

# Вода из дерева

РОСТОВСКИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ДЕЛАЕТ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ КУЛЕРЫ РУЧНОЙ РАБОТЫ



**24-летний Артемий Татасьян запустил стартап по производству экокюлеров. Будучи студентом радиотехнического факультета, он увлекся резьбой по дереву и стал делать деревянные игрушки. Увлечение переросло в бизнес, когда Артемию пришла идея производить экологически чистые кулеры из дерева и металла. На сегодняшний день молодой предприниматель вложил в проект около 1 млн рублей, оборудовал мастерскую и начал продавать экокюлеры под маркой Wood and Water. Аналогов, по словам автора проекта, в мире не существует.**

Стартап молодого предпринимателя вырос из увлечения резьбой по дереву. Артемий Татасьян рассказывает, что увлекся столярным делом, будучи студентом: решил удивить будущую жену и сделать ей подарок своими руками. Девушка не сразу поняла, что молодой человек сам вырезал кулон из дерева.

— Долгое время она думала, что я его купил, — говорит Артемий Татасьян. — Тогда я жил в общежитии, ходил по комнатам и просил у девочек лак, чтобы покрыть дерево. Жена сказала: «Открой свое дело, у тебя вроде руки из плеч растут».

Вскоре после этого, в 2016 году, он посмотрел мультфильм «Книга жизни», который вдохновил его на производство

деревянных игрушек — героев мультфильма.

— Я учился на инженера-радиотехника в Таганроге, и в какой-то момент, придя на занятия, понял, что эта профессия мне больше неинтересна. Я стал прогуливать пары и в итоге бросил университет. Создал небольшую рабочую зону, купил маленькие станки, составил бизнес-план, который оценили в коворкинге «Гараж» ДГТУ. Там меня поддержали и загорелись идеей создать столярную арт-мастерскую.

Первые станки для серьезной работы предпринимателю-резиденту купил коворкинг «Гараж». Там же начинающему столяру помогли с помещением для работы. Проект был ориентирован на за-

падный рынок. За границей оказалось достаточно много фанатов «Книги жизни». Сюжет мультфильма разворачивается в Мексике, поэтому жители этой страны проявили к игрушкам особый интерес и готовы были за любые деньги купить эксклюзивные фигурки любимых персонажей.

Несмотря на хороший спрос, стартап пришлось заморозить. Киностудия 20th Century Fox предъявила свои права на использование персонажей. Необходимо было заплатить 2 млн руб. за лицензию. Таких денег у начинающего предпринимателя не оказалось.

— У меня появилась идея более «приземленного» стартапа. Мы пользовались обычным пластиковым кулером, и нам не понравилось. Пластик вонял, набрать воду можно было только в кружку, термос или бутылка не помещались. Я подумал: «Неужели нет хорошего кулера?» Посмотрел в интернете — действительно, нет. Попробовал сделать сам, и у меня получилось.

Артемий стал делать экокюлеры из дерева и металла. По словам мастера, при нагревании пластик образует благотворную для развития бактерий среду. Использование металла обеспечивает отсутствие вредных веществ в воде. Артемий Татастьян отмечает, что согласно нормам обычные кулеры нужно мыть 1–2 раза в месяц. Металлические — раз в год.

Проект требовал определенных финансовых вливаний. Чтобы заняться производством, стартаперу нужно было купить профессиональное оборудование и найти деньги на аренду помещения. Пользоваться пространством «Гаража» бесплатно он уже не мог. Чтобы запустить производство, предприниматель взял кредит в 1 млн рублей.

Артемий Татастьян разработал несколько настольных и напольных видов кулеров. Все модели спроектированы так, чтобы в них легко могли поместиться литровая бутылка, термос и чашка.

**«ФИШКА В ТОМ,  
ЧТО ЗАКАЗЧИК МОЖЕТ  
ПРИДУМАТЬ ДИЗАЙН  
И СКАЗАТЬ: «ХОЧУ ВОТ  
ТАКОЙ». Я СДЕЛАЮ ЛЮБУЮ  
ФОРМУ: КРУГЛУЮ,  
ОВАЛЬНУЮ, КВАДРАТНУЮ».**

Конкурентными преимуществами экокюлеров предприниматель считает необычный дизайн и экологичность:

— Кулеры Wood and Water прекрасно смотрятся в интерьере. У них качественная железная начинка, а сами они деревянные. К ним приятно прикасаться. Аналогов Wood and Water в мире не существует. Даже китайцы такого не делают! Каждый экокюлер — ручная работа, на которую я трачу около 12 дней. Фишка в том, что заказчик может сам придумать дизайн, прийти и сказать: «Хочу вот такой». Я сделаю любую форму: круглую, овальную, квадратную.

Тем покупателям, которые гонятся за эксклюзивным дизайном, но не помешаны на экологичности, предприниматель предлагает сделать продукт из дерева с пластиковой начинкой. Артемий отмечает, что деревянный кулер, как любое столярное изделие, долговечен и, если относиться к нему бережно, может прослужить хоть сто лет.

Мастер продвигает проект в основном с помощью сарафанного радио и социальных сетей: демонстрирует кулеры на разных выставках и мероприятиях, выступает с презентацией проекта на инвестиционных встречах и бизнес-конференциях.

— Когда люди видят кулер на картинке, скептически относятся к изделию, потому что это что-то новое, о чем раньше не знали и к чему не привыкли. Когда видят его вживую — удивляются, понимают, что он сделан из дерева, а не из стружки, и даже говорят, что это должно стоить дороже.

Стоимость кулера Wood and Water варьируется от 15 до 100 тыс. руб. в зависимости от вида древесины, размера изделия и материала, из которого сделана начинка. Высокая по сравнению с рыночной цена во многом объясняется дороговизной древесины и деталей. Артемий признается, что покупка металлической начинки — одна из главных проблем, мешающих успешной реализации проекта:

— Никто ни в России, ни за границей не делает металлические детали для кулеров. На заводах либо много просят, либо отказываются. Работа с пищевой нержавеющей непростая. Металл нужно обработать, выточить, отфрезеровать, отполировать. Очень сложно договориться с заводами о производстве небольшой партии.

За 4 месяца работы над проектом у Артемия Татастьяна купили 12 кулеров. Среди покупателей — банк «Центр-инвест», коворкинг в Пятигорске, физические лица.



Сразу шесть экокюлеров на сумму более 100 тысяч рублей заказал коворкинг-центр Loft.

— О том, что существует подобное производство, я узнала, когда приехала по работе в ДГТУ. Концепция лофта связана с деревом и железом, поэтому нас заинтересовало предложение Артемия. Экокюлеры — это что-то новое, интересное, неизбитое. Нам как раз хотелось, чтобы у коворкинга была своя изюминка, эксклюзивность. Такие кулеры привлекают глаз: посетители приходят и сразу обращают внимание. Удобны в использовании, гармонично вписываются в интерьер и соответствуют нашей концепции, — рассказывает директор пятигорского коворкинг-центра Loft Анна Кузьменко.

Сейчас Артемий работает как индивидуальный предприниматель. Для выполнения некоторых заказов привлекает наемных рабочих. В будущем он планирует расширить производство. В следующем году г-н Татастьян хочет выйти на производство 11 кулеров в месяц и получать выручку около 400 тыс. руб. При этом он признается, что сейчас дело приносит ему мало прибыли.

— Я продаю большой кулер за 70 тысяч рублей. Дорогое дерево и металлическая начинка обходятся мне в 50 тысяч. А еще работа...

Для развития проекта и запуска полноценного производства нужно еще от 8 до 15 млн руб. Предприниматель ищет инвесторов. Его мечта и конечная цель проекта — открыть столярную мануфактуру.

**Екатерина Кравченко**

# «Чернила» офлайн и онлайн



**Предприниматель Янина Агеева вместе с мужем Алексеем Скворцовым развивает сеть магазинов и сервисных центров по ремонту и продаже оборудования и расходных материалов для печати. Под брендом «Чернила.ру» супруги открыли три собственных магазина в Ростове и один партнерский в Новочеркасске.**

Онлайн-продажи географически вышли на регионы России, страны СНГ и Китай.

— Идея открыть бизнес появилась случайно, — рассказывает Янина Агеева. — Никакого бизнес-плана не было. Все случилось по воле судьбы. У дальних

родственников моего мужа был магазин на Украине, и им нужен был перевалочный пункт в Ростове, но деньги ни в склад, ни в наем персонала они вкладывать не хотели. Сделали предложение нам: у вас будет бизнес, но развивать его будете самостоятельно. Так и получилось. Нам дали 60 тыс. руб. на стартовый запас продукции и на помещение, которое было общим складом. На этом поддержка закончилась.

Янина Агеева говорит, что открывала бизнес с энтузиазмом завоевателя Америки. Решила начать с активных продаж, за 21 день обзвонила 214 компаний и в итоге получила два заказа на 950 рублей. После этого супруги решили развивать направление онлайн-продаж.

— У холодных продаж низкая конверсия. Я поняла, что с ними на рынок не зайдешь. Мы с мужем начали менять технологию работы. В первую очередь сделали хороший, красивый сайт на уровне московских компаний. За время существования проекта вложили в его разработку и функционирование около 5 млн руб.

Начинался бизнес с небольшой точки продаж площадью 12 кв. м.

— Мы вложили 30 тыс. руб. в закупку товара, за 30 тыс. руб. арендовали помещение, за 20 тыс. руб. купили ноутбук, — вспоминает г-жа Агеева. — На этом деньги закончились.

Предпринимательница рассказывает, что главной сложностью при открытии

бизнеса была нехватка опыта и отсутствии полноценного общения в профессиональном кругу:

— Главной трудностью на старте были нехватка опыта и недостаток знаний. Сейчас есть Центр финансовой грамотности, где проходят обучающие тематические семинары для желающих стать предпринимателями. Там и наставники есть, которые помогут и подскажут. Море информации о бизнес-плане можно найти в интернете. Еще несколько лет назад этого не было. Информацию искали по крупицам. Технологичных решений в плане интернет-продаж вообще не было. Все приходилось начинать с нуля. Не было круга единомышленников, у которых можно было перенять опыт, посоветоваться.

Осложнялось все тем, что у молодых предпринимателей не было знаний о полиграфии и специфике бизнеса. Янина по образованию маркетолог, Алексей — инженер теплогазоснабжения.

Хороший сайт помог повысить онлайн- и офлайн-продажи. Проект развивали в том числе с помощью интернет-сервиса для размещения объявлений, различных акций для клиентов. Потом «Чернила.ру» стали не только продавать технику для профессиональной и непрофессиональной печати, но и ремонтировать ее. Возможность получить услуги по разным направлениям в одном месте Янина Агеева считает одним из основных конкурентных преимуществ «Чернил»:

— Получилась компания-агрегатор. У нас много конкурентов по отдельным

направлениям товаров и услуг, но компаний, которые и продают, и ремонтируют, мало. Мы занимаем несколько ниш. Продаем расходники и для домашней, и для профессиональной печати. Работает сервисный центр. За счет этого у нас есть конкурентное преимущество.

По словам Агеевой, в Ростове у фирмы немного конкурентов, но говорить о том, что рынок свободен, нельзя. Конкурировать приходится в основном с крупными торговыми сетями — DNS, «Ситилинк», «Зенон» и др.

— Конкуренция с сетевиками — один из главных рисков бизнеса, — отмечает Янина Агеева. — У них есть возможность устраивать жесткий демпинг, черные пятницы. Несмотря на то что все это маркетинговые уловки, покупатели уходят туда. Сетевики могут убить весь региональный бизнес.

Сложности создает и быстро меняющаяся техника. По словам собеседницы N, отрасль очень динамичная. Китайцы — лидеры в производстве товаров для офиса — быстро распространяют свою продукцию по миру. Продавцам остается конкурировать между собой, только постоянно снижая цену.

Сейчас компания расширяется. Под брендом «Чернила.ру» открыты три собственных магазина в Ростове и один партнерский в Новочеркасске. Предприниматели взяли кредит на покупку помещения площадью 280 кв. м.

Онлайн-магазин продает технику и расходные материалы для полиграфического оборудования в регионы России, страны СНГ и Китай. Покупатели из Китая заказывают в основном детали для техники. Это объясняется тем, что не все производители напрямую поставляют комплектующие в Китай. Некоторые товары через интернет-магазин покупают даже жители Сибири, Чукотки, Сахалина.

— Человеку, который живет в Сибири, без разницы, где заказывать: в Ростове или в Москве. Он платит одинаково. У нас был покупатель, которому почту вертолет доставлял раз в месяц. Как-то мы просили клиента забрать посылку, он сказал, что не может, потому что на реке

# 15–20

**ПРОЦЕНТОВ** — такова текущая маржинальность бизнеса «Чернил.ру».

В планах компании на ближайший год — открытие магазина в Краснодарском крае.

# 6

**РЕГИОНОВ** намерена освоить Янина Агеева в течение 5 лет.

сходит лед, а почта в 30 км вниз по реке.

Самым вредным устройством в офисе оказывается принтер. С просьбой починить его клиенты чаще всего приходят в сервисный центр.

— Аквапарк как-то отдал на ремонт принтер. Его привозили к нам раз пять. У нас работает, в аквапарке — нет. Мы не могли понять, что это за место такое заколдованное. Поехали сами посмотреть. Оказалось, стол стоял под наклоном, поэтому устройство работало неправильно. Главная ошибка пользователей: инструкцию читают после того, как техника сломалась. Мой совет: «Если лень читать, посмотрите перед эксплуатацией ролики в интернете, это сэкономит ваше время и деньги». Ну а если устройство сломалось — обращайтесь, готовы «вылечить». К слову, часто спасаем «пациентов» даже в онлайн-формате.

Сейчас компания, по словам Янины Агеевой, вышла на уверенные обороты. Маржинальность бизнеса составляет 15–20%. В планах на ближайший год — открытие магазина в Краснодарском крае.

— Сейчас дело приносит нам моральное и материальное удовлетворение. Все готово к тому, чтобы выходить за пределы Ростовской области. Цель на ближайшие 5 лет — освоить шесть регионов России.

**Екатерина Кравченко**

# Подстричься быстро и недорого

**РОСТОВСКИЕ ЭКСПРЕСС-ПАРИКМАХЕРСКИЕ «ВРЕМЯ СТРИЖКИ» НАМЕРЕНЫ ЗАВОЕВАТЬ РОССИЙСКИЙ РЫНОК**



**Предприниматель Екатерина Атаманова в партнерстве с Екатериной Вагиной запускает собственную сеть экспресс-парикмахерских «Время стрижки». За первый год работы они открыли шесть салонов в Ростове, Петербурге и Таганроге. Сейчас сеть стала развиваться по системе франчайзинга. В 2020 году предприниматели планируют расширить ее до 40–45 филиалов по всей стране. Парикмахерские открываются в местах с высокой проходимостью и рассчитаны на людей, которым нужно быстро и недорого подстричься.**

Предприниматели Екатерина Атаманова и Екатерина Вагина развивают сеть экспресс-парикмахерских «Время стрижки». Простую стрижку в салонах сети мастера обещают выполнить в пределах 15 минут. Цена вопроса — 200 рублей. Не откажут и желающим сделать модельную прическу. За нее, правда, придется заплатить уже 400 рублей.

Идея поставить стрижки на поток появилась у основательницы бизнеса Екатерины Атамановой во время обучения в бизнес-школе. До декретного отпуска Екатерина занималась продажей парфюмерии и кожгалантереи.

— После выхода из декрета я долго работала по найму, — вспомина-

ет предпринимательница. — Была идея-фикс открыть свое дело, но, учитывая свой прошлый опыт, я понимала, что без знаний далеко не пойдешь, и записалась на курсы в одну из ростовских бизнес-школ. Целью обучения было создание бизнес-плана и запуск стартапа. У меня были разные идеи из серии «купи-продай», но постепенно, анализируя ниши и изучая рынки, я пришла к выводу, что можно попробовать запустить сеть экспресс-парикмахерских. В то время этот сегмент рынка невероятно быстро развивался. Он и сейчас динамичен.

Проект начали разрабатывать в июле 2018 года, а уже в августе открыли две

первые парикмахерские. Екатерине повезло: в отличие от многих стартаперов, которые годами маются в поисках средств, она нашла частных инвесторов среди знакомых. В обмен на долю 50% они полностью покрыли необходимые для открытия сети расходы.

— Летом этого года, проходя обучение в бизнес-акселераторе банка «Центр-инвест», я в конце курса на демодне успешно защитила проект, — вспоминает предпринимательница. — Представителям банка он показался интересным, и нам для развития бизнеса дали стартап-кредит на выгодных условиях.

Екатерина рассказывает, что составляла бизнес-план и придумывала концепцию сети, внимательно изучая конкурентов:

— Мы звонили в сети парикмахерских, говорили, что хотим купить франшизу, они высылали необходимые документы. Мы изучали их, ездили в разные салоны, пользовались услугами, смотрели, как другие работают, с кем-то знакомились напрямую, слушали выступления участников рынка на конференциях. Изучили их минусы и постарались превратить их в свои плюсы. Продумали ключевые моменты, которыми будем отличаться на рынке.

Основными конкурентными преимуществами г-жа Атаманова считает удобный график работы салонов, наличие воздушной мойки, терминалы с индивидуально разработанным софтом, оптимальное соотношение цены, качества и времени:

— Мы работаем до 10 вечера. Бывает, вечером нужно зайти подстричься, а куда. У нас нет записи, можно прийти в любой момент. Клиенту не нужно заранее думать, к какому мастеру прийти, в какой день, во сколько. Минимизировано время нахождения посетителя в салоне. В терминале со специально разработанным для нашей сети софтом клиент оплачивает услугу и отдает чек мастеру. Парикмахеры заточены на ускоренные стрижки и работают по специальным технологиям. Есть система воздушной мойки. Это «пылесос», который собирает остриженные волосы с плеч и шеи клиента.

Целевая аудитория экспресс-парикмахерских — мужчины и дети. При этом в салоне есть и преимущественно женские услуги: маникюр и окрашивание волос.

Собеседница N признается, что, несмотря на стремительный старт проекта, не всегда все получается гладко. Два салона сети пришлось закрыть. Они не

прижились в выбранных для них местах.

— Наша бизнес-модель построена на большом трафике, — говорит г-жа Атаманова. — Очень важно правильно выбрать место. Один из салонов мы открыли в районе автовокзала, прямо напротив зала ожидания. Мы сделали ставку на большие скопления людей в этом месте, но не рассчитали, что туда приходят не тратить деньги, а чтобы сесть в автобус и уехать. Несколько месяцев мы работали в минус и решили закрыться. Вторая неудавшаяся точка была экспериментальной. Захотелось открыть полноформатный салон с косметологическими услугами. Поняли, что мы непрофессионалы в этом сегменте и лучше будем заниматься тем, что у нас получается.

Екатерина Атаманова рассказывает, что основные проблемы при открытии бизнеса были связаны с неопытностью:

— Было много лишних затрат на покупку оборудования. Первые терминалы заказывали в три раза дороже, чем сейчас. Попадались непроверенные недобросовестные поставщики. Я невнимательно читала договор аренды помещения объемом 40 страниц, и потом во время работы всплывали неожиданные неприятные детали. С инвесторами не всегда было понимание. Они не до конца осознавали, что бизнес не может сразу приносить фантастическую прибыль.

За год и три месяца работы Екатерина Атаманова в партнерстве со своей подругой Екатериной Вагиной открыла два салона в Ростове, три в Санкт-Петербурге и один в Таганроге. В Ростове парикмахерские работают в гипермаркете «О'КЕЙ» на Западном и на 14-й Линии. На вопрос о том, почему в центре города нет еще ни одного салона, г-жа Атаманова отвечает:

— Мы рассчитываем на людей, которые могут забежать к нам по дороге домой или в магазин. Центр — это больше про понты, чем про результат. Иногда к нам приходят мужчины, которые до этого стриглись в модных барбершопах, и удивляются. Оказывается, результат ничуть не хуже, а цена на услуги намного меньше.

Дальше предприниматели планируют развивать сеть «Время стрижки» по системе франчайзинга:

— Конкуренция в сегменте экспресс-парикмахерских достаточно быстро растет. Если сравнивать с ситуацией год назад, можно сказать, что количе-

## **«ПЕРВЫЕ ТЕРМИНАЛЫ ЗАКАЗЫВАЛИ В ТРИ РАЗА ДОРОЖЕ, ЧЕМ СЕЙЧАС. ПОПАДАЛИСЬ НЕДОБРОСОВЕСТНЫЕ ПОСТАВЩИКИ. Я НЕВНИМАТЕЛЬНО ЧИТАЛА ДОГОВОР АРЕНДЫ, И ПОТОМ ВСПЛЫВАЛИ НЕПРИЯТНЫЕ ДЕТАЛИ».**

ство парикмахерских такого формата сильно увеличилось, но рынок пока еще достаточно свободен. Есть место, которое мы и хотим занять. Для этого нужна огромная команда. Вдвоем мы не справимся. Самим открывать филиалы трудозатратно, устаешь, невозможно разорваться на все салоны. Чтобы увеличить скорость, мы решили продавать франшизу.

До конца года г-жа Атаманова рассчитывает продать три франшизы. В 2020 году — около 40. Она отмечает, что готова сотрудничать с предпринимателями из любого региона России. Первым покупателям необходимо будет внести взнос 200 тысяч рублей. Роялти составит 3%. В дальнейшем условия будут меняться.

Выручка одного салона, по словам г-жи Атамановой, в зависимости от его пропускной способности колеблется в пределах 350–600 тысяч рублей в месяц. Рентабельность бизнеса составляет около 30%. Всего в проект было вложено в районе 5 млн рублей. Открытие первых парикмахерских обходилось в 1,1–1,3 млн рублей. Сейчас затраты минимизированы до 850 тысяч. Один салон окупается в течение 12–14 месяцев, говорит собеседница N.

«Время стрижки» ведет свою «Книгу рекордов Гиннеса». Так, накануне первого сентября в одном из салонов сети стрижку сделали 100 человек. Каждый мастер обслужил в этот день 25 клиентов. Один из мастеров как-то поставил рекорд, сделав прически 33 посетителям. В среднем в месяц, по словам владельцев бизнеса, парикмахерские «Время стрижки» обслуживают 1500–2000 человек.

**Екатерина Кравченко**

# Хлеб без дрожжей и добавок

РОСТОВСКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ЗАДАЛИСЬ ЦЕЛЮ ИЗМЕНИТЬ КУЛЬТУРУ ПОТРЕБЛЕНИЯ ХЛЕБА



**Супруги Виктория Донченко и Сергей Гаркушин открыли кондитерскую Vopitacake. Они строят амбициозные планы и мечтают внести что-то новое в культуру потребления хлеба в России. В ассортименте кондитерской — багет с вялеными томатами, карельский хлеб с вяленой клюквой, конфеты и пирожные ручной работы.**

Перед тем как открыть собственную кондитерскую, Виктория Донченко долго искала себя. Училась сначала на меди-

ка, потом на физика. Поняв, что эти профессии ей не подходят, она решила продолжить семейное дело:

— Мои папа и дедушка — фермеры. Они выращивают зерно в Ростовской области. У нас получается своего рода преемственность. Можно сказать, что мы с Сергеем продолжаем их дело. Выпечкой я увлеклась лет 5 назад. Поступила в лицей кулинарного искусства и бизнеса, получила теоретические знания по микробиологии и физиологии питания. Этого, конечно, было недостаточно. Не хватало практики, и я поехала на 5-дневный интенсив к французскому

пекарю в Краснодар. Мастер-класс был дорогой, но это того стоило.

Г-жа Донченко рассказывает, что тогда еще не думала об открытии пекарни, а просто совершенствовалась в любимом деле.

— Всерьез мы задумались о будущем, когда поженились, — рассказывает Виктория. — Решили, что надо открыть свое дело, для начала небольшой цех или кондитерскую.

— Мы записались на курсы в центр развития предпринимательства «Новый Ростов», — продолжает Сергей Гаркушин. — Они подходят тем, кто вообще

ничего не понимает в бизнесе. Такими мы тогда и были. Узнали, как составить бизнес-план, какие существуют налоги и льготы. Прошли обучение в бизнес-акселераторе банка «Центр-инвест». Там получили уже более глубокую и конкретную информацию. Были полезны встречи с предпринимателями из «Штефан Бургер», Yersoffee и «Рокфор Кейтеринг», которые проводились в акселераторе. Они дали гораздо больше, чем лекции про маркетинг и построение личного бренда.

Молодые предприниматели решили начать бизнес с открытия небольшого цеха. Почти два года пекли на заказ. Набравшись опыта и поднакопив денег, решились открыть кондитерскую на ул. Станиславского. Чтобы запустить проект, потребовалось около 1,5 млн рублей. Виктория и Сергей рассказывают, что использовали в основном собственные средства. Кроме того, им финансово помогли родственники.

Первой проблемой, с которой столкнулись Виктория и Сергей, стал поиск подходящего помещения для кондитерской.

— Найти удобное место не так легко, как кажется, — рассказывает Сергей. — Нам нужно было небольшое помещение с хорошими коммуникациями и по оптимальной цене, вентиляция, мощный водопровод, кухня. Арендодатели, которые сдают площадки под магазины, не хотят делить их. Они сдают 200, 300, 400 квадратов одному арендатору. В итоге нашли место на Станиславского. Не самая людная улица, зато условия подходящие. На этом сложности не закончились. Витрины прилавков пришлось заказывать в Волжском через фирму в Санкт-Петербурге. В Ростове предлагают только полукруглые. Их мы привыкли видеть в супермаркетах. Рынок полон ими. Нам хотелось отличаться.

Виктория Донченко отмечает, что рынок пекарен и кондитерских достаточно хорошо развит в Ростове, но высокая конкуренция предпринимателей не пугает:

— Пекарен действительно очень много, но мало кто печет на закваске и холодной расстойке. Благодаря этому уменьшается гликемический индекс хлеба и количество глютена в нем. В наших изделиях нет дрожжей, они не плесневеют. Я работала в некоторых пекарнях, которые, как и мы, делают ремесленный хлеб. Технология часто нарушается, кладут много добавок. Меня пытались убедить в том, что невозможно сделать хлеб без дрожжей и улучшителей. Что ж, мож-

но было рассмеяться этому человеку в лицо: мы печем хлеб без дрожжей и искусственных добавок.

В ассортименте кондитерской — багет с вялеными томатами, карельский хлеб с вяленой клюквой, конфеты и пирожные. Тем, кто переживает за фигуру, предложат хлеб без сахара, а сладко-ежкам — торты.

— Стоимость кондитерских изделий колеблется от 50 рублей за конфету до 1250 рублей за кг торта, — говорят предприниматели. — Торты мы сейчас делаем только на заказ. Нас еще мало знают, и поэтому люди не готовы прийти и отдать 1000 рублей. Хлеб продаем по 50-100 рублей.

Виктория отмечает, что вокруг хлеба накопилось достаточно много стереотипов, и ставит перед собой глобальную цель — внести что-то новое в культуру потребления в России:

— Люди думают, что хлеб должен стоить 20 рублей. То, что он сделан из сдобы, яиц, маргарина и дрожжей, считается нормой. Мы не говорим о том, что хлеб должен стоить дорого. Просто хотим показать, что он может быть другим. Мы можем спокойно съесть пирожок, который готовила бабушка три дня назад. А к покупному хлебу у нас другие требования. Он обязательно должен быть сегодняшним, потому что уже завтра может начать плесневеть, а ведь нормальный хлеб хранится несколько дней и не портится.

Каждое изделие Bonitacake, будь то конфета или хлеб, можно считать изделием ручной работы, подчеркивает Виктория:

— Вечером Сергей ставит опару, днем делается тесто, вечером закладывается в корзинки и отправляется в холодильник, ночью оно расстаивается. Благодаря холодной расстойке дрожжи не съедают все полезные вещества в хлебе. Плюс — изделие дольше хранится.

Сейчас в команде проекта работают три человека. Сергей стоит за прилавком, Виктория занимается изготовлением конфет и выпечкой багетов. На кухне им помогает профессиональный пекарь. Ставить производство изделий на поток предприниматели не планируют. Они отмечают: главная задача — увеличивать сумму чека, а не количество покупателей.

— Ставка на поток — это почти всегда ухудшение качества, — отмечает Сергей Гаркушин. — Это убьет момент ремесленности. Да и в городе нет такой потребности. Производство кондитерских изделий — это и ремесло, и твор-

## «АРЕНДОДАТЕЛИ, КОТОРЫЕ СДАЮТ ПЛОЩАДКИ ПОД МАГАЗИНЫ, НЕ ХОТЯТ ДЕЛИТЬ ИХ. ОНИ СДАЮТ 200, 300, 400 КВАДРАТОВ ОДНОМУ АРЕНДАТОРУ».

чество. Нужно четко следовать технологии, при этом мыслить неординарно, придумывая дизайн. Этот бизнес держится не на прохожих. Для нас главное, чтобы увеличивалось не количество людей, которые к нам приходят и потом не возвращаются, а длина чека. Мы работаем три месяца, и уже сейчас 80% покупателей приходят не в первый раз. Наша задача — чтобы оставшиеся 20% вошли в эти 80%. Чтобы сформировать пул постоянных покупателей, бизнесмены стараются использовать персонализированный подход, знакомятся с местными жителями, завязывают разговор.

— Всегда, когда продаю, предлагаю человеку самому выбрать пирожное или багет. Спрашиваю, какой именно он хочет. Кажется, что мелочь, а на самом деле это важно. Местные жители нас уже знают. В инстаграме пишут приятные отзывы. Говорят, можно зайти с собакой, купить свежий хлеб, поговорить о погоде.

Виктория отмечает, что рынку пекарен и кондитерских свойственна сезонность. Клиентский поток, по ее словам, заметно увеличивается на Новый год, Пасху, 8 Марта и 23 Февраля. Уже сейчас кондитерам поступают заказы на рождественские штоллены.

— В среднем в месяц мы производим и продаем около 200-300 конфет. В прошлые новогодние праздники продали 8 сотен конфет.

Виктория и Сергей признаются, что проект пока не приносит чистой прибыли.

— Нашей кондитерской только три месяца. Нас еще мало знают. Развиваемся в соцсетях, используем сарафанное радио. Проводим конкурсы в инстаграме. Небольшая база постоянных клиентов уже сформирована. В целом нам еще есть куда расти.

Сейчас главная задача пекарей — наладить стабильную работу кондитерской и выйти на прибыль. В планах на ближайший год — открытие второй кондитерской на Пушкинской.

**Екатерина Кравченко**



# Чистота по расчету

**НОВЫЙ WEB-СЕРВИС ПОЗВОЛИТ КЛИНИНГОВЫМ КОМПАНИЯМ БЫСТРО И ТОЧНО СОСТАВЛЯТЬ СМЕТЫ И РАССЧИТЫВАТЬ СТОИМОСТЬ РАБОТ**



**Ростовский предприниматель Алексей Швецов создает сервис, который автоматизирует управление клининговой компанией. Программа, по словам автора проекта, позволит избавиться от бумажной волокиты. Основное конкурентное преимущество Digital Cleaning (англ. цифровой клининг) — калькулятор расчета стоимости заказа. Сервис самостоятельно составляет смету, компания, таким образом, практически не зависит от компетентности сотрудников.**

Алексей Швецов говорит, что идея создать сервис сформировалась на основе собственной необходимости ускорить

процессы управления бизнесом. Автор проекта не понаслышке знает о подводных камнях работы клининговых компаний. На протяжении 16 лет он руководит таким бизнесом в Ростове.

— Мы постоянно искали способ ускорить процесс заключения сделки и увеличить точность смет на услуги, — вспоминает предприниматель. — Мы стали пользоваться сервисом Google Docs. Это несколько упростило работу, но не решало поставленных задач. Я задумался над тем, чтобы сделать программное обеспечение, которое автоматизировало бы управление бизнесом и включило в себя все инструменты, необходимые для работы клининговой компании.

Автор проекта рассказывает, что продукт начали разрабатывать год назад. Оказалось, что для одной компании это

достаточно дорого, проект окупился бы только через десять лет. Алексей Швецов начал анализировать рынок программных продуктов и понял, что специализированных сервисов для клининговых компаний в странах СНГ нет, а значит, прямых конкурентов у будущего продукта в ближайшее время не будет.

— Айтишники обычно делают для бизнеса разновидности CRM-систем или систем учета — слабых аналогов мощных продуктов, таких как «Битрикс», АМО-CRM и «1С», — говорит г-н Швецов. — Эти продукты, на мой взгляд, не обладают высокой ценностью и полезностью для клининговых компаний. Сервиса, сделанного в тандеме с программистами и специалистами в сфере клининга, нет, а спрос на него есть. Около 6,5 тысячи клининговых компаний работают

на рынке и до сих пор не имеют программы, в которой были бы собраны все необходимые для работы инструменты.

Алексей Швецов отмечает, что среди сервисов, помогающих автоматизации процессов бизнеса, Digital Cleaning будет отличаться узконаправленностью. Основным конкурентным преимуществом станет калькулятор расчета стоимости заказа. По словам автора проекта, для сервиса была создана специальная математическая модель на основе искусственного интеллекта, которая обучается, адаптируется к уникальной скорости работы любой компании-пользователя. Калькулятор составляет смету за несколько минут.

— Сегодня расчет сметы и оформление договора занимает 3–4 дня: клиент делает запрос, менеджер выезжает на место, осматривает объект, затем в офисе делает расчет и называет цену заказчику, — рассказывает г-н Швецов.

По его словам, 25% клиентов уборка требуется прямо в день обращения. Компании часто не успевают обрабатывать срочные заказы и теряют заказчиков. Автоматическое составление и расчет сметы позволит в несколько раз увеличить скорость заключения сделки. Сервис даст возможность менеджеру прямо на месте уборки оперативно составить смету, посчитать стоимость заказа, составить коммерческое предложение и продать «горячему» клиенту. Собеседник N подчеркивает, что сервис поможет стандартизировать процесс управления заказами:

— Мы предусмотрели все до мелочей. Сервис настраивается под любую компанию, пользователь заносит свои параметры, которые используются при расчетах. Менеджер на осмотре объекта просто заносит в программу данные: площадь помещений, виды поверхностей, которые необходимо почистить, степень и вид загрязнений по чек-листу. Мы ставим себе задачу сделать сервис максимально простым в использовании, чтобы даже школьник мог разобраться. Сейчас клининговые компании сильно зависят от компетентности сотрудников при расчете смет, от менеджеров по продажам и производственников. Если такой знающий специалист уходит, это катастрофа для фирмы. Обучение нового сотрудника может занять несколько месяцев. Разрабатываемый нами сервис считает все автоматически и точно, поэтому компании станут меньше зависеть от своих спецов.

Помимо калькулятора сервис будет содержать и другие разделы. На сайт можно будет загружать документы и прикреплять их к каждому конкретному заказу. У руководителя будет возможность создать для сотрудников разные уровни доступа к информации и своему интерфейсу. Разработчики создадут также функцию планирования производства путем формирования графика заказов. По словам Алексея Швецова, программа сможет посчитать, сколько компания потратила, сэкономила и заработала на каждом заказе, зафиксирует количество потраченного на работу времени, израсходованных ресурсов и материалов.

Стоимость пользования сервисом будет варьироваться от 1 тыс. до 6 тыс. руб. в месяц. Окупить эту сумму компания-пользователь сможет, привлекая дополнительно всего 1–2 заказа, говорит автор проекта.

В начале следующего года выйдет первая версия продукта, которая даст возможность пользоваться калькулятором расчета услуг, создавать производственный и трудовой графики, формировать бланк-заявку к заказу, сохранять данные о заказах, пользоваться базой клининговых знаний, управлять заключением сделки и производством заказа. В дальнейшем список возможностей сервиса будет дополняться.

— В проект вложено около 2 млн руб. собственных средств, — говорит предприниматель. — Этого достаточно, чтобы сервис заработал. Для реализации всех наших задумок и успешного продвижения сайта необходимо еще примерно 5–7 млн руб. Сейчас мы участвуем в конкурсах на получение государственных грантов, ведем переговоры с инвесторами и инвестиционными фондами.

В течение следующего года г-н Швецов планирует покорять российский рынок, в планах на ближайшие 2–3 года

— выход на рынок стран СНГ и Европы. На вопрос о том, хватит ли клининговых компаний, чтобы обеспечить финансовый успех проекта, собеседник N отвечает:

— В России и других странах бывшего СНГ насчитывается около 6,5 тысячи клининговых компаний, а в Европе — близко к 180 тысячам. Если мы займем 10–20% этого рынка, мы будем довольны. Сейчас есть около 30 фирм, которые ожидают выхода продукта и готовы купить подписку на него. Проект должен окупиться за год-полтора. Основная сложность заключается в том, что наш продукт — новый для рынка. Большинство компаний привыкло управлять вручную, но оцифровывание бизнеса идет полным ходом, и нашей задачей будет максимально понятно и в короткий срок донести до руководителей клининговых компаний, насколько сервис будет им полезен и повысит их эффективность и конкурентоспособность.

Руководитель клининговой компании «Чистодел» Павел Семиколенов считает, что такой проект может быть интересен крупным фирмам с большим штатом сотрудников. По его словам, работу программы интересно проверить «в поле»:

— Решение может быть полезно тем, у кого большой отдел продаж, много заказов. Это не для малого бизнеса. Мы заключаем договор и выходим на объект обычно в течение 3–5 дней. Думаю, этот сервис позволит сократить время до 2–3 дней. Получается, счет клиенту можно выставить сразу при осмотре помещения. Не надо ехать в офис и оформлять кучу документов. Приехали на объект, сделали замеры, программа посчитала цену, отправили заявку в отдел производства. Нам было бы интересно протестировать, посмотреть, как сервис будет работать.

Директор компании «КлинПроспект» Сергей Ермилов — один из тех, кто подписался на демоверсию продукта. Он отмечает, что сервис достаточно прост в использовании. Единственный его минус заключается в том, что он еще не совсем готов и не полностью запущен:

— Сервис удобен простотой расчетов. Если на объект выезжает новый, еще не обученный менеджер и ему сложно правильно рассчитать стоимость заказа, то он просто открывает сервис, указывает, например, размер окон, и программа считает все сама. Сайт помогает экономить время. Сотруднику не надо после осмотра объекта возвращаться в офис. Он может с планшета зайти в сервис и сказать клиенту цену.

**Екатерина Кравченко**

2

**МЛН РУБ.** составили затраты на создание сервиса по администрированию клининга.

5–7

**МЛН РУБ.** нужно для реализации проекта и продвижения сайта.

# Договор по SMS:

В РОСТОВЕ РАЗРАБОТАЛИ СЕРВИС ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ СДЕЛОК ОНЛАЙН



**Компания Legium разработала одноименный web-сервис для электронной подписи документов. Платформа позволяет заключать сделки онлайн с любого устройства всего за несколько минут.**

На протяжении более двух лет компания Legium под руководством Ивана Хаустова, юриста по образованию, работает над созданием новой технологии онлайн-подписи. По словам автора проекта, созданный механизм предлагает альтернативу бумажному документу и облегчает существующую процедуру оформления электронной подписи.

— Бумажный документ несовершенен. Он может быть испорчен или вообще утрачен. Его легко подделать. В юридической практике такое часто встре-

чается. У электронных подписей тоже есть свои проблемы. Порядок их оформления и выдачи далеко не идеален, процесс отнимает много времени и раздражает. Чтобы получить неквалифицированную электронную подпись, нужно приехать в удостоверяющий центр, показать себя и паспорт, забрать флешку. Затем настроить компьютер, установить специальную программу. Самому это сделать сложно. Кроме того, с флешкой работать небезопасно. Обычно она валяется где попало, теряется. Ею может воспользоваться посторонний, — говорит Иван Хаустов.

Изначально сервис создавался на новейшей блокчейн-платформе, защищающей электронный документ от мошенников и подделок.

— Блокчейн — это распределенный реестр данных. Он позволяет осуществ-

лять операции и хранить данные о них не в одном контролирующем центре, а на тысячах компьютеров по всему миру. В базу невозможно внести изменения. Все участники сети содержат информацию о транзакциях и контролируют друг друга. Чтобы внести изменения в систему, надо взломать все устройства, что в принципе невозможно. Мы создали сервис на блокчейне для электронной подписи документов. Система сохраняет идентификатор документа, время подписания и реквизиты контрагентов.

Несмотря на то что сервис был признан самым перспективным юридическим стартапом на конференции Skolkovo LegalTech-2018, продать новацию оказалось непросто. Использование технологии получалось дорогим. Подписание одного документа стоило 150–200 руб.

— Мало кто был знаком с новой технологией и понимал ее ценность. Люди были не готовы платить, и нам пришлось отказаться от блокчейна. Основными продающими идеями стали скорость, простота подписания и удаленная идентификация. Классическое подписание документа может занимать до 5 дней. Нужно его распечатать, подписать, отправить контрагенту. Курьер — недешевое удовольствие, «Почта России» доставляет долго. Мы предлагаем сократить время подписания до нескольких минут.

Legium работает по принципу, схожему с банк-клиентом, где операция подтверждается вводом sms-пароля. Клиент заходит на сайт, авторизуется, загружает документ и отправляет ссылку на нее контрагенту. Тот открывает ее, видит документ и, если согласен с ним, нажимает на кнопку «Подписать». В специальном окне вводит одноразовый пароль, который приходит на телефон. С этого момента документ считается подписанным. Обеим сторонам на почту приходит сертификат онлайн-подписи. Он содержит уникальную ссылку на документ, время подписания и реквизиты контрагентов. Кроме того, автоматически отправляется sms-уведомление о том, какой документ подписан.

Чтобы документ имел юридическую силу, перед тем как начать работать с сервисом, необходимо пройти удаленную идентификацию. Физлиц создатели Legium просят записать видеоселфи, на котором нужно показать свой паспорт и назвать номер телефона. Нейронная сеть сверяет черты лица человека на видео с лицом на фотографии в паспорте. С помощью государственных и банковских сервисов Legium проверяет подлинность паспорта и выясняет, кому принадлежит номер телефона.

— Юридических лиц мы просим оплатить один рубль с расчетного счета компании и в поле «Назначение платежа» написать, что это плата за присоединение к регламенту Legium, а также указать номер телефона сотрудника, который будет подписывать документ, и его ФИО. Таким образом компания подтверждает волю на подключение к системе.

Несмотря на то что сервис ушел с блокчейн-платформы, ее ключевые преимущества он сохранил, отмечает Иван Хаустов:

— Каждый документ имеет свой идентификационный номер, который указывается в сертификате онлайн-подписи. Поменять время сделки и что-то еще невозможно. Для того чтобы получить

доступ к документам, нужно взломать три сервера, которые расположены в разных частях мира. Если каким-то образом получится изменить документ, изменится и его идентификатор, а значит, подписи на таком документе не будет.

Иван Хаустов подчеркивает, что использование сервиса абсолютно законно. Документы впоследствии могут быть предоставлены в суде, сертификат онлайн-подписи и sms-уведомление считаются доказательствами сделки:

— Согласно ГК РФ, письменная сделка считается соблюденной, если можно с достоверностью определить, какое лицо выразило волю на подписание. Для этого проводится идентификация. В последней редакции закона также четко прописано, что сделка может совершаться с помощью электронных либо иных технических средств.

По словам г-на Хаустова, платформа Legium не имеет аналогов в России. Основными конкурентами сервиса он считает бумагу и квалифицированную электронную подпись, с помощью которой можно взаимодействовать с государством, подписывать отчеты для налоговой, документы для регистрации недвижимости и т. д.

Основная сложность, с которой сталкивается стартап, — юридический консерватизм:

— У юристов такая работа — всего бояться и от всего защищаться. Постоянно сталкиваемся с опасениями, что документы могут быть не приняты в суде или в налоговой. Когда юридическую службу возглавляет молодой прогрессивный специалист, договориться проще, когда юрист старой закалки — найти общий язык трудно. Сложно объяснить руководителям, что онлайн-подпись — это законно.

В создание Legium было вложено около 2–3 млн рублей собственных средств. Благодаря победе в стартап-конкурсе в декабре 2019 года проекту удалось привлечь 10 млн рублей инвестиций.

Legium рассчитан прежде всего на бизнес. Подразумевается, что сервис будет использоваться для оформления различных сделок, контрактов, актов, внутренних документов фирм. За полгода работы его клиентами стали около 30 компаний, среди них сеть «Додо Пицца» и два российских банка. Подписание одного документа обходится в 60 рублей.

Проект пока в операционном убытке, признается Иван Хаустов и говорит, что для стартапов, которые нацелены на

быстрый рост, это нормально. Создатели сервиса пока вкладывают больше, чем получают.

На ближайший год в планах основателей платформы — заключить как можно больше контрактов, создать новый дизайн сайта и главное — наработать судебную практику.

Эксперты говорят о том, что заключение сделки с помощью подобной технологии является вполне законным, документы будут иметь юридическую силу.

Юрист GRATA International — Адвокатское бюро «Степанов и Аксюк» Даниэла Быстрова считает, что в качестве подписи может быть использован любой способ, позволяющий достоверно определить лицо, выразившее волю. Закон об электронной подписи определил, в частности, что для простой электронной подписи такими средствами могут быть коды, пароли или иные средства, подтверждающие факт формирования электронной подписи определенным лицом, отмечает эксперт.

По словам старшего юриста юридической фирмы VEGAS LEX Кирилла Никитина, суды зачастую признают действительность документов, подписанных с применением подобной технологии. В то же время он отмечает, что могут возникнуть трудности с доказыванием самого факта заключения контракта. Для разбирательств, связанных с электронной подписью, эта проблема особенно актуальна, объясняет Кирилл Никитин:

— На практике не так много споров, связанных с оспариванием документов, подписанных электронно. Практика применения электронных документов хоть и положительно воспринимается участниками рынка ввиду очевидных преимуществ, но до сих пор не получила достаточного применения. Связано это с недоверием участников этому институту, отсутствием достаточной инфраструктуры и слабым законодательным регулированием. Кроме того, много вопросов вызывает оценка рисков, связанных с кибербезопасностью. Так, большинство рассмотренных судами дел касательно электронного документооборота связано с несанкционированным доступом к информации, что также влечет за собой определенные трудности. Отмечу, что с развитием законодательства в этой сфере суды стали все чаще пресекать недобросовестное поведение участников и более широко применять принцип свободы договора, что положительно сказывается на ситуации в целом.

**Екатерина Кравченко**

# Сарафанное радио стало электронным



**Ростовские IT-специалисты оцифровали сарафанное радио. Мобильное приложение, которое они создали, позволяет находить профессионалов, проверенных друзьями и знакомыми. «Сарафан» покажет, кто из вашей телефонной книги пользовался услугами мастера и остался доволен.**

Основная работа создателя приложения «Сарафан» Юрия Корушева — ведущий мероприятий. Идея оцифровать сара-

фанное радио пришла в голову, когда он собрался делать ремонт в квартире и стал искать мастеров.

— Первым делом я спросил совета у знакомых. Четыре друга дали мне контакты четырех разных прорабов. Я остался с несколькими телефонами и непониманием, что делать дальше. С каждым нужно было встретиться, поговорить и, видимо, выбрать по цене. Я подумал: «Было бы круто, если хотя бы два друга назвали одного и того же специалиста».

Как уверяет Юрий Корушев, существует всего два способа найти специа-

листа для решения своей задачи: поискать в интернете и спросить у знакомых. «Сарафан», как говорят создатели, объединил эти методы, подобрал в себя плюсы обоих и убрал минусы.

— Главное преимущество поиска во всемирной паутине — большой выбор мастеров. Минус — выбирать приходится долго. Много сил и нервов тратится на то, чтобы посмотреть страницу каждого специалиста, отобрать понравившихся и не запутаться. На этом недостатки не заканчиваются. Непонятно, кем написаны отзывы, настоящие и чест-

ные ли они. «Сарафан» делает ставку на большой выбор мастеров и высокую степень доверия рекомендациям знакомых.

Идея заключается в том, чтобы найти профессионалов, рекомендуемых знакомыми и друзьями из вашей телефонной книги в смартфоне. Электронное сарафанное радио работает следующим образом. Пользователь заходит в приложение, регистрируется, вводит свой номер телефона, имя и разрешает программе доступ к своей телефонной книге. Далее он выбирает необходимую сферу услуг и переходит в каталог мастеров. Специалисты, которых рекомендует большинство знакомых, находятся вверху списка. Можно посмотреть, кто из телефонной книги пользовался услугами мастера и советует его. Приложение показывает и количество посторонних рекомендаций. Дать их можно, только скачав приложение.

«Сарафан» позволяет также бесплатно размещать заказ на нужную услугу. Информация о нем приходит всем мастерам выбранной клиентом категории. Предложения специалистов пользователь видит в разделе «Отклики». Перейдя в профиль мастера, он может посмотреть, пользовался ли кто-то из знакомых его услугами.

Чтобы создать свою страницу, мастеру нужно выбрать услуги, которые он будет оказывать, заполнить профиль, выложить фото своих работ.

Сейчас в приложении можно найти профессионалов из более чем 20 сфер услуг, среди которых ремонт и строительство, косметология и маникюр, дизайн и аренда, организация мероприятий.

С помощью сервиса можно искать в том числе и подарки. Делая заказ, опишите человека и его увлечения. В отклике профи предложат свои варианты и товары.

— Мы с командой хорошо прокачали ивент-каталог. Я работаю в этой сфере, кинул клич, и ребята поддержали меня. Сейчас в приложении много профессионалов, и люди легко находят ведущего, фотографа или аниматора. Много запросов на строительные работы и маникюр. Сейчас прокачиваем эти сферы. Часто ищут няню для ребенка. И наше приложение идеально для ее

поиска. Страшно доверять малыша незнакомке, хочется найти проверенного человека. Мы очень долго разрабатывали каталог, но все равно когда приложение заработало, люди достаточно редких профессий стали жаловаться, что нет подходящей для них категории. Например, к нам обращалась девушка, которая плетет афрокосички. Мы решили и мастерам дать возможность выкладывать свои объявления.

Накрутить себе лайки в приложении практически невозможно, считает основатель проекта:

— Можно порекомендовать себя с фейкового номера, но смысла в этом нет. Если симкой никто не пользуется, то рекомендацию никто и не увидит. Совпадений с телефонной книгой не будет. Нельзя назвать накруткой, когда мастер просит своих друзей порекомендовать себя. Например, у меня есть знакомый, который делает кухни. Я у него ничего не заказывал, но знаю, насколько сильно он любит свое дело. Спокойно могу посоветовать его. В любой момент можно позвонить человеку, который дал рекомендацию, и расспросить о работе мастера.

Отметим, что на рынке есть немало сервисов для поиска профессионалов в разных сферах услуг, среди них сайты Профи.ру и Авито. Юрий Корушев рассказывает, что у «Сарафана» стали появляться клоны. Он отмечает, что у оригинального приложения логотип синего цвета. Главным преимуществом «Сарафана» его создатель называет возможность найти специалиста, проверенного знакомыми и друзьями. Плюсом программы Юрий Корушев считает и минимальный риск найти плохого мастера. За счет того что друзья его уже проверили, вероятность столкнуться с непрофессионалом снижается.

Монетизируется проект с помощью платных откликов. Чтобы предложить свои услуги в ответ на объявление, необходимо заплатить 25 рублей. Если пользователь не прочитывает отклик, система возвращает деньги мастеру.

В проект Юрий Корушев вложил около 2,5 млн рублей собственных средств. Вместе с ним над приложением работают три программиста, продуктолог, аналитик и дизайнер.

Проект пока не приносит прибыли:

## **СЕЙЧАС В ПРИЛОЖЕНИИ МОЖНО НАЙТИ ПРОФЕССИОНАЛОВ ИЗ БОЛЕЕ ЧЕМ 20 СФЕР УСЛУГ, СРЕДИ КОТОРЫХ РЕМОНТ И СТРОИТЕЛЬСТВО, КОСМЕТОЛОГИЯ И МАНИКЮР, ДИЗАЙН И АРЕНДА, ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ.**

— Пока я больше вкладываю в проект. У стартаперов есть такое понятие: «пустыня смерти» — когда проект только появился и не хватает клиентов, чтобы все заработало. Нужно, чтобы все зашло, порекомендовали кого-то, и тогда приложение будет работать как надо. В течение ближайшего года будем уделять особое внимание рекламе. Для маркетингового продвижения продукта необходимо еще 5 млн рублей. Ищу инвестора.

Приложение начало работать в июне 2018 года. Его скачали более восьми тысяч человек, из них 2600 активно пользуются «Сарафаном». Юрий Корушев отмечает, что по количеству пользователей приложение ежемесячно растет на 30%. В октябре создатели проекта рассчитывают вывести его на операционную прибыль, а к концу года — достичь выручки в 2 млн рублей.

Управляющий директор ГК BrandHouse Алексей Гвинтовкин считает, что для того чтобы сервис стал массовым, нужно вкладывать в рекламу:

— То, что приложение скачали 8 тысяч человек, уже неплохо, но в масштабах города, а тем более страны этого мало. Смысл в том, чтобы приложение стало массовым. Подобных сервисов для поиска мастеров достаточно много. Вопрос, как «Сарафан» будет конкурировать, сможет ли заменить уже существующие продукты. Для этого нужны инвестиции в рекламу, в продвижение.

**Екатерина Кравченко**

# Маркетспейс финансовых продуктов разработали в Ростове

**Ростовская IT-компания RNDISOFT совместно с банком «Центр-инвест» разрабатывает первый в России маркетспейс финансовых продуктов. «Винвестор» включает в себя интеграционную платформу, витрину инвестиционных продуктов, электронный журнал и социальную сеть для финансовых советников. Как уверяют авторы проекта, им удалось найти новую модель дистрибьюции финансовых продуктов.**

Три года назад IT-специалисты компании RNDISOFT создали цифровую облачную платформу «ЕСИА Финанс», которая дает возможность открывать брокерские счета онлайн, заключать договоры доверительного управления и работать с паевыми инвестиционными фондами, сидя за компьютером.

— Раньше людям, чтобы купить акции, облигации и ПИФы, приходилось идти в офис, ждать несколько недель, пока проверят подлинность документов. Весь этот процесс мы перевели в онлайн. Продукт рассчитывался в первую очередь на брокеров и финансовых управляющих. Это облачный личный кабинет. Продавцы финансовых продуктов арендуют у нас такой кабинет, мы перекрашиваем его в цвета компании и подключаем его к сайту продавца. Клиент не знает, что этот кабинет сделали мы, он думает, что находится на собственном сервисе компании. Это называется White label, — рассказывает CEO RNDISOFT Роман Забродин.

Платформа оказалась довольно востребованной, к ней подключились более 25 компаний, такие как «Газпромбанк Управление активами», «Россельхозбанк Управление активами» и т. д.

На создании «ЕСИА Финанс» программисты не остановились. Как вы-



**ВИТАЛИЙ МУТТЕР**, директор по развитию АО «Винвестор» (слева), **РОМАН ЗАБРОДИН**, CEO RNDISOFT.

яснилось, привлечь одного клиента в личный кабинет стоит около 15 тысяч рублей. Бизнес освоил интернет-технологии, но не научился грамотно управлять маркетингом, отмечают в RNDISOFT. В компании стали думать, как IT-технологии могут помочь с привлечением клиентов, и разработали новую модель дистрибьюции финансовых продуктов.

IT-специалисты уверяют, что создали одновременно b2b- и b2c-платформу. Она играет роль коммутатора между поставщиками финансовых продуктов и услуг, теми, кто хочет начать их продавать, и покупателями. Поставщиками финансовых продуктов выступают брокеры и управляющие компании в области

инвестиций. С другой стороны к платформе подключаются банки или сервисы — владельцы клиентских баз и трафика, не имеющие собственного инвестиционного направления. «Винвестор» становится интеграционной платформой, которая соединяет их. Результат — создание витрины в цветах компании, которая начинает продавать инвестиционные продукты.

— У крупных федеральных банков в мобильном приложении есть раздел «Инвестиции», где вы можете купить акции и облигации. Эту кнопку может позволить себе не каждый банк. Только тот, у кого есть мощное IT-подразделение и брокер. У нескольких сотен банков и различных финансовых сервисов вроде «Сравни.

ру» раздела инвестиций нет. Это дорого, и это не их работа. Мы даем готовую витрину, перекрашиваем под банк или финансовый сервис и соединяем с нашими поставщиками. Благодаря этому в экосистеме нашего партнера появляются инвестиционные продукты.

Витрина может быть встроена в мобильное приложение банка, а может существовать как отдельная площадка, на которую клиент переходит по ссылке с сайта банка. Ценность платформы заключается в том, что для рядового потребителя она незаметна, потому что перекрашена в цвета продающей компании. Клиент не замечает, что перешел на «Винвестор».

— Сейчас IT-технологии настолько гибкие, что мы уходим от простого понятия сайт. Традиционный маркетплейс — это один сайт и куча поставщиков. Мы развиваем эту схему, — подчеркивает директор по развитию АО «Винвестор» Виталий Муттер. — У нас множество компаний и поставщиков подсоединены к одной точке, к нашей платформе, причем у каждой компании она отображается в своем дизайне.

Поставщикам платформа дает возможность найти новый канал продаж, банкам — получить полный набор финансовых продуктов.

Как отмечает Роман Забродин, для банков сейчас актуально появление инвестиционного направления и продажи инвестиционных продуктов. Из-за высокой инфляции и низких депозитных ставок вклады стали способом сбережения денег, а не приумножения, поэтому люди все больше предпочитают ценные бумаги банковскому депозиту, отмечает он:

— Клиенты сейчас бегут из вкладов в инвестиции, региональные банки теряют клиентскую базу. Средняя ставка по вкладам для населения сейчас 4–5%. Инфляция, по данным Минфина РФ, в декабре 2019 года — 3,5%, реальная, как мы понимаем, еще выше. На инвестиционном рынке есть разные продукты. Акции более рискованные, но они могут давать 30–50% доходности. Облигации менее рискованные и дают доходность 10–15%. Есть ПИФы. Это сложно структурированный финансовый продукт, который упакован для простых людей и дает доходность от 15% до 50%. За вас им управляют профессионалы, в отличие от самостоятельных рискованных покупок акций. Те, кого 5% не устраивают и кто кладет больше 1,4 млн рублей, занимаются инвестированием. В случае отзыва лицензии у банка или банкротства государство возвращает

только эту сумму. В случае банкротства брокера или управляющей компании все купленные ценные бумаги хранятся в специализированной независимой организации — депозитарии. Если хранится больше 1,4 млн рублей, то одинаково рискуешь, вкладывая в инвестиционные продукты и открывая вклад. Банковский вклад — это способ сохранить, а инвестиции — приумножить.

Уходя в инвестиции, клиент меняет платформу. Создание витрины позволяет банку или сервису сохранить покупателя на своей интернет-площадке.

Платформа интегрирована с онлайн-магазином «Винвестор», в котором управляющие компании и брокеры размещают свои товары. Сейчас там можно купить только ПИФы. В дальнейшем там будут продавать брокерские услуги, акции, облигации, структурные и страховые продукты. Платформа работает только с компаниями, лицензированными Банком России, подчеркивают разработчики.

Основными своими конкурентами авторы проекта считают Московскую биржу (вклады, ОФЗн), «Инфинитум» (ПИФы) и «ВТБ Регистратор» (региональные облигации), «Тинькофф Инвестиции», при этом отмечают, что все они или монобрендовые, или монопродуктовые. Предлагают или ограниченный выбор инвестиционных продуктов, или собственные продукты. «Винвестор» станет первой платформой, которая будет продавать все финансовые продукты, отмечает Виталий Муттер. Конкурентным преимуществом проекта является и редкая модель, которая соединяет поставщиков с множеством витрин.

Помимо магазина и интеграционной платформы авторы запустили онлайн-журнал «Винвестора» о финансах, целью которого является повышение финансовой грамотности населения и информационная поддержка начинающих инвесторов.

— У нас в стране 3 млн брокерских счетов. Это лишь 5% населения. В Америке у 80% граждан деньги в инвестициях и у 20% — во вкладах. Инвестиционный рынок в России небольшой, но быстрорастущий. Людям не хватает финансовой грамотности. Правильный подход к инвестициям — и мы учим этому в нашем журнале — иметь сбалансированный портфель, который делится на кусочки, как пирог. Нельзя вкладывать все деньги во что-то одно. Какой-то процент средств лучше вкладывать в акции, облигации, какой-то — в золото и валюту. Если один актив потеряет в цене, другой сможет компенсировать общую стоимость инвестици-

онного портфеля, — говорит Роман Забродин.

Платформа «Винвестор» начала работать месяц назад. Первым поставщиком стала управляющая компания «Арсатера», чьи фонды доступны для инвестирования в магазине «Винвестора». С момента запуска платформы команде проекта также удалось достичь договоренностей на подключение трех внешних витрин. Для того чтобы проект заработал на полную мощность, необходимо принятие закона об электронных платформах, который даст «Винвестору» статус профучастника рынка ценных бумаг. Госдума приняла его в первом чтении.

В течение ближайшего года команда «Винвестора» планирует запустить онлайн-сервис для инвестиционных и финансовых советников. Он позволит инвестору из любого города и поселка получить онлайн-консультации у топового специалиста по фондовому рынку, говорят создатели проекта.

«Винвестор» будет забирать определенный процент прибыли от сделок, совершенных через платформу, и таким образом зарабатывать. Проект поддержал банк «Центр-инвест», став его инвестором и соучредителем. Объем инвестиций не раскрывается. Срок окупаемости «Винвестора» рассчитан на 5 лет.

Директор по инновациям банка «Центр-инвест» Юрий Богданов отмечает, что платформа раскрывает риски инвестирования и ставит своими приоритетами честный и открытый диалог с клиентом:

— С телеэкранов в прайм-тайм герои рекламы сравнивают инвестиции с едой, обещая разве что не новые сапоги для супруги новоиспеченных инвесторов. Такая реклама быстро закончится во время очередного обвала на рынке, а неосведомленные в полной мере о рисках клиенты останутся, мягко говоря, крайне разочарованы. Поддержка «Винвестора» — платформы, которая раскрывает риски инвестирования и ставит своими приоритетами честный и открытый диалог с клиентом, поэтапное и плавное обучение населения теме грамотных финансов, — часть стратегии банка «Центр-инвест». Наши клиенты заслуживают того, чтобы к цифровой революции на финансовом рынке, грядущей с новыми правилами и технологиями (биометрия, маркетплейсы, быстрые платежи, финансовый профиль и т. п. проекты), внедряемыми мегарегулятором, были готовы технологические платформы и методическая основа.

**Екатерина Кравченко**



# Танковый бой на 5



Команда проекта «Унивирлаб».

**Школьникам больше не нужно прятать телефон от учителя, чтобы поиграть на уроке. В Ростове разрабатывают мобильное приложение, в котором игра совмещена с учебной викториной. Чем лучше школьник отвечает на вопросы, тем больше возможностей у него в игре. По замыслу создателей, такой формат будет мотивировать детей к учебе.**

Интерактивное обучающее приложение «Учись играя» — одна из последних

разработок ООО «Унивирлаб». Компания была создана несколько лет назад преподавателями и научными сотрудниками ЮФУ и занимается разработкой программных продуктов для обучения.

— Мы много работаем с детьми. Нам показался интересным и эффективным формат «Школы молодых инноваторов» ЮФУ, когда ребята приходят в университет, делятся на команды и проходят квесты по лабораториям вуза. Мы задумались, как распространить подобный формат в общеобразовательных школах. Так появилась идея создания многопользовательских обучающих игр, —

рассказывает один из основателей проекта «Унивирлаб» Александр Гуда. Чтобы понять, как функционирует современная школьная система, он устроился работать учителем физики.

— Практически все ученики 9-х и 11-х классов, которые хотят хорошо сдать ОГЭ и ЕГЭ, занимаются с репетиторами. Причина в том, что в средней школе дети недополучают знания. В 6–8-х классах закладываются пробелы, за восполнение которых родители потом платят деньги. Получается такое условно бесплатное образование. Мы создаем программу, благодаря которой дети смогут получить

материал в удобном для них виде и усвоить его. Приложение рассчитано на учеников средней школы.

«Учись играя» объединит формат командной игры и викторины. Предполагается, что программу будут использовать для работы в классе. Чтобы ее запустить, нужны большой экран и мобильные телефоны учеников. Школьники делятся на две команды и отвечают на вопросы викторины. Общее количество правильных ответов складывается в рейтинг, после чего начинается игра. Это может быть танковый бой или соревнование машинок, прокладывающих кабель в лабиринте. Телефоны школьников выполняют функцию джойстиков, с помощью которых дети управляют танками или машинками на большом экране. Чем лучше школьник отвечает на вопросы викторины, тем больше у него возможностей в игре. Команда, которая набрала больше баллов, быстрее ездит, лучше преодолевает препятствия. Результаты викторины влияют на количество жизней, силу стрельбы и скорость. Викторина и игра занимают около 20 минут.

— Учитель заранее предупреждает детей, в какой день пройдет викторина. Ребята понимают: чтобы получить баллы в игре, надо подготовиться и хорошо выучить тему. Мотивирован школьник и тем, что не должен подвести свою команду, — говорит Александр Гуда.

В будущем викторина станет частью игрового процесса. Если танк подбили, а ты хочешь продолжать играть вместе со всеми, нужно ответить на дополнительные вопросы.

По словам создателей приложения, игра позволяет учителям легко проводить срез знаний. Программа автоматически показывает статистику по каждому ученику и степень усвоения материала. Такой формат работы способствует уменьшению стресса учащихся и улучшает навыки командной работы. Интерактивная контрольная может стать предвкушением новой увлекательной игры. Детям не нужно прятать телефон, чтобы играть на уроке:

— Дома в здравом уме никто не будет проходить викторину по физике, — шутит Александр Гуда, — но на уроках этот формат очень хорошо работает. Добавление небольшой интерактивности имеет вау-эффект. Дети привыкли на уроках к учебникам и тетрадям, а тут им говорят: «Достаем телефоны!» Это необычный ход со стороны учителя.

На возражения критиков о том, что большинство детей и так все свободное

время проводят у монитора, Александр Гуда отвечает:

— Учителя соревнуются с телефонами за внимание учеников. Дети и на уроках все время сидят в интернете. Даже физическим опытом их сложно отвлечь. «Учись играя» поможет направить буйную интернет-активность в мирное русло. Ребята поймут, что с помощью телефона можно и учиться.

Сейчас приложение проверяет только знания по физике. В будущем добавят математику и химию. В программу включены тесты, которые делятся по темам и классам.

Основными своими конкурентами разработчики считают мобильные приложения Kahoot!, Quizizz, проект «Учи.ру»:

— Аналогов «Учись играя» нет. Все конкуренты представляют собой онлайн-викторины. Наше преимущество в том, что мы встраиваем в обучение геймификацию, основанную на популярных игровых механиках. Кроме того, программа позволяет играть командой.

Создатели проекта отмечают, что приложение практически готово к внедрению. Оно было протестировано на научно-популярных лекциях в «Циферблате», на Всероссийском фестивале науки в Красноярске, на Дне города в Ростове, где поиграть мог любой желающий. В апреле планируется провести тестирование программы в гимназии № 36. К этому времени все технические накладные будут устранены, а дизайн доработан. Сейчас программисты работают над тем, чтобы игра была доступна без интернета, в локальной сети.

Подписка на приложение обойдется школам примерно в 10 тыс. руб. в год. Создатели программы не до конца верят, что школы обеспечат финансовый успех проекта. Основной источник средств разработчики видят в корпоративном обучении и проведении многопользовательских игр на мероприятиях различных компаний. Кроме того, планируется создать вариант научно-популярной командной игры для широкого круга пользователей, где обучение будет предлагаться ненавязчиво. Викторина будет встроена в игру. Например, если танк подбивают, игрок получает вопрос из тематической области. Не может ответить за ограниченное время, тогда придется ждать или платить, чтобы продолжить игру.

— Приложений, где можно просто поиграть в танки, очень много, но таких, чтобы поиграть в компании перед теле-

визором, нет, — говорит автор проекта. — Для этого вам нужно покупать PlayStation и игры. Наше приложение будет бесплатным, джойстиком будут телефоны, которые есть у всех. Это наше ноу-хау. Монетизировать будем с помощью настройки программы для развлекательных мероприятий или обучения сотрудников. Игра и вопросы викторины будут подстраиваться под мероприятие заказчика. Проектом заинтересовался банк «Центр-инвест», который хочет использовать программу для своих обучающих и выездных мероприятий.

По словам авторов проекта, в создание программы вложено около миллиона рублей. Компания «Универлаб» уже провела несколько корпоративных игр, которые почти окупил затраты на разработку.

Эксперт говорит, что вокруг внедрения геймификации в учебный процесс сейчас идет много споров.

— Конечно, геймификация является одним из инновационных методов обучения. Использование игровых технологий — это то, что востребовано временем, и далеко не обязательно это должны быть игры, разработанные в рамках современных информационных технологий. Это могут быть и настольные игры, и разработанные самим учителем организационно-деятельностные игры. Сегодня идет большая дискуссия, возможно ли применять смартфоны в образовательном процессе. Конечно, с одной стороны, игра может дать учителю возможность развить навыки командной работы школьников, научить их групповой коммуникации, отчасти повысить мотивацию. Но есть и обратная сторона медали: ученики могут хуже воспринимать другие способы постижения новых знаний (например, современный тренинг или лабораторная работа), хорошая конкуренция перерастет в конфликтность — это может испортить психологический климат. Первоначальный рост мотивации к обучению в дальнейшем может превратиться в постоянное требование «бонуса», побуждение к познавательной деятельности может снизиться, — говорит заместитель директора гимназии ДГТУ, кандидат исторических наук, победитель конкурса «Учитель года Дона — 2016» в номинации «Педагогический дебют» Олег Елдинов.

По его словам, внедрение приложения в школы во многом зависит от готовности преподавателя. Учитель должен хотеть насытить свою программу новыми технологиями и сделать урок интересным.

**Екатерина Кравченко**

# ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПОДАРОК за 36 часов:

## КАК СТУДЕНТЫ ПРЕВРАЩАЮТ СВОЮ ИДЕЮ В БИЗНЕС



СТАНИСЛАВ КРИКУНОВ (слева), АЛЕКСАНДР БЛАГОДАРНЫЙ.

**Студенты физического факультета ЮФУ Станислав Крикунов и Александр Благодарный придумали дизайнерские светильники, которыми можно управлять при помощи телефона, и пытаются превратить этот проект в бизнес. Продавать светильники они решили как эксклюзивный подарок, который изготавливается в течение 36 часов.**

Студенты-физики Станислав Крикунов и Александр Благодарный не один год экспериментируют со стартап-идеями.

Их первым проектом был куб уведомлений, позволяющий фильтровать важные оповещения на смартфоне и спам. Идея сделать такое устройство появилась, когда Станислав и Александр участвовали в конкурсе-хакатоне. Это IT-форум, где за 47 часов нужно придумать проект и создать прототип продукта.

— Три года я в качестве зрителя наблюдал, как проходят хакатоны. Потом решил поучаствовать сам и предложил друзьям. Тогда мы были студентами второго курса. Задача сделать проект за двое суток была довольно сложной. Это был вызов, но мы справились. Почти все

участники хакатона писали программы. Мы отличились и сделали куб уведомлений, — рассказывает сооснователь проекта Александр Благодарный.

Notification Cube — это устройство из пластика и светодиодов размером 15×15×15 см. Через Wi-Fi оно подключается к телефону и разными цветами отображает уведомления, которые приходят на смартфон. Например, если пользователь получает оповещение в ватсапе, куб загорается зеленым, если в вконтакте, то синим. Подключить к устройству можно любое из установленных на телефоне приложений. Куб по-

зволяет фильтровать важные оповещения и спам.

— Основная функция нашего устройства — это отображение важных и неважных уведомлений. Иногда нужно сосредоточиться, а постоянные оповещения и разный спам отвлекают. Можно выключить телефон или поставить на беззвучный режим, но тогда вы рискуете пропустить важное сообщение, например от коллег или клиентов. Мы сделали мобильное приложение, которое соединяет куб с телефоном. Настройки позволяют выбрать несколько человек, о сообщениях которых вы хотите узнавать, даже когда заняты. Куб загорается, если эти люди написали вам. Каждому человеку подбирается свой цвет. Устройство может реагировать и на отдельные слова в сообщениях. Например, загораться красным, когда пишут «пара началась», — говорит Станислав Крикунов. — Куб можно использовать даже просто как светильник и украшение интерьера, поставить на работе и дома.

Идея, на удивление основателей проекта, понравилась жюри. Ребятам предложили пройти акселерационную программу в Южном IT-парке и превратить свой проект в бизнес. О предпринимательстве студенты тогда даже не думали, но атмосфера бизнес-акселератора затянула и заставила поверить в идею. Студенты получили несколько заказов, но не все смогли выполнить.

— Мы сами создали приложение для Android, и оно работало достаточно неплохо, но многие заказчики были владельцами iPhone. Чтобы подключить куб к нему, нужно было полностью менять технологию и переписывать программу. Средств на это у нас не было, — рассказывает Александр Благодарный.

Кроме того, корпус куба должен быть литым. Оборудование для его изготовления стоимостью более 500 тысяч рублей оказалось не по карману. Начинающие предприниматели пробовали собрать деньги на краудфандинговой платформе, но не получилось. Слишком мало людей знали о проекте и готовы были поддержать его. Проект пришлось переформатировать. Ребята решили несколько изменить направление и придумали дизайнерские светильники из дерева, стекла и светодиодов, которыми можно управлять с телефона.

Проект получил название Oilight. Промышленный коворкинг «Гараж», резидентами которого стали Александр и Станислав, дал возможность работать с необходимым для производства оборудованием. Основатели проекта от-

мечают, что рынок световых технологий достаточно сильно заполнен, конкуренция на нем немаленькая, поэтому пришлось придумывать собственные фишки. Продавать Oilight решили как эксклюзивный подарок, который изготавливается в течение 36 часов. На каждый светильник по желанию покупателя наносится оригинальный рисунок или надпись. Клиент предлагает свой эскиз или выбирает из каталога. С помощью сенсорных кнопок можно касанием включать и выключать устройство, менять световые эффекты и яркость, перелистывать цвета. Подключение к телефону дает возможность поиграть, настраивая свечение каждого светодиода.

— Мы не позиционируем светильник как продукт, который решает какую-то проблему. Это прикольная безделушка, необычный подарок, — отмечают основатели проекта.

За год Александр и Станислав сделали и продали почти 50 светильников. В проект они вложили около 50 тысяч рублей. Почти все средства ушли на покупку материала для изготовления.

— В основном светильники покупают различные организации в качестве корпоративных подарков. Организаторы Школы молодых инноваторов и Турнира трех наук заказывали их для награждения детей. На каждом светильнике были выгравированы имя победителя и тематический рисунок. Частные лица заказывают редко. Вложенные средства окупались. Некоторое время мы были в плюсе. Недавно понадобились дополнительно кое-какие детали, и мы вышли в ноль, — рассказывает Станислав Крикунов.

Своим слабым местом начинающие предприниматели считают рекламу и продвижение продукции:

## **В ПЛАНАХ ОСНОВАТЕЛЕЙ ПРОЕКТА — ПРИОБРЕСТИ СОБСТВЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ЧТОБЫ УДЕШЕВИТЬ ПРОИЗВОДСТВО И УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ НА ПЕРВОМ ЭТАПЕ ДО 120 СВЕТИЛЬНИКОВ В ГОД.**

— У нас отлажено производство. Дома собираем всю электронику, в «Гараже» вырезаем брусочки-подставки и делаем гравировку на стекле. В рекламе и продажах пока не разобрались. Стараемся развивать страницу в Instagram, несколько раз запускали там рекламные кампании, но они были неэффективны. Наверное, мы что-то делаем не так.

Основатели проекта предлагали продукцию различным магазинам, но их проект не заинтересовал. Связано это, по мнению ребят, с невозможностью сделать большую наценку на светильники. Магазинам выгодно покупать дешево, а продавать дорого. Каждый экземпляр делается вручную, что существенно повышает время на его изготовление и цену. Один светильник стоит около 1,5 тыс. рублей. Большая торговая наценка делает его слишком дорогим для покупателя.

В планах основателей проекта — приобрести собственное оборудование, чтобы удешевить производство и увеличить продажи на первом этапе до 120 светильников в год.

Проект по изготовлению куба уведомлений пока заморожен, но не закрыт, подчеркивают создатели. Вновь запустить его они планируют, когда появятся собственные средства для покупки необходимого оборудования или инвестор, готовый вложить деньги в проект. В этом году начинающие предприниматели оканчивают университет и готовятся поступать в Сколковский институт науки и технологий в Москве. Они надеются, что там оба проекта будут развиваться более активно.

Директор ростовских филиалов магазина светотехники «Свет+» Вадим Бильдин отмечает высокую конкуренцию на ростовском рынке света и говорит, что интерес розницы к проекту зависит прежде всего от предоставляемых производителями гарантий:

— Думаю, перспектива у проекта есть. Это замечательная идея для подарка. Важно, как светильник выглядит, потому что любой декоративный предмет — это на любителя. На вкус и цвет, как говорится, товарищей нет. Спрос на эксклюзив есть, но не могу сказать, что очередь стоит. Такие вещи обычно покупают через дизайнеров. Интерес магазинов к проекту зависит прежде всего от качества и предоставляемых производителями гарантий. Лампы и светильники пользуются спросом и покупаются. В целом конкуренция на рынке света огромная, магазинов много.

**Екатерина Кравченко**

# «Ориентируюсь на классику в необычном исполнении»



**Виктория Царева переехала из Москвы в Ростов и открыла шоурум минималистичных украшений, адаптировав формат аналогичных столичных магазинов под местный рынок.**

В лофт-пространстве «Библиотека», где располагается шоурум минималистичных украшений из серебра, Виктория Царева собрала только российские ювелирные бренды. Виктория решила открыть собственный магазин, когда переехала из Москвы в Ростов и поняла, что здесь нет

торговой точки с минималистичными украшениями из серебра, столь популярными в столице.

— Мода уходит от блесков, перьев и страз к минимализму. Раньше украшения указывали на статус, поэтому все покупали большие золотые изделия с камнями. Сейчас это теряет смысл. Тонкое изящное кольцо из серебра может быть от Tiffany и стоить немалых денег, — говорит Виктория Царева. — В Москве хорошо развит формат небольших магазинов дизайнерских украшений. Творческие кластеры и арт-пространства

усеяны ими. Открытие собственного шоурума — очень личная история. Украшения — это моя слабость. Переехав в Ростов, поняла, что ниша свободна.

Первое время Виктория продавала украшения только онлайн. Стартовый капитал проекта составил 120 тысяч рублей. На них заказала первую партию товара, которая реализовывалась через Instagram. Полученные от продажи средства вложила в ремонт помещения и покупку оборудования. Магазин интегрировали в лофт-пространство «Библиотека», которым владеет супруг Виктории.

— Практика показала, что люди неохотно заказывают через интернет. Хотят все-таки потрогать, померить. В «Библиотеке» пустовал склад, и я превратила его в шоу-рум «ЕжеВика».

В магазине представлены только российские бренды, среди которых MoonSwoon, UrbanIsland, Prosto, U-brand, MOSTartmetal, DouglasCraft, KrylovDesign, 48, JeweLi. Некоторые малоизвестные марки есть только в родных городах производителей и в Ростове.

— Серебро — это драгоценный металл, который достаточно сложно возить из других стран, есть много законодательных ограничений и заморочек. Знаю, что некоторые российские продавцы перевозят изделия незаконно, идут на хитрости, прячут украшения в чемоданах. Я общалась с одним из самых популярных производителей на Бали. Оказалось, он не дает ни документов, ни гарантий на качество серебра и перевозку. Не понимаю, зачем лишний раз рисковать, зависеть от внешних факторов, курса доллара, санкций и вирусов, если в стране есть неисчерпаемый колодец. Российские ювелирные бренды сейчас если не впереди планеты всей, то точно на одной ступени с европейскими марками.

Выбирать пришлось кропотливо. Некоторые бренды Виктория заметила в магазинах Москвы, кое-что ей посоветовали покупатели, несколько марок нашла в интернете. Магазин ориентируется прежде всего на классику в необычном исполнении, говорит собеседница N. Минималистичный дизайн, тонкие линии, необычная форма и универсальность были главными критериями отбора брендов. Кроме того, важно было привезти те марки, которые не пред-

ставлены в Ростове. Не последним критерием при выборе была стоимость украшений. Изделия Виктория закупает напрямую у производителей по оптовой цене.

— Для покупателя важно, чтобы стоимость была соизмерима размеру изделия. Пусеты за 5 тысяч рублей никто покупать не будет, какого бы бренда они ни были и как бы сильно мне ни нравились.

Виктория отмечает, что спрос на минималистичные украшения в Ростове не до конца сформирован, как и ювелирный рынок в целом. Чтобы развивать бизнес в столь необычной для Ростова нише, приходится искать оригинальные инструменты и методы.

— Я пошла по пути наибольшего сопротивления. В Ростове сформированного спроса пока нет, и даже ребята, которые производят здесь украшения, почти все отправляют в Европу, Москву и Петербург. Я не рассчитываю на поток и делаю ставку на индивидуальные продажи. Стараюсь выстраивать взаимодействие с клиентом через Instagram и партнерские мероприятия, привлекать внимание и делать так, чтобы люди целенаправленно ехали ко мне что-то купить или померить. Сотрудничаю с блогерами, налаживаю партнерские отношения с брендами одежды. На площадке «Библиотеки» мы недавно проводили «девичник», где можно было купить украшения, пообщаться с блогерами, выпить шампанского, пофотографироваться. Дизайнер одежды привезла свои платья. Организовали несколько лекций. Такая стратегия развития видится мне наиболее эффективной. Она трудозатратна, но связи, которые формируются, очень прочные и крепкие. 90% тех, кто хоть раз приходил к нам, возвращаются, приводят подруг, покупают сертификаты, просят заказать конкретную модель у производителя.

Виктория Царева отмечает, что ведение ювелирного бизнеса в Ростове осложняет отсутствие специализированных маркетов. Это выставки-ярмарки, где производители со всей России представляют свои изделия и продают их. Чаще всего маркеты проводят в канун праздников.

— В некоторых городах такие мероприятия дают большой процент сбыта, особенно в преддверии 8 Марта и Нового года. Бренды производят отдельные коллекции для ярмарок и продают там огромное количество украшений. В Ростове работающих маркетов с хорошей покупательской аудиторией нет. Отсут-

ствие такого формата отрезает огромный кусок от рынка сбыта. Ростов очень консервативен в плане организации партнерских мероприятий, — делится своими наблюдениями Виктория. — В Москве довольно популярно, когда один магазин на выходные приходит в гости к другому. В Ростове о таком договориться практически невозможно. Все на зачаточном уровне. Люди рассуждают так: «Это мой покупатель, и я никому его не отдам, я кровью и потом нарабатывал свою аудиторию, а вы сейчас придете и заберете». Я считаю, что такие встречи помогают развиваться магазинам, нельзя сидеть, как собака на сене.

Виктория надеется, что предугадала тенденции и идет на шаг впереди. Рано или поздно мода на минимализм придет к нам из Европы, говорит основательница проекта. Люди постепенно начинают отходить от золота. Это общемировой тренд.

Основная аудитория магазина — девушки творческих профессий от 20 до 35 лет:

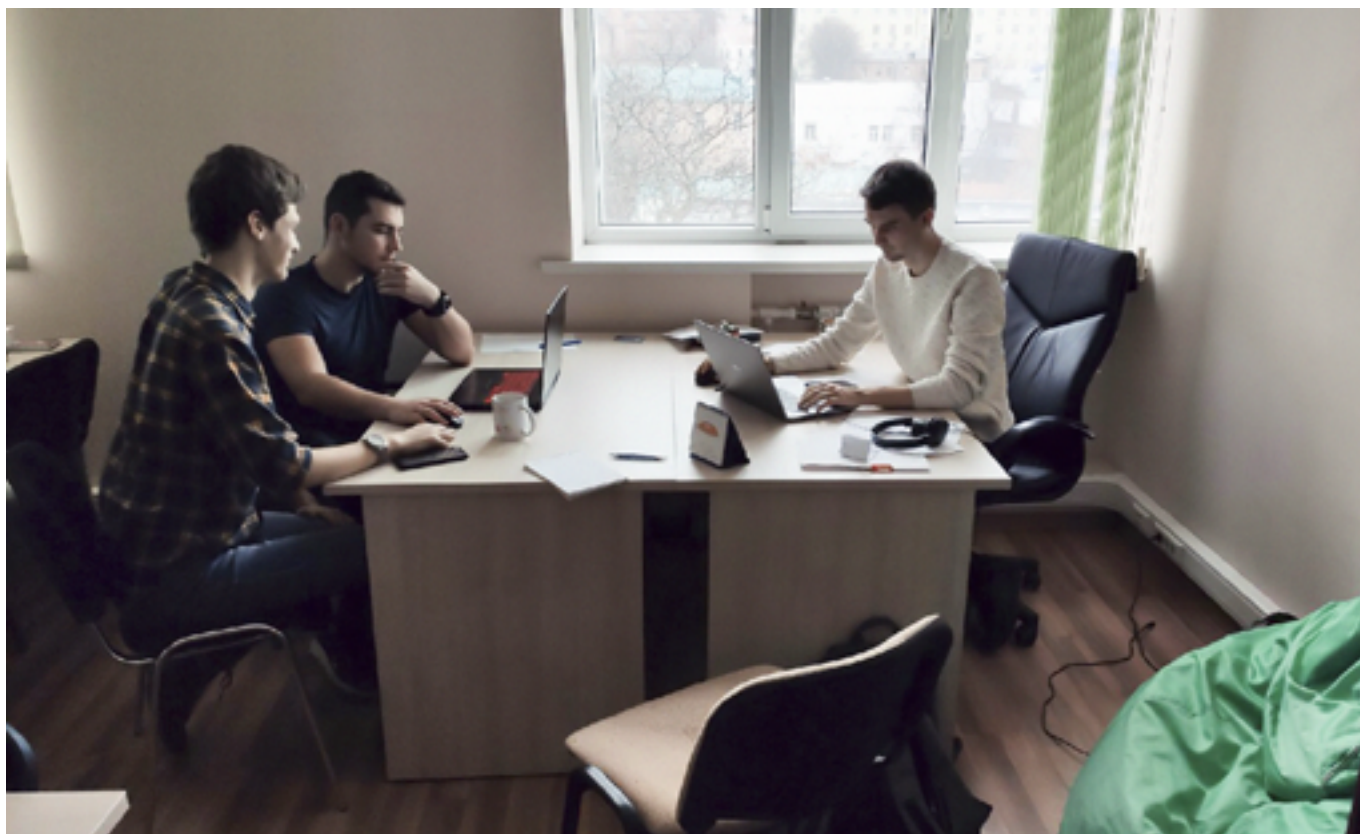
— У нас уже сформировался пул постоянных покупателей. В основном это дизайнеры, визажисты, организаторы мероприятий. Есть, правда, и сотрудница научной лаборатории. Женщины старше 35 тоже приходят, но достаточно редко. Как правило, за какими-то определенными моделями. Когда говорим об аудитории, опять же упираемся в стереотипы. Многие женщины старше 45 лет считают, что маленькие изящные колечки — это несерьезно. Хочется разрушить эти установки в головах и объяснить, что если вам 50, это не значит, что кольцо на пальце должно быть огромного размера, но кто я такая, чтобы учить. Минималистичные украшения универсальны. Они подходят женщинам любого возраста и под платья, и под джинсы. Мир стремится к идее разумного потребления и «рассхламления» себя.

Несмотря на все сложности, проект приносит прибыль, подчеркивает Виктория.

— Практически всю прибыль я вкладываю в развитие проекта. Требуется вложения в рекламу, ролики, фотосъемку. Я постоянно совершенствуюсь и обучаюсь. В ноябре прошла бесплатное обучение в бизнес-акселераторе банка «Центр-инвест», который помог получить опыт и уверенность в себе. Когда слышишь истории людей, у которых все получилось, понимаешь, что получится и у тебя.

**Екатерина Кравченко**

# Искусственный интеллект оценит заемщиков и работников



Команда разработчиков проекта.

**Студент ДГТУ Сергей Бутенко вместе с командой создал технологию оценки кредитных рисков, основанную на использовании искусственного интеллекта. По его словам, аналогов продукта нет ни в России, ни в мире. Сейчас команда разработчиков ведет переговоры о продаже технологии с несколькими московскими банками.**

Сергей Бутенко учится на 4-м курсе факультета информатики и вычислительной техники ДГТУ. Идея создать технологию, которая позволяет банкам принимать решения о предоставлении кредитов на основе визуальной и аудиоинформации о потенциальных заемщиках, пришла к нему после прочтения трудов американского психолога Пола Экмана (**см. справку «О невербальной оценке методом Пола Экмана»**). Он основоположник такого направления, как невербалика.

# 3

**МЛН РУБ.** Такой грант команда Сергея Бутенко получила от Фонда содействия инновациям. Финансирование позволило собрать команду профессионалов и приступить к реализации проекта.

**«СМЫСЛ НАШЕЙ РАБОТЫ  
ЗАКЛЮЧАЕТСЯ  
В СОЗДАНИИ СИСТЕМЫ,  
КОТОРАЯ БУДЕТ  
ЭФФЕКТИВНО  
РАСПОЗНАВАТЬ ЛОЖЬ  
НА ОСНОВЕ  
МИКРОВЫРАЖЕНИЙ,  
ТЕМБРА, СКОРОСТИ РЕЧИ,  
СМЫСЛОВОГО  
СОДЕРЖАНИЯ. ПРОДУКТ  
ПРЕДНАЗНАЧЕН  
БАНКАМ И HR».**

— Смысл нашей работы заключается в создании системы, которая будет эффективно распознавать ложь на основе микровыражений, тембра и скорости речи, смыслового содержания. Продукт предназначен для банковской сферы и HR, — отмечает Сергей Бутенко.

В настоящее время проект находится в стадии исследования и обучения нейронной сети. По словам студента, в открытом доступе нет информации о решениях, объединяющих в себе видео, аудио, смысловое содержание и технологии искусственного интеллекта. По каждому из параметров проводились

научные исследования, показавшие положительные результаты.

— Наша команда состоит из 7 специалистов, из которых 4 занимаются машинным обучением. Сама суть технологии, которую мы разрабатываем, не предполагает каких-либо заранее известных алгоритмов. Прелесть искусственного интеллекта в том, что он обучается самостоятельно, без участия специалистов в области, например, психологии. Для того чтобы правильно обучить нейронную сеть, необходимо знать, на каких параметрах ее обучать. Мы работаем с параметрами, основанными на трудах Экмана, — говорит разработчик.

По словам Бутенко, среди коммерческих проектов для HR-сферы, основанных на невербалике, можно выделить две американских системы: Avatar и Silent Talker Lie Detector. Первая система распознает ложь с помощью контроля за лицом и физиологическими параметрами человека (основной упор делается на зрачки и пульс). Вторая

система распознает микровыражения человека. Недостатками обеих систем является отсутствие контроля за речью человека, распознавания смысла, темпа и тембра. Несмотря на это, обе системы показывают результаты точности выше 70–75%.

Сейчас разработчик ведет переговоры по поводу запуска пилотных проектов с несколькими московскими банками. С какими именно, Сергей Бутенко уточнять отказался.

— В конце 2019 года мы получили грант в размере 3 млн рублей от Фонда содействия инновациям, он помог собрать команду профессионалов и приступить к реализации. В дальнейшем мы планируем масштабировать наш продукт, в том числе выйти и на зарубежный рынок, — говорит Сергей Бутенко.

По словам разработчика, они также планируют заниматься созданием программного обеспечения, которое не имеет аналогов на российском рынке.

**Мария Строительева**

**О НЕВЕРБАЛЬНОЙ ОЦЕНКЕ МЕТОДОМ ПОЛА ЭКМАНА.**

По данным Википедии, Пол Экман — американский психолог, профессор Калифорнийского университета в Сан-Франциско, специалист в области психологии эмоций, межличностного общения и так называемого «распознавания лжи». Согласно его теории, особую роль в передаче информации играют движения мышц лица, то есть мимика, в частности ее динамика. Кроме того, предлагаемый Экманом подход подразумевает обязательное фиксирование и анализ выражения глаз, взгляда человека. Учитывается также манера двигаться и особенности положения тела сидящего человека. Экман и ряд других исследователей утверждают, что таким образом можно выяснить, как человек оценивает собственный статус в сравнении со статусом других лиц (в первую очередь — присутствующих). Кроме того, Экман и его последователи предлагают анализировать жестикуляцию человека (частоту, экспрессию, уместность жестов). Предполагается, что комплексный анализ названных факторов позволяет выяснить, насколько спокоен, уверен в себе и искренен человек (в данном случае — потенциальный заемщик).



# Юристу поможет робот

В РОСТОВЕ АВТОМАТИЗИРУЮТ ПОДГОТОВКУ К БАНКРОТСТВУ



АНТОН СИЛИНСКИЙ (слева) и СЕРГЕЙ ЧЕРКАШОВ.

**Предприниматели Сергей Черкашов и Антон Силинский разрабатывают платформу, которая упростит процесс подготовки документов для банкротства физических лиц, автоматизирует работу юристов и устранил бумажную волокиту. Кроме того, сервис позволит финансовым управляющим находить клиентов и выбирать дела по банкротству.**

Чтобы обанкротиться и списать долги, нужно подготовить около 150 страниц

документов для подачи в арбитражный суд. Такая информация, как ФИО банкрота, его доходы, сумма долга и причина банкротства, кочуют со страницы на страницу и набираются вручную. Автоматизировать процесс оформления документов на банкротство физических лиц и тем самым снять большую нагрузку с юристов решили руководители компании «Правое дело» Антон Силинский и Сергей Черкашов. Разработанная ими платформа, название которой еще не придумано, позволяет сократить время заполнения документов с 8 часов до нескольких минут. Клиент один раз

заполняет анкету, а робот автоматически переносит данные в другие документы.

Идея автоматизировать процесс банкротства появилась, когда основатели проекта столкнулись с необходимостью заполнять документы десятков своих клиентов.

— У нашей компании был большой штат сотрудников — 29 человек. В 2014 году случился кассовый разрыв, и пришлось увольнять людей. Это была очень неприятная ситуация. Мы вели клиентов вдвоем. Сами начали оформлять все документы и поняли, что не справимся,

если будем заполнять их вручную. Именно тогда мы стали делать первые шаги к автоматизации, — рассказывает директор юридической компании «Правое дело» Антон Силинский.

Банкротство — это набор документов, которые необходимо готовить к определенным датам, говорят предприниматели. Подавляющее большинство бумажек однотипны и ничем принципиально не отличаются.

— Возникла простая идея: зачем сотруднику заполнять документы вручную, если это может делать робот. Человек заполняет анкету в личном кабинете, выбирая варианты ответа, которые подходят его ситуации, и система автоматически переносит их в документ, например в бланк заявления о банкротстве, — говорит сооснователь проекта Сергей Черкашов. — Сотрудник делает это долго, допускает опечатки. Когда заполняешь сотню страниц, глаз замыливается, а робот работает быстро и без ошибок. Сейчас 5 юристов делают большую работу, чем в 2014 году 29 специалистов.

К платформе подключаются сам должник, сотрудник юридической фирмы и финансовый управляющий, который ведет процедуру банкротства. Для каждого из них приложением предусмотрен свой функционал. Клиент, который хочет списать долги и обращается в юридическую компанию, может не носить кипу бумаг в офис, а загрузить их через сайт. Кроме того, в личном кабинете каждого клиента размещается перечень справок, которые ему необходимо собрать. В приложении клиент заполняет анкету с базовой информацией о своей ситуации, а юрист там же ее редактирует:

— Клиент пишет бытовым языком. Наш сотрудник переводит текст на юридический. Фразу «меня обманули» заменяет на «действия данной кредитной организации ввели клиента в заблуждение». После заполнения анкеты, как правило, требуется еще пара звонков клиенту и уточнение некоторых данных. Потом они автоматически переносятся роботом в другие документы, — отмечает Антон Силинский.

Доступ к ним получает и финансовый управляющий, который ведет дело. Он видит сводную информацию о клиенте, получает возможность работать с готовыми бланками документов и быстро оформлять их.

Сейчас Сергей и Антон тестируют платформу внутри своей компании. В виде личного кабинета клиента она ин-

## **ПЛАТФОРМА, НАЗВАНИЕ КОТОРОЙ ЕЩЕ НЕ ПРИДУМАНО, ПОЗВОЛЯЕТ СОКРАТИТЬ ВРЕМЯ ЗАПОЛНЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ С 8 ЧАСОВ ДО НЕСКОЛЬКИХ МИНУТ.**

тегрирована в сайт «Правого дела». Создано и мобильное приложение.

— Изначально мы делали эту платформу для себя, но потом решили адаптировать ее для всех участников рынка. В следующем году планируем развивать b2b-направление и предлагать пользоваться сервисом другим юридическим компаниям. Сейчас финансовым управляющим довольно сложно работать на нашей платформе. Визуальная часть и функционал еще не совершенны. Мы подключили двух финансовых управляющих к программе, они дают нам обратную связь, говорят, что удобно, а что нет. Постепенно вносим изменения и совершенствуем систему, — говорит Сергей Черкашов.

На базе платформы предполагается создать и сервис, который позволит финансовым управляющим находить и выбирать дела по банкротству. Тот, кто хочет обанкротиться, вносит предоплату, заполняет анкету и дает разрешение на ее размещение в интернете. Финансовый управляющий в свою очередь получает доступ к базе людей, желающих списать долги и готовых платить за это, а также к информации о них.

По словам авторов проекта, совершенных механизмов поиска клиентов у финансовых управляющих сегодня нет:

— Чтобы привлечь нескольких клиентов, финансовые управляющие тратят на рекламу от 50 до 100 тысяч рублей в месяц. Можно искать через арбитражный суд, который передает информацию о должниках в саморегулируемые организации, но суд не раскрывает данные о долгах, и финансовый управляющий берет kota в мешке. Пользуясь нашим сервисом, специалист получит не только клиента, но и возможность готовить все документы автоматически.

Модель монетизации проекта сейчас прорабатывается. Вероятнее всего, финансовые управляющие и юридические

компании будут платить за возможность пользоваться сервисом 5–10 тысяч рублей каждые полгода.

Сейчас сервис позволяет упростить процедуру банкротства только физических лиц. Банкротство юридических лиц гораздо более сложный для автоматизации процесс:

— Рынок банкротств физических лиц огромный, поэтому мы сконцентрировались на них. По данным Центробанка, около 60% трудоспособного населения сейчас в долгах и испытывает трудности с их погашением. Это миллионы человек. В месяц в нашу компанию обращается около 500–600 клиентов, которые хотят списать долги. В основном это те, кто набрал кредиты и не может их вернуть. Стоимость процедуры банкротства на рынке составляет в среднем 120–180 тысяч рублей. Рациональнее заплатить эти деньги, чем долг размером 400 тысяч.

Основатели проекта отмечают, что к платформе возможно подключение и кредиторов, но банки пока не готовы к этому.

— Банки не заинтересованы в том, чтобы люди банкротились. Технически можно создать базу заемщиков для кредиторов. Они смогут делать спецпредложения для должника, что позволит реструктуризировать долг и предотвратить банкротство, но пока банки мыслят категориями «взыскать» и «наказать». Не всегда службы взыскания понимают, что реструктуризация или уменьшение долга — это не уступка, а способ вернуть хотя бы часть денег. Мы регулярно общаемся с кредиторами, но им наше предложение пока неинтересно.

Некоторые кредитные организации сейчас работают на предупреждение банкротств и стараются не допускать кризисных ситуаций с возвращением средств, обучают своих клиентов, действующих и потенциальных. Для этого, например, создан Центр финансовой грамотности банка «Центр-инвест». Там бесплатно можно получить консультацию о кредитах, узнать, как правильно его оформить, что делать, если ухудшилась финансовая ситуация.

На создание платформы Антон и Сергей потратили около 5 млн рублей. По их словам, сервис стал сердцем компании и помогает экономить до 1,5 млн рублей в месяц. В ближайшие два года они планируют доработать функционал и дизайн приложения и сделать его масштабовым.

**Екатерина Кравченко**

# АКТИВНЫЙ ОТДЫХ В КОМПАНИИ НЕЗНАКОМЦЕВ



Основатели проекта 4riders **ДМИТРИЙ ЛАЗУРЕНКО** (слева) и **АНДРЕЙ ШУВЛЕНОВ**.

**Отсутствие приятной компании скоро перестанет быть поводом, чтобы не заниматься спортом. Ростовские IT-специалисты разрабатывают мобильное приложение 4riders, которое позволит находить единомышленников тем, кто любит активный отдых и не хочет проводить его в одиночестве. Платформа позволит одним пользователям создавать райды, а другим присоединяться и принимать в них участие.**

Идея сделать мобильное приложение, которое поможет любителям спорта находить друг друга и проводить время вместе, появилась у основателя проекта Андрея Шувленова, когда он отдыхал в горах и катался на сноуборде:

— Я частенько езжу зимой в горы. Обычно катаюсь один, но любой райдер подтвердит, что в компании это делать интереснее и продуктивнее. Я подумал, что было бы неплохо иметь сайт или приложение, которые помогут знакомиться и объединяться в группы. Захотелось сделать полезный продукт для людей,

которые увлекаются спортом и ведут активную жизнь, хотя бы расширить круг друзей и знакомых. Идею поддержал мой друг Дмитрий Лазуренко.

Проект создан для тех, кому не нравится проводить время в одиночестве. Сайт рассчитан на любителей спорта, которые хотя бы покатаются на велосипеде, самокате или роликах в теплое время года и лыжах или сноуборде зимой, но не могут найти единомышленников. Чтобы отыскать компанию, пользователь должен будет зайти в приложение и создать так называемый райд: описать пред-

стоящую поездку, выбрать вид транспорта, определиться с местом и временем. Созданное предложение проиндексируется, отобразится в выборке по месту, дате, виду транспорта, и желающие смогут присоединиться к райду.

Чтобы поездка не стала неприятным сюрпризом, авторы проекта планируют ввести подтверждение личности. При регистрации необходимо будет подтвердить подлинность имени и фотографии, возможно, в будущем понадобится загрузить фото паспорта. Так пользователь, организующий встречу, сможет сложить хотя бы общее представление о людях, с которыми собирается кататься. Обеспечивать безопасность встреч будет и рейтинговая система райдеров. Пользователи получат возможность писать комментарии и ставить друг другу оценки.

Кроме того, спортсмен сможет создавать открытый и закрытый райд. Первый — для тех, кто никого не боится, — предполагает, что к поездке смогут присоединиться все желающие. Ее дата, место и время будут открыты. Второй — для более осторожных и предусмотрительных. Данные закрытого райда скроют. Сайт покажет лишь дату поездки, ее общее описание и область на карте, в которой она планируется. Райдер, создавший пред-

**«ЧТОБЫ ОТЫСКАТЬ  
КОМПАНИЮ,  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ДОЛЖЕН  
БУДЕТ ЗАЙТИ  
В ПРИЛОЖЕНИЕ И СОЗДАТЬ  
ТАК НАЗЫВАЕМЫЙ РАЙД:  
ОПИСАТЬ ПРЕДСТОЯЩУЮ  
ПОЕЗDKУ, ВЫБРАТЬ ВИД  
ТРАНСПОРТА,  
ОПРЕДЕЛИТЬСЯ С МЕСТОМ  
И ВРЕМЕНЕМ».**

ложение, сам выберет компанию из поступивших заявок.

Сейчас сайт 4riders работает в тестовом режиме. Его функционал допускает организацию встречи в Ростовской области, Москве и Санкт-Петербурге. Пользователь может предложить покататься на велосипедах, вейкбордах, роликах и популярных нынче самокатах. Создатели проекта подчеркивают, что запустили сайт, чтобы понять, насколько их предложение востребовано. Основной интернет-площадкой станет мобильное приложение, которое сейчас разрабатывается.

— В сайт, который сегодня существует, мы, честно говоря, не вкладываемся. Система идентификации там отсутствует, но организовать райд можно. Сайт создан для тестирования спроса и помогает получить обратную связь от нашей целевой аудитории, понять, где мы допустили ошибки, что нужно исправить, в каком ключе развивать продукт. Сейчас работаем над созданием приложения. Были большие планы на эту весну. Коронавирус заморозил работу. Будем стараться успеть к зиме, чтобы захватить сезон катания на лыжах и сноубордах, — рассказывает сооснователь проекта Дмитрий Лазуренко.

За полгода работы проекта на сайте зарегистрировали около 100 райдов. Самым активным городом стала Москва. За ней идет Ростов. Активность петербуржцев снижают погодные условия.

— Количество людей, приобретающих велосипеды, и сервисов, предоставляющих спортивный инвентарь в аренду, растет, и достаточно быстро. Город в пробках, общественный транспорт оставляет желать лучшего. Люди вынуждены рассматривать альтернативные способы передвижения, — говорит Андрей Шувленов.

Монетизировать проект хотят за счет спортивных инструкторов. Для них тоже создадут рейтинговую систему. Авторы проекта планируют взимать процент от цены за урок, о котором ученик с тренером договорились в приложении. Предполагается, что ученик сможет связаться с инструктором только через 4riders. Контактные данные тренера публиковаться не будут.

— Мы придумали около восьми способов монетизации. Рассматриваем возможность подключать к платформе малый бизнес, занимающийся прокатом спортивного оборудования и организацией поездок. Появилась мысль попробовать что-то связанное со знакомствами и свиданиями. Есть предположение, что люди будут кататься не только потому, что им это нравится, но и потому, что хотят с кем-то познакомиться, — отмечает г-н Шувленов. — Основным источником монетизации будет все-таки процент от занятий с инструктором. Мы провели исследование и поняли, что в этом есть реальная потребность. Это работающий рынок, в который можно зайти с предложением некой оптимизации и автоматизации.

Создатели проекта признаются, что конкурентов у их мобильного приложения немало. Похожие продукты уже есть на рынке.

— Подобные сайты существовали и раньше. Один из них — «Катушкин», но он сейчас не функционирует. Есть специализированная платформа для байкеров. Ходят слухи, что создается социальная сеть, основной фишкой которой будет поиск людей для совместного времяпрепровождения, — говорит Дмитрий Лазуренко. — У нас есть и масса не прямых конкурентов. Это социальные сети и форумы, где можно написать: «Мне сегодня скучно, поехали покатаемся».

Минус конкурентов, по словам авторов идеи, в том, что вы до последнего не знаете, кто придет на встречу, как человек выглядит, сколько ему лет, мужчина или женщина, в действительности скрывается за аватаркой профиля в соцсети. Преимуществом проекта 4riders его создатели называют чувство уверенности в людях, с которыми пользователь договаривается о встрече.

Объем инвестиций в проект не раскрывается. По словам авторов идеи, речь идет о нескольких десятках тысяч рублей, которые они потратили на создание сайта и оплату труда программистов.

**Екатерина Кравченко**

# В несколько кликов без навыков программиста

В БАТАЙСКЕ СОЗДАЮТ КОНСТРУКТОР БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЙ



КСЕНИЯ ШУЛЬГИНА, генеральный директор IT-компании «Целестра».

**IT-специалисты компании «Целестра» разрабатывают онлайн-конструктор приложений для управления бизнесом. Infotask помогает пользователю построить веб-системы без навыков программирования в несколько кликов. Фишка новой платформы в том, что их можно адаптировать под особенности и потребности любой компании. Пользователь самостоятельно задает структуру разделов и настраивает интерфейс. Проект работает в тестовом режиме, но уже вышел на самоокупаемость.**

Для тех, кому не подходят стандартные CRM-системы, IT-компания «Целестра» из Батайска разработала сервис, позволяющий пользователям самим их создавать и настраивать. Платформа Infotask предполагает, что любой желающий может зайти на сайт и построить простую электронную систему для учета, анализа и контроля деятельности своей фирмы, а также для удобной работы в команде. Фишка Infotask в том, что пользователь имеет возможность быстро и легко настроить веб-приложение под нужды и особенности своего бизнеса.

— Как правило, к нам обращаются предприниматели, которые уже использовали разные сервисы и не смогли на-

строить их под свои задачи и процессы. Infotask позволяет быстро создать систему управления бизнесом, адаптированную под условия и специфику работы компании, — рассказывает генеральный директор ООО «Целестра» Ксения Шульгина.

Система создается в несколько кликов. Навыки программирования не понадобятся. Пользователь регистрируется на сайте, выбирает понравившийся шаблон и добавляет нужные разделы. Это могут быть справочники, базы данных, документы, задачи, проекты. Есть облачное хранилище файлов, автоматическая статистика, конструктор отчетов, встроенная система комментариев

и чат между пользователями и клиентами. Infotask может использоваться не только для разработки корпоративных систем, но и для реализации творческих идей, создания IT-стартапов.

Сначала программисты разработали конструктор сайтов «Целестра», но потом поняли, что по такому же принципу может работать и конструктор бизнес-приложений.

— В большинство CRM-систем обычно включен набор стандартных разделов. Это могут быть задачи, обращения, лиды, сделки, проекты, — говорит Ксения Шульгина. — Не всегда бизнес укладывается в стандартный процесс продаж, когда есть лид, клиент и сделка. Он может и вовсе не иметь отношения к продажам. Тогда продукт сложно настроить, и работать в системе не получается. Много лишних кнопок и разделов. Иногда клиенты сталкиваются с проблемой элементарно изменить названия разделов и убрать лишние модули. Не всегда их можно приспособить к специфике бизнеса.

Непрямыми конкурентами в «Целестре» называют готовые и распространенные на рынке CRM-системы Bitrix и AmoCRM. Большинство современных сервисов предлагают готовую структуру модулей и, как следствие, нагроможденный интерфейс, отмечают разработчики. Преимущество Infotask в том, что он создает индивидуальную систему под требования клиента с нужными разделами и удобным интерфейсом.

— По нашему опыту знаем, что в крупных организациях существуют стро-

гие регламенты и требования к интерфейсам информационных систем. Им важно, где и как располагаются кнопки, какого они цвета. Infotask позволяет создать дизайн и интерфейс, который нужен клиенту. Есть разные типы меню, конструктор блоков, встроенные шаблоны. К примеру, у нас на сайте разрабатывали систему публикации статей. Нужны были разделы «Статьи», «Авторы» и возможность отправить текст на рецензирование.

Прямые конкуренты Infotask — это аналогичные конструкторы бизнес-приложений. На рынке они есть, но всего несколько, а спрос достаточно большой, подчеркивает Ксения Шульгина. К достоинствам сервиса разработчики относят возможность создания простых систем без лишних кнопок, которые особенно интересны малому бизнесу.

Зарегистрироваться и создать приложение пользователь может бесплатно. Монетизировать проект планируется за счет ежемесячной абонентской платы, сборки систем под ключ и техподдержки больших проектов. Чтобы пользоваться системой, компания должна будет платить около 1250 рублей в месяц. Для тех, кому нужна сложная индивидуальная система, команда проекта предлагает сборку под ключ.

Сейчас Infotask работает в тестовом режиме. За полгода существования с помощью сервиса было создано около 20 систем.

— Мы на стадии разработки. Проект работает, можно регистрироваться и

## **ФИШКА INFOTASK В ТОМ, ЧТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ИМЕЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ БЫСТРО И ЛЕГКО НАСТРОИТЬ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЕ ПОД НУЖДЫ И ОСОБЕННОСТИ СВОЕГО БИЗНЕСА.**

создавать системы, но мы все же считаем, что находимся на подготовительном этапе, и пока не продвигаем сервис активно. На данный момент приложения создали компании самых разных отраслей: юридические услуги, фитнес-клуб, научный журнал, сервис по подбору БТиЭ, система для онлайн-образования. Одно из решений интегрировано в маркетплейс «Сбербанк Бизнес Онлайн». Систему можно запустить как на домене третьего уровня, так и на собственном домене.

В течение полугода компания планирует завершить создание сервиса, создать больше шаблонов и усовершенствовать интерфейс. Несмотря на то что проект еще не работает в полную силу, Infotask вышел на ежемесячную окупаемость за счет нескольких крупных проектов. Объем инвестиций в проект не раскрывается.

**Екатерина Кравченко**

# Распечатка на ходу:

IT-СТАРТАП ОБЪЕДИНИТ НА СВОЕЙ ПЛАТФОРМЕ 300 КОПИЦЕНТРОВ



На фото (слева направо): АЛЕКСАНДРА ШЕМЕТ (маркетолог), ЯРОСЛАВ ТАРАНОВ (руководитель проекта).

**Агрегатор копицентров «ПринтА4», созданный командой ростовских программистов, рассчитан на тех, кого необходимость распечатать документы застала врасплох. Сервис позволяет найти наиболее удобно расположенный для вас центр печати, дистанционно загрузить документ, не используя флешки и другие носители, и расплатиться онлайн. Копицентрам и организациям оперативной полиграфии сайт предлагает практически полную автоматизацию обработки онлайн-заказов. «ПринтА4» самостоятельно принимает документы в работу и отправляет их на печать.**

Два года стартап «ПринтА4» бродил по рынку, перед тем как нашел свободную нишу и заинтересованную аудиторию. Основатель проекта Ярослав Таранов рассказывает, что развивать сервис начал, еще будучи студентом. Идею он подсмотрел в московском физтехе. Там на территории вуза создали сеть удаленно подключенных принтеров, объединив таким образом точки печати.

— Я решил попробовать сделать что-то подобное в ростовских вузах, создать сайт, к которому были бы подключены все коммерческие точки печати, которые есть в учебных заведениях. Вузы неохотно восприняли идею, мы наткнулись на массу бюрократических преград. Тогда решили трансформировать систему и размещать печатную технику рядом с местами, где есть заинтересованность в

печати. Например, рядом с университетом в кофейне. Все эти места мы хотели собрать на нашем сайте. Человек идет по улице, ему необходимо что-то распечатать, он заходит на сайт, находит ближайшее удобное для него место, — говорит Ярослав Таранов.

Предполагалось, что с кафе и кофейнями сервис будет сотрудничать по системе дополнительной лояльности. Заведение размещает у себя точку печати. Сервис обеспечивает ее техникой и бумагой. На ресурсах «ПринтА4» размещается реклама кофеен, что позволяет не платить аренду. Заведения не отказывались сотрудничать, но, как оказалось, рынок уже занят: студенты, которые являются целевой аудиторией проекта, шли в знакомые копицентры около университета, минуя новые точки печати.

— Мы отказались и от этой модели. Решили, что правильнее будет не создавать свою сеть, а предложить уже сложившемуся рынку оперативной печати новое технологическое и инфраструктурное решение. Оно состоит в том, чтобы объединить все копировальные центры в одну сеть через единый сервис-агрегатор, где каждый копицентр сможет выставить свой прайс.

Сейчас в копицентрах один операционист работает с двумя потоками клиентов, принимает офлайн- и онлайн-заказы. Он должен работать и с живой очередью, и с заказами, которые клиенты присылают в мессенджеры и на почту копицентра. Человек разрывается. Пока он обслуживает клиента, который просит распечатать документ с флешки, он должен рассчитывать с тем, кто просто пришел за выполненным онлайн-заказом.

Сервис автоматизирует работу операциониста с онлайн-заказами. Клиент заходит на сайт, выбирает подходящий ему центр, загружает файл в облачное хранилище, выставляет необходимые параметры печати, оплачивает заказ через «Яндекс.Кассу», сервис автоматически принимает документ и отправляет на печать. Клиенту остается только прийти за заказом, а сотруднику — отдать документ в руки. По словам Ярослава Таранова, если в копицентре стоит современный принтер с системой печати и выдачи документов по ПИН-кодам, то клиент сможет и сам забрать заказ, не прибегая к помощи операциониста. Такая услуга предусмотрена сервисом и подходит тем, кто переживает за конфиденциальность документов.

Клиенту система позволяет загрузить документы на сайт не только с флешки и других носителей информации, но и с телефона или планшета при наличии интернета. Это удобно, если необходимость распечатать файл возникла в пути. Кроме того, авторы проекта разработали технологию, которая не позволяет принтеру при печати нарушить вид документа, шрифты и верстку.

— Часто при печати файл видоизменяется, на выходе клиент получает документ с другими шрифтами и версткой. Перед печатью сервис переводит все текстовые документы в растровое изображение. Это позволяет исключить искажение документа. Перед печатью клиент может сделать предпросмотр изображения, — говорит Ярослав Таранов.

По его словам, загрузка документов на сайт будет безопасной. Сервис гарантирует конфиденциальность, подчеркивает автор проекта:

— Мы все сделали через протоколы криптошифрования. Так работает банковский сектор. Если вы зайдете на сайт какого-нибудь банка, то увидите зеленый замочек в адресной строке возле названия сайта. Мы сделали так же. Данные, которые отправляются пользователем на сайт, шифруются. Планируем не задерживать документы на сервере дольше суток и удалять их, чтобы не было риска утечки. На данный момент наши программисты могут достать документ из базы, но мы исправляем этот момент. Файлы будут висеть на сервере в зашифрованном виде.

Сервис практически готов к использованию. Его планировали запустить в конце апреля, но коронавирус помешал этим планам. Дату релиза отложили на середину мая. Подсоединиться к «ПринтА4» готовы 10 копировальных центров сетей А-COPY и «Распечатка». Сервис также ждет сеть коворкинг-пространств «Практик» в Санкт-Петербурге и коворкинг «Смородина» в Москве.

— Мы старались сделать сайт максимально простым для внедрения. После тестового периода хотим попробовать масштабировать проект и за год подключить к нему до 300–500 точек по всей России. Система позволяет подсоединять принтер к нашему серверу дистанционно без установки драйверов за час, — рассказывает Ярослав Таранов.

Так быстро и широко охватить рынок разработчики планируют и потому, что проект пока не имеет сильных конкурентов.

— Есть проекты в России, которые реализуют похожую идею, но аналогов, технологически равных нашему проекту, нет. Например, одновременно с нами появился проект PrintBox. Он движется по похожему сценарию, но система его сложнее. Они организуют свои точки печати. Подключая чужую технику к системе, просят оплату. Нашими преимуществами для пользователей сайта являются неизменность верстки при печати, а для копицентров — простое удаленное подключение принтера к системе.

Сейчас в команде проекта пять человек, среди которых программисты и маркетологи. По словам создателей «ПринтА4», в среднем копировальный центр за год пропускает через себя 150–170 тысяч листов А4.

— Мы планируем, что трафик копицентров и организаций оперативной печати, подключенных к «ПринтА4», увеличится. Думаю, что через нас будет проходить около 20% клиентского потока. Мы верим и в идею с размещением собственных точек печати в кафе, бизнес-центрах и рядом с судами. С развитием проекта будем стараться дополнять ими сервис.

В проект Ярослав Таранов вложил около 400–500 тысяч рублей личных средств. Окупить их он надеется за год. Предполагается, что сервис будет оставлять себе около 17% от суммы заказа, оформленного через «ПринтА4».

— Идею внедрения системы «ПринтА4» в нашу работу я нашел достаточно свежей и интересной, — рассказывает владелец сети копировальных центров А-COPY Михаил Коновцев. — Система позволит оптимизировать онлайн-заказы, сделать наши услуги более удобными для клиентов — для распечатки документов им достаточно загрузить документ в облако, оплатить и просто забрать на ближайшей точке. Кроме того, это еще одна возможность улучшить бизнес-процессы, мы сможем не только снизить нагрузку на наших сотрудников, но и увеличить продажи.

**Екатерина Кравченко**



# Школа научит детей работать по-взрослому



**Создатели детской школы программирования нашли способ привить детям любовь к точным наукам. Образовательный профориентационный проект Step to Science учит детей работать во взрослой профессиональной программе, создавать компьютерные игры, анимированных персонажей и спецэффекты. Как отмечают авторы курса, конкурентов у них единицы. Большинство школ программирования обучают ребят работе в простых программах. В Step to Science говорят, что умение программировать зависит от знания математики, и рассчитывают, что мотивация делать крутые «игрушки» на компьютере даст ребенку ответ на вопрос, зачем ему алгебра.**

Основательница проекта Step to Science педагог-психолог по образованию Евгения Королева признается, что всегда мечтала открыть образовательный проект для детей, который помог бы им ответить на вопрос, зачем учить нелюбимые предметы в школе:

— Я сама училась с переменным успехом. Любви к точным наукам преподаватели мне привить не смогли. Всегда было интересно, как бы сложилась моя жизнь, если бы еще ребенком я поняла, что физика — это не только заучивание законов, но и правила игры, зная которые, ты можешь построить свой собственный виртуальный мир. Это же намного интереснее, чем учить закон Ома.

В 2017 году Евгении удалось найти единомышленников, проявивших интерес к проекту. На бизнес-конференции она познакомилась с программистами

IT-компании Roonux, которые и помогли ей основать школу:

— Коллеги говорили о том, что хороших IT-специалистов не хватает. Мы стали обсуждать, как можно решить проблему подготовки кадров. Как люди, погруженные в рынок IT, знающие, куда плывет этот корабль, решили, что можем готовить специалистов с детства в контексте некоего цифрового творчества.

Занятия решили проводить в офисе Roonux. Первыми учениками стали дети сотрудников компании. Кружок поэтов, как называет встречи Евгения, собирался по вечерам. Методической программы еще не было. Ребята расспрашивали программистов о профессии, те в свою очередь показывали им прикольные программы и учили верстать странички сайтов. Сарафанное радио делало свое дело. Дети рассказывали о занятиях друзьям,

родители делились информацией между собой.

— Проект стал расти как снежный ком. Появилось большое количество детей, желающих учиться. В середине июня 2017 года мы стали проводить первые встречи в офисе, а к сентябрю уже поняли, что будем делать настоящий образовательный проект, — рассказывает Евгения Королева.

Школа, как и задумывали сначала, стала профориентационной. Уклон в обучении сделали на профессиональные программы. В качестве основной выбрали Unity 3D. Она позволяет разрабатывать компьютерные игры, мобильные приложения, спецэффекты для фильмов и виртуальные пространства.

— Мы долго думали, чему и как учить. Писать программный код ребятам неинтересно и сложно. Программы Scratch и Code Combat, по которым учит большинство детских школ программирования, — это прекрасные инструменты для общего развития, но никак не для профессионального. Их можно и дома освоить с родителями, не тратя деньги. Мы решили взять программу, на которой работают профессионалы на рынке и

**ЗАНЯТИЯ ДОЛЖНЫ  
МОТИВИРОВАТЬ ДЕТЕЙ  
К ИЗУЧЕНИЮ ТОЧНЫХ  
ДИСЦИПЛИН,  
ПОДТАЛКИВАТЬ  
К ОСОЗНАНИЮ ТОГО,  
НАСКОЛЬКО ОНИ  
НЕОБХОДИМЫ И ГДЕ ИХ  
МОЖНО ПРИМЕНИТЬ.**

создают свои дипломные работы студенты мехмата. Unity идеально подходила под наши требования. Да и конкурента в этом сегменте могу вспомнить только одного.

Обучение в Step to Science помогает ребенку ответить на тот самый вопрос, зачем учиться в обычной школе. По задумке авторов проекта, занятия должны мотивировать детей к изучению точных дисциплин, подталкивать к осознанию того, насколько они необходимы и где их можно применить. Чтобы освоить программу и создать игру, нужно неплохо знать точные науки, понимать, что такое система координат, уметь рассчитывать скорость движения объекта в игре.

Вместе с программистами Евгения составила методическую программу, стараясь адаптировать обучающие инструменты под детское восприятие. Она рассчитана на детей от 10 до 16 лет и подразумевает двухлетнее обучение. Предполагается, что начинать ребенок будет с простого, а завершится обучение большим индивидуальным проектом:

— Мы не тратим время на долгое изучение того, что значит эта кнопочка, а что эта. Сразу делаем маленький проект. Начинаем с самого легкого, с создания космического шуттера (игра про космос), где все собирается из готовых элементов, и приходим к серьезной компьютерной игре с простейшим искусственным интеллектом внутри и анимированными персонажами. Проект при желании ученика размещается на реальном рынке на платформе Play Market. Его начинают скачивать. Пусть пользуются им мама, папа и друзья из школы, но это ведь только первый результат. Мы показываем ребенку: ты научился, постарался, твой первый шаг в профессию сделан. Он понимает, что в будущем сможет зарабатывать этим деньги. Часто мы делаем аналоги на гонки и другие

коммерчески успешные игры, чтобы ребята видели, что это реально.

Основательница школы отмечает, что 10–16-летние дети в состоянии освоить основные инструменты взрослой программы:

— Конечно, уровень знаний и умений наших выпускников отличается от профессионального. Прежде всего потому, что программирование неразрывно связано со знанием алгебры. Но ребята постарше, с мотивацией поступать в профильные вузы, вполне могут научиться делать серьезные проекты.

Сейчас Евгения Королева переехала в Москву, управлять оттуда школой ей сложно. Основательница Step to Science ищет специалиста со связями и именем, которому в будущем можно будет передать школу и который поможет ей идти дальше. По ее словам, проект экономически успешен и готов к масштабированию. Объем инвестиций в создание школы составил около 700 тысяч рублей. Они ушли на покупку ноутбуков и мышек, создание методической программы, оплату труда преподавателей. Окупить вложения удалось в течение года:

— Не могу сказать, что школа приносит бешеную прибыль, но сама себя содержит, инвестиций не требует. Неплохо продается наша методическая программа. Ее купили школы программирования на Кипре и в Белоруссии. У проекта, конечно, должно быть свое помещение, но масштабирование я вижу в методическом качестве и повышении уровня образования. Ребенок должен выходить полноценным специалистом, в 18 лет заканчивать школу и иметь возможность получить достойную работу с достойной оплатой. Я надеюсь, когда-нибудь рынок образовательных услуг будет готов к тому, чтобы такие школы, как наша, стали альтернативой среднему специальному образованию.

**Екатерина Кравченко**