

صفر تا یک

نوشتارهایی درباره استارت‌آپ‌ها یا چگونگی خلق آینده

پیتر تیل، بلیک مسترز

مترجمان ایمان رضوی، ترانه اسینا



سرشناسه: تیل، پتر ا. ۱۹۶۷ - م. / Thiel, Peter A. / عنوان و نام پدیدآور: صفر تا یک: نوشتارهایی درباره استارت آپ‌ها یا چگونگی خلق آینده / پتر تیل، بلیک مسترز؛ مترجمان ایمان رضوی، ترانه امینا. / مشخصات نشر: تهران: انتشارات دنیای اقتصاد، ۱۳۹۷. / مشخصات ظاهری: ۱۸۸ ص.؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م. / فروست؛ مدیریت. / شابک: ۸-۱۹-۰۴۹۷-۶۰۰-۹۷۸ / وضعیت فهرست نویسی: فیپا / یادداشت: عنوان اصلی: Zero to one: notes on startups, or how to build the future / عنوان دیگر: از صفر به یک: نگاهی به شرکت‌های استارت‌آپ در «سیلیکان ولی» و نقش آنها در تجسم آینده. / موضوع: شرکت‌های اقتصادی جدید / موضوع: New business enterprises / موضوع: فراورده‌های جدید / موضوع: New products / موضوع: کارآفرینی / موضوع: Entrepreneurship / موضوع: نوآوری -- بخش / موضوع: Diffusion of innovations / شناسه افزوده: مسترز، بلیک جی، ۱۹۸۶ - م. / شناسه افزوده: Masters, Blake (Blake G.) / شناسه افزوده: رضوی، سیدایمان، ۱۳۶۵ - مترجم / شناسه افزوده: امینا، ترانه، ۱۳۶۵ - مترجم / رده‌بندی کنگره: ۴۱۳۹۷ الف ۹ ت / HD62 / رده بندی دیویی: ۱۱/۶۵۸ / شماره کتابشناسی ملی: ۵۲۹۲۱۲۵

صفر تا یک (نوشته‌هایی درباره استارت‌آپ‌ها یا چگونگی خلق آینده) / ناشر: انتشارات دنیای اقتصاد / مولف: پیترو تیل، بلیک مسترز / مترجم: ایمان رضوی، ترانه امینا / مدیر هنری: حسن کریم‌زاده / طراح جلد: مهدی کریم‌زاده / صفحه‌آرا: مریم فتاحی / مدیر تولید: انوشه صادقی آزاد / نوبت چاپ: اول-۱۳۹۸ / شمارگان: ۵۰۰ نسخه / شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۹۷-۰۱۹-۸ / چاپ: پردیس / تمام حقوق این اثر محفوظ و متعلق به نشر دنیای اقتصاد است / نشانی انتشارات: تهران، خیابان مطهری، بین سنایی و میرزای شیرازی، شماره ۳۷۰، طبقه سوم / تلفن: ۸۷۷۶۲۱۳۶ / نشانی فروشگاه: تهران، خیابان قائم‌مقام‌فراهانی، ضلع شمال غربی میدان شعاع، شماره ۱۰۸ / تلفن: ۸۷۷۶۲۷۴۰ / پست الکترونیک: book@den.ir / پایگاه اینترنتی: book.den.ir

کتابخانه

دنیای اقتصاد

نسخه چاپی

لایحه‌های حقوقی



فصل ۰: مقدمه	۷
فصل ۱: چالش آینده	۱۱
فصل ۲: چالش‌های دهه سبک سال ۱۹۹۹	۱۷
فصل ۳: تمام شرکت‌های خوشحال متفاوت هستند	۲۷
فصل ۴: استراتژی مدیریت	۳۷
فصل ۵: آخرین مدیریت دهنده	۴۷
فصل ۶: شما بلایت بخند آره ای نیستید	۶۳
فصل ۷: به دنبال پول نیستید	۸۵
فصل ۸: اسرار	۹۵
فصل ۹: بنیان‌ها	۱۰۹
فصل ۱۰: مکانیک مافیا	۱۲۱
فصل ۱۱: اگر آن را بسازید، آیا خواهند آمد	۱۲۹
فصل ۱۲: انسان و ماشین	۱۴۳
فصل ۱۳: مشاهده سبز	۱۵۷
فصل ۱۴: تضاد بنیان‌گذاران	۱۷۵

هر مقطع از کسب و کار فقط یک بار اتفاق می‌افتد. بیل گیتس بعدی یک سیستم عامل را عرضه نخواهد کرد. لری پیج و سرگئی برین بعدی یک موتور جستجو را راه‌اندازی نخواهند کرد. و مارک زاکربریگ بعدی یک شبکه اجتماعی را پایه‌ریزی نمی‌کند. در این افراد و کارشان را تقلید کنید در واقع از آنها چیزی را نیاموخته‌اید و کار جدیدی هم نشده است.

همیشه آسان‌ترین راه این بوده که به جای ساختن چیزی نو، وضع موجود را کپی کنید. انجام کاری که با آن اشکال هستیم و آن را بلدیم، تغییری در وضع جهان پیرامون ما ایجاد نمی‌کند ولی فقط هر یک که یک چیز نو را ابداع می‌کنیم از صفر به یک حرکت کرده‌ایم و این دستاوردی بزرگ است. ایجاد و ابداع یک موضوع و کار نو، اقدامی منحصر به فرد است و قدمی بزرگ بر راه ارتقا موقعیت بشر در عالم هستی است.

بجای سرمایه‌گذاری برای خلق چیزهای جدید، متأسفانه شرکت‌های آمریکایی در انجام این کار با شکست مواجه شده‌اند و متوجه می‌شوند که چقدر به مرحله شکست و از میان رفتن سرمایه‌هایشان نزدیک شده‌اند. متأسفانه ما از بحران سال ۲۰۰۸ نیز درس عبرت نگرفتیم و همچنان به همان روش‌ها و ابزارهای قدیمی برای کسب و کار چسبیده‌ایم. امروزه «بهترین عملکردها» ما را به سوی یک جاده بن‌بست هدایت می‌کند، در حالی که بهترین راه‌ها در

واقع جدید و نیازموده می‌باشند. در جهان بوروکراسی‌های مدیریتی گسترده در بخش‌های خصوصی و دولتی، جستجو برای پیدا کردن یک راه جدید شبیه امید بستن به یک معجزه می‌باشد. در واقع، برای حرکت کسب‌وکار آمریکا به سوی موفقیت نه تنها باید شاهد صدها بلکه هزاران معجزه باشیم تا این اتفاق صورت پذیرد. شاید دچار سرخوردگی شوید ولی ما انسان‌ها با سایر موجودات یک تفاوت مهم داریم و آن این است که می‌توانیم با معجزات کار خود را به پیش ببریم. در این کتاب ما این معجزات را فناوری می‌خوانیم.

فناوری شبیه معجزه است زیرا به ما این امکان را می‌دهد که با کمک کمترین‌ها به بیشترین‌های ممکن دست پیدا کنیم و قابلیت‌های اساسی خودمان را به بالاترین سطح ممکن ارتقا دهیم. سایر حیوانات بر اساس غریزه چیزهایی را شبیه کندو یا سایر ساختارها می‌سازند ولی ما تنها گونه‌ای در جهان هستیم که می‌توانیم چیزهای جدیدی را اختراع کرده و راه‌های جدیدی را برای ساخت ابداع کنیم. انسان‌ها از طریق در اختیار داشتن یک کاتالوگ کیهانی که از پیش در اختیار آن‌ها قرار گرفته شده است، تصمیم به ساخت چیزها نمی‌گیرند؛ بلکه با خلق فناوری‌های جدید و بدیع، نقشه جهان را دوباره طرح و ترسیم می‌کنند. این‌ها موضوعاتی اولیه از آن چیزهایی هستند که در مدرسه به کودکان آموزش می‌دهیم ولی همین کودکان به مرور با وارد شدن به دنیای واقعی و شروع کردن به تکرار همان کارهای همیشگی این واقعیات را به دست فراموشی می‌سپارند.

صفر تا یک درباره چگونگی ساختن شرکت‌هایی است که نیزه‌های جدیدی را می‌خواهند خلق کنند و می‌خواهند مسیرهای نوین را فتح کنند.

این‌ها همه شامل تجربیات و کارهایی است که مستقیماً به عنوان موسس پی‌پال^۱ و پالانتیر^۲ و بعدتر به عنوان سرمایه‌گذار در صدها استارت‌آپ از جمله فیس‌بوک و اسپیس‌ایکس^۳ آنها را دنبال کرده‌ام. الگوهای بسیاری را دیده‌ام،

آزموده‌ام و آنها را در اینجا می‌آورم ولی لازم به یادآوری است که این یک کتاب خودآموز موفقیت نیست. مشکل آموزش کارآفرینی نیز همین است چرا که هیچ فرمولی وجود ندارد که با به‌کار بستن آن موفق شوید و همین‌طور تمام ابداعات و نوآوری‌ها هم منحصربه‌فردند و با هیچ نسخه‌ای و دستورالعملی نمی‌توان نوآور شد. در واقع الگوی واحد مورد استفاده اکثر کارآفرینان موفق این بوده است که در جایی که انتظار موفقیت در آن نمی‌رفته است توانسته‌اند ارزش را کشف کنند و آنها این کار را با خوب دیدن و به‌شکلی اصولی فکر کردن درباره ساختار کسب‌وکار انجام داده‌اند.

نثر اولیه نوشتن این کتاب از زمانی شکل گرفت که من در دانشگاه استنفورد در سال ۱۹۸۲ درباره استارت‌آپ‌ها دوره‌ای را برای دانشجویان ارائه کردم. دانش‌جویان در دانشگاه‌ها مهارت‌های کاملاً تخصصی را می‌آموزند ولی مشکل اینجاست که پشت آنها نمی‌توانند از این مهارت‌های به‌دست‌آمده در دنیای بی‌دروپیکر امروز استفاده مفیدی ببرند. هدف اصلی من از این دوره آموزشی کمک به دانشجویان برای دیدن ورای آن چیزهایی بود که در دوره‌های آکادمیک می‌آموزند و کمک به آنها در خنثی‌سازی مرزهایی نو که می‌تواند بشریت را به پیش ببرد. یکی از دانشجویان کلاس به نام ملیک مسترز یادداشت‌ها و نکات بسیار دقیقی از این دوره برداشته که بسیار فایده‌ای از یک کار دانشگاهی بود و کتاب حاضر حاصل این همکاری است تا محتوای مناسب مخاطب عام‌تر تهیه شود. ولی اینجا یادآوری می‌کنم که توجه داشته باشید با استفاده از لزوما در دانشگاه استنفورد یا هاروارد یا در هر سیلیکون رقم نخواهد خورد و شما هم در هر جایی که باشید می‌توانید این کار را انجام دهید.