عمومی بر سالهای معاصر و آینده نزدیک است و برای حصول به نگاهی خاص و بلند مدت تلاش‌های بیشتری نمود.

روندها، واقعیت‌ها و پیش‌بینی‌هایی برای آینده

امور هنری و سرگرمی

انتظار می‌رود در اولویت‌بندی هزینه‌ها مردم، تغییر و تحولی بنیادین و انقلابی به وجود آید و هزینه سرگرمی در اولویت بالاتری قرار گیرد. زیرا اغلب مردم بیشتر به کیفیت زندگی توجه دارند تا به کمیت آن. بروز عصر جدید و رنسانس جهانی در عرصه هنر، همچنین موجب پیدایش اشکال متنوع و جدیدی از هنر خواهد شد. در واقع انتظار می‌رود هنر به طور جدی، ورزش را که به عنوان تفریح اول جامعه می‌باشد تهدید کند. به طور دقیق‌تر می‌توان پیش‌بینی نمود که:

- حضور در موزه‌ها، کنسرت‌ها، و غیره افزایش یافته و مشاغل زیادی در این زمینه‌ها به وجود آید.
- موسیقی ملی و محلی رواج بیشتری خواهند یافت.
- فضای سبز خانگی گسترش می‌یابد. استفاده از باغچه و فضاهای سبز کوچک برای تولید سبزیجات و گیاهان دارویی رواج بیشتری می‌یابند.
- تماشاگران تلویزیون سراسری (ملی) کاهش خواهند یافت. سهم بازار شبکه‌های ماهواره‌ای و محلی افزایش می‌یابد.
- مقدار زمان صرف شده برای تماشای تلویزیون تقریباً بدون تغییر خواهد ماند.
- تقاضای دائمی برای خدمات و وسایل سرگرمی

وجود خواهد داشت. مردم نیاز به فعالیت‌های بیشتری برای پر نمودن ساعات اضافی و اوقات فراغت خود دارند، جسم آنان برای استراحت و تفریح، و فکر و ذهن آنان برای کار کردن استفاده خواهد شد. فعالیت‌های تفریحی که همراه با فعالیت‌های فیزیکی باشند، به طور روزافزون رو به گسترش خواهند بود.

ساختار سازمانی

عمر شرکت‌های چند ملیتی بزرگ به سر خواهد آمد و شرکت‌های بزرگ از دور خارج می‌شوند. شرکت‌های کوچک با تعداد کارکنان کمتر از ۲۵۰ نفر فعال خواهند شد. به طور دقیق‌تر می‌توان گفت:

- پیشرفت‌های محدودتری داخل شرکت‌های بزرگ انجام خواهد شد. شرکت‌های بزرگ از طریق تعدیل و ایجاد عمدی واحدهای کوچک‌تر، اندازه خود را کاهش می‌دهند. این امر موجب کاهش فرصت‌های درآمدزا در شرکت‌های بزرگ می‌شود و کارکنان این شرکت‌ها به ایجاد شرکت‌های تجاری برای خود روی می‌آورند.
- بنگاه‌های کوچک و بزرگ بر خلاقیت افراد تأکید و اهمیت بیشتری قائل خواهند شد. انتظار می‌رود همه کارکنان در پیشبرد اهداف شرکت کمک کنند و تشویق گردند تا خلاقیت بیشتری به خرج دهند.
- صاحبان کسب و کار به جای آنکه شرکت‌ها گسترش یابند، همکاری و تعاون‌هایی را برای ارتباط با شرکت‌های دیگر تشکیل می‌دهند. گسترش شرکت‌های بزرگ محدود می‌شود و در مقابل روابط فردی در مقایسه با ارتباطات سازمانی از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد شد.
- کسب و کارهایی که دارای ۱۹ نفر شاغل هستند، بیش از نصف کسب و کارهای ایجاد شده را تشکیل خواهند داد. کارفرمایان و کسب

که فرزندان در آن درس می‌خوانند او را فردی ناموفق بار می‌آورد، خودتان مدرسه به وجود آورید. همچنین کسب و کارهای خانگی، فعالیت در زمینه واردات و صادرات، کسب و کارهای سفارش پستی، خرده‌فروشی لوازم منزل، شبکه‌های ارتباطات، شبکه‌های توزیع، خدمات گردشگری و سرگرمی، خدمات ویژه شخصی و خدمات کامپیوتری با فناوری پیشرفته، به عنوان کسب و کارهای مطمئن و بی‌خطر رشد و توسعه خواهند یافت. همچنین پیش‌بینی می‌شود که:

■ قهوه‌خانه‌ها و رستوران‌های سنتی مجدداً احیا خواهند شد. روش‌های متنوع پخت غذاهای آماده و انواع غذاهای سالم در بازار عرضه خواهند شد.

■ خدمات فنی و تعمیرگاه‌های سیار رواج خواهند یافت. این مراکز خدمات سیار برای رفع هر گونه مشکل از موارد اضطراری همچون تعمیر خودرو گرفته تا تعمیرات جزئی خانگی و نصب وسایل و تجهیزات، به منزل مشتریان مراجعه خواهند کرد.

■ اغلب جمعیت نیروی کار فعال را مشاوران تشکیل خواهند داد. مشاوره‌های جدیدی در زمینه‌های مختلف سالانه حدود ۱۰٪ رشد می‌یابند. این مشاورین نیز جزو کارآفرینان هستند، البته از انعطاف‌پذیرترین نوع آنها. هزینه‌های شروع فعالیت‌های مشاوره‌ای بسیار اندک و فقط به قیمت خرید نوشت‌افزار و شاید یک خط تلفن ثابت یا همراه، و لباس مناسب تجاری تمام خواهد شد.

فعالیت‌هایی که مرتبط با برنامه‌ها، ایده‌ها و حتی انواع جدیدی از مدارس هستند، گسترش می‌یابند و بحران آموزش. موفقیت انواع نوارها و نرم‌افزارهای آموزشی و دیگر مواد آموزشی خودآموز که در آگهی‌های تبلیغاتی دیده می‌شود، راه را برای کالاهای مشابه هموار می‌کنند. به علاوه، سمینارهای پرطرفدار و آموزش‌های تخصصی به منظور پر کردن خلاء بین مواد آموزشی موجود در مدارس و آن چیزی که باید افراد عملاً برای باقی ماندن در تجارت جهانی بدانند، توسعه خواهند یافت.

فعالیت‌های کارآفرینانه

جامعه از وضعیت مدیریتی به حالت کارآفرینانه تغییر خواهد کرد؛ به عبارت دیگر این شعار فراگیر خواهد شد که: اگر دوست ندارید رئیس داشته باشید خودتان شرکت ایجاد نمایید. اگر مدرسی

و کارهای بزرگ‌که دارای بیش از ۵۰۰ نفر شاغل هستند، تنها ۶/۱ درصد از کسب و کارهای جدید را شامل خواهند شد.

■ شرکت‌های کوچک مجبور به یافتن بازارهای بین‌المللی بیشتری خواهند بود. بازارهای امن محلی، سودآوری کمتری خواهند داشت. با وجود این، بیش از ۸۰ درصد این شرکت‌های کوچک نباید از رقابت موجود در خارج از کشور بهراسند، بزرگ‌ترین نگرانی آنها مقررات و قوانین دست و پا گیر دولتی خواهد بود.

آموزش

یادگیری شخصی و خودآموزی به‌طور روز افزون جایگزین کمک‌های آموزشی از جانب مؤسسات و سازمان‌ها خواهد شد. خدماتی که در گذشته به دولت، مؤسسات پزشکی و شرکت‌ها وابسته بود، اکنون به خود افراد متکی خواهد شد. همچنین پیش‌بینی می‌شود که:

■ بسیاری از والدین به این نتیجه خواهند رسید که فرزندان‌شان ناچار به ترک مدارس دولتی هستند. بنابراین فعالیت مهد کودک‌ها و مدارس خصوصی برای آموزش کودکان در سنین مختلف توسعه می‌یابند.

■ کسب و کارها و فعالیت‌های تجاری مرتبط با یادگیری و خودآموزی گسترش خواهند یافت.

بیشتر جمعیت نیروی کار، کارآفرین خواهند شد و هر ساله به تعداد شرکت‌های کوچک جدید که شروع به فعالیت می‌نمایند افزوده خواهد شد. رویه فوق بر این واقعیت است که شرکت‌های تجاری کوچک ۶ نفر را از هر ۱۰ نفر استخدام می‌کنند، این مطلب برای اکثر مشاغل جدید صادق است، شرکت‌های کوچک نسبت به شرکت‌های بزرگ از قابلیت انعطاف و کشش بیشتری در مقابل بازارهای در حال تغییر برخوردارند و قادرند محصولات و خدمات جدید خود را سریع‌تر از شرکت‌های بزرگ‌تر وارد بازار نمایند.

ایجاد مؤسسات ویژه تربیت پرستاران خانگی بچه‌ها و همچنین خدمات کاربردی آنان افزایش آرامی خواهد داشت. مخصوصاً زنان می‌توانند تحت آموزش قرار گرفته و در خانه‌هایی که دارای مادران شاغل هستند به کار گرفته شوند. لازم به ذکر است که تعداد مادران شاغل هر روز بیشتر می‌شود.

فعالیت‌های کوچک کارآفرینانه به محصولات، فناوری‌ها و کانال‌های جدید توزیع روی می‌آورند و در این زمینه موفق خواهند شد. نوآوری که پیش از این تنها به صنایع بزرگ محدود می‌شد، انگیزه بسیاری از شرکت‌های کوچک و جدید خواهد بود.

فروشگاه‌های تخصصی افزایش خواهند یافت. مغازه‌های کوچک با فضای محدود در مسیرهای گذر پرتردد توسعه می‌یابند.

شرکت‌های تازه تأسیس اغلب در محدوده صنایع و نزدیک به مصرف‌کنندگان ایجاد می‌شوند. این شرکت‌ها شامل فروشگاه‌های خرده‌فروشی و شرکت‌های خدماتی می‌باشند.

عصر اطلاعات

تولد جامعه اطلاعاتی و مرگ جامعه کهن

صنعتی، یکی از مهم‌ترین روندها در دنیای امروز و جهان آینده است. (جامعه‌ای که شاید هنوز در سطح جهانی به عنوان یک واقعیت شناخته نشده باشد) با وجود این، عصر اطلاعات با تداوم رشد و توسعه خود، پیچیده‌تر شده و از ایجاد فرصت‌های مناسب برای کارآفرینان کوچک بدون آمادگی فنی جلوگیری می‌کند. همچنین پیش‌بینی می‌شود:

دستیابی به اطلاعات مستلزم صرف هزینه است. هر روز تعداد بیشتری از مردم برای محصولات مبتنی بر اطلاعات هزینه پرداخت می‌کنند.

کسانی که کنترل اطلاعات را در دست دارند، جهان را نیز کنترل خواهند نمود. در گذشته آن گروهی که روی سرمایه‌ها کنترل داشت دنیا را کنترل می‌کرد اما در یک جامعه اطلاعاتی کنترل‌کننده دنیا کسی است که جریان اطلاعات را کنترل می‌کند. به عبارتی دیگر، گرچه پول چیزی است که جامعه صنعتی را تغذیه می‌کند، ولی در جامعه اطلاعاتی، منبع تغذیه و قدرت همانا دانش است.

نیروی کار

نیروی کار در آینده با دنیایی متفاوت از امروز روبرو خواهد شد. برای مثال، در آمریکا: میانگین ساعت کاری در هفته به ۳۲ ساعت کاهش خواهد یافت. متوسط سن نیروی کار به ۳۹ سال افزایش می‌یابد. بازنشستگی اجباری از سن ۶۵ سال به ۷۵ سال افزایش می‌یابد و تعداد زیادی از اتحادیه‌های کارگری فعلی از بین خواهند رفت. همچنین پیش‌بینی می‌شود که:

ارائه خدمات شخصی مرسوم خواهند شد. ساعات کاری فرد در اجاره شخص یا یک نمایندگی تجاری قرار می‌گیرد و در مقابل تمامی مزایا، حقوق و سود وی را پرداخت نموده و فرد تمام کارهای دفتری و نوشتن مورد نیاز را انجام خواهد داد.

نیاز شدیدی به کارکنان فنی ماهر به وجود می‌آید و این کارکنان بسیار نادر و کمیاب می‌شوند. افزایش پیچیدگی‌های فناوری باعث می‌شود تا بیش از آنکه نیاز به ساختارهای موجود ارائه دهنده خدمات بوجود آید این نیاز با شدت بیشتر متوجه متخصصان فنی شود.

دستمزد کارگران فنی و تخصصی افزایش می‌یابد ولی برای کارگران خدماتی دستمزد تقریباً ثابت می‌ماند. افزایش میزان دستمزد کارگران فنی موجب بالا رفتن میزان بازده سرانه کارگران می‌شود که احتمالاً از طریق مهارت‌های مدیریتی پیشرفته و آموزش بهتر کارگران حاصل می‌شود. با وجود این، در کشورهایی که درصد بیشتری از نیروی کار را در بخش خدمات به کار می‌گیرند، مشاغل خدماتی بیشتری با حقوق کمتر ایجاد خواهد شد و عملاً قدرت خرید تعداد زیادی از خانواده‌های دارای درآمد متوسط کاهش خواهد یافت.

مدیریت

مدیریت کسب و کارها به منظور کسب آمادگی هر روزه این سؤال را از خود می‌پرسند که واقعاً در چه زمینه‌های مشغول تجارت و کسب و کار هستند، مشتریان واقعی آنها چه کسانی هستند، و در کجا قرار دارند. همچنین انتظار می‌رود که:

تصمیم‌گیری‌ها بیشتر برای درازمدت باشند تا کوتاهمدت. مدیریت موفق بیشتر بر دیدگاه راهبردی استوار خواهد بود تا اقدامات موردی.

بیشتر تصمیم‌ها از پایین به بالا اتخاذ خواهد شد. یعنی از طرف کارکنان و نه مدیران. نوارهای آموزشی، روزنامه‌ها، خودآموزها، تبادل اطلاعات، دوستی‌های دوجانبه، شایعات و کنفرانس‌ها بر فنون مدیریتی غلبه خواهند کرد.

شبکه‌سازی جایگزین سلسله‌مراتب‌های مرسوم خواهد شد. شبکه‌سازی تا حد ابزار مدیریتی ارتقا

خواهد یافت، شبکه‌سازی در دهه شصت میلادی رشد یافت و در حال حاضر با سرعت به سوی اجرایی و عملیاتی شدن به پیش می‌رود.

تولید

در متون و کتب به طور مکرر خواندیم که دنیا وارد عصر اطلاعات می‌شود و عصر صنعتی به‌ویژه برای کشورهای توسعه‌یافته تمام شده است. با وجود این باور به اینکه یک کشور می‌تواند به تنهایی خدمات مورد نیاز ملت خود و مردم دیگر کشورها را فراهم کند، فکر خطرناکی است. تولیدات صنعتی مثل کشاورزی همیشه اساس تمدن انسانی خواهند بود. گرچه تولید با فناوری پایین در کشورهای توسعه‌یافته دیگر معنی ندارد زیرا در کشورهای دیگر که دارای نرخ دستمزد پایین هستند امکان تولید آن ممکن است، ولی طراحی‌های مهم و پیشرفته هنوز هم در کشورهای توسعه‌یافته انجام می‌شود. همچنین انتظار می‌رود که:

■ کسب و کارهای تولید کارخانه‌ای بیشتر فنی و تخصصی، و کمتر فیزیکی باشد. در ساخت محصولات از اتوماسیون، ربات‌ها و کامپیوتر بیشتر استفاده می‌شود.

■ مشارکت در تولید بین کشورها رواج خواهد یافت. به همان میزان که اقتصاد دنیا بیشتر و بیشتر متنوع می‌شود مشارکت در تولید بین کشورها به عنوان یک قانون در می‌آید تا یک انتظار، برای مثال پوست گاوهای آمریکا در برزیل دباغی و در کره جنوبی و چین به کفش تبدیل می‌شود.

بازاریابی

اخیراً پس از انجام بررسی‌های علمی بیان شد که پیش‌بینی می‌شود در پنج زمینه هزینه‌ها افزایش یابد این پنج زمینه عبارتند از: بازاریابی مستقیم پستی، روابط عمومی، آگهی در نشریات

تخصصی، بازاریابی از راه دور^۱ و تحقیق بازار. به همین شکل، پنج زمینه‌ای که باعث نگرانی بازاریابان تجاری است عبارتند از: بازاریابی مستقیم، بازاریابی هدف، پیامدهای جهانی شدن، روش‌های تحقیق بازار و راهبردهای بازار اشباع تا جایی که مربوط به بازاریابی است پیش‌بینی می‌شود که:

■ همزمان با تشدید رقابت، امور تبلیغاتی نیز حساس‌تر می‌شود. اگرچه هیچ‌گونه بهبود در کارایی روش‌ها و فنون تبلیغاتی به وجود نمی‌آید ولی این امر فراگیر شده و از جمله واجبات شمرده می‌شوند.

■ مردم به طور روزافزون در مقابل آگهی‌های عمومی واکنش منفی نشان می‌دهند و به آگهی‌های تخصصی رو می‌آورند. تبلیغات در جهان آینده برای گروه‌های خاص، و در زمینه امور تخصصی ارائه می‌شود مثل مسائل زیست‌محیطی و عقیدتی تمرکز خواهد یافت.

■ جهت‌گیری کارکنان فروش بیشتر به سمت امور خدماتی خواهد بود. کارکنان بخش فروش به عنوان مشاور عمل می‌کنند و از ترفندهای تنش‌زای فروش پرهیز می‌کنند.

■ خرید تلفنی رواج بیشتری خواهد یافت. این حالت به‌ویژه در مورد ساکنان آپارتمان‌ها در شهرهای بزرگ مصداق دارد. بازاریابی از راه دور (از طریق تلویزیون) نیز برای تبلیغ انواع غذاها و خوراکی‌های ویژه، رشد چشمگیری می‌یابند.

■ کالاهای خاص جوانان افزایش می‌یابد. بازاریابی پوشاک، بازی‌های کامپیوتری، انواع نوارصوتی و لوح فشرده، غذا، اسباب‌بازی و کالاهای جدید برای سرگرمی این قشر از جامعه افزایش می‌یابد. افزایش فوق‌به‌خاطر این واقعیت است که مخارج سالانه کودکان افزایش می‌یابد.

کهنسالان

رعایت اصول کار شایسته سبب می‌شود تعداد

افراد با سن کمتر از ۱۸ سال که جذب بازار کار می‌شوند کاهش یابد. بنابراین تعداد بیشتری از افراد مسن‌تر دارای شغل‌هایی می‌شوند که در سنین جوانی مشغول آن بودند. این امر احتمالاً منجر به نزدیک‌تر شدن نسل‌های قدیم و جدید می‌شود چرا که ساعات کاری بیشتری را در کنار یکدیگر سپری می‌کنند. به منظور بهره‌گیری از این جو دوستانه، بازاریابان مسن جذابیت بیشتری برای جوانان خواهند داشت. جوانان در برابر برخورد صمیمی بازاریابان جدید هیچ مقاومتی نشان نمی‌دهند، همچنین پیش‌بینی می‌شود که:

■ افراد مسن‌تر به اجبار جذب بازار کار شوند. به دلیل کاهش مستمری افراد مسن‌تر و بازنشسته و احساس عدم اطمینان در مسائل مالی، تعداد بیشتری از افراد مسن جذب بازار کار می‌شوند؛ نوع فعالیت این دسته افراد یا به صورت کارکنان پاره‌وقت و یا به صورت کارآفرینان کسب و کارهای کوچک خواهد بود. عموماً کسب و کارهای کوچکی که این افراد راه‌اندازی می‌کنند با شغل‌های قبلی‌شان متفاوت خواهد بود.

■ جمعیت با عمر بالای ۷۵ سال، دو برابر خواهد شد. امکانات بیشتری برای گروه افراد توانا و یا وابسته به مستمری مورد نیاز خواهد بود.

علم

در حالی که دوران صنعتی در جهان پایان پذیرفته است، علم در حال تغییر حالت از مدل‌ها و فرضیه‌های فیزیک به مدل‌ها و فرضیه‌های بیولوژی و ارگانیکی خواهد بود تا فرصت‌ها و دوره‌های جهان کنونی را دریابد. فیزیک مفاهیمی همچون موارد زیر را به بحث و استدلال می‌گذارد: پتانسیل انواع انرژی، کلان ساختارها، روابط خطی و نمایی، اصول مکانیکی، جبری و غیره. در حالی که امروزه فرآیندهایی مورد بحث

و بررسی قرار می‌گیرند که جوامع را شکل داده‌اند؛ یعنی سیستم‌های کاملاً دقیق از بازخوردهای اطلاعاتی^۱ که همانا ساختار موجودات بیولوژیک از آن شکل گرفته‌است. فرضیه‌های استعاره‌ای زیست‌شناسی مفاهیم دیگری را ارائه می‌دهد: سیستم‌هایی که بر پایه اطلاعات شکل گرفته‌اند، ریزساختارها، نظام‌های اقتباسی با گرایش به درون، و جامع‌نگرانه همچنین پیش‌بینی می‌شود:

■ پژوهش‌های زیست‌شناسی به دستاوردهای بزرگی نایل شوند و برداشت ما از زندگی را تغییر دهند. جهان در آستانه عصر بزرگ بیوتکنولوژی (فناوری زیستی) قرار دارد.

■ گیاهانی که از فعالیت‌های مهندسی ژنتیک به وجود می‌آیند، انقلاب سبز دیگری پدید خواهد آورد. دانشمندان کاربردهای بی‌شماری برای شکافت DNA یافته‌اند. هم‌اکنون، باکتری‌های خاصی که در آزمایشگاه‌های مهندسی کشاورزی طراحی و ساخته شده‌اند، به نوعی تغییر ساختار داده‌اند که به صورت ریز گیاهان تولیدکننده عمل کرده و مواد ارزشمندی همچون انسولین و هورمون رشد انسان را تولید می‌نمایند. از آنجا که گونه‌های بسیار پربازده برخی حبوبات از قبیل برنج، و نیز انواع سیب‌زمینی، ذرت و کتان وجود دارد که حاوی ژن‌هایی برای مقاومت در برابر بیماری‌ها و آفات هستند، پیش‌بینی می‌شود پیشرفت‌های حاصل یقیناً تولید جهانی غذا را افزایش خواهد داد.

فناوری

صحبت از سده بیست و یکم، ناخودآگاه بحث از فناوری، فضانوردی، زیست‌فناوری، و روبات‌ها را به میان می‌آورد. ولی چهره جهان فردا، پیچیده‌تر از فناوری‌هایی است که امروزه از آن استفاده می‌کنیم. شگفت‌آورترین دستاورد سده بیست و یکم فقط به دلیل پیشرفت در عرصه فناوری

حاصل نمی‌شود بلکه به دلیل تعامل بین فناوری و مفهوم رو به گسترش چیزی است که از ماهیت انسان می‌پنداریم. همچنین پیش‌بینی می‌شود که:

■ اطلاعات بیشتری به صورت دیجیتالی درآیند. کتاب‌ها و کتابخانه‌های زیادی بر روی لوح‌های فشرده و دیگر انواع حافظه‌های کامپیوتری ضبط می‌شوند.

■ مواد جدیدی بر مبنای معجزات موجود در طبیعت طراحی و ساخته می‌شوند. مهندسان و دانشمندان، بخش زیادی از سده بیستم را در حال پژوهش بر روی طبیعت گذرانده‌اند و زمان بیشتری را صرف خواهند کرد تا از کمک طبیعت در مسیر پیشرفت فناوری بهره‌گیرند. دانشمندان کشف رازهای موجود در مواد زیستی از قبیل صدف دریایی و تار عنکبوت شروع نموده‌اند، چرا که قابلیت‌های مواد طبیعی فوق بر هر آنچه ساخته دست بشر است برتری دارد. برای مثال، تار عنکبوت با وجود انعطاف‌پذیر بودن، نسبت به تار فولادی هم‌وزن خود پنج بار قوی‌تر است.

■ مواد نو در موتور خودروها به کار خواهد رفت. در حالی که مهندسان طراح خودرو هم اینک به استفاده از آلومینیوم در ساخت موتور خودروها روی آورده‌اند تا وزن آن را کاهش دهند، به زودی از موادی همچون سرامیک استفاده خواهند کرد که در عین وزن سبک، مقاومت حرارتی بالاتری دارد. این امر، مهندسان را قادر خواهد ساخت موتورهایی طراحی کنند که درجه حرارت‌های بالاتری را تحمل کنند و در نتیجه کارآمدتر و از نظر زیست‌محیطی پاک‌تر خواهند بود.

■ با استفاده از فناوری نانو، مواد جدیدی ساخته خواهد شد. در اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی، پژوهشگران شرکت آی‌بی‌ام دریافتند که نوعی میکروسکوپ الکترونی که برای مطالعه ویژگی‌های اتم‌ها طراحی و ساخته شده بود، قادر

است اجزای سازنده بسیار ریز هر ماده‌ای را برداشته و یکی‌یکی جابه‌جا نماید. برای اثبات این امر، اتم‌های گزنون ۳۵ را برداشته و در کنار هم چیدند و واژه IBM را در مقیاس میکرونی نوشتند. دانشمندان دانشگاه استنفورد نیز به همین شکل، ایجاد نخستین صفحه از کتاب «داستان دو شهر» را ۲۵۰۰۰ بار کوچک کردند. به طور خلاصه باید چنین گفت که دانش کاملاً نوینی به نام فناوری نانو بوجود آمده است. که مواد و ماشین‌آلاتی در حد مقیاس مولکولی و حتی اتمی خواهد ساخت. پیش‌بینی می‌شود که مدت زمان زیادی طول نخواهد کشید که کارخانه‌های ذوب آهن اقدام به ساخت آلیاژهایی می‌کنند که حتی متالوژیست‌ها به خواب هم نمی‌دیدند؛ در این آلیاژها موقعیت هر اتم در ساختار کلی آلیاژ از پیش تعیین شده است.

■ مردم در برابر فناوری‌هایی که با آنان همچون یک ماشین بی‌احساس و بی‌تفاوت رفتار کند، واکنش منفی نشان می‌دهند. با گسترش و فراگیر شدن دستاوردهای فناوری، مردم احساس می‌کنند این فناوری است که آنها را کنترل می‌کند و به دنبال برقراری ارتباطات انسانی خواهند رفت.

■ در عرصه تجهیزات الکترونیکی و دیگر کاربردهایی که مرتبط با این فناوری بسیار پیشرفته‌اند، ابررساناها جای سیم‌های مسی را می‌گیرند. همیشه مقدار زیادی انرژی در اثر گذشتن از سیم‌ها هدر می‌رود. این پدیده به دلیل نوعی اصطکاک در مقیاس الکترونی به وجود می‌آید. در واقع بروز همین اصطکاک است که باعث می‌شود بخشی از جریان برق برای آنکه مثلاً در کولرها هوا را خنک نماید، به صورت گرمای ناخواسته از بین برود. ابررساناها تنها گروهی از مواد هستند که این مشکل را برطرف نموده‌اند ولی طراحی آنها تا همین چند سال پیش، غیرممکن می‌نمود.

■ انواع فناوری هر چه بیشتر کاربرپسند^۱ می‌شوند. در گذشته، فناوری خود را به مصرف‌کننده تحمیل می‌کرد و هیچ توجهی به چگونگی برقراری ارتباط با آنان نداشت. به همین دلیل، محصولات برخی فناوری‌ها به فروشگاه‌های مربوط برگشت داده شد. ولی در آینده هر گاه فناوری نوینی توسعه یابد، طراحی آن تحت تأثیر سوخت‌وساز^۲ بدن انسان و لزوم سادگی طرز استفاده از آن قرار خواهد گرفت.

■ فناوری واقعیت مجازی محیط‌هایی مصنوعی می‌آفریند این محیط‌ها آنقدر به واقعیت شباهت دارند که قابل تفکیک از اشیاء موجود در جهان واقعی نیستند. طی سال‌های آینده، مردم نه تنها می‌توانند تعطیلات مجازی کاملاً مشابه با واقعیت را در دیگر کشورها (و یا حتی دیگر سیاره‌ها) بگذرانند، بلکه می‌توانند روش کار با ماشین‌آلات کاملاً پیچیده را حتی بدون لمس آنها بیاموزند، و با خودروهای گران قیمت را برانند و با هواپیمای شخصی خود به گشت و گذار بپردازند. کودکانشان نیز سرگرم بازی‌های کامپیوتری بسیار پیشرفته‌ای می‌شوند که حتی جدیدترین بازی‌های کنونی در مقایسه با آنها همچون فیلم‌های صامت می‌نماید.

اقتصاد جهانی

اقتصاد کشورهای جهان در آینده هر چه کمتر ملی و هر چه بیشتر جهانی می‌شوند. داد و ستد جهانی سهام به صورت ۲۴ ساعته انجام می‌شود. همچنین، قدرت‌های اقتصادی نوین باعث تبدیل کشورهای فقیر به غول‌های صنعتی شده و غول‌های صنعتی کنونی را به تکاپو وامی‌دارند تا مقام بالای خود را حفظ کنند. همچنین پیش‌بینی می‌شود که:

■ روند تغییرات کنونی به افزایش رونق اقتصادی می‌انجامد. عصر کامپیوتر، یورش خود را آغاز کرده است. بازسازی بسیاری از بخش‌ها شروع شده است. اگرچه این امر باعث بروز عدم ثبات

در بسیاری از اقتصادهای بزرگ جهان شده است و حتی برخی صنایع کاملاً از صحن روزگار محو شده و برخی نیز تضعیف شده‌اند، ولی تاریخ نشان داده است که پس از تغییرات اساسی ناشی از پیشرفت‌های فناوری، شرایط کلی اقتصاد برای تمام بخش‌ها بهبود می‌یابد. هر یک از انقلاب‌ها، خواه انقلاب به وجود آمده در صنعت نشر و چاپ و یا انقلاب تولید خودرو، باعث افزایش استانداردهای زندگی شده است.

■ کشورهایی که ترکیب نادری از منابع انسانی و مواد را در اختیار دارند در آینده پیشرفت بیشتری خواهند داشت. در سیستم نوین اندازه‌گیری ارزش خالص ملی توسط بانک جهانی، استرالیایی‌ها و کانادایی‌ها از بین ۱۹۲ کشور جهان، ثروتمندترین مردمان شناخته شده‌اند و این در حالی است که ایالات متحده مقام دوازدهم را به خود اختصاص داده است.

سیستم جدید پیش گفته، به جای تمرکز بر بازده اقتصادی سالیانه (GDP)، ارزش هر کشور را با تعیین ارزش دلاری سه شاخصه تعیین می‌نماید:

(الف) حجم سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات، کارخانه‌ها، جاده‌ها و دیگر تأسیسات زیربنایی مورد نیاز صنایع کشور؛

(ب) حجم منابع طبیعی که نه تنها مواد معدنی را در بر گیرد بلکه شامل زمین، آب و دیگر منابع زیست‌محیطی نیز بشود؛

(پ) منابع انسانی که در آن معیارهایی از قبیل تغذیه، بهداشت، انعطاف‌پذیری اجتماعی و سطح تحصیلات مد نظر قرار می‌گیرند.

این نوع نگرش به ثروت به عنوان دارایی‌هایی که معمولاً نادیده گرفته می‌شوند ولی در رشد بلندمدت، ارزش بالایی دارند. کاملاً با نگرش قدیمی که فقط به درآمد ملی توجه داشت، متفاوت است.

به طور دقیق‌تر، این روش تعیین سرمایه کشورها نشان می‌دهد که دوسوم ثروت بیشتر کشورها در جمعیت آنها خلاصه شده است و این، در حالی است که دارایی‌های پردازش شده از قبیل کالای تولیدی، فقط یک پنجم رقم کلی را به خود اختصاص می‌دهد. قانون جدید تعیین ارزش سرمایه‌های ملی می‌گوید که بر اثر زمان از ارزش دارایی‌های تولیدی کاسته می‌شود، ولی انسان‌ها می‌توانند آموزش ببینند و توانایی‌های بیشتری کسب کنند.

در این رویکرد جدید اساساً بالاترین رتبه‌ها به کشورهای با منابع طبیعی وسیع اختصاص می‌یابد که دارای جمعیت نسبتاً کوچک و آموزش‌دیده‌ای هستند.

■ تورم کاهش می‌یابد. به طور کلی، جهانی شدن اقتصادها باعث افزایش رقابت می‌شود ولی افزایش رقابت باعث بالا رفتن تورم نمی‌شود. این امر به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته مصداق دارد.

■ شکوفایی نسبی در اقتصاد جهانی طی این دهه روی می‌دهد.

این امر به ویژه به دلیل برخی عوامل است، از جمله: کاربردهای پیشرفته از فناوری‌های ارتباط از راه دور؛ عدم بروز بحران انرژی و در نتیجه کند شدن یا توقف رشد؛ افزایش رقابت که به نوبه خود باعث کاهش مالیات‌ها می‌شود؛ تورم و نرخ بهره پایین؛ ظهور پدیده مصرف‌زدگی در آسیا؛ و پیشرفت‌های حاصل در عرصه دموکراسی و بنگاه‌های آزاد.

■ تجارت جهانی باعث صلح جهانی پایدارتری می‌شود. همچنان که کشورها به واسطه تجارت، وابستگی بیشتری به همدیگر پیدا می‌کند، احتمال بروز جنگ به دلیل تفاوت‌های عقیدتی، کمتر می‌نماید. ارتباط بین قدرت‌ها بهبود یافته و باعث افزایش همکاری‌های اقتصادی می‌شود.

هزاره سوم

به روایت قرن بیستم هم‌اکنون جهان در حال گذر از دوران سیاه است؛ یعنی تأثیر ترکیبی صنعتی شدن و هجوم فناوری به حریم خانوادگی مابعد از بین رفتن احساسات انسانیت و معنویت جهانیان شده است.

با وجود این، در حالی که بخش بسیار کوچکی از قرن حاضر را پشت سر گذاشته شده است، بسیاری از شاخص‌های کنونی جهان نشان می‌دهند که در شرف ورود به دوران شکوفایی مجدد اصول اخلاقی و معنوی بوده. تعهد نوینی به زندگی در روح و روان‌ها ریشه دوانده و نیاز وافر به آرمان‌شهری در وجود انسان‌ها احساس می‌شود که در آن آرامش معنوی و رفاه دنیوی برای همه باشد. بنابراین تلاش می‌گردد با چالش‌های بزرگی مقابله کرده و در نهایت با امید به بازآفرینی جهانی نوین، در عرصه معنویت و اصول انسانی کامروا گردند.

جوانان

جوانان فردا بیش از هر زمانی به دنبال هویت و هدف خود از زندگی هستند. نکته جالب برای کارآفرینان این حقیقت است که جوانان، بلوغ فکری بیشتری می‌یابند، اختیار بیشتری بر درآمد خود خواهند داشت و هنگام خرید، خود شخصاً تصمیم می‌گیرند.

آسیا

آنچه در آسیای امروز رخ می‌دهد بی‌گمان مهم‌ترین توسعه‌ای است که تاکنون در جهان ما دیده شده است. تاکنون چنین تحولی نه فقط در آسیا بلکه در سرتاسر کره زمین نیز سابقه نداشته است. تردیدی نیست که امروزین شدن قاره آسیا کل دنیای ما را در نخستین دهه‌های قرن بیست‌ویکم دگرگون خواهد ساخت.

از سال ۱۹۴۵ تا سال ۱۹۹۵، یعنی در ظرف نیم قرن، آسیا از فقر و درماندگی به ثروت و اقتدار رسید. گستردگی فقر از ۴۰۰ میلیون به ۱۸۰ میلیون کاهش یافت، حال آنکه در ظرف همین دوره زمانی ۴۰۰ میلیون نفر بر جمعیت آنجا افزوده شده بود. بانک جهانی اعلام داشته است که هیچ کجا و در هیچ زمانی در طول تاریخ بشریت، انسان‌ها نتوانسته‌اند به چنین پیشرفت اقتصادی سریعی دست‌یابند و به همین دلیل ماجرای آسیای شرقی را باید نوعی معجزه دانست. بررسی‌ها و مطالعات در آسیا هر بیننده‌ای را به این معجزه معتقد می‌سازد، ولی این اعجاز فقط اقتصادی نبوده است. ماجرای آسیای نوین در حقیقت ماجرای اعجاز روح و فکر آدمیان است - آدم‌هایی که تحت تأثیر نوعی بیداری شگفت‌انگیز به توانمندی‌های بالقوه خود پی بردند و به نیروی تصمیم و پشتکار و همچنین با کار و تلاش و فداکاری‌های خود به پیشرفت‌های چنین شگرف دست یافتند.

طی دهه ۱۹۹۵ آسیا به عصر جدید وارد شد و به همان نسبت که زمان در قرن جدید به پیش می‌رود آسیا به صورت منطقه برتر در دنیا در خواهد آمد؛ آسیا در آستانه عصر نوزایی قرار گرفته است. اطلاعات و تحلیل‌های مختلف در مورد روندهای کلان آسیا توضیحات کافی در مورد الگوهای منطقه‌ای و فرهنگی ارائه می‌دهد تا بتوان با زیر و بم این تحول تاریخی شگفت‌انگیز آشنا شد، به‌عنوان مثال اگر کسب و کار تولیدی کوچک یا متوسط کالاهای مصرفی دارید، درک کنید که چرا مثلاً باید تایلند و نه کره جنوبی را به‌عنوان بازار آینده خود در نظر بگیرید.

در شرق، مجموعه جدیدی از کشورهای مشترک‌المنافع بر اساس همزیستی اقتصادی در حال برآمدن است؛ کشورهای مشترک‌المنافع آسیایی. برای نخستین بار در تاریخ دراز آسیا،

کشورهای منطقه برای کسب منافع اقتصادی متقابل با یکدیگر همکاری می‌کنند و عامل محرک این پدیده چیزی نیست جز بازار آزاد.

آسیای کهن به دلیل تفاوت‌های فرهنگی، زبانی، سیاسی، عقیدتی، مذهبی، فلسفی و جغرافیایی جدا از هم بود. آسیای جدید، که در اثر همکاری‌های اقتصادی، فناورانه، به‌ویژه ارتباطات از راه دور، سفرهای گوناگون و جابه‌جایی‌های افراد کارآموده شده است، برخلاف گذشته منطقه‌ای یکپارچه به نظر می‌رسد. و بر این اساس بسیاری از جوانان آسیا در حال حاضر یکدیگر را «آسیایی» می‌نامند.

تادهه ۱۹۹۰ همه چیز بر محور غرب می‌چرخید. غرب تعیین‌کننده مقررات و روش‌های کار بود. ژاپن در جریان جهش اقتصادی خود همین قواعد را به کار گرفت. ولی حالا آسیایی‌ها به عبارتی بقیه آسیا - در حال ایجاد قواعد و مقررات مخصوص به خود هستند و به زودی قواعد بازی را هم تعیین خواهند کرد. حتی ژاپن هم، در جریان جهش‌ها و پیشرفت‌های اقتصادی کشورهای جنوب شرقی آسیا به سرکردگی چین و چینی‌های مقیم در دیگر کشورها، به احتمال زیاد عقب خواهد افتاد. اکنون غرب خیلی بیشتر به شرق احتیاج دارد تا شرق به غرب.

به موازات مدرن شدن آسیا، آگاهی‌های آسیایی‌ها نیز افزایش می‌یابد. بدین معنا، مدرن شدن این قاره را می‌توان «آسیایی شدن» آسیا دانست.

قاره آسیای امروز، از هند تا ژاپن و از سرزمین‌های شوروی سابق تا اندونزی، بیش از نیمی از جمعیت دنیا را در خود دارد. تا پنج سال دیگر یا کمتر، بیش از نیمی از خانوارهای آسیایی قادر خواهند بود مجموعه‌ای از کالاهای مصرفی امروزین را خریداری کند - یخچال، تلویزیون، ماشین لباسشویی، کامپیوتر، لوازم

وقتی در یک ساختمان تنها ۲۰۰ نفر کار می‌کنند، بطور طبیعی همه آنها می‌توانند یکدیگر را بشناسند و بدانند که دیگری چه کار می‌کند؟ حالا اگر این رقم با سالن‌های ۵۰۰۰ یا ۱۰۰۰۰ نفری مقایسه شود می‌توان نتیجه گرفت که در عصر صنعتی تعادل انسانی از یاد رفت، اما امروز قصد احیای آن وجود دارد. خاطرنشان می‌شود که هیچ‌کدام از ساختمان‌های شرکت میکروسافت از بلندترین درختانش مرتفع‌تر نیستند. شگفت این‌که هر روز بر اهمیت محل کار افزوده می‌شود. هنوز بسیاری از مردم همچنان ترجیح می‌دهند در اداره‌ها و شرکت‌ها کار کنند تا در خانه‌هایشان. کار از راه دور آن قدرها که بعضی مدعی هستند، طرفدار نخواهد داشت؛ چرا که مردم می‌خواهند با یکدیگر باشند. انسان بطور فطری موجودی اجتماعی است. روابط انسانی در محیط کار به مرور زمان عمیق‌تر و پربارتر می‌شود. از این منظر هیچ‌جایی مثل محل کار نیست. به‌خاطر همین فطرت اجتماعی است که به‌نظر می‌رسد اجتماع یادست‌کم تلقی ما از آن روزبه‌روز اهمیت بیشتری می‌یابد. هرچقدر فناوری‌های بیشتری به جامعه سرازیر شود، تمایل مردم به «بهم‌بودن» نیز تشدید می‌شود. مردم به سینماها، کنسرت‌ها، فروشگاه‌ها، سالن‌های غذاخوری یا ادارات می‌روند تا با یکدیگر باشند. آنها در جستجوی معاشرت هستند. اجتماع جایی است که همه مردمش نام شما را می‌دانند^۱ کافی‌نت^۲ مفهوم تقریباً جدیدی است که می‌تواند مظهری از فناوری برتر/ حس برتر به‌شمار آید. در حالی که هنر از طریق اینترنت در دسترس مردم قرار دارد؛ اما مردم گروه‌گروه و هر روز بیشتر به‌موزه‌ها هجوم می‌برند. مردم به تماشای نگارخانه‌ها می‌روند تا هنر را به‌صورت گروهی تجربه کنند. بعد از اختراع تلویزیون و تولید تلویزیون‌های بزرگ و پیشرفته، خیلی‌ها پیش‌بینی کردند که بازار سینماها کساد

در حال تغییر شکل دادن تمامی دنیا هستند. رقم هشت برای آسیایی‌ها بسیار خوش شگون است. این هشت روند هم بدون تردید برای آسیا خوش شگون خواهند بود. آنها رونق و شکوفایی بی‌سابقه‌ای به‌وجود خواهند آورد. ولی تأثیرات آنها بر غرب چه خواهد بود؟ کشورهای غربی مدت درازی با یکدیگر به رقابت می‌پرداختند تا آنکه ژاپن ناگهان وارد میدان شد. امروز، غرب نه با یک بازیکن دیگر، بلکه با تیم نیرومند و جدیدی از کشورهای آسیایی سر و کار پیدا کرده است. اینکه برنده بشویم، یا بازنده یا میدان بازی را ترک گوییم، یا اینکه همه‌مان برنده بشویم، بسته به آن خواهد بود که رقیبان خود را تا چه حد بشناسیم و تا چه حد خوب بازی کنیم.

حس برتر

امروز نتیجه پیشرفت بی‌امان فناوری باعث شده انسان به‌طور بی‌سابقه‌ای در جستجوی معنا باشد؛ او حسرت معاشرت و عطش معنویت دارد؛ عاشق روابط عمیق انسانی است؛ و تشنه فهم کامل فناوری است در حال حاضر حس برتر نقش عمده‌ای در دنیای کسب‌وکار ایفا می‌کند. البته این نقش را می‌توان به همه سازمان‌ها و حتی دولت تعمیم داد. هر چند در کسب‌وکارها مشهودتر است. سازمان‌های مبتنی بر فناوری برتر، فضایی را برای رشد فردی پدید آورده‌اند. رشد فردی کلید موفقیت در دنیای فناوری‌های برتر است. گور^۱ یک شرکت چند میلیارد دلاری است. این شرکت نوعی شرکت حس برتر- بگویند «فضای خانوادگی» - را همچنان در کارخانه‌هایش حفظ کرده است. تعداد کارکنانی که در هر یک از ساختمان‌های این شرکت کار می‌کنند، به ۲۰۰ نفر محدود شده‌اند. به‌علاوه هیچ‌کدام از ساختمان‌هایشان بیش از ۶ طبقه ندارد. در شرکت گور، یک توازن انسانی متعادل برقرار است.

آرایش و مانند اینها. در حدود نیم میلیارد نفر از جمعیت آسیا را می‌توان طبقه متوسط (به تعبیر اروپایی) دانست. این بازار چیزی است معادل کل بازار ایالات متحده آمریکا و بازار اروپا. اینک ۳ میلیارد نفر آسیایی وجود دارد که نیمی از آنها کمتر از ۲۵ سال عمر دارند. این بازار عظیم را فراموش نکنید. تحول آسیا در واقع نوعی اعجاز مصرف است که پیامدهای اقتصادی گسترده‌ای به بار خواهد آورد.

بسیاری از آسیایی‌ها اعتقاد دارند که در درازمدت کالاهای آسیایی رقابت‌پذیرتر از کالاهای غرب خواهد بود، زیرا آنها نظام‌های تأمین اجتماعی دست و پاگیر ندارند و نخواهند داشت و از مسائل مخصوص دولت‌های رفاه نیز در امان خواهند ماند. این در واقع عامل رقابتی بسیار مهمی است که غربیان بر آن چشم بسته‌اند.

در صعود سریع آسیا به قله‌های برتر اقتصاد جهانی، تناقض‌های ظاهری زیادی به چشم می‌خورد. پنجاه سال بعد برای همگان روشن خواهد شد که مهم‌ترین واقعه سال‌های نخستین دهه‌های قرن بیست‌ویکم، نوسازی و امروزی شدن آسیا بوده است. این نوزایی و تجدید حیات آسیا حاصل هشت تحول کلانی است که امروزه در منطقه مورد بحث در حال رخ دادن است.

این تحولات کلان عبارتند از

۱. از دولت - ملت تا شبکه‌ها؛
 ۲. از سنت‌ها تا گزینه‌ها؛
 ۳. از صادرات‌گرایی تا مصرف‌طلبی؛
 ۴. از کنترل‌های دولتی تا کنترل‌های بازار؛
 ۵. از کشتزارها تا کلان شهرها؛
 ۶. از فعالیت‌های کاربر تا فناوری‌های برتر؛
 ۷. از برتری‌جویی‌های مردانه تا به میدان آمدن زنان؛
 ۸. از غرب تا شرق؛
- اینها همان هشت روند کلانی هستند که

1. Gore, www.gore-tex.com

2. Teleworking

3. Cyber caffe

می‌شود. اما این پیش‌بینی‌ها غلط از آب درآمد، چرا که مدعیان آنها معنای فناوری برتر/ حس برتر را درک نکرده بودند. مردم تنها برای دیدن فیلم به سینما نمی‌روند. آنها به سینما می‌روند تا با ۲۰۰ نفر دیگر بخندند یا گریه کنند. فروش بلیت سینما از سال ۱۹۵۹ به بعد بی‌سابقه بود! تایتانیک، نخستین فیلمی بود که بیش از یک میلیون دلار فروش کرد. این‌ها شاخص‌هایی هستند که در دنیای فناوری‌های برتر نشان می‌دهند مردم از منزوی بودن گریزانند و می‌خواهند از خلوت خود فرار کنند. به همین خاطر است که مردم تشنه اجتماع هستند و در نهایت جامعه‌ای بر پایه ارزش‌های مشترک را شکل می‌دهند. جنبه دیگری از حس برتر که در دنیای سازمان‌ها و شرکت‌ها به‌روشنی مشهود است، گرایش به معنویت و حتی مذهب است که تا همین اواخر نوعی "تابو" به‌شمار می‌رفت. تا همین اواخر این احساس حاکم بود که دین در جریان غالب کسب‌وکار جایی ندارد. امرسن، نویسنده آمریکایی، بهترین آموزه رهبری را در نوشته‌های پیرامون اعتماد به نفس ارائه داده است: "روح شما خیر از درونتان می‌دهد. چرا که در وجود همه هست." این سخن هیچ‌گاه به اندازه امروز مصداق نداشته است. با این اوصاف تصور می‌شود که عدم درک صحیح معنای حس برتر، در هنگام مواجهه با فناوری‌های جدید استفاده کنندگان را به دردسر خواهد انداخت.

خیلی وقت‌ها مشاهده می‌شود که فناوری نابجا مورد استفاده قرار می‌گیرد. به‌عنوان مثال سیستم‌های پیام‌گیر تلفنی و همین‌طور سیستم‌هایی گویا که به مخاطب می‌گویند برای این کار شماره یک را فشار دهید و برای آن کار شماره دو را. سال گذشته شرکت دیجیتال اکوئپمنت سیستم‌های پیام‌گیر تلفنی خود را جمع‌آوری کرد، چرا که مشتریان دل خوشی از

این سیستم‌ها نداشتند. این شرکت دوباره ۷۰ نفر را برای پاسخگویی به تلفن‌ها استخدام کرد. سیستم‌های پیام‌گیر تلفنی، دشمن حس برتر هستند و دقیقاً علیه شخصی‌سازی و فردگرایی کار می‌کنند.

یکی از دلایل موفقیت فدرال اکسپرس (شرکت پستی معروف در آمریکا)، تحویل دستی محموله‌ها در دنیای فناوری‌های برتر الکترونیک است. همین‌طور شرکت یوپی‌اس که برای مشتریان رانندگان ثابت می‌فرستاد، موفقیت چشمگیری به‌دست آورد.

یکی از کاربردهای فناوری در رستورانی است که در نزدیکی ساختمان بورس اوراق بهادار پاریس است. در این رستوران، قوانین عرضه و تقاضا است که بهای غذا را تعیین می‌کند. وقتی مشتریان غذای خود را سفارش می‌دهند، سفارش آنها به رایانه منتقل می‌شود.

بر اساس این تقاضا، فهرست قیمت‌ها بار دیگر مرتب می‌شود. درست مانند سهام که هرچه تقاضا برای آن بیشتر شود، بهای آن نیز افزایش می‌یابد، غذاهای پرتقاضای این رستوران نیز گران‌تر می‌شوند. فرد مختار است که بهای غذا را همان اول و هنگام سفارش بپردازد و یا منتظر آینده این بازار پویا بماند و بهای تعادلی را پرداخت کند. رایانه‌های این رستوران با حس برتر درآمیخته‌اند.

مظهر فناوری برتر، کنفرانس از راه دور است؛ و مظهر حس برتر دست‌دادن با یک دوست است. فناوری برتر یعنی روزآمدسازی ماشین‌آلات، و حس برتر یعنی آموزش مردم. منابع انسانی مزیت رقابتی دنیای جهانی شده امروز است. پیش از این، ثروت یک کشور با حجم سرمایه و منابع طبیعی‌اش سنجیده می‌شد. ژاپن و به‌دنبال آن دیگر کشورهای آسیایی نشان دادند که کشورها نیازی به منابع طبیعی ندارند. امروز سرمایه یک

کالای جهانی است. بنابراین تنها چیزی که رقابت‌پذیری را تضمین می‌کند، منابع انسانی است. بی‌شک منابع انسانی مزیت رقابتی را تشکیل می‌دهند، بنابراین نحوه آموزش و یادگیری نیروی انسانی عامل کلیدی رقابت‌پذیری است. وقتی ما از منابع انسانی به‌عنوان مزیت رقابتی سخن می‌گوییم، توجه ویژه‌ای به زنان داریم. زنان نقش رهبری خود را گسترش داده‌اند و امروز شمار شرکت‌هایی که به همت زنان کارآفرین تأسیس می‌شوند، دو برابر شمار مربوط به مردان است. البته در طول سالیان گذشته تعداد زنان موفق در آمریکا چندان کم نبوده است. اما زنان متعلق به نسل پس از جنگ جهانی دوم که دوران ازدیاد زادوولد در آمریکا بود. نخستین نسلی بودند که تقریباً همه آنها شاغل شدند. توجه کنید این زنان که امروز ۴۰ تا ۵۰ سال سن دارند، هرکجا که هستند موقعیت‌های رهبری و مدیریت را اشغال می‌کنند.

از دیدگاه کارآفرینی، این پدیده واقعاً بااهمیت است. در سال ۱۹۷۰، تنها ۴ درصد کسب‌وکارهای جدید به زنان تعلق داشت. امروز این رقم به بیش از ۵۰ درصد رسیده است. سبک رهبری بانوان با الزامات عصر اطلاعات همخوانی بیشتری دارد! در دنیای کسب‌وکار، که تا پیش از این غرق در آمار و ارقام بود، اینک سخن از الهام، حس ششم، ایمان و معنویت است. این نیز به نوبه خود نشانگر تغییر جهت از فناوری برتر به حس برتر محسوب می‌شود. البته الهام، حس ششم و حتی ایمان بیشتر کیفیت‌های شخصی هستند. - اعتقاد بر این است که آنچه انسان باید در سطحی برتر بدان بیاندیشد، این است که قدرت از سیستم‌ها به سوی اشخاص در حرکت است. همچنین فضای کسب و کار از گرایش به تخصص به سمت گرایش به معلومات عمومی، و از تخصص در طیف بسیار محدودی از

موضوع دیگری حذف شود، یعنی نمی‌توان خبری را در روزنامه آورد مگر آنکه در مقابل خبر دیگری حذف شود. ذهن آدمی نیز همچون سیستم بسته‌گزینش اخبار در نشریات و روزنامه‌ها عمل می‌کند. افراد و جوامع، تعداد مشکلات و نگرانی‌های مشخصی را در هر زمان معینی می‌توانند در ذهن پردازش کنند. اگر مشکلات و نگرانی‌های جدیدی مطرح شود، برخی نگرانی‌های قدیمی‌تر از صفحه ذهن افراد پاک می‌شود. در واقع بازتاب اولویت‌های افراد و جوامع در انتخاب مشکلات و نگرانی‌های فکری‌شان همچون فرآیندی است؛ و در حقیقت با بررسی و تحلیل این فرآیند می‌توان به کشف روندهای مهم دست یافت.

برای مثال، جان نیزبیت، نویسنده کتاب روندهای کلان در دهه هفتاد مشاهده کرد که روزنامه‌های آمریکایی شروع به طرح موضوعات زیست‌محیطی کرده و خبرهایی همچون: نشت نفت در سانتابارا باعث بروز پیامدهای شدید زیست‌محیطی خواهد شد؛ دانشجویان کالیفرنیا، خودروهایی خود را زیر خاک چال کردند، را در بخش‌های مختلف چاپ می‌کنند. وی سپس دریافت افزایش هر سانتیمتر از ستون روزنامه‌ای که به خبرهای زیست‌محیطی اختصاص می‌یابد، باعث کاهش همان میزان در خبرهای حقوق مدنی شده است و این تناسب نه تنها در حد سانتیمتر قابل پیگیری بود بلکه حتی امکان مقابله خط به خط مقدار افزایش و کاهش ستون‌ها نیز میسر بود.

استفاده از تحلیل ممتوا

اگر در مورد موضوعی خاص بتوان هر چه بیشتر مطالعه کرد و در هر برخورد با موضوع، خبر مرتبط را یادداشت برداری نمود، در طول زمان، اطلاعات مناسب و کافی برای تشخیص

نفس‌تین تحلیل ممتوا

ریشه تحلیل محتوا به جنگ جهانی دوم بر می‌گردد. طی این جنگ، کارشناسان وزارت اطلاعات بریتانیا به دنبال روشی برای دستیابی به اطلاعاتی بودند که نشان دهد آیا شرایط آلمان رو به بهبود و یا رو به وخامت می‌رود. از این رو، تصمیم گرفتند تحلیل جامعی از روزنامه‌های منتشر در آلمان انجام دهند.

در آن زمان با وجود آنکه دستیابی به شماره‌های روز نشریات آلمان بسیار دشوار بود و در عین حال اطلاعات مربوط به آذوقه، حجم تولید، حمل و نقل، ذخایر غذایی محرمانه تلقی می‌شد، کارشناسان در طول زمان توانستند با بررسی و پیگیرهای دقیق وقایع منطقه‌ای، درباره افتتاح و تعطیلی کارخانه‌ها، دستیابی به اهداف تولیدی تعیین شده، ساعت ورود و خروج قطارها و حتی میزان تأخیر آنها، فهرست نام مناطقی که سربازان حین عملیات کشته می‌شدند، و بسیاری مسائل جزئی دیگر، به آنچه در آلمان می‌گذشت آگاه شوند. آنان که به شدت تحت تأثیر کشفیات خود در باره تعداد کشته و زخمی شدگان ارتش آلمان، و فشار جنگ بر روی مردم، صنعت، و اقتصاد این کشور قرار گرفته بودند، شروع به تحلیل روزنامه‌های ژاپن، نموده و نتایج مشابه به دست آوردند.

امروزه وزارت اطلاعات ایالات متحده سالانه میلیون‌ها دلار صرف تحلیل محتوای روزنامه‌ها در نقاط مختلف جهان می‌کند، تا ثبات نظام این کشورها را بدین وسیله پیش‌بینی نماید.

چرا تحلیل ممتوا مؤثر است؟

به دلایل اقتصادی، فضای اختصاص یافته به اخبار در روزنامه‌ها معمولاً در طول زمان ثابت است و تغییری نمی‌کند. از این رو، وقتی موضوع جدیدی مطرح می‌شود مستلزم آن است که

موضوعات به سوی یادگیری روش یادگیری^۱ در حرکت است. دانستن این امر برای جوانان که فرایند یادگیری آنها باید مادام‌العمر باشد، بسیار حائز اهمیت است. چرا که آنها باید از شغلی به شغل دیگر و از منصبی به منصب دیگر بروند و خود را با آهنگ سریع تغییرات هم‌نوا کنند. برخی اعتقاد دارند که تخصص‌گرایی افراطی، ظرفیت رشد انسان را محدود می‌کند. مطالعات اخیر نشان داده است که وقتی افراد در دوره دکتری تحصیل می‌کنند، ضریب هوشی‌شان افت می‌کند. هر چند، باورکردنش آسان نیست! با این اوصاف، کشورها برحسب معنای فرهنگی و نمادهای خود قوی‌تر می‌شوند. با کم‌رنگ شدن مرزها، این شرکت‌ها، کارآفرینان و بازیگران عرصه کسب‌وکار هستند که اقتصاد جهانی را می‌سازند. دولتمردان ارزش افزوده نمی‌آفرینند، آنها تجارت نمی‌کنند.

بنابراین به موازات آنکه وابستگی ملت‌ها از لحاظ اقتصادی بیشتر و بیشتر می‌شود، احساس استحاله فرهنگی نیز در میان ملت‌ها تشدید می‌شود. به همین دلیل ملت‌ها بیشتر به هویت فرهنگی خودشان می‌چسبند.

تحلیل ممتوا ابزاری برای پیش‌بینی آینده

تحلیل محتوا، فرآیندی است که در آن به جمع‌آوری مقالات و بریده جراید و اخبار متنوع از منابع مختلف پرداخته، سپس با ذخیره سازی آنها در کامپیوتر، این اطلاعات را بررسی و تحلیل می‌کنیم تا الگوهای موجود در زمینه‌های به خصوص مشخص شوند. سپس از نتایج بدست آمده برای تعیین روندهای جاری استفاده می‌کنیم. اعتبار این روش مبتنی بر این واقعیت است که بهترین راه پیش‌بینی آینده، دستیابی به ایده روشن از هر آن چیزی است که هم اکنون در حال وقوع است.

1996.

6. Megatrends 2000. Ten New Directions for the 1990's., John Naisbitt, William & Morrow Company, Inc., 1990

7. Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives, John Naisbitt, Warner Books, 1982

8. High Tech/High Touch: The Co-Evolution of Technology and Culture, John Naisbitt, <http://home.interlog.com/~blake/naisbitt.htm>.

برون سازمانی و درون سازمانی را به فرصت‌های سودمند تبدیل کنند. بنابراین واقعیت است که صاحب‌نظران، نخستین سیاست را در هنگام تغییر به فراموشی سپردن دیروز و یادگیری برای فردا می‌دانند.

همچنین در این مقاله تلاش شد تا پاره‌ای از ابعاد و ویژگی‌های آفریده‌روندهای کلان‌بازخوانی شود تا بتوان در دنیای پر تلاطم کسب و کار پیروزمندانانه فعالیت کرد. زیرا تحولات هزاره جدید تنها در حوزه فناوری و یا شتاب انجام کار نیست بلکه دگرگونی در مفاهیم است. بنابر این بسیاری از آنها به راحتی مشاهده نمی‌شود و بلکه لازم است که درک شود. دنیای آینده، دنیای اقتصاد جدید نیست بلکه دنیای جامعه جدید است. پس بیاموزیم که در هزاره جدید به هنگام اندیشه در مورد کسب و کار خود و برای درک وقایع و روندهای جهان، افکارمان را بر لایه‌های پنهان اطلاعات و دانش نیز متوجه نماییم. جامعه را بشناسیم و درک کنیم و با بصیرت و خردورزی اقداماتمان را همراه کنیم.

منابع و مآخذ

1. Uncovering New Consumer Trends & Demands, The Entrepreneur's Guidebook Series, Peter J. Patsula, 2001, Patsula Media, www.smallbusinessstown.com.

۲. دنیای ۲۰۰۰: سیاست، اقتصاد و فرهنگ در قرن بیست و یکم، جان نایس‌بیت و پاتریشیا آبردین، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، ۱۳۷۸.

۳. آسیا به کجا می‌رود (روندهای کلان در آسیا): هشت روند کلان در آسیا که دنیای ما را تغییر شکل خواهد داد، جان نایس‌بیت، برگردان ناصر موفقیان، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی، ۱۳۸۵.

۴. فناوری برتر، حس برتر: گذشته دوباره باز می‌گردد، گفت و گو با جان نایس‌بیت، مترجم سیاوش ملکی‌فر، www.iranasef.org

5. Megatrends Asia. Eight Asian Megatrends That Are Reshaping Our World, John Naisbitt, Simon & Schuster,

الگوهای حاکم گردآوری می‌شود. بنابراین با بکارگیری این الگوها و دانسته‌ها و نیز توجه به مسائل اجتماعی و سیاسی حاکم، شناخت ما در باره تغییر سهم بازار کالاها، مارک‌ها و علائم تجاری افزوده خواهد شد، از این طریق می‌توان آینده را پیش‌بینی نمود. پیش‌بینی آینده کلیدی برای ورود به عرصه نوآوری است و نوآوری شاه‌کلید فرصت‌های کارآفرینانه.

نتیجه‌گیری

هدف این مقاله نمایان‌سازی گستره فضای واقعی کسب و کار به روی دیدگان آغازگران و صاحبان کسب و کارها بوده و تأکید بر این نکته که برای حصول به موفقیت پایدار، نیاز به کاوش عمیق در میدانی وسیع با ابعاد متنوع است. در این فضا روندها و تحولاتی بطور پنهان و آشکار در جریان هستند، و بر همه کسب و کارها و سازمان‌های کوچک و بزرگ، محلی و بین‌المللی، تولیدی یا خدماتی احاطه و اثر خواهد داشت. در فضای واقعی کسب و کار به مرور نظام‌های پیشین پایان می‌پذیرد و نظمی جدید و اقتصاد نوین، ظهور و بروز می‌یابد که خود بازندگان و برندگان در میدان کسب و کار به همراه دارد. در این نظام جدید سازمان‌هایی که نتوانند با چالش‌های پیش‌رو، پیروزمندانانه دست و پنجه نرم کنند، نخواهند توانست در دوران پرتلاطمی که همراه با دگرگونی‌های ساختاری، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فناورانه است، دوام بیاورند. اگر چه فرصت‌های بیشماری در تغییر و دگرگونی وجود دارد و دگرگونی‌ها را نمی‌توان مهار کرد اما می‌توان از آنها پیش افتاد. در گرداب پر تلاطم تحولات، تنها سازمان‌هایی به ساحل نجات می‌رسند که آماده و به انتظار آن نشسته باشند.

پیش‌تازان تحول و دگرگونی، خود در پی این پدیده می‌گردند زیرا می‌دانند که چگونه دگرگونی‌های