



سونی چگونه سونی شد؟

مترجم راحله حسن‌زاده
کارشناس مترجمی زبان انگلیسی

این صدا از آن دستگاه بیرون می‌آید. آنجا بود که به الکترونیک علاقه‌مند شدم». او اوقات فراغت خود را به مطالعه در زمینه الکترونیک اختصاص داد و توانست پدرش را متقاعد کند که کسب‌وکار خانوادگی را به برادر دومش بسپارد. موریتا با مدرک لیسانس فیزیک از دانشگاه سلطنتی اوساکا فارغ‌التحصیل شد. پس از آن در زمان جنگ جهانی دوم به خدمت نیروی دریایی ژاپن درآمد و در آنجا با «ماسورا ایبوکا»، شریک آینده خود، آشنا شد.

بعد از جنگ این دو نفر با سرمایه‌ای معادل ۵۰۰ دلار شرکت مهندسی مخابرات توکیو را تأسیس کردند که بعدها به سونی تغییر نام داد. واژه SONY ترکیبی از ریشه لاتینی sonus به

ما قصد نداریم از مردم پیرسیم چه محصولاتی را می‌خواهند بلکه می‌خواهیم آنها را با محصولات جدید هدایت کنیم. «آکیو موریتا»



موریتا در سال ۱۹۲۱ در یک خانواده ثروتمند متولد شد و به عنوان بزرگ‌ترین پسر خانواده انتظار می‌رفت که کسب‌وکار خانوادگی خود را در زمینه تولید نوشابه‌های سستی ژاپن ادامه دهد. اما علاقه وی در جای دیگری نهفته بود. موریتا در بیان خاطراتش می‌گوید: «وقتی دانش‌آموز دبیرستان بودم پدرم یک گرامافون الکترونیکی برایم خرید. صدای خیلی خوبی داشت. خیلی ذوق زده شده بودم و می‌خواستم بدانم که چرا و چطور



معنی «صدا» و واژه انگلیسی sonny به معنی «پسرم» است که در مجموع هم مفهوم «صوت و صدا» و هم یک بار آوایی آشنا داشت. تغییر نام شرکت به سونی در سال ۱۹۵۸ حاکی از انگیزه شرکت برای گسترش فعالیت در سطح جهانی بود، تصمیمی که به دلیل حسن شهرت نام قبلی شرکت در بیرون و داخل شرکت با استقبال روبرو نشد. موریتا برای غلبه بر این مخالفت‌ها بر این نکته تأکید کرد که تغییر نام شرکت به نامی که تلفظ آن آسان‌تر بوده و راحت‌تر به یاد آورده شود برای رشد و حضور آن در سطح جهانی یک امر ضروری است. استدلال دیگر وی این بود که ممکن است روزی شرکت بخواهد در زمینه محصولاتی غیر از محصولات الکترونیکی نیز فعالیت داشته باشد که در آن صورت نام شرکت مهندسی مخابرات توکیو مناسب چندانی نخواهد داشت. بنابراین، وی نام شرکت را به شرکت سونی تغییر داد و تصمیم گرفت نام «سونی»

را به الفبای کاتاناکا (الفبای ژاپنی برای نوشتن اسامی خارجی) بنویسد.

در آن زمان ایبوکا ۳۸ ساله و موریتا ۲۵ ساله بودند. در مدت این شراکت طولانی، ایبوکا انرژی خود را صرف تحقیق

و توسعه محصول

کرد، در حالی که

موریتا بیشتر در

زمینه رهبری

سونی در حوزه‌های بازاریابی، جهانی‌سازی، تأمین مالی و منابع انسانی نقش داشت. همچنین، موریتا رهبری ورود سونی به کسب‌وکار نرم‌افزار را نیز بر عهده داشت و نقش عمده‌ای در مدیریت کلی شرکت ایفا نمود.

محصول اولیه این شرکت شامل یک ضبط صوت ۵۰۰ دلاری خیلی بزرگ بود که قیمت آن برای بازار مصرف بسیار بالا بود. در سال ۱۹۴۶ آنها اولین ضبط‌صوت‌های ژاپنی را در زیرزمین محلی که قبلاً یک فروشگاه بزرگ بود آغاز نمودند. جنگ جهانی دوم تازه تمام شده بود، اما با وجود کمبود مواد اولیه آنها توانستند اولین نوارهای کاست خود را به بازار عرضه کنند. صدای این نوارها بسیار بد بود، اما به هر صورت کار می‌کردند.

سونی آغازی بسیار کوچک و حقیر داشت، اما در ۵۰ سال بعد با همت





به عنوان بهترین تصمیم زندگی کاری اش یاد کرد.

سرانجام او توانست با توزیع کننده دیگری که با فروش رادیوها با نام سونی موافق بود قرارداد ببندد و همان طور که انتظار داشت آمریکایی‌ها از این محصول خیلی خوب استقبال کردند. موفقیت رادیو به تولید دیگر محصولات جدید ترانزیستوری شامل تلویزیون ۸ اینچ و دستگاه ویدیو منجر شد. موفقیت‌های تکنولوژیکی سونی در طراحی محصول، تولید و بازاریابی موجب شد که برچسب «ساخت ژاپن» که مترادف با محصولات تقلیدی ارزان قیمت بود به نمادی از کیفیت برتر تبدیل شود.

موریتا که نمی‌خواست به عنوان یک شرکت خارجی در ایالات متحده حضور داشته باشد در سال ۱۹۶۳ تصمیم گرفت به همراه خانواده به این کشور مهاجرت کند تا شخصاً بر فعالیت‌های شرکت سونی آمریکا که سه سال قبل تأسیس شده بود نظارت داشته باشد. از نظر وی افزایش فروش در آمریکا مستلزم کسب شناخت بهتر و عمیق‌تر از آمریکایی‌ها و نحوه زندگی آنها بود. او خیلی سریع توانست با حشر و نشر با افراد و ترتیب دادن مهمانی‌های هفتگی (که در تمامی طول عمر کاری‌اش ادامه داشت) شبکه ارزشمند و مستحکمی از ارتباطات اجتماعی ایجاد کند.

آکیو موریتا به برترین نام تجاری دنیا تبدیل شد. او بازاریاب برجسته‌ای بود که توانست به شرکت نوپای سونی حضور جهانی ببخشد.

اولین موفقیت بزرگ سونی تولید اولین رادیوی ترانزیستوری در سال ۱۹۵۵ بود. گرچه ترانزیستور قبلاً توسط مرکز تحقیقاتی بل در ایالات متحده ساخته شده بود، اما سونی اولین شرکتی بود که از آن در تولید انبوه رادیو (و بعدها در ساخت وسایل الکترونیکی) استفاده می‌کرد.

بهترین تصمیم یک کارآفرین

موریتا آمریکا را به دلیل رونق اقتصادی، نرخ بالای اشتغال، و تمایل مردمان آن به استفاده از محصولات جدید و جالب مناسب‌ترین بازار برای محصولات سونی تشخیص داد. او با دست داشتن اولین رادیوی ترانزیستوری نزد توزیع‌کنندگان آمریکایی رفت، اما آنها اشتیاق چندانی به این محصول نشان ندادند. نهایتاً نظر یکی از نمایندگان شرکت Bulova به این رادیوی کوچک جلب شد و حاضر شد تعداد ۱۰۰,۰۰۰ عدد از آنها را خریداری کند به شرط آن که با نام تجاری Bulova تولید شوند. این سفارش عظیمی بود و مبلغ آن بیش از مجموع ارزش کل سرمایه سونی در آن زمان بود. اما هدف موریتا جهانی کردن سونی بود و علی‌رغم نظر مثبت ایبوکا و هیئت مدیره سونی برای این کار، وی با این پیشنهاد مخالفت کرد. موریتا بعدها از این تصمیم خود



سال‌های آخر عمر

موریتا طبیعت بشاش و گرم و به قول خودش شخصیتی «شاد» داشت که همه آن را دوست داشتند. کنجکاوی پایان‌ناپذیر و روحیه مبارز او در زندگی شخصی وی نیز رخنه کرده بود به طوری که در سن ۵۰ سالگی شروع به یاد گرفتن اسکی، تنیس و غواصی با ماسک اکسیژن نمود. وی در سال ۱۹۹۳ دچار سکتة مغزی شد و به حالت نیمه فلج درآمد. او تا سال ۱۹۹۵ مقام خود را به عنوان رییس هیئت مدیره سونی حفظ نمود، اما همچنان تا سال ۱۹۹۹ با قدرت تمام بر شرکتی که روزی آن را بنیان گذاشته بود نظارت می‌کرد. موریتا در سن ۷۸ سالگی بر اثر ذات‌الریه درگذشت.



موریتا استاد شناسایی نیاز و رفع نیاز بود. او متوجه شد که آمریکایی‌ها عاشق موسیقی هستند و در اتومبیل و حتی کنار ساحل هم عادت دارند به موسیقی گوش کنند. به همین خاطر به فکر تولید دستگاهی افتاد که قابل حمل باشد و بتواند صدای باکیفیتی را تولید کند تا افراد بتوانند هنگام انجام دیگر کارهای خود به موسیقی نیز گوش کنند. این ایده به تولید یکی از محبوب‌ترین و سودآورترین محصولات سونی، یعنی واکن، انجامید.

واکن اقبال بزرگی برای سونی بود چرا که تکنولوژی آن به راحتی قابل کپی‌برداری نبود. دو سال طول کشید تا دیگر شرکت‌ها بتوانند مدل‌های رقیب را به بازار عرضه کنند. تا آن زمان سونی ۲۰ میلیون واکن فروخته بود و شهرت و آوازه برند آن جهانی شده بود.



شرکت سونی از برکت وجود موریتا به عنوان مدیر اجرایی ارشد توانست محصولات متنوعی را تولید کند و در عمل به یکی از پیشروان بازار محصولات الکترونیک تبدیل شود. در سال ۱۹۸۷، سونی شرکت CBS Records را به مبلغ ۲ میلیارد دلار خریداری کرد. همچنین موریتا قبل از بازنشستگی در سمت مدیریت اجرایی ارشد توانست مقدمات خرید شرکت Columbia Pictures را فراهم آورد تا در نهایت سونی بتواند به یکی از نقش‌آفرینان اصلی صنعت تفریح و سرگرمی تبدیل شود.

آکیو موریتا در روزگاری پیشرو ایجاد

مفهوم نام برند بود که اکثر شرکت‌های

ژاپنی محصولات خود را با نام شرکت‌های

دیگر تولید می‌کردند. با این استراتژی و با

اعتقادی راسخ به ارائه بهترین تکنولوژی

موجود، موریتا توانست نام سونی را مترداف

با کالاهای کیفیت برتر الکترونیکی قرار

دهد. یکی از رموز موفقیت آکیو موریتا

تعهد وی نسبت به «دو گام جلوتر بودن در

عرصه رقابت» در طراحی و تولید محصولات

جدید بود. در نتیجه این امر سونی توانست

در بسیاری از صنایع نظیر رادیو ترانزیستور

AM و تلویزیون تمام ترانزیستوری «اولین»

باشد.