Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы

школа №1505

«Преображенская»

Реферат

на тему

Стартап, как начало своего дела

Выполнил:

Шияненко Артём Данилович

Руководитель:

Кириллов Дмитрий Анатольевич

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент:  
  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва  
 2017/2018 уч.г

# Параграф 1.

## Определение и история.

Начнём с того, что дадим определение термину стартап. В разных источниках, то есть отечественных и зарубежных, они могут иметь разное значение. Давайте, познакомимся с несколькими определениями разных авторов и выделим в них общее.   
Стартап - молодая компания, которая только начинает развиваться. Стартапы обычно небольшие и первоначально финансируются и управляются несколькими учредителями или одним человеком. Эти компании предлагают продукт или услугу, которые в настоящее время не предлагаются в других местах на рынке, или что основатели полагают, что предлагаются в худшем порядке. И познакомимся с ещё одним определением. Стартап - это предпринимательское предприятие, которое, как правило, является вновь появившимся, быстро развивающимся бизнесом, целью которого является удовлетворение потребностей рынка путем разработки жизнеспособной бизнес-модели вокруг инновационного продукта, сервиса, процесса или платформы. Обычно запуск - это компания, предназначенная для эффективной разработки и проверки масштабируемой бизнес-модели. Из определений следует, что это некая операционная деятельность, имеющая относительно небольшую историю и вводящая на рынок новый или видоизмененный продукт. По сути, мы сжали термин в одно, описывающее его предложение. Саму суть и прочее мы затронем позже, а сейчас углубимся в историю появления стартапа и взглянем на первые стартап-проекты. Существует версия о том, что в 1939 году в США, тогда вблизи города Сан-Франциско, в долине Санта-Кларе (Калифорния), два студента Стэнфордского университета Дэвид Паккард и Уильям Хьюлетт во время создания здесь своего небольшого проекта, назвали это дело стартапом (от англ. start-up — стартовать, запускать). Впоследствии их дело переросло в огромную компанию “HP”.

## Виды стартапа.

Существует огромное количество видов стартапа, давайте же познакомимся с ними.

1. IT-Стартап.

В связи с активным развитием технологий в 21 веке, появляются новые и более удобные и интересные идеи в части IT-стартапов. Так как наша жизнь построена на постоянном взаимодействии с гаджетами, то IT-стартапы являются крайне востребованы в современном мире. С каждым годом появляются новые, успешные стартапы. Возьмем пример 2016 года. В июне этого года в магазине “AppStore” появилось приложение “Prisma” разработанное сотрудником российской технологической компании Mail.Ru Group – Алексеем Моисеенковым.

1. Семейное дело.

Достаточно частое явление, когда вы становитесь наследником семейного дела. Зачастую оно не предполагает активного масштабирования и остается локализированным, но, как пример, может быть употреблено.

1. Приобретение франшизы.

Зачастую приобретение франшизы является очень удобным стартапом, но оно требует серьезных вложений. А удобство заключается в том, что вам предоставляются все скрипты, все маргетинговые исследования, все материалы о создании точки продаж или точки услуг.

1. “Lifestyle startup”

Сейчас мы можем видеть, как появляется большое количество стартапов, основанных на идеи собственного притязания. Например, человек, который любит играть на гитаре, создаёт гитарную школу или курсы по игре на гитаре, именно это позволяёт ему заниматься своим любимым делом и получать от этого удовольствие.

Вот, те виды стартапа, которые существуют в современном мире.

## Различия стартапа и бизнеса.

Зачастую путают понятия “стартап” и “бизнес”. Они различаются по критериям:

* Источники дохода.

Стартаперы в большинстве случаев зависят от инвестиций в их проект, не пытаясь запустить его и получать прибыль. Поэтому зачастую инвестиция не является ключевым фактором, важнее продумать возможность монетизации, что, кстати, очень важно для инвесторов, потому что они голосуют своими собственными деньгами.

* Бизнес-процессы

Фактор, который обходит стороной стартаперов, так как вопросы выплат зарплат, распоряжения финансами их не касаются.

* Продукт

В среде стартаперов существует понятие MVP (от англ. minimum viable product — минимально жизнеспособный продукт), которое показывает состояние продукта на данный момент. Оно имеет как преимущества, так и недостатки. Преимущество заключается в том, что вы можете вбрасывать свой продукт и получать отзывы, комментарии по улучшению - проверить возможность существования. И, кстати, в книге “Cтартап в сети: Мастер-классы успешных предпринимателей”, к которой я буду очень часто обращаться, Мэтт Мулленвег заявил:”Реализация - это воздух для идей. Вы не узнаете, как клиенты воспримут то или иное новшество, пока не попробуете. Это значит, что, спрятав свой продукт от общества, вы лишаете его кислорода и заставляете его умирать”. Структура бизнеса несколько отличается, в ней очень важна упаковка. Клиент должен быть полностью уверен в вас и ваших услугах, поэтому сырой продукт внушает ему сомнения.

* Бизнес-модель

При создании бизнеса бизнес-модель меняется довольно редко, что нельзя выделить у стартапа, для которого характерна постоянная корректировка. Что может навредить репутации и стабильной монетизации. (пример с Яндекс.Директ)

* Ожидания и амбиции

Зачастую предприниматели качественнее оценивают свои возможности и понимают, что без выстраивания бизнес-процессов, получения прибыли - бизнес не получится. Что же касается стартаперов, то их идея должна перевернуть мир, выйти на IPO - нет. На что Тим Феррис заявил: “Идеи, которые могут перевернуть мир, не стоят и гроша. Их просто слишком много развелось”. Из следующего заявления:“Если вам пришла в голову блестящая идея, учтите, что некоторые умные люди уже могли додуматься до неё раньше. Я считаю, что завышенная оценка своей идеи - первый признак плохого предпринимателя”.

По словам одного из известнейших предпринимателей России Михаила Дашкиева, главной идей стартапа заключается проверка гипотезы, а главной идеей бизнеса - масштабировать проверенную гипотезу. К тому же он выделяет разные стадии. В становлении стартапа он выделяет такие стадии.

* Гипотеза
* Тест
* “Накачка”
* Жизнь/Развитие/Масштабирование.

## Ошибки стартапа.

И в таком алгоритме он выделяет одну очень серьёзную ошибку. Резкий переход от гипотезы к “накачке”. То есть, не поняв устойчивость модели и не удостоверившись в работающим механзме, мы тратим огромное количество ресурсов в надежде, что вот-вот и всё получится. Поэтому, если вы человек без цели или создаёте новый стартап или бизнес, то ваша цель - постоянно переходить от гипотезы к тесту, и от теста к новой гипотизе, потом опять к тесту. И выполнять этот цикл до тех пор, пока вы не поймете “Вот Оно!”(не тратя лишних ресурсов), пока буквально не запахнет деньгами.   
Венчурный инвестор Александр Румянцев выделяет три основных ошибки.

* Переоценка собственной идеи

Именно о самопереоценивании было упомянуто выше в цитате Тима Ферриса, который призвал к тому, чтобы здраво посмотреть на вещи и понять, что идея “не стоит и гроша”. Но вот, что важно отметить. Не в коем случае это не означает, что любая идея не имеет права на жизнь. И этому есть доказательства. Возьмем пример Дмитрия Тпругина, который реализовал идею, в которую никто не верил и заработал 1.000.000 за три месяца.

* Отторжение собственного занятия

Идея того, что вы должны любить занятие, которым вы занимаетесь имеет очень важное значение при создании стартапа. Так как именно страсть, огонь в глазах и любовь к своему делу являются ключевыми показателями результата. Очень ярким примером может послужить Кевин Манн, чья идея переросла в целый бизнес. Он говорит: “У меня было два выхода: либо навсегда забыть мои любимые комиксы, либо уйти с работы и создать комиксовый iTunes. Так появилась компания Graphic.ly. Моя любовь к комиксам переросла в бизнес, который я обожаю. Каждое утро я с радостью иду на работу”. Поэтому очень важно наслаждаться и получать удовольствие от собственного дела.

* Четкое формулирование своего направления

Подобный тезис отражает то, что вы должны быть мастером своего дела. Он задает вам парадигму “Быть лучшим среди лучших”. Вы должны знать собственное дело от А до Я, собственных конкурентов в лицо. И что очень важно, “слабые места” вашего проекта. Именно недостаточный анализ “слабых мест” приводит стартапы к разрушению.

Также предлагаю познакомиться с ошибками, которые выделяют другие предприниматели и инвесторы.

* Ошибочный фокус

Цель можно сформулировать, как желаемый результат. Большое количество стартаперов, создавая бизнес-план и бизнес-модель, совершают ошибку в постановке цели. И инвестор, заинтересованный в возврате инвестиций, при ознакомлении с представленными материалами должен убедиться в шансах на успех. Поэтому чёткая аргументация и постановка цели - путь не только к деньгам инвестора, но и к четкой последовательности успешных действий.

* Недостаточный анализ рынка

Нужно быть готовым тратить большое количество времени на анализ рынка. Поскольку они должны понимать объём своих предложений, кто является потенциальным клиентом, количество этих клиентов и многое др. Основной целью является получить максимально актуальную информацию на данный момент, которую можно использовать с целью усовершенствования продукта и доведения его до максимально конкурентоспособного состояния. В большинстве случаев недостаточный анализ ведет к ошибочным прогнозам и расходам.

* Ошибочная ориентация на клиента

Проблема, вытекающая из недостаточного анализа рынка. Ключевой ошибкой является неправильная оценка потребностей потребителя, вместо этого предпринимаются предполагаемые полезные качества продукта. Очень важно задавать вопрос себе о том, какую проблему вы решаете и какую пользу они несут клиенту в итоге.

Поэтому, чтобы обойти препятствия в виде ошибок, конечно же, вам нужно знать их в лицо и уметь преодолевать.