

# **В2В** РЫБАЛКА ОХОТА ТУРИЗМ

март 2010 #277

бизнес-журнал для профессионалов отрасли



# 9-я Международная выставка «Охота. Рыбалка. Отдых»



**Охота**  
**рыбалка** **отдых**  
**ОСЕНЬ 2010**


**30 сентября - 3 октября 2010 года**  
**в МВЦ «Крокус Экспо»**

The 9<sup>th</sup> INTERNATIONAL EXHIBITION | AUTUMN  
WELCOME to Safari Expo 2010

Организатор:  **КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

Дирекция выставки: +7 (495) 727-25-26, факс: +7 (495) 727-25-88  
E-mail: [safari@crocus-off.ru](mailto:safari@crocus-off.ru), [www.safariexpo.ru](http://www.safariexpo.ru)

МВЦ «Крокус Экспо»: 65-66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)

 «Мякинино»

Реклама на территории и на сайте МВЦ «Крокус Экспо»: (495) 727-2639, [www.crocus-reklama.ru](http://www.crocus-reklama.ru)  
Аренда конференц-залов и презентационного оборудования: (495) 727-2593, 727-2615



# EUROPEAN FISHING TACKLE TRADE EXHIBITION

Valencia, Spain  
11th-13th June 2010

**BE THE BEST, COME TO EFTTEX**

Feria Valencia, Avda. de las Ferias s/n, 46035 Valencia, Spain

T: +34.96.386.11.00 F: +34.96.363.61.11

E: [feriavalencia@feriavalencia.com](mailto:feriavalencia@feriavalencia.com) W: [www.horizontal.feriavalencia.com](http://www.horizontal.feriavalencia.com)



EFTTA, Unit 21, Berol House, 25 Ashley Road, London, N17 9LJ, UK,

T: +44.20.8365.0405 F: +44.20.8493.7220 E: [info@eftta.com](mailto:info@eftta.com) W: [www.eftta.com](http://www.eftta.com)

Учредитель и издатель журнала  
«B2B Рыбалка Охота Туризм»  
ООО «СпортАкадемРеклама»  
Журнал является приложением к  
журналу «Спорт Магазин».  
Журнал зарегистрирован  
Государственным Комитетом  
Российской Федерации по печати.  
Свидетельство о регистрации  
№019392 от 10.11.1999

Главный редактор:  
Коростелев Антон

Отдел рекламы:  
Ефимчук Анастасия  
Семченко Елена

Дизайн и верстка:  
Матвеев Илья

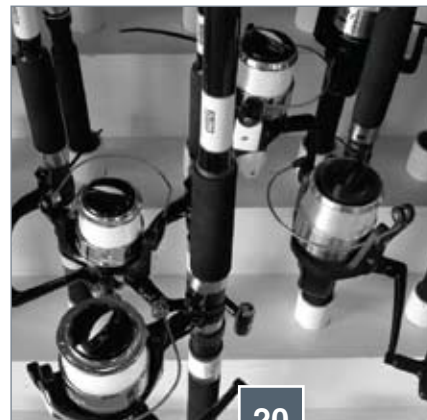
Адрес редакции:  
Москва, ул.Электrozаводская 24,  
офис 201  
тел.: (495) 411-91-13  
факс: (495) 411-91-13  
e-mail: b2b@sportmagazin.net

За содержание и достоверность  
рекламных объявлений  
ответственность несут  
рекламодатели. Оставляем за  
собой право редакторской правки  
объявлений. Перепечатка материалов,  
опубликованных в журнале,  
допускается по согласованию с  
редакцией.

Мы будем рады получить от вас любые  
замечания и предложения, чтобы  
сделать наш журнал лучше.

Подписано в печать: 25.03.10  
Отпечатано в типографии  
«Вива-Стар» Москва  
Тираж: 10 000 экз.

Распространяется бесплатно



## [ 04 НОВОСТИ ]

### МЕРОПРИЯТИЕ

**06 ОХОТА И РЫБОЛОВСТВО  
НА РУСИ**

### МАРКЕТИНГ

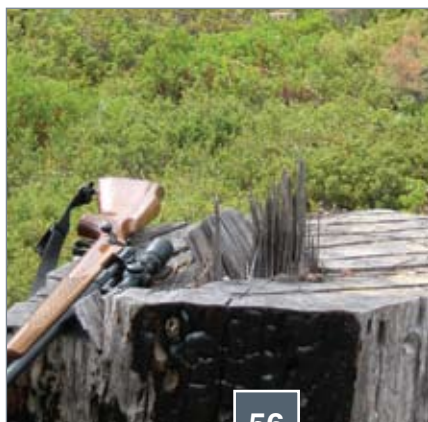
**08 МЕРЧАНДАЙЗИНГ:  
ПРИМАНКИ И ЛОВУШКИ  
ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ**

### РЫБАЛКА

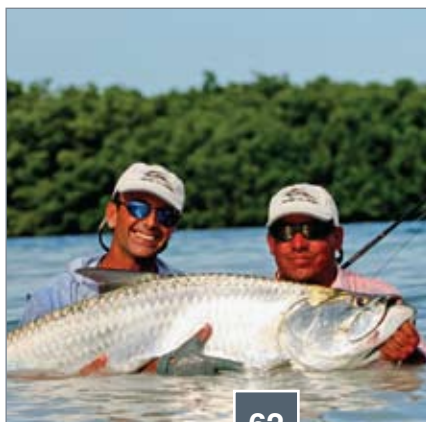
**14 КАЧЕСТВО  
И ОПЕРАТИВНОСТЬ —  
ВСЕГДА ЗАЛОГ УСПЕХА**

**16 ИННОВАЦИИ  
В РЫБОЛОВНЫХ ТОВАРАХ**

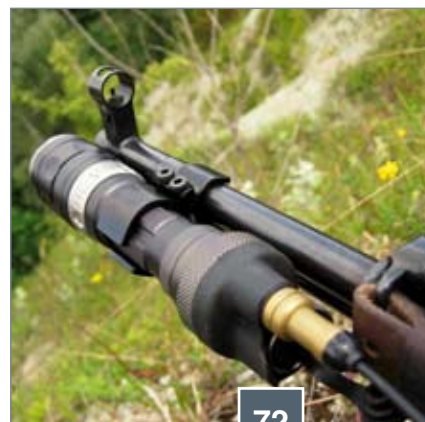
**18 ДЖЕРК — «ИГРЫ»  
ПРОФЕССИОНАЛОВ!**



56



62



72

20 РЫНОК ПЛАТНОЙ  
РЫБАЛКИ: КАК ПЕРЕЖИТЬ  
СЛОЖНЫЙ СЕЗОН?

23 РОССИЯ — ОДИН ИЗ  
ЛИДЕРОВ МИРОВОГО  
РЫБОЛОВНОГО СПОРТА

28 РЫНОК РЫБОЛОВНЫХ  
ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ  
СИБИРИ

## ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

34 КТО ПРОДАЕТ  
ВАШ ТОВАР

## КАТЕРА | ЛОДКИ

38 ЛОДКА-КРЕСЛО —  
НОВАЯ ИДЕЯ  
В КОНСТРУИРОВАНИИ

40 ТРАНЦЕВАЯ  
НАДУВНАЯ ЛОДКА

44 КОМФОРТАБЕЛЬНОСТЬ,  
НАДЕЖНОСТЬ,  
БЕЗОПАСНОСТЬ...

46 СТЕКЛОПЛАСТИКОВЫЕ  
ЛОДКИ: ПРОЧНОСТЬ,  
ЛЕГКОСТЬ И НАДЕЖНОСТЬ  
В ЭКСПЛУАТАЦИИ

## [ 50 НОВОСТИ ]

## ИНТЕРНЕТ

52 КАК СОЗДАТЬ ИНТЕРНЕТ—  
МАГАЗИН ДЛЯ ОХОТНИКОВ  
И РЫБОЛОВОВ?

## ОХОТА

56 ОХОТНИЧЬЕ ХОЗЯЙСТВО —  
ВЫГОДНЫЙ БИЗНЕС?

60 ОХОТА КАК  
ИСКУССТВО

## ТУРИЗМ | ОТДЫХ

62 С ТАРПОНАМИ  
В РАЮ

66 КОМФОРТНЫЙ  
ЭКСТРИМ

69 ПАЛАТОЧНЫЙ  
ГОРОД

## АКСЕССУАРЫ

72 ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ  
ФОНАРИ

74 ОБЗОР ФОНАРЯ  
EAGLETAC T100C2

78 НЕПАЛЬСКИЕ  
НОЖИ — КУКРИ:  
ПРОДОЛЖЕНИЕ  
ДРЕВНИХ ТРАДИЦИЙ

80 ПЯТЬ ГРУПП  
КУКРИ

## Рыболовной отрасли нужны кредиты и госзаказы

[www.fishnews.ru](http://www.fishnews.ru)

Первый заместитель главы правительства России Виктор Зубков в своем выступлении на коллегии Росрыболовства очертил круг задач, стоящих перед отраслью, на 2010 год.

В первую очередь, это увеличение объемов производства рыбопродукции и выполнение установленных целевых показателей, увеличение поставок отечественной рыбопродукции на внутренний рынок. «К сожалению, рост объемов производства пока не заметен для населения. 37% произведенной рыбопродукции вывезено за рубеж. При этом в страну импортировано порядка 80 тыс. т семги и форели из Норвегии. Нужно налаживать обратный процесс», — заявил Виктор Зубков рыбакам.

По его словам, Росрыболовство при участии Минпромторга, Минэкономразвития, Минрегиона должны принять меры по созданию условий для формирования эффективной логистической системы доставки продукции конечному потребителю. Увеличение объемов производства рыбопродукции также требует создания современной инфраструктуры, способной обеспечить приемку, переработку, хранение и транспортировку продукции.

Важным остается вопрос формирования государственного заказа на рыбопродукцию для воинских частей, школ, больниц, детских садов и других государственных учреждений. «Для государственных нужд зачастую закупается импортная рыба. Эту ситуацию необходимо

менять», — уверен Виктор Зубков. Отдельно зампреда правительства РФ выделил вопросы кредитования. В 2009 году общий объем кредитных ресурсов, выданных коммерческими банками, составил около 16 млрд рублей. «Это «капля в море». Отрасль должна активнее использовать возможности кредитования, — отметил он. — Этому поспособствует рабочая группа по вопросам кредитования рыбохозяйственных предприятий, созданная при Правительственной комиссии по вопросам рыбохозяйственного комплекса. В нее вошли представители кредитных организаций, руководители крупных отраслевых предприятий, а также представители федеральных органов исполнительной власти».

## Ужесточена ответственность за хранение оружия

[www.huntingsib.ru](http://www.huntingsib.ru)

Внесены поправки в статью 13 Закона «Об оружии». Изменений в законе два. Первое — это запрет выдачи лицензии на приобретение оружия тем людям, которые так или иначе оказались замешаны в криминальные истории с наркотиками. Вторая поправка обязывает людей в конкретный срок регистрировать гражданское и охотничье оружие при переезде. Теперь владелец ружья, карабина, именного или травматического пистолета, меняя адрес, обязан стать на «оружейный учет» в двухнедельный срок со дня регистрации по новому месту жительства. При этом подавать в месте предыдущей регистрации заявление о снятии оружия с учета не надо.

Кодексом РФ об административных правонарушениях предусмотрены штрафы за нарушение сроков постановки оружия на учет — от 300 руб. до 1 тыс. Однако раньше, до внесения поправки, даже это не слишком суровое наказание милиция не всегда могла осуществить — до сих пор не были точно прописаны сроки постановки оружия на учет. Принятая поправка в Закон «Об оружии» поможет навести порядок в учете стволов у населения. Россияне вооружены неплохо даже по сравнению с иными западными странами — в личной собственности около 6 млн единиц самых разных видов «травматики», охотничьих ружей и нарезных карабинов. Только в столице насчитывается свыше 26 тыс. владельцев оружия с просроченными лицензиями.

## «Рыбтранссервис» готов снизить тарифы на перевозку рыбопродукции

[www.fishcom.ru](http://www.fishcom.ru)



Транспортно-логистическая компания «Рыбтранссервис» приступила к заключению договоров на перевозку рыбы с Дальнего Востока в центральные регионы России. Переговоры прошли с дочерней компанией РЖД «Рефсервис», а также с рядом других частных перевозчиков.

Председатель Совета директоров компании Олег Новокрещенов, «Рыбтранссервис» заявил, что готов предложить рыбакам транспортные услуги по более низким тарифам, чем те, которые складываются на рынке перевозок в течение года, и на более выгодных условиях: «Мы планируем подписать договоры с транспортными компаниями уже в апреле. Причем договоры должны зафиксировать существующие сейчас тарифы на перевозки на весь год. Это очень важно, поскольку стоимость транспортировки 1 кг рыбопродукции с Дальнего Востока в среднюю полосу России с 5–7 руб. сегодня вырастет до 15–16 руб. в течение года. С этой целью компания привлекает финансы для осуществления предоплаты. Важным преимуществом услуг «Рыбтранссервиса» должна также стать отсрочка платежа на 2 месяца, которую компания готова предложить рыбакам. Аналогичная схема работы предполагается и с владельцами холодильных мощностей.

«Строительство холодильников — это отдельный бизнес-план, который предполагает инвестирование со стороны Россельхозбанка. Для этого нужно показать конкретную деятельность. Поэтому на первом этапе мы планируем использовать уже имеющиеся у других компаний холодильники на условиях предоплаты по фиксированной на год цене. Ведь хорошо известно, что во время путины цена на хранение вырастает в несколько раз».

Первые перевозки рыбопродукции, по словам Олега Новокрещенова, начнутся с Северных Курил. Общий годовой объем рыбопродукции, перевозимой с этого района в центральные регионы России, составляет около 150 тыс. т. В планах «Рыбтранссервиса» — обеспечить его перевозку на более выгодных для рыбаков условиях.

## В Подмоскowie потратят 3 миллиарда рублей на 2 холодильника

[www.fishcom.ru](http://www.fishcom.ru)



Российский частный бизнес вложит 3 миллиарда рублей в строительство двух гигантских холодильников и оптового рыбного рынка в Подмоскowie. Об этом заявил глава Росрыболовства Андрей Крайний. Мощности каждого из холодильников будут рассчитаны на хранение 40 тыс. т рыбы.

По словам Андрея Крайнего, в стране пока таких холодильников нет. Он добавил, что первый портовый холодильник будет возведен в Калининграде. Его строительство планируется начать в конце 2010 года и сдать в следующем. Общая стоимость проектов будет складываться из кредитных ресурсов, которые составят примерно 1,6 млрд рублей, а также средств компаний в объеме 1,5 млрд рублей. Кредит будет предоставлен Россельхозбанком.

