

7

المستقبل: تحقيق أرباح مرضية The future: making a decent profit

أحياناً تكون مسئولية جيل من الأجيال أن يكون عظيماً. يمكن
أن تكونوا أنتم هذا الجيل العظيم.

نلسون مانديلا

أنا أو من أننا، كجيل من قادة الأعمال والممارسين، لدينا فرصة فريدة. فرصة لبنين للعالم
أن المشروعات التجارية يمكنها أن تكون قوة للصالح؛ فرصة لتوضيح احتمالات أن تحدث
المشروعات التجارية التي تتمتع بالمسئولية الاجتماعية تغييراً - وليس فقط لأن هذا هو
الشيء الصحيح الذي تقدمه، ولكن أيضاً لأن هذا سيؤدي بالفعل إلى أداء أفضل لشركاتنا.

إن هذا وقت رائع للعالم، ووقت رائع للمشروعات التجارية. إن الثورة ليست
كلمة يتم التعامل معها باستخفاف. ولكي تحدث ثورة الآن اعتبر من وجهة نظري كل جزء
فيها ذو مغزى كالثورة الصناعية. إنها ثورة تغير المجتمع. إنها تغير الحكومة والسياسة. إنها
تتحدى الأنظمة القانونية في العالم. إنها تغير طريقة تفكير المستهلكين وسلوكهم. إنها تغير
الأفراد وفهمهم لقدرتهم على دعم ما يعجبون به واعتراضهم على ما يعتقدون أنه خطأ.

ويتمثل أساس هذه الثورة في التكنولوجيا الرقمية ووسائل الإعلام الاجتماعي -
بدءاً من الربيع العربي عام 2011م إلى ويكيليكس؛ من انتخاب الرئيس أوباما إلى
الأمر القضائي في المملكة المتحدة إلى الطريقة التي عرف بها العالم مقتل أسامة بن
لادن - حيث تخلق هذه الوسائل عالماً من الشفافية الحقيقية، كما تمكن الأفراد العاديين
من التعبير عن الطرق التي يريدون بها تغيير العالم.

خلال مائة عام سيعرف الأطفال الثورة الرقمية والاجتماعية بالطريقة نفسها التي عرفنا بها الثورة الصناعية

خلال مائة عام - إذا كان الأطفال لا يزالون يذهبون إلى المدارس - سيعرف الأطفال الثورة الرقمية والاجتماعية بالطريقة نفسها التي عرفنا بها الثورة الصناعية. إذا كانت هذه الثورة تحدث تغييرًا في العالم، إذاً فإنها تغير أيضًا عالم الأعمال. فالأشياء غالبًا تتحول فجأة وبصورة كبيرة تحت مرأى منا، في الغالب دون أن ندرك ذلك، وبسرعة كبيرة يصبح شيء ما أمرًا عاديًا لم يكن كذلك في وقت من الأوقات. وهذا بالضبط ما يحدث الآن.

بالنسبة لهؤلاء الذين يعتقدون أن الأعمال بأمان وسلام ولا تحتاج إلى تغيير، ولن يتم دفعها نحو التغيير، فكروا في هذه الحملة التي قالها ديليو سي هوبر بمعهد السرطان القومي عام 1954، قال: "إذا كان التدخين الزائد عن الحد يلعب بالفعل دورًا في الإصابة بسرطان الرئة، إلا أنه يبدو سببًا بسيطًا." كانت قبل ذلك بقليل شركة كاميل Camel تعرض إعلانات معلنة بفخر أن عددًا أكبر من الأطباء كانوا يدخنون سجائر Camel أكثر من أي نوع آخر من السجائر.

من السهل أن تعتقد أن التعليق السابق من القرن الماضي وقُدِّم بصورة سخيطة - ولكن لم يكن الأفراد ليعتقدوا من عقد مضي أنه قد يتم منع التدخين من الحانات والمطاعم في معظم المدن الكبرى في أنحاء العالم - هذا عرض ليس فقط ليعبر عن سرعة التغيير ولكن أيضًا للتعبير عن سلطة التشريع. لهذا، بالمناسبة، أعتقد شخصيًا أن التشريع وليس فقط مجهودات المشروعات التجارية والأفراد ضرورية لمعالجة قضية المناخ - ولكن هذا موضوع مناظرة أخرى.

الآن بوضوح فأنا لا أفترض للحظة أن جميع الأعمال لا تتمتع بالمسئولية الاجتماعية كصناعة التبغ. ولكن ما أفترضه هو أن الأعراف المقبولة من الممكن أن

تتغير بصورة ملحوظة بسرعة وأنه بعد الأزمة الاقتصادية والمالية، في عالم يقوده المستهلك الاجتماعي وبعض القادة الملهمين، فإن مجال الأعمال سيتغير بصورة هائلة وبسرعة.

الأفراد يثورون The people are revolting

كما تناولنا في الفصول السابقة، فإن أكبر قوة دافعة ليست فقط وراء أغلبية التغيير الذي نراه اليوم، ولكن أيضًا وراء التغيير الذي سنراه في المستقبل هي المستهلك الاجتماعي الجديد بمجموعتيه الرئيسيتين وهما: العملاء الذين يساعدون الشركات في تصميم المنتجات وإنتاجها - وهم العملاء الفعالين والمؤثرين - وعملاء الألفية - وهم شباب العصر الرقمي.

كان الموزعون المستهلكون الذين يساعدون الشركات في تصميم المنتجات وإنتاجها دائمًا مهتمين بإحداث تغيير، ولكن وسائل الإعلام الاجتماعي منحتهم القوة لإحداث تغيير والتأثير على عدد من الأفراد أكبر مما كان في عصر الوسائل القياسية. وشباب اليوم، عملاء الألفية هم بالفعل جيل فريد. فقد جعلتهم الثورة الرقمية جيلًا مختلفًا تمامًا عن أي جيل سابق. ويسبب التكنولوجيا، فهم أفضل أجيال الشباب إطلاعًا شهدهم العالم. ومن خلال وسائل الإعلام الاجتماعي، فإن لديهم قدرة هائلة في التأثير وإحداث تغيير. هم مختلفون أيضًا من حيث إنهم يعتقدون أن مهمة جيلهم هي تغيير العالم. في الدراسة العالمية التي أجريت عام 2010م عن عملاء الألفية المذكورة في الفصل الأول، اعتقدت نسبة كبيرة منهم تصل إلى 84% في ذلك وفي الصين، التي يمكن أن يقال عنها، أهم دولة بالنسبة لمستقبل العالم، ارتفعت النسبة بالفعل إلى 90%.

بعد الأزمة الاقتصادية والمالية، نحن نرى توجهات جديدة. يعيد الأفراد تعريف القيمة، ويبحثون عنها أكثر فهم يشتركون منتجات أرخص، ويبادلون المنتجات أو يؤجلون الشراء. ولكن هذه تعد، في رأيي، توجهات قصيرة الأجل.

إن التوجهات الأكبر لا يقودها الكساد ولكن احتياجات ورغبات العملاء الذين يساعدون الشركات في تصميم المنتجات وإنتاجها وخاصة جيل الألفية الجديد.

إذن، كيف سيغير جيل الألفية مستقبل العالم ويشكله؟

إن الأمر الرئيس الذي لاحظته، من كل من الأبحاث العالمية التي أجريناها ومن خلال عملي مع برنامج "عالم واحد صغير"، هو مدى نضج وتفكير هذا الجيل بحذر. إنهم ليسوا المثاليين المتمردين من أجيال سابقة، بل هم أكثر الأجيال التي تتمتع بالمسئولية الاجتماعية على الإطلاق. إنه صوتهم الذي يسرع الحركة العالمية نحو مستقبل يتمتع بالمسئولية الاجتماعية بصورة أكبر.

تتمثل أحد الأسئلة في كيف سيتطور هذا الجيل؟

هناك البعض الذي يقول أن إحساسهم بالمسئولية الاجتماعية ينبع من تفاعل الشباب، وأنه كلما استقروا في وظائفهم وعلاقاتهم وعائلاتهم "وكسب عيشهم" سيغيرون ويصبحون أكثر تقبلاً لعدم النجاح والأحداث السيئة. لا أتفق مع ذلك. أعتقد أن سبب شعورهم بالمسئولية الاجتماعية هو أن الثورة الرقمية جعلتهم أكثر وعياً بخطورة القضايا التي تواجه العالم اليوم والحاجة إلى التصرف حيالها. فهم قلقون بصورة أكبر كثيراً من شعورهم بالتفاؤل. فهم على دراية بالخطورة النظامية العالمية التي تتعلق بقضايا مثل تغير المناخ وتهديد النظام المالي العالمي. وبسبب طريقة اتصالهم، فهم يعلمون أن نظراءهم حول العالم يشاركونهم المخاوف نفسها وهذا بالتالي يزيد من مخاوفهم. في الدراسة العالمية نفسها التي أجريت عام 2010م في الصين والهند والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وفرنسا، آمن 74% من الشباب أن العالم سيصبح أكثر خطورة، وآمن 79% منهم أنه سيصبح أكثر تلوثاً خلال عشرين عامًا.

إننا نرى دليل هذا الشعور بالمسئولية الاجتماعية الذي يشعر به عملاء الألفية مع أصحاب أعمال مثل آدم برون من Pencils of Promise الذين يستخدمون أموالهم بالفعل ويرفضون وظائف تحقق عائداً مالياً أكبر مقابل وظائف تحقق عائداً شعورياً

أكبر. أعتقد أنهم سيحتفظون بشعور مشترك بالهوية والهدف، من منطلق أنهم جيل مهمته إحداث تغيير في العالم - مثل أولئك الذين جاءوا في الستينيات أو أثناء الحرب العالمية الثانية.

هؤلاء الشباب يدفعون البعض ويلهمون أسلافهم للتحرك، وسيأتي بعدهم الكثير.

كما قال كوفي عنان عندما كان يلقي كلمة أمام الوفود في برنامج "عالم واحد صغير" عام 2010م: "مما رأيته ومما سمعته في هذه الحجرة أعلم أن جيلكم سيقوم بعمل أفضل من جيلي."

الأداء في السابق ليس ضماناً لنجاح في المستقبل

Past performance is no guarantee of future success

نعم، فإن هناك عدد من الأسئلة لدى قادة الأعمال. هل سيكافئني العملاء والمستهلكون بالفعل في المقابل؟ هل سيكافئني مجلس الإدارة بشركتي؟ هل سيكافئني المساهمون في شركتي؟

أنا أؤمن بصورة أساسية بأنهم سيكافئوني. إن خطر كون الشركة إحدى الشركات التي عوقبت في عصر الخسارة أعظم بكثير من التحدي للتغيير لتصبح مشروعاً تجارياً أفضل. "الأداء السابق ليس ضماناً لنجاح في المستقبل" هو بيان تبرئة ذمة كتب عبر كل وسيلة تواصل من صناعة الخدمات المالية على مدار العقد الماضي وهذا ليس أكثر صحة، في أي مكان، بالنسبة لمستقبل عالم الأعمال.

يحدث بالفعل تقدم كبير وحقيقي.

لقد أدرك جيل من القادة الذين يتمتعون بالرؤية الحاجة إلى تغيير وفرص التغيير. والأفراد الذين أود أن أطلق عليهم "الرأساليين الذين يهتمون بالبيئة" يقودون هذه الثورة.

الرأسماليون الذين يهتمون بالبيئة The green-blooded capitalists

إن الفوائد التي تعود على الأعمال من إتباع هذا الاتجاه ليست فوائد بسيطة خاصة بالسمعة أو الصورة. إنها إجراءات قاسية للنمو وتحسين هامشى. فأينما تنظر، فهى مسألة سهلة جدًا.

بول بولمان، الرئيس التنفيذي لشركة يونيليفر

يمكنك أن تتبنى الطرف الأمامى أو الخلفى من هذا التوجه - من مشروع تجارى يعمل بنشاط في هذه القضايا المصيرية. ولكنى أود أن أقول أن المخاطر أكبر بكثير إذا تمسكت بالطرف الخلفى.

جون ريبولوجل، الرئيس التنفيذي لشركة الجيل السابع

والرئيس التنفيذي لشركة بيرتس بيز

إن رجال الأعمال الذين يركزون على الأرباح سينتهى بهم الحال في خندق. بالنسبة لى، الربح هو ما يحدث إذا أدت كل شىء آخر بالصورة الصحيحة.

إيفون تشوينارد، مؤسس شركة باتاجونيا

إن قوة التحول ليست في أيدي أشخاص آخرين ولكنها في أيدينا.

جيفري سوارتز، الرئيس التنفيذي لشركة تيمبرلاند

إن أي مشروع تجارى أخلاقى يمكن أن يكون عملاً مربحاً، وقد أثبتنا ذلك هنا بصورة قاطعة.

السيد ستيوارت روز، الرئيس السابق والرئيس التنفيذي

لشركة ماركس آند سبنسر

لا أؤمن أن زيادة الأرباح إلى أقصى حد بالنسبة للمستثمرين هى التبرير الوحيد لجميع أعمال الشركات. فالمستثمرون ليسوا هم وحدهم المهمين. فيمكن أن توجد الشركات لأغراض غير مجرد زيادة الأرباح إلى أقصى حد.

جون ماكي، الرئيس التنفيذي لشركة هول فودز

يريد الأفراد اليوم العمل لدى شركة لها هدف. والأمر لا يتعلق بمجرد وظيفة. الأمر لا يتعلق فقط بأجر عمل. فأنا أريد أن أعرف أنه بذهابي إلى العمل وتمضية ساعات فيه، فإن هناك بالفعل شيء هام في هذا المكان... أعتقد أننا نغيّر العالم من خلال إحداث تأثير إيجابي، مجتمع وراء مجتمع، ومدينة وراء مدينة، ومنتج وراء منتج. مايك ديوك، الرئيس التنفيذي لشركة وولمارت

إن الأداء مع وجود هدف لا يعنى الاقتراع من الأرباح. ولكن يعنى أننا نجمع بين ما هو مفيد للعمل وما هو مفيد للعالم.

إندرا نوبي، الرئيس التنفيذي لشركة بيسي

إن مبادرة تخيل حلول مبتكرة لتحديات البيئة لا تهدف أبداً إلى تحسين العلامة التجارية ولكنها تتعلق بمعنى العمل الجيد. إنها ليست خدعة إعلانية أو حيلة تسويقية ولكن شركة جنرال إلكتريك تريد أن تقوم بهذا العمل لأنه أمر صحيح ولكننا نخطط أيضاً لتحقيق أرباح أثناء أداء هذا العمل.

جيفري إيميلت، الرئيس التنفيذي لشركة جنرال إلكتريك

في هذا المجتمع المتغير باستمرار، تبنى أكثر العلامات التجارية تأثيراً وتحملًا من القلب. فهي علامات تجارية حقيقية وقابلة للاستمرار. إن الشركات التي تعيش عمراً طويلاً هي الشركات التي تتمتع بالمصداقية.

هوارد شولتز، الرئيس التنفيذي لشركة ستاربكس

أريد أن أعمل لدى شركة تسهم في المجتمع وتكون جزءاً منه. لا أريد شيئاً أستثمر فيه فقط. أريد شيئاً أؤمن به.

أنيتا روديك، مؤسس شركة بودي شوب

نعم، هم يريدون أداء ما هو جيد، ولكنهم يريدون أيضاً أن يؤدوه بصورة سليمة. لديهم اعتقاد مشترك، وهو أن تكون مشروعاً تجارياً ناجحاً، وأن تكون مشروعاً تجارياً يتمتع بالمسؤولية ليس شيئين منفصلين.

أحد الأمور المثيرة والمشجعة هو أن هؤلاء القادة يديرون بالفعل شركات كبيرة. لذا فبينما كانت النوايا الطيبة في الماضي أمرًا خاصًا بالمنظمات غير الحكومية والمشروعات التجارية الصغيرة المتخصصة، فاليوم بعض أكبر الشركات في العالم هي القائدة. وبوضوح، كلما كنت كبيرًا، كلما أمكنك أن تحدث تأثيرًا إيجابيًا.

كما ذكرت في الفصل الأول، لا يمكنك مشاركة خسارة، ولكن كلما تحسن أداؤك، كلما أمكنك أداء ما هو جيد. بمعرفة الميزان الكامل لبعض الشركات العالمية، وكيف يتم إدارتها بصورة جيدة، فإن احتمالية أن يكون لها تأثير إيجابي كبير جدًا.

كما يبين هؤلاء القادة الطريق، ويحصلون على الدعم من شخصيات أمثال وارين بافيت، وبييل جيتس، من خلال أعمالهم الخيرية العامة أو أصحاب الأعمال الاجتماعيين الجدد من خلال نماذج أعمالهم التي تعتمد على المصارحة والشفافية - سيتبع باقي عالم الأعمال هذا الطريق.

|| أنت أيضا يمكنك انتهاز الفرصة لتحقيق ميزة تنافسية من خلال التميز في السلوك- ولكن إذا سبقت الآخرين إلى ذلك

أنت أيضًا يمكنك انتهاز الفرصة لتحقيق ميزة تنافسية من خلال التميز في السلوك- ولكن إذا سبقت الآخرين إلى ذلك. توصل إلى فكرة العمل الاجتماعي TM الخاصة بك قبل أن يتوصل آخرون إلى أفكارهم!

لن تقدم المشروعات التجارية التي تتمتع بالمسؤولية الاجتماعية أداءً جيدًا فقط لأن المستهلكين سيكافئونها أو لأنهم سيصبحون مؤيدين فعليين لعلامتهم التجارية ومشروعاتهم التجارية ولكنها ستقدم أداءً جيدًا أيضًا لأن أفضل المواهب ستريد العمل لديها.

إن فكرة "الحالة الوظيفية" ستزداد أهميتها في المستقبل حيث إن جيلًا جديدًا من

العاملين يطبقون قيمهم في مكان العمل. سيقبل الولاء إلى الشركات درجة درجة بسبب الحوافز المالية وتزداد المكافآت درجة درجة بفضل القيم المشتركة والفخر بالمساعدة الاجتماعية التي تقدمها أي مؤسسة. كنت أتحدث مؤخرًا مع أستاذ من جامعة هارفرد الذي قال أن معظم أكثر طلابه ذكاءً لم يعد لديهم الرغبة في دخول المجال البنكي أو القانوني، ولكنهم أرادوا الالتحاق بمؤسسات مثل Teach For America لأن العمل لدى مؤسسة تقدم فائدة أصبح أمرًا مهمًا بالنسبة لهم كأهمية كسب المال. في الحقيقة، فإن 70% من جيل عملاء الألفية يعادل بين عمل ناجح وتقديم شيء ذي هدف بالنسبة لهم. وكان هذا أيضًا عنصر التصنيف رقم واحد أعلى من "أجر أعلى" في مسح أجري بعنوان مستقبل وظائف جيل الألفية أجرته شركة هاريس إنتركتيف.

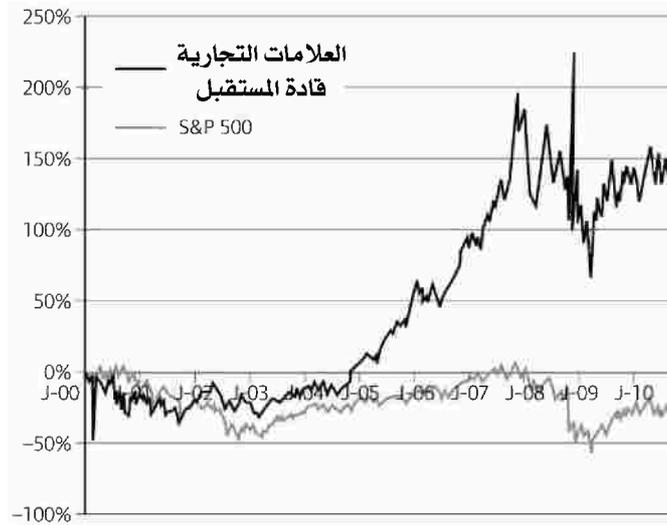
العائق الأكبر The biggest barrier

إن عنصرًا حاسمًا في طريق تحقيق مستقبل يتمتع بمسؤولية اجتماعية بصورة أكبر سيكون تحرك مجتمعات الاستثمار والمساهمين وتطورها. إن الأمل الذي يبعث على التفاؤل الذي يتعلمه عالم المالية من دروس الأزمة المالية والاقتصادية يخبث تدريجيًا. إن المجتمع المالي توقف، متمسكًا بنموذج قديم ركز على أرباح الربع الأخير من السنة أكثر من القدرة على الاستمرار والمسؤولية الاجتماعية.

يبدو أن القلق الأساسي لدى المجتمع المالي هو حجم الأرباح أكثر مما إذا كانت هذه الأرباح قادرة على الاستمرار أم لا - مدى الارتياح عن مكافآت العام الحالي أكثر من مدى الارتياح تجاه الإسهام في تحقيق عالم أفضل. قال رئيس، أحد أكثر أصحاب الأعمال نجاحًا في فرنسا فينيسيت بولوريه، قال عن المكافآت التي تدفع لأجزاء محددة في القطاع البنكي: "إذا كنت تقود عربة لوري محملة بذهب في وسط إحدى المدن، فأنت للأسف تجذب بعض الأشخاص الخاطئين."

بالنسبة للآن، فإن الأداء ربع السنوي لا يزال هو المعيار السائد لحركة سعر

السهم، ووجود مشروع تجاري قادر على الاستمرار ويتمتع بالمسئولية الاجتماعية لا يحدث التأثير الإيجابي في اثني عشر أسبوعاً بالطريقة نفسها التي يحدثها إعلان عن اندماج شركات أو الاستحواذ على شركات. ولكن لا ينبغي، وهو بالفعل كذلك بصورة متزايدة، أن يعني هذا أن أكثر المشروعات التجارية التي تتمتع بالمسئولية لا تمتلك أداءً أفضل لسعر الأسهم.



شكل 1.7

أوضحت دراسة أجريت كجزء من تقرير مجموعة هافاس ميديا بعنوان مستقبل العلامات التجارية القادر على الاستمرار أنه في مدة تزيد عن عشرة سنوات، فإن تلك الشركات التي أعتقد أنها أكثر الشركات قدرة على الاستمرار تحطت بالفعل مؤشر S&P 500. (شكل 1.7)

بلا شك فإن غياب المسئولية الاجتماعية له تأثير سلبي - كل ما عليك هو تتبع سعر سهم شركة BP بعد حادثة تسرب بقعة الزيت كدليل. أعتقد أن مجال الأعمال قد

وصل إلى نقطة تحول هنا، فالمستهلكون يريدونها وقادة الأعمال يبدأون في الانطلاق نحوها كما أن الحكومات تشجعها.

على الرغم من أن القدرة على البرهنة على وجود عائدات فورية نتيجة السلوك الذي يتمتع بالمسئولية الاجتماعية - كالكلم المحدد الذي تجاوز 200 مليون دولار الذي حققته شركة وولمارت Walmart من خلال جعل أسطولها صديقاً للبيئة بصورة أكبر - من شأنه أن يساعد على بناء الحالة المالية للقيام بالعمل الصحيح، فإن المشروعات التجارية ستتعلم بصورة متزايدة بأنه إذا لم تكن مواطنين عالميين صالحين بصورة سليمة، فسينبذهم الأفراد، سيتعرضون للخطر، وسيفقد مستثمروهم المال.

أؤمن أننا سنشهد تقدماً كبيراً في تقييمات ومقاييس قياس المشروعات التجارية التي تتمتع بالمسئولية والقدرة على الاستمرار، فلا نعود أبداً إلى الموقف السخيف التي جاءت فيه شركة BP في مقدمة جميع هذه المقاييس.

وبخصوص هذا الموضوع، كشفت شركة بومالما Puma عن تقرير يضيف، للمرة الأولى، قيمة مالية إلى تأثيرها البيئي والاجتماعي والاقتصادي. تقول بوما: إن الربح والخسارة البيئية أو تقرير EP&L يضع "معياراً جديداً للتقرير البيئي للشركات". من خلال استخدام نظام يتم حساب قيمة مالية لتأثيره، تقول بوما: إن دلالات قرارات مشروعه التجاري ستكون أوضح. ويمكن أيضاً أن يستخدم النظام كوسيلة لربط القيام بعمل بطريقة صحيحة بفوائد تجارية.

يذكر التقرير نفسه أن مادة ثاني أكسيد الكربون قيمت بـ 66 يورو للطن والمياه بقيمة 0.81 يورو للمتر مربع. بالنسبة للتأثير الإجمالي للشركة لعام 2010م، تم حساب ذلك بقيمة 4.94 مليون يورو مع إسهام غازات الصوبات الزراعية بقيمة 74 مليون يورو أو 49.8% ومياه بقيمة 47.4 مليون يورو أو 50.2%. يقول رئيس بوما والرئيس التنفيذي جوشين زيتز ومسئول الاستدامة في شركة بوما الأم: "بيان EP&L هو حدث هام خلال مهمة بوما لتصبح أكثر شركات نظام الحياة الرياضية مرغوباً بها وقادرة على

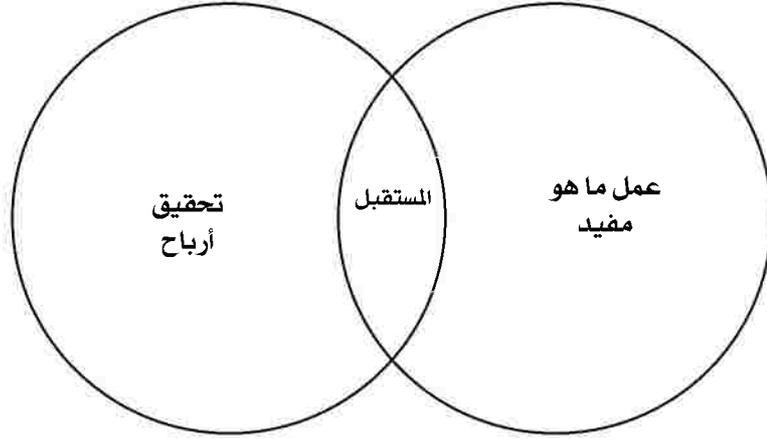
الاستمرار في العالم، إنه أداة ضرورية، ويجول مدى قدرة الشركات وما يتعين عليها تفسيره، كما يدمج التكاليف الفعلية لاعتمادها على الأنظمة البيئية مع نماذج مشروعات تجارية. "

غيرت شركات مثل يونيليفر Unilever وموتورولا Motorola وديل Dell وجنرال إلكتريك GE أو طورت دوائر تقريرها أو تنبؤاتها لمحاولة جعل المحللين السياسيين يتخلصون من إدمانهم لتحليل النتائج ربع السنوية.

أؤمن أننا سنرى بصورة متزايدة دليلاً حقيقياً على أن تقديم ما هو جيد والأداء الجيد هما أمران مرتبطان بصورة أساسية وأن أفضل أسواق الأوراق المالية أداءً ستأتي بمرور الوقت من أكثر الشركات تمتعاً بالمسؤولية. سنرى تحديثاً لسلوك مجلس الإدارة والمساهمين. وعلى الرغم من أن البعض يؤمن أنه لكي نشهد إقامة تبادل مالي جديد مخصصاً بصورة كلية لمشروع تجاري يتمتع بالمسؤولية الاجتماعية - هل يكون "سوق الأوراق المالية الجديد في نيويورك NYSE" أم "المعهد القومي لتوعية المستهلك NICE"؟، فأنا أؤمن في الواقع أننا لن نحتاج إلى ذلك حيث إن المسؤولية الاجتماعية في مجال الأعمال ستصبح اتجاهها سائداً في كل مشروع تجاري.

سنرى إعادة تعريف للاستثمار الاجتماعي لضم مفهوم تحقيق المشروعات التجارية الاجتماعية للأرباح وتبنيها.

وبالنسبة لي فهذه هي النقطة الرئيسة: إذا أردنا التحرك نحو عمل يتمتع بالمسؤولية الاجتماعية لأن هذا يكون هو الاتجاه السائد والقادر على الاستمرار، فإننا نحتاج إلى أن نبين أن تقديم ما هو جيد وتحقيق مزيد من الأرباح ليسا أمرين منفصلين وأنه، بالفعل عند تقديم ما هو جيد فإنك تحقق أرباحاً.



شكل 2.7

إن تقديم ما هو جيد وعدم تحقيق أرباح لم يعد نموذجًا قابلاً للاستمرار أكثر من تحقيق أرباح دون الاهتمام بالتأثير على العالم من حولك. في رأيي، يجب أن تحقق المشروعات التجارية أرباحًا - وإلا فلن يؤسسها الأفراد - ولكن يمكنها تحقيق أرباح بالطريقة السليمة (شكل 2.7).

سنرى بصورة متزايدة المشروعات التجارية تعود إلى أصولها وتقدم ما هو جيد للمجتمع حولها.

قد نرى أيضًا قائدًا في مجال الأعمال يفوز بجائزة نوبل - في الواقع، ينبغي أن تنشئ نوبل جائزة لتكريم قادة الأعمال الذين يحدثون تغييرًا إيجابيًا عظيمًا في العالم.

سوف يكافئ المستهلكون المشروعات التجارية والعلامات التجارية التي لها هدف أكثر من هدف تحقيق أرباح، التي تتعاون معهم، وليست التي تحاول السيطرة عليهم؛ التي تستمع إليهم وليست التي تتحدث إليهم؛ التي تجعل اهتمامها الأساسي أن يكون لها وجودٌ حقيقيٌّ أفضل وليس صورة أفضل؛ التي تضع المسؤولية الاجتماعية في قلب إستراتيجية الأعمال وليس بمعزل عنها. ستكون كل من الشفافية والصدق والسرعة

قواعد اللعبة ليس فقط بالنسبة لعالم الإعلام الاجتماعي، ولكن أيضًا بالنسبة للعمل الاجتماعي. سيصبح مجال الأعمال مفتوحًا. وسيصبح مجال الأعمال مجالاً "مفيداً".

وسيكون هناك ثلاثة أنواع من قادة الأعمال: هؤلاء الذين يعملون وهؤلاء الذين يتابعون، وهؤلاء الذين يفوقون متأخرًا ويتساءلون عما حدث.

تتمثل اثنتان من كبرى القضايا والفرص التي تواجه المشروعات التجارية اليوم في كيفية التكيف مع الزيادة الهائلة في وسائل الإعلام الاجتماعي، وكيفية التمتع بصورة أكبر بالمسئولية الاجتماعية، وكما أأمل أن أكون قد أوضحت، في رأيي أنها ليسا موضوعين منفصلين ولكنهما في الواقع مرتبطان. في العقد القادم، فإن القادة والشركات الأكثر تمتعًا بالمسئولية الاجتماعية سيجنون فوائد عظيمة من قوة وسائل الإعلام الاجتماعي، حيث أصبح العاملون والمستهلكون مؤيدون مؤثرون لعلاماتهم التجارية ومشروعاتهم التجارية.

أنا أقدر وجود هؤلاء المتشككين في الحاجة إلى التغيير، الذين يفضلون نموذج الرأسمالية القديم. أوجه لهم رسالة بسيطة: إن نموذجكم تسبب تقريبًا في أزمة النظام الاقتصادي والمالي العالمي بأكمله. فهو نموذج غير قابل للاستمرار، فقد تحرك القطار بالفعل من المحطة والعالم يتحرك إلى الأمام بسرعة. والآن، حان الوقت لركوب القطار ولإعادة التقييم من خلال تبني التغيير، وبدء رحلة جديدة مثيرة. هناك شيء واحد أنا متأكد منه ألا وهو أنه سيكون لديكم مشروعًا تجاريًا أفضل نتيجة لذلك.

أؤمن أن مستقبل الأعمال أكثر إيجابية بكثير مما يريد المتشككون منا أن نؤمن به.

إن لدينا فرصة ذهبية ليس فقط لتحقيق أرباح، ولكن أيضًا لنصبح قوة لتحقيق الفائدة في العالم؛

لتحويل شركاتنا إلى شركات تتمتع في الوقت نفسه بالمسئولية الاجتماعية، وتتمتع بالنجاح التجاري؛

لتوضيح أن عمل الأمر الصحيح لا يعني التضحية بالأرباح فهو في الحقيقة الطريقة الوحيدة الواقعية لضمان عائد قابل للاستمرار في مجال الاستثمار.

إن أكثر المشروعات التجارية تحقيقاً للأرباح وأكثرها نجاحاً وستكون بصورة متزايدة؛ هي تلك التي تبين القدرة على إضافة قيمة بطريقة تتمتع بالمسئولية الاجتماعية

في عصر وسائل الإعلام الاجتماعي، ستكون أكثر المشروعات التجارية تحقيقاً للأرباح وأكثرها نجاحاً بصورة متزايدة هي تلك التي تبين القدرة على إضافة قيمة بطريقة تتمتع بالمسئولية الاجتماعية. سيكون المحرك لمشروعات المستقبل التجارية الرائدة هو المصداقية والشفافية والسرعة. وأي شركة لا تستطيع الاندماج بتحدي وابتكار مع هذه المحركات ستتأخر.

تخيل عالماً يتقدم فيه أكثر الأفراد نجاحاً وثراءً في العالم لأنهم ساعدوا أغلب الأفراد أو قدموا أكثر شيء مفيد؛ عالماً كانت فيه أكثر الشركات تحقيقاً للأرباح في العالم هي تلك الشركات التي أحدثت أكثر تأثير إيجابي على الكوكب: عالماً كلما رددت فيه الجميل، كلما حققت نجاحاً.

فلن يكون هذا مكاناً عظيماً للحياة فحسب، ولكنه بالفعل العالم الذي أومن أنه بإمكاننا إقامته.