

## بحران های نوین مدیریت در هزاره سوم



مدیران همواره در طول دوران مدیریت خود با چالش هایی روبرو می شوند که گاهی از آن ها به عنوان **بحران** یاد می شود. این بحران ها عمدتاً در دو فضای داخل سازمانی و برون سازمانی تقسیم می شوند . بحران های برون سازمانی از نوسانات نرخ ارز گرفته تا قوانین و مقررات

حاکم بر صنعت و غیره.... و همچنین بحران های داخلی همچون بحران های کارگری و یا مسایل فنی در تولید ....

اما آنچه که هدف از سخن است ، این است که در هزاره سوم دیگر این عوامل و عواملی از این دست به عنوان بحران تلقی نشده و جزیی از ماهیت و ذات کسب و کار در نظر گرفته می شوند. زیرا از زمانی که مدیریت و دانش مدیریت پا به عرصه وجود گذاشته ، همواره این موارد جزو ماهیت کسب و کار بوده و در دوران های مختلف و صنایع مختلف، صرفاً کمی شدت و تنوع آن تغییر کرده است.

اما آنچه که در هزاره سوم در پیش روی مدیران قرار گرفته نوع دیگری از بحران است که هنوز به خوبی ابعاد آن شناخته نشده و چالش های جدیدی را برای مدیران ایجاد کرده است.

این بحران ها ناشی از تلاقی سه جریان مدیریت، موج چهارم و نسل Z ها می باشد.

### موج چهارم :



موج اول همان دوران کشاورزی است که بر اساس آن صرفاً هدف تامین خوراک از طریق کشاورزی بوده است . پس از آن موج دوم یا موج صنعتی که در آن هدف تولیدات مواد صنعتی و ایجاد صنایع مختلف بوده است.

اما بعد از مطرح شدن نظریه موج سوم توسط تافلر<sup>۱</sup> (یا

همان عصر اطلاعات ) ، نظریه موج چهارم برای اولین بار توسط دکتر علی اکبر جلالی<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۴ مطرح گردید. این نظریه بر پایه جهان مجازی می باشد . آنجا که همه چیز ماهیت خود را در دنیای مجازی نشان میدهد. تکنولوژی های بسیاری بر اساس این نظریه شکل گرفته که ما نیز هم اکنون بخش عمده ای از این موج را در زندگی روز مره

<sup>۱</sup>) Alvin Toffler

<sup>۲</sup> دکتر علی اکبر جلالی، فوق دکترای برق و متخصص فن آوری اطلاعات از دانشگاه ویرجینیای غربی امریکا و قائم مقام پژوهشکده الکترونیک و عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران و استادیار پاره وقت دانشگاه وست ویرجینیای غربی است

خود شاهد می باشیم. آموزش مجازی ، خرید و فروش اینترنتی ، شهر الکترونیک، و بسیاری از این موارد جزو تبعات این موج می باشد.

تا حدود دو یا سه دهه قبل پیش شاید کمتر کسی تصور می کرد که می تواند در منزل کالای مطلوب نظر خود را رویت، انتخاب، خرید و تحویل گرفته و پول پرداختی آن را نیز بدون جابجایی هیچگونه وجه نقدی انجام دهد. و حتی اصلا پیش بینی نمی شد که بتوان در درون خودرو خود نشسته و از روی تلفن همراه کلیه امور بانکی و یا خدمات شهروندی خود را به انجام برساند.

مثال هایی از این دست بسیار هستند ، ولی نکته حائز اهمیت آن توجه مدیران کسب و کار بر این مهم می باشد که روند حضور در بازار بگونه دیگری رقم خورده که دیگر با پارامتر های تجربی و علمی گذشته سازگار نمی باشد . بنا بر این برای تداوم حضور در فضای کسب و کار باید توانایی خود و مجموعه خود را برای موج سواری بر موج چهارم مهیا نمایند.



در موج چهارم شبکه های اجتماعی روی بستر شبکه های موبایل ( GSM ) شکل می گیرد و خواسته و ناخواسته این قابلیت بستری برای حضور کسب و کار می گردد. شبکه هایی مثل فیس بوک که در موج سوم ایجاد شده بودند ، جای خود را به این شبکه های اجتماعی واگذار نموده اند. آمار ها نشان میدهد که تقریبا حدود ۲۵ درصد کاربران شبکه های همچون فیس بوک به سمت شبکه های اجتماعی همچون تلگرام، واتساپ ، وایبر و امثالهم کوچ کرده اند.

رشد روز افزون این شبکه ها هشدار است برای مدیران که فرصت یا تهدید این موج به درستی شناسایی کرده و از توانمندی های آن به نحو مطلوبی بهره مند گردند. جمله معروفی در حوزه مدیریت وجود دارد که می گوید: **سازمانها یا تغییر را می پذیرند و یا محکوم به فنا هستند .**

البته شاید جوانان امروزی با اسامی غول هایی همچون **پولاروید و پان آمریکن** آشنا نباشند ، ولی حتما نسل قبلی ها با این شرکت های بزرگ آشنایی کامل دارند. شرکت هایی که به لحاظ عدم پذیرش تغییرات در کسب و کار محکوم به نابودی شدند.

چالش های امروزی مدیران، بر بال فضای مجازی سوار گردیده است . آنجایی که روند تغییرات بسیار سنگین و سریعتر از حد تصور اتفاق می افتد. بنا بر این عدم توجه به این تغییرات می تواند عواقب سنگینی را برای مدیران و کسب و کار تابعه آنها بدنبال داشته باشد.

موج چهارم در صنایع باعث می شود تا برج های بیش از ۱۰۰ طبقه در کمتر از یک سال ساخته و سرعت قطارها به بیش از ۵۰۰ کیلومتر در ساعت ارتقا یابد.

اثرات موج چهارم در تمامی عرصه ها وجود دارد ، کافی است کمی عمیق تر نگاه نماییم !

البته همه جوانب این موج به عنوان فرصت نیست، بلکه بسیاری از تبعات منفی را نیز به دنبال دارد که پرداختن به ابعاد آنها هم نوعی از ماهیت این فضا می باشد. به عنوان مثال جرائم مالی ، اخلاقی و سوء استفاده هایی که در فضای مجازی اتفاق می افتد.

### نسل های Y و Z:



اطلاعات دقیقی برای قرار دادن مرز ظهور نسل Y در جایی ثبت نشده ولی برخی معتقد هستند که دوران نسل Y ها از اواخر دهه ۱۹۷۰ یا اوایل دهه ۱۹۸۰ آغاز شده و در اوایل دهه ۲۰۰۰ به پایان رسیده است.

نسل Y، اولین نسلی است که والدین آنها ( یعنی نسل X ها ) برای بسیاری از امور تکنولوژی و فناوری های روز از فرزندان خود ( که همان نسل Y ها می باشد ) کمک گرفته اند. برای نمونه پدر خانواده در انتظار فرزندش است تا وی برای او دی وی پلیر را راه اندازی کند!

اما نسل Z ی ها گروهی هستند که از اوایل هزاره سوم متولد شده اند، یعنی الان در اوج دوران جوانی و در سنی حدود ۲۰ سال. نسلی که از وقتی خور را شناخت در کوران ابزار های تکنولوژیک قرار گرفته. همه چیز و همه جا برایش در دسترس بوده، اطلاعات در حد وفور، مرز های جغرافیایی در نور دیده شده و در شبکه های اجتماعی رشد کرده و حتی خصوصیات رفتاری این شبکه ها را در خود نهادینه کرده است. عمدتاً در خانواده های کم جمعیت رشد کرده اند و به همین لحاظ عمده ارتباطات خود را بصورت مجازی تعریف کرده اند. به این نسل ، نسل دیجیتالی یا موبایل زده هم گفته می شود !

با انواع بازی های رایانه ای مانوس شده است. آنجایی که با هر بار شکست، و یا هر بار کشته شدن ، جان دوباره گرفته و کرارا به جنگ گول بزرگ رفته و تصور می کند در زندگی واقعی هم می توان همه چیز را ریست کرد !

نسلی که همزمان با یادگیری سخن گفتن، با موبایل و کامپیوتر، لپ تاپ و تبلت، رشد کرده است. ارتباطات را بیشتر در قالب شبکه های اجتماعی می پسندد. کتاب خود را روی تبلت و موبایل می خواند. به لحاظ درگیر شدن با تکنولوژی ها پر سرعت و در دسترس، تاب و تحمل ندارد. می خواهد ره صد ساله را یک شبه طی نماید و ....

البته در اینجا سعی ندارم خصوصیات رفتاری نسل Zی ها را به رشته تحریر در آورم . ولی خاص کلام توجه مدیران است به این نسل حاضر که یا در استخدام هستند و یا در صف ورود به حوزه های کسب و کار.

### بحران های نوین مدیریت :



با توجه به تداخل و همزمانی موج چهارم و پیدایش نسل Zی ها می توان چالش های پیش روی مدیران را پیش بینی نمود.

چالش در تلاقی تفکر و رفتار دو نسل با خصوصیات کاملا متفاوت . نسلی که بعنوان مدیر بر مسند کسب و کار قرار گرفته (نسل Y) و نسلی که قرار است موتور محرک نیروی انسانی سازمانها باشد(نسل Z).

رشد بسیار سریع رفتار های موج چهارم و تاثیرات آن بر حوزه کسب و کار سازمان ها. آموزش های مجازی ، شهر و شهروند الکترونیک، کالای مجازی ، بازاریابی مجازی ، کارمند مجازی و ... !

در کسب و کاری که مدیران حتی کارکنان خود را نخواهند دید !

- استخدام و مصاحبه و انجام کار بصورت مجازی انجام می گردد،
- پرداخت ها بصورت مجازی انجام می پذیرد ...
- نه مکانی فیزیکی بنام سازمان به مفهوم فعلی، و نه کارمندانی به مفهوم فعلی و نه بازاری به مفهوم فعلی ...

حال تصور کنید مسایلی که تاکنون در حوزه مدیریت به عنوان یکی از چالش های اصلی مدیریت مطرح بوده ، اکنون چگونه باید مدیریت گردد . مسالی چون استخدام، مدیریت رفتار سازمانی، بازنشستگی ، کار تیمی ، ایمنی کارکنان، آیین نامه های انضباطی، دارایی های سازمانی، بازاریابی، خرید و فروش و بسیاری از این مفاهیم که در دهه های قبل در حوزه مدیریت مطرح بوده، اکنون دیگر کاربردی نداشته و باید برای آنها روش ها و رفتار های خاص خودش را طراحی نمود.

بحث در حوزه اینگونه بحران ها بسیار فراگیرتر از آنی است که در قالب یک مقاله کوتاه بگنجد. زیرا مبانی این بحران ها را باید در مطالعات سنگین بر اثرات دنیای مجازی و خصوصیات رفتاری نسل جوان حاضر و آماده به کار، جستجو کرد. آنچه که می تواند توان مدیریت کردن بر سازمان ها را در عصر حاضر و یا دوران پیش رو ارتقا بخشد، توانایی مدیران برای یافتن نقاط مشترک رفتاری نسل Zی ها و فرصت های پیش روی ناشی از موج چهارم می باشد.

## نتیجه کلام :

آنچه هدف از سخن بود، صرفاً اشاره ای به بحران های نوین مدیریت در هزاره سوم بود که رئوس آن بر سه محور اصلی مدیریت ، موج چهارم و نسل Zی ها در فضای کسب و کار، شکل می گیرد.

و در اینجا یک سوال اساسی مطرح است : آیا می توان در بازار های جهانی، بگونه ای که اکنون هستیم، سازمان های خود را مدیریت کرده و وارد عرصه رقابت شویم ؟

در دنیای پیشرفته ای که خود را بر موج چهارم سوار کرده است، دولت ما، سازمان ما ، صنایع ما و کسب و کار ما در کدام موج سیاحت می کند !؟