گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۲۴۰۷۷
یکشنبه ۱۶ مهر ۱۴۰۲ ۴:۰۶

چرا سازمان‌های ایرانی مجبورند همین امسال نوآوری کنند؟

تغییرات بازار ایران با سرعتی بی‌سابقه رخ داده؛ سازمان‌هایی که امروز برای نوآوری دیر بجنبند، فردا حتی فرصت رقابت هم نخواهند داشت.

به گزارش پایگاه خبری اکو نوآوری، بازار ایران ظرف کمتر از پنج سال گذشته زیر و رو شده است. ورود هزاران کسب‌وکار دیجیتال، کوچ نسل جدید به اکوسیستم آنلاین، شرایط اقتصادی خاص و حتی تحولات خارجی، چرخه عمر محصولات را کوتاه‌تر و فضای بازی را پررقابت‌تر از همیشه کرده است. شرکت‌هایی که روزگاری با تکیه بر سهم بازار گذشته و انحصار منطقه‌ای نفس می‌کشیدند، حالا زیر سایه تهدید فین‌تک‌ها، استارتاپ‌های لجستیک، عرضه‌کنندگان کالا یا پزشک‌های برخط، می‌جنگند تا حتی سهم کوچکی از بازار سنتی خود را حفظ کنند.

در این وضعیت، سرعت مهم‌ترین ابزار دفاعی و هجومی است. نوآوری دیگر لوکس نیست؛ یک ضرورت بقاست. انتظار برای رسیدن آرامش بازار یا امید به بازگشت چرخه‌های قبلی، بزرگ‌ترین اشتباه راهبردی است. تیم‌های مشاوره کلینک نوآوری سگال بارها دیده‌اند که سازمان‌هایی که حتی با منابع متوسط اما با شجاعت تحول، فرایندها و مدل کسب‌وکار خود را بازآفرینی کرده‌اند، در شرایط بحران، بازار خود را دو برابر کردند. برعکس، شرکت‌هایی که به خاطر ترس یا تردید تصمیم را عقب انداختند، با موج سهمگین تغییرات از زمین بازی خارج شدند.

چالش اصلی اکنون به تصمیمی شخص مدیران در ایران بازمی‌گردد: تغییر سازمان با تمرکز بر حل مسئله، سرمایه‌گذاری روی خلاقیت داخلی و حرکت به سمت مدل‌های چابک، تنها راه نجات در سال ۱۴۰۳ و بعد از آن است. سال آینده فرصت چندانی نخواهد بود؛ شرکت‌هایی که همین حالا حرکت نکنند، از موضع انتخاب به موقعیت تحمیل سقوط خواهند رسید.