Глава Росрыболовства отказался назвать район строительства объекта. Ранее обсуждалась возможность возведения рынка в Лобне, однако сделка сорвалась. **28**

## Ходить с ружьем на зверя станет слишком дорого

[www.huntingsib.ru](http://www.huntingsib.ru)

1 апреля вступил в силу Закон «Об охоте и о сохранении охотничьих ресурсов и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который переводит охоту на коммерческие рельсы. Теперь охотники угодья сдают в аренду только юридическим лицам и предпринимателям, чей вид деятельности — охота — занесен в госреестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) или в госреестр индивидуальных предпринимателей, а участки предоставляются только по результатам аукционов на право заключения охотхозяйственных соглашений. Это означает, что охота подорожает, а как вид бесплатного отдыха, вероятно, исчезнет вовсе.

«Закон подразумевает увеличение затрат на аренду участков и участие в аукционах. Эти затраты будут включены в стоимость услуг, которая значительно возрастет, — говорит Эдуард Бендерский, председатель центрального правления ассоциации «Росохотрыболовсоюз». — Закон ставит общественные объединения охотников в одно положение с частными охотхозяйствами, такая уравниловка приведет к уничтожению общественных объединений, поскольку они не смогут конкурировать с коммерческими организациями».

Кроме того, по словам Эдуарда Бендерского, до сих пор не приняты подзаконные акты, прописанные в законе об охоте, которых около двадцати. «Это значит, все вопросы, которые эти акты должны регулировать, чиновники будут решать на свое усмотрение, — отмечает он. — Это чревато злоупотреблениями, что в свою очередь отразится на стоимости охоты».

Закона об охоте ждали все — и охотники, и владельцы охотхозяйств, и защитники природы. Играть по понятным и прозрачным правилам лучше, чем играть без правил. Но весенний охотничий сезон уже начался, а проблемы, которые должен был устранить закон, так и остались нерешенными. **28**

## Рыбоводство в принудительном порядке

[www.petrokanat.ru](http://www.petrokanat.ru)

Рыбодобывающим предприятиям Астраханской области придется не только осуществлять промысловую деятельность, но и участвовать в программе рыборазведения. Региональные власти постановили, что около 800 млн мальков судака, сазана, воблы, леща и других ценных видов рыб должны вырастить и выпустить в естественную среду обитания в Астраханской области в ближайшем году. Эта мера, как и решение ограничить в нынешнем году лов воблы и оптимизировать количество рыбодобытчиков, поможет исправить критическую ситуацию с состоянием рыбных запасов.

Такую позицию на заседании рыбохозяйственного совета области озвучил глава региона Александр Жилкин. В минувшем году в авандельте и реке было добыто почти 50 тыс. т рыбы, что превысило показатель предыдущего года. Вместе с тем ни на один процент в регионе не увеличилась переработка ВБР. По мнению губернатора, у тех, кто нерачительно

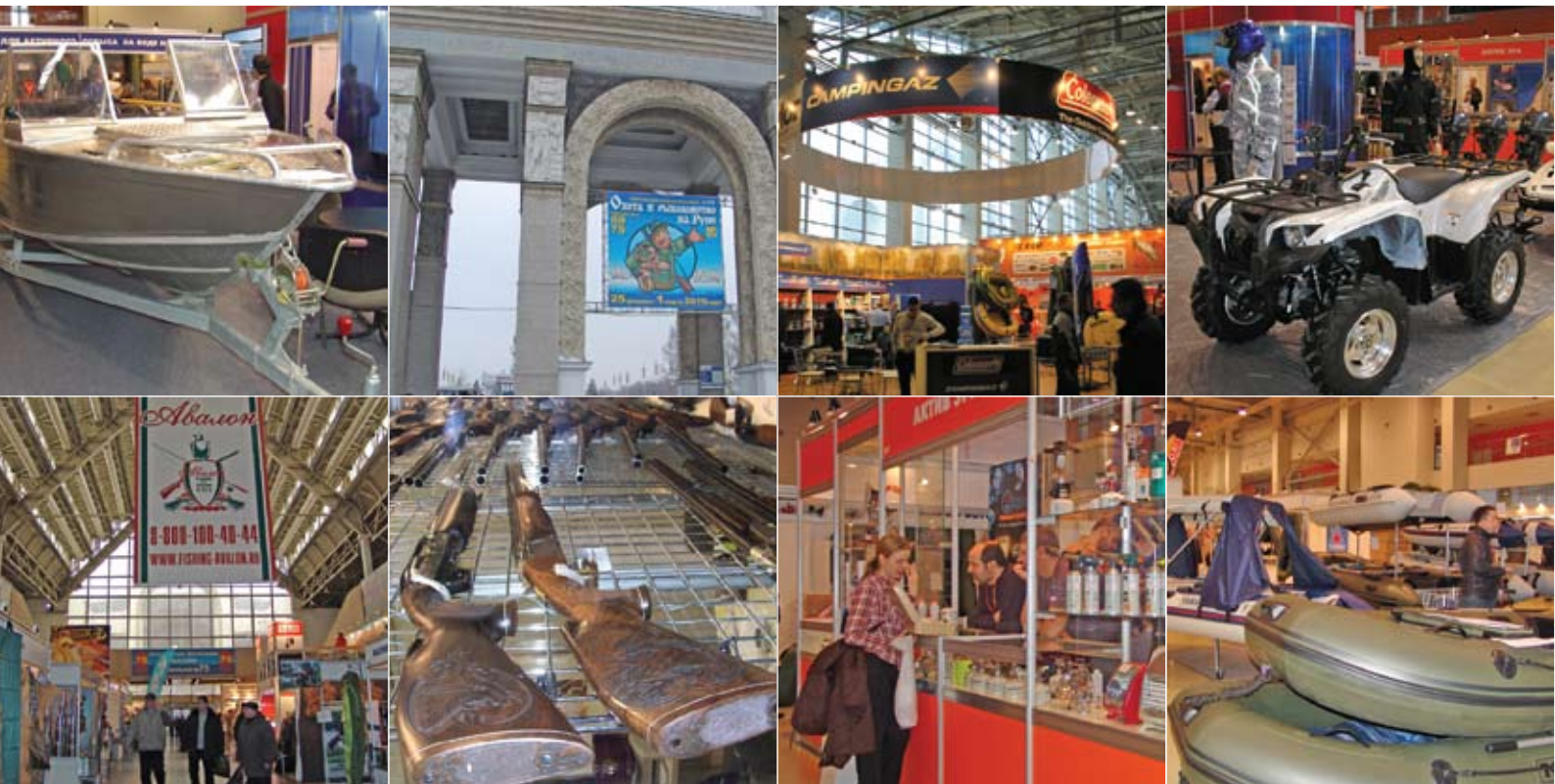
использует сырье, ссылок на кризис быть не может: анализируя тему переработки, участники рыбохозяйственного совета указали на необходимо учитывать мировую тенденцию укрупнения перерабатывающих предприятий, поскольку мелкие фирмы способны лишь на примитивную переработку: выловить, заморозить и перепродать свой продукт за пределы региона, где астраханская рыба на рынке переработки идет нарасхват. При допуске на промысел и при распределении квот также решено строже оценивать состоятельность предприятий, прозрачность их деятельности.

Рыбодобывающие компании теперь обязаны участвовать в работах по искусственному воспроизводству рыбы и мелиорации нерестилищ. В этом будет «тотально задействован» и туристический бизнес — многочисленные базы отдыха для рыболовов-любителей. Губернатор призвал активнее развивать прудовое и садковое рыбоводство, в том числе для выращивания осетровых на прода-

жу. «Астраханцы привыкли черпать из воды. Такую психологию пора менять», — сказал он.

«Черпание из воды» Александр Жилкин этой весной распорядился ограничить. Он поддержал разработанную Каспийским научно-исследовательским институтом рыбного хозяйства схему так называемой ступенчатой приостановки промысла. В период наибольшего хода рыбы в определенных местах на несколько дней лов будет запрещаться, чтобы дать возможность рыбе пройти на нерест.

В стадии обсуждения остался вопрос об ограничении лова воблы. Как сообщил директор КаспНИРХа Геннадий Судаков, с 2001 года численность сеголеток воблы в Северном Каспии уменьшилась более чем в 10 раз, а лов воблы за последние 16 лет сократился в шесть раз — до 2,8 т. Таким образом, был сделан однозначный вывод об угрожающем состоянии запасов воблы, и, чтобы их сохранить, отдельно будет принято решение по лову воблы. **28**



# Охота и рыболовство на Руси

Одна из крупнейших в мире, 27-я Международная выставка «Охота и рыболовство на Руси» успешно прошла с 25 февраля по 1 марта в 69 и 75 павильонах Всероссийского Выставочного Центра под патронатом Торгово-Промышленной Палаты Российской Федерации и при официальной поддержке Правительства Москвы. Организатором выставки выступила Русская выставочная компания «Эксподизайн».

**И**стинно всенародная выставка, пользующаяся огромным успехом у охотников, рыболовов и любителей активного отдыха, не только подтвердила статус главного события национальной рыболовно-охотничьей отрасли, но и справедливость присвоенных ей почетных знаков Российского Союза выставок и ярмарок (РСВЯ) и Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI).

Отличительными особенностями выставки стали: дальнейшее увели-

чение экспозиционной площади, рост количества российских и иностранных участников, числа посетителей, расширение географии экспонентов и гостей выставки, насыщенная и разнообразная выставочная программа.

Общая экспозиционная площадь выставки составила 30770\* квадратных метров. 740\* фирм-участниц, общественных организаций и ассоциаций, а также печатных и электронных СМИ продемонстрировали лучшие образцы своих товаров

и услуг в области охотничьего и рыболовного снаряжения и аксессуаров, оружия, специального оборудования, технических и транспортных средств, рыболовного и охотничьего туризма, активного отдыха, тематической литературы, сувенирной продукции и даров природы. В выставке приняли участие компании из 16\* стран мира: России, Белоруссии, Украины, Италии, Латвии, Польши, Кореи, Китая, Японии, Новой Зеландии, Германии, Испании, Франции, США, Канады и Швеции.





Большой интерес у посетителей выставки вызвали программы практической демонстрации новых рыболовных снастей российскими компаниями «Серебряный ручей», «Мировые снасти», латвийской компанией «Izumi» в их собственных бассейнах, установленных в 75 павильоне. Интересную экспозицию с наилучшими предложениями по северной рыбалке подготовил Комитет по туризму при Посольстве Норвегии в Москве.

Значительно возросло и количество посетителей выставки, составлявшее 58 тысяч 340 человек\*, из них 16%\* посетителей—специалистов. Для них были созданы все условия для того, чтобы принять участие в мероприятиях деловой и культурно—развлекательной программ, сделать выгодную покупку, в том числе, при соблюдении установленных законом требований, товары оружейного ассортимента.

Вся выставочная экспозиция включила три больших блока: 75 павильон — рыболовные товары, рыболовные аксессуары, специальный транспорт; 69 павильон — товары и оснащение для охоты и активного отдыха, оружейный салон, оптика, туризм; открытая площадка — транспортные средства. Это тематическое зонирование выставки не только помогло сориентироваться многочисленным посетителям, но и создало

оптимальные условия для делового общения, проведения переговоров, установления новых бизнес—контактов.

Разнообразная и насыщенная выставочная программа ответила самым взыскательным требованиям специалистов. Вот лишь несколько мероприятий, вызвавших наибольший интерес у гостей выставки:

26 февраля в Деловом центре 69 павильона традиционно состоялся Конкурс товаров и услуг российских производителей, лучшие из которых были награждены памятными дипломами. Конкурс наглядно продемонстрировал качественный и количественный рост российской производственной базы рыболовно—охотничьих и туристических товаров и услуг.

27 февраля в конференц—залах 75 павильона Фондом «Русский лосось» была проведена научно—практическая конференция на тему «Любительское рыболовство, управление водоемами и сохранение лососевых рыб в России», в рамках которой состоялась премьера документального фильма «Дом для лосося». Параллельно в Деловом центре 69 павильона состоялась научно—практический семинар по практическим приемам охоты на гусей.

28 февраля на сцене 69 павильона прошел конкурс—показ моделей одежды, обуви и аксессуаров для рыбалки, охоты и туризма от ведущих мировых производителей. Модные новинки сезона 2010 года были с интересом встречены зрителями демонстрационного показа.

Разнообразная культурно—развлекательная программа выставки традиционно была направлена на пропаганду охоты, рыбалки, активных видов отдыха и формирования здорового образа жизни. Она включала тематические викторины, конкурсы, концертные номера молодежных коллективов песенного и танцевального жанра, работу пневматических и виртуальных тиров, проведение конкурса «Призовой билетик», дегустацию блюд полевой кухни, показательные выступления по метанию ножей.

27—я Международная выставка «Охота и рыболовство на Руси» в очередной раз подтвердила свой высокий статус одной из крупнейших мировых тематических выставок, стала эффективным механизмом делового общения, еще одним свидетельством растущего интереса нашего общества к охоте, рыбалке и активному отдыху. **828**



\* статистические данные предоставлены аудиторской компанией ООО «РуссКом Ай—Ти Системс» в соответствии с правилами аудита UFI, Стандартами и Положениями подсчета UFI (Май 2008 года)



Текст: Кира и Рубен КАНАЯН, ведущие консультанты компании «Юнион-Стандарт Консалтинг»,  
Любовь ТЕРЕЩЕНКО, специалист отдела дизайна и брендинга



# Мерчандайзинг: приманки и ловушки для покупателя

Мерчандайзинг — наука о том, как правильно представить товары в магазине и создать необходимую атмосферу, способствующую продажам — активно используется в специализированных магазинах. В продаже товаров для рыбалки и охоты, пожалуй, не меньше специальных приемов и тонкостей, чем в самом процессе рыбалки или охоты. Об особенностях мерчандайзинга в магазинах товаров для увлечений рассказывают консультанты Кира и Рубен Канаян, авторы книг «Мерчандайзинг» и «Проектирование магазинов и торговых центров», и специалист по дизайну торговых интерьеров Любовь Терещенко.

**О** том, насколько значительным является потенциал увеличения продаж с помощью грамотного мерчандайзинга, говорит сам характер покупок в магазинах для рыболовов и охотников. При покупке любых товаров, связанных с увлечениями, выделяют два вида покупательского поведения:

— первый, когда покупатель приходит за конкретным товаром. Например, рыболов перед сезоном идет в специализированный магазин, чтобы пополнить запасы (крючков, лески, грузил и т.п.), купить новую удочку или рекламируемую модель спиннинга. Но в большинстве случаев покупатель также хочет ознакомиться с тем, что появилось новенького для его увлечения, как совершенствуются технологии, и какие еще удобные и полезные вещи можно приобрести.

— второй, когда он отправляется в магазин, как в своеобразный клуб по интересам: посмотреть товары, пообщаться с продавцами и другими покупателями. Многие покупатели подобны гурману или коллекционеру — хочется «порыться» на стеллажах, подержать рыболовные снасти или оружие в руках, и выбор осуществляется в процессе поиска и ознакомления с товарами. Сам процесс выбора и покупки имеет не меньшее значение, чем ассортимент.



Хорошо, когда чучела тоже являются товаром, за ними в магазин могут приезжать специально те люди, которые хотят украсить домашний интерьер.



В торговом зале рекомендуется предусмотреть места, где ружья будут стоять вертикально в специальной подставке — это могут быть промо-зоны или тематически оформленные витрины.



Все товары одного вида должны быть сгруппированы в одном месте, чтобы покупатель видел весь ассортимент, и ему было легко выбирать даже без помощи продавца.

В каждом случае возможностей для импульсных покупок очень много! Однако очевидно, что покупатели будут оставлять больше денег в том магазине, который предпочтительнее для них, прежде всего, «образом специалиста» и тем, что, — кроме удобства и комфорта, — «создает» особое настроение.

## ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА

Все элементы оформления магазина, включая предметы декора, освещение и цвета, должны вызывать определенный ассоциативный ряд, создавать необходимую атмосферу и приятное возбуждение от предвкушения охоты или рыбалки. Кроме этого в магазине обязательно должна присутствовать развлекательная составляющая. А необходимый образ магазина—профессионала, коллеги и советчика создает правильное зонирование торгового зала, хорошая навигация, выкладка и тематические компоновки товаров.

Начнем с оформления интерьера магазина товаров для охоты. Здесь необходимо учитывать несколько моментов. Конечно, оформление магазина не должно доминировать над самим товаром, отвлекать на себя внимание. Поэтому в торговом зале выделяют акцентные зоны с более ярким и затейливым оформлением, но общий фон должен быть достаточно нейтральным, например, светлой гаммы холодных тонов (светло-серого, светло-зеленого, серо-голубого). Для стен также могут использоваться светлые цвета «земляной» гаммы (бежевый, светло-золотистый), и это хорошо сочетается с мотивами природы и элементами торгового оборудования «под дерево». Магазин должен создавать настроение охоты как увлечения, победы мастера и определенного искусства. Практически всем мужчинам приятно ассоциировать себя с воином, охотником и победителем, и внутренняя атмосфера магазина должна дать им эти ощущения. Оформление подчеркнет концептуальную составляющую товара и вызовет у потенциального покупателя желание владеть главным атрибутом «охотника». Милитаристическая цветовая гамма, маскировочные окраски в интерьере могут применяться, но локально, чтобы они не были очень агрессивными. Также локально может использоваться оранжевый цвет, который в сознании связан

с энергией, приключениями. Зеленый цвет хорошо подходит для деталей интерьера, поскольку ассоциируется с цветами леса. Для оформления витрин оружейного магазина можно выбрать насыщенные цвета натурального дерева, оттенки красного, бордового, коричневого или зеленого цвета, и использовать такие материалы, как грубое сукно, замшу и богатые оттенки тисненой кожи.

Элементы декора могут включать мотивы дикой природы: натуральные стволы деревьев с грубой корой, силуэты животных и работы скульпторов–таксидермистов. Чучела вызывают неизменный интерес как у охотников, так и у тех любопытных посетителей, которые заходят в магазин «просто посмотреть». И работа продавца облегчается. Вот это ружье на зайчика и белочку, это на гусей и уток, а это на кабанчика и мишку косолапого... Хорошо, когда чучела тоже являются товаром, за ними в магазин могут приезжать специально те люди, которые хотят украсить домашний интерьер. В магазине охотничьи трофеи могут быть представлены в разных видах — натуральные или стилизованные изображения на баннерах или лайт-боксах, слайд-шоу на экране, картины художников–анималистов. У охотника азарт на трофеи только разыгрывается.

Не стоит забывать и о том, что стволы ружей часто ассоциируются с эротической направленностью. Ружья в витринах часто располагают горизонтально, одно под другим, чтобы покупатели могли лучше рассмотреть их. Но в торговом зале рекомендуется предусмотреть места, где ружья будут стоять вертикально в специальной подставке — это могут быть промо-зоны или тематически оформленные витрины.

В интерьере торгового зала товаров для рыбалки выигрышно будут смотреться сине–голубые тона, символизирующие воду, морскую гладь. На стены можно повесить большие фотографии–баннеры, на которых изображены счастливые рыбаки, демонстрирующие свой улов в виде огромной рыбы. Этот прием раззадорит посетителей магазина, вызывая у них на подсознательном уровне чувство соперничества и желание поймать не менее крупную рыбу, чем у рыбака на фото. С помощью световых эффектов на стенах и потолке можно имитировать тени колышущейся воды. Это будет создавать «рыболовное» настроение.

Для общего освещения магазина лучше всего подойдет равномерно рассеивающий цвет. Витрины должны быть дополнительно освещены ярким холодным светом. Прилавки и витрины с более мелкими предметами для охоты и рыбалки должны иметь светлый фон, чтобы покупатели могли рассмотреть товары. Отметим, что есть магазины, оформленные в «приключенческом» стиле: на стенах темного цвета по стенам развешаны латы и модели оружия, рыболовные сети и т.п. В этом случае витрины с товаром должны быть очень ярко освещены локальной подсветкой.

К компонентам атмосферы магазина относятся также обонятельное и звуковое оформление. Например, звуки леса — пение или щебетание птиц, крики животных, шум листвы, звук охотничьего рожка в отделе товаров для охоты, плеск волн — в отделе товаров для рыбалки. К положительно влияющим на продажи запахам можно отнести плотные древесные запахи, запах кожи, травяные ароматы (свежескошенной или сухой травы, ароматы дикорастущих цветов и растений). Главное — при этом не переборщить, чтобы запахи и звуки не оказывали раздражающего эффекта, а были лишь фоном, дополняющим общую концептуальную картину.

В магазинах может быть выделена специальная «клубная» зона. В ней будут проводиться презентации, и находится информация турагентств, предлагающих специальные туры для охотников и рыболовов (включая самые экзотические), поездки на сафари,

ловли этих рыб. Аналогичные видеоматериалы готовятся для охотников, и расширение знаний покупателей о товарах помогает увеличить продажи.

## РАСПОЛОЖЕНИЕ ТОВАРОВ

При планировке торгового зала учитывается несколько основных принципов. Во–первых, все товары должны хорошо просматриваться. В зале магазина не должно быть тесных закутков, высоких островных стеллажей, загромождающих обзор. Иначе многие товары просто останутся незамеченными! В оружейном магазине витрины с ружьями можно расположить по периметру вдоль стен, а в центре зала ставить только низкое оборудование: островные закрытые прилавки или стеллажи не выше 1,5 м для сопутствующих товаров. Во–вторых, должно соблюдаться единство товарной группы — все товары одного вида должны быть сгруппированы в одном месте, чтобы покупатель видел весь ассортимент, и ему было легко выбирать даже без помощи продавца. И, в–третьих, товары должны быть эффективно расположены по типу спроса. Правило простое: товары, за которыми приезжают планоно (например, леска, крючки, поплавки и пр.), должны располагаться дальше от входа и от основного прохода, чтобы покупатели, проходя к ним, могли увидеть новые модели и товары импульсного спроса. Правильное расположение и выкладка товаров особенно важны в тех магазинах и торговых центрах, где наблюдаются пики посещений: в вечернее

**Входя в магазин, покупатель должен увидеть специальный промо–стеллаж или витрину с сезонными товарами**

а также рекламу и полезную информацию собаководческих клубов. Выставки фотографий и конкурсы позволят магазину привлекать покупателей чаще и расширить свою целевую аудиторию. Также для привлечения посетителей и создания у них интереса и устойчивой лояльности к магазину используются экраны и информационные дисплеи. Можно наблюдать на экране за жизнью сома или гигантской щуки и посмотреть рекламно–информационные материалы о специальных снастях для

время после работы, в выходные дни. В это время наплыв покупателей такой, что продавцы явно не смогут помочь всем, кто нуждается в консультации.

В специализированных магазинах товаров для рыбалки и охоты есть свои особенности в расположении сопутствующих товаров: место для них в торговом зале определяется в зависимости от типа спроса на этот товар, от размера товара и самое главное — от роли сопутствующего товара в товарообороте и прибыли магазина. Так, утепленная и непромокае-



В магазинах с самообслуживанием и достаточно большой торговой площадью промо-местами являются одна или несколько секций стеллажей (торцы или секции пристенного стеллажа)

мая одежда, резиновые сапоги, туристические палатки и матрасы, складные стулья занимают много места. А по продажам и прибыли эта группа сопутствующих товаров часто относится к категории «С» по ABC-анализу и значительно уступает по показателю продаж с единицы площади (квадратного метра или погонного метра полочного пространства) ключевым товарным группам — рыболовным снастям и оружию. При покупке, например, теплой куртки или туристической палатки преобладает целевой спрос — покупатель заранее знает свою потребность и отправляется в магазин за конкретным товаром. Поэтому такие сопутствующие товары целесообразно расположить в удаленных местах торгового зала. Конечно, надо сгруппировать их и установить в месте продажи навигационный знак с названием товарной группы («Одежда для рыбалки, охоты», «Туристическое снаряжение»). Чехлы для удочек и ружей, сумки и ящики для патронов тоже лучше ставить подальше, не на приоритетные места, поскольку все эти товары покупаются уже после основной покупки — самой удочки или ружья. Но в ассортименте магазина есть и такие сопутствующие товары, которые имеют небольшой размер, но при этом приносят хорошую прибыль. Вспомним, что очень многие рыболовы и охотники отправляются в поход на несколько дней на автомобиле или катере, и для них предметом импульсной покупки могут

стать навигационные приборы и эхолоты, средства портативной связи, профессиональная оптика (бинокли, дальномеры). Поэтому если эти товары присутствуют в ассортименте магазина, они должны располагаться в хорошо заметном месте торгового зала. Другие мелкогабаритные товары импульсного спроса тоже должны быть видны покупателям: водонепроницаемые часы, наборы инструментов, ножи, фонари и прочие полезные и необходимые принадлежности.

В магазинах со свободным доступом к товару кассы часто ставят в углу или у дальней стенки, чтобы покупатели, осмотрев торговый зал, спокойно оплачивали товар, проверяли гарантию и оформляли необходимые документы. Но в данном случае ошибкой будет размещать мелкогабаритные сопутствующие товары импульсного спроса только рядом с кассой. Вроде бы логично: где касса, там и прикассовая зона. Но товар в такой прикассовой зоне может продаваться плохо, потому что к кассам подходят только те посетители, которые оплачивают выбранный товар, и импульсные товары увидят не все.

Доля посетителей, совершивших покупку, от общего числа вошедших в магазин людей (этот показатель называют «коэффициент совершения покупок» или «коэффициент конвертации») в магазинах с грамотным ассортиментом и мерчандайзингом гораздо выше. Так, в магазине товаров

для рыбалки хорошее значение этого коэффициента — более 60%, поскольку многие покупатели все же приходят специально. При этом учитывается, что часто покупатели приходят группами — несколько друзей или папа с сыновьями, — но покупка этой группы пробивается одним чеком. Отметим, что значение коэффициента совершения покупок возрастает перед сезоном, особенно, летним, когда рыболовы идут в магазин с конкретными потребностями. В специализированном оружейном магазине значение коэффициента совершения покупок гораздо ниже. Картину «портят» зеваки и любопытствующая публика — мужчины, молодежь и подростки, которые приходят в магазин, как на выставку, рассматривают и обсуждают оружие или просто получают от его созерцания эмоциональный заряд.

## ВЫДЕЛЕНИЕ ТОВАРОВ

Особое внимание следует уделить входной зоне — входя в магазин, покупатель должен увидеть специальный промо-стеллаж или витрину с сезонными товарами. На этой витрине необходимо делать тематическую выкладку товаров различных групп, подбирая товары с учетом особенностей каждого сезона. При входе также отводится место для новинки. Промо-места должны располагаться и в самом торговом зале, и для каждого места подбирается своя тема выклад-

ки. К примеру, в магазине товаров для рыболовства темы могут такие: товары для определенного назначения (снасти для ловли хищной рыбы), презентация товаров одной марки или производителя (новинки компании «Shimano»), презентация конкретного товара (удочка плюс аксессуары). В магазинах для охотников тематическая выкладка может включать комплект одежды и аксессуаров для различных видов охоты (охота с засидок, охота «по перу и зверю» с собаками).

В магазинах с самообслуживанием и достаточно большой торговой площадью промо-местами являются одна или несколько секций стеллажей (торцы или секции пристенного стеллажа). Эти секции отличаются по цвету от основного оборудования. Для промо лучше заказывать перфорированные секции, а снизу установить 2–3 полки, чтобы можно было вывешивать и выкладывать товары различных групп, например, комплект одежды и термобелья для зимней рыбалки, сумки и чехлы для рыболовных снастей и различные аксессуары. Все товары, представленные на промо-стеллаже, должны снабжаться крупными и яркими ценниками, и товарный запас должен присутствовать в достаточном количестве на нижних полках промо-стеллажа, чтобы покупатель, обратив внимание на товар, не искал его в торговом зале, а могли сразу же взять нужную упаковку. Товары на промо-местах надо регулярно менять: раз в месяц или чаще, в соответствии с сезоном.

При заказе торгового оборудования советуем предусмотреть в верхней части промо-стеллажа специальные ячейки для крепления сменных POS-материалов — рамки для плакатов или промо-ценников. В некоторых магазинах над промо-секцией пристенного стеллажа устанавливают экран, на котором транслируются рекламные ролики, связанные с товарами на данном стеллаже, или видеосюжеты, тоже связанные с темой выкладки. Таким образом, покупатели обращают внимание на выделенные товары и специальные предложения магазина, и объем покупки увеличивается.

Выделение мелкоразмерных товаров на закрытых витринах и прилавках предназначено для того, чтобы покупатель заинтересовался и начал более внимательно рассматривать товары. Выделяются наиболее интересные модели (новинки, товары с какой-либо значимой харак-

теристикой, эксклюзивные), а также те, которые обеспечивают магазину наибольшую прибыль. Выделяемые товары должны располагаться на стеллаже или прилавке ближе к центру полки. Для выделения товара есть несколько средств. Например, спиннинговая катушка на прилавке может быть выделена:

- С помощью правила «Зрительной оправы»: расстояние между выделяемым товаром больше, чем между другими образцами. Таким образом, выделяемый товар оказывается в невидимой оправе, рамке, и он кажется более заметным и значимым;
- С помощью яркого wobлера «Новинка», «Рекомендуем для ловли (название класса рыб), «Хит продаж». Профессиональные рекомендации и советы других опытных рыболовов очень эффективны для продажи товаров для рыбалки, и в данном случае POS-материал играет роль советчика;
- С помощью специальной подставки;
- С помощью постановки рядом с товаром крупного ценника (промо-ценника). Промо-ценники отличаются от стандартных по цвету и размеру: например, они имеют больший размер, могут печататься на цветной бумаге или на специальных бланках с фирменной символикой магазина.
- С помощью информации. Если товар имеет уникальные характеристики, которые обосновывают его цену или отличают от других моделей, то рядом

предлагается выделять не более 20% товаров, а активно выделяется только 5% (на промо-местах, с крупными плакатами и описаниями). В местах продажи мелкоразмерных товаров обычно рекомендуется такое количество: на каждом островном стеллаже, закрытой витрине или на прилавке обязательно должны быть выделены 1–2 товара, на пристенном стеллаже — минимально 2–3 товара.

Достаточно часто в витринах и на прилавках наблюдается проблема с расположением товаров разных ценовых категорий, а также с самими ценниками. Поэтому напомним, что соседство дорогих товаров с дешевыми может негативно сказаться на продажах. Товары в каждой группе должны группироваться по ценовым диапазонам: рядом ставятся товары, близкие по цене. Ценник в витрине ни в коем случае не должен закрывать товар или его часть, и для товаров небольшого размера применяются ценники, сопоставимые по размеру с товаром. В розничном магазине не стоит размещать ценники «списком» — каждый ценник должен находиться рядом с товаром. Бывает, что ценники кладутся «внахлест», один ценник частично закрывает другой, такая «экспозиция», безусловно, только вредит... Как быть в случае, если все товары и ценники не умещаются в витрине? В первую очередь, необходимо подобрать более удачное торговое оборудование — например, застекленный прилавок со «ступеньками» или

## Напомним, что соседство дорогих товаров с дешевыми может негативно сказаться на продажах

с этим товаром ставится заметное и подробное описание этих характеристик. Например: «Подходит для ловли в соленой воде: дополнительная защита от влаги и подшипники из нержавеющей стали». При презентации импортных рыболовных снастей на российских потребителей очень хорошо действует информация о том, что товар изготовлен для внутреннего рынка, особенно японского. В магазине обязательно должны быть выделенные товары, но их не должно быть слишком много, чтобы витрина не выглядела пестрой. Согласно правилу оптимальности, всего в магазине реко-

подставки-ступеньки в витрину, специальные вертикальные стенды. А также следует проанализировать ассортимент и при необходимости сократить его, удалив плохо продающиеся позиции. Глубину ассортимента, необходимую для того, чтобы удовлетворить все случаи специального прося, трудно создать на розничной торговой площади. Есть риск большого количества товаров группы «С», неликвидов, низкой оборачиваемости товаров. Такая глубина ассортимента возможна в случае Интернет-торговли, торговли на заказ, в том числе через интерактивные терминалы, которые установлены в торговом зале. **Б2Б**

# Качество и оперативность — всегда залог успеха



Одним из главных критериев, определяющих класс современных рыболовных снастей, безусловно, является соотношение цены и качества. Принадлежности именно такого уровня предлагает своим клиентам компания ООО «Меларди» — эксклюзивный представитель на российском рынке многих известных рыболовных брендов. Оперативность и качество также можно считать и основными принципами в работе этой молодой, но, по-хорошему, напористой, компании.

**О** преимуществах тех или иных брендов, о состоянии и перспективах развития рынка рыболовных принадлежностей корреспонденту журнал «В2В Рыбалка Охота Туризм» рассказывает **Дмитрий МОТОРИН**, руководитель компании «Меларди».

**В2В:** Рыболовное сообщество с нетерпением ожидает открытия очередного летнего сезона. Ждать осталось совсем недолго. И, конечно, в этот период возрастает спрос на снасти и приманки. Что сегодня ваша компания, столь активно

развернувшая деятельность в различных регионах России, готова предложить своим клиентам?

Д.М.: Сразу отмечу, что нашей компании нет еще и года, но, несмотря на такой «юный возраст», у нас достаточно большой ассортиментный



пакет в виде брендов — это и японские спиннинги «Dashu Arts», изготовленные из материалов компаний «Mitsubishi» или «Toya». При этом цены на спиннинги очень доступные — аналогичные изделия стоят в полтора, а то и в два раза дороже. И цены эти, при высоком уровне качества, мы удерживаем. Что, извините за тавтологию, уже успели оценить наши клиенты.

Другой известный бренд, представляемый нами на российском рынке, — японская леска «Alpha». Вся продукция этой фирмы изготовлена из полимера упомянутой выше компании «Mitsubishi», что, соответственно, отражено и на упаковках. Стоит отметить, что «Alpha» разработала систему специальной параллельной намотки лески на бабину. И этот вариант не просто оптимален, он — идеален. Все параметры лески, указанные на упаковке, являются таковыми и в действительности. Последнее очень важно, прежде всего, потому, что сегодня некоторые фирмы указывают на упаковках лесок заведомо несоответствующие реальным диаметр лески и ее разрывные нагрузки. Понятно, что человека вводят в заблуждение, но, к сожалению, сразу определить это не удается.

Другой большой плюс лесок «Alpha» — упаковка. Такой упаковки нет ни у одной другой фирмы. Один ее вариант — оригинального исполнения пластиковая коробка, второй — вакуумный брикет, в котором она может храниться бесконечно долго.

Еще один бренд, на который хочется обратить внимание. Это воблеры известного японского бренда «Zeolite».

В основном, это изделия средней ценовой категории, но отличающиеся очень высоким качеством исполнения. Данную линейку выделяет многообразие форм и цветов, все воблеры оснащены высококачественными крючками VMC.

**В2В: Известно, что многое из ассортимента вашей компании востребовано в регионах. В связи с этим, как выстроена система поставок,**



**ведь в каждом регионе свои требования, специфика и т.п.? И насколько учитываются и просчитываются запросы региональных заказчиков. Все ли отлажено, или бывают сбои?**

Д.М.: Что касается спроса на нашу продукцию, наша компания, как оптовый

продавец, всегда должна держать весь необходимый ассортимент товаров. Понятно, что запросы на снасти и приманки в регионах разнятся, но еще не было ни одного случая, чтобы региональные представители не нашли у нас того, что им требуется. Отмечу, что кроме большой продуманной программы снастей и приманок для пресноводной рыбалки, у нас линейка товаров для морской рыбалки. Такое «сочетание», замечу, есть не во всех компаниях. В России особого внимания морской рыбалке не уделяют, хотя она и существует. Кстати, удильца для морской рыбалки без проблем адаптируются и для пресноводной.

Стоит, наверное, упомянуть, что качество спиннингов и удильщ, представленных нашей компанией, по достоинству оценили в российских спортивных обществах. Момент весьма существенный — по сути, стимул для дальнейшего развития.

Свою работу с клиентами мы постоянно совершенствуем: выпустили полноцветный, красочный, со всей необходимой информацией, каталог, уже ставший хорошим подспорьем для наших заказчиков. Так как мы активно сотрудничаем с регионами, у нас за каждым городом «закреплен» персональный менеджер, который не только курирует вверенный ему участок, но и может точно спрогнозировать спрос на тот или иной вид продукции. Аналитическая составляющая в нашем бизнесе сегодня необходима. Поэтому, используя весь имеющийся инструментарий, мы, считаю, уверенно продвигаемся вперед и смотрим в будущее с оптимизмом. **В2В**

Эксклюзивный дистрибьютор  
ООО «Меларди» г. Москва

Тел: (495) 505-51-99 E-mail: info@melardi.ru  
www.melardi.ru



Фото: Мегатекс

## Инновации в рыболовных товарах

Немногие российские производители решаются на выпуск рыболовно-спортивных электронных устройств, которые могли бы составить конкуренцию китайским товарам. Конкурировать с ними можно, только разработав что-то принципиально новое.

**К**омпании «Мегатекс» удалось всего за один год разработать и наладить серийное производство совершенно необычных устройств в области любительского рыболовства. Появление на рынке новинок не могли оставить незамеченными ни потребители, ни профессионалы отрасли. На прошедшей выставке ВВЦ «Охота и рыболовство на Руси» ООО «Мегатекс» присвоено первое место на конкурсе «Товары и услуги российских производителей».

### ЭЛЕКТРОННАЯ ПОДСТАВКА ДЛЯ ЗИМНЕЙ УДОЧКИ

Электронная подставка придает зимней удочке колебательные движения, частота которых регулируется кнопками, при этом одновременно можно осуществлять ручную поступательное движение наживки. Подставку можно использовать с любыми видами зимних удочек без изменений их конструкций. В устройстве применена оригинальная энергосберегающая система, которая позволяет использовать подставку в течение нескольких дней рыбалки. Диапазон колебаний до 10 колебаний в секунду. Зарядить встроенный аккумулятор подставки, можно от бортовой сети автомобиля или от сети переменного тока 220 В (шнур и адаптер входят в комплект поставки).

Вес устройства в чехле (с треногой, держателем удочки, шнуром для зарядки и адаптером) составляет всего 300 грамм.

### ГЛУБИНОМЕР СО СВЕТОДИОДНЫМ ИНДИКАТОРОМ

Глубиномер позволяет точно измерить глубину водоема с изображением результатов измерения в виде числа на светодиодном индикаторе. На зимней рыбалке служит одновременно как глубиномер, отцеп и для доставки кормушки на нужную глубину, отслеживаемую на светодиодном табло. Условия применения от  $-30^{\circ}\text{C}$  до  $+45^{\circ}\text{C}$ . Применение энергосберегающей системы позволяет использовать устройство в течение нескольких дней рыбалки. Имеется возможность заряжать прибор от бортовой сети автомобиля и от сети 220 В переменного тока (адаптер, входит в комплект поставки). Прибор компактен, весит всего 120 грамм.

## СВЕТОЗВУКОВОЙ ИНДИКАТОР ПОКЛЕВКИ

С уверенностью можно сказать, что аналогов данному устройству еще не существует. Оригинальное техническое решение без использования механических устройств и применение современной элементной базы позволило производителю гарантировать 5 лет работы устройства без подзарядки и смены батарейки. Сверхчувствительный датчик, легко закрепляемый на удилище в любом месте, принимает сигналы поклевки через бланк удилища, при этом конструктивно заложено избежание ложных срабатываний от действия ветра, волны и водорослей. Малые габариты и вес (15 грамм) не мешают забросу и вываживанию рыбы. Полностью герметичный корпус не тонет в воде и не боится влаги. Сенсорное включение и автоматическое выключение при подсечке создает дополнительно удобство при использовании.


## УСТРОЙСТВО ОЧИСТКИ МЕСТА ДЛЯ РЫБАЛКИ ОТ ВОДОРОСЛЕЙ

Механическое складное приспособление, выполненное в форме треугольника из нержавеющей стали, через карабин соединяют с веревкой, забрасывают в водоем и протаскивают по дну, а на берегу взяв за ручку и встряхнув, легко освобождают от водных растений, которые до этого мешали лову рыбы. Устройство, после применения, убирается в компактный чехол. Конструкция надежна и долговечна. Вес — 1,4 кг.

## ГРУНТОЗАЦЕПЫ

Для ловли на течении донной снастью незаменимы съемные грунтозацепы — они препятствуют сносу снасти от места лова. Грунтозацепы можно присоединить к любому свинцовому грузу или грузилу на кормушках, вкрутив в них отверткой саморез с латунной втулкой. Имеют малый вес, аэродинамическую форму, поэтому не влияют на дальность заброса снасти. Эффективно работает на водоемах с любой структурой дна.

## КРЕПЛЕНИЕ ЗИМНЕЙ ПАЛАТКИ

Крепление в виде уголков из нержавеющей стали со специально заточенными концами устанавливается в лунке под углом. Натяжение крепежной веревки и острые края уголка, которые врезаются в края лунки, обеспечивают надежное крепление. Изготавливается крепеж трёх видов длиной от 100 до 200 мм и подбирается в зависимости от диаметра ледобура, которым пользуются. Удобно и надёжно в обращении, быстро устанавливается и снимается, имеет малый вес и габариты. 



Сверхчувствительный датчик, легко закрепляемый на удилище в любом месте, принимает сигналы поклевки через бланк удилища

Фото: Мегатекс



Механическое складное приспособление, выполненное в форме треугольника из нержавеющей стали, легко освобождает от водных растений, которые до этого мешали лову рыбы.

Фото: Мегатекс



Глубиномер позволяет точно измерить глубину водоема с изображением результатов измерения в виде числа на светодиодном индикаторе.

Фото: Мегатекс

собственные разработки и производство • реализация оптом и в розницу по всей России • надежность • гарантия качества

# Мегатекс

тел.: 8(916)973-63-73 • www.megatekc.ru • e-mail: megatekc@bk.ru



СВЕТОЗВУКОВОЙ СИГНАЛИЗАТОР ПОКЛЕВКИ



ЭЛЕКТРОННАЯ ПОДСТАВКА ДЛЯ ЗИМНЕЙ УДОЧКИ



ГЛУБИНОМЕР С ЭЛЕКТРОННЫМ ИНДИКАТОРОМ



ГРУНТОЗАЦЕП СЪЕМНЫЙ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ



УСТРОЙСТВО ОЧИСТКИ МЕСТА ДЛЯ РЫБАЛКИ ОТ ВОДОРОСЛЕЙ

## Инновационные товары для удачной рыбалки!



## ДЖЕРК – «Игры» профессионалов!

На сегодняшний день ловля на джерк уже давно покорила сердца многих профессиональных рыболовов. Единственная проблема, с которой им приходится сталкиваться, — отсутствие качественных снастей для ловли рыбы таким способом.

**Д**ва года назад на рынке рыболовного снаряжения появилось компания «Золотая рыбка», основным направлением деятельности которой является продвижение и пропаганда европейских способов ловли рыбы на джерк.

Данная компания является производителем и поставщиком на отечественный рынок джерков, воблеров, титановых поводков, удилищ, блесен — ассортимент предлагаемой ей рыболовной продукции огромен. Профессиональные рыболовы, мастера ловли на джерк, уже оценили эти приманки. Производство данных снастей расположено в странах Балтии, что позволяет говорить о высоком



## Комментарии

экспертов:

**Чемпион Латвии по ловле рыбы на спиннинг, Юрис ФЕДОРОВС (Juris Fjodorovs)** — Мне удалось порыбачить на две новые «плотвички»: одна — медленно тонущая, а вторая — плавающая, немного отличающаяся по цвету. Первый глайдер тонет после броска, медленно качая боками, но не все время, а первые полметра, то есть первые секунды после стрипов. Вести приманку можно плавно, она делает маленькие развороты при коротких частых стрипах, на паузе продолжает движение и замирает, медленно опускаясь и немного покачиваясь. За пробу поймал двух небольших щучек. Затем я поставил на плавающую приманку тройники потяжелее, и она стала красивым суспендингом, который также можно водить по разному. После первой рыбалки оценивать прочность покрытия еще рано, но могу сказать, что от зубов остались только легкие царапины.


