

УДК 659.441  
ББК 76  
Ш97

**Шуст А.Г.; Шуст Д.В.**  
Ш97 Как открыть бизнес и наступить на все грабли /  
А.Г. Шуст, Д.В. Шуст — Москва : Издательство АСТ,  
2020. — 256 с.: [ил.] — (Нонфикшн Рунета).

ISBN 978-5-17-119966-1.

Это книга для тех, кто мечтает открыть свое дело. Это история практиков — Анны и Дмитрия Шуст, — которые 13 лет назад начали бизнес с нуля, без вложений. И превратили свои бренды слингов Mum's Ega и «Ехидна» в одни из самых популярных в нише естественного родительства.

Это особенная книга, здесь — про малый бизнес. Когда у тебя на старте проекта рекламный бюджет не миллион долларов, а десять тысяч рублей. Когда площадь твоего первого магазина всего 9 квадратных метров.

УДК 659.441  
ББК 76

12+

*Издание для досуга  
ғылыми-бұқаралық баспа*

*Серия «Нонфикшн Рунета»*

**Анна и Дмитрий Шуст**

**Как открыть бизнес и наступить на все грабли**

Ответственный редактор К. Секачева  
Младший редактор Е. Леенсон  
Дизайнер блока А. Чернышева  
Дизайнер обложки В. Воронина  
Технический редактор Т. Тимошина  
Верстальщик А. Грених

Подписано в печать 03.03.20. Формат 84x108/32 Усл. Печ. л. 13,44  
Печать офсетная. Гарнитура Helvetica Neue LT. Бумага офсетная.  
Тираж 4000 экз. Заказ №

Произведено в Российской Федерации  
Изготовлено в 2020 г.

Оригинал-макет подготовлен редакцией «Времена», импринт «Альфа»  
Изготовитель: ООО «Издательство АСТ»  
129085, Российская Федерация, г. Москва, Звездный бульвар, д. 21, стр. 1,  
комн. 705, пом. I, этаж 7

Наш электронный адрес: WWW.AST.RU  
Общероссийский классификатор продукции ОК-034-2014 (КПЕС 2008);  
58.11.1 — книги, брошюры

«Баспа Аста» деген ООО  
129085, г. Мәскеу, Жұлдызды гүлзар, д. 21, 1 құрылым, 705 бөлме, пом. 1, 7-қабат  
Біздің электрондық мекенжайымыз : [www.ast.ru](http://www.ast.ru). E-mail: [astpub@aha.ru](mailto:astpub@aha.ru)  
Интернет-магазин: [www.book24.kz](http://www.book24.kz) Интернет-дукен: [www.book24.kz](http://www.book24.kz)  
Импортер в Республику Казахстан и Представитель по приему претензий  
в Республике Казахстан — ТОО РДЦ Алматы, г. Алматы.  
Қазақстан Республикасына импорттаушы және Қазақстан Республикасында  
наразылықтарды қабылдау бойынша өкіл -«РДЦ-Алматы» ЖШС, Алматы  
қ., Домбровский көш., 3-а». Б літері офис 1. Тел.: 8(727) 2 51 59 90,91 ,  
факс: 8 (727) 251 59 92 ішкі 107; E-mail: [RDC-Almaty@eksmo.kz](mailto:RDC-Almaty@eksmo.kz) , [www.book24.kz](http://www.book24.kz)  
Тауар белгісі: «АСТ» Өндірілген жылы: 2020  
Өнімнің жарамдылық; мерзімі шектелмеген.  
Сертификация қарастырылмаған

Издадим вашу книгу! Рукопись присылать на [litagent@ast.ru](mailto:litagent@ast.ru)

ISBN 978-5-17-119966-1.

© Шуст А.Г.; Шуст Д.В., текст и фото  
© ООО «Издательство АСТ»

# Предисловие

**Нам самим очень не хватало подобной книги на старте. Все, что мы в свое время находили на полках в книжных магазинах, — это истории создания международных компаний, или советы, как грамотно распределять миллионные бюджеты на рекламу, или рекомендации, как управлять двумя сотнями подчиненных.**

Но совсем ничего не было про проблемы куда меньшего масштаба, как наши — если тебя обманул один из трех твоих сотрудников, увольнять ли его сразу, перевалив на свою и без того загруженную голову еще и его обязанности?.. Или понять и простить?.. Или искать не спеша ему замену, но жить в постоянном беспокойстве: «А вдруг он сейчас опять меня обманывает?»

А если тебя подвел поставщик и сделал тебе под заказ ткань не того цвета или качества, — как минимизировать убытки?.. Что делать с этим крокодилово-зеленым трикотажем, который ты получил вместо бирюзового?

Или, допустим, ты завез в новый офис мебель из ИКЕА и договорился о сборке на следующее утро,

а спозаранку обнаружил, что офис по колено затоплен. И все твои лежащие на полу упаковки с будущими столами и стеллажами раздулись от воды еще даже до сборки! И эту мебель теперь даже собирать не стоит, прямо в упаковке лучше отнести на помойку. Что в этой ситуации делать вначале — орать благим матом или пить успокоительное?..

...Ах да, давайте знакомиться! Мы — Дмитрий и Анна Шуст, создатели семейной компании и брендов Mum's Era и «Ехидна». Вот уже тринадцать лет мы производим товары для мам и малышей: слинги (такие специальные приспособления из ткани для переноски детей), специальную одежду для кормления (чтобы незаметно покормить малыша грудью, например в общественном месте), футболки с веселыми надписями для детей и родителей, многоразовые подгузники и многое другое.

Вот уже тринадцать лет подряд мы открываем и закрываем магазины, развиваем сайты и соцсети компании, ищем поставщиков и подрядчиков, подыскиваем и нанимаем сотрудников. Набиваем кучу шишек, наступаем на те же грабли (иногда снова и снова), злимся, радуемся, боимся и что-то постоянно придумываем. В общем, обычная жизнь владельцев небольшой компании.

Эту книгу мы пишем для тех, кто похож на нас — Аню и Диму 13-летней давности. Которые были воодушевлены идеей «перестать работать на дядю» и «открыть свой бизнес», но понятия не имели, как это правильно сделать.

Где найти идею?.. Что очень важно на старте, а что не важно совсем?.. Как быть, если не хватает денег на развитие?.. Надо ли регистрировать торговую марку?.. Нужен ли сайт?.. Что делать, когда все идет наперекосяк с сотрудниками, поставщиками, арендодателями?..

Как быть, когда проблемы не заканчиваются, а твой ресурс уже на исходе?..

И еще сто тысяч вопросов, которые, возможно, волнуют сейчас тех, кто только-только открыл собственное дело или стоит на пороге такого судьбоносного решения. Если вы мечтаете о своем бизнесе, эта книга поможет вам более реалистично оценить ваши силы, узнать о горестях и радостях, которые вас ждут на этом пути.

Мы решили рассказать о нашем опыте. Все, что вы прочитаете в этой книге, — не истина в последней инстанции, это лишь путь, который мы прошли. На каких-то отрезках этого пути мы понаделали ошибок (иногда обидных и глупых), а на других были на высоте и до сих пор собой гордимся. Где-то мы могли бы заработать больше денег и действовать смелее, а где-то воспользовались выпавшим нам шансом по максимуму.

Бывало всякое!..

Больше половины бизнесов закрывается в первый же год своего существования. Наш не закрылся, но порой мы чувствовали себя как на американских горках: от эйфории до отчаяния, от гордости до разочарования и, наоборот, от «денег куры не клюют» до идеи продать любимую машину, чтобы заказать новую партию товара.

В общем, располагайтесь поудобнее. На страницах этой книги вас ждет 108 наших честных, смешных, грустных и познавательных историй.

**P. S.** Да, и если у вас есть друзья, которые собираются открыть небольшой бизнес или совсем недавно сделали это — подарите им нашу книгу, они обязательно найдут здесь для себя что-то ценное!

# Глава 1

## Как мы решили делать бизнес

**Еще утром это был невероятно счастливый день: мы получили с производства две большие коробки, доверху набитые футболками. Их сшили под нашим брендом, по нашему заказу. Это было начало семейного бизнеса!**

Собрались отметить это событие вечером в кафе.

Но уже после обеда эйфория сменилась паникой. Вся партия футболок оказалась с браком.

— И что с этим делать? — Мы в ужасе смотрели друг на друга и на открытые коробки, стоящие посередине нашей однокомнатной квартиры.

Это была пилотная партия одежды для кормящих мам. Завтра мы планировали выйти с этой новинкой на рынок, рассказать о себе всему миру через интернет. Но с рукавами у новинки явно была проблема: им при пошиве не добавили ширину при градации размерного ряда, поэтому в размере XL ширина рукава была как у размера S. И еще они, кажется, были длиннее, чем нужно...

«Никто не купит у нас такое, а значит, все вложенные нами деньги пропали! Все пропало!» — проносились в голове мысли.

Это было фиаско, но тогда мы не решились даже высказать претензию подрядчику: не знали, принято вообще так делать в бизнесе или нет...

И что теперь? Кто виноват и куда бежать?

С подобными вопросами мы еще не раз столкнемся после того момента, когда в 2006-м решили рискнуть и начать свое дело.

Впрочем, давайте обо всем по порядку.

История создания нашей семейной компании — по большому счету, цепочка случайностей. Хорошо, что мы смогли разглядеть заложенный в эти случайности потенциал...

## **Что было до начала бизнеса**

Мы поженились в 2002 году. Молодые, беззаботные... Потихоньку росли в своих профессиях — Дима экономист, Аня журналист. Зарплаты тоже росли. В какой-то момент денег хватило даже на то, чтобы взять по ипотеке просторную квартиру: наша молодая семья имела большие планы на будущее.

Мысль о том, как было бы круто создать собственное дело, регулярно звучала в наших разговорах. Теоретизировать и мечтать, как однажды мы что-то такое обязательно создадим, было приятно — может, собственный журнал... или типографию... или логистическую компанию... а может, вообще банк или технологический стартап. Но обычно все заканчивалось фразами: «На это нужно слишком много денег на старте» или «Кому это надо? И черт его знает, как на этом зарабатывать?»

В общем, это была нормальная смесь фантазий, страхов и отсутствия *той самой идеи*, которая зажгла бы в сердце огонь, мотивировала действовать.

Мы продолжали ходить каждый на свою работу, платить ипотеку и мечтать. В 2005 году родился наш первый ребенок — дочь Дарья. И, собственно, благодаря ее появлению через год *та самая идея* для бизнеса неожиданно нашлась...

**Анна:**

Я думаю, что предприниматель — это некое состояние души плюс опыт. Готовность что-то делать. Не обязательно сразу открывать бизнес, но обязательно быть проактивным в разных сферах жизни, видеть и использовать возможности. Все люди это могут делать, но многим мешает страх или лень.

Мне тоже, само собой, часто было страшно: звонить, идти куда-то, договариваться, пробовать... Но страх так никогда и не узнать и не сделать что-то — возможно, крутое, что могла бы, — оказался еще сильнее. Поэтому я шла, звонила, пробовала. И так было с детства. Перед глазами пример семьи: пока у моих одноклассников родители ходили на обычную и будничную работу, мой папа создал собственную компанию, а мама ему помогала.

Я журналист — с этой профессией определилась еще в школе. Мою первую заметку опубликовали в газете, когда мне было двенадцать лет. Я боялась, но попробовала: отправила текст в редакцию по почте. Дрожащими руками запечатывала конверт, но повторяла себе: худшее, что может произойти, — они просто выбросят мое письмо, а заметку не напечатают.

Но они напечатали!

Позже я поступила на журфак МГУ и смогла попасть на работу в спортивную редакцию телеканала «Россия» (тогда он еще назывался РТР).

Это тоже произошло вопреки страху. Чтобы получить место на федеральном телеканале, я нашла в те-

лефонном справочнике нужный номер и решила звонить сразу главному редактору. Ну, чтобы наверняка. Тогда эту должность занимал Владимир Гомельский, знаменитый комментатор.

— Здравствуйте! Меня зовут Анна! — быстро зататорила я в трубку, пока ее не бросили (мне казалось, это обязательно вот-вот случится — зачем самому Гомельскому вообще слушать какую-то девочку с улицы?). — Я студентка второго курса журфака МГУ, я очень хочу у вас работать, делать спортивные репортажи. Что для этого нужно?

— Хм... — прозвучало задумчиво в трубке. — А какими видами спорта ты интересуешься?

— Фигурное катание! Баскетбол! Фехтование! — радостно завопила я. — Водное поло! Легкая атле...

— Ну, ты уж прости, но за баскетбол у нас на канале уже отвечаю я! — громко рассмеялся Владимир Гомельский, сын легендарного тренера олимпийской баскетбольной сборной Александра Гомельского. — А насчет остального... приходи, обсудим, попробуем.

Так меня взяли работать на федеральный канал.

Спустя много лет с бизнесом, который мы создали вместе с мужем, было то же самое: страшно, что не получится, страшно потерять деньги, страшно не оправдать ожидания покупателей, разочаровать.

Но как узнать, получится или нет, если не попробуешь?

## **Самые крутые идеи появляются в декрете**

### **Анна:**

В 2005 году я ушла с телевидения в мой первый декрет. Там у меня появилось традиционное для мамы



первенца увлечение — обмениваться в интернете опытом с другими мамами.

Дело было на сайте rodim.ru (сейчас его уже не существует). Там собралась очень активная тусовка из девушек, чьи дети, как и наша дочь, родились в мае-июне 2005 года. Каждый день мы просыпались и дружно бежали в Сеть, чтобы пообсуждать самое важное тогда в нашей жизни: цвет какашек двухнедельного младенца, размер груди после прихода молока, выбор подгузников. Ну и еще — как не свихнуться, если ребенок часто плачет и редко спит нормально.

Там кто-то впервые и написал мне совет про слинг, что-то типа: «Попробуй, все равно тебе уже нечего терять». Я погуглила это чудо, и оно так мне приглянулось, что я немедленно его заказала. Сначала нам привезли слинг с кольцами, позже к нему добавился трикотажный слинг-шарф.

И это оказался новый уровень удобства для всех нас. Дочка стала быстрее успокаиваться и засыпать,



*Наш первый слинг с кольцами*



*Наш первый слинг-шарф*

руки у нас освободились. Теперь получалось почти во-время есть, чистить зубы и надевать чистую одежду.

Это было большое облегчение: отступили даже типичные мысли, которые бывают в первые месяцы родительского шока — «я к такому вообще не готов... меня не предупреждали, что все так сложно... остановите Землю, я сойду...»

Жизнь начала налаживаться.

Так мы познакомились с некоторыми постулатами естественного родительства. Но еще не догадывались, к чему приведет вся эта цепочка случайностей. Мы просто хотели немного больше спать, немного реже слышать детский плач и стать немного счастливее.

Слинг стал хорошим помощником.

Совсем скоро, в 2006 году, я попала под влияние нового тренда в интернете — совместные покупки (сокращенно СП). Это такая форма закупа, когда много людей объединяются, чтобы приобрести некий товар по оптовой цене: продавцы и производители дают скидку за счет большого количества единиц товара в заказе. Для дорогих вещей — брендовой обуви и одежды, велосипедов и детских спортивных уголков — экономия получалась ощутимой, от 15 до 50 процентов.

На форумах для мам мы все этим увлекались, само собой. Декрет — самое время для оптимизации семейного бюджета! Инициаторы таких закупок часто брали себе небольшой процент от сделки за труды по организации процесса. Хлопот там и правда было много: общаться с поставщиком и узнавать о наличии товара, собирать предоплату с участников складчины, организовывать раздачу приобретенного товара, решать вопросы с браком, если он попадался...

Я охотно участвовала в разных закупках.

## **Случайное исследование рынка и идея бизнеса**

**Анна:**

«Совместная покупка» стала в моих глазах микро-моделью бизнеса. Что-то организуешь, немного зарабатываешь или просто покупаешь для себя с большой скидкой, приносишь пользу себе и людям. И все это еще и в декрете, когда каждый рубль на счету.

Мне жутко хотелось самой попробовать хотя бы разок это все тоже организовать. Не просто участвовать, а именно *самой* запустить весь процесс. Но по всем нужным мамам брендам уже давно вели совместные закупки другие люди.

Требовался какой-то новый товар. Я гуляла по парку, несла в слинге 11-месячную дочь, ловила удивленные взгляды прохожих (слинг по тем временам был невероятной диковинкой) — и тут меня осенило.

На слинги-то и надо попробовать собрать совместную закупку!

Запросила прайс у одного из двух существовавших в то время московских производителей слингов, который согласился сотрудничать в таком формате (у меня имелись опасения, что откажется). Ассортимент был довольно скудный, но выбора на рынке тогда в принципе не было, у второго производителя дела с разнообразием моделей и цветов обстояли еще хуже.

В оптовом прайсе вместе со слингами я увидела и одежду для кормящих мам — футболки особого покроя, с потайными прорезями на уровне груди (чтобы можно было незаметно покормить малыша). Удобная вещь для выходов с грудничком в свет...

В общем, я разместила пост на форуме для мам, предложив собрать такую закупку, сделала небольшую рекламу этих товаров на моих личных страницах —

и народ откликнулся. Примерно за неделю набралось несколько десятков желающих, у нас получилось сформировать полноценный оптовый заказ и получить у поставщика скидку около 25%.

Я была в восторге. У меня получилось! Я все отлично организовала, участники закупки остались довольны и благодарили меня, и этот мой мини-проект ожил и закрутился. Я попросила мужа съездить со мной на склад к поставщику, чтобы помочь забрать тяжелые коробки.

Тем вечером мы везли в багажнике шелестящие упаковки с футболками и слингами и обсуждали, что вообще-то собрать через форум всего лишь за неделю заказы на несколько десятков футболок для кормящих мам и слингов — это крутой результат. И прикольно, что удалось найти такой нишевый товар. И что можно будет позже повторить закупку еще разок.

И вдруг нас осенило: а ведь это получилось самое настоящее, хоть и небольшое, исследование рынка. Протестировали продукт, поняли, что спрос очень даже немаленький. Мысль завертелась, пошла дальше — я сразу придумала, как можно улучшить модель одежды для кормления и какие конструкционные особенности добавить, чтобы она еще больше понравилась мамам.

Кажется, это вполне себе тянуло на идею для бизнеса. Почему бы и не попробовать?

## ***Первые шаги и первое фиаско в нашем проекте***

### ***Дмитрий:***

Я с трудом нашел компанию, которая согласилась взяться за наш микроскопический заказ — для начала

решили сшить штук двести футболок для кормящих мам. Придумали и нарисовали от руки модель, долго объясняли конструктору, как это все должно быть устроено, чтобы маме было удобно в футболке. Заказали пошив в двух расцветках, каждая расцветка в размерном ряду от 44-го до 50-го. Подрядчиком стала одна из многочисленных фирм, которая занималась производством сувенирной продукции: футболки, поло, ветровки, бейсболки, холщовые сумочки...

Называлась эта компания, кажется, «Трикотаж-Опт...» и что-то там еще. Сочетание в названии букв Ж, О, А и П, по идее, должно было меня насторожить. Но тогда еще, видимо, не выработалось предпринимательское чутье. Мы с женой разместили заказ и три недели радостно ждали, пока его изготовят.

Сейчас довольно забавно оглядываться назад и вспоминать свои завышенные ожидания. Мы были очень горды тем, что вот так взяли и начали собственный бизнес. Первую партию футболок заказали с красивым вышитым логотипом (за дополнительную плату). В наших представлениях результат должен был выглядеть просто идеально.

В итоге же, когда мы открыли коробки и примерили футболки, челюсть просто упала на пол!..

Казалось, ихшили по лекалам для внеземных форм жизни (утрирую, конечно, просто хотелось посадки и качества как от Gucci). Рукава оказались значительно длиннее, были и другие мелкие недостатки. Сразу вспомнились удивленные глаза технолога производства, которая долго не могла понять, какую такую «неведому зверушку» мы хотим заказать. Очень долго объясняли ей, что одежда для кормления имеет специальный секрет, особый крой, который позволяет незаметно кормить ребенка грудью даже в общественных местах.

Все особенности конструкции и наши пожелания пришлось показывать буквально на пальцах. Сейчас я понимаю, что по-хорошему вначале стоило сшить образец и тщательно все проверить, а в случае проблем на потоке — забраковать всю партию и заставить переделать изделия. Но нужного опыта у меня еще не было. Погоревали, посоветовались и решили попробовать продать как есть...

К счастью, наши клиенты отнеслись к некоторому несовершенству футболок очень лояльно, претензий к качеству не было, тираж разошелся очень быстро.

Я благодарен нашим первым покупателям за то, что они поверили в нас и наш товар (знаю, звучит пафосно, но для меня это все равно одно из важных воспоминаний).

## **Как набраться смелости, чтобы вкладывать деньги в развитие**

### ***Дмитрий:***

Вообще я, наверное, не ошибусь, если скажу, что первый бизнес и его начало никогда не забываются. Это как первый автомобиль. Или как первая любовь.

Мы отчаянно хотели развивать этот проект и превратить его в полноценный бизнес, но у нас не было ни начального капитала, ни производственных мощностей, ни сайта, ни складских запасов, ни бренда. И на каждом шагу нас подстерегали грабли. Например, мы быстро придумали название для бренда, но потом выяснилось (внезапно!), что это слово уже было зарегистрировано другими людьми.

Короче говоря, для успешного старта у нас не было ничего, кроме голой... эм-м... веры в себя и энтузиаз-

ма. Так казалось. Хотя на самом деле опыт и образование все же имелись.

По диплому я экономист-международник, за плечами десять лет работы и руководства внешнеэкономическими отделами разных компаний. В 2006–2007 годах я работал в небольшой, но весьма известной в узких кругах логистической фирме. Кроме того, время моего обучения в институте пришлось на начало и середину девяностых — тот самый период, который сейчас называют «лихие 90-е». В это самое время мои родители решили уйти с завода, где они работали инженерами, и запустить мелкую оптовую торговлю одеждой. Мне пришлось им помогать. В семье считали каждый рубль, и продажа одежды стала настоящим общим семейным делом, в котором участвовала даже бабушка.

Тогда были очень популярны поездки за товаром в Польшу, это называлось «челночить». Причем из России везли на продажу что угодно — начиная от монет и часов и заканчивая популярными тогда фотоаппаратами. Все это продавалось на местных польских рынках. Там же мы покупали польские вещи, чтобы реализовать их уже в Москве.

Сейчас в это трудно поверить, но в начале 90-х в России (даже в столице) сложно было купить одежду, обувь. Не было ни разнообразия ассортимента, ни нужных размеров. Все было в дефиците, поэтому любые товары распродавались очень быстро. В общем, за несколько лет я объездил почти всю Польшу, поработал продавцом на рынках Варшавы и Москвы.

Было много разных случаев, приходилось общаться с контрабандистами сигарет, авантюристами, наркоманами, в поезде легко могли обворовать, один раз нас выследили, напали и хотели ограбить. К счастью, мы ездили тогда закупаться не поодиночке, а группами, среди нас было много мужчин, так что смогли