

رموز آفرینندگی

(۶ مهارت اساسی کارآفرینان برتر)

امی ویلکینسون

مترجم

علی اکبر متواضع



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
وضعیت فهرست‌نویسی
یادداشت

ویلکینسون، امی، ۱۹۷۲ - م
: رموز آفرینندگی / امی ویلکینسون؛ مترجم: علی اکبر متواضع.
: تهران: رسا، ۱۳۹۸.
شابک: 978-964-317-972-4
: ۲۴۸ ص.
: فیبا.
: عنوان اصلی:

The Creator's Code: The Six Essential Skills of
Extraordinary Entrepreneurs, [2015].

موضوع
موضوع
موضوع
شماره افزه
رده‌بندی دکنگره
رده‌بندی دی‌جی
شماره کتابشناسی ملی

: کارآفرینی Entrepreneurship
: رهبری Leadership
: قابلیت اجرایی Executive Ability
: متواضع، علی اکبر، ۱۳۵۰ -
: ۱۳۹۸ ۶۱۵/۹۸۸ HB
: ۶۵۸/۴۲۱
: ۵۶۳۰۳۱

— باید به حقوق دیگران احترام بگذاریم —

دوست عزیز، این کتاب حاصل دسترنج چندین ساله مؤلف، مترجم و ناشر آن است. تکثیر و فروش آن به هر شکلی بدون اجازه از پدیدآورنده کاری غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرشرعی و نه به درآم از دسترنج دیگران است، نتیجه این عمل نادرست، موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و بروز پیآمدهای ناگوار در زندگی و محیطی ناسالم برای خود و فرزندانمان می‌گردد.



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

تلفن: ۴۵-۸۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۸۳۸۱۲۵ — WWW.SASABOOKS.IR

عنوان: رموز آفرینندگی

نویسنده: امی ویلکینسون — مترجم: علی اکبر متواضع

چاپ اول: ۱۳۹۸ — تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

کلیه حقوق محفوظ و مخصوص ناشر است.

مرکز توزیع: پخش رسا — تلفن: ۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۶۶۹۰۷۷۱۲

قیمت: ۳۹۰۰۰ تومان

فهرست

۷	مقدمه ترجمه
۱۱	مقدمه — شکستن رمز
۱۴	میرسودآوری حداقلی
۱۶	خیال‌های که عمل می‌کنند
۱۹	استیو پریو
۲۱	شش مهارت اصلی
۲۷	فصل ۱ — خلأ را پیدا کنید
۳۰	مرغان مگس‌خوار: پرواز از حوزه‌ای به حوزه دیگر
۴۳	معماران: ساخت مدل‌های جدید از ابتدا تا انتها
۵۹	ادغام‌کنندگان: ترکیب مفاهیم
۷۱	تحریک حس کنجکاوی
۷۳	فصل ۲ — به سمت روشنی‌ای روز راندگی کنید
۷۴	تمرکز روی افق
۹۰	حاشیه مسیر را بازبینی کنید
۹۶	از نوستالژی بپرهیزید
۱۰۳	فصل ۳ — حلقه OODA را به پرواز درآورید
۱۰۶	تعریف حلقه OODA
۱۱۸	خلبان جناحی داشته باشید: یک تیم قدرتمند تشکیل دهید
۱۳۴	حلقه بی پایان OODA

فصل ۴ — عاقلانه شکست بخورید

- ۱۳۵
 ۱۳۸ شروط کوچکی تعیین کنید
 ۱۵۱ شرح شکست مشخصی تب^۲ عریف کنید
 ۱۵۷ باور داشته باشید تا پایدار بمانید
 ۱۶۶ ضعف‌ها را به قوت تبدیل کن
 ۱۷۲ حتی اگر بترسید، بعضی کارها به زحمت‌شان می‌آرزند؟

فصل ۵ — از آنها را پیوند دهید

- ۱۷۷
 ۱۷۹ تنوع عریست
 ۱۸۲ ترتیب مادر مبالغه گفتگو
 ۱۹۹ پرورش بیم‌های حظه‌ای
 ۲۰۷ برای رقابت‌ها جایزه تعیین کنید
 ۲۱۵ کار را به بازی تبدیل کنید
 ۲۲۰ افراد T شکل

فصل ۶ — هدیه‌های کوچک بدهید

- ۲۲۳
 ۲۲۶ هدیه کوچک چیست؟
 ۲۲۸ یک هدیه در برابر هدایای بسیار
 ۲۳۳ همکاری، مسری است
 ۲۳۵ مثال: رید هافمن و لینکدین
 ۲۳۹ راهنمای هدیه دادن
 ۲۴۱ نتیجه‌گیری Weed از قانون Moore
 ۲۴۲ موجبات آسایش زندگی

مقدمه مترجم

آنچه باعث شد این کتاب را برای ترجمه انتخاب کنم، محتوای بسیار جذاب و دلنشین و در عین حال، مطالب کاربردی و مفید آن بود که در قالب داستان زندگی افراد موفق که توانسته‌اند خود را به اثبات رسانده‌اند، مطرح شده است. داستان شکل‌گیری کسب‌وکارهای بزرگ، بسیار شبیه داستان روزمره زندگی من و شماست. نیاز مالی شدید، روان زندگی بهتر، آرزوی انجام کاری بزرگ و رویای معمولی نبودن، محرک اصلی برای پیدایش تمام این کسب‌وکارها بوده است.

با مطالعه این کتاب، پی خواهید برد که چگونه عکس و طرز تفکر تمام آفرینندگان بزرگ، نقاط مشترک بسیاری دارد؛ همچنین، نقطه مشترک سرگذشت تمامی این آفرینندگان، لحظات نفس‌گیر و طاقت‌فرسایی بوده است که در مقطعی از زمان، با آنها دست به گریبان بوده‌اند ولی با تمرکز روی اهداف و صواب‌ر دهنی خود، از آنها عبور کرده‌اند.

در این کتاب، تمام لحظات دردناک زندگی را گذرامی‌باید و نیاز به پوشش این داستان‌ها و عاقبت‌به‌خیری قهرمان آنها باعث می‌شود مطالعه سختی و رنج‌ها و مشکلات زندگی آنان ارزشمند باشد. چرا که تمام سرگذشت‌هایی که در این کتاب می‌خوانید، به خلق یکی از بزرگترین کسب‌وکارهای مدرن دنیای امروز ختم می‌شود: Thoranus، آندر آرمور^۱، اسپیس‌ایکس، تسلا موتورز، ایربی‌ان‌بی^۲، پی‌پال^۳، eBay، Stella & Dot، اسپنکس، Jawbone و غیره.

البته نویسنده کتاب، به بیان داستان زندگی آفرینندگان بزرگ اکتفا نکرده است.

او به ملاقات‌شان رفته و پس از ضبط ساعت‌ها گفتگو و مصاحبه، چکیده افکار و طرز تفکر آنان را استخراج نموده و به شیوه‌ای هنرمندانه، در داستان زندگی آنها گنجانده است.

این کتاب، در واقع چکیده مطالعات وسیع مولف، حول موضوع آفرینندگی است و نتایج این مطالعات، در قالب اصول شش‌گانه آفرینندگی طبقه‌بندی شده است که هر فصل کتاب، به یکی از این اصول اختصاص دارد. واقعاً نوشتن چنین کتابی علاوه بر دانش و مهارت نویسندگی، به سال‌ها زمان و نیز تلاش بی‌گیر نیاز دارد و خوشایند سال‌ها من و شما که تمام این تجربیات را یک‌جا در قالب یک کتاب، در اختیار دارید.

امیدوارم شما نیز، پس از مطالعه این کتاب لذت ببرید و با خواندن آن، گامی بلند در جهت عمل کردن، ویا‌های بزرگ خود بردارید.

چاپ این اثر، بدون حمایت و پشتیبانی جناب آقای محمدرضا ناجیان اصل مدیریت محترم انتشارات رسا، امکان‌پذیر نبود. در پایان بر خود لازم می‌دانم مراتب سپاس و قدردانی خود را از زحمات رزشمند ایشان در جهت اعتلای فرهنگ این مرز و بوم اعلام نمایم و به هم‌کاران خسته نباشید بگویم.

امیدتان پررنگ - رؤیای‌تان، گرانگ

عبد اکبر متواضع

مقدمه

شکستن رمز

کوپین پلانک^۱ پس از اخراج از مدرسه پیش‌دانشگاهی به یک آکادمی نظامی رفت و در شرایطی که هیچ‌یک از مدارس ورزشی دسته اول حاضر به پذیرش او نبودند و به‌نظر می‌رسید که رویای او برای بازی در تیم ملی فوتبال دانشگاهی نیز در حال محو شدن است، در سال ۱۹۹۱ هر طور بود راه خود را برای ورود به تیم فوتبال دانشگاه مریلند پیدا کرد و توانست در این تیم جایگاه خود را به عنوان مدافع تثبیت کند.

