گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۲۴۰۷۳
سه شنبه ۱۷ مرداد ۱۴۰۲ ۳:۳۷

درس بزرگ کداک و نوکیا برای مدیران ایرانی؛ سقوط همیشه بی‌صدا شروع می‌شود

سازمان‌هایی که فکر می‌کنند چون «قدیمی‌اند» یا «جایگاه دارند» سقوط نمی‌کنند، در ترسناک‌ترین نوع شکست غافلگیر خواهند شد.

به گزارش پایگاه خبری اکونوآوری داستان کداک یکی از نمادین‌ترین عبرت‌های دنیای مدیریت است. شرکتی که روزگاری سلطان بلامنازع بازار عکاسی بود، نتوانست تولد دوربین‌های دیجیتال، همان اختراعی که نخستین ثبت اختراعش هم برای خود کداک بود، هضم کند. مدیرانش آنقدر به قدرت گذشته اطمینان داشتند که نشانه‌های تغییر را بی‌اهمیت شمردند و در نهایت، سقوط آن‌ها نه با هیاهو بلکه با «دیده‌نشدن» شروع شد.

در ایران مشابه این موقعیت را خیلی دیده‌ایم؛ شرکت‌های باسابقه صنعتی، هلدینگ‌های مشهور یا حتی برندهای خانوادگی که فکر می‌کردند مشتریان وفادار، دارایی آن‌ها تا ابد حفظ خواهد شد. اما هیچ‌چیز در دنیای امروز ابدی نیست؛ انتخاب مشتریان، تکنولوژی، حتی شیوه خرید مردم هم با تحولات جهانی دگرگون می‌شود. شاید نوکیا دومین مثال بزرگ جهانی باشد که به باور غلط خود استوار ماند. وقتی اندروید و سپس آیفون وارد بازار شدند، مدیران نوکیا آن را تهدیدی جدی نگرفتند و سال‌ها بعد خلع ید شدند در حالی که همه نشانه‌ها کف بازار روشن بود: بازار به سمت نرم‌افزار و اکوسیستم دیجیتال کوچ کرده اما نوکیا هنوز عاشق سخت‌افزار بود.

برای مدیران ایرانی این داستان‌ها تنها عبرت‌های مدیریتی خارجی نیستند. تغییرات ناگهانی بستر قانون‌گذاری، توسعه بانک‌های دیجیتال، ورود سرویس‌های خارجی حتی به‌صورت غیررسمی، همه نشان می‌دهد سازمانی که چشم بر واقعیت ببندد، نه‌تنها حرکت نمی‌کند بلکه سقوط تدریجی‌اش آغاز می‌شود. شرکت‌های بزرگی در صنایع پتروشیمی، خودرو، صنعت بیمه و خدمات مالی ایران هم اکنون با تهدید جدی استارتاپ‌های نوآور یا بازیگران دیجیتال روبرو هستند. سکون و تعلل در تحول، بزرگترین دام برای آینده است.

کلینک نوآوری سگال بارها دیده که نشانه‌های اولیه سقوط عبارتند از: از دست رفتن مشتریان کلیدی، نارضایتی پنهان کارکنان بااستعداد، بی‌حرکتی در قبال مسائل جدید فناوری یا بازار و نبود جسارت تجربه‌کردن ایده‌های تازه. سقوط، پر سروصدا نیست؛ آرام‌تر و پنهان‌تر از آن است که مدیران بفهمند دقیقاً چه‌زمانی آغاز شد. پس شاید مهم‌ترین درس کداک و نوکیا برای مدیران ایرانی فقط یک جمله باشد:

«اتکا به موفقیت‌های گذشته بزرگترین دشمن نوآوری و بقای آینده‌ای سازمان است.»