**Серебряный призер ряда Чемпионатов Свердловской области по зимней и летней рыбалке, А.Ю. КОРОСТЕЛЕВ:**

— При резких рывках данная снасть переворачивается, принимая почти горизонтальное положение, затем возвращается в обратную сторону, показывая стоящей внизу рыбе свои аппетитные бока. При проводке только катушкой приманка тоже великолепно «глайдит» со стороны в сторону. Снастью остался доволен. Улов превзошел все мои ожидания!

качестве выпускаемой продукции, ведь европейские производители являются одними из лучших в мире. Вся продукция, начиная от деревянных джерков и заканчивая изделиями из высокомолекулярного графита, проходит длинный путь от идеи до прилавка.

Над созданием каждой приманки, перед тем, как запустить ее в производство, работает целый штат сотрудников, которые с точностью до 1 мм вымеряют и подгоняют ее под заложенные параметры. Все созданные модели приманок тестируются опытными джерковиками и, как правило, заслуживают положительные отзывы. Необходимо отметить, что лакокрасочное покрытие на основе

самых современных и дорогостоящих материалов наносится вручную.

Одна из последних разработок — приманка «Мистер Боне», созданная в сентябре 2009 года. Она представляет собой «послушный», среднего размера глайдер, похожий по форме на среднего размера плотвицу. Вес приманки от 75 до 82 грамм, размер 130 мм. Установлены японские крючки Owner. Тесты прошли удачно, рыба ловилась удачно, поэтому были выпущены модели приманки в трех вариантах: плавающая, медленно тонущая, тонущая. Глайды, при игре приманки средние, 30–40 см. Приманка держит как агрессивную проводку, так и максимально медленную. 

ООО «Золотая рыбка»

## Джербейты Джерковые удилища Титановые поводки

Mr. Bone



130-мм глайдер джеркбайт, который создан быть самым простым (легким для ловли) джеркбайтом как для опытных рыбаков, так и для новичков. Реалистичный профиль рыбы и отрывистые (резкие) движения заставят даже безразличную щуку сходить с ума и нападать. Вы можете ловить рыбу с ним в течение многих часов и не чувствовать усталости. Оснащенные крючками Owner, они обладают улучшенным прочным покрытием.

Плавающий: 130 мм/5.1" 75г/2.65 oz  
Медленно тонущий: 130 мм/5.1" 79г/2.79 oz  
Тонущий: 130 мм/5.1" 82г/2.89 oz

Mr. Cop



Плавающий глайдер, превосходная приманка для освоения процесса ловли на джерки. Идеальная проводка для этой приманки — короткие, резкие «удары». Приманка обладает великолепной, скользящей из стороны в сторону игрой, совершая при этом привлекательные покачивания, что провоцирует на поклевку даже заторможенного хищника. Джерк оснащен крючками Owner и имеет устойчивое к повреждениям усовершенствованное покрытие.

Длина плавающей приманки: 140 мм.  
Вес плавающей приманки: 78 гр.

Mr. Agat Perch



Новая невероятно реалистичная приманка от компании AGAT Lures. Agat Perch разработывался как точная имитация окуня, являющегося привычным кормом хищников. Реалистичная, проработанная до мельчайших деталей окраска, объемные большие глаза и превосходная балансировка придают этой приманке необыкновенно естественный вид, не имеющий аналогов на рынке. Приманка обладает стабильной игрой из стороны в сторону, легко управляется и хорошо летит. Не сбивается ни при ускорении, ни при замедлении темпа проводки. Agat Perch — превосходная приманка как для начинающих так и для джерковиков со стажем. Agat Perch — оснащен крючками Owner и имеет специальное покрытие, устойчивое к механическим повреждениям.

Вес: 96гр.  
Длина: 145 мм.

Приглашаем к региональному представительству!

Москва, ул. Кулакова, д. 20  
(Технопарк Орбита)

8-916-830-35-76

# Рынок платной рыбалки: как пережить сложный сезон?

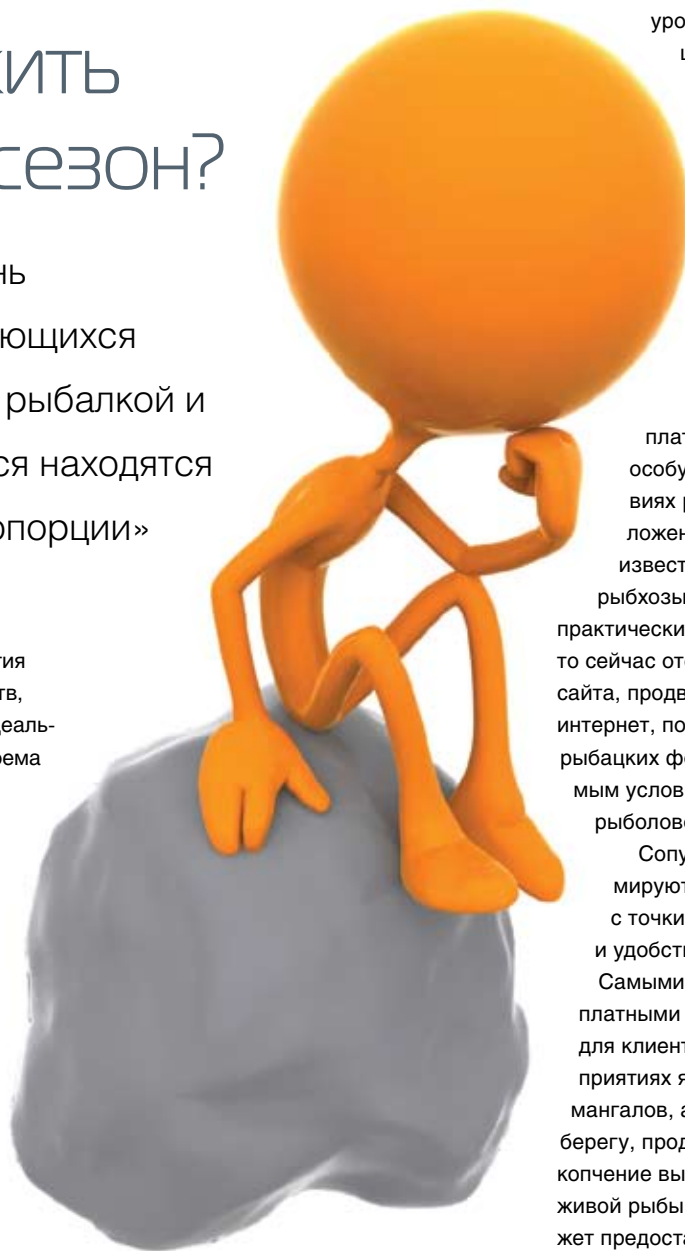
На сегодняшний день количество открывающихся водоемов с платной рыбалкой и число банкротящихся находятся почти в «прямой пропорции»

**О** б основных моментах открытия платных рыболовных хозяйств, проблемах в период развития, «идеальной» модели рекреационного водоема с платной рыбалкой корреспонденту журнала «B2B Охота. Рыбалка. Туризм» рассказывает генеральный директор консалтинговой компании «Технологии Роста» Тамара РЕШЕТНИКОВА:

**B2B: Начиная столь специфический бизнес, человек должен тщательно продумать и просчитать все его аспекты и составляющие. На что, в первую очередь, следует обращать внимание, в чем для начинающего «таятся опасности» на первых этапах?**

Т.Р.: Ключевыми факторами успеха рекреационного водоема с платной рыбалкой являются:

- Четкая концепция бизнеса и спланированная стратегия его развития,
- Активная рекламная политика,
- Ассортимент сопутствующих услуг и сервисов для рыболовов,
- Ценовая политика,
- Удачное расположение пруда,
- Размеры водоема и его состояние,
- Видовое разнообразие рыбы,



- Плотность посадки и хороший клев,
- Организация прибрежного пространства и акватории.

Первые 3 фактора являются основными.

Выбранная концепция предоставления услуг платной рыбалки определяет все последующие действия организаторов бизнеса. Одной из самых больших ошибок начинающих предпринимателей становится смешение личных пристрастий и отрывочных представлений о том, как хорошо все должно быть для

всех рыболовов. Любители рыбачить, как и все другие потребители услуг и товаров, делятся на целевые группы, объединенные общими целями, близкими возможностями и платежеспособным спросом примерно одного уровня. Интересы разных

целевых групп практически невозможно совместить на одном водоеме.

Поэтому главная задача организатора платной рыбалки — понять, для кого он создает свой бизнес? И как сделать пребывание именно этих клиентов на своем пруду незабываемым?

Рекламная поддержка платной рыбалки приобретает особую актуальность в условиях роста конкуренции предложений. Если еще 5 лет назад известные бренды — крупные рыбхозы Московского региона, практически не нуждались в рекламе, то сейчас отсутствие корпоративного сайта, продвижения услуг и цен в сети интернет, постоянное присутствие на рыбацких форумах является необходимым условием привлечения интереса рыболовов к конкретному пруду.

Сопутствующие услуги формируют имидж места рыбалки с точки зрения комфортности и удобства для рыболовов.

Самыми распространенными платными дополнительными услугами для клиентов в работающих предприятиях является аренда снастей и мангалов, аренда беседок и шатров на берегу, продажа прикормки и наживки, копчение выловленной рыбы, продажа живой рыбы из садков. Такие услуги может предоставлять практически любое предприятие по платной рыбалке, в том числе и самого экономичного формата.

Гораздо реже встречаются услуги профессиональных инструкторов по рыболовству, которые могут проконсультировать гостя и дать рекомендации начинающим рыбакам.

Услуги общественного питания и проживания готовы предоставлять водоёмы, работающие в среднем и высоком ценовом сегменте, ориентированные на продолжительный отдых клиентов или удаленные от Москвы на значительные расстояния.

Профессиональная организация досуга рыболовов и членов их семей с использованием развлекательных и оздоровительных комплексов, спортивных и увеселительных мероприятий, праздников и соревнований, характерна для рыболовных клубов, стремящихся создать стабильное сообщество из своих клиентов.

По отзывам игроков рынка, общепит, гостиницы и развлечения приносят примерно столько же дохода, как и продажа путевок на рыбалку.

Размеры водоёмов, специализирующихся на организации платной рыбалки, по данным исследования «Технологии Роста», обычно лежат в пределах от 2 до 7 га, что вполне достаточно для сохранения состояния уединенности и тишины для рыбаков, с одной стороны, и формирования постоянной доходной части предприятия, с другой стороны. Меньшая площадь водной глади обычно ассоциируется с переполненностью водоёма посетителями, в то время как большая площадь требует значительных инвестиций в начальное благоустройство и поддержку чистоты и порядка, а также охрану.

Видовое разнообразие рыбы способствует привлечению различных клиентских сегментов, в том числе наиболее платежеспособных, готовых потратить на рыбалку значительные суммы.

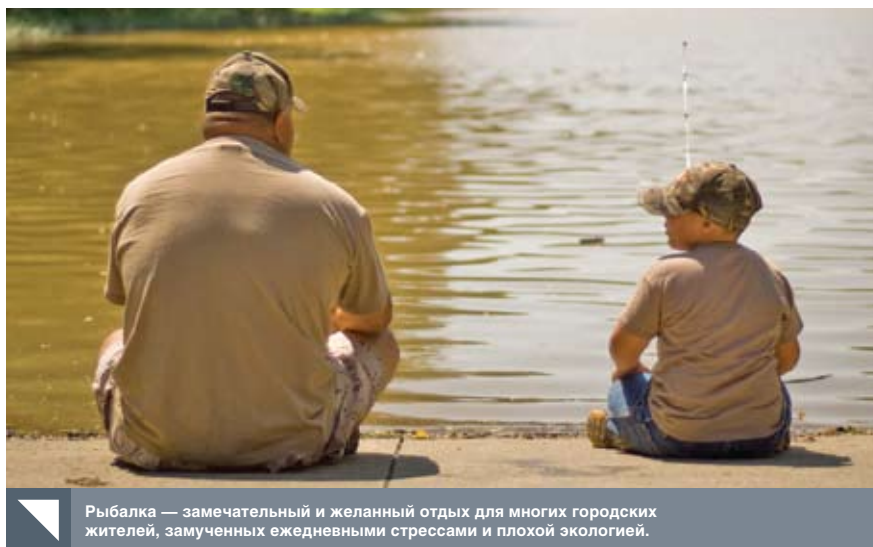
Вложения в регулярное зарыбление водоёма ценными породами рыбы (форель, осетр, сиг, белуга, т.п.) формируют базу постоянных клиентов, регулярно приезжающих на участок.

Однако следует иметь в виду, что даже самый большой водоём нельзя превращать в аквариум, где собраны десятки видов рыбы, которая будет попросту мешать друг другу.

Расположение пруда для массовости клиентов должно учитывать его транспортную доступность и хорошие подъезды непосредственно к береговой линии. Оптимальным можно считать расстояние до 30 км от крупного населенного пункта.

**В2В: Есть ли какие-то «безошибочные» расчеты, позволяющие снизить количество проблем в период становления дела. На чем следует сконцентрировать внимание, что становится первичным, что — вторичным и т.д.?**

Т.Р.: Никакие расчеты, к сожалению, не обладают 100% достоверностью в долгосрочном периоде.



Рыбалка — замечательный и желанный отдых для многих городских жителей, замученных ежедневными стрессами и плохой экологией.

Жизнь весьма многообразна и всегда подбрасывает нам сюрпризы.

Самым простым способом снизить инвестиционные риски при старте бизнеса является разработка бизнес-плана. Грамотный бизнес-план всегда базируется на концепции бизнеса и выбранном формате предприятия. Отсутствие четкого понимания у владельцев бизнеса, что и зачем они собираются делать на своем водоеме, ведет к необоснованным тратам, метаниям от одной целевой аудитории к другой, и, соответственно, потери доверия потенциальных клиентов.

Организаторы бизнеса склонны завышать ожидаемый доход от водоема, часть необходимых расходов, напротив, «забывается». Сезонный фактор учитывается редко, поэтому «запасы» на зимнее время не откладываются в нужном объеме.

Расходные и доходные статьи у элитного рыболовного клуба и экономического «платника» могут существенно отличаться, а итоговая рентабельность бизнеса и сроки его окупаемости совпадать.

Главное, чтобы все затраты принимались

**ся находятся сегодня почти в прямой пропорции. На чем основывается энтузиазм «первооткрывателей»: ожидание каких-то солидных прибылей, уверенность в том, что дело беспроигрышное?.. И чего не ожидали (не предусмотрели) «проигравшие», что «оказалось» в основе их неспособности «пережить «сложный сезон»?**

Т.Р.: К сожалению, у начинающих предпринимателей, которые в большинстве случаев относятся к категории «заядлый рыбак», часто путаются понятия «бизнес» и «хобби». Многим кажется, что если они немного почистят водоем и запустят туда рыбу, то от желающих порыбачить не будет отбоя ни летом, ни зимой. Самим-то организаторам очень нравится именно так проводить свободное время.

Действительно, рыбалка — замечательный и желанный отдых для многих городских жителей, замученных ежедневными стрессами и плохой экологией. Вполне вероятно, что рыболовы посетят и вновь открывшийся пруд по приглашению его хозяев. Нарастающий

**Главное, чтобы все затраты принимались не по факту их совершения, а планировались в общем русле развития бизнеса.**

не по факту их совершения, а планировались в общем русле развития бизнеса. Тогда и доходы будут не «манной небесной», а ожидаемым результатом целенаправленной деятельности предприятия.

**В2В: По вашим словам, количество открывающихся водоемов с платной рыбалкой и количество банкротящих-**

в течение летних месяцев доход радует предпринимателей. Однако клиентский поток, сформированный за счет друзей и знакомых, в подавляющем большинстве случаев слишком мал, чтобы вывести водоем на самоокупаемость.

Переломный момент в бизнесе наступает в низкий сезон. Полное отсутствие

любителей рыбалки в период с ноября по март включительно для большинства новых проектов становится неприятным открытием. И простое снижение расценок на зимнюю рыбалку здесь не помогает.

Вслед за опустением берегов водоема, хозяева чаще всего принимают решение о сведении к минимуму своих операционных издержек за счет сокращения обслуживающего персонала. Результатом обычно становится береговой вандализм и несанкционированный вылов остатков рыбы в пруду. Если она еще не погибла там в отсутствие аэраторов и ухода. Весной придется начинать все сначала. Если для этого еще найдутся средства и желание.

**В2В: Каким должно быть «идеальное» платное рыболовное хозяйство, как выстраивается и создается (серьезными предпринимателями) основа для этого, может быть, есть удачные примеры, на которые можно уверенно сослаться?**

Т.Р.: Чтобы платный водоем стал полноценно функционирующим предприятием, требуется отойти от соб-

ственных предпочтений и посмотреть на прибрежный сервис и основную услугу глазами потенциальных клиентов.

Что может заставить совершенно незнакомых вам людей регулярно приезжать на ваш водоем и платить за это немалые деньги? Причем не только в хорошую погоду высокого сезона, но и в лютые морозы, и осеннее ненастье, когда сидеть с удочкой на берегу в ожидании редкой поклевки — удовольствие сомнительное?

Чем ваш пруд будет привлекательнее других с ноября по март, когда количество горожан, желающих провести выходные на рыбалке, падает в десятки раз?

Что Вы сможете им предложить кроме мостка и снастей, чтобы рыболовы захотели поддержать ваш проект своими финансами до весеннего клева?

Отличный пример успешного бизнеса по организации платной рыбалки, рыболовный клуб «Золотой Сазан». Несмотря на весьма высокие расценки на рыболовную путевку, на рыбу и на сопутствующий сервис, на 4-х водоемах клуба в любое время года есть гости. Даже

в самую ненастную погоду сюда приезжают семьями, вместе с детьми, женами и друзьями, и каждому находится дело (а вернее, отдых) по душе. Плановая организация культурного отдыха для всех возрастных и половых категорий, создание доверительной атмосферы единого сообщества, установление дружеских контактов между членами клуба, — все это только на первый взгляд может показаться удачной находкой. На самом деле, за красивыми решениями лежит четко продуманная концепция клуба, которой его руководители придерживаются с начала основания. То есть, вот уже 19 лет.

Другим удачным примером я бы назвала рыболовную базу «Таболово» в Волоколамском районе. Она была открыта в 2002 году и сейчас является одним из самых посещаемых мест платной рыбалки в Подмосковье в демократичном сегменте. «Таболово» ориентировано на рыболовов с ограниченным бюджетом, при этом огромная акватория позволяет принять одновременно множество любителей тихой охоты, причем никто не будет мешать другу другу своим видимым присутствием. **Б2Б**

**«Клинская леска»**  
Мировая леска производится в Клину с 1960 года.

Надежная калиброванная  
**Клинская леска**  
добротой сделана  
для российского климата.  
Большой улов везде, где водится рыба!

Производится в России  
ООО «КЛИНСКАЯ ЛЕСКА»  
Телефон/факс: +7(49624)5-52-47.  
[www.klinskaya.com](http://www.klinskaya.com)



# Россия — один из лидеров мирового рыболовного спорта

Об организации и проведении официальных соревнований по рыбной ловле, участии российских спортсменов в международных чемпионатах рассказывает Игорь Чиняков, начальник управления спортивного и любительского рыболовства Центрального правления Ассоциации «Росохотрыболовсоюз», официальный представитель Международной Федерации рыболовного спорта в пресной воде.

## **В2В: Рыболовный спорт в последнее время приобретает все большую популярность. Какова сегодня ситуация в этой области?**

И.Ч.: Начну с исторической справки.

Рыболовный спорт в нашей стране появился в начале 1960-х годов и преимущественно получил развитие в системе Росохотрыболовсоюза. Но до недавних пор этот спорт был узковедомственным, то есть занимались этим только члены Росохотрыболовсоюза, и он не носил, так скажем, государственной окраски: по нему не присваивались спортивные разряды, звания, он не входил в планы спорткомитетов регионов.

В феврале 1997 года мы совершили качественный прорыв — зарегистрировали рыболовный спорт как официальный вид спорта. С 1997 года по 2002 год мы заключали с Минспорта договор о совместной деятельности по развитию рыболовного спорта. С 2002 года в соответствии с действующим Законом о физкультуре и спорте в России спортивная федерация всероссийского масштаба, которая хочет развивать тот или иной вид спорта, стала обязана получить аккредитацию, то есть лицензию на развитие этого вида спорта в России. И с 2002 года Росохотрыболовсоюз получает аккредитацию на несколько лет. В следующем году нам предстоит ее продлить.

Аккредитация дает Росохотрыболовсоюзу исключительное право на проведение всероссийских соревнований по рыболовному спорту и на проведение соревнований более низших уровней: региональных, городских, районных, в первичных коллективах. Подчеркну, речь идет об официальных квалификационных соревнованиях, то есть таких, где участники могут получить спортивные разряды и звания. Конечно, мы организуем их не только для того чтобы выявить сильнейшего и раздать призы. Мы всегда приглашаем представителей прессы и телевидения с целью пропаганды рыболовного спорта и рыбалки.

Центральное правление Росохотрыболовсоюза каждый год получает статистическую отчетность с наших регионов. В среднем ежегодно по всей России проводится порядка 2500 официальных спортивных соревнований по рыбной ловле, в которых участвуют от 50 до 60 тысяч человек.

Фестивали, соревнования по ловле, массовые физкультурные мероприятия



Один из видов ловли спиннингом, ловля черного окуня, в мировой терминологии — ловля басса.

с привлечением широкой публики проводят также многие платные водоемы, коммерческие организации, рекламируя свои услуги и привлекая клиентов. Многие массовые соревнования, что отродно отметить, проводят администрации районов, городов или даже субъектов РФ.

### **В2В: Каков регламент проведения официальных соревнований по рыбной ловле?**

И.Ч.: Существуют несколько условий, обязательных к исполнению.

Первое — соревнования должны проводиться по установленным правилам спортивных соревнований рыболовного спорта. Сейчас мы руководствуемся правилами, утвержденными совместно Росохотрыболовсоюзом и Минспортом еще в 2001 году, и по дисциплине «ловля карпа» — в 2008 году.

Второй пункт. Соревнования должны быть обязательно внесены в календарные планы государственных органов по развитию физкультуры и спорта соответствующего уровня. Мы как центральная структура, проводящая всероссийские соревнования, вносим чемпионаты и кубки России во Всероссийский план Министерства спорта, туризма и молодежной политики. Соответственно, наши региональные представители вносят свои соревнования в планы своих регионов, и так далее по нисходящей.

Третий обязательный пункт: соблюдение норм так называемой Единой всероссийской спортивной классификации. Она устанавливает количество судей, которые обязаны обслуживать эти соревнования, причем дает градацию категорий судей: судья высшей

категории (всероссийской), первой, второй и стажеры. В классификации расписано, соревнования какого уровня сколько судей должны обслуживать.

И четвертое условие: количество соперников (команд, если речь идет о командных соревнованиях, либо спортсменов в личных соревнованиях). Это также регламентировано Единой всероссийской спортивной квалификацией для соревнований каждого уровня.

При соблюдении всех четырех условий по результатам соревнований участники могут получить либо спортивный разряд, либо звание. Разряды следующие: третий, второй, первый, кандидат в мастера спорта. Звание — мастер спорта России. Оно присваивается

на всероссийских соревнованиях: чемпионатах и кубках России.

### **В2В: По каким видам рыболовного спорта проводятся соревнования?**

И.Ч.: Вид рыболовного спорта один, но в нем есть разные дисциплины. Исторически оформились основные дисциплины рыболовного спорта, которые сейчас узаконены у нас в стране и вошли в реестр видов спорта.

Зимние виды: ловля на мормышку со льда и ловля на блесну со льда. По каждой из этих дисциплин рыболовного спорта мы проводим одно-два всероссийских соревнования в сезон.

Летние виды. Первый — это ловля поплавочной удочкой, самый распространенный вид спорта. Затем ловля спиннингом. В России официально существует одна дисциплина «Ловля рыбы спиннингом», но есть подразделение в проведении соревнований: «Спиннинг. Ловля с берега» и «Спиннинг. Ловля с лодок». В международной классификации есть еще третий вид ловли спиннингом — это ловля черного окуня, в мировой терминологии — ловля басса.

Еще один вид летней ловли — ловля карпа. Это достаточно специфический вид рыболовного спорта, поэтому он выделен в отдельную дисциплину.

Еще есть шестая дисциплина, официально утвержденная в России — кастинг. Редкий человек слышал про этот вид спорта. Хотя он относится к видам рыболовного спорта, на самом деле это не рыбалка. Соревнования по кастингу проводятся на стадионе, и цель участия спортсмена заключается в том, чтобы продемонстрировать мастерство владения снастями. Соревнуются в забрасывании разных снастей (спиннинговой, нахлыстовой) в цель, в разные мишени, на разные дистанции. В России узаконено пятиборье (то есть набор из пяти упражнений), в мире девятиборье (девять упражнений).

Кастинг — специфический вид спорта, но, пожалуй, самый объективный в плане достижения результатов. Его можно сравнить со стрельбой. То есть

**Ловля карпа — самая затратная не только по расходным материалам, но и по оборудованию.**

результат не зависит от погоды, от рыбы, настроена ли она сегодня питаться или нет. Здесь чисто объективный показатель: только спортсмен, мишень и снасть.

Однако в России кастинг очень мало популярен. Если до 1990-х годов он еще развивался, то сейчас кастингом занимаются не больше 200–300 человек в пяти регионах РФ. Но тем не менее мы открыты для развития и этого спорта, проводили всероссийские соревнования. Последние прошли четыре года назад, и пока больше не проводилось.

Еще одним сдерживающим фактором является то, что этот спорт очень затратный: участников мало, а для проведения

соревнований требуется аренда спортивной площадки. Это очень дорого по сравнению с другими видами соревнований, которые проводятся на водоемах общего пользования либо на водоемах, закрепленных за какими-либо организациями, то есть бесплатно, либо в любом случае дешевле, чем аренда стадиона.

### **В2В: Какие виды соревнований собирают наибольшее число участников, и дорого ли обходится спортсменам участие?**

И.Ч.: Самый массовый вид рыболовного спорта — это зимняя ловля на мормышку. После него я бы назвал летний вид спорта — ловля на поплавочную удочку. Дальше идет спиннинг, зимняя ловля на блесну, ловля карпа, и самый малочисленный — кастинг.

По затратам картина другая. Если говорить об индивидуальных спортсменах, то самый дешевый вид спорта — ловля на зимнюю блесну, потому что не нужна насадка и прикормка, которая требуется мормышечникам. Поэтому следующий по стоимости — зимняя мормышка. Если говорить об оборудовании, то в зимних видах спорта минимум оборудования. Достаточно иметь колворот, недорогой ящик с удочками и расходные материалы типа лески и мормышки.

Из летних видов самый дешевый — ловля спиннингом с берега. Спортсмену нужно только удилище и запасные искусственные приманки (блесны, воблеры). Чего нельзя сказать о ловле спиннингом с лодок. На всероссийских соревнованиях по этому виду рыболовного спорта мы сейчас переходим на использование спортсменами личных лодок и личных моторов. То есть спортсмену нужно иметь переносную лодку достаточной

грузоподъемности и мотор. Обязательное условие — чтобы все спортсмены прошли курсы вождения маломерных судов и имели удостоверение на право управления малым моторным судном.

Затем по затратам идет ловля поплавочной удочкой, и самая дорогая — ловля карпа. В прошлом году в частной беседе со спортсменами мы вышли на такие суммы: один день ловли на соревнованиях или на тренировках, приближенных к соревновательным условиям, поплавочнику обходится в 200–300 долларов. Это только расходные материалы, то, что выбрасывается в воду: прикормка, насадка, мелкие снасти, которые рвутся и требуют замены. У карпятника это цифра приближается к 800 долларам.

Оборудование спортсмена — поплавочника всероссийского уровня включает удилище, специальный ящик, оборудованный различными приставками, ролики, снасти. По стоимости вся эта оснастка сопоставима с новым отечественным автомобилем. Одно штекерное 13-метровое удилище со сменными частями стоит порядка 2–3 тысяч долларов. А нужны еще многофункциональный ящик, леска с привязанными крючками, поправками, грузилами, мелкие инструменты, подсак, садок и так далее.

Ловля карпа самая затратная не только по расходным материалам, но и по оборудованию. Ведь спортсмену — карпятнику нужно возить с собой на соревнования, длящиеся круглосуточно в течение 72 часов, сменный лагерь. Карпа ловят парами. Спортсменам выделяется на берегу водоема сектор по жребью, и внутри этого сектора установленных размеров они разбивают палатки, раскладывают шезлонги, столики, примус, запасные снасти. За-

брасывают одновременно четыре удочки, по две на каждого человека. Поскольку соревнования ведутся трое суток подряд, соответственно, прикормки выбрасывается много, и насадки используется больше, чем в других видах ловли.

Кроме того, весь лагерь карпятнику на себе не утащить, то есть, ему нужна машина. Все это в совокупности делает спорт достаточно дорогим.

### **В2В: Давайте поговорим теперь об экономической составляющей рыболовных соревнований. За чей счет проводятся соревнования всех уровней?**

И.Ч.: Основной принцип: сами участники платят за свое участие. Команды из регионов оплачивают свой проезд, проживание, питание и расходные материалы для ловли (приманка, насадка и пр.). Плюс они перечисляют стартовый взнос в общую кассу соревнований той организации, которая проводит соревнования. Стартовые взносы расходуются на оплату судей, аренду транспорта от гостиницы от водоема, на техническое обеспечение: приобретение весов, расходных материалов, разметки, колышков, табличек, афиши соревнований. Величина стартового взноса с команды на всероссийских соревнованиях составляет 5–6 тыс. рублей (в команде 5 человек, могут быть также запасной спортсмен, тренер, и на некоторые соревнования еще нужно привозить своего судью).

Затраты спортсменов можно снизить. Как правило, на соревнования их командировать региональные организации: спортклубы либо общества охотников и рыболовов системы Россохотрыболовсоюза. Поэтому в идеале бывает так: внутри каждого региона проводятся

## **Фирма «ОБОРОНТЕХ»**

предлагает большой ассортимент товаров для охоты, рыбалки и туризма

- ✘ Охотничьи аксессуары, в том числе принадлежности и комплектующие для снаряжения патронов, чистки оружия
- ✘ Оптические прицелы с креплениями, бинокли, электронные и классические имитаторы голосов зверей и птиц, чучела гусей и уток
- ✘ Одежда и обувь для охотников и рыбаков
- ✘ Имеются также товары для рыбалки и туристическое снаряжение

Работаем с юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями  
Отправляем заказы транспортными компаниями Автотрейдинг, Деловые линии, Желдорэкспедиция, ПЭК, Стейл, и др., посылками ЕМС-Почта России

105082 г. Москва Переведеновский пер. д.18  
т./ф. (499) 763-32-26, e-mail: mail@oborontech.su

для частных лиц работает интернет-магазин [www.oborontech.su](http://www.oborontech.su)

**LuxFish**  
рыболовные товары оптом  
[www.luxfish.ru](http://www.luxfish.ru) отгружаем по всей России!  
8 905 267-37-36  
8 812 348-41-27 факс  
director@luxfish.ru  
GROIS

многоэтапные соревнования, по результатам которых регион формирует сборную из лучших спортсменов. Естественно, что, отобрав лучших, регионы платят частично или полностью за их участие.

Также выделяет (обязана выделять) средства организация, курирующая соревнования. За проведение всероссийских соревнований по рыбной ловле отвечает Ассоциация Росохотрыболовсоюз. Мы доплачиваем за наградную атрибутику (медали, кубки, дипломы) и за главную судейскую коллегию (это главный судья, зам. главного судьи и главный секретарь). По требованиям Единой всероссийской спортивной классификации всероссийские соревнования должны обслуживать не менее трех судей всероссийской категории. Не в каждом регионе есть такие, и чаще всего их приходится везти из Москвы или из других регионов. Соответственно, проезд, проживание и питание главной судейской коллегии оплачивает наша организация.

Наградную атрибутику, медали и кубки на всероссийские соревнования мы получаем от Минспорта. Кубки, к сожалению, в последнее время выделяют не совсем презентабельные, поэтому мы за счет стартового взноса участников и наших дотаций приобретаем кубки крупнее и красивее. За счет организации делаем гравировку на медалях: указываем занятое место, регион, дату и название соревнований. Командирование представителя-руководителя соревнований от Росохотрыболовсоюза также происходит за наши средства.

В среднем бюджет среднестатистических всероссийских соревнований таков. Стартовые взносы от 20–25 команд (на зимних соревнованиях) по 5 тысяч с команды — это около 100–125 тысяч рублей. Росохотрыболовсоюз выделяет порядка 70 тысяч рублей.

При организации региональных соревнований используется тот же подход. Проведением первенств области, края или республики занимаются наши региональные общества охотников и рыболовов. Соответственно, выделяются деньги от этого регионального общества. Стартовые взносы получают от физических лиц, если участвуют в соревнованиях физические лица, либо, если участвуют районные команды, их могут финансировать районные общества.

Соревнования, проводимые на уровне района, обычно финансирует

администрация общества рыболовов и охотников этого района. Конечно, чем ниже уровень соревнований, тем меньше средств может выделить ответственная организация, и расходы перекадываются на плечи индивидуальных участников. Но с другой стороны, и затраты там меньше: ехать далеко не надо, соревнования проводятся в один день, то есть не надо оплачивать дорогу и проживание.

#### **В2В: Спонсируют ли какие-либо компании рыболовные соревнования?**

И.Ч.: Такая практика существует. Спонсорами выступают отраслевые предприятия либо магазины, торгующие снастями, либо туристические фирмы, организующие рыбалку. Но активностью спонсоры рыболовных соревнований не отличаются. Чаще всего спонсорство заключается не в выделении средств, а в предоставлении призов для участников или, скажем, бесплатного жилья для судейской коллегии соревнований. Хотя, надо сказать, бывают и исключения. Дважды на соревнованиях всероссийского уровня победитель получал автомобиль. В 2003 году спонсором чемпионата России по ловле спиннингом с лодок выступал Ульяновский автозавод, который вручил ключи от нового УАЗ-Хантера новому чемпиону. В 2008 году на чемпионате России по ловле на мормышку в Нижнем Новгороде победителю был вручен автомобиль «Волга», предоставленный Администрацией области и Законодательным собранием.

В конечном счете, наличие спонсора соревнований зависит от активности организаторов. Ведь это

международных соревнований. У российских сборных спонсоры есть, хотя и не каждый раз, и не постоянно. Различается и их уровень: от представителей мелкого рыболовного бизнеса до одной из крупнейших компаний сотовой связи (МТС).

#### **В2В: Какова специфика у российского спортивного рыболовства?**

И.Ч.: В России есть зимняя ловля на блесну. Такого вида нет за рубежом. Более того, в организации и проведении чемпионатов мира по зимней ловле на мормышку пальма первенства принадлежит России. До 2000-х годов международные соревнования по этой ловле проводились нерегулярно и каждый раз по новым правилам. Но в 2001 году мы за это взялись — нам как жителям северной страны, где 6 месяцев в году стоит лед, сам бог велел заниматься этим видом спорта. Мы вышли с предложением в Международную федерацию рыболовного спорта, разработали международные правила на основе российских и провели в 2001 году в Москве на Гребном канале в Крылатском чемпионат мира, в котором приняли участие рыболовы-спортсмены из шести стран: шведы, финны, украинцы, латвийцы, россияне и канадцы. В следующем году латыши подхватили эту эстафету. С 2001 по 2010 было проведено 7 зимних чемпионатов мира, из них два прошли в России. Так что ведущая роль России в организации соревнований очевидна.

И в Международной федерации рыболовного спорта в пресной воде

**Чаще всего спонсорство заключается не в выделении средств, а в предоставлении призов для участников.**

могут быть и не только люди, связанные с рыболовным бизнесом.

Другая ситуация, более отрадная, обнаруживается, когда речь идет о международных соревнованиях. Там, соответственно, гораздо выше престиж участия, и спонсор может разместить свою рекламу на форме спортсменов, оборудовании или показать себя еще каким-то образом. Тем более что в последние годы российские рыболовы довольно часто поднимаются на почетный пьедестал, получая медали и кубки престижных

я как раз и отвечаю, во-первых, за координацию стран постсоветского пространства, а во-вторых, за проведение зимних чемпионатов мира.

Говоря о спортивном рыболовстве, можно утверждать, что оно имеет все предпосылки для того, чтобы выступать полноправным партнером представителей бизнеса. Наконец, спортивные соревнования привлекают много зрителей, освещаются средствами массовой информации, что создает хорошие возможности для размещения рекламы. **В2В**



18-я Московская международная выставка

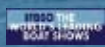
18th Moscow International Exhibition

# Катера и Яхты Апрель 2010

# Boat & Yacht Show April 2010

**15–18 апреля**  
Москва, Крокус Экспо

**15–18 April**  
Moscow, Crocus Expo



Под Патронатом  
Правительства Москвы/  
Supported by the Moscow  
City Government:



Организатор/  
Organised by:



Генеральный  
информационный партнер/  
General Information Partner:



Генеральный интернет-партнер/  
General Internet Partner:



Специальный партнер/  
Special Partner:



Image supplied by **PRINCESS**  
YACHTS

Реклама

ВАШ ИМЕННОЙ БИЛЕТ НА ВЫСТАВКУ • YOUR PERSONAL TICKET FOR THE SHOW



[www.mibs-expo.ru](http://www.mibs-expo.ru)

VII межрегиональная специализированная выставка

**20-22 апреля 2010**

# ОХОТА и РЫБАЛКА

на Нижней Волге

ВОЛГОГРАД  
Дворец Спорта

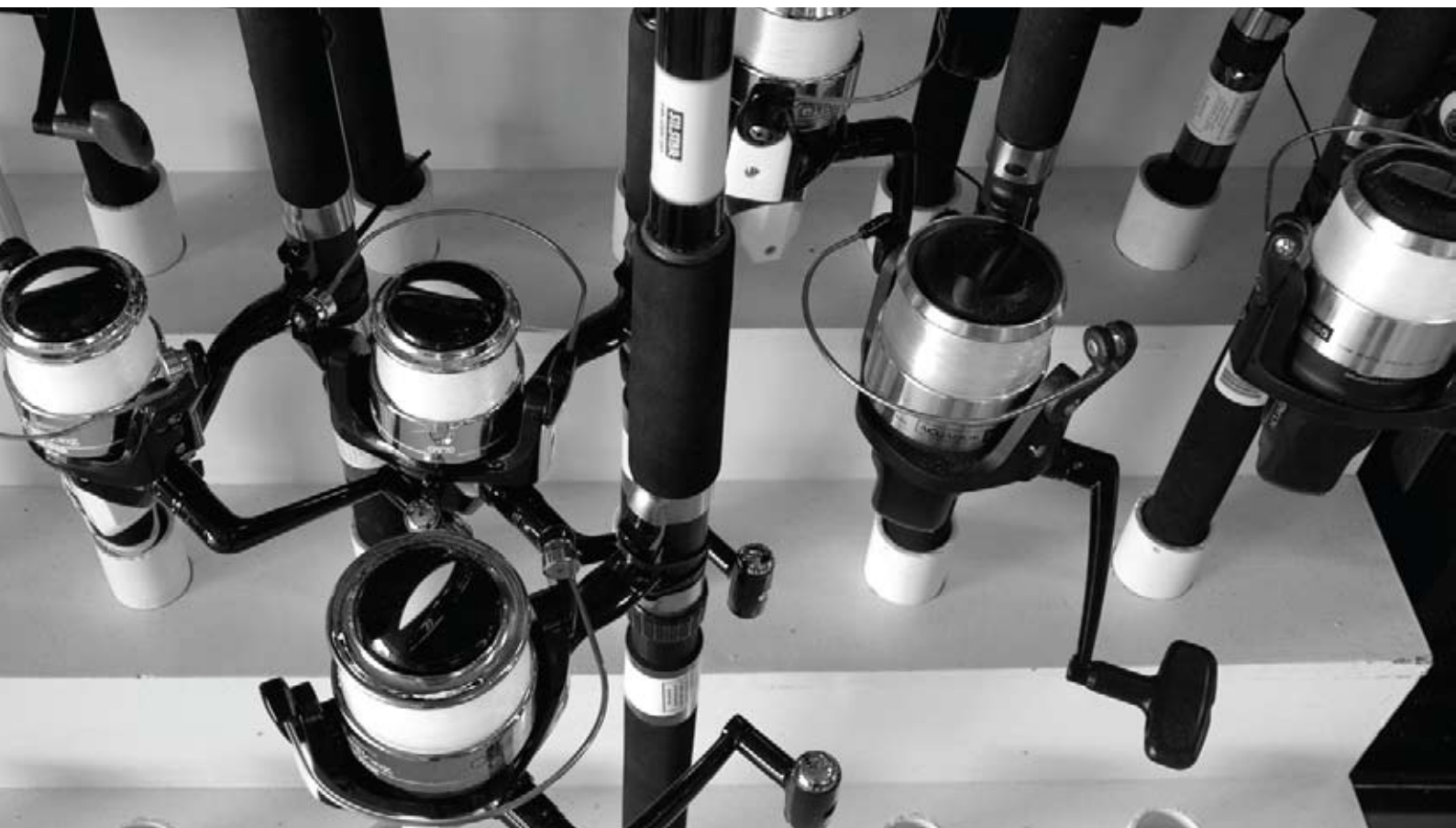


[www.ZAREXPO.ru](http://www.ZAREXPO.ru)

**ВЦ "ЦАРИЦЫНСКАЯ ЯРМАРКА"**

400005, Волгоград, пр. Ленина, 88, офис 504

тел./факс: (8442) 23-33-77; 26-50-34, e-mail: [zarexpo@avtlg.ru](mailto:zarexpo@avtlg.ru)



# Рынок рыболовных принадлежностей Сибири

Российские рыболовы — как известно, народ умелый и изобретательный. И если возникают какие-то проблемы с покупкой необходимых снастей, то для настоящего рыбака проще сделать их самому, чем ожидать появления нужного изделия в продаже или приобретать какие-то сомнительного качества заменители. Сегодня изготовление самоделок — редкость, в основном, это «удел» тех, для кого изготовление рыболовных принадлежностей стало привычным и приятным занятием — хобби.

Текст: Константин ФАДЕЕВ, автор цикла фильмов «Сибирская рыбалка» ([sibrybalka.ru](http://sibrybalka.ru))

**В** Сибирском крае установить точно количество или процент ловящих нормальными (не сетями) способами вряд ли представляется возможным. Очевидно одно — их много. А принадлежностей рыболов-

ных, как всегда, не хватает на всех. Но все же ситуация медленно, но меняется, главное, в лучшую сторону.

По количеству рыболовов на душу населения Сибирь, скорее всего, опередит многие регионы России. И причина

не только в том, что в Сибири много рыбных рек и озер, но и в том, что ловля рыбы для сибиряков — это не только любимое, но и исконное занятие. К тому же для многих — это не просто приятное времяпрепровождение, а еще и добыча

пропитания. Рыбалкой увлекается значительная часть мужского населения городов, что уж говорить о сельских жителях, подавляющее большинство которых занимается тем или иным видом рыбной ловли. Самые простые рыболовные снасти можно найти в любом сельском доме.

Сегодня можно уверенно сказать, что Сибирь по уровню и выбору снастей и снаряжения для рыбалки несущественно отстает от европейской части России. Во многих крупных городах помимо большого количества местных рыболовных магазинов есть филиалы и торговые центры крупных рыболовных сетей. В них достаточно широко представлены рыболовные принадлежности для разнообразных методов ловли, и всегда можно приобрести снасти самого разного ценового диапазона. Одним словом, европейский рыбак, который приедет в Сибирь на рыбалку, сможет, по крайней мере, в больших городах приобрести самые стандартные приманки и снаряжение. Однако отличия у сибирского рынка рыболовных принадлежностей все-таки есть.

Отличие первое — цена. В основном пользуются спросом снасти и снаряжение средней и низшей ценовой категории. Элитный и дорогостоящий товар — это выбор не более чем нескольких процентов рыболовов. Соотношение продаж между средней и низшей ценовой категорией пока еще в пользу низшей, но показатели постепенно выравниваются. В принципе ничего плохого в этом нет, если бы не одно НО, значительную часть низшей ценовой категории составляет товар, изготовленный в Китае. А если заглянуть лет этак на десять назад, то именно китайские снасти были основой для многих сибирских рыболовных магазинов. Китай у Сибири, можно сказать, под боком, доставка обходится недорого, да и прибыль с этого товара значительней — за счет большой наценки, и за счет того, что дешевый товар покупают гораздо чаще. Некоторые сибирские рыболовные магазины и сейчас делают ставку на дешевый товар из Китая. Естественно, что приобретают китайский товар люди малообеспеченные, сельские жители, но среди покупателей немало и людей со средним достатком. Китайские производители привлекают покупателя тем, что предлагают не только очень дешевый товар, но и товар, который является



Европейский рыбак, который приедет в Сибирь на рыбалку, сможет, по крайней мере, в больших городах приобрести самые стандартные приманки, снасти и снаряжение.

копией популярных иностранных снастей. Конечно, качество этих снастей далеко от идеала, но сибиряки знают об их «свойствах» и научились исправлять недоработки: непрочную нитку на кукане заменяют надежным отечественным шнуром, плоскогубцами регулируют крепление на теле воблера для придания приманке правильной игры, китайскими ножами только строгают и режут, но никогда ими не открывают консервные банки — слишком они хрупки на излом. И таких примеров много.

Главной бедой сибирских водоемов еще несколько лет назад были китайские сети, которые из-за бросовой цены покупались мешками и наносили серьезный ущерб рыбным ресурсам. Дело дошло до того, что водоемы рядом с населенными пунктами остались практически без рыбы. Хотя и довольно поздно, но ограничения на ввоз и ловлю сетями были приняты и это уже при-

стоящие рядом спиннинговое удилище стоимостью более десяти тысяч рублей и удилище стоимостью на порядок ниже.

Второе отличие — ассортимент. В ассортимент рыболовных принадлежностей вносят изменение не только климатические условия, но и географические, поскольку многие регионы Сибири отличаются по видовому составу рыбы, а значит, для ловли этой рыбы нужны различные снасти и снаряжение. Именно по этой же причине во многих регионах Сибири в магазинах широко представлены самоделки, изготовленные местными рыбаками, поскольку данные виды снастей не производятся в промышленных масштабах. Пример: город Иркутск расположен рядом с Байкалом и сотнями горных рек, в это озеро впадающими, в коих обитает достаточно много хариуса и ленка. Самая популярная местная снасть — это грузовой настрой. Эта снасть не нужна

## Наиболее продвинутым и идущим в ногу со временем является рынок снастей и снаряжения для зимней рыбалки.

носит свои плоды. Надо еще отметить тот факт, что с каждым годом объем дешевого китайского товара уменьшается и на данный момент он уже уступает по объему снастям и снаряжению, произведенным в России. Но уйти от дешевого китайского товара все магазины пока еще не могут. А потому до сих пор, сплошь и рядом, можно увидеть в одном магазине, в одной линейке,

в Новосибирске или Тюмени, но в Иркутске — очень популярный «девайс».

Перейдем от регионального ассортимента к ассортименту рыболовных принадлежностей внутри каждой области. В каждом райцентре есть либо отдельный рыболовный магазин, либо отдел в универмаге. Увидеть там снасти, скажем, для нахлыста или джиговой ловли вряд ли удастся. В продаже



Растут продажи снегоходной техники. В этом сегменте, как и в ситуации с российским автопромом, пока еще вне конкуренции отечественные «Буран» и «Тайга», но продажи снегоходов иностранного производства идут с нарастающим темпом, и нашим производителям уже «наступают на пятки» отдельные модели снегоходов, например «VICING III» от Yamaha. Эта модель дороже «Тайги» на 20–30%, но куда более «продвинутая» и обладающая большим ресурсом.

самые ходовые снасти: поплавочная удочка, дешевый спиннинг и набор блесен и воблеров на все случаи жизни. Сельское население исходит в своих предпочтениях из практичности, и для многих — по соотношению цена–качество — спиннинг «Крокодил» тестом 100–200 грамм — отличная снасть и для ловли на донки и для троллинга, да и наспиннинговать им тоже умудряются.

Городское же население более обеспеченное и «окультуренное», читающее и смотрящее журналы и фильмы о рыбалке, в своем выборе более изощрено. В Сибири достаточно широко развита спортивная рыбалка. Почти в каждом городе есть клуб рыбаков (а то и несколько). Производители рыболовных снастей пока еще напрямую не работают с этими достаточно массовыми объединениями, через которые они могли бы гораздо успешнее продвигать свою продукцию. Поддержка рыболовного спорта идет опосредованно, через местные рыболовные магазины, и то — в минимальных объемах.

Наиболее продвинутым и идущим в ногу со временем является рынок снастей и снаряжения для зимней рыбалки. Связано это, в первую очередь, с тем, что стоимость снастей для зимней рыбалки доступна и «по карману» практически любому сибиряку. Цены на снасти и приманки для зимней рыбалки не идут ни в какое сравнение со стоимостью летних снастей. Китайского товара для зимней рыбалки в этом сегменте практически нет, данная ниша занята в основном качественным товаром

российского и европейского производства. Морышки, «балалайки», блесны и балансиры используются для рыбалки повсеместно и даже в сибирской глубинке. Регулярно появляются новинки и тут же с удовольствием приобретаются и используются рыбаками. Что касается ледобуров, то среди скандинавских лидируют «Mora», которые далеко опередили «Rapala». Из отечественных вне конкуренции барнаульские ледобуры производства «Тонар».

Рынок рыболовной одежды и экипировки для летней и для зимней рыбалки пока еще не удовлетворяет всех потребностей сибиряков. Судить об этом можно хотя бы по тому факту, что местные производители без работы не остаются. Они шьют вполне удобные и «очень бюджетные» по стоимости одежды, как из российских, так и импортных материалов. Конечно, эту продукцию

И самый популярный, безусловно, — спиннинг. На прилавках магазинов можно встретить снасти самых разных производителей: от известных до безизвестных, а то и вовсе непонятного происхождения, но есть одна интересная «деталь», почти в каждом магазине вы найдете спиннинг и катушку от Shimano или Daiwa. Наиболее «ходовые» цены для удилищ и катушек — 2000–4000 рублей. Самый популярный строй спиннинговых удилищ — «быстрый» или «среднебыстрый». Среди катушек вне конкуренции безынерционные модели. «Мультипликаторы» пока еще востребованы мало и не пришли на смену советским инерционным катушкам.

Большим спросом пользуются приманки для спиннинговой ловли: воблеры, блесны и различные джигговые приманки. Лидируют здесь зарекомендовавшие себя и доступные по цене приманки:

## Рынок рыболовной одежды и экипировки для летней и для зимней рыбалки пока еще не удовлетворяет всех потребностей сибиряков

не назовешь самой современной, но и стоит она не просто в разы, а иногда даже на порядок дешевле фирменной одежды, например, от Shimano.

С рыболовными снастями для летней рыбалки все не так радужно, хотя выбор и каталог снастей для нее куда более широкий, чем для рыбалки зимней. Методов рыбной ловли летом так много, что «глаза разбегаются».

блесны от Mepps, воблеры Strike Pro и т.д. Другими словами, те приманки, которые по стоимости дешевле многих аналогов–конкурентов, но по качеству сопоставимы с более дорогими брендами. В последнее десятилетие в Сибири стал очень популярным такой вид ловли как троллинг, но приобретение недорогих воблеров для него пока еще является проблемой. В сезон троллин-



говой рыбалки купить такую расходную и часто теряемую в корягах приманку как воблер достаточно сложно. Рыболовам приходится экспериментировать и изготавливать различные самоделки.

Поплавочных удочек и оснасток к ним, разумеется, предостаточно, но вот что касается такой разновидности поплавочной удочки, как штекерные удилица — то в свободной продаже вы их практически не встретите, эта снасть только-только становится известной. Почти нет снаряжения для матчевой и болонской ловли. Данные виды рыбалки пока еще широко не культивируются в Сибири и перспективы их достаточно туманны.

В последние годы заметен прогресс в таких видах ловли как рыбалка на фидер и пикер. Но пока еще узок ассортимент и выбор удилиц и катушек, мало качественных оснасток и принадлежностей, так что данная «ниша» еще не заполнена.

С ростом в Сибири числа платных водоемов и заселением их карпом, белым амуром и толстолобиком стал развиваться карпфишинг. Судя по добываемым трофеям весом до 20 кг, перспективы у карпфишинга весьма обнадеживающие.

Успешно развиваются и другие, достаточно экзотические виды ловли, такие как нахлыст и ловля на джеркбейты. Ловлей на джеркбейты занимаются пока единицы. Все-таки это метод для гурманов, поскольку требует специальных дорогих снастей, да и серьезного преимущества по уловистости перед другими приманками джерки не имеют. А вот увлечение нахлыстом имеет все шансы стать достаточно массовым. Причем им занимаются не только в тех регионах, где есть хариус, но во многих крупных городах, поскольку рыболовы всегда имеют возможность выехать на рыбалку в соседние области.

Все еще пользуются спросом сети, вентера, «телевизоры» и прочая «неспортивная снасть». Промысловой ловлей занимаются многие сибиряки, и данные орудия лова еще долго будут востребованы.

Пока еще не решены проблемы с наживкой. Купить летом мотыля (кормовой не в счет) практически невозможно. Да и «по первому льду» за мотылем выстраиваются очереди, как в советские годы за колбасой. Цвет-

## Комментарии специалистов:

**Вячеслав ЩЕПЕЛЕВ, директор специализированных рыболовных магазинов «Страсть и снасть», «Зеленая лощина», Омск:**

— Сезонные изменения в спросе прослеживаются. Благодаря тому, что появилась возможность активно рыбачить, вне зависимости от погоды, на открытых водоемах, люди стали активно покупать туристическое снаряжение: палатки, спальники, разного рода аксессуары. Не могу однозначно сказать, товарам какой ценовой категории покупатели отдают предпочтение, хорошо продаются лодки и моторы и по средней, и по высокой, и по низкой цене. Из российских брендов востребованы лодки «Фрегат», «Аква Стар». Конечно, приобретаются и китайские товары — ну, а что в наше время не делается в Китае? Если раньше были финские, шведские, американские товары, то теперь все производства находятся в Азии, и однозначно сказать, что китайский продукт — это плохой продукт, я не могу.

**Евгений ГУСЕВ, продавец-консультант специализированного рыболовного магазина «Ловись рыбка», Иркутск:**

— Что касается нашего магазина, то в нем присутствуют исключительно брендовые товары. Мы продаем все: от блесн и спиннингов до аксессуаров — наиболее популярны приманки Blue Fox, Mepps, Kibs, спиннинги Shimano. Потребители предпочитают выбирать товары средней ценовой категории: высокой — дорого, низкой — боязно, срывает стереотип «а вдруг нечто некачественное», которое в решающий момент выйдет из строя и помешает приобрести желанный трофей.

**Владимир БЕКЕШ, менеджер по продажам специализированного рыболовного магазина «Омут», Омск:**

— Не вижу больших изменений в спросе покупателей, зимняя рыбалка в нашем городе, несмотря на холодный климат, очень популярна. Востребована живая приманка, опарыш, мотыль, хорошо берут блесны Daiwa, Kibs, Mepps. Конечно, сейчас активно продается туристическое снаряжение: палатки, спальники, другие аксессуары. В основном клиенты нашего магазина стараются уложиться в сумму от 1500 до 2000 рублей, то есть ценовая категория приобретаемых товаров средняя. Китайский продукт, конечно, покупают — не без этого, но все больше людей стремятся приобрести действительно качественную вещь, а не покупать некачественные снасти и спиннинги. Известно же, что скупой платит дважды, а то и трижды... Можно сказать, что покупатели предпочитают отечественные бренды, которые оптимальны по соотношению «цена-качество». Кризис особенно на нас не отразился — продажи остались на том же уровне.

**Надежда КОЖЕВНИКОВА, продавец-консультант специализированного рыболовного магазина «Клеевое место», Новокузнецк:**

— В нашем магазине присутствуют товары всех ценовых категорий, но покупатели предпочитают делать выбор в пользу низшей и средней. Все еще большим спросом пользуются китайские товары, иногда бесполезно говорить клиенту, что китайская снасть-подделка может придти в негодность уже на первой рыбалке, потому что цена — сама по себе весомый аргумент в пользу такой покупки. Но и продукция средней ценовой категории — в основном, это отечественные бренды, имеют стабильную популярность у покупателей. Среди импортных брендов активно приобретаются спиннинги Shimano и Daiwa.

**Георгий СОХАЧ, владелец торговой сети «Робинзон», Чита:**

— В нашем магазине очень востребованы российские бренды, например, лодки «Таймень», лодки украинского производства «Аква Стар», из зарубежных брендов — это спиннинги Shimano, Daiwa. Китайские товары, конечно же, пользуются большим спросом, но, несмотря на кризис, перелом в ситуации, в сознании населения, уже наметился. Близится лето, и хотя у нас до сих пор лежит снег, люди начинают приобретать лодки, моторы, палатки, другое туристическое снаряжение, все чаще делают крупные покупки.

## Комментарии специалистов:

**Александр ДОМУШИН, заместитель директора магазина «Сибирское подворье», Новосибирск:**

— Рынок рыболовных снастей в Сибири на сегодняшний день активно развивается. Перечислю основные тенденции его развития:

- популярностью среди рыболовов пользуются недорогие снасти, средней и низкой ценовой категории;
- лидеры продаж — приманки для спиннинговой ловли, джиговые приманки;
- в связи с большим количеством рыбы, идущей на нерест, большим спросом пользуются, так скажем, «нетрадиционные» снасти — «экраны», «бредни» и прочее;
- среди катушек лидируют безынерционные.

**Сергей РОСЛЯКОВ, старший продавец-консультант специализированного рыболовного магазина «Рыболов-спортсