

# Видеть цель, верить в себя, не замечать препятствий.



**Как и многие компании-легенды, «ЭВАН» начинался с драйва, энтузиазма, абсолютной уверенности в себе и в успехе. Как и многие компании-легенды, «ЭВАН» начинался в гараже. Сначала их было трое – Валерий и Алексей Куницыны и Валерий Блинков. Они все делали вместе – крутили гайки, развозили заказы на мотоцикле «Урал», радовались первым заказам, строили планы и никогда не считались, кто сколько сделал и сколько получил. Прошло 15 лет – они до сих пор вместе – люди, основавшие «ЭВАН», сформировавшие рынок и ни разу не изменившие себе.**

Точкой отсчета компании «ЭВАН» принято считать знакомство энергичного предпринимателя Валерия Куницына и талантливого инженера Валерия Блинкова. Это было в 1996 году. Вместе они наладили производство, пусть небольшое, но свое.

«Бизнес строится на качестве продукта и умении его продавать, – говорит **Валерий Куницын**, – Мы предлагали заказчику хорошие котлы, налаживали связи, выстраивали отношения. Вообще, инженерный рынок – штука интересная. Он не терпит обмана, не прощает надувательства и впаривания. Котел не шоколадка, которую заодно кидают в тележку в супермаркете и не телевизор, чтобы было как у соседа. Котел покупают, когда он действительно нужен, выбирают, считают отопляемую площадь, прикидывают стоимость энергоносителя, советуются со специалистами по монтажу. А уж опытного монтажника-то на мякине не проведешь!»

«В девяностые годы, – подхватывает **Алексей Куницын**, – все только и делали, что торговали. Производства было очень мало. Его и сейчас не много, а тогда бизнес старался насытить бездонный российский рынок преимущественно импортом. У нас, естественно, не было таких сверхприбылей, как, например, у компьютерных салонов, потому что мы все средства вкладывали в развитие, в производство. И в 1998 году, когда дефолт скосил всю торговлю, мы как раз и оказались в выигрыше: у нас же все комплектующие и все рас-

четы в рублях. Мы получили не просто конкурентное преимущество, мы получили возможность выхода на весь рынок!

Это оказалось новым вызовом. Рынок не сформирован, не структурирован, непонятно, как на нем работать. И работа с рынком стала значительной частью нашего бизнеса.

Вместе с партнерами мы разрабатывали интегрированные бизнес-планы, строили объединенную систему управления, создавали механизмы, позволяющие заработать и нам, и партнерам. Инженерный рынок формирует заказчик, а не транснациональные корпорации – производители газировки или модных гаджетов.»

**Качество продукции, инженерные решения и модернизация – это зона ответственности Валерия Блинкова:**

«Качество – тема избитая. Казалось бы, каждому понятно, что качество товара лежит в основе успешного бизнеса. Однако это не совсем так. Сегодня рынок наводнили не только очевидные подделки (котел, водонагреватель подделать довольно сложно и не имеет большого смысла), но и просто ненадежные аппараты. «ЭВАН» с самого начала держал в этом смысле очень высокую планку. Прежде всего, это наш принцип – предлагать потребителю такой товар, за который не стыдно, которым мы стали бы пользоваться сами. Да, кризис 1998-го года дал мощный импульс развитию производства: резко сократился импорт, а спрос остал-

ся. Советская, российская инженерная школа оставила нам бесценное наследие: всякий «гламур» мы не умели делать, а адаптировать западные технологии к российским условиям – это всегда получалось делать на очень приличном уровне.

С другой стороны, несмотря на качественную модернизацию продуктовых линеек, стало очевидным, что в части индустриальных передовых технологий мы настолько отстали от Запада, что системное отставание уже не сократить. И мы, конечно же, не могли не учитывать этот факт, размышляя о будущем компании.

Валерий Куницын: В 2004 г., когда «ЭВАН» занял 50% – пусть нишевого – рынка, встал вопрос «а что же дальше?». Куда развиваться? Назревало очередное нестандартное решение – поиск стратегического инвестора, желающего войти на российский рынок с помощью технологии продаж «ЭВАН» и при этом владеющего инновационными технологиями в производстве новых для нашей компании продуктов.

Так мы начали сотрудничать со шведской группой NIBE, которую интересовали возможности входа на российский рынок. Они искали рынок сбыта – мы искали возможности роста за счёт производства новых продуктов. Они представляли инновационные производственные технологии – мы же владели передовой технологией продаж, подтвержденной 50% долей рынка. Это были идеальные условия для альянса двух лидеров в своих сферах. Альянса, который потенциально нёс в себе огромный синергетический эффект для акционеров и сотрудников компании.

Поэтому предложение шведской компании о покупке «ЭВАН» было принято. Условия сделки предусматривали поэтапный выкуп акций: первый пакет 25% был приобретен в 2007 году, последующие 26% и 24% – в 2008 и 2009 году соответственно, а в апреле 2011

г. «ЭВАН» стал на 100% дочерней компанией концерна NIBE AB. Почему мы приняли такое решение?

Во-первых, история NIBE Group насчитывала 60 лет устойчивого развития. В концерн входят более 50-ти компаний, представителей по всему миру, включая, 32 крупных завода – производителя теплового оборудования в Европе.

Во-вторых, на протяжении десятков лет NIBE находится в авангарде разработки и внедрения инновационных решений, развивает энергосберегающие технологии, продвигает возобновляемые источники энергии.

В-третьих, продуктовый ряд «ЭВАН» существенно расширяется: к традиционным электроотопительным котлам и промышленным водонагревателям добавляются твердотопливные котлы, накопительные водонагреватели больших объемов, солнечные панели, аккумуляционные баки и тепловые насосы. Таким образом, «ЭВАН», начав 15 лет назад работать на «нишевом» рынке электродвигателей ёмкостью 50 млн. долларов выходит на производство новых продуктов, совокупной ёмкостью 500 млн. долларов. Это позволит вырастить бизнес в 10 раз примерно за 10–12 лет. Именно такая стратегическая задача стоит перед сегодняшним руководством компании.

Ну и последнее, в шведском концерне мы увидели воплощение близкой нам бизнес-философии: честным и порядочным быть выгодно. В современном мире мы сталкиваемся с кризисом доверия, с дефицитом подлинных ценностей. В этом смысле инженерный рынок – отдушина, оазис, твердая почва под ногами. Это рынок, где ценятся человеческие отношения, искренняя заинтересованность в партнере, прямота и открытость. Именно на этих принципах создавался «ЭВАН». И я уверен, что те люди, в чьих руках сегодня находится компания, будут следовать им всегда.

