

РЫБАЛКА В РОССИИ – МАЛЫЙ БИЗНЕС ВСЕМИРНОГО МАСШТАБА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ЗАО «МОСКАНЕЛЛА»
Станислав Антонович
Кузьмич



Рыбалка как вид хобби имеет свою специфику. Не будет преувеличением назвать ее общемировым историко-культурным явлением. Любительская рыбалка и ее естественное продолжение – рыбалка спортивная, распространены в любой точке земного шара, где есть вода, рыба и люди. И на первый взгляд резонно ожидать унификации снастей и экипировки. Однако природное разнообразие условий рыбалки, подводного мира, местных традиций наряду с неиссякаемой любознательностью рыболовов и прогрессом в материалах и технологиях являются объективными причинами, препятствующими сокращению разнообразия рыболовного оснащения. На мой взгляд, это хорошо. Попытки глобализировать или монополизировать рыболовный рынок с точки зрения как производства, так и торговли периодически случаются, но практика показывает, что это неизменно наносит ущерб данному виду хобби. Примером тому может служить европейский рынок. Доминирование нескольких крупных концернов, сосредоточивших за последние годы в своих руках и производство, и торговлю, привело к удручающему однообразию и отставанию скорости развития любительской рыбалки в Европе по сравнению с другими регионами мира, включая Россию. Любопытная деталь: в прошлом, когда наши национальные команды участвовали в международных соревнованиях где-нибудь в Европе, приходилось слышать о несвоевременной экипировке на-

ших спортсменов. Сегодня снасти, с которыми приезжают наши команды, вызывают неподдельный интерес и даже определенную зависть других команд. Знания и умения российских рыболовов зачастую шире и разнообразнее, чем у коллег по хобби во многих других странах. Другими словами, в последние годы мы развиваемся опережающими темпами, и тому есть причины.

Первая из них – уникальность нашей страны. Россия с точки зрения рыбалки – это не просто страна, а целый континент, даже целый мир в несколько уменьшенном масштабе. Конечно, рыбалка в теплых морях, ловля кальмара или пресловутая «ловля басса» («bass» – пресноводный большеротый окунь, который благодаря мощи и активности стал самой популярной рыбой на соревнованиях по всему миру и спровоцировал появление целой отрасли снастей, соревнований и рыболовных туров) у нас неактуальны. Однако наши рыболовы вполне информированы о нужных для этого снастях и путешествуют за рубеж ради такой рыбалки. В определенном смысле это можно назвать насыщением «информационного голода». Основой знаний о рыбалке еще совсем недавно была книга Л.П. Сабанеева, написанная более 100 лет назад, а разнообразие снастей выражалось в виде множества приманок-самоделок. Получив доступ к мировой рыбалке, мы очень быстро восприняли современную терминологию, стили, а следовательно, и снасти.

Более того, снасти для специфических видов рыбалки типа перечисленных выше у нас приспособляются под местные условия вполне адекватно. В конце концов в России под словом «местное» можно подразумевать диаметрально противоположные условия: ловля сома в Волге или хариуса на Кольском полуострове, тайменя в Сибири или щуки в Подмосковье – вряд ли многие страны могут похвастать столь существенным разнообразием природы и, соответственно, потенциальным разнообразием рыболовного рынка.

Вторая причина, на мой взгляд, в том, что Россия фактически «перепрыгнула» некоторые этапы раз-

вития рыболовной экипировки. Это особенно заметно на примере такого вида ловли, как спиннинг. Мой собственный стаж рыболова-любителя позволяет сказать, что лет двадцать назад данный стиль рыбалки был относительно неразвит и составлял малую долю по сравнению с поплавочной рыбалкой. Сказывалось влияние европейцев, чьи традиции в силу нашего соседства были наиболее влияющими на наших рыболовов. Интересно заметить, что на сегодня именно поплавочная рыбалка в России остается, с одной стороны, наиболее распространенной, а с другой – наименее развитой в вопросе снаряжения. Причина – в некотором упрощении европейских поплавочных снастей в связи с переносом производств в страны Азии.

А спиннинговая рыбалка в Европе никогда не являлась определяющей. Зато она чрезвычайно популярна в таких развитых регионах мира, как Американский континент или Япония, где до сих пор сохраняется производственная и дизайнерская база. Таким образом, как только наши рыболовы заглянули за европейский горизонт, они смогли сразу влиться в современную высоко развитую спиннинговую рыбалку. В результате процент рыболовных снастей для данного вида ловли увеличился быстро и значительно и составляет, на мой взгляд, около половины объема рынка рыболовных снастей.

Третья причина нашего ускоренного развития – необходимость строить рынок с «чистого листа». Во времена Советского Союза существовали мощные все союзные общественные организации с разветвленной системой филиалов и магазинов. «Росохотрыболовсоюз» – это наследник одной из них, объединяющий и охотников, и рыболовов. В связи с существенными изменениями в нашей стране привычные системы исчезли вместе с государственной поддержкой. Но не исчезли люди, увлеченные рыбалкой и имеющие активную жизненную позицию. Их знания и энергия позволили в удивительно короткий срок построить практически с нуля и на современной основе и принципах те новые структуры, которые сейчас называют «российский рыболовный рынок»: некоторые виды производства, торговые компании, средства массовой информации, посвященные рыбалке, рыболовный туризм.

Возможность предложить практически любую снасть на наш рынок, определяемая вышеперечисленными факторами, создает не только потенциал, но и опасность. На мой взгляд, ярко выражены две.

Первая – желание монополизировать рынок. Как правило, рано или поздно это заканчивается плачевно для монополизаторов, но попытки периодически повторяются. Это характерно как для ряда зарубежных компаний, имеющих филиалы в России в той или иной форме, так и для местных российских компаний.

Я убежден: несмотря на то что большая доля снастей на нашем рынке пока в силу объективных причин иностранного происхождения (хотя все чаще появляются отечественные разработки), иностранцы не должны контролировать наш рынок. По понятным причинам они заботятся о собственных интересах, оставаясь здесь гостями, которые могут как прийти, так и уйти, что, как

1



показывает практика, не способствует позитивному развитию нашего рынка. Но у нас даже теоретически меньше шансов защищать свои интересы: в России до сих пор нет организации, призванной заботиться об интересах российских участников рыболовного рынка. Подобные ассоциации есть в Европе, Японии, США – и любой зарубежный новичок вряд ли добьется успеха, если не будет уважать установленные правила и принципы. Я полагаю создание организации такого типа в России своевременным и необходимым.

Если же говорить о желании контролировать рынок (в рамках всей страны, региона или города – неважно) со стороны российских фирм, то, на мой взгляд, это болезнь роста. Многие начинающие заниматься данным видом бизнеса всерьез считают, что у них хватит сил на все. Но многообразие нашего рынка исключает такую вероятность – так же, как разнообразие общемирового рынка не допускает его монополизации.

Ответственная российская компания должна понимать, что общее развитие нашего рынка – это задача, в решении которой должны участвовать все.

С другой стороны, момент, когда розничный магазин может успешно работать, специализируясь лишь на определенном виде или марке снастей, в России еще не наступил. Точно так же нет смысла в магазинах только с дешевыми или, наоборот, только дорогими снастями. Опыт нашего общения с розничными магазинами всех регионов России убеждает, что нужно искать баланс в ассортименте. И его основой, на мой взгляд, служат снасти, которые можно назвать «народными». Важен смысл этого термина. Это вовсе не самые дешевые снасти, как полагают многие коммерсанты. На самом деле «народный» – это

2



тот, который доступен широкому кругу покупателей по цене и при этом удовлетворяет качеством даже тех, кто ловит снастями высшего класса. Клиенты нашей компании – и это наш принцип – всегда получают рекомендации по подбору товара. Не только оптовые покупатели, но и любой рыболов может зайти на наш сайт www.moscanella.ru и получить информацию о свойствах предлагаемых нами снастей, советы по их использованию, узнать о новинках и т.д. Кроме того, мы хорошо знаем условия рыбалки в различных регионах нашей страны (сотрудники нашей компании сами успешные рыболовы), интересуемся общим уровнем развития региона, который влияет на покупательную способность, собираем информацию о местном спросе, участвуя в московских и региональных выставках.

В связи с последним необходимо сказать несколько слов о проблеме популяризации данного вида хобби. Я считаю, что рыболовы оказывают помощь в решении экологических проблем. Был период, когда браконьерство расцвело пышным цветом, когда даже на выставках, посвященных любительской рыбалке, беззастенчиво предла-

3



гали сети, в том числе и настолько дешевые, что многие даже уезжали после рыбалки, ленись доставать их из воды, губя тем самым огромное количество рыбы. Наша компания намеренно исключила из своего ассортимента любые виды экипировки, которые хотя бы отдаленно могут быть использованы для «рыбодобычи».

Рыболовы напрямую заинтересованы в сохранении популяций рыбы, в чистоте водоемов, в систематизации рыбалки, и стоит поддерживать и стараться объединить такие усилия. Без этого может случиться так, что бизнес исчезнет просто по причине отсутствия объекта назначения.

Рыболовный рынок России, на мой взгляд, практически достиг того уровня, на котором этот бизнес, оставаясь малым (поскольку в нем все-таки много личного во всех смыслах), охватывает уже немалую долю населения (как рыболовов, так и тех, кто их обслуживает). А значит, в ближайшем будущем нам всем придется, как минимум, попытаться объединить усилия по защите и развитию рыбалки с точки зрения и хобби, и бизнеса.

