

Михаил Хомич, Юрий Митин  
Идея на миллион: 100 способов начать свое дело



Текст предоставлен правообладателем [http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=7252522](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=7252522)  
«Идея на миллион: 100 способов начать свое дело / Юрий Митин, Михаил Хомич»: Альпина Паблицер;  
Москва; 2013

## Аннотация

*Хотите начать свое дело, но считаете, что все ниши заняты и уже не придумать ничего нового? Это заблуждение! Не только воздух полон идей, как утверждал Генри Форд, но и даже эта книга содержит сотню бизнес-идей на любой вкус и стартовый капитал. Описание каждой бизнес-идеи состоит из 4 разделов: «Суть идеи», «Целевая аудитория», «Бизнес-модель и инвестиции», «Риски». О преимуществах и недостатках каждой идеи высказался авторитетный эксперт. Если 99 идей из 100 вы сочтете бредовыми, а одна вам понравится, и на ее основе вы создадите успешный бизнес, – значит, книга оправдала возложенные на нее надежды. В конце концов, предпринимательство – это не выбор идеи, это – образ мышления.*

## Михаил Хомич, Юрий Митин Идея на миллион: 100 способов начать свое дело

Руководитель проекта И. Гусинская

Компьютерная верстка О. Ким

Корректор М. Смирнова

Арт-директор С. Тимонов

© Митин Ю., Хомич М., 2012

© ООО «Альпина Паблишер», 2013

© Электронная версия книги подготовлена компанией ЛитРес ([www.litres.ru](http://www.litres.ru))

\* \* \*

## Предисловие

Я много раз слышал в свой адрес от молодых и не очень людей: «Ты начинал свой бизнес в начале 1990-х, это было время, когда все дороги были открыты! А сейчас уже трудно найти свою нишу». Наверное, у каждого времени есть свои плюсы и минусы, но я не сомневаюсь, что и сегодня возможностей для предпринимателей невероятно много. И книга, которую вы сейчас держите в руках, не просто доказывает это, но и достаточно подробно такие возможности описывает. Скажу честно, что далеко не все предложенные бизнес-идеи лично мне кажутся привлекательными. И это нормально – у каждого из нас свой опыт, свой характер, свои предпочтения. Я уверен, что многие смогут найти среди описанных проектов свой будущий бизнес. Но главная ценность книги, на мой взгляд, в другом. В том, что, внимательнее посмотрев на любой процесс, на любой предмет, можно придумать, как их усовершенствовать. Каждому студенту бизнес-школы известно, что хорошие продавцы продают не сверло, а дырку в стене – то есть то, что клиенту нужно получить от сверла. И если научиться искать проблемы и анализировать потребности людей, как это делают авторы, то каждый читатель сможет придумать свои собственные «идеи на миллион».

Недавно на одной из конференций Пекка Вильякайнен, советник президента Фонда СКОЛКОВО, так сформулировал цель поддержки предпринимательства в нашей стране: «День, когда в России родители будут советовать своим детям открыть собственный бизнес, вместо того чтобы устроиться на работу в госкомпанию или органы власти, ознаменует, что Россия совершила прорыв в деле построения своего процветающего будущего». Я искренне верю в то, что именно предприниматели меняют наш мир. И если благодаря этой книге появятся новые компании – а я в этом не сомневаюсь, – то авторы и издатели внесут свой вклад в наше будущее вместе с вами, уважаемые читатели! Верьте в себя и делайте наш мир лучше!

Удачи!

*Алексей Комиссаров,  
предприниматель, руководитель Департамента науки,  
промышленной политики и предпринимательства города Москвы*

## Вступление

Как преподаватели МГУ, мы уже давно заметили одну проблему: в нашей стране множество людей по окончании университета начинают работать не на себя, а на других. Почему? Самый популярный ответ звучит так: «У меня пока нет бизнес-идеи, ради которой можно бросить работу». Конечно, дело здесь не только в идеях – на самом деле это в том числе и вопрос личной отваги.

Но раз уж почти все ссылаются на отсутствие бизнес-идей, мы решили рассказывать о вариантах начала бизнеса. Мы это делаем всеми возможными способами – и на курсах, которые мы ведем, и на радио «КоммерсантъFM» в передаче «Идея на миллион» и в выступлениях на телевидении.

С тех пор как мы начали такую пропаганду, десятки бизнес-идей, о которых мы рассказывали, уже заработали в России. Значит, дело сдвинулось с мертвой точки.

Теперь мы решили в одном месте собрать целых сто вариантов начала собственного бизнеса – сто бизнес-идей. Так появилась эта книга. Некоторые из представленных в ней идей уже реализованы за границей, а некоторые даже воплощены в жизнь и у нас.

Вообще, писать и рассказывать о бизнес-идеях, как мы это делаем каждый день на радио «КоммерсантъFM» в программе «Идея на миллион», – дело неблагодарное. Почему? Да просто восприятие каждой бизнес-идеи проходит три стадии. Первая – «Что за ерунда?», вторая – «Может быть, получится», и наконец третья – «Кто ж этого не знал!».

Поэтому будьте готовы к тому, что первая реакция на любую вашу идею будет негативной, например: «Да такое уже есть!» Это вообще удивительно странный ответ – ну и что, что есть? В Москве же не один ресторан! В любом случае в неприятии вашей идеи нет ничего страшного: такое проходили все выдающиеся предприниматели, включая долларовых миллиардеров. Тому же Ричарду Брэнсону неудачу прочили как в случае с запуском Virgin Cola, так и при создании Virgin Atlantic. И если газировка действительно провалилась, то с авиакомпанией все прекрасно!

Для того чтобы нас не считали голословными, мы снабдили каждую идею отзывом эксперта. Это специалисты в различных сферах бизнеса – как сотрудники корпораций, так и предприниматели. Мы специально не стали корректировать отзывы, хотя некоторые из них негативные. Но мы уже подчеркивали: негативный отзыв – это совсем не приговор бизнес-идее. Возможно, это лишь повод немного ее переформатировать, посмотреть на нее с другой стороны.

Мы знаем множество примеров (правда, чтобы не пугать, не стали включать их в эту книгу), когда идеи, занимавшие первые места в рейтингах странных и провальных бизнес-идей, делали рискнувших предпринимателей миллионерами. Учитывайте советы экспертов и не бойтесь рисковать!

Кстати, именно поэтому в бизнес-инкубаторе МГУ<sup>1</sup>, которым мы руководим, мы никогда не отмечаем идею сразу. Мы смотрим на команду, объем рынка и на множество других показателей. И только тогда делаем вывод.

Описание каждой бизнес-идеи состоит из 4 разделов: «Суть идеи», «Целевая аудитория», «Бизнес-модель и инвестиции», «Риски». Хотим особо отметить, что большинство инвесторов оценивают идеи как раз по этим критериям. Поэтому, когда вы будете делать презентацию бизнес-идеи для получения инвестиций, не забудьте детально проработать именно эти аспекты

---

<sup>1</sup> Бизнес-инкубатор МГУ – инфраструктурная площадка для создания и развития инновационных проектов в различных отраслях науки и бизнеса. Является подразделением Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова. (Здесь и далее прим. ред.)

бизнеса.

Теперь подробнее коснемся стартового капитала для начала бизнеса. Все идеи мы отсортировали по объему необходимых первоначальных инвестиций. Если первая группа идей требует начальных затрат до 150 000 руб., то последняя – от 1 млн и выше. Очень важно, что это стартовые инвестиции – для развития бизнеса могут потребоваться и большие средства. Но почти любую идею можно проверить, поначалу потратив вполне разумные средства. Не стоит ждать «ту самую идею», лучше немного вложиться сразу в несколько, а затем, найдя самую перспективную, делать свой окончательный выбор.

Будьте оптимистами, сделайте первые продажи в своем бизнесе – и лишь после этого оценивайте перспективность своей идеи.

Помните, начать заниматься своим бизнесом никогда не поздно. Полковник Гарлан Сандерс создал сеть ресторанов фастфуда KFC, когда ему было около шестидесяти лет. Даже если сейчас вы работаете на корпорацию и ждете бонуса, еще не поздно начать совмещать эту работу с собственным бизнесом. В конце концов, ничто не мешает позвонить парочке потенциальных клиентов или, например, опробовать идею на ваших друзьях в социальных сетях.

Если вы сочтете 99 идей действительно бредовыми, а одна вам понравится и на ее основе вы создадите успешный бизнес, мы будем счастливы. Ведь мы надеемся, что эта книга подтолкнет вас к созданию своего бизнеса. И не обязательно при помощи одной из представленных бизнес-идей. В конце концов, предпринимательство – это не выбор идеи, это – образ мышления. А если вы решите использовать одну из описанных нами бизнес-идей – мы с радостью поможем советами.

Наши контакты:

**Михаил Хомич**

Facebook: Mikhail Khomich

mkhomitch@gmail.com

**Юрий Митин**

Facebook: Yury Mitin

yury.mitin@gmail.com

Плюс, конечно, слушайте «Идею на миллион» на «КоммерсантъFM».

Мы уверены, что Россия – страна не только гениальных изобретателей, но и отличных предпринимателей.

Что дальше? Как сказал Ричард Брэнсон, «к черту все! Берись и делай!».

*Михаил Хомич и Юрий Митин*

## Эксперты



**Баранов** Александр – руководитель проектов в Центре технологических исследований Сбербанка России, координатор деятельности венчурного фонда банка. Магистр экономических наук в Российской экономической школе (РЭШ). Занимался консультированием по операционной деятельности украинских и североамериканских компаний металлургического холдинга.



**Белонощенко** Юрий – генеральный директор УК «Уралсиб». Работал в инвестиционной компании «Тройка Диалог» в качестве содиректора направления «Персональные инвестиции и финансы». Является сертифицированным бизнес-тренером Центра предпринимательства США – Россия.



**Вертоградов** Владимир – коммерческий директор компании «Норбит», работающей в области информационных технологий. Специалист по продажам и маркетингу, автор книги «Управление продажами»<sup>2</sup>. Директор Экономико-математической школы при экономическом факультете МГУ, один из руководителей Центра студенческих проектов.



**Вировец** Юрий – сооснователь и президент рекрутинговой компании HeadHunter. Занимался преподаванием, продажами, бухгалтерией. С 1998 г. работает в кадровом бизнесе. С 2007-го занимается бизнес-ангельскими инвестициями в интернет– и технологические проекты.



**Егоров** Андрей – исполнительный директор Открытого университета СКОЛКОВО (ОтУС). Организатор конференций TEDxSkolkovo по лицензии мировой конференции TED. Посол Университета сингулярности<sup>3</sup> в России. Один из основателей фонда знаменитого

---

<sup>2</sup> Вертоградов В. Управление продажами.? – М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест, Институт экономических стратегий, 2003. 128 с.

<sup>3</sup> Университет сингулярности (The Singularity Institute) – некоммерческое учебное заведение в Кремниевой долине (США), основной целью которого является изучение и продвижение существующих технологий и технологий будущего.

русского философа Александра Пятигорского. Директор по развитию и член отборочного комитета Фестиваля актуального научного кино «360 градусов». В 2004–2010 гг. работал в Группе компаний «Ренова».



**Колтович** Сергей – глава ТНК-Авиа, авиатопливного подразделения нефтяной компании ТНК-ВР.

Проработав в коммерческом дивизионе компании Airbus, пришел в «Аэрофлот», где создал и возглавил департамент планирования и развития парка воздушных судов. Сотрудничал с австрийской Jetallaince Holding AG, одним из крупнейших операторов частных самолетов. В 2012 г. получил степень Executive MBA Московской школы управления СКОЛКОВО.



**Мотин** Максим – глава консалтинговой компании Football Market. Депутат муниципального собрания московского района Печатники. Учредитель собственного благотворительного фонда «Футбол – детям», помогающего воспитанникам детских домов. Преподает спортивный менеджмент в Государственном университете управления и на факультете журналистики МГУ им. Ломоносова. Работал журналистом, а также руководителем пресс-службы и директором по развитию футбольного клуба «Москва». В 2008 г. основал экспериментальную театральную студию Royal.



**Носик** Антон – медиадиректор компании SUP, один из первопроходцев Рунета, журналист и стартап-менеджер. Работал заместителем генерального директора холдинга «Объединенные медиа», главным редактором портала деловых новостей bfm.ru, советником Rambler Media Group. Возглавлял интернет-холдинг Rambler. Известен как создатель сайтов bfm.ru, «Газета. ru», Lenta.ru, Vesti.ru, NTV.ru (ныне NewsRu.Com) и ряда других. Один из первых русскоязычных пользователей сервиса блогов LiveJournal. Учредитель благотворительного фонда «Помоги. org».



**Райт** Лоуренс – директор по стартап-проектам Московской школы управления СКОЛКОВО. Идеальный вдохновитель и основатель программы Стартап Академии СКОЛКОВО – модульной программы для желающих открыть или развить собственный бизнес. Работал исполнительным директором компании Xlerate Technologies. Являлся заместителем исполнительного директора Международного научно-технического центра, на базе которого создал первую в России программу поддержки коммерциализации технологий.



**Сафронов** Иван – предприниматель, управляющий партнер FutureToday – компании, работающей в сфере подбора персонала из числа молодых специалистов. С 2010 г. управляет лондонским офисом FutureToday и занимается международными проектами в рамках сети OneAgent.



**Свинин** Александр – основатель и руководитель проекта SmartStart, помогающего молодым специалистам найти работу и стажировку через социальные сети. Выпускник Стартап Академии СКОЛКОВО.



**Солопов** Дмитрий – соучредитель и вице-президент рекламной группы «Идальго». Работал корреспондентом на радио «Эхо Москвы» и в изданиях ИД «Коммерсантъ». Занимал руководящие должности на радио «Сити-FM», Relax FM и NewTone FM, в УК «Объединенные Медиа». Работал главным редактором радио Business FM и «КоммерсантъFM». Лауреат VIII Ежегодной национальной премии «Медиа-Менеджер России – 2008».

## Часть I. Идеи со стартовыми инвестициями до 150 000 руб.

## 1. Выгул собак

### Суть идеи

Не все бизнес-идеи основаны на каких-то высоких технологиях. Прекрасно заработать можно и на братьях наших меньших. В США бизнес на домашних животных приносит миллиарды. Например, такая идея, как выгул собак за деньги, вполне применима и в России.

Что делаем? Просто выгуливаем собак, а лучше нанимаем людей, которые выгуливают собак. Механизм не сложен: собираем питомцев из одного дома или квартала, а затем совершаем с ними прогулку. По завершении спокойно разводим счастливых животных по домам. Стоимость одного выгула может составлять от 300 до 1000 руб. в зависимости от частоты заказов.

### Целевая аудитория

В первую очередь – собаководы. Хотя убедить сограждан, что любимого пса можно кому-то доверить, – задача сложная.

### Бизнес-модель и инвестиции

Ясное дело, что крайне важно оптимизировать бизнес с учетом местонахождения клиентов. Пожалуй, лучшим рекламным каналом, помимо сайта, станут старые добрые листовки и объявления в электричках. Со временем портфель услуг можно будет дополнить продажей различных аксессуаров для животных.

Это достаточно тяжелый бизнес, он крайне сложно масштабируется. Во-первых, придется потратиться на поиск качественных сотрудников, любящих животных и готовых каждое утро их выгуливать. Во-вторых, придется запастись терпением и деньгами на рекламу. Главный секрет успеха – надо самому любить собак!

### Риски

1. Нужно быть готовым к жалобам потребителей. Случись что с питомцем – конец вашей репутации, и горю хозяина не будет предела, к тому же он может подать иск в суд.

2. Собаки хорошо чувствуют отношение к себе. Не найдете «правильных» сотрудников – не сможете реализовать свою идею.

3. Продвинуть такую затею будет сложно – придется хорошо рекламироваться в выбранном районе.

### Мнение эксперта

*Максим Мотин:* «Не думаю, что найдется много желающих доверить своего питомца незнакомому человеку. Тем более делать это на регулярной основе. Учитывая масштабы Москвы, идея кажется утопической. Скорее она актуальна для небольших городов, но там и спрос будет минимальным. Быть может, целевая аудитория – пожилые или больные люди. Им тяжело выгуливать собаку, и данную услугу могли бы оплачивать родственники».



## 2. Демотиваторы

### Суть идеи

Два факта. Первый: смешные рисунки – фотожабы и демотиваторы – пользуются большой популярностью в Facebook. Факт второй: людям нравится вешать на стены своего рабочего помещения плакаты. Давайте попробуем из этих двух фактов сделать бизнес.

Договариваемся с типографией и начинаем изготавливать большие плакаты на основе демотиваторов, заполонивших Интернет. Уверены, профильные сайты поддержат такую инициативу, ведь она работает и на их популярность. На плакатах будем указывать имя автора – с авторским правом все должно быть в порядке. А дальше все просто: вы зашли на сайт, выбрали рисунок, формат, качество – и ждете курьера.

### Целевая аудитория

Это, как сейчас модно говорить, сетевые хомячки и прочий офисный планктон. То есть основные потребители данного контента в Facebook. Соответственно, основным рекламным каналом проекта должны стать социальные сети – Facebook, «ВКонтакте» и Twitter.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

В реальности у данного проекта только одна статья затрат – маркетинг. Ведь и договоренности с типографией, и простенький сайт, и небольшой штат – это все стоит не более 150 000 руб. А вот продвижение потребует действительно серьезных расходов. Впрочем, при стоимости плаката от 200 руб. идея может окупиться уже за полгода.

### **Риски**

1. Эту идею скопировать легче легкого. Важно обязательно стать первым, причем быстро.
2. Авторские права могут стать предметом спора – соответственно, есть риск задержки развития бизнеса.
3. Наконец, вы очень зависите от веяний в Интернете. Прошла мода – и о вас забыли.

### **Мнение эксперта**

*Антон Носик:* «Не вижу ни одной причины, по которой бы услугу по распечатке изображений из Интернета следовало ограничить демотиваторами. Полиграфия – простой и понятный бизнес. Ты вкладываешь деньги в печатное оборудование и расходники, которые не по карману обычному пользователю, и начинаешь торговать распечатками любых изображений, которые клиент увидел в Интернете и захотел видеть на стене своей квартиры/офиса. Характер изображения не имеет ни малейшего значения для бизнеса: наиболее востребованной тут будет распечатка собственных фотографий заказчика, которые он сделал на мыльницу, зеркалку или мобильный телефон, а дальше хочет их обрамить и повесить на стену или подарить кому-нибудь на день рождения. Проблемы с реализацией идеи хорошо известны: высокая себестоимость оборудования и сопутствующей логистики, большая конкуренция на рынке и техническая сложность преобразования картинок, изначально создававшихся в веб-разрешении, в печатный формат».



### 3. Единая система перепродажи учебников

#### Суть идеи

Студенты покупают учебники каждый год. Через год только очень небольшой процент студентов перепродает или отдает знакомым свои учебники. Книги пылятся у них дома на полках, а новое поколение учащихся в основном тоже покупает новые пособия. Отсюда и появилась эта бизнес-идея.

Идея в том, чтобы организовать единую систему перепродажи учебников. В июне, после окончания курса, студенты продают либо сдают свои книги в специально организованные пункты приема, в сентябре их покупают те, кто пришел учиться им на смену.

#### Целевая аудитория

Студенты всех вузов России. Для начала можно начать с Москвы, к примеру с МГУ, где более 40 000 студентов. Кстати, один студент экономического факультета МГУ уже смог опробовать данную бизнес-идею и заработал на одной группе в 30 человек 70 000 руб.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Бизнес-модель купли-продажи. Грубо говоря, скупаем книги за полцены, а продаем с наценкой в 30 %.

Чтобы сделать обычный простенький сайт, потребуется один студент-программист и 15 000–20 000 руб. Для рекламы подойдут социальные сети, где можно пиариться среди студентов выбранного вуза.

Также необходимо организовать логистику – перевозку книг. Для этого нужно два-три курьера, это еще 50 000 руб. в месяц. Плюс арендовать помещение для складирования, хотя для начала можно книги хранить в гараже либо квартире. Итого, для быстрого старта необходима сумма в размере 150 000 руб.

### **Риски**

1. Конкуренция со стороны библиотек, где книжки можно получить абсолютно бесплатно.
2. Достаточно сложно масштабировать данную бизнес-идею, так как у каждого вуза есть студенческий союз, который может препятствовать росту бизнеса, просто скопировав вашу идею.
3. Сезонность бизнеса. Основные доходы будут поступать в сентябре и январе, когда студенты возвращаются к учебе после каникул. В другие месяцы продажи будут нулевые.

### **Мнение эксперта**

*Владимир Вертоградов:* «Хороший бизнес на время учебы в вузе. Затраты на запуск можно снизить, если использовать готовые интернет-сервисы для “витрины”, а книги выкупать только тогда, когда найден покупатель. В идеале также надо продумать правовую сторону этого бизнеса, так как, несмотря на микроуровень, налоги платить придется».



#### 4. Звери напрокат

##### Суть идеи

Иногда нам пишут, что некоторые наши идеи лежат на поверхности. Что ж, если и так, почему же они до сих пор не реализованы? Но эта затея уж никак не покажется очевидной. Итак, иногда дети очень просят завести зверушку. Основной контраргумент взрослых – «а кто будет ухаживать?». Сначала дети клянутся, что не будет никаких проблем, а потом остывают к своим обязанностям. Каков же выход?

Сдаем домашних животных в аренду. То есть создаем при нескольких приютах сайт, на котором можно выбрать любого питомца и на любой срок – на выходные, на лето или даже на год. После этого зверя привозят домой, и начинается испытательный срок.

Не спешите обвинять нас в цинизме – удивительно, но такие безумные затеи вполне работают, например, в Европе и США. Кстати, потенциальные хозяева на деле становятся

вполне реальными.

### **Целевая аудитория**

Желающие завести животных, которые никак не могут решиться на ответственный шаг. А тут такой удобный «тест-драйв».

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Рекламировать идею придется нишевыми методами – через социальные сети и блоги. Хотя может сработать и реклама в подъездах.

Затраты тут больше моральные – волнения о том, как пойдут дела у временных питомцев. Что касается финансов, то они потребуются на создание сайта (около 70 000 руб.), поиск одного сотрудника для наполнения сайта и небольшой пиар. Всего можно уложиться даже в 150 000.

### **Риски**

1. Что делать с покусанными арендаторами недовольных зверей?
2. Несколько неудачных «аренд» могут негативно повлиять на психику животного.
3. Не стоит забывать о старте – надо заложить больше времени на договоренности с владельцами питомников.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Будьте готовы, что ваших питомцев будут часто сдавать вам обратно. И прежде чем вы наберете обороты – до того, как у вас появится большой выбор и большой спрос, это станет реальной проблемой – кормить и содержать всех тех, от кого уже отказались или пока еще не выбрали. Но если вы любите животных и такое их количество для вас только радость, это отличная идея. Можно не только заработать (а спрос наверняка будет), но и хотя бы частично решить проблему брошенных животных, оказавшихся ненужными».



## 5. Календарь на продажу

### Суть идеи

Когда люди слышат необычную и странную бизнес-идею, то первое желание – найти в ней как можно больше недостатков и полностью убить в авторе идеи всякое желание ее реализовать. Слава богу, что иногда находятся смельчаки, которые идут наперекор общему мнению. Так, сайт One Million Dollar Page, на котором продавали отдельные пиксели для размещения рекламы и информации о себе, принес основателю более \$2 млн. Давайте поговорим о похожей идее – о календаре с продающимися датами.

Делаем сайт, на котором можно купить день. Да, именно так. Любой человек может зайти на сайт, выбрать, например, свой день рождения или день рождения своей половинки и приобрести его всего за 50 руб. В результате все увидят, что день уже занят вами, и даже смогут прочитать ваше персональное послание половинке.

Конечно же, важно не забыть о скидках и дополнительных возможностях за массовые покупки дней. Например, купил месяц – можешь разместить видео. А праздничные дни можно продавать по повышенному тарифу.

### **Целевая аудитория**

С целевой аудиторией тут не очень – это фрики и гики. Конечно, надо будет раскрутить календарь в социальных сетях – Twitter и Facebook. Но все равно, рассчитывать на массовый спрос уж точно не приходится. В конце концов, дней в году меньше, чем пикселей на странице.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Вот тут самая приятная часть. Сделать сайт с календарем стоит действительно дешево. Правда, обольщаться не стоит – пока этот календарь не станет популярным, массовых покупок не будет.

Впрочем, те, кто вкладываются в такие идеи, понимают, что их покупатели – это те, кто купят дни «по приколу».

### **Риски**

1. Очень нишевая идея, поэтому существует совершенно очевидный риск не дойти до больших оборотов.

2. Необходимость набрать аудиторию связана со значительными расходами на маркетинг, что опять-таки затрудняет окупаемость.

3. Необходима качественная реализация проекта. Придется сделать такой сайт, чтобы на него было бы действительно приятно заходить и хвастаться купленным днем.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Идея действительно не требует практически ничего, кроме очень хорошей раскрутки – пиксели на упомянутом сайте раскупили после того, как про этот сайт рассказали на многих телеканалах. Такая реклама представляется слишком дорогой и рискованной. Но если вы знаете, как привлечь к этой идее журналистов, разыскивающих интересный сюжет для воскресной программы, или популярных блогеров (желательно, не только в нашей стране), эта идея может вас озолотить!»



## 6. Магазин «Кот в мешке»

### Суть идеи

Есть интернет-магазины, которые продают только один тип товара, например, бытовую технику. Есть такие, которые торгуют всем подряд – от книг до носков. А может, стоит сделать магазин, который будет торговать просто «чем-то»?

Открываем интернет-магазин, в котором можно купить «что-то». То есть вы платите, сами не зная, за что. Цена всегда фиксирована – скажем, 500 руб. Дороже – страшно. За эти деньги покупатель получает какой-то товар, каждый раз это что-то разное. Главное – если покупатель считает, что пришедшая вещь стоит дешевле 500 руб., ему возвращают деньги.

Считаете, бред? По-нашему, очень интересная идея. Опять-таки сюрпризы никто не отменял. К тому же наберите в Google слово «SomethingStore» – увидите, что в США такой магазин уже функционирует. И периодически рассылает очень дорогие вещи.

### Целевая аудитория

Конечно, это нишевая идея. В первую очередь она привлечет фриков, которые любят тратить деньги на красивые идеи. Кроме того, целевой аудиторией станут посетители магазина Студии Артемия Лебедева, «Республики» и веб-лавок типа Smile-smile.

### Бизнес-модель и инвестиции

Сделать интернет-магазин несложно. Есть готовые шаблоны даже за 15 000 руб. В американский сайт вряд ли вложили более \$3000.

Рекламу будем давать, конечно, в социальных сетях. Но где брать товар? Найти что-то привлекательное за 500 руб., да еще и с доставкой – это большая проблема. Хорошо бы получить доступ к таможенному конфискату. И, как ни страшно назначать фиксированную цену выше 500 руб., лучше, чтобы она составляла 1000.

### Риски

1. Могут быть проблемы с доставкой: в России она стоит значительно дороже, чем в США.
2. Если число потребителей будет слишком мало, ваши миллионы окажутся под угрозой.
3. Недовольные клиенты – еще одна помеха. У некоторых будут неоправданно завышенные ожидания.

### Мнение эксперта

*Антон Носик:* «Авторы подсмотрели вроде бы работающий в США проект и предлагают его клонировать в российских условиях, ни разу не задавшись вопросом: “А почему в США этот проект оказался успешен и есть ли у нас предпосылки, чтобы повторить не сам проект, а именно его успех?” Я вполне допускаю, что в России можно поднять и раскрутить успешный аналог SomethingStore. Только для этого мало клонировать американскую вывеску. Для российских условий нужно с нуля придумать два механизма: маркетинговый и коммерческий».



## 7. Ментор-мотиватор

### Суть идеи

В России не очень принято тратить на психологов. По крайней мере, спускать на них полсостояния, как в Штатах. С другой стороны, в бизнесе на зачастую непонятные советы консультантов уходят десятки тысяч рублей. Так давайте попробуем совместить бизнес и психологию и предложить услуги бизнес-мотиваторов. Или менторов-мотиваторов, как удобнее.

Для начала, если вы уверены в себе, вы можете сами стать ментором. В чем суть? Вы просто постоянно пинаете клиента: «А ты выполнил поставленную задачу? А почему нет? А когда сделаешь?» Практика показывает, что с кнутом дело движется гораздо быстрее. А если

вы и по бизнесу можете дать дельный совет – так еще лучше.

Но возможен и другой подход: вы открываете агентство менторов, где рекламируете уже раскрученных специалистов в области психологии и бизнеса, получая за это комиссию.

### **Целевая аудитория**

Целевая аудитория очень приятная – солидные бизнесмены, готовые платить большие деньги за полезные советы. Или даже небольшие компании, которым крайне важна постоянная мотивация и накачка на старте бизнеса. Рекламироваться будем на профессиональных конференциях и закрытых соцсетях, типа LinkedIn.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Инвестиции в этот бизнес можно рассматривать и как инвестиции в себя – ведь для того, чтобы стать ментором (да и в процессе менторства), придется получать новые знания. Затраты зависят от вашего желания. А в случае с агентством основные издержки пойдут на переговоры и маркетинг. Но это не больше пары сотен тысяч рублей. По крайней мере, на первого клиента.

### **Риски**

1. Высока конкуренция со стороны компаний, оказывающих консалтинговые услуги.
2. Чтобы масштабировать бизнес-идею, необходимо привлечение новых опытных менторов, а вот удержать на зарплате таких людей вряд ли получится.
3. Необходимо задаться вопросом: что будет, если советы и консультации приведут к убыткам компании-клиента? Юридические риски нужно учитывать, иначе бизнес ждут иски и судебные разбирательства.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Суть менторства, как мне кажется, состоит в навигации носителя бизнес-проекта или идеи – того, кто мотивирован на достижение результата, но при этом не имеет некоторых ресурсов, инструментов. Стараться же мотивировать и подталкивать человека, того не желающего, – это действительно психологическая задача, и бизнес-проект сюда лучше не замешивать».



## 8. Отель для растений

### Суть идеи

Не все бизнес-идеи, принесшие миллион, могут на первый взгляд показаться адекватными. Некоторые, как, например, очки для собак, попадали в списки самых сумасшедших идей. «Отель для растений» – бизнес-идея, развивающаяся в Европе, – тоже звучит достаточно странно.

Не всем удобно просить соседей ухаживать за цветами во время своего отсутствия. И ладно бы это был один цветок, так у некоторых дома настоящий дендрарий! Представляете, как здорово – к вам приезжают, аккуратно увозят все растения, а когда вы снова дома, их не только привозят здоровыми и окрепшими, но и расставляют по своим местам. Все это время растения ждут вас в специальном помещении. Цена услуги может начинаться от тысячи рублей.

### Целевая аудитория

Конечно, это нишевая бизнес-идея. Людей, столь преданных растениям, найти не так просто. Впрочем, таких стоит поискать на популярных женских форумах и специализированных сайтах. Как всегда, не стоит забывать и о B2B, так как пусть не вывоз, но профессиональный уход за растениями вполне может пригодиться, например, государственным учреждениям.

### Бизнес-модель и инвестиции

Откровенно говоря, тратиться на отель не придется. Достаточно более-менее чистого гаража или склада. Плюс надо будет раскошелиться на организацию логистики и сотрудников. Однако главная статья расходов – маркетинг, очень интенсивный, но при этом нишевый. Общие инвестиции на старт проекта могут уложиться примерно в 150 000–200 000 руб.

### Риски

1. Целевая аудитория – слишком узкий сегмент. Либо вы займете весь рынок, либо не окупитесь.
2. Если не обеспечить качество, бедные цветочки будут погибать один за другим.
3. Объяснять, зачем пользоваться такой услугой, придется долго. На маркетинг лучше заложить побольше.

### Мнение эксперта

*Юрий Белонощенко:* «Вопрос в окупаемости бизнес-модели. Машина, люди – все это может стоить дороже, чем попросить знакомого забежать на пять минут к вам и полить цветы. Скорее, эта идея – идея будущего, когда люди поймут, что растения – живые организмы, которым нужен не только уход, но и особое отношение. Обеспеченные клиенты смогут обойтись штатными помощниками, массовый сегмент предпочтет самостоятельные решения. Возможно, более реалистично совмещение этой услуги с отелем, например, для животных».



## 9. Печать визиток онлайн

### Суть идеи

Знакома ли вам такая ситуация: вы приходите на деловую встречу или конференцию, и в соответствии с деловым этикетом вам предлагают обменяться визитками? Дорогой офис в центре Москвы, все в костюмах, обсуждаются многомиллионные контракты – а визиток-то у вас и нет! Вы забыли их напечатать либо давно собирались, но никак не было времени. Именно такую проблему мы и предлагаем решить.

Открываем сайт под названием «Печать визиток онлайн». Создаем простую форму, которую можно заполнить прямо в Интернете. Придумываем 10–20 шаблонов деловых визиток. И прикручиваем формы оплаты. Причем дизайн, заказ и оплата делаются в три клика. Дальше курьер привозит вам готовые визитки. Идея вроде самая простая, только вот в России миллиард на этом пока не заработали.

### Целевая аудитория

Малый бизнес, когда руководители постоянно заняты, а система корпоративного управления еще не выстроена. И когда нет возможности заставить секретаршу сделать устраивающие вас визитки.

Другая интересная аудитория – это творческая молодежь, фрилансеры и хипстеры, которым нужно быстро и недорого сделать яркие визитки.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Сайт плюс движок, плюс конструктор визиток – это укладывается в 150 000 руб. И это все. Курьерская служба прекрасно работает на аутсорсинге. Реклама и продвижение – через социальные сети и блогосферу. Ну а дальше начинаем продавать визитки, скажем 500 руб. за 200 штук. Плюс доставка – еще 300 руб.

Ну а дальше – оборотная бизнес-модель и миллионные продажи. К примеру, в Америке подобная компания уже заработала сотни миллионов долларов.

### **Риски**

1. Главное – сделать нормальный движок на сайте, потому что на данный момент делать визитки в Интернете – одно мучение.

2. Не наберете клиентов – юридических лиц, ничего не получится, готовьтесь заниматься продажами.

3. И не забудьте о защите технологии, зачем самим создавать себе конкурентов?

### **Мнение эксперта**

*Дмитрий Солопов:* «Это увлекательная бизнес-идея. Хотя сейчас можно брать и делать. Конечно, надо найти крупных клиентов еще до старта, но в целом на рынке эта ниша еще не занята. В общем, готов даже поучаствовать. А главное – не повторить ошибок существующих игроков на нашем рынке».



## 10. Разборки понарошку

### Суть идеи

Начинающим бизнесменам действительно не хватает экстремальных бизнес-идей. Почему бы не заняться, скажем, организацией вывоза в лес или закатки в бетон? Мы не шутим – особенно для российских фирм такие формы стимулирования сотрудников еще недавно были вполне актуальны.

В один прекрасный день к вашему офису подъезжает тонированная иномарка. Крепкие парни загружают парочку сотрудников в багажник и молча увозят в лес. Возможно использование кляпов. По приезде людям вежливо предлагается начинать копать. И вот, когда мысль о возможном розыгрыше уже покинула отчаявшихся, выходит директор и поздравляет сотрудников с повышением. Или с началом нового проекта.

### Целевая аудитория

Основа аудитории – отечественные компании, которые любят здоровую шутку или пытаются сделать свой корпоратив чем-то действительно необычным. Другой сегмент –

любители веселых подарков на день рождения. Одна наша знакомая испытала такие методы на себе – отзывы самые восторженные. Да и судя по тому, что в России уже есть пара подобных сайтов, – перспективы форест-менеджмента отличные.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Затраты символические. Людей с машинами можно найти сразу. Лесов вокруг Москвы множество. Главное тут сайт (можно сделать тысяч за 50) и раскрутка в социальных сетях – на старте еще около 100 000 руб. А дальше сарафанное радио сделает свое дело. Главное – не переборщить, ведь основной риск проекта – юридический. А ну как люди в суд подадут – тогда точно придется в лесу оставлять...

### **Риски**

1. Судебные разбирательства с недовольными клиентами.
2. Нестабильность доходов. Чтобы они были стабильными, в таком бизнесе необходимо наличие и более стандартных и миролюбивых услуг по мотивации сотрудников.
3. Скопировать идею не составит труда для уже существующих на рынке игроков.

### **Мнение эксперта**

*Владимир Вертоградов:* «Бизнес с дикими юридическими рисками, и достаточно нескольких исков от нервных клиентов – а не дай бог, у кого-то на нервной почве начнутся серьезные проблемы со здоровьем, – чтобы бизнес закрылся сам собой. Ни в коем случае не рекомендую».



## 11. Реклама на парковках

### Суть идеи

Вы не задумывались, почему все почти парковки выглядят так уныло? Почему бы не решить эту проблему? Например, на местах, отведенных для стоянки автомобилей, можно рисовать рекламу известных брендов. Как приятно припарковаться, скажем, на Coca-Cola! В общем, это рекламная площадь, которая почему-то не занята.

Создаем компанию, которая специализируется только на такой рекламе. Договаривается с торговыми центрами и другими собственниками парковок. Конечно, придется нанять дизайнеров для разработки проекта граффити и художников.

Также никто не мешает использовать стены – просто надо разобраться с требованиями пожарной безопасности. Пока люди ищут авто – смотрят на рекламу.

### Целевая аудитория

Все, кому нужна реклама. Реальными клиентами станут рекламные агентства, которые будут перепродавать услуги крупным корпорациям.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Ваша задача – стать экспертом в рекламе на парковках, а дальше клиенты сами придут к вам. Да и торговые центры будут продавать новые рекламные площади, а значит – и ваши услуги.

Инвестировать придется в сотрудников и создание новой фирмы. Но это все мелочи по сравнению с переговорами, которые придется провести, и знаниями о парковках и правилах безопасности, которые придется получить.

Но все равно – для старта первого проекта хватит и пары сотен тысяч рублей.

### **Риски**

1. Переговоры с владельцами парковок – удовольствие дорогое. Без знакомств не обойтись.

2. Не забудьте о государственных органах регулирования. Без их вмешательства (читай – затрат) тут не обойдется.

3. Услуга должна быть качественной. Внимательно изучите соответствующие технологии на рынке.

### **Мнение эксперта**

*Сергей Колтович:* «Идея хорошая. Не обязательно начинать с чего-то масштабного. Выход на владельцев нескольких парковок и представителей соответствующих государственных органов не кажется чем-то очень уж сложным. Больше рисков в самом исполнении. Привлекает то, что для начала не нужно иметь больших средств».



## 12. Собаки у магазина

### Суть идеи

Если вы собаковод, то знаете, что в магазины со своим четвероногим другом не зайти. Приходится оставлять пса скучать дома или привязывать его у двери магазина. Оба варианта не особо приятны. Например, породистых собак могут попросту украсть или отвязать ради шутки. Выхода нет? Как бы не так!

Эта идея родом из Норвегии. Ставим рядом с магазином небольшую камеру хранения типа телефонной будки. В каждой ячейке – удобная лежанка для собачки, дырочки, чтобы поступал воздух, и даже небольшая мисочка с кормом и водой. Естественно, ячейка запирается. За пользование надо оставить, скажем, 50 руб.

### Целевая аудитория

Эту идею можно продать крупным магазинам. Они уж точно не будут против установки таких будочек – ведь это повод для дополнительного пиара, который будет полезен и вам.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Почему бы не начать с одной такой камеры хранения? Если люди (а главное, собаки) будут довольны, проект можно будет масштабировать в другие торговые сети.

Больших расходов не предвидится. Сама будка не стоит больше 30 000 руб. Платить за их размещение тоже не придется. Да и в рекламу можно много не вкладывать, ведь о таких необычных затеях любят рассказывать телеканалы. Единственное, что придется сделать, – разработать технологию уборки, но, вполне возможно, для этого будет достаточно одного человека. Больше 100 000 руб. на пилотный проект уйти не должно.

### **Риски**

1. Вопрос уборки – достаточно острый. Возможны дополнительные расходы.
2. Рынок маленький. Поэтому либо вы займете его весь, либо о значительных доходах можно и не мечтать.
3. Будки могут потребовать длительных согласований с государством, а ничего приятного в этом нет.

### **Мнение эксперта**

*Александр Свинин:* «Идея оригинальная и интересная. Добавлю несколько рисков:

– В России идея может быть успешна только в городах-миллионниках. Но ставить такие будки возле небольших магазинов в Москве или Санкт-Петербурге не всегда выгодно, так как аренда площади может съесть всю маржу.

– Обычно покупки совершаются семьей один раз в неделю. Тогда, как правило, домашних животных просто не берут с собой.

Но идея все равно имеет отличные шансы – как минимум она понравится производителям товаров для животных и специальным магазинам для питомцев, которые могут стать основными рекламодателями и размещать информацию о себе прямо на будках!»



### 13. Украшение дома

#### Суть идеи

Многие ли любят наряжать новогоднюю елку? Есть предположение, что большинство предпочитает, чтобы новогодняя елочка стояла уже наряженная, а вот сам процесс радует далеко не всех. Так давайте решим эту проблему – создадим компанию, которая будет украшать квартиры и дома к празднику. К любому, не только к Новому году.

Компания будет оказывать несколько видов услуг. Для начала по фотографии будет создаваться индивидуальный дизайнерский проект украшения жилища. Естественно, для упрощения процедуры выбора будут и шаблонные решения.

Другая услуга – подбор и закупка елки и игрушек, ведь этим тоже обычно лень заниматься.

Наконец, сам процесс украшения квартиры, дома, двора и любых других помещений и пространств.

#### Целевая аудитория

Два больших сегмента – физические и юридические лица.

Первым важно предложить услуги на любой кошелек – от украшения небольшой квартирки за пару тысяч рублей до оформления особняка на Рублевке за многие сотни тысяч.

Что касается юридических лиц, главной целью, конечно, являются офисы крупных компаний, которые готовы пойти на любые траты во имя корпоративной культуры.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Все зависит от ваших амбиций. Безопасный вариант подразумевает одного дизайнера – он подготовит пару проектов и нескольких сотрудников, которые будут украшать небольшие квартиры. Реклама – в социальных сетях. Уложиться можно в 150 000–300 000 руб. на первых клиентов.

Более амбициозный вариант включает в себя красивый сайт, несколько дизайнеров и выездных бригад, а также массированное продвижение среди целевой аудитории. Например, в дорогих магазинах и модных журналах.

### **Риски**

1. Недостаточный спрос, учитывая, что конкуренты уже давно работают с крупными офисными центрами.
2. При невнятной рекламной стратегии шансы успеха невелики. Для запуска бизнеса потребуются дополнительные расходы на продвижение и маркетинг.
3. Фактор сезонности может существенно снизить предполагаемые доходы.

### **Мнение эксперта**

*Лоуренс Райт:* «Странная идея. Как только закончится Новый год, чем займется компания? Небольшой сезонный бизнес – не масштабируемая бизнес-модель. Кроме того, непонятно, насколько большим будет спрос. Кстати, надо подумать, какие украшения использовать – те, что уже есть, или каждый раз закупать новые?»



## 14. Упаковки для варки кофе

### Суть идеи

Многие кофеманы утверждают, что настоящий кофе – тот, который варили в турке или кофеварке. Но, оказывается, приготовить правильный кофе возможно и другим способом – с помощью Grower's Cup, специальной упаковки, придуманной датской компанией Coffeebrewer Nordic. В пакете уже находится обжаренный и размолотый кофе. Достаточно налить туда через специальный клапан кипяток – и ароматный напиток готов! Предлагаем вывести этот продукт на российский рынок.

### Целевая аудитория

Кофеманы не упустят возможности попробовать любимый напиток, приготовленный новым способом. Кроме того, такой кофе может понравиться тем, кто предпочитает динамичный образ жизни, – любителям отдыха на природе, туристам. Пакетиками с кофе также

могут заинтересоваться гостиницы. При грамотно развернутой рекламной кампании, направленной на потенциальных потребителей, спрос гарантирован.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Затраты на этот бизнес невелики. Достаточно договориться с компанией Coffeewarmer Nordic об организации дистрибуции на территории России. Для закупки пробной партии пакетов можно потратить 150 000 руб., чтобы оценить покупательную способность аудитории.

### **Риски**

1. Конкуренция со стороны кофеварок, кофемашин, растворимого кофе и даже чашечки кофе в кафетерии.
2. Зависимость от одного поставщика. В случае если поставщик решит не работать с российскими потребителями, бизнес тут же закрывается.
3. Без дополнительных затрат на маркетинг такая инновационная упаковка для кофе, скорее всего, так и будет пылиться на складах и полках магазинов.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «Новые товары появляются на рынке каждый день. Конечно, и у предложенного продукта найдутся свои потребители. Но и потенциал продукта ограничен ввиду огромного числа альтернатив».



## Часть II. Идеи со стартовыми инвестициями от 150 000 до 500 000 руб.

### 15. Автоантизагар

#### Суть идеи

Путешествие зимой в жаркие страны не только позволяет «перезагрузить» душу и тело, но еще и дарит сразу несколько бизнес-идей. Так, дьявольское солнце, под которым один из авторов этой книги благополучно обгорел в первый же день пребывания во Вьетнаме, подсказало идею автоматизированного нанесения крема от загара.

В соляриях, как известно, установлены автоматы, которые распыляют крем. Вот и мы будем распылять крем – но только солнцезащитный. Кабинки установим на пляже – зашел, выбрал необходимую мощность, время – и все готово.

### Целевая аудитория

Все, кто любит проводить время на пляже, – и, как показывает опыт пляжных торговцев, эта аудитория весьма лояльна. Конечно, это сезонный бизнес, зато услуга нужна практически каждому, кто пришел на пляж. В России не так много пляжей, но, простите, что, кроме страха перед неизвестным, мешает начать бизнес за границей?

### Бизнес-модель и инвестиции

Надо понимать, что главные расходы здесь – не кабинки и даже не крем. В конце концов, можно договориться с компаниями-производителями, которые за рекламу на кабинках будут предоставлять некоторое количество крема.

Главное здесь – расходы на переговоры с местными властями и прочими товарищами, которые, как говорится, «держат пляж». Если удастся решить вопросы – бизнес «обречен на успех».

Стоимость одной кабинки, кстати, – в районе 100 000 руб.

### Риски

1. Налицо риск, связанный с несовершенством технологии, – ищите правильных поставщиков.

2. Надо готовиться к международному масштабу бизнеса. То есть к дополнительным расходам. Ведь Россия – не самая курортная страна.

3. Отдельно заметим, что расходы на антивандальную защиту могут превзойти все ваши ожидания.

### Мнение эксперта

*Александр Свинин:* «На самом деле идею можно реализовать еще проще: в Европе и России популярна такая услуга, как аренда готовых модулей, которые компания-производитель может приспособить под нужды заказчика. Это удешевляет сам процесс – не надо держать кабинки в собственности (ведь их потом еще и хранить придется в низкий сезон, а это дополнительные затраты), а также упрощает переговоры с теми, кто “держит пляж” (временные постройки легче согласовывать с администрациями). Один модуль в России может обойтись в сумму от 5000 руб. в месяц».



## 16. Аренда мастерских

### Суть идеи

Модное слово «коворкинг» все прочнее входит в обиход. Строго говоря, коворкинг – это когда вместе собираются люди, объединенные общими идеями, и работают, обмениваясь ими. Например, участники нескольких проектов по благоустройству Москвы сидят в одной комнате, которая и является их общим офисом.

Эта идея действительно популярная, вот только подходящие помещения в Москве найти сложно. Предлагаем создать единую базу данных об удобных помещениях, отсортировав их по площади, профилю и наличию коммуникаций.

### Целевая аудитория

Ваша целевая аудитория – это проекты. Инновационные и не очень. Ведь фактически вы

занимаетесь сдачей в аренду тематических бизнес-центров. Вот и продавать их следует сегментированно. Те, что посвящены IT, надо продавать в IT-тусовке, биологические – биологам. Ну и так далее. Можно продавать их и властям, например, помещения по решению проблем Москвы.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Особых инвестиций здесь нет. Многие компании занимаются арендой площадей. От них вас будет отличать лишь способ продаж (четкий таргетинг) и возможность сдавать даже небольшие комнаты. Движки сайтов, на которых можно размещать такие объявления, уже давно созданы. В итоге с учетом маркетинговых затрат на старт потратим не более полумиллиона рублей.

### **Риски**

1. Типичный риск работы с недвижимостью – придется трижды проверять помещения.
2. Конкурентов полно, поэтому придется потратиться на позиционирование и, возможно, получение господдержки.
3. Не стоит забывать о клиентах. В основном это будут молодые проекты, а значит, о космических заработках придется забыть.

### **Мнение эксперта**

*Сергей Колтович:* «Идея модная и интересная. Вполне подходит для создания бизнеса, который со временем мог бы стать частью более широкого спектра услуг какой-нибудь большой риелторской компании».



## 17. Баня в автобусе

### Суть идеи

Зимой в Москве нет-нет да и ударят морозы. 20 градусов ниже нуля, это вам не Австралия. Чтобы отогреться, в России была придумана баня. Только вот времени попариться не хватает. А если ехать на дачу, то это еще несколько часов в пробках стоять. Так давайте сделаем баню мобильной, на колесах.

Покупаем автобус и оборудуем его под баню. Поместятся от пяти до восьми человек. В итоге соберется отличная мужская компания в мобильной парилке с температурой под 100 градусов. Дальше выезжаем, к примеру, в лес в Бибиреве, паримся, а потом прыгаем в снег. Много позитива, и все это в пределах МКАД.

### Целевая аудитория

Эта идея понравится настоящим экстремалам и бизнесменам топ-уровня, которым наскучило сидеть в стенах своих корпоративных офисов. Такие клиенты любят качественно и весело проводить время. Рекламироваться лучше всего через социальные сети, проводя

пиар-кампании.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Продаем услугу с хорошей наценкой – это же экстрим. Стоит все это от 5000 руб. за один сеанс. В цену уже включены тапочки, полотенце и 50 боевых грамм.

Инвестиции здесь не колоссальные: автобус можно прикупить за 200 000 руб., отделать его под баню обойдется еще в 300 000. Конечно, есть и текущие расходы, но на самом деле это море позитива со сроком окупаемости в один год!

Кстати, по Москве такая баня уже колесит, но рынок, сами понимаете, значительно больше.

### **Риски**

1. Очевидно, это крайне нишевая идея, так что надо быть готовым к ограниченной целевой аудитории.

2. Без хорошего пиарщика проект обречен на провал, такую неординарную идею нужно долго продвигать.

3. Технический риск: машина-баня должна работать без сбоев.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Скорее всего, рынок таких услуг очень узкий – прыгать из бани в снег в одной шапке в Бибиреве, скорее всего, вам не дадут сотрудники полиции и бдительные жители окрестных многоэтажек, а пока вы по пробкам за три-четыре часа доберетесь до действительно тихих мест Подмосковья, пора уже будет ехать обратно. Правда, инвестиции невелики, а рекламы достаточно в поисковых машинах. В целом рынок бань в Москве есть, и вполне процветающий – определенную нишу на нем занять с таким предложением вполне возможно».



## 18. Безопасность в Интернете

### Суть идеи

На одном из телеканалов показали интересный сюжет: в США компании занимаются поддержкой репутации людей в социальных сетях. Причем речь совсем не о пресс-секретарях, а о серьезных IT-специалистах. Уверены, что многие люди и в России не прочь избежать рисков для своей деловой репутации. Так в чем же бизнес-идея?

Помните «министерство правды» у Оруэлла, которое подменяло и стирало фамилии в уже вышедших газетах? Вот такой бизнес мы и предлагаем открыть.

Представьте, глубоко вечером, не совсем в адекватном состоянии, вы опубликовали соответствующий статус в Facebook. Утром вы с ужасом удаляете запись, надеясь, что никто из 3000 ваших друзей ее не заметил. Но, даже удалив статус, вы не стираете его из памяти самого Facebook. И если вы захотите баллотироваться в президенты, будьте уверены, все это всплывет. Соответственно, мы создаем компанию, которая начисто удаляет такие посты.

### Целевая аудитория

В социальных сетях «прописались» сейчас уже почти все, кто только мог, поэтому фронт работ тут огромный. Политики разного уровня – достаточно приятный и платежеспособный сегмент рынка. Конечно, не стоит забывать и о бизнесменах, следящих за своей деловой репутацией.

### Бизнес-модель и инвестиции

У вас два пути. Либо вы уже разбираетесь в том, как договориться с Facebook и Twitter о полном удалении записей, – и тогда вам не составит труда набрать команду. Либо вы можете стать представителем западных компаний. С рекламой все понятно – красивый сайт и продвижение как раз в этих самых социальных сетях. Полмиллиона должно хватить.

### Риски

1. Без глубочайшего знания индустрии (а значит, наличия грамотных специалистов) бизнес не получится.
2. Вы должны гарантировать результат: пара ошибок – и все пойдет насмарку.
3. Деньги вам сделают только солидные люди, а до них есть риск не достучаться.

### Мнение эксперта

*Максим Мотин:* «Сейчас скорее вызывает подозрение политик с кристальной историей и репутацией. Мир сильно изменился с развитием социальных сетей и Интернета, поэтому данная идея вряд ли актуальна для российских людей».



## 19. Видеооткрытки

### Суть идеи

Музыкальные открытки, появившиеся в наших магазинах еще в 1990-х гг., и сегодня пользуются большим спросом. Открываешь ее – а оттуда несется незамысловатая мелодия. И сколько удовольствия! Но технологии шагают дальше – почему бы в открытки не встраивать мониторы? Мы знаем точно, что такое возможно, в мире уже есть подобные бизнесы.

Технология известна – открытка с магнитными датчиками и тонким дисплеем. Когда она открывается, проигрывается видеобращение – к примеру, поздравление от любимого человека или главы компании. Себестоимость такой штуковины около 100 руб., а маржинальность бизнеса легко переваливает за 100 %.

### Целевая аудитория

Первая группа – самые обычные люди. Кому жалко потратить 200 руб. на чудо-открытку? Вторая группа – B2B. Почему бы крупной компании не представить поздравительное послание своего директора в такой оригинальной форме? Наконец, клиентом может стать государство – в лице, скажем, Министерства связи.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Конечно, придется самим закупить первую партию открыток – но и то только для рекламных целей. Дальше будем уже работать от заказов, снимая индивидуальные ролики. Плюс – найдем специалистов по продажам и промоперсонал. Не забудем и про сайт. Итого – около полумиллиона рублей на старт.

### **Риски**

1. Технология не секретна – а значит, надо ждать конкурентов с копиями.
2. Без госзаказа искать клиентов будете долго, нанимайте хороших специалистов по продажам.
3. Небольшие заминки в проигрывании видео – и у вас недовольные клиенты. Так что избегайте технических неполадок.

### **Мнение эксперта**

*Антон Носик:* «Вся бизнес-идея основана на фантастическом допущении из области высоких компьютерных технологий. Конечно, если б и в самом деле существовала возможность выпускать видеопроигрыватели в формате открытки себестоимостью 100 руб. за единицу, то наверняка им можно было бы найти коммерческое применение и в розницу, и оптом. Но для создания такого дисплея необходимо сперва решить ряд технических вопросов, связанных как минимум с питанием устройства и технологией записи данных. Думаю, лет через 10–15 научно-технический прогресс позволит вернуться к обсуждению этой бизнес-идеи, если, конечно, к тому времени поздравительные открытки не успеют стать таким же анахронизмом, как сегодня телеграммы».



## 20. Виртуальный огород

### Суть идеи

Виртуальные фермы стали знаменитыми благодаря социальным сетям – множество людей играли и играют, тратя свои деньги на закупку морковки, посадку картошки и расширение участков. Так почему бы не создать виртуальную ферму в реальной жизни и не попробовать на этом заработать?

Все просто: есть немало ферм, которые славятся качественной продукцией. Давайте ее персонализируем. Вы заходите на сайт фермы, выбираете конкретную корову (например, корову-рекордсменку), а дальше вам привозят молоко именно от нее.

Или у вас есть свое место на грядке, где вы сами выбираете, что конкретно посадить. А затем вам привозят именно этот фрукт или овощ. Кстати, за его ростом вы можете наблюдать онлайн при помощи веб-камеры.

### Целевая аудитория

Типичная нишевая идея, направленная на любителей экологически чистых продуктов. В первую очередь вашими клиентами станут те, кто готов значительно переплачивать за качество и красивую обертку.

Вместе с тем, несмотря на ограниченность целевой аудитории, такие инновации имеют значительный пиар-потенциал, а значит, если вы собственник фермы, то всплеск популярности практически гарантирован.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Ну что ж, это идея для собственников сельскохозяйственных предприятий. Затраты на сайт и установку оборудования составят около 500 000 руб. Плюс в продвижение можно вложить еще столько же. Отобьются ли деньги? Конкретно такой услугой – нет. А повышением продаж – возможно. По крайней мере, в Швейцарии такие услуги вполне себе работают.

### **Риски**

1. Уж очень узкая целевая аудитория – виртуальных огородников не то чтобы миллионы.
2. Важно не подкачать с реализацией – а сложных вопросов, типа адекватных сотрудников и качественной доставки, хватает.
3. И опять стандартный риск, связанный с разработкой сайта, – экономить здесь не стоит!

### **Мнение эксперта**

*Антон Носик:* «Сейчас это идея маркетингового хода, которая может стать бизнесом, если разработать уникальный программно-аппаратный комплекс, обеспечивающий технически простую реализацию этого маркетингового хода. Тогда мы сможем говорить о бизнесе с соответствующими затратами и ожиданием прибыли. А пока что налицо лишь добрый совет российским фермерам установить у себя веб-камеру по примеру их швейцарских коллег».



## 21. Детские вещи по подписке

### Суть идеи

Дети очень быстро растут. Это, конечно, здорово, вот только они очень быстро вырастают из своей одежды. Только купили ботинки – и все, ребенок в них уже не влезает. Опять надо ходить по магазинам, а старые вещи – выкидывать (если, конечно, в семье больше нет детей). Решить эту проблему помогает очередная бизнес-идея.

Делаем сайт, на котором можно, во-первых, подписаться на детские вещи (предварительно их выбрав из каталога), а во-вторых, сдать ненужную одежду. Что получается? Теперь каждые полгода-год вам будут присылать выбранные вами обновки. Кроме того, если вы хотите сэкономить, а двухлетний ребенок не очень следит за модой, то могут присылать и детский секонд-хенд.

Подобный проект есть за границей – называется Citrus Lane.

## Целевая аудитория

Целевая аудитория достаточно очевидна: молодые мамы.

## Бизнес-модель и инвестиции

Рекламу будем давать в соответствующих тематических СМИ. Конечно же, будем спонсировать форумы, где мамочки любят обсудить вопросы воспитания. Не помешает разослать информацию о себе всем профильным изданиям и компаниям.

В содержимое посылок будем включать не только одежду, но и сопутствующие товары – бутылочки, подгузники и т. д.

Конечно, бизнес должен работать на оборотах – ведь цена станет основным преимуществом онлайн-заказа одежды. На детские аксессуары можно сделать и неплохую наценку.

Инвестиции средние – например, на создание онлайн-площадки (а это фактически не интернет-магазин, а мини-сообщество). Кроме того, придется серьезно вложиться в раскрутку и партнерство с профильными сайтами.

## Риски

1. Многие мамы могут и не захотеть пользоваться поддержанными вещами.
2. Раскручиваться с нуля может и не получиться. Придется искать крупных спонсоров среди производителей детской одежды или питания.
3. Владельцы интернет-магазинов знают: организация системы логистики – отдельный большой риск.

## Мнение эксперта

*Максим Мотин:* «Неплохая идея для семей, которые хотят сэкономить и готовы мириться со старыми вещами. Думаю, таких немало. В идеале хорошо бы договориться с сетью детских магазинов и организовать там выкуп б/у вещей. Тогда сразу появится большое количество товаров, купленных вами за минимальные деньги».



## 22. Детский сад с веб-камерами

### Суть идеи

В марте 2012-го в стране прошли выборы. Над каждой урной висели веб-камеры. Насколько это повлияло на результат – темы других дискуссий, а мы подумали: почему бы не сделать бизнес на веб-камерах? На этих или на других – уж как получится...

Выборы, конечно, безумно интересная вещь, но собственный ребенок важнее. Так что создаем фирму по оборудованию детских садов веб-камерами. Установим веб-камеры и организуем сайт, на котором всегда будет идти прямая трансляция того, что происходит в детском саду. Мы можем либо создать свой портал, либо помогать организовывать специальные разделы конкретным садикам.

### Целевая аудитория

С одной стороны, это мамы, которые с радостью будут смотреть на своих детишек. С другой стороны, деньги будут платить садики. То есть деньги будут поступать из двух источников!

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Никаких больших инвестиций. Простые веб-камеры, оборудование парой компьютеров и серверов. Конечно, придется нанять IT-специалистов. В любом случае за пределы стартовых 300 000 не выйдем. А после пары успешных проектов есть шанс получить государственный заказ.

За одно подключение можно брать около 150 000–200 000 руб.

### **Риски**

1. Государственный заказ будет отвлекать дополнительные временные ресурсы, что будет влиять на сроки окупаемости проекта.

2. Технологический риск присутствует, так как предлагаемое низкозатратное решение может отразиться на качестве услуги.

3. Конкуренция со стороны более опытных компаний в силу отсутствия у данной бизнес-идеи уникальных характеристик.

### **Мнение эксперта**

*Лоуренс Райт:* «Рынок не демонстрирует уж такой большой потребности в данном продукте. В частности, непонятно, будут ли матери с iPad следить за перемещениями своих детей. Даже если эта идея заработает, барьеры на входе слишком низкие – а значит, появятся конкуренты, которые представляют собой угрозу бизнесу».



## 23. Интернет-клуб «Оптовик»

### Суть идеи

Рынок электронной коммерции в России растет колоссальными темпами. Появляется огромное число онлайн-магазинов. Конкуренция высока, цены низкие. Однако желание сэкономить и получить доступ к самым дешевым товарам побудило нас рассказать сегодня о следующей идее.

Открываем интернет-магазин «Оптовик» – закрытый клуб скидок. В нем будут продаваться товары от одной штуки по оптовой цене. Дешевле найти невозможно, так как цена оптовая. Это может быть цифровая техника и прочее бытовые изделия, а также услуги.

Зарабатываем на ежемесячном членском взносе. Скажем, за пользование базой будем брать 1000 руб. За эти деньги вы можете себе купить, например, ноутбук со скидкой 30 %. Если его розничная стоимость 25 000 руб., покупатель экономит 7000 руб. Вы бы отказались

получить такую скидку?

### **Целевая аудитория и конкуренты**

Основа аудитории – население России и стран СНГ. Как обеспеченные люди, так и люди со средним и небольшим достатком. Плюс – юридические лица. Сарафанное радио сделает свое дело. Дальше можно расширяться. Конкурентов, кроме купонных сервисов, практически нет.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Можно начать с 300 000 руб. Нужно создать качественный интернет-магазин. А если подходить к делу серьезно, то потребуются инвестиции от миллиона. Возможно начать и с меньшей суммы, но тогда придется немного изменить принцип идеи и делать небольшую накрутку на товар.

### **Риски**

1. Если неправильно оценить объемы продаж и они окажутся слишком большими, придется увеличивать стоимость доступа к сайту.
2. Возможна конкуренция: фактически вы становитесь одним из дистрибьюторов, который торгует онлайн.
3. Не забудьте, кто ваши клиенты. Это ведь и юридические лица тоже, поэтому придется подумать над маркетингом.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Это поле уже занято многочисленными сайтами-купонаторами, которые обещают скидки до 50 % по своим купонам и не требуют никакой месячной платы с пользователей. Но их успех показывает, что спрос на такие предложения имеется, и большой. Так что перспективы есть, но потребуются значительные инвестиции. Поэтому я бы рекомендовал очень хорошо подготовиться к запуску, иметь достаточно ресурсов и, возможно, заручиться партнерской поддержкой какой-либо из крупных сетей».



## 24. Интернет-магазин для «Газпрома»

### Суть идеи

Интернет-магазин – что может быть банальней? В Интернете каких только лавочек нет. И каждая старается привлечь как можно больше пользователей. А что если поступить наоборот – закрыть доступ к сайту большинству людей?

Делаем закрытый интернет-магазин для определенного круга пользователей. Например, для работников «Газпрома». Всем остальным доступ закрыт. Ассортимент подбираем, ориентируясь на вкусы сотрудников компании. Но самое прекрасное, что эту идею можно легко применять к самым разным организациям и компаниям: какая, в конце концов, разница – газ или нефть? О возможной цене вежливо умолчим.

### Целевая аудитория

Сотрудники «Газпрома», а также других подобных организаций, включая министерства.

Если мы договоримся с компанией, то организовать систему доступа – дело техники. Конечно, сотрудники будут передавать права доступа своим знакомым, но нам только этого и надо, не так ли?

### **Бизнес-модель и инвестиции**

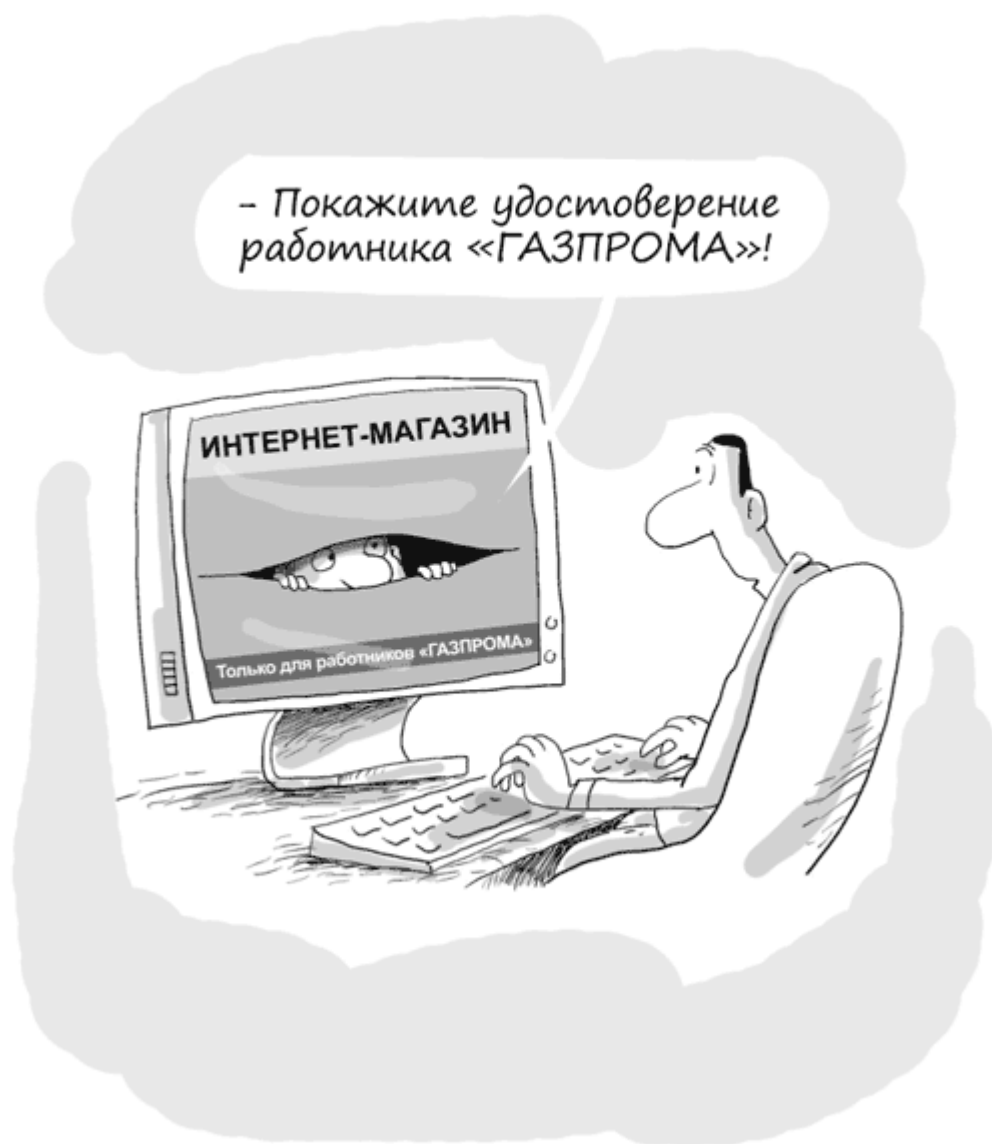
Эта идея прекрасна своим незначительным объемом вложений. Сделать даже очень красивый по дизайну интернет-магазин можно за 200 000 руб. А закупку товаров будем производить на основании заказов. Правда, главные усилия, а именно договоренность с «Газпромом», оценить в деньгах уж очень затруднительно.

### **Риски**

1. Во-первых, данную идею очень легко скопировать. Поэтому будьте готовы, что некоторые контрагенты «Газпрома» быстро приберут к рукам этот рыночный сегмент.
2. Вам придется очень тщательно проработать ассортимент. Парочка «дешевых» поставок, и риск потери клиента станет основным.
3. Узнать, что именно нравится целевой аудитории, будет не так просто.

### **Мнение эксперта**

*Антон Носик:* «Если речь идет о том, чтобы сотрудники “Газпрома” оказались в каком-то особо привилегированном положении, то для начала нужно разобраться, в чем суть привилегии. Это какие-то товары, которых не существует нигде в мире, кроме данного конкретного магазина? Откуда такие товары возьмутся? Кто их будет производить и предзакупать? А если речь идет всего лишь о том, чтобы дать корпорации возможность премировать своих сотрудников специальными ценами, то для этого давно и широко во всем мире используется система скидочных купонов, бонусов и промокодов, которыми тот же “Газпром” по предварительной договоренности с любым крупным онлайн-магазином может одаривать своих сотрудников».



## 25. Консультант по шопингу

### Суть идеи

Количество телешоу, в которых стилисты и прочие дизайнеры меняют людей до неузнаваемости, зашкаливает. То надо постричься, то сжечь всю свою одежду – спрос на перемены есть. При этом людей, которые умеют сделать правильный выбор и купить действительно стильную одежду, крайне мало. Но не идти же в магазин со стилистом! Хотя, а почему бы и нет?

Нанимаем дизайнеров (или работаем сами, если умеем), которые могут стать консультантами по шопингу. То есть буквально идти с человеком за ручку по магазину и советовать, что покупать, а что нет. Услуг тут множество – начиная от простых советов при покупке и заканчивая подбором стиля по присланной фотографии. В конце концов, можно снять мерки, а потом привезти уже купленную одежду.

### Целевая аудитория

Преимущественно женщины, которым необходим профессиональный совет при покупке одежды. Кстати, есть и другие сегменты целевой аудитории – например, мужчины,

собирающиеся на свидание.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Во-первых, придется найти стилистов – возможно, даже на постоянную, а не сдельную оплату. Впрочем, это могут быть даже студенты профильных специальностей.

Во-вторых, учитывайте плату за размещение в торговых центрах и деньги, которые придется потратить на раскрутку компании на модных сайтах и в журналах. В любом случае конкурентов в Рунете пока мало, а стартовые инвестиции вряд ли превысят полмиллиона рублей.

Реклама в женских журналах – лишь один из каналов продвижения. Почему бы не искать потребителей прямо в магазинах, например, открыв на первом этаже большого торгового комплекса представительство компании с дежурным стилистом?

### **Риски**

1. Не договоритесь с магазинами – не будет предмета для консультирования, так что лучше начать именно с переговоров.

2. Вы столкнетесь с настоящим конфликтом интересов, ведь ваш консультант должен быть независимым, а не водить клиентов в одну и ту же лавку.

3. Качество консалтинга имеет очень большое значение – есть риск не набрать нужных людей.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Это очень хорошая идея для клиентов с проблемой выбора. Причем вне зависимости от пола. Запуск такой услуги может реально увеличить количество продаж в магазинах. Главное – набирать талантливых специалистов и проводить для них психологический курс по распознаванию разных типов людей. Плюс услуга не должна стоить дорого».



## 26. Новые ключи за минуту

### Суть идеи

Необходимость быстро сделать дубликат ключей – проблема, которая известна многим и которая, как правило, возникает в самый неподходящий момент. В мастерских дубликат ключей делается с помощью простых тисков. Неужели этот процесс нельзя автоматизировать?

Закупаем автоматы, которые изготавливают дубликаты ключей. Такие автоматы существуют – например, у американской компании MinuteKey. А дальше все просто: подходите, вставляете свой ключ – пара минут, и все готово. Кстати, за волшебным процессом копирования можно следить через прозрачное окно.

### Целевая аудитория

Целевая аудитория – просто огромная. Это миллионы людей. (По некоторым оценкам, американский рынок копирования ключей достигает \$2 млрд.) Конечно, придется преодолевать

недоверие (а ну как ключ получится плохой). Но если обеспечить должное качество, сарафанное радио сделает свое дело. Расставлять автоматы будем в торговых центрах и переходах метро.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

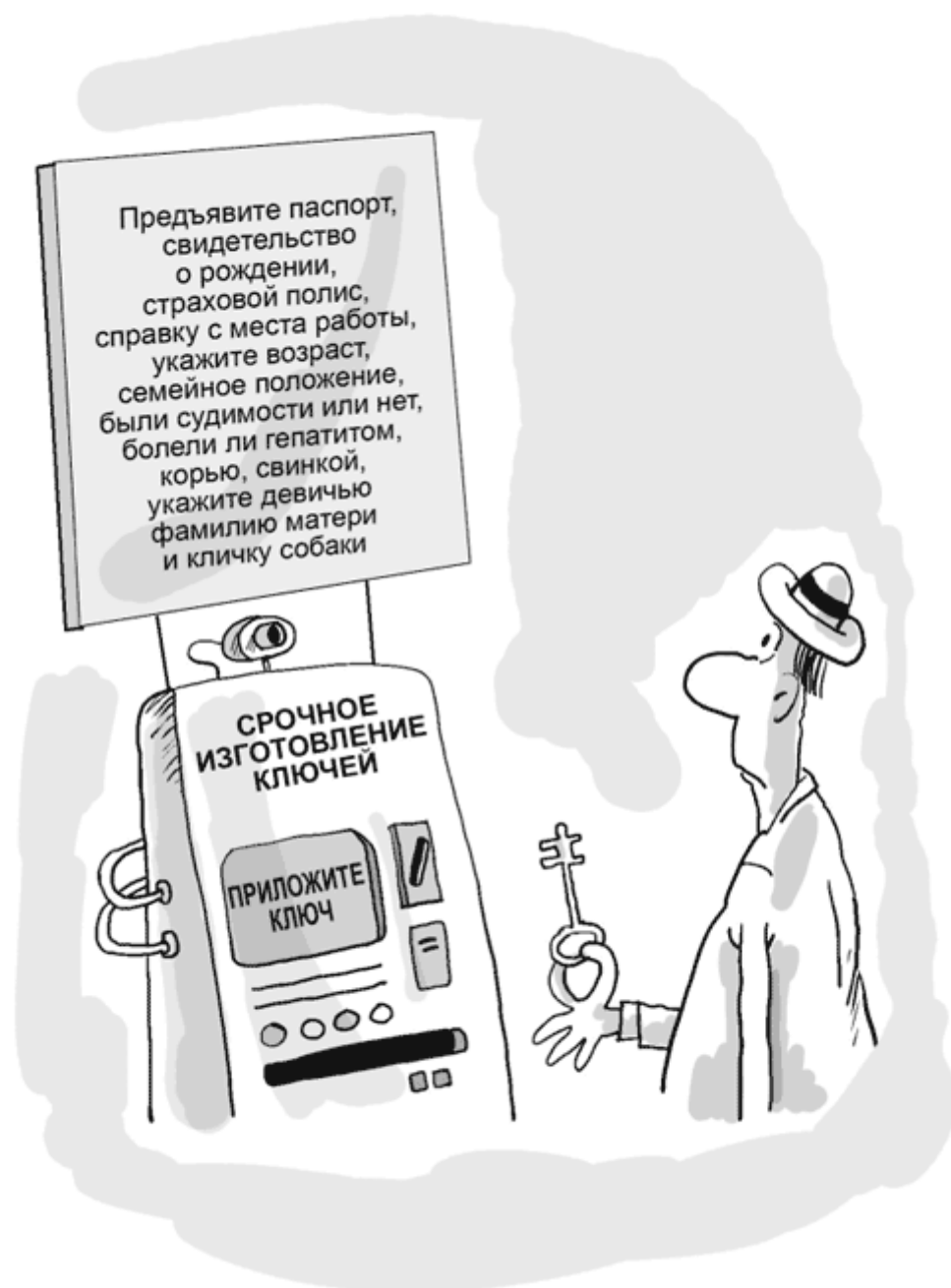
Сам автомат стоит порядка \$5000. Добавьте затраты на дистрибуцию и маркетинг. А стоимость услуги – копеечная, рублей 100 за один дубликат. Конечно, окупаться бизнес будет долго.

### **Риски**

1. Любой вендинг подвержен техническому риску. Придется нанимать людей, которые будут контролировать автоматы.
2. Без массового распространения больших оборотов не видать. А значит, возможны дополнительные инвестиции.
3. Сроки окупаемости действительно очень большие.

### **Мнение эксперта**

*Сергей Колтович:* «На первый взгляд, идея хорошая, но технически непростая. Требует значительных инвестиций при долгом их возврате. Обслуживание большого количества дорогих автоматов может также стать дополнительной и значительной финансовой затратой. Может потребоваться содержание немалого штата сотрудников по установке, техническому обслуживанию, эксплуатации. Значительные затраты на старте, высокие риски, идея легко копируется».



## 27. Онлайн-бюро переводов

### Суть идеи

Сейчас очень сложно встретить бизнес, которому не приходилось бы сотрудничать с международными компаниями. Но при этом уровень знания иностранных языков у российских рядовых сотрудников, да и у руководителей, оставляет желать лучшего. Предлагаем решить эту проблему онлайн.

Создаем бюро переводов, работающее онлайн. Для этого потребуется простой интернет-сайт, состоящий из формы заказа, контактного телефона и с возможностью принимать электронные платежи. Специализация – небольшие заказы при цене 200 руб. за страницу. Клиент загружает текст прямо на сайт, а система тут же перенаправляет заказ переводчикам. Если качество перевода не устраивает, деньги будут немедленно возвращены. В итоге компания будет делать работу качественнее компьютерных переводчиков, причем дешевле офлайновых

бюро переводов.

### **Целевая аудитория**

Малый бизнес и частные лица. Среди клиентов ждем компании, которые продают в России импортные товары и адаптированные услуги. Также нельзя забывать о секретарях в корпорациях, которым нужно переводить письма начальства. Для такого типа клиентов будет важно, не выходя из офиса, делать заказ и быстро получать перевод.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Для запуска онлайн-бюро переводов необходимо подобрать квалифицированных сотрудников и провести рекламную кампанию. В случае с контекстной рекламой на старте можно уложиться в 100 000 руб. А вот подбор персонала будет самым важным этапом в развитии этого бизнеса. Всех кандидатов нужно протестировать, чтобы не потерять в качестве услуг. На первые два-три месяца работы должно хватить 300 000 руб. на оплату труда, а после можно работать от заказа.

### **Риски**

1. Рынок очень конкурентный с низкими барьерами для входа, что может стать причиной быстрого копирования идеи.
2. Велика вероятность, что переводчики не будут укладываться в сжатые сроки либо будут пренебрегать качеством.
3. Рентабельность бизнеса может оказаться очень невысокой.

### **Мнение эксперта**

*Лоуренс Райт:* «Риски указаны верно, они могут помешать бизнесу стать прибыльным, так как у него нет отличительной черты. Почему потребители выберут именно ваш бизнес, а не другой? Это главный вопрос, на который нет четкого ответа».



## 28. Отпуск по обмену

### Суть идеи

Лето – время отпусков. Обычно это море, пляж и система all-inclusive. А ведь многие смотрели фильм «Отпуск по обмену», главные герои которого обмениваются на время своими домами в надежде на шикарный отдых. Но мало кто воплотил такую идею в жизнь.

Основная задумка в том, чтобы организовать фирму, которая будет подбирать варианты для отдыха не в отелях, а в «частном секторе». Для пользователей будет достаточно зарегистрироваться на сайте и получить доступ к базе предложений по всему миру.

К примеру, на сайте <http://www.homeforexchange.com/> указаны дома и квартиры, готовые принять гостей со всего мира. Причем на ресурсе уже собраны комментарии к объектам, аналитика, отзывы клиентов. По сути, создается специфическое тур-агентство, которое предлагает селиться не в отелях и апартаментах, а у гостеприимных хозяев по всему миру.

### Целевая аудитория

В основном студенты и туристы-авантюристы, которые не хотят жить в трехзвездочных отелях, а скорее предпочитают хостелы или кемпинги. Для поиска клиентов подойдут молодежные и специфические СМИ, типа сайта журнала «Большой Город» (<http://www.bg.ru/>), и блоги путешественников.

### Бизнес-модель и инвестиции

Основные затраты связаны с подписанием официального соглашения с зарубежным сайтом организации отпуска по обмену. Потребуется и хорошие программисты для адаптации сайта.

На фонд оплаты труда потребуется от 150 000 руб. в месяц. При небольшом рекламном бюджете до 50 000 руб. можно будет быстро заслужить популярность в Рунете.

### Риски

1. Достаточную по объему базу жилых объектов можно и не набрать, на переговоры надо заложить большой срок.
2. Качественный сайт – отдельная тема, есть риск потратить слишком много.
3. Конкуренты не дремлют, можно потерять рынок из-за того, что, скажем, Booking.com обратит свое внимание на данный сегмент.

### Мнение эксперта

*Юрий Белонощенко:* «Есть много сайтов типа <https://www.airbnb.ru/> и того же Booking.com. На этих сайтах много недорогих предложений, конкурирующих с почти бесплатным отпуском по обмену. Комиссию-то системе все равно нужно будет платить?»

Второй тонкий момент – впустить незнакомых людей себе в дом, предоставить свою квартиру на время своего отсутствия. Сегмент небогатых людей или студентов, которые готовы рискнуть, например, часами или украшениями, довольно узок. Или им придется вывозить это из квартиры к друзьям и родственникам? Как идея звучит неплохо, но насколько она будет реализуема?»



## 29. Оцифровка учебников

### Суть идеи

Сейчас дистанционное обучение в моде – есть различные онлайн-курсы, которые можно изучить не выходя из квартиры. Кроме того, есть онлайн-тренинги и вебинары, на которых можно не просто слушать, но даже и задавать вопросы. Вместе с тем развивается сервис iTunes U, благодаря которому многие презентации и видео преподавателей теперь можно найти с помощью iPad. Это повод для очередной бизнес-идеи.

Открываем компанию, которая начинает массовую экспансию наших преподавателей в «яблочный» планшетник. То есть мы приходим в вуз, записываем презентацию на видео, добавляем звук, исправляем что нужно и получаем готовый продукт. Почему Стэнфордскому университету можно, а нам нет?

### Целевая аудитория

Две группы – физические и юридические лица. Вузы, которые хотят прославиться, формируя электронную базу знаний. И преподаватели, которые будут рады получить известность благодаря их скачанным лекциям.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Ничего сложного тут нет – для начала разработаем пробную модель, в которую будут вписываться большинство занятий. Нам потребуются люди, которые запишут видео и наложат звук. Плюс, конечно же, айтишники и специалисты по маркетингу для продвижения услуг и переговоров с государством. На все про все уйдет не более полумиллиона рублей.

Зарабатывать будем либо беря деньги за оцифровку каждой лекции, либо в результате получения гранта на продвижение российского образования.

### **Риски**

1. Государство много средств не выделит, а с каждым вузом придется вести отдельные переговоры.
2. С каждым преподавателем придется отсматривать видео и что-то вырезать.
3. Не все захотят, чтобы их эксклюзивные видео хранились в Интернете.

### **Мнение эксперта**

*Александр Свинин:* «За рынком онлайн-образования несомненное будущее, что подтверждают и успехи первых таких проектов, и инвестиции, которые активно приходят в эту сферу. Реализация идеи в таком виде действительно сложна, и, возможно, стоит посмотреть в сторону создания для продвижения таких курсов своей площадки, где авторские права будут оставаться за преподавателями – авторами контента, а пользователи получают доступ к лекциям только на время. Защита данных плюс качество контента – залог успеха в данной нише!»



### 30. Пакеты для бутылок

#### Суть идеи

Вид человека с бутылкой, скажем, пива не только не слишком привлекателен, но и не всегда приемлем с точки зрения закона. Зачем рисковать? Давайте лучше внедрим пакеты для бутылок из-под пива или других алкогольных напитков.

Начинаем выпускать бумажные пакеты, в которые идеально помещается бутылка. Теперь не надо будет тратить нервы, отвечая на строгий вопрос полицейского «Распиваем?». Естественно, эти пакеты можно будет сделать даже бутылочной формы. И, конечно, не забыть про брендинг.

#### Целевая аудитория

С одной стороны, это обычные дистрибьюторы и ларьки. Кто откажется от такого выгодного предложения – товара, который можно разместить на витрине прямо рядом с пивом?

А с другой – клиентами станут сами производители пива. Зачем им тратить на организацию линий производства, когда можно купить сразу несколько миллионов пакетов с нужным брендом?

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Само производство бумажных пакетов – дело недорогое. Поэтому для начала можно ограничиться пробной партией тысяч в 100 пакетов. Возьмет один дистрибьютор – дальше дело пойдет. А после этого уже имеет смысл идти к самим производителям пива в качестве лидера новообразованного рынка. Стоит ли говорить, что интерес хотя бы одного производителя сразу окупит все усилия?

### **Риски**

1. Идея очень легко копируется – а значит, есть серьезный риск повышенной конкуренции.
2. Если бизнес пойдет, производители алкогольных напитков сами могут захватить рынок.
3. Можно не «продать» идею – в конце концов, все справляются и без пакетов. Так что вашим продавцам придется серьезно постараться.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Идея хорошая. Пакеты можно раскрашивать в разные цвета или наносить на них рекламу. Хорошо бы уточнить на этапе планирования, насколько пиво в пакете будет “защищено” от претензий полицейского. Маловероятно, что большие пивные компании захотят заниматься таким производством. Все-таки “фишкой” продукта должно стать отсутствие связи с алкогольным напитком, а значит, нет смысла ввязываться в эту игру. Опцией может стать некоторая термоизоляционная функция пакета. Да, это удорожит себестоимость, но обусловит повышенный спрос в летний высокий сезон. Ну а продвижение нового товара нужно начинать с массовых мероприятий».



### 31. Парижская барахолка в Москве

#### Суть идеи

Искусство – очень прибыльный бизнес. На аукционах можно увидеть лоты, цены на которые исчисляются миллионами рублей. Рынок дизайнеров и любителей дизайна бурно развивается в России, и мы предлагаем вам заработать на этом тренде, открыв парижскую барахолку в Москве.

Парижский блошиный рынок широко известен: там по смешным ценам продаются винтажные качественные вещи, в том числе одежда, предметы интерьера, аксессуары. В частности, можно купить старинный фарфоровый сервиз из 25 предметов по цене детского обеда в McDonald's. Идея состоит в том, чтобы скупить на знаменитой Парижской барахолке тонны вещей и перепродать их в Москве в пять-шесть раз дороже.

#### Целевая аудитория

Молодежь со средней зарплатой от 70 000 руб. Сюда же попадает категория людей под названием хипстеры. Также в последнее время стали популярны дизайн-сообщества и мероприятия, которые проходят на таких площадках, как «Винзавод», «Красный Октябрь», «Арма» и «Флакон». Именно там можно будет найти первых клиентов. Другим каналом раскрутки станут соответствующие группы в социальных сетях и сайты типа LookAtMe.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Чтобы создать обычный интернет-магазин, потребуется от 100 000 до 150 000 руб. Другое дело, что необходимо будет организовать закупки арт-объектов на французской барахолке. Для этого нужны связи на таможне и несколько сотен тысяч рублей, чтобы привезти первую партию в Москву. Общая сумма инвестиций для старта не должна превысить 500 000 руб.

### **Риски**

1. В Москве будет затруднительно спрогнозировать спрос и ценообразование на дизайнерские товары с парижской барахолки.
2. В связи с уникальностью и оригинальностью товара одного интернет-сайта будет недостаточно, потребуется еще и шоу-рум или торговая точка, а это уже другие инвестиции.
3. В случае успеха и дополнительного пиара такой бизнес будет легко скопировать тем же арендаторам на «Винзаводе» и «Красном Октябре».

### **Мнение эксперта**

*Дмитрий Солопов:* «Идея, на мой взгляд, недостаточно интересная. Если вы занимаетесь искусством, то узнать стоимость арт-объекта не должно составлять большого труда. Блошинный рынок – это способ провести время, а не возможность заработать денег. Вот если создать псевдоблошинный рынок с товарами из Китая, то маржинальность будет выше».



## 32. Подбор еды

### Суть идеи

Какие бы кризисы ни были на дворе, бизнес на продуктах питания всегда пользуется спросом. Мы предлагаем заработать на персональном подборе еды. Что-то вроде персонализированных диет. Но, конечно, мы будем не просто подбирать диеты, а пойдем значительно дальше.

Делаем сайт, на котором после заполнения анкеты можно будет получить полный список рекомендованных продуктов. Конечно, должно быть несколько списков – в зависимости от выбранной диеты. Для более глубокого анализа всегда можно обратиться к диетологу. Но пока ничего нового. Главное – пользователю выдается его набор продуктов, зашифрованный при помощи, например, QR-кода. А дальше вы приходите, скажем, в ресторан, показываете этот код и получаете только те блюда, которые вам рекомендованы.

### Целевая аудитория

Люди, которые следят за питанием, занимаются йогой да и вообще заботятся о своем здоровье. Это нишевая идея, которая впоследствии может стать популярной. Конкурентов полно – любой онлайн-калькулятор калорий, например. Наше отличие именно в партнерской сети.

### Бизнес-модель и инвестиции

Конечно, придется долго договариваться с ресторанами и, возможно, магазинами. Сколько придется платить каждой сети (и придется ли) – вопрос переговоров. Но если это получится, бизнесу гарантирован успех. Что касается расходов на разработку и поиск диетологов, то затраты вряд ли превысят 300 000 руб.

### Риски

1. Отсутствие унифицированной электронной системы заказа блюд в ресторанах.
2. Скорее всего, рестораны просто будут не готовы специально под нескольких клиентов менять меню.
3. Переговоры с ресторанами могут зайти в тупик, поскольку это новая услуга, которая еще не была апробирована.
4. Отсутствие доверия к интернет-опроснику, который составляет индивидуальную диету без медицинской консультации.

### Мнение эксперта

*Юрий Вировец:* «Кажется сомнительным стереотип поведения, когда люди приходят в ресторан и показывают QR-код. Что в этом случае должно происходить? Официант должен принести распечатанную выписку из меню с подходящими блюдами? А как быть с тем, что во многих ресторанах меню – это хорошая полиграфия, картинки и пр.?

К тому же человек, соблюдающий диету, и сам, как правило, знает, какие продукты ему можно, какие нельзя.

Поэтому мое мнение: идея нежизнеспособная, так как не вписывается в повседневные поведенческие привычки».



### 33. Поиск парковки

#### Суть идеи

То, что в Москве серьезные проблемы с парковкой, ни для кого не новость. В торговых центрах уже есть системы, которые показывают, сколько свободных мест. Но на улицах эта проблема не решена. Кроме того, чтобы узнать, есть ли места на паркинге, нужно до него доехать. Давайте решим эту проблему.

Делаем онлайн-приложение, которое будет показывать, сколько свободных мест есть на крытых парковках города. Конечно, идеально было бы совместить сервис также и с открытыми парковками, но, учитывая скорость согласования любых решений в Москве, начнем с простого. Ничего сложного в том, чтобы замкнуть счетчики свободных мест на какой-то сайт или приложение, нет.

#### Целевая аудитория

Конечно, это автомобилисты. То есть целая армия людей. Огромный объем скачанных приложений или заходов на сайт гарантирован. Если говорить о конкурентах, то уже есть сайты, на которых описаны парковки. Но удобного приложения с количеством свободных мест пока не видно.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Самые большие инвестиции – это переговоры с парковками и муниципалитетами. Запасайтесь терпением. Что касается разработки, то здесь нет сложных технологий – примерно в 300 000 руб. должны уложиться. Ну а дальше будем надеяться на сарафанное радио.

### **Риски**

1. Обновление данных должно происходить без задержек, в противном случае такой сервис будет никому не нужен.
2. Непроверенная бизнес-модель. Сервис требует затрат на разработку софта и поддержку онлайн-базы данных, при этом неочевидно, что клиент будет платить за приложение.
3. Недостаточное количество платных парковок в российских городах, следовательно, стихийная бесплатная парковка будет основным конкурентом.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Вировец:* «Проблема парковок, безусловно, актуальная, и идея приложения – хороша. Единственный минус в том, что сейчас у автомобилистов нет проблемы с поиском платной парковки в офисных и торговых центрах. Там всегда есть свободные места. Есть смысл дожидаться, когда реально начнут бороться с парковкой на улицах, и уже тогда реализовывать идею. Но, скорее всего, и в этом случае владельцы платных парковок просто поднимут цены, и там опять всегда будут свободные места».



### 34. Полотенце вместо бумаги

#### Суть идеи

Вы директор бизнес-центра. У вас все хорошо: много арендаторов и стабильный доход. Только есть небольшие траты. В частности, банальные бытовые расходы, которые уносят миллионы рублей. Эта идея поможет вам сэкономить.

Предлагаем взять на вооружение инновационный аппарат – вытиралку для рук. Как правило, люди пользуются бумажными полотенцами и потом выкидывают их в мусорный бак. А это, между прочим, расходные материалы, или потери. Теперь представьте себе полотенце, которое висит на двух роликах. Одной его стороной можно вытирать руки, а другая в это время автоматически сушится и очищается. Получается обычное многоразовое полотенце, которое можно использовать на протяжении нескольких месяцев.

#### Целевая аудитория

Владельцы бизнес-центров, которые уже заработали миллиарды рублей и каждый день выкидывают миллионы. Именно этим бизнесменам идея придется по вкусу, ведь мы предлагаем сэкономить деньги, которые можно reinvestировать.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Инвестиции здесь небольшие! Для начала купим одну сушилку (такие уже установлены в Европе, в частности в Латвии и Эстонии). В России их пока мало. 200 000 руб. хватит на весь бизнес. Дальше активные корпоративные продажи – и бизнес может окупиться через один год.

### **Риски**

1. Конкуренция со стороны обычных сушилок для рук и современных инновационных аппаратов от компании Dyson.
2. Риск затяжных переговоров с офисными и развлекательными центрами, которые не любят инвестировать в инфраструктуру, пусть даже это и сокращает постоянные расходы.
3. Низкие барьеры для входа на этот рынок. Для клининговых компаний с наработанной базой клиентов не составит труда стать новым игроком на рынке сушилок для рук.

### **Мнение эксперта**

*Дмитрий Солопов:* «Первое впечатление – какая заманчивая идея. Но если подумать, то сразу видится огромная конкуренция со стороны текущих игроков, которым ничего не стоит просто взять и внедрить такие же продукты. Я бы поостерегся, если бы, скажем, не имел отличные контакты в индустрии».



### 35. Прокат домашних игр

#### Суть идеи

Всем знакома ситуация: собрались с друзьями, а делать вроде как и нечего. Что может спасти вечер? Алкоголь? Нет, лучше выберем что поумней, например, настольные игры. Только вот под рукой зачастую не находится ни карт, ни, тем более, какой-нибудь «Монополии».

Начинаем сдавать в аренду на вечер разнообразные игры – начиная от обычной колоды карт и заканчивая «Мафией» и скрэблом. После заказа на сайте приезжает курьер с выбранными играми. В определенное время (например, наутро) игры увозятся. А может, увозить и не придется – ведь если игра понравится, некоторые захотят оставить ее у себя.

#### Целевая аудитория

В первую очередь студенты. Не стоит забывать и о корпоративных клиентах – ведь вечеринки в крупных компаниях могут быть тематическими, в стиле той же «Мафии».

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Как рекламироваться? Проще всего это сделать уже существующим магазинам настольных игр. Но если вы хотите начать дело с нуля, придется закупить партию самых популярных игрушек и пиариться в Facebook, «ВКонтакте» и пр.

Если же у вас или вашего знакомого есть интернет-магазин настольных игр, можно будет просто добавить пару страниц на сайте. А вот если речь о новом бизнесе, то издержки на старт составят около полумиллиона – все тот же сайт, закупка игр и оплата первых курьеров. Стоимость аренды игры на вечер может составлять до 1000 руб. – небольшая сумма для веселой компании.

### **Риски**

1. Во-первых, такие игры можно купить за относительно небольшие деньги – поэтому аренда может и не найти спроса.
2. Обойтись только настольными играми не получится – сразу начинайте думать о других товарах.
3. В Москве клиенты будут, а вот о большем масштабе мечтать особо не приходится.

### **Мнение эксперта**

*Сергей Колтович:* «Идея выглядит разумной. Но шанс выстрелить значительно увеличивается при комбинировании этой идеи с чем-то еще. То есть лучше продвигать данную идею как составную часть какого-то более широкого предложения».



### 36. Сайт по ипотеке

#### Суть идеи

Сколько раз в день вы слышите слова «ипотека», «новостройка» и «доступное жилье»? Сейчас более 50 банков выдают ипотечные кредиты в Московском регионе. Итого более 500 банковских предложений – только как сделать правильный выбор?

Создаем интернет-сайт для сбора ипотечных предложений. На сайте можно заполнить заявку по унифицированной банковской анкете.

Главным отличием от сайтов-конкурентов является единая система анкетирования, проанализировав которую сайт предложит условия кредитования и оценит шанс выдачи кредита. Это удобный инструмент как для заемщика, так и для банка.

На заполнение необходимой информации потребуется 10–15 минут. Дальше клиент будет работать с банком напрямую, а наш сервис получит процент.

#### Целевая аудитория

Несколько типов клиентов. С одной стороны, это руководители отделов продаж ипотеки. С другой – физические лица, люди в возрасте от 20 до 40 лет. Зачастую это молодые семейные пары. Им должен понравиться бесплатный сервис с возможностью рейтингования.

### **Инвестиции**

Основные статьи расходов – это создание многофункциональной системы и наполнение клиентской базы. Если с сайтом можно будет уложиться в 400 000 руб., то вот поиск клиентов можно организовать через социальные сети. Для скромной рекламной кампании в Интернете потребуется еще около 100 000.

### **Риски**

1. Системный риск. В России квартиру, как правило, ищут через риелтора, которого не убедить идти в другой банк, так как в этом у него знакомые и он все сможет сделать без лишних проблем.

2. Конкуренция среди существующих сервисов по подбору недвижимости.

3. Рынок растет такими темпами, что большинство банков просто не испытывают трудностей с привлечением клиентов. Поэтому сервис может оказаться для них неактуальным.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Вировец:* «Идея прекрасная, но есть очень много подводных камней. Прежде всего, с чего сервис будет получать процент? С выданного кредита? Как мотивировать банки правдиво сообщать о выданных кредитах? С единицы контактной информации (лида)? Банки имеют тенденцию говорить, что из общего объема купленных лидов было много дублей, за которые они платить не будут. Более того, банки, как правило, не хотят собирать лиды с помощью универсальной анкеты. Они готовы это делать только через свою форму анкеты, и сайт сразу превращается в новогоднюю елку анкет. Но все это не отменяет жизнеспособности этого бизнеса. В США подобные сайты, например lendingtree, имеют миллиардные обороты».



### 37. Тайный покупатель

#### Суть идеи

Многие бизнесмены периодически задумываются о качестве сервиса, которое оказывают их предприятия. Не хамят ли официанты в ресторане, внимательны ли продавцы, наконец, не слишком ли долго грузится корпоративный сайт. Вежливость, что приятно, становится трендом. Так давайте на этом тренде заработаем.

Открываем агентство «Тайный покупатель». Нанимаем специально обученных людей, которые ходят по ресторанам (давайте для простоты начнем с них) и проверяют качество сервиса. По итогам аудита клиенту предоставляется полный отчет, а также присваивается специальный рейтинг.

Важно продумать несколько типов услуг – индивидуальный или групповой аудит, проработка критериев оценки бизнеса, специальное исследование онлайн-сервисов компании. Портфолио услуг ограничено только вашей фантазией.

### **Целевая аудитория**

Во-первых, рестораны, клубы, фитнес-центры – любые места, где люди хотят, чтобы к ним относились с уважением.

Во-вторых, большие компании, такие как, например, Сбербанк, где сейчас радикально улучшают качество услуг. А получить в клиенты подобного гиганта – гарантированный успех бизнеса.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Главная инвестиция – покупка и изучение методологии подобных исследований. Ведь нужно не просто ходить и супы проливать, а вести правильный учет на основе необходимых показателей.

Другая статья расходов – продажи. Уже сейчас на рынке есть несколько агентств, которые оказывают подобные услуги, поэтому придется основательно вложиться в маркетинг.

### **Риски**

1. Эта услуга уже предоставляется. Ваш козырь – в эксклюзивности. Но конкурировать с крупными агентствами очень сложно.

2. Не жалейте средств на научную базу. Без дополнительных расходов на изучение и развитие методики исследований бизнес не получится.

3. Рынок уже поделен. Поэтому без серьезных расходов на привлечение клиентов не обойтись.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «На рынке уже немало таких агентств, и спрос на их услуги растет. Чтобы добиться успеха, важно найти свою нишу, в которой у вас будет уникальное предложение, чтобы с первого дня не конкурировать в лоб с ведущими игроками рынка. И, прежде чем запускаться, подумайте, действительно ли ваше предложение будет не только уникальным, но и полезным? Может быть, тем, кого вы видите как своих клиентов, вообще нет дела до клиентского сервиса? Таких компаний в России пока еще немало».



### 38. Фьючерсы на вино

#### Суть идеи

Фьючерс — это когда вы заранее платите за товар или услугу, которые сможете получить лишь через некоторое время. Фактически вы кредитуете продавца, но и сами получаете скидку. В этой связи поговорим о необычной идее — о фьючерсах на вино. Вот так: финансы и удовольствие.

Продаем алкоголь — коньяк, виски и вино, который закладывается на выдержку сейчас. Вы его получите только лет через пять или десять. Все это время вы сможете узнавать, как продвигается дело, а пока вам дадут документ на бутылку. Кстати, вы сможете ее перепродать, причем чем ближе будет срок погашения, тем дороже. Можно даже открыть биржу вина!

#### Целевая аудитория

Это ценители качественного алкоголя, для которых срок выдержки не просто цифра. Кроме того, такой фьючерс – прекрасный подарок, например, на день рождения ребенка. В 18 лет он получит настоящую ценность.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Вы можете продвигать эту идею в компании, которая занимается производством алкоголя, тогда инвестиции – нулевые. А можно сыграть по-крупному и действительно создать биржу. Наконец, есть вариант с сайтом, который поддержат производители вина. Подобная площадка уже работает в США. В общем, инвестиции зависят от вашей увлеченности.

Рекламу можно размещать в элитных интернет-сообществах и, конечно, среди ценителей алкоголя.

### **Риски**

1. Неотработанная бизнес-модель, которая может быть понятна только финансистам.
2. А что будет в случае, если вы не угадаете цену и будете переплачивать за товар?
3. Отложенный спрос на вино на целые пять или десять лет, скорее всего, не так уж и огромен, а значит, есть риск не достичь больших оборотов.

### **Мнение эксперта**

*Лоуренс Райт:* «Мне не нравится эта бизнес-идея. В конце концов, когда вы рассчитываете на прибыль? Сейчас или через десять лет? Эта идея не подкреплена рыночной необходимостью, и ей точно не хватает добавленной ценности!»



### 39. «Хит сезона» в Интернете

#### Суть идеи

Какая главная проблема у многих интернет-магазинов? Отсутствие стабильного спроса. Например, в новогодние праздники товар разлетается как горячие пирожки. А потом девять месяцев отчаянной борьбы за клиента. Не только падают доходы, но и возникает необходимость куда-то девать просроченный товар. Так почему бы не сделать магазин, который всегда придется ко двору?

Открываем магазин и называем его, например, «Хит сезона». Сообщаем потребителям, что ассортимент строго зависит от времени года. Например, зимой – новогодние подарки и лыжи с коньками. Весной – продаем цветы. Ну а летом – горячие путевки.

Проблема в отсутствии позиционирования? Нет, фактически мы делаем ссылки на другие профильные интернет-магазины, а сами являемся своеобразным агрегатором предложений.

#### Целевая аудитория

Как всегда, если у вас не очень четкая ниша, в бонус вы получаете широкую целевую аудиторию.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Вы можете продавать товары как на своем сайте, так и сразу сделать кросс-линки на партнеров и брать с них комиссию.

Инвестиции – стандартные для интернет-магазина. Но так как мы будем рекламировать других, то особо навороченного сайта не надо. Хватит простой флеш-заглушки и отсчета времени до следующего сезона. На весь сайт – примерно 150 000–200 000 руб.

Плюс, конечно, придется потратиться на рекламную поддержку – стандартные расходы на пиар в соцсетях могут составить около 300 000 руб. Места для рекламы будут зависеть от сезона.

### **Риски**

1. Надо понимать, что вы просто уничтожаете позиционирование как таковое. Вас могут и не понять.

2. Такая система работы предполагает тесные контакты с совершенно разными дистрибьюторами. Есть риск недостатка знаний в каждой отдельной отрасли.

3. Повышенные расходы на маркетинг – ведь продвигаться придется в совершенно разных сегментах.

### **Мнение эксперта**

*Антон Носик:* «Агрегация товаров повышенного спроса с динамическим отслеживанием этого самого спроса – идея правильная, и все успешные супермаркеты в мире ей в той или иной мере следуют. Скорее всего, можно на этом принципе основать и самостоятельный бизнес, больше похожий на “Магазин горящих путевок”. Но рентабельность этого бизнеса будет в первую очередь зависеть от того, сможет ли посредник-агрегатор выторговать себе такие скидки на чужие товары, чтобы маржа окупала его собственные расходы на маркетинг».



## 40. Чехлы для кондиционеров

### Суть идеи

Что больше всего раздражает в архитектуре Москвы? Высотки? Бизнес-центры? Нас – кондиционеры, которые висят прямо на исторических зданиях в центре города, буквально уродуя старинные фасады. Тем, кто внутри, – плевать, ведь из квартиры кондиционера не видно. Что же делать?

Создаем компанию, которая специализируется на оформлении кондиционеров. Продаются же чехлы для iPhone, iPad и прочей электроники. Значит, и в нашем случае можно найти красивую обертку. С технологической точки зрения вопрос решаемый.

Продавать будем чехлы всех мастей. Для центра города – красивые, в старинном стиле. А для деловых зданий – строгие, в современном стиле. Цвет зависит от конкретного фасада и желания клиента.

### Целевая аудитория

Целевых аудиторий у данной бизнес-идеи несколько. Во-первых, это собственники офисов – кому-то может приглянуться такое эстетическое оформление. Кроме того, на чехлы можно будет наносить логотип компании.

Второй сегмент – муниципальные власти. Ведь они могут заставить государственные предприятия в обязательном порядке закупать такую продукцию. Получить заказ, например, от Москвы – значит гарантировать успех бизнеса.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Инвестиции вполне разумные. Главная статья расходов – хороший специалист по продажам, готовый открывать любые двери. Что касается самих чехлов, то себестоимость одного может составлять около 5000 руб. Продавать же можно и за все 10 000. Наконец, придется создать небольшой сайт и устроить пиар-кампанию. Стартовые затраты вряд ли превысят полмиллиона рублей.

### **Риски**

1. Надо убедиться, что чехлы не будут плохо влиять на работу кондиционера.
2. Без договоренностей с производителями кондиционеров бизнес, скорее всего, не выйдет на большие обороты.
3. И сами производители кондиционеров со временем могут обратить свое внимание на этот сегмент и могут просто купить вашу фирму, что не так плохо, кстати.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Первый риск, который я вижу, – технологический. Нужно досконально изучить особенности чехлов и понять, не будут ли они мешать работе кондиционеров. Великолепная идея – разработать несколько типов чехлов (в разных стилях). И, если мы хотим все-таки облагородить образ города, не стоит наносить на чехлы рекламу и логотипы».



## 41. Шаблоны сказок

### Суть идеи

Ваш малыш просит вас рассказать ему сказку, но ничего, кроме «Колобка», вы не знаете, а выдумывать сказки на ходу умеете только на работе. Особенно это касается пап. Что же делать? Конечно, придумать очередную бизнес-идею.

Создаем сайт, на котором будут автоматически генерироваться сказки. Не самая простая, но вполне решаемая задача. Вы указываете тему сказки, основных героев, количество изменений сюжетной линии и, например, тип концовки. Параметров можно придумать много. А затем на основе популярных сказок формируется ваша «авторская» индивидуальная история. Скажем, приключения принца, борющегося за любовь в недалеком будущем.

### Целевая аудитория

Счастливые родители и их маленькие дети.

### Бизнес-модель и инвестиции

Это рекламная бизнес-модель – хорошая посещаемость обеспечит приток рекламодателей. К сожалению, вряд ли найдутся другие источники дохода. Хотя можно подумать о специальных рингтонах на телефон или, например, о сотрудничестве с магазинами игрушек.

Сайт не самый простой, придется поработать над контентом. Речь идет максимум о 300 000 руб. с учетом расходов на продвижение. Другое дело, что сайт можно делать на спонсорские деньги. Например, производители детского питания с радостью дадут необходимую сумму на создание под своим брендом популярной площадки для молодых родителей.

### Риски

1. Добиться должной посещаемости без существенных затрат будет невозможно.
2. Это нишевая бизнес-идея, на которую весьма ограничен спрос.
3. Расходы на разработку программного обеспечения, скорее всего, превысят потенциальные доходы от рекламы.

### Мнение эксперта

*Лоуренс Райт:* «Похоже, эта идея написана сказочником. Существует множество детских книг и историй, доступных онлайн. Содержание не получится генерировать автоматически, ведь детские истории должны иметь смысл».



## 42. Экологический аудит

### Суть идеи

Тема заботы об экологии набирает популярность. У государства есть соответствующие программы, крупные предприятия начинают показывать, как они заботятся о природе. Есть специальные компании, которые оценивают экологичность, – давайте сделаем такую и мы.

Итак, будем оценивать, насколько экологичны коттеджи, квартиры, приусадебные участки. Начинать можно еще на этапе строительства. Если наше заключение положительное, то стоимость продажи увеличивается. В общем – экологический консалтинг. (Кроме того, почему бы не оценивать, насколько обстановка квартиры или дома соответствует принципам фэн-шуй, но это на любителя.)

### Целевая аудитория

Во-первых, физические лица, которые хотят или убедиться, что в их жилище все в порядке, или понять, что в доме не так.

Во-вторых, строительные компании, которые не против увеличить стоимость продажи жилых объектов и участков.

Наконец, не стоит забывать и о государстве, которому пригодится профессиональная оценка тех или иных районов или даже городов.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Что ж – главное тут методики и эксперты, которых мы будем искать на профильных факультетах. Остальное – продажи крупным клиентам, для этого потребуется грамотный специалист. Затраты на команду – около 500 000 руб. Прочие издержки, типа сайта и регистрации компании, не так существенны.

### **Риски**

1. Недостаточный спрос у корпоративных клиентов на данную услугу.
2. Отсутствие эффективного регулирующего органа, который за счет штрафов мог бы стимулировать спрос.
3. Высока вероятность дополнительных проверок для компании, предоставляющей услуги экологического аудита.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Существует немало международных стандартов, поэтому необходимо прежде всего продвижение ценности данной идеи – работа с менталитетом граждан».



### 43. Ярлык на вещи

#### Суть идеи

Как часто в поисках вновь пропавшего кошелька или паспорта, мы думаем: вот было бы здорово на него позвонить! Что, как вы понимаете, невозможно. Впрочем, установить связь с пропажей и нашедшим ее счастливчиком можно при помощи очередной бизнес-идеи, вполне себе понятной и в некоторых странах уже реализованной.

Делаем сайт, на котором можно создавать коды и к каждому коду привязывать сообщение. Далее печатаем коды на ярлыках, которые приклеиваются на любые вещи (например, на ноутбук). И если этот ноутбук будет потерян, тот, кто его найдет, увидит ярлык, зайдет на сайт, введет код – и прочитает сообщение, в котором будут указаны контакты хозяина ноутбука и сумма вознаграждения. Далее – звонок и радость воссоединения с пропавшей вещью!

#### Целевая аудитория

Клиентом в данном случае может стать каждый. Это очень неплохая задумка для

социального проекта и (внимание!) получения государственных инвестиций. Госпрограмма – «найдем все». Кроме шуток, клиентами могут стать целые предприятия, массово скупающие ярлычки, стоимостью менее 100 руб. каждый. Впрочем, их можно даже раздавать бесплатно, а зарабатывать на рекламе на сайте.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Для технической реализации идеи многого не надо. Сделать сайт с базой кодов можно и за 60 000 руб. Другое дело – средства на раскрутку идеи. В конце концов, некоторые компании в России уже пробовали скопировать эту западную идею, но до национального масштаба дело не дошло.

### **Риски**

1. Идея очень легко копируется – завоевывать рынок надо быстро.
2. Не будет крупного партнера – на массовую раскрутку можно не рассчитывать.
3. Очень серьезные затраты на рекламу.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Это отличная идея, но она требует серьезной рекламной поддержки. В том числе и государственной. Браться за нее без уверенности, что вы станете единственным сервисом такого рода (или хотя бы одним из двух), – полное безрассудство. Поэтому я бы рекомендовал очень тщательно подготовиться к старту».



### Часть III. Идеи со стартовыми инвестициями от 500 000 до 1 млн руб.

#### 44. 3D-панели с изображением неба

##### Суть идеи

Вы наверняка бывали в городских больницах и замечали, что тамошний интерьер мало способствует скорейшему выздоровлению пациентов. Обычно больные проводят все свое время в унылом помещении палаты. Обшарпанные стены, мерцающие лампы, скрипучая кровать на колесах. Все это не добавляет оптимизма, а, как известно, хорошее настроение помогает восстановлению организма. Так давайте поможем несчастным обитателям медицинских стационаров Москвы!

Вешаем на потолок 3D-панели либо устанавливаем специальные проекторы, которые

создадут на потолке трехмерное изображение голубого (а ночью – и звездного) неба. Можно добавить различные проекционные эффекты (движущиеся облака, летающие птицы).

### **Целевая аудитория**

Основными адресатами этой – скорее, социальной – бизнес-идеи должны стать больницы, стационары и реабилитационные центры. Вероятнее всего, придется работать с Министерством здравоохранения и социального развития. Но есть и другой вариант – частные клиники, которые конкурируют за клиента и готовы предлагать дополнительный сервис.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Чтобы запустить такой бизнес, нужно будет заказать производство 3D-панелей с утвержденным рисунком. Другой вариант – нанять дизайнера и сделать специальный видеоряд. Для продвижения проекта лучше всего запустить пилотный объект в одной больнице и получить обратную связь. Дальше потребуются расходы на переговоры и опытные продавцы. Все первоначальные инвестиции не должны превысить 1 млн руб. Зато первый заказ от одной клиники сразу компенсирует все затраты.

### **Риски**

1. Госзаказ связан со значительными временными затратами, а иногда существенно снижает рентабельность.

2. Скорее всего, потребуется сертификация 3D-панелей, а ее получить не очень легко.

3. Если не удастся договориться с частными клиниками и придется работать с государством, то возврат инвестиций может занять долгие годы.

### **Мнение эксперта**

*Максим Мотин:* «Идея необычная и спорная. Чаще всего больные лежат по несколько человек в палате. И вполне может быть, что одному захочется любоваться на облака, а второму на звезды. И тогда лучше не показывать ничего. Скорее идея рассчитана на частные, элитные клиники, которые могут использовать данную опцию как дополнительный маркетинговый инструмент».



## 45. GPS-браслеты

### Суть идеи

Мы часто волнуемся за своих детей или пожилых родственников. Знай мы, где они сейчас, проблем было бы гораздо меньше. Выход – браслеты с GPS-приемником. Если кому-то мерещатся аналогии с тюрьмой, можно сделать стильные метки, которые легко поместятся в кошельке или рюкзаке. Местонахождение человека всегда можно будет узнать с помощью своего мобильного телефона.

### Целевая аудитория

Да это почти все мы. Ведь каждый из нас периодически волнуется за близких. Конечно, можно пофантазировать и придумать аналогичные устройства для собак или для того, чтобы следить за вторыми половинками. Хотя... Да почему бы и нет? У продукта огромный потенциал получить массовый спрос. Не стоит забывать и про сегмент B2B – следить ведь

можно не только за людьми, но и, скажем, за фурами...

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Анализ соответствующего рынка в США показывает, что закупочная стоимость одного браслета может составлять около \$70. Наценка в 200 % – вполне рыночное решение. Конечно, придется потратиться на качественных специалистов по продажам, а начать, возможно, стоит как раз с продаж крупному бизнесу. В противном случае придется тратить на телерекламу, что означает внушительные расходы на старт. Итоговые стартовые расходы вполне могут составить около миллиона рублей.

### **Риски**

1. Идея легко копируется – в конце концов, что мешает украсть вашу разработку и создать такой же сервис?

2. Важна технология: если система станет «глючить», то доверие к бизнесу будет подорвано.

3. Возможные расходы на рекламу могут значительно превысить первоначальный бюджет.

### **Мнение эксперта**

*Антон Носик:* «Использование GPS-приемника для передачи координат устройства – совершенно базовая функциональность давно существующего на рынке бесплатного сервиса Google Latitude. Для использования этого сервиса на любых мобильных устройствах, оснащенных GPS/ГЛОНАСС, будь то под Windows, MacOS, Android, iOS, Symbian или BlackBerry, даже не нужно устанавливать программу-клиент, достаточно в браузере открыть Google Maps и разрешить доступ к геолокации. Альтернативная версия того же сервиса представлена в линейке iOS-устройств под названием Find My iPod/iPhone/iPad/Mac. Все эти сервисы не требуют никаких дополнительных устройств, автономного питания и каналов связи. Они удобны, бесплатны и достаточно массовы. Создавать специальный браслет, который бы ничего другого не умел, кроме дублирования этой общедоступной функциональности, – довольно бессмысленная затея».



## 46. iPad в аренду

### Суть идеи

Самые простые и понятные идеи – обычно самые прибыльные. Эта бизнес-идея проще пареной репы: сдаем в аренду планшеты iPad. Но все же данная задумка не настолько примитивна – иначе мы, конечно же, не посвятили бы ей целую страницу.

Мы действительно сдаем в аренду или даже продаем планшеты iPad. Но уже со специальным программным обеспечением – для ресторанов и магазинов. Вы наверняка уже видели, как в некоторых ресторанах Москвы заказывают то или иное блюдо с помощью iPad. Правда, таких мест совсем немного, рынок не заполнен. Возможно, смущают расходы на массовую закупку планшетов. В таком случае наша идея с арендой таких устройств, скажем, на полгода тем более придется кстати.

### Целевая аудитория

Понятное дело, что это рестораны и магазины. Можно подумать и о государственных учреждениях. Для этой идеи подойдет такой метод продаж, как «возьми щенка». Вы просто говорите, что в течение первого месяца-двух планшеты будут предоставляться клиентам бесплатно и, если на них не будет спроса, вы их потом заберете. Обычно работает безотказно.

### Бизнес-модель и инвестиции

Никаких расходов на аренду офиса: работать можно хоть из дома. Но для старта придется закупить хотя бы 30 устройств iPad – а это уже полмиллиона рублей. Плюс ПО – еще около 150 000 руб. Оформление меню и прочие сопутствующие задачи можно повесить и на клиента. За месяц услуги будем брать около 60 000 руб.

### Риски

1. Если разработка программного обеспечения затянется, то увеличится и срок реализации.
2. Конкуренты не дремлют – ничто не мешает им начать реализацию айпадов.
3. Главное – хорошие продавцы. Важно сразу получить союзников среди ресторанов.

### Мнение эксперта

*Антон Носик:* «Сама по себе идея сдавать напрокат планшеты и/или портативные компьютеры – вполне здравая, но лишь в том случае, если удалось придумать конкретную причину, по которой эта услуга могла бы быть нужна клиенту. Самый распространенный в последние 10–15 лет способ проката подобного оборудования – почасовой (интернет-кафе, клубы). Любая же форма долгосрочной аренды выглядит достаточно гиблым делом: компьютерная техника стоит очень дешево, а амортизируется очень быстро. Магазины или ресторану нет ни малейшего смысла брать планшеты в аренду, если цена этой аренды не отличается сколько-нибудь заметно от цены покупки устройства в собственность. Тем более что планшет предполагается однозадачный – позволяющий покупателю всего лишь листать в электронной форме некую брошюру-каталог (меню) в формате PDF или HTML. Красная цена в базарный день для такой листалки – \$100».



## 47. Автоматы по продаже колготок

### Суть идеи

Любой женщине известна проблема поехавших колготок и чулок. Это товар первой необходимости – посмотрите, сколько в подземных переходах киосков с чулочными изделиями! Но далеко не все бизнес-центры находятся у метро, а лавку с колготками устанавливать там несолидно. Вот и давайте продавать их через обычные вендинговые автоматы.

Все просто: ставим автомат, который продает колготки и чулки. Средняя стоимость пары колготок – от 100 до 200 руб. Естественно, придется выяснить, какие модели пользуются наибольшей популярностью в зависимости от времени года. Также важно обеспечить качество товаров, чтобы первая покупка не стала последней.

### Целевая аудитория

Конечно, это женщины (впрочем, ничего не мешает дополнить линейку черными носками для мужчин). Возраст потенциальных покупательниц – от 18 до 50 лет, место работы – бизнес-центры.

### Бизнес-модель и инвестиции

Инвестиции в проект вполне разумные. Самое прекрасное, что не надо будет тратиться на рекламу в женских журналах: автомат сразу приметят. Вместе с тем надо будет вложиться в оформление автомата.

Сами автоматы стоят от 100 000 до 150 000 руб. Для начала хватит партии и в пять-десять машин. Стоимость аренды места в торговых центрах зависит от ваших навыков продаж. Плюс нужно добавить зарплату пары сотрудников, которые будут отвечать за обновление товара и поддержание аппаратов в рабочем состоянии.

### Риски

1. Эту идею несколько раз пытались реализовать, но не шло. Может, есть риск недостаточного спроса?

2. Без массового распространения – без надежных контактов с бизнес-центрами – будет очень сложно.

3. Серьезный риск конкуренции. Ведь большинство бизнес-центров все-таки расположены рядом со станциями метро.

### Мнение эксперта

*Александр Свинин:* «Считаю, что “не шло” как раз из-за того, что недостаточно был изучен главный клиент – женщина. Колготки за 100 и 200 руб. не найдут спроса у сотрудниц бизнес-центров, так как не являются качественными для них. В данной модели важно изучить средний доход женщин, которые будут покупателями конкретной точки, их род занятий. Очевидно, что наполнение таких автоматов, например, в университете и бизнес-центре будет абсолютно разным».



## 48. Аксессуары для обуви

### Суть идеи

Сколько раз в год девушка приобретает себе обувь? Один раз в год, каждый новый сезон, ежемесячно? Следить за модными тенденциями приходится постоянно – и с таким же постоянством тратить деньги. А что если дать девушкам возможность сделать из одной любимой пары обуви целую коллекцию на любой случай?

Основная идея такого бизнеса – продажа в различных ценовых сегментах (кроме люксового) широкого ассортимента аксессуаров, позволяющих быстро менять стиль и вид обуви. В ассортименте должны быть клипсы, манжеты, цепочки, задники, ремни и женские гетры, частично надевающиеся на туфли. К примеру, манжеты позволят превращать туфли в сапоги или полусапожки, а клипсы – менять внешний вид туфель. В основе принцип экономии. Дешевле купить два аксессуара и одну пару обуви, чем две пары обуви.

### Целевая аудитория

Молодые девушки и женщины от 14 до 35 лет, следящие за модой и придерживающиеся собственного стиля. Студентки, девочки-подростки из небогатых многодетных семей вполне могут стать постоянными клиентками созданного вами магазина аксессуаров для обуви.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Основные затраты будут связаны с закупкой партии аксессуаров для обуви, арендой торгового помещения, оплатой труда персонала. Дополнительных средств потребуют переговоры с обувными магазинами, в том числе сетевыми, для организации каналов дистрибуции и сбыта. Плюс нельзя забывать о минимальных расходах на рекламу, чтобы объяснить потребителям преимущество товаров. Если следовать принципу экономии средств, на старт должно хватить менее миллиона рублей.

### **Риски**

1. В случае если аксессуары окажутся некачественными, то спрос на такую продукцию резко упадет.
2. Конкуренция со стороны интернет-продавцов и таких магазинов, как «Центр-Обувь», которые могут быстро добавить подобные аксессуары к своему ассортименту.
3. Менталитет российских потребителей. Далеко не все девушки готовы приукрашать ношеную обувь, многие предпочтут купить новую пару.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «Увлекательная идея, самые разные аксессуары пользуются огромной популярностью как среди женщин, так и мужчин. Главная трудность в исполнении. А для успеха в этом компоненте нужны талант, опыт и видение».



## 49. Аукцион домашних услуг

### Суть идеи

Как ни удивительно, прообразом этой идеи послужил бизнес, который достаточно быстро провалился в США. Многим из нас постоянно осложняют жизнь бытовые проблемы. Сайты, где можно быстро заказать услуги электрика или сантехника, – давно не новость. Но давайте немного разовьем эту идею.

Делаем простой сайт, где желающие получить услугу по дому могут выставить свою заявку на торги. Эту заявку видят зарегистрированные подрядчики, которые начинают за нее конкурировать. В итоге у вас есть возможность выбрать самую дешевую компанию.

Важно, что подрядчиков можно рейтинговать, то есть вы можете заплатить побольше, если отзывы от клиентов значительно выше среднего. В общем, ничего сложного: мы сводим продавца и покупателя.

### **Целевая аудитория**

Самый широкий спектр потребителей. Попросту говоря, все мы. С одной стороны, это хорошо, но с другой – означает приличные расходы на маркетинг.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Чтобы привлечь людей, хороши все средства – от баннерной и контекстной рекламы до акций в сфере купонных сервисов. Кроме того, не стоит забывать о подрядчиках. Необходимо договориться и с ними, прежде чем открывать сайт. Для поиска контактов подойдет база подобных организаций.

Инвестиции на старт могут составить около миллиона рублей. В первую очередь это расходы на сайт. Он не должен быть слишком ярким, но вот качественная организация баз данных – ключевой вопрос.

Плюс – маркетинговые затраты.

### **Риски**

1. На сайте могут поселиться мошенники, поэтому надо трижды проверять поставщиков услуг.
2. Поскольку вы зарабатываете на комиссии, то без большого количества сделок никаких прибылей не будет.
3. Разработка такого сложного сайта всегда может затянуться.

### **Мнение эксперта**

*Максим Митин:* «Мне часто требуется не фирма, а просто мастер на определенную работу. И было бы здорово напрямую договариваться с хорошими специалистами. Это было бы интересно и самим мастерам, так как они фактически получали бы заказы напрямую. Портфолио и отзывы клиентов позволят отфильтровывать мошенников».



## 50. Витаминная вода

### Суть идеи

В последнее время в Москве то аномально жарко, то слишком холодно. Медики говорят, что такие природные явления влияют на здоровье горожан. И на этом фоне все больше людей задумываются о правильном питании. Эта бизнес-идея как раз связана с натуральным продуктом – витаминной водой.

Все просто. Вода, витамины, сахар – и вот вам новый продукт. Бутылочки с витамином А, В и т. д. Плюс популярный американский бренд Соса-Сола, который продвигает такую воду в Европе и в Америке, но не занимается этим в России. Мы предлагаем заказывать по оптовым ценам воду и продавать ее в вендинговых автоматах, установленных большей частью в фитнес-центрах. По сути становимся официальным дистрибьютором витаминной воды в России.

### Целевая аудитория

Конечно же, это спортсмены, туристы и студенты. Но при правильном маркетинге покупать вашу воду сможет кто угодно.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Бизнес-модель – работа на обороте. В закупке витаминная вода стоит 10 руб. за бутылку, продаем по 60–80 руб. Доход – от 20 000 руб. в месяц.

Реализуем продукцию через вендинговые автоматы, так как в торговые сети войти не очень просто. Закупка самого простого вендингового аппарата обойдется в 150 000–200 000 руб. Первая партия бутылок в 10 000 штук – это еще 100 000 руб. Плюс зарплаты сотрудникам – около 150 000 руб. в месяц. Итого больше полумиллиона рублей, а если задуматься и о телерекламе, то выйдет весьма значительная сумма.

### **Риски**

1. Любой большой конкурент сможет прикрыть ваш бизнес, значит, рынок придется завоевывать оперативно.

2. Всякий продукт питания – это куча одобрений, справок и тестов. Могут быть проблемы с отечественной бюрократией.

### **Мнение эксперта**

*Максим Мотин:* «Хорошая идея, так как о своем здоровье сейчас думать модно, фитнес стал доступен многим, а вот такого продукта в России нет. Думаю, многие с удовольствием пили бы такую воду, если будут на подсознательном уровне верить в ее полезные свойства».



## 51. Дорогие рестораны на колесах

### Суть идеи

Представьте палатку рядом с метро, в которой продают еду. С чем она у вас ассоциируется? Наверняка с хот-догами, картошкой, быстрой едой... Но вот вряд ли вы подумаете о качественной ресторанной еде. А почему бы хорошему заведению самому не прийти к потребителю, сделав выездной филиал на колесах?

Эта идея родом из Нью-Йорка, где можно встретить фургоны от более чем хороших ресторанов. Едва такой фургон остановится у людного места, к нему начинает выстраиваться очередь. В конце концов, кто сказал, что фастфуд должен быть низкого качества? Продавать можно вкусные шницели, супы, мороженое... Даже качественный кофе.

### Целевая аудитория

Владельцы хороших ресторанов. Сами заниматься фургонами они не будут – это головная

боль. А тут ваша компания, которая предлагает передвижную палатку, сотрудников, готовых к обучению, вежливого водителя и наиболее популярные маршруты. Также на вас логистика. С ресторана – только еда.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Начать можно с одного фургончика, который вместе с оформлением обойдется в полмиллиона. Еще – зарплаты сотрудникам. А вот рекламу с радостью возьмет на себя ресторан. В принципе, даже один успешный проект с участием, например, солидного стейк-хауса уже даст ответ: стоит ли продолжать бизнес.

### **Риски**

1. Погода в России – не то чтобы курортная. Поэтому либо придется делать фургон крытым, либо продавать горячительные напитки.

2. Риски связаны и с дорожным движением: мест, где такой ресторан сможет спокойно колесить, – раз-два и обчелся.

3. Ну, и солидная публика у нас не очень любит такие экстравагантные вещи – так что есть риск недостаточного объема спроса.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Это интересная идея, но она потребует преодолевать стереотипы – пока еще у нас качественная еда ассоциируется с дорогим интерьером ресторана. Тем не менее, если вам удастся стать первопроходцем, рынок Москвы может оказаться поистине огромным. Главное для вас – найти хороших партнеров из числа качественных ресторанов – тех, кто будет вам доверять и сам вас не подведет».



## 52. Елки напрокат

### Суть идеи

Не известно, будет ли конец света в обозримом будущем, но празднование Нового года, похоже, никто никогда отменять не собирается. А какой Новый год без елочки? Кроме того, в стране нарастает внимание к экологии. Почему бы на базе этих двух предпосылок не соорудить очередную бизнес-идею?

Создаем онлайн-магазин, в котором каждый может заказать себе елочку на Новый год. Другое дело, что после праздника ель не выкидывают, а сажают обратно. Более того – целый год за деревом можно следить с помощью веб-камеры, выясняя, сколько сантиметров оно прибавило и как вообще поживает. А еще через год к вам приедет уже ваша персональная елка.

### Целевая аудитория

Все, кто празднует Новый год. Но, конечно, основной фокус рекламной кампании должен прийти на активных сторонников охраны окружающей среды. В любом случае это красивая бизнес-идея, и пиар в социальных сетях вам практически гарантирован и без больших затрат на рекламу.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

На первый взгляд может показаться, что это идея для уже работающих лесничеств. Однако не все так просто. Им точно не до установки веб-камер. Поэтому ничего не мешает вам установить такую систему в лесном хозяйстве. Затраты не космические – веб-камеры, сайт с системой обратной связи и реклама – на все про все можно уложиться в 500 000–700 000 руб.

### **Риски**

1. Хотя экология и в моде, не ясно, насколько популярной окажется такая бизнес-идея, так что есть риск не набрать нужные обороты.
2. Риск, связанный с реализацией. Если уж обещаем, что из года в год будем посылать вам одну и ту же елку, надо тратить деньги на возможность контролировать это.
3. Риски, связанные с ценообразованием. Для того чтобы отбить инвестиции, придется завышать стоимость продажи.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Кажется, в нашей стране люди пока не так озабочены экологией и судьбой новогодних елочек, чтобы это стало серьезным бизнесом. Но если вы лично к этому безразличны – почему нет? Дерзайте, может быть, у вас и получится изменить общественное мнение или хотя бы найти несколько тысяч денежных клиентов. Тем более стартовые затраты невелики».



### 53. Каблуки-трансформеры

#### Суть идеи

Девушки любят ходить на каблуках. Это удлиняет ноги, походка становится «от бедра», ну и, самое главное, это нравится мужчинам. Но есть небольшая проблема: долго ходить на каблуках очень тяжело – банально устают ноги, да и водить машину практически невозможно.

В 2007 г. в магазинах на Западе появились женские туфли CAMiLEON Heels, сделанные по принципу «два в одном». В каблуке есть стальной стержень, который можно вытащить и тем самым укоротить каблук. Такая простая идея пришла в голову американскому дизайнеру Дэвиду Хэнделу. Он заметил, что многие женщины добираются до работы в кроссовках, а в пакетах приносят туфли на высокой шпильке. Тогда и были придуманы уникальные каблуки-трансформеры.

Сейчас туфли эти в России не очень известны, поэтому мы предлагаем подзаработать на этой идее.

### **Целевая аудитория**

Конечно, это женщины от 16 до 49 лет. Как офисные сотрудницы, так и молодые мамы, которые хотят быть успешными и хорошо выглядеть. В особом фокусе – автомобилистки. Успех идеи полностью зависит от договоренностей с дистрибьюторами. Для старта бизнеса заказываем сами туфли-трансформеры из Америки – и определяемся с ценой.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Давайте представим, сколько денег потребуется на продвижение. Товар существует, и он брендирован. Рассылаем партию туфель-трансформеров российским звездам – пусть светские львицы сфотографируются в этой чудо-обуви. Ну а далее запускаем рекламу в СМИ. Всю маркетинговую кампанию можно повернуть за 500 000 руб. Еще 200 000 отдаем на зарплаты. Так что план-минимум – это 700 000 руб.

### **Риски**

1. Технологическое решение вряд ли сможет обеспечить, чтобы туфли были и удобными, и стильными.
2. Конкуренция: обычная обувь пусть не столь многофункциональна, зато гораздо популярнее.
3. Отсутствие широкого ассортимента затруднит выбор подходящей пары обуви и поэтому является дополнительным источником риска.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Считаю эту идею малоперспективной, так как женщина выбирает туфли по моде и фасону. Правильный же каблук – это искусство мастера, большинство брендов не согласятся ради функциональности отказываться от дизайна. Есть вероятность, что идея может быть воплощена компанией невысокого ценового сегмента и продукт будет пользоваться спросом в сегменте оригинальных, но непрактичных вещей».



## 54. Книга из социальных сетей

### Суть идеи

«ВКонтакте», Google, Facebook, Twitter, LiveJournal – индустрия онлайн-общения растет. Почему бы на этом не заработать? Например, при помощи бизнес-идеи «Книга из социальных сетей».

Большинство людей пишут в сетях, не особо задумываясь о стиле. Но получается все равно увлекательно, особенно если листать посты пятилетней давности.

Так почему же не собрать все самые интересные и запоминающиеся посты и опубликовать их? Простейшая программа позволит скомпоновать записи в книжный формат. Получившаяся книга будет прекрасным подарком. Тип и цвет переплета, конечно, можно будет выбрать.

### Целевая аудитория

Активные пользователи социальных сетей, которые внимательно следят за модными трендами. Можно будет обратиться к известным блогерам с предложением выпустить книгу. Например, сборник записей с фотографиями Сергея Доли.

### Бизнес-модель и инвестиции

Основные статьи расходов – технология и раскрутка самой идеи. Суммарно можно уложиться примерно в 600 000 руб.

Одна книга в мягком переплете может стоить около 450 руб., а в твердом – порядка 900. Также можно продавать дешевые онлайн-версии и делать наценку на подарочные издания и сборники фотографий.

### Риски

1. При всей своей привлекательности, это нишевая идея. Коллекционировать свои записи из Facebook? Зачем, если они и так там есть?

2. Рассчитывать на большую маржинальность бизнеса тоже не приходится. Да, 450 руб. вам заплатят, а вот больше – вряд ли: солидные люди особо и не пользуются социальными сетями.

3. Придется вложиться и в технологию, а значит, есть риск сорвать сроки и выйти за бюджет.

### Мнение эксперта

*Антон Носик:* «Первый российский предприниматель, додумавшийся поставить на коммерческий поток издание текстов из Интернета, уже умер. Его звали Александр Житинский. Умер и первый русский писатель, обретший культовый статус из-за популярности своего ЖЖ. Его звали Дмитрий Горчев. Сегодня у интересных сетевых авторов нет отбоя от предложений солидных издательств опубликовать их онлайн-творчество в книжном виде. На бумаге издают практически все, что однажды понравилось пользователям Интернета: стихи Быкова и прозу Минаева, кулинарные рецепты Сталика Ханкишиева, путевые заметки Сергея Доли, мысли Темы Лебедева о дизайне, обзоры сайтов от Александра Плющева, подборки постов на свободную тему из ЖЖ Бориса Акунина и Евгения Гришковца. Новому игроку на этом рынке нужно предъявить какие-то серьезные конкурентные преимущества, если он рассчитывает заработать тут хоть рубль».



## 55. Кофе из каблучка

### Суть идеи

Эту идею мы привезли из Киева. Никаких инноваций – чем проще, тем лучше. Итак, гуляя морозным зимним днем по городу, иногда очень хочется выпить чего-то горячего, например, кофе. Но для этого надо заходить в кафе, стоять в очереди и переплачивать. Как бы этого избежать?

Делаем как в Киеве: ставим в людных местах автомобили типа «каблук» с кофемашинами. Такие мобильные автокаблучки гораздо приятней киосков с сэндвичами. Ничего лишнего – только кофе. Ну, максимум – еще печенье. Маржинальности стаканчика кофе, которая может доходить до 1000 %, нам хватит.

У идеи сплошные плюсы. Фургончики смогут быстро подтягиваться к людным местам. Их можно будет обклеить рекламой, в том числе и социальной. Наконец, на городских

праздниках летом можно будет менять кофе на квас.

### **Целевая аудитория**

Во-первых, все, кто пользуются метро, – если разместить фургончики рядом со станциями.

Во-вторых, офисный планктон – если встать рядом с бизнес-центрами.

Наконец, даже солидные бизнесмены, особенно если фургончики будут выкрашены в бело-зеленые цвета Starbucks и рядом не будет собравшихся погреться бомжей.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Один автокаблучок можно купить примерно за 80 000 руб. Для старта хватит и пяти машин – с ремонтом выйдет около полумиллиона.

Реклама и закупки оборудования удвоят эту сумму. Надо заложиться на качественный маркетинг. Но все равно – никаких космических затрат.

### **Риски**

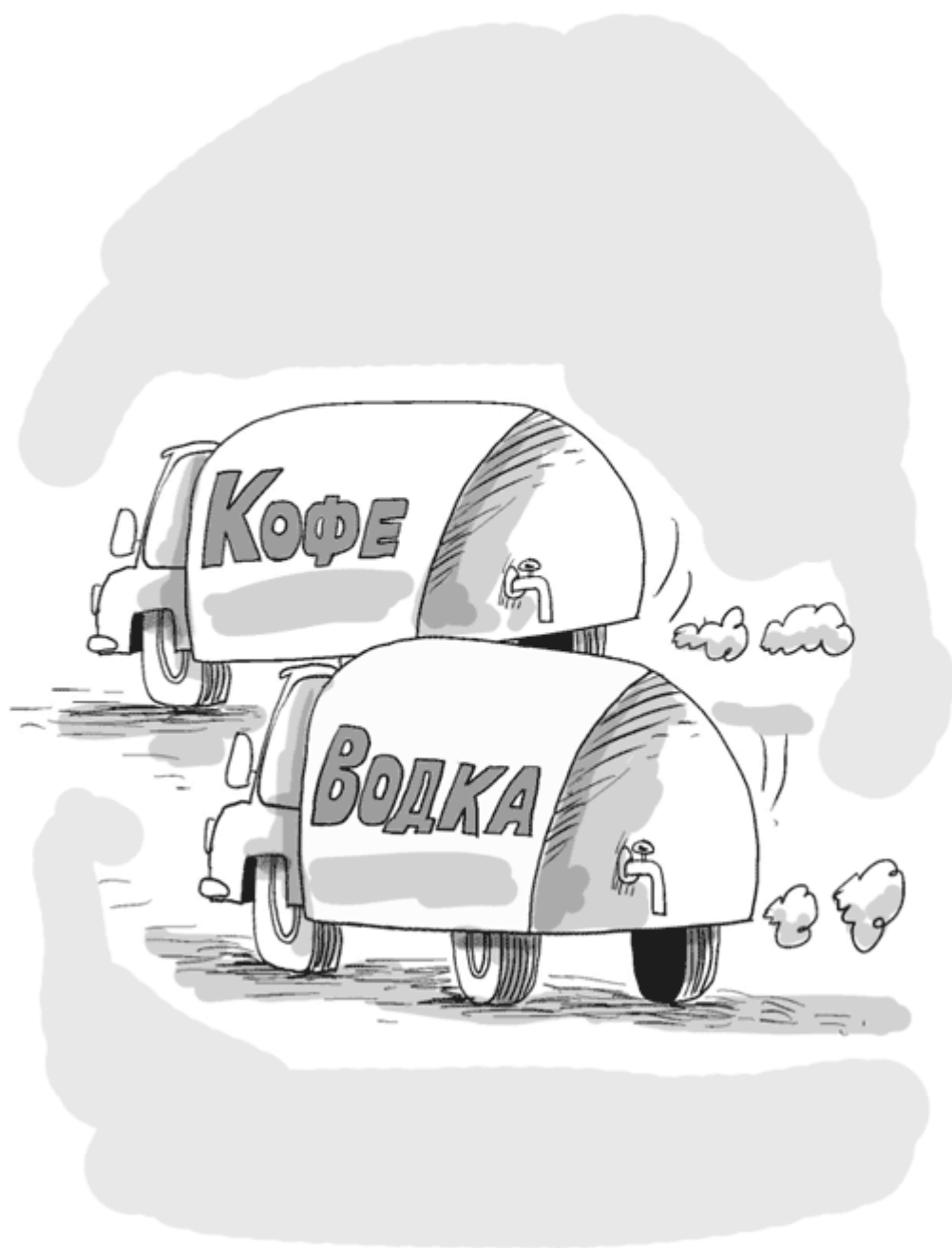
1. Так просто торговать могут и не разрешить. На всевозможные согласования и переговоры с милым государством могут уйти миллионы. И дай бог, чтобы рублей!

2. Конкурентов хватает: рядом множество кафешек, и не факт, что они готовят такой уж плохой кофе.

3. И, как всегда, вас может напугать тот факт, что такая идея частично реализована и кофе из автокаблучка уже можно встретить у некоторых станций метро.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Не идея, а просто готовый бизнес-план. Для Москвы с ее просторами, мероприятиями, сменой сезонов и пассажиропотоков такая идея – золотое дно для предпринимателя. Я сам покупал кофе из каблучка в Стокгольме у памятника Русалочке. В Москве таких мест пруд пруди, не говоря уже о станциях метро. Да, конечно, есть стационарные кафе, павильоны. Но мобильность все равно будет выигрывать во многих случаях. Ищите разрешения у властей!»



## 56. Неоновая реклама

### Суть идеи

Одно из главных качеств успешной бизнес-идеи – это ее масштабируемость, возможность легко копировать товар или услугу при увеличении объемов заказов. Один из ярких примеров – бизнес на рекламных носителях. Меняй вывеску под очередного клиента и жди прибылей.

Создаем агентство, которое делает рекламу с помощью светящихся неоновых трубок. Эти трубки – очень удобный материал: они гнутся, и из них можно выложить любое слово или логотип. Далее выкупаем несколько носителей, желательно рядом с обычной рекламой, и начинаем продавать. Сами понимаете, яркая светящаяся надпись, особенно в ночном клубе, всегда смотрится выигрышнее, чем обычный плакат.

### Целевая аудитория

Два основных сегмента. Во-первых, малый бизнес. Денег на огромные брендмауэры у него нет, зато есть средства на красивую вывеску. В конце концов, «Евросеть» тоже начиналась с простого штендера.

Во-вторых, рекламные агентства. С ними можно договориться о включении в их портфолио этой необычной услуги. Естественно, за приведенных клиентов агентства получают процент.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Это бизнес-идея, которую очень сложно оценить в деньгах. Фактически, все упирается в переговоры с клиентами. Потому что стартовые затраты на трубки из неона, на энтузиастов, которые умеют их гнуть, и даже на пару мест для рекламы несравнимы с затратами времени и сил на поиск первых клиентов.

### **Риски**

1. Без отличных навыков ведения переговоров на рекламный рынок лучше не выходить – есть риск не договориться с подрядчиками.
2. Любое рекламное агентство, заинтересовавшись этим рынком, может вас с этого же рынка и выдавить.
3. И, конечно, технические аспекты – реклама не должна гаснуть и быть бледной.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Неоновая реклама в виде надписи? Что она сообщает клиенту? К чему мотивирует? Если это алкоголь, так он и так в избытке присутствует в ночных клубах. Есть ли аналоги за рубежом? Скорее, эта идея может трансформироваться не в бизнес рекламного агентства, а в часть услуг по продаже тех же неоновых трубок или элементов декора и дизайна для клубов и ресторанов. То есть целевыми клиентами я вижу именно NoReCa. Надо пробовать».



## 57. Обзорная площадка в МГУ

### Суть идеи

Сколько сейчас разговоров об административном ресурсе! Надо и нам воспользоваться. Эта бизнес-идея будет посвящена нашему родному Московскому университету, а точнее – главному зданию МГУ. Если на Москву открывается великолепный вид с Воробьевых гор, так почему бы не посмотреть на столицу с самого высокого здания в университетском комплексе?

Создаем компанию, которая специализируется на организации смотровых площадок. Конечно, придется изучить лучшие практики – например, Эйфелеву башню в Париже, где смотровой этаж как музей географии. Далее договариваемся с ректоратом (мы готовы участвовать) – и делаем на верхних этажах МГУ музей Москвы, оборудованный по последнему слову техники и с прекрасным видом на город.

### Целевая аудитория

Тут проблем нет – это и москвичи, и туристы. Во-первых, многих притягивает само здание МГУ как символ образования. А туристические компании уж точно будут довольны новым местом для проведения экскурсии.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Можно долго рассуждать о больших затратах на технологичное оборудование. Но, в конце концов, это же социальный проект, так что помощь от государства вполне возможна. А самой существенной инвестицией станут переговоры с университетом – думается, что без политической воли здесь не обойтись.

Стоимость подъема на самый верх может составить около 500 руб.

### **Риски**

1. Нет договоренностей с МГУ – нет и бизнеса.
2. Придется продумать навигацию, чтобы гуляющие по территории университета люди знали, как к вам попасть. Иначе потеряете потенциальных клиентов!
3. Оборудование такой площадки – дело недешевое. Достаточно посмотреть на европейские примеры.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Великолепная идея! Удивляюсь, почему никто до сих пор этого не сделал. Путь на смотровую площадку или обратно я бы совместил с осмотром самого МГУ».



## 58. Онлайн-сервис трудоустройства студентов

### Суть бизнес-идеи

В наше непростое время многие студенты и старшеклассники стараются найти подработку. Но на рынке труда у них шансов немного из-за отсутствия опыта работы и профессиональных навыков.

В то же время нанять, скажем, грузчика через агентство стоит больших денег, ведь агентства предоставляют персонал в основном для регулярной работы.

Идея состоит в том, чтобы организованно привлекать к работе студентов, нуждающихся в периодических заработках. Создаем портал для трудоустройства учащейся молодежи. Основное условие – работу можно совмещать с учебой.

Проблем с доверием со стороны клиентов можно не опасаться, если на сайте будет система рейтингов и вообще много информации о потенциальных работодателях.

### Целевая аудитория

С одной стороны – малый бизнес и частные предприниматели, у которых каждая тысяча на счету. С другой стороны – студенты московских вузов, ищущие периодическую работу с оплатой от 10 000 до 30 000 руб.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Бизнес-модели здесь две на выбор: либо брать определенный процент от сделок, причем, конечно же, с работодателей; либо рекламная модель – при условии, что сервис бесплатный.

Первоначальные затраты на такой интернет-проект должны составить не более миллиона рублей. Главные статьи расхода – разработка сайта и контекстная реклама в поисковиках. Не помешает и целенаправленный пиар среди работодателей или альянс с одним из крупных онлайн hr-сервисов.

### **Риски**

1. Студенты, при всем уважении, не всегда являются надежными работниками, так что оказанные услуги могут оказаться далеко не самыми качественными.

2. Отдельный вопрос – страховка. Как юридически оформить договоры?

3. Создание сайта, учитывая его сложность (тут и базы данных, и платежная система), может затянуться, сорвав вам сроки и смету.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Думаю, это отличная идея! Но ключевым фактором успеха будет создание действительно хорошего и мощного сайта, с системой рейтингов и поиска подходящих кандидатов. Это же будет и основным риском проекта – я бы не советовал браться за него, если вы не разбираетесь в программировании. Кроме того, потребуются вложения в рекламу, чтобы наполнить сайт живыми пользователями, которых смогут нанимать клиенты. Но если получится создать такой сайт и наполнить его кандидатами, успех вам практически гарантирован – спрос точно будет!»



## 59. Персональные товары

### Суть идеи

Предлагаем искать идеи за рубежом. В Германии сейчас бум по созданию «персонализированных» бизнес-моделей. Все реализуется через Интернет. Кстати, эта идея – производить персональные товары – тоже прилетела к нам из Глобальной паутины.

Открываем мини-кондитерскую и создаем ее сайт. Сайт даст возможность клиенту не только изучить готовую продукцию компании, но также по собственному желанию и вкусу подобрать ингредиенты для своего «персонального» лакомства.

Например, «лепестки василька и васоби в шоколаде» (как вам такое сочетание?) или «ломтики манго и перца в сахаре».

### Целевая аудитория

В основном молодежь – хипстеры очень даже подойдут. В общем, молодые люди от 15 до 30 лет. А также те, кто хочет приобрести индивидуальный подарок. Этот бизнес даст ответ на вопрос: «Что же такое подарить, чтобы выделиться в глазах близких и друзей?» И ничего страшного, что подарок будет стоить 3000 руб., главное – уникально и со вкусом.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Понадобятся небольшая кондитерская, пара холодильников, сотни баночек с ингредиентами, оборудование, отличный сайт и реклама. Затраты незапредельные, можно уложиться в 700 000 руб. Достаточно продать иномарку – и можно уже построить бизнес, который принесет не один миллион рублей. Ожидаемая отдача от инвестиций – 150 %.

### **Риски**

1. Без предварительных договоренностей с крупными клиентами есть риск столкнуться с достаточно ограниченным спросом.
2. Крупным сетям вроде «Хлеб Насущный» или «Волконский» будет легко добавить такую услугу к уже существующему ассортименту услуг.
3. Чтобы снизить риск слабого спроса на индивидуальный шоколад, лучше всего договориться с существующими кондитерскими или сетями, такими как «Шоколадница» или «Кофе-Хаус».

### **Мнение эксперта**

*Дмитрий Солопов:* «Такая идея вряд ли реализуема. Проблема в том, что любой индивидуальный товар индивидуален условно. Шоколадная конфета может состоять из разных ингредиентов, но будет выпускаться по унифицированной форме. Границы индивидуальности найти сложно, а масштабировать такой бизнес абсолютно нереально. Скорее всего, нет шансов на большой успех».



- Да, записываю  
рецепт вашего заказа:  
килограмм сахара,  
два литра воды  
поставить на огонь,  
прогнать через  
змеевик...

## 60. Поиск попутчиков

### Суть идеи

Обычная ситуация: у вас нет своей машины и не хочется платить за такси... В таком случае надо просто найти попутчика, который отвезет вас бесплатно. Конечно, можно выйти на улицу и поймать машину, но сами понимаете, какие опасности могут вас ждать. Тут вам и неумелое вождение, и не самые дружелюбные водители. В общем, удовольствие сомнительное. Надо с этим что-то делать. Что? Взять на вооружение очередную бизнес-идею.

Сама идея пришла из Франции, где данное явление получило название *covoiturage* (читается «ковуатюраж»). Создаем страницу, где каждый человек может отметить свой регулярный маршрут. Например, с утра на работу. Далее система сама сводит людей, маршруты которых наиболее подходят друг другу. Вы можете возить бесплатных пассажиров, рассчитывая, что в следующий раз довезут вас, а можете брать символическую плату.

### Целевая аудитория

Городские жители, и прежде всего деловые люди, которые каждый день с утра ездят на работу по одному и тому же маршруту. Конечно, основными клиентами станет молодежь.

### Бизнес-модель и инвестиции

Откуда придут деньги? Можно брать, во-первых, процент за платные перевозки, а во-вторых – плату за рекламу на сайте. Возможны и контракты со службами такси и службами перевозок товаров и даже зверей.

Главное – разработка и поддержка сайта, несколько сотрудников, пиар и первые клиенты. Сайт будет стоить около 150 000 руб., а на пиар может уйти и до миллиона.

### Риски

1. Разработка любого сайта – дело рискованное, сроки могут затянуться, а бюджет увеличиться.

2. Важно, чтобы количество пользователей сайта достигло критической массы. Не будет достаточного числа отзывов – пиши пропало!

3. Риски, обусловленные недоверчивостью: в России садиться в незнакомую машину люди могут и не захотеть.

### Мнение эксперта

*Лоуренс Райт:* «Таких сервисов в Европе много, например Zimride. Модели монетизации труднореализуемы в России. Более того, на разработку качественного сайта придется потратить больше, чем указано. Если просто скопировать западную модель, то не факт, что получится успешно реализовать эту бизнес-идею в России. Хотя юридические риски не такие большие, как в Европе».



## 61. Посуда из листьев

### Суть идеи

Все больше людей говорят о необходимости внимания к окружающей среде и заботы о природе. Но их просто капля в море по сравнению с теми, кто, например, любит разбрасывать мусор, не убирает за собой да и вообще плюет на этот мир с высокой колокольни. Но идея делать посуду из опавших листьев, как ни странно, подойдет обеим этим социальным группам. Осуществить такое вполне возможно – посмотрите в Интернете: технология, развитая в Южной Азии, уже есть и у нас.

### Целевая аудитория

Как уже было сказано, это и экологи, и те, кому на природу, в общем-то, плевать. Люди платят, с одной стороны, за экологию, ведь тарелки абсолютно безвредны, а с другой – за возможность разбросать их после пикника, оправдывая себя «экологичным» составом посуды.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Конечно, это маржинальный бизнес, значит, зарабатывать придется на наценке, а продавать посуду – в «Азбуке вкуса» и других элитных магазинах. Маржинальность проекта – около 1000 %. Кстати, корпоративные продажи тоже могут принести хорошие деньги: многим западным компаниям будет приятно продемонстрировать свою заботу о будущем планеты.

Главной статьей расходов станут договоренности хотя бы с парочкой торговых сетей о размещении такой посуды. Другой важный блок затрат – сама посуда, ведь придется закупить производственную линию. Конечно, есть и другие расходы, но, так как сырье недорогое, общие стартовые инвестиции не превысят миллиона рублей.

### **Риски**

1. Некачественное производство может загубить этот бизнес. Если посуда из листьев будет разваливаться в руках, то никакая экологичность не принесет ей успех.

2. Если удастся создать качественную посуду, то стоимость одной тарелочки будет явно выше пластикового аналога. А это значит, что потребуется дополнительная реклама для объяснения преимуществ товара.

3. Дополнительные затраты потребуются на переговоры с торговыми сетями, которые не готовы брать неизвестную, пусть даже экологичную продукцию на реализацию.

### **Мнение эксперта**

*Дмитрий Солопов:* «Интересно, почему эта идея до сих пор не реализована? Я бы трижды проверил, точно ли такие тарелки функциональны. Не разваливаются ли? Может, есть ограничения по срокам хранения? Потому что, если все именно так, как описывается, это действительно отличная идея и свободная рыночная ниша».



## 62. Регистрация компаний онлайн

### Суть идеи

Создаем юридическую фирму, специализирующуюся на онлайн-регистрации компаний. Все, что требуется от заказчика, – это заполнить анкету, снабженную подсказками и примерами, а система сама подготовит устав, заполнит необходимые протоколы и решения, сформирует заявления для регистрации общества и постановления на упрощенную систему налогообложения. Затем профессиональный юрист проверяет их, а курьер по доверенности отвозит их в налоговую. Основное преимущество сервиса должно заключаться в удобстве и простоте интерфейса.

### Целевая аудитория

В Москве ежемесячно регистрируются свыше 7000 организаций. Общее количество

юридических лиц в столице превышает 1 млн. По запросу «помощь в организации ООО» поисковые системы выдают свыше 40 млн результатов. Средняя стоимость подготовки документов для регистрации фирмы составляет 10 000 руб. Создав единую электронную анкету, можно рассчитывать на стабильный спрос за счет демпинга и экономии времени.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Мы применяем модель продажи программного обеспечения как услуги (SAAS), когда пользователь самостоятельно пользуется веб-приложением через Интернет. В итоге отсутствуют затраты, связанные с установкой, обновлением и поддержкой ПО. За счет такой модели стоимость одного комплекта документов может составлять 990 руб., что в десять раз ниже цен конкурентов. Для разработки такой унифицированной системы подготовки документов потребуется компания – разработчик приложения. Бюджет такой системы может составить от 500 000 до 1,5 млн руб. в зависимости от спецификации. Дополнительные расходы на контекстную рекламу в Интернете – в пределах 50 000 руб. в месяц. Итого при экономии в первые полгода можно уложиться в 700 000 руб.

### **Риски**

1. Конкуренция со стороны тысяч существующих юридических компаний и наличие схожих сервисов eREGISTRATOR и «Документовед».
2. Дополнительные расходы тогда, когда налоговая инспекция будет возвращать документы из-за ошибок пользователей.
3. Любые ошибки в системе сразу же повлекут за собой потерю клиентов.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «Любые сервисы, призванные облегчить жизнь предпринимателя, интересны, привлекательны и потенциально востребованы. Все дело в исполнении и уменьшении рисков».



### 63. Сервис коллективных подарков

#### Суть идеи

Представьте себе: у одного из членов вашей компании – день рождения, и вы с друзьями решили сделать имениннику общий подарок. После того как вы определитесь с подарком, появится проблема со сбором денег. Предлагаем решить эту проблему онлайн.

Создается онлайн-сервис коллективных подарков, который позволяет обсуждать, каким будет подарок, и переводить деньги от участников подарка его «организатору». Для удобства систему будет необходимо интегрировать в социальные сети («Одноклассники», «ВКонтакте» и Facebook).

#### Целевая аудитория

Умеренные новаторы от 15 до 45 лет, имеющие опыт интернет-покупок.

### Бизнес-модель и инвестиции

Главное, что надо будет осуществить, – пригласить друзей из основных социальных сетей на специальный сайт с каталогом подарков, системой рейтингов для удобства выбора и биллингом.

Прежде чем оценить инвестиции, проанализируем модели монетизации сервиса. Основной доход будет получаться за счет комиссии от переводов денег и от покупок подарков в партнерских магазинах. Дополнительно можно зарабатывать и на баннерной рекламе, но это в случае большой посещаемости (от 100 000 посетителей в день). Основные затраты – это качественная IT-разработка сервиса. Для этого понадобится технический директор, три программиста и дизайнер в штат. Ежемесячные затраты на персонал будут превышать 400 000 руб. Можно отдать разработку сервиса на аутсорсинг, но тогда есть вероятность потратить свыше 1 млн руб. (без учета раскрутки сервиса в Интернете).

### Риски

1. Потребители, даже если они будут обсуждать подарок на этом ресурсе, предпочтут сделать покупку на «Яндекс. Маркет», где цены ниже.

2. Низкие барьеры входа на данный рынок. Даже если старт окажется успешным, интернет-клоны не заставят себя долго ждать.

3. Рентабельность такой бизнес-идеи вероятна только при большой посещаемости, а добиться ее можно лишь за счет колоссальных расходов на интернет-маркетинг.

### Мнение эксперта

*Александр Баранов:* «Наиболее интересная часть идеи заключается в обсуждении и выборе подарка – тогда как и перевод денег с комиссией, и покупка подарка без предварительного сравнения его цен в Интернете едва ли покажутся удобными пользователю. Значит, заявленная модель монетизации под угрозой».



## 64. Тендеры для физлиц

### Суть идеи

Давно известна практика в деловом сообществе, когда крупные фирмы для поиска контрагента устраивают тендер на организацию поставок товара или предоставление услуги. Так, корпорации Mars и Unilever могут устраивать тендеры среди рекламных агентств для выбора компании, которая предложит наиболее оптимальное соотношение цены и качества. При такой системе заказчик остается в самых выгодных условиях, так как продавцы (поставщики услуг) за счет конкуренции снижают цену, чтобы выиграть тендер. А почему не перенести эту систему на потребительский рынок для физических лиц?

Создаем автоматизированную систему организации тендеров для физических лиц. Пользователи объявляют тендер на закупку товара или услуги, а поставщики участвуют в аукционе на понижение цены за единицу товара или услуги. У пользователей есть возможность объединяться в группы для закупки товаров или услуг одной категории, чтобы иметь

возможность получить у поставщиков большую скидку. За счет такого сервиса будет снижаться цена товаров и услуг, а также экономия времени и сил пользователей, так как им не придется самостоятельно обзванивать интернет-магазины, узнавать о наличии товара и дату возможной доставки.

### **Целевая аудитория**

Основной фокус на покупателях, которые хотят сэкономить на приобретении товаров/услуг в Интернете. При удачном старте в первые два года можно заработать более 50 млн руб.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

На создание прототипа системы при найме хорошей команды разработчиков уйдет не более трех месяцев. На развитие бизнеса в ближайший год потребуется около 800 000 руб. Из них собственно на разработку должно уйти 500 000 руб., на пробную рекламную кампанию в Интернете еще 300 000 руб.

### **Риски**

1. Далеко не все тендеры будут интересны поставщикам товаров и услуг. Одно дело – ремонт автомобиля стоимостью от 20 000 руб., и совсем другое – уборка дома за 1000 руб.
2. Только масштабируемость бизнес-идеи может принести возврат инвестиций, так как на ранней стадии будет слабое предложение со стороны исполнителей.
3. Конкуренция со стороны существующих аукционов, которые могут сами предложить такую дополнительную услугу.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «Можно по-разному стараться описать суть этой идеи, но содержание не меняется – аукцион аукционом и останется. А их, как мы знаем, в Интернете немало. И затраты на привлечение явно преуменьшены – такой проект должен привлечь огромную аудиторию, чтобы пользователи ощутили его пользу».



#### **Часть IV. Идеи со стартовыми инвестициями свыше 1 млн руб.**

##### **65. Аренда автомобилей на 1 час**

###### **Суть идеи**

Создаем компанию, которая будет предоставлять услуги почасовой аренды автомобилей по принципу самообслуживания. Для начала закупаем либо берем в лизинг десять автомобилей и размещаем их рядом с транспортными узлами города – вблизи аэропортов и вокзалов. Бронировать автомобиль можно онлайн, оплата по часам – допустим, 500 руб. в час. А дальше применяем инновационные технологии. Сейчас все чаще автомобили производятся без ключа запуска, но с использованием специальных RFID-меток, которые открывают двери и позволяют завести автомобиль одной кнопкой. Многие японские машины и даже последний Ford Focus

уже оснащены этой технологией. Вот как раз такие автомобили нам и понадобятся.

Доступ к автомобилю мы будем раздавать онлайн, через специальное приложение. В итоге клиенту будет необходимо просто оплатить кредиткой два-три часа аренды автомобиля, скачать приложение – и можно свободно ездить по городу.

### **Целевая аудитория**

Туристы и менеджеры среднего звена, привыкшие первыми пользоваться новыми услугами. Те, кто готов к инновациям и не желает переплачивать за решение проблемы.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Главное, чтобы автомобилем в день пользовалось не менее трех-четырех клиентов. Это позволит нам заработать на одном авто около 5000 руб. в день. Важно четко отслеживать нахождение автомобиля, чтобы клиенты могли видеть на онлайн-карте, где ближайший свободный автомобиль.

Конечно, это непростой бизнес, и лучше его предложить как дополнение для уже существующих rent-a-car компаний. Но если вы хотите делать бизнес с нуля, начните с трех-пяти машин. Для старта лучше иметь в запасе 3 млн руб. и подробно изучить историю компании ZIPCAR, которая с 2000 г. уже реализует эту идею в Америке.

### **Риски**

1. В России ваш автомобиль могут не только взять в аренду, но и спокойно угнать.
2. Без оборотов денег не будет. Нужно постараться, чтобы загрузить один автомобиль по максимуму.
3. Придется решать вопрос со страховщиками – без них этот бизнес не возможен.

### **Мнение эксперта**

*Максим Мотин:* «Непонятно, как решить вопрос с доверенностью. А также как отслеживать нанесение ущерба водителем. Также может получиться, что машины будут оставлены арендаторами далеко от людского потока, а значит, потребуются дополнительные водители для перегона авто. Мне кажется, идея актуальна и интересна, но только для крупного таксопарка в качестве дополнительной опции».



## 66. Банковский портал

### Суть идеи

Куда вложить собственные средства? Для начинающего инвестора больше всего подходят банковские депозиты. Однако на территории России действует свыше 600 банков, и все предлагают различные вклады с разной процентной ставкой и условиями. Сделать правильный выбор очень сложно.

Создаем онлайн-инструмент, позволяющий получать сведения о лучших предложениях российских банков по вкладам и следить за своими накоплениями. Для этого всю необходимую информацию по вкладам нужно будет собрать в единой базе данных. Чтобы сделать ресурс

удобнее, необходимо добавить функции хранения информации о депозитах в личном кабинете, где можно узнать о сроках размещения и прибыли, которую приносят вклады. Очень важно уделить особое внимание обеспечению безопасности и конфиденциальности данных пользователей.

### **Целевая аудитория**

Вкладчики, держащие свои средства в более чем одном банке. Это активная аудитория с доходом выше среднего, с высшим образованием, причем большинство состоит в браке. Средний возраст – от 25 до 45 лет. Со временем накопленная база данных может быть интересна и юридическим лицам, к примеру, рекламным агентствам, обслуживающим те же банки, для формирования маркетинговой информации по потребностям вкладчиков России. И третья целевая аудитория – банки, которые могут давать на сайт свою рекламу.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Чтобы разработать такую систему, потребуются сотрудники в штат: программисты, которые смогут собрать бета-версию ресурса хотя бы за четыре-пять месяцев, и продавцы финансовых услуг, которые будут проводить переговоры с банками о предоставлении информации о вкладах. Зарабатывать можно как раз на банках, предоставляя им различные пакеты приоритетного размещения на сайте. На первые полгода на фонд оплаты труда и рекламную кампанию в Интернете должно хватить 1,5 млн руб.

### **Риски**

1. Конкуренция со стороны таких ресурсов, как banki.ru и «Сравни. ru».
2. Невысокая конфиденциальность и степень безопасности ресурса очень сильно увеличивают юридические риски. В случае утечки информации, к примеру, при продаже базы данных рекламным агентствам ресурсу просто не избежать судебных разбирательств.
3. В случае неудобства интерфейса пользователи могут быстро сменить финансовый личный кабинет в Интернете.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «С одной стороны, говорится о конфиденциальности, с другой – о предоставлении доступа к базе данных рекламным агентствам. В любом случае ресурсы banki.ru и «Сравни. ru» свое дело также делают, так что ниши нет».



## 67. Бензоколонка без кассира

### Суть идеи

В нашей любимой стране есть замечательный источник доходов. Нефть, газ и другое сырье. Именно поэтому, приезжая на заправку, вы всегда найдете относительно дешевый бензин. 30 руб. за литр – это вам не Европа, где цена в 1,5–2 раза выше. Однако сервис на большинстве заправок оставляет желать лучшего: кассиры хамят и не улыбаются. Мы предлагаем решить и эту проблему.

Бизнес-идея состоит в следующем. Нужно автоматизировать заправку бензином на 100 %. Для этого оборудуем заправки банкоматами, которые принимают кредитки и наличные. Такие заправки распространены в Европе и Америке. Там кассиров просто нет. Только вывеска с ценой на бензин, колонки, пистолеты и приемник денег. Заправиться можно круглосуточно, и никаких очередей, вся процедура занимает не больше одной минуты.

### Целевая аудитория

Автолюбители любых возрастов. Однако не стоит забывать, что старшее поколение боится инноваций. Не увидев ни любимого кассира, ни людей на заправке, автовладелец-пенсионер может подумать, что роботы захватили мир, – развернется и уедет. Клиентами для вашего бизнеса станут, конечно же, владельцы заправок.

### Бизнес-модель и инвестиции

Рассчитывать на быстрый возврат денег тут не приходится. Окупиться возможно только через пять лет.

Вложиться придется капитально. Модернизация, покупка нового оборудования – все это может стоить более 5 млн руб. Однако это выгоднее, чем платить несчастным грустным кассирам по 30 000 руб. месяц, ведь если кассиров трое, то это уже больше 1 млн руб. в год. Через пять лет экономия окажется значительной, а ваша заправка будет самой инновационной.

### Риски

1. Большое количество средств придется потратить на разъяснительный маркетинг. Надо же учить людей пользоваться новыми технологиями.
2. Значительная сумма стартовых инвестиций – а значит, проблемы с поиском инвесторов.
3. Большой срок окупаемости – надо запастись терпением!

### Мнение эксперта

*Андрей Егоров:* «Вложиться во что? Что продаем? Инвестиции в сервис – это вопрос каждой отдельной сети заправок, которая может у вас купить технологию, а может и у конкурентов за границей».



## 68. Бронирование в ресторанах

### Суть идеи

Казалось бы, при нынешнем распространении Интернета вопрос онлайн-бронирования уже неактуален. На самолет бумажные билеты уже не найти. Но почему-то в ресторанах такую систему сделать не удастся.

Начинаем делать бизнес, который создаст единую площадку бронирования для ключевых ресторанных сетей. Начать придется с одной крупной сети, например, с Ginza Project. Конечно, уже есть конкуренты, но ваше преимущество именно в универсальности площадки.

### Целевая аудитория

Ваши главные клиенты – сами рестораны. Пользователями системы могут стать и частные лица.

### Бизнес-модель и инвестиции

Чтобы достучаться до ресторанов, рекомендуем прямые продажи с моделью премиум. Пускай сначала системой будут пользоваться бесплатно, а уже затем вы начнете брать деньги. За месяц или за каждого зарегистрировавшегося – решать вам.

Приготовьтесь к расходам. Для начала придется разработать систему. Впрочем, шаблоны уже существуют. Сами понимаете, авиакомпании не разрабатывали их с нуля каждый раз. Платить зарплату придется не только программистам, но и сотрудникам отдела продаж. Да и сами планшеты для заведений потянут на несколько сотен тысяч рублей. В итоге – около 3–4 млн руб. только на старт.

### **Риски**

1. Есть риск проиграть рынок конкурентам. Нет крупного партнера – нет бизнеса.
2. Придется учесть множество мелочей. Например, что если несколько клиентов забронируют столик одновременно?
3. Придется обучать сотрудников самих ресторанов, а это быстро не делается.

### **Мнение эксперта**

*Сергей Колтович:* «Сравнение с электронным авиабилетом несколько нелогично, так как суть бизнеса совершенно другая. Не так уж много ресторанов, в которые действительно нужно бронировать места заранее. Даже самые престижные рестораны делают так, чтобы рассадить тех, кто все-таки пришел, но не бронировал места заранее. К сожалению, я не вижу реального value proposition».



## 69. Буфет на вес

### Суть идеи

Ресторанов в Москве тысячи. Есть все хотят. Конкуренция запредельная, встречаются дорогие рестораны, дешевые забегаловки, иностранные сети и знаменитые франшизы. Кажется, что отличиться здесь невозможно, все уже придумано до нас. Однако мы так не считаем. Для этого предлагаем заново взглянуть на ресторанный бизнес.

Все элементарно. Давайте вспомним обычный продуктовый рынок. Лихие 1990-е. Вы приходите на толкучку, выбираете мясо, фрукты, овощи и расплачиваетесь с дружелюбным торговцем. И при этом платите за вес, за килограмм. Так давайте вернем это приятное забытое «советское чувство» в рестораны.

Вы приходите в кафе, а там шведский стол, и на все одна цена, к примеру 100 руб. за 200 г. Скажем, для салата это может быть и дороговато, а вот для горячего – в самый раз. Идея

в том, чтобы сыграть на сладостных человеческих грехах – чревоугодии и обжорстве. По статистике, люди набирают больше, чем могут съесть.

### **Целевая аудитория**

Очевидно, что такая концепция буфета или столовой будет понятна далеко не всем. Однако мы предлагаем ориентироваться на корпоративные столовые, где клиентов сотни, а то и тысячи, а вот питаются все в одном месте.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Бизнес-модель в данном случае нестандартна. С одной стороны, вроде бы это всеми любимый шведский стол, однако платить придется не за безлимитные подходы, а за граммы еды. Самое удивительное то, что такая система позволит увеличить доход кафе на 20 % – а это значительная сумма. Стоит отметить, что идея подсмотрена на пароме Таллин – Хельсинки, где 100 г пищи стоят два евро.

Что касается расходов – считайте так же, как и для обычного ресторана. То есть готовьтесь к тратам!

### **Риски**

1. Любой ресторан – источник постоянных проблем. Будьте готовы к расходам и работой с профильными государственными органами.

2. Бизнес-модель достаточно рискованная, важно правильно рассчитать цену, чтобы не остаться в убытке, просто раздавая еду.

3. Не найдете для своего предприятия хорошего места в городе – ждите провала! Местоположение столовой/ресторана – важнейший фактор успеха.

### **Мнение эксперта**

*Максим Мотин:* «Недавно был в Бразилии, там практически все рестораны работают по этой схеме. И это очень удобно. Главное, чтобы еда была разнообразной и вкусной. Тогда точно люди берут больше, чем могут съесть. Также очень удобно на ланчах. Кстати, в таких местах напитки стоят недешево. Большая маржинальность на десертах».



## 70. Вендинг хлеба

### Суть идеи

Эта бизнес-идея пришла к нам из США и Франции. Каких только вендинговых аппаратов не придумали! Но мы предлагаем тот, внутри которого особо приятный продукт, – свежий хлеб. Оказывается, из полуфабрикатов можно за полторы минуты испечь по-настоящему мягкий, хрустящий и вкусный французский багет. Да и процесс приготовления хлеба прямо в машине – отдельное удовольствие.

Устанавливаем специальные автоматы и каждое утро загружаем в них подготовленные к выпечке багеты. Стоимость одной порции – от 60 до 100 руб. Для начала можно разместить несколько форм для выпечки, а дальше в зависимости от спроса решать, на что сделать ставку.

### Целевая аудитория

Желающие перекусить. То есть все. Лучше всего установить аппарат на входе в офисный центр. Пик спроса придется на утренние часы – время завтрака, и обеденное время: чтобы не покупать непонятные ломти хлеба в кафе, лучше уж приходить туда со своим свежее испеченным багетом. Вообще, места рядом с предприятиями питания – очень неплохая ниша.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Как рассказывает изобретатель хлебопекарного торгового автомата французский бизнесмен Жан-Луи Хехт, стоимость одной машины – примерно €50 000. В Париже срок окупаемости составляет около одного года. Думается, в России хлеб любят никак не меньше. Конечно, придется потратиться на логистику, но если аппаратов будет несколько, то на масштабе все вложения окупятся.

### **Риски**

1. Как и в любом вендинговом предприятии, вы очень зависите от места расположения автомата. Немного не рассчитали – и толку нет.
2. Качество хлеба в Париже сомнению не подвергается, в России же к нему множество претензий.
3. Отдельная история – вандалы. Придется думать о ремонте диковинной машины.

### **Мнение эксперта**

*Максим Мотин:* «Интересная задумка, так как в Москве огромная нехватка свежих хлебобулочных изделий. Но стоимость в 100 руб. многих отпугнет. К тому же в Москве нет привычки купить выпечку и есть ее на ходу».



## 71. Всякая всячина в аренду

### Суть идеи

Иногда, когда вам нужна какая-то вещь, так не хочется тратить деньги на покупку. Вот бы взять ее в аренду на недельку. Когда мы готовились к восхождению на Эльбрус, мы такую проблему решили через объявление на Facebook, а, к сожалению, не через специальный сервис.

Так что делаем портал, на котором любой человек может разместить объявление не о продаже (таких сайтов полно), а именно о сдаче в аренду ненужной вещи. Нет, конечно, речь не о старых джинсах, а, например, о специальном горном рюкзаке, который уже год без дела лежит на балконе. Естественно, тех, кто сдает вещи в аренду, можно рейтинговать, чтобы избежать мошенничества. Такой сервис уже набирает популярность в Германии.

### Целевая аудитория

Широкая целевая аудитория. Например, путешественники, которым нужна экипировка на пару недель. Или спортсмены, у которых хороший велосипед полгода стоит без дела. Искать клиентов можно на похожих порталах, типа Avito.ru, или в специальных сообществах в социальных сетях. Кстати, клиенты такого сервиса далеко не только в России.

### Бизнес-модель и инвестиции

Только на разработку такого сервиса уйдет около 3 млн руб. Не говоря уже о том, что придется объяснять потребителям, чем ваш проект отличается от существующих в соседних нишах сайтов. Плюс придется потратиться на страхование. Что делать, если сданные в аренду лыжи сломаются? В общем, только на разработку и маркетинг уйдет более 9 млн руб.

### Риски

1. Да, рынок огромный. Но есть риск не уложиться в запланированные расходы на привлечение достаточной массы клиентов.
2. Надежность сделок – сложный вопрос. На таких массовых порталах избежать мошенничества сложно.
3. Придется очень постараться, чтобы доказать, что вы не просто очередной сервис по продаже вещей, а действительно занимаете отдельную нишу.

### Мнение эксперта

*Александр Свинин:* «На самом деле все не так критично – можно обойтись и меньшими инвестициями на старте. Точкой роста проекта может стать контракт со страховой компанией – провайдером страховых услуг. Для страховой компании это удачный выход в онлайн-ритейл, новый рынок продаж. Эксклюзивный партнерский договор может стать отличной возможностью для монетизации сервиса».



## 72. Геймподы в аэропортах

### Суть идеи

Путешествия вместе с детьми – это не только радость семейного общения, но и некоторые сложности. Например, как заставить детей спокойно стоять в очереди во время досмотра в аэропорту? Того и гляди, убегут куда-нибудь. Хорошо, что есть проверенные средства – портативные приставки, типа PSP (как электронная игрушка «Ну, погоди», только лучше). Но купить ребенку приставку – значит впоследствии гарантированно угробить учебный процесс. Что же делать? Делать бизнес!

Открываем пункт аренды приставок рядом с очередями в аэропортах. Час – от 200 руб. 200 руб. за спокойствие – не такие уж и большие деньги. Самые популярные игры для детей выявить не сложно. При этом можно предлагать как игрушки для самых маленьких, так и серьезные стрелялки для тинейджеров.

### Целевая аудитория

Наши покупатели – не только в аэропортах и не только в очередях. Они в магазинах, на вокзалах. Скажем, пока мама четыре часа выбирает кофточку, ребенок играет в приставку. Кстати, можно поставить столик и раздавать интеллектуальные игры любителям шахмат, шашек или «Монополии».

### Бизнес-модель и инвестиции

Здесь одна статья инвестиций – аренда помещения, включая все косвенные расходы – например, на обеспечение лояльности администрации. Все остальное – мелочи. Те же приставки нам точно даст одна из фирм-производителей. Для них это прямая реклама. Наша задача – сдать устройство в аренду, остальное (например, безопасность увлеченных игрой детей) уже забота родителей.

### Риски

1. Договориться с аэропортом может оказаться невыполнимой задачей: места там – на вес золота.
2. Если число детей среди пассажиров будет недостаточно большим, все усилия могут не окупиться.
3. Надо заложить в финансовую модель потери вследствие постоянных поломок устройств. Дети есть дети!

### Мнение эксперта

*Владимир Вертоградов:* «Фактически предлагается мобильный вариант детских комнат, которые существуют уже во многих торговых центрах и которых не хватает. Идею надо пробовать, учитывая риск, что если бизнес пойдет, то администрация помещения легко может его скопировать. Отдельный бонус: это будет хорошая промплощадка не только на производителей приставок, но и игр для приставок».



### 73. Диетический ресторан

#### Суть идеи

Каких только заведений питания нет – и с европейской кухней, и с азиатской, и с высочайшим уровнем сервиса, и фастфуды. Тем не менее даже в этой области есть место замечательным бизнес-идеям.

Нет, мы не будем открывать ресторан, где, например, все продукты подаются сырыми (такое уже есть). Мы откроем заведение, в котором предложим блюда, подходящие для наиболее популярных диет. Нестандартные запросы клиентов не смутят наших официантов!

#### Целевая аудитория

Множество людей, которые сходят с ума по всевозможным «волшебным» диетам. Более того, наше заведение должно не только поддерживать наиболее популярные диеты, но и предлагать свои – редкие – диеты на выбор. Например: обедай каждый день у нас в течение двух недель по редкой системе, основанной на малайской диете, – сбросишь 5 кг и помолодеешь на 5 лет. Вариантов море.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Есть мнение, что у любого подобного заведения есть три фактора успеха – место, место и еще раз место. А концепция – это дело десятое.

Расходы – стандартные для ресторанного бизнеса. Это, конечно, маржинальный бизнес, поэтому надо быть готовым к малому количеству посетителей и большой наценке.

### **Риски**

1. Число любителей диетических ресторанов и кафе может оказаться сравнительно небольшим, и тогда сложно будет отбить инвестиции.

2. Если концепция будет успешной, велик риск того, что какая-нибудь из ресторанных сетей скопирует модель.

3. Далеко не все посетители смогут в течение двух недель посещать один и тот же ресторан, пусть даже ради диеты. Есть вероятность, что клиенту просто надоест однообразное меню.

### **Мнение эксперта**

*Дмитрий Солопов:* «Как и в любой ресторанной идее, важна не столько сама концепция, сколько реализация. Это нишевой ресторан. Люди, которые заботятся о питании, готовы за это платить, поэтому добавленная стоимость должна быть высокой. Место для такого ресторана на московском рынке точно есть».



## 74. ДНК-диагностика

### Суть идеи

Бизнес на ДНК уже давно работает на западных рынках. Например, компания DNA 11 на основе анализа слюны делает красивые рисунки спирали ДНК человека. Появляются похожие компании и у нас. А бизнес тут можно делать не только на красивых картинках, но и на биомедицинских технологиях. Очередная идея в этой связи – мобильная ДНК-диагностика.

На основе слюны человека, образец которой он может сдать специальному курьеру, составляется его родословная, устанавливается география происхождения рода и, главное, предрасположенность к различным заболеваниям. Например, может выясниться, что шанс заболеть раком легких у вас из-за особенностей ДНК – не полпроцента, а сорок, – поэтому курение уж точно не для вас.

### Целевая аудитория

Целевой аудиторией является почти любой человек, ведь сейчас внимание общества к здоровью (впрочем, как и к инновациям) растет. Рекламу можно давать на порталах о здоровье (для женщин) или даже на спортивных ресурсах (для мужчин).

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Вам не нужно быть ученым – достаточно таких ученых найти и организовать компанию. Инвестиции в технологии тут небольшие – около полумиллиона рублей. В бизнес-инкубаторе МГУ есть такой проект, так там ребята тратят деньги клиентов на красивое оформление заказов (например, на сертификат о родословной). Не бойтесь составить им конкуренцию: рынок большой – места хватит всем.

### **Риски**

1. Если у вас нет методов анализа ДНК и знакомых подрядчиков, ничего не получится. Так что технологический фактор – самый важный.
2. Прежде чем наладить оказание услуг, придется очень хорошо вложиться в технологию.
3. И главное – любые медицинские услуги требуют долгого согласования и тестирования. Не рассчитывайте на быстрый возврат вложенных средств.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Не вижу обоснования с точки зрения бизнеса – я получил эту услугу за сотню долларов в США. Сколько она будет стоить в России?»



## 75. Игровая площадка для мужчин

### Суть идеи

В Москве полно проблем. Недавно добавилась еще одна – что же сделать на месте снесенной гостиницы «Россия»? И хотя вроде бы уже решено разбить на этом пустыре парк, мы предлагаем свое экстравагантное решение. В конце концов, парки бывают разные. Например, парки развлечений для настоящих мужчин.

Делаем небольшой парк, в котором собираем соответствующие мужским интересам аттракционы – например, строительную технику («Как здорово управлять экскаватором или катком!») либо военную («Броня крепка и танки наши быстры!»). В общем, пока прекрасная дама гуляет по торговому центру, ее мужчина изучает строительное или военное дело.

### Целевая аудитория

В основном — состоятельные мужчины, которые готовы платить за возможность ненадолго расслабиться и получить необычный опыт.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Такой бизнес лучше создавать на строительной площадке или, например, заброшенном полигоне в Подмоскowie (в таком случае уже можно будет подумать о пейнтболе или более серьезных развлечениях типа тарзанки).

Затраты приличные. Во-первых, даже списанная строительная техника стоит денег. Во-вторых, придется существенно вложиться в безопасность развлечений подобного рода и поиск инструкторов. Придется потратить несколько миллионов рублей.

### **Риски**

1. Сотни согласований и лицензий на стадии строительства губили не один бизнес-проект.
2. Отсутствие техники безопасности в парке может привести к негативным последствиям.
3. Понесенные затраты могут оказаться гораздо выше потенциальных доходов за пять-семь лет. В любом случае очевидно, что никакой быстрой прибыли здесь не будет. Но если вам самому нравятся развлечения такого рода — почему бы и не попробовать?

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «Это идея для настоящего фаната таких развлечений: чтобы ее раскрутить, вы должны жить этим, чувствовать, что пойдет, не бояться пробовать разные “аттракционы”. Плюс большие инвестиции и на землю, и на оборудование, и на обеспечение безопасности. Я бы рекомендовал тщательно все взвесить, прежде чем браться за эту идею».



## 76. Инструктор по безопасности

### Суть бизнес-идеи

Очередная бизнес-идея посвящена одной из самых актуальных проблем современности – проблеме безопасности. Создаем агентство, где будут учить, как вести себя в чрезвычайных ситуациях. Учить будут профессионалы – приглашенные пожарные, врачи, полицейские. И учить будут не по учебникам, а на собственном опыте.

Кроме того, мы будем предоставлять как готовые наборы предметов и продуктов для выживания, так и просто разнообразные товары, которые могут быть полезны туристам и путешественникам. Типичная покупка одного клиента в нашем магазине может выглядеть так: тушенка, гречка, соль, газовая горелка, фонарик, аккумулятор, генератор, походный фильтр для воды, GPS-трекер, комплект солнечных батарей.

### Целевая аудитория

Во-первых, заботливые родители. За тренинг по безопасности для любимых детей никаких денег не жалко.

Во-вторых, детские учреждения – школы и детсады. Если получить господдержку на старт такого полезного бизнеса, начинать будет легче.

Наконец, можно подумать и о корпорациях. Да, в западных конторах безопасности учат, но заняться прямыми продажами и высылать предложения о тренингах уж точно не повредит.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Доходы очевидны: плата за тренинг. Курс для одной группы может стоить 5000 руб. с человека. Индивидуальный – 15 000 руб. Плюс продаем диски с записью занятий.

С расходами сложнее – конечно, придется создать сайт, подготовить материалы и вложиться в раскрутку. Очевидно, что придется платить и преподавателям. Но значительно больше средств может потребоваться на откаты и лицензии. С ними общие траты могут превысить миллион.

### **Риски**

1. С учетом того, что занятия касаются самого главного – жизни, нельзя допустить предоставления некачественных услуг.

2. Многие организации будут осторожно относиться к инструкторам со стороны, предпочитая официальных представителей государства.

3. Увы, в России как-то больше принято полагаться на себя, чем на какие-то правила.

### **Мнение эксперта**

*Иван Сафронов:* «По первому впечатлению эта идея не должна у нас прижиться – слишком у нас все привыкли рассчитывать на авось. Но времена меняются, современные родители готовы на многое ради безопасности своих детей, да и западные корпорации с их стандартами безопасности все более активны в России. А если еще удастся получить господдержку, то дело, скорее всего, пойдет. Не забудьте только, что, если вы планируете работать с западными корпорациями, все лицензии и разрешения должны быть оформлены правильно и официальным путем».



## 77. Капсульные отели

### Суть идеи

Москву с каждым годом посещает все больше туристов. При этом большинство из них сталкиваются с трудноразрешимой проблемой – негде переночевать. Средняя ночь в московском отеле стоит от \$220. Но мы предлагаем решение этой проблемы – капсульные отели.

Открываем специальные отели, расположенные вблизи аэропортов и вокзалов. Отель состоит из ячеек для сна. Это небольшие боксы, оборудованные спальным местом, местом для хранения багажа, настольной лампой и беспроводным Интернетом.

Заниматься уборкой в таких отелях очень просто: полчаса – и ячейка готова для нового гостя. Уровень комфорта зависит от вашего желания и цены.

### Целевая аудитория

Туристы среднего достатка, с окладом от полутора тысяч долларов в месяц. Отдельная группа потребителей – студенты, любящие путешествовать и предпочитающие на всем экономить.

Бизнес-модель – работаем на масштабе. Позиционируемся, как доступная двухзвездочная гостиница. Один отель содержит 50–80 ячеек. Возможное время проживания – максимум 10 часов. Можно вводить почасовую оплату, скажем, \$10 в час либо \$50 за ночь.

### Бизнес-модель и инвестиции

Строительство отеля – дело непростое. Создание первого отеля обойдется примерно в 6,5–9,5 млн руб. Плюс обслуживающий персонал – это еще около 160 000 руб. в месяц. Но окупить расходы на такую гостиницу возможно за пару лет.

### Риски

1. Риск не окупить вложения – ведь много платить никто не будет, а при низкой цене вы полностью зависите от оборотов.
2. Важно не переборщить с малыми формами. Капсулы – хорошо, но в них должно быть комфортно.
3. Без предварительных договоренностей о местах размещения отеля не стоит и соваться на этот рынок.

### Мнение эксперта

*Андрей Егоров:* «Сама по себе идея хорошая и пользуется спросом в мире, в основном в аэропортах. Но пока не очевидна целесообразность строительства отдельных отелей, ведь если в аэропорту под это отводится помещение в уже существующей инфраструктуре, то в городе необходимо выделять земельный участок и проводить все коммуникации. Поэтому необходим проработанный бизнес-план, доказывающий окупаемость при столь низкой стоимости».



## 78. Кафе «3 блюда»

### Суть идеи

Ресторанный бизнес в России, и особенно Москве, развивается колоссальными темпами. Кафе и рестораны исчисляются тысячами. На конкурентном рынке важно отличаться и удержать клиентов. Очередная идея дошла к нам из Финляндии – это кафе «3 блюда».

Все более чем просто. Открываем обычное кафе, только вот отличаемся минимализмом в меню. Будем специализироваться только на трех простых, но очень качественно приготовленных блюдах. Скажем, сэндвиче с лососем, лососевом супе и салате из свежих овощей. Все – больше в меню ничего нет! Весь обед обойдется в 500 руб. вместе с кофе или чаем, но блюда можно продавать и по отдельности. При этом меню можно менять каждую неделю. Например, рыба в первую неделю, свинина – во вторую и так далее.

### Целевая аудитория

Ценители хорошего времяпрепровождения и качественной еды.

### Бизнес-модель и инвестиции

Бизнес-модель – оборотная и инновационная одновременно, так как подобная система позволяет экономить на издержках. Что касается инвестиций, то они стандартны для любого простого кафе. Главное – хорошее место в городе и достойный пиар.

### Риски

1. Как и для любого другого заведения питания, важно не ошибиться с местоположением такого кафе. Можно сколько угодно продумывать концепцию, но, если не найти достойного места, реализацию этой концепции никто не увидит.

2. Минималистское, с четко установленными рамками меню – это здорово, но есть риск сразу отсеять значительную часть целевой аудитории – тех, кто хочет разнообразного питания.

3. Значительный объем инвестиций. Так называемый «ресторанный риск» – когда расходов оказывается больше, чем запланировано, – присутствует и в данном случае.

### Мнение эксперта

*Иван Сафронов:* «Очень хорошая идея! Но потребуются донести до потребителей, что 3 блюда – это не минус, а плюс. Иначе – провал. Наши люди привыкли к длинному меню из многих страниц, и даже Starbucks пришлось специально для России его расширять! Но если получится позиционировать это как премиум-место, вас будет ждать успех – высокая маржа покрывает все инвестиции на раскрутку идеи».



## 79. Консалтинг на все случаи жизни

### Суть идеи

Консультанты в бизнесе – серьезные люди. Обычно это целая команда экспертов, которая приходит на предприятие, проводит там пару месяцев, дает кучу умных советов, а потом забирает пару сотен тысяч долларов. А вот бы просто позвонить консультанту и быстро получить совет!

Значит, открываем сервис советов. Кому-то нужно понять, как быстро сделать красивую презентацию, – он звонит по телефону и его переключают на соответствующего эксперта. Смеемся и думаем, что это никому не нужно? Опыт западных компаний говорит об обратном.

### Целевая аудитория

Целевая аудитория зависит от области консалтинга. Если вы хотите консультировать по стратегии, то вам никто не позвонит. А вот если речь о здоровье, хозяйственных делах или обращении с компьютером или бытовой техникой, от звонков вам не отбиться. Начните с простых областей, а потом набирайте экспертов по серьезным бизнес-темам.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Главные затраты – это эксперты. Вам нужно найти базу реально разбирающихся в своем деле людей. Дальше придется продумать систему тарификации, прикрутить механизм оплаты, оборудовать call-центр. В любом случае без миллиона рублей соваться сюда даже не стоит.

Это сложная и интересная бизнес-идея. Это вам не просто торговать чем-то. Потребуется договариваться с экспертами, разбираться с техническими трудностями, вкладываться в маркетинг. Впрочем, из этого может вырасти целая новая отрасль мобильного консалтинга.

### **Риски**

1. Есть риск не найти хорошую команду, ведь не все эксперты согласятся сидеть на телефоне.
2. Как получать деньги от клиентов и как возвращать платежи недовольным – целая проблема.
3. Объем спроса под вопросом, а значит, есть риск просто не окупить вложения.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Белонощенко:* «Это довольно рискованная в России идея! У нас большинство людей уже считают себя достаточно умными и профессиональными во всем. Но есть и те, кто не уверен в себе, они и станут целевой аудиторией. Для их привлечения потребуется хорошая рекламная кампания, а чтобы их удовлетворить и сделать постоянными клиентами – сотрудники, которые смогут не только ответить по сути на поставленный вопрос, но и убедить клиента, что предложенное решение оптимально для него, – а это всегда самое трудное в консалтинге».



## 80. Лаборатория потребителей

### Суть идеи

Эта бизнес-идея пришла мне (Михаилу Хомичу) в голову, когда я работал в глобальной корпорации Unilever. В английском офисе этой компании есть специальная комната, где исследуют поведение потребителей в магазинах. На экране нарисована полка с продуктами, перед которой стоят респонденты. Датчики фиксируют направление взглядов и первоначальные движения рук, тянущихся к товару. Почему бы и в России не сделать такое же?

Закупаем технологию и аппаратуру. А дальше начинаем предоставлять услугу компаниям сегмента FMCG. Приглашаем фокус-группы, а на витрину выставляем изделия из ассортимента клиента.

### Целевая аудитория

Во-первых, это корпорации, которые хотят узнать, как действуют потребители их товаров. А во-вторых, исследовательские агентства, которые смогут добавить нашу услугу в свое портфолио, экономя на зарубежных поставщиках. Продвигаться лучше через те же агентства, а также в профессиональных сообществах, на специальных конференциях.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Это затратный бизнес. Конечно, цена услуги может быть солидной, но аппаратура и программное обеспечение стоят значительных денег – более 9 млн руб. На маркетинг много не потратим, о нас узнают и так – через сарафанное радио.

### **Риски**

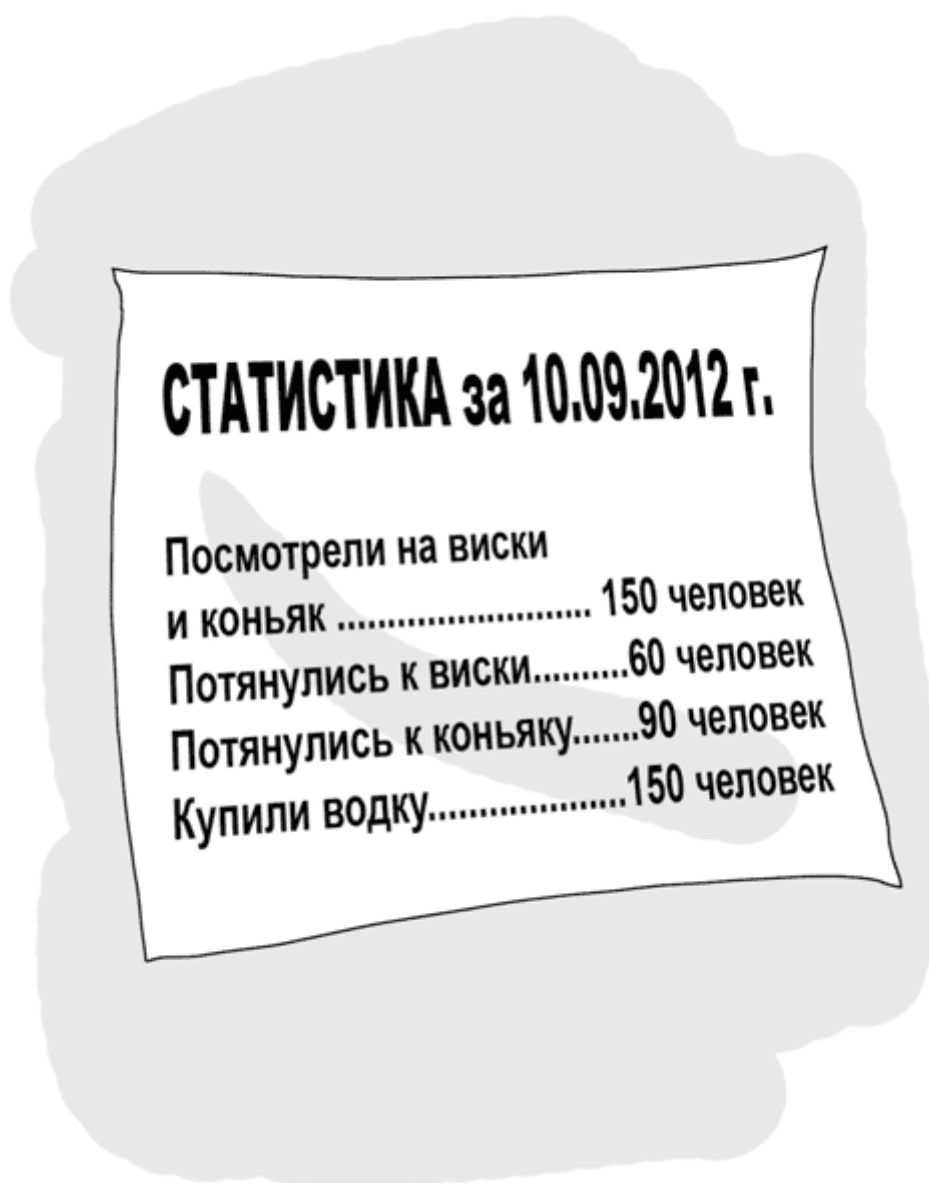
1. Налицо риски некупаемости. Оборудование и технология весьма дорогостоящие. Может, попробовать стать дистрибьютором западных компаний?

2. Придется очень внимательно отнестись к объему спроса. Услуга привлекательная, но будут ли ее заказывать более трех раз в год?

3. Не забудьте и о серьезных расходах на прямые продажи – если на маркетинг обойдется дешево, то профессиональные сотрудники отдела продаж – отнюдь нет.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Это вопрос инвестиций крупных компаний, проводящих маркетинговые исследования, так как кроме самой аппаратуры нужны квалифицированные сотрудники для интерпретаций. То есть по сути данное предложение – создание еще одной компании. Другое дело – создание Центра коллективного пользования для этих крупных маркетинговых компаний, которые уже будут оказывать услуги конечному потребителю».



## 81. Магазин 90-х

### Суть идеи

Зарабатывать на ностальгии – отличный подход к бизнесу. Многие уверены, что раньше и снег был белее, и сахар слаще. Именно поэтому до сих пор можно купить товары 1990-х – баночки Dr Pepper, жвачки Love Is и печенье Wagon Wheels.

Открываем интернет-магазин, в котором будут собраны только товары из прошлого. Конечно, можно не ограничиваться 90-ми, а сделать специальные разделы – «80-е», «70-е» и так далее. А потом и место для нулевых годов выделять придется... Пара таких магазинов уже существует в Рунете, только о должной раскрутке им можно только мечтать.

### Целевая аудитория

Представители среднего и старшего поколений. Если вам кажется, что фанатов старины слишком мало, – посмотрите любую дискотеку-90 по телевизору. Дворец спорта «Олимпийский» ломится от желающих вспомнить былое. Кстати, на таких концертах и стоит давать рекламу нашего магазина. Другим каналом раскрутки станут социальные сети.

### Бизнес-модель и инвестиции

Интернет-магазин можно создать и за 150 000 и за 300 000 руб. Другое дело, что в маркетинг придется вложиться основательно – раскрутка сайта, спонсорство упомянутых дискотек и, конечно, купонные сервисы. Что касается закупок товара, то для начала придется приобрести лишь пилотную партию – остальное окупят доходы. Общая сумма инвестиций на старт не превысит 3 млн руб.

### Риски

1. Если спрос будет, бизнес тут же скопируют, и начнется ценовая война.
2. Массового спроса в любом случае не достичь, а бизнес на наценке – рискованное мероприятие для любого интернет-магазина.
3. Нельзя рассчитывать на выгодные контракты с дистрибьюторами, ведь ассортимент будет крайне ограничен.

### Мнение эксперта

*Владимир Вертоградов:* «Очень сомневаюсь, что такие товары “ностальгического” спроса будут востребованы регулярно. Скорее это импульсивные покупки на той же дискотеке 90-х, но каждый день напиток Dr Pepper покупать не будут, ведь уже по каким-то рыночным причинам его прекратили когда-то покупать. А если бы он был востребован, то его бы и без ностальгии покупали».



## 82. Оборудование аудиторий

### Суть идеи

В процессе обучения в Московской школе управления СКОЛКОВО мы увидели много новшеств в технологии образования. Это специальные проекторы, встроенные микрофоны, огромный пульт, при помощи которого можно управлять звуком, видео, экраном и жалюзи, и даже стены, на которых можно писать. Все это – поводы для бизнес-идей.

Создаем компанию, которая занимается превращением обычной университетской аудитории в настоящий центр образования. Мы готовы братья как за массовые заказы, так и за оборудование одной комнаты. Кроме того, у нас всегда будут сопутствующие товары, типа специальных досок и программ для онлайн-преподавания.

### Целевая аудитория

Посмотрите на любую аудиторию среднего российского вуза, и вы сразу увидите, кто будет вашим клиентом, – естественно же, высшие учебные заведения.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Договариваться придется с руководством вуза или с министерствами и ведомствами, связанными с образованием. Основной метод продаж – участие в тендерах и прямые переговоры, а стоимость одной аудитории будет порядка миллиона рублей и даже больше.

Конечно, необходимо будет изучить образовательные технологии – придется поехать по российским и зарубежным вузам и четко описать разницу. Потом надо будет закупить оборудование для первого заказа и договориться с поставщиками. А затем – продажи, продажи и еще раз продажи. Дополнительно можно предлагать услугу техподдержки. Инвестиции на старт составят порядка 2 млн руб.

### **Риски**

1. У этой идеи большой рынок, но не очень благодарные покупатели. Участие в тендерах – дело непростое.
2. Поверхностных знаний не хватит – надо будет стать экспертом рынка, научившись на первых заказах.
3. Технологические проблемы: бесконечные звонки от недовольных преподавателей – не то, что вам нужно.

### **Мнение эксперта**

*Александр Свинин:* «Рынок государственных закупок в России – 5 трлн руб., и, безусловно, есть отличные возможности для роста. Следует учитывать и специфику проведения государственных закупок, и то, что необходимо обеспечение для участия в конкурсах. И, конечно, конкуренты: они есть, и часто это крупные дистрибьюторы подобной техники. Бороться с ними будет непросто!»



### 83. Отель для бизнеса

#### Суть идеи

Когда вы только начинаете свое дело, одна из основных проблем – найти хороший офис. Ведь дома работать невозможно, всегда что-то отвлекает. Но тратить на офис большие деньги тоже не хочется. Что же делать? Решение простое – отель для бизнеса.

Допустим, что у вас в распоряжении есть офис, состоящий из нескольких кабинетов, переговорных комнат и ресепшн. Почему бы не сдавать эти помещения в субаренду небольшим компаниям? Там они будут просто встречаться с клиентами, демонстрируя, что у них есть солидный офис. А операционные вопросы типа бухгалтерии будут решать в другом месте или даже отдадут на аутсорсинг.

#### Целевая аудитория

Ваши клиенты – малые компании, которым нужно место для встреч с клиентами. В конце концов лучше диверсифицировать риски, а не полагаться на одного арендатора.

Кроме того, вашими клиентами могут стать обычные бизнесмены, которым нужно солидное место с офисной техникой и Интернетом для переговоров всего на один день.

Лучше всего размещать такой бизнес в центре. Вы сами можете взять помещение в аренду, а уже потом сдавать его другим.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Конечно, придется потратиться на обстановку, ведь место должно выглядеть солидно. Важны быстрый Интернет, профессиональные секретари, бесплатный кофе и хорошая парковка.

Но на этом инвестиции заканчиваются – дальше будут только доходы. Поэтому, вложившись в помещение один раз, вы точно вернете свои деньги.

### **Риски**

1. Классический бизнес по сдаче в аренду офисных помещений. Конкуренция на этом рынке запредельная.

2. В таком бизнесе сложно прогнозировать денежные потоки, ведь клиенты могут забронировать офис всего на один день.

3. Первоначальные инвестиции в аренду офиса в центре Москвы, плюс затраты на оборудование помещений могут отложить окупаемость проекта на долгие годы.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Офисы коллективного пользования, коворкинг-центры – идея популярная и не новая. Поскольку в России она практически не представлена, спрос, безусловно, будет, однако все зависит от ежедневной ставки, так как любая блестящая идея – от недорогого качественного кофе до офисов – часто разбивается о нашу действительность арендных и других платежей».



## 84. Платформа прямых видеотрансляций

### Суть идеи

Сейчас в Интернете полно сервисов, на которых размещают видео. Лидер, конечно, Youtube, и догнать его невозможно. Кроме того, есть и сервисы, которые дают ссылки на прямые трансляции. Сами телеканалы размещают их на своих сайтах. Но общего сайта с прямыми (и не только спортивными) трансляциями до сих пор нет.

Создаем портал, полностью посвященный прямым трансляциям. Конечно, можно начать их закупать у правообладателей. Но лучше, наоборот, продавать места на сайте, размещая ссылки на видео. Конечно, без должного уровня посещаемости наш сайт не будет никому нужен, но это уже вопрос инвестиций в наш стартап.

### Целевая аудитория

Посещать такой сайт будут обычные люди, которые, кстати, станут нашим главным активом, если мы выберем рекламную модель развития бизнеса. Но целевой аудиторией наших продаж станут телеканалы, российские и даже заграничные. Договоренности с одним крупным игроком хватит для первоначальной раскрутки.

### Бизнес-модель и инвестиции

Это, предупреждаем сразу, дорогой проект. Сложная техническая платформа потребует около 2 млн руб. А затем – привлечение первых партнеров и значительной целевой аудитории, например, через социальные сети. Не забудем и про большие затраты на пиар. В итоге – как минимум 9 млн руб., и это только начало.

### Риски

1. Значительные первоначальные вложения могут отпугнуть инвесторов. С их поиска и стоит начать этот бизнес.
2. Конкуренты вот-вот появятся. Если не будет быстрого старта, не будет рынка вообще.
3. Любой проект, связанный со сложной разработкой, – это риск срыва сроков и запланированных расходов.

### Мнение эксперта

*Сергей Колтович:* «На первый взгляд, все логично. Ниша свободна, спрос вроде бы должен быть. Но, как обычно, дьявол в деталях. Большие первоначальные расходы, высокая сложность разработки и вероятное скорое появление конкурентов делают этот проект чрезвычайно рискованным».



## 85. Подушки для беременных

### Суть идеи

Эта идея специфична и решает проблему, которая знакома беременным женщинам. Подушки для беременных уже придуманы, идея простая, но в свое время она очень сильно облегчила жизнь женщинам. Вопрос состоит в том, насколько такая подушка удобна и не вредит здоровью матери и будущего ребенка.

Большинство женщин не задумываются о том, как они спят. Между тем беременным женщинам спать на животе запрещено, что приносит им массу неудобств, не говоря уж о бессоннице. Поможет особой формы подушка, сделанная так, чтобы с ней можно было с комфортом спать на спине.

### Целевая аудитория

Беременные женщины и их заботливые мужья. А также больницы и роддома.

### Бизнес-модель и инвестиции

Рассчитывать можно на миллионные доходы, однако это возможно только при качественном продукте, отличном дизайне, умном удобном решении и широкой дистрибуции.

Как таковая, эта бизнес-идея дорогая и долгосрочная. Тут вряд ли получится окупиться за полгода. Закладывать в бизнес-модель нужно три-четыре года и миллионы рублей, чтобы сделать все на должном уровне.

### Риски

1. Любые ошибки в дизайне и эргономике повлекут за собой жалобы клиентов.
2. В мире полно компаний, которые уже производят схожую продукцию. Может, лучше стать их официальным дистрибьютором.
3. Дорогостоящий бизнес с высокими затратами на старте и длительными сроками окупаемости.

### Мнение эксперта

*Дмитрий Солопов:* «Как отец четверых детей, могу сказать, что такая проблема уже давно решается, ведь существуют специальные ортопедические матрасы и подушки. Функционал этой бизнес-идеи не уникален, а вот если сделать упор на позиционирование только для беременных, то идея может быть очень привлекательной».



## 86. Поиск пиратского контента

### Суть идеи

По показателю нелегального распространения лицензионного контента наша страна уверенно держит лидирующие позиции. Совершенно очевидно, что без государственного регулирования эту проблему не решить. Но почему бы не предложить собственное бизнес-решение?

Создаем компанию, которая будет предоставлять сервис по защите правообладателей. Сервис должен позволять максимально быстро находить и удалять незаконно выложенный в публичном доступе в Интернете контент. Технически реализовать такую идею можно посредством лучших алгоритмов поиска на потенциальных сайтах-нарушителях и автоматизированной рассылки требований устранить правонарушение.

### Целевая аудитория

Во-первых, это официальные дистрибьюторы кинопродукции. Во-вторых, музыкальные продюсеры, легально распространяющие музыкальные произведения. В-третьих, это дистрибьюторы видеоигр и программного обеспечения.

### Бизнес-модель и инвестиции

Для запуска такого бизнеса нужно разработать адекватную поисковую систему. Причем необязательно это делать с нуля – вполне реально на первоначальном этапе пользоваться существующими поисковиками от Yandex или Google, добавив возможность поиска по аудио и видеофайлам. В самом крайнем случае можно будет нанять студентов-программистов, которые в свободное от учебы время будут искать нелегальный контент и рассылать уведомления. В случае ручного поиска нужно закладывать расходов от 300 000 руб. на покрытие зарплаты, а если браться за разработку IT-системы, то бюджет может быть и более 3 млн руб.

### Риски

1. Даже если сервис окажется востребованным, нужно быть готовым отбивать хакерские атаки со стороны пиратских сайтов.
2. Велика вероятность, что при помощи поиска будет найден далеко не весь нелегальный контент. В таком случае клиенты будут требовать вернуть деньги, что скажется на репутации фирмы.
3. Проблему удаления нелегального контента технически решить сложно. Так что без дорогостоящего административного ресурса просто не обойтись.

### Мнение эксперта

*Александр Баранов:* «Все упирается в разработку алгоритмов. Для этого нужна не только хорошая команда, но и правильная научная база. Тогда может что-то и получится. Хотя, если уж и заниматься машинным поиском и анализом информации в Интернете, можно придумать много более полезных для бизнеса приложений. Про ручной поиск говорить и вовсе не нужно».



## 87. Помощь инвалидам

### Суть идеи

На Параолимпийских играх наши спортсмены показывают самые высокие результаты. Но после нескольких торжественных приемов на самом высоком уровне все они опять возвращаются в российскую действительность. Не очень веселую. Мы знаем, как сложно развивать социальный бизнес в России. Но давайте все же попробуем.

