

جنرال الکتریک در یک نگاه

سابقه: ۱۲۸ سال (تاسیس: ۱۸۷۸)

بنیانگذار: توماس ادیسون

نام اولیه: شرکت لامپ های الکتریکی ادیسون

فعالیت اولیه: تولید لامپ های الکتریکی

فعالیت کنونی: تولیدات صنعتی، خدمات مالی، بازرگانی، رسانه ای

ویژگی: قدیمی ترین و پرارزش ترین شرکت برتر جهانی

فروش (۲۰۰۵): ۱۵۲/۸ میلیارد دلار

تعداد کارکنان (۲۰۰۵): ۳۰۷ هزار نفر

جایگاه در (۲۰۰۵) FORTUNE ۵۰۰: ۸

مدیر عامل پیشین: جک ولش

مدیر عامل کنونی: جف ایملت

بنگاههای برتر جهانی (۵)

تقدمه

ویژگی شرکت جنرال الکتریک (GE) تنها در این نیست که قدیمی ترین و پرارزش ترین بنگاه اقتصادی جهان است؛ بنیانگذار این شرکت، توماس ادیسون است و اکنون با ۱۵۰ میلیارد دلار درآمد در رتبه هشتم شرکتهای برتر جهانی ایستاده است؛ بسیاری اختراعات و ابداعات توسط محققان این شرکت صورت گرفته و تجهیزات و وسایل موثری برای بهبود سطح زندگی انسانها توسط آن عرضه شده است؛ یک شرکت جهانی که در زمینه نوآوری و کیفیت پیشتاز است، جنرال الکتریک است، اما جنرال الکتریک شرکتی است که مفهوم و تاثیر رهبری را در قاموس شرکتهای صنعتی جهان و مدیریت کسب و کار معنای دیگری بخشید. نام جنرال الکتریک با نام جک ولش مدیرعامل افسانه‌ای شرکت در دو دهه ۸۰ و ۹۰ گره خورده است. او بود که انقلابی عظیم در شرکت ایجاد کرد و سبکی از رهبری را در عرصه کسب و کار بنگاههای اقتصادی ارائه داد که شعاع تاثیرات آن تا سالهای طولانی باقی خواهد بود. جک ولش برگ دیگری به پرونده موفق این شرکت عظیم صنعتی افزود: نگاهی نو به امر رهبری سازمانها و عرضه داشت سبکی نوین در این عرصه.

تاریخچه

مخترع نسام آور، توماس ادیسون در سال ۱۸۷۸ (م) شرکت لامپ‌های الکتریکی

ادیسون را بنا نهاد. هدف او تولید تجاری یکی از اختراعات تاثیرگذار او یعنی لامپ الکتریکی بود، گرچه تولید و عرضه سایر اختراعات نیز در دستور کار او قرار داشت. اولین کارخانه تولید لامپ در سال ۱۸۹۰ توسط او تاسیس شد. دو سال بعد، ادغام شرکت ادیسون با شرکت توماس هاستون، شرکت جنرال الکتریک را پدید آورد و چارلز کافین به عنوان مدیرعامل شرکت تازه تاسیس یافته تا سال ۱۹۱۲ رهبری آن را برعهده گرفت. اولین آزمایشگاه تحقیقات علمی شرکت با حضور سه نفر در سال ۱۹۰۰ پایه عرضه وجود نهاد. در سیر زمان، ابداعات و اختراعات و تجهیزات بسیاری از سوی شرکت روانه بازار مصرف گردید: از پنبه برقی در سال ۱۹۰۲، توربین‌های عظیم بخار (۱۹۰۳)، نان برشته کن برقی (۱۹۰۵)، لکوموتیو برقی (۱۹۰۸)، اجاق برقی (۱۹۱۰)، لامپ خودرو (۱۹۱۲)، پلاستیک های رزینی (۱۹۱۲)، لوله اشعه X (X)، یخچال (۱۹۱۷)، تجهیزات ارتباطات رادیویی (۱۹۱۸)، موتور قدرتمند هواپیما (۱۹۱۸)، تجهیزات اشعه ۱۹۲۰ (X)، ایستگاههای رادیویی (۱۹۲۲)، تلویزیون (۱۹۲۷)، تاسیس کارخانه پلاستیک سازی و عرضه بسیاری لوازم خانگی و مصرفی و صنعتی (۱۹۳۰)، ماشین لباسشویی (۱۹۳۰)، تهویه مطبوع (۱۹۳۲)، دستگاههای برقی کوچک آشپزخانه نظیر همزن (۱۹۳۶)، اولین شبکه تلویزیونی (۱۹۴۰)، اولین موتور جت (۱۹۴۱)، تجهیزات

تحسین برانگیز معرفی کرده است. از دیدگاه شرکت، ارزشها همه چیز است. شرکت کسانی را که به ارزشها بها نمی دهند کنار می گذارد هرچند کارشان نتیجه بخش باشد. ارزشها در شرکت عبارت است از: اشتیاق، کنجکاوی، ابتکار، پاسخگویی، همراهی، تعهد و هیجان.

ولش ارزش اول در جنرال الکتریک را درستی می دانست و بر موارد زیر تاکید داشت:

- عشق به برتری • تنفر از دیوانسالاری • پذیرش اندیشه ها و پیشنهادهای • نگرش به دگرگونی به عنوان فرصت نه تهدید • اندیشه جهانی داشتن • هدفهای پرچالش برگزیدن • پاسخگویی و تعهد • رفتار بدون مرز • مشارکت • داشتن دیدگاه روشن، ساده و واقع گرا • سرشار از انرژی و توان و نیروی به دیگران.

در بیانیه ارزشهای کنونی شرکت بر چهار مورد تاکید شده است:

۱ - **رؤیابینی**: رؤیابینی و خلاقیت از همان زمان تشکیل شرکت که ادیسون با ایده های خود جهان را تغییر داد وجود داشت. جنرال الکتریک تنها به دلیل یک قابلیت خود برتر از دیگران ایستاده است و آن قابلیت رؤیابینی است. این احساس، همه چیز را ممکن جلوه می دهد. جسارت و جرئت می دهد که چیزی بزرگتر و بهتر باشد. دعوتی است به رویاپردازی و انجام فعالیتها و کارهایی که نمی دانید می توانید انجام دهید.

۲ - **حل مسئله**: هرکسب و کار یک دلیل و فلسفه وجودی دارد. باید به این پرسش پاسخ دهد که چرا ما هستیم. در مورد جنرال الکتریک این پرسش، یک پاسخ دارد. ما هستیم تا مسائل را برای مشتریان و اجتماع و خود حل کنیم.

۳ - **ساختن**: از صفر تا ۶۰ در ۶ ثانیه، کوشش از صفر تا ۵ میلیارد دلار در ۵ سال. این چشم انداز آینده نیست. مقصد نیست، بلکه یک تلاش است برای رشد و توسعه. برای رسیدن به آینده تنها یک راه وجود دارد: ساختن.

۴ - **رهبری**: سه واژه و مفهوم پیشین بدون رهبری فقط یک لفظ است. مسئولیت رهبری هدایت چیزی که امروز بود و نیست بلکه

جنرال الکتریک سالانه بیش از یک میلیارد دلار در زمینه آموزش و توسعه منابع انسانی هزینه می کند.

جنرال الکتریک در سال ۲۰۰۵ مبلغ ۱۵۲/۸ میلیارد دلار درآمد و ۱۶/۸ میلیارد دلار سود داشت.

۳ - مالی مشتری نظیر خدمات اعتباری، کارتهای بانکی، بیمه های اعتباری؛

۴ - بهداشت؛ پارادایم نوین در مراقبت از بیماران. هم اکنون ۳۲۰ هزار ماشین عکسبرداری عارضه یابی بیش از ۲۳۰ میلیون اسکن در سال می گیرد؛

۵ - NBC بین المللی، شبکه خبری و اطلاع رسانی و تفریحی؛

۶ - زیربنایی نظیر موتورهای هواپیما (۱۷) هزار و ۸۰۰ موتور در بیش از ۸۱ هزار هواپیما در ۴۰۰ خطوط هوایی سالانه ۶۶۰ میلیون مسافر را جابه جا می کند، گاز، نفت، انرژی، فناوری و خدمات فرایندهای ریلی، توربین (۳۰۰۰ توربین حدود ۷۰۰ گیگاوات انرژی در جهان تولید می کند).

فرهنگ سازمانی و ارزشها

ارزشها کلید موفقیت جنرال الکتریک است. ارزشها فراتر از کلمات هستند و روح جنرال الکتریک را منعکس می کنند و راهنمایی برای حرکت و رفتار در بطن تغییرات به شمار می آیند. بیش از ۱۲۰ سال است که جنرال الکتریک به خاطر عملکرد و روح خلاقش تحسین شده است. مجله فورچون در سال ۲۰۰۶ برای ششمین بار شرکت را به عنوان اولین رتبه در شرکتهای

ناوبری اتوماتیک هواپیما (۱۹۴۳)، تجهیزات راداری (۱۹۴۵)، باران ساز (۱۹۴۶)، یخچال دودر (۱۹۴۷)، تجهیزات پخت نان (۱۹۴۷)، موتور جت با سه برابر سرعت صوت (۱۹۵۷)، مغناطیس های ابرسانا (۱۹۶۲)، نور لیزر (۱۹۶۲)، تجهیزات اسکن بدن انسان (۱۹۷۶)، اولین رادیوی ساعت دار برنامه خور (۱۹۷۸)، آبمیوه گیر (۱۹۷۸)، فیبر نوری (۱۹۸۱)، سفینه فضایی مشاهده گر مریخ (۱۹۹۲).... تا سیستم های جامع بیمه، بهداشت و رسانه ای.

جنرال الکتریک در زمان رهبری پیشین خود، جک ولش که در دو دهه ۸۰ و ۹۰ استمرار داشت تغییرات بسیاری به خود دید. ولش از ۳۵۰ کسب و کار، بسیاری را برچید، فروخت یا ادغام کرد و ۱۱ حوزه برتر را برای رهبری جهانی برگزید. این ۱۱ شرکت ۹۰ درصد درآمد شرکت را کسب می کردند. او فعالیتهای نفتی، نیمه هادی، مبدل های بزرگ، تهویه مطبوع، رادبو، کابلی و لوازم خانگی کوچک را حذف کرد و فعالیتهای خدماتی، بهداشتی، بیمه ای و رسانه ای را گسترش داد. به گونه ای که امروز و بیش از ۶۰ درصد درآمد شرکت از عرضه خدمات مختلف مالی و بیمه ای حاصل می شود و حدود نیمی از سود عملیاتی شرکت در خارج از آمریکا به دست می آید.

حوزه های فعالیت

همانگونه که در قسمت تاریخچه اشاره شد، حوزه های فعالیت جنرال الکتریک موارد بسیاری را دربر می گیرد. این حوزه های کسب و کار در آغاز دهه ۱۹۸۰ که جک ولش رهبری شرکت را به عهده گرفت از ۳۵۰ فراتر می رفت اما تحت رهبری او تنها کسب و کارهای برتر باقی ماندند و بقیه فروخته یا ادغام شدند. امروزه جنرال الکتریک از ۶ کسب و کار عمده تشکیل شده که هر یک واحدهایی را در بر می گیرد:

- ۱ - مالی بازرگانی نظیر وام، لیزینگ، برنامه های مالی و بیمه های تجاری؛
- ۲ - صنعتی نظیر محصولات برقی و صنعتی، لوازم خانگی بزرگ، سیستم های اتوماسیون کارخانجات، پلاستیکها، محصولات سیلیکونی و کوارتزی، فناوری سنسورها؛

مسئولیت تغییر است. تغییر اساسی چیزی است که رهبری نامیده می‌شود.

منابع انسانی

زمانی که در سال ۱۹۸۱، جک ولش مدیرعامل افسانه‌ای جنرال الکتریک به قدرت رسید، ۴۰۴ هزار نفر در آن شرکت عظیم مشغول به کار بودند. او این تعداد را طی یک دهه به ۲۲۰ هزار نفر تقلیل داد و بدین جهت به «جک نوترونی» معروف گشت. ولش به یک انقلاب ساختاری دست زد، لایه‌های اضافی سازمانی را حذف کرد و ۲۵ هزار پست مدیریت، ۵۰۰ مدیریت ارشد و ۱۳۰ معاون را کاهش داد. او براین باور بود که باید شرکت را جمع‌وجورتر، سخت‌کوش‌تر و رقابتی‌تر کرد. در آن زمان، کارکنان شرکت، آن را چون ابرکشتی نفتکش می‌دانستند که نیرومند و پایدار در آب است اما ولش می‌خواست شرکت بیشتر مانند قایقی پرشتاب باشد که تند و چابک به حرکت در می‌آید. او از دیوانسالاری بیزار بود. ولش معتقد بود عامل موفقیت‌های شرکت مردمان بزرگ بوده‌اند نه راهبردهای بزرگ، بدین جهت کار خود را یافتن اندیشه‌های بکر و بزرگ و پخش آن در سراسر سازمان با شتاب حرکت نور می‌دانست. ولش دگرگونی را یک شعار نمی‌دانست. معتقد بود دگرگونی از انتصاب آدمهای مناسب در جایگاه شغلی مناسب به دست می‌آید. بدین جهت بود که مرکز آموزش شرکت در کروتون ویل را تاسیس کرد و آن را جایگاهی برای نشست طوفانهای ذهنی و چالش اندیشه‌های مدیران ارشد و آموزش و تربیت مدیران تازه کار قرار داد.

اکنون این مرکز که به مرکز یادگیری جک ولش موسوم است مهم‌ترین دانشکده مدیریتی وابسته به صنایع در جهان به‌شمار می‌آید. در سال ۲۰۰۴، ۱۰ هزار و ۶۲۸ فراگیر در ۴۶۵ دوره آموزشی این مرکز حضور یافته‌اند. علاوه بر آن، شرکت چند مرکز آموزش کسب و کار در آمریکا و خارج آن تاسیس کرده است. جنرال الکتریک سالانه بیش از یک میلیارد دلار در زمینه آموزش و توسعه منابع انسانی بیش از ۳۰۰ هزار نفر کارکنان خود هزینه می‌کند. این افراد در بیش از ۱۰۰

کشور جهان مستقر هستند. با احتساب ۷۰۰ هزار نفر نیروی وابسته، بیش از یک میلیون نفر وابسته به شرکت هستند که بیش از نیمی از آنها در آمریکا هستند و سالانه بیش از ۱۶ میلیارد دلار حقوق دریافت می‌کنند.

آرزوی جک ولش آن بود که جنرال الکتریک بزرگترین سازمان یادگیرنده در جهان شود. او به مأموریت مرکز آموزش کروتون ویل که عبارت بود از «خلق، تشخیص و توسعه و انتقال یادگیری سازمانی برای جنرال الکتریک رقابتی» بسیار دل بسته بود. «جف ایملت» مدیرعامل فعلی شرکت نیز می‌گوید که یک سوم وقت خود را روی افراد صرف می‌کند. او تمام ماه آوریل را در «فرایند توسعه استعداد» که «SESSION-C» نامیده می‌شود می‌گذراند. در این مدت او با رهبران کلیدی آینده شرکت بحث و سعی می‌کند با آنها ارتباط شخصی برقرار سازد. او وقت زیادی را نیز با ۶۰۰ رهبر بالای شرکت می‌گذراند. ایملت معتقد است «هر لحظه یک فرصت یادگیری و هر فعالیت یک منبع ارزیابی» است.

نوآوری

نوآوری بنیان گذشته و کلید آینده جنرال الکتریک است. آنچه عمر طولانی و موثر این شرکت را تضمین کرده ارزش اول شرکت یعنی رویاپردازی و خلاقیت است. سیر سلسله تحقیقات و نوآوریها و عرضه فرآورده‌ها و خدمات شرکت، که به بخشی از آن در قسمت تاریخچه اشاره رفت مؤید این حقیقت است. امروزه نیز شرکت در عرصه‌های پیل‌های سوختی، هیدروژن، انرژی خورشیدی، توربین‌های گازی پربازده، فناوریهای تمیز زغال سنگ، داروهای مولکولی، آزمایشگاههای قابل حمل، عارضه‌یاب‌های فوق پیشرفته بهداشتی و... به فعالیت مشغول است. اولین جایزه نوبل توسط محققان جنرال الکتریک در سال ۱۹۳۲ برای کارهای تحقیقاتی در حوزه شیمی سطح و دومین جایزه در سال ۱۹۷۳ در زمینه نیمه هادیها به دست آمد.

کیفیت

جنرال الکتریک معتقد است کیفیت

مسئولیت همه کارکنان است. اگر خواهان موفقیت هستیم، هر فرد باید با انگیزه و آگاهی در این موفقیت سهیم باشد. کیفیت در سه حوزه فرایند، کارکنان و کسب رضایت مشتری قابل تفکیک است. رهبران متعهد به فراهم آوردن فرصتها و زمینه‌ها برای کارکنان هستند تا بتوانند با تکیه و تمرکز بر استعداد و انرژی خوب در جلب رضایت مشتری بکوشند. افراد نتایج را می‌آفرینند. مشارکت همه کارکنان در رویکرد شرکت ضروری محسوب می‌شود. همه کارکنان باید در زمینه راهبرد، ابزارهای کیفی و تکنیک‌های کیفیت شش سیگما آموزش ببینند.

کیفیت مستلزم آن است که ما به کسب و کار خود از منظر مشتری بنگریم نه خودمان. باید فرایندها را از بیرون ببینیم. اگر نیازها و فرایندها را با تفکر از بیرون به درون (OUTSIDE-IN THINKING) از دید مشتری ببینیم می‌توانیم کشف کنیم که آنها چه می‌بینند و چه احساسی می‌کنند. با این آگاهی می‌توانیم حوزه‌هایی مشخص کنیم که ارزشهای جدیدی بیافرینیم. این مشتری است که کیفیت را تعیین می‌کند. آنها هستند که عملکرد، پایداری، قیمت‌های رقابتی، تحویل به موقع، خدمات و همه چیز را توقع دارند. فقط خوب بودن کافی نیست، ایجاد شعف در مشتری نیز ضروری است. اگر ما چنین نکنیم دیگران این کار را انجام خواهند داد.

در سال ۱۹۸۸ و در زمان رهبری جک ولش بر جنرال الکتریک، فرایند «خرده‌گیری و چاره‌جویی» (WORK-OUT) به عنوان محرکی برای بهره‌وری و کارایی بهتر ابداع شد. در ابتدا، هدف تعیین و تشخیص و حذف فرایندها و فعالیتهای ناکارآمد بود که از سالهای قبل و زمانی که لایه‌های مدیریتی بسیار بود وجود داشت. پس از ساختار بندی مجدد، بسیاری گروهها با افراد کمتر کار بیشتری می‌کردند. این نشستها شامل تشخیص حوزه‌های نیازمند بهبود بود که افراد را از قسمتهای مختلف فرایند نظیر طراحی، بازاریابی، تولید، فروش و... برای تشخیص و فهم روش بهتر کار گردهم می‌آورد. تیم‌ها خارج از محیط معمول کار، ملاقات و بحث می‌کنند و توصیه‌ها و راهکارهای آنان به مدیران مسئول ارائه

می شود. آنان در جامی توانند آن را بپذیرند یا رد کنند. این روش تغییر را در سازمان تسریع و مشارکت افراد را بیشتر کرد. امروزه این نشستها جزئی از زندگی روزمره جنرال الکترونیک است. این نشستها، دیوانسالاری را نابود ساخت و فرهنگ اخذ ایده های مختلف از هرکس و هرجا را فراهم آورد. رفتار بی‌مرزی را ایجاد کرد و محیط یادگیری را پدید آورد که به حرکت شش سیگما منجر گشت. هم اکنون تفکر فرایندی و کیفی شش سیگما در هر سطح و قسمتی در شرکت جاری است. فرایند خرده گیری و چاره جویی دهه ۸۰، امروزه در قالب شش سیگما به عنوان روش کار شرکت ادامه یافته است. شش سیگما چشم انداز و فلسفه ای است که بخشی از فرهنگ کسب و کار جنرال الکترونیک است. این فرایند سازمان یافته به تمرکز روی توسعه و تحویل محصولات و خدمات تقریباً بی نقص کمک می کند. دیدگاه رایج کسب و کار، از درون به بیرون و برپایه معدل و متوسط ارقام سالهای گذشته استوار است. مشتریان ما براساس متوسط روی عملکرد ما قضاوت نمی کنند بلکه آنها انحرافات را در هر فرایند و هر فعالیت و محصول و عمل ما لمس می کنند. بدین جهت شش سیگما ابتدا روی کاهش انحراف فرایندها و سپس بهبود قابلیت آنها متمرکز می شود.

کلمه سیگما یک واژه آماری است که مقدار انحراف یک فرایند را از حالت ایده آل و کمال و بدون نقص اندازه گیری می کند. اگر شما بتوانید نقصها و انحرافات را اندازه بگیرید با ایجاد سیستمی می توانید آنها را حذف و تا حد امکان نزدیک نقص صفر حرکت کنید. برای دستیابی به کیفیت شش سیگما، یک فرایند نباید بیش از ۳/۴ نقص در یک میلیون فرصت تولید کند.

فروش: جنرال الکترونیک به عنوان هشتمین شرکت برتر جهانی در لیست فورچون، در سال ۲۰۰۵، ۱۵۲/۸ میلیارد دلار درآمد و ۱۶/۸ میلیارد دلار سود داشته است. نسبت کسب این درآمد به شرح زیر بوده است:

آمریکا: ۵۳ درصد

اروپا: ۲۶ درصد

آسیا و اقیانوسیه: ۱۰ درصد

آمریکای لاتین: ۶ درصد

خاورمیانه، آفریقا: ۵ درصد

زمانی که در آغاز دهه ۱۹۸۰، جک ولش به رهبری شرکت رسید، درآمد شرکت ۲۵ میلیارد دلار و سود آن ۵/۱ میلیارد دلار بود. میراث ولش زمانی که در سال ۲۰۰۱ شرکت را ترک کرد، شرکتی بود با دارایی بیش از ۴۰۰ میلیارد دلار که با ارزش ترین شرکت دنیا محسوب می شد. امروزه دارایی شرکت بالغ بر ۶۷۰ میلیارد دلار است.

مدیرعامل: جنرال الکترونیک ۱۲۸ ساله تاکنون ۲۰ مدیرعامل داشته است. اگر توماس ادیسون را بنیانگذار و اولین رهبر سازمان بدانیم، جک ولش مدیرعامل افسانه ای شرکت نوزدهمین آن است که مقتدرانه طی دودهمه ۸۰ و ۹۰ یعنی از سال ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۱ رهبری سازمان را در دست داشته است. تغییراتی که او در جنرال الکترونیک ایجاد کرد شگفت انگیز است. او با شعار «همه کسب و کارها باید در بازار خود شماره یک یا دو باشند» بسیاری از کسب و کارهای غیرموثر و غیرراهبردی را فروخت یا ادغام کرد و شرکت را در عرصه خدمات در کنار محصولات صنعتی سرآمد ساخت. ولش پس از ۴۰ سال حضور در شرکت که ۲۰ سال آن در سمت مدیرعاملی بود در سال ۲۰۰۱ جای خود را به جف ایملت (JEFF EMELT) جانشین خود سپرد.

«ایملت» قبل از آن از سال ۱۹۹۷، مدیرعامل سیستم های پزشکی جنرال الکترونیک بود که یک شرکت ۱۲ میلیارد دلاری در صنعت خدمات بهداشتی محسوب می شد. او از سال ۱۹۸۲ به جنرال الکترونیک پیوست و در کسب و کارهای پلاستیک، لوازم خانگی و پزشکی نقش رهبری ایفا کرده است. در سال ۲۰۰۳ به انتخاب فایننشال تایمز مرد سال شد. «ایملت» کارشناس ریاضی کاربردی و دارای مدرک MBA از دانشگاه هاروارد است. ایملت معتقد است «جنرال الکترونیک یک شرکت بزرگ است. ما فکر می کنیم بزرگ زیباست. در جنرال الکترونیک اندازه ما، نتیجه و دستاورد تعهد کارکنان به تعالی و پیروزی است. ما یک شرکت چند کسب و کاره با رشد سریع در جهان هستیم. هدف ما فقط این نیست که بزرگ باشیم بلکه آن است که از بزرگی خود

بهره ببریم و به عظمت برسیم».

آینده

مدیرعامل فعلی جنرال الکترونیک معتقد است انجام جهانی کسب و کار یک واقعیت در قرن بیست و یکم خواهد بود. برای موفقیت در این قرن باید به مشتریان در سراسر جهان خدمت ارائه داد. ایملت اذعان می کند که جنرال الکترونیک تاریخچه مطلوبی در نوآوری فناوریها و عملیات مدیریت دارد که در بسیاری کسب و کارها اثرگذار بوده و فرهنگ سازمانی آن نتایج پایداری به بار آورده است. اما این دستاوردها به تنهایی برای آینده اطمینان بخش نیست. او به سرمایه گذاری در منابع جهانی برای رفع نیازهای آینده می اندیشد و بر توسعه فناوریهای بادی و آبی که انرژیهای تجدیدپذیر و آب سالم فراهم می آورند تاکید می کند. مطابق آمارهای جهانی، کمبود آب در سال ۲۰۰۰ پنج درصد بوده که این رقم در سال ۲۰۳۰ به ۲۴ درصد خواهد رسید. اگر حوزه های تحت فشار در این کمبود را نیز در نظر بگیریم این عدد بالغ بر ۴۰ درصد خواهد شد. بدین جهت سرمایه گذاری در شیرین سازی آب که در سال ۲۰۰۵، ۴/۳ میلیارد دلار بوده در سال ۲۰۱۴ به ۱۴/۱ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۵ دو یا سه برابر آن خواهد رسید. ایملت تعهد می کند که در این گونه فناوریها، جنرال الکترونیک را رهبر سازد زیرا جای رشد و سوددهی دارد. او همچنین تعهد می دهد که شرکت با عملکردی یکپارچه، یک شهروند جهانی خوب باشد. ایملت بر توسعه محصولاتی که انرژی بهینه مصرف می کنند مانند لکوموتیوهای هیبریدی، توربین های گازی و وسایل کم مصرف و نیز تجهیزات حفظ سلامتی و بهداشت همگانی تاکید دارد. در دیدگاه مدیرعامل فعلی شرکت، جنرال الکترونیک به عنوان یک سازمان یادگیرنده به کاوشهای خود ادامه می دهد در هر جا که بتواند تفاوتی ایجاد کند و به بهبودی دست یابد. □

منابع

۱ - www.ge.com

۲ - www.fortune.com