ويرنر سومبارت ١٨٦٣ - ١٩٤١

استخدم القيم المادية – الكمية المتحكمة في المجتمعات الرأسمالية- أساساً في تفسير وتحليل العلاقة القائمة بين مالكي المشاريع الاقتصادية والصناعية والعاملين فيها من عمال وفنيين وموظفين والأفراد الذين يستهلكون الإنتاج (الزبائن).

تركزت نظرة سومبارت على ابرز قيمة مادية –كمية هي ((قيمة التملك)) عند الإنسان في المجتمع الرأسمالي مشبها ذلك ولع الأطفال بتملك الأشياء المتأثر بالتغيرات الآتية:

١. حجم الشئ وضخامته.
٢. حركته الدائمية.
٣. ميله لاقتناء الأشياء الجديدة.
٤. المتانة والرصانة.

شبه سومبارت نزعة التملك عند أصحاب رؤوس الأموال ورجال الأعمال الإدارية وأصحاب المشاريع التجارية والصناعية إلى غريزة الأطفال في تملكهم للأشياء. ثم سحب تشبيهه هذا على باقي أفراد المجتمع الرأسمالي الذين يميلون وينجذبون للأحجام الكبيرة لاعتقادهم بان الحجم الكبير يمثل القوة والفخامة والعظمة والأهمية فتجذب اهتمامهم. فحجم السكان الكبير والجبال الشاهقة والأنهر العريضة والعدد الكبير من حالات الانتحار والعدد الهائل من المسافرين في القاطرة وحجم الباخرة الكبيرة والعدد العالي من العازفين في الجوق الموسيقي

يجلب انتباه الأفراد في المجتمع الرأسمالي. ليس هذا فحسب بل إنهم يمنحون الأفراد الذين يملكون رأسمال كبير وثروة هالة أهمية اجتماعية عالية بينهم.

هذه الخاصية الاجتماعية ذات القيمة المادية لا الاعتبارية انتبه إليها أصحاب رؤوس الأموال وأصحاب المشاريع التجارية والصناعية في المجتمع الرأسمالي فاندفعوا نحو البحث عن مصادر ذكية لزيادة ثرواتهم وإنتاجهم وأرباحهم داخل مشاريعهم الذي بدوره يزيد من أهميتهم ونفوذهم الاجتماعي. بيد ان هذه الحالة سببت حالات اجتماعية مرضية داخل الشرائح الاجتماعية التي لا تملك المال والثروة إذ أصبح الجميع يبحث عن المال الذي لا يأتي إلا من خلال العمل والمثابرة والمنافسة فأصبحوا يضحوا بصحتهم وراحتهم وحتى علائقهم بأسرهم في سبيل عدم إضاعة فترة زمنية لا ينتفعون منها أو لا يربحون منها فأصبحوا عبيد لطغيان العمل لدرجة أجهدوا عضليا وفكريا من اجل الحصول على المال الأمر الذي أدى بالعمل ان يسحقهم قيميا وإنسانيا فأبعدهم عن أبنائهم وزوجاتهم وعواطفهم وتمتعهم بالحياة الاجتماعية والحياة الطبيعية فأصيب- معظمهم- بالأمراض النفسية أو العصبية وابتعدوا عن المشاعر الوجدانية والعاطفية.

يتضح إذاً درجة الاستغلال والابتزاز والاستحواذ البشري في مجتمع بالغ بشدة في احترامه لقيمة العمل ووضعها فوق قيمة الإنسان وحياته الاجتماعية.

هذه المبالغة تأتت من إسناد القيمة الاجتماعية إلى القاعدة المالية فتشكلت المعادلة الآتية:-

مبالغة في احترام العمل ==> من اجل الحصول على مال وفير ==> لكي يحصل على تقويم اجتماعي مرموق ==> لكنه مقتطع اسريا ومريض عصبياً أو صحياً.

هذه المعادلة المجردة من المشاعر الإنسانية والقائمة على تقديس المال والعمل جعلت من الباحثين عنها ومالكيها ان يكونوا أذكياء جدا في تجميعها واستثمارها وتكديسها وان يتصفوا بالصفات الآتية:-

١. أن يكونوا مهيمنين على مصالح ومقدرات العمال والموظفين العاملين في مشاريعهم التجارية أو الصناعية. أي ينتزعون أو يستولون على حقوق وأرزاق العاملين عندهم وهذا لا يتم إلا إذا كان ذكيا وله القدرة على تصميم خطط لتحقيق هذا الغرض وان تكون له القابلية في تطبيقها بكل قناعة والدفاع عنها وإقناع أتباعه أو العاملين معه.
٢. أن يكون ذا عقلية منتظمة في تفكيره وإصدار تعليماته وخططه لأنه يتعامل مع أصحاب الكفاءات والمهارات العالية والمتقدمة في اختصاصاتها وان التعامل معهم بعبثية أو بتعسف يجعل منهم أداة معوقة في زيادة- إنتاجه وثروته، لذلك يتعامل معهم بذكاء يحمل في طياته الحنكة والدهاء الأمر الذي يجعله غير منقاد لهم. بل قائدا وموجها لأعمالهم.
٣. التمتع بعقلية تجارية: إذ أن العمل وحده غير كاف لتنمية ثروته إذا لم تتسق معه عقلية تفكر بأسلوب تجاري تبحث عن منافع مالية مربحة وإيجاد سبل متنوعة في استغلال واستثمار الطاقات البشرية التي تعمل في مشروعه الأمر الذي يتطلب منه أن يكون مفاوضاً في تعامله التجاري ومماحكاً في سياسته التسويقية ويحسب كلفة التعامل التجاري في أسواق البورصة وبيوت المال قبل الإقدام في التعامل وان لا يتقاطع مع العاملين معه. بل ان يكون مرناً معهم يأخذ ويعطي في الرأي والمشورة لأن المال والثروة لا يمثلان الهدف إلا بعد عقده. بل تمثله زيادة ثروته والإكثار من كميتها.

