

Leader опережает время

Журналистов не так часто приглашают на отечественные верфи, а если говорить о производстве надувных лодок, то здесь в нашей стране и вовсе царит самая страшная тайна. Это не удивительно, ведь очень часто случается, что за громкими именами стоят откровенные шарашкины конторы и дремучий производственный процесс. Конечно же, мы были приятно удивлены, когда в канун Нового Года «Кия» удалось поближе познакомиться с питерской фирмой Leader и ее бессменным директором

Анатолием Герасимовым.



– **Анатолий Владиславович, ваша фирма одна из старейших на рынке РФ, расскажите, пожалуйста, с чего все начиналось.**

– Если заглядывать в самое далекое прошлое, то для меня история с надувными лодками началась в 1993 году в кооперативе Николая Мнева. Тогда мы выпускали всего по 10–12 резиновых лодок в месяц. Хорошо помню, как после их склейки смазывали ткань глицерином, как тяжело шкурили швы и транцы – пылица вокруг! Там же у Мнева в первый раз я познакомился с тканью из ПВХ. Это сейчас таким названием никого не удивишь, а в начале 90-х мы просто голову ломали «как из линолеума можно склеить качественную надувнушку». Тем не менее, мы все-таки сделали шикарный 9-метровый баллон для финского РИБа. Ну а затем, вместе с Николаем Мневым и Борисом



Ершовым, поехали в город Куопио, на завод Scantarp (Финляндия), откуда привезли в Питер первую партию многослойной ПВХ-ткани. К слову, с этим предприятием Leader сотрудничает до сих пор. Сразу же изготовили две лодки «Скат-320», одну – ярко-красную, вторую – ярко-синюю. А уже в следующем году (по-моему, это случилось в 95-м) наш кооператив продал на выставке в Дюссельдорфе около десятка собственных надувных ПВХашек. В те годы за границу реализовывать продукцию было значительно легче, ведь в России еще массово изготавливались резиновые лодки и цена на аналогичные размеры в категории ПВХ была ровню в два раза выше.

– **Нашим читателям было бы интересно узнать, с чего начинался Leader.**

– Фирма была основана весной 1998 года за несколько месяцев до кризиса, и тогда у меня работало всего три человека. Первый заказчик, так же как и у Мнева, оказался иностранцем, тому голландцу мы склеили Leader 380. Второй собственной разработкой стала классическая гребная модель размером 2.60 м. Затем постепенно вышли на полный модельный ряд, где у нас было 12 транцевых лодок размером от 2.35 до 5 м и три гребные – 2.40, 2.60 и 2.80 м.

– **Что же представляет из себя ваша фирма в 21 веке?**

– Это 80 сотрудников (более половины из которых работали у меня уже не менее 10 лет), 15 000 лодок в год, свое КБ, хорошо отработанный технологический процесс и широкая дилерская сеть.

Мы неспешно ходим по предприятию и, скажу честно, в душе разгорается чувство гордости от увиденного – значит можем клеить лодки и организовать производство как у «проклятых капиталистов». В цехах у Герасимова два полных конвейерных цикла, лодки тут не только клеят, но также и варят на оригинальном оборудовании. Механически загоняют шейки весельных лопастей в алюминиевые заготовки, при склейке используют шаблонную систему – все практически как на заводе Zodiac в Тулузе, только в меньших масштабах.

– Для нас главное – это контроль качества и расходных материалов, и компонентов, и каждой стадии сборочного



процесса. Если производить лодки в Китае, то в лучшем случае сможешь убедиться в качестве продукции лишь на завершающей стадии, а вот откуда и какие брались расходные материалы, как происходил производственный процесс, будет всегда загадкой. Мы же поставляем лодки в регионы, где они порою являются единственными средствами выживания. За Уралом – один раз облажаешься, потом десять лет отмываться будешь, но так и останешься с клеймом.

Мы работаем только с известными компаниями – как по тканям (Германия, Финляндия), комплектующим (Италия), так и по клею (Франция). От российских подрядчиков получаем фурнитурные детали лодок и фанеру для транцев и днища. Если говорить о фанере, то мы здесь не хитрим, как многие конкуренты, и даже на «экономки» делаем пайол толщиной 9 мм, сидушки 18 мм, а транец – 21 мм. Полно-

стью информацию о продукции бренда Leader можно посмотреть на сайте www.leader-boats.ru.

– **Расскажите, пожалуйста, о структуре модельного ряда вашей компании.**

– До 2006 года 80% выпускаемой продукции приходилось на моторные лодки Leader, а 20% делили между собой гребнушки «Компакт», РИБы и госзаказ.

Сегодня же 50% производства приходится на «Компакт», 30% на «Тайгу», а уже оставшиеся проценты делят между собой Leader, РИБы и госзаказ.

– **Отчего же произошли такие изменения?**

– Тут опять вмешался кризис, и, по сути дела, в конце 2008-го нам по-новому пришлось перетрясти не только структуру модельного ряда, но и пересмотреть саму концепцию создания гребной лодки (оптимизировали раскрой

и склейку, ввели конвейерную систему). Даже были разработаны оригинальные собственные модели переносных сумок. В конечном итоге мы смогли предложить рынку цену, на которую активно откликнулся массовый покупатель. Если прежде мы производили не более 50–60 гребных лодок в год, то нынче ежегодно продаем не менее 10 000 штук. Сейчас многие фирмы пытаются втиснуться в этот сегмент рынка, и хочу их заранее предостеречь, уровень рентабельности в гребнушках – это производство не менее 5000 штук.

Наше КБ (главный конструктор С. В. Бойцов) в 2009 году сформулировало концепцию облегченной моторно-гребной лодки, или «экономки», как их теперь называют. Первыми в стране мы сделали лодку такого класса с речным настилом – «Тайга-285». А в 2010 в каталогах значился уже их полный модельный ряд (2.70, 2.90 и 3.20). По предложениям клиентов, мы отошли от речного настила к сплошному пайолу. На эту линейку мы используем ткань плотностью не менее 750 г/м². Такая же ткань идет на все гребные модели.

Многие верфи, производящие РИБы, выбрали Leader в качестве поставщика баллонов (такие известные модели, как «Наутилус», «Кальмар», RIB-RX, «Буревестник»). Баллоны для военного РИБа «БЛ» мы делаем из хайпалона. В этом сегменте мы используем ткань плотностью от 1500 до 2200 г/м². Вообще, делать баллоны – дело очень сложное и тонкое, тут конкуренции у нас практически нет, особенно в разделе специальных проектов (D-образный баллон у «Наутилуса», плоский баллон в проекте Б. Ершова, 12-метровый в оффшорном корпусе RX).

В баллонах для РИБов главное – склейка, и мы постоянно тестируем эту позицию в самых жестких условиях. За

последние годы были проведены экспедиции в Калининград, Архангельск, на Соловки.

– Какие проблемы вы видите на сегодняшнем рынке надувных лодок в России?

– Когда я прихожу на любую выставку, то сразу понимаю – покупатель просто ошарашен количеством производителей и агрессивным маркетингом. Создается впечатление, что только очень ленивый сейчас не «лепит» надувнушки. А когда начинаешь говорить, то выясняется, что многие «конструкторы» не имеют ни малейшего представления об угле наклона транца! Да что там транец, порою кажется, что фирмы не понимают, что и зачем они делают! Некоторые специалисты умудряются продавать разукomплектованные лодки – например, вам могут предложить купить отдельно лодку, а отдельно – жесткий настил.

– По вашему мнению, что является нынешним залогом успеха компании Leader?

– Сейчас в нашем бизнесе выживает тот, кто правильно и быстро реагирует на пожелания рынка, кто имеет постоянную обратную связь с покупателем.

У нас есть дистрибьютор («Компания Белый Медведь»), у которого по всей стране открыты представительства. Там можно приобрести лодку, затем принести ее на обслуживание или замену. Наш клиент не остается один на один с возникшей проблемой или пожеланием по конструктивным особенностям наших надувнушек. Например, по совету покупателей мы изменили крепление банок на одной модели и подработали леер на другой.

А в качестве нашей продукции вы убедитесь в самое ближайшее время, когда придет пора эксплуатационных тестов.

