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 3.

Я долго думал о том, что же написать в третьем параграфе, поскольку я уже рассказал об истории стартапа, ошибках, которые могут быть, о работе с идеями и людьми. И по сути, о стартапе, как о системе, вы уже узнали, но не хватало чего-то одного. И мне пришла в голову мысль рассмотреть реальный, успешный, многомиллионный стартап, который был бы многим известен. Этим примером я бы хотел cмотивировать начинающих стартаперов. Таким стартапом оказался Uber. Он был основан в 2009 году Трэвисом Калаником в Сан-Франциско. Идея стартапа заключается в простом и быстром заказе авто с личным водителем. Но вы скажете, есть же многие другие компании, занимающиеся перевозкой людей, которые также нужно заказать, и вас заберут.

## Упаковка и фишки Uber.

Так почему же всё-таки люди предпочли Uber? Всё дело в его упаковке и фишках, внедренных в продукт. Давайте, разберём упаковку Uber. И, кстати, фишки Uber являются частью упаковки.

1. Когда только стартап начал своё развитие автопарк Uber состоял исключительно из машин премиум-класса, что позволяло клиенту почувствовать себя богачём.
2. Возможность просто и удобно заказать автомобиль через приложение.
3. Стильно выполненные сайт и приложение.
4. Строгий подход к набору водителей.
5. Постоянные розыгрыши, регулярные акции и скидки.

Это те категории, которые первыми приходят в голову. Благодаря действительно классной упаковки Uber добился успеха во всем мире, серьёзно опередив своих конкурентов. А теперь рассмотрим некоторые фишки Uber. Во-первых, быстрый и удобный заказ. Вы просто открываете приложение и ждете машину. Во-вторых, возможность следить за автомобилем. Увидеть можно и её номер, и передвижение на карте, и всю необходимую информацию о техническом состоянии авто. Правда, эта фишка уже была скопирована, но поверьте она многих удивила, когда Uber её внедрила. Также вы можете увидеть фото и ФИО водителя, чтобы заранее понимать с кем вам придется проводить время в машине. В-третьих, вы можете оставить метку на карте, чтобы водитель четко понимал, куда ему ехать, что также ускоряет процесс. И последняя фишка, которая меня крайне порадовала - это возможность сэкономить, подобрав несколько попутчиков. Я решил представить несколько фишек, поэтому набор их не ограничивается на моём списке. Меня порадовало то, как Uber захватывает рынок, подстраиваясь под его различные нужды. К примеру, был создан сервис UberX для тех, кто хочет сэкономить и проехать в машине более дешевого класса. Остальные сервисы представлены на фото.



## Стратегия и взлёт Uber.

Но меня также заинтересовали и другие критерии, которые трансформировали стартап в крупнейший мировой бизнес. Поэтому я предлагаю взглянуть на Uber с разных сторон. Говоря о стратегии Uber, мне близка позиция редактора издания Wired Маркуса Уолсена, который считает, что стартап целенаправленно терпит убытки, чтобы вырасти до размеров, при которых его будет трудно обойти. То есть стратегия Uber заключается “в росте любой ценой”. Как следствие мы можем наблюдать резкое снижение цен на услугу перевозки, которая приводит к разорению компании. Такой метод встречается достаточно часто среди стартапов, т.к. для них важна не прибыльность, а именно завоевание популярности на рынке и опять же любыми способами. К примеру, 6 июля 2014 года Uber анонсировал снижение цен на такси UberX в Нью-Йорке на 20%. Что, безусловно, позволило сервису стать более привлекательным для пассажиров с финансовой стороны по сравнению с желтым такси. Также ранее было объявлено о снижении тарифов UberX в Сан-Франциско на 25%, а еще раньше — в июне, — Uber снизил цены и в Лос-Анджелесе. По подсчетам американских журналистов поездка по Сан-Франциско будет обходиться всего в $11,25 по сравнению с прежними $15, но водитель всё равно получит $12. В такой ситуации Uber забирает деньги сам у себя, даже давай их клиенту. Во-первых, компания недосчитывается $0,75, которая она сама же должна выплатить водителю. Во-вторых, компания не получает никакого процента от поездок. Уолсен отмечает, что Uber платит клиентам, чтобы они перемещались. Подобная ситуация напоминает лопнувший пузырь доткомов в 2000-х, когда основной целью была наработка клиентской базы, а не прибыль, о который думали после. Если же посмотреть на мир компаний, то можно заметить родство Ubera с Amazon. Сначала различия кажутся нам не очевидными, так как Uber продают услугу, а не товары. Но их истории похожи. Стартап, возглавляемый харизматичным генеральным директором, ловит скрипучую старую индустрию. Он быстро растет, и его популярность взрывается, поскольку его бренд становится почти синонимом подрывного обслуживания, которое он предлагает. Amazon росла - и все еще растет, потому что не боится потерять деньги. Низкие цены и бесплатная доставка съедают прибыль, но делается это, чтобы вернуть клиента на свою площадку. Генеральный директор Uber Трэвис Каланик выразил восхищение основателем Amazon Джеффом Безосом, который также является инвестором в транспортную компанию.

Является ли эта стратегия действительно устойчивой для Amazon после 20 лет существования, вопрос бесконечно обсуждается среди акционеров. Но для его нынешнего этапа развития подход мало, чем отличается от Uber. Быстрое расширение помогает Uber как локально, так и глобально. В городах отстающие традиционные такси получают большее количество водителей на автомобилях UberX, нанося удары по старым порядкам. Спрос распространяется, а Uber постепенно идет навстречу. Сейчас Uber находится более, чем в 800 городах мира и это только начало.

## Гибкая система и запрет на Uber.

Но несмотря на то, что так вроде всё прекрасно, Uber постоянно находится под угрозой запрета. На данный момент он “запрещен” в 9 странах мира: Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Индия, Япония, Корея, Испания. Как видно в предыдущем предложении я выделил запрещен в кавычки. Но почему же? А ответ на этот вопрос заключается в том, за что же его ненавидят. А именно из-за невозможности запрета. Да-да, Uber создал настолько гибкую систему оказания услуг, которая по своей сути является законной, что очень важно, с юридической стороны. Uber, как видно из написанного ранее, запрещен во многих городах мира, либо его работа приостановлена до разработки подходящих законов. Невзирая на это, сервис всё равно продолжает функционировать. К примеру, в Париже сервис UberPop запрещен с 1 января 2015, но это не мешает пользователям его заказывать. Нарушение очень трудно доказать, так как концепция Uber заключается в том, что пассажир лично не платит водителю, а перечисляет деньги через приложение владельцам сервиса, а те уже платят таксисту. Uber в данной цепочке только предоставляет информационные услуги, а не перевозку. Поэтому то я и выделил запрещен в кавычки. Также я бы хотел выделить эффективность модели “Uber for X”, которая по своей сути является идеальной моделью для бизнеса. Благодаря столь масштабному развитию Uber появилось множество стартапов, которые применяли аналогичные технологии в своих нишах. Термины “Uber for X” или “уберизация” начали появляться в 2013 году, когда стартаперы хотели объяснить идею своих стартапов, сравнивая свои проекты с Uber и называя их “Uber for”. Термин «уберизация» означает использование компьютерных платформ, к примеру мобильные приложения, для проведения пиринговых сделок между клиентами и поставщиками услуг. Подобная модель позволяет сократить эксплуатационные расходы. Далее я предлагаю познакомиться с признаками уберизированных стартапов.

* Использование цифровой платформы, позволяющей совершать пиринговые или квази-пиринговые транзакции.
* Устранение посредников между поставщиком и заказчиком услуг.
* Использование рейтинговой системы оценки качества услуг, предоставляемой провайдером.

Uber for X - это абсолютно гибкая модель, которая подходит под любую нишу, и сейчас можно встретить разные стартапы, которые переросли в целые бизнесы, благодаря использованию подобной модели. Давайте с ними познакомимся.

* Instacart - предоставляет свои услуги по покупке продуктов. Вам остается только лишь выбрать продукт и ждать курьера.
* Flinja - площадка, где студенты могут не только найти работу, но и приобрести дополнительные навыки, необходимые для профессиональной деятельности.
* DoctorOnDemand - сервис, благодаря которому можно получить медицинскую помощь или организовать онлайн-консультацию у нужного специалиста
* Airbnb - онлайн-площадка для размещения, поиска и краткосрочной аренды частного жилья по всему миру.

На примере реального стартапа, который получил популярность в мире благодаря своей невероятной концепции и подходу к собственному делу, мы совершили подробный разбор, посмотрев на него с разных сторон. На мой взгляд, подобный пример будет мотивировать начинающего стартапера совершать действия приводящие к успеху, ведь гораздо легче идти в неопределенность, когда у вас есть конкретный пример.