

کنیچی اومایی

صحنه‌ی نمایش بعدی جهانی

چالش‌ها و فرصت‌ها در دنیای بدون مرز

مترجم

مسعود کربابیان



تهران ۱۳۹۲

Ohmae, Kenichi

سرشناسه : اومایبی، کنیچی، ۱۹۴۳-م.
 عنوان و نام پدیدآور: صحنه‌ی نمایش بعدی جهانی؛ چالش‌ها و فرصت‌ها در دنیای بدون مرز / کنیچی اومایبی؛ مترجم: مسعود کریم‌اسیان.
 مشخصات نشر : تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۸۶.
 مشخصات ظاهری : ۳۵۸ص: جدول، نمودار.
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۴۴۵-۷۹۴-۴

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
 یادداشت : عنوان اصلی:
 The next global: Stage: Challenges and Opportunities..., ©2005.

یادداشت : چاپ دوم: ۱۳۹۲ (فیبا).
 یادداشت : واژه‌نامه.
 یادداشت : کتابنامه.
 موضوع : اقتصاد بین‌الملل -- یکپارچه‌سازی
 موضوع : جهانی شدن -- جنبه‌های اقتصادی
 موضوع : شرکت‌های چندملیتی
 موضوع : مدیریت صنعتی
 موضوع : اقتصاد -- آینده‌نگری
 شناسه یونیکود : باسیان، مسعود، ۱۳۳۵ - ، مترجم
 شناسه افزوده : شرکت انتشارات علمی و فرهنگی
 رده‌بندی کتبی : ۳۸۶ س ۸۴الف/۵ HF ۱۴۱۸/۵
 رده‌بندی دیویی : ۳۳۷
 شماره کتابشناسی ملی : ۴۱۱۱۱۱۱۱۱۱۱۱

نمایش بعدی جهانی

چالش‌ها و فرصت‌ها در دنیای بدون مرز

کنیچی اومایبی

مترجم: مسعود کریم‌اسیان

چاپ نخست: ۱۳۸۶

چاپ دوم: ۱۳۹۲، شش ماهه، ۲۰۰۰ نسخه

حروفچینی و آماده‌سازی: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی

لیتوگرافی: مهران، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر علمی و فرهنگی کتیبه

حق چاپ محفوظ است.



شرکت انتشارات علمی و فرهنگی

○ اداره مرکزی: خیابان افریقا، چهارراه حقانی (جهان کودک)، کوچه کمان، پلاک ۲۵؛ کدپستی: ۱۵۱۸۷۳۶۳۱۳
 صندوق پستی: ۹۶۴۷-۱۵۸۷۵؛ تلفن: ۷۰-۸۸۷۷۴۵۶۹؛ فکس: ۸۸۷۷۴۵۷۲
 آدرس اینترنتی: www.elmifarhangi.ir info@elmifarhangi.ir
 ○ مرکز پخش: شرکت بازرگانی کتاب گستر، خیابان افریقا، بین بلوار ناهید و گلشهر، کوچه گلغام، پلاک ۷۲؛ کدپستی: ۱۹۱۵۶۷۳۲۸۳؛ تلفن: ۲۲-۲۲۴۱۴-۲۲۰۲۴۱۴؛ تلفکس: ۲۲۰۵۰۳۲۶
 آدرس اینترنتی: www.ketabgostar.com info@ketabgostar.com
 ○ فروشگاه یک: خیابان انقلاب، روبه‌روی در اصلی دانشگاه تهران؛ تلفن: ۶۶۴۰۰۷۸۶

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه‌ی مترجم
۱۵	درباره‌ی کنیچی اومایری
۱۷	پیش‌گفتار
۲۵	طرح داستان

بخش اول: صحنه‌ی نمایش جهانی

۳۱	فصل اول: گردش به دور دنیا
۳۱	پرده‌ها کنار می‌روند
۳۳	دنیا به مثابه‌ی صحنه‌ی نمایش
۳۴	گشت سریع به دور جهان
۴۰	نگاهی به ایرلند
۴۴	فنلاند: نورسیده‌ای از سرما
۴۸	اقتصاد جهانی چیست؟
۵۱	بی‌مرز بودن
۵۴	نامرئی بودن
۵۵	متصل بودن سبیرنتیکی
۵۶	اندازه‌گیری برحسب نسبت قیمت به عواید

۵۹ فصل دوم: شب افتتاحیه
۵۹ دنیای بعد از گیتس
۶۰ فروپاشی شوروی
۶۳ پیمان پلازا
۶۶ کسری بودجه‌ی امریکا
۶۸ دروازه‌هایی به سوی آینده
۷۱ ۱۲ سال بعد از گیتس: چین
۷۷ آنتی‌تجارت الکترونیکی
۸۱ فصل سوم: پیمان اتحاد
۸۱ بازار آفریقا اقتصادی
۸۶ نظریه‌های اقتصاد متغیر با زمان
۹۱ مبانی جدید به تنگنای چین نیاز دارند
۹۲ آزاد شدن پول
۹۴ رکود و تعدیلگر تولید ناخالص داخلی
۹۵ نرخ‌های بهره و پس‌اندازها
۹۷ آیا فیزیک می‌تواند کمک کند؟
۹۸ دنیای پیچیده
۱۰۱ منحنی فیلیپس
۱۰۲ نوسانات شدید نرخ ارز
۱۰۵ الگوی دوم
۱۰۶ قدرت سیاست
۱۰۸ دشوار بودن تغییر عادات
۱۱۲ عموسام جهانی می‌شود
۱۱۸ الگوی اقتصادی جدید

بخش دوم: رهنمودهایی برای صحنه‌گردانی

۱۲۳ فصل چهارم: بازی‌گردانان
۱۲۳ پیدا کردن موقعیت خود در صحنه‌ی نمایش جهانی
۱۳۰ دولت‌های ملی چگونه توسعه‌ی اقتصادی را به تأخیر می‌اندازند

۱۳۱	بیت دولت ملی
۱۳۴	حکومت‌های نیرومند
۱۳۶	ظهور منطقه
۱۳۷	تعریف دولت منطقه‌ای
۱۴۱	تابستان‌های هندوستان
۱۴۳	هیجان‌زدگی در چین
۱۴۷	جمعی مناطق یکسان خلق نشده‌اند
۱۴۸	بین شکفت‌آور
۱۴۹	رده طبق
۱۵۲	ادستاف‌پذیر
۱۵۴	اندازه و اساس مست، اما نه به شیوه‌ی سنتی
۱۵۶	مناطق آنچه را که ساختار به دست می‌آورند
۱۵۸	ملاحظات عملی
۱۵۹	منطقه‌ی موفق باید چه کاری انجام دهد؟
۱۶۱	بازاریابی برای مناطق
۱۶۳	اراده برای موفقیت
۱۶۳	سازمان‌دهی مناطق
۱۶۸	سایر اتحادیه‌ها
۱۷۱	منطقه‌ی تجارت آزاد یا در اقتصاد؟
۱۷۵	فصل پنجم: ابزارهای پیشرفت
۱۷۵	پیشروی مداوم
۱۷۷	ابداع ابزارهای فن‌آوری
۱۸۳	زبان، ابزاری ارتباطی
۱۸۶	انگلیسی بین‌المللی
۱۸۹	فراوانی ابزارهای ارتباطی
۱۹۱	سایر ابزارها
۱۹۹	فصل ششم: تأمین از محل منابع بیرونی
۱۹۹	گذر از مرزها

۲۰۳ فن‌آوری: فرشته‌ی نجات
۲۰۴ منبع‌یابی بیرونی فرایند تجارت: هندوستان به مثابه‌ی سکوی پرش
۲۰۸ خواب طولانی هندوستان
۲۱۳ اعجاز در سایر کشورها
۲۱۶ منبع‌یابی بیرونی فرایند تجارت به‌عنوان ابزار ارتباطی
۲۲۰ وطن دوست‌داشتنی
۲۲۱ اسطوره‌ها و نیمه حقیقت
۲۲۴ امید هندوستان
۲۲۹ برداشت منافع
۲۳۱ معیارهای ارزیابی فرایند تجارت در دنیای بدون مرز
۲۳۳ فصل هفتم: دست‌نمها
۲۳۳ انقلاب درگاهی
۲۳۴ موتورهای جستجو
۲۳۵ جستجو در گوگل
۲۳۹ پرداخت صورت‌حساب: انقلاب در پرداخت‌ها
۲۴۰ دگرگونی در راه‌آهن
۲۴۲ تحویل کالا: انقلاب در تدارکات
۲۴۶ ظهور ریز برچسب‌ها
۲۴۸ زنجیره‌های سرد و غذای تازه
۲۵۰ خدمات پستی
۲۵۱ استفاده از تدارکات برای حل مشکلات بزرگ‌تر
۲۵۳ میز شام
بخش سوم: متن نمایش	
۲۵۷ فصل هشتم: بازآفرینی دولت
۲۵۷ قدرت در حال تضعیف
۲۶۰ فراسوی توزیع
۲۶۲ دگرگونی در دولت‌ها
۲۶۴ کوچک‌کردن و تجدیدنظر در اندازه‌ی دولت

۲۶۶	آینده‌نگری برای دگرگونی
۲۶۷	آینده‌نگری ژاپنی‌ها
۲۶۸	بازنمایی آینده
۲۷۰	چشم‌انداز در مقابل سراب
۲۷۰	چشم‌انداز دولت
۲۷۱	جلب توجه
۲۷۲	نقطه آموزش
۲۷۴	ریشه‌یابی فاصله
۲۷۷	سازمان‌های دولت
۲۷۸	پنجاه مهارت کلیدی برای آینده
۲۸۱	کریدور استراتژی ملی
۲۸۳	تمایل سنگین به بانکداری
۲۸۵	شور و شوق سوئیس
۲۸۹	درک جدید ابرلندی‌ها
۲۹۳	فصل نهم: بازارهای آینده
۲۹۳	دگرگونی گسترده
۲۹۳	آینده‌ی فن‌آوری
۲۹۵	پیشرفت فن‌آوری و واقعیت مرگ در زندگی تجار
۳۰۴	ظهور VoIP و تأثیر آن بر ارتباطات راه دور
۳۰۷	پیوستن سریع به پیشروی
۳۱۰	آینده‌ی شخصی
۳۱۱	پذیرش رهبری
۳۱۴	اطلاعات و نوآوری ارزشی
۳۱۶	استقبال از انعطاف‌پذیری
۳۱۸	آینده‌ی شرکت‌ها
۳۲۰	شرکت بی‌وطن
۳۲۲	نوآوری
۳۲۵	شرکت انطباق‌پذیر
۳۲۷	فراسوی سلسله مراتب

۳۳۱ فصل دهم: صحنه‌ی نمایش بعدی
۳۳۱ آینده‌ی منطقه‌ای
۳۳۳ جزیره‌ی هاینان، چین
۳۳۴ پتروپاولفسک - کامچاتسکی، روسیه
۳۳۶ ونکوور و بریتیش کلمبیا، کانادا
۳۳۷ استونی
۳۳۹ حاشه‌ی بالتیک
۳۴۱ ش. هوشی مین، ویتنام
۳۴۴ ناپاروفسک استان ساحلی و جزیره‌ی ساخالین، روسیه
۳۴۵ سانوپائول، نیل
۳۴۶ کیوش ژاپن
۳۴۹ فصل یازدهم: پرسش
۳۴۹ بازگشایی ذهن اسرارپسند
۳۵۲ فراسوی خیال
۳۵۵ واژه‌نامه

www.ketab.ir

مقدمه‌ی مترجم

درباره‌ی موضوع جهانی شدن تا امروزه اندیشمندان بسیاری، هر یک از دیدگاه خاص خود سخن گفته‌اند. طیفی از صاحب‌نظران این پدیده را فرآیندی الزام‌آور و به منزله‌ی عبور از مسیری که پایان آن دست‌یابی به رشد و توسعه‌ی اقتصادی از طریق تعامل با اقتصاد جهانی است دانسته‌اند، این گروه دلایل و شواهد بسیاری نیز برای تأیید دیدگاه‌های خود ارائه می‌کنند. مجموعه‌ی این آرا متضمن تحولات و رخدادهایی است که در کشورهای مختلف به وقوع پیوسته و توسعه‌ی اقتصادی را برای کشورهای که عرصه‌ی این تحولات بوده‌اند، فراهم ساخته است. طیفی دیگر آن را تهدیدی برای توسعه‌ی ملی کشورهای در حال توسعه می‌دانند و یا بعضاً به جنبه‌ی منفی آن در جهانی شدن از قبیل فرهنگ، جامعه‌شناسی، فلسفه و روابط بین‌الملل،... توجه می‌کنند.

با وجود این، وجه مشترک عمده بررسی‌ها متوجه روند تاریخی جهانی شدن است که گاهی حتی، به دنبال پیدایی ریشه‌های آن در چند قرن قبل است و حتی آن را موکول به تحولاتی چون رشد شگفت‌آور فن‌آوری به‌ویژه در عرصه‌ی فن‌آوری اطلاعات، ایجاد فضای مجازی کسب و کار، فروپاشی نظام‌های سیاسی در کشورهای اروپای شرقی، ظهور و بروز نظام‌های همکاری منطقه‌ای و ایجاد سازمان جهانی تجارت می‌داند، ولی درباره‌ی تحولات آتی مربوط به این پدیده عمدتاً سکوت اختیار کرده‌اند در حالی که پیش‌بینی این حوادث برای بسیاری از مدیران و صاحبان بنگاه‌های اقتصادی

اهمیت حیاتی دارد تا بتوانند با تکیه بر این پیش‌بینی‌ها، حرکت‌های آتی خود را طراحی کنند و در صف‌بندی‌های سیاسی و اقتصادی جهان، خود را در جایگاه مناسب قرار دهند.

«اومایی»، نویسنده‌ی ژاپنی کتاب حاضر، با تکیه بر تجربیات خود پیش‌بینی می‌کند که در صحنه‌ی آینده‌ی اقتصادی جهانی، برعکس امروز، «دولت‌های ملی» نقش اساسی را ایفا نخواهند کرد بلکه این «دولت‌های منطقه‌ای» هستند که در کانون اصلی مبادلات اقتصادی جهانی قرار خواهند گرفت؛ پدیده‌ای که آثار آن در برخی از مناطق جهان به وضوح مشاهده می‌شود. به عبارت دیگر، جغرافیای اقتصاد سیاسی جهان در آینده از تکیه بر «دولت منطقه‌ای» شکل خواهد گرفت و هم اکنون در خاور دور و اروپا مشاهداتی می‌شود که برخی از استان‌ها و یا ایالت‌های یک کشور، نقش موتور محرک اقتصاد منطقه‌ی بزرگ‌تری می‌کنند و سهم بالایی از حجم مبادلات خارجی و یا تولید ناخالص داخلی آن کشور را به خود اختصاص داده‌اند.

اومایی عرصه‌ی اقتصاد جهانی را به یک صحنه‌ی تشبیه کرده، بازیگران فعال آن را بر می‌شمارد، نقش‌های آن را توضیح می‌دهد و کیفیت بازی هر یک را به نقد می‌کشد و به خواننده این کتاب تفهیم می‌دهد که کدام بازیگر در صحنه موفق‌تر عمل کرده و راز موفقیت او چه بوده است. حتی گاهی با ترسیم چشم‌اندازی وسیع، ویژگی‌های بازیگران موفق آینده را هم تشریح می‌کند.

اومایی در این کتاب با استفاده از شواهدی توضیح می‌دهد چگونه تغییر در شرایط مبادلات اقتصادی جهان، نحوه‌ی زندگی مردم و رشد فن‌آوری، منجر به تحولاتی شده که در پایان آن برخی کشورهای دارای پیشرفت بالا، رکود را تجربه کرده‌اند و در مقابل کشورهایی مانند چین، ایرلند، فنلاند و ... اقتصاد بالادست یافته‌اند.

با وجود این، در مورد کتاب حاضر ذکر تذکر چند نکته را ضروری می‌دانیم:

اول این‌که مسئله جهانی شدن به عنوان واقعیت عصر ما، مسئله‌ای چند بعدی است که در مورد ابعاد گوناگون آن اندیشمندان بسیاری به ارائه‌ی نظر پرداخته و هر یک از دیدگاه خاص خود وجوه مثبت و منفی این پدیده را بر شمرده‌اند، برخی آن را روندی ناگزیر و برخی رویارویی با آن را قابل اجتناب دانسته‌اند، اما همه‌ی نظریه‌پردازان بر واقعیت وجود این پدیده اذعان دارند و آن را موضوعی قابل بررسی می‌دانند، بنابراین

آشنایی با این نظریه‌ها و دیدگاه‌ها فی نفسه می‌تواند مفید باشد. نکته‌ی دوم این‌که بعضی از نویسندگان از جمله نویسنده‌ی ژاپنی کتاب حاضر با تأثیرپذیری از گرایش‌ها و دیدگاه‌های متکی بر نظام اقتصادی سرمایه‌داری به بررسی موضوع جهانی شدن پرداخته‌اند. در کتاب حاضر به ویژه در برخی فصول آن اومایی گرایش‌ها و تأثیرپذیری خود را از اقتصاد سرمایه‌داری با غلظت و صراحت بیشتری آشکار کرده است. بنابراین خوانندگان نکته‌بین و پژوهندگان هوشمند در مطالعه این دسته از کتاب‌ها باید به این تأثیرپذیری توجه داشته و بین واقعیت‌های موجود و برداشت‌ها و گرایش‌های نویسنده مرزبندی لازم را قائل شوند.

در پایان، نکته‌ی سوم این‌که با وجود تأثیرگذاری گرایش‌های نویسنده در تحلیل مسائل و برداشت‌ها، اما و اطلاعات دقیق و نمونه‌ها و شواهد عینی ارائه شده بر غنای کتاب افزوده و به استفاده پژوهندگان، علاقه‌مندان و صاحب‌نظران قرار گیرد. ان شاء الله.

www.ketab.ir

www.ketab.ir

بارهی کنیچی اومایی

کنیچی اومایی یکی از استراتژیست‌های تجاری پیشرو دنیا است. او در سال ۱۹۴۳ به دنیا آمد. پس از دریافت دکترای مهندسی هسته‌ای از انستیتوی تکنولوژی ماساچوست به‌عنوان مهندس طراح ارشد در شرکت هیو پکام مشغول به کار شد. سپس ضمن همکاری با شرکت مک کینزی به شریک اصلی شرکت مذکور تبدیل شد و به مدت چند سال عملیات شرکت را در ژاپن هدایت کرد و توسعه بخشید. او دانش و حساسیت بی‌نظیری درباره‌ی تحولات در بخش‌های وسیعی از جهان به دست آورد.

بسیاری از کتاب‌های او به زبان انگلیسی ترجمه شده‌اند، از جمله «ذهن استراتژیست» (انتشارات مک گراهیل)، «قدرت سه‌گانه» (انتشارات پرسی پرس)، «دنیای برون مرزی» (انتشارات هارپر بیزنس)، «پایان دولت ملی» (انتشارات پرس پرس)، و «قاره‌ی نامرئی» (انتشارات هارپر کالینز). او برای بسیاری از روزنامه‌ها و مجله‌های خبری مشهور دنیا، از جمله وال استریت جورنال، نیویورک تایمز، هاروارد بیزنس ریویو، و نیوزویک مقاله‌هایی نوشته است. او در دانشکده‌ی بازرگانی متروقی که در ژاپن بنیان‌گذاری کرده است در زمینه‌ی کارآفرینی تدریس می‌کند.

او بنیان‌گذار و مدیر عامل تعدادی از شرکت‌های موفق در ژاپن است از جمله «تلویزیون موفقیت تجاری» (که یک کانال تجاری بیست و چهار ساعته است)؛ «اومایی و همکاران»؛ «اوری دی دات کام»؛ «پیشرفت‌های تجاری اومایی»؛ و «جنرال سرویسز» که

یک شرکت منبع‌یابی فرآیند تجارت برون‌مرزی در چین است. به نظر اومایی دنیا با اختراع فن‌آوری ارتباطات دوربرد واقعاً یکپارچه شده است. اومایی به‌عنوان یک دانشمند و مشاور همواره از نقشی که فن‌آوری می‌تواند در از بین بردن موانع داشته باشد و پیامدهای آن برای جامعه و تجارت آگاه بوده است. او ابزارهایی را در زمینه‌هایی مثل آموزش از راه دور، تحویل خواروبار در منزل، و پایگاه داده‌های دفترچه تلفن ابداع کرده است. یکی از این ابداعات «دانشگاه هوایی» است که آموزش از راه دور را تسهیل می‌کند، و دیگری «اوری دی دات کام» است که با استفاده از میکروپارکدها در اینترنت یا تلفن‌های همراه اقدام به تحویل خواروبار می‌کند. هم‌سفران دولت و هم‌بازرگانان همواره از توصیه‌ها و بینش‌های منحصر به فرد او بهره‌مند شده‌اند.

پیش‌گفتار

اندیشه‌ها کاملاً شکل‌گرفته ظاهر نمی‌شوند. اندیشه‌ها آمیزه‌های درهمی از تجربه، بینش، آرزوها و الهام‌اند؛ با تردید، عدم اطمینان از واکنش احتمالی تماشاگران، زیرنورهای چشمک‌زن و درخت‌انوار در صحنه می‌شوند؛ با توجه به شرایط و واکنش‌های درحال‌تغییر، تحول و تکامل پدید می‌آورند.

بیش از دو دهه وقت صرف مرور اسدلال‌هایی کرده‌ام که محور اصلی این کتاب را تشکیل می‌دهد. در کتاب‌های قبلی‌ام، از جمله در «نظریه‌های مرز و قاره‌ی نامرئی» به بررسی بسیاری از مسائلی پرداختم که هنوز هم درحال‌تغییر آن‌ها هستم. به نظر من اندیشه‌ها به شکل کامل ظاهر نمی‌شوند.

در شکل‌گیری این کتاب دو عامل نقش داشته‌اند.

نخست، شاهدهی بر شرایط درحال‌تغییر است. طی دو دهه‌ی گذشته، با اساساً تغییر کرده است. اصول اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، تجاری و شخصی به‌ام و به‌عمل می‌شوند، با اصولی که دو دهه‌ی قبل قابل‌اعمال بودند، چندان رابطه‌ای ندارد. شرایط جدید نیاز به نمایش‌نامه‌ی جدیدی دارد.

مشکل این است که در بیشتر موارد درحال خواندن همان نمایش‌نامه‌ی قدیمی کسالت‌آور هستیم. با توسعه‌ی اقتصاد جهانی دیدگاه منسجم‌تری درباره‌ی دنیای تجارت شکل می‌گیرد. تجارت به خودی خود یک کلیت تلقی می‌شود که موانع ملی آن را

محدود نمی‌کند. این دیدگاه را با شناخت سنتی حاصل از خواندن کتاب‌های درسی یا مقالات به دست نیاورده‌ام. برعکس، به‌طور مستقیم، از طریق تماس با دنیا، مسافرت زیاد، و تعامل با بازرگانان دنیا به دست آورده‌ام. شاید عجیب باشد، اما این عوامل موجب شباهت دیدگاه‌ها می‌شوند. عقاید و دیدگاه‌ها مشترک هستند؛ نوع تحولات در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی که مهم تلقی می‌شوند، نیز مشترک‌اند. با اشتراک دیدگاه‌ها راه‌حل‌های مشترک به دست می‌آیند. اما یک دیدگاه مشترک درباره‌ی دنیا به راه‌حل‌ها و

سخن‌های غیرسنتی که صحنه‌ی جهانی ایجاب می‌کند، منتهی نخواهد شد.

طی ۳۰ سال گذشته در مقام مشاور، سخنران، و گردشگر به ۶۰ کشور سفر کرده‌ام. از بخشی از کشورها مثل امریکا بیش از ۴۰۰ بار دیدار کرده‌ام؛ از کره و تایوان هر کدام ۱۰۰ بار، از مالزی ۱۰۰ بار. اخیراً به‌طور متوسط هر سال ۶ بار به چین سفر کرده‌ام و در هر سفر آن شرکتی تأسیس کرده‌ام، همچنین برنامه‌های تلویزیونی هجده ساعته تهیه کرده‌ام. هدف آن‌ها شرح دادن مسائلی است که در تجارت و سیاست چین واقعاً در حال رخ دادن است. همچنین زمان زیادی را در گولدکوست استرالیا و ویستلر کانادا سپری کرده‌ام. البته به‌عنوان سعه‌ی ژاپن، در توکیو زندگی می‌کنم و در ژاپن هم زیاد مسافرت می‌روم.

همان‌طور که احتمالاً متوجه شده‌اید، اعتقاد دارم هیچ‌چیز مهم‌تر از دیدار عملی یا نزدیک از محل، آشنا شدن با شرکت‌ها، و گفت‌وگو با مدیران اجرایی ارشد، کارکنان، و مصرف‌کنندگان نیست. از این راه می‌توانید آنچه در جریان دارد درک کنید. در برخی از دیدارها، گروه‌های ۴۰-۶۰ نفری از مدیران رهبری را همراه بردارم تا بتوانند از نزدیک مناطقی را مشاهده کنند که از سایر نقاط دنیا سرمایه‌ساز می‌کنند. گروه‌هایی را به ایرلند بردارم تا ببینند چگونه منبع‌یابی بیرونی^۱ فرایند تجارت بین‌مرزی دادن اقتصاد آن کشور را دوباره شکل می‌دهد. آنان را به دیدن شهرهای کوچک ایتالیا بردارم که در صحنه‌ی جهانی در حال شکوفایی هستند. همچنین از کشورهای سازنده‌ی فناوری دیدار کردیم تا ببینیم که چرا آن‌ها رقابتی‌ترین کشورهای دنیا هستند؛ به اروپای شرقی رفتیم تا ببینیم که آن‌ها چگونه می‌توانند به اتحادیه‌ی اروپا که ۲۵ عضو دارد ملحق شوند. گروه مذکور همچنین دوبار از چین و امریکا، و نیز از هندوستان، ویتنام، مالزی،

سنگاپور، فیلیپین، کره، و استرالیا دیدار کرده‌اند.

دیدگاه مدیرانی که در این سفرها با من همراه شدند نسبت به دنیا تغییر کرد. حتی در روزگار اینترنت و اخبار کابلی جهانی، هنوز هم بهترین راه یادگیری گردش کردن، شنیدن، دیدن، و پرسیدن است. دیدن اتفاقاتی که در دنیا در حال رخ دادن است از نزدیک دیدگاه‌ها را تغییر می‌دهد. مدیرانی که صحنه‌ی جهانی را مشاهده کردند بعداً با نگاهی متفاوت شروع به خواندن روزنامه‌ها و تماشای تلویزیون کردند. دیدگاه‌های آنان به تدریج گسایش پیدا کرد و در نقش خود به عنوان بازیگران صحنه‌ی جهانی احساس راحتی کردند. این تغییر الزاماً به آسانی حاصل نمی‌شود؛ مهارت‌های جدیدی لازم است.

دومین دلیل این است که کتاب حاضر این است که طی ۲۰ سال گذشته از نزدیک با برخی از بزرگان اقتصاد جهانی آشنا شده‌ام.

هنری ونت مدیر عامل قبلی شرکت اسمیت کلاین بیچم یکی از نخستین پیشگامان موافق عقیده‌ی اقتصاد جهانی واقعی بود. ونت اتحادهای برون مرزی را ناجی بالقوه‌ی صنعت دارویی آمریکا می‌دانست و واقف بود که اتحادهای استراتژیک در سطح بین‌المللی اگر حیاتی نباشند، شرکت‌ها را نابود خواهند کرد.

هنری متوجه شد که در دنیا سه مرکز اصلی وجود دارد: آمریکا، ژاپن و خاور دور، و اروپا. هیچ شرکتی، هر قدر هم احساس نیرزمندی و ستادار کند، نمی‌تواند به همه‌ی این بازارها خدمات کارآمدی عرضه کند. هیچ شرکتی نمی‌تواند امید به پوشش دادن بازاری با جمعیت ۷۰۰ میلیون نفر و با سرانه‌ی تولید ناخالص ملی بیش از ۱۰۰۰۰ دلار را داشته باشد.

شرکت‌ها به‌طور مرسوم راهکار بازاریابی را به کار برده‌اند که شامل نفوذ تدریجی به هر بازاری، اعم از یک منطقه یا یک کشور بوده است. وقتی در بازار تازه‌ای حضور شدید و محصول شما جا افتاد بعداً (و فقط بعد از آن) به بازار ب روی می‌آورید. نت معتقد بود که وقتی محصول خوبی دارید باید با بهره‌گیری از مدل آب پاش به‌طور همزمان در بازارهای گوناگون نفوذ کنید (۱).

هنری ونت با شرکت بیچم، شرکتی که به‌ویژه از لحاظ تحقیق و توسعه شهرت

زیاد و در اروپا حضوری قوی داشت وارد مذاکره شد، و مذاکرات مذکور سرانجام منجر به ادغام دو شرکت شد. او نه تنها مسیر ادغام را در پیش گرفت بلکه همچنین با اقدامی نمادین و قوی ادارات مرکزی شرکت را از پیتسبورگ به لندن منتقل کرد.

هنری ونت آینده‌نگری و بینش داشت. عقیده‌ی او درباره‌ی اتحادهای برون مرزی واقعاً ابتکاری بود. در آن روزها این نوع اتحادها و ادغام‌ها دشوار بود زیرا هر شرکت زرگی در بازارهای داخلی خود ریشه داشت. همچنین این شرکت‌ها تحت تسلط دولت‌های ملی خود بودند و با دولت‌های خود رابطه‌ی نزدیک و صمیمی داشتند. ترک کردن سرزمین مادری بسیار دشوار است (شاهد آن فریادهای اعتراض‌آمیز اخیر درباره‌ی تأمین امکانات از محل منابع بیرونی است). البته ممکن است دولت مقاومت کند (همان‌طور که در مذاکرات مربوط به ادغام در آلمان و فرانسه شاهد بودیم). گزارشگر می‌تواند گروهی نیز هستند که مثل فیل‌های ماموت یا دایناسورها در باتلاق درحال بی‌حرکتی گیر افتاده‌اند، کسانی که چنین کارهایی را غیرممکن‌پرستانه و غیراخلاقی تلقی می‌کنند. آن‌ها تمایل دارند «برنده شدن» یک طرف یا طرف دیگر را در هر ادغامی، مثل مورد دیملر، ایملر، گزارش دهند.

در دنیایی که در آن مرزها بسیار برداشته می‌شوند، اتحادهای برون مرزی تنها راه زنده ماندن و موفق شدن یک شرکت است. خوب می‌شود. در صنعت دارو، داروها بیش از پیش استاندارد می‌شود. اهمیت ترکیبات و فرمول‌های مهم و بالقوه سودآور کاهش یافت. در کنار آن هزینه‌های تحقیق و توسعه افزایش چشمگیری پیدا کرد. مقررات جدید موجب افزایش هزینه‌ها و تأخیرها شدند. باوجود این میزان سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه با سطح موفقیتی که توانستند به آن دست یابند فقط رابطه‌ی غیرمستقیم داشت. یک شرکت می‌توانست مجهزترین آزمایشگاه‌ها را بسازد، اما همه‌ی تجهیزات آن از کارکنان با تجربه و جوانان مستعد را به کار گیرد. اما این‌ها هرگز تضمین‌کننده موفقیت نبود. هنوز یک عنصر فرصت وجود داشت که تعیین می‌کرد که آیا مدیریت به‌درستی به‌انجام خواهد شد و پیشرفت‌ها تحقق پیدا خواهند کرد یا نه.

مشکل این است که وقتی تحقیق و توسعه موفقیت‌آمیز است و یک داروی برتر ساخته می‌شود ممکن است در بازارهای مهم دنیا عوامل کافی نداشته باشید. بنابراین استهلاک پول تحقیق و توسعه کم است و در عین حال باید اشخاص گران‌قیمتی را در زمینه‌ی موردنظر نگهداری کنید حتی اگر دارویی برای فروش نداشته باشید. این مشکل

مربوط به صنایعی مثل صنایع دارویی است، که در آن‌ها هزینه‌های ثابت زیاد تا حدودی نیاز به توجیه دارند. به این دلیل است که نیاز به جستجوی اتحادهای استراتژیک دارید و گاهی باید یک گام فراتر بگذارید و ادغام‌های برون مرزی کامل انجام دهید. در اواسط دهه‌ی ۱۹۸۰ نمونه‌های این نوع اتحادها معدود بودند. اما در حال حاضر تقریباً هر روز شاهد نمونه‌هایی از اتحادها و ادغام و تملک در بانکداری، شرکت‌های هواپیمایی، خرده‌فروشی، تولید برق، خودروسازی، کالاهای الکترونیک مصرفی و تجاری، ماشین‌آلات، و بیمه‌رساناها هستیم.

کسب‌وکاری و سرمایه‌سازی در این مورد نقش داشتند. یک شرکت دارویی متوسط می‌توانست یک میلیارد دلار صرف تحقیق و توسعه کند و هیچ نتیجه‌ای به دست نیاورد، اما یک شرکت بزرگ می‌توانست ۳ میلیارد دلار صرف تحقیق و توسعه کند. چنین شرکتی اغلب موفق می‌شود. عدم موفقیت را تحمل کند و باز هم سودآور باقی بماند. اتحادهای برون مرزی در مکان‌های برای شرکت‌های بیشتری فراهم کرد. گرچه این فقط احتمال بود، شرکت‌ها روزگاری به فاسوی بازار داخلی خود نگاه نمی‌کردند. امروزه دیگر مفهوم اتحادهای برون مرزی بویژه تلفیق نمی‌شود. نقش دوران ساز هنری ونت سزاوار قدردانی است.

دیگر پیشگام اولیه‌ی اقتصاد جهانی والتر وریستون^۱ رئیس سابق سیتی بانک بود. او جهانی شدن را ضروری می‌دانست، نه به دلیل نظریه‌های مدیریت یا تجارت، بلکه به دلیل پیشرفت‌های فن‌آوری. او پیش‌گویی کرد که رقابت بین بانک‌ها دیگر نه بر مبنای خدمات بانکی، بلکه بر اساس تصاحب فن‌آوری برتر خواهد بود. در واقع شرکتی که بتواند تصمیمات سریع‌تری، اغلب در کسری از هزارم ثانیه، اتخاذ کند برنده خواهد شد. والتر وریستون شکل آینده‌ی بانکداری - و اقتصاد جهانی - را ترسیم کرد. بانکداری باید در دنیای بدون مرز مستقر می‌شد و تصمیمات را، که گاهی غیرانسان‌ها (سرمایه‌ها) در کم‌تر از ثانیه اتخاذ می‌کردند به اجرا می‌گذاشت. کلید موفقیت بانکداری آینده دست فن‌آوری بود، بنابراین لازم بود شخصی برای ریاست سیتی بانک انتخاب شود که متخصص فن‌آوری باشد. اما او با داشتن چنین دیدگاهی در موضع اقلیت بود. بیست سال قبل بیشتر بانکداران بزرگ از سنت‌گرایان بودند. آنان روابط مبتنی بر اعتماد و اطمینان را

1. Walter Wriston

که بین بازرگانان و سلسله مراتب دولتی شکل گرفته بود، کلید موفقیت تلقی می‌کردند نه فن‌آوری را. فن‌آوری در مجموع خوب بود، اما برای آدم‌های زبل و ناقلا، نه برای بانکداران.

جان رید^۱، جانشین برگزیده‌ی ریستون به عنوان رئیس سیتی بانک در سال ۱۹۸۴، محصول تشکیلات بانکداری سنتی ساحل شرقی امریکا نبود. رید فن‌سالار^۲ بود. تحصیل کرده‌ی انستیتوی تکنولوژی ماساچوست بود، در سیتی بانک در زمینه‌ی کاربردهای دستگاه خودپرداز و سایر طرح‌های بانکداری الکترونیک کار می‌کرد. او در زمان منصوب شدن به ریاست بانک در شرکت مذکور تقریباً ناشناخته بود. حتی بعضی‌ها با او سرشناسی که «جان دیگر کیست؟» با انتصاب او برخورد کردند.

والد ریستون با گفتن اینکه یاد دادن فن‌آوری به بانکدار جا افتاده بسیار دشوار است اما یاد دادن به موریتهای به متخصص فن‌آوری نسبتاً آسان، از تصمیم خود دفاع کرد. در مورد روابط تیربایی که به روابط به مرور زمان توسعه پیدا می‌کرد. سیتی بانک تحت هدایت رید به بزرگترین بانک دنیا تبدیل شد. او در جریان بحران مالی امریکای لاتین با هوشمندی سیتی بانک را هدایت کرد.

آکیو موریته، از بنیان‌گذاران شرکت سیتی، یکی دیگر از پیشگامان تجارت بود که جلوتر از زمان خود حرکت کرد. نام شرکت تجاری اولیه‌ی او توکیو تسوشین کوگیو یا تاتسوکو (ت ت ک) بود. نام مذکور، حتی شکل مخفف آن برای بازارهای غربی بسیار دشوار بود. بنابراین موریته نام چهار حرفی سه‌حرفی برای نشان دادن کیفیت صدای رادیوهای ترانزیستوری خود ابداع کرد. از نظر موریته، بازار بزرگی چند مرزی یا بدون مرز بود. او افکار بزرگی داشت اما خود بزرگ‌بین نبود. موریته به شرکت‌ها توصیه‌ی بسیار عالی ارائه کرد «جهانی فکر کنید، محلی عمل کنید». این فلسفه از سوی مجله‌ی ژاپنی نیکی بیزنس به عنوان گلوکال^۳ (جهان محلی) نام‌گذاری شد. منجر به ابداع واژه‌ی جدید جهان محلی شدن^۴ گردید.

این آینده‌نگری‌ها در بسیاری از دیدگاه‌های من درباره‌ی اقتصاد جهانی نوظهور در آن زمان، که در کتاب‌هایی مثل قدرت سه‌گانه، و دنیای بدون مرز توضیح داده‌ام، مشترک

1. John Reid

2. technologist

3. glocal

4. glocalization

بودند. چندان خوش اقبال بودم که توانستم در اواسط دهه‌ی ۱۹۸۰ و بعد از آن با هر سه نفر آن‌ها و بسیاری دیگر به تبادل نظر پردازم. با وجود این، ثابت شده است که بحث‌های مربوط به اهمیت دولت منطقه‌ای^۱ پیچیده‌تر و دشوارتر است. مجبور بودم منتظر بمانم تا تحولات داخلی چین پس از ۱۹۹۸ دورنمای عملی سودمندی در این باره‌ی به دست دهد.

برخی نمردها برای نمایش

در کتاب - عصر، با این مقدمات فکری که در ذهن داشتم، شروع به مشاهده‌ی دنیا و چگونگی درک آن کردم. بخش اول، «صحنه‌ی نمایش جهانی» به برخی از موضوع‌هایی می‌پردازد که گرایش دیدی دارند (فصل اول «گردش به دور دنیا») و برخی از ویژگی‌های اقتصاد جهانی را مشخص می‌کند. سپس به عقب باز می‌گردد و به نقطه‌ی تولد این دوره‌ی جدید می‌نگرد (فصل دوم، «شب افتتاحیه»). این بخش با بررسی شکست اقتصادهای سنتی - و اقتصاددانان - در درک اقتصاد جهانی به پایان می‌رسد (فصل سوم، «پایان اقتصاد»).

در بخش دوم، «رهنمودهایی برای صفحه‌ی گ جهانی» گرایش‌های عمده‌ی نوظهور در صحنه‌ی جهانی را بررسی می‌کنم. در مقدمه فصل چهارم، «بازی‌گردانان»، تحول دولت ملی و پویایی‌های آنچه آن را دولت منطقه‌ای می‌نامیم، و مفیدترین و مؤثرترین راه برای سازمان‌دهی اقتصادی در اقتصاد جهانی است، بررسی می‌کنم. سپس (در فصل پنجم، «ابزارهای پیشرفت») اندیشه‌های مربوط به سکولاریزیشن یا ابزارهای ارتباطی مثل استفاده از زبان انگلیسی، ویندوز، برچسب زدن تجاری، و «آمریکای جدید» را به مثابه‌ی امکاناتی برای ارتباطات، درک کردن، و داد و ستد جهانی معرفی می‌کنم. برانجام این موضوع را بررسی می‌کنم که کدام بخش‌های تجارت باید همسو با اقتصاد جهانی تغییر کنند. این موارد شامل نظام‌ها و رویه‌های تجاری (فصل ششم، «تأمین از مرزها») و «بیرونی» و محصولات، مردم، و پشتیبانی (فصل هفتم، «گسستن زنجیرها») است.

در بخش سوم، «متن نمایش»، تحلیلی از چگونگی تأثیرگذاری این تغییرات و گرایش‌ها بر دولت‌ها (فصل هشتم، «بازآفرینی دولت»)، شرکت‌ها، و افراد (فصل نهم،

«بازارهای آینده» ارائه می‌کنم. برخی از مناطقی را بررسی می‌کنم که ممکن است موتور محرک اقتصادی شکل‌گیری دنیای فراسوی صحنه‌ی جهانی باشند (فصل دهم، «صحنه‌ی نمایش بعدی»). در بخش پایانی کتاب ذهن استراتژیست را بازبینی می‌کنم، و درباره‌ی لزوم تغییرات در چارچوب‌هایی که در ابداع راهبردهای تجاری در صحنه‌ی جهانی به کار می‌بریم، نظریه‌پردازی می‌کنم.

کتاب حاضر دنیا را به شکلی که می‌بینم درک می‌کند. بیست سال قبل جهانی شدن مطرح بود، مفهومی نظری. امروز جهانی شدن واقعیت است. این کتاب بخشی از فرآیند درک قواعد جدیدی است که در دنیای جدید اعمال می‌شود. و اغلب مواقع برای تبیین این استیلا بخش آنچه در حال حاضر به طور روزمره تجربه می‌کنیم قواعدی وجود ندارد. کتاب حاضر نه نقطه‌ی پایان است و نه نقطه‌ی آغاز، اما امیدوارم گام مهمی به پیش برای درک جهان فردا، و همچنین رهبران منطقه‌ای و ملی باشد.

کنیچی اومایبی

توکیو

سپتامبر ۲۰۰۴

یادداشت‌ها

۱- این موضوع را در کتاب قدرت سه گانه: شکل آتش جهانی (نیویورک: سایمون و شوستر، ۱۹۸۵) مورد بررسی قرار داده‌ام.

طرح داستان

در دنیایی زندگی می‌کنیم که وابسته است و به هم وابسته است و اقتصاد جهانی آن را متحد کرده است. در گذشته تجارت را اقتصاد مثل نمایش‌هایی بودند (شاید نویسنده‌ی آن‌ها یک نفر بود) که برای تماشاگران مجزا از آن‌ها اجرا می‌شد. بازیگران آن‌ها متمایز بودند و رفتار و عملکردشان اغلب متأثر از سنت هر تئاتر خاص بود. حالا نمایش در یک صحنه‌ی جهانی بزرگ اجرا می‌شود. بازیگران این صحنه گاهی برای جلب توجه تماشاگران باهم به رقابت می‌پردازند، این رقابت آنان روی صحنه آزادانه جریان دارد و اسباب و اثاثیه‌ی نمایش قدیمی دیگر مانده حرکت نمی‌شوند. نمایش جهانی مدام در حال جریان است. کتاب حاضر رهنمودی برای اجرای موفقیت‌آمیز از مسیر ترسیم شده‌ی در حال دگرگون شدن است.

پیشرفت‌های فن‌آوری اطلاعات این امکان را فراهم کرده است. این داده‌ها آزادانه از طریق کابل‌های فیبرنوری یا انتقال ماهواره‌ای از یک سوی دنیا به سوی دیگر می‌روند. اطلاعات موانع را، اعم از فیزیکی یا سیاسی، درهم می‌شکنند. تدوین خط‌مشی‌هایی برای افزایش کارایی کاربرد فن‌آوری در انجام کارهای خاص این فرایند را تسهیل می‌کند. موتورهای جستجوی قوی، مثل گوگل، امکان پیدا کردن و تلفیق قطعات اطلاعات بی‌ارتباط با هم را در هزار توی دیجیتالی فراهم می‌کند. در جامعه‌ی مجازی، قطعات مجزای اطلاعات باید به شیوه‌ای انسان‌گونه به یکدیگر متصل شوند تا معنی پیدا

کنند. امروزه روبات‌های مکانیکی که از طریق میلیون‌ها کامپیوتر متصل به هم کار می‌کنند، می‌توانند اطلاعات و معانی ضمنی ساختگی را در یک هزارم ثانیه جمع‌بندی کنند. اطلاعات هشت میلیارد صفحه‌ی وب (در ژانویه‌ی ۲۰۰۵) در هم آمیخته می‌شوند و در یک لحظه دیدگاه و شناخت ترکیبی به دست می‌آید. در گذشته برای ربط دادن بخشی از اطلاعات با بخش دیگر به یک شخص هوشمند یا روزنامه‌نگاری با تجربه نیاز بود، اما امروزه هر فرد عادی می‌تواند روابط بین رویدادهای متعدد ظاهراً بی‌ارتباط یکم را به‌وارد کردن چند واژه در یک موتور جستجو پیدا کند.

در گذشته شیمی‌دان‌ها مقالات موردنظر خود را در *کمیkal/استرکت*^۱ جستجو می‌کردند، که مجموعه‌ای وسیع و معتبر از همه‌ی کارهای شیمی‌دان‌های سراسر دنیا بود. خریداران و روشندگان سهام اطلاعات مهم را از *بلومبرگ*^۲، *رویترز*^۳، *تلریت*^۴، *نیککی*^۵، یا سایر منابع معتق در کشور خاص خود به دست می‌آوردند. امروزه گوگل یا سایر موتورهای جستجو از سرودی‌های معمولی تلقی می‌شوند. موفقیت‌ها زمانی است که برای داشتن بیشترین اطلاعات - یا دست کم، در سرخ‌های مربوط به اطلاعات - برای موجودی‌ها به شکل دیجیتالی، جستجو پردازید. بنابراین انسان بدون برگزاری مراسم افتتاحیه‌ی رسمی در تئاتر جهانی جدید، و ادنیای بدون مرز و دیجیتالی شده است.

تئاتر جهانی تأثیرات دگرگون‌کننده‌ی جهانی متعددی دارد، که برخی از آن‌ها هم اکنون در کشورهایی مثل چین، فنلاند و ایرلند بحال تأثیرگذاری‌اند. اقتصاد جهانی مرزها را نادیده می‌گیرد، اما اگر مرزها برداشته نشود، موجب تحریف می‌شوند. دولت ملی متمرکز سنتی یکی دیگر از عوامل برخورد است. نقش معنی‌دار در نمایش جهانی درحالی که مناطق تشکیل‌دهنده‌ی آن اغلب بهترین و باارزش‌ها برای جذب و حفظ رفاه هستند، شرایط لازم را ندارد. دولت منطقه‌ای بهترین راه برای صحنه‌ی جهانی است، اما این کار را می‌توان با اتحاد غیررسمی در واحدهای بزرگ، مثل اتحادیه‌ی اروپا، تقویت کرد که موجب افزایش تجارت آزاد، هماهنگی قوانین، و ادغام بازار می‌شود.

انقلاب در فن‌آوری انتقال داده‌ها بر ماهیت پول و جابه‌جایی سرمایه تأثیر گذاشته

1. Chemical Abstract

2. Bloomberg

3. Reuters

4. Telerate

5. Nikkei

است. پول می‌تواند بدون محدودیت به مناطقی که بالاترین بازده را دارند جریان پیدا کند. عقاید قدیمی درباره‌ی ارزش شرکت‌ها در اثر تأثیر فزاینده‌ی نسبت‌های قیمت به عواید و مشتقات زیر سؤال رفته‌اند. بخش بزرگی از تفکر سنتی درباره‌ی اقتصاد به سیاست ملی بستگی داشت. در کشورهایی که دنیای خارج بر اقتصاد آن‌ها تأثیرات شدیدی دارد، نظریه‌های اقتصادی قدیمی کارایی ندارند.

بحران اقتصادی بسیار متفاوت در آرژانتین را طی دهه‌ی گذشته در نظر می‌گیریم. نخستین مورد کل آن کشور و همچنین کشورهای متعدد دیگر را دچار وحشت کرد. ما سعی می‌کنیم چنین نبود. در بحران دوم بیشتر کسانی که با آرژانتین سروکار داشتند، اعم از خودی‌ها یا غریبی‌ها، به پول آن کشور، پزوی جدید، کم‌تر متکی بودند زیرا بیشتر آن‌ها دارایی‌های خود را به دلار، استاندارد جهانی برای سپرده‌ها و تسویه، تبدیل کرده بودند.

اگر، همان‌طور که من متفکرانم، اقتصاد جهانی با فن‌آوری قدرت پیدا می‌کند، در این صورت دانش همچون فایده‌مندی است. برای مثال، قدرت هندوستان را می‌توان عمدتاً ناشی از تعداد مطلق دکترای علوم آن کشور تلقی کرد. ملت‌های درحال تکوین می‌توانند از طریق آموزش و پرورش به رشد اقتصادی دست پیدا کنند. یک منطقه برای این که به بازیگر عمده‌ای در صحنه‌ی اقتصاد جهانی تبدیل شود دیگر لازم نیست که از موهبت ثروت معدنی یا جمعیت زیاد، یا ارتش قوی برخوردار باشد. منطقه‌ی مذکور می‌تواند ثروت و دانش را از طریق جلب سرمایه‌گذاران در قیام مناطقی دنیا، از فراسوی مرزهای خود به دست آورد. دیگر نباید این را تهدید دانست. باید شایع فرصت‌های عظیم تلقی کرد.

گرچه اقتصاد جهانی فرصت‌هایی فراهم می‌کند، در عین حال به دولت‌ها، شرکت‌های تجاری، و افراد چالش‌هایی ایجاد می‌کند. فقط با انعطاف‌پذیری و واقع‌بینی می‌توان با این فرصت‌ها روبرو شد.