

# استراتژی کانن

## تولید با کیفیت

گوسمان عالمی

دکتر میتارایی احيای شرکت در دوره بعد از جنگ را هدایت می‌کرد. او از یک طرف به ابتکاراتی دست زد و مهندسانی را استخدام کرد که به توسعه محصولات با کیفیت بر اساس تکنولوژی اولیه شرکت علاقه‌مند بودند و از طرف دیگر ...

دیگر یک فرهنگ مشارکت قدرتمند را در شرکت اعمال کرد که بر پایه اهمیت سخت کوشی و کار بود و اصول آن شامل مشارکت در مزایا و تاکید آینده‌نگرانه بر توازن کار و زندگی بود.

او بر تنوع محصولات تاکید داشت و کیفیت کارخانجات را بهبود بخشید. در دهمین سالگرد تاسیس شرکت، نام شرکت را از Seiki Kogaku به کانن Canon تغییر داد تا دوربین‌های تولیدی با نام شرکت یکی شود. سپس در ۱۹۵۵ کانن اولین دفترش را در آمریکا باز کرد و در سال ۱۹۵۷ کانن اروپا تاسیس شد.

اولین فعالیت اروپایی کانن در ژنو، شهری که نامش معادل با مهندسی دقیق و کیفیت بود، شروع شد. یک شبکه برای توزیع و خدمات پس از فروش محصولات کانن ایجاد شد؛ اما با توسعه شرکت این شبکه‌ها به شرکت‌های فروش محصولات کانن تبدیل شدند.

در سال ۱۹۶۸ یک دفتر مرکزی اروپایی در آمستردام هلند تاسیس شد تا پاسخگوی رشد فزاینده بازار باشد و کسب‌وکار واقع در ژنو به یک شرکت سرمایه‌گذاری تبدیل شد. در طی چند سال بعدی، کانن نمایندگی‌های فروش خود در دهها کشور اروپایی را تاسیس کرد. کارخانجات تولیدی و مراکز تحقیقاتی بعدها بنیان‌گذاری شدند. همین‌طور که کانن محصولات مختلف خود را به بازار عرضه می‌کرد، اروپایی‌ها مشتریان وفادار برند کانن شدند و از محصولات پیشرفته شرکت نظیر اولین دوربین با کیفیت تولید انبوه و ارزان به نام Canonet و ماشین حساب الکترونیکی به نام Canola، دستگاه‌های کپی اداری و پرینترهای جت خیابی استفاده می‌کردند.

کسب و کار کانن در اروپا، شامل زنجیره بازار وسیع‌تری از محدوده این قاره است که به فروش به بیش از ۱۰۰ کشور در اروپا، خاورمیانه و آفریقا بالغ می‌شود. در سال ۲۰۰۱ کانن اروپا مجدداً سازماندهی شد. فوجیو مدیر عامل کانن توسط مجله «بیزنس ویک» جزو ۲۵ مدیر برتر دنیا در سال ۲۰۰۲ انتخاب گردید. در سال ۲۰۰۳ لنز تلویزیونی DIGISuper X که دارای بزرگ‌ترین میزان زوم در بین لنزهای دنیا بود و دارای سیستم ضد لرزش اپتیکی بود معرفی شد. با این لنز می‌شد از یک طرف زمین فوتبال تصویر چشم کسی را که طرف دیگر زمین نشسته است با وضوح کامل و بدون لرزش و با دقت بالا گرفت. یک سال بعد شرکت Canon RU LLC در مسکو روسیه افتتاح شد.

موسسان کانن از زمان ایجاد اولین آزمایشگاه در توکیو بر این باور بودند که دوربین‌های با کیفیت فقط برای ثروتمندان نیستند. آنها در سال ۲۰۰۷ پنجاهمین سال تاسیس کانن اروپا و هفتادمین سال تاسیس کانن را جشن گرفتند. امروزه کانن به عنوان یک سردمدار بازار در تکنولوژی تصویرسازی دیجیتال که در آن زمان حتی در رویاهایش هم چنین روزی را تصور نمی‌کرد، موفق شده است که کیفیت عالی تکنیکی خود را در دسترس همگان قرار دهد. شرکت با بیش از ۱۷۰ هزار کارمند در سراسر جهان، در سال گذشته میلادی سودی بالغ بر ۳۴ میلیارد دلار را از آن خود کرد و روز به روز در حال پیشرفت و نوآوری می‌باشد. /

در سال ۱۹۳۳ «گورو یوشیدا» و «سابورو اوچیدا» دو مهندس ژاپنی، شرکتی تاسیس کردند که تحقیقات اپتیکی خود را با هم در آنجا انجام دهند.

این دو عقیده داشتند که بازار ژاپن در زمینه طراحی و ساخت دوربین‌های عکاسی هنوز باید تقویت شود. پس به همراه «تاکشی میتارایی» دوست صمیمی اوچیدا (که متخصص زنان و زایمان بود) و «تاکو مایدا» آزمایشگاه ابزار دقیق اپتیکی را برای پژوهش و تحقیق درباره توسعه دوربین‌های با کیفیت، بنا نهادند. در میان آنها یوشیدا تنها کسی بود که در زمینه دوربین عکاسی تجربه حرفه‌ای داشت. این آزمایشگاه در حد یک اتاق در طبقه سوم یک ساختمان قدیمی بود.

این شرکت نوبا آرزوی تولید یک دوربین عکاسی سطح بالا را داشت که قابلیت رقابت با رقبای آن زمان نظیر لایکا در آلمان را داشته باشد. تفاوت ایده کانن با سایر رقبا در نوع نگاه آن بود: «تولید یک دوربین با کیفیت بالا برای بازاری وسیع‌تر». در طی یک سال آزمایش بر روی دوربین‌های مختلف لایکا، یوشیدا اولین نمونه دوربین ۳۵ میلیمتری را که دارای یک شاتر صفحه‌کانونی بود، طراحی کرد. او این نمونه اولیه را به نام «الیه بودایی نعمت» که بر اساس افسانه‌ها هزار دست دارد، Kwanon نام نهاد. لوگویی که برای دوربین طراحی شد یک الیه یا دست‌های فراوان را نشان می‌داد که در حلقه‌ای از شعله‌ها قرار داشت و کلمات Camera و Kwanon در آن نوشته شده بود. Kwanon بعدها به Canon تغییر داده شد.

شرکت اولین علامت تجاری خود برای محصولش را با نام Canon در سال ۱۹۳۵ ثبت کرد. در سال ۱۹۳۷ خود شرکت مجدداً سازماندهی شد و با نام صنایع اپتیکی دقیق (Seiki Kogaku) نامگذاری شد. تولید و فروش دوربین در این زمان با مدل‌های «هانزا» که مدل‌هایی جدید، عمومی و با استاندارد جدیدی بودند، شروع شد.

دوران جنگ برای شرکت دوره سختی بود. اوچیدا که معاون شرکت بود در سال ۱۹۴۲ خارج از توکیو یک پست غیر نظامی گرفت. دکتر میتارایی هنوز به عنوان یک متخصص زنان و زایمان کار می‌کرد. او بعدها به عنوان مدیر عامل شرکت منصوب شد و به طور تمام وقت به امور شرکت پرداخت. در سال‌های بعد یک دوربین اشعه ایکس جدید طراحی شد؛ اما تعداد تولید دوربین بسیار پایین بود و بعد از جنگ کارخانجات تعطیل شد.

در این زمان به طور ناگهانی شانس به شرکت رو کرد. سربازان آمریکایی که در ژاپن مستقر بودند علاقه زیادی به خرید دوربین پیدا کردند و حتی بعضی از آنها برای خرید کارخانجات قدیمی شرکت ابراز تمایل کردند. این بازار جدید نشانه‌های امیدوارکننده‌ای برای شرکت بود. به نظر دکتر میتارایی دوربین عکاسی آینده خوبی داشت، بنابراین او ۵۶ کارگر پیشین شرکت را مجدداً دعوت به کار کرد و شرکت را مجدداً بازگشایی کرد.

در سال ۱۹۴۶ ژنرال آمریکایی ارتش اشغالگر ژاپن ۱۰ هزار دستگاه دوربین سفارش داد و فرصت‌هایی در بازار آمریکا پدیدار شد. دکتر میتارایی احيای شرکت در دوره بعد از جنگ را هدایت می‌کرد. او از یک طرف به ابتکاراتی دست زد و مهندسانی را استخدام کرد که به توسعه محصولات با کیفیت بر اساس تکنولوژی اولیه شرکت علاقه‌مند بودند و از طرف