لذلك تجده يرحب بكل تقدم تكنولوجي يظهر في الأسواق الصناعية إذا كان يخدم هدفه الأبعد ((وهو زيادة ثروته)).

فضلاً عما تقدم. عليه ان يبحث عن فرص متنوعة من أجل رفع حصص أرباحه ضمن حسابات دقيقة وهذا لا يتم إلا من خلال جذب عدد كبير من الزبائن لشراء سلعه وإنتاجه ثم انه لا يكتفي بهذا.بل يذهب إلى الاستحواذ على الأعمال التجارية عند الآخرين ليضمها إلى ثروته وهذا لا يتم إلا إذا كان ذلك من اجل اكتساب قيمة اجتماعية عالية عن طريق جمع المال والثروة. بيد أن أسلوب جمعها يكون بطرق وأساليب بعيدة عن القيم الأخلاقية والأدبية.

- ومن هنا جاء ربط سومبارت بين قيمة التملك عند الطفل وقيمة التملك عند الباحثين عن المال والثروة في المجتمع الرأسمالي.

فالحجم الكبير من المال يدفعه لان يبتز ويحتكر ويستغل ويغش الآخرين. ولان الناس في المجتمع الرأسمالي لا يهتمون بكيفية حصوله على الثروة بقدر ما يهتمون بكميتها وكبر حجمها وقد شبه سومبارت هذه الحالة بحالة مشاهدة الناس للسباقات الرياضية إذ إنهم لا يهتمون بمن هو الفائز بقدر من حصل على نقاط أكثر من غيره. ثم أن قيمة السرعة في الحصول على المال تتساوى مع كمية المال المجمع، ومن الطبيعي ان هذه القيمة لا تتحقق إلا إذا كان صاحب المشروع ذكياً ومتمتعاً بعقلية تجارية تستطيع استغلال الناس وابتزاز أموالهم والاهتمام بتصريف الإنتاج والربح بأقرب فرصة فلا يهتم بنوعية الإنتاج لأنه يفضل ان يكون لديه سلعة رديئة لكنها سريعة البيع كثيرة الربح على ان تكون لديه بضاعة أو سلعة جيدة لكنها بطيئة البيع وقليلة الربح وهنا يظهر عامل سرعة تصريف السلع أو تسويقها وأن يضرب رقماً قياسياً في تسويق سلعة من أجل جني أرباحاً طائلة ترتبط مع قيمة العمل، نزوع المجتمع الرأسمالي إلى اقتناء السلع الجديدة

والغير مألوفة وهذا يخلق حالة عند أصحاب المشاريع الصناعية والتجارية ان يعجل في تسويق السلع القديمة ليحل محلها الجديدة غير مبالي بنوعها لان هدفه تحقيق قيمة التجديد عند الناس من اجل خدمة أغراضه التجارية والمالية.

هذه الحالة تجلب له المال والثروة الأمر الذي يرفع من قيمته الاجتماعية في مجتمع يحترم الثري ويمنحه نفوذاً اجتماعياً عالياً. هذه القيم المادية التي طرحها سومبارت تمثل في نظره روح الرأسمالية.

وقد وضع سومبارت خمسة قوانين وجدها تتحكم في مناشط رجال الأعمال والتجارة والصناعة في المجتمع الرأسمالي وهي ما يأتي:

١. العقلانية المطلقة في التعامل التجاري والصناعي والإداري مع الآخرين.
٢. ان يكون غرض الإنتاج التبادل التجاري من اجل جني أرباح كثيرة والتأكيد على الربح السريع إذ ان مفاضلة بيع سلعة رديئة في نوعها تجلب له الأرباح الكثيرة وعدم بيع السلع الجيدة في نوعيتها ولا تجلب له الأرباح الكثيرة.

وان العدو اللدود للرأسمالية في نظر سومبارت – المشاريع الصناعية أو التجارية التي تنتج السلع الجيدة.

٣. البحث عن زبائن وزيادة عددهم الذي يتم بوساطة جذب أنظارهم وأسماعهم لشكل ونوع السلعة ثم إقناعه بالوسائل الدعائية بأنها سلعة جيدة ومن بعد تحميله أثمانها بالسعر الذي يحدده مالك إنتاجها.
٤. بيع السلع بأبخس وارخص سعر ممكن عن طريق تخفيض سعرها إلى الحد الأدنى من اجل جذب وكسب اكبر عدد ممكن من الزبائن.
٥. التحرر من اكبر عدد من القيود سواء كان في الإنتاج أم التسويق أم البيع.