Департамент образования города Москвы

Государственное бюджетное образовательное учреждение города

Москвы «Гимназия №1505

«Московская городская педагогическая гимназия-лаборатория»»

РЕФЕРАТ

на тему:

Как сделать стартап успешным и избежать ошибок

Выполнил:

Глебов Александр Александрович, ученик 9 класса "Б"

Руководитель:

Полетаева Марина Андреевна

подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент:

Кириллов Дмитрий Анатольевич

подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва

2018/2019 уч.г

Оглавление.

|  |  |
| --- | --- |
| Введение ……………………………………………………………... | 3 стр. |
| Глава1. Что такое стартап?.................................................................. | 5 стр. |
| 1.1 Определение и история понятия стартап……………………… | 5 стр. |
| 1.2 Виды сатрапов…………………………………………………… | 6 стр. |
| 1.3 Различия стартап и бизнеса…………………………………… | 8 стр. |
| Глава 2. Структура стартапа и частые ошибки…………………… | 11 стр. |
| 2.1 Этапы развития стартапа………………………………………... | 11 стр. |
| 2.2 Ошибки…………………………………………………………… | 13 стр. |
| Глава 3. Lean startup (бережливый стартап) ……………………... | 15 стр. |
| 3.1 Что такое бережливый стартап?................................................... | 15 стр. |
| 3.2 Копнём глубже…………………………………………………... | 16 стр. |
| Выводы……………………………………………………………… | 20 стр. |
| Список литературы………………………………………………… | 22 стр. |

**Введение.**

В своем реферате я хотел бы вас познакомить с понятием «стартап», рассмотреть определения, которые дают этому понятию и попробовать дать свое, которое как мне кажется будет наиболее близко объяснять, что же такое стартап. Я объясню, чем стартап отличается от любого другого коммерческого проекта. Так же в своем реферате я хочу предложить решение некоторых проблем, которые часто возникают при развитии стартапа. Но для начала надо рассказать, что это и почему сейчас тема стартапов актуальна. Впервые это понятие было использовано в журнале «Forbes» в августе в 1973 году, затем в «Business Week» в сентябре в 1977 году[[1]](#footnote-1). Впоследствии в 1990 понятие закрепилось в языке и широко распространилось.

Классическое определение стартапа: «Стартап — это только что созданная компания, находящаяся на стадии развития и строящая свой бизнес либо на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившихся технологий». Если более простым языком, то стартап – это бизнес-проект, созданный для того, чтобы развиваться и приносить доход. В переводе с английского термин «startup» означает «начало процесса», «начало проекта»[[2]](#footnote-2). Но стартапом нельзя назвать любой коммерческий проект, созданный для получения прибыли, с нуля. Под это определение попадает лишь небольшое число новых бизнес-моделей. Стартап должен быть уникальным, не должен брать за основу уже существующие проекты, он должен быть абсолютно новым.

В двадцать первом веке стартап является актуальным. Это связано с огромным количеством различных факторов, но в основном, с тем, что двадцать первый век – это век материальных ценностей. А стартап нацелен на получение прибыли с помощью решения повседневных задач и потребностей человека, которые возникают регулярно. Например, стартап «Кнопка жизни», целью которого является, чтобы любой человек, у кого возникнет ситуация, представляющая угрозу его жизни и здоровью, мог круглосуточно получить необходимую помощь. Он решает проблему, которая может возникнуть в любое время, у любого человека. Из приведенных выше рассуждений можно сделать вывод, что стартапы будут актуальны до тех пор, пока у человека будут желания и потребности.

В связи с актуальностью, создаётся огромное количество стартапов ежегодно во всем мире. Но тут же возникает важная проблема: как стартаперу сделать свой проект успешным, ведь очень многие стартапы заканчивают своё существование, даже не выйдя на экономический рынок. Все начинающих стартаперы сталкиваются с трудностью реализации собственного проекта. Потому что реализация стартапа подразумевает целую цепочку последовательно выстроенных шагов и некоторые факторы, которое существую независимо от стартаперов. Цель моего реферата: выявление общих закономерностей успешности стартапов, общих правил, которых следует придерживаться, начинающим стартаперам для успешной реализации их проектов, а так же выявление факторов, независящих от стартаперов, но которые могут повлиять на успешность стартапа.

Перед собой я ставлю несколько обязательных задач, в реферате я подберу распространенные определения «стартапа», дам свое определение, покажу структуру стартапа, объясню в чем разница между стартапом и любым другим бизнес-проектом, рассмотрю наиболее частые ошибки, которые происходят при запуске стартапов, расскажу, что такое бережливый стартап и, как можно создать успешный проект, избежав ошибок.

Структура реферата: Данный реферат состоит из введения, основной части, разделенной на 3 главы, заключения и списка литературы и приложений.

**Глава 1. Что такое стартап?**

**1.1 Определение и история понятия «стартап»**

Свой реферат я хотел бы начать с определения понятия «стартап», но стартап – это термин, которому можно дать разные определения и все они будут верны. Посмотрев в отечественных и зарубежных источниках, я нашел много различных определений. Хоть определений много, и они различаются, но в совокупности сложилась такая картинка: стартап – это проект, основанный с нуля и нацеленный на изобретение чего-то нового, по своей уникальной идее[[3]](#footnote-3). С английского слово «Startup» можно перевести, как «начало процесса» или «начало движения». Компания может считаться стартапом, не зависимо от сферы деятельности.

Поискав в интернете, я все же нашел два, дополняющих друг друга определения стартапа и дающих нам понять, что же это такое, давайте разберем их. Стартап – это предпринимательское предприятие, которое, как правило, является вновь появившимся, быстро развивающимся бизнесом-проектом, целью которого является удовлетворение потребностей рынка путем разработки жизнеспособной бизнес-модели вокруг инновационного продукта, сервиса, процесса или платформы. Обычно стартап – это компания, предназначенная для эффективной разработки и проверки масштабируемой бизнес-модели. В этих двух предложениях уместилась значительная часть понятия «стартап». Теперь мы понимаем, что стартап – это определенная деятельность с нуля, имеющая очень небольшую историю или не имеющую ее вообще, нацеленная на введения на рынок нового продукта или услуги.

Если бы меня попросили бы дать свое определение стартапа и дать комментарий, я бы сказал, что: «Стартап – это молодая компания, которая только начинает развиваться, но развивается быстро. Стартапы, как правило, небольшие и изначально финансируются, и управляются несколькими учредителями. Эти компании предлагают продукт или услугу, которые в настоящее время не предлагаются в других местах на рынке, или которые, как считают основатели, уступают их продукту в качестве. Главная цель у каждого стартапа своя.

А сейчас немного истории. В Калифорнии в 1939 год двое студентов Стэндфордского университета Уильям Хьюлетт и Дэвид Паккард создали первый стартап в сфере информационных технологий. А во время его создания своего дела, назвали его стартапом (от английского слова start-up – стартовать, запускать). Оказалось, что у проекта большое будущее. Со временем деятельность этого стартапа развилась до уровня всемирно известной компании Hewellet-Packard. А уже в конце 1970-ых 2000-ых, начался период стремительного развития стартапов. Один за одним начали появляться стартапы в сфере информационных технологий: 1975 год – Microsoft (основатели – Билл Гейтс и Пол Аллен),1976 – Apple (основатель – Стив Джобс), 1998 – Google (основатели – Ларри Пейдж, Сергей Брин) и т.д.[[4]](#footnote-4)

**1.2 Виды стартапов**

Даже после просмотра определения и истории довольно сложно представить себе, что такое стартап. Для того, чтобы легче понять, что это такое, из общей массы стартапов можно выделить несколько видов. Нижеприведенные примеры отразят основные виды стартапов. [[5]](#footnote-5)

Первый тип это – Lifestyle startups. Это один самых распространенных видов стартов. Сложно дать перевод, но смысл таков, что своим жизненным занятием, человек приносит прибыль. Ваш образ жизни – это ваш стартап. Это очень удобно, ведь занимаясь своим любимым делом, вы еще и зарабатываете.

Очень хорошим примером является деятельность австралийского серфера. Серфер, который дает уроки серфинга и владеет своим собственным магазинчиком, где есть все для серфинга, он зарабатывает своим увлечением на жизнь. Речь идет об Мэтью Джонсоне, бывшем австралийском серфере. Он стал не просто тренером, а превратил своё увлечение к серфингу и велнесу в несколько мобильных приложений. Приложение iSurfer стало сильно популярно среди поклонников серфинга. Позже он объединился с другими серферами, чтобы создать лучшее приложение для энтузиастов серфинга.

### Следующий тип стартапов – Small business startups. Стартап малого бизнеса – малые предприятия, основанные при небольших затратах, для улучшения или облегчения повседневной жизни. В таких проектах огромную роль играют инновационные технологии. Такие предприятия часто работаю эффективнее обычных бизнес проектов, используя технологии для повышения мобильности.

### Например, Yogibo LLC - прекрасный стартап малого бизнеса, который стал очень успешным, на фоне хорошо специализированного адаптивного веб-сайта. Он помог тысячам людей получить свою порцию здорового сна. Также используя веб-приложение, получили огромную выгоду такие проекты, как Chocolate Pizza Company Inc. и Cabinetparts.com. Множество стартапов такого типа направлены на доставку и перевозку, еды, вещей и т.д.

### Третий вид стартапов – Scalable startups. Масштабируемые стартапы, чаще всего, находятся в технической нише. Основной чертой таких стартапов является то, что они способны продолжать увеличивать свои доходы при минимальных дополнительных затратах.

### Отличными примерами являются компании: Google, Twitter, Skype и любые другие социальные сети.

### Далее в списке наиболее распространенных стартапов идет – приобретение франшизы. Часто приобретение франшизы является очень удобным и выгодным стартапом, но оно требует крупных вложений. Вы покупаете уже существующую, успешную бизнес-модель, которая поставляется с проверенной репутацией, успешной программой подготовки, настроенной цепочкой поставок и экспертной технической поддержкой. Некоторые из самых известных франшиз являются олицетворением успеха. Примером франшиза может стать любой магазин, любое кафе или ресторан.

### Последний тип стартапов в моем списке это – IT-стартап. 21 век – век технологий. Появляются более инновационные и интересные идеи. Нашу современную жизнь сложно уже представить без гаджетов, мы с ними тесно связаны. IT-стартапы являются крайне востребованы в современном мире. Каждый год появляются новые успешные стартапы в сфере IT.

### Из всего вышеперечисленного уже легче складывается представление, о том, что такое стартап. Но до сих пор не понятно, чем же стартап отличается от любого другого бизнес-проекта.

**1.3 Различия стартапа и бизнеса.**

Сейчас я хотел бы объяснить, в чем отличается стартап от бизнеса по нескольким критериям, ведь многие путают или не различают эти два понятия. Критерии, по которым я буду сравнивать (1-инновации, 2-масштабы, 3- темпы роста, 4-прибыль, 5-финансирование, 6-технологии, 7-бизнес-модель, 8- идея, 9- модель).[[6]](#footnote-6)

1). Важным различием стартапа и бизнес-проекта является использование инноваций. Бизнес не обязан быть уникальным. Часто создаются точно такие же компании, только с другим названием. Примером может служить ресторан, парикмахерская или крупные компании автомобилей. В это время в самом определение стартапа есть слова: «уникальность идеи», «новый продукт». Для стартапа инновации – это его основа. Цель стартапа в создании чего-то нового. В ином случае бизнес-проект перестает быть стартапом.

2). Наглядная разница между понятиями лежит в масштабировании. Бизнес развивается в рамках, задаваемых самими бизнесменом. В то время, как стартап же не ставит перед собой каких-то рамок и готов развиваться до тех пор, пока не станет лидером в своей отрасли. (целью бизнеса тоже может быть развитие, до лидерской позиции, но скорее всего стартап быстрее добьется этой цели, на вопрос почему, я отвечу в следующем пункте).

3). Различие темпов роста. Бизнес проект должен развиваться быстро, только на первом этапе – этапе роста, а заняв место не рынке, он может перестать расти, если нет необходимости. Стартап же должен расти всегда, этим он сильно отличается от бизнес проекта. Он должен расти для воспроизведения успеха дела в масштабах мира.

