

Содержание

Предисловие	
Эффект губной помады	5
Глава 1. Алла Аргунова	
«Хороший предприниматель и делает деньги, и создает новых предпринимателей»	9
Глава 2. Гульнара Хасьянова	
«Любая проблема — это замаскированная удача»	37
Глава 3. Виктория Янчевская	
«Всё начинается с буквы “Я”»	67
Глава 4. Ирина Головченко	
«Победить в сражении можно только одним способом — без боя»	97
Глава 5. Анна Герман	
«Назвать вершину покоренной можно лишь после того, как ты с нее спустился»	123
Глава 6. Олеся Журкевич	
«Место силы существует только для того, кто нашел эту силу в себе»	153
Глава 7. Елена Богданова	
«Я сама знаю, что мне надо»	185
Глава 8. Анна Смирнова	
«Я больше не крутая. Я просто молодец»	211

Глава 9. Кристина Судеревская

«Прочный бизнес всегда строится на гармонии
с окружающим миром» 243

Глава 10. Екатерина Лобачева

«Работа в крупном ретейле — это когда вечером
ты выходишь на улицу и тебе кажется, что снег
слишком медленно падает с неба» 275

Предисловие

Эффект губной помады

Мы назвали книгу о женском предпринимательстве «Потому что я так решила», потому что название это раздражает. А то, что раздражает, всегда дает взглянуть на привычные вещи по-другому, увидеть их по-новому. Кто-то увидит в названии книги дамский каприз, услышит стук каблуков, но «Потому что я так решила» совсем не равно «Потому что я так хочу». Решила — значит, взяла ответственность на себя. А ответственность, как ни парадоксально, — это очень женская история в нашей стране.

Мы написали для вас истории 10 женщин, имеющих свое дело или занимающих высокие позиции в государственном и частном бизнесе, и, как нам кажется, чуть-чуть яснее показали, что же такое «женщина в деле».

О женском бизнесе пишут и рассказывают сейчас много; главная идея большинства текстов в том, что ген предпринимательства не имеет пола — он либо есть, либо его нет.

Бизнес-философия живет и вне гендера. Да, с социальной точки зрения женщинам труднее попасть в большую игру: базовые

цифры мужского и женского присутствия в деловом пространстве не меняются уже 10 лет — предпринимательниц меньше, чем предпринимателей: 40,2% от общего количества.

Но это полноценные 40% равных и сильных бизнес-игроков, которые не просят дать им фору.

И всё же при написании книги нам показалось, что женская доля делового пирога пусть и остается прежней, но отношение предпринимательниц к самим себе постепенно меняется. И происходит это прямо на наших глазах. Женщинам большого, среднего и малого бизнеса земли русской их главное деловое преимущество видится именно в том, что они — женщины. В смысле того самого «тайного заговора»: «Вы, конечно, считайте нас равными, но мы-то знаем, кто тут равнее».

Как известно, Анна Ахматова до смерти обижалась, если ее называли поэтессой. Она была поэтом и только, ведь талант не имеет пола. А современные «ахматовы» обижаются на слово «поэт». Они поэтки. Новые феминитивы можно отнести к «ведомству» перегибов, но они следствие очевидного желания современной женщины получить право стать равной, но «другой» равной.

Роль женщины меняется. Исторически сложилось так, что мужчина завоевывает мир, а женщина — завоевателя. В недавнем прошлом мужчина и женщина завоевывали мир вместе, плечом к плечу, используя одни и те же методы и инструменты. Теперь же женщина реализует право не завоевывать мир — она пробует использовать это право и лучше понять мир через всё большее осознание собственной роли.

Наши героини активно исследуют свою женскую природу и пытаются нащупать, как лучше сблизиться с природой бизнеса. Мужчина использует бизнес для диалога с миром, а женщина — для разговора с самой собой. Главный мужской вопрос — «Зачем?». «Зачем я это делаю?» или «Для чего я это делаю?». Главный женский — «Почему?». «Почему мне это надо?», «Почему то, что надо мне, понадобится и другим?».

Бизнес «через себя» и «из себя» — в этом новизна историй, которые вы читаете. Главные слова и фразы — интуиция,

умение прислушиваться к своей природе и подсказкам мироздания, осознанность.

Наши героини всё еще морщатся, услышав про «женский бизнес», но активно используют формулу «делать бизнес по-женски».

И есть еще один момент, который делает нашу книгу особенно актуальной.

Как известно, в периоды рецессий проявляется «эффект губной помады», отмеченный еще в 1930-е гг., во время Великой депрессии, начавшейся в США, но затронувшей экономику остальных стран мира. С 1929 по 1933 г. промышленное производство сократилось вдвое, однако продажи косметики увеличились. Тогда в моду впервые вошла ярко-красная губная помада (ее еще называли «помадой цвета кризиса»), позволяющая подчеркнуть женственность и... стойкость. Мода на такую помаду содержит двойной посыл: женщина продолжает оставаться женщиной, но собирается стоять до конца и выжить во что бы то ни стало.

В последние три года тоже сработал «эффект губной помады»: области чисто женского бизнеса — продажи белья, косметики и бьюти-услуг — не только не сдали позиций, но и продемонстрировали устойчивый рост. Товары «утешения и веры в себя» в тревожные времена всегда остаются на волне.

Женский бизнес вообще живет по парадоксальным законам. Лучше всего он развивается не в хорошо развитых странах, где благосклонно относятся к любым проявлениям «феминной самости», а в Африке, в Центральной и Восточной Азии, то есть там, где женская свобода в самом зачатке, а уровень жизни невысок. В Европе же один из самых низких показателей роста женского предпринимательства по сравнению с другими регионами ойкумены — 5,7% против 11% в среднем по миру.

Женщины, они такие: помаду покупают, когда денег нет, пироги пекут, когда есть нечего, а бизнесом занимаются, когда отступать некуда.

В массе своей женщины не воинственны. Высокая выживаемость женского бизнеса и умение женщины «прислушиваться к миру» — возможно, одна из главных надежд любого

ПОТОМУ ЧТО Я ТАК РЕШИЛА

неспокойного времени. Кто бы ни сходил в противоборстве, победят в итоге «другие». Победят женщины. В конце концов, Фукуяма обещал, что XXI век будет женским.

Евгения Пищикова
Дмитрий Соколов-Митрич
Лаборатория «Однажды»

Глава 1

«Хороший предприниматель и делает деньги, и создает новых предпринимателей»

АЛЛА АРГУНОВА

Мебельная компания Belfan
и сеть частных школ «Путь к успеху»

Автор текста: Маргарита Фёдорова



Кем начинала: Продавщицей в магазине ювелирных украшений.

Кем стала: Совладельцем группы компаний Belfan. Открыла фабрику по производству мебели из массива дерева и сеть магазинов, в которых эта мебель продается. Основала сеть частных школ «Путь к успеху» с предпринимательским уклоном. В них дети не только получают образование, но и постигают азы бизнеса, одновременно с учебой запуская собственные стартапы.

Первый

предпринимательский опыт: Управление салоном мебели для кухни.

Метод: «Делай прыжок вперед, а потом думай, куда приземлиться».

Звезда по имени Алла

Сегодня от количества средств для укладки волос разбегаются глаза: есть для кудрявых волос, тонких, окрашенных и т.д. А в 1990-е модницам разваливающегося СССР особо и выбирать было не из чего: приходилось проявлять фантазию и использовать весь подручный арсенал, например... сахар. Растворенный в воде сахар помогал поставить челку «гребешком», да так, чтобы «ни снег, ни зной, ни дождик проливной» не могли разрушить эту красоту.

С такой челкой, да еще в модной, собственноручно сшитой мини-юбке 14-летняя Алла как-то раз пришла забирать свою младшую сестру с балльных танцев.

Будущая совладелица мебельного холдинга Belfan научилась шить еще в начальной школе: уж очень она ненавидела унылое коричневое платье с черным фартуком, а еще больше — необходимость выглядеть как другие девочки. «Каждый человек — личность», — считала Алла, а личности жизненно необходимо проявлять собственную индивидуальность хотя бы в одежде. Пусть нельзя было изменить цвет школьной формы, но никто не запрещал играть с ее длиной и фасоном. А если еще надеть цветные колготки — просто шик!

Став старше, Алла научилась шить себе яркую одежду по выкройкам из журналов мод и рисовать — она была уверена, что станет модельером. Тогда девушка даже не догадывалась, какой ценный навык приобретает в борьбе за собственную уникальность. Спустя несколько десятилетий, уже развивая бизнес Belfan, дизайнское видение позволит Алле легко экспериментировать

с формами и самой проектировать стильную мебель. Но тогда ей просто хотелось быть модной, и, конечно, важно было произвести фурор в компании, с которой она только-только начала общаться.

Мама Аллы, увидев одну из ее новых подруг, сразу поняла, что эта дружба до добра не доведет. Зная своевольный характер дочери, читать нотации она не стала, а поговорила с преподавательницей танцев, и та заманила юную модницу к себе на занятия. Начались упорные тренировки, и гулянки сами собой сошли на нет.

О мудром поступке мамы Алла узнала только спустя много лет. «Она всё устроила так, чтобы я сама сделала “правильный выбор”. Ни она, ни папа никогда не указывали мне, что делать, и не давили. Они доверяли, давали мне свободу, поэтому я выросла такой самостоятельной. Без этого качества невозможно стать предпринимателем», — уверена Алла. Самостоятельности она училась наравне с ответственностью: Алле было семь лет, когда у нее родилась младшая сестра, о которой пришлось заботиться.

Хотя танцевать Алле нравилось, солисткой она не стала, и спустя несколько лет ее интерес к тренировкам сошел на нет. Осталось легкое разочарование: Алла привыкла во всем быть лидером — будь то игра в казаки-разбойники или количество пятерок в четверти. Учеба давалась ей с удивительной легкостью. Алла на лету схватывала знания и сама, без помощи родителей, делала домашние задания. А вот по поведению Алла обычно хватала «неуды». Нет, она не была хулиганкой, просто у нее имелось собственное мнение. Она не боялась критиковать учителей, отстаивать интересы учеников и боролась с любой несправедливостью.

Формированию свободной, самостоятельной и открытой ко всему новому натуры способствовала и общая атмосфера на улицах Могилёва, в котором до восьми лет жила наша героиня. В первом классе Алла вместе с друзьями ездила на троллейбусе в центр города и смело исследовала окружающий мир. «С самого детства мне хотелось расширять границы. Мы с ребятами залезали на крыши, бродили по стройкам, измеряли глубину воды в карьере, иногда проваливаясь по пояс. Другими словами,

постоянно балансировали на грани, а инициатором рискованных затей, как правило, выступала я», — вспоминает Алла.

Из Могилева семья перебралась сначала в Бобруйск, где Алла окончила школу, а затем в Минск. От планов стать модельером пришлось отказаться — для этого нужно было поехать в Витебск. Но желание заниматься чем-то необычным осталось; оно-то и привело ее в Белорусский экономический университет, где она пошла учиться по только что открытой специальности «Прикладная математика и экономическая кибернетика». Алла всегда любила математику, а тут представилась возможность не просто совершенствоваться в уже знакомой области, но и обучаться передовым технологиям. «Я не знала, чему будут учить, но именно это меня и привлекло. Я точно не хотела заниматься чем-то скучным, чем-то традиционным — меня уже тогда манили новейшие разработки. Выбор оказался правильным: мы учились моделировать процессы будущего, изучали то, что сегодня называется big data», — рассказывает Алла.

С такой же легкостью наша героиня отправится покорять Москву, вместе с мужем будет открывать мебельные магазины и решится с нуля создать собственную школу «Путь к успеху», чтобы обучать своих и чужих детей основам предпринимательства. Тяга к новому, понимание сути инноваций, умение быстро обрабатывать и систематизировать внушительные объемы информации помогут Алле, когда ей придется перекраивать существующий образовательный стандарт и формировать свою систему обучения. «Я как белка-летяга, которая, прыгая с ветки на ветку, не видит, куда приземлится, но всё равно делает прыжок. Делай прыжок вперед, а потом думай, куда приземлится, — мое кредо», — отмечает Алла.

Москва, встречай!

Первый год после окончания университета стал для Аллы очень тяжелым. Оказалось, что студентка-отличница, обладающая передовыми знаниями, была не слишком нужна работодателям.

Помог папа: он поговорил с приятелем, занимающимся лизингом оборудования, и тот из уважения согласился трудоустроить девушку. Но Алле легче не стало: как выяснилось, работы в компании для нее не нашлось, и она дни напролет бродила по офису, пытаясь найти себе занятие. Чтобы не мучиться от безделья и ощущения собственной ненужности, Алла решила создать электронную базу данных для заказов, которые по старинке продолжали записывать и хранить на бумаге, — ведь созданию баз данных ее учили в университете. Однако у руководства предложение молодой и активной стажерки не вызвало энтузиазма. Алла расстроилась, но не отступила и все-таки написала программу для учета заказов. Предприняв несколько неудачных попыток внедрить разработку, девушка уволилась.

Следующую работу — менеджера по проведению выставок белорусских инноваций — она нашла самостоятельно по объявлению в газете, но задержалась на ней ненадолго. Алла опять столкнулась с тем, что ее передовые идеи приходятся не к месту. На деятельную, привыкшую лидировать девушку ощущение собственной невостребованности действовало разрушительно. Она начала болеть, набрала лишний вес и оказалась на грани депрессии. «На долгое время негативные эмоции стали для меня главным препятствием: я очень плохо переносила неудачи и разочарования, — вспоминает Алла Аргунова. — Когда человек недоволен самим собой, его внутренняя сила оборачивается против него и запускается процесс саморазрушения. Так было и со мной, но в итоге я научилась управлять собственными эмоциями. Поэтому в моей школе “Путь к успеху” большое внимание уделяется работе с эмоциональным интеллектом и токсичностью. Предприниматели обладают большой внутренней силой, и им очень важно направлять ее на созидание». От саморазрушения Аллу спасла мама. В журнале она увидела объявление компании Honda о поиске менеджеров по продажам в Москве и предложила дочке попробовать. Алла до сих пор удивляется маминой смелости и тому, как она отпустила дочку одну в далекую столицу, где к тому же вообще не было знакомых. Сегодня, когда у самой

предпринимательницы подрастает дочь, она не уверена, что сумела бы последовать примеру своей мамы.

Начался новый захватывающий период. Динамичный ритм Москвы оказался созвучен стремительной натуре девушки. Но в Honda она проработала всего несколько месяцев: новый знакомый, владелец сети ювелирных салонов, оценив быстрый ум Аллы и потенциал бурлящей внутри нее силы, переманил нашу героиню к себе. Начинала она обычным продавцом. «Всё происходящее тогда в моей жизни я воспринимала как игру и была готова рисковать и пробовать новое — слишком хорошо помнила, насколько невыносимо мне было скучно безо всякого движения в Белоруссии. Мне было всё равно, что продавать, машины или украшения, к тому же украшения были очень красивыми. Я так умела подать их достоинства, что вокруг меня собиралась толпа покупателей, — и в результате показывала самые высокие продажи», — отмечает предпринимательница.

Через два месяца, изучив устройство ювелирного бизнеса и обнаружив проблемные точки в системе, Алла предложила ее «пересобрать». На этот раз инициатива была вознаграждена, и девушка стала главным бухгалтером салона. «Один из моих талантов — видеть цепочки процессов и выстраивать эффективную систему, устраняя узкие места», — говорит Алла. Этот дар раскрылся позже, когда она вместе с мужем Виктором Аргуновым создавала сеть мебельных магазинов, и в полную мощь проявился потом, при разработке образовательной системы для школы «Путь к успеху», в основу которой легли новейшие знания о том, как функционирует человеческий мозг.

После того как финансы и учет товара в ювелирном салоне удалось привести в порядок, Алле снова пришлось прокачивать навыки коммуникации, но уже с проверяющими структурами: договариваться с СЭС и пожарной службой об открытии новой торговой точки. Переговоры прошли успешно, все разрешения были подписаны, а Аллу повысили — она стала директором нового салона и за несколько месяцев показала самые лучшие результаты во всей сети. «Звезда по имени Алла» засияла в полную

силу: ее идеи оказались востребованными, ей была предоставлена свобода действий. Взлет получился стремительным, но недолгим. Спустя полтора года грянул кризис 1998-го, сеть салонов закрылась, ее владельцы уехали в Дубай, а Алле пришлось вернуться в Минск. Ей было всего 23 года.

Семейный подряд

Возвращение домой не стало для Аллы трагедией. Теперь она знала, на что способна, была уверена в своих силах, просто изменились обстоятельства. К счастью, ее снова поддержали родители. К Алле обратился друг отца — владелец кухонного производства — с предложением открыть представительство его компании в Москве. Отец к тому моменту помогал ему развивать бизнес. Девушка не раздумывая согласилась: она мечтала вновь ощутить взрывную энергетику динамичной и щедрой на возможности и встречи столицы.

Для изучения новой отрасли Алле понадобились несколько месяцев — и вот она опять в Москве. Ей тут же пришлось решать сложную задачу. Под салон продаж удалось удачно арендовать большое помещение площадью около 1000 м² возле станции метро «Семеновская». Но продуктовая линейка компании состояла всего из нескольких кухонных гарнитуров, а такого объема было недостаточно, чтобы открыть полноценный магазин. Алле самой пришлось искать поставщиков дополнительной продукции и заключать с ними договоры, организовывать разгрузку мебели, вести бухгалтерию и даже договариваться с бандитами, которые в то время повсеместно крышевали торговые точки. «Люди по-разному реагируют на стресс и чувство страха: кто-то впадает в ступор и бездействует, я же, наоборот, начинаю активно действовать», — улыбается Алла. Весь бизнес в то время в основном существовал в серой зоне, и через руки 24-летней девушки проходили внушительные суммы денег. Опасаясь, что она может укрывать часть дохода, владелец салона решил приставить к ней «смотрителя».

Чем больше Алла погружалась в бизнес, тем яснее ей становилась картина рынка. Она поняла, что высокий доход может приносить торговая точка существенно меньшей площади, чем салон в ее управлении, главное — арендовать помещение в торговом центре. Она рассказала об идее инвестору, но тот не поддержал. К тому времени Алле надоело работать под присмотром контролера, и она решила рискнуть — открыть вместе со знакомым собственный салон. Это был крохотный павильончик возле станции метро «Войковская». В нем помещались всего три кухни, зато вокруг работали другие мебельные магазины. Разнообразие обеспечивало гарантированный поток покупателей и неплохой заработок, достаточный, чтобы нанять девушку-продавца и ни в чем себе не отказывать. К тому же прежний босс пошел навстречу и первые образцы мебели предоставил без предоплаты: Алла расплачивалась с ним только после того, как реализовывала товар.

В этот момент в московской жизни Аллы появился Виктор Аргунов. На самом деле они были знакомы еще с университета и даже несколько лет встречались, когда жили в Белоруссии. Но когда Виктор приехал в Москву открывать филиал по продаже запчастей для грузовиков, он нашел Аллу, и между молодыми людьми снова вспыхнули чувства. Вскоре они поженились. После рождения сына Алла не могла управлять салоном дистанционно и была вынуждена выйти из бизнеса.

Хотя Виктор хорошо обеспечивал семью, деятельной Алле было очень некомфортно сидеть дома. Когда сыну исполнился год, предпринимательница поняла, что ей обязательно нужно заняться делом, иначе депрессии не избежать. И снова помогли родители. На тот момент Виктор торговал фанерой, которую закупал на Бобруйском фанерно-деревообрабатывающем комбинате («ФанДок»). Этим госпредприятием руководил отец Аллы. Из-за дефицита древесины фабрика задолжала Виктору внушительную сумму, и тесть предложил компенсировать долг стильными мебельными гарнитурами.

