

Теорема «Бурбаки»

Год назад кандидат физико-математических Иван Костенко открыл в Москве ателье по пошиву классических мужских рубашек «Бурбаки». Ателье выпускает по индивидуальным заказам около 200 рубашек в месяц. Костенко рассчитывает, что к концу 2008 г. оборот его компании превысит 10 млн руб.

[Мария Подцероб](#)

Ведомости

12.05.2008, [№84 \(2106\)](#)

Экстравагантным названием ателье обязано группе французских математиков, которая была создана в 1935 г. и публиковала научные работы под общим псевдонимом Николая Бурбаки. Связь математики со швейным бизнесом прослеживается легко: владелец ателье Иван Костенко — кандидат физико-математических наук. В 1992 г. он оставил научную карьеру и уехал на заработки в Германию, а через два года перебрался в США, где успел поработать техническим директором крупных корпораций: [Oracle](#), [Merrill Lynch](#), [Bloomberg](#).

Лучше на заказ

Одежда, сшитая на заказ, пользуется все большим спросом в Москве, говорит Екатерина Крупецкая, эксперт маркетингового агентства **Step-by-Step**.

По данным исследовательского агентства Symbol-Marketing, объем российского рынка мужской одежды сейчас составляет примерно \$4,5 млрд. Темпы роста рынка оцениваются от 10–15% до 20–30%.

Первый предпринимательский опыт Костенко закончился полным фиаско. В начале 2000-х гг. он решил открыть для жителей пригородов Нью-Йорка продуктовый интернет-магазин. На технологические решения Костенко потратил около \$50 000, но покупатели в магазине так и не появились.

В Москву Костенко вернулся в 2004 г. и устроился на работу сначала директором практики бизнес-решений Oracle в компании «БДО юникон консалтинг», а затем заместителем гендиректора в [Energy Consulting](#) / Corporate IT Solutions.

Сделай сам

На вторую попытку создания собственного дела Костенко решился лишь в 2007 г. Так математик решил стать продавцом мужской одежды. Его партнер по бизнесу — Валерия Аминова, в прошлом издатель «Русского медицинского журнала». Пакет акций владельцы поделили пополам — у каждого по 50%. Стартовый капитал составил \$100 000. Это были накопленные средства и деньги от продажи квартиры в Сургуте. Они ушли в основном на аренду помещения, закупку ткани в Италии и зарплату швеям в Зеленоградском швейном цеху, с которым «Бурбаки» заключило партнерское соглашение. Кроме того, Костенко пришлось профинансировать покупку цехом дополнительного швейного оборудования.

«За каждую сорочку мы платили фабрике по 1000 руб., а до работника из этих денег доходило всего рублей 50. Неудивительно, что качество пошива было низким», — рассказывает Костенко. «Закройщики выпускали рубашки даже не второго, а третьего сорта», — добавляет он. В конце 2007 г. «Бурбаки» расторгло соглашение с

зеленоградским цехом и в начале 2008 г. открыло свой собственный цех в центре Москвы. «Нам удалось найти ключевую фигуру, которая следит за качеством пошива и контролирует весь производственный процесс, — это наш дизайнер Екатерина Векшина», — объясняет Костенко. Благодаря ей качество рубашек от «Бурбаки» выросло.

Первые полгода ателье приносило убытки, да еще в открытие своего цеха пришлось вложить 20% оборота компании. Однако собственное производство оказалось куда более прибыльным. «С января этого года мы регулярно получаем прибыль и рассчитываем, что за 2008 г. общий оборот компании составит 10-15 млн руб.», — говорит Костенко.

Математический расчет

Клиенты приходят в ателье в основном через интернет. «На сайте компании мужским сорочкам посвящено 30 страниц текста. Это, если хотите, чисто математический подход: максимум точной информации», — говорит Костенко. Клиент заходит на сайт, выбирает материал, модель, крой, запонки. К нему приезжает обмерщик и снимает размеры. Сначала шьется одна сорочка, даже если человек заказал 30 шт. Готовую рубашку отвозят клиенту. Если что-то не так, сорочку перешивают, не требуя за это дополнительной оплаты.

«Изначально мы продавали сорочки по 2900 руб. Потом повысили цену до 4000 руб. Из них 1500 руб. уходит на зарплаты, еще 1000 руб. — на операционные расходы, обмерщиков и курьеров и 1500 руб. остается в ателье», — уточняет Костенко. Теперь среди заказчиков меньше случайных людей, утверждает он.

По фигуре

Поначалу ателье выпускало сорочки по системе made-to-measure, которая предполагает подгонку стандартной выкройки под мерки заказчика. Сейчас «Бурбаки» шьет в основном рубашки категории bespoke (индивидуальные выкройки). «Наша ближайшая задача — довести объем выпуска сорочек bespoke до 500 шт. в месяц», — говорит Костенко. Правда, на нынешних производственных площадях через три месяца компания сможет шить рубашки только для постоянных клиентов. «Для расширения нужно купить еще один швейный цех», — делится планами Костенко.

«В рубашках от «Бурбаки» меня устраивает соотношение «цена — качество», — рассказывает Максим Верховец, партнер крупного консалтингового агентства в сфере аудита. «Мы выпускаем 200 сорочек в месяц и держим цену ниже средней за счет объема производства», — поясняет Костенко.

Игроки рынка пошива мужской одежды высказываются более противоречиво. «В Москве вырос уровень жизни, и услуги ателье впервые с советских времен снова пользуются успехом», — говорит Григорий Пронин, менеджер по развитию ателье и салона мод «Игорь Пронин». «В последние два года среди заказчиков появились не только топ-менеджеры, но и молодые люди», — отмечает Нета Климова, менеджер и дизайнер ателье «Премьеръ Measure».

«Бурбаки» работает в среднем ценовом сегменте. У них даже пуговицы из недорогого пластика, а сайт имеет дешевый вид», — заявляет Пронин. По его словам, спрос на сорочки «Игорь Пронин» вырос в 10 раз за месяц: «Но мы смогли увеличить производство только в два раза». Пошив рубашки в ателье «Игорь Пронин» стоит от 9000 до 11 000 руб.

