

# ТЁМНАЯ СТОРОНА

Бизнес. Стартапы. Инвестиции.

С опытом каждой стороны.

© Аркадий Морейнис

апрель

2026

# Новые идеи для вдохновения и копирования

Fast Founder: <https://fastfounder.ru>

Читать

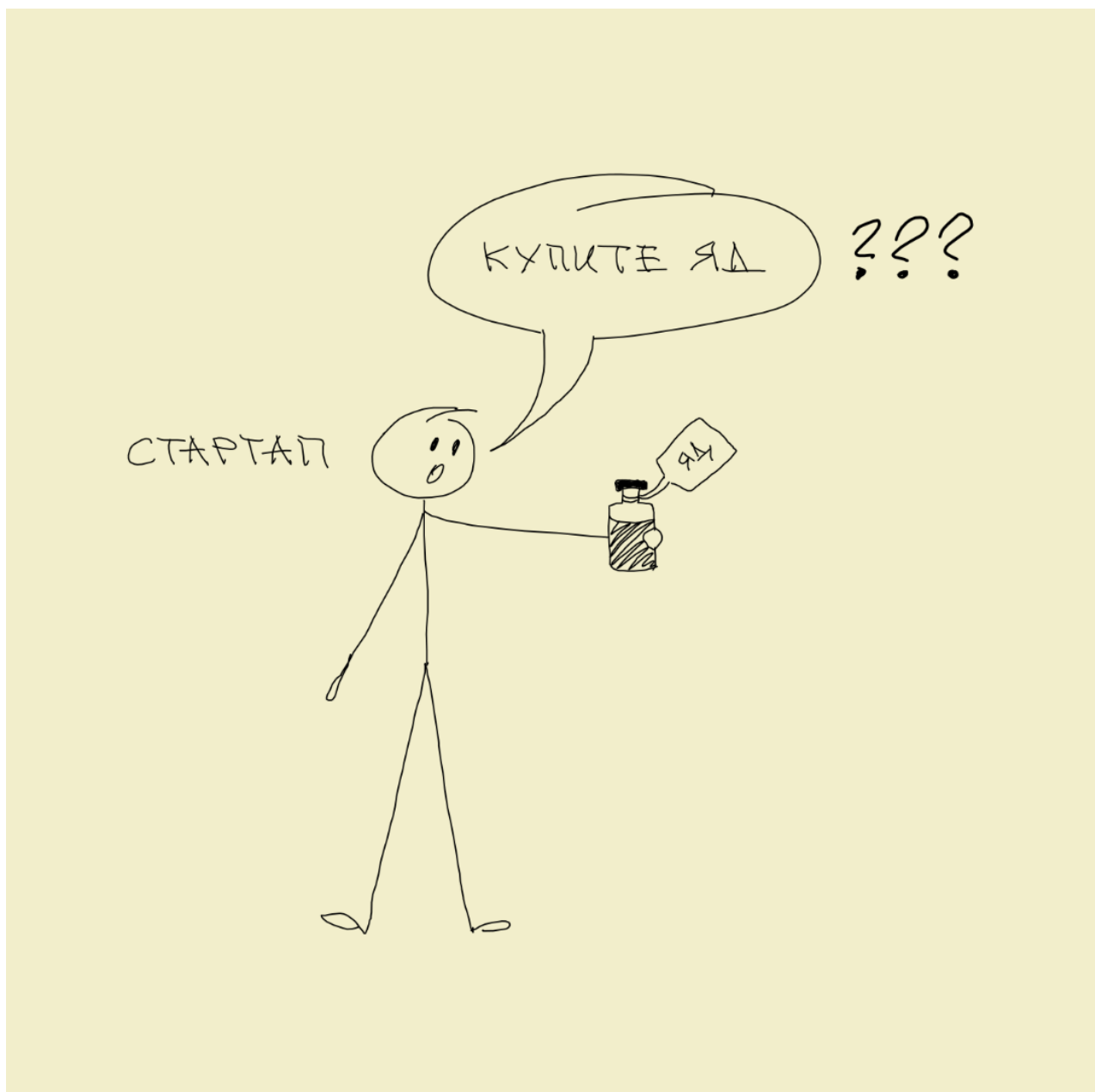
ВКонтакте: <https://vk.com/amoreynis>

Телеграм: <https://t.me/temno>

## Арбитражем сейчас нужно заниматься, а не придумывать всякое 😊

1. После появления ИИ ценность умения что-то создавать начала падать 📉 Зато начало увеличиваться количество создателей 📈 Как следствие, самой лучшей возможностью заработать деньги опять стал арбитраж спроса и предложения 💰
2. Прямо как в ранние годы интернета. Когда основные деньги зарабатывали не те, кто создавал сайты — а те кто занимался арбитражем трафика. Похоже, что сейчас ситуация повторяется. Только теперь арбитраж может быть вообще везде и во всём.
3. Раньше поиск того, кто сделает, или, наоборот, кто купит, был ручной и сложный. Поэтому все в лучшем случае останавливались на третьем-четвёртом варианте — после чего делали выбор из них. Поэтому арбитраж был «беззубый» — когда эти три-четыре варианта находил не ты сам, а посредник — на которого ты скидывал этот геморрой.
4. А сейчас арбитраж может быть очень «зубастым» 😊 Ведь теперь поиском, а ещё и переговорами может заниматься ИИ. Поэтому выбор будет происходить из сотен или тысяч вариантов. Из которых до тебя дойдёт пусть даже те самые три-четыре варианта — но самых-самых подходящих.
5. При этом классический арбитраж сводился, как правило, к простой накрутке на цену — потому что это было проще всего. Но и слишком тупо 😊
6. А нынешний арбитраж может заключаться ещё и в изменении модели ценообразования! Грубо говоря, мы можем предоставлять услугу с теоретическим доступом к ней в режиме 24/7 — а платить исполнителям по фактически оказанным услугам. Потому что ИИ рассчитает для нас такую финансовую модель и цены, при которой экономика этого дела будет сходиться и приносить нам прибыль 🎯

7. Так что, если ты хочешь заработать денег — нужно придумывать не что ты можешь создать... а арбитражем какого существующего спроса и предложения ты можешь заниматься 🤔
8. И какую бизнес-модель ты придумаешь — чтобы выжать из этого максимальную прибыль 💰



## Некоторая сложность при продаже ИИ-агентов 🤔

1. Фаундеры сейчас сильно озабочены тем, как сделать хорошего ИИ-агента... хотя главный вопрос совсем в другом!
2. Вопрос в том, как сделать такого ИИ-агента, и кому его дать в руки... чтобы этого человека потом похвалили за результаты его труда 😬 То есть за то, что сделает этот ИИ-агент 🤖
3. Это единственный способ продавать ИИ-агентов компаниям! Если никто не будет получать похвалы, премии, повышения и другие плюшки за то, что делает купленный по его наущению ИИ-агент — никто не будет принимать на себя ответственность за его покупку.
4. На самом деле это старое правило продаж любого корпоративного софта. Просто сейчас, ослеплённые перспективой того, что ИИ-агенты должны заменять живых сотрудников, многие разработчики ИИ-агентов про это забывают — и пытаются продавать ИИ-агентов абстрактным «компаниям», а не конкретным людям 😬
5. А иногда поступают ещё более тупо — пытаюсь продать ИИ-агентов тем, кого они должны заменить 🤖
6. Итак, кого могут наградить за то, что он купил твоего ИИ-агента? А из-за того, что ИИ-агент реально должен кого-то заменить — вопрос этот не такой уж и тривиальный 😬



## Не нужно придумывать идеальные программы... они сами такими должны стать 🤖

1. Не нужно даже пытаться разработать идеального ИИ-агента! Потому что можно разработать изначально даже глуповатого агента — но который идеально умеет обучаться 🦾

ТАУПЕЦ, УМЕЮЩИЙ УЧИТЬСЯ

ВСЕГДА ОБГОНИТ

УМНИКА, НЕ УМЕЮЩЕГО УЧИТЬСЯ

2. Прочитал сегодня, как чувак написал ИИ-агента — который сейчас уже пишет за него хорошие посты в соцсетях 😊 А алгоритм его работы очень простой.
3. Агент пишет черновик поста на заданную тему, чувак его редактирует и выкладывает... а потом агент сравнивает отредактированный текст с исходным — после чего формулирует для себя некие правила и складывает их к себе в заглашник.
4. Следующий черновик поста на заданную агент пишет, используя правила из заглашника, чувак его опять редактирует и выкладывает — а

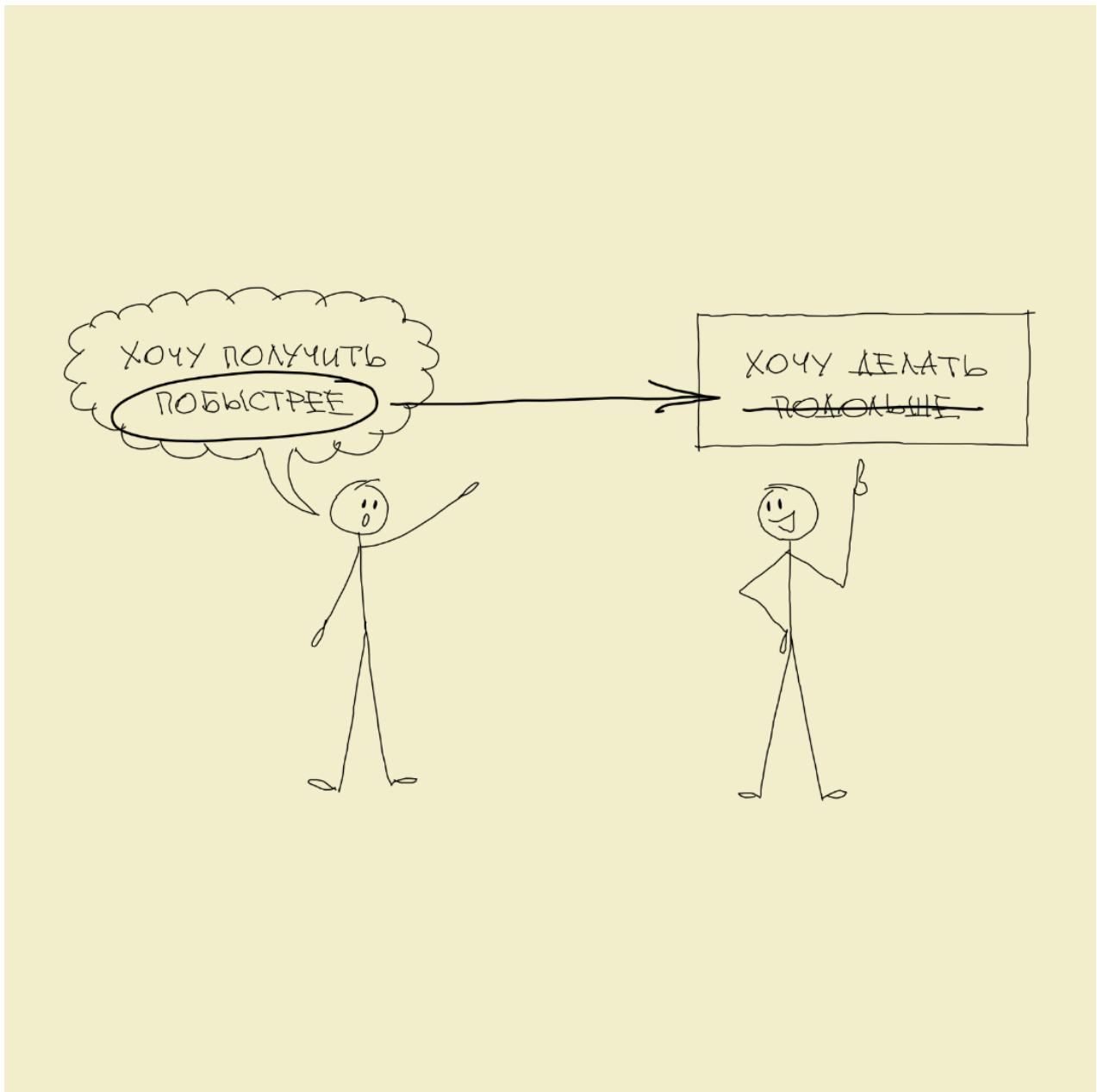
ИИ-агент опять сравнивает старую и новую версию, после чего формулирует новые правила и исправляет старые.

5. И вот через некоторое время чувак обнаруживает, что ему уже почти нечего редактировать — потому что ИИ-агент научился писать, отлично подстраиваясь под образ мышления и стиль чувака 🤖
6. Понятно, что тем же способом можно делать комплект из программы и ИИ-агента — чтобы агент по ходу пьесы постепенно модифицировал используемую человеком программу в ту сторону, в которую человек эту программу использует.
7. В общем, будущее за самообучающимися программами и ИИ-агентами 🚀
8. Во-первых, потому что такая программа постепенно станет гораздо лучше, чем кем-то изначально придуманная 🧑
9. Во-вторых, то, чему программа за время работы с хозяином научилась... станет самым лучшим «защитным рвом» от конкурентов. Ведь мало кто захочет даже переключиться на новое музыкальное приложение с того, которое уже подстроилось под его вкусы 😏
10. А программа, которого ты сейчас разрабатываешь, умеет самообучаться? Или ты надеешься сразу сделать её такой умной, что ей больше ничему учиться не надо? Сорян, но это даже с людьми не прокатывает 🤔



## А где ещё интересы заказчиков и исполнителей сейчас не совпадают?

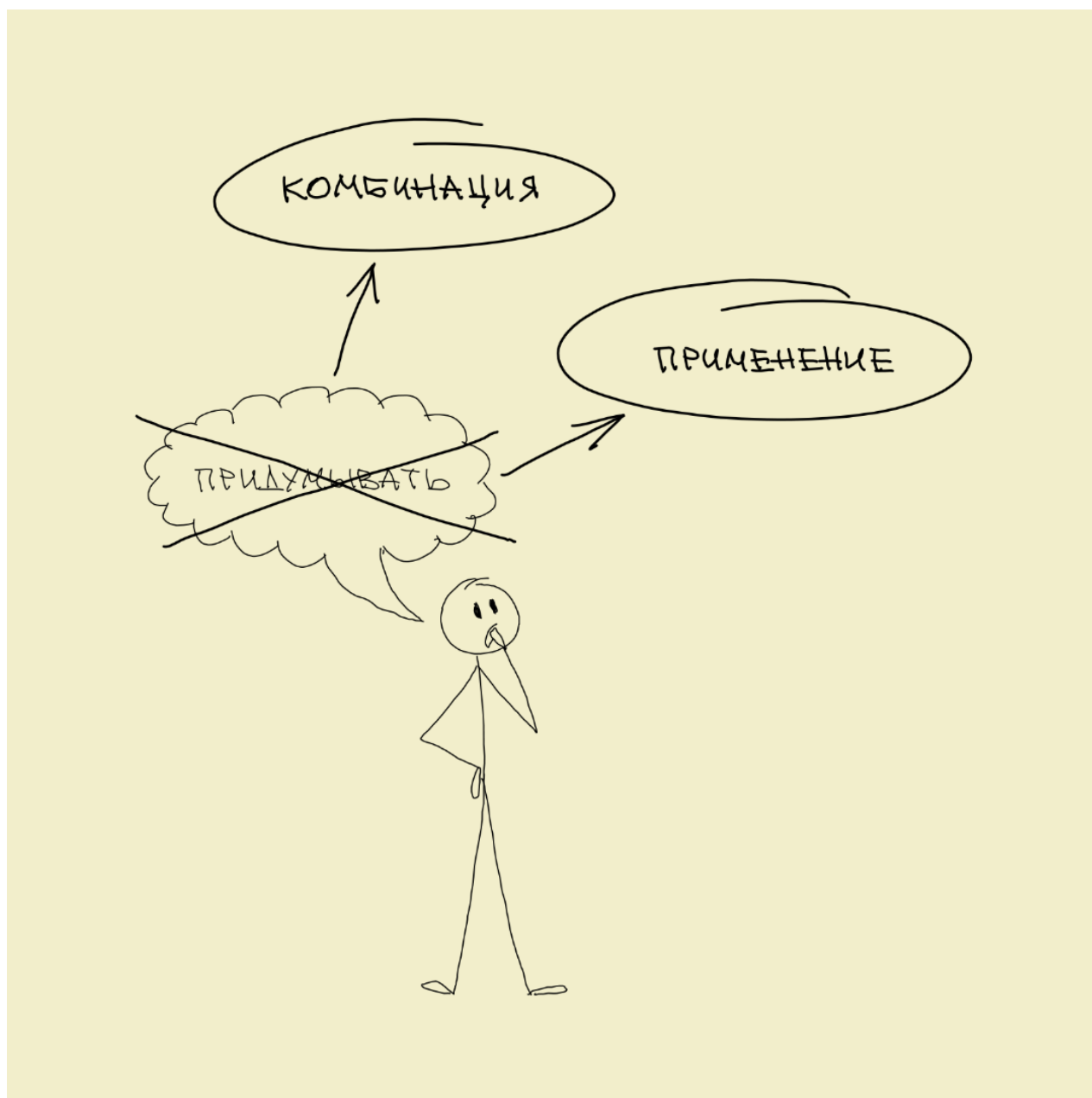
1. Инвестиции в юридические технологии сейчас растут быстрее, чем во множество других сфер. По на самом деле неожиданной — но очень концептуальной причине 🤔



2. Ведь раньше интересы клиентов и юристов, как правило, были диаметрально противоположными. Клиент хотел получить результаты побыстрее. А юристу... было интересно готовить их как можно дольше 🤔
3. Потому что юристы обычно получали деньги по часовой ставке. Чем больше часов они на решение задачи клиента тратили — тем больше зарабатывали 😡



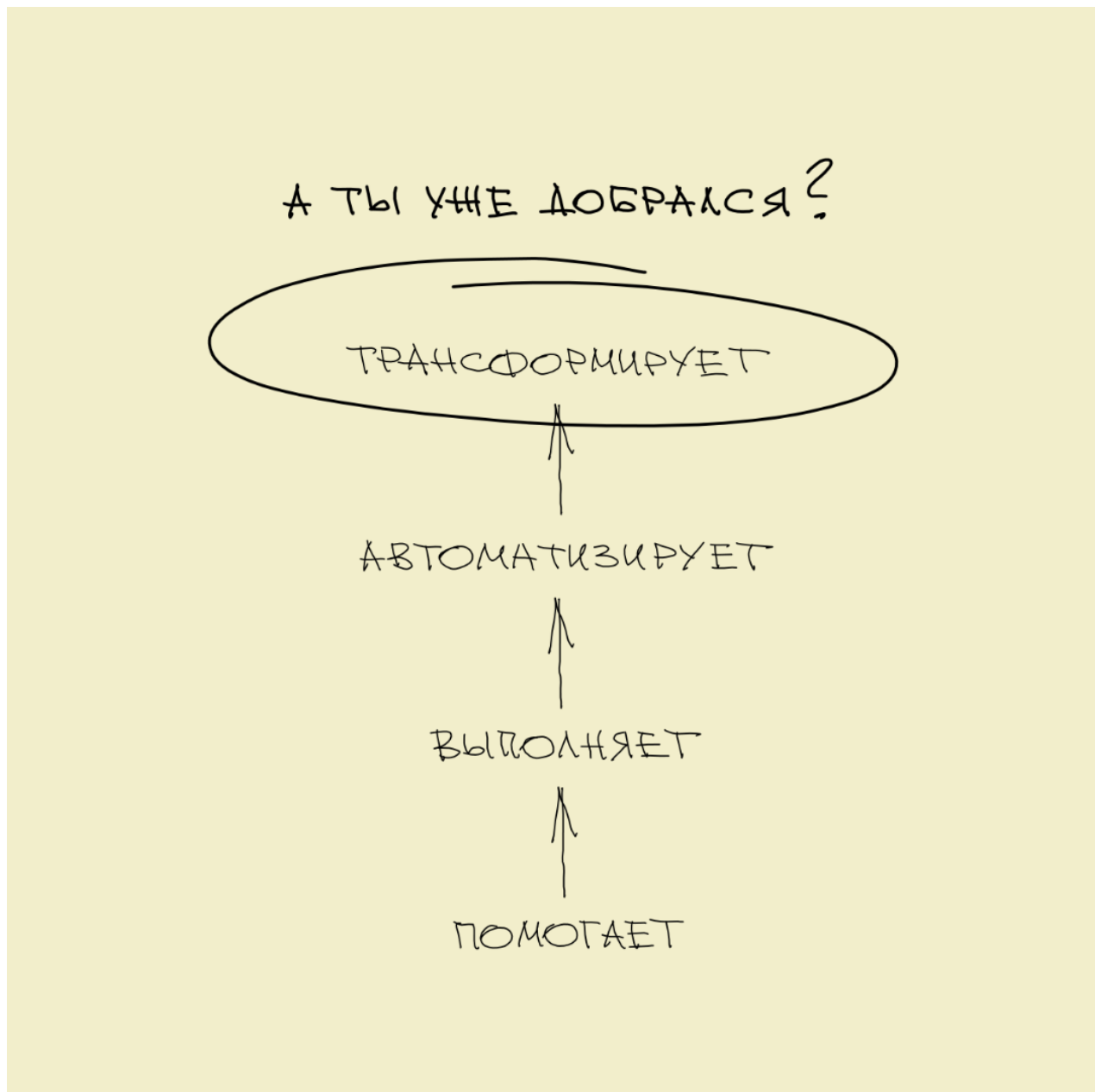
- 4. Современные юридические ИИ-платформы стали брать деньги исключительно за результат — что внезапно стало совпадать с интересами клиентов 😏
- 5. Поэтому клиенты начали уходить к ним от традиционных юристов и даже стали поручать этим ИИ-платформы больше задач, чем раньше. Как следствие, такие ИИ-платформы начали резко взлетать 🚀
- 6. Интересно, а в каких ещё областях применение ИИ поможет выровнять интересы заказчиков и исполнителей? Найдёшь такую тему — сделаешь миллиардный стартап 💰



## Не зря в названии Y Combinator есть слово «комбинатор» 🤔

1. Нет никаких «новых» идей — есть только новые комбинации и неожиданные применения старых идей! И это не стартаперская, а жизненная мудрость — которую уже много где используют.
2. К примеру, когда-то читал книжку про то, как писать комедийные скетчи. Не спрашивайте, зачем 😊 Так вот, базовое упражнение этой книги — «Придумай, как ещё можно использовать эту вещь».
3. Берёшь что-то обычное типа подушек для барных стульев. И начинаешь придумывать неожиданные варианты их использования — замена фрисби для дистрофиков, барабаны для людей со слишком чувствительным слухом, накладки на уши для лошадей и так далее.
4. Фишка в том, что каждое такое неожиданное применение — это практически готовый сценарий для комедийного скетча. А если скомбинировать несколько таких предметов — можно и целый фильм снять 😊
5. Поэтому идею для своего стартапа тоже можно перестать высасывать из пальца. Берёшь идеи чужих стартапов и прикидываешь — какое новое применение им можно найти, как их можно скомбинировать, чтобы получить что-то новое. Правда, эти самые чужие идеи лучше брать поновее, потому что старые идеи уже прокручены через такую креативную мясорубку тысячами людей тысячи раз.
6. Вспомнил, как Сэм Альтман сразу после выпуска ChatGPT удивлялся, почему никто не сделал это раньше — ведь для этого всё уже было готово. Оставалось только собрать это в нужной комбинации 🙌
7. Но никто так и не собрал... Наверное, потому что все остальные были заняты высасыванием из пальца новых уникальных идей 🤔



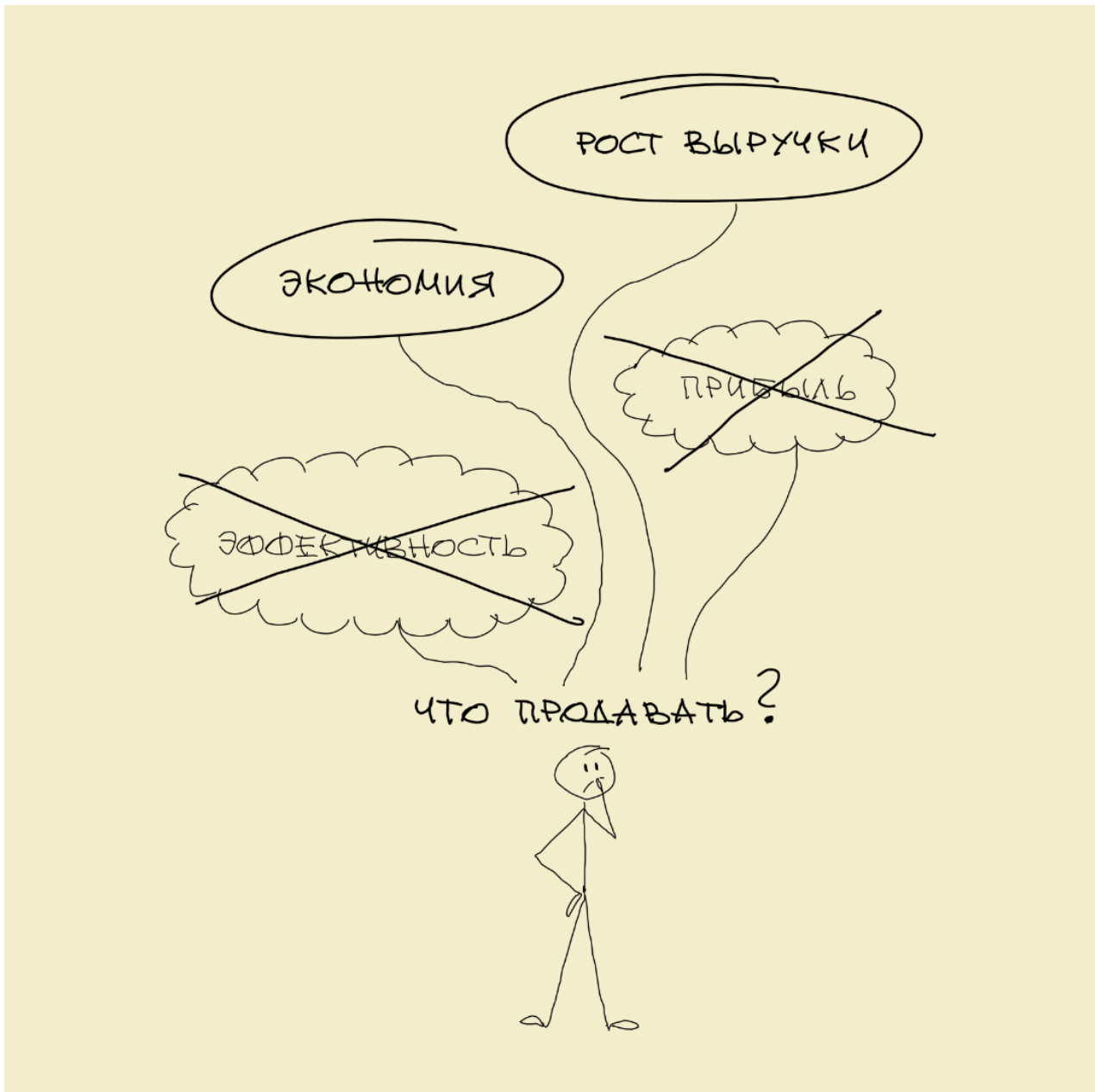


### А ты уже добрался до четвёртого уровня просветления?

1. Два чувака из Notion и Ramp изложили своё видение того, как компании трансформируются под влиянием ИИ:
  - 1 уровень: ИИ как партнёр для размышлений. ИИ помогает сотрудникам узнавать что-то новое и улучшать свои решения.
  - 2 уровень: ИИ как персональный ассистент. ИИ время от времени выполняет задачи, порученные ему сотрудником, экономя тем самым время его время.

