

31/03/2005

CEO teguhkan syarikat, bukan kejar populariti

Oleh Mohd Azlan Jaafar; Amirullah Andi Nur; Suffian A Bakar

DERETAN rumah dalam pelbagai warna dan bentuk di perkampungan air Tanjung Aru, Kota Kinabalu, Sabah berdiri megah, tetapi agak rapuh menghadap Laut China Selatan.

Merentasi sungai, kurang tiga ratus meter dari perkampungan air itu, terbina kemudahan golf 27 lubang Sutera Harbour Marina Golf dan Country Club yang lengkap dengan lampu limbah untuk golf malam hari.

Di Magellan Sutera Harbour lebih 650 peserta dari 30 negara mengikuti perbincangan pada Persidangan Ketua Eksekutif Antarabangsa 2005 (ICC2005) anjuran Yayasan Sabah.

Acara terbesar di Negeri di Bawah Bayu tahun ini berjaya menarik perhatian dalam usaha memperkenalkan potensinya.

Peserta mahu mendengar, mempelajari dan berkongsi cara terbaik sebagai ketua eksekutif (CEO) untuk menerajui syarikat masing-masing dalam era penuh cabaran ini.

Sejak krisis ekonomi 1997/98 kebanyakan negara Asia masih bergelut untuk bangun. Ironinya, syarikat Malaysia seperti penduduk kampung air Tanjung Aru, manakala syarikat gergasi asing adalah kemegahan Sutera Harbour.

Penceramah utama seperti Stanley O Roth, mewakili pengeluar pesawat Boeing Co, Shariman Zain Yusuf (GE, syarikat terbesar di dunia berdasarkan nilai pasaran) Rainer Althoff (gergasi teknologi Jerman, Siemens) dan Datuk Jon Chadwick (Shell).

Perolehan tahunan keempat-empat syarikat itu dengan mudah mengatasi bajet negara yang dibentangkan setiap tahun.

Itu realiti era globalisasi yang menyaksikan jurang antara negara, syarikat dan pendapatan individu semakin melebar, sekali gus menjadi cabaran kepada syarikat tempatan, terutama dengan saingan China, ekonomi keenam terbesar dunia.

Pengerusi Jawala Corporation Sdn Bhd, Tan Sri Majid Khan, memberi contoh, syarikat Sabah membina perabot menggunakan papan lapis tempatan dan menjualnya di Asia Barat pada harga RM65.

"Syarikat China membeli papan lapis tempatan dan membina perabot sama serta menjualnya di Asia Barat pada RM55. Bagaimana kita hendak bersaing?," katanya.

Tugas CEO kini adalah menangani cabaran seperti itu. Ini bukan mudah ditambah unjuran pertumbuhan ekonomi dunia dan Malaysia yang akan menyederhana tahun ini.

"Secara umum ekonomi Malaysia akan lebih lemah tahun ini berbanding tahun lalu, berdasarkan pasaran saham semasa," kata Shariman dari GE International.

Menangani cabaran ini menjadikan kedudukan kerusi CEO dalam sesuatu organisasi lebih panas.

Perdana Menteri, Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi, sendiri berkata, era CEO menganggap diri mereka selebriti sudah berlalu.

"Menjadi CEO sekarang kurang merangsangkan kerana kaji selidik menunjukkan 54 peratus eksekutif kanan menolak tawaran ke jawatan itu, berbanding 26 peratus setahun sebelumnya," katanya.

Malaysia juga dihimpit kesan globalisasi dan ketidakadilan perdagangan.

Seorang peserta menyuarakan ketidakpuasan bagaimana biji kopi dibeli pada harga kurang RM1 sekilogram, tetapi harga secawan kopi di kafe popular, RM12.

"Kami hanya mahu harga adil untuk keluaran kami," kata Majid Khan. Pendukung konsep perkongsian pintar, Tan Sri Dr Omar Abdul Rahman, sependapat apa yang diperlukan ialah perdagangan adil dan bukannya perdagangan bebas.

Analogi diberikan Pengerusi Yayasan Kepimpinan Perdana, Tun Dr Mahathir Mohamad, bagaimana tiada satu penyelesaian terbaik, tiada jawapan sempurna untuk sesuatu masalah.

"Semua penyelesaian mempunyai kesan positif dan negatif. Kita perlu bijak mengimbangi kelebihan dan kekurangan dan memutuskan sama ada untuk mengambil risiko atau tidak.

"Dikatakan dua kepala lebih baik daripada satu. Sepuluh kepala mungkin lebih baik daripada dua. Terlalu banyak kepala mungkin mengelirukan semua orang dan memberi terlalu banyak penyelesaian," katanya.

Seorang perantara sesi perbincangan menyimpulkan perjumpaan dua hari itu sebagai: "Buat apa yang betul dan bukan apa yang popular," katanya.

(END) Source : Berita Harian