

КАПИТАЛ: СДЕЛАНО В ЮГРЕ

Шик, мех, красота

Анастасия БЕЗДЕНЕЖНЫХ

Говорят, по-настоящему женщину радуют три вещи: дорогие автомобили, чистой воды бриллианты и шикарные меха. Наталья Поздеева из Нижневартовска предлагает своим клиенткам чуточку счастья за счет третьего – эксклюзивных изделий из меха и кожи класса люкс.

РУЧНАЯ РАБОТА

Торговая марка «Модный дом «Меховщик» уже давно на слуху у югорчан. В пользу компании говорят качество работы, уникальный дизайн верхней одежды и индивидуальный подход к клиенту.

– Несмотря на то что я купила в Московском институте меха программу, которая может заниматься выкройкой, компьютер, как показала практика, не «ловит» какие-то доли миллиметров, которые оказываются решающими, – рассказывает Наталья Поздеева. – Поэтому наш конструктор Мария делает все выкройки вручную. Благодаря ее работе коллекция дома «Меховщик» получила оvation в Турции, где были представлены мужские фасоны, в Греции, жители которой были поражены нарядами из Югры.

Как выяснилось в нашей беседе, когда речь идет о дорогих мехах, нужно знать массу тонкостей. Например, русская женщина выделяется своей нестандартной фигурой, поэтому итальянские изделия из меха редко кому из нас подходят.

– У русских дам другой плечевой пояс и грудь, – поясняет Наталья. – В нашей работе много нюансов, с которыми сталкиваешься, когда всерьез берешься за дело.

Наша героиня ко всему подходит основательно, поэтому и дело свое начала с изучения основ мехового дела в России.

– Мне очень была интересна история этого ремесла. С чего все начиналось? Это необходимые зна-

ния для понимания того, что предпочитают женщины, какой мех более качественный, какой он по жесткости, – отмечает предприниматель из Нижневартовска. – Я очень дотошный человек. А как можно заниматься бизнесом, не зная его?

И это притом, что Наталья – металлург по образованию, поэтому меховому ремеслу ей пришлось учиться с чистого листа. А началось все с поездки вместе с подругой в Милан на международную выставку кожи и меха, где наша героиня заразилась идеей этого бизнеса. Первым делом, по собственному признанию, она отправилась в Тобольский зверосовхоз, где умудрилась купить шкурки, которые даже не выставлялись на продажу. Таково было желание вартовчанки – начать свое дело с истинно качественных изделий. А дальше Наталья принялась завоевывать свое место под предпринимательским солнцем.

СТАВКА НА ПРОФЕССИОНАЛИЗМ

Еще один бизнес-принцип Натальи – работать только с профессионалами. Так, художник-дизайнер модного дома «Меховщик» Людмила Першина выставила свои работы на Неделе моды в Москве, где имела успех. У нее свой стиль и почерк, интересная манера работы с вышивкой и создания моделей.

– Отмечу, что наши вышивальщицы трудятся в технике ризелье, о которой сегодня мало кто знает,



Наталья Поздеева с коллегой по меховому бизнесу Олегом Коноваловым

ВАЖНО

На предприятии Натальи Поздеевой трудятся 13 человек. Меховому бизнесу с пропиской в Югре уже восемь лет. Он пользуется поддержкой со стороны Центра экспорта Югры. Из бюджета округа предпринимателю компенсируются затраты на участие в деловых миссиях региона, а также на представление своего товара на ярмарках и форумах в Югре, других субъектах РФ и за границей.

– хвастается вартовчанка. – Это такая ажурная работа, которая делается на паяльцах по коже или тонкому меху.

Предприятие Натальи Поздеевой «разбросано» по стране. Сначала предприниматель делает собственные наброски моделей преимущественно в Нижневартовске, затем их профессионально обрабатывает дизайнер Людмила, после чего наша героиня закупает необходимое для работы сырье в разных городах России.

– Я делаю ставку на дикий мех, – признается Наталья, – соболинский (восточносибирский, иркутский). Кстати, последний – наиболее качественный, он не очень длинный, но самый мягкий в мире. Плюс мы работаем со шкурами диких лис, ондатр (их по заказу Натальи выделывают в Новосибирске. – Авт.).

После закупки шкурок и выделки сырья отправляется на производство в Киров. Как оказалось, именно там сегодня расположен центр мехового мастерства в России. В этом городе рабочие модного дома «Меховщик» на итальянском и немецком оборудовании творят шубные чудеса.

– Работать при таком разбросе профессионалов сложно, – сетует наша героиня. – Например, скоро мне нужно ехать в Иркутск, где в этом году организуют первый в России кожно-меховой аукцион. Затем нужно будет съездить в Киров, а магазин, где я реализую большую часть товара, расположен в Тюмени. Вот и мотаюсь туда и обратно. Кстати, на этих географических точках активная деятельность Натальи не замыкается. Она частый гость миланской международной выставки кожи и меха MIFUR.

С конкурентами Наталья предпочитает дружить, правда, красть собственные идеи не позволяет никому. Хотя, как признается вартовчанка, работу ее мастериц слишком сложно повторить, и в этом заключается своеобразная защита авторского права.

– Настоящим меховщикам сегодня сложно выжить без чего-то эксклюзивного, притягивающего взгляд, – поясняет наша собеседница. – Вся Россия забита меховым ширпотребом. И везут его не штучно, а килограммами. К сожалению, многие из наших женщин потом это покупают и считают, что одеты в меха. Наша же марка всегда выделяется. Да, у нас немного клиенток, но это леди, которые любят свой собственный стиль в жизни.

Сегодня негативно на меховом бизнесе сказывается мировой финансовый кризис. Ведь в России и ранее не производилось много меха, а расчеты прошлого года показали, что отечественное производство верхней одежды из натурального сырья находится в упадке. Большинство торговцев из России сейчас предпочитают закупаться в Китае.

– Я была в Гонконге и видела, как отечественные предприниматели массово скупают меховой ширпотреб, – вспоминает Наталья. – На данный момент лично мой бизнес идет не так легко, потому что переплунуть эти бешеные поставки из Китая невозможно. Но, слава богу, есть люди, которым нравится эксклюзив.

И этот эксклюзив уже заслужил уважение профессионалов. Так, в декабре 2016 года модный дом «Меховщик» получил заслуженную награду – торговый знак «Сделано в Югре!» от Центра поддержки экспорта Югры.

В прошлом году изделия модного дома были признаны лучшими в Югре.

– Это очень приятно, – признается наша героиня. – Во-первых, нам дали премию, а во-вторых, теперь, отправляясь в деловую миссию вместе с предпринимателями из нашего округа, я могу смело ставить табличку «Сделано в Югре!» и даже использовать этот знак на этикетке нашего товара. А как показывает практика, бренд Ханты-Мансийского округа неизменно притягивает внимание клиентов.

СПРАВКА

Основными целями деятельности фонда «Центр поддержки экспорта Югры» являются:

- увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность и зарегистрированных в автономном округе;
- увеличение внешнеторгового сальдо за счет экспорта и диверсификации товарной структуры внешнеторгового оборота;
- популяризация продукции региональных субъектов малого и среднего предпринимательства – производителей товаров и услуг на внешних рынках, в том числе на межрегиональных.

Фонд предоставляет предпринимателям автономного округа всю необходимую информацию об инструментах поддержки, которыми они могут воспользоваться.

Кроме того, центр оказывает поддержку субъектам малого и среднего бизнеса по следующим направлениям:

- 1) информационная и консультационная поддержка;
 - 2) организация обучения предпринимателей по вопросам внешнеэкономической деятельности;
 - 3) оказание помощи в формировании и продвижении экспортного предложения и содействие выходу предприятий на внешние рынки;
 - 4) компенсация затрат по участию в региональных, международных выставках, ярмарках и конференциях;
 - 5) организация деловых миссий в зарубежные страны;
 - 6) проект «Сделано в Югре!».
- Кстати, цель последнего – популяризация продукции товаропроизводителей округа и признание ее на внешних рынках под брендом «Сделано в Югре!».



По итогам двух лет работы проекта более 130 предпринимателей автономного округа получили согласие на использование товарного знака «Сделано в Югре!». В 2017 году планируется издание специального каталога. В нем будет содержаться информация о 70 товаропроизводителях автономного округа. Каталог будет создан в печатном виде, а также в виде виртуальной выставки-ярмарки.



Меховые изделия от модного дома «Меховщик» на «Неделе моды» в Москве