- 3 уровень: ИИ как коллега. ИИ регулярно выполняет повторяющиеся задачи, экономя тем самым время целой команды сотрудников.
  - 4 уровень: ИИ как система. ИИ начинает выполнять критически важные для всей компании задачи, помогая ей масштабироваться
2. Практически одновременно с этим Zapier выложил систему рейтингов для ранжирования сотрудников по уровню использования ИИ
- 1 уровень: сотрудник использует ИИ в качестве персонального ассистента для поиска информации и выполнения простых задач.
  - 2 уровень: сотрудник создаёт процессы, в которых ИИ начинает выполнять отдельные регулярные задачи.
  - 3 уровень: сотрудник создаёт команду ИИ-агентов для автоматизации существующих бизнес-процессов.
  - 4 уровень: сотрудник трансформирует бизнес-процессы, которые с помощью ИИ теперь начинают выполняться уже по-другому.
3. Как мы видим, эти уровни из полностью независимых источников очень похожи друг на друга. А значит, в этом реально есть рациональное зерно.
4. А самое главное — это относится не только к тому, как должна работать твоя компания. Но и к тому, какие продукты ты должен разрабатывать!
5. А твой теперешний продукт — он ещё для автоматизации или уже для трансформации? 🤔
6. Но если серьёзно — а как именно можно трансформировать бизнес-процессы твоих клиентов? 🚀



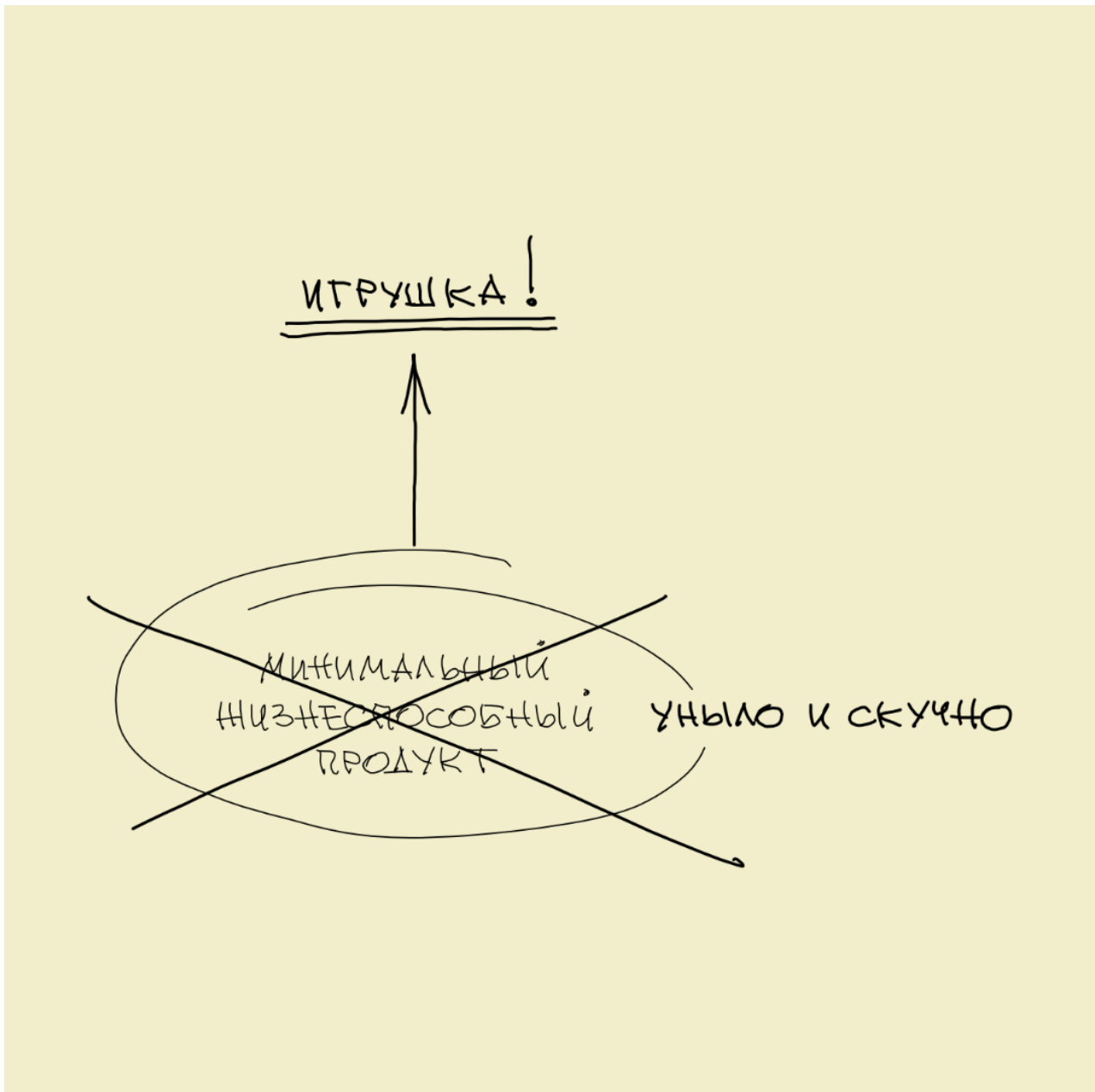


Не нужно продавать «эффективность» или даже «рост прибыли». Нужно продавать или «экономия», или «рост выручки»!

1. Интересно, что в свежем исследовании McKinsey про внедрение ИИ в компаниях нет общего понятия «эффективность» 🤔 Вместо этого отдельно анализируются уменьшение затрат 📉 и увеличение выручки 📈

2. Лидеры по уменьшению затрат от внедрения ИИ — программирование, производство, ИТ в целом и корпоративные финансы. Лидеры по увеличению выручки — маркетинг и продажи, корпоративные финансы, разработка продуктов и закупки.
3. Прикольно, что некоторые темы занимают противоположные места в рейтингах. Программирование — первое по экономии и шестое по влиянию на выручку. Маркетинг и продажи — первое по росту выручки и восьмое по экономии. Другими словами, с помощью ИИ на маркетинге и продажах фиг сэкономишь — зато можно дополнительно заработать. А с программированием наоборот — до фига можно сэкономить, но ни хрена сверху не заработаешь 😊
4. Получается, что нельзя продавать свою ИИ-платформу компаниям как инструмент для повышения абстрактной эффективности... и даже как рычаг роста прибыли 😬 Потому что прибыль образуется в обоих случаях — но! Разные покупатели в силу разной психологии предпочитают увеличивать прибыль разными способами. Одни стараются побольше сэкономить, а другие — побольше заработать 😊
5. Поэтому лучше сразу определиться — твоя платформа для экономии или для роста выручки? И напирать в продажах на эту психологически понятную вещь. Понимая при этом ключевую разницу!
6. Экономия проще продавать, но у неё есть потолок в размере расходов компании — а значит, и твоей выручки. Рост выручки продавать сложнее — но потолка тут вообще нет. Поэтому ты можешь заработать сколь угодно много — если выручка клиента начнёт взлетать ракетой.
7. А что ты выберешь — зависит уже от твоей психологии. Тебе лучше поменьше, но с гарантией? Или безо всяких гарантий — но до хрена? 😂





Сделай игрушку, в которую людям будет интересно играть 🤖

Но не в прямом смысле — а вот в таком...

1. Партнёр фонда Секвойя на днях напомнил, когда известнейший физик Ричард Фейнман сталкивался со сложной проблемой, он пытался превратить её в простенькую «игрушечную» проблемку — которую он мог решить. И тем самым повернуть свои мозги в нужную сторону, чтобы найти подход к сложной проблеме.

2. Как ни смешно, но прорывные продукты на рынке появляются тоже из игрушек 😬
3. Персональный компьютер был игрушкой на фоне компьютеров размером в шкаф или комнату. Интернет был игрушкой для задротов. Амазон считали игрушечным книжным магазином.
4. Айпод был музыкальной игрушкой, на которой Джобс учился, как можно запихнуть в карманы людей мощные компьютеры. Хотя, когда появился айфон, Стив Баллмер заявил, что эта игрушка никогда не получит большой рынок 😬
5. Даже ИИ несколько лет назад был игрушкой... которая сама играла в игры — шахматы, го и так далее. И почти никто ожидал от него революции — как и от айфона, айпода, Амазона, интернета и персонального компьютера 🙋
6. «Прототип», «минимальный жизнеспособный продукт» — это слишком серьёзно и скучно. Поэтому оно и редко взлетает 😬 Зато люди, умеющие превращать серьёзные вещи в несерьёзные игрушки — получают нобелевские премии или завоёвывают мир 🚀
7. А как может выглядеть такая «игрушка» в твоём случае? Что в ней «игрушечного» может быть?



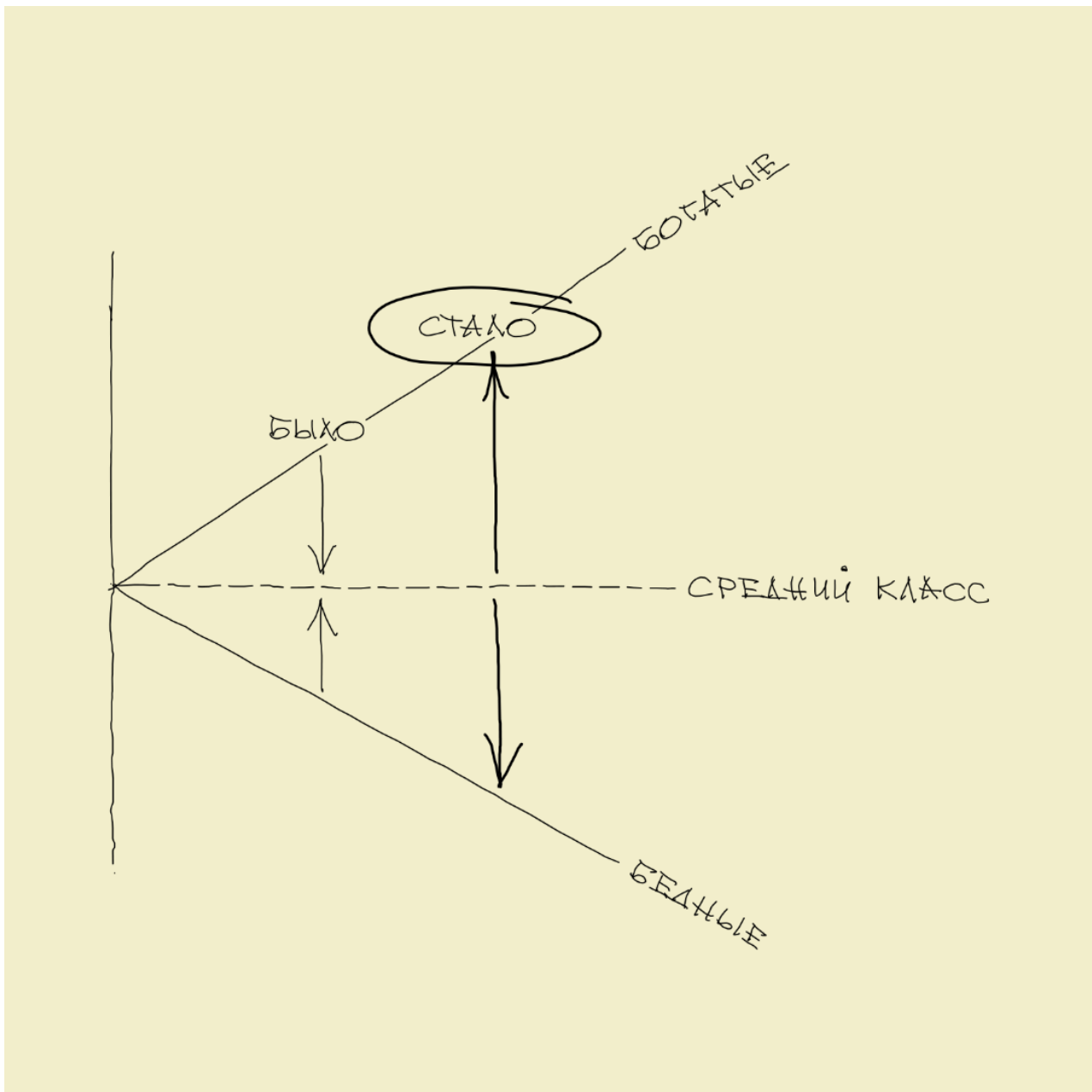
**Массовые сервисы поднялись до уровня среднего класса... а бывшие люксовые до него опустились 😬 Теперь пора откатываться обратно!**

1. Один американский стартап выпустил в 2023 году банковскую карту — обороты по которой в апреле этого года уже превысили 1 миллиард долларов 📈 А в январе прошлого года в очереди на её получение



стояло более 30 тысяч человек! А ежегодная плата за пользование картой составляет 1 тысяч долларов 😲

- И даёт она весьма своеобразные привилегии — возможность заказа столиков в небольшом количестве дорогих ресторанов и бронирования номеров в небольшом количестве дорогих гостиниц, покупка самых дорогих билетов на небольшое количество событий и всё остальное в том же духе.



3. Это похоже на извращение... но оно тем не менее растёт 🎯 Что лишний раз напоминает нам, что мы живём сейчас в К-экономике — когда богатые богатеют, а бедные беднеют. А посередине — дырка 🤔 То есть средний класс вымывается как класс — простите за тавтологию.
4. Как ни смешно, но условные долларовые миллионеры в любой валюте сильно недообслужены. Потому что за время роста среднего класса не только массовые сервисы подросли по ценам до уровня среднего класса... но и бывшие люксовые сервисы до этого уровня опустились 😱
5. А сейчас наступает время для рождения новых сервисов уровня люкс — потому что растерявшие былую роскошь старые сервисы вернуть обратно уважение состоятельных людей уже не смогут.
6. Короче, сейчас можно взлететь ещё и на богатой ветке буквы «К» — о чём большинство фаундеров, находящихся в другой ветке, даже особо не задумывается 😏 Ну и зря не задумывается!



## Пора завязывать делать платформы «для повышения продуктивности» 😬

1. Человеческая продуктивность перестаёт быть узким горлышком компаний. Ну и стартапов, естественно 😏 Потому что ИИ может выполнять большинство задач настолько быстро и в таком объёме, что ни одна команда из живых людей за ним не угонится.
2. Поэтому новым узким горлышком стала не «продуктивность», а «суждение» (judgement) — то есть умение решать, что именно нужно делать. И как это делание можно свалить на плечи ИИ 🤔
3. Первый вывод. Если тебе по-прежнему не хватает рук и времени... значит, ты ещё не перестроил свою работу на новый лад. И поэтому тебе не нужно пытаться всё успеть — а придумать, как сделать так, чтобы теперь за чистую продуктивность отвечал не ты, а ИИ.

ЭТО УЩЕ НЕ ГЛАВНОЕ

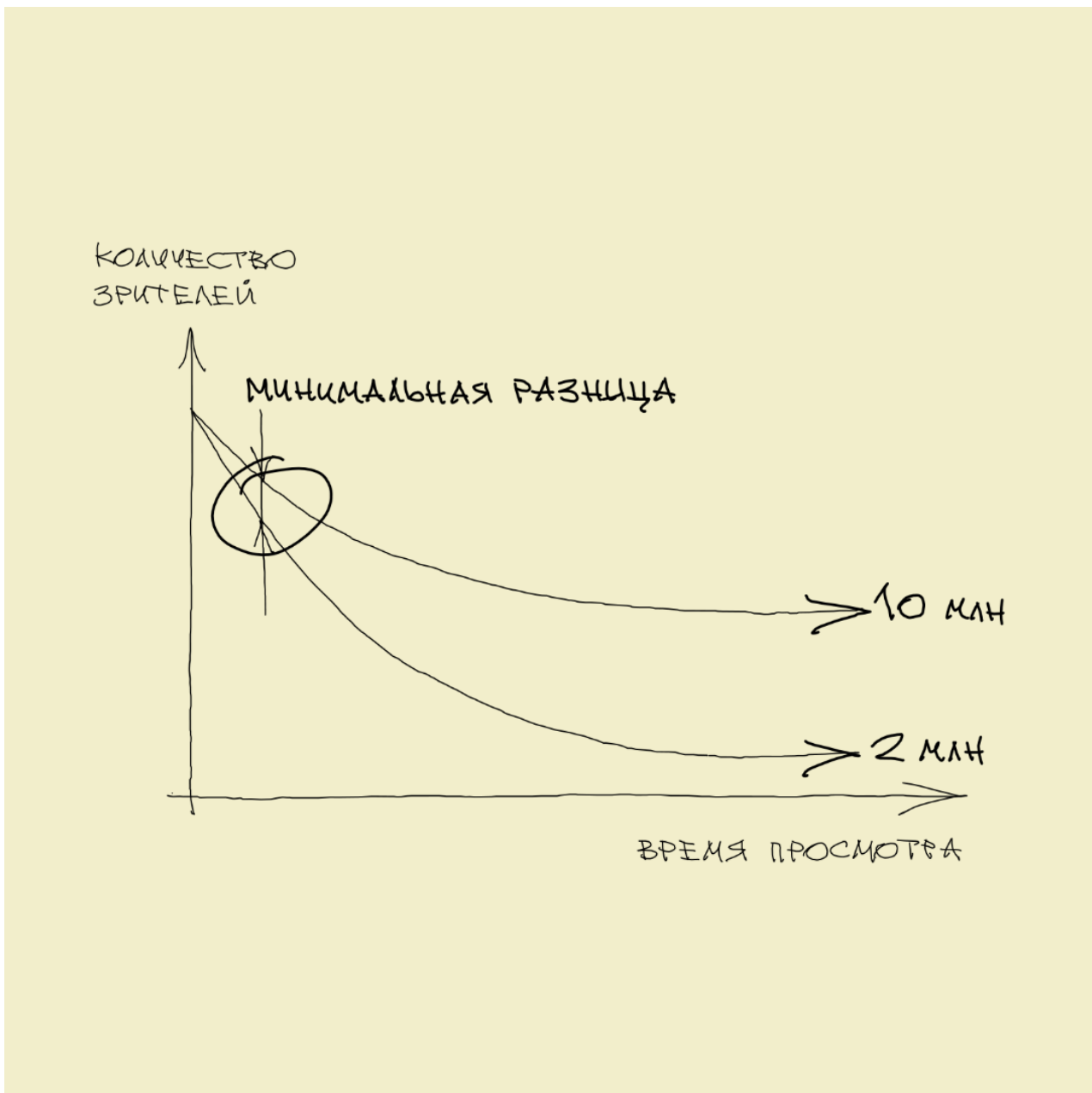


~~ПРОДУКТИВНОСТЬ~~

4. Второй вывод. Правильные «суждения» основываются в первую очередь на информации. Однако ты никогда не сможешь собрать руками настолько много настолько детальной и сиюминутной информации даже по своей теме. Поэтому следующая задача — приспособить ИИ к её сбору и первоначальному анализу, чтобы помочь тебе принимать правильные решения.
5. Ну и третий вывод. В такой ситуации находишься не ты один 😊  
Поэтому твой продукт, который ты собираешься продавать другим, должен быть в первую очередь не про то, что его ИИ-машинка умеет

что-то «делать» 😲 А про то, что она умеет помогать клиенту принимать правильные решения 🎯

- 6. И тогда ты сумеешь опередить конкурентов, которые в массе своей всё ещё пытаются продавать свои ИИ-платформы «для повышения продуктивности» 🚀



## В первые 30 секунд никакой разницы между виральным РОЛИКОМ и виральным СОФТОМ нет!

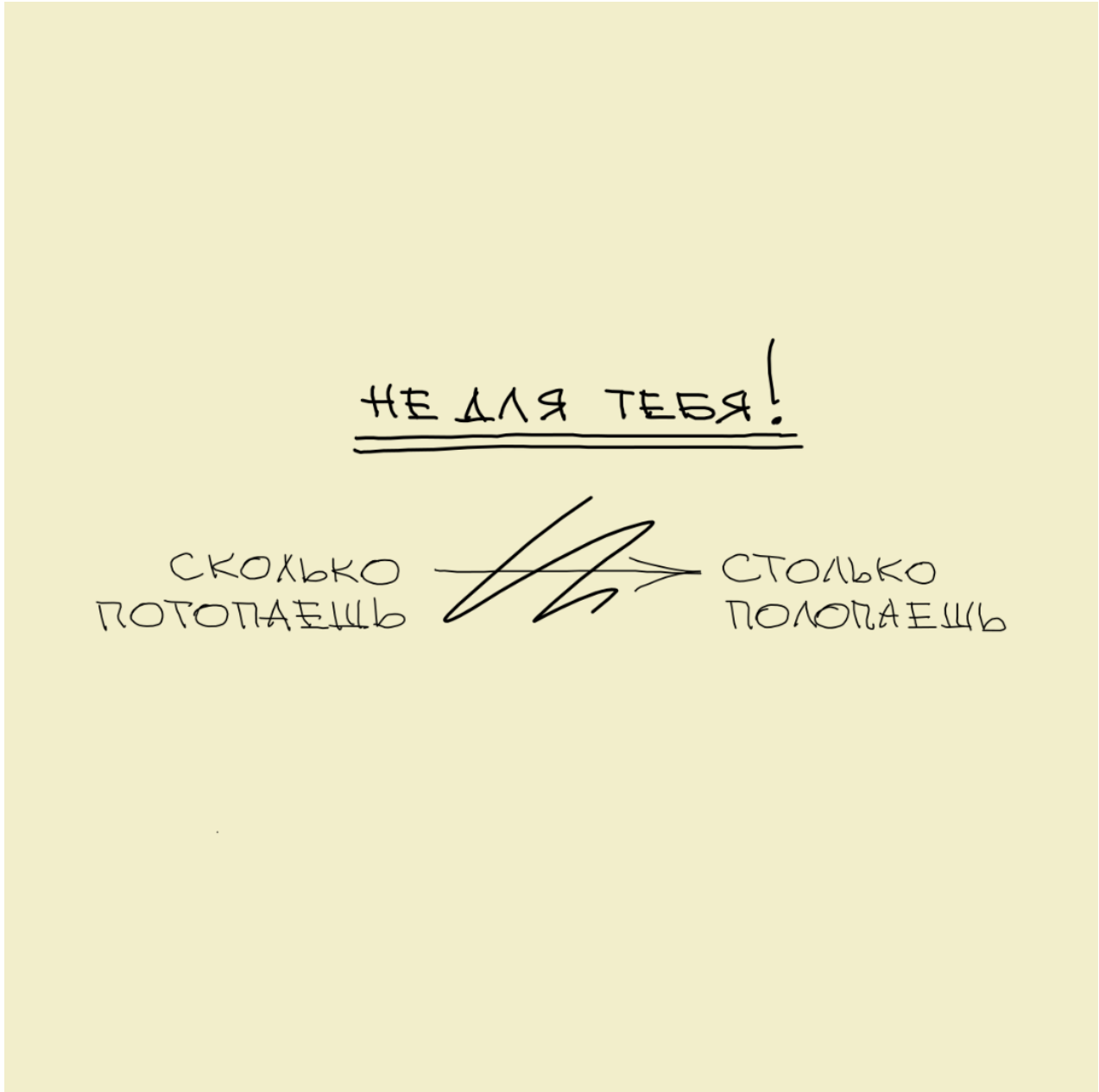
1. К примеру, MrBeast говорит, что почти все ютуберы недооценивают важность самых первых 10 секунд ролика. На втором месте — недооценка важности первых 30 секунд 😂
2. Потеряешь ты 20% или 35% зрителей за это время — разница кажется небольшой. Но это как раз то, что отличает ролики с 2 миллионами просмотров от роликов с 10 миллионами просмотров 😬
3. Потому что в первые секунды эта минимальная разница в 15% очень велика в абсолютных числах. А дальнейшие отвалы накладываются уже на эту базу — что в результате и приводит к кратной разнице в просмотрах 🚀
4. А насколько просто и увлекательно для пользователей твоего продукта проходит первые 10 секунд после его открытия? А первые 30 секунд?
5. Или они вначале должны потратить эти самые ценные 10–30 секунд на то, чтобы что-то заполнить? Или на то, чтобы осмотреться и понять, что тут вообще есть? Или на что-то ещё не менее скучное, непонятное или вообще раздражающее?
6. Ну а тогда это как раз то, что отличает твой продукт от продукта с миллионами пользователей 😏



## А какая у тебя «гипотеза непропорциональности»?

1. Единственное, что отличает предпринимателя от обычного трудяги — это непропорциональность усилий и результатов. Причём в обе стороны 😂
2. Или все получается — и тогда пусть и за длинные рабочие дни и недели, но в результате зарабатываешь миллионы 💰 Или вкалываешь до

усрачки... но получаешь шиш с маслом 😞 В то время, как обычный  
 трудяга — сколько работает, столько и зарабатывает.



3. Но чтобы непропорциональность качнулась в нужную сторону — нужна «гипотеза непропорциональности»! Объясняющая то, почему ты рассчитываешь получить непропорционально большой результат на затраченные усилия.
4. Самая слабая гипотеза — «потому что так случится». Типа я напишу приложение, а оно само собой взлетит до первых мест в Аппсторе 😊

Просто слабая — «я буду давать рекламу, и она сработает». Потому что это окажется непропорциональным, только если ты потратишь на рекламу условные 3 копейки, а заработаешь условный миллион 📈

5. Самые тупые примеры нормальных гипотез — потому что я расставлю свой товар в 1,000 магазинов, и их там будут сметать с полок. Или потому что у моих клиентов окажется настолько высокий чек, что командой из 20 человек я смогу получать бешеную прибыль.
6. Но это означает, что стартап первым делом должен проверять свою гипотезу непропорциональности. Насколько быстро и успешно у него получается расставлять свой товар для начала в десятках магазинов. Или насколько быстро и успешно ему удаётся окучивать богатых клиентов.
7. Чтобы гипотеза подтвердилась, уже на этом этапе усилия и результаты должны оказаться в нужную сторону непропорциональными. Если нет — значит, это очередной тяжкий труд, результаты которого и дальше будут пропорциональны усилиям.
8. Итак, какая у твоего стартапа гипотеза непропорциональности? Почему твои результаты могут оказаться в тысячу раз больше усилий? Какой алгоритм действий, заход, фишка или что угодно ещё может к этому привести?
9. Ну и главное — начал ли ты эту гипотезу уже проверять? А если она не сработала — начал ли искать новую гипотезу непропорциональности? Или уже смирился с тем, что «каждому по труду»? 😊



## Ты не можешь победить... но можешь обхитрить!

1. Маленький стартап никогда не победит большого конкурента. В привычном смысле этого слова — пытаюсь сделать свой продукт лучше и уж тем более давая больше рекламы. Просто потому что ресурсов не хватит 😭

ОБХИТРИТЬ МОЖНО!  
~~ПОБЕДИТЬ НЕЛЬЗЯ~~

2. Поэтому остаётся только один вариант — придумать способ, чтобы обойти конкурента с тыла, ударить его по слабому месту или каким-то другим образом обхитрить 🎯
3. Ну как Давид обхитрил Голиафа — потому что в обычной схватке он бы его никогда не победил. Или как RedBull разбрасывал пустые банки своего напитка в мусорки около клубов — чтобы у посетителей возникало впечатление, что тут все пьют RedBull.
4. Это, кстати, творческая переработка метода, которым Шустов продвигал свой коньяк. Он нанимал студентов, которые заваливались в

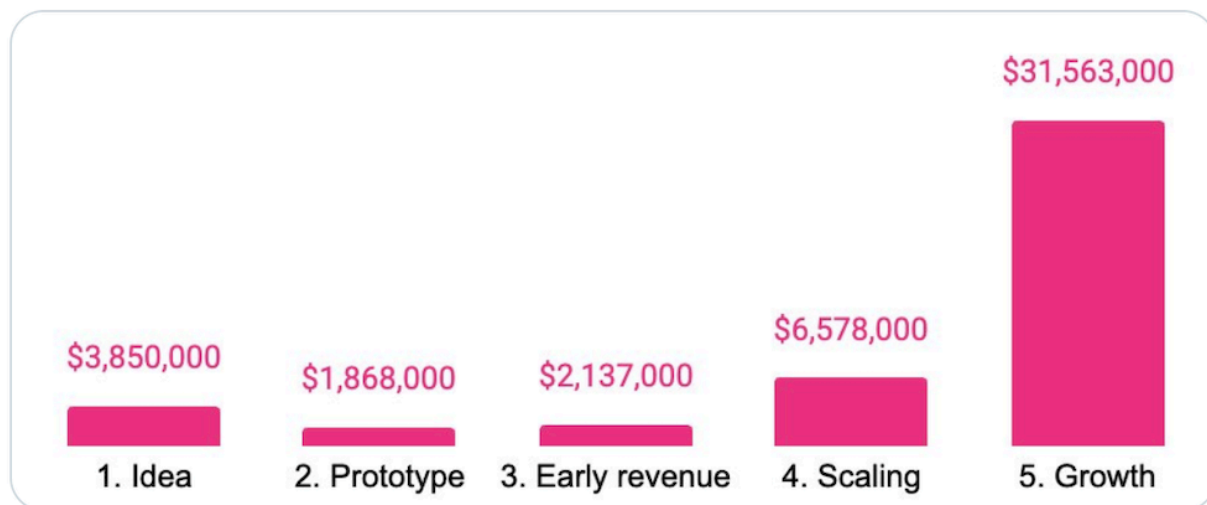


трактиры и требовали «шустовского коньяка» — и потом устраивали скандал, когда естественно оказывалось, что его там нет.

5. Если покопаться, то в истории каждого успешного стартапа была какая-то хитрость. Про некоторые из которых стало известно, а про некоторые — нет. И поэтому их успех приписали удаче 😊
6. Получается, если стартап рассказывает о себе и не упоминает ни одного «хитрого хода», который он собирается сделать — с ним не о чем дальше говорить. Ну а за счёт чего он тогда собирается обогнать конкурентов?
7. А у тебя какой хитрый ход есть в запасе?



(Source: OpenVC, Q1 2026)



Так выпьем же за то, чтобы с тобой этого не случилось 🍷🍷

1. В свежей статистике американского венчурного фонда обнаружился прикольный факт — стартапы на стадии идеи просят в среднем больше инвестиций (\$3.85M), чем стартапы на стадии прототипа (\$1.87M) или первой выручки (\$2.14M) 😲

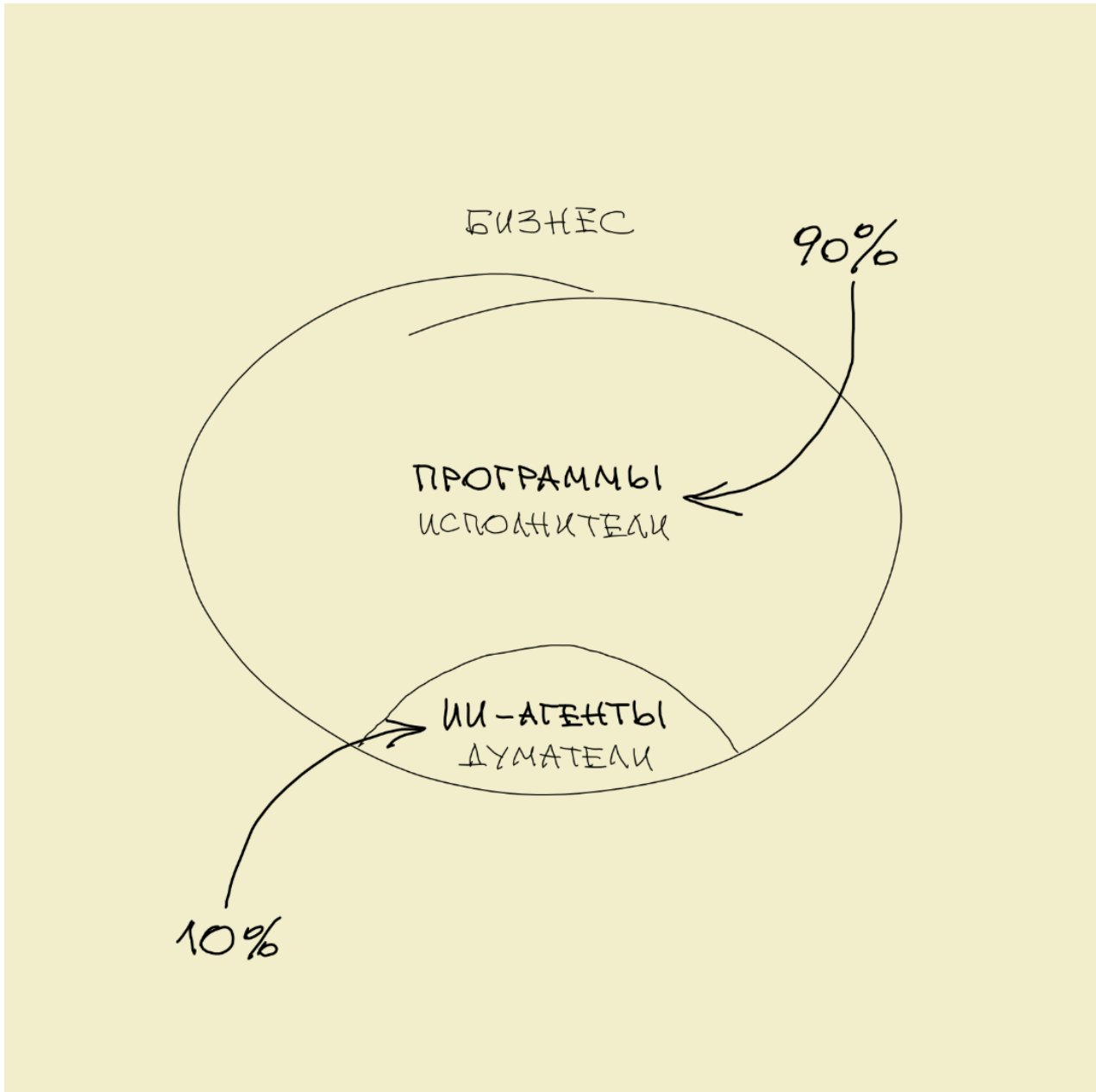
2. Из этого можно было сделать обычный вывод типа того, что фаундеры с идеями слишком много хотят 😊 Но мне кажется, что проблема тут более неожиданная.
3. Она заключается в том, что фаундеры по мере развития стартапа от идеи до денег теряют не только начальные иллюзии... но и начальные амбиции 😞
4. Так выпьем же за то, чтобы амбиции фаундеров никуда не девались! А если всё пошло хуже, чем они рассчитывали на уровне идеи — лучше переизобрести идею, чем мириться с тем, что из неё получилось 🤔



## Для 90% бизнес-задач ИИ-агенты — это лишняя трата денег!

1. Чтобы понять, как должны быть выстроены бизнес-процессы в твоей компании... запрограммируй их с помощью ИИ-агентов 😞 Хотя бы в виде сырого прототипа — но это уже даст понимание, где ты теряешь деньги и эффективность.
2. К примеру, многие люди, запрограммировавшие нечто типа бизнеса на OpenClaw, внезапно обнаруживают, что они тратят кучу денег на вызовы «heartbeats» — регулярных процедур, вызываемых каждые 10–30 минут. Почему на них уходит столько денег?
3. Потому что каждый такой вызов происходит как вызов обычного ИИ-агента — которому передаются многие килобайты «контекста», то есть истории предыдущего общения с ним. Когда таких «хартбитов» много, и каждый из них вызывается по 100 раз в день — на это тратится хренова куча токенов, то есть денег.
4. Но на хрена для исполнения регулярных задач столько контекста? 🤖  
Это всё равно что кассиру в Макдональдсе перед обслуживанием каждого клиента вливать в голову историю компании, кодекс

корпоративной культуры и кучу другой информации 😓 Хотя вся его задача — это следовать простому алгоритму действий.



5. Так и «хартбиты», то есть регулярные задачи, вообще не должны выполнять ИИ-агенты, и уж тем более требующие большого контекста. Эти задачи должны выполнять обычные программы с заданным алгоритмом действий и набором простых параметров. А если внутри программы и есть ИИ, то только в элементарном и дешёвом виде — типа составить письмо данному клиенту по данному поводу

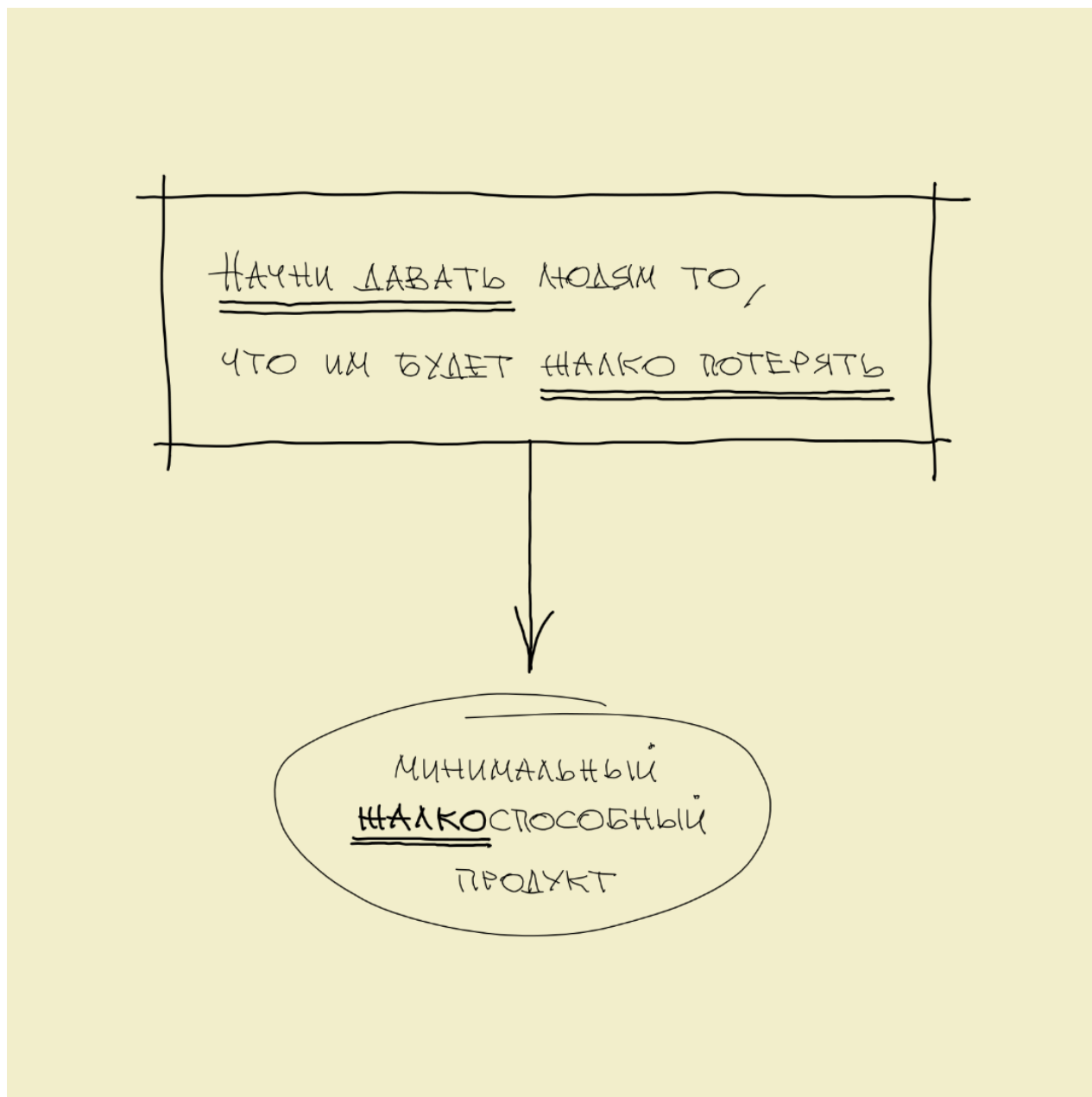
6. Причём такие «хартбиты» должны покрывать 100% штатных бизнес-процессов! 💪 А ИИ-агенты в OpenClaw нужно использовать только для того, чтобы обрабатывать нештатные ситуации и придумывать новые бизнес-процессы — после чего обновлять код программ-хартбитов.
7. Другими словами, основной объём работы в компании должны выполнять не «умные» люди или ИИ-агенты, а «тупые» сотрудники или программы, действующие строго по инструкциям. Тогда и работать они будут быстрее, и платить им можно меньше, и заменить их будет легко.
8. А если в цифровом прототипе твоего бизнеса каждый сотрудник должен быть представлен именно ИИ-агентом... это уже не бизнес получается, а какая-то «творческая студия» 🤖 Что явно влияет на его эффективность и возможность масштабирования!
9. Ну что, рискнёшь построить прототип своего бизнеса на OpenClaw или чём-то подобном? 🤔



## Начни продавать не то, что людям «нужно»... а то, что им «жалко потерять»!

1. Наконец-то сумел сформулировать принцип, которому должны отвечать стартапы, способные не только продавать свой продукт... но и удерживать пользователей — «Начни давать людям то, что им будет жалко потерять» 🎯
2. «Начни давать» — подразумевает длительный процесс, а не разовую продажу. Это же включает возможность пробных периодов — когда твоя задача не «познакомить пользователя с продуктом»... а довести его до такого состояния, чтобы ему было бы жалко с ним расстаться по окончании этого периода.
3. «Жалко потерять» — это более сильное чувство, чем «хотеть получить». Психологи утверждают, что горечь потери в 2 раза выше, чем получение того же эквивалента. Грубо говоря, ты в 2 раза больше расстроишься,

если проиграешь 100 рублей, чем обрадуешься, если те же 100 рублей выиграешь 😊



4. К тому же «жалко потерять» в отличие от традиционной «нужности» покрывает ещё и сценарий, когда за продукт платят... но им не пользуются 😲 Как ни странно, но это вполне себе рабочий механизм — который одним из первых проверил Нетфликс, когда он ещё давал в аренду DVD с фильмами.

5. Тогда пользователи платили подписку за то, что у них дома лежало 5 DVD, любое количество из которых они могли отправить обратно и получить столько же новых. А насколько часто они их смотрели, и смотрели ли вообще — это было уже неважно.
6. Таким образом люди платили только за ВОЗМОЖНОСТЬ посмотреть 5 фильмов, а не за факт их просмотра. Ну собственно, как и в нынешнем Нетфликсе — только уже без ограничений на 5 фильмов. То есть у тебя может не быть времени, чтобы смотреть Нетфликс — но ты платишь, потому что тебе жалко эту возможность потерять 😭
7. Получается, что в рамках этого принципа стартап должен выпускать «минимальный ЖАЛКОспособный продукт» 🤔 Цель которого — проверить, будет ли тому, кто начал им пользоваться, жалко его потерять. А задача — найти способы воздействия на пользователя, чтобы ему действительно стало этого жалко 🙌



# THE WALL STREET JOURNAL.

---

## OpenAI Is Working With Consultants to Sell Codex

The ChatGPT maker said it has four million weekly active users for its AI coding tool, up from three million two weeks ago

By *Belle Lin*

April 21, 2026 7:30 am ET

## Ёжиками вы можете не становиться... но консультантами вам стать придётся 😬

1. В Wall Street Journal написали, что OpenAI обратился к консалтинговым компаниям за помощью в продажах Codex бизнесам. И это жу-жу неспроста! Ведь бизнесы должны начать внедрять ИИ... Но!
2. У компаний накопилась куча разрозненных платформ и большой объём знаний, которые из голов сотрудников нужно перенести в головы ИИ-агентов. Компаниям нужно перестроить свои бизнес-процессы, чтобы они отвечали новым концепциям использования ИИ вместо SaaS. И всё это нужно сделать — не останавливая и не снижая эффективность текущей работы 😓
3. Это адски сложная задача, которую компании сами решить вряд ли смогут. Поэтому они обратятся за помощью к консультантам. Которые, в свою очередь, порекомендуют им для этого те ИИ-платформу и инструменты... которые они захотят порекомендовать 😏
4. Получается, что дистрибуция ИИ-платформ для бизнеса на самом деле находится в руках консультантов 🤖 Больше компании обратятся к большим консультантам. А к кому обратятся маленькие, небольшие и средние компании? К тому, кто вовремя позиционирует себя как «решала» подобных задач!
5. А если этот «решала» заодно является ещё и разработчиком ИИ-инструмента, который он внутри своей услуги продаёт — для клиента это уже технические детали. А для разработчика — это источник прибыли 💰
6. Другими словами, чтобы продавать свои ИИ-платформы, их разработчики должны превратиться в консультантов! Без этого они ни хрена никому не продадут. Если только какой-то залётный консультант вдруг захочет продавать их продукт. Но на хрена он это будет делать,

если стоимость создания софта с помощью ИИ и так стремится к нулю



- 7. Когда-то мудрая сова посоветовала мышам стать ёжиками, чтобы выжить. А сейчас мудрая сова советует разработчикам превратиться в консультантов 😂 Но, в отличие от «стать ёжиками», этот совет гораздо более реалистичный 🚀



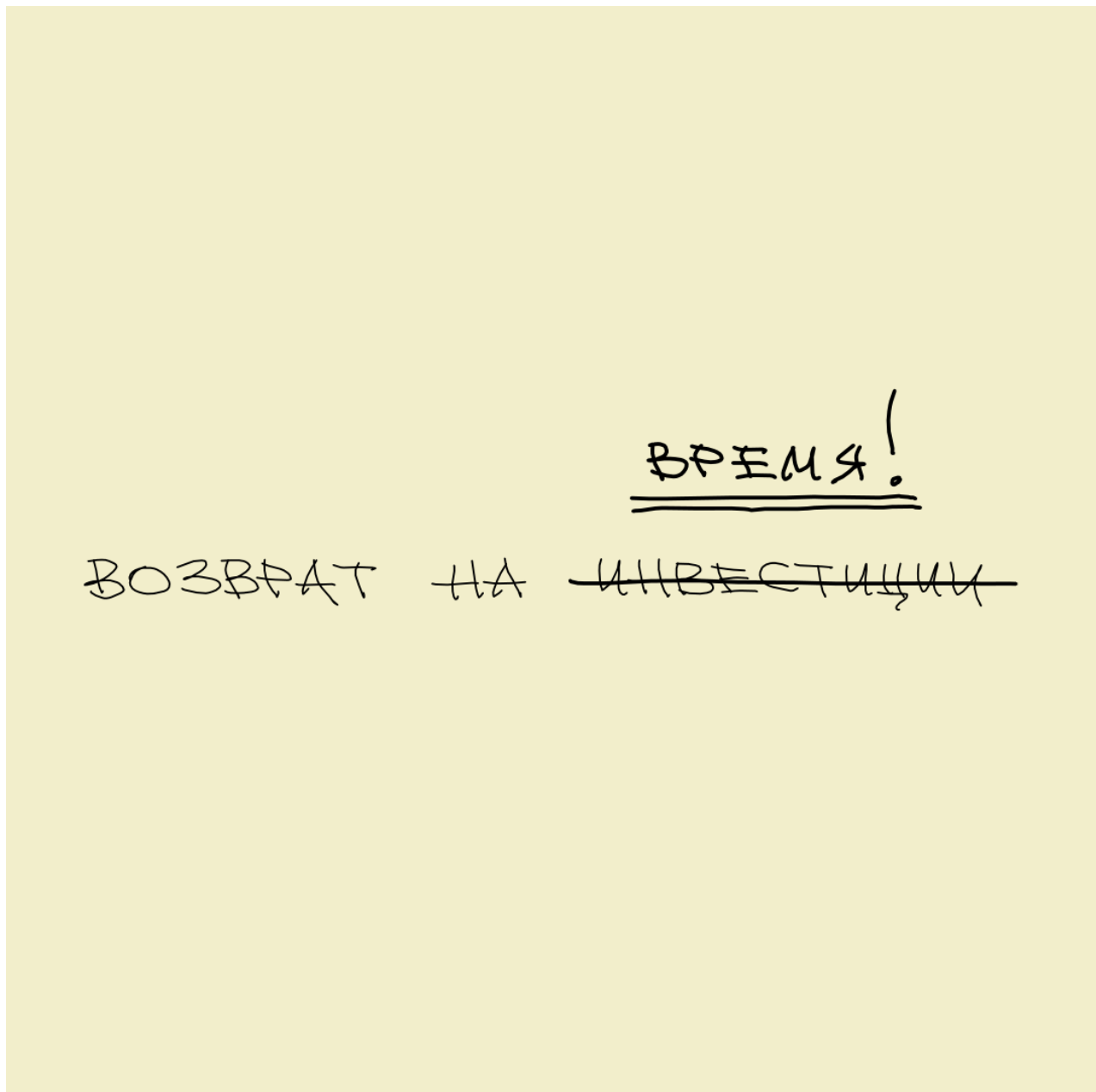
БОЛЬШЕ ИИ → БОЛЬШЕ!  
~~МЕНЬШЕ ЛЮДЕЙ~~



## Парадокс: где больше ИИ — там нужно больше людей!

1. Фаундер Vox Аарон Леви часто высказывает интересные и парадоксальные идеи. Одна из последних его мыслей — «появление ИИ-юристов не уменьшит количество живых юристов... а, наоборот, их увеличит!»! Но почему?
2. Потому что, с одной стороны, вырастет количество людей, желающих воспользоваться на первый взгляд доступными услугами ИИ-юристов. Но это будет только наживка. Потому что во многих случаях в этих делах должны будут принимать участие и живые юристы — потому что далеко не всегда всё так просто.
3. А с другой стороны — работать юристом со всеми этими ИИ-инструментами будет гораздо проще! Поэтому количество желающих начать заниматься таким «простым» делом тоже увеличится. А когда до них дойдёт, что не всё так просто — они уже в этой профессии увязнут.
4. Ну а если серьёзно, эта ситуация с юристами является проявлением «парадокса Джевонса», утверждающего что технологический прогресс, который увеличивает эффективность использования какого-либо ресурса — увеличивает объём потребления этого ресурса из-за более низких затрат при использовании усовершенствованных технологий.
5. Сам Джевонс обнаружил этот парадокс ещё в 1865 году — когда заметил, что технологические усовершенствования, увеличившие эффективность использования угля, в результате привели к увеличению потребления угля в различных сферах промышленности.
6. Другое современное проявление парадокса Джевонса — появление ИИ, умеющего программировать, не уменьшило количество живых программистов... а, наоборот, увеличило количество программистских вакансий. Потому что генерируемый ИИ-машинками код всё равно кто-то должен поддерживать. И чем больше кода генерируют ИИ-машинки — тем больше таких людей нужно.
7. Какую профессию выбирать людям в эпоху ИИ? Ту, в которой внедряется больше всего ИИ! Правда, при этом нужно научиться

работать не своими руками — а руками ИИ. Но этому вполне можно научиться :)



«Возврат на время» важнее, чем «возврат на инвестиции»!

1. Обычные люди ищут время, чтобы заняться чем-то новым. А умные — ищут для этого, что бы перестать делать из старого 😊

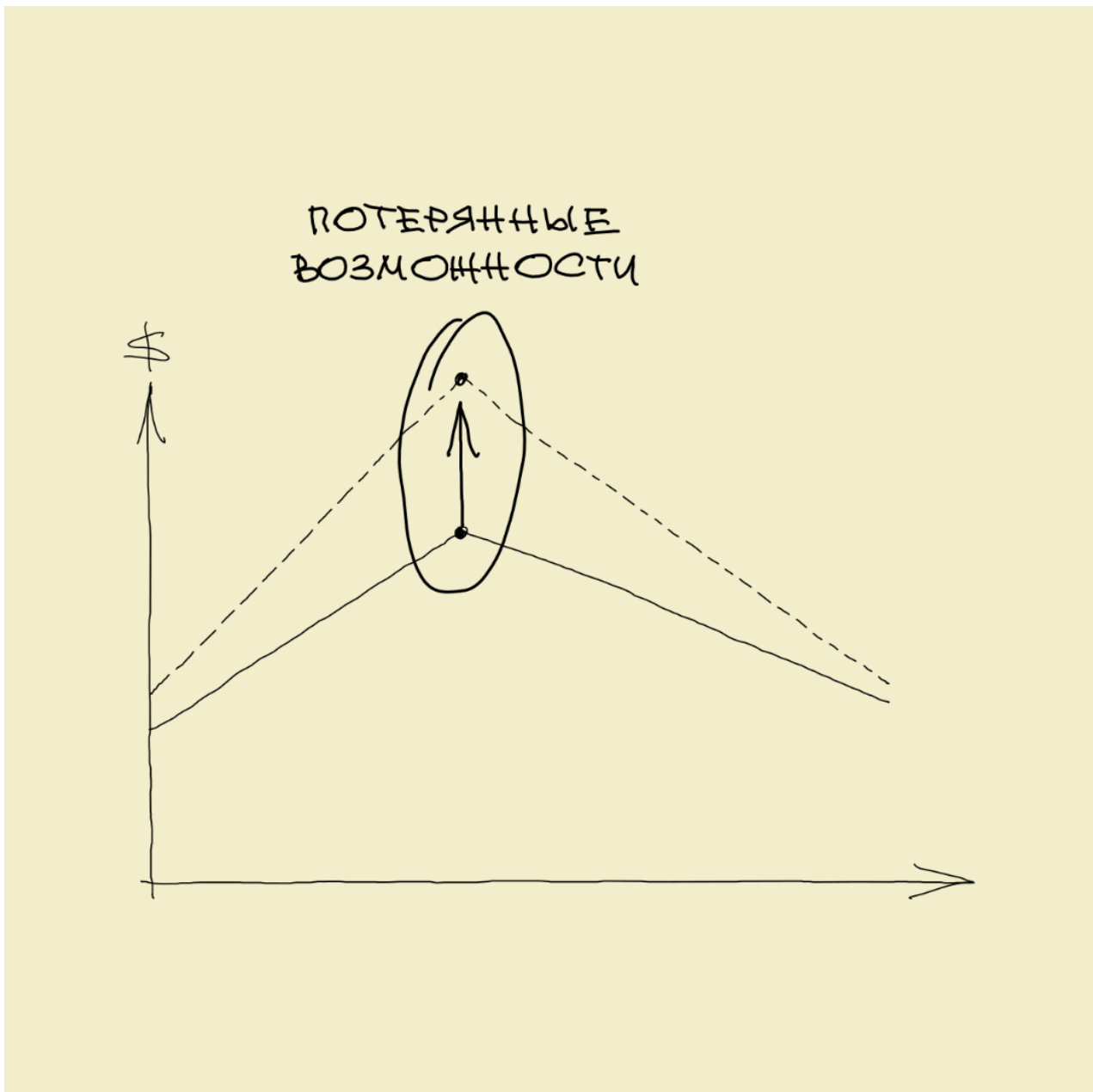
2. Потому что время — это единственный ограниченный и невозполнимый ресурс. Ведь даже деньги в принципе можно найти.
3. Поэтому самый главный показатель — это не возврат на вложенные инвестиции 💰 А возврат на вложенное время ⌚
4. Так что начинай делать только то, что ты можешь в любой момент прекратить 😬 Иначе в какой-то момент тебе не хватит времени на что-то более перспективное новое.
5. А «расти» — это не «больше работать и больше зарабатывать»... а тратить на то же самое всё меньше времени 📈 Если ты даже зарабатываешь на чём-то столько же, но тратишь на это в 10 раз меньше времени — твой возврат на вложенное время вырос в 10 раз 💪
6. Ну а ИИ нужен в первую очередь не для того, чтобы внедрять его в свой бизнес — а экономить с его помощью своё собственное время на контроль, поддержание и развитие своего бизнеса.
7. Тогда ты сможешь иметь не 1 бизнес — а 10! И зарабатывать в 10 раз больше. А в идеальном случае — тратя на это ещё и в 10 раз меньше времени 🤖



## Деньги мешают видеть возможности!

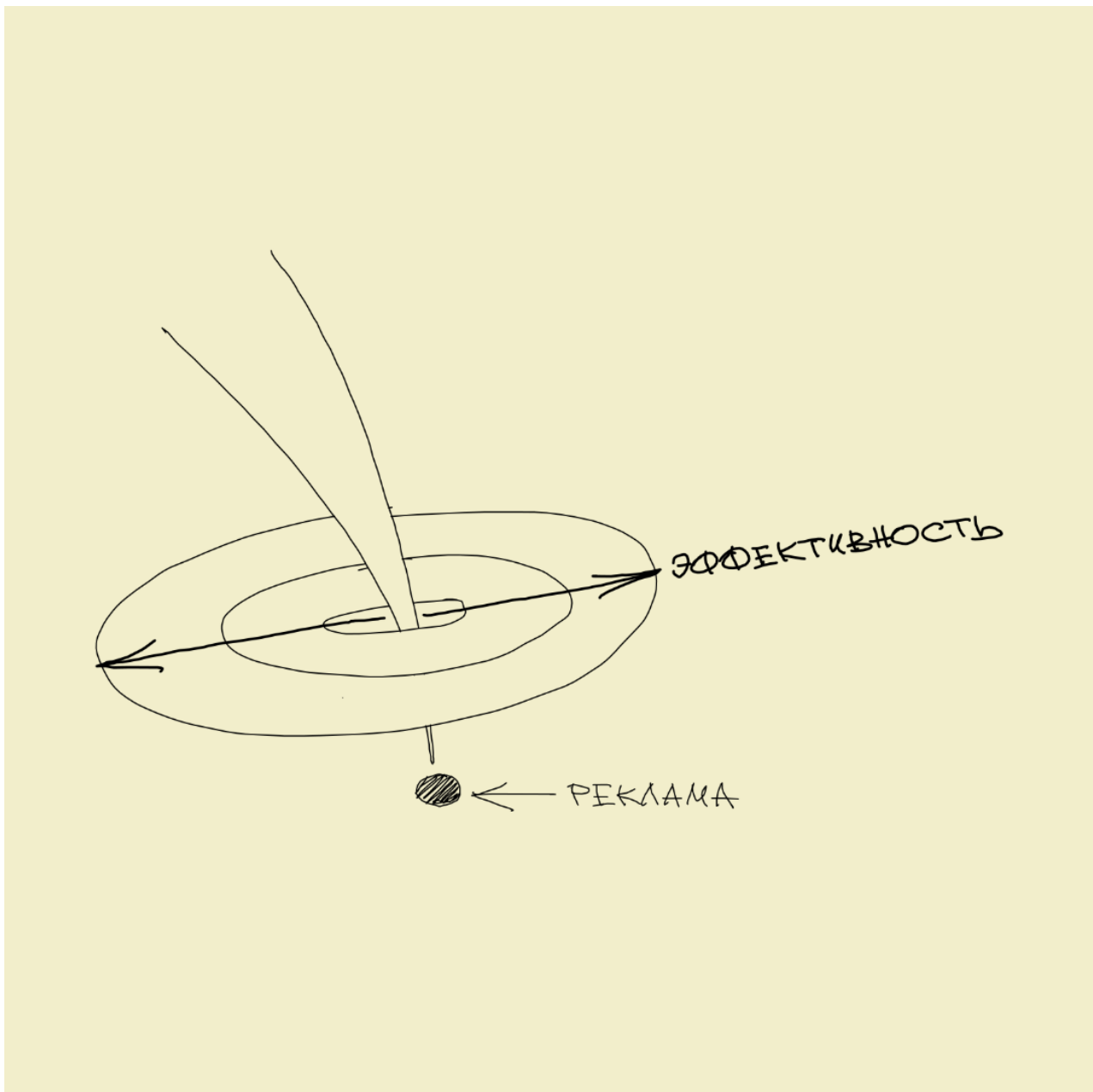
1. На встрече приятелей-предпринимателей за развязывающими язык напитками выяснилась удивительная вещь. Самый лучший по заработку год из недавних год — оказался самым плохим с точки зрения количества потерянных возможностей 😬
2. В смысле до хрена их было проё\*ано. Но это как сейчас они уже видят. А тогда — не видели 🙄 Потому что начали считать себя самыми умными 🤖

3. Поэтому за что-то не брались, к кому-то не прислушивались, на что-то не обращали внимания... Да и вообще были слишком довольны собой, чтобы куда-то бежать — только неторопливо шагать. Хотя и до этого часто дело не доходило, потому что слишком много размышляли о **высоком** 😊



4. Ну а уже следующий за лучшим год явно показал верность старой истины: «успех часто ведет к высокомерию, а высокомерие — к провалу». И пусть провалы, слава богу, были не полные — но они всё-таки были.

5. Короче, рост выручки — это не повод считать себя самым умным, и даже наоборот 😊 Если, конечно, на следующий год ты хочешь вырасти ещё больше 🚀



## Хочешь увеличить эффективность рекламы в 2 раза? А в 10 раз?

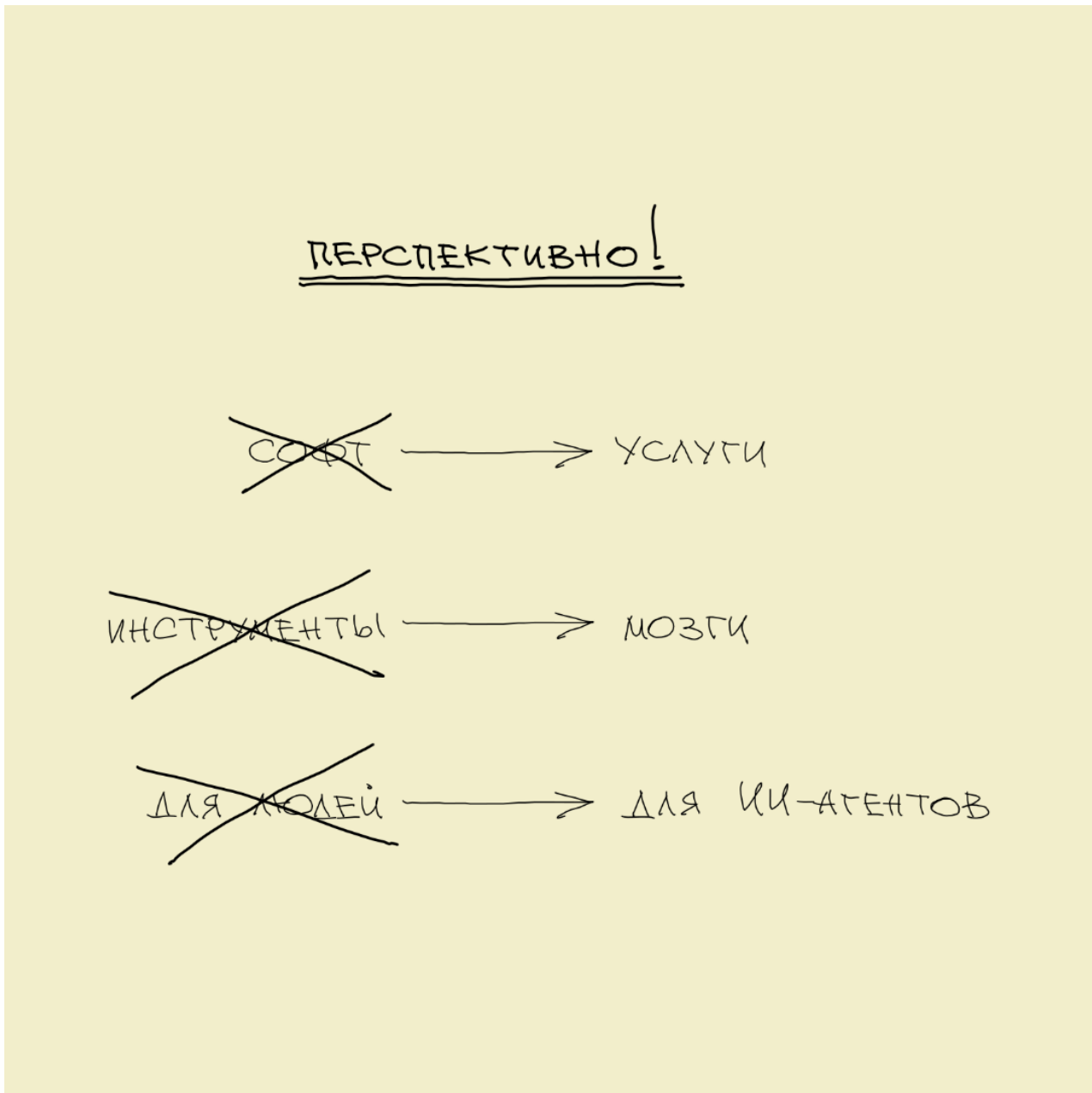
1. Нет, для этого не нужно извращаться с текстом и визуалом самой рекламы. Так ты много не выиграешь 😞
2. Вместо этого нужно придумать, как сделать так, чтобы человек, пришедший по рекламе... рассказал о продукте хотя бы ещё одному человеку 🗣️ Ну или десяти 😊
3. Проблема в том, что стандартный подход с оценкой стоимости привлечения покупателя по рекламе — для стартапов не работает. Потому что у маленького стартапа с большими амбициями никогда не хватит денег, чтобы заплатить за каждого своего пользователя 😞
4. Поэтому нельзя платить «за каждого»! Нужно забрасывать рекламу, как камень в воду — и смотреть, сколько кругов от неё расходится.
5. Причём на то, что эти круги появятся сами по себе — лучше не надеяться. Вместо этого нужно встраивать прямо в продукт какую-то фичу, которая помогает или стимулирует это делать.
6. Получается, что давать рекламу нужна не для того, чтобы проверять эффективность рекламы 😊 А чтобы проверять работоспособность этой самой продуктовой фицы, вызывающей круги по воде.
7. А у тебя что это может быть за фица? 🚀



**Вот что сейчас перспективно — продавать услуги вместо софта, мозги вместо инструментов и софт для агентов вместо людей!**

Y Combinator опубликовал сегодня новый «запрос на стартапы», которые он хочет видеть в очередном наборе своего акселератора. А это как раз те

темы, которыми стартапам сейчас перспективнее всего заниматься 🎯 Вот



3 темы, которые привлекли моё внимание в моём вольном изложении:

1. ИИ-компании, оказывающие услуги. Стартапам пора перестать продавать «инструменты» — с помощью которых компании могут решать свои задачи. Стартапам пора начинать продавать «решения»... которые они будут оказывать с помощью разработанных ими инструментов 😄 А это и есть продажа услуг — вместо софта!
2. Компаниям нужно начинать продавать «ИИ-мозги», а не ИИ-инструменты. Инструментов у каждой компании уже и так до фига.

Однако инструменты нужны для решения задач... а главная проблема сейчас в том, чтобы эти задачи сначала выбрать, а потом найти данные, на которых должно быть основано решение. Ну или наоборот — сначала найти данные, а потом из них понять задачу. Но дело в любом случае не в инструментах — даже очень эффективных 😊

3. Софт для ИИ-агентов. Количество ИИ-агентов скоро превысит количество сотрудников компаний. Но ведь ИИ-агенты будут для своей работы использовать сторонний софт... но совсем не так, как до сих пор его использовали люди. Поэтому нужно делать специальный софт — удобный для ИИ-агентов! И рынок этого софта скоро окажется гораздо больше, чем рынок софта для людей.

Полный список новых запросов YC: <https://www.ycombinator.com/rfs>

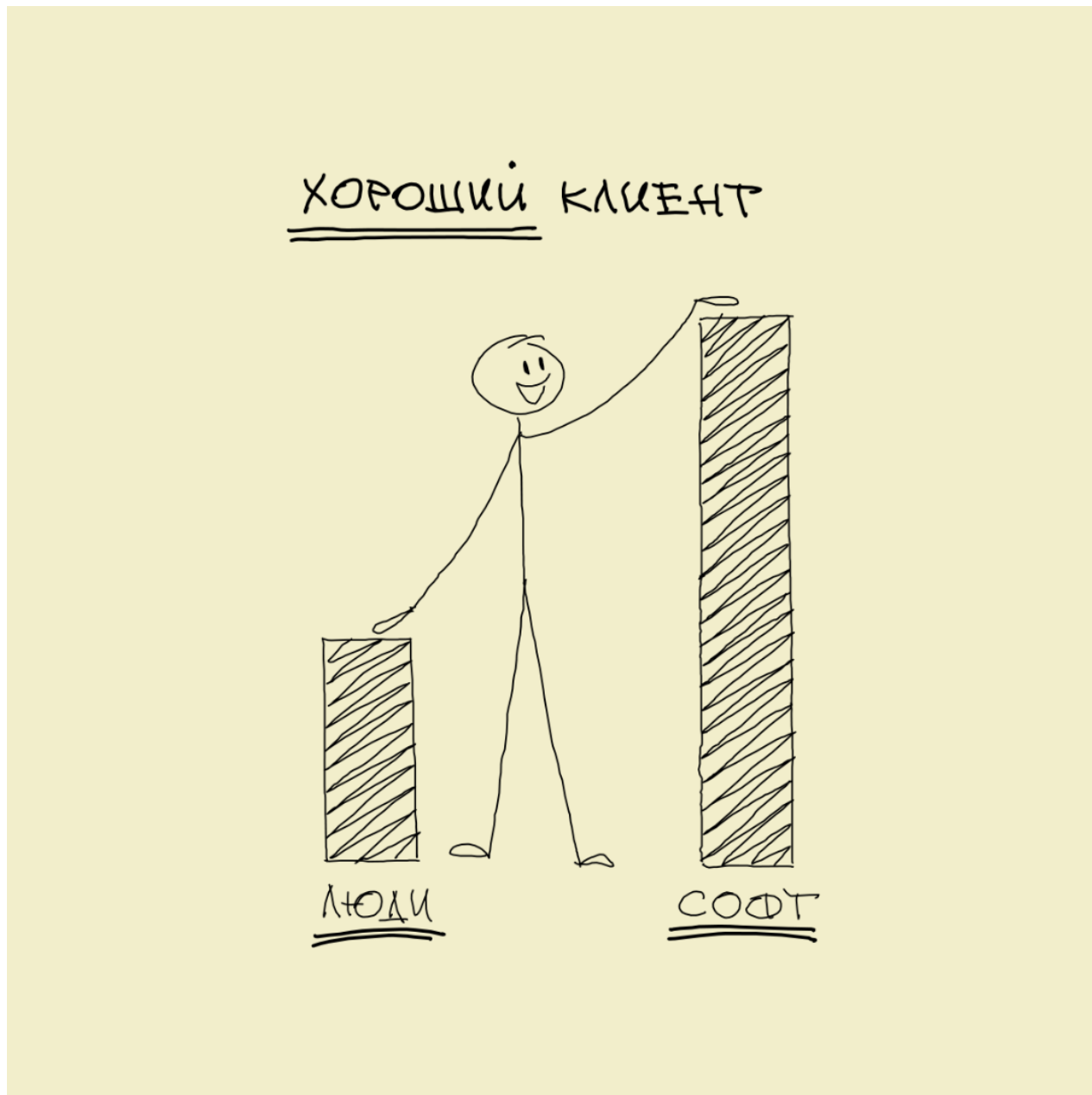


## На ком из клиентов ты сможешь хорошо заработать?

1. Раньше для этого нужно было выяснить, какой у потенциального клиента бюджет на покупку софт в этой категории. Но сейчас, как заметил инвестор Томаш Тунгуз, ситуация кардинально изменилась!
2. В новом сценарии продаж нужно задать три вопроса. Первый — старый: «какой бюджет на покупку софта?». Второй — новый: «сколько в этой категории вы тратите на сотрудников?». А третий — неожиданный: «каким вы видите соотношение между этими затратами через 3 года?» 😊
3. Фишка в том, что компании уже начали обсуждать этот стратегически важный вопрос. Поэтому, задавая его, ты попадаешь в категорию «стратегически важных» партнёров! С соответствующими значимыми для тебя следствиями 💰
4. Ведь задача новых ИИ-платформ — начать заменять сотрудников! Поэтому, чем выше ожидаемое соотношение между затратами на софт

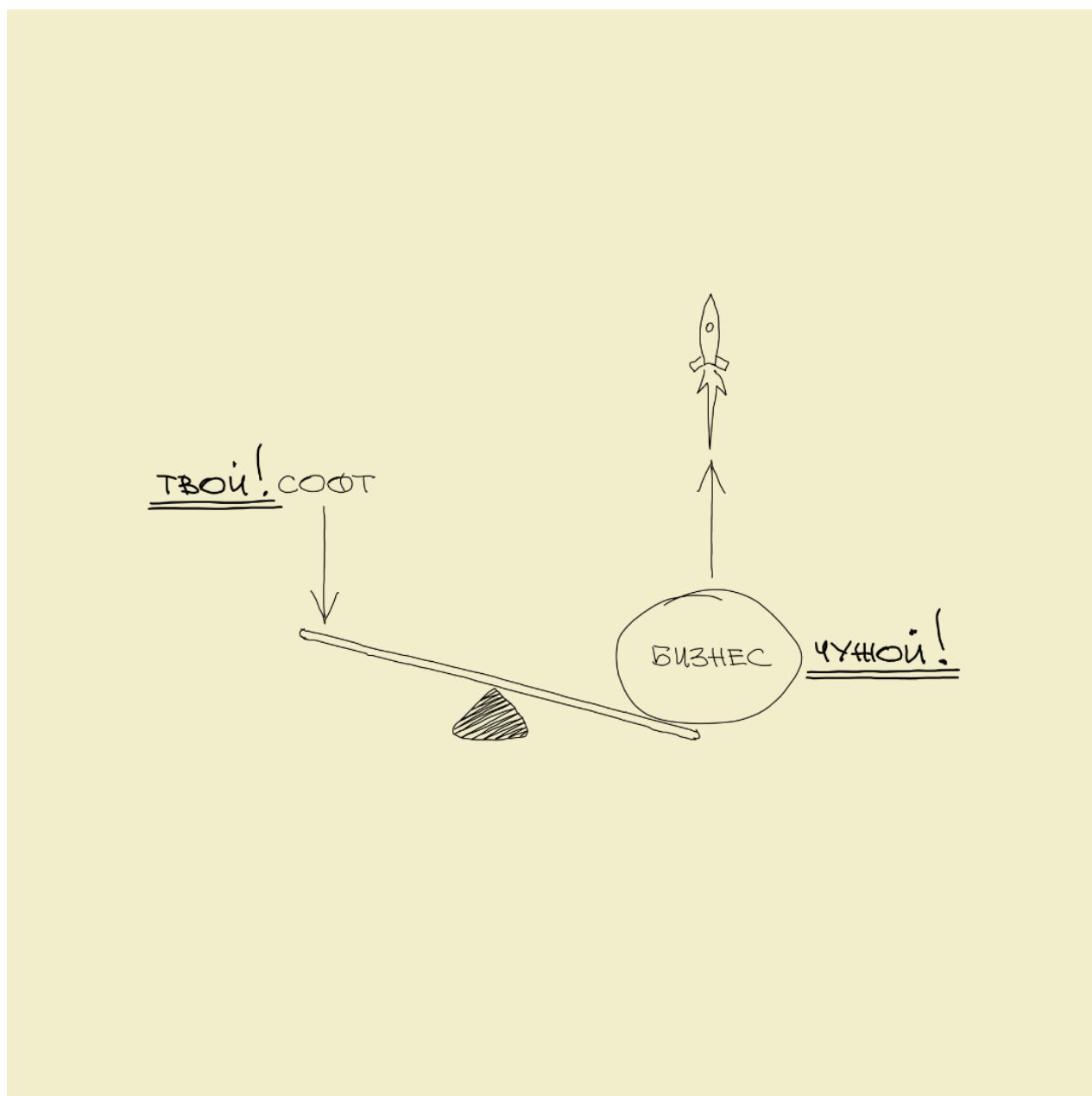


и людей — тем больше у тебя возможностей клиенту в этом помочь... и самому на этом заработать 😊



5. Для справки: Томаш Тунгуз считает, что примерный уровень этого соотношения в продажах — 10 к 1, в клиентской поддержке — 4 к 1, в разработках — так вообще 25 к 1.
6. Ну а если клиент не собирается к таким соотношениям стремиться — то тебе вообще не стоит тратить на него своё время... потому что через 3 года с таким подходом он уже вылетит из бизнеса 😊





## Самая неожиданная новая бизнес-модель — это «ИИ-франшиза»!

1. Фишка в том, что уже скоро никакой бизнес не сможет выжить без высоких ИИ-технологий. Включая даже обычный ремонт оборудования, бухгалтерское обслуживание, юридическое обеспечение, да и всё остальное не менее обычное 😊
2. Однако проблема в том, что 90% компаний на рынке — во-первых, не технологические, поэтому в технологиях они не разбираются. А во-

вторых, маленькие — поэтому на наём людей, способных разрабатывать высокие технологии у них денег не хватит.

3. Поэтому те разработчики, кто в такой ситуации собирается продавать таким компаниям «коробочные» ИИ-решения — теряют большие деньги и большие возможности 🙋‍♂️ Ведь эти ИИ-решения можно отдавать компаниям бесплатно 😬
4. Но за долю в их бизнесе — в результате чего выйдет чистый win-win 🙌
5. Если ИИ-решение реально рабочее, то компания с его помощью начнёт настолько больше зарабатывать — что её владельцы смогут тоже больше зарабатывать, несмотря на уменьшившуюся долю 💰
6. А разработчики этого решения — начать получать прибыль, существенно бóльшую, чем копеечную стоимость подписки маленькой компании на тот же софт 💰
7. Понятно, что на такой обмен доли на софт пойдёт не каждая компания. Но ведь это и хорошо! Ведь тем, кто на это решится, нужно будет у кого-то отжирать их долю рынка 😊
8. Короче, ИИ — это просто технология, это рычаг! С помощью которого можно пусть и не перевернуть мир... но успеть отжать себе часть чужого бизнеса 😄
9. А если ты делаешь ИИ-платформу, за который клиент не готов отдать тебе долю в бизнесе — значит, ты выбрал для своего продукта слишком мелкую тему... даже с точки зрения её продаж 🤔🤔