Белорусские производители как раз начинали сотрудничать с французскими компаниями: по их чертежам собирали мебель

в стиле кантри, которой французы потом обставляли шале в Куршевеле. Виктор засомневался, сможет ли он реализовать целую партию, но тут подключилась Алла. Ее опыт управления торговыми точками и дизайнерское видение, полученное и за швейной машиной в школе, и в ходе разработки дизайн-проектов кухонь в Москве, пришлись очень кстати.

Россияне как раз активно начали выезжать за рубеж, знакомиться с европейским образом жизни, и Алла сразу поняла, что мебель во «французском стиле» вскоре будет пользоваться большим спросом. И не ошиблась.

Дизайн мебели, которую предлагал отец Аллы, нужно было дорабатывать. Российские покупатели предпочитали заказывать гарнитуры в едином стиле, но фабрика производила всего несколько наименований. В те годы это была обычная практика. Чтобы избежать копирования коллекций, французы делили их на части и распределяли производство по разным белорусским предприятиям: одно выпускало шкафы, другое — спальни, а третье — столы со стульями. Но зачем зависеть от западных партнеров? Можно ведь и самим придумать модели в том же стиле и формировать гарнитуры «под ключ». Алла воодушевилась и с энтузиазмом взялась за разработку дизайна.

В качестве бренда она предложила использовать имя компании, через которую Виктор торговал белорусской фанерой, — Belfan. Первый магазин был открыт в торговом центре в подмосковном городе Одинцово в 2003 г. Там предпринимательница отработывала основные бизнес-процессы — от поставки мебели до работы с клиентами. Следом Аргуновым удалось заполучить площади в крупнейших мебельных центрах Москвы — «Гранде» и «Трех китах», куда в то время стояла очередь из арендаторов.

Алла придумывала коллекцию за коллекцией; они пользовались большим спросом у покупателей, и скоро уже не Аргуновы искали торговые площади — арендодатели звонили сами. Помимо дизайна мебели, предпринимательница занялась своей любимой автоматизацией процессов — теперь ей не нужно было ждать одобрения у начальства, она стала заказчиком и исполнителем

в одном лице. Вместе с мужем Алла разработала с нуля и внедрила систему управления складской логистикой. Это сегодня существуют специальные программы, через которые можно выстроить управление процессами любой сложности, но тогда единственным доступным инструментом была база данных в Excel.

Новая система позволила Аргуновым эффективно управлять поставками: не закупать и не привозить в Москву лишние объемы товара, а приобретать ровно столько, сколько нужно, не замораживать оборотные средства. Появилась возможность предоставлять покупателю четкий трек движения заказанной мебели — от фабрики в Белоруссии до квартиры в Москве. Сегодня такую опцию предоставляют все маркетплейсы, но тогда торговля была устроена иначе: магазины продавали только то, что имелось на близлежащем складе. «Мы привозили в Москву минимум продукции и потому значительно сэкономили на издержках. Это позволяло нам избегать кредитов и развиваться на собственные деньги», — вспоминает Алла.

Очень быстро Аргуновым стало не хватать мебели, которую производили на фабрике отца Аллы, и они стали налаживать сотрудничество с другими белорусскими компаниями. В этом им помог кризисный 2008 год.

Кризис — время действовать

Аргуновы понимали, что Belfan должен расти. Чутье подсказывало Алле, что стоит делать ставку на расширение ассортимента и внедрение новых моделей, а не просто на рост количества точек в торговой сети. Однако белорусские фабрики были завалены заказами из-за границы и неохотно шли на контакт с соотечественниками, которые хотели производить мебель у себя на родине по собственным чертежам. Кризис 2008 г. всё изменил: ведущие белорусские производства уже не смогли заключать контракты с иностранными компаниями, и Аргуновым удалось быстро занять освободившуюся нишу.

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru