

آمازون

فروشگاهی برای همه چیز

برای آمازون
ترجمه انابهار



کتاب کوچه



آمازون فروشگاه آنلاین برای همه چیز

نویسنده: براد استون
مترجم: آنا بهارلو

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۲۲-۲

تعداد صفحات: ۳۰۰
اولین چاپ: ۲۰۱۳

شمارگان:

۱۰۰۰ نسخه

قیمت:

۵۰۰۰ تومان

دبیر نشر:
حمید نورشمسی
ویراستار:
جعفر راثی نهرانی
مدیر هنری:
مهدی رحیمی
نمونه خوان:
الناز پوراحمدیان
لینتوگرافی:
نوین کتاب

چاپ: با کتاب کوچه:

۶۶۹۸۸۰۰۰۰۰۰

فکس: ۶۶۹۸۸۰۰۰۰۰۰

این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان ایران قرار دارد. تمام حقوق محفوظ است.
هیچ بخشی از کتاب، بدون اجازه مکتوب ناشر قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا نیست.

سرشناسه استون، براد Stone, Brad
عنوان و نام پدیدآور فروشگاه برای همه چیز/مکتوب براد استون، مترجم آنا بهارلو، ویراستار جعفر راثی نهرانی
مشخصات نشر تهران: کتاب کوچه، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری ۶-۰۰-۶۰۲۲-۲-۹۷۸-۶۰۰-۶۰۲۲-۲
شابک
وضعیت فهرست نویسی فایده
موضوع اصلی: The everything store
موضوع ثانویه: Jeff Bezos and the age of Amazon
یادداشت
موضوع بررسی: جزئی: ۱۹۶۲ - م
موضوع Bazon, Jeffrey
موضوع آمازون دات کام - تاریخ
موضوع Amazon - com (Firm) - History
موضوع آمازون دات کام
موضوع Amazon, com (Firm)
موضوع بازرگانی الکترونیکی - ایالات متحده
موضوع Electronic commerce - United States
موضوع کتابفروشی‌های اینترنتی
موضوع Internet bookstores
موضوع اهل کتب و کار - ایالات متحده - سرگشتنامه
موضوع Businessmen - United States - Biography
موضوع کتابفروشان و کتابفروشی - ایالات متحده
موضوع Booksellers and bookselling - United States
موضوع
شابک افزوده بهارلو، آنا: ۱۳۹۲ - مترجم
رده بندی کنگره HF۵۵۲۸۳۲۲
رده بندی دیویی ۷۴۷
آی تی آی ۷۵۵
نماد کتابشناسی ملی ۵۳۸۶۱۰

مقدمه ۱۱

بخش اول: ایمان ۲۳

فصل ۱: خانه ارقام ۲۵

فصل ۲: کتاب بزوس ۳۹

فصل ۳: رویاهای جنب آمیز ۶۹

فصل ۴: میراث ۱۰۱

بخش دوم: تأثیرات ادبی ۱۳۱

فصل ۵: پسر موشی ۱۳۳

فصل ۶: نظریه هرج و مرج ۱۵۱

فصل ۷: شرکت فناوری، نه خرده فروش ۱۷۵

فصل ۸: فیونا ۱۹۹

بخش سوم: میسیونری یا مزدوری؟ ۲۲۷

فصل ۹: خیزش ۲۲۹

فصل ۱۰: باورهای متهورانه ۲۵۵

فصل ۱۱: پادشاهی علامت سؤال ۲۸۱



مقدمه

در اوایل دهه ۷۰ میلادی یک مجری تبدیل به صنعتی به نام جولی ری^۱ مجذوب برنامه یک مدرسه عمومی غیرمعمول در هوستون تگزاس برای بچه‌های با استعداد درخشان شد. پسر او جزو اولین دانش‌آموزانی بود که در این برنامه^۲ به ده ساله نامیده می‌شد، ثبت‌نام کرد. هدف این برنامه برانگیختن خلاقیت و استعداد و پرورش تفکر باز و خارج از چهارچوب در دانش‌آموزان بود. ری چنان شیفته برنامه درسی این مدرسه و انجمن اولیا و مربیان مشتاق شد که تصمیم گرفت درباره مدارس مشابه در این ایالت تحقیق کند و کتابی در مورد جنبش نوپای پرورش استعدادهای درخشان در تگزاس بنویسد.

چند سال بعد که پسرش دیگر وارد مقطع دبیرستان شده بود، او برای ادامه تحصیل از برنامه که حالا در یکی از ساختمان‌های دبستان ریور اوکس^۳ در غرب مرکز هوستون اجرا می‌شد، به آنجا بازگشت. مدیر مدرسه دانش‌آموزی از کلاس ششم ابتدایی با موی قهوه‌ای کم‌رنگ را برای همراهی با او انتخاب کرد. از آنجا که والدین دانش‌آموز خواسته بودند نام اصلی او در کتاب ذکر نشود، ری او را تیم^۴ صدا می‌کرد.

1- Julie Ray

2- Vanguard program

3- River Oaks Elementary School

4- Tim

ری در کتابش به نام روشن کردن ذهن‌های درخشان؛ پرورش استعداد‌های درخشان در تگزاس از نگاه والدین^۵ نوشت: «تیم دانش‌آموزی با ذهنی شگفت‌انگیز، لاغراندام، خودمانی، اما جدی بود.» و از نظر آموزگاران «او استعداد ویژه‌ای در رهبری نداشت»، اما در میان رفقاییش با اعتمادبه‌نفس عمل می‌کرد و به‌طور شمرده از مزایای رمان هابیت^۶ اثر جی. آر. آر. تالکین^۷ که در آن زمان می‌خواند، تعریف می‌کرد.

تیم دوازده‌ساله بسیار اهل رقابت بود. او به ری گفت که در حال خواندن کتاب‌های مختلف برای موفقیت در کسب گواهینامه ویژه کتاب‌خوانی است؛ اما خودش را با هم‌کلاسی‌هایش مقایسه می‌کرد. تیم همچنین پروژه علمی خود به نام «مکعب بی‌نهایت» را به ری نشان داد. مکعب بی‌نهایت^۸ از آینه‌های چرخان بود که با استفاده از نیروی باطری توهم بصری از یک تونل بی‌پایان ایجاد می‌کرد. تیم این وسیله را بعد از دیدن نمونه آن در یک فروشگاه ساخت. او به ری گفت: «قیمت، مدل اصلی ۲۲ دلار است، اما مکعب من ارزان‌تر است.» معلمان می‌گفتند سه تا از پروژه‌های تیم در یک مسابقه علمی محلی شرکت داده شده‌اند، درحالی‌که بیشتر پروژه‌ها را دانش‌آموزان در راهنمایی و دبیرستانی ارسال کرده بودند.

اولیای مدرسه قوه ابتکار تیم را تسخیر کردند، اما می‌توان حدس زد که درباره قوه درک او محتاط بودند. تیم برای تمرین جدو جادو، نام‌ها در کلاس ریاضی روشی را برای ارزیابی معلم‌های کلاس ششم طراحی کرده بود. هدف او فقط این بود که بداند مربیان چگونه آموزش می‌دهند و اصلاً برای کسب شهرت بود. این بررسی را در میان هم‌کلاسی‌هایش توزیع کرده بود. در زمان بازدید من او در میانه فریاد اعتراض و تاج و رسم نمودار از عملکرد هر یک از معلمان بود.

آن‌طور که ری توصیف می‌کند، برنامه‌کاری روزانه تیم زنده بود؛ صبح زود بیدار می‌شد و ساعت ۷ با اتوبوس به مدرسه می‌رفت. اتوبوس پس از پیمودن ۵ کیلومتر به مدرسه می‌رسید. او به کلاس‌های ریاضی، روخوانی، تربیت بدنی، علوم، زبان انگلیسی و هنر می‌رفت. در برنامه مدرسه زمانی برای پروژه‌های فردی و بحث در گروه‌های کوچک در نظر گرفته شده بود. براساس توصیف ری، در یکی از درس‌ها ۷ نفر از دانش‌آموزان در دفتر مدیر دایره‌وار نشسته بودند و تمرینی به نام تفکر مولد را انجام می‌دادند. به آن‌ها داستان‌های کوتاهی داده بودند که بی‌صدا مطالعه کنند و سپس درباره آن با یکدیگر به بحث بپردازند.

5- Turning on Bright Minds: A Parent Looks at Gifted Education in Texas

6- The Hobbit

7- J. R. R. Tolkien

اولین داستان در مورد باستان شناس هایی بود که در بازگشت از سفری اکتشافی ادعا کرده بودند گنجینه ای از آثار هنری کشف کرده اند، چیزی که بعداً معلوم شد فریبکاری بوده است. تیم جزئیاتی از بحث را این چنین ثبت کرد:

«شاید آن ها می خواستند مشهور شوند، شاید نمی خواستند با واقعیت روبرو شوند.»

«بعضی افراد زندگی را طوری می گذرانند که انگار همیشه زنده می مانند.»

«باید صبور باشید. هر موضوعی را که باید روی آن کار کنید، تحلیل کنید.»

تیم در جولی ری گفته بود که این تمرین ها را دوست دارد: «می دانی، دنیا این طوری است که هرکسی می تواند به شما بگوید چه کار کنید. شما باید بتوانید در مورد هر کاری که برای خودتان می کنید، فکر کنید.»

ری پی برد که غیب ممکن است توجه ناشری را برای چاپ کتابش جلب کند. ویراستارهای ناشران بزرگ گفتند که این موضوع برای کتاب شدن خیلی محدود است؛ بنابراین او در سال ۱۹۷۷ با پول به بابت نوشتن تبلیغات برای یک کاتالوگ تجاری ایام کریسمس به دست آورده بود. کتابسازان هزاران نسخه چاپ و خودش توزیع کرد.

من بیشتر از سی سال بعد نسخه های آن را در کتابخانه عمومی هوستون پیدا کردم. همچنین رد جولی را گرفتم که در حال حاضر در مرکز تگزاس زندگی می کند. او در زمینه برنامه ریزی و ارتباطات برای اهداف محیط زیستی و فرهنگی کار می کند. جولی گفت که در طی دو دهه بدون اینکه غافلگیر شود، با تحسین شگفتی ناظر ترقی تیم در رسیدن به شهرت و خوشبختی بوده است؛ «وقتی او را در جوانی ملاقات کردم، قابلیت او مشهود بود و این قابلیت با برنامه ای نوین پرورش یافته و تقویت شده بود.» این می گوید: «آن برنامه با واکنش و اشتیاق تیم برای آموختن مفیدتر واقع شده بود و این موضوع برای جامعه بر آن برنامه است.»

او به خاطر می آورد وقتی که ری در مورد سطح کیفی عملکرد پسر پرسید به پدر معلمی پاسخ داده بود: «واقعاً نمی توانم بگویم، به جز اینکه اگر کمی راهنمایی شود، احتمالاً هیچ حدی برای کاری که می تواند انجام دهد، وجود ندارد.»

در اواخر سال ۲۰۱۱ در دفتر مرکزی شرکت او، یعنی آمازون دات کام^۸ در سیاتل^۹ به ملاقات تیم رفتم که با نام جف بزوس^{۱۰} هم شناخته می شود. من برای درخواست همکاری اش برای نوشتن این کتاب رفته بودم، تلاشی برای نوشتن تاریخچه صعود فوق العاده شرکتی نوآورو

برهم‌زنندهٔ اوضاع که جزو اولین شرکت‌هایی بود که به ظرفیت بی‌کران اینترنت پی برد و برای همیشه روش خریدن و خواندن ما را تغییر داد.

آمازون در زندگی مدرن ما روزه‌روز حضور بیشتری پیدا می‌کند. میلیون‌ها نفر از طریق اینترنت در جستجوی وب‌سایت آن شرکت یا وب‌سایت‌های اقماری آن مانند زاپوس دات‌کام^{۱۱}، دایپرز دات‌کام^{۱۲} هستند و همان کاری را می‌کنند که در بیشتر جوامع سرمایه‌داری انجام می‌دهند، یعنی «مصرف کردن». سایت آمازون مانند میز بزرگی است که چیزهای متنوع روی آن چیده شده و شخص می‌تواند از بین آن‌ها انتخاب کند: کتاب، فیلم سینمایی، ابزار باغبانی، مبلمان، غذا و گاه‌گاه چیزهایی عجیب و غریب مانند تک‌شاخ بادکردنی برای کربلایه‌ها به قیمت ۹/۵ دلار و گاوصندوق ۵۰۰ کیلوپی با رمز الکترونیک و آمادۀ تحویل طی سه تا پنج روز به قیمت ۹۰۳/۵۳ دلار. این شرکت با تحویل محصولات دیجیتال (کتاب الکترونیک و فیلم) در چند ثانیه و تجسم فیزیکی آن‌ها فقط در عرض چند روز، در هنر خشوندسازی مشتری، تکامل رسیده است. غیرمعمول نیست که بشنویم یک مشتری دربارهٔ دیدن کالای سفارش داده قبل از زمان مورد انتظار در جلوی در خانه‌اش صحبت کند.

آمازون در ۲۰۱۲ و در هفتمین سال فعالیت، خالص فروش خود را ۶۱ میلیارد دلار اعلام کرد؛ و احتمالاً سریع‌ترین خرده‌فروشی را هلد بود که به فروش بالای ۱۰۰ میلیارد دلار دست پیدا می‌کند. بسیاری از مشتریان آن عشق می‌ورزند و رقابیش از آن وحشت دارند. حتی نامش به‌طور غیررسمی و از راه‌نه‌چندان خودمانند وارد فرهنگ لغات کسب‌وکار شد. «آمازون زده شدن»^{۱۳} به این معنی است که مایوسانه نظام یک تازه‌به‌دوران رسیدهٔ اینترنتی از سیاتل باشید که مشتریان و منفعت کسب‌وکار سنتی شما می‌مکد.

تاریخچهٔ آمازون دات‌کام، یکی از داستان‌های نمادین عصر اینترنت است. این شرکت کار خود را خیلی ساده به عنوان فروشندهٔ اینترنتی کتاب آغاز کرد و سپس، ای گسترش کار خود سوار بر موج اصلی فراوانی دات‌کام در اواخر دههٔ ۱۹۹۰ شد و به فروش آهنگ و آلبوم موسیقی، فیلم سینمایی، لوازم الکترونیکی و اسباب‌بازی روی آورد. با عبور از کنار فاجعه انفجار دات‌کام در سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ و برانگیختن موجی از تردید در مورد دورنمای شرکت و ایجاد شبکه پیچیده‌ای از مراکز توزیع، فعالیتش را به حوزهٔ نرم‌افزار، جواهرات، پارچه و لباس، لوازم ورزشی و قطعات خودرو گسترش داد. آمازون به عنوان

11- Zappos.com

12- Diapers.com

13- To Be Amazoned

برترین خرده‌فروش تثبیت شد و پایگاهی را رهبری کرد که دیگر فروشندگان می‌توانستند اقلام خود را برای فروش در آن عرضه کنند، در این زمان آمازون خود را به عنوان مؤسسه تکنولوژی همه‌کاره‌ای بازتعریف کرد که زیرساخت رایانش (کامپیوتری) ابری^{۱۴} خود را به نام خدمات شبکه آمازون می‌فروخت و همچنین ابزارهای دیجیتال نه‌چندان گران‌قیمتی مانند کتاب‌خوان الکترونیکی کیندل و تبلت کیندل فایر را عرضه می‌کرد.

ارک اشمیت^{۱۵} رئیس گوگل^{۱۶} و رقیب قسم‌خورده آمازون می‌گوید: «از نظر من آمازون داستان یک بنیان‌گذار با استعداد است که چشم‌اندازش از آینده را شخصاً به پیش برد.» البته خود اهمیت مشترک سرویس حمل و تحویل دوروزه آمازون پرایم^{۱۷} است. او می‌گوید: «تقریباً نمونه‌گیری بود. شاید آپل^{۱۸} را هم بتوان نام برد، اما بیشتر مردم فراموش کرده‌اند که زمانی عقیده داشتند آمازون محکوم به فناست، زیرا در ساختار هزینه‌ای که عملی باشد نمی‌گنجد. این شرکت ریه‌ها را انباشته شده را تحمل کرد و صدها میلیون دلار ضرر کرد؛ اما جف بزوس پرحرف و بی‌باهور^{۱۹} بود. او نمونه بنیان‌گذار حرفه‌ای یک کسب‌وکار است که جزئیات را می‌فهمد و بیشتر هرگز در لاپس آن است.»

به‌رغم افزایش سرسام‌آور مدت سهام آمازون، شرکتی منحصر به فرد و آشفته است. سرجمع ترازنامه‌اش آشکارا ضعیف است، به گونه‌ای که به توسعه‌ی جنون‌آمیز بازارها و محصولات جدید، در سال ۲۰۱۲ ضرر داده است؛ اما به نظر می‌رسد «ال استریت» نگران آن نیست. جف بزوس با بیانیه‌های مداوم اعلام می‌کرد که در حال ساخت شرکتش برای اهداف بلندمدت است، آن‌قدر اعتماد سهام‌داران را به دست آورده که سرمایه‌گذاران صبورانه منتظر روزی هستند که او تصمیم به کند کردن روند توسعه‌اش بگیرد و سود خود را بایده‌شان کند.

بزوس خود را نسبت به نظر دیگران کاملاً بی‌اعتنا نشان می‌دهد و محصولات را مشتاقانه حل می‌کند، مردی است که در میدان رقابت دید یک استاد بزرگ شطرنج دارد و تمرکز و سواس گونه‌ای برای راضی کردن مشتریان دارد و به ارائه خدماتی مانند حمل‌ریگان می‌پردازد. او نه فقط برای آمازون، بلکه برای گسترش مرزهای دانش و بازسازی رسانه‌ها جاه‌طلبی بی‌کرانی دارد. او علاوه بر سرمایه‌گذاری در شرکت پرتاب موشک خود به نام بلو اوربجین^{۲۰}، روزنامه ناخوش‌احوال واشینگتن پست را در اوت ۲۰۱۳ در معامله‌ای که صنعت

14- cloud computing

15- Eric Schmidt

16- Google

17- Amazon prime

18- Apple

19- Wall Street

20- Blue Origin

رسانه را در حیرت فروبرد، به قیمت ۲۵۰ میلیون دلار به تملک درآورد.

همان طور که بسیاری از کارمندانش تصدیق می‌کنند، کار کردن برای بزوس بسیار سخت است. علی‌رغم شهرت داشتن به خنده‌های دل‌چسب و شخصیتی که در نظر عموم بشاش به نظر می‌رسد، او مانند بنیان‌گذار فقید اپل - استیو جابز^{۲۱} - خشم‌گزنده‌ای دارد، به طوری که می‌تواند هر کارمندی را که هم‌زمان با او در آسانسور باشد، بترساند. بزوس مدیری است که بر همه کارها نظارت می‌کند و منبع نامحدود ایده‌ها است. او با تلاش‌های مفاير با معیارهای سخت‌گیرانه‌اش با خشونت برخورد می‌کند.

بزوس همانند جابز، محیط‌کاری را طوری شکل داده است که کارها با کاریزمای خود پیش می‌رود. او اغلب می‌گوید: «مأموریت صنفی آمازون باید بالا بردن استانداردها در کا صنعت و ایجاد گوشه جهان به منظور برآورده شدن مشتری‌مداری باشد.» بزوس و کارمندانش حق را مجذوب خدمت کردن به مشتریان هستند، در عین حال در رقابت با رقبا و حتی شرکای تجاری همانه عمل می‌کنند. آمازون مایل است بگوید بازاری که در آن رقابت می‌کند بسیار وسیع است. برای برندگان زیادی جا دارد. این گفته شاید درست باشد، اما واضح است آمازون با بودن در جای کوچکی و بزرگی که زمانی برندهایشان در جهان شناخته شده بودند، مانند س‌برکت^{۲۲}، بوردرز^{۲۳}، بست بای^{۲۴} و بارنز اند نوبل^{۲۵} نقش داشته است.

آمریکایی‌ها به طور کلی از قدرت گرفتن شرکت‌های بزرگ عصبی می‌شوند، به خصوص از موفقیت شرکت‌هایی که پایگاهشان دورتر از مهرخشان قرار دارد و شخصیت جامعه آن‌ها را دگرگون می‌کند. وال‌مارت^{۲۶} با این بدبینی‌ها روبرو شده است، همان‌گونه که شرکت‌های سی‌یرز^{۲۷}، وول‌ورث^{۲۸} و دیگر غول‌های خرده‌فروشی آن دوران؛ حتی خیلی قبل‌تر مثل خواروبارفروشی زنجیره‌ای ای‌اند پی^{۲۹} که در دهه ۱۹۶۰ رکبند حقوقی مخرب ضدتراست بودند. آمریکایی‌ها به خاطر قیمت‌های پایین و راستی با خرده‌فروشی‌های بزرگ هجوم می‌بردند؛ اما بعد از طی زمان معینی با بزرگ شدن بیش‌تر شرکت‌ها موضع‌گیری متفاوتی در رفتار مردم مشاهده می‌شود. ما چیزها را ارزان می‌خواهیم، اما واقعاً

21- Steve Jobs

22- Circuit City

23- Borders

24- Best Buy

25- Barnes and Noble

26- Wall Mart

27- Sears Sears شرکت خرده‌فروشی آمریکایی و چندملیتی که در حال حاضر مالک شبکه‌ای شامل ۲۲۲۸ فروشگاه زنجیره‌ای در ایالات متحده، کانادا و مکزیک است

28- Woolworth's

29- A & P

نمی‌خواهیم کسانی مانند بارنزانند نوبل و حالا آمازون، فروشگاه کوچک و کتاب‌فروشی محلی ما را نابود کنند.

بزوس درخصوص ارتباط داخل شرکت بی‌نهایت محتاط است. او در قبال جزئیات طرح‌هایش مرموز است و افکار و مقاصدش را بروز نمی‌دهد. وی در جامعه کسب‌وکار سیاتل و به‌طور وسیع‌تر در صنعت تکنولوژی یک معماست. بزوس به ندرت در کنفرانس‌ها سخنرانی و با رسانه‌ها مصاحبه می‌کند. حتی آن‌هایی که او را تحسین می‌کنند و از نزدیک پیگیر داستان آمازون هستند، احتمالاً نام کوچک او را اشتباه تلفظ می‌کنند.

چارلوت دوئر سرمدیه^{۳۰} آری که از آمازون حمایت کرده و ده سال عضو هیئت‌مدیره این شرکت بود، می‌گوید: «بسیار ضعیف، رابط عمومی آمازون را «فرضیه برقراری ارتباط بزوس» می‌نامد. او می‌گوید بزوس خجسته در قریش را برای نشست‌های خبری، توضیح ویژگی محصولات، سخنرانی‌ها و نامه‌های سهام‌داران به کار می‌گیرد و هر چیزی را که به زبان ساده و مثبت با مشتری حرف نزند، خط می‌زند.

ما فکر می‌کنیم داستان آمازون را می‌دانیم، اما آنچه می‌دانیم درواقع افسانه‌ای است که به دست خود شرکت نوشته شده و زیر آن ما را در نشست‌های خبری، سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها خط زده است.

آمازون چندین ساختمان معمولی در جنوب رودخانه پیرسون سیاتل دارد. این رودخانه کوچک و منجمد با کانال‌هایی به پوزه ساوند^{۳۱} در غرب و رودخانه شینگتن در شرق متصل می‌شود. در قرن نوزدهم و پیش از تبدیل شدن به محل استقرار بوم‌های آمریکا یک کارخانه الوارسازی در این منطقه قرار داشته است. چشم‌انداز طبیعی این کارخانه هاست نابود شده و استارت‌آپ‌های مهندسی پزشکی، مرکز تحقیق سرطان و ساختمان‌های دانشگاه مدرسه پزشکی واشینگتن حضور خود را به این ناحیه تحمیل کرده‌اند.

ساختمان‌های دفاتر مدرن و نه‌چندان بلند آمازون، از بیرون، بی‌نام‌ونشان و غیرجذاب‌اند؛ اما کافی است به دی‌وان نورث^{۳۲} قدم بگذارید که در تقاطع خیابان‌های تیری^{۳۳} و ریپابلیکن^{۳۴} قرار دارد، جایی که لوگوی خندان آمازون از پشت میز بازدیدکنندگان به شما خوشامد می‌گوید. یک طرف میز، کاسه‌ای پر از بیسکویت سگ برای کارکنانی که حیوانات خانگی‌شان را با خود می‌آورند، گذاشته شده (برای شرکتی که کارکنانش مجبورند

30- Puget Sound

31- Day One North

32- Terry Avenue

33- Republican Street

هزینه خوراکی و پارکینگ شان را بپردازند، کمی عجیب است). کنار آسانسور، نوشته‌های تابلویی با حروف سیاه به بازدیدکنندگان می‌گوید که وارد مقر مدیرعاملی فیلسوف شده‌اند؛ هنوز چیزهای زیادی باید اختراع شوند.
هنوز اتفاقات جدیدی قرار است بیفتند.
مردم به تأثیر بزرگ اینترنت واقف نیستند و نمی‌دانند که هنوز روز اول این واقعه بزرگ است.

جف بزوس

آمازون رسوم داخلی خاصی دارد. پاورپوینت یا ارائه‌های اسلایدی هیچ‌گاه در جلسات مورد استفاده قرار نمی‌گیرد و به جای آن، کارکنان باید در متن‌های شش صفحه‌ای نکات مورد نظرشان را به طور کامل بنویسند، چون بزوس معتقد است این کار تفکر انتقادی را پرورش می‌دهد. اما برای هر محصول جدید، مکتوباتی به شیوه نشست‌های خبری آماده می‌کنند. هدف، خارج کردن نویسنده از ذهن و برای معرفی محصول به مشتری‌هایی است که برای اولین بار محصول را می‌بینند. در ابتدای هر جلسه، افراد در سکوت کامل این نوشته‌ها را می‌خوانند و پس از آن بحث‌ها آغاز می‌شود. برای اولین ملاقاتم با بزوس در مورد این پروژه، تصمیم گرفتم رسوم آمازون را به دفتر رسمی کرده و روایت خودم را به سبک این نوشته‌های آمازون تهیه کنم؛ یک نشست خبری تخیلی برای کتاب.

بزوس مرا در اتاق کنفرانس طبقه هشت پذیرفت، ما پشت میز بزرگی نشستیم که از ده‌ها در چوبی ساخته شده بود، درست مانند میزهایی که در بیست سال پیش وقتی اولین آجرهای آمازون را روی هم می‌گذاشت، از درهای چوبی ساخته است. این میزها نماد فرهنگ صرفه‌جویی در آمازون هستند. وقتی در سال ۲۰۰۰ برای اولین بار بنس مصاحبه کردم، او بر اثر خستگی ناشی از سفر سر حال نبود؛ اما حالا همه چیز رو به راه است؛ خودش مانند آمازون وضع خوبی داشت. او حتی به طرز عجیبی سرگرم‌میش را شبیه کاپیتان بکارد یکی از قهرمانان سریال علمی تخیلی پشیتازان فضا^{۲۲}، اصلاح کرده بود.

نشستیم و متن نشست خبری ام را به او نشان دادم. وقتی متوجه قصه‌ام شد، به شدت قهقهه زد.

درباره خنده‌های مشهور بزوس در تمام این سال‌ها حرف‌های زیادی زده شده است. وقتی می‌خندد گردنش به عقب می‌رود و چشم‌هایش بسته می‌شود و صدای خرناس‌مانندی از دهانش بیرون می‌آید؛ و این صدا زمانی تولید می‌شود که مسئله برای افراد دیگر جالب

نیست. خنده او در واقع رازی است که تاکنون برای کسی حل نشده است؛ هیچ‌کس انتظار ندارد مردی باین همه جدیت به این شکل بخندد. ریک دالزل^{۳۵}، مدیر ارشد سابق اطلاعات شرکت در این مورد می‌گوید: «خنده‌اش شما را خلع سلاح می‌کند و درواقع می‌خواهد تنبیه‌تان کند.»

بزوس گزارش نشست خبری مرا در سکوت خواند و بعد درباره قصد و نیت این کتاب حرف زدیم؛ شرح کامل و عمیق داستان آمازون برای اولین بار (از همان آغازش در وال استریت در اوایل دهه ۹۰ تا به امروز). گفت وگویی ما یک ساعتی طول کشید. درباره کتاب‌های مشابه و همچنین زندگی‌نامه استیو جابز به قلم والتر ایزاکسن^{۳۶} صحبت کردیم که بلافاصله بعد از مردن جابز منتشر شد.

ما همچنین به شواهد ذاتی نوشتن و انتشار کتابی در مورد آمازون در این لحظه خاص آگاه بودیم. دهه‌های آنلاین و آفلاین «فروشگاهی برای همه چیز» بدون شک عقاید محکمی در این مورد دارند. درحقیقت، آیت غول رسانه‌ای فرانسوی مالک مؤسسه‌ای^{۳۷} که این کتاب را منتشر می‌دهد، مانند بسیاری از شرکت‌های دیگر در صنایع خرده‌فروشی و رسانه‌ای دیگر، ناچار است سازوکار به‌خوبی شریک تجاری قدرتمند و رقیبی خطرناک در نظر بگیرد. آیت اخیراً درگیر یک پرونده قضایی ضد تراست با وزارت دادگستری ایالات متحده و مقامات نظارتی در اتحادیه اروپا ناشی از اختلاف شرکت با آمازون در مورد قیمت کتاب الکترونیکی است.

در طول ده سال گذشته چندین بار با بزوس صحبت کرده‌ام و مذاکرات ما همیشه پر نشاط و سرگرم‌کننده بوده است که اغلب اوقات با انفجار خنده‌های بزوس متوقف می‌شود. او پراثری و پرشور است (اگر او را در راهرو ببینید، بی‌درنگ به شما می‌گوید که هرگز از آسانسور استفاده نمی‌کند و همیشه راه‌پله‌ها را ترجیح می‌دهد). او به گونه کاملاً به شما توجه می‌کند و برخلاف بسیاری از مدیران دیگر هیچ‌وقت این حس را به شما منتقل نمی‌کند که عجله دارد و یا حواسش جای دیگری است.

بزوس می‌گوید: «درحقیقت آنچه ما را متفاوت می‌سازد، این است که ما واقعاً مشتری محور هستیم، واقعاً به درازمدت فکر می‌کنیم و می‌خواهیم اختراع کنیم. اکثر شرکت‌ها به هیچ‌کدام از این موارد اهمیت نمی‌دهند. آن‌ها بر رقبایشان تمرکز می‌کنند نه بر مشتری. آن‌ها می‌خواهند روی چیزهایی کار کنند که در دو یا سه سال به سوددهی برسند

35- Rick Dalzell

36- Walter Isaacson

37- Hachette Livre, Little, Brown and Company

و اگر در این مدت به نتیجه نرسند، آن را رها می‌کنند و سراغ کار دیگری می‌روند. آن‌ها ترجیح می‌دهند به جای نوآور، دنباله‌رو باشند، زیرا ایمن تر است؛ بنابراین اگر می‌خواهید دربارهٔ آمازون حقیقت را بدانید، به این تفاوت توجه کنید. شرکت‌های بسیار معدودی دارای این سه عنصر هستند.»

نزدیک پایان بحث ما در مورد کتاب، بزوس پرسید: «چطور می‌خواهی اشتباه در روایت را کنترل کنی؟»

لحظه‌ای، من همان ترسی را تجربه کردم که کارکنان آمازون به مدت دو دهه در مواجهه با بسیاری غیرمنتظره از این رئیس هیجان‌انگیز حس می‌کردند. بزوس توضیح داد که اشتباه در روایت اصطلاحی است که نسیم نیکولاس طالب^{۳۸} در کتاب قوی سیاه^{۳۹} خود به آن اشاره کرده است. اصطلاح مذکور به این نکته اشاره دارد که انسان‌ها از لحاظ زیست‌شناختی تمایل دارند واقعیت‌های پیچیده را به داستان‌های آرام‌بخش، اما بیش‌ازحد ساده تبدیل کنند. طالب اعتقاد دارد محرک ودیت‌های مغز انسان منجر به تمایل ما به گنجاندن حقایق و رویدادهای غیرمرتبط در آن معنا، علت و معلول و سپس تبدیل آن‌ها به روایاتی می‌شود که به راحتی قابل فهم باشد. طالب می‌گوید: «حقیقت است که این داستان‌ها، بشریت را در برابر حقیقت تصادفی جهان، آشفتگی تجربیات انسان و تا حدودی عنصر ناخوشایند شانس که به تمام موفقیت‌ها و شکست‌ها منجر می‌شود، محاذات می‌کند.»

بزوس عقیده داشت که ظهور آمازون ممکن است از این نوع داستان‌های پیچیده غیرممکن باشد. توضیح آسانی برای چگونگی خلق محصولات خاصی مانند سرویس‌های اینترنتی آمازون AWS که پیشگام کسب‌وکار ابری^{۴۰} است وجود ندارد. او نگران این بود که ارائه‌ی روایتی ساده از تاریخچهٔ آمازون، تصویری غیرواقعی برای خواننده ایجاد کند.

و بنابراین کار من با سلب مسئولیت شروع شد. ایدهٔ تبدیل آمازون در سال ۱۹۹۴ در طبقهٔ چهارم آسمان خراشی در مرکز شهر نیویورک شکل گرفت. سریا بیات سال بعد، این شرکت تولیدی بیش از ۹۳ هزار نفر را استخدام کرد و به یکی از شناخته‌شده‌ترین شرکت‌های این سیاره تبدیل شد که اغلب مشتریان خود را با انتخاب گستردهٔ خود، قیمت‌های پایین و خدمات عالی شاد می‌کرد. این کتاب تلاش برای توصیف کاری است که در شکل‌گیری آمازون اتفاق افتاده و براساس بیش از سیصد مصاحبه با مدیران و کارکنان فعلی و سابق آمازون، از جمله مکالمات من در طول سال‌ها با خود بزوس، شکل گرفته است. بزوس

38- Nassim Nicholas Taleb

39- The Black Swan

40- cloud business

درنهایت از این پروژه حمایت کرد، گرچه عقیده داشت هنوز برای نوشتن چنین کتابی خیلی زود است. با وجود این او با انجام مصاحبه‌های زیادی با مدیران ارشد، خانواده‌اش و دوستانش موافقت کرد که از این جهت از او سپاسگزارم. همچنین از گزارش‌های نوشته‌شده دربارهٔ آمازون در نیوزویک، نیویورک تایمز و بلومبرگ در طول پانزده سال استفاده کرده‌ام.

هدف این کتاب روایت ماجرای یکی از بزرگ‌ترین موفقیت‌های کارآفرینی است. روایت این حقیقت که چگونه کودکی باهوش به مدیری فوق‌العاده و همه‌کاره بدل شد و اینکه چگونه او همراه خانواده و همکارانش با اعتماد به شبکه‌ای انقلابی به نام اینترنت و با چشم‌انداز فروشگاهی واحد که همه چیز را به فروش می‌رساند، ریسک کردند.