

اعجازگران مدیریت

نوشته دکتر سیدمهدی الوانی

چکیده

در دنیای امروز مدیرانی توانایی رویارویی با مسائل پیچیده و موضوعات بخرنج زمانه را دارند که از ویژگیهای "اعجازگری و تحول آفرینی" برخوردار باشند. شناخت دنیای کاری، توجه محوری به انسان، بهره‌گیری از سرشت تطبیق‌پذیر آدمی، ایجاد دیدگاه مشترک در اعضای سازمان، و کاربردی بودن، از ویژگیهای "اعجازگری و تحول آفرینی" است. مدیران، مشاوران و نظریه‌پردازان تحول آفرین و اعجازگر، احیاگر سازمانها و روح‌افزای انسانها در سازمانها می‌باشند که از قدرت نفوذ و اثرگذاری بالایی برخوردارند و به همین دلیل است که نظریه‌پردازان معاصر واژه Guru به معنای کاهن بودایی و مرشد روحانی را که روشن‌کننده ذهنها و آرام‌کننده دلهاست و رفتار و کردارش در ایجاد تحول به اعجاز می‌ماند از فرهنگ بودائیسیم به عاریت گرفته و برای نامیدن آنان بکار برده‌اند.

مقدمه

اندیشه‌های مدیریت نفوذ فراوان بر جای می‌گذارند، و نوشته‌ها و گفته‌های آنان نقل محافل و مجامع مدیریتی می‌شود، "تحول آفرینان معجزه‌گر مدیریت" یا "اعجازگران مدیریت" (Management Gurus) نام گرفته‌اند. در معادل‌گذاری فارسی این اصطلاح کوشش شده تا ویژگیهای اعجازگری، روح‌بخشی، احیاگری و تحول آفرینی درونی مدّ نظر قرار گیرد.

واژه Guru در انگلیسی به معنای کاهن بودایی و مرشدی روحانی است که بر مریدان خود نفوذ بسیار دارد و به ذهن آنان ایمان و آرامش می‌بخشد. او روشن‌کننده ذهنها و آرام‌کننده دلهاست. مرادی است که مریدان به کلام او دل‌بسته‌اند و رفتار او سرمشق و الگوی اعمال آنان است. از آنجایی که اعجازگران مدیریت، احیاکننده سازمانها و روح‌افزای انسانها هستند و در وجود آنان قدرتی ماورای تواناییهای صرفاً فنی و تخصصی نهفته است،

در سالهای اخیر اصطلاح و عنوانی جدید در مدیریت متداول شده است که به گروهی از مدیران، مشاوران و اندیشمندان مدیریت اطلاق می‌شود که قادرند تحولات و دگرگونیهای عمده‌ای را در سازمانها و مدیریت خود ایجاد کنند. این تحول آفرینان معجزه‌گر را به گونه‌ای توصیف کرده‌اند که گویی می‌توانند به کالبد سازمانهای مرده، روح بدمند؛ در اندیشه‌های ایستا، پویایی ایجاد کنند و الگو و اُسوه برای دیگر مدیران شوند. اعجازگران، مدیریت خرد و دانش را نه تنها به دیگر مدیران بلکه با امکانات خاص خود به تمامی اعضای جامعه نیز منتقل می‌کنند (Clarke, 1997).

این مدیران، مشاوران و نظریه‌پردازان احیاگر که با اعجاز خود سازمانها و بنگاههای در حال رکود و افول را نوسازی می‌کنند و حیات دوباره می‌بخشند، بر نگرش و

ایجاد می‌کنند و موجد اصلاح و پیشبرد مدیریت در عصر کنونی هستند.

نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت، افکار و اندیشه‌ها، اعمال و رفتار و فرهنگ و ارزشهایی را دربر می‌گیرد که به نوسازی و بازسازی تئوریهای سنتی می‌پردازد و سازمان و روابط درون و بیرون آن را دستخوش تحول و توسعه می‌سازد. این نظریه‌ها ضمن آنکه پیوندهای خود را با نظریات مؤثر سنتی حفظ می‌کنند به ابداعها و نوآوری‌های گسترده‌ای دست می‌زنند که توفیق و کامیابی مدیریت را تضمین و نتیجه‌بخشی خود را عملاً اثبات می‌کند. نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی مستقل از مدیران اعجازگر هیچ مفهومی ندارند و مدیران هستند که به آنها معنی می‌بخشند؛ قدرت و تواناییهای مدیران اعجازگر، مدیریت تحول‌آفرینی را قابل تحقق می‌سازد.

