

## استارت‌آپ‌ها چگونه می‌توانند با غول‌هایی همچون گوگل وارد رقابت شوند؟



بزرگانی همچون گوگل بزرگ‌ترین سرمایه‌ها را در اختیار دارند و به راحتی می‌توانند نمونه مشابه محصول شما را طراحی کنند. این چالش بزرگ پرسشی را به وجود می‌آورد که آیا استارت‌آپ شما این شانس را دارد تا با چنین ابرشرکت‌های بزرگی به رقابت پردازد؟ در جواب این پرسش باید بگوییم با توجه به آنکه حرکت شرکت‌های بزرگ به‌کندی صورت می‌گیرد، باید به دنبال یافتن بازارهایی باشید که سرعت در آن‌ها حرف اول را می‌زند.

آیا استارت‌آپ‌ها می‌توانند با غول‌هایی همچون گوگل رقابت کنند؟ این سؤال ابتدا در وبسایت Quora مطرح شد. این وبسایت در واقع مکانی برای تبادل اطلاعات است که موجب تقویت قدرت یادگیری از دیگران و درک بهتر جهان می‌شود. بالاجی ویسواناتان مدیر عامل شرکت Invento Robotics، به سؤال مطرح شده در این سایت این گونه پاسخ می‌دهد: «در سال 2004، گوگل یکی از برترین‌های حوزه کسب و کار بود. گوگل از همه امکانات همچون پول، سرور، زیرساخت شبکه، رهبری، قدرت تجاری و غیره بهره‌مند بود. با این حال، در طول یک دهه یا بیشتر، مردم شاهد بودند چگونه تازه‌به‌دوران‌رسیده‌هایی همچون فیس‌بوک، یوتیوب، توییتر و دیگران بدون توجه به حضور گوگل با یکدیگر رقابت می‌کنند.»

گوگل سعی کرد بخش ویدئویی خود را راه‌اندازی کند و بعد مجبور شد این نبرد را واگذار و یوتیوب را خریداری کند. پروژه‌های Google، +Orkut و Buzz هم با شکست مواجه شدند. گوگل با میلیاردها دلاری که در جیب داشت، تمام تلاش خود را به کار گرفت، اما حتی موفق نشد یک رقیب قابل قبول در آن عرصه‌ها باشد. ابزار پاسخ‌گویی این شرکت نیز در واقع مشابه وبسایت Quora بود. سپس، گوگل دانش‌نامه Knol را راه‌اندازی کرد که اصلاً با ویکی‌پدیا قابل مقایسه نبود. حتی Google Wave هم نتوانست به‌خوبی Slack از آب دربیاید. اینستاگرام با یک برنامه عکس‌آمد و Picasa را از عرصه بیرون راند. مهم‌تر از همه این‌ها، واتس‌آپ که در دسته پیام‌رسان‌ها قرار داشت، توانست به قلب تمام شرکت‌های فناوری راه پیدا کند. پیام‌رسان گوگل نتوانست در مقابل پیام‌رسان یاهو، مایکروسافت و فیس‌بوک و دیگران راه به جایی برد. به هر حال، واتس‌آپ نتوانست تمام پیام‌رسان‌های دیگر را از عرصه رقابت فراری دهد.

حالا هم که رقیب آن‌ها تلگرام است و دراپ‌باکس و نمونه‌های بسیار دیگر که مثنوی هفتاد من کاغذ است. این‌ها نشان می‌دهند شرکت‌های زیادی توانسته‌اند با گوگل رقابت کنند و در این رقابت پیروز شوند. گوگل در برخی حوزه‌ها همچون روباتیک، پوشیدنی‌ها، واقعیت مجازی و واقعیت افزوده و حتی فیدخوان با اکراه وارد میدان شد و به راحتی شکست خورد. شرکت‌های بزرگی همچون مایکروسافت با وجود پول‌های هنگفتی که دارند، ممکن است نتوانند از پس رقابت با استارت‌آپ‌های متوسط و حتی کوچک‌تر بریابند.

**به چه دلایلی شرکت‌های بزرگ از شرکت‌های مصمم شکست می‌خورند؟**

## 1- سرعت پایین انتقال اطلاعات

در یک استارت‌آپ، بخش عمده اطلاعات در عرض چند دقیقه منتقل و ظرف چند روز عملیاتی می‌شود. در شرکت‌های بزرگ، این اطلاعات باید از سلسله مراتب مختلفی عبور کنند و اغلب هم در این میان مفقود می‌شوند. حتی اگر این اطلاعات مهم و حیاتی هم نباشند، باید با سایر اولویت‌های رهبران در کشمکش باشند تا در نهایت (ظرف چند هفته یا چند ماه) به روی میز جلسات راه پیدا کنند تا به آن‌ها رسیدگی شود. در آن زمان هم تصمیم‌گیری به‌عهده یک گروه فکری است.

## 2- شرکت‌های بزرگ مانند کشتی‌های بزرگ هستند یعنی حرکت آهسته‌ای دارند

مایکروسافت این پتانسیل را دارد تا سامانه‌های عامل قدرتمند و با کارایی بالایی را تولید کند، اما متأسفانه مشاهده می‌کنیم این شرکت در زمینه تولید سامانه‌های عامل همراه ویندوز موبایل و ویندوز فون موفق ظاهر نشد و عرصه را به سامانه‌های عاملی همچون اندروید واگذار کرد. سامانه عامل همراه مایکروسافت به دلایل مختلفی با شکست روبه‌رو شد، اول آنکه نسخه‌های تازه‌وارد با نسخه‌های قدیمی خیلی سازگار نبودند، دوم آنکه مایکروسافت خیلی دیر تصمیم گرفت با شرکای تجاری خود در زمینه به‌کارگیری و ساخت نرم‌افزارهای کاربردی برای این سیستم عامل به توافق برسد و سوم آنکه نقطه نظر ضعیف برخی مدیران باعث ناکامی این سیستم عامل شد. این‌ها نمونه‌هایی از موانع موجود بر سر راه شرکت‌های بزرگ هستند که سرعت حرکت آنان را می‌گیرند.

## 3- محدودیت بودجه و اختلال در تصمیم‌گیری‌ها

شرکت‌های بزرگ بودجه‌بندی و اهداف سالانه مشخصی دارند و نمی‌توانند هر روز برنامه‌ها را تغییر دهند. بنابراین، در حوزه‌هایی که مستلزم حرکت و تغییر بسیار سریع هستند، با مشکل بودجه مواجه می‌شوند. وال استریت (مرکز مالی ایالات متحده) نیز به انحراف شرکت‌های بزرگ کمک می‌کند و باعث می‌شود آن‌ها اهداف بی‌فایده‌ای را دنبال کنند.

## 4- بی‌تقارنی اطلاعات

شرکت‌های بزرگ کاملاً عمومی هستند و به‌آسانی می‌توان اطلاعات زیادی از آنان به دست آورد. برای مثال، استارت‌آپ‌ها از تمام جزئیات شرکت‌های بزرگ روباتیک رقیبشان باخبر هستند، ولی بعید است شرکت‌های بزرگ حتی متوجه حضور این استارت‌آپ‌ها باشند، چه برسد به موضوعات فنی آنان. شرکت‌های بزرگ زمانی متوجه رقبای کوچک‌تر می‌شوند که خیلی دیر شده است. این گونه است که دو مهندس بنیان‌گذار جوان می‌توانند بزرگ‌ترین موتور جست‌وجوی جهان را راه‌اندازی کنند.

## 5- روابط عمومی و تبلیغات رایگان

اغلب انجام تبلیغات خوب و تأثیرگذار برای یک استارت‌آپ کوچک کار آسانی است. شرکت‌های بزرگ باید برای تهیه تبلیغات تأثیرگذار پول‌های هنگفتی پرداخت کنند و وقتی شکست می‌خورند، همه آماده‌اند تا آن‌ها را سرزنش کنند. ولی اگر استارت‌آپ کوچکی شکست بخورد، این اتفاق برای آن نمی‌افتد.

## 6- موانع مقرراتی، قانونی و اجتماعی

رسانه‌ها و نهادهای ناظر به‌خوبی شرکت‌های بزرگ را تحت نظر دارند. مایکروسافت روز اول کاری یکی از مدیرانش به او گفت هرگز به هیچ اختراع و یا کد منبع بازی نگاه نکند. حتی یک اشتباه تصادفی می‌تواند خسارت‌های میلیاردی به بار بیاورد و این مانع بهره‌وری می‌شود. همه اقدامات گوگل نیز تحت نظارت دولت است. پس استارت‌آپ‌های کوچک می‌توانند از چیزهایی قسر در برونند که برای شرکتی همچون گوگل امکان‌پذیر نیست. در بازارهای نوظهور که قوانین مشخصی ندارند، فعالیت یک استارت‌آپ بسیار راحت‌تر از شرکت‌هایی همچون گوگل است که وکلای آن باید دائم مراقب ورود به مناطق خاکستری باشند. تا تیم مهندسی در گوگل بتواند رضایت وکلای آن را در آن مناطق خاکستری به دست بیاورد، [استارت‌آپ‌ها](#) سه قدم جلوتر هستند.

## 7- انگیزه

در استارت‌آپ‌ها، زندگی هر فرد به عقد قرارداد بستگی دارد. وقتی آدم‌ها در موقعیت سخت قرار دارند، با شور و انگیزه بیشتری کار می‌کنند. در شرکت‌های بزرگ انگیزه بسیار پایین است. کارکنان این شرکت‌ها می‌دانند که حتی اگر

قراردادی در کار نباشد، هزینه‌ها و حقوقشان تأمین و تضمین شده است. از سوی دیگر، اگر قراردادی هم امضا شود، ترفیع می‌گیرند و مزایای بیشتری نصیبشان می‌شود.

## 8- گم کردن مسیر

اغلب اتفاق می‌افتد که شرکت‌های بزرگ دیدگاه و هدف خود را گم می‌کنند. حتی کارکنان باانگیزه هم پیدا کردن مسیر حرکت را دشوار می‌دانند. آن‌ها به جای حرکت در یک مسیر مشخص، ناشیانه به این سو و آن سو می‌روند.

## 9- اولویت‌ها

شرکت‌های بزرگ به دلیل تنوع و وجود بخش‌های مختلف تولید محصول یا به دلیل حذف برخی بخش‌های کلیدی کسب و کار خود دچار سردرگمی می‌شوند. هر دو این‌ها، فرصت خوبی برای استارت‌آپ‌ها هستند. مگر اینکه استارت‌آپی بخواهد با یکی از اولویت‌های اصلی این شرکت‌ها، مثل موتور جست‌وجو، تبلیغات گوگل یا سیستم عامل میکروسافت رقابت کند.

## نکاتی برای رقابت با شرکت‌های بزرگ

### 1- به دنبال سرعت باشید

از آنجا که شرکت‌های بزرگ حرکت کندتری دارند، بازارهایی را بیابید که سرعت در آن‌ها حرف اول را می‌زند. در اصل استارت‌آپ‌ها همانند یک جت‌اسکی در برابر کشتی مسافربری هستند. آن‌ها نمی‌توانند وزنی معادل وزن یک کشتی مسافربری را حمل کنند، اما از نظر سرعت می‌توانند همیشه با آن‌ها مسابقه بدهند.

### 2- به دنبال مناطق خاکستری باشید

در فناوری‌های جدید اغلب مناطق خاکستری زیادی وجود دارند که مشخص نیست قانونی هستند یا غیرقانونی. استارت‌آپ‌ها می‌توانند وارد این مناطق شوند کاری که رقبای بزرگ از انجام آن عاجزند. خطر انجام کارهای غیرقانونی برای شرکت‌های بزرگ به مراتب بیشتر است. استارت‌آپ‌ها اغلب اظهار بی‌گناهی می‌کنند یا بدترین حالت برای آنان این است که کسب و کارشان را از دست بدهند که البته باز هم ارزشش را دارد.

### 3- با محصولات بزرگ رقابت نکنید

ساختن موتور جست‌وجو برای رقابت با موتور جست‌وجوی گوگل نوعی خودکشی است. در عوض، حوزه‌هایی را برای رقابت انتخاب کنید که کوچک‌تر از آن هستند که گوگل متوجه شود. این همان کاری است که بیل گیتس با فروش DOS در برابر IBM انجام داد. اگر شما هم به هیبت و بزرگی گوگل باشید، خم شدن و توجه کردن به زیر پایتان برای شما دشوار خواهد بود. همین فرصت خوبی است که استارت‌آپ‌ها بتوانند وارد عرصه رقابت شوند.

### 4- دشمن تراشی نکنید

بی‌تقارنی اطلاعات به نفع شما است تا رقبای بزرگ متوجه شما نشوند. تا زمانی که در رده بالایی قرار نگرفته‌اید، سعی کنید مدیران را عصبانی و بی‌اعتبار نکنید. ممکن است آن‌ها با شما رقابت نکنند، اما می‌توانند شما را نابود کنند.

### 5- نقش بازنده‌ها را بازی کنید

اگر مؤسسان استارت‌آپ‌ها به بازندگان دوست داشتنی تبدیل شوند، حداقل مزیتی که دریافت می‌کنند، روابط عمومی رایگان است. رسانه‌ها نمی‌توانند منتظر بمانند تا یک داستان موفقیت طولانی شکل بگیرد. ولی همه دوست دارند شکست شرکت‌های بزرگ یا خجالت‌زدگی آن‌ها را ببینند. توجه داشته باشید که طبق آمار شکست دادن گوگل در همه محصولاتش (در تمام گروه‌ها) بعید است. اما آن کاری مایه سربلندی و افتخار است که انجامش از نظر آماری بعید نباشد.

منبع:

inc  
تاریخ انتشار:  
25 فروردین 1397

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/are-network/12196/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D8%AA%E2%80%8C%D8%A2%D9%BE%E2%80%8C%D9%87%D8%A7-%DA%86%DA%AF%D9%88%D9%86%D9%87-%D9%85%DB%8C%E2%80%8C%D8%AA%D9%88%D8%A7%D9%86%D9%86%D8%AF-%D8%A8%D8%A7-%D8%BA%D9%88%D9%84%E2%80%8C%D9%87%D8%A7%DB%8C%DB%8C-%D9%87%D9%85%DA%86%D9%88%D9%86-%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF-%D8%B1%D9%82%D8%A7%D8%A8%D8%AA-%D8%B4%D9%88%D9%86%D8%AF%D8%9F>