

**ПРОЕКТ «МАЛЫЙ ТУРЫШ»**, проект существует с 2013 года  
Дата публикации информации на РБК: 23 дек 2019

1) Первое оборудование Гузель Санжапова купила на собственные сбережения, она вложила в старт бизнеса около 300 тыс. руб. Технологию сразу запустили: взбили мед, добавили ягоды и отвезли первую партию на городской маркет еды.

«<...> Привезли оборудование в деревню и попробовали сделать первый продукт. Все было быстро: в конце июня привезли оборудование и уже 3 августа пошли продавать мед с ягодами на маркете в Екатеринбурге». У проекта не было бизнес-плана. Гузель хотела быстро сделать продукт и протестировать его на реальном рынке.

Сейчас зарплаты на производстве (данные на 2019 год) от 12 тыс. до 16 тыс. руб. По словам Гузель Санжаповой, это считается в деревне хорошим заработком. Для сравнения: продавец в сельском магазине получает до восьми тысяч в месяц.

2) Когда стало понятно, что есть спрос на продукт, понадобилось купить больше сушильных шкафов для ягод. Тогда состоялся первый краудфандинг. Жертвователи вдохновились идеей, и вместо 150 тыс. руб. собрали больше 450 тыс. Первые лоты (вознаграждения в рамках реализации модели краудфандинга «модель вознаграждение») Гузель Санжапова сама развозила по Москве. Было важно увидеть своих клиентов, поговорить о том, что им нравится или не нравится в продукте.

Краудфандинг помогает выстроить отношения с аудиторией, но чистая прибыль с кампании небольшая, говорит Гузель. Для первого проекта это было около 30% от собранной суммы. Например, чтобы начать строить цех, нужно было собрать 650 тыс. руб. Проект получил хорошую поддержку — пользователи перечислили 650 тыс. руб. После выплаты всех налогов и процентов платформе чистая прибыль от кампании было около 300 тыс. руб. А все затраты на строительство в итоге составили 1,3 млн руб. — нужные деньги проект заработал самостоятельно.

3) Гузель Санжапова говорит, что остановить умирание деревни можно за четыре шага. Нужно дать людям работу, позаботиться и развить инфраструктуру, установить связи производителя с рынком, связать людей из городов с жителями деревень. А еще нужно научить людей планировать бизнес. Сейчас краудфандинг помогает налаживать инфраструктуру в деревне.

4) Санжапова нашла ресурсы построить детскую площадку. Договорилась с администрацией, нашла деньги. Когда все было сделано, к Гузель пришли бабушки, которые собирали ягоды для медового бизнеса. Они сказали, что неплохо бы устроить клуб, где можно танцевать и собираться вместе. По словам предпринимательницы, это была неожиданная просьба. Когда она начинала проект, соседи почти не общались между собой и собирались тихо доживать свой век в деревне. Без танцев и общих праздников. «Если раньше я считала, что мой бизнес про мед, то сейчас понимаю — нет, он про развитие территории. И производство меда — это только одна из его частей, которая нужна для решения более глобальной задачи». Сейчас Гузель завершила краудфандинг на строительство многофункционального центра, строители уже привезли брус в Малый Турыш. Здесь будет деревенская пекарня, образовательное пространство, помещения для стрижки, массажа и других услуг. Чтобы общественный центр мог принимать туристов, здесь запланированы десять гостиничных номеров.

5) «Цепляет, когда ты начинаешь видеть первые плоды. Например, когда мы собрали первый краудфандинг, когда бабушек, которые собирали ягоды, стало больше, когда они благодарят за возможность заработать. Когда видишь такой результат, то понимаешь, что это ты создал всю движуху, эти люди чувствуют себя нужными. И еще ты понимаешь, как классно делать доброе дело».

6) В первое время жители Малого Турыша и администрация района скептически относились к идеям Гузель. Люди боялись, что их обманут, и были не готовы помогать. Настойчивость предпринимательницы и первые результаты убедили соседей и районные власти. Чтобы местные власти начали быстро и четко отвечать на запросы, понадобилось около трех лет планомерной работы.

«Мы постоянно работаем с администрацией района. Для этого очень важно знать нужные процедуры. Например, мы хотим сделать детскую площадку. Надо разбираться в процедуре выделения земли или перевода категорий земли. Сейчас это все быстро решается, по первому запросу. Мне помогают, объясняют, куда идти и что делать».

7) Семейная история — это основа проекта. Она помогает поддерживать доверие между клиентами и командой бренда. По словам Гузель Санжаповой, дистанция должна быть минимальной — любой клиент может написать или позвонить, если что-то не понравилось или было невкусно. «Меня всегда волновало, что я покупаю. Поэтому, когда запускали проект, мы сразу решили, что лично будем отвечать за качество продукта. Если вы наш клиент, то в любой ситуации это будет спокойный диалог. Это наша семья, наше доброе имя, наша репутация. И я считаю, что такие отношения строятся годами», — говорит Гузель.

Источник: Гузель Санжапова: как мед с ягодами помогает развивать деревню. URL: <https://www.rbc.ru/business/23/12/2019/5dfcfe759a7947b97de75778> (дата обращения: 21.05.2024)