

ТЁМНАЯ СТОРОНА

Бизнес. Стартапы. Инвестиции.

С опытом каждой стороны.

© Аркадий Морейнис

май

2026

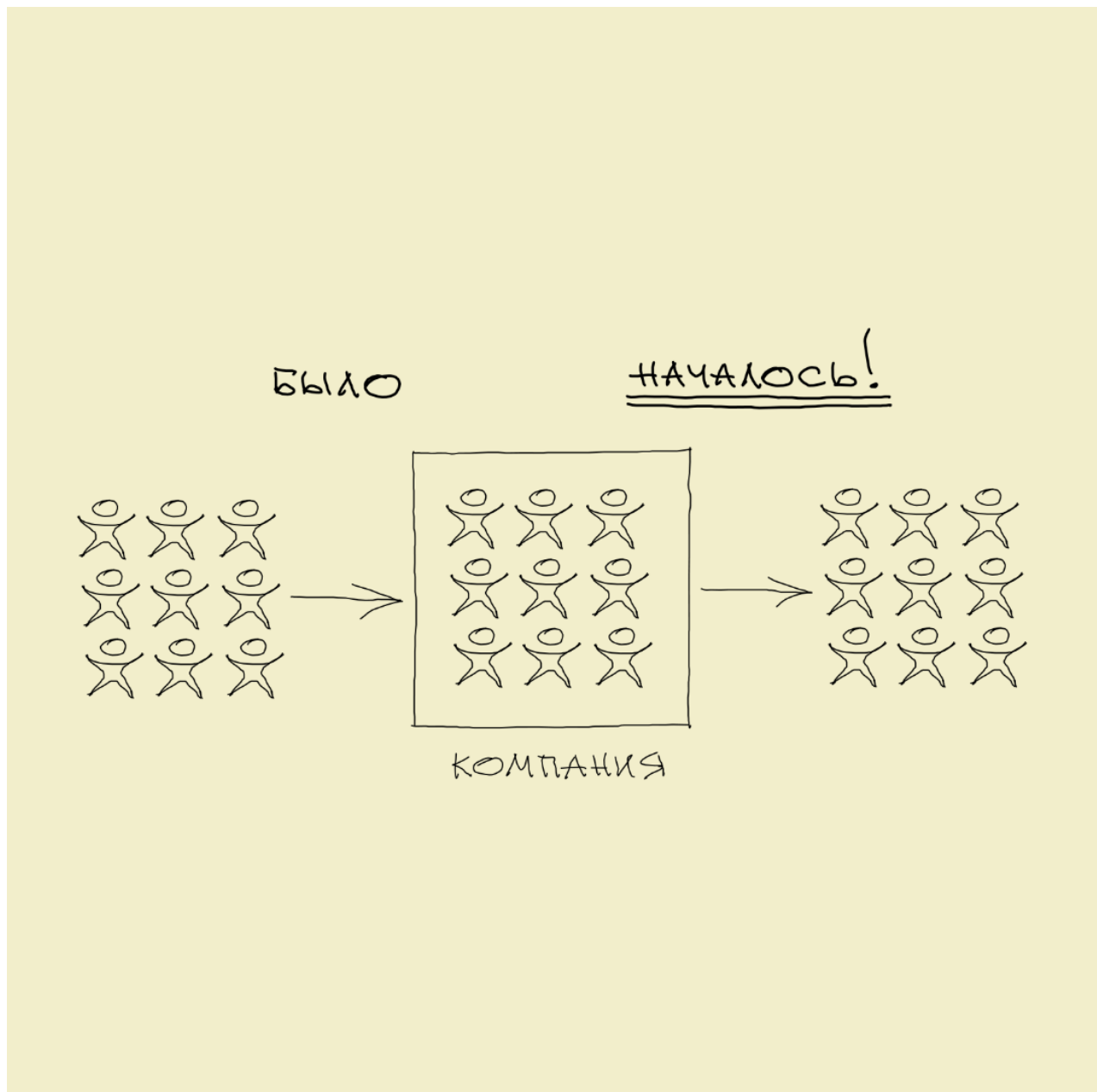
Новые идеи для вдохновения и копирования

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

Читать

ВКонтакте: <https://vk.com/amoreynis>

Телеграм: <https://t.me/temno>



Нужно успеть к «измельчению» рынков!

1. В своё время компании стали появляться — чтобы уменьшить стоимость транзакций между участниками рынка. Грубо говоря, сделать «заказ» и получить качественный результат от внутреннего условного кузнеца гораздо дешевле, чем искать и договариваться с каким-то кузнецом на свободном рынке.
2. ИИ-агенты стоимость таких транзакций ещё больше уменьшают — потому что они могут эффективно контролировать работу сотрудников и даже брать её частично или целиком на себя. Но это ещё не всё...

3. Ведь ИИ-агенты смогут по тому же принципу ускорять и удешевлять и транзакции между компаниями 😲 Быстро их находить, быстро с ними договариваться и надёжно контролировать процесс получения результата. Ещё и потому, что для этого они будут общаться и договариваться не с людьми, а с ИИ-агентами других компаний 😊
4. Таким образом, на рынке под влиянием ИИ наверняка начнёт раскручиваться обратная тенденция — к «измельчению» компаний. Ну а чего, если стоимость рыночных транзакций между компаниями уменьшится до приемлемого уровня. Что наложится на желание многих людей работать на себя, а не на дядю 😂
5. Соответственно, возникнет спрос на платформы, которые будут помогать зарабатывать маленьким компаниям и уменьшать для них стоимость рыночных транзакций — по привлечению клиентов, налаживанию партнёрств и так далее. И это станет новым трендом 🚀
6. Прикольно, что я о таких платформах уже писал в фастфаундере, вот в этом обзоре есть несколько интересных примеров: <https://fastfounder.ru/tehnologiya-plus-biznes-model/> Но это наверняка ведь не все варианты! А какой вариант предложишь ты?



«Вы что, и читать за меня будете?»

1. Пора перестать писать полезные вещи для людей 😲 Ведь что такое «полезная» информация? Это когда человек что-то прочитал, сделал выводы, а потом ещё и что-то по этому поводу сделал. Но ведь уже скоро всё будут делать ИИ-агенты!
2. Так зачем же тогда человеку напрягаться — сначала читать, потом делать выводы, а потом ещё и пересказывать их ИИ-агенту? Если ИИ-агент может в тысячу раз больше прочесть, сделать в сто раз больше выводов, а потом ещё и в десять раз больше всего сделать!



ВЫ ЧТО, И КОНФЕТЫ
ЗА МЕНЯ ЕСТЬ БУДЕТЕ?

3. То есть полезные вещи теперь нужно писать не для людей — а для ИИ-агентов 🎯 Прямо хоть специальный издательский дом под это открывай 😂
4. Хотя это ни фига не смешно. И даже не грустно. Это такая вот новая реальность.



«Самый исполнительный» — уже не означает «самый нужный»!

1. Один инвестор обратил внимание на неожиданную историю, которая регулярно начала повторяться в американских компаниях. Эти компании сначала «нанимают» ИИ-агентов и увольняют часть сотрудников...
2. А через полгода нанимают половину уволенных назад — но уже на должности консультантов с зарплатами в 2 раза выше, чем раньше 😬

Потому что ИИ-агенты генерируют настолько много всякого-разного — среди чего непременно оказывается куча ерунды, которую кто-то должен замечать и исправлять.

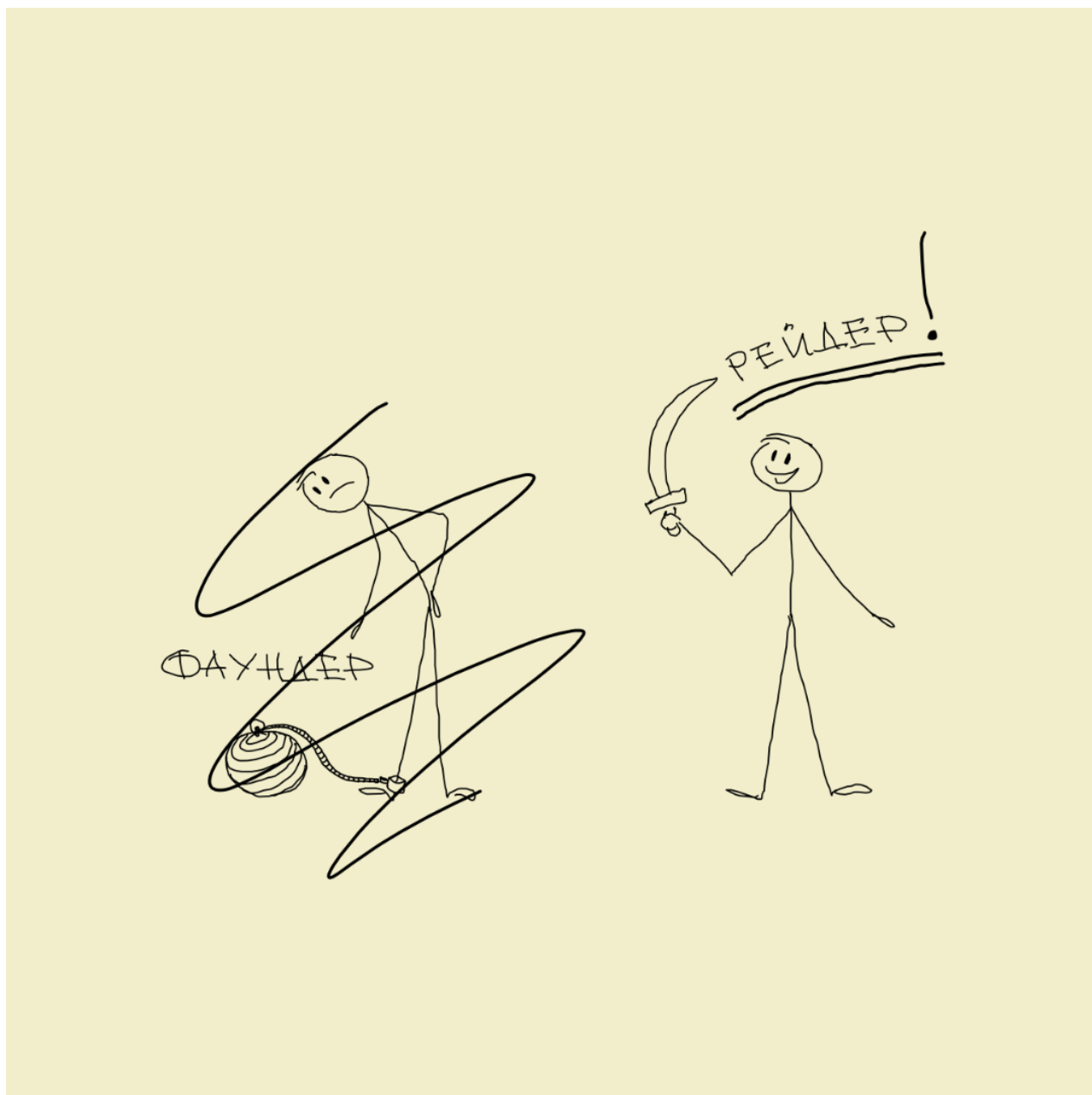
3. Вывод очень простой. Не увольняй тех, кто способен работать консультантом по внедрению ИИ в твой собственный бизнес — даже если их изначальные функции начнёт выполнять ИИ. Так ты и эффективность компании поднимешь, и на зарплатах «надсмотрщиков за ИИ» сэкономишь 🤔
4. Но вот отдельный и интересный вопрос — кого из сотрудников оставлять? Фишка в том, что во времена ИИ «самый исполнительный» — уже не означает «самый нужный» 😱
5. Потому что ИИ по-любому может сделать в сотню раз больше, чем самый исполнительный сотрудник. Если какой-то сотрудник этого ИИ в нужную сторону направит.
6. Ну что, пора раздавать каждому сотруднику по ИИ — и смотреть, кто и чего с ним может добиться?
7. Не, серьёзно — а как иначе вы собираетесь нынче даже не то, что развивать свой бизнес... а тупо не помереть? 😏





Как улучшить свой продукт В РАЗЫ? Способ, который стал возможен только сейчас!

1. Говорят, что «ИИ может всё»... Ну вот и отличненько 😊 Теперь тебе осталось понять, что бы ты дал своим пользователям — если бы у тебя были неограниченные возможности. И придумать, как реализовать это с помощью ИИ 😲
2. Уже и раньше говорили, что все ограничения сидят у нас в голове. А сейчас это стало ещё больше похоже на правду!



Представь, что ты не фаундер... а рейдер! Тогда всё получится 😏

1. В 2025 году выручка Shopify выросла на 30% до 11.56 миллиардов долларов 📈 У фаундера спросили: «А как вам удаётся находить способы такого роста на таком уровне?». Ответ был неожиданным.

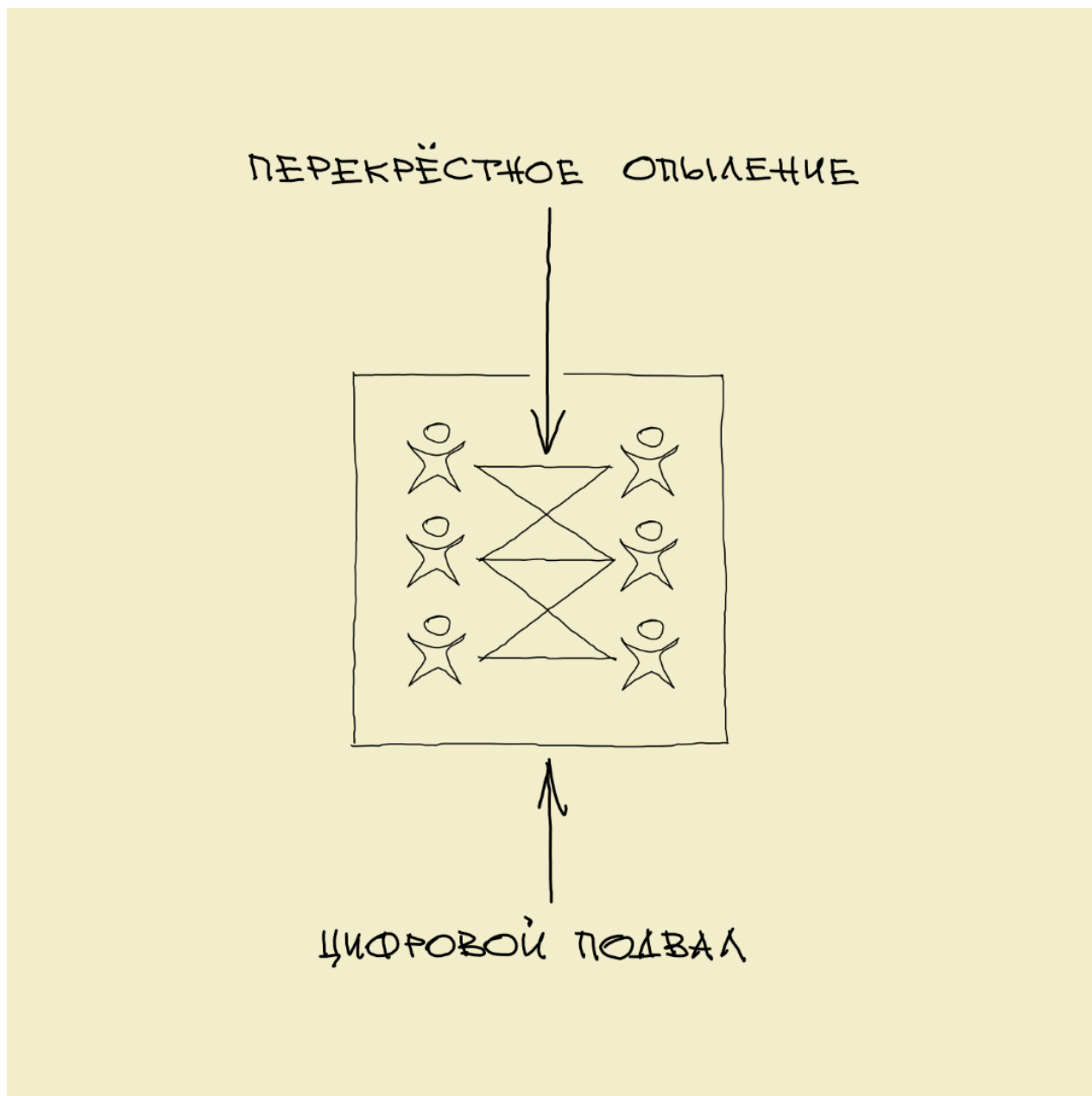
2. «Я представляю себя корпоративным рейдером! Типа Shopify обанкротился, я его выкупил, и вот теперь я сижу и думаю... что его предыдущие руководители были идиотами, и поэтому мне нужно тут всё перестроить по-новому» 😬
3. Ну да, хорошая идея! Ведь фаундерам непременно нужно продолжать и развивать то, что было. А у рейдеров есть полная свобода делать то, что они считают нужным 😏
4. Короче, вводная такая — твой стартап обанкротился, ты его выкупил, и теперь тебе нужно всё в нём перестроить. С чего ты эту перестройку начнёшь?



Самых умных сотрудников — в цифровой подвал... чтобы они там друг друга перекрёстно опыляли 😏

1. Фаундер Shopify Тоби Лютке бросил учёбу в 16 лет и начал работать подмастерьем программистов в подвале айтишной компании. Разнося им кофе и наблюдая за тем, как работают программисты... пока их умения сами собой не «просочились» в его мозги. Или он их впитал как губка 😏
2. А сейчас Тоби решил повторить то же самое — но для всего Shopify и на новом уровне развития технологий. Для этого он сделал ИИ-агента River — который, в отличие от других ИИ-агентов, не может работать персональным ИИ-помощником 😬 Потому что он живёт только в открытых внутри компании каналах Slack.
3. Каждый сотрудник может создать себе такой канал и/или присоединиться к чужим каналам. И это привело к неожиданному следствию — сотрудники стали больше и чаще учиться друг у друга... подглядывая за тем, как другие стараются решать свои задачи с помощью ИИ.

4. По сути даже непонятно, у кого они больше учатся — у людей или у ИИ. Но это не и так важно 😊 Важно, что каждый такой канал стал «подвалом» — где сотрудники компании учатся новому, наблюдая за тем, какие задачи встают перед другими сотрудниками, и как они их решают.



5. Причём наблюдают они не за «победными реляциями» — а за процессом 🎯 Ведь подмастерье не сможет ничему научиться, видя только готовый результат работы мастера. Он должен учиться,

наблюдая за процессом его создания — за этапами, ошибками и озарениями.

6. В результате вся компания Тоби стала системой подвалов — в котором каждый сотрудник выступает в роли то мастера, то подмастерья. Чему-то учатся у него, а чему-то он учится у других. И такое «взаимное обучение» начало становиться частью корпоративной культуры — а не насаждаемым сверху процессом.
7. Но самое прикольное — что без ИИ этот процесс не завёлся бы. Потому что для этого нужно было, чтобы появились люди, за чьим процессом размышлений и развития можно было бы подглядывать 🙄
8. Но ведь сейчас умные люди уже начали размышлять и развиваться с помощью ИИ. Откуда осталось сделать только один шаг — перестать прятать это от других умных сотрудников, которые готовы чему-то учиться 😬



ПРИНЦИПЫ ПРОДУКТА

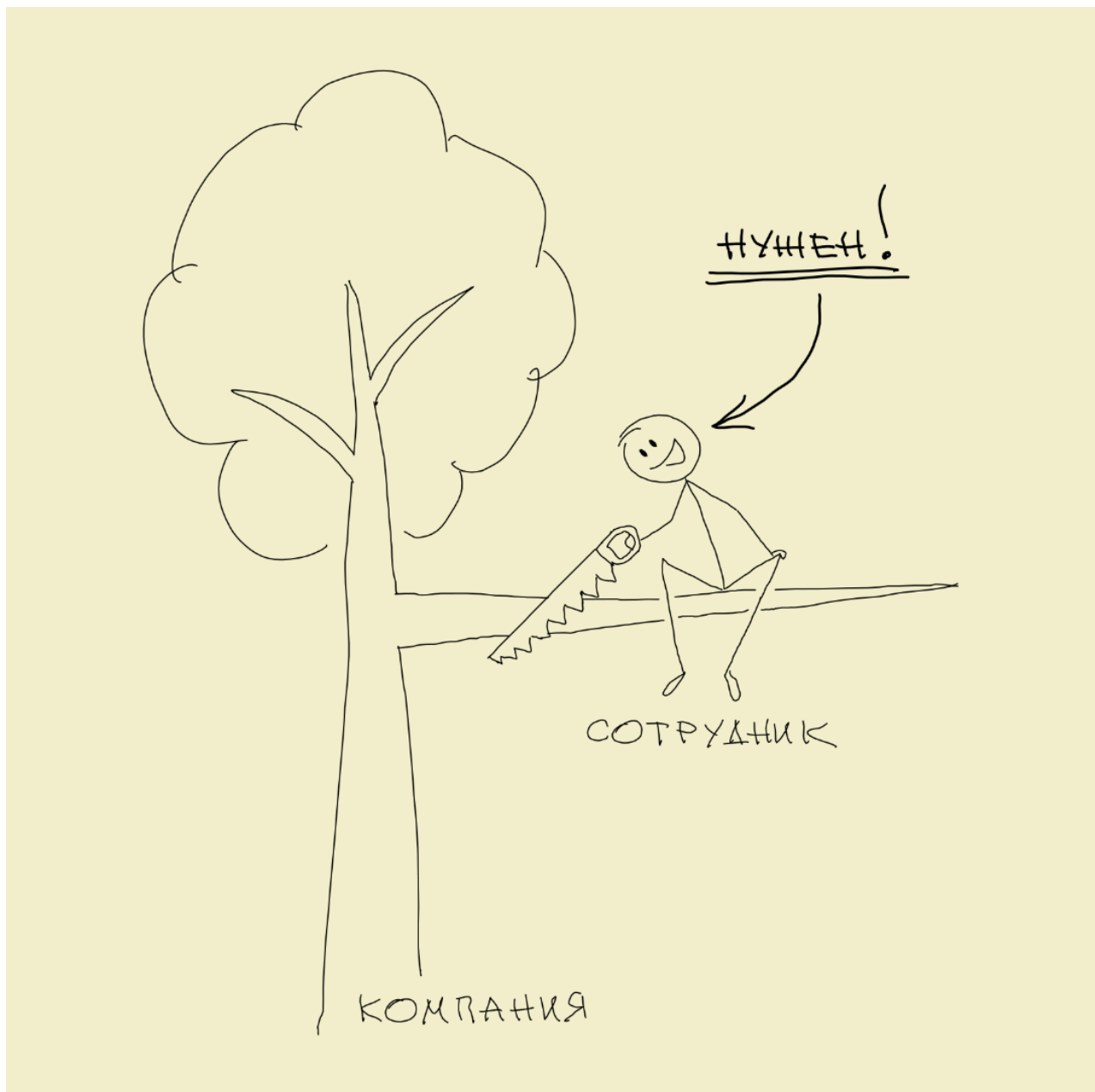
1. ЦЕННОСТЬ СРАЗУ
2. БЫТЬ КИРПИЧКОМ
3. МИНИМУМ АУДИТОРИИ

Три вопроса, чтобы понять — стоит ли делать такой продукт?

Принципы продуктового менеджмента одного американского стартапа, который сейчас оценивается в 11.5 миллиардов долларов, основан на трёх вопросах:

1. Может ли продукт иметь ценность сразу после запуска? Если нет — то нет времени тратить на это время 😊
2. Может ли этот продукт быть кирпичиком для следующих продуктов? Если нет — не делаем, потому что это тупиковая ветвь развития.

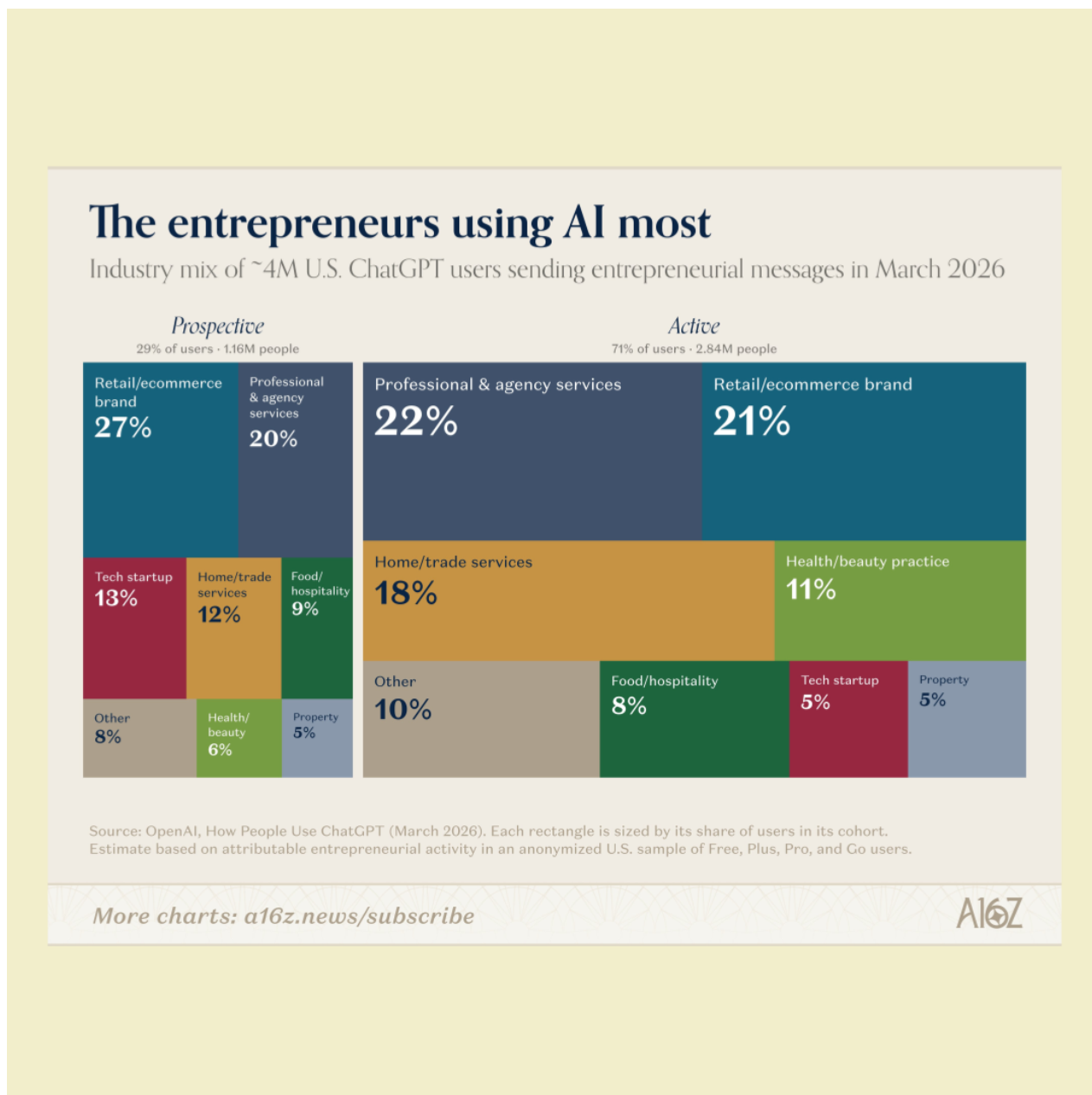
3. Можно ли проверить гипотезу ценности на минимальном количестве пользователей? Если да — делаем и быстро проверяем. Если не работает — быстро выкидываем. Если работает — начинаем делать то, для чего этот продукт является кирпичиком.



Тебе нужны сотрудники, способные подпилить сук, на котором сидят 😬

1. Самая востребованная сейчас категория сотрудников — это специалисты в разных геморройных темах, которые могут захотеть прийти в небольшие прибыльные компании. И постепенно автоматизировать с помощью ИИ 90% своей работы.
2. «Постепенно» — означает параллельно с выполнением основной работы. В первый месяц он 100% делает руками, разбираясь, как тут всё устроено. Во второй месяц, автоматизирует 10%, в третий — ещё 10%. И так по кусочкам он съедает 90% слона 😊
3. Но 10% в конечном итоге всё равно остаётся. Во-первых, потому что всегда возникают нестандартные или новые ситуации, которые проще разрулить руками, чем автоматизировать. А во-вторых, ему же нужно чем-то заниматься, чтобы его не уволили 😏
4. Почему именно сотрудник, а не основатель компании или её руководитель?
5. Потому что, если это небольшая прибыльная компания — основатели и руководители по самые помидоры погружены в свои операционные задачи, которые и приносит компании деньги. Да и нужных компетенций у них, как правило, тоже нет. Ну и желания самим во всё это влезать — тоже 😊
6. А почему тогда не взять и использовать какую-нибудь готовую ИИ-платформу?
7. Потому что эти платформы клепают стартаперы, разбирающиеся в проблемах только на общем уровне 😏 А в каждом реальном деле и в реальной компании слишком много деталей и тонкостей. Поэтому проще сделать что-то своё специфическое, чем адаптировать под это что-то готовое. Тем более, что создание софта нынче перестало быть проблемой.

- 8. С одной стороны, это пост для сотрудников, которые хотят быть востребованными. А с другой — для руководителей маленьких компаний и стартапов, которые всё время ищут «хороших» сотрудников. Не осознавая того, что понятие «хорошести» сегодня сильно изменилось 😊



Ты должен продавать не технологическую платформу — а ответ на профессиональный вопрос!

1. Вот весенние цифры по поводу того, предприниматели из каких областей чаще всего задавали вопросы ChatGPT. Из которых можно сделать несколько полезных выводов.
2. Итак, темы по порядку убывания популярности: профессиональные услуги (консалтинг, бухгалтерия и т. д.), розница и электронная коммерция, ремонт домов и обслуживание домашнего оборудования, услуги красоты и здоровья, еда и гостеприимство... и наконец технологические стартапы на одном уровне с недвижимостью. При этом количество предпринимателей, задающих вопросы ChatGPT по теме профессиональных услуг, розницы и екоммерса опережают количество технологических предпринимателей в 4 раза с лишним.
3. Кстати, вполне возможно, что технологические предприниматели тупо не задают предпринимательские вопросы ChatGPT 😬 Технические — конечно, задают! А предпринимательские — нет. То ли они считают, что техническая часть продукта важнее. То ли считают, что на их вопросы нужно искать сложных людей со сложными ответами 🤔
4. При этом подавляющую часть вопросов предпринимателей можно классифицировать по областям их деятельности. А это значит, что они «покупают» только ответы на свои узкопрофессиональные вопросы. Даже если этот ответ представляет собой технологическую платформу, которую ты им пытаешься по-настоящему продать 😬
5. Другими словами, бухгалтерам нужно продавать платформу для бухгалтеров, функциональность которой является точным ответом на вопрос в формулировке бухгалтера. Владельцам салонов красоты — что-то подобное для владельцев салонов красоты и так далее. А «технологическая платформа, с помощью которой кто угодно сможет сделать что угодно» — сядет жопой между стульями 🤔

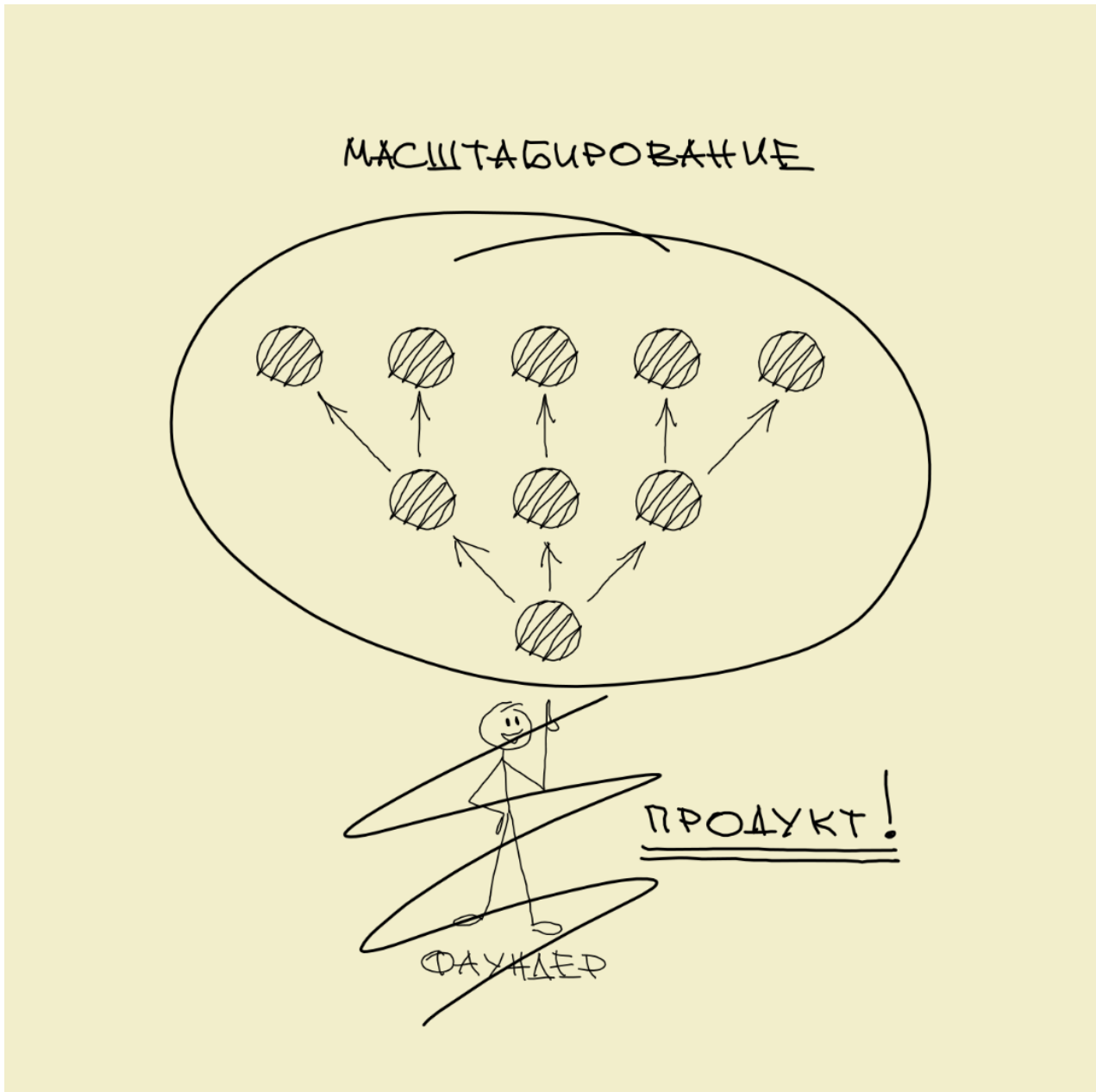
6. Но это значит, что стартапу первым делом нужно определиться со своим потенциальным рынком вплоть до специализации — чтобы дальше работать только в нём. Но для этого нужно заранее убедиться, что это или уже большой рынок, или растущий — иначе много лет можно тянуть пустышку.
7. Хотя сейчас появился и второй вариант. Можно разработать общую концепцию обобщённого продукта... и заставить ИИ генерировать специализированные продукты похожего типа, но для разных ниш. Которые потом продавать как разные продукты с разными названиями для разных аудиторий.
8. И тогда, пусть каждая ниша и небольшая — но в сумме это сложится во что-то приятное 💰 А к тому же позволит сделать много мелких ставок вместо одной крупной — что даст бóльшую устойчивость общей бизнес-модели. Ну и какие 10 похожих продуктов для разных ниш ты сможешь сгенерировать из одной концепции? 🚀



Единственная вещь, которая может масштабироваться — это продукт!

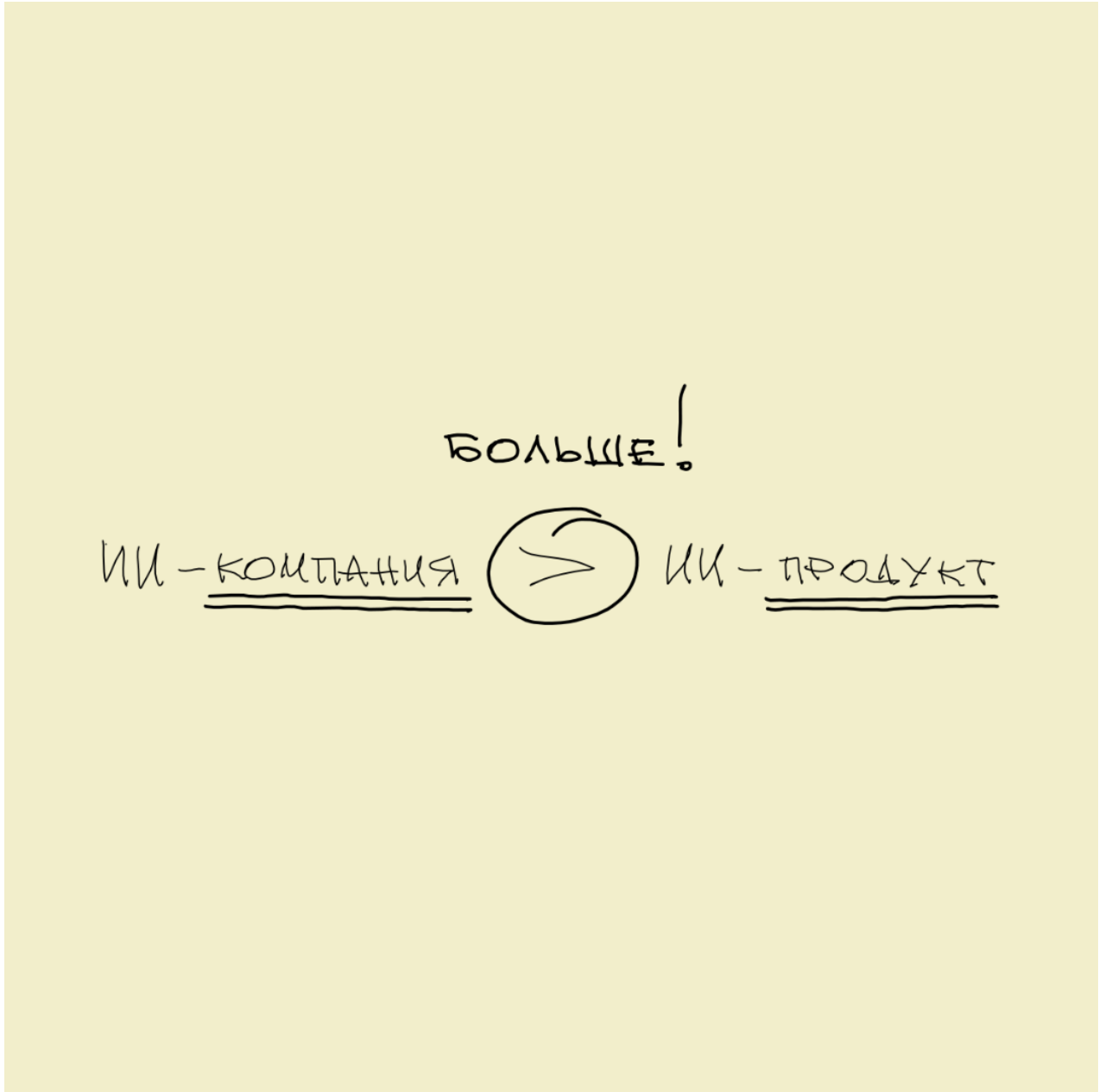
1. Фаундер стартапа Harvey, который в марте вырос до оценки 11 миллиардов долларов, сказал в недавнем интервью: «Единственная вещь, которая может масштабироваться — это продукт»!
2. «Самая большая ошибка», — продолжил он, — «когда фаундер пытается компенсировать проблема продукта личным участием в продажах. Эта ошибка страшна тем, что в первые полгода-год это даёт резкий рост выручки» 😬
3. Однако этот рост потом останавливается. Потому что фаундер не может масштабировать себя. Он может масштабировать только продукт.
4. А когда фаундер начинает заниматься продажами — он перестаёт заниматься продуктом. Понятно, что эту мысль легко довести до

абсурда. Типа «это не продукт плохой — это маркетологи или продавники плохие» 🤔



5. Хотя хороший продукт — это продукт, который может продаваться даже с помощью тупой рекламы и тупыми продавниками. Просто потому что клиенты сами понимают, зачем он нужен, и сами видят его преимущества.
6. Только не нужно забывать, что Продукт с большой буквы — это не только софт, но и всё, что должно быть выстроено вокруг него 🤔

- Даже, наверное, наоборот! Сначала нужно придумать то, что вокруг — а потом сделать софт, который бы скреплял это всё вместе 🎯

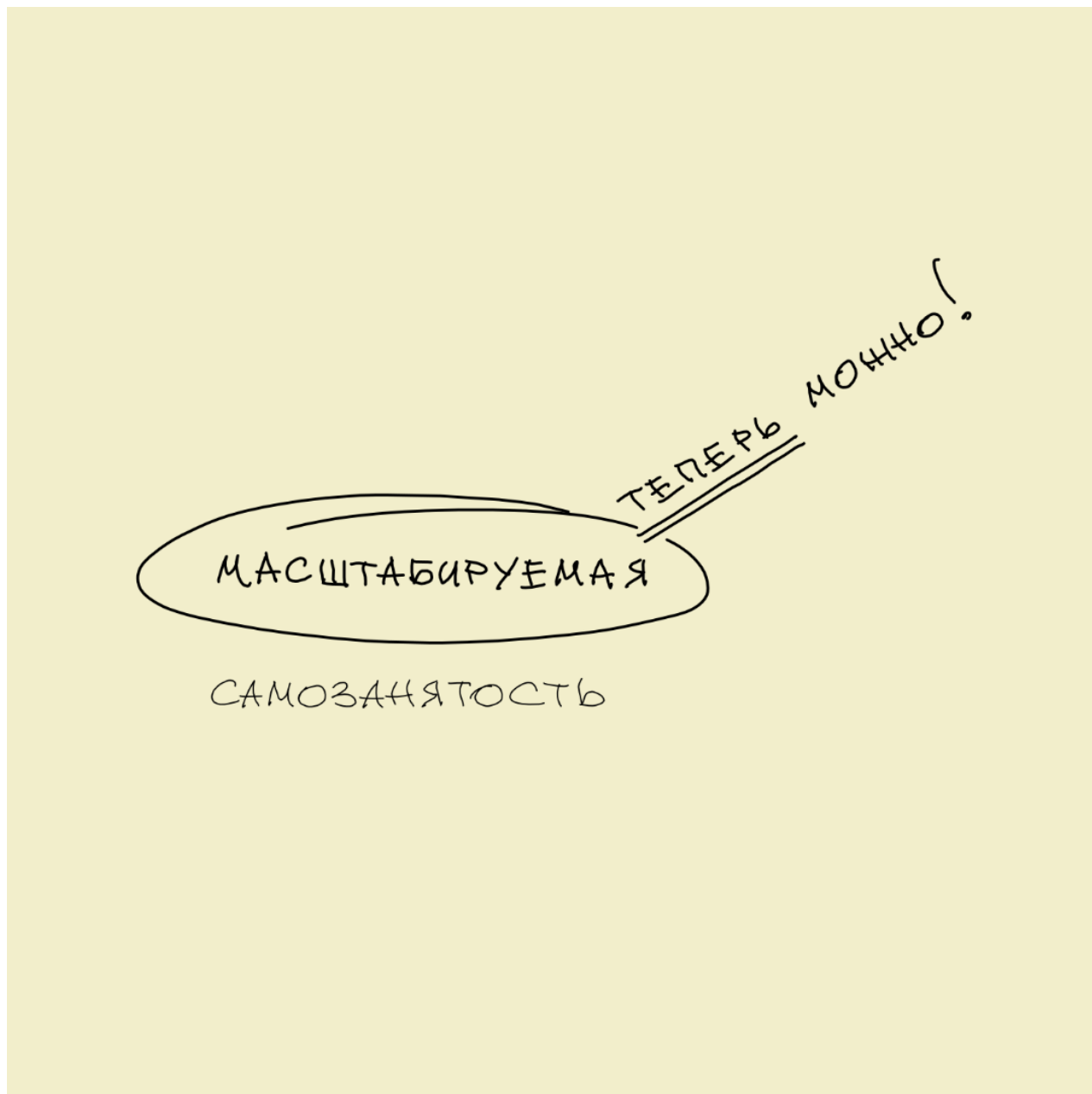


ИИ-нативная компания > ИИ-нативный продукт

- Все сейчас делают ИИ-продукты — потому что они неминуемо победят обычные продукты. Ровно поэтому же ИИ-компании победят обычные компании. Вот только ИИ-компания — это не компания, создающая ИИ-продукт 😬

2. И даже не та, в которой сотрудники пользуются ChatGPT, а программисты программируют на Claude Code. ИИ-нативная компания — это компания, в которой все бизнес-процессы изначально создавались или полностью были перестроены под использование ИИ.
3. А делать такая компания может хоть цифровые платформы, хоть ремонт квартир, хоть мебель на заказ, хоть что угодно. От этого она не перестанет быть ИИ-компанией. И всё равно обгонит компании, устроенные по-старому — за счёт своей эффективности.
4. Труднее всего в этом смысле придётся старым компаниям. Потому что переделывать всегда сложнее, чем строить заново. К тому же у руководителей старых компаний может не хватить сил и мужества на то, чтобы затеять полную перестройку того, что приносит деньги. Пока приносит.
5. Поэтому стартапы находятся сейчас в более выгодной ситуации. Ведь им не нужно перестраивать — им нужно строить. Главное — сразу начинать делать это «ИИ-нативно» 🎯
6. Думать не о том, каких людей нужно нанять — а каких ИИ-агентов нужно сделать. Не о том, каких ИИ-помощников нужно дать сотрудникам — а каких сотрудников нужно дать в помощь ИИ-агентам. А бизнес-процессы нужно прописывать не в должностных инструкциях, а в файлах типа SKILLS.md. И так далее.
7. И это нужно делать не потом — в смысле потом переделывать. А сразу — потому что потом проще будет оставить как есть 🤔 И в конечном итоге проиграть тем, кто сразу начал делать всё правильно.
8. Короче, как должна быть устроена ИИ-нативная компания в случае твоего бизнеса?





Масштабируемая самозанятость

1. Некоторые люди осознанно становятся самозанятыми по очень забавной причине — они не хотят управлять большим количеством сотрудников. Просто потому что не хотят 😬
2. Это ведь отдельный геморрой — этих людей нужно нанимать, мотивировать, уговаривать, воспитывать, контролировать и регулярно со всеми ними общаться. Ну не все же хотят быть директором школы, к примеру 😏

3. Раньше самозанятость имела очевидный и приземлённый потолок роста — грубо говоря, пропорциональный количеству рук самозанятого и количеству часов в сутках. И даже наличие нескольких помощников принципиально картинку не меняло.
4. Но сейчас всё изменилось — потому что появился ИИ 🦾 Ведь один самозанятый может теперь запустить десятки или даже сотни ИИ-агентов, которые будут работать 24/7 и которых не нужно на это мотивировать.
5. Поэтому самозанятость сейчас вполне может стать масштабируемой — безо всяких старых потолков и ограничений 📈
6. Даже более того! Самозанятому может оказаться проще запустить масштабируемый ИИ-бизнес. Потому что он изначально будет планировать его именно как «ИИ-бизнес»... потому что с людьми он работать не умеет и не хочет 😄
7. Так что каждому самозанятому сейчас стоит осмотреться вокруг и задуматься 🤔 А не стоит ли переключить свою самозанятую энергию на какую-то другую сферу — где по-прежнему можно остаться самозанятым, но запустить масштабируемый с помощью ИИ бизнес? 🚀
8. Возможно, это вопрос как раз к тебе 😊



«Как продвинуть?» — старпёра вопрос 🤔

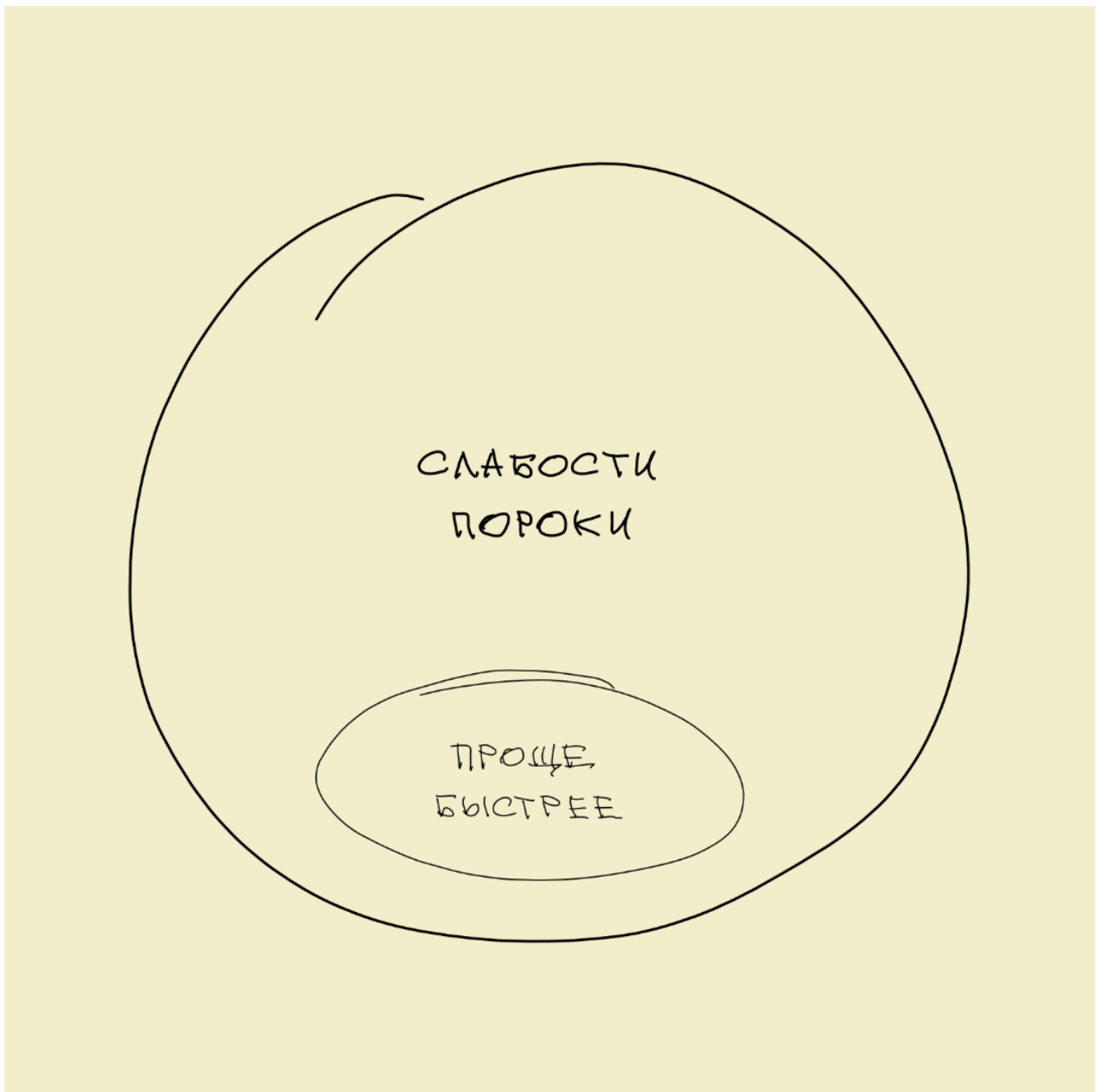
1. Объявляется конкурс на лучшую концепцию продвижения приложения для подсчёта количества воробьёв, прилетающих на окно пользователя!
2. Приз — возможность написать такое приложение 🤖 Вернее, количество токенов, необходимое для того, чтобы это приложение написала ИИшка 😊

3. Не нравится идея подсчёта воробьёв? Возьми любую другую идею. Главное — чтобы всё начиналось с конкурса на лучшую концепцию продвижения 🎯



4. Это и есть современный способ создания стартапа — начинать с продвижения, а не с продукта. То есть искать то, что ты понимаешь, как можно продвинуть! Потому что запрограммировать что угодно уже перестало быть проблемой.

5. А если у тебя возникает сакральный вопрос «Как мне продвинуть...?» — это значит, что ты по привычке пытаешься создавать стартап старым способом. Через жопу. То есть задом наперёд 🤡
6. Кстати, ровно поэтому лучше вообще отказаться от термина «минимальный жизнеспособный продукт». Чтобы перестать начинать стартапы с продуктовых гипотез.
7. Лучше назвать начальный этап — «минимальное жизнеспособное продвижение». Чтобы начать мыслить гипотезами продвижения — под которые уже можно будет заставлять ИИ клепать нужные продукты.



Принцип ТикТока!

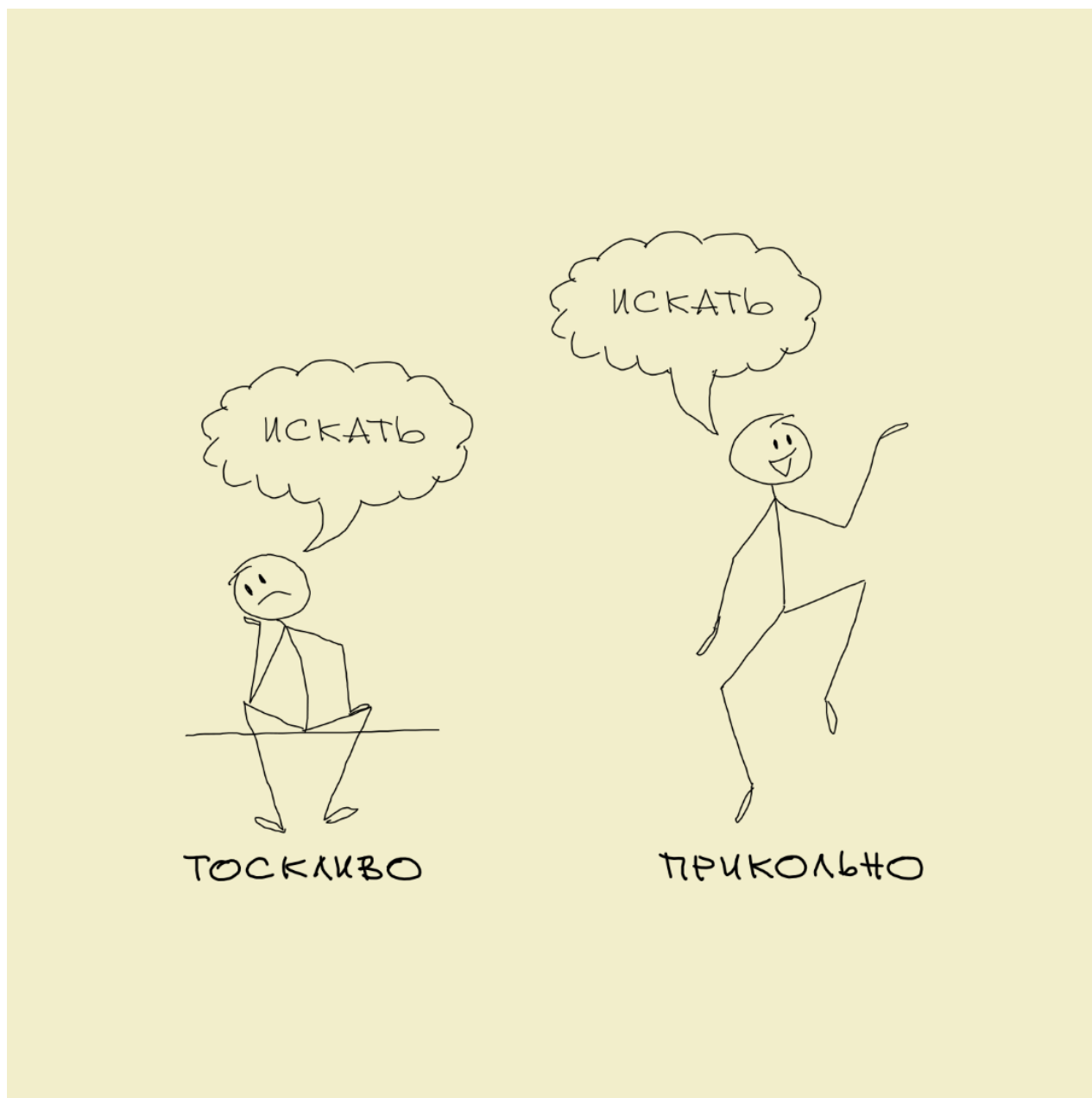
1. Если это и неправда, то эту историю стоило бы выдумать 😏 Ходит легенда, что фаундер ТикТока делал сначала образовательный стартап, который никак не мог взлететь.
2. Но однажды утром он обратил внимание на людей, которые окружали его в метро. И увидел пустые глаза. И понял, что никто из них ничему не учится и учиться не хочет.
3. Тогда на следующий день он решил сделать стартап, который помогает людям ничего не делать 😬 Так и появился ТикТок.
4. Если ты хочешь сделать массовый стартап — делай то, что поощряет людские слабости и пороки. В рамках закона, естественно 😏
5. На самом деле это то же самое, что решить сделать нечто, что работает «проще и быстрее» конкурентов — ведь это как минимум поощрение лени, нетерпения и нежелания учиться сложным вещам.
6. Но только выраженное более доходчиво и более универсально 🤔



Самый увлекательный способ искать идею для своего стартапа ❤️

1. Банальный совет фаундерам «делай то, что люди хотят» приводит к появлению банальных продуктов, зарабатывающих более или менее банальные деньги 🤔
2. Хотя прорывные стартапы построены по другому принципу — «делай то, что люди не хотят». В смысле — «пока не хотят», но захотят, как только это увидят 🎯
3. До появления айфона никто из людей особо не требовал телефона, по экрану которого можно возюкать пальцем.

4. До появления Убера никто не требовал приложения, по которому можно заказать такси, которое приедет в течение пяти минут.
5. До появления Эйрбнб никто не требовал маркетплейса, на котором можно снять квартиру вместо гостиницы, чтобы пожить в другом городе, причём даже в другой стране.

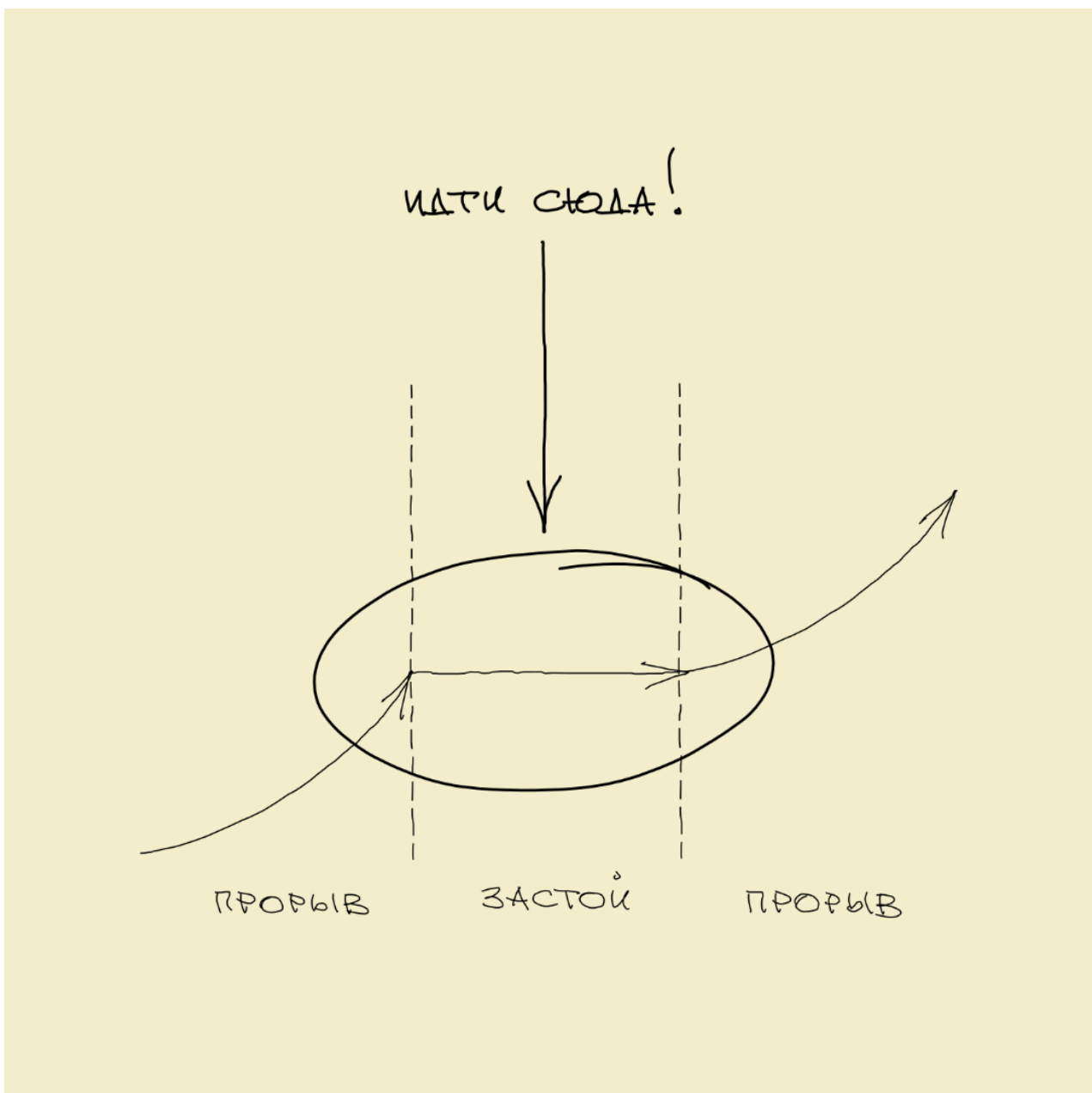


6. Только про такой продукт люди будут рассказывать друг другу со словами «ты представляешь...» — и он станет вирусным. Не рекламный ролик продукта станет вирусным, а сам продукт! А это две большие

разницы — как с точки зрения количества покупок, так и долгосрочности перспектив.

7. А что такого можно показать людям на твоём рынке, чтобы они сразу охренели — в смысле сразу это захотели? 🤪
8. В общем, поиск такой штуки — это не только самый выгодный, но и самый увлекательный способ искать идею для своего стартапа ❤️

❄️❄️❄️



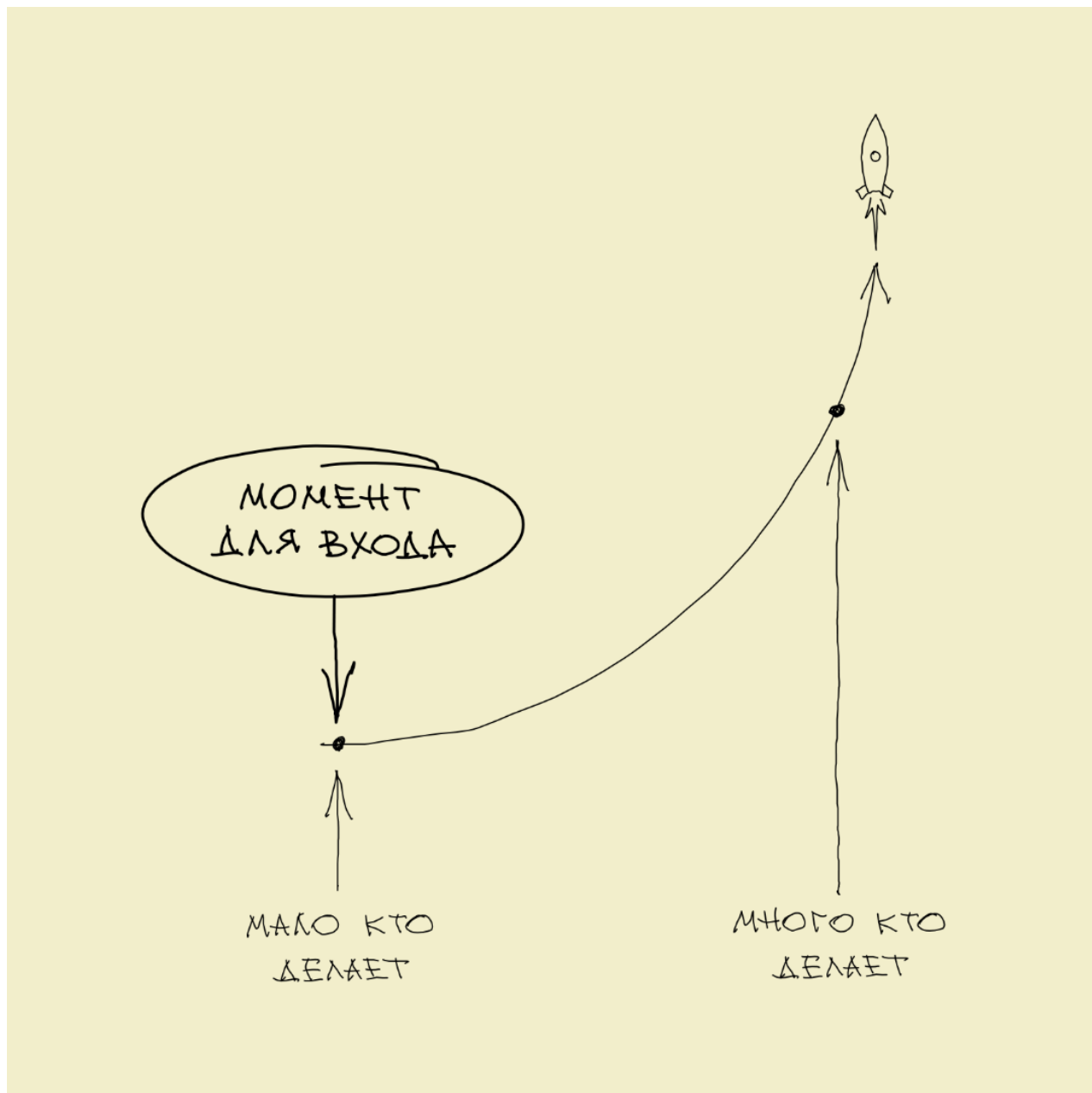
Где нет прогресса... там можно сделать прорыв!

1. Айфон появился ровно в тот момент, когда у производителей сотовых телефонов исчерпалась фантазия, что они ещё со своими телефонами могут сделать 😊
2. Другими словами, айфон стал прорывом на рынке, на котором начался застой.
3. В формулировке «прорыв происходит там, где органический прогресс замедлился» эта мысль кажется очевидной. Как и любая гениальная мысль — которая оказывается очевидной, как только её смогли сформулировать 😊
4. Получается, что стартапу, мечтающему о прорыве, не нужно быть на острие прогресса. Ему нужно быть «позади» прогресса 😊
5. В том смысле, что ему нужно идти в те сферы, где прогресс не раскручивается, а замедляется — и тогда у него появляется шанс совершить прорыв 🚀
6. А в каких сферах прогресса уже давно не наблюдается? Значит, эти сферы нужно не избегать — а, наоборот, именно туда и идти!



Что сейчас мало кто делает?

1. Фаундер Shopify долго не мог поднять инвестиций, потому что инвесторы считали, что 40 тысяч существующих на тот момент интернет-магазинов — это слишком маленький рынок, чтобы запускать там венчурный проект.
2. Даже венчурный фонд Bessemer, который всё-таки инвестировал в Shopify, рассчитал тогда, что в самом оптимальном сценарии стоимость его доли составит 400 миллионов долларов. Однако стоимость Shopify сегодня — 155 миллиардов 😱



3. И это не потому, что Shopify сделал замечательную платформу для конструирования интернет-магазинов. А потому что драматично выросло количество людей, желающих продавать в интернете 📈
4. Да, Shopify это процесс ускорил — за счёт того, что на его платформе это можно было начать делать гораздо проще. Но не было бы Shopify — появился бы кто-то другой 😊

5. При этом ещё до появления Shopify люди уже продавали в интернете! Да, 40 тысяч интернет-магазинов — это мало. Но тем не менее 40 тысяч человек всё же уже решили это делать!
6. Получается, что самая лучшая стартовая площадка, с которой проще всего взлететь — это когда люди что-то уже делают. Но пока мало кто. Потому что это непривычно, сложно или вообще «хрен его знает». Но ты тем не менее считаешь, что количество таких людей в обозримое время драматично вырастет 🚀
7. А что сейчас мало кто делает — но уже делает? Насколько драматично может вырасти количество таких людей? Что ты можешь им дать, чтобы это ускорить?



Компании отказываются от готовых решений... зато начинают покупать «наборы для творчества»!

1. CEO одной компании только что рассказал ведущему подкаста 20VC три удивительных вещи:
 - Они уже заменили контракт с Salesforce ценой 600 тысяч долларов в год на собственную поделку, которую завайбкодили за 3 недели.
 - Они собираются избавиться от 80% SaaS, которые они сейчас используют внутри компании.
 - Зато, если Anthropic даже в 2 раза повысит цены на Claude Code, они не станут им меньше пользоваться 😏
2. И это не уникальный случай. Это тренд, который заключается в том, что раньше компании покупали готовые решения... а сейчас покупают «наборы для творчества» 😊
3. Получается, что концепция продаж корпоративного софта изменилась. Сейчас нужно делать то, что позволяет компаниям создавать. А не создавать то, что позволяет им делать 😬

ЧТО ПРОДАВАТЬ?

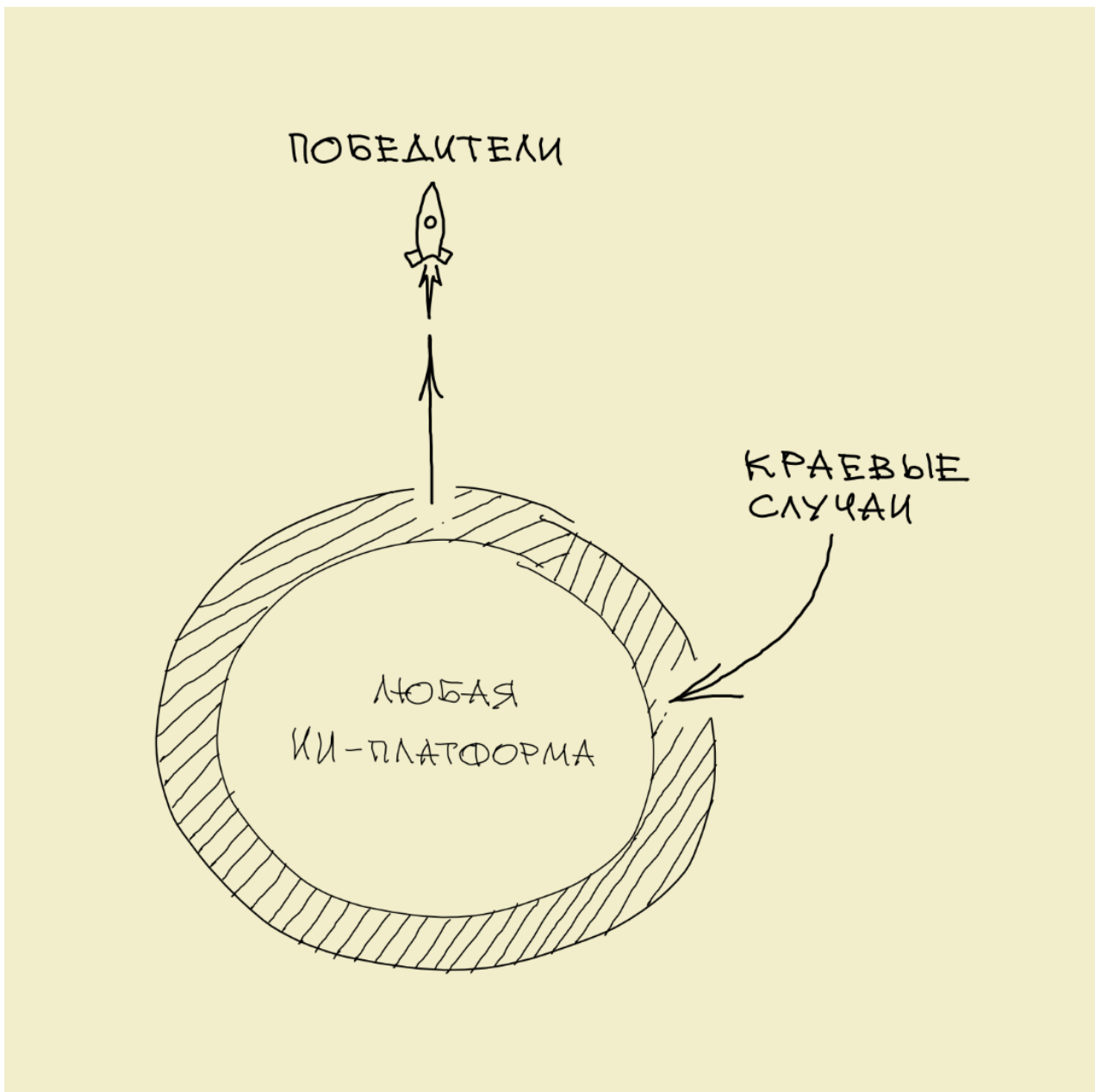
НАБОР ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА

~~ГОТОВОЕ РЕШЕНИЕ~~

4. И такие «наборы для творчества» — это ведь не только Claude Code. Потому что нет смысла каждую такую штуку создавать с нуля.
5. Поэтому поставляемая компании платформа может представлять собой базовый уровень функциональности — над которым клиент может сделать свои собственные надстройки, запустить своих ИИ-агентов и создать собственные решения.
6. Кстати, об одном таком продукте я пару недель назад писал на фастфаундере. Хотя это может быть и не самое красивое и лучшее

решение — но это точно движение в эту сторону. Тем более, что фаундер стартапа явно про это говорит.

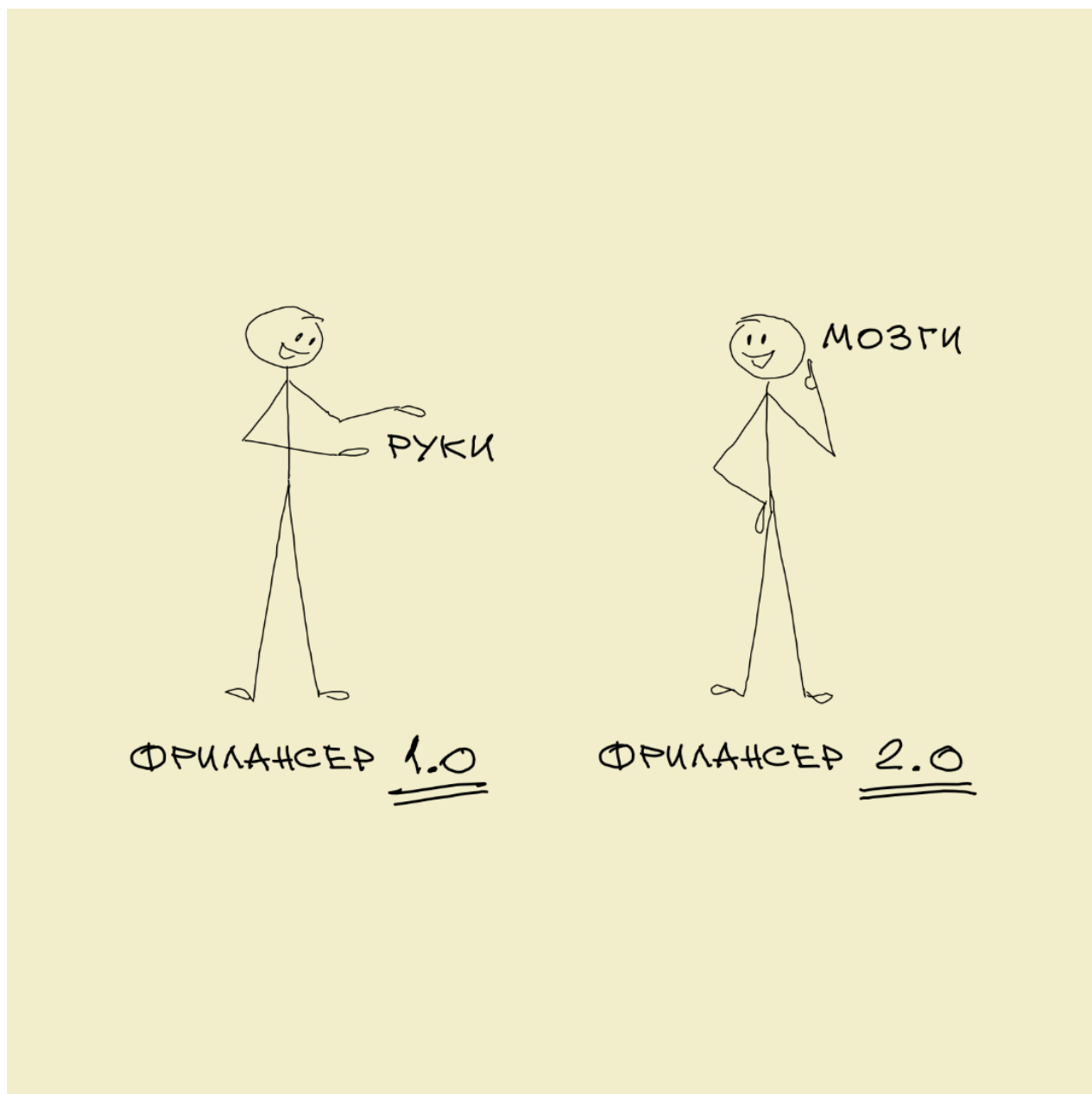
7. «Не самое красивое и лучшее решение»... Ну так это же круто! 😲
Потому что это значит, что красивое и лучшее решение можешь создать как раз ты 😊
8. Короче, какой «набор для творчества» в своей теме ты можешь начать продавать компаниям?



Краевые случаи — новый фронт конкурентной борьбы!

1. Пару лет назад любой ИИ-агент выглядел как чудо. А сейчас «любой» ИИ-агент на деле похож на поделку старшеклассника на школьной выставке «научных» достижений 🤖
2. Даже если этот ИИ-агент использует самую новую ИИ-модель от самого модного сейчас провайдера типа OpenAI или Claude. Потому что дело уже не в ИИ-моделях 😬 Фишка в том, что ИИ-модель «из коробки» в общем-то может решить любую задачу. Однако ключевое слово тут — «в общем»!
3. Будешь ли ты доволен, если ИИ-юрист одобрит в общем-то правильный договор с твоим клиентом... но в котором будет малюсенькая оговорка, из-за которой ты попадёшь на большой штраф? Или если ИИ-бухгалтер в общем-то правильно сведёт баланс твоей компании... но не учтёт один маленький нюанс, из-за которого тебе заблокируют счёт и привлекут к ответственности?
4. Нет, понятно, что живые юристы и бухгалтеры тоже могут ошибаться. Но ты это знаешь — и поэтому за ними перепроверяешь. А ИИ-агенты должны работать автономно — иначе в чём выигрыш, если за ними люди должны всё перепроверять? 🙄
5. Поэтому требования к корректности работы ИИ должны быть чрезвычайно жёсткими. А лагает ИИ, как правило, на «краевых случаях» — неполные или противоречивые данные, тонкости, нюансы, специфика и и другие детали, в которых скрывается дьявол 😬
6. Соответственно, на новом витке конкурентной борьбы в любой сфере победит не тот, кто сделает ИИ-платформу — а тот, кто научится собирать и использовать наиболее полную библиотеку краевых случаев для своей ИИ-платформы. Потому что реальная жизнь буквально соткана из нестандартных ситуаций и краевых случаев — и не только у юристов и бухгалтеров 😬

- 7. Вот этот стартап, к примеру, придумал очень неожиданный вариант сбора библиотеки краевых случаев в бухгалтерии... через образовательную программу: <https://fastfounder.ru/izjashhnaja-biznes-model/>
- 8. А вот этот — вообще построил свою бизнес-модель на обработке нестандартных запросов на страхование... которые, оказывается, составляют 12% рынка: <https://fastfounder.ru/ih-gemorroj-tvoi-dengi/>
- 9. А как твоя ИИ-платформа будет справляться с краевыми случаями? 🤔



Фриланс 2.0 неизбежен! Это радость или печалька?

1. Чем фрилансер лучше, чем Claude Code? Всем хуже 😂 Кроме одной вещи 😞 У людей есть мозги 🧠 Которые большинство фрилансеров почему-то использует, чтобы конкурировать с Claude Code по скорости, объёму и ценам 🙌 Хотя мозги людям даны, чтобы понимать и придумывать.
2. Понимать других людей, придумывать что-то новое или соединять старое в неожиданных комбинациях. Кстати, даже сейчас больше всего зарабатывают именно такие люди — а не те, которые умеют лопатой махать или на кнопки нажимать 😏 Так что новое поколение фрилансеров должно будет зарабатывать не руками, а мозгами 🙌
3. «Руками» — это когда фрилансер умеет выполнить только свою часть задачи (запрограммировать или задизайнить), потребовав при этом чёткую постановку задачи.
4. А «мозгами» — это когда фрилансер способен понять, придумать и сделать то, что должно принести результат. Сначала понять, что на самом деле нужно заказчику — выслушав жалобы на имеющиеся у них проблемы или поток завиральных хотелок. А потом сделать весь комплекс — программу, дизайн и даже инструменты для продвижения этого хозяйства.
5. Потому что сделать каждую отдельную вещь — это задача для Claude Code. А понять, что нужно сделать, придумать, как это сделать, и суметь совместить это в одном флаконе — это уже задача для мозгов. Тем более, что для человека с мозгами в голове и с Claude Code в руках техническая сторона вопроса не должна стать проблемой 😏
6. Поэтому фрилансер 2.0 — это когда нанимают не руки, а мозги. И когда фриланс становится не аутсорсом — а синергией между тем, что делает заказчик и тем, что способен придумать фрилансер.

7. Понятно, что фриланс в нынешнем виде не исчезнет, пока есть ленивые фаундеры, неспособные заставить себя научиться пользоваться Claude Code. Но такие фаундеры скоро вымрут за ненужностью 😏
8. Поэтому эпоха фриланса 2.0 — неизбежна! Но может, это и хорошо. Ведь думать гораздо интереснее, чем лопатой махать 😂