

جهانی شدن و تحولات استراتژیک در مدیریت

(قسمت اول)

جهانی شدن، پدیده‌ای است که بروز آن در عصر حاضر موجب تغییر و تحولات بسیاری در سایر زمینه‌ها در عرصه بین‌المللی گردیده است. بی‌شک جهانی شدن مهمترین و بارزترین وجه تمایز اقتصاد امروز و دیروز جهان می‌باشد.

بر همین اساس، شماری از متفکران پدیده جهانی شدن، ابعاد آن را از زاویه‌های گوناگون مورد بررسی قرار داده‌اند. این مقاله به دنبال آن است که ضمن ارائه تصویری از جهانی شدن و چالش‌هایی که در آینده مدیران بنگاه‌های اقتصادی با آن مواجه می‌شوند، تغییرات عمده‌ای را که در زمینه سازمان و مدیریت به وقوع می‌پیوندد، به تصویر بکشد و مورد تحلیل قرار دهد.

تاریخچه جهانی شدن

کاربرد اصطلاح جهانی شدن به دو کتابی بر می‌گردد که در سال ۱۹۷۰ منتشر شدند. کتاب اول، تالیف مارشال مک لوهان تحت عنوان جنگ و صلح در دهکده جهانی می‌باشد. در این کتاب مک لوهان تمدن را به سه دوره تقسیم می‌کند: ۱- تمدن شفاهی یا کهنکشان شفاهی، ۲- تمدن مکتوب یا کهنکشان گوتمبرگ که با اختراع ماشین چاپ آغاز گردید، ۳- تمدن الکترونیکی یا کهنکشان مارکنی که با اختراع رادیو توسط مارکنی شروع می‌شود.

مک لوهان اعتقاد دارد که جهان امروز به سوی دهکده قدیم (تمدن شفاهی) به پیش می‌رود، زیرا ارتباط افراد به صورت چهره به چهره بیشتر فراهم گردیده است و فرهنگ شفاهی توسط رادیو و تلویزیون، ماهواره و اینترنت و... اشاعه پیدا کرده است.

مک لوهان با نظریه دهکده جهانی خود این امر را گوشزد می‌نمود که ارتباط افراد جهان با یکدیگر بسیار نزدیک و متقارن شده است، به طوری که ارتباط چهره به چهره عملاً به منصفه ظهور رسیده است.

کتاب دوم هم نوشته برژیسکی، مسوول سابق شورای امنیت آمریکا در دوران ریاست جمهوری جیمی کارتر بود.

امانوئل ریشر (Richter) جهانی شدن را شکل‌گیری شبکه‌ای می‌داند که طی آن، اجتماعاتی که پیش از این در کره خاک دور افتاده و منزوی بودند، در وابستگی متقابل و وحدت جهانی ادغام می‌شوند. در تعریف دیگر، اعتقاد بر این است که جهانی شدن در مفهوم عام آن عبارت است که «در هم ادغام شدن» بازارهای جهانی در زمینه‌های تجارت و سرمایه‌گذاری مستقیم و جابه‌جایی مستقیم و جابه‌جایی و انتقال سرمایه، نیروی کار و فرهنگ در چارچوب آزادی بازار و شکافته شدن مرزهای ملی. جهانی شدن به اختصار عبارت است که از رقابت بی‌قید و شرط در سطح جهانی.

مفهوم جهانی شدن در متون علوم اجتماعی نیز به عنوان ابزارهای تحلیلی برای توصیف روندهای تغییر در زمینه‌های گوناگون ظاهر شده است. در واقع، جهانی شدن یک روند مستمر و مداوم است و می‌توان با استفاده از شاخص‌های کمی و کیفی در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و ارتباطات آن را مورد مطالعه قرار داد.

آنتونی ماکفرو در کتابش «تاخیر بررسی‌های جهانی» معتقد است که چهار روند اساسی جهانی شدن به ترتیب عبارتند از:

- ۱- رقابت میان قدرت‌های بزرگ.
- ۲- نوآوری‌های تکنولوژیک.
- ۳- جهانی شدن جریان تولید و مبادله.
- ۴- تجدد و نوگرایی.

ابعاد و مظاهر جهانی شدن را با توجه به نظریات ارائه شده می‌توان به شکل زیر جمع‌بندی کرد: گسترش و تعمیق متقابل بین کشورها و اقتصادهای ملی، یکپارچگی بازارهای مالی و گسترده‌تر شدن مبادلات تجاری، مقررات زدایی و از میان برداشته شدن ضوابط حمایت‌گرانه بازرگانی و ایجاد

◆ جهانی شدن،
مهمترین و بارزترین
وجه تمایز اقتصاد
امروز و دیروز جهان
می‌باشد.

سازمان جهانی تجارت، سازماندهی دوباره نظام تولید، تشابه و همانندی کالاهای مصرفی در کشورهای گوناگون جهان. در زمینه ارتباطات نیز بارزترین نمود جهانی شدن پخش برنامه‌های تلویزیون از طریق ماهواره‌ها و گسترده‌تر از آن، از طریق شبکه اینترنت است که همه انسان‌ها را در گوشه و کنار جهان به هم مرتبط می‌کند. در این جهت و به نظر نگارنده آینده و اتفاقاتی که در صحنه جهانی تحت تاثیر جهانی شدن روی خواهد داد و چالش‌هایی را که فراروی مدیران قرار می‌دهد، در ویژگی‌های زیر می‌توان خلاصه کرد:

۱- تغییر از اقتصادهای ملی، به اقتصاد جهانی

امروزه شاهد کم‌رنگ شدن مرزهای اقتصادی در بین کشورها هستیم. گسترش روز افزون سازمان و اتحادیه‌های اقتصادی مانند آسه آن (ASEAN)، نفتا (NAFTA) و اکو (ECO)، ادغام بازارهای مالی، اتحاد پولی کشورهای اروپایی (یورو)، ادغام بانک‌های بزرگ جهانی، تاسیس سازمان جهانی تجارت (WTO) و قدرت‌نمایی آن، گسترش عرصه تجارت بین‌المللی و متعاقب آن نقل و انتقال فزاینده سرمایه بین کشورهای جهان و ادغام شرکت‌های تولیدی بزرگ جهان مانند ادغام دو شرکت اتومبیل‌سازی مرسدس بنز و کرایسلر و شکل‌گیری شرکت جدید دایملر و کرایسلر، همگی از مصادیق بارز و مشخص جهانی شدن هستند. و در این رابطه عضویت در سازمان جهانی تجارت و تن دادن به مقررات جهان گستر آن هم به صورت یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر در آمده است.

یکی از مهمترین اهداف سازمان جهانی تجارت، حذف حقوقی گمرکی است کشوری که به عضویت سازمان جهانی تجارت پذیرفته می‌شود، باید اصول ۹ گانه زیر را بپذیرد:

- ۱- آزادسازی تجارت خارجی مشتمل بر آزادی واردات کلیه محصولات صنعتی و کشاورزی، لغو محدودیت بر واردات خدمات، حذف حقوق گمرکی بر واردات محصولات صنعتی و کشاورزی، آزادسازی صادرات کلیه تولیدات داخلی
- ۲- آزادسازی نرخ کالاها و خدمات و حذف کلیه یارانه‌های غیرمستقیم.
- ۳- آزادسازی نرخ ارز.
- ۴- آزادسازی نرخ بهره.
- ۵- لغو انحصارات دولتی و خصوصی.
- ۶- جریان آزاد اطلاعات.
- ۷- تخصیص بهینه منابع به وسیله مکانیسم بازار.
- ۸- جداسازی دو مفهوم اقتصاد و تامین اجتماعی.
- ۹- ایجاد دولت ناظر، به جای دولت عامل در عرصه سیاست و اقتصاد.

چرا سازمان جهانی تجارت از حذف تعرفه‌های وارداتی دفاع می‌کند و پشتوانه تئوریک این اصل کدام است؟ در واقع، هدف سازمان جهانی تجارت، ایجاد وضعیتی در اقتصاد جهانی است که هر مصرف‌کننده در کشورهای عضو، کالاهای مورد نیاز خود را از ارزان‌ترین تولیدکنندگان در دنیا خریداری نماید. سازمان جهانی تجارت از ترمزیت

نسبی ارزیابی مثبت دارد و از این اصل دفاع می‌کند که ابتدا باید کلیه مرزهای اقتصادی برداشته شود، و کلیه تعرفه‌های وارداتی حذف شوند تا مشخص شود که چه کشوری در تولید چه کالایی مزیت نسبی دارد و یا به عبارت دیگر، چه کشوری، چه کالایی را ارزانتر از ممالک دیگر تولید می‌کند. اما ارزانترین تولیدکننده، تولیدکننده‌های است که بالاترین سطح بهره‌وری را در دنیا داشته باشد.

در زمینه جریان آزاد اطلاعات نیز تحقیق بر ۳ اصل استوار است:

الف) جمع‌آوری اطلاعات.

ب) طبقه‌بندی اطلاعات.

پ) تجزیه و تحلیل اطلاعات.

مادر عرصه زندگی می‌کنیم که هر سال حجم اطلاعات بشر دو برابر می‌شود. در چنین دنیایی، دسترسی به اطلاعات دیگر چندان ارزشی ندارد و آنچه در عصر انفجار اطلاعات، با اهمیت می‌نماید، همانا طبقه‌بندی و تحلیل اطلاعات است.

۲- حرکت از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی

جامعه اطلاعاتی بر پایه صناعی شکل می‌گیرد که اساس آن را کامپیوتر، الکترونیک، اطلاعات و مهندسی ژنتیک تشکیل می‌دهند، و تولیدکنندگان هم با استفاده از دستاوردهای تکنولوژی اطلاعات، با مشتریان ارتباط نزدیک برقرار می‌کنند. تکنولوژی اطلاعات زمان و فضا را منقبض کرده و فاصله بین تقاضاهای مشتریان و اقدامات (تولیدات) سازمان‌ها را کاهش می‌دهد. همچنین تولیدکنندگان از تکنولوژی اطلاعات برای بهبود کیفیت و یا به عبارت دیگر، برای رسیدن به بهبود کیفی مستمر استفاده می‌کنند. آنها همچنین این تکنولوژی را برای انبوه‌زدایی تولیدات خود به کار می‌گیرند، به نحوی که بتوانند برای بخش‌های مختلف بازار یا حتی برای هر مشتری محصولات کاملاً متفاوتی را تولید کنند.

۳- عدم تمرکز

تحول بعدی، تحول از تمرکز به عدم تمرکز است. اتم، بت قرن بیستم بود. اتم تنها می‌گردد و تمثیل و استعاره‌ای برای فردیت است، ولی عصر اتم گذشته است. نماد قرن ۲۱ شبکه (The Net Work) است. در شبکه، نه مرکز، نه مدار و نه قطعیت وجود دارد. شبکه، توری نامحدود از علت‌ها است. شبکه، نمونه اولیه‌ای است که برای معرفی همه مدارها، تمام هوشمندی و آگاهی، تمام پیوندها و وابستگی‌های درونی، و تمام آنچه اقتصادی، اجتماعی و یا زیست‌محیطی است، جلوه‌گر شده است. شبکه، الگویی است که هم ارتباطات و دموکراسی، هم خانواده‌ها، هم سیستم‌های بزرگ و تقریباً تمام آنچه را که برای ما جالب و مهم است، در بر می‌گیرد. در حالی که اتم حاکی از سادگی محض است، شبکه راهگشای پیچیدگی‌های انبوه و هم‌گیر است.

از کلیه تلاش‌هایی که ما انسان‌ها، هم‌اکنون، درگیر آنها هستیم، بهم بافتن مداوم زندگی‌ها، افکار، ابزارها و محصولات مان، در درون شبکه‌ای با مقیاسی جهانی، شاید مهم‌ترین و بزرگترین آنها باشد. این کار عظیم طی دهه‌ها ادامه داشته، ولی توانایی اتصال ما، اخیراً شتاب گرفته است. دو



دستآورد کاملاً جدید تکنولوژیکی - تراشه‌های سیلیسی و فیبر شیشه‌ای سیلیکات - با سرعتی باور نکردنی به یکدیگر پیوسته‌اند. بهم رسیدن این دو اختراع جدید، درست همانند ذرات هسته‌ای است که در یک سیکلوترون (Cyclotron) بهم برخورد می‌کنند. آنها نیرویی آزاد می‌کنند که قبلاً هرگز دیده نشده است: نیروی شبکه‌ای جامع و فراگیر. همچنانکه این نیروی عظیم گسترده می‌شود، توده‌ای جاندار سطح سیاره را مشبک می‌کند. ما در حال پوشاندن کره زمین یا جامعه‌ای شبکه‌ای هستیم. نیروی محرکه جامعه، خصوصاً اقتصاد جدید، به نحوی روز افزون، از منطق شبکه‌ها تبعیت خواهد نمود. درک طرز کار شبکه‌ها، کلید فهم طرز کار اقتصاد خواهد بود.

واژه شبکه (Network) اکنون به محوری تبدیل شده است که تفکر و اقتصاد ما حول آن سازمان می‌یابد. مادام که نتوانیم منطق خاص و ممتاز شبکه‌ها را درک کنیم، قطعاً نخواهیم توانست از دگرگونی اقتصادی که در شرف وقوع است، بهره‌مند شویم.

چارلز هندی و پیتر دراگر نیز اعتقاد دارند که ما اکنون در حال انتقال از یک جامعه استخدامی به یک جامعه شبکه‌ای هستیم. در چنین شرایطی، دانش ایجاد و اداره شبکه قابلیت مورد نیاز سازمان‌ها می‌باشد. اداره شبکه هم نیاز به تفکر و فرهنگ شبکه دارد. فرهنگ که موقعیت سازمان را در درازمدت و در قالب یک رابطه برد-برد، با شرکا دنبال می‌کند.

در این رابطه، اهل خیره به مایکروسافت (Microsoft) اشاره می‌کنند. مایکروسافت، الگوی عملی است. مایکروسافت با ارزش‌ترین شرکت روی زمین و تولیدکننده ناملموس‌ها است. ارزش بسیار بالای سهم آن شرکت، حاکی از دستیابی به نوعی بهره‌وری جدید است. بنابراین، پیش‌بینی می‌شود که تمام شرکت‌ها ظرف چند سال آینده مانند مایکروسافت خواهند بود و صنایع مرکب از اطلاعات، ارتباطات و سرگرمی خواهند بود. و امروز کار قهرمانانه، همانا کار و فعالیت در قلمرو و حوزه نرم‌افزار و ارتباطات است. سازمان‌های موفق از هیچ، موفقیت می‌سازند. آنها نوآوری‌های متعدد و بی‌انتهار ا رویهم می‌گذارند و معجزات اقتصادی بوجود می‌آورند.

۴- فضای رقابتی مبتنی بر ائتلاف و ادغام

در قرن ۲۰ رقابت شرکت‌های بزرگ تعیین‌کننده بود، اما امروزه رقابت‌ها مبتنی بر ائتلاف است. در واقع، این مطلب بازتاب مدیریت شبکه‌ای در فضای جدید کسب و کار است. بر همین اساس است که ما شاهد همگرایی‌ها و پیمان منطقه‌ای و نیز ادغام شرکت‌های بزرگ هستیم. در این جهت، شرکت‌ها و سازمان‌ها به دلایل مختلف، استراتژی جهانی شدن را انتخاب و پیگیری می‌کنند، از جمله این دلایل می‌توان موارد زیر را برشمرد:

۱) دسترسی به منابع ارزان‌تر.

۲) افزایش بازده سرمایه.

۳) افزایش سهم بازار.

۴) فرار از تعرفه‌های گمرکی و حذف سهمیه‌های

وارداتی.

◆ نیروی محرک جامعه، خصوصاً اقتصاد جدید، از منطق شبکه‌ها تبعیت خواهد نمود و درک طراز کار شبکه‌ها، کلید فهم طراز کار اقتصاد خواهد بود.

در شرایط جهانی شدن و رقابت حاکم بر آن، مهمترین ابعاد و جوانب الگوهای رفتاری، یعنی الگوهایی که مدیران و سازمان‌ها آن را می‌شناسند و می‌پذیرند و بدان التزام علمی دارند، عبادتند از:

الف) در بازار جهانی، کیفیت را مشتری تعیین می‌کند. سازمان‌ها ابزارهای مناسبی را برای شناخت، درک و تأمین خواست مشتری در خود ایجاد کرده‌اند و نیاز مشتری را اساس کار خود قرار داده‌اند.

ب) در بازارهای به شدت رقابتی، از آن جا که کیفیت محصولات تفاوت محسوسی با یکدیگر ندارند، قیمت محصول که خود متأثر از هزینه تمام شده آن است، نقش تعیین‌کننده دارد. کاهش قیمت در حد قابل رقابت با استاندارد جهانی مستلزم بهره‌وری است. سازمان‌ها ضمن تلاش برای ارتقای بهره‌وری و از بین بردن موانع، تبدیل به یک سیستم ناب (Lean Production) را در اولویت برنامه‌های کاری خود قرار داده‌اند. در این جهت و برای تحقق اهداف فوق، با ایجاد فعالیت‌های کایزن و نظام پیشنهادات اقدام می‌نمایند.

پ) سرعت در طراحی، تولید و تحویل محصول، یکی از مهمترین مزیت‌های رقابتی است. سازمان‌ها به طور مستمر در حال کوتاه کردن دوره‌های زمانی هستند.

ت) تولید در حد استاندارد جهانی، مستلزم منابعی در حد استاندارد جهانی است. نیروی انسانی (اعم از مدیران و کارکنان) مهمترین و موثرترین منابع و عوامل تولید هستند. سازمان‌ها در شرایط جهانی شدن و در عرصه بین‌المللی، دوره‌های آموزشی و ارتقای آگاهی و مهارت منابع انسانی را در اولویت قرار داده‌اند که در این میان، اولویت با پرورش مدیران در سطح استاندارد جهانی است.

ث) توسعه خدمات پس از فروش، برای پوشش و بازارهای هدف، افزایش توان جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و گسترش تحقیق و توسعه شرکت‌ها را، تا حد استاندارد جهانی فراهم کرده است.

◆ فروش شرکت

رویا داچ شل بیش از تولید ناخالص داخلی ایران، و نزوئلا و عربستان سعودی است!

تکنولوژی اطلاعات، زمان و فضا را منقبض کرده و فاصله بین تقاضاهای مشتریان و تولیدات سازمانها را کاهش می‌دهد.

۵- نقش آفرینی توسط بنگاه‌ها و شرکت‌ها

در این مورد دیدگاه‌های مایکل تانرز درباره جهانی شدن گویای مساله است. به عقیده وی «جهانی شدن به نحوی که از آن بحث می‌شود، به رشد انفجار آمیز بیست تا بیست و پنج سال گذشته شرکت‌های چندملیتی غول‌پیکر و ذخایر انبوه سرمایه‌ای اشاره دارد که از مرزهای ملی گذر کرده و در همه جا رخنه یافته است. خود جهانی شدن عمدتاً پیامد یک انفجار تکنولوژیک است که همزمان در کامپیوتری کردن امور، ارتباطات راه دور و حمل و نقل سریع مشاهده می‌شود. متاثر از جهانی شدن، شرکت‌های همه کشورها از دیر باز در پاسخ به ضرورت دوگانه گسترش و رقابت، در هر جایی که توانسته‌اند، سود و بهره‌وری بیشتری را کسب کنند، پرچم خود را برافراشته‌اند. جهانی شدن مالی، یعنی گردش آزاد سرمایه‌ها و عدم نظارت بر مبادله‌های تجاری، شرایط مساعدی را برای راهبرد توسعه این شرکت‌ها فراهم می‌آورد. شرکت GM (جنرال موتورز) طی ۲۰ سال گذشته با شتاب هر چه تمامتر در راستای جهانی شدن سیر کرده و اکنون به صورت یک پدیده عظیم درآمدی است. میزان سرمایه خارج از محاسبات قانونی این شرکت آنقدر است که براحتی می‌توان بر روی نحوه عمل حتی قدرتمندترین حکومت‌ها تأثیر بگذارد. قدرت این شرکت تا آنجا بالا رفته که حتی اتحادیه اروپا با همه قدرتش توان دفاع از ارزهای ملی خود در برابر فشار این شرکت را ندارد. و میزان فروش خارجی این شرکت یا بهتر بگوییم، شرکت فراملیتی اکنون از کل تجارت میان این کشورها و ملت‌های بیشتر است.»

ریچارد بارنت نیز در کتاب «دسترسی جهانی و قدرت شرکت‌های چند ملیتی»، به قدرت مالی این شرکت‌ها اشاره کرده و نوشته است: «اگر ما فروش سالانه شرکت‌ها را با تولید ناخالص داخلی کشورها مقایسه کنیم، در می‌یابیم که فروش جنرال موتورز بیشتر از تولید ناخالص داخلی سوئیس، پاکستان و آفریقای جنوبی و فروش رویال داچ شل بیش از تولید ناخالص ایران، ونزوئلا و عربستان سعودی است.»

آلن دونوا نیز ضمن اشاره به فرایند جهانی شدن که در آن شرکت‌های عظیم محور اساسی‌اند، که به مبالغ هنگفت بودجه این شرکت‌ها در مقابل تولید ناخالص ملی چند کشور اشاره کرده و می‌نویسد: «در پایان سال میلادی ۱۹۹۰ بودجه سالانه جنرال موتورز که بالغ بر ۱۳۲ میلیارد دلار بوده، بیشتر از تولید ناخالص ملی اندونزی بوده است. بودجه شرکت فورد، یعنی ۱۰۰ میلیارد دلار، بیش از تولید ناخالص ملی ترکیه است. همین‌طور بودجه همه تویوتا، بیش از تولید ناخالص پرتغال است و شرکت یونیلور (Unilever) بودجه‌ای بیش از تولید ناخالص پاکستان داشته و سرانجام شرکت نستله (Nestle) هم بیش از تولید ناخالص ملی، بودجه صرف کرده است.»

۶- رپوده شدن نخبگان

بزرگی و توانایی هر جامعه‌ای جدا از منابع طبیعی ثروت مادی آن، به قدر اندازه نخبگان و اندیشمندان هر کشور و جامعه است که در واقع، نماد توانایی‌های آن جامعه محسوب می‌شوند، زیرا این نخبگان و اندیشمندان هستند که می‌توانند

ملت و دولت را از بحران‌ها و واکنش‌های رهایی بخشند و در برابر ناملایمات بیرونی و درونی، کنش‌ها و واکنش‌های مناسب و در خور توجهی را انجام دهند، مثلاً دولت ایالات متحده آمریکا پیش‌بینی کرده است که طی سال‌های منتهی به ۲۰۰۶ بخش فناوری پیشرفته اطلاعات این کشور به حدود ۷۴ میلیون متخصص جدید نیازمند خواهند بود. آلمان نیز طبق یک تخمین، طی دو سال آینده، ۳۵۰ هزار شغل اشغال نشده در بخش فناوری اطلاعات خواهد داشت. واقعیت این است که این کشور برای تأمین نیروهای متخصص مورد نیاز از داخل هیچ راه پیش رو ندارند. بنابراین، استخدام متخصصان خارجی برای هر کشور، واقعاً یک ضرورت است و به همین علت، شرکت‌های آلمانی و آمریکایی، مراحل پیچیده و پرهزینه استخدام متخصصان و نیروهای کار خارجی را می‌پیمایند. بنگاه‌هایی مانند مایکروسافت نیز که در حوزه تکنولوژی‌های پیشرفته نوآوری می‌کنند، به‌تازگی با پرداخت پاداش کلان سعی می‌کنند تا سرآمدان و نخبگان را جذب کنند.

در بسیاری از شرکت‌های دنیای فردا «سرمایه معنوی» که حاصل کار کارکنان دانا است، اگر تنها مزیت نباشد، ولی یکی از مهمترین مزایای رقابتی خواهد بود. با افزایش ارزش کارکنان دانا، رقابت بر سر جذب آنها تشدید می‌شود. در واقع، کشورهایی که در حال از دست دادن متخصصان خود هستند و شاهد مهاجرت آنها هستند (که متأسفانه روند مهاجرت متخصصان از کشورهای جهان سوم به کشورهای پیشرفته شتاب بیشتری نیز گرفته است.) باید شکایت داشته باشند.

۷- کوچک سازی

آلن گرینزپن رییس هیات مدیره سابق بانک مرکزی آمریکا به نکته ظریفی اشاره می‌کند که کمتر کسی به آن توجه کرده است. پدیده که وی آن را «کوچک‌سازی تولیدات اقتصادی» نامیده است، موجبات تسهیل و کارایی بیشتر بازرگانی جهانی را فراهم می‌آورد. به گفته گرینزپن، پنجاه سال پیش، حجم رادیوها بسیار بزرگ و دست و پا گیر بود، اما امروز رادیوهای بسیار پر قدرت تر به آسانی در جیب جای می‌گیرند. فرآورده‌های صنعتی امروزین حتی در حوزه مصالح ساختمانی، در همان حال که کوچک‌تر و سبک‌تر شده‌اند، از کارایی و خواص بیشتری برخوردارند. امروز ما از پارچه‌هایی برای پوشاک استفاده می‌کنیم که هم سبک‌تر و هم گرم‌تر. رایانه‌ها نیز به طور مداوم کوچک و کوچک‌تر می‌شوند. در جریان داد و ستدهای مالی هم امواج الکترونیکی جانشین کاغذ و قلم شده‌اند. هواپیماها به نسبت مادی که برای ساخت آنها به کار می‌رود، و سوختی که مصرف می‌کنند، مقدار بیشتری مسافر حمل می‌کنند.

به طور کلی، در زمان کنونی وضع چنان است که هر چه فرآورده‌های صنعتی کوچک‌تر و سبک‌تر باشند، آسانتر میان کشورهای جهان به گردش در می‌آیند.

منبع: کتاب جهانی شدن و تحولات در مدیریت تألیف دکتر سلیمان ایران زاده

(ادامه دارد)