

Härra Strateegia Kenichi Ohmae

Piret Viljamaa (RiTo 9), Eesti Rahvusraamatukogu parlamendiinfo keskuse infospetsialist

Kenichi Ohmae on sündinud 21. veebruaril 1943 Jaapanis Kitakyushus. Maailma juhtivate äristrateegide hulka kuuluv Ohmae on pälvinud hüüdnime härra Strateegia ning Financial Timesis on teda nimetatud Jaapani ainsaks juhtimisguruks. 1994. aastal valis ajakiri The Economist ta maailma viie mõjukama juhtimisasjatundja hulka.

Kenichi Ohmae lõpetas Waseda Ülikooli, sai magistrikraadi Tokyo Tehnoloogiainstituudis ja doktorikraadi tuumaenergeetikas Massachusettsi Tehnoloogiainstituudis, samal ajal töötas Hitachi firmas inseneri-disainerina. Kaksikümne kolm aastat töötas Kenichi Ohmae rahvusvahelise juhtimise valdkonnas tegutsevas konsultatsioonifirmas McKinsey & Company, kus juhtis ja arendas ettevõtte Jaapani haru. Enda asutatud juhtimisstrateegiate konsultatsioonifirmas on ta nõustanud eri valdkondade ettevõtteid (näiteks elektroonika-, telekommunikatsiooni-, fotograafia-, kontorisustuse firmasid) ning valitsusi. Ta on abielus ja kahe poja isa. Missioonitundest asutas ta omanimelise juhtimiskooli, et õpetada ärijuhte mõtlema loovalt ning olema rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised.

Kenichi Ohmae on asutanud mitu firmat (näiteks Ohmae & Assoc.), ta on Korea Ülikooli külalisprofessor ja hinnatud esineja konverentsidel. 2002. aastal nimetati ta Hiina Liaoningi provintsi ja Tianjini linna nõustajaks. Ta pani aluse Heisei Reformi nimelisele poliitilisele rahvaliidumisele, mis seadis eesmärgiks propageerida Jaapani poliitilise ja administratiivse struktuuri põhjalikku reformimist. Liikumine tekitas küll vastukaja, kuid hääbus, kui Kenichi Ohmae ei saanud kohalikel valimistel valijate toetust.

Kenichi Ohmae on kirjutanud üle saja raamatu, enamik neist on ettevõtlusest, paljud sisaldavad sotsiaalpoliitilist analüüsi. Ta on avaldanud arvukalt artikleid, näiteks väljaannetes Wall Street Journal, Harvard Business Review, Foreign Affairs, New York Times. 1987. aastal avaldatud artiklis ennustas ta Jaapanile majanduslangust ning rõhutas vajadust vähendada kiiresti majandust piiravaid regulatsioone. 2004. aastal avaldatud artiklis "Tomorrow's World" käsitleb ta muu hulgas Eesti majandusarengut ning väidab, et see põhineb suures osas Soome turistidel – tulevik näitab, kas Eesti on võimeline kujunema tõsiseltvõetavaks majandustsooniks.

1982. aastal ilmus tema esimene inglise keelde tõlgitud raamat "The Mind of the Strategist", mille eessõnas rõhutatakse, et raamatu kõige suurem väärtus seisneb strateegilise planeerimise olemuse kirjeldamises. Autor võtab kokku äristrateegia põhitõed, rõhutab loova intuitsiooni rolli strateegilisel planeerimisel, ärgitab mõtlema esmalt ideaalile. Alles seejärel tuleb leida võimalused, et ületada takistusi, mis ettevõtet ideaalseisust lahutavad. Raamatus analüüsitakse võimalusi, kuidas strateegilist mõtlemist äris efektiivsemalt kasutada. Autor tutvustab kolme C strateegia mudelit (*customers, corporation, competitors*), mida ta nimetab strateegiliseks kolmnurgaks. Ta leiab, et hea strateegia sobitub tarbijate vajadustega viisil, mis parimal kombel kasutab firma konkurentsieeliseid. Ta vaatab ka Jaapani ettevõtete juhtimise ja strateegia eripärasid ning tõdeb, et Jaapani firmad olid Teise maailmasõja järel edukad, sest vältisid otsest konkurentsi lääne suurettevõtete ja leidsid selle asemel veel kasutamata turuosad. Ettevõtluse valdkonna raamatute kokkuvõtteid pakkuva veebilehe getAbstract.com sõnul tasub raamatuga tutvuda juba seetõttu, et see kuulub siiani Jaapani ettevõtete uute töötajate kohustuslikku lugemisvarasse.

1985. aastal töötas ta välja triaadi mudeli (raamatus "Triad Power", mida on nimetatud kahe viimase aastakümne üheks mõjukamaks rahvusvahelist ettevõtlust käsitlevaks teoseks). Triaadiks nimetab ta geograafilist ruumi, kuhu kuuluvad Ameerika Ühendriigid, Euroopa Liit ja Jaapan. Neil on rida sarnaseid omadusi, nagu ühetaoline tehnoloogiline

infrastruktuur, teadmised ja kapital enamikus tööstusharudes jms. Ohmae sõnul peaksid suurettevõtted arendama samaaegset tegevust kõigis kolmes piirkonnas, sest muidu kaotavad nad oma monopoolse seisundi ja ei teeni tootearendusse paigutatud raha tagasi. Sellist strateegiat on hakatud nimetama globaalseks lokaliseerimiseks.

Raamatuis "The Borderless World" (1990) ja "The End of the Nation-State" (1995) juhib ta tähelepanu piiride avanemisega tekkinud uutele majandusüksustele, mida nimetab regioonideks. Need võivad olla ühe riigi osad, nagu California Ameerika Ühendriikides, või asuda riikide kokkupuutepunktides, nagu seda on näiteks Tallinna-Helsingi piirkond.

2000. aastal ilmunud raamatus "The Invisible Continent. Four Strategic Imperatives of the New Economy" väidab Kenichi Ohmae, et rahvusriikide aeg on läbi saanud, uut majandusmudelit nimetab ta "nähtamatuks kontinendiks", pidades silmas enam kui pelgalt Interneti. Uus majandusmudel hõlmab nelja dimensiooni: nähtav dimensioon (asjad, mida valmistatakse ja ostetakse), piirideta maailm (vältimatu globaliseerumine), küberdimensioon (Internet, mobiiltelefonid) ja neljandaks aktsiaturgudel mõningatele aktsiatele omistatud kõrged väärtused. Ta kasutab mõistet "globaalne platvorm", mis kujutab endast universaalset standardit. See võib olla mis tahes valdkonnast – tehnoloogiline, kultuuriline jms, näiteks inglise keel on Interneti-platvorm ning annab Ameerika Ühendriikide äriteestele eelise teiste keelte kõnelejate ees. Tarbijad on need, kes võtavad platvormid omaks, ning valitsuste katsed turgu reguleerida võivad viia majanduskriisini, nagu juhtus 1997. aastal Aasias.

Eesti Rahvusraamatukogu ühiskonnateaduste saalis on võimalik lugeda tema 2005. aastal ilmunud raamatut "The Next Global Stage: Challenges and Opportunities in Our Borderless World", milles autor väidab, et postglobaliseerunud maailmas ei kehti enam vanad reeglid, tuleb arvestada uute piirkondlike majanduskeskuste ning üleilmse netiinimeste hõimuga.

Ärilisest seisukohast pole riigipiirid enam olulised, tähtsad on neli tegurit:

kommunikatsioonid (kõige rohkem Internet), kapital, korporatsioonid ja tarbijad.

Vajalikud muutused jagab ta kolmeks: tehnoloogilised, isiklikud ja organisatoorsed.

Tehnoloogia areng võib terved tootmisharud ebavajalikuks muuta; isiklikul tasandil asendub kõrvaltvaataja roll aktiivse osalusega ning organisatsioonilisel tasandil muutuvad suurettevõtted "kodutuks", paindlikuks, innovatsioonile avatuks ning peavad vabanema arengut piiravast hierarhiast. Ta vaatleb eri piirkondi, näiteks Baltikumi puhul rõhutab ta Kaliningradi potentsiaali, mis aga Venemaa suletuse tõttu meenutab külma sõja aegset teemaparki. Ta hindab ümber raamatus "The Mind of the Strategist" esitletud kolme C strateegia mudeli, väites, et tänapäeval on keerukas konkurente, tarbijaid ja isegi oma firmat määratleda. Strateegia väljatöötamisel tulebki sellest alustada, alles seejärel nende kolme teguri omavahelisi suhteid analüüsida.

Viimaseil aastail on Kenichi Ohmae uurinud Hiina majanduse edu. Ta teab, et Hiina seisab silmitsi demokraatiseerimise survega, kuid loodab, et see toimub järk-järgult, sest vastasel korral satub riik kaosesse. 2006. aastal ilmunud raamatus "Kasvava madalama keskklassi mõju Jaapanis" (jaapani keeles) väidab ta, et Jaapani ebaõnnestunud majanduspoliitika tõttu vaesus 1990. aastail keskklass, ning räägib Jaapani ühiskonna sotsiaalse struktuuri M-kujulisest mudelist. 2008. aastal peaks inglise keeles ilmuma "The Professional: A Manifesto for Business in the 21st Century" (jaapani keeles 2005). Raamat käsitleb juhtimiskultuuri muutumist maailmas, see nõuab pidevat enesetäiendamist ja ajaga kaasaskäimist.

Tema kriitikud on öelnud, et nagu kõik gurud, ei tee ka Kenichi Ohmae üldistusi alati kindlate faktide, vaid emotsionaalsete otsustuste põhjal, kordab end ja esitab vastuolulisi väiteid. Samal ajal on kiidetud tema ennustuste paikapidavust, näiteks Interneti-mulli lõhkemise osas. Teda on võrreldud Adam Smithiga, kes samuti aetas esikohale tarbija ja rääkis konkurentsist kui majanduse "nähtamatust käest". Ennekõike on aga tegemist mehega, keda hindavad kõrgelt Aasia majandusinimesed ning respektierivad Lääne asjatundjad.

Tutvustus on koostatud Internetis ja Eesti Rahvusraamatukogus leiduva info põhjal.
Kasutatud kirjandust

About Kenichi Ohmae. – Business Breakthrough, Inc. –

http://www.bbt757.com/eng/company/about_ohmae/index.htm

Ohmae, K. (1983). The Mind of the Strategist. New York [etc.]: Penguin Books.

Ohmae, K. (1987). Dark Clouds over Japan's Economy. – The New York Times, 29 July. –

<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9B0DE7DC113BF93AA15754C0A961948260&sec=&spon=&pagewanted=2>

Ohmae, K. (2004). Tomorrow's World. – Business Strategy Review, Vol 15, No 4. –

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=15073319&site=ehost-live>

Ohmae, K. (2005). The Next Global Stage: Challenges and Opportunities in Our Borderless World. Indianapolis, IN: Wharton.

Pascha, W. (1999). Federalism in Japan – Only a Fancy? – Japan: State and People in the Twentieth Century. Papers presented at the STICERD 20th Anniversary Symposium,

March 1999. – <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/js/js368.pdf>