

الفصل الثالث

كن طالباً بكل معاني الكلمة



المعرفة هي ذلك المصباح الذي يهتدي به رن تشنغ في في كفاحه، هي تلك القوة الهائلة التي تدفعه إلى الاستمرار في تقدمه للأمام، وقد أصبحت بعد ذلك الدعامة الأساسية التي استند عليها في قيادته هواوي في طريقها نحو العالمية، ومناوراته مع الشركات العالمية الكبرى. ولهذا السبب يدرك رن تشنغ في - بعمق - أهمية المعرفة. ويرجع التقدم الذي حققه خلال كل هذه السنوات، إلى قدرته على التعلم واجتهاده في طلب المعرفة، وقد أدرك - من خلال المعرفة والتعلم - الفجوة بينه وبين منافسيه، وتوصل إلى الطريقة التي يستطيع بها سد هذه الفجوة.

زار رن تشنغ في مجموعة من أشهر شركات التكنولوجيا الحديثة، مثل IBM في أمريكا، وأصيب بصدمة عندما رأى - بوضوح - الفجوة بين هواوي والشركات العالمية الكبرى. ولم تمضِ فترة طويلة على عودته حتى بدأ عملية إصلاح وتغيير، استمرت لخمس سنوات، فبدأت هواوي

تتعلم - بصورة شاملة وجذرية - من خبرات الشركات الغربية، ثم أعادت التفكير في الطريقة التي تعمل بها، بعد ذلك دخلت في مرحلة رفع كفاءة إدارتها الداخلية.

تتطور التقنية في قطاع صناعة الاتصالات بسرعة فائقة، وتشتد المنافسة فيه بصورة تفوق كل القطاعات الأخرى. وبالتالي فإذا توقفت عن التعلم فسيتم استبعادها حتمًا من حلبة المنافسة. وقد كرر رن تشنغ في الحديث عن شركات كثيرة فشلت في بلوغ أهدافها نتيجة التسرع، ولهذا ينصح أبناء هواوي بضرورة التخلص من عادة "التسرع" تلك، وينصحهم بالاقترداء باليابانيين في إخلاصهم واجتهادهم في عملهم، وبالألمان في دقتهم.

ويستطيع رن تشنغ في - بفضل مؤهله التعليمي العالي - من تحليل المشكلات، ووضع الإستراتيجيات على أسس علمية سليمة وفقًا لمنظور بعيد وشامل .. يستطيع إدراك نقاط ضعفه، ومن ثم يدرك جيدًا أهمية المعرفة والتعلم. ولا يتعلم وحده، بل يبحث جميع أبناء هواوي على التعلم، ويؤكد لهم دومًا على ضرورة معرفة نقاط ضعف الذات، ونقاط قوة المنافسين، ثم التعلم منهم. فاهتمامه بالمعرفة وسعيه إلى الارتقاء بذاته، قد

أثر إيجابياً على شركته، ودفعها إلى التغيير والتطوير الدائمين، كما جعل أبناء هواوي يواظبون دوماً على تطوير أنفسهم.

تعلمت هواوي الأفكار الغربية الحديثة، المتعلقة بإدارة وكيل التسويق، وقامت بتغيير هيكلها على أسس معاصرة، ووضع ما يسمى بـ ((القانون الأساسي لهواوي))، الذي أثر فيها بصورة بالغة، كما قامت بمأسسة العملية الإدارية، أي أن تتم الإدارة وفق أسس وقوانين واضحة، كل هذا يرتبط ارتباطاً وثيقاً بشعور الخطر الدائم الذي يمتلك مديرها رن تشنغ في. وقد أثبت كل ما حققته هواوي من نجاحات، أنها تجسيد حي لمقولة "البقاء لمن يملكه الشعور الدائم بالخطر".

بعد عام 2000، وصلت هواوي إلى مستوى لا بأس به من التطور، ولكن ظهرت مشكلات خلال تطبيق رن تشنغ في لنمط إدارة صيني - غربي مشترك، وطرح رأيه حول هذه المشكلة في كتاب ((الأولوية للبقاء)) قائلاً: كانت هواوي شركة صغيرة، وتطورت في الصين، وموارد الصين الخارجية ليست غنية كتلك الموجودة في أمريكا، إضافة إلى أن التطور يكون بناء على الشعور، وتفقد إلى العقلانية واللوائح العلمية؛ لذلك يجب علينا الاستفادة من الخبرات والمناهج الأمريكية، علينا الاستعانة بالعقول الأجنبية. وطالما نتعلم التقنية ونهاج الإدارة الحديثة

من الآخرين، فعلينا أولاً أن نتخلص من العيوب التي تشوب الثقافة التقليدية الصينية، علينا أن نخلع "الحذاء المصنوع من القش"، ونرتدي "الحذاء الأمريكي" أو "الحذاء الألماني" .. الثقافة المستقبلية لهواوي هي ثقافة تتلاءم مع ثقافة الأعمال التي تتطلبها المهنة والاحتراف على مستوى العالم.

يجب علينا بعد استيعاب الأفكار الغريبة، وما حققناه من نجاح بعد تطبيقها، أن نبتكر نسقاً فكرياً يتناسب معنا. هكذا تمكنت هواوي - من خلال التعلم المستمر - من مواصلة التقدم، وتستمر بعد كل ما وصلت إليه من إنجازات في عملية استمرار، قد بدأت، وتستمر إلى الآن.

obeikandi.com