Создаем бизнес, который будет ориентироваться на оборудование любых площадок необходимыми устройствами для инвалидов. От обычных пандусов до сложных электрических конструкций. Также будем продавать специальные коляски и протезы. В общем, только социальная активность. Скажете, это уже есть? Оглянитесь, рынок огромен.

### Целевая аудитория

С одной стороны, нашей продукцией смогут воспользоваться и сами инвалиды – ведь у

нас будет широкая ассортиментная линейка. С другой – наш прямой клиент – это муниципалитеты. Если мы обоснуем свою экспертизу, то тогда будем вправе рассчитывать на госзаказ. И не стоит забывать о корпорациях, которые хотят показать свою социальную ориентированность.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

С самого начала придется готовиться к большим расходам. Надо будет найти профильных специалистов, привлечь к тестированию и закупкам самих инвалидов, а также технических экспертов. Плюс – вложения в пиар и продажи, ведь продавать подобные вещи в России очень сложно. Без 2–3 млн руб. на рынок выходить не стоит.

### **Риски**

1. Объем рынка может быть значительно преувеличен. Проблема огромна, а вот желание ее решить – не очень.
2. Ответственность за качество продукции – колоссальная. Поэтому есть риск превысить первоначальный бюджет.
3. К сожалению, это рынок монополии. То есть рынок фактически с одним покупателем – государством. Это, согласитесь, отдельный риск.

### **Мнение эксперта**

*Сергей Колтович:* «Действительно, хорошая и очень полезная идея. Все-таки первоначальные инвестиции на первый взгляд кажутся сильно заниженными. Лучше начинать вместе с какой-нибудь социально ответственной корпорацией. Далее, при достижении некоторой критической массы бизнеса, можно выходить в свободное плавание».



## 88. Постоматы – пункты выдачи заказов

### Суть идеи

Интернет-торговля уже заняла заметную часть современного рынка. В настоящее время передача заказов осуществляется либо курьерской службой (требующей дополнительных расходов на персонал), либо при помощи пунктов выдачи заказов (требующих расходов на персонал и аренду места). Предлагаем бизнес-идею, которая значительно сократит эти расходы.

Создаем сеть постоматов – специальных пунктов выдачи заказов, организованных в виде камер хранения. Располагаются они в наиболее удобных для потребителя местах. Для каждого города оцениваются маршруты и выбирается несколько точек расположения пунктов. «Ключом» для каждой камеры служит индивидуальный код, полученный через sms-сообщение на телефон клиента. Номер телефона клиент вводит при заполнении формы заказа. Тогда же он

выбирает из множества предложенных на сайте пунктов наиболее удобный, куда и будет доставлен его заказ.

### **Целевая аудитория**

Частные лица, которые по несколько раз в месяц используют курьерскую службу для доставки купленных товаров. В 2011 г. интернет-покупки совершили более 6 млн жителей России.

Другой целевой аудиторией являются владельцы интернет-магазинов, которые смогут воспользоваться данной услугой. В настоящее время в российском Интернете работают более 8000 интернет-магазинов, однако крупными можно назвать лишь около 500 – они-то и контролируют более 80 % рынка.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Для развития бизнеса потребуется закупить специальные постоматы и арендовать площадь для размещения стандартных камер хранения. Количество зависит от рассчитанного трафика. Плюс нужно будет инвестировать в программное обеспечение, рассылающее sms-уведомления о поступлении товара в ячейку. Общие затраты в этот бизнес оцениваются до 3 млн руб. на город с населением выше 5 млн человек и до примерно 300 000 руб. на город-миллионник.

### **Риски**

1. Вандализм и кража могут угрожать такому бизнесу.
2. Существующая конкуренция со стороны курьерских служб, которые связаны долгосрочными контрактами с интернет-магазинами.
3. Недоверие со стороны клиентов к новой услуге.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «Постоматы довольно успешно работают на нашем рынке и отлично конкурируют и с курьерскими службами, и с доставкой почтой. Нужно работать над увеличением прибыльности и предложением дополнительных услуг».



## 89. Предзаказ в ресторанах

### Суть идеи

Поговорим о том, как экономить время в ресторанах и как на этом заработать.

Есть очевидная проблема: между тем, как клиент пришел в ресторан, и подачей заказа проходит много времени. Предлагаемое решение: онлайн-сервис приема заказов и бронирования столика в ресторане.

Такой сервис является одним из способов привлечения посетителей и увеличения оборота ресторана. Убеждая владельцев ресторанов в необходимости использования нашего сервиса, создаем потребность и получаем первые доходы.

### Целевая аудитория

Продукт, очевидно, нишевый — предназначенный для владельцев ресторанов. Конечные

потребители – активные, молодые представители среднего класса, деловые люди, экономящие свое время и в то же время предпочитающие ужин в ресторане, а не в заведении фастфуда.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Основная выручка – это невысокий процент от стоимости заказа при большом количестве заявок.

Также возможны дополнительные доходы – предоставление рекламной площадки для ресторанов в рамках сервиса за дополнительную плату с аукционной системой оплаты.

Оборот общественного питания в России превышает 800 млрд руб. Рынок высоко-конкурентный, и в этом бизнесе все зависит от качества услуг. Так что в бизнес придется вложить около 10 млн руб. – на продвижение, разработку сервиса и на переговоры с клиентами.

### **Риски**

1. Может быть, эту идею придется долго внедрять – многие не любят заказывать заранее.
2. В случае если не удастся привлечь много сетей в партнеры, идея останется слишком нишевой, а значит, можно будет забыть о больших оборотах.
3. Не забудем и о техническом оснащении – «глюки» системы не должны привести к потере аппетита.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Предварительный заказ конкретных блюд прежде всего потребует системы предоплаты, чтобы избавить ресторан от рисков, к тому же выбор блюд – вопрос вкуса и настроения – заранее не всегда знаешь, что хочешь, плюс часто требуется консультация официанта по ингредиентам и т. д. Отдельные рестораны могут предоставлять данную услугу через свои сайты при соблюдении ряда условий, но спрос на агрегированную услугу пока не очевиден. Другое дело, единая услуга по бронированию столов, безусловно, будет пользоваться спросом, аналог – американский сайт <http://www.opentable.com/>».



## 90. Проблемы по фотографиям

### Суть идеи

На западных рынках реализована следующая идея: вы описываете свою бытовую проблему, а дальше принимаете предложения от заказчиков. Своеобразный аукцион. А давайте дополним эту идею, придав ей новый импульс. Сейчас в России подобный рынок свободен.

Итак, делаем сайт, где размещаем фотографии. Например, разбитых машин. Система устроена так, что подключенные автомастерские сразу же видят масштаб трагедии и выставляют свои заявки. Понятно, что идея масштабируется и на другие отрасли – например, на ремонт, парикмахерские услуги или, скажем, домашний клининг.

### Целевая аудитория

С одной стороны, вы будете продавать данную идею мастерским, парикмахерским и

другим предприятиям, которые при регистрации станут ставить галочку в настройках сайта и видеть только нужные фотографии. С другой стороны, деньги можно брать и с потребителей как комиссию за право размещать свои фотографии. Особенно хорошо такая модель работает, когда юридические лица начнут оставлять массовые заявки.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Самое удивительное, что в сайте нет ничего сложного. Двусторонняя система, где права доступа строго разграничены. Вложим примерно 200 000 руб. Гораздо сложнее собрать базы данных как поставщиков услуг, так и потребителей. В первом случае проблему решат прямые продажи, а во втором – реклама в Интернете. На продвижение стоит заложить как минимум миллион.

### **Риски**

1. Массового признания идея не получила. Значит, сложность переговоров не стоит недооценивать.
2. После первого заказа клиенты начнут работать с поставщиками напрямую, лишая вас комиссии.
3. Каким бы простым ни был сайт, сроки разработки могут затянуться – все-таки это работа с базами данных.

### **Мнение эксперта**

*Александр Свинин:* «Сложность в реализации данной идеи лежит как раз не в плоскости IT – создать такой ресурс на самом деле проблем не составит. Основные проблемы начнутся именно со стороны поставщиков – как убедить автосервис, где работает три человека, искать клиентов в Интернете, если вполне хватает проезжающих авто? Также по фотографии зачастую нельзя оценить степень работ: фото дыма из-под капота точно не отражает размеров бедствия».



## 91. Проекторы-трансформеры

### Суть идеи

Сейчас использованием проекторов для рекламных целей никого не удивишь. Самые масштабные лазерные шоу уже можно устраивать на стенах больших зданий. Тем не менее в СКОЛКОВО можно увидеть совершенно необычное использование проектора. Пока эта рыночная ниша еще свободна, а значит, есть повод для очередной бизнес-идеи.

Создаем агентство, которое применяет для лазерных шоу интересную технологию: луч от проектора направляется не на ровную поверхность, а, например, на треугольную или круглую. То есть форма луча полностью определяется специальной насадкой, меняющей свою форму. Получается очень красиво.

### Целевая аудитория

С одной стороны, это большие корпорации, которые захотят устраивать необычные лазерные шоу. Можно продавать им эту услугу напрямую. С другой стороны, сами рекламные агентства станут потребителями, ведь они смогут включить в портфолио такое необычное шоу. Не забудем и о государственных мероприятиях.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Никаких новых изобретений. Наоборот, все уже придумано и активно используется за рубежом. Придется потратиться на первые два проектора и на хорошего менеджера по продажам – а дальше уж сами решите, будете ли вы вкладываться в расширение или ограничитесь сдачей устройств в аренду. На старт должно хватить около 3 млн руб.

### **Риски**

1. Это нишевая идея, так как фактически предлагается только одна рекламная услуга. Массового спроса может и не найтись.
2. С защитой от конкуренции тоже не все так просто – ведь купить пару проекторов могут и другие агентства.
3. Риски, связанные с несовершенством технологии.

### **Мнение эксперта**

*Александр Свинин:* «Идея может действительно стать хорошим дополнением к портфолио существующих рекламных агентств, у которых налажена работа с клиентами и есть определенный постоянный поток заказов. Разнообразить их лазерным шоу? Почему нет? Для реализации идеи как отдельного бизнеса много рисков и неочевидная бизнес-модель».



## 92. Ресторан «Плати сколько хочешь»

### Суть идеи

Казалось бы, ничего нового в ресторанном бизнесе уже не придумаешь. Но это с какой стороны посмотреть. Что если открыть ресторан, который будет работать по принципу «плати сколько хочешь»?

В таком заведении нет фиксированных цен в меню. Есть только рекомендуемые цены. В итоге каждый платит за свой заказ столько, сколько считает нужным. Можно даже кассы убрать, оставив лишь коробки для взносов. Щедрый клиент оставит 1000 руб. за кофе, а другой, скупец, – 50 коп.

### Целевая аудитория

Качество целевой аудитории очень важно. Ориентироваться стоит на бизнесменов, меценатов и филантропов. Скорее всего, такой ресторан будет уместен в дорогом бизнес-центре

или элитном районе Москвы. Если же открываться в Люберцах, то шансов заработать очень мало.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Зарабатывать можно будет на достаточных средних платежах по чекам, а также на чаевых, которые будут оставлять посетители. Также можно ввести систему закрытого элитного клуба, допустим, для тех, кто входит в список журнала Forbes. Люди, приглашенные в столь пафосное, но вроде бесплатное заведение, будут оставлять хорошие чаевые.

Необходимо отметить, что для успеха бизнеса придется хорошо вложиться в пиар и тщательный подбор места для ресторана. Инвестиции в проект могут составить от 5 млн до 30 млн руб.

### **Риски**

1. Необходимость в подходящем месторасположении.
2. Процент людей, решивших не оставлять вообще ничего, будет больше среднего.
3. Продумайте потенциальные денежные потоки!
4. Без хорошего пиара ваш ресторан останется самым рядовым заведением. А пиар – это дополнительные расходы...

### **Мнение эксперта**

*Лоуренс Райт:* «Это не новая бизнес-модель. Для того чтобы эта бизнес-идея заработала, придется создать систему с регистрацией и рейтингованием пользователей. Например, когда кто-то платит мало, его рейтинг падает. В противном случае в России данная идея не будет иметь успеха. Но если правильно выбрать место – идея может сработать».



### 93. Совместная аренда жилья

#### Суть идеи

В Москве по-прежнему актуален квартирный вопрос. Каждую осень цены на аренду жилья растут на 10–15 % – в том числе из-за студентов, которые приезжают жить и учиться в столицу. Часто молодые люди, стесненные в средствах, обращаются в агентство недвижимости, где им подбирают вариант проживания вместе с собственником квартиры. А это не всегда удобно. Так давайте создадим социально значимый проект, который будет решать жилищные проблемы представителей самых разных слоев населения, включая молодежь.

Когда несколько человек снимают многокомнатную квартиру, стоимость одной комнаты для каждого из них оказывается ниже рыночной. Так что создаем агентство недвижимости, которое предоставит клиенту возможность выбрать соседей по съемной квартире по симпатиям. Для этого нужно будет объединять людей в группы по специальным критериям для

совместного проживания в трех-, четырех-, пятикомнатных квартирах с евроремонтом. Конечно, необходима площадка для встреч и мероприятий, где люди смогут познакомиться, пообщаться, сдружиться, чтобы потом заселиться совместно.

### **Целевая аудитория**

Люди в возрасте от 18 до 30 лет – студенты и холостые, те, кто по финансовым причинам не могут платить за отдельное жилье.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

100 000 руб. уйдет на создание сайта, еще 350 000 – на продвижение в Интернете. Постоянная IT-поддержка ресурса в первый год – еще 600 000 руб. Плюс в штат потребуются профессиональные агенты-риелторы с фиксированной зарплатой на первое время. Это еще 450 000. Итого всего можно уложиться в 1,5 млн руб. на старте.

Привлекать клиентов планируется за счет низкой стоимости аренды в пересчете на одного клиента и невысокой комиссии за оказание услуг по заселению. 50 % от месячной аренды жилья будет в два раза ниже по сравнению с тарифами большинства агентств недвижимости.

### **Риски**

1. На привлекательном московском рынке аренды недвижимости высочайшая конкуренция и устоявшиеся правила игры.

2. Поиск базы предложений многокомнатных квартир и знакомство с владельцами потребует дополнительных временных и финансовых затрат.

3. Далеко не все владельцы жилья будут готовы пустить в свои квартиры группу людей, подобранных по сомнительным интересам.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «Тяжело предсказать успех выбора будущих соседей “по симпатиям”. Кроме того, традиционные риелторы также предлагают аренду комнат в многокомнатных квартирах. При этом клиент знакомится с потенциальными сожителями по квартире и также может определить, “симпатичны” ли они ему».



## 94. Сон в офисе

### Суть идеи

Офис, обеденный перерыв. Вы только что вернулись из столовой, где прекрасно провели время с коллегами. И теперь, к сожалению, снова надо браться за работу... А было бы здорово хоть немножко вздремнуть! Вот только как это сделать на рабочем месте?

Организуем в компаниях специальные комнаты для сна, где устанавливаем светонепроницаемые кабины. Думаете, это наша больная фантазия? Ничуть – сами проверьте, такие кабины уже есть. Теперь любой, кого клонит в сон, может пойти туда и подремать с полчасика. В таких кабинах даже есть специальный будильник, чтобы легко и быстро просыпаться, а не валяться часами.

### Целевая аудитория

Желающих поспать на работе – миллионы. Достаточно просто ввести в Google запрос «sleep at work» – сколько же там советов насчет того, как незаметно дрыхнуть на рабочем месте. Если серьезно, то многие компании уже приходят к организации зон отдыха, так что есть шанс, что пару клиентов среди западных корпораций и российского топ-менеджмента вы найдете.

### **Инвестиции**

Фактически это торговый бизнес. Закупаете кабины и продаете их. Розничная цена одной – примерно от 1,5 млн руб. Но это премиальный вариант, есть и попроще. Начните с одной-двух кабин, тогда вскоре станет понятно, пойдет ли бизнес.

### **Риски**

1. Компания-заказчик (покупатель) может остаться равнодушной к идее тратить дополнительные деньги на то, чтобы дать возможность сотрудникам (потребителям) отлынивать от работы.

2. Потребуется дополнительные маркетинговые расходы, чтобы убедить клиентов в ценности продукта.

3. Большое количество косвенных конкурентов – таких, как офисный диван, удобное кресло, – которые выигрывают по цене и уже находятся почти в каждой компании.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Вировец:* «Идея прекрасная и столь же утопичная. Вряд ли найдется руководитель, который будет готов потратить \$50 000 (!) для того, чтобы его подчиненные имели возможность спать после обеда. Хотя можно ее дополнить важным пунктом: в компаниях, где учет рабочего времени ведется по карточкам или по активности на рабочем компьютере, время, проведенное в капсуле, будет вычитаться из рабочего дня».



## 95. Список покупок онлайн

### Суть идеи

Каким образом современный горожанин делает покупки? Приходит в магазин, пытается вспомнить, чего же не хватает в холодильнике. Если не вспоминает, то ищет в карманах список покупок, который заранее составила жена. Если его не находит, то звонит по телефону и спрашивает. А потом выясняется, что в магазине просто нет нужного товара. Теперь представьте: что если список покупок был бы электронным и подсказывал, где и что купить? Согласитесь, так было бы гораздо удобнее.

Делаем мобильное приложение: список покупок – необходимых товаров с указанием их цен и наличия в ближайших магазинах. В сервисе должны быть заранее представлены товары на каждый день: молоко и хлеб, мясо и овощи, бытовая химия и косметика, одежда и обувь, лекарства и многое другое. Основное преимущество такого списка – возможность поиска нужных товаров по цене и ближайшему магазину. При этом нет необходимости оцифровывать данные о товарах магазинов: в многих супермаркетах уже есть электронная система учета, осталось только договориться с торговыми сетями о предоставлении доступа.

### Целевая аудитория

Активные пользователи Интернета, причем именно мобильного Интернета. Ориентируемся в основном на занятых мужчин, которые не хотят тратить много времени на поход в магазин.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Достаточно трудоемкая разработка IT-системы, которая сможет экспортировать данные из прайс-листов супермаркетов и привязывать их к географическому нахождению клиента. Для качественной проработки сервиса необходим рабочий прототип, чтобы вести переговоры с магазинами. После заключения нескольких контрактов нужно будет выпустить бета-версию приложений для мобильных платформ iOS, Android и интернет-сайт. Если заказывать такую систему на аутсорсинге, то стоимость разработки может составить до 2 млн руб.

### **Риски**

1. Риски, связанные с трудностями синхронизации товаров, которые продаются в магазинах и отображаются в приложении.
2. Далеко не многие пользователи будут готовы платить за приложение, особенно если они уже давно привыкли ездить за продуктами в определенный магазин.
3. Труднопрогнозируемый спрос со стороны физических лиц. Возможно, имеет смысл переориентировать бизнес-модель на разработку приложения под заказ торговой сети.

### **Мнение эксперта**

*Александр Баранов:* «Сервис, призванный сэкономить, может привести к противоположному результату. Время ценится много дороже экономии на яйцах и молоке. Кроме того, супермаркеты уже начинают предлагать свою продукцию онлайн и даже доставлять ее на дом. Да и мобильные решения не заставят себя ждать».



## 96. Студия перевоплощения

### Суть идеи

Как часто у многих людей появляется желание что-либо поменять в своей жизни! А некоторые, особо большие оригиналы, могут решиться полностью сменить имидж. И это заметно на улицах Москвы, так как количество модной и яркой молодежи, или хипстеров, растет каждый день! Именно на этом тренде основана данная бизнес-идея.

Открываем салон красоты, который специализируется на создании яркого имиджа, и назовемся «Студия перевоплощения». Здесь клиенты смогут воспользоваться не только стандартными услугами салонов красоты, но и услугами визажистов, стилистов, дизайнеров и прочих имиджмейкеров. Главная задача – полностью преобразиться.

### Целевая аудитория

Модная молодежь, а также женщины средних лет. При этом очевидно, что есть множество конкурентов в лице других салонов красоты. Мы же предлагаем им стать партнерами и продавать услуги стилистов вместе.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Бизнес-модель – продажа дорогой услуги. Стоимость часа стилиста – от 3000 руб.

3 млн рублей уйдет на покупку готового салона красоты. Плюс понадобится оборудованная комната для стилистов (это еще около 200 000 руб.). И, конечно же, зарплаты стилистам (еще 100 000 руб. в месяц).

Итого 3,5 млн руб. Срок окупаемости с учетом конкуренции – около 15 месяцев.

### **Риски**

1. Конкуренция среди существующих салонов красоты, которые предлагают такую же услугу, но без четкого позиционирования.

2. Нишевая идея, которая может быть интересна ограниченной аудитории, притом что цена услуги может не соответствовать ее качеству.

3. Покупка готового салона красоты увеличивает риск финансовой несостоятельности идеи, так как бизнес-модель не проверена.

### **Мнение эксперта**

*Юрий Вировец:* «Салон красоты “с изюминкой” может стать неплохим бизнесом, но тут очень важно правильно угадать тренд и ценовую политику. С одной стороны, мастера-стилисты должны действительно делать что-то с “вау-эффектом”, чтобы информация о них быстро распространялась. С другой стороны, у молодежи, как правило, не очень хорошо с деньгами, поэтому нанимать дорогих мастеров невозможно. Может быть, выход в том, чтобы найти такого супермастера, который бы сделал несколько типовых вариантов и обучил молодых сотрудников. Что-то вроде заезжего шефа в ресторане, раз в полгода обновляющего меню и обучающего су-шефов».



## 97. Такси для детей

### Суть идеи

Услуги такси достаточно стандартны. Нет, конечно, есть элитные варианты, но в целом все одинаково: вас встретили, довезли, получили деньги и распрощались. На самом деле простора для позиционирования тут предостаточно. Сегодня мы предлагаем сделать особое такси — для детей.

Выделяем в компании подразделение, которое занимается исключительно перевозкой детей. Что это значит? Конечно, потребуется соответствующий уровень водителей, ведь ребенка надо не просто отвезти, а встретить в школе, проверить, тепло ли он одет, и проводить до машины. В дороге нужно уметь поддержать разговор, в том числе и на развивающие темы. И крайне важно не забывать о безопасности. Возможно даже, чтобы в пути водитель выполнял услуги телохранителя для ребенка. Стоимость такой услуги должна начинаться от 1000 руб.

в час.

### **Целевая аудитория**

Занятые родители, которым легче нанять такси, чем найти постоянного шофера.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Бизнес-модель – маржинальная, поэтому скромничать в наценке уж точно не стоит. Что касается маркетинга, то почему бы не рекламировать такие услуги прямо в школах? Конечно, не будем забывать о социальных сетях и блогах.

Проще всего реализовывать такую идею в уже существующей фирме, где вы можете стать руководителем направления. Но если вы хотите делать бизнес с нуля, начните с малого, хотя бы с пары машин. Первые клиенты покажут, стоит ли игра свеч. Но даже на старт 2–3 млн руб. придется потратить.

### **Риски**

1. Многие родители не будут готовы отдать свое чадо в руки неизвестного таксиста, как бы хорошо тот ни выглядел и каким бы образованным ни был.

2. Конкуренция на рынке такси просто огромная, и, скорее всего, одна из компаний просто предложит такую услугу, как дополнительный сервис.

3. «Недетские» затраты на создание собственного автопарка плюс лицензирование таксистов могут превысить все доходы в этом бизнесе.

### **Мнение эксперта**

*Владимир Вертоградов:* «Идея интересна, и, вероятно, ее можно даже расширить: отправить такси встретить ребенка, так как родители из-за пробок или других причин не успевают доехать к нему. Основной конкурент – “домашний водитель”, который постоянно работает с семьей и стоит дешевле официального такси. Но идея очень верная и идеально дополняет уже существующий таксобизнес, правда, можно и с нуля попробовать. Возможный элемент дифференциации: все водители женщины, прошедшие педагогические курсы и курсы первой помощи».



## 98. Тренажеры для гольфа

### Суть идеи

Не так уж и много бывает идей для целевой аудитории с самым высоким достатком. Попробуем проникнуть в сегмент *luxury* с помощью гольфа! Хотя популярность гольфа растет, число поклонников этого вида спорта по-прежнему ничтожно. Зато они очень неплохо зарабатывают – отличный повод для бизнес-идеи.

В России из-за погоды в гольф нормально можно играть от силы три месяца. Но, оказывается, вопрос решаем: существуют специальные видеотренажеры. Мяч и клюшка – настоящие, вы бьете в большой видеоэкран (он окружает вас со всех сторон), а дальше компьютер показывает ваши достижения и разбирает по косточкам сам удар. Такие автоматы производят лишь несколько фирм в мире. Почему не стать их посредником в России?

### Целевая аудитория

Кто купит такие автоматы? Во-первых, гольф-клубы. Во-вторых, элитные отели – почему бы не поставить в лобби такой аттракцион? Наконец, аппарат можно установить и в загородном

доме, для любителей гольфа это просто счастье.

### **Бизнес-идеи и инвестиции**

С расходами дело серьезное. Главное – закупить один автомат, чтобы демонстрировать его потенциальным покупателям. Цена хорошего тренажера от 40 000 до 60 000 евро.

Придется потратиться и на промоматериалы – буклеты, сайт, визитки. И, конечно, надо будет научиться пробиваться на закрытые мероприятия, чтобы наглядно рекламировать товар. В общем, на старт – несколько миллионов рублей. Маржинальность бизнеса – около 70 %.

### **Риски**

1. Такие тренажеры поставляют несколько компаний, так что не ошибитесь с выбором.
2. Возможны дополнительные расходы на техподдержку – оборудование действительно сложное.
3. Заниматься продажами очень тяжело. Без навыков и знакомств пробиваться на закрытые мероприятия не получится.

### **Мнение эксперта**

*Андрей Егоров:* «Попробуйте найти первых потребителей, возможно, ими станут фитнес-клубы».



## 99. Часы напрокат

### Суть бизнес-идеи

В 1980-х гг. создатель бренда Swatch Николас Хайек придумал известную концепцию «second watch» – вторых, аксессуарных часов. В те времена часы из спутника на всю жизнь превратились в аксессуар на день. Swatch заработал миллиарды, а мы предлагаем пойти еще дальше и реализовать бизнес-идею часов напрокат.

Всем известно, что стоимость таких марок часов, как Rolex, Patek Philippe, Ulysse Nardin, может превышать стоимость автомобиля, а иногда и квартиры. Но при этом в России по-прежнему есть неудовлетворенный спрос на дорогие аксессуары и много желающих производить впечатление. Так что создаем компанию, которая будет заниматься арендой наручных часов.

### Целевая аудитория

Бизнесмены среднего достатка и светские львицы, которые хотят попасть в высшее общество и не затеряться там. Есть предположение, что среди клиентов будет больше женщин, которые захотят воспользоваться дамскими часами как украшением на один вечер. В любом случае клиентов нужно будет искать через гламурные журналы и на выставках наручных часов.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Для старта такого бизнеса лучше всего договориться с одним из дистрибьюторов и заключить контракт со страховщиком. Для начала потребуется более 3 млн руб., причем основные затраты уйдут на переговоры с дистрибьюторами о предоставлении часов для аренды. Если же партнер не согласится, то на закупку элитных часов может уйти больше 30 млн руб., и получится целый магазин, а это уже совсем другой бизнес.

### **Риски**

1. Будет очень затруднительно убедить дистрибьютора предоставить партию часов в аренду. Если переговоры провалятся, то закупка часов обойдется слишком дорого для малого бизнеса!
2. Российский потребитель может не воспринять такую идею, необходимо сначала провести маркетинговое исследование.
3. Такая бизнес-идея может понравиться мошенникам, которые будут просто воровать часы.

### **Мнение эксперта**

*Лоуренс Райт:* «Идея может сработать. Рыночный сегмент ясен, равно как и добавленная ценность бизнеса. Однако существуют и проблемы. Например, со страховкой можно разобраться. Но ведь часы придется приобретать – так что первоначальные расходы могут оказаться значительно больше, чем кажется. Поэтому придется поднимать цены, а значит, потребителям будет выгоднее покупать фальшивки, чем брать часы в аренду, чтобы доказать свою значимость».



## 100. Экскурсионные автобусы в Москве

### Суть идеи

Если вы приехали в незнакомый город и хотите его осмотреть, есть несколько вариантов. Один из них – экскурсионные автобусы, которые возят туристов по одному и тому же городскому маршруту. Такие автобусы есть в Европе да и по всему миру, а вот в Москве их до сих пор нет. Так давайте на этом заработаем!

Запускаем в Москве экскурсионные автобусы, которые ходят по городу по определенному круговому маршруту. Гостям города предоставляется карта с основными достопримечательностями. У каждого есть два часа на осмотр города. Турист покупает билет, садится в экскурсионный автобус, надевает наушники, слушает рассказ аудиогuida (записанный на десяти языках) и наслаждается поездкой. Билет действителен в течение всего дня. То есть можно выйти на любой остановке, осмотреть достопримечательности – и через час на таком же

автобусе продолжить экскурсию.

### **Целевая аудитория**

Иностранцы, которые приехали на выходные в Москву. Экскурсия может быть интересна и россиянам, которые приехали в столицу к родственникам или по делам.

### **Бизнес-модель и инвестиции**

Один билет на день стоит 600 руб., или \$20. Для старта бизнеса необходимо купить либо взять в аренду двухэтажный подержанный автобус на 120 человек. Это уже 1,5 млн руб. Плюс к этому нужно не забыть разработать маршрут и записать аудиогид, это еще более 300 000 руб. Ну а дальше потребуются платить примерно 60 000 руб. водителю автобуса. Работать стоит только в туристический сезон, т. е. на Новый год, майские праздники и летом. При правильном позиционировании бизнес окупится в первый же год.

### **Риски**

1. Существует риск затянуть согласования с руководством города.
2. Автобус не сможет соблюдать график движения из-за напряженного трафика в столице.
3. Сезонность бизнеса может значительно увеличить затраты на старте и отодвинуть срок окупаемости.

### **Мнение эксперта**

*Лоуренс Райт:* «Экскурсионные автобусы уже существуют в Москве. Это низкомаржинальный бизнес, который вряд ли вырастет во что-то большое. Его преимущества непонятны, а идея совсем не инновационная».



**Об авторах**



**Михаил Хомич и Юрий Митин** – авторы и ведущие программ «Идея на миллион», «Бизнес-кейс» и «Социальный предприниматель» на радиостанции «КоммерсантъFM», руководители бизнес-инкубатора МГУ, предприниматели. Преподают в МГУ им. М.В. Ломоносова, Высшей школе экономики (ГУ-ВШЭ) и Московском государственном институте международных отношений МИД России (МГИМО). Авторы книги «93 и 6 историй успеха в бизнесе»<sup>4</sup>. Являются слушателями программы EMBA в Московской школе управления СКОЛКОВО.

---

<sup>4</sup> Митин Ю., Хомич М. 93 и 6 историй успеха в бизнесе. – М.: Эксмо, 2012.