

# ОТ ИДЕИ — К БИЗНЕСУ

КОНСТАНТИН РЯПолов

**М**ногие из нас хотя бы время от времени задаются вопросом: а не хватит ли мне работать «на дядю»? Для большинства людей этот вопрос висит в воздухе. Нам многого не хватает для того, чтобы решиться на большие перемены: то нет хоро-

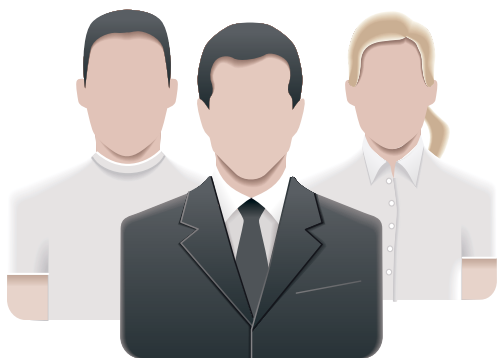
## Стартап ■ 5 шагов для воплощения мечты всей жизни

шей идеи для бизнеса, то нет уверенности в своих способностях, то мы чувствуем недостаток необходимых знаний и простого понимания, с чего начать.

О том, откуда взять идею на миллион, мы уже писали. А теперь попробуем решить, что делать с этой блестящей идеей дальше. Ведь воплощаться сама

собой, без усилий с нашей стороны, она почему-то не хочет. В том, с чего начинать, куда податься и на что обращать свои усилия человеку, воодушевленному блестящей идеей бизнеса, нам помогли разобраться управляющий партнер бизнес-инкубатора (организации, занимающейся поддерж-

кой проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития. — Авт.) iHUD, глава правления Seed Forum Ukraine Дмитрий Подолов и главный исполнительный директор бизнес-инкубатора Harry Farm, основатель Всеукраинского конкурса «Инновационный прорыв» Анна Дегтерева.



### СОБИРАЕМ КОМАНДУ ЭНТУЗИАСТОВ

1

■ «Идея, даже самая неординарная, не стоит ничего, если за ней не стоит сильная команда, готовая к ее воплощению», — говорит Анна Дегтерева.

**ЕДИНОМЫШЛЕННИКИ.** Кому-то везет, и он встречает таких уже в ближнем круге общения. Другим приходится искать будущих партнеров во внешнем мире — например, в тематических сообществах социальных сетей. Очень полезным может быть посещение разнообразных бесплатных мероприятий, организуемых бизнес-инкубаторами, на которых можно не только прослушать лекции специалистов об основах ведения бизнеса, но и встретить родственную душу, зараженную той же бациллой предпринимательства.

**ЭНТУЗИАЗМ.** Вовсе не обязательно выбирать в партнеры людей, уже имеющих нужные знания, навыки и опыт. «Все начинали с нуля», — говорит Дмитрий Подолов. — Это не проблема, надо ведь как-то начинать». По его словам, хоть их бизнес-инкубатор и специализируется на проектах в IT-сфере, среди большинства команд стартапов вначале вообще нет программистов, а тем более — специалистов по маркетингу и другим важным для бизнеса вещам. Это просто молодые люди с идеями каких-то продуктов, горящие желанием их воплотить. А нужные знания можно получить и от экспертов. «Начать, прежде всего, нужно с честного ответа на вопрос самому себе: «Действительно ли я готов реализовать эту идею и работать 24 часа в сутки семь дней в неделю?» — говорит Анна Дегтерева. — Ведь это стартап — здесь нет полумер. Нужно полностью погрузиться в проект, жить им и идти к своей цели, как бы порой ни было сложно».



### ПЛЯШЕМ ОТ РЫНКА, ИЛИ МАРКЕТИНГ ПО-ПРОСТОМУ

2

■ Одно из страшных слов, которыми пугают начинающих предпринимателей, — это «маркетинг». Собственно, даже специалисты до сих пор не знают толком, что это такое: загляните в любое интернет-сообщество маркетологов и убедитесь, что по поводу задач и функций маркетинга там идут кровавые битвы вплоть до виртуально выбитых зубов. Анна Дегтерева всю эту премудрость сводит к четырем практически необходимым шагам.

**ПРОБЛЕМА.** Нужно четко понимать, какую проблему решает ваш продукт или сервис и как именно. Зачастую так и происходит: идея для стартапа появляется как решение проблемы, с которой будущий предприниматель столкнулся сам. Проект, претендующий на решение большого числа задач сразу, скорее всего, толком не решает ни одной, а потому обречен на неудачу. Идеальный вариант — очень конкретная, вроде бы и несложная, но весьма неприятная для какой-то аудитории проблема.

**АУДИТОРИЯ.** Важно определить своих потенциальных клиентов. Продукты «для

всех» могут позволить себе только крупные и устоявшиеся на рынке компании, которым уже не так страшна конкуренция. А вот узкие рыночные ниши с их специфическими потребностями крупным компаниям зачастую не интересны: предложив такой нише специально «заточенный» под нее продукт, вы можете рассчитывать на успех.

**КОНКУРЕНТЫ.** Вы должны знать конкурентов в лицо — что именно они предлагают, по каким ценам, с каким сервисом, как распространяют продукт, как рекламируются. Зная это, вы можете сделать свое предложение более привлекательным для покупателей.

**МОНЕТИЗАЦИЯ.** Вы должны продумать, как собираетесь зарабатывать деньги на вашем продукте. Этот совет в большей степени актуален для проектов в интернете, для которых типичная проблема — превращение популярности сайта в реальную прибыль. Но и в оффлайн-бизнесе далеко не всегда начинающие предприниматели до конца представляют, какую именно прибыль, при каких условиях и как именно они смогут извлечь из своего проекта.



### ОТ ПРОТОТИПА К ПРОДУКТУ

3

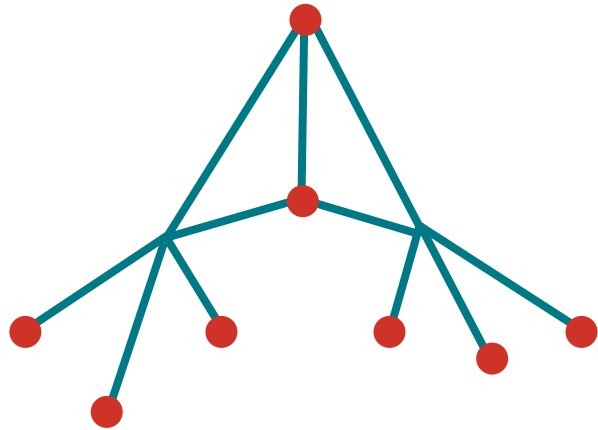
■ Если создаваемый бизнес связан с производством какого-то нового изделия или предоставлением новой услуги, то часто не обойтись без создания прототипа и его тестирования. Прототипом может быть очень упрощенная (а потому недорогая и быстрая в изготовлении) версия вашего продукта, которая демонстрирует его основную идею. Вы либо предоставляете его в пользование кому-то из потенциальных клиентов совсем бесплатно, либо продаете по смешным ценам. А дальше надо собрать отзывы и пожелания пользователей. Даже если вы определились для себя с окончательным видом продукта, все-таки проверьте идею в малых масштабах (сделайте нечто вроде пилотного проекта). Не шейте вашу гениальную модель одежды многотысячными сериями и не тратьтесь на то, чтобы она оказалась в известных магазинах по всему городу. Сделайте маленькую партию, и предложите ее паре партнеров из розницы. Если вы полны амбиций развернуть сеть мини-кофейен по всему городу или даже всей стране, начните с одной точки, расположенной где-нибудь на окраине. Так вы убедитесь в том, что идея работает, не тратя при этом лишних ресурсов. А если ваша идея действительно имеет хороший рыночный потенциал, то вы не привлечете к ней раньше времени внимание со стороны более мощных и опытных игроков рынка, которые запросто могут быстро запустить свой аналог. Проверенный в работе и хорошо показавший себя прототип может быть хорошим аргументом для получения серьезных инвестиций, которые помогут выйти на рынок громко и масштабно.

► «Я несколько лет работал в семейном бизнесе, связанном с пошивом одежды, — рассказывает начинающий предприниматель из Киева Никита Добрынин. — В августе 2012 года мы пришли к мысли, что существует проблема дистанционного подбора одежды в интернет-магазинах: посетители не могут примерить на себя фотографию с сайта, поэтому покупают меньше, чем могли бы. С другой стороны, у интернет-

магазинов большая проблема с возвратом покупок, не подошедших покупателям. Появилась идея создать сервис, который помогает посетителю сайта представить себе, как на нем будет сидеть та или иная одежда. На начальном этапе у нас не было программистов — лишь дизайнеры. Когда мы поняли, что задача решаема, встал вопрос, как это все воплотить в жизнь: нужны были технические специалисты, рабочие места

и знающие люди, к которым можно было бы обратиться за консультацией, поскольку вопросов было очень много. Весной прошлого года мы начали работать в одном из бизнес-инкубаторов. Потихоньку собрали команду — нас сейчас шесть человек. Мы можем бесплатно обращаться за консультациями к специалистам-практикам даже из других стран — в основном по скайпу, но несколько раз они приезжали и в Украину.

Мы сумели создать прототип, то есть программу с ограниченным пока набором функций: она помогает подобрать размер и оценить, как будет «сидеть» женское платье. Через два месяца планируем презентовать полную версию продукта, которая позволит работать со всеми видами одежды. Уже провели переговоры с крупными игроками на украинском рынке, а в перспективе хотим выйти и на российский».



#### ФОРМИРУЕМ СКЕЛЕТ БИЗНЕСА

4

■ Как правило, личный состав молодых проектов формируется стихийно. Каждый из энтузиастов берет на себя по несколько функций, часто это происходит вообще случайно. Срочно надо чем-то заняться? За дело берется Вася — просто потому, что чуть посвободнее. Вася один раз выполняет «горящую» задачу, а потом как-то автоматически становится ответственным за все направление, связанное с подобными задачами. Потом в один прекрасный момент отцам-основателям начинает не хватать рук, знаний и умений, чтобы все удержать. В целом такая бессистемность для начального этапа бизнеса вполне естественна, но в ней кроются семена грядущих неприятностей. Во-первых, кое-что из важных задач почти неизбежно оказывается бесконтрольным: Вася думает, что этим занимается Петя, а Петя об этом уже и думать забыл. Во-вторых, часть функций оказывается под контролем нескольких основателей, отчего наемным исполнителям приходится лавировать между ними. Поэтому потратьте немного времени на то, чтобы прорисовать, как будет работать ваш бизнес. Только не в отдаленном будущем, когда он потеснит на мировых рынках Майкрософт и прочие жалкие фирмочки, а уже скоро, как только превратится в зарабатывающую прибыль машину. Продумайте, какие на вашем предприятии будут отделы, как они будут функционально взаимодействовать. И пусть ваш отдел инновационных разработок пока состоит из одного студента-хакера, а финансовая дирекция — из бухгалтера на полставки: главное, чтобы вы сразу видели всю систему, распределяли ответственность и грамотно нанимали персонал.



#### ИЩЕМ ФИНАНСИРОВАНИЕ

5

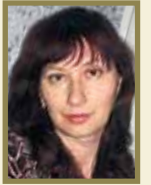
■ Один из путей к инвестициям — участие в инновационных конкурсах, которые проводят некоторые бизнес-инкубаторы. Участники, показавшие хороший результат, смогут презентовать свои проекты потенциальным инвесторам. Кроме того, инкубаторы постоянно работают над тем, чтобы свести стартаперов с инвесторами. За кажущейся безвозмездной помощью в виде консультаций стартаперам со стороны зарубежных специалистов, которые можно получить через бизнес-инкубаторы, лежит конкретный интерес: эти специалисты — часто сами инвесторы или представляют таковых. Так что помогая деловой молодежи, они заодно присматривают и пер-

спективные проекты для инвестиций. Особенно это относится к IT-сфере, потенциал Украины в которой достаточно высок — вложив небольшие для Запада суммы (до \$200—500 тыс.), можно получить доступ к очень перспективным разработкам.

**ОТ ТОЛПЫ.** Есть специальные сетевые ресурсы, где вы можете разместить описание своего проекта и указать сумму, которая вам нужна для его реализации. По разным оценкам в прошлом году в мире через такой механизм было привлечено около \$5 млрд. И, наконец, инвесторов можно искать через объявления в Сети и на специализированных сетевых биржах стартапов.

#### КОММЕНТАРИЙ

**ЕЛЕНА АКУЛОВА,**  
психолог, психотерапевт.



«Чтобы построить успешный бизнес, человеку нужно выйти из состояния психологической зависимости. Успешный бизнес предполагает свободу и ответственность, а зависимый будет искать личность, которая будет его защищать, опекать или брать часть ответственности на себя. Все это — неуверенность, страх, чувство вины, ощущение каких-то огромных эмоциональных долгов перед кем-то — очень мешает. На противоположном полюсе находится другое неблагоприятное психологическое состояние — нарциссизм. Когда человек слишком уверен в себе, переоценивает себя, то он не всегда в хорошем контакте с реальностью. А без такого контакта шансов построить успешный бизнес немного. Поэтому я не очень согласна с традиционными учениками по бизнесу и их лозунгами вроде «к черту все — бери и делай!». Это хорошо для нерешительных, а вот склонных к нарциссизму еще сильнее отрывает от земли и реальности. Начинаящему предпринимателю вообще неплохо бы предварительно проработать у психотерапевта свои психологические травмы. Очень хорошо получается построить свой бизнес в той сфере, где у начинающего бизнесмена есть свои потребности или где сосредоточены его основные проблемы. В ней будет много творческой энергии для роста, а значит, и энергии для построения бизнеса. И очень важно, чтобы человек от бизнеса получал удовольствие. Если цель своего дела — только деньги, то очень скоро он станет в тягость».

Каждую **СУББОТУ** **СЕГОДНЯ**  
в газете *Одна газета для всей семьи*



рубрика **ЗАСТОЛЬЕ**

Оригинальные рецепты простых блюд от шеф-поваров и звезд