

آینده پژوهشی نرم
در
بازار خودرو سواری

نویسنده

مهندس محمد سعید حیدری

عصر کنکاش

۱۳۹۴

سرشناسه	:	حیدری، محمد سعید
عنوان و نام پدیدآور	:	آینده پژوهی نرم در بازار خودرو سواری / نویسنده محمدسعید حیدری
مشخصات نشر	:	تهران: عصر کنکاش، ۱۳۹۳
مشخصات ظاهری	:	۱۴۸ ص. مصور. جدول، نمودار
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۶۹۴۹-۴۰-۶
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
موضوع	:	آینده پژوهی
موضوع	:	اتومبیل‌ها - - ایران - - صنعت و تجارت - - آینده‌نگری
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۲ ۱۵۸ / ج ۹ / CB
رده بندی دیویی	:	۰۳/۲
شماره کتبات ملی	:	۳۴۰۲۶۷۹



انسان‌ات علمی، فرهنگی و آموزشی

عصر کنکاش

عنوان کتاب:	آینده پژوهی نرم در بازار خودرو سواری
مؤلف:	محمدسعید حیدری
صفحه آرا:	ساغر ابوالقاسمی
طرح جلد:	عصر کنکاش
چاپخانه و صحافی:	اشراقی
نوبت چاپ:	اول
سال چاپ:	۱۳۹۴
شمارگان:	۵۰۰ نسخه
قیمت:	۴۰۰۰ تومان
نشانی:	تهران - میدان انقلاب - ابتدای کارگر شمالی - بعد از فرصت - کوچه مستعلی - ۲۶ - واحد ۳
آدرس الکترونیکی:	www.asrekankash.ir- www.asrekankash.com
پست الکترونیکی:	asrekankash@gmail.com
تلفن:	۲۲۹۰ ۱۰ ۱۵ - ۶۶۹۰۷۳۹۴

فهرست مطالب

۹	فصل اول: مقدمه‌ای بر آینده‌پژوهی و آینده‌اندیشی
۹	مقدمه
۱۰	آینده‌شناسی و آینده‌نگاری
۱۶	تعریف آینده‌پژوهی
۱۶	آینده‌پژوهی چیست
۱۹	اهداف آینده‌پژوهی
۲۰	اهداف علم و خاص آینده‌نگاری
۲۹	آینده‌شناسی چیست
۳۰	ویژگی‌های چند حوزه‌ای آینده‌پژوهان
۳۳	فصل دوم: آشنایی با مفاهیم آینده‌شناسی
۳۶	دوره‌های زمانی مطالعه آینده
۳۷	آینده‌نگاری و هوشمندی در کسب اطلاعات
۴۲	اهداف آینده‌پژوهی در سطح یک شرکت
۴۳	نسل‌های آینده‌نگاری
۴۳	نظریه چهار مرحله‌ای آینده‌نگاری فناوری
۴۶	نگاهی عمیق‌تر به نسل‌های پسین آینده‌نگاری قدری
۴۶	نسل سوم آینده‌نگاری فناوری و پیشرانهای فناوری
۴۹	آینده‌نگاری نرم و نسل جدید آینده‌نگاری
۵۷	اشتباهات رایج در طرح‌ها و مطالعات آینده‌پژوهی شرکتها
۶۳	فصل سوم: روش‌های و تکنیک‌های آینده‌پژوهی
۶۴	دسته‌بندی روش‌های آینده‌نگاری
۶۷	تحلیل روند (Trend Analysis)
۶۷	پایش روندها (Trend Monitoring)
۶۷	پرافکنی روندها (Trend Projection)

۶۸	سناریو نویسی و تحلیل (Scenario development and Analysis)
۶۹	مشاوره با دیگران (Consulting Others)
۷۰	مدل ها (Models)
۷۰	شبیه سازی یا بازی (Simulations or Gaming)
۷۱	تحلیل تاریخی (Historical Analysis)
۷۱	تومان فکری
۷۲	تجزیه و تحلیل اهداف
۷۲	تحلیل مناطق
۷۳	تحلیل سناریو شناسی
۷۳	تحلیل محتوا
۷۳	تجسم
۷۶	روش دلفی
۸۵	فصل چهارم: آشنایی با روندهای بزرگ و کوچک آینده
۸۶	حوزه سلامتی و رفاه
۸۸	حوزه اقتصاد
۹۰	حوزه اشتغال و سبک زندگی
۹۳	حوزه جمعیت
۹۷	حوزه انرژی و حمل و نقل
۱۰۰	حوزه تولید و خدمات
۱۰۲	فهرست روندهای کلی جهانی در حوزه های مختلف
۱۰۷	فصل پنجم: تبیین و شناخت عوامل اثرگذار بر آینده تقاضای خودرو و وسایل نقلیه
۱۰۷	مقدمه
۱۱۰	معرفی عوامل نرم اثرگذار بر آینده تقاضای خودروسواری
۱۱۴	تحلیل عوامل نرم اثرگذار بر آینده تقاضای خودروسواری
۱۱۴	حوزه بازار
۱۱۷	حوزه اقتصاد
۱۲۲	حوزه توسعه

۱۲۶	 حوزه جمعیت شناختی
۱۳۱	 حوزه سبک زندگی
۱۳۴	 حوزه دولت و حاکمیت
۱۳۷	 فصل ششم: مواجهه پیشدستانه با آینده تقاضای خودرو سواری
۱۳۷	 مقدمه
۱۳۷	 ارائه مدل بصری عوامل موثر بر بازار خودرو سواری
۱۴۰	 تغییر جهت گیری ها در مواجهه با آینده
۱۴۱	 دیدگاه سیاست ایانه به روندهای نرم شکل دهنده آینده تقاضای خودرو سواری
۱۴۱	 حوزه بازار
۱۴۲	 حوزه اقتصاد
۱۴۴	 حوزه توسعه
۱۴۵	 حوزه جمعیت شناختی
۱۴۶	 حوزه سبک زندگی

مقدمه مولف

امروزه در حوزه برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری آنچه مهم انگاشته می‌شود، خود برنامه و تصمیم نیست، بلکه اجرای درست و بموقع آنهاست، به گونه‌ای که اجرای سریع و دقیق یک تصمیم یا برنامه به مراتب مهم‌تر از صحت و کیفیت محتوای برنامه یا تصمیم است.

وقتی به تصمیمات و برنامه‌ها می‌نگریم، متوجه می‌شویم که در بسیاری موارد عامل اصلی بروز بعضی از مشکلات در مرحله تدوین و همچنین اجرای آنها، عامل زمان است، کمبود وقت و فشردن مسائل بر روی هم باعث می‌شود، هم فرصت کافی جهت تجزیه و تحلیل دقیق مسائل و اذعان به این تصمیمات و طراحی مناسب‌ترین برنامه‌ها وجود نداشته باشد. و هر چه در مرحله اجرا نیز نتوان با دقت و اختصاص زمان کافی تصمیمات و برنامه‌ها را به مرحله اجرا گذاشت (گاهی فارغ از منابع و امکانات صرف شده، هر تصمیم و برنامه‌ای جهت اجرا شدن و رسیدن به بالاترین سطح کارایی و اثر بخشی خود به یک حداقل زمان نیاز دارد).

نکته بعدی اینکه برخلاف موارد اشاره شده در فصول بسیاری از تصمیمات در زمان کافی و با موشکافی و تحلیل کامل وضعیت موجود طرح‌ریزی و در مرحله اجرا نیز با آرامش و گام به گام و تدریجی و بدون هر گونه خطا و انحرافی اجرا شده‌اند، اما زمانی که فصل برداشت و بهره‌برداری می‌رسد، متوجه می‌شویم که تصمیمات اخذ شده و برنامه‌های پیاده شده متناسب با پیش‌فرض‌هایی بوده که در گذشته صادق نیستند و مرور زمان باعث تغییرات مختلفی در محیط شده است.

اینجاست که آینده‌پژوهی به عنوان راه‌حلی استراتژیک برای پاسخگویی به حل هر دو مشکل (یا بهتر بگوییم ابرمشکلات) عرض اندام می‌کند.

در باب آینده‌پژوهی توسط نویسندگان و محققان داخلی و خارجی کتب مختلفی نگاشته شده و به جامعه علمی کشور عرضه شده است، بنابراین طبیعی است که در

این کتاب بصورت ساده به خود مقوله آینده‌پژوهی پرداخته نشود. و بصورت تخصصی یکی از شاخه‌های دانش آینده‌پژوهی (یعنی آینده‌پژوهی نرم) مورد بحث و بررسی قرار گرفته و در نهایت کاربرد عملی آن در ارتباط با یکی از شاخه‌های کسب و کار در جهان امروز (یعنی بازار و صنعت خودرو) مورد بحث و بررسی قرار

این حال فصل اول این کتاب بصورت کلی به بیان مفاهیم آینده‌پژوهی و پایش آمده پرداخته است تا از طریق یک زمینه‌سازی اولیه، خواننده را جهت آشنایی با مفاهیم تخصصی آینده‌پژوهی و نسل‌های مختلف آن (که در فصل دوم بدان اشاره شده است) آماده نماید. در فصل سوم بصورت تخصصی‌تر به مقوله آینده‌پژوهی پرداخته شده و نقش این یاد دانی کاربردی، عمده‌ترین روش‌های مورد استفاده جهت پیش‌بینی و مطالعه در مورد آینده به خوانندگان این کتاب معرفی شده است.

پس از این چند فصل در فصل چهارم بصورت عمومی (و البته با نیم‌نگاهی به صنعت و بازار خودرو بویژه خودرو سوار) بصورت خلاصه یافته‌های موسسات تحقیقاتی و دانشمندان و شرکتها و پروژه‌های مختلف در سطح جهان، در ارتباط با روندهای برقدرتی که در حال تغییر و تحول و پیشبرد جهان هستند معرفی می‌شوند، تا از این رهگذر و از دل آنها بتوان عوامل اثرگذار (عوامل نرم‌اثرگذار) بر آینده تقاضای خودرو سواری (که موضوع اصلی کتاب است) را شناسایی نمود.

اگر آینده‌پژوهی را علمی بدانیم که دارای دو هدف کلان شناخت آینده از یک طرف و زمینه‌سازی جهت مواجهه پیش‌دستانه با آینده‌های محتمل و محتوم دانست، فصل پنجم در راستای دستیابی به هدف نخست، و فصل ششم (مواجهه پیش‌دستانه با آینده تقاضای خودرو سواری) نیز در راستای تحقق هدف دوم ارائه خواهد شد.