

انقلاب شبکه‌های اجتماعی

بازارهای شبکه‌ای چگونه اقتصاد را متحول می‌کنند
و چگونه می‌توان آن‌ها را به خدمت گرفت؟

نویسندگان:

جفری جی. پارکر

مارشال دابلیو. وان الستین

سانجیت پل چوداری

مترجم:

دکتر احمد روستا

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی



ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

فهرست

پیشگفتار.....	۱
فصل ۱: امروز: به انقلاب شبکه‌های اجتماعی خوش آمدید.....	۹
فصل ۲: تأثیرات شبکه‌ای.....	۲۷
فصل ۳: معماری.....	۵۱
فصل ۴: اختلال.....	۸۱
فصل ۵: راه‌اندازی.....	۱۰۵
فصل ۶: کسب درآمد.....	۱۳۹
فصل ۷: بازبودن.....	۱۶۷
فصل ۸: حاکمیت.....	۲۰۱
فصل ۹: معیارها.....	۲۳۳
فصل ۱۰: راهبرد.....	۲۵۷
فصل ۱۱: سیاست.....	۲۸۵
فصل ۱۲: فردا.....	۳۲۳

در زندگی شما ایجاد کنید

1. Platform Revolution
2. Uber
3. Airbnb
4. eBay

برای موفقیت در این مسیر، باید به دنبال تغییرات اساسی در مدل کسب و کار، فرآیندهای داخلی، ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی بود. این تغییرات نیازمند سرمایه‌گذاری در آموزش، تحقیق و توسعه، و نوآوری است. همچنین، همکاری با شرکای تجاری و استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به تسهیل این فرآیند کمک کند.

پیشگفتار

در دنیای امروز، تغییرات دیجیتال به سرعت در حال وقوع است. این تغییرات به سازمان‌ها فرصت می‌دهد تا مدل کسب و کار خود را بازنگری کنند و به دنبال راهکارهای نوین برای افزایش بهره‌وری و رقابت‌پذیری باشند. این کتاب به بررسی این تغییرات و ارائه راهکارهای عملی برای موفقیت در این مسیر می‌پردازد.

انقلاب شبکه‌های اجتماعی، تلاش ما برای ارائه‌ی اولین کتاب راهنمای کامل، معتبر و واضح در زمینه‌ی مهم‌ترین پیشرفت‌های اقتصادی و اجتماعی عصر کنونی است که همان ظهور سکوها، به مثابه مدل سازمانی و کسب و کار می‌باشد. این کتاب به شما کمک می‌کند تا با استفاده از این مدل‌ها، بتوانید در دنیای دیجیتال جدید خود موفق شوید.

مدل سکویی را می‌توان علت اصلی موفقیت بسیاری از بزرگ‌ترین شرکت‌های امروزی از گوگل، آمازون و مایکروسافت گرفته تا اوبر^۲ ایربی‌ان‌بی^۳ و ای‌بی‌بی^۴ تلقی کرد که با سرعت هرچه تمام در حال رشد هستند و با قدرت تمام در کار دیگر شرکت‌ها اختلال ایجاد می‌کنند. مهم‌تر آن که، سکوها به تدریج در دیگر عرصه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی از بهداشت و درمان و آموزش تا انرژی و دولت وارد شده‌اند و تغییراتی به دنبال داشته‌اند. صرف نظر از این که چه کسی هستید و چگونه امرار معاش می‌کنید، به احتمال زیاد سکوها پیشتر زندگی شما را در مقام کارمند، رهبر تجاری، متخصص، مصرف‌کننده یا شهروند تغییر داده‌اند و در صددند که در سال‌های آتی تغییرات بزرگ‌تری نیز در زندگی شما ایجاد کنند.

1. Platform Revolution
2. Uber
3. Airbnb
4. eBay

این کتاب به شما کمک می‌کند تا با استفاده از این مدل‌ها، بتوانید در دنیای دیجیتال جدید خود موفق شوید. این کتاب به بررسی این تغییرات و ارائه راهکارهای عملی برای موفقیت در این مسیر می‌پردازد.

احمد روستا

فهرست مطالب

۱ گفتار اول
۴ گفتار دوم
۷۲ گفتار سوم
۱۵ گفتار چهارم
۱۸ گفتار پنجم
۵۰۱ گفتار ششم
۶۶۱ گفتار هفتم
۷۳۱ گفتار هشتم
۱۰۲ گفتار نهم
۲۱۲ گفتار دهم
۷۵۲ گفتار یازدهم
۵۸۲ گفتار بیستم
۲۱۲ گفتار بیست و یکم

ما در دو دهه‌ی گذشته سرانجام دریافته‌ایم که نیروهای قدرتمند اقتصادی، اجتماعی و فنی به‌نحوی در حال تغییر جهان ما هستند که کمتر کسی ممکن است کاملاً متوجه آن شده باشد. ما همه‌ی فکر و ذکر خود را وقف مطالعه‌ی آن نیروها و نحوه‌ی عملکردشان کرده‌ایم؛ این که چگونه در کار شرکت‌های سنتی اختلال ایجاد می‌کنند، بازارها را به هم می‌ریزند و حرفه‌ها را تغییر می‌دهند و این که شرکت‌های تازه‌تأسیس کوچک چگونه از آن‌ها بهره می‌گیرند تا بر صنایع سنتی چیره شوند و صنایع جدیدی راه‌اندازی کنند.

وقتی فهمیدیم مدل کسب‌وکار سکویی تجسم اصلی این نیروها است، به تدریج از پیشینه‌های شرکتی و دانشگاهی خود فاصله گرفتیم تا با شرکت‌هایی که عمیقاً درگیر ایجاد کسب‌وکارهای سکویی هستند، از جمله اینتل، مایکروسافت، اس‌ای‌پی^۱، تامسن رویترز، اینتویت، ۵۰۰ استارت‌آپ، هایر گروپ، تله‌کام ایتالیا و بسیاری دیگر همکاری نزدیکی داشته باشیم. در صفحه‌های بعد ماجرای هریک از آن‌ها را شرح خواهیم داد.

هدف ما از نوشتن این کتاب حل معماهای متعددی است که پیدایش سریع مدل سکویی به دنبال داشته است. این معماها عبارت‌اند از:

● کسب‌وکارهای سکویی مانند اوپر و ایربی‌ان‌بی چگونه توانسته‌اند فقط ظرف چند سال بعد از راه‌اندازی در صنایع سنتی بزرگ اختلال ایجاد کنند و بر آن‌ها چیره شوند؟ (در تمام کتاب به این پرسش می‌پردازیم و به‌ویژه در فصل ۴ دقیق‌تر بر آن تمرکز خواهیم کرد).

● کسب‌وکارهای سکویی چگونه می‌توانند فقط با به‌کارگیری بخش بسیار کوچکی از تعداد افرادی که شرکت‌های موجود به خدمت می‌گیرند، از شرکت‌های سنتی پیشی بگیرند؟ (به فصول ۱ و ۲ مراجعه کنید).

● ظهور سکوها چه تغییری در اصول حاکم بر رشد اقتصادی و رقابت تجاری به وجود آورده است؟ کسب‌وکارهای سکویی چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی با غول‌های سنتی گذشته دارند؟ (به فصول ۲ و ۴ مراجعه کنید).

● چرا و چگونه رهبران شرکت‌ها و کسب‌وکارهای خاص در نتیجه‌ی استفاده‌ی درست یا غلط از روش‌های کسب‌وکار سکویی به سرعت به اوج

موفقیت می‌رسند یا با شکست مواجه می‌شوند؟ چرا سهام شرکت بلک‌بری^۱ فقط ظرف سه سال از ۴۹ درصد به ۲ درصد کاهش یافت؟ چگونه استیو جابز در انتخاب مدل سکویی شرکت خود در دهه‌ی هشتاد میلادی دچار اشتباه شد و پس از آن در دهه‌ی اول قرن بیستم به‌نحو چشمگیری آن‌ها را اصلاح کرد؟ (به فصول ۲ و ۷ مراجعه کنید).

● چگونه برخی شرکت‌ها چالش جذب همزمان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان به سکوی جدید را رفع می‌کنند اما برخی دیگر با درماندگی در این زمینه شکست می‌خورند؟ چرا گاهی اوقات قیمت‌گذاری آزاد اقدام تجاری ماهرانه‌ای است و گاهی اوقات اشتباهی ویرانگر؟ (به فصول ۵ و ۶ مراجعه کنید).

● چرا در برخی عرصه‌ها بازارهای سکویی رقابتی رونق می‌یابند اما در دیگر عرصه‌ها، یک سکو به سرعت بازار را قبضه می‌کند؟ (به فصل ۱۰ مراجعه کنید).

● در اثنای گسترش سکوها احتمال سوءاستفاده نیز وجود دارد: مشتریانی که در ای‌بی‌بی خرید می‌کنند، ممکن است مورد سوءاستفاده‌ی مالی قرار گیرند، زناتی که در Match.com به دنبال شریک زندگی خود هستند، ممکن است مورد سوءاستفاده‌ی جنسی قرار گیرند، خانه‌هایی که در ایربی‌ان‌بی اجاره داده می‌شوند، ممکن است آسیب ببینند. چه کسی باید این هزینه‌ها را بپردازد؟ و چگونه باید از کاربران سکوها محافظت کرد؟ (به فصول ۸ و ۱۱ مراجعه شود). در پاسخ به پرسش‌هایی از این دست تلاش کرده‌ایم کتاب راهنمای کاربردی در زمینه‌ی اقتصاد جدید ارائه کنیم که در حال تغییر دنیایی است که همه در آن زندگی، کار و بازی می‌کنیم. کتاب انقلاب شبکه‌های اجتماعی حاصل کار سه فرد حرفه‌ای است که خود را سخت غرق مطالعه و پرده‌برداری از اسرار مدل سکویی کرده‌اند.

دو تن از نویسندگان؛ جف پارکر و مارشال وان‌الستین در زمان شکوفایی ذات‌کام^۲ در فاصله‌ی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۰ یعنی زمانی که در ام‌آی‌تی در