

# Березнівчанин - власник модного бренду одягу „BEZET“

Хтось може роками лежати під яблуною з роззявленим ротом і чекати, доки плід впаде до рота, а хтось наполегливо працює ще з дитинства, щоб реалізувати свої амбіції.

23-річний березнівчанин Назар Томків - власник модного молодіжного бренду одягу „BEZET“, ініціатор соціального проєкту «Подарунок Діда Мороза» у нашій громаді, активний Instagram-блогер та доволі цікавий співрозмовник.

Про зустріч з героєм моєї публікації ми домовлялися кілька разів, але щоразу доводилося її відкладати через напружений графік молодого бізнесмена. І от на годиннику 23, скоро північ і ми нарешті спілкуємося у відеочаті „Viber“.

Як і годиться, спочатку цікавлюся освітою хлопця. Назар трохи замешкався, а потім з посмішкою відповів: „Журналіста з мене не вийшло“.

## ЧОЛОВІК МУСИТЬ ЗАРОБЛЯТИ ГРОШІ

Ще навчаючись у восьмому класі, Назар почав заробляти свої перші гроші. Хлопець купував товар в закладах секонд-хенду, доводив його до ладу і перепродавав через свій аккаунт у соцмережах ВКонтакте та Instagram.

Схема такого бізнесу – давно не новинка, але популярна серед молоді, яка прагне одягатися стильно, якісно і водночас – недорого.

Вже до закінчення школи хлопець працював стратегію, визначив свою цільову аудиторію і розібрався у системі роботи онлайн-продажу. Каже, що спочатку було важко звикнути до роботи у режимі нон-стоп, але винагорода за старання була достойною – 15-річний хлопець заробляв від 5 до 20 тисяч гривень на місяць.

– Потім я зрозумів, що хочу більшого і зайнявся дропшипінгом. Умовно ка-

зара ще з дитинства, так і досі його називають друзі.

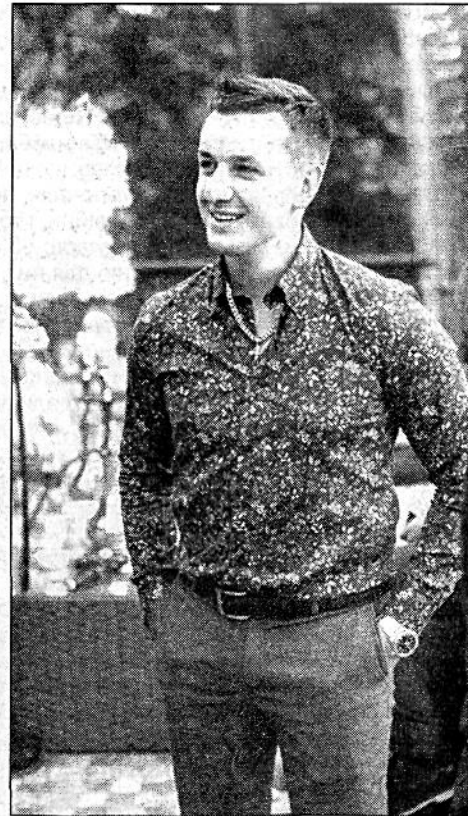
Усе розпочалося з партії зі ста курток камуфляжного принту. Це був 2016 рік, пік патріотизму, тоді вони швидко розлетілися, як гарячі пиріжки.

Назару до певної міри було простіше продавати товар, бо він вже мав необхідні напрацювання та власну базу дропшипперів. Потрібен був тільки товар, який молоді люди захочуть купити.

Молодий бізнесмен сам був дизайнером одягу, постачальником, рекламував власний товар на своїй сторінці у „Instagram“. Між іншим, до 2019 року його аккаунт набирав 45 тисяч підписників.

Звісно, були злети і падіння.

– Пригадую один життєвий урок на солідну суму, - пояснює бізнесмен. - Одного разу замовили тканину на Рівненському льонокомбінаті з авторським прин-



тні моделі одягу, а Назар їх затверджує, коригує деталі.

INSTAGRAM „РУЛИТЬ“

попросив їх долучитися до гарної справи, тоді на подарунки для малозабезпечених дітей Березнівщини ми зібрали 30 тисяч грн, через рік вже 60, а у минулому – 80 тисяч гривень. Найбільшою була транзакція від мого хорошого знайомого у 20 000 грн.

Хочу подякувати дівчатам із Березнівського інклюзивно-ресурсного центру та благодійного фонду «Мені не байдуже», які координували наші поїздки, а також молодим людям, які не залишилися осторонь і стали помічниками Діда Мороза.

Мене часто запитують про благодійництво, але я не чарівник і допомогти всім не можу, однак раз у рік потішити дітей, які ніколи нічого доброго, окрім п'яних батьків, не бачили – мені це під силу. Втім, якщо у моїх знайомих трапилася біда і їм потрібна допомога - я не відмовлю ніколи.

Наразі Назар - молодий перспективний бізнесмен і неодружений чоловік. Нарешті, він хоч на кілька днів може дозволити собі відпочинок, але планує його заздалегідь. Останнім часом отримує чимало різних пропозицій стосовно спільних бізнесових проєктів, але вирішив займатися лише тим, що йому самому подобається.

У свої 23 роки мамі на її день народження він подарував новеньку автівку червоного кольору, яку ненька так давно хотіла. Сам осідлав BMW та у найближчі кілька років планує побачити світ і, зрештою,



жучи, – це продаж чужих товарів, а ти лише посередник. Дропшиперу не потрібно купувати товар, орендувати склад і контролювати доставку. Він має рекламу його і шукати клієнтів. Всім іншим займається постачальник, – пояснює мій співрозмовник.

– Навчаючись у випускному класі школи, продовжує Назар, – я сформував команду зі ста таких дропшиперів, вони працювали на мене, а я домовлявся за гарну ціну з постачальником. Фактично жив у Інтернеті по 12-14 годин на добу, але заробляв більше, ніж працівник з досвідом у офісі.

Після закінчення школи, фактично для заспокоєння маминих нервів, Назар Томків вступив до Львівської політехніки на факультет журналістики. Провчився максимум тиждень і перейшов на заочну форму навчання.

– Вересень – гаряча пора дропшиперів, один з найвдаліших бізнесових місяців у році, я не мав часу просиджувати його на парах, – розповідає він. – Здавши зимову сесію, я таки забрав документи з інституту і продовжував працювати за звичним графіком: з одинадцятої ранку до 4 ночі.

### ВЛАСНИЙ БРЕНД ОДЯГУ У 16 РОКІВ

– Мріяти про власний бренд одягу, а я завжди любив гарно одягатися, почав ще зі школи. Пригадую, як під час уроку у телефоні підбирав тканину для курток, у зошиті робив замальовки майбутніх готових виробів, – каже Назар.

У 16 років Н. Томків зареєстрував власний бренд одягу “BEZET”, дуже популярний нині серед молоді. Його назва з’явилася не випадково: BE – BEREZNE – назва рідного міста, а ZET – нікнейм На-

том бренду “BEZET”. Нам її привезли, ми, як зазвичай, одразу розкрили партію з семи сотень одиниць товару (а це 450 костюмів), пошили їх, відпрасували і тут з’ясувалося, що тканина “збіглася” на 6 сантиметрів. Ви уявляєте, як це – на 6 см коротший рукав і довжина готового виробу?

Нині бренду одягу вже 5 років. За цей час відбулося багато змін: виробництво розширилося, змінили багато постачальників тканини і фурнітури та й карантин вже набив оскому. А ще два з половиною роки назад на виробництві з’явився професійний дизайнер, який конструє май-



Соціальні мережі, а особливо Instagram, стали популярною платформою для самореалізації молодих людей. Там вони презентують вірші, прозові твори, шукають естетику, натхнення, кумирів і просто друзів всередині гаджетів, хтось розвиває соціальні проекти, хтось – використовує свій профіль, як торговельний майданчик.

– Мій перший Instagram-акаунт з’явився у 2014 році, 2019-ого розробники заблокували його назавжди. Там я робив якісні фотографії, цікаві відео, які подобалися тисячам моїх підписників. Я реально від цього кайфував, так піднімав власну самооцінку і займався промоцією власного бренду.

Коли з’явився другий акаунт, я знову почав займатися його «розкруткою», але, якщо відверто, просто не маю часу приділяти йому достатньо уваги, тому підписників у ньому менше.

### ПОДАРУНОК ДІДА МОРОЗА

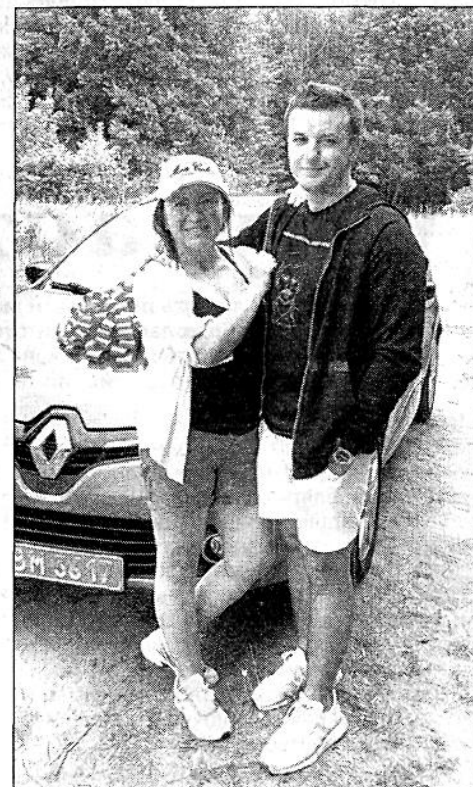
Одного року Назар з друзями вирішили організувати свято подарунків для дітей сімей, які опинилися у складних життєвих ситуаціях.

– Років 3-4 тому скинулись з друзями по кілька тисяч гривень, накупили мандаринів, солодоців, іграшок, одягнули святкові ковпачки і поїхали вітати малечу, – пригадує він. – Ця ініціатива нам дуже сподобалась, ми вирішили зробити її традиційною. Наступного року я розповів про свої наміри підписникам у “Instagram” і

визначитися, у якій країні він хоче жити та планувати сім’ю.

На завершення запитую у бізнесмена про капітал, яку суму налічує його бренд сьогодні. У відповідь Назар тільки загадково посміхається і додає.

– Найважливіший і найдорожчий капітал – це команда, яку вдалося зібрати



за ці 5 років. Мені важко оцінювати свій бренд, це мають робити спеціалісти. Додам лише, що розпочинали ми бізнес з курток, а тепер маємо близько 300 найменувань товарів – від шарпеток до зимових курток.

Окрім бренду “BEZET”, ми розробили власний Marketplace чоловічого і жіночого одягу. Маркетплейс (ринкова площа) – це великий інтернет-магазин, який дає можливість іншим продавцям реалізовувати свої товари за певну винагороду. Над розробкою та програмуванням сервісу працює команда програмістів. Я бачу величезний потенціал цього проекту. Маємо ще чимало планів, але поки це таємниця. Окремий респект моєму рідному містечку, де я виріс і навчився всього, що потрібно було для старту, – каже Назар.

Юлія ІВАНЮК.

