

КАК ПОЙМАТЬ УДАЧУ: ИДЕМ В «ФЕЙСБУК» И РАЗВИВАЕМ ТЕХНОЛОГИИ

■ Чтобы открыть дело по производству аксессуаров из кожи, можно пойти двумя путями: обучившись технологии пошива кожизделий, предложить клиентам качественный и недорогой товар через соцсеть «Фейсбук»; или, работая в ИТ-секторе, однажды вдохновиться идеей создания сумки с подсветкой, чтобы в итоге воплотить задуманное. Но какой бы из этих бизнес-стартов ни выбрали бы начинающие предприниматели, успех может прийти также неожиданно, как и к нашим героям.

Интересные «сумочные» стартапы требуют до \$10 тыс. инвестиций

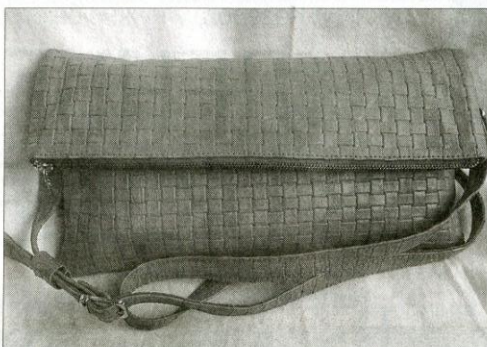
«ФЕЙСБУК». Киевлянка Ксения Сучак окончила Университет технологии и дизайна в начале 2000-х. После института попала в мини-цех, где шили одежду из кожи. Но к 30 годам решила сменить поле деятельности, поскольку шить надоело. «Закончила курсы бухгалтера и работала, пока не пришлось уволиться по состоянию здоровья. Сидела дома без дела, и в «Фейсбуке» подсел на группу «Отдам. Продам. Подарю». В какой-то момент подумала: почему бы к 8 Марта что-то не пошить? Вспомнила, что есть два пакета с остатками кожи, из них сшила 10 небольших косметичек по цене 100 грн. И

они продались! Мы с мужем очень удивились столь высокому спросу. Позже меня начали просить шить клатчи, шоперы, большие сумки. Сейчас мне даже супруг помогает — сам шьет кошельки», — рассказывает Ксения. По ее словам, высоких стартовых затрат в ее бизнесе не было, поскольку работает она дома: «У меня профессиональная швейная машинка. Всю технологию пошива изучила давно, так что нужно было только найти магазины с хорошим выбором кожи. Эту проблему мы тоже решили — побывали с мужем на спецвыставках, объехали точки в Киеве и области. Теперь знаем, где можно приобрести хорошую кожу, в том числе украинского и турецкого производства. Поверьте: наше сырье не уступает импортному по качеству и ассортименту». Высокий спрос на свои изделия Ксения поясняет демократичными ценами — например, большие сумки у нее стоят 1000—1500 грн: «И нельзя говорить клиентам «нет» — это клиентоориентированный бизнес, и хорошие отзывы помогают развиваться».

ПОДСВЕТКА. Создательница сумок с подсветкой Bright Inside и маркетолог по образованию Ольга Минко пришла в красивый бизнес по воле случая: «Однажды вечером возвращаясь домой, не смогла отыскать ключи в сумке, а телефон сел.



Подсветка. Фешн-сумки с подсветкой не имеют аналогов за границей



Шьем дома. В «Фейсбуке» можно построить полноценный бизнес

Минут 20 пыталась что-то откопать. Потом был возглас: да когда это все закончится, когда будет в сумке свет??? Эта идея — как удар молнии. Поэтому сразу сказала мужу: нужно создать сумку с подсветкой. Супруг, по образованию программист, воспринял идею на ура? В чем же суть технологии? «Свет в сумке включается, когда вы открываете клапан. В ней три лампочки и индикатор заряда аккумулятора. Когда заряда мало, горит одна красная лампочка. Когда ставите сумку на заряд, лампочки мигают. А когда сумка заряжена, все лампочки горят. Также от аккумулятора, встроенного в сумку, можно заряжать гаджеты — например, смартфон», — уточняет Минко. По ее словам, на запуск стартапа ушло три года: «Сначала создали партию на базе существующих на рынке моделей сумок. Но люди не хотели покупать технологичные аналоги, которые были на 500 грн дороже. Еще одна неудачная попытка — выпуск бюджетных сумок, стоимостью до 600 грн. Но мало кто хотел приобретать дешевые изделия из ткани. Тогда, наконец, мы приняли решение уйти в премиум-сегмент — где при пошиве сумок ценой 3200—4200 грн используется итальянская кожа и фурнитура». Девушка отмечает, что на запуск стартапа потратила с мужем около \$10 тыс., но уже в конце осени планирует выйти в ноль по затратам.

НАЧИНАЕМ ДЕЛО

► Несмотря на кризис и конкуренцию на рынке кожгалантереи, эксперты оптимистично оценивают возможности появления новых стартапов. «Если есть желание начать что-то новое, но есть также и сомнения, то целесообразно сосредоточиться на возможностях, а не фокусироваться на проблеме. Ведь настрой на успех не дает пространства для воображения. Поэтому лучше подумать: а что я могу сделать лучше других. Ведь если совместить две, казалось бы, несовместимые идеи, то может получиться

что-то оригинальное. А интересные и нестандартные форматы могут быть востребованы на рынке аксессуаров из кожи», — считает Ольга Минко.

ПЛАН. Стартовать желательно с бизнес-планом, где прописываются расходы, риски, перспективы. «Надо просчитать детали: расходы на приобретение швейных машин, оплату труда персонала, текущие закупки материалов, фурнитуры и т. д. Также нужно понять, в чем будут заключаться преимущества вашей продукции

по сравнению с товарами конкурентов. Условно, ваши изделия могут быть качественнее и дешевле, или наоборот — дороже, но эксклюзивнее. Все зависит от целевой аудитории, на которую ориентируется предприниматель. И если ваш покупатель оценит новый товар, то спрос будет, важно лишь его поддерживать на постоянном уровне», — поясняет Бороdynя. По его словам, также нужно открыть СПД, чтобы работать легально, а еще полезно поехать на спецвыставки — это поможет следить за модой.

РИСКИ. Предприниматели советуют не забывать о рисках: речь идет о валютных скачках и низких сезонах. «На валютные риски всегда обращаешь внимание, когда покупаешь ткани. Неважно, украинские это материалы или импортные — все цены в валюте. Поэтому если курс будет скакать, то надо формировать запасы сырья или, как вариант, повышать цену на свою продукцию, чтобы не работать в убыток», — отмечает Ольга Минко. Что касается низких сезонов, то минимум продаж может приходиться на конец лета

и праздники. «Здесь можно выпустить капсульные коллекции или предлагать акции», — уточняет Минко.

ЗАПАСЫ. Не стоит идти в свободное плавание, не сформировав прежде финансовых резервов. «Дело в том, что на старте могут быть временные трудности, а денежные резервы позволяют не отказываться от своей бизнес-идеи. В идеале нужно иметь средства на жизнь хотя бы на 3—6 месяцев. Этого времени вполне достаточно, чтобы запустить свое дело», — считает Ксения Сучак.