در زمین بازی، پلانک در مقایسه با دیگران، بیشتر تلاش می‌کرد. باید هم این‌طور بود، چون رقبای سرسختی را در برابر خود داشت. او گاو‌گو بازیکن ۱۱۰ کیلوگرمی خط حمله تیم مریلند با قد ۱۹۲ سانتی‌متر که بعدها رای نیویورک جت، سینسیناتی بنگالز و دالاس کابویز نیز بازی کرد، بارها اعتراف کرد که به‌دلیل طول عمر بازی خود در فوتبال کالج، فقط یک برخورد توانسته بود او را آزار دهد و آن، زمانی بود که با پلانک یک متر و ۸۴ سانتی‌متری ۱۰۲ کیلوگرمی مواجه می‌شد. پلانک، حسابی عرق می‌ریخت و یک روز وقتی تیشرت نخی خیس عرق شده‌ای را که زیر یونیفورم خود پوشیده بود وزن کرد، فهمید این تیشرت حدود یک کیلو و سیصد گرم به وزن او اضافه کرده است. او با وجود این که از رقبای

خود در تیم‌های دسته اولی، جثه‌ای کوچکتر و کم‌عضله‌تر داشت، نمی‌توانست اجازه دهد سرعت حرکتش به دلیل وزن لباس‌هایش کاهش پیدا کند. آیا یک زیرپیراهنی که رطوبت کمتری جذب کند، می‌تواند به او کمک کند؟

پلانک، در نزدیکی محوطه دانشگاه مریلند، یک مغازه پارچه‌فروشی پیدا کرد و خواسته خود را با مغازه‌دار در میان گذاشت. او وقتی که فهمید پارچه‌های مصرعی در مقایسه با پارچه‌های نخی، عرق بدن را به شکل مؤثرتری دفع می‌کند، یک پارچه کشی از جنس میکروفیبر را انتخاب کرد و یک توپ از آن را خرید. بعد از آن را به یک خیاط محلی داد تا برای او تیشرت بدوزد. هزینه هفت نمونه اولیه ۸۰ دلار شد و او به چیزی که می‌خواست دست یافت: یک تیشرت راحت که وزن مشابه آن ۸۵ گرم و وزن خیس آن فقط ۱۹۸ گرم بود.

پلانک در بازی بعدی تیشرت‌های نمونه را به هم‌تیمی‌های خود داد و بعد از این‌که بازی تمام شد، هم با تیمین در مورد آن صحبت می‌کردند. پلانک با لبخندی بر لب گفت: «تیم من ز کتان زمخت فوتبال، از این جهت حاضر به پوشیدن لباس‌های زیر آندر آرمور شدند که آنها از جنس لباس زیر زنانه ساخته شده بودند.»

پلانک بعد از فراغت از تحصیل، ماشین خرید و برنکوی خود را به سمت شهر لباس نیویورک سیتی راند تا یک عمده فروش پارچه پیدا کند. او یک کارخانه کوچک در اوهایو پیدا کرد و سفارش تولید پیراهن‌ها را به آن داد. همزمان در Athletic Coast Conference (لیگ ورزشی محلی مریلند در آن زمان) با تمام مدیران تدارکات تماس گرفت و در حالی که نمونه پیراهن‌های ضد رطوبت خود را به دست داشت از یک رختکن به رختکن دیگر می‌رفت و لباس‌ها را به ورزشکاران معرفی می‌کرد. او در زیرزمین مادر بزرگ خود در واشنگتن دی‌سی روزانه ۱۲ ساعت کار می‌کرد. سفارشات را پی‌گیری می‌کرد و محموله‌ها را در جعبه می‌گذاشت.

او به من گفت: «بله کار سختی بود، ولی من هرگز باور نداشتم که غیر ممکن باشد.» با وجود این که آخرین سنت ۱۷ هزار دلار پس اندازش به باد رفته بود و در کارت اعتباری او نیز ۴۰ هزار دلار بدهی انباشته بود، اما هرگز متوقف نشد. وقتی نمایندگی‌های نایک از پذیرش محصولات او در نمایشگاه تجاری‌شان خودداری کردند، او ای فیل نایت^۱، بنیانگذار نایک^۲ یک کارت تبریک کریسمس فرستاد با این پیام: «سما منور چیزی در مورد ما ننشیده‌اید، ولی به زودی خواهید شنید.»

اندکی پس از آن سفارش‌ها شروع شدند: پلانک اولین فروش عمده خود را به جورجیا تک^۳ و بعد از آن به ایالت کارولینای شمالی^۴ انجام داد. وقتی از فالكونز آتلانتا تماس گرفتند و در مورد امکان ارسال سفارش تیشرت‌های آستین بلند سؤال کردند، پلانک بی‌درنگ جواب داد: «الته که ممکن است». بعد تلاش خود را برای یافتن راه انجام این کار آغاز کرد. بازیکنان یسسال، لاکراس و راگی نیز تمایل خود را به لباس‌های آندر آرمور اعلام کردند. دبیران گذشت، شرکتی که توسط یک بازیکن فوتبال و برای بازیکنان فوتبال راه‌اندازی شده بود، حتی تلاش کرد بازار زنان را نیز پوشش دهد. امروز، آندر آرمور یک برند جهان ۱٫۸ میلیارد دلاری است.

پلانک، هیچ تخصصی در زمینه پارچه یا تولید یا حتی خرده‌فروشی ندارد. او حتی یک‌بار هم در لیگ فوتبال ملی بازی نکرده و از مدرسه Iv. League (یکی از مدارس ورزشی معتبر در ایالات متحده) فارغ‌التحصیل نشده است. او فقط آفریننده‌ای است که توانسته رمز آفرینندگی را بیابد.

وقتی با پلانک در محوطه آندر آرمور قدم می‌زدیم، می‌گفت: «چیزی که برند ما را می‌سازد، کار و تلاشی است که در بیرون از محیط دفتر کار انجام می‌دهیم. این آزادی ذهنی است که هیچ‌کس نمی‌تواند مرا متوقف کند و هیچ‌چیز نمی‌تواند مانع جلورفتن و موفقیت من شود.»

1. Phil Knight

2. Nike

3. Georgia Tech

4. North Carolina State

5. Falcons Atlanta

مسیر سودآوری حداقلی

در سال ۲۰۰۷ در سوی دیگر کشور ایالات متحده، جو گابیا^۱ نامه‌ای از صاحب آپارتمان خود در سان فرانسیسکو دریافت کرد: «جوی عزیز، اجاره آپارتمان تو ۲۵ درصد افزایش پیدا کرد.» گابیا و هم‌اطاقی‌اش برای آن چسکی^۲ به فکر فرو رفته و از خود پرسیدند: چطور می‌شود از عهده این هزینه اضافی برآمد؟

این دو که به تازگی از مدرسه طراحی رود آیلند^۳ فارغ‌التحصیل شده بودند، تصمیم داشتند آن رشته به کنفرانس جامعه طراحان صنعتی آمریکا بروند. در حین بازدید از موزه سیمیت برگزارکنندگان کنفرانس، چشم‌شان به یادداشتی خورد: «متأسفانه تمام هتل‌ها از قلم‌رزرو شده و در سان فرانسیسکو هیچ اطاقی وجود ندارد.» این دو طراح بعد از بازدید دوباره از اطاق نشیمن آپارتمان خود فهمیدند آنجا فضای کافی برای پرتابل‌ها و مردم وجود دارد ولی تخت اضافه ندارند. گابیا به چسکی گفت: «من در کمدها یک تخت بادی دارم».

این الهام، ذهن آنها را به شدت درگیر کرده بود. تختی که داشتند را باد کردند و دو تخت دیگر از دوستان خود قرض گرفتند. بعد شروع کردند به فکر کردن در مورد برنامه‌ای که می‌خواستند برای میهمانان خود فراهم کنند. چطور می‌شد اگر میهمانان را از فرودگاه سوار می‌کردند؟ یا چرا روی میز میهمانان، قرص نعنای نگذارند؟ چرا برای آنها صبحانه درست نکنند؟ بعد، در خواب، هم‌سفر خود فکر کردند. خدماتی که آنها ارائه می‌دادند، تخت خواب و صبحانه نبود. تخت خواب بادی و صبحانه بود. به این ترتیب بود که نام ایربی‌ان‌بی یا Airbed and breakfast (تخت خواب بادی و صبحانه) متولد شد.

گابیا نام اولین میهمان‌های خوابگاه تخت بادی خود را به خوبی به یاد داشت و می‌گفت: «میزبانی از گت، امیل و میشل واقعاً لذت‌بخش بود.» این تجربه مثبت،

1. Joe Gabbia

2. Brian Chesky

3. Rhode Island

پولی که درآورده بودند و ارتباطی که با میهمانان‌شان به وجود آورده بودند، گایا و چسکی را در فکر فرو برده بود که چطور می‌توانند دیگران را نیز تشویق کنند که فضای زندگی خود را اجاره دهند.

این زوج کارآفرین از ناتان بلچارزک^۱ که یک برنامه‌نویس کامپیوتر بود، درخواست کردند که آنها را در ساخت ایربی‌ان‌بی یاری دهد. بازار هدف‌شان نیز، علاقه‌مندان به سفرانس بود.

آنها در شروع کار فقط ۲۰۰ دلار در هفته درآمد داشتند، اما این تلاش مداوم باعث شد صبر و جویانه‌تر و خلاقانه‌تر عمل کنند. در طول انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۰۸ این در طرح، تعداد محدودی جعبه حاوی غلات صبحانه درست کردند و اسم آنها را "Obama O's- Hope in every bowl" و "Cap'n A. Maverick in every bitten McCain" گذاشتند. آنها ابتدا برای تبلیغ، این جعبه‌ها را به وبلاگ‌نویس‌ها دادند و بعد از آن جعبه‌ها را به قیمت ۴۰ دلار به فروش رساندند. مبلغ ۲۵ هزار دلاری که از بابت فروش این جعبه‌ها به دست آمد، باعث حرکت ایربی‌ان‌بی شد. گایا با خنده ملیحی گفت: «بره راه‌اندازی یک شرکت در هیچ کتابی وجود ندارد».

در سال ۲۰۱۰، ایربی‌ان‌بی به سودآوری حداقلی رسید، به گونه‌ای که می‌توانست همه هزینه‌هایش را پوشش دهد. گایا توضیح داد: «لحظه‌ای وجود دارد که شما می‌توانید اجاره خود را پردازید و Top Ramen (نوعی غذای ارزان قیمت) بخورید. اگر بتوانید به آن لحظه برسید، باند نامحدودی برای پرواز، پیش روی شما قرار می‌گیرد».

امروزه در یک شب عادی، اتاق‌های ایربی‌ان‌بی در ۳۴ هزار شهر ۱۹۲ کشور دنیا بیش از ۲۰۰ هزار مسافر را در خود جای می‌دهند. برای مقایسه، شرکت هیلتون، در سراسر دنیا ۶۰۰ هزار اتاق دارد. زمانی که من با گایا در مقرر فرماندهی

ایرانی‌ان بی در سانسيسكو ملاقات کردم، او یک تشرت کلاه دار به تن داشت، عینکی با قاب ضخیم زده بود و کفش‌های ورزشی قرمز رنگ به پا داشت. در آوریل ۲۰۱۴، زمان زیادی از این ملاقات نگذشته بود که این شرکت، توانسته بود ۴۵۰ میلیون دلار به سرمایه خود اضافه کند. مطابق تجزیه و تحلیلی که روی این سرمایه‌گذاری انجام شده، ارزش شرکت برابر با ۱۰ میلیارد دلار برآورد شد و به‌عنوان یکی از موفق‌ترین استارت‌آپ‌های دنیا معرفی می‌گردید.

خیال با فحاشی؟ عمل می‌کنند

برایان چسکی، گابیا و ناتان بلچارزک، سرانجام توانستند راهی برای پرداخت اجاره محل خود پیدا کنند، آنها فناوری را به خدمت گرفتند و شرکتی خلق کردند که نه تنها مشکل خاص آنها (اجاره‌بهای بالای آپارتمان) را برطرف می‌کرد، بلکه این توانایی را نیز به دیگران می‌داد که در راه‌حل آنها مشارکت کنند و به این ترتیب، آنها نیز درست مانند آن‌ها درآیند، رشد کنند.

راه‌اندازی یک شرکت سهامی، کار رایج یا سرگرم‌کننده‌ای نبود و حتی هیچ سرمایه‌دار خطرپذیری تمایل نداشت روی ایده عجیبی مثل اجاره دادن تخت‌ها و اطاق خواب‌های اضافه به غریبه‌ها سرمایه‌گذاری کند. ایده ایرانی‌ان بی، به نظر ایده موفق‌تری نمی‌آمد. نظر شما چیست؟

چسکی، گابیا و بلچارزک، مثل خیلی دیگر از مردم بودند که این تمایز که راهی برای کسب درآمد بر سر راه آنها قرار گرفته بود که به آن اعتماد داشتند. این هیجان‌انگیز بود ولی احتمال خطا نیز در آن وجود داشت. ایده آنها امیدوارکننده بود ولی به دور از خطا و شکست هم نبود. با وجود این، آنها در رویای خود موفقیت آن را می‌دیدند. گابیا توضیح داد: «چیزی در درون ما زندگی می‌کرد، چیزی شبیه یک روح که نمی‌توانستیم تأثیری بر آن بگذاریم. منطلق اطراف‌مان به توقف کار، فرمان می‌داد ولی در درون‌مان چیزی بود که نمی‌توانستیم از آن چشم‌پوشیم.»

هر کدام از ما توانایی‌هایی از این دست را در خود داریم. آن نوع توانایی که به ما امکان تشخیص یک فرصت، ابداع یک محصول جدید و پایه‌گذاری یک کسب‌وکار (حتی یک کسب‌وکار یکصد میلیون دلاری) را می‌دهد. ما می‌توانیم روی نحوه ظهور اتفاقات آینده، تأثیرگذار باشیم، می‌توانیم خلق کنیم.

نسل جدید روی‌پرده‌ها فقط یک کار انجام می‌دهند: تبدیل ایده‌های معمولی به کسب‌وکارهایی خارق‌العاده. این مردان و زنان، با تسلط بر شش مهارت اساسی که در این کتاب، شرح داده می‌شوند، کدهای آفرینندگی را می‌شکنند. آنها ثابت می‌کنند که آنکه کی شهادت و نظم، می‌تواند راه درازی را بسیماید و این نوع کارآفرینی در دسترس همه ممکن است. آفرینندگان، مثل شاگرد اول‌های کلاس‌ها، سعی نمی‌کنند نفر اول باشند، آنها به دنبال آنند که تنها و تنها کسی باشند که یک نیاز را می‌بیند و کاربرد جدیدی برای یک فناوری خلق می‌کند یا راه‌حل بدیعی را تدبیر می‌کند. جایی که کنجکاوی بر مدرک تحصیلی پیشی می‌گیرد.

ما در گذشته از رویکردهای مبتنی بر خط توالی برای کسب‌وکار و آموزش استفاده می‌کردیم. در روش قدیم، بعد از این که مهارت‌های حل می‌شد، راه‌حل در اختیار همه قرار می‌گرفت تا از آن استفاده کنند. این نوع تفکر خطی، برای فرایندهای استاندارد، مناسب بود. اما آفرینندگان، بر این باورند که در هیاهوی اقتصاد پر تلاطم امروز، هیچ معادله تمام و کمالی برای موقعیت رجه ندارد. به همین دلیل، مسیرهای جدیدی ابداع می‌کنند.

آفرینندگان به مدرک ام‌بی‌ای^۱، پول زیاد، وقت کافی یا مجوزهای گوناگون نیاز ندارند. آنها به سال‌ها تجربه هم نیاز ندارند. آفرینندگانی چون پیترو تیل، ماکس لوجین و ایلان ماسک^۲ که غول پرداخت آنلاین یا پی‌پال را پایه‌گذاری کردند، بانک‌دار نبودند. همچنین، استیو چن، چاد هورلی^۳ و جاوید کریم که یوتیوب را

1. MBA

2. Peter Thiel, Max Levchin & Elon Musk

3. Steve Chen & Chad Hurley

بنیان نهادند، متخصصین ساخت ویدیو نبودند. همدی اولوکایا^۱ که برند چوبانی را بنیان نهاد، هرگز در کارخانه‌های تولیدی کار نکرده بود. سارا بلکلی^۲، خالق کسب‌وکار میلیارد دلاری لباس‌های زیر زنانه اسپنکس^۳، تنها به عنوان بازاریاب دوره‌گرد ماشین‌های فاکس، کار خود را شروع کرده بود.

آفرینندگان، با کشف آنچه که جرقه حرکت‌شان را تولید می‌کند، و با حس مأموریتی که قرار است سودآوری را افزایش دهد، به تلاش‌های خود سوخت لازم را می‌رسانند. استیو آلز^۴ بنیان‌گذار رستوران فست‌فود چپیوتله^۵ می‌گوید: «مسئله اشتیاق ما فراتر از بوریتو و تکو^۶ درست کردن است. من می‌خواهم عادت مردم در دست‌فود خوردن را عوض کنم» ایلان ماسک، بنیان‌گذار شرکت فضاوردی اسپیس‌ایکس^۷ و زی به من گفت: «اهمیت بردن زندگی به مریخ، کمتر از انتقال زندگی از ایلانوس به مکزیک^۸ است». الکس لاسکی^۹ بنیان‌گذار Opower که در زمینه تولید و عرضه نرم‌افزارهای صرفه‌جویی در مصرف فعالیت می‌کند، می‌گوید: موفقیت، به یکباره رخ نمی‌دهد و حتی ممکن است موفق به انجام کارهای مهم نشویم.

در این کتاب، می‌فهمیم که نمونه‌های بارز کارآفرینی چطور به موفقیت‌های واقعی دست یافته‌اند. در خواهید یافت که چرا رید مافمن^۹، بنیان‌گذار سایت کاریابی لینکدین^{۱۰} می‌گوید شما باید «خود را از سختی به پایین پرت کنید و در مسیرتان به پایین، یک هواپیما بسازید. کارآفرینان استارت‌آپ‌های موفق، نسبت به فشارهای زمان بسیار آگاه هستند، چون می‌دانند که هر ثانیه که می‌گذرد، به زمین نزدیک‌تر می‌شوند. مهم‌ترین چیز این است که هواپیما را به موقع بسازید.»

1. Hamdi Ulukaya

2. Sara Blakely

3. Spanx

4. Steve Ells

5. Chipotle

۶. Tacos و Burritos (غذاهای مکزیک)

7. SpaceX

8. Alex Laskey

9. Reid Hoffman

10. LinkedIn

خواهید آموخت که رابین چیس^۱، بنیان‌گذار کسب‌وکار خودروی اشتراکی زیپکار^۲ به عنوان مادری ۴۲ ساله با سه فرزند چگونه چطور توانست شرکت خود را راه‌اندازی کند و شعار «اتومبیل تان هر وقت بخواهید، در اختیار تان است» را محقق کند. خواهید فهمید که چرا جِرمی استاپلمن^۳، بنیان‌گذار سایت بررسی کسب‌وکار Yelp، انتظار نداشت اولین چیزی که برای آن تلاش می‌کند، جواب خواهد داد و در عوض، به دنبال داده‌های مربوط به اتفاقات غیرمنتظره‌ای می‌گشت که برای اکتشافات بیشتر به او کمک کنند.

این مردان و زنان چگونه توانستند روش زندگی ما را دگرگون کنند؟ کدام ابزارها، کدام خصیصه‌ها، کدام تمرینات و کدام عادت‌ها به موفقیت آنان کمک کرده‌اند؟ جستجوی انجام شده برای همه این پاسخ‌ها، منجر به پیدایش کتاب حاضر شد.

استیو جابز بعدی

الیزابت هولمز^۴ در سن نوزده سالگی از دانشگاه استنفورد انصراف داد تا شرکتش را راه‌اندازی کند. او که شیفته نانو تکنولوژی بود نه تنها انقلابی در تست‌های آزمایشگاهی ایجاد کند و تست‌های تشخیصی را بسیار سریع‌تر، ارزان‌تر، با دردسر کمتر و دقت بیشتری انجام دهد. تا به امروز ترس می‌تواند شرکتی که او پایه‌گذار آن است توانسته است با افزایش سرعت و کیفیت خدمات، کاهش هزینه‌های خدمات سلامت، انقلاب عظیمی در صنعت تست‌های آزمایشگاهی ایجاد کند. این شرکت در آینده نیز خواهد توانست با تسریع فرایند درمان و یافتن علائم اولیه بیماری‌ها و استفاده از این علائم برای جلوگیری از غلبه بیماری‌ها، خدمات بسیار بیشتری در این راستا انجام دهد.

حقیقت این است که وقتی کسی که دوستش دارید، دچار بیماری سختی

1. Robin Chase

2. Zipcar

3. Jeremy Stoppelman

4. Elizabeth Holmes

5. Theranos

می شود، هیچ چیز بیش از آن برای شما اهمیت ندارد و امروزه روز، هنوز فقط وقتی می توانیم سرطان را تشخیص دهیم که تومورها شکل گرفته و گسترش یافته اند. خانم هولمز می گوید: «این قلب انسان را به درد می آورد، نباید این طور باشد.»

هولمز از پولی که برای شهریه دانشگاه خود کنار گذاشته بود، به عنوان سرمایه راه اندازی شرکت ترانوس استفاده کرد و این شرکت را در سال ۲۰۰۳ بنیان نهاد. او کار خود را از زیرزمین خانه یک گروه دانشگاهی شروع کرد و توانست ابزار پیشرفته ای با سائز انگشت دست بسازد که می توانست چند قطره خون را از بدن فرد خارج کرده و وارد یک محفظه بسیار کوچک کند. اما نوآوری های پیچیده تر و عمیق تر فراوان بود. بعداً اتفاق بیافتد. هولمز به من گفت: «ما باید آزمایشاتی ابداع می کردیم که بتوانند نتایج را با سرعت بیشتری تولید کنند. در مواقعی که با یک ویروس یا باکتری سر و کار داریم، در روش های سنتی، ویروس یا باکتری کشت می شود. اما ما برای این کار با سرعت بیشتری به نتایج آزمایش دسترسی پیدا کنیم. دی ان ای عامل بیماری یا پاتوژن را بررسی می کنیم.»

هولمز در پاییز ۲۰۱۳، از شراکت خود با شرکت والگرنز^۱ خبر داد که باعث شد ترانوس در ۸۲۰۰ نقطه در سراسر کشور، مستقر شود. حالا بیماران به جای این که برای آزمایش خون به مطب دکتر مراجعه کنند و روزها منتظر جواب بمانند، می توانند به یکی از داروخانه های محلی مراجعه کنند. نتیجه آزمایش طی همان روز به صورت الکترونیکی برای پزشکشان ارسال می شود. هزینه این تست آزمایشگاهی، کمتر از نصف هزینه های معمول کارهای آزمایشگاهی سنتی است. اما هنوز تمام نشده. ترانوس نتایج را به شکل گراف ها و نمودارهای دیجیتالی ارائه می دهد که پزشکان و بیماران از طریق یک اپلیکیشن موبایلی، به صورت آنلاین می توانند به نتایج دسترسی داشته باشند.

با وجود کارهای زیادی که ترانوس می تواند طی چند سال آینده برای سلامت

آمریکاییان انجام دهد، این برای هولمز، کافی نیست. او گفته: «رویای من این است که بتوان اطلاعاتی عملی را زمانی در اختیار پزشکان و بیماران قرار داد، که بتوان جلوی پیشرفت بیماری را گرفت. هیچ هدفی بالاتر از این برای من وجود ندارد.»

شش همارت اصلی

چه چیز باعث شده یک دانشجوی انصرافی بتواند فناوری به این عظمت تولید کرده و انقلابی در حوزه سلامت ایجاد کند؟ دو طراح بی پول سانفرانسیسکوئی چطور می‌توانند یک کسب‌وکار اینترنتی موفق را پایه‌گذاری کنند؟ چه چیز باعث می‌شود یک بازیکن فوتبال، انگشتر مریلند بتواند مشکل عرق ریختن خود را به یک برند ورزشی جهانی بدل کند؟ داستان ناهمانند این آفرینندگان، به این دلیل عجیب است که هیچ‌کس نتوانستد رازی را که در نحوه دستیابی این افراد سنت‌شکن به نتایج ماندگار وجود دارد، کشف کند. البته فقط تا این لحظه.

رمز آفریننده، بر مبنای مصاحبه‌های انجام شده ۲۰۰۱ کارآفرین نوشته شده که همگی آنها یا شرکت‌هایی با درآمد سالیانه بیش از ۱۰۰ میلیون دلار را پایه‌گذاری کرده‌اند یا تشکیلات اجتماعی را بنیان نهاده‌اند که به بیش از ۱۰۰ هزار نفر خدمات ارائه می‌دهند. کسب‌وکاری که بعضی از این آفرینندگان پایه‌گذاری کرده‌اند، سالیانه بیش از یک میلیارد دلار، درآمد دارد.

من به کل کشور مسافرت کردم و با آفرینندگانی در عرصه فناوری، آموزش، انرژی، سلامت، اپلیکیشن‌های موبایل، بیوتکنولوژی، مشاوره املاک و سیاحت و توریسم، ساعت‌ها مصاحبه کردم تا روش آنها را بفهمم. من در طول تحقیقاتم، شاهد بوده‌ام که چگونه افراد، ایده‌های کوچک را به شرکت‌های بزرگ تبدیل کرده‌اند.

مطابق این تحقیقات، از دراپ‌باکس^۱ یا فضای ذخیره‌سازی آنلاین با سود سالیانه ۲۰۰ میلیون دلار تا رستوران‌های زنجیره‌ای چپوتله به ارزش ۳/۹ میلیارد

دلار تا خطوط هوایی تخفیفی جت‌بلو^۱ به ارزش ۵/۷ میلیارد دلار تا هزاران کسب‌وکار موفق دیگر، همگی راه مشابهی را برای رسیدن به موفقیت در کسب‌وکار خود پیموده‌اند.

این آفرینندگان، در توضیح کار خود بدون استثنا، انجام کاری فراتر از ارضای جاه‌طلبی‌های مالی را مدنظر داشته‌اند. هدف تمام آنها تأثیر گذاشتن بر دنیا بوده است. بنیان‌گذار eBay، پیر امیدیار به من گفت «نسل جدید متخصصین فناوری، به من حذب حتن مردم برای انجام کارهای جالب، فکر می‌کنند. این بسیار مهیج و بی‌نهایت تحریک‌کننده است و صحنه‌ای کاملاً بدیع از پیشرفت نوع بشر را پدید می‌آورد».

من با بررسی نزدیک به ۱۰ هزار صفحه متن مصاحبه و بیش از ۵ هزار قطعه شواهد مستند و آرشیو ته‌استم بفهمم که چگونه آفرینندگانی که گاه‌به‌گاه به عنوان رویاپردازان غیرواقع‌بین از جامعه طرد می‌شدند، نه تنها به عنوان رقیبی جدی در برابر رقبای خود قد علم می‌کردند، بلکه «گرگونی کل یک صنعت را رقم می‌زدند. این تحقیق بر مبنای روش Grounded Theory (یک متودولوژی تحقیق سیستماتیک در علوم انسانی) بنا شده که در تجزیه و تحلیل‌های کیفی، کاربرد وسیعی دارد. مصاحبه‌های گسترده من ضبط شدند و دست‌نوشته‌های حاصل، برای استنتاج ویژگی‌های عمومی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و بعد، کدگذاری شده و بر حسب موضوع، طبقه‌بندی شدند. من نتایج، به من امکان داد که طبقه‌بندی‌هایی را شناسایی کنم که بعدها مبنای تئوری‌های نوین بهار می‌شد که موفقیت را برای هر آفریننده‌ای امکان‌پذیر می‌کند.

برای آزمایش و تأیید این نتیجه‌گیری‌ها، خود را در ادبیات مرتبط با کارآفرینی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، استراتژی، تئوری تصمیم‌گیری و خلاقیت غرق کردم. من بیش از ۴ هزار صفحه تحقیق دانشگاهی را مطالعه کردم، صدها آزمایش تحقیقاتی را بررسی کردم و با محققان پیشرو، مشورت کردم.