

# zero to one

by Peter Thiel · Language: UR

Summary by booksummaryai.com — <https://booksummaryai.com/country/ur/zero-to-one>

## Overview

کی تعمیر کی وکالت کرتے ہیں - ایسی کمپنیاں جو اتنی منفرد اور قیمتی ہیں کہ ان کا کوئی حقیقی متبادل نہیں ہے۔ جائے، جس کا مطلب ہے موجودہ چیزوں کی نقل کرنا یا ان میں معمولی بہتری لانا۔ وہ مقابلہ سے بچنے اور اجارہ داریوں سے ایک 'تک جانے سے آتی ہے، یعنی کچھ بالکل نیا بنانا جو پہلے موجود نہیں تھا، بجائے اس کے کہ 'ایک سے این' تک جایا ہے جو مستقبل کی تعمیر اور نئے کاروبار شروع کرنے کے بارے میں ہے۔ تھیل کا مرکزی دلیل یہ ہے کہ حقیقی ترقی 'صفر پیٹر تھیل کی کتاب 'زیرو ٹو ون' کاروباری افراد اور اختراع کاروں کے لیے ایک رہنما اصول

عملی پیش کرتی ہے بلکہ یہ بھی بتاتی ہے کہ کس طرح مستقبل کو تشکیل دیا جائے اور انسانی ترقی کو آگے بڑھایا جائے۔ نہیں ہوئی ہیں - اور مستقبل کے بارے میں قطعی طور پر سوچیں۔ یہ کتاب نہ صرف سٹارٹ اپس کے لیے ایک حکمت اجارہ داری قائم کرنی چاہیے۔ وہ بانیوں کو چیلنج کرتے ہیں کہ وہ 'خفیہ' تلاش کریں - وہ سچائیاں جو ابھی تک دریافت ایک کامیاب کمپنی کو ایک منفرد ٹیکنالوجی، نیٹ ورک اثرات، پیمانے کی معیشت، اور برانڈنگ کے ذریعے ایک پائیدار داریوں کی اہمیت، اور کاروباری دنیا میں مقابلہ کی تباہ کن نوعیت پر گہری بصیرت فراہم کرتی ہے۔ تھیل کے مطابق، یہ کتاب جدت طرازی، اجارہ

## Key Takeaways

صفر سے ایک تک جائیں: کچھ نیا بنائیں جو پہلے موجود نہیں تھا، نہ کہ موجودہ چیزوں کی نقل کریں۔  
اجارہ داریاں بنائیں: ایسی کمپنیاں بنائیں جو اتنی منفرد اور قیمتی ہوں کہ ان کا کوئی حقیقی متبادل نہ ہو۔  
مقابلہ سے بچیں: مقابلہ منافع کو تباہ کرتا ہے اور جدت کو کمزور کرتا ہے، اس سے گریز کریں۔  
10 گنا بہتر ٹیکنالوجی بنائیں: آپ کی پروڈکٹ یا سروس موجودہ متبادل سے کم از کم 10 گنا بہتر ہونی چاہیے۔  
چھوٹا شروع کریں اور اجارہ داری قائم کریں: ایک چھوٹے، مخصوص بازار میں شروع کریں اور پھر وہاں سے پھیلیں۔  
اور تقسیم پر توجہ دیں: بہترین پروڈکٹ بھی ناکام ہو سکتی ہے اگر اسے مؤثر طریقے سے فروخت نہ کیا جائے۔  
فروخت  
مستقبل کے بارے میں قطعی طور پر سوچیں: ایک واضح منصوبہ بنائیں کہ آپ مستقبل کو کیسے بنانا چاہتے ہیں۔  
بانی کا ورژن اہم ہے: ایک مضبوط اور واضح ورژن والا بانی کمپنی کی کامیابی کے لیے ضروری ہے۔

## Chapter Summaries

### مستقبل کا چیلنج

کرتے ہیں کہ وہ مستقبل کے بارے میں سوچیں اور ایسے سوالات پوچھیں جو انہیں منفرد حل تلاش کرنے میں مدد دیں۔ ہے۔ تھیل دلیل دیتے ہیں کہ حقیقی ترقی صفر سے ایک تک جانے سے آتی ہے، جو کہ عمودی ترقی ہے۔ وہ قارئین کو چیلنج یہ باب 'صفر سے ایک' (کچھ نیا بنانا) اور 'ایک سے این' (موجودہ چیزوں کو بہتر بنانا) کے درمیان فرق کو واضح کرتا

### 1999 کی طرح پارٹی کریں

لائیں، اور فروخت پر توجہ نہ دیں۔ وہ دلیل دیتے ہیں کہ یہ اسباق غلط فہمیاں ہیں اور ان کے برعکس کام کرنا چاہیے۔  
تھیل چار بڑے اسباق کی نشاندہی کرتے ہیں: آہستہ آہستہ آگے بڑھیں، پتلا اور لچکدار رہیں، موجودہ مصنوعات پر بہتری  
یہ باب ڈاٹ کام ہبلے سے حاصل ہونے والے اسباق پر بحث کرتا ہے۔

## تمام خوشحال کمپنیاں مختلف ہیں

کو برا سمجھنا غلط ہے۔ ایک اجارہ داری ایک کمپنی ہے جو اتنی اچھی ہے کہ کوئی اور اس کے قریب بھی نہیں آ سکتا۔  
اجارہ داریاں ہیں، کیونکہ وہ کچھ منفرد کرتی ہیں۔ وہ مقابلہ کو تباہ کن قرار دیتے ہیں اور دلیل دیتے ہیں کہ اجارہ داریوں  
تھیل کا کہنا ہے کہ تمام خوشحال کمپنیاں

## مقابلہ کا نظریہ

وہ دلیل دیتے ہیں کہ مقابلہ ایک نظریہ ہے جو ہمیں یہ سوچنے پر مجبور کرتا ہے کہ یہ اچھا ہے، حالانکہ یہ اکثر برا ہوتا ہے۔  
کمپنیوں کو جدت سے ہٹا کر ایک دوسرے سے لڑنے پر مجبور کرتا ہے، جس سے منافع کم ہوتا ہے اور قدر تباہ ہوتی ہے۔  
یہ باب مقابلہ کی تباہ کن نوعیت پر زور دیتا ہے۔ تھیل کہتے ہیں کہ مقابلہ

## آخری حرکت کرنے والے کا فائدہ

اجارہ داری کے چار عوامل کی نشاندہی کرتے ہیں: ملکیتی ٹیکنالوجی، نیٹ ورک اثرات، پیمانے کی معیشت، اور برانڈنگ۔  
حرکت کرنے والے کا فائدہ' ہے، یعنی ایک ایسی کمپنی بنانا جو طویل عرصے تک اجارہ داری قائم رکھ سکے۔ وہ پائیدار  
تھیل دلیل دیتے ہیں کہ 'پہلے حرکت کرنے والے کا فائدہ' ایک افسانہ ہے۔ اصل فائدہ 'آخری

## آپ لائری کا ٹکٹ نہیں ہیں

ہیں۔ تھیل قطعی امید پسندی کی وکالت کرتے ہیں، جہاں بانیوں کا ایک واضح منصوبہ ہوتا ہے کہ وہ کیا بنانا چاہتے ہیں۔  
بہتر ہو گا لیکن ہمیں نہیں معلوم کیسے) اور قطعی امید پسندی (ہم مستقبل کو فعال طور پر تشکیل دے سکتے  
یہ باب مستقبل کے بارے میں سوچنے کے دو طریقوں پر بحث کرتا ہے: غیر یقینی امید پسندی (مستقبل

## پیسے کی پیروی کریں

افراد کو مشورہ دیتے ہیں کہ وہ اس حقیقت کو سمجھیں اور اپنی کمپنی کی قدر کو زیادہ سے زیادہ کرنے پر توجہ دیں۔  
پر روشنی ڈالتے ہیں، جس کے مطابق وینچر کیپیٹل میں زیادہ تر منافع چند کامیاب سرمایہ کاری سے آتا ہے۔ وہ کاروباری  
تھیل 'پاور لاء' کے تصور

## راز

ان رازوں کو تلاش کرنے کی ترغیب دیتے ہیں، کیونکہ یہ وہ بنیاد ہیں جن پر نئی اور قیمتی کمپنیاں بنائی جا سکتی ہیں۔  
ہے کہ دنیا میں ابھی بھی بہت سے 'راز' ہیں - اہم سچائیاں جو ابھی تک دریافت نہیں ہوئی ہیں۔ تھیل کاروباری افراد کو  
یہ باب اس خیال کو پیش کرتا

## بنیادیں

کریں، صحیح فیصلے کریں، اور ایک مضبوط ٹیم بنائیں۔ شروع میں کی گئی غلطیاں بعد میں مہنگی پڑ سکتی ہیں۔  
بنیادیں قائم کرنا بہت ضروری ہے۔ تھیل بانیوں کو مشورہ دیتے ہیں کہ وہ شروع میں ہی صحیح شراکت داروں کا انتخاب  
ایک سٹارٹ اپ کی کامیابی کے لیے صحیح

## مافیا کی میکانکس

ہے کہ تمام ملازمین کو کمپنی کے مشن پر یقین ہونا چاہیے اور ایک دوسرے کے ساتھ گہرا تعلق محسوس کرنا چاہیے۔ ایسی کمپنی کی ثقافت بنانے کی اہمیت پر زور دیتے ہیں جو ایک 'مافیا' کی طرح مضبوط اور متحد ہو۔ اس کا مطلب تھیل ایک

### اگر آپ اسے بنائیں گے، تو کیا وہ آئیں گے؟

وہ مختلف تقسیم کے چینلز پر بحث کرتے ہیں اور کہتے ہیں کہ آپ کو اپنے پروڈکٹ کے لیے صحیح چینل تلاش کرنا چاہیے۔ ڈالتا ہے۔ تھیل دلیل دیتے ہیں کہ ایک بہترین پروڈکٹ بھی ناکام ہو سکتی ہے اگر اسے مؤثر طریقے سے فروخت نہ کیا جائے۔ یہ باب فروخت اور تقسیم کی اہمیت پر روشنی

### انسان اور مشین

کی کامیاب کمپنیاں وہ ہوں گی جو انسانوں اور مشینوں کی طاقتوں کو یکجا کر کے بہترین نتائج حاصل کریں گی۔ پر بحث کرتے ہیں۔ وہ دلیل دیتے ہیں کہ مشینیں انسانوں کی جگہ نہیں لیں گی بلکہ ان کی تکمیل کریں گی۔ مستقبل تھیل انسانوں اور مشینوں کے درمیان تعلقات

## Themes

جدیدیت

اجارہ داری

مستقبل

مقابلہ

بانی

## Notable Quotes

بات پر زور دیتے ہیں کہ حقیقی جدت اور ترقی کچھ نیا بنانے سے آتی ہے، نہ کہ موجودہ چیزوں کو نقل کرنے سے۔ لمحہ کاروبار میں صرف ایک ہی چیز ہوتی ہے: آپ یا تو صفر سے ایک تک جاتے ہیں یا ایک سے این تک۔" — تھیل اس

دلیل کو اجاگر کرتا ہے کہ مقابلہ کمپنیوں کے لیے برا ہے کیونکہ یہ منافع کو تباہ کرتا ہے اور جدت کو کمزور کرتا ہے۔ "مقابلہ ایک تباہ کن قوت ہے، نہ کہ ایک تخلیقی قوت۔" — یہ اقتباس تھیل کے اس بنیادی

ہیں جو ایک منفرد مسئلہ حل کرتی ہیں اور اس طرح ایک اجارہ داری قائم کرتی ہیں، نہ کہ وہ جو مقابلہ کرتی ہیں۔ ہیں: ہر ایک کوئی منفرد اجارہ داری حاصل کر کے خوشحال ہوتی ہے۔" — تھیل کا کہنا ہے کہ کامیاب کمپنیاں وہ "تمام خوشحال کمپنیاں مختلف

بنانے کے لیے ایک عملی معیار فراہم کرتا ہے: آپ کی پیشکش کو موجودہ حل سے نمایاں طور پر بہتر ہونا چاہیے۔ جو آپ کے بہترین متبادل سے 10 گنا بہتر ہو، تو آپ کے پاس اجارہ داری ہے۔" — یہ اقتباس ایک پائیدار اجارہ داری "اگر آپ کوئی ایسی ٹیکنالوجی بنا سکتے ہیں

پروڈکٹ بھی ناکام ہو سکتی ہے اگر اسے مؤثر طریقے سے صارفین تک نہ پہنچایا جائے اور فروخت نہ کیا جائے۔ "فروخت اتنی ہی اہم ہے جتنی کہ پروڈکٹ۔" — تھیل اس بات پر زور دیتے ہیں کہ بہترین

## Frequently Asked Questions

### What is zero to one about?

چیزوں کو نقل کیا جائے (ایک سے این)۔ یہ جدت، اجارہ داریوں کی اہمیت، اور مقابلہ سے بچنے کی وکالت کرتی ہے۔ یہ اس بات پر زور دیتی ہے کہ حقیقی ترقی کچھ بالکل نیا بنانے سے آتی ہے (صفر سے ایک)، بجائے اس کے کہ موجودہ 'زیرو ٹو ون' پیئر تھیل کی ایک کتاب ہے جو نئے کاروبار شروع کرنے اور مستقبل کی تعمیر کے بارے میں

### Is zero to one worth reading?

نیا اور طاقتور فریم ورک پیش کرتی ہے۔ اس کی بصیرتیں سٹارٹ اپس اور موجودہ کمپنیوں دونوں کے لیے قابل قدر ہیں۔ کے لیے پڑھنے کے قابل ہے۔ یہ روایتی کاروباری حکمت عملیوں کو چیلنج کرتی ہے اور مستقبل کے بارے میں سوچنے کا ایک جی ہاں، 'زیرو ٹو ون' کاروباری افراد، سرمایہ کاروں، اور جدت طرازی میں دلچسپی رکھنے والے ہر شخص

### Who should read zero to one?

جو جدت، مستقبل کی منصوبہ بندی، اور کاروبار میں منفرد قدر پیدا کرنے کے بارے میں گہرائی سے سوچنا چاہتے ہیں۔ بانیوں، وینچر کیپیٹلسٹس، اور ٹیکنالوجی کے شعبے میں کام کرنے والے افراد کے لیے ہے۔ یہ ان لوگوں کے لیے بھی مفید ہے 'زیرو ٹو ون' خاص طور پر کاروباری افراد، سٹارٹ اپ

### How long does it take to read zero to one?

رفتار پر منحصر ہے۔ تاہم، اس کے گہرے تصورات کو مکمل طور پر سمجھنے کے لیے غور و فکر کی ضرورت پڑ سکتی ہے۔ جس میں تقریباً 200 صفحات ہیں۔ اوسط قاری اسے تقریباً 3 سے 4 گھنٹوں میں پڑھ سکتا ہے، جو کہ پڑھنے کی 'زیرو ٹو ون' ایک نسبتاً مختصر کتاب