

ВРЕМЯ БОГАТЕТЬ

сделать из своей профессии собственный бизнес

ХОТЯТ МНОГИЕ, НО ПОЛУЧАЕТСЯ ЭТО У ЕДИНИЦ. ГЕРОИ НАШЕГО МАТЕРИАЛА ПРИШЛИ К УСПЕХУ СОВЕРШЕННО РАЗНЫМИ ПУТЯМИ: КТО-ТО ХОТЕЛ СТАТЬ МИЛЛИОНЕРОМ, НЕ УЕЗЖАЯ ИЗ РОДНОГО ГОРОДА, ДРУГИЕ МЕЧТАЛИ ИЗМЕНИТЬ МИР. ЭТИ SUCCESS STORIES СХОДЯТСЯ В ОДНОМ: ИХ ГЕРОИ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ВЕРИЛИ В ТО, ЧЕМ ОНИ ЗАНИМАЮТСЯ.

СТАНИСЛАВ КУПРИАНОВ

УЛЬЯНОВСК КАК РОДИНА

ОНЛАЙН-ШОПИНГА Вряд ли Руслан Фазлыев, бросивший в свое время учебу ради развития собственного бизнеса, всерьез рассчитывал превратить Ульяновск в один из центров российской IT-индустрии. История успеха провинциального предпринимателя начиналась гораздо более прозаично: девушка, в которую он влюбился, имела богатых родственников и не собиралась никуда уезжать из родного города. Руслан понял, что зарабатывать свой первый миллион ему придется в Ульяновске. Так в 2002 году на свет появилась компания «Креативная разработка», в которой сегодня работают 130 сотрудников.

Первоначально компания предлагала в основном услуги веб-дизайна и программирования. Существует легенда: получив заказ на создание интернет-магазина, компания Руслана Фазлыева выполнила его за 36 часов, не имея в соответствующей области никакого опыта. Написанная за пару суток программа впоследствии стала прообразом X-Cart — суперуспешного комплекса для создания электронного магазина, и сейчас являющегося основным источником прибылей компании. Именно X-Cart кормит не только почти полторы сотни сотрудников, но и позволяет вкладывать деньги в новые проекты.

Вскоре по задумке основателя компании ее место займет Eswid. Eswid — opus magnum господина Фазлыева, одновременно самая простая (для пользователей) и самая сложная (по своей архитектуре) система управления интернет-магазином в мире. По сути, она позволяет всего за пять минут добавить полноценный магазин к любому существующему сайту — без необходимости вручную возиться с исходными кодами ресурса. Кроме того, Eswid позволяет легко открыть представительство своего магазина в Facebook или «В контакте» — с соответствующим функционалом. Система поддерживает 12 платежных систем, включая кредитные карты, Webmoney и «Яндекс.Деньги».

В амбициозности создателю Eswid не откажешь: сейчас система рассчитана на западный рынок, но Руслан Фазлыев намеревается с ее помощью завоевать всю планету. Дело идет медленно, но верно: сегодня в системе имеется более 75 тыс. зарегистрированных пользователей, причем 40% географически находятся в США, еще 36% — в Европе, и лишь оставшаяся доля приходится на российских и азиатских пользователей. Со временем компания планирует довести число пользователей до 200 тыс. Пока количество платных аккаунтов составляет лишь 1,6 тыс., но это ульяновского предпринимателя не расстраивает: во-первых, с такими показателями проект уже находится на грани окупаемости. А во-вторых, господин Фазлыев умеет ждать. «Чем упорнее я работаю, тем больше мне везет», — говорит он.

ПОЛЕТЫ В СЕТИ И НАЯВУ В прошлом году руководитель проекта anuwayanuda по продаже электронных авиабилетов Петр Кутис разошелся во взглядах на развитие сервиса с мажоритарным акционером: он считал более прибыльной и перспективной продажу билетов конечным пользователям, тогда как владелец проекта хотел сконцентрироваться на развитии сегмента B2B. Уйдя из компании, которая под его руководством стала лиде-

В АВГУСТЕ АМЕРИКАНСКИЙ ИНТЕРНЕТ-ГИГАНТ GROUPON ЗА НЕСКОЛЬКО МИЛЛИОНОВ ДОЛЛАРОВ ПРИОБРЕЛ ОПЦИОН НА КОНТРОЛЬНЫЙ ПАКЕТ СВОЕГО РОССИЙСКОГО КЛОНА DARBERRY



ПЕТР КУТИС, ПОКИНУВ ОДИН ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИЙСЯ НА ПРОДАЖЕ АВИАБИЛЕТОВ, ТОТЧАС СОЗДАЛ КОНКУРИРУЮЩУЮ СТРУКТУРУ

ром рынка продаж электронных авиабилетов, Кутис не долго думал, чем бы ему заняться. «Были, конечно, приглашения заняться проектами в других компаниях, — рассказывает он. — Но после трехмесячного отдыха я решил, что нужно создавать что-то свое. Причем что-то лучше предыдущего проекта». Тематику будущего стартапа можно было считать предопределенной. Петр Кутис решил сделать самый удобный и выгодный сервис поиска покупки авиабилетов. Во-первых, чтобы пользователь мог заранее видеть даже расстояние между креслами и традиционное время задержек для выбранной авиакомпании. А во-вторых, предлагающий самые доступные цены — ниже, чем у других аналогичных поисковиков и агрегаторов.

Сервис OneTwoTrip был запущен в апреле. Инвестиции брали из своего кармана — точную сумму Петр Кутис раскрывать отказывается, но говорит, что с партнером Ованесом Погосьяном они потратили не одну и не две сотни тысяч

долларов, но меньше миллиона. Доли в проекте поделили на троих: мажоритарный пакет находится у господина Кутиса, часть — у господина Погосьяна, и еще одна доля — у неназываемого акционера, в чьи обязанности входит финансовое управление компанией.

Сегодня сайт onetwotrip ежедневно просматривает более 6 тыс. уникальных посетителей. «Ежедневно мы выписываем 480 билетов по банковским картам, — рассказывает Петр Кутис. — В среднем ежедневный оборот составляет \$180 тыс. На такие показатели мы вышли всего за три месяца — в восемь раз быстрее, чем в случае с предыдущим проектом». К концу года компания планирует выйти на показатель 1 тыс. проданных билетов ежедневно.

Хотя норма прибыльности при продаже авиабилетов составляет 4%, авторы проекта планируют вскоре запустить дополнительные сервисы, в числе которых возможность бронирования отелей, аренды автомобилей, а также

запуск кобрендовой банковской карты OneTwoTrip, владельцы которой при покупке на сайте авиабилета будут получать обратно от 2 до 4% его стоимости.

ЧЕЛОВЕК-КОНВЕЙЕР

Как и большинство героев этой заметки, свой первый стартап Елена Масолова запустила еще в студенчестве — на четвертом курсе Государственного университета — Высшей школы экономики. Им стал аналог западного проекта getAbstract, продающего занятым топ-менеджерам краткие конспекты деловой литературы. Проект SmartKniга победил на внутривузовском конкурсе бизнес-проектов и принес своему автору призовые в \$3,5 тыс. Вскоре сервис был запущен в полную силу — владельцами абонементов за \$3–10 тыс. стали банки, телекоммуникационные и консалтинговые компании. SmartKniга просуществовала всего лишь несколько лет — ровно до той поры, пока не уперлась в потолок роста, объясняет Елена Масолова.

Впрочем, первым крупным успехом госпожи Масоловой стал основанный ею в 2008 году фонд AddVenture, сформированный на средства трех бизнес-ангелов. Объем фонда составил \$300 тыс., и из этих средств было проинвестировано шесть проектов. Первым стал социальный сервис AlterGeo — российская версия популярного американского стартапа Foursquare. Уже через год после начала работы стартап получил \$1 млн инвестиций от фонда Kite Ventures, а в июне 2011 года блокирующий пакет сервиса был приобретен группой инвесторов за \$10 млн.

В декабре 2009 года Елена Масолова вместе с партнерами запустила проект Shear & Daily. Модель сервиса по традиции была подсмотрена у более успешного американского собрата интернет-магазина Woot, каждый день продававшего какой-то товар с очень хорошей скидкой. Сервис вышел на показатель 100 покупок в день и на этом остановился: больше набрать было невозможно, если не перестраивать логистику. Тогда госпожа Масолова обратила внимание на набиравший популярность в США проект Groupon, продававший скидки как таковые. Так 10 марта 2010 года на свет появился проект Darberry — один из нескольких десятков впоследствии запущенных клонов «Групона». Но из всех остальных больше всего повезло именно проекту Елены Масоловой: западные владельцы Groupon обратили на него внимание всего через пару месяцев после запуска. В августе американский интернет-гигант за несколько миллионов долларов инвестиций приобрел опцион на контрольный пакет Darberry. Точные цифры и условия сделки Елена Масолова комментировать отказывается.

Сейчас помимо деятельности в Groupon Russia Елена Масолова занимается развитием издателя игр для социальных сетей Pixonic, запущенного в 2009 году. Компания уже получила три раунда инвестиций — полгода назад в проект фондами Ventech, Kite Ventures и TA Ventures было инвестировано \$5 млн. Игры Pixonic доступны в 13 социальных сетях, причем аудитория самой популярной игры «Домовята» приближается к 1 млн человек в день. Но останавливаться на этом госпожа Масолова не собирается. «Недостатка в идеях у меня нет», — говорит она. Сложнее найти людей, способных эти идеи реализовать. ■

ЕЛЕНА МАСОЛОВА ЗНАЕТ, КАК ДЕЛАТЬ ДЕНЬГИ ВО ВСЕХ ОБЛАСТЯХ ИНТЕРЕСОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА: ОТ СЕТЕВЫХ ИГР ДО ПОИСКА СКИДОК НА ТОВАРЫ



ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА