



Алексей Даняев. Фото автора



## «VENE – 2009»:

### жажда жизни

После московских «смотрин» состояния нашего лодочного бизнеса ехать на проходящую параллельно хельсинкскую «Vene/Båt», признаться, было немного боязно. Что уготовил мировой кризис соседям-скандинавам?

**П**о сообщениям новостной рассылки, больше напоминавшей сводки об отступлениях с тяжелыми боями, в Финляндии, Швеции, Норвегии закрылись до весны либо сократили объемы выпуска несколько мощных судостроительных предприятий, включая такие известные у нас, как «Inha Works», «Askeladen», «Uttern». Но та же рассылка сообщала, что площади Выставочного центра в районе Хельсинки Пасила уже выкуплены участниками полностью. Парадокс?

Начнем, пожалуй, со статистики. По скрупулезному отчету финской ассоциации

судостроителей-маломерщиков «Finnboat», прошедший 2008 г. завершён со следующими результатами. Оборот на внутреннем маломерном рынке Финляндии составил более 175 млн. евро. Его прирост по сравнению с позапрошлым годом упал в несколько раз и составил только 8,1%. Особенно провалились продажи самых малых лодок до 6 м длиной – на 13%. Продажи 6–8-метровых судов остались примерно на том же уровне, более крупные продавались лучше – с 5–8% прироста. Негативные тенденции стали проступать в конце сезона, и за осень работодатели были вынуждены

сократить 17% занятых (а это примерно 5000 чел.) в отрасли рабочих.

Доля экспорта по-прежнему оставалась высокой – 75% продукции финских предприятий на сумму более 271 млн. евро, однако и экспорт заметно упал: его прирост в прошлом году был близок к нулю. Показательная статистика объемов продаж в разные страны. По объемам ввоза финских лодок Россия находится на пятом месте – 1162 шт., обгоняя Германию, Голландию, Испанию, причем средняя стоимость судна – около 16 тыс. евро. Лидирует Норвегия с точно такой же стоимостной структу-





рой ввоза, а на втором месте Великобритания – всего 167 корпусов, но их средняя стоимость – аж 290 тыс. евро! В первой пятёрке и Италия, которая берет преимущественно дорогие лодки, а Гвиана, например, заказала всего одну, но за целые 5.5 млн. евро. Ввозят финны в основном небольшие американские моторные лодки, и именно этот сегмент рынка «просел» в новых условиях сильнее других. Также сильно снизилось

потребление стационарных моторов (примерно на 20%), а вот продажи подвесников выросли за счет маломощных моделей до 15 л.с.

Теперь, после краткого экскурса в состояние местной лодочной отрасли, можно говорить и о самой выставке. Именно во времена перемен проявляются характерные черты, по которым мы судим о способности нации противостоять трудностям. На общий взгляд, в выставочных

залах ничего не изменилось. Те же компании, те же стенды, та же «плотность» посетителей (кстати, по будням водят много детских групп). Но при более близком знакомстве с экспонатами и в разговорах со знакомыми «фирмачами» проступают контуры национального финского характера, называемого «sisu» – выстоять во что бы то ни стало.

«Bella Veneet», как обычно, владеет самым обширным стендом. Несколько лодок по традиции отмечено надписью «новинка». Исполнительный директор фирмы, входящей в корпорацию «Brunswick», настолько занят переговорами и встречами, что найти время для общения с ним было просто нереально. Один из дилеров компании по России, Антон Нойонен, выгля-

1. Ладожская лодка «Laatokanvene» построена по оригинальному сортавальскому образцу лодки-«карелки». Правда, поясья ее корпуса вырезаны из фанеры...

2. Новый «Aquador 25Ce» – небольшой многофункциональный «трансформер», настоящий семейный крейсер

3. «Silver Fox» эволюционировал в типовую одноконсольную лодку для широкого спектра условий эксплуатации







4

4. Среди моторных новинок доминировали крошки в 10–20 л.с.

5. Компания «Brandt» по традиции отметила очередную дату – на этот раз 50-летие появления техники «Honda» в Финляндии



5

длит озабоченным: руководство предприняло усилия по продвижению не самых перспективных сейчас 5–7-метровых моделей, крупносерийное производство в Куопио остановлено, и склад будет освобождаться еще долго. Но новый «Aquador 25Ce» вполне может заинтересовать нашего потребителя. В корпусе хорошо себя зарекомендовавшей мореходной 25-футовой модели выполнена как бы уменьшенная копия «Aquador 28» – интересного трансформера с полностью раскрываемой в кокпит рубкой и «потайной» спальной каютой под палубой салона. Ну более тесной, разве что.

Сообразно временам «затянутых поясов», финские маломерщики из «Silver» пошли по эволюционному пути и предло-

жили под вывеской «новинка» отработанные базовые модели в более практичном исполнении. Последний «Silver Fox» выглядит ничем не примечательной одноконсольной лодкой, гламурный «Dorado» обзавелся пакетом рыболовного оборудования и стал «Dorado Fish», «Eagle» обновлен двухконсольным вариантом компоновки. Усилия маркетологов направлены на максимально быструю реализацию уже разработанного и построенного, им сейчас не до изысков. Аналогичная ситуация наблюдается и с брендом «Buster». Пластиковая и алюминиевая «мелочевка» плотно сгруппировалась вокруг моторных дилеров, которые и сами переживают не лучшие времена. Но вместе все-таки легче.

Мотористы отказались от «гонки вооружений», когда год от года появлялись подвесные монстры все более высокой мощности. Теперь 350-сильные агрегаты в человеческий рост высотой украшают стенды лишь на заднем плане, а вперед вышли экономичные недорогие крошки в 10–20 сил. Маломощные новинки с более удобной эргономикой демонстрировали и «Selva», и «Suzuki», и «Mercury». Показательно, что в этот раз не было видно самостийных китайских моторов ни у дилеров, ни самих по себе. Причину этого

еще предстоит выяснять, но, если заведомо более слабый игрок уходит с рынка, значит, сработал «закон джунглей», а наблюдать подобные уходы еще придется. Кстати, сильно съезжилась экспозиция разборно-надувных лодок. Финны их и в лучшие времена не слишком жаловали, а теперь их места в зале для «прочих» заняли производители разнообразных причальных сооружений и автоприцепов. Зато неунывающий Стефан Брандт, здешний дилер «Honda», порадовал подборкой раритетной техники и специальными ценами в связи с очередным юбилеем – 50-летием первых продаж японской продукции в Финляндии.

Очень отчетливо среди финских судостроителей намечилась еще одна тенденция – предприятия, обладающие достаточно развитой производственной базой либо эксклюзивными технологиями, потянулись в сторону индивидуально-заказной формы работы. Так стали работать компании из Кокколы «Botnia Marine» и «Linex Boat», всегда тяготевшие к поточному методу постройки, причем вторая, с катерами «Nord Star», держалась заметно увереннее. Видимо, сказалась ее изначальная ориентация на прогулочно-частное использование судов. В сторону частного же потреби-



6

6. Полиуретановые краски «Neptune Formula» шведского производства отмечены в числе лучших товаров года



7. Фирма «Anytec», хорошо известная своими быстроходными алюминиевыми моторными лодками, открыла новое направление деятельности – заказные моторные яхты.

8. Распространенный в Финляндии способ повысить скорость хода гребной лодки под более мощным мотором. Под корму подстраивают широкую несущую пластину, которая переводит лодку в полуглиссирующий режим.

9. Катера «Marino» претерпели глубокий рестайлинг в духе современного европейского дизайна. Красивая «фишка» нового «Marino APB» на базе известной модели «Cobra» – в убирающейся под палубу кокпита двери салона.

теля повернулись и их земляки из «Kewatec» – производителя крупных алюминиевых катеров коммерческого назначения. И почти все представители фирм называли в качестве наиболее желанных заказчиков граждан из стран с «тяжелой» валютой – Великобритании, Норвегии.

Яхтостроители, преуспевшие в высоких пластиковых технологиях, отправляются «на сторону»: берут непрофильные заказы, консультируют других производителей.

На фоне общей склонности к консервативному способу разнообразить предложение – упрощая и оптимизируя существующие модели – смелыми экспериментами выглядели шаги некоторых фирм по кардинальному обновлению дизайна про-

дукции. Скажем, одно из старейших пластиковых производств «Marino» провело рестайлинг своей успешной модели «Cobra», в результате чего она стала напоминать «Fjord» – и модным геометрическим минимализмом линий, и окраской под графитовый «металлик», и реечным (не тиковым, а березовым!) покрытием палубы. Черный привальный брус выполнен объемным, почти как у РИБа, и наполнен пеной. Следуя модным тенденциям, конструкторы, кстати прошедшие стажировку в Италии, не обошли стороной тенденцию к «кнопочному» трансформированию обитаемого пространства судна. Широкая стеклянная дверь рубки под действием сервомоторов уползает под палубу кокпита, раскрывая салон в сто-

рону кормы. Фирма также перешла на чисто заказную систему выпуска.

Наконец удалось рассмотреть вблизи «коньячный тендер» – 24-футовый «ХО-Boat», который, как оказалось, строят уже в течение трех лет в городе Ветели на западе Финляндии, хотя выставочная премьера его состоялась только в августе прошлого года. Модный «стасекообразный» корпус выполнен по популярной алюмопластиковой технологии, обшивка имеет толщину 5–6 мм, но высокое качество исполнения крашеного борта удивило. Неужели шпаклевка? Как оказалось – и представители фирмы не делали секрета из конструкции – длинный лист борта проварен только вдоль скулы, а к шпангоутам, со-





10

10. Моторные лодки «ХО» недавно вышли на финский рынок, их отличают некоторые нетривиальные конструктивные решения.

единенным бортовым стрингером, он не приварен, а приклеен через толстый слой герметика «Sikaflex». Радикальный способ избежать сварочных деформаций, которыми грешат многие наши алюминиевые лодки. Конструктор Сакари Маттила готовит к осени проект с рубкой.

Как видно, финские судостроители легко не сдаются, цепляются за каждую возможность сохранить производство и боевое ядро персонала. Неслучайно, наиболее стойкие финские компании существуют уже по 30–50 лет, пережив не один кризис.

Под стать участникам «Vene-2009» оказались и посетители. Несмотря на мрачные прогнозы, посещаемость выставочного центра снизилась всего на 10% против прошлогодней. Более того, согласно опросу, 45% посетителей намеревается отдать любимому увлечению еще больше времени.

Председатель ассоциации «Finnboat» Йюуко Уййу, чей офис

был открыт на выставке все десять дней, выглядел оптимистично и согласился дать специальное интервью для читателей «Кия».

– Как идут ваши дела? Чего ждете в сложившейся ситуации?

– У меня было много переговоров с представителями компаний – участниц выставки. Они чувствуют себя на удивление хорошо. Были небольшие опасения вначале, но ничего страшного не случилось. Продажи в целом идут несколько хуже, чем в прошлом году, но это пока нормально. После мартовских выставок в Осло и Стокгольме ситуация еще более прояснится. Несмотря на то, что компании вынуждены увольнять рабочих из-за снижения спроса, они по-прежнему вкладывают средства в развитие, в новые модели (их представлено 93, больше чем когда-либо за последние три года). Сейчас хорошее время для начинаний, и, когда рынок снова пойдет вверх, уже будет задел. Мы сейчас,



11

как ни странно, более оптимистичны, чем за день до открытия выставки. Теперь видно, что все намного лучше, чем казалось. Конечно, отношение людей к водному досугу изменится. Все будут больше думать об экономии топлива, эксплуатационных расходов, начнут путешествовать медленнее и ближе. Покупая новое судно, люди станут тщательнее просчитывать свои ресурсы.

– Попадали ли финские бизнесмены в подобную ситуацию ранее? Как посоветуете вести дела, чтобы пройти ее с меньшими потерями?

– У нас уже есть опыт подобных трудностей. В 1991-м мы уже переживали похожую ситуацию рецессии, которая продлилась два года. Сейчас нам придется работать больше и эффективнее. Теперь надо обратить все внимание на клиента, клиентура – это ключевой фактор успеха. Необходима система привлечения новых заказчиков. Далее, следует наладить систему зачета старых лодок при покупке новых. При этом придется очень тщательно продумывать ценообразование. Цена на бывшее в употреблении судно не должна быть слишком высокой. Выставка показала, что люди сейчас очень интересуются вторичным рынком. И придется запастись терпением. Надо работать на клиента, тратить на него время, действительно заниматься продажами и, конечно, стремиться оставаться в своем бизнесе.



12

11. Американский «Scout Boat» с гибридным двигателем. Два подъемных электромотора управляются джойстиком.