



Рыбалка под японским флагом

Андрей Великанов ■ В прошлом году в транснациональной корпорации Yamaha Motors произошло знаковое событие – российское подразделение компании Yamaha Motors CIS впервые в истории обогнало американское по продажам снегоходов. И это несмотря на то, что в Штатах предлагается линейка из 17 машин (у нас – 11) и стоят они у дяди Сэма почти в полтора раза дешевле!



Правда, независимо от классов и модификаций, основная доля спроса у нас в стране пришлась на всем хорошо известного трудягу – Viking 540 111. Что поделаешь, если на одной шестой части планеты Земля народ предпочитает самовыражаться именно на снежных машинах утилитарного класса в двухтактном исполнении.

С технической точки зрения, в данной снегоходовой категории у японцев, вроде, должна быть довольно серьезная конкуренция, в первую очередь, со стороны североамериканского монстра по имени BRP. Но цифры продаж за прошедший сезон говорят сами за себя: Yamaha реализовала 540-х машин практически в 4 раза больше, чем было

продано сравнимых по характеристикам аппаратов Tundra LT 550 из «конюшни» BRP.

В целом же отечественный рынок снегоходов по итогам предыдущего года поделен между иностранными производителями следующим образом: Yamaha – 45%, BRP – 31%, Arctic Cat – 14%, Polaris – 10%. Из общего числа проданных снегоходов производства Yamaha – 63% составили аппараты с двухтактным сердцем.

Все вышеперечисленные цифры хорошо отражают пожелания российских любителей зимней рыбалки и лесных приключений.

К сожалению, в ямаховских недрах новые модели снегоходов именно классического, утилитарного класса не появлялись уже более 20 лет (VK Professional лишь с большой натяжкой можно отнести к рабочим моделям). Поэтому в России, от Камчатки до Калининграда, народ знает только две японские машины – Bravo 250 (разработка 1982 года) и VK 540 (1988 год). В каталогах компании можно найти еще VK 540 Limited, но это чисто тюнинг-версия одноименного оригинала (зеркала заднего вида, тахометр, белый цвет тоннеля, багажника и даже сидений).

В чем же секрет такого преимущества Yamaha по сравне-

нию с конкурентами? Прежде всего в маркетинговой стратегии и четком понимании российских экономических реалий.

Ямаха Мотор Эс-Ай-Си (представительство Yamaha в Москве) проводит множество мероприятий по популяризации собственной мототехники рекреационной направленности. Ежегодно проходит рыболовный турнир «он-лайн» (в прошлом году в нем приняли участие 605 человек), организуются под руководством Yamaha Riding Academy практические семинары по безопасности управления. С большим размахом проводятся презентации моделей следующего сезона, во время которых можно не только пощупать все гусеничные снегоходы с эмблемой Yamaha, но и испытать их в деле.

Вот и в этом году в руки представителей прессы, собравшихся со всей страны, ямаховцы в прямом смысле дали на растерзание 30 железных коней модельного ряда 2012.

Помимо упомянутых выше VK 540 111 и RS Viking Professional, рыбакам могут приглянуться Venture Multi

Purpose и RS Venture TF с электроусилителем рулевой системы (EPS).

К огорчению жителей Крайнего Севера, теперь не будет выпускаться самый дешевый снегоход Bravo 250, которому по простоте, надежности и экономичности не было равных, хотя создавался он вовсе не для рыбаков и оленеводов. Его задумывали для привлечения в «тему» американской молодежи, и тогда, а это было более 30 лет назад, перед японскими инженерами была поставлена задача сделать снегоход не дороже 1000 долларов.

Устарев, «Бравик» с успехом перекочевал из американских прерий в наши леса и тундры. Собственно говоря, до нынешнего года Yamaha Motors не создала ни одной снегоходовой модели специально для России. «Ныне ситуация в этом сегменте может измениться, – считает президент Yamaha Motor CIS Кавано Ташия, – мы ведь в этой области не только догнали, но и перегнали Америку!» ■



Президент Yamaha Motor CIS
Кавано Ташия



Победитель
рыболовного турнира
Владимир Струев