

خلاصه کتاب

از صفر به یک

یادداشت هایی درباره شرکت های نوپا

نویسندگان: پیتر تیل، بلیک مسترز

خلاصه شده توسط: هانیه مجیدی

تهیه شده توسط تیم آموزشی رایینز



مقدمه

لحظات طلایی در کسب و کار فقط یک بار رخ می‌دهند. خلق کردن، یک حرکت منحصر به فرد است و هر بار که چیز جدیدی تولید می‌کنیم، از صفر به یک می‌رسیم. اگر شرکت‌ها در خلق کردن چیزهای جدید سرمایه‌گذاری نکنند، در آینده بدون شک شکست خواهند خورد. در این کتاب به روش ساخت شرکت‌هایی می‌پردازیم که چیزهای جدیدی خلق می‌کنند.

چالش آینده

پیشرفت افقی یعنی کپی کردن چیزهایی که خوب کار می‌کنند و رفتن از یک به n و به این صورت جهانی سازی چیزی که هم اکنون وجود دارد صورت می‌گیرد. اما پیشرفت عمودی یعنی انجام دادن کارهای جدید و رفتن از صفر به یک و همیشه این پیشرفت با استفاده از فناوری‌ها انجام می‌شود. امروزه چالش ما این است که باید فناوری‌های جدیدی را تصور و خلق کنیم که بتوانند قرن بیست و یکم را صلح‌آمیزتر و موفق‌تر از قرن بیستم نمایند.

استراتژی‌ها

یک استراتژی، گروهی متشکل از افرادی است که می‌توانید آنها را قانع کنید تا در ساختن آینده متفاوت با شما همکاری کنند و مهم‌ترین نیروی این گروه قدرت تفکر جدید است. ایده‌های زیر به شما کمک می‌کنند تا در انجام کارهای جدید به موفقیت برسید.

1. تدریجی پیشرفت کنید. قدم‌های کوچک و تدریجی تنها راه ایمن به سوی آینده است.
2. منعطف بمانید. یعنی گاهی بدون برنامه‌ریزی باشید و آزمون و خطا کنید.
3. در رقابت ترقی کنید. باید شرکت خود را با ساختن محصولات قابل تشخیص نسبت به محصولات رقبا بهبود ببخشید.
4. بر محصول تمرکز کنید نه بر فروش.
5. ریسک جسارت را در مقابل از پیش پا افتادگی به جان بخرید.

انحصار طلبی

اگر می‌خواهید ارزشی ماندگار ایجاد کنید، کالایی متمایز ایجاد کنید. حالت ایده‌آل در کسب و کار، حالت انحصار است که در رقابت کسی وجود ندارد، پس تولیدات با کیفیت و قیمتی انجام می‌شوند که سود را به حداکثر خود می‌رسانند. انحصار طلب‌ها می‌توانند به چیزهای دیگری به جز کسب پول

فکر کنند اما غیر انحصار طلب‌ها در رقابت، آنقدر بر حاشیه‌ها تاکید می‌کنند که نمی‌توانند نقشه‌ای برای آینده طولانی مدت ترسیم کنند. انحصار طلب‌ها انتخاب‌های بیشتری به مصرف کنندگان می‌دهند و بدین منظور مقوله‌های کاملاً جدیدی از وفور به جهان اضافه می‌کنند. این افراد خلاق، نه تنها برای کل جامعه مناسب هستند بلکه موتورهای قدرتمندی برای بهتر کردن جامعه می‌باشند. آنها پیشرفت را تحریک می‌کنند و با سود آن می‌توانند برنامه‌های طولانی مدت و همچنین سرمایه لازم برای پروژه‌های تحقیقاتی بلند پروازانه را ارائه کنند. پس انحصار، شرط هر کسب و کار موفق است. تمامی شرکت‌های شاد متفاوت هستند؛ هر کدام از آنها با حل یک مشکل منحصر به فرد، به انحصار تبدیل شده‌اند و تمامی شرکت‌های شکست خورده شبیه به هم می‌باشند؛ همه آنها نتوانسته‌اند از رقابت فرار کنند.

انحصار خلاق یعنی محصولات جدیدی که به نفع همه است و سود پایداری برای خالق دارد. اگر رقابت را کنار بگذارید با انحصار روبرو می‌شوید اما انحصار زمانی عالی است که بتواند در آینده دوام بیاورد. کسب و کار عالی با توانایی تولید جریان نقدینگی در آینده تعریف می‌شود. به بیان ساده ارزش کسب و کار امروزی همان مجموع تمام پولی است که در آینده به دست می‌آید. ساختن چیزهای با ارزش وقت می‌برد و این یعنی اینکه درآمد هم با تاخیر به دست می‌آید و بیشتر ارزش شرکت‌های فناوری دست کم ۱۰ الی ۱۵ سال آینده به دست می‌آیند. پس اگر شرکتی می‌خواهد با ارزش باشد، باید به رشد خود ادامه داده و دوام بیاورد اما تعداد زیادی از کارآفرینان فقط بر رشد کوتاه مدت تمرکز می‌کنند.

ویژگی‌های انحصار

1. **فناوری اختصاصی:** شفاف‌ترین مسیر برای رسیدن به پیشرفت ده برابری، این است که چیزی کاملاً جدید اختراع کنید. اگر چیز با ارزشی تولید کنید که قبلاً وجود نداشته است، افزایش ارزش بی‌نهایت خواهد بود یا حتی می‌توانید راه حلی که در حال حاضر وجود دارد را به شدت بهبود ببخشید تا حدی که از رقابت خارج شوید.
2. **اثرات شبکه:** اثرات شبکه محصولات را مفیدتر می‌کند تا بیشتر مردم بتوانند از آنها استفاده کنند. مثلاً اگر دوستان شما در فیسبوک هستند پس برای شما هم منطقی است که به فیسبوک ملحق شوید. این اثرات می‌توانند قدرت زیادی داشته باشند اما هرگز نمی‌توانید به