ویژگیهای نظریات اعجازگری مدیریت

اعجازگران تحول‌آفرین ویژگیهای متفاوتی را واجد هستند و نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی وجوه مختلفی را دربر دارند، به طوری که به سختی می‌توان آنها را به صورتی دقیق و معین احصا کرد. اما در این قسمت به برخی از این ویژگیها که اتفاق نظر بیشتری نسبت به آنها وجود دارد، اشاره می‌شود. به کمک این ویژگیها می‌توان تا حدودی به مفهوم نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت پی برد. این نظریات هنوز در مرحله شکل‌گیری خود هستند و طبیعی است که ابهاماتی در توصیف آنها وجود داشته باشد.

سهولت ارتباطی در شناخت دنیای کاری - نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی به مدیران کمک می‌کند تا دنیای کاری خود را بهتر بشناسند. اولاً این نظریه‌ها به زبانی ساده و روشن بیان می‌شوند تا هم مدیران و هم کارکنان بتوانند از طریق آنها باهم ارتباط برقرار کنند. ثانیاً نظریه‌های

نظریه‌پردازان این واژه غریب را از فرهنگ بودائیسیم به عاریت گرفته و برای نامیدن آنان به کار برده‌اند. این واژه حامل توصیفی جدید از مدیریت است، توصیفی که در آن مدیریت صرفاً عمل ماشینی و برنامه‌ای نیست، بلکه عمل روحانی است که الهام و اشراق و اعجاز را با فن و حرفه و دانش می‌آمیزد و ملقمه‌ای می‌سازد که پاسخ نیاز مدیریت سازمانهای امروزی است.

در این مقاله ضمن بیان نحوه پیدایی تفکر تحول‌آفرینی اعجازگر در متون مدیریت و سازمان، ویژگیهای اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت برای شناخت این مقوله توصیف شده و در انتها با بحثی در زمینه یافتن یک تعریف و دسته‌بندی اعجازگران مدیریت مقاله خاتمه می‌یابد.

پیشینه موضوع به اجمال

از دهه هشتاد میلادی، نوشته‌هایی در مورد اعجازگران مدیریت در نشریات و کتب مدیریت پدیدار شد، و نویسندگان مختلف ظهور پارادایم جدیدی را در مدیریت مطرح کردند.

هوویژینسکی (Huczynski, 1993) اعجازگری مدیریت را یکی از زمینه‌های تئوریک پیشرو قرن بیستم نامید. وود (Wood, 1989) و اولیور (Oliver, 1990) مدیریت اعجازگر را مدیریت جدید و متمایز از دیگر انواع مدیریت می‌دانند که بر رفتار مدیران و نظریات مدیریتی آثار بسیاری بر جای گذارده است. جف کات (Jeffcutt, 1994) نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت را به اکسیر کیمیاگران تشبیه می‌کند که با تعبیرها و تفسیرهای جدید از نظریه‌های سنتی، تئوریهای جدیدی را ارائه می‌دهد و کامیابی و توفیق را به مدیران ارزانی می‌دارد. ویل موت (Willmott, 1993) بر نفوذ و اثر اعجازگران مدیریت تأکید دارد و آنان را به مثابه نیروهایی می‌داند که از جهت فرهنگی و مدیریت دگرگونیهای سازنده‌ای را در سازمانها و کارکنان

اعجازگر به صورت رهبری کریزما (Charisma) جلوه می‌کند و بر پیروان خود نفوذی واقعی دارد. نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی این خاصیت را دارند که بر دل می‌نشینند و باوری درونی را به وجود می‌آورند.

ویژگی دیگری که در نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی موجب سهولت ایجاد ارتباط با مخاطب می‌شود انسجام و یکپارچگی آنهاست که برای ذهن مخاطب به سادگی مفهوم واقع می‌شوند. این نظریه‌ها عموماً به صورت یک بسته (Package) و نه اجزای متفرق و جدا افتاده از هم ارائه می‌شوند. این ساختار نظام‌مند در نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی موجب می‌شود تا مخاطبان مسئله را همانند آنچه در واقعیت وجود دارد درک کنند و آن را عملی و کاربردی ببینند. نظریه‌های تحول‌آفرینی انتزاعی، یک بُعدی، و نظری صرف نیستند، بلکه مرکب، به هم پیوسته، چندبعدی و عملی‌اند.

انسان، کانون توجه - کانون توجه نظریه‌های تحول‌آفرینی، انسان، رفتارها، شخصیت، روحیات و انگیزه‌های اوست. از این جهت نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی با نظریه‌های سازمانی که بیشتر بر ساختار، محیط کلان‌سازی و تکنولوژی نظر دارند، متفاوت هستند. این نظریه‌ها با لحاظ کردن مسائل ساختاری و اصلاحات سازمانی، می‌کوشند تا راه‌حلهای انسانی و رفتاری برای قضایا پیدا کنند. مشاوران موفق سازمانی کسانی هستند که با دیدی جامعه‌شناسانه مسائل را بررسی کنند و برای آن راه‌حلهای روانشناسانه ارائه کنند زیرا نهایتاً انسانها و اعضای سازمان هستند که باید تغییرات و تحولات لازم را تحقق بخشند. بنابراین توجه محوری به انسان در نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی رکنی عمده محسوب می‌شود ضمن آنکه این توجه مانع پرداختن به ابعاد کلان سازمانی نمی‌شود.

در نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت آموزش و انگیزش به همراه هم مورد توجه هستند. انسانها

تحول‌آفرینی کانون توجه خود را بر کارکنان قرار داده است، و ثالثاً "زیربنای فلسفی این نظریه‌ها بر سرشت خوب انسانی و قابلیت تغییر و اصلاح او استوار شده است. بدین سبب نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی ساده و رسا، انسان‌گرا، انسان‌ساز و نوع‌پرورند.

مدیران امروز در دنیای مشحون از پیچیدگی و دگرگونی به سر می‌برند؛ آنان در درک این دنیا به زبان بسیار دقیق و معماگونه فنی، ناتوان و درمانده‌اند. محدوده حافظه و حیطه توجه آنان بی‌انتهاست و به قول سایمون تعقلی محدود (Rounded Rationality) دارند. در نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی این شرایط به خوبی ادراک شده و کوشش گردیده تا در این راه به مدیران یاری داده شود. این نظریه‌ها در روشنی و وضوح ارتباطات، ساده کردن زبان پیچیده فنی و درعین حال حفظ دقت و صحت مسائل، تلاش بسیار کرده‌اند و شاید یکی از علل اصلی توفیق آنان این توجه و عنایت بوده است. آنان نیازهای مدیران امروزی را احساس کرده و به آن پاسخ داده‌اند. نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی آن واژه سحرآمیزی که رمز و راز کامیابی مدیران است کشف و به سادگی و وضوح توصیف کرده‌اند. نظریه‌های مذکور از طریق محدود کردن اطلاعات (تخصصی کردن)، جلوگیری از ورود اطلاعات زاید و اضافی (مانع بودن) و بهره‌گیری از شیوه‌های ساده و قابل درک (ساده‌سازی) به هدف خود که کمک به مدیران در شناخت دنیای حرفه‌ایشان نایل گردیده‌اند. خلاصه آنکه نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی با استفاده از گفتگو، مثال، مصادیق ملموس، و وقایع موجود با مدیران ارتباط مؤثری ایجاد می‌کنند و به آنها الگوهای کامیابی در مدیریت را نشان می‌دهند.

پیامهایی که نظریه‌های تحول‌آفرینی و اعجازگران مدیریت به مخاطبان خود عرضه می‌کنند در اغلب موارد لحنی مذهب‌گونه به خود می‌گیرد و می‌کوشد تا باوری عمیق و اعتقادی راسخ را در آنان ایجاد کند. تحول‌آفرین

اعجازگری و تحول‌آفرینی به یک دیدگاه مشترک می‌رسند. موضوع تلفیق هدفهای فرد و سازمان از دیرباز موضوع اصلی بحث مدیریتها و دغدغه ذهنی آنها بوده است. طرحهای کارانه که ضمن آن درآمد کارکنان با میزان تولید آنان همبسته می‌شد، سهم شدن در مالکیت و سود، مشارکت دادن افراد سازمان در تصمیم‌گیریها، و دیگر شیوه‌های روابط انسانی همه در پی ایجاد هدف و منظری مشترک که میان مدیران سازمان و کارکنان بوده‌اند. در نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی همین هدف دنبال می‌شود و اعجازگران تحول‌آفرین کسانی هستند که قادرند هدفهای افراد خود را با هدفهای سازمان یکی سازند و این هنر اصلی اعجازگری و تحول‌آفرینی است.

کاربردی بودن - نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی
کاربردی هستند و به جنبه‌های عملی زندگی سازمانی توجه دارند. توفیق تحول‌آفرینان اعجازگر در گرو اقدامات آنان به طور عملی در سازمان و جامعه است و آثار مثبت این اقدامات به نظریه‌های تحول‌آفرینی ارزش و اهمیت می‌بخشد. از جهت اجتماعی و فرهنگی نیز این وجه عملی بودن، وجهی مثبت است زیرا مردم و استفاده‌کنندگان از خدمات یا فرآورده‌های سازمان به طور عملی نتایج مدیریت را احساس می‌کنند و نسبت به آن واکنشی مثبت بروز می‌دهند. منگام (Mangham, 1990) زبان عمل را زبانی فصیح و گویا می‌داند و عملی بودن نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی را مشخصه ممتاز آنها ذکر می‌کند. کاربردی بودن نظریه‌های مذکور یادگیری آنها را نیز تسهیل می‌کند و اشاعه آنها را میان مدیران، محققان، و مشاوران مدیریت تسریع می‌کند.

شاید این شبهه پیش آید که ویژگیهایی را که برشمرديم دربر دارنده نکاتی تازه و نو نیستند و به چه دلیل نظریات تحول‌آفرینی اعجازگر را نو قلمداد می‌کنیم. در پاسخ باید بگوییم که نظریات اعجازگری و تحول‌آفرینی

بسیاری از موضوعات و مطالب را به خوبی می‌دانند اما انگیزه و تمایلی به کاربرد آنها ندارند و به تدریج آنها را فراموش می‌کنند. در نظریه‌های تحول‌آفرینی به انگیزش و یادگیری به صورت دو روی یک سکه نگریسته می‌شود و انسان یادگیرنده زمانی برای سازمان مفید واقع می‌شود که انگیزه به‌کارگیری دانش خود را در سازمان دارا باشد. مک‌کورمک (McCormack, 1984) در مورد توجه به انسان چنین می‌گوید: خرد انسانی حکم می‌کند که در مدیریت به سخنان انسانها با اشتیاق گوش فرا دهیم، انتظارات آنان را دریابیم، از شنیده‌های خود بیاموزیم و براساس آن با انسانها به گونه‌ای که در شأن آنهاست رفتار کنیم.

سرشت سازگار شونده و رشد یابنده انسانی - انسان موجودی است که خود را با محیطش سازگار می‌کند و می‌توان رفتارهای او را به گونه‌ای دلخواه جهت داد و اصلاح کرد. انسان موجودی تربیت‌پذیر است و در نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی، سعی بر آن است که رفتارهای مطلوب را در او ایجاد کرد. نظریه‌های اعجازگری و تحول‌آفرینی با نوعی خوشبینی انسان دوستانه که مبتنی بر اعتقاد به فطرت نیکوی آدمی است شکل گرفته‌اند و شاید از این جهت بتوان آنها را آرمانی و ایده‌آلی نامید.

اعجازگران تحول‌آفرین مدیریت به کمک نظریه‌های رفتاری، کارکنان خود را به سوی هدفهای سازمانی راهنمایی و از بروز رفتارهای انحرافی جلوگیری می‌کنند. اعجازگران تحول‌آفرین بیشتر شهودگرا (Intuitional) هستند تا متخصص فنی، آنان با رفتار و اعمال خود نوعی مشروعیت کسب می‌کنند که آنان را در ایجاد تحولات عمیق و پایدار بسیار کمک می‌کند و به آنها جلوه و جایگاهی ماوراء آنچه مدیران عادی دارند می‌بخشد.

دیدگاه مشترک - مدیران و کارکنان در نظریه‌های

هوئیژینسکی برای هر یک از این گروهها، مشاهیری را از جامعه مدیریت آمریکایی نام می‌برد^(۱) و از خدمات و اقدامات مؤثر آنان یاد می‌کند که چگونه توانسته‌اند منشأ تحول و دگرگونی باشند و همچون معجزه‌گران، اعجاز کنند و دگرگونیهای ذهنی ایجاد کنند و با نفوذ در مخاطبان خود، آنان را شیفته و هواخواه خود سازند و سازمانهای بیشماری را به این طریق احیا کنند.

بدین ترتیب تحول‌آفرینان اعجازگر، نظریه‌پردازانی نواندیش و نوآور؛ مدیرانی حماسی و قهرمان، و مشاورانی احیاکننده و معجزه‌گرند که در دنیای امروز تنها به یاری آنان می‌توان در عرصه رقابتهای شدید، سخنی برای گفتن داشت. اما این تعریف و توصیف هنوز در هاله‌ای از پیچیدگی و ابهام نهفته است و باید درباره آن تحقیق و تفسیرهای بسیاری کرد تا شاید بتوان حدود و ثغور آن را معین ساخت و تعریفی جامع و مانع از آن به دست داد. به هر تقدیر تحول‌آفرینان اعجازگر، گروهی بالنده و نافذ عرصه مدیریت‌اند که خود را با اعمال و رفتاری ممتاز و متمایز از دیگران می‌شناسانند. تحول‌آفرینان اعجازگر تابع زمان نیستند، در گذشته‌های نه چندان دور مشاهیری چون تیلور، فایول و وبر در زمره اعجازگران مدیریت بوده‌اند و در حال حاضر نیز کسانی چون دراگر و بلانچارد و میتزبرگ در کسوت اعجازگران درآمده‌اند. مهم آن است که دیدگاه تحول‌آفرینی اعجازگر، نگرشی تازه به مسئله‌ای است که از دیرگاه وجود داشته و به سادگی نمی‌توان از کنار آن گذشت، باید اعجازگران مدیریت را شناخت، ویژگیهایشان را کشف و الگوهای عمل و رفتار آنان را تعیین و تنظیم کرد. موضوع حایز اهمیت درباره این گروه آن است که آنان با نگرشی اقتضایی شرایط دوران خود و مخاطبان خود را می‌شناسند و با استفاده از نظریه‌ها و راهکارهای مناسب به نیازهای جامعه پاسخ می‌دهند. بنابراین، چه بسا که نظریات ابراز شده در مقوله اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت ماهیتاً نظریات جدیدی نباشند، اما نحوه ارائه، زمان و مکان ارائه،

بدون وجود مدیران اعجازگر و تحول‌آفرین موضوعی بی‌معناست. پیوند مدیران ذاتی با این نظریات و استمداد از توانمندیهای درونی و روحی خود احیاگری و روح‌بخشی را برای سازمانها به ارمغان می‌آورند و اعجازگری و تحول‌آفرینی را متبلور و متجسم می‌سازند.

در جست‌وجوی یک تعریف

در غیاب تعریفی علمی و مورد قبول همه صاحب‌نظران رشته مدیریت برای "اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت"، شاید بهترین راه برای توصیف آن بیان ویژگیها و خصوصیات بارز تحول‌آفرینی مدیریت است که در قسمتهای پیشین به آنها اشاره شد. با وجود این به علت تازگی موضوع هنوز نمی‌توان در تعلق تمامی این ویژگیها به اعجازگری و تحول‌آفرینی مدیریت توافق عامی را به دست آورد و همان‌گونه که ذکر شد باید این ویژگیها را در ارتباط با اعجازگران مدیر، مشاور و محقق در نظر گرفت. هوئیژینسکی در کتاب اعجازگران تحول‌آفرین سه گروه را توصیف می‌کند:

(۱) تحول‌آفرینان اعجازگر نظریه‌پرداز که نوآفرین و نواندیش و خلاق‌اند؛

(۲) تحول‌آفرینان اعجازگر مشاور که احیاگر و روح‌دهنده به سازمان‌اند؛

(۳) تحول‌آفرینان اعجازگر مدیر که مدیرانی متهور، حماسه‌ساز، قهرمان و بانفوذند.

تحول‌آفرینان اعجازگر نظریه‌پرداز کسانی هستند که توانسته‌اند با ارائه نظریات جدید، اثربخش و خلاق، تحولات چشمگیری را در مدیریت ایجاد کنند. مشاوران تحول‌آفرین اعجازگر با شیوه‌های جدید، سازمانهای در حال رکود و اضمحلال را احیا کرده‌اند و با اعجاز خود روحی تازه در آنها دمیده‌اند. مدیران تحول‌آفرین اعجازگر نیز با اعمال مدیریتی نو، کارآفرین، و تهورآمیز سازمانها و کارکنان را در مسیر توسعه و بهبود دائم قرار داده‌اند.

نتیجه گیری

در کشور ما نیز باید در مورد تحول آفرینان اعجازگر مدیریت تحقیق و تتبع لازم به عمل آید تا تحول آفرینان اعجازگر خودی در سازمانهای مختلف شناخته شوند و با بررسی ویژگیهای آنان و الگوسازی، بتوان راههای تازه‌ای را برای تحول و توسعه در مدیریت کشور به دست آورد و ارائه کرد. مسلماً تحول آفرینان اعجازگر هر جامعه و اقلیمی، از فضای فرهنگی پیرامون خود تأثیر می‌پذیرند و در رفتارها و اعمالشان صبغه‌های ارزشی و فرهنگی خاصی جلوه‌گر می‌شود. از این رو با آگاهی از ویژگیهای اعجازگری و تحول آفرینی عمومی باید تلاشهای اهل علم و عمل مدیریت در کشور بر آن باشد که نظریه‌های اعجازگری و تحول آفرینی سازگار با جامعه و فرهنگ را تدوین کنند و در این راه ضمن بهره‌گیری از آنچه در جهان گذشته است، پیشینه، ارزشها، و فرهنگ خود را همواره در نظر داشته باشند. □

پذیرش مخاطبان و شخصیت و توانمندیهای روحی و روانی و دانش و مهارتی ارائه‌دهنده است که نظریات اعجازگری و تحول آفرینی مدیریت را از سایر نظریات ممتاز و متمایز می‌سازد و به آنها معنی و مفهوم خاص و مستقل می‌بخشد. به عبارت دیگر پیوند میان انسانهایی نافذ، خلاق، متهور با نظریه‌های مناسب و کارساز است که اعجازگری و تحول آفرینی مدیریت را شکل می‌دهد و آن را به عنوان موضوعی متفاوت با مسائل متداول مدیریت در خور مطالعه و بررسی می‌سازد. در چنین قرائتی از مدیریت اعجازگر و تحول آفرین، آموزش مدیریت نیز باید دگرگون و آموزش با پرورش توأم شود. انتقال مفاهیم در آموزش شرط لازم اما ناکافی است و مدیران موفق کسانی خواهند بود که هم زمینه‌های ذاتی و هم اکتسابی را به همراه هم داشته باشند. همگان شایسته کسوت مدیریت اعجازگر تحول آفرین نیستند مگر آنهایی که مایه‌های ذاتی این کار را دارا باشند و به دانش و مهارتهای لازم نیز مجهز شده باشند.

پی‌نوشتها

- (۱). نظریه پردازان اعجازگر و تحول آفرین مانند بلانچارد (K.Blanchard) و کانتر (M.Kanter) مدیران اعجازگر و تحول آفرین مانند هاروی - جونز (Harvey-Jones) و مشاوران اعجازگر و تحول آفرین چون دراگر (P.Drucker) و پیترز و واترمن (T.Peters & R.Waterman).

منابع

1. Huczyski, A.A., *Management Gurus*, N.Y., Thomson Press, 1996.
2. Clark, T. Salaman, G., " Telling Tales: Management Gurus ...", *Journal of Management Studies*, Vol. 35, No. 2, March 1998.
3. Clarke, J. & Newman, J., *The Managerial State*, London, Sage, 1997.
4. Willmott, H.C, " Images and Ideals of Managerial Work...", *Journal of Management Studies*, Vol. 21, No. 3, March 1984.
5. Mangham, I., *Management Training*, Bath, University of Bath, 1986.