4). Разница в скорости получении прибыли (отдачи), я имею ввиду то, как скоро проект станет окупаться и приносить чистую прибыль. Бизнес рассчитан на получение прибыли как можно скорей (с первого дня), конечная прибыль опять же зависит от руководителя компании. У стартапа может уйти полтора десятка месяцев на получение первой прибыли, цель стартапа в том, чтобы продукт завоевал рынок и, если цель будет достигнута прибыль будет огромной.

 5). Разница в финансировании. В бизнесе финансирование зависит от размеров желаемого предприятия, например малый бизнес можно основать из собственного капитала. Чаще всего стартапы финансируются и из личного капитала (в самом начале), и инвесторами. Так же частым способом финансирование стал краудфандинг (группа людей, объединяющая средства для вложения в какое-то дело).

6). Наглядным различием будет, использование инновационных технологий. В бизнесе новых технологий не требуется, за основу можно взять уже существующие. В то время, как зачастую продуктом стартапа становятся инновационная технологи. Даже если продукт стартапа не технология, то стартап часто использует новые технологии для ускорения своего развития. Ведь быстрое развитие очень важно для стартапа.

7). Различие развития проекта (конкретно, об изменении бизнес-модели). При создании бизнеса его изначальная модель меняется очень редко. Бизнес часто развивается, как развивались предыдущие проекты этой отрасли. Нет необходимости менять успешную модель, которая приведет к цели. В случае стартапа все наоборот, для него необходима постоянная корректировка, для улучшения продукта. Стартап может изменить начальный курс движения на абсолютно противоположный.

8). Различие идей сатрапа и бизнес-проекта. Один из известнейших предпринимателей России Михаила Дашкиев сказал, что главная идея стартапа заключается в проверке гипотезы, а главной идеей бизнеса - масштабировать проверенную гипотезу. Другими словами, бизнес проект повторяет путь предыдущих бизнес проектов и его главной целью становиться развитие. А целью стартапа является в развитии своей новой, никем не использованной идеи.

9). Наконец стартап и бизнес-проект различаются своими продуктами и их подачей на рынок. На рынке стартапов есть понятие MVP (от англ. Minimum viable product – минимально жизнеспособный продукт), оно отражает состояние продукта на данный момент времени. В случае MVP есть
свои плюсы и минусы. Главное преимущество заключается в том, что можно выставить на рынок еще сырой продукт и получать отзывы, следуя им развивать и улучшать продукт, так же вбросив продукт на рынок можно проверить, способность существования. В бизнесе все по-другому, там важна «упаковка» (как вы преподнесете свой товар или услугу). Клиент должен быть уверен в качестве вашего продукта, а сырой продукт внушает ему сомнения.

**Глава 2. Структура стартапа и частые ошибки.**

**2.1 Этапы развития стартапа.**

Сейчас предлагаю разобрать самый распространенный ход развития стартапа. Чаще всего стартап имеет следующие шесть ступеней. [[7]](#footnote-7)

Нулевая ступень – «Фаза семени и развития». Сбор команды, поиск единомышленников. Формирование развитие идеи и коллектива. Первые приготовления к работе.

Первая ступень – это старт. Каждое предприятие или начинание начинается с идеи. Таким образом, фаза запуска следует после фазы « [семени и развития](https://yourstory.com/2016/07/stages-of-organisational-development/) », где ваш бизнес - это просто мысль или идея, по сути, означающая рождение бизнеса. Многие считают фазу запуска самой рискованной за весь жизненный цикл. После того, как идея тщательно проверена, настало время сделать предприятие легальным. Продукты и клиенты находятся в очереди, и вы готовы к работе. Основной проблемой, с которой сталкиваются здесь предприниматели, является выгорание денежных средств, когда они переоценивают потребности в денежных средствах. Поскольку они пытаются охватить клиентскую базу, адаптируемость является ключевым моментом на этом этапе - формирование и изменение формы продукта в соответствии с первоначальной обратной связью, полученной от клиентов.

Вторая ступень – это рост и развитие проекта. Достижение этого этапа означает, что ваш стартап имеет постоянный источник дохода и постоянно принимает новых клиентов. Предприниматель должен начать замечать улучшение денежного потока с медленным, но устойчивым повышением доходов. Самая большая проблема, с которой сталкиваются предприниматели на данном этапе – это решение таких проблем, как управление временем, клиентами и, что самое важное, конкуренция.

Третья ступень – создание. Достижение этого этапа означает, что ваш бизнес [успешно](https://yourstory.com/2016/06/successful-unsuccessful-entrepreneur/) превратился в процветающую компанию, которая имеет стабильный поток доходов наряду с прочной базой на рынке и лояльной клиентской базой. Для [успешного генерального директора](https://yourstory.com/2016/09/books-for-ceos/) и его сотрудников бизнес становится более рутинной работой, где повседневные ситуации в большинстве случаев предсказуемы. Однако такой кратковременный успех не должен отвлекать предпринимателя от общей картины, то есть дальнейшего роста и расширения. Им необходимо помнить, что первоначальные идеи, которые привели к их успеху, должны быть переосмыслены, чтобы сделать их жизнеспособными и интересными для расширения клиентской базы.

Четвертая ступень – Расширение. Этот этап характеризуется выходом на новые рынки и каналы сбыта. Предпринимателю больше не нужно совать свой нос в мелкие дела, поскольку есть люди, которым поручено заниматься разными проблемами. Каждая компания на этом этапе пытается извлечь выгоду из новых возможностей и предприятий. Бизнес на данном этапе характеризуется быстрым ростом выручки и денежных потоков. Часы тяжелой работы и ночные задания наконец-то окупились, и теперь предприниматель пожинает плоды.

Пятая ступень – Зрелость и возможный выход. Хотя продажи и прибыль остаются стабильными на протяжении многих лет, конкуренция продолжает расти. Эта фаза в основном отмечена консолидацией, когда перед предпринимателем стоит дилемма о необходимости выбора между дальнейшим расширением или выходом. На данном этапе операции становятся очень сложными, и генеральному директору приходится принимать как краткосрочные, так и долгосрочные решения.

Однако не всегда стартап будет следовать указанному выше хронологическому порядку. Во многих случаях стартапы могут испытывать быстрый рост сразу после стадии разработки или даже выход из этого положения. Каждый этап несет с собой ряд проблем, которые требуют от генерального директора адаптации к ситуациям и принятия решений.

**2.2 Ошибки.**

Переходим ближе к сути реферата. Почему стартапы терпят крах на рынке? Ведь у них есть свой план, своя стратегия поведения, анализ рынка. Давайте рассмотрим основные причины.

Первая причина ошибки – может быть в полном следовании якобы идеального бизнес-плана, просчитанной стратегии и максимальном исследовании рынка. В прошлом веке это были еще надежные индикаторы вероятности успеха. Но сейчас это не сработает, из определения Эрика Риса следует, что стартап действует в условиях полной неопределённости. Стартапер не может знать на сто процентов, кто будет его клиентами и каков будет его окончательный продукт. К тому же сейчас становиться все сложнее просчитать будущее на рынке. Планирование и прогнозы становиться делать очень проблематично из-за нестабильности рынка.

 Второй очень распространённой ошибкой является переоценка собственной идеи. Как сказал Тим Феррис, который призывал здраво оценивать идею: «идеи, которые могут перевернуть мир, не стоят и гроша»[[8]](#footnote-8). Но это не значит, что любая идея не имеет права на осуществление в жизнь.

Третьей ошибкой может стать отторжение своего занятия. К примеру. Стартапер должен любить своё занятие. Стартап невозможен без непрекращающихся вложений свих сил в дело, а если у стартапера не горят глаза идей, то скорее всего стартап будет провалом. Так как именно страсть, огонь в глазах и любовь к своему делу являются ключевыми показателями результата.

Четвертой ошибкой является недостаточный анализ рынка. Эта ошибка наиболее частая, она встречается в 80% случаях. Если стартапер хочет выйти на рынок в той или иной области, для начала он должен долго и тщательно ее исследовать: насколько большой рынок для их предложения, кто может стать клиентами, сколько потенциальных клиентов и сколько из них можно получить клиентов для своего продукта.

Ошибочная ориентация на клиента – тоже очень распространенная ошибка. Эту проблему я хотел бы рассмотреть на примере компании IMVU, когда проект вышел на рынок со своим продуктом, ничего не произошло, месяц за месяцем они боролись за каждого клиента «умоляли» подписаться. Отчаявшись, они начали спрашивать первых пользователей, чего они хотят. Оказалось, что продукт не может сделать то, чего от него хотели. Компания начал все сначала, выкинув продукт.[[9]](#footnote-9)

Ошибочный фокус. Большое количество стартаперов совершают ошибку в постановке цели. Изначально стартапер должен заинтересовать инвесторов, значит при ознакомлении с материалами они должны быть уверены в результативности стартапа. Следовательно, четкая постановка цели и аргументация – путь к получению первоначальных средств.

Так же важно упомянуть, что некоторые бизнесмены хотят все сделать в одиночку, но любому проекту нужна команда. «Многие не могут понять, насколько человеку нужен человек». У команды перед человеком есть множество преимуществ, многие из них банальны как то, что команда выполнит больший объем работы чем человек в одиночку.

**Глава 3. Lean startup (бережливый стартап)**

**3.1 Что такое бережливый стартап?**

По мнению многих предпринимателей есть разные способы создания идеального стартапа и решения всех проблем, но я считаю, что лучшим вариантом является стратегия – lean startup (бережливый стартап). Впервые концепцию бережливого стартапа сформулировал Эрик Рис, сперва в своем блоге (www.startuplessonslearned.com), а потом в книге «Бизнес с нуля. Метод Lean Startup». В своей книге он описывает пять принципов бережливого стартапа: предприниматели есть повсюду, предпринимательство – это менеджмент, подтверждение фактами, цикл «создать – оценить – научиться», учет инноваций.

Метод бережливого стартапа обеспечивает научный подход к созданию и управления стартапами и получить желаемый продукт в руки клиентов быстрее. Метод бережливого стартапа учит вас, как управлять стартапом, как управлять, когда поворачивать и когда продолжать и развивать бизнес с максимальным ускорением. Это принципиальный подход к разработке нового продукта. Слишком много стартапов начинаются с идеи продукта, который, по их мнению, хотят люди. Затем они проводят месяцы, а иногда и годы, совершенствуя этот продукт, даже не демонстрируя его, даже в очень элементарной форме, потенциальному покупателю. Когда им не удается получить широкое признание клиентов, это часто происходит потому, что они никогда не общались с потенциальными клиентами и не определяли, был ли продукт интересным. Когда клиенты в конечном итоге сообщают, что из-за их безразличия они не заботятся об идее, стартап терпит неудачу.

Основным компонентом методологии бережливого стартапа является цикл обратной связи build-measure-learn.[[10]](#footnote-10) Первым шагом является выяснение проблемы, которую необходимо решить, а затем разработка минимально жизнеспособного продукта (MVP), чтобы как можно быстрее начать процесс обучения. Как только MVP установлен, запуск может работать над настройкой двигателя. Это будет включать измерение и обучение и должно включать действенные метрики, которые могут продемонстрировать причину и следствие вопроса. В стартапе также будет использоваться метод исследовательской разработки под названием «Пять почему», который задает простые вопросы для изучения и решения проблем на этом пути. Когда этот процесс измерения и обучения будет выполнен правильно, станет ясно, что компания либо движет драйвами бизнес-модели, либо нет. Если нет, это признак того, что пришло время развернуть или внести структурную коррекцию курса, чтобы проверить новую фундаментальную гипотезу о продукте, стратегии и двигателе роста.

**3.2 Копнём глубже.**

Далее в своем реферате я собираюсь рассмотреть действие методики бережливого стартапа на примере компании IMVU, моим основным источником будет книга Эрика Риса «Бизнес с нуля».

Начну, пожалуй, с общей картины. История Эрика Риса начинается в 2004, когда нашлась группа единомышленников и создала компанию. Идей проект было создать виртуальный мир, трехмерных аватаров и множество мелочей. Компания вывела на рынок сырой продукт и начал его тестировать и менять, так часто, как только это было возможно. Компания старалась вести обратную связь, это было главным источником информации об их продукте. В 2011 году компания имела годовой доход в 50 млн долларов, а клиенты уже создали 61 млн аватаров. Проект достиг таких успехов, используя метод бережливого стартапа. Эрик Рис: «Бережливый стартап – подход, основанный на применении принципов бережливого производства в процессе создания инноваций».[[11]](#footnote-11)

В основе «бережливого стартапа» лежит цикл обратной связи. «По сути, стартап – это катализатор превращения идей в продукты» - пишет Эрик Рис. Проект, вбросив продукт на рынок, видит обратную связь в виде отзывов от пользователей. Такая связь дает разные сведения, например о самом продукте или о пользователях. В конечном счете стартапер понимает куда направить свой стартап. Описанный процесс можно разделить на три части, из чего мы получим цикл обратной связи «создать – оценить – научиться». Первой задачей является запустить цикл обратной связи, для этого нужен минимально рабочий продукт. Этот процесс является основополагающим, так как пройдя весь цикл, можно понять стоит ли менять тактику или продолжаться придерживаться старой, а это важно для развития проекта.

«Сначала стартап – это цифры и прогнозы на бумаге» – пишет Эрик – «одной из важнейших задач стартапа – отслеживать, где он находится».[[12]](#footnote-12) В первые несколько лет у минимально жизнеспособного продукта IMVU было множество недочетов, продажи были очень невысоки, предположительно из-за низкокачественного продукта. На протяжении долгого времени компания старалась улучшить свой продукт. Ежемесячно проводились собрания, для анализа результатов. Шли недели, а изменения продукта не приводили ни к какому результату. В целях привлечения новых пользователей, для анализа продукта, компания выделяла бюджет в 5 долларов, что привлекало новых клиентов. Но как показал анализ значительного результата не было. Каждый анализ заставлял задуматься: свернуть ли или продолжить свое движение.

Подход небольших партий. «Бережливое производство» – самый оптимизированный метод производства. В нем применяется подход единичных изделий. Эффективность этого способа заключается в преимуществах маленьких партий. Если мы делаем что-то, состоящее из разных последовательных стадий, то объем работы, переходящий от одной стадии к другой за один раз, определяется размером партии.

В IMVU использовался метод бережливого производства, а точнее подход небольших партий. Новые опции проектировались по очереди. Как только опция была готова, ее выкладывали на сайт проекта, но доступ был не у всех пользователей. В зависимости от реакции пользователей, команда решала, что делать далее.

Любой проект должен расти, а стартап должен расти всегда. Стартап должен добиться постоянного прироста клиентов. Реклама и пиар всегда используются, но не приводят к постоянному притоку клиентов, а производят рывок. Новых клиентов приводят те, кто уже пришел до них. Есть четыре способа привлечения новых клиентов, теми, кто пришел раньше.

1). Сарафанное радио. Сюда входят как отзывы на сайте, о продукте или услугу, так и то, что клиент просто рассказал в кругу семьи и друзьям о новом приобретении.

2). Побочный эффект использования продукта. Речь идет о модных и дорогих вещах. Когда человек видит хорошо одетого в популярные бренды человека, ему хочется одеться так же.

3). Затраты на рекламу. В этом случае расходы на рекламу, оплачиваются из доходов, которые она принесла. Пока стоимость привлечения окупается клиентом, реклама способствует жизнеспособному росту.

4). Повторные покупки или повторное обращение. Многие продукты подразумевают, что вы совершить повторную покупку этого продукта. Например, лампочка, как только она перегорит вам потребуется такая же.

Впервые этот метод, как решение проблем в бизнесе разработал Тайити Оно, впоследствии Эрик Рис адаптировал этот метод для системы «бережливый стартап». В основе любой проблемы лежит проблема человеческая (человеческий фактор). Метод «Пяти “Почему?”» позволяет вычислить в чем заключается проблема.

Этот метод помогает в создании адаптивной организации. Поскольку совершаются постоянные инвестиции на каждом из пяти уровней, надо понимать куда инвестировать значительные средства, а куда надо тратить меньше усилий. Другими словами, производиться профилактика, пока не решена проблема. В IMVU этот метод применялся неоднократно, но наилучший пример был с обучением новых работников компании. Каждый раз, когда возникала проблема с новыми работниками, используя метод «Пяти “Почему?”», компании меняла что-то в обучении сотрудников.

Метод «Пяти “Почему?”» – является мощным организационным методом. Используя подход небольших партий и данный метод, создается фундамент, для быстрого и адекватного реагирования на возникновение проблем, так же позволяет не тратить лишних средств и времени на их решение.

**Подведем итоги.**

Стартап – это предпринимательское предприятие, которое, как правило, является вновь появившимся, быстро развивающимся бизнес-проектом, целью которого является удовлетворение потребностей рынка путем разработки жизнеспособной бизнес-модели вокруг инновационного продукта, сервиса, процесса или платформы.

Чаще всего стартап имеет структуру, состоящую из шести ступеней: «фазы семени и развития», старта, роста, создания, расширения и зрелости. Однако не всегда стартап будет следовать именно этими ступенями в хронологическом порядке.

Стартап отличается от бизнеса по многим критериям, основное различие состоит в том, что стартап обязан быть уникальным, а бизнес идет по уже известному пути. Так же большим отличием является использование новых технологий.

Существует несколько разных видов стартапов. Каждый из них можно развивать по принципу «Lean startup»

Lean startup – это способ «бережливого» запуска и роста проекта, концепции была сформулирована Эриком Рисом в 2011 году. А сейчас является самой популярной во всем мире. Основой этого способа является максимально грамотной распределение ресурсов, как денежных, так и временных. Так же важной частью является научный подход: формулировка гипотезе, проверка на практике, оценка результатов относительно метрик. Лишь в случае успеха идея развивается дальше.

Я считаю, что если знать самые частые ошибки и как их обойти, действовать по концепции «бережливого стартапа», используя все его преимущества: цикл обратной связи build-measure-learn, подход небольших партий, мудрость пяти «почему?», то шанс создать успешный проект возрастает.

**Список литературы.**

Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Эрик Рис; Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 255 с.

Стартап по Кавасаки: Проверенные методы начала любого дела / Гай Кавасаки; Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 331 с.

[электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.temabiz.com/terminy/chto-takoe-startap.html#lp1>

[электронный ресурс] – режим доступа: <https://professionali.ru/Soobschestva/start-up/tipichnye_oshibki_startapov/>

[электронный ресурс] – режим доступа: <https://rb.ru/list/startup-small-business/>

[электронный ресурс] – режим доступа: <https://richpro.ru/biznes/investicii-v-startap-chto-eto-takoe-prostymi-slovami-opredelenie-idei-s-minimalnymi-vlozhenijami.html#_1__pre-seed>

[электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp>

[электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.peerbits.com/blog/tech-startups-grow-with-mobile-app-1.html>

1. <http://ru.wikipediareach.com/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://vfinansah.com/other/startap-prostymi-slovami> [↑](#footnote-ref-2)
3. Эрик Рис «Бизнес с нуля» 2011. Стр. 19-20 [↑](#footnote-ref-3)
4. <http://conicheva84.ru/investirovanie/chto-takoe-startap/> [↑](#footnote-ref-4)
5. Исследование Шияненко Артёма Даниловича «Стартап как начало своего дела» 2018. Стр. 6-7 [↑](#footnote-ref-5)
6. <https://rb.ru/list/startup-small-business/> [↑](#footnote-ref-6)
7. Эрик Рис «Бизнес с нуля» 2011. [↑](#footnote-ref-7)
8. <https://zadelom.ru/startup-investor> [↑](#footnote-ref-8)
9. Эрик Рис «Бизнес с нуля» 2011. Стр. 52. [↑](#footnote-ref-9)
10. Эрик Рис «Бизнес с нуля» 2011. Стр. 75. [↑](#footnote-ref-10)
11. Эрик Рис «Бизнес с нуля» 2011. Стр. 17 [↑](#footnote-ref-11)
12. Эрик Рис «Бизнес с нуля» 2011. Стр. 86-87 [↑](#footnote-ref-12)