

الفصل الثالث

القيادة الكوكبية

من يمكنه أن يقود العالم؟

إذا كان لأى بلد أن تقود العالم إلى القرن الـ ٢١ ، فإنها الولايات المتحدة الأمريكية ، وذلك حيث تنشغل الصين بحدودها ، وحيث اليابان فى حرج من تحول قوتها الاقتصادية إلى تأثير سياسى يسىء للبيزنس اليابانى ، ويدفع الجيران إلى الخوف . وحيث لا تزال ذكريات القسوة الألمانية تعرقل تحقيق دور أكبر لألمانيا . إن القيادة يمكن أن تكون للولايات المتحدة من خلال حكومتها ، ومن خلال مؤسساتها متعددة الجنسية ، غير أنها لا تستطيع ذلك إلا من خلال مشاركة أوروبا واليابان والصين والبلدان الآسيوية الأخرى سريعة النمو . وهنا يجدر الانتباه إلى أن الإمكانية الأمريكية للقيادة تتآكل ، وبالتالي فلا وقت للانتظار ، وفى الوقت نفسه فإنه يبدو أن الولايات المتحدة لا تستطيع الهرب من مسؤولياتها فى تنظيم القيادة الجماعية التى يحتاجها العالم. إن الأمر يتطلب إعادة التنافسية الأمريكية ؛ خاصة فى الصناعات المستقبلية ، وهى تلك التى تقوم على تكنولوجيات راقية ، وتؤدى إلى قيمة مضافة عالية ، وتحقق دخلاً كبيراً وأجوراً مرتفعة . لا مفر من ذلك خاصة وقد أصبحت الولايات المتحدة فى نهاية ١٩٩٤ أكبر مستدين فى العالم (ديون خارجية تقدر بـ ٧٥٠ بليون دولار) ، وهذا هو السبب فى تدهور قيمة الدولار .

محددات استنهاض أمريكا

يتطلب استنهاض الولايات المتحدة أمرين أساسيين :

١ - التحول عن الأيديولوجية الفردية individualism إلى الكوميونيتاريانية Communitarianism (*) .

٢ - تعظيم مصادر التنافسية القومية (**) بشرياً ومادياً .

إن الأمرين المشار إليهما مرتبطان ببعضهما البعض ، ويقومان على مواجهة التحدى اليابانى وأيضاً التحدى الأوروبى (خاصة الألمانى) ، انظر جدول - ١ . لذا فمن الواجب تعرف أساسيات الاقتصاد القومى فى اليابان ، وبقية البلدان الآسيوية المتحدية Challengers (***) .

(*) يقصد المؤلف بالـ Communitarianism التوجه المجتمعى السائد فى أنظمة شرق آسيا وعلى وجه الخصوص فى اليابان ، وسنعبّر عن هذا التوجه أو الأيديولوجى فيما يتبع بتعبير «الكوميونيتاريانية» .

(**) المقصود بالتنافسية القومية قدرة الأمة على اكتساب مستوى معيشى متصاعد لشعبها ، من خلال إنتاج البضائع والخدمات التى تحتاز اختبارات الأسواق الدولية .

(***) رغم اختلاف الوضع الآن بالنسبة إلى الوزن الاقتصادى لبلدان شرق آسيا ، إلا أننا نفضل الحفاظ على تكاملية الإطار الذى عرض من خلال المؤلف أطروحته ، ونحتفظ بالتعقيب فى الفصل الأخير من الكراسة .

جدول رقم (١)

نصيب ثمانى دول فى الصادرات (بالنسبة المئوية).

١٩٨٧	١٩٨٠	١٩٧٠	
١٣,٧	١٧,٠	١٨,٦	الولايات المتحدة
١٨,١	١٤,٩	١١,٧	اليابان
٢١,٥	١٩,٩	١٩,٩	ألمانيا
٨,٤	٧,٩	٧,٢	فرنسا
٨,١	٩,٧	١٠,٦	إنجلترا
٨,٤	٧,٩	٧,٢	إيطاليا
٤,٩	٤,٠	٦,٢	كندا
٣,٠	٢,٩	٣,٤	السويد

إن هذه الأساسيات تتضمن ما يلى :

- ١ - إداراً شخصياً محلياً عالياً .
- ٢ - استثمار فى الصناعات التصديرية .
- ٣ - اهتماماً بالتعليم والتدريب المنتج لمهارات إدارية حديثة وطموحات متطورة ، واجتياز العمل الصعب اللازم لإحداث اختراق من خلال أداء هذه الإمكانيات (الناجئة عن التعليم والتدريب) .
- ٤ - خطة للتحرك فى أعلى سلم التكنولوجيا ، من خلال توزيع الاستثمار وخطط لاستيعاب أنصبة فى السوق فى قطاعات ، تتوجه للمستقبل ، وتضمن أرباحاً وفرصاً عالية .
- ٥ - التآزر والتضافر بين إدارات المؤسسات وأسواق المال (أسواق التمويل) ، مع التركيز على «الصحة» طويلة المدى للشركات .
- ٦ - سياسة تجارية تخدم الأولويات الاستراتيجية الوطنية ، وتسمح بالتنافسية لقطاعات محددة دون حماية غير التنافسي .
- ٧ - سياسة حكومية للتنمية التكنولوجية ، تحقق كل ما ذكر من قبل ، وتشجع التعاون والتنسيق بين المؤسسات الصناعية ؛ من أجل تنمية تكنولوجيات جديدة ومنتجات ناجحة تجارياً .

٨ - إتباع سياسات للموارد البشرية تهدف إلى ربط كل العاملين بالشركة ونجاحها ، وذلك من خلال :

- توظيف طويل المدى .
- مشاركة فى صنع القرار .
- فروق ضئيلة - نسبياً - بين رواتب القمة والقاع .
- رغبة عامة فى اقتسام الآلام والمكاسب .

إن النموذج الآسيوى يقوم على خصائص مهمة ، يمكن تبينها كالتالى :

* توجه الاستراتيجية الاقتصادية ناحية المنتجين ، أكثر من التوجه ناحية المستهلكين .

* أن مهمة الحكومة أن تصمم استراتيجية اقتصادية تنافسية ، وعليها يقع دور مهم بالنسبة للتكنولوجيات والصناعات التى لها أهمية حرجة بالنسبة لمستقبل الأمة .

* أن مهمة البزنس هى الحفاظ على الصحة طويلة المدى للمؤسسة وذلك من أجل صالح المجتمع ككل .

* أن العلاقة بين المديرين والمدارين العاملين managers and managed يجب أن تكون توافقية أو تناغمية ؛ لأن لكليهما نفس المصلحة فى إنعاش الشركة . وأما أصحاب الأسهم فعائداتهم تتواجد طالما هناك فوائد وعائدات للآخرين (فى المؤسسة والمجتمع) .

* أن أعضاء أى مجتمع لهم حقوق وعليهم واجبات ، وعلى المجتمع - وليس الأفراد - تحديد هذه الحقوق والواجبات طبقاً لاستراتيجية الأمة .

وربما تجدر الإشارة فى إطار الحديث عن النموذج الآسيوى إلى أن اختلافاً رئيسياً بين هذا النموذج الكومونيوتاريانى (أو الآسيوى) ، والنموذج الخاص بأوروبا الشرقية ، هو أن النموذج الآسيوى كان دائماً متوجهاً إلى خارج الحدود ، مركزاً قبل كل شئ على التنافسية الكوكبية فى الاقتصاد العالمى ، وكانت علاقات العمل والسياسات الاجتماعية ، وكل شئ آخر مثبتاً على هذا القصد . وربما تتضح الأهمية والأبعاد الأخلاقية للنموذج الآسيوى أكثر وأكثر ، عند التمعن فى العبارة التالية ، التى وردت فى كتاب بول كينيدي Paul Kennedy فى كتابه «الاعداد للقرن الـ ٢١» . تقول العبارة : «... إن دولية التصنيع والتمويل تأكل قدرة الشعوب على ضبط شئونها ... إن المنطق الحقيقى الخاص بعالم دون حدود هو أن لا أحد يكون منضبطاً فيما عدا - ربما - مديرى متعددات الجنسية والذين تقع عليهم

مسؤوليات تجاه حاملي الأسهم والسندات ، هؤلاء الذين يمكن القول بأنهم أصبحوا السادة الجدد ، وهم يستثمرون في أى شىء يمكن الشركة من كسب أعلى عائد . وهكذا تكتشف شعوب الأرض أن حياتهم تتأثر أكثر من أى وقت مضى بقوى هي غير مسؤولة irresponsible وذلك بالمعنى الكامل للكلمة .

المجتمع فى إطار العولمة .. ما هو ؟ وما احتياجاته ؟

يمكن اعتبار أن مفهوم وحدود المجتمع أمر يعتمد على الموضوع «المعنى» بالاعتبار . فمثلاً بخصوص الأوزون أو ارتفاع حرارة الكرة الأرضية أو قيم تغيير العملات أو سياسات التجارة ، فإن العالم يكون هو المجتمع المعنى . وأما عندما نأتى إلى الأمور الخاصة بالوظائف والصحة والسكن والدخل والإغراق بالسموم ... إلخ فإن المجتمع المعنى يصبح أكثر محلية . وعموماً يمكن القول أنه فى إطار العولمة فإن المجتمع المعنى relevant society بالنسبة لعدد متزايد من الاحتياجات يصير هو العالم، وعليه فإن المستقبل يتطلب - بالتأكيد - طرقاً جديدة ومتطورة للتأكد أن «البيزنس» (خاصة متعددات الجنسية) يعمل بشكل مسئول ؛ أى يقوم بخدمة احتياجات المجتمع .

كيف يقوم المجتمع بتحديد احتياجاته ؟

يمكن أن يتم ذلك من خلال أحد طريقتين :

١ - الآليات الخاصة بالمحليات والحكومات والاتحاديات والإطار الإقليمى و «الحكومة العالمية» .

أو ٢ - أن يترك الأمر للتنافسية عبر الشركات ، من خلال سد احتياجات السوق . وبخصوص قدرة المجتمع على ربط أنشطة البيزنس بالاحتياجات المجتمعية فإن هناك ٤ وسائل لذلك ، هي :

١ - تحديد مقاصد التنافسية فى المجتمع بما يسد احتياجاته .

٢ - نظم الرقابة .

٣ - التشاركية أو التعاون بين الحكومة والبيزنس .

٤ - أسلوب من شأنه امتلاك المجتمع (أو الدولة) لوسائل الإنتاج .

وإذا كان الاتحاد السوفيتى قد استخدم الوسيلة رقم ٤ فقط ، فإن اليابان قد استخدمت «توليفة» من الوسائل الأربعة ، وذلك حيث التنافسية ليست غاية فى حد ذاتها ، ولكنها وسيلة للتوصل إلى احتياجات مجتمعية محددة قبلاً (مثل التنافسية التصديرية) .

العمال يجلسون في مجلس إدارة شركات أمريكية :

لقد حدثت تغييرات في مصادر السلطة الإدارية في شركات أمريكية عملاقة . تأتي هذه التغييرات نتيجة الإنجازات ، التي صاحبت الشركات الألمانية واليابانية التي بينت وجود نموذج مختلف تماماً بخصوص السلطة وتحديد الأهداف .

لقد اتجهت بالفعل شركات مثل NUMMI (والتي أشرنا إليها في السابق) وفورد وكريسلر إلى إتاحة الفرصة لممثلي إتحاد العمال في التواجد في مجلس الإدارة ، وفي الشركات الثلاث نجد أن حق الإدارة يأتي بازدياد تدريجي من الممارين (أو العاملين) . وفي المقابل لا يزال لأصحاب الأسهم أهمية ، لكن المسألة هي تغيير في الأولويات ، وهو أمر يتعلق بالتنافسية واستمرار حياة المؤسسة .

إن مثل هذه التغييرات تمثل قدراً من التحول في المجتمع الأمريكي من نموذج الفردية individualism إلى نموذج الكوميونيتاريانية Communitarianism . إن ذلك القدر من التحول يأتي من خلال إدراك أن التضاد أو التصادم بين المصادر المختلفة للسلطة يسبب قدراً من عدم اليقين ، أما التكامل بين مصادر السلطة - كما في ألمانيا واليابان - فإنه يساعد على توجه المؤسسة بقدر أكبر إلى ما يحقق صحتها على المدى الطويل ، وهو الأمر الذي يعطى للمديرين ثقة أكبر بخصوص أهدافهم ومقاصدهم .

أهداف شركة ميتسوي :

وكمثال لأهداف تحقق صحة مؤسسية طويلة المدى ، يصف أحد مديري شركة ميتسوي Mitsui (العلاقة اليابانية والذي وصلت مبيعاته إلى ١٢٠ بليون دولار عام ١٩٨٦) أهداف شركته كما يلي (مع الاهتمام بترتيب السرد) :

١ - المساهمة في احتياجات المجتمع الياباني وخدمة الطريق لتحقيق هبة وعظمة أكثر لليابان .

٢ - تحقيق ربح للشركة بالقدر الذي يساعد في تحقيق رفاهية وسعادة للعاملين .

٣ - دفع وتقوية روح ميتسوي من أجل المستقبل . إن هذه الروح تأتي الرابعة مباشرة بعد السماء (أو الجنة) والأرض والإنسانية .

إن الفارق بين رسالة المؤسسة (أو الشركة) في كل من اليابان والولايات المتحدة يمكن التعرف عليه بقدر شبه كمي من الجدول التالي (جدول ٢-٢) .

جدول رقم (٢)

ترتيب أهداف الشركات الأمريكية واليابانية(*) .

اليابان	الولايات المتحدة	الهدف
٤,١	٨,١	عائد الاستثمار
٠,١	٣,٨	زيادة السعر (للأسهم)
٤,٨	٢,٤	النصيب فى السوق
٢,٣	١,٥	تحسين الخصائص المالية للمنتج (بفتح التاء)
٢,٤	١,٥	عقلنة الإنتاج والتوزيع
٢,٠	١,٣	زيادة رأس المال الأساسى
٣,٥	٠,٧	نسبة المنتجات الجديدة
٠,٧	٠,٢	تحسين الصورة الذهنية عن الشركة
٠,٣	٠,١	تحسين ظروف العمل

نحو مسؤولية مؤسسية
للشركات الكبرى :

يمكن الإشارة إلى أن المسؤولية الأولى للشركات متعددة الجنسية تقع تجاه العاملين فيها وتجاه البلد الأم ، وأن المسؤولية الثانية تكون تجاه المجتمعات الأخرى التى تؤثر فيها أنشطة الشركة ، وهنا من الضروري الانتباه إلى أن مصالح المجتمعات الأخرى لا يمكن اعتبارها (أو تعريفها بـ) محصلة رغبات المستهلكين .

وإذا كان فى عديد من البلدان النامية لا يمكن تعريف حاجة المجتمع ، فإن منظمة الاقتصاد العالمى WEO يمكنها أن تقدم المساعدة فى هذا الصدد . حينئذ تكون هذه المنظمة مسئولة عن توجيه أعمال ومسؤوليات متعددة الجنسيات داخل البلدان النامية (فى مجالات مثل التعليم - نقل التكنولوجيا - الاتصال - تصنيع الغذاء - الخدمات الصحية ... إلخ) .

خلاصة لهذا الفصل يمكن القول أن الأفكار المطروحة هنا لا تقصد إلى تحطيم الشركات متعددة الجنسية ، ولكن مساعدتها فى إيجاد السياق الذى تعمل من خلاله بثقة وفاعلية فى قيادة العالم .

(*) استخدم فى هذا الإحصاء بيانات من عدد ٢٩١ شركة يابانية ، و ٢٢٧ شركة أمريكية . تم تقييم المعايير الخاصة بالترتيب على أساس أن ١٠ ، يعنى أقل أهمية ، و ١٠٠ ، تعنى ذا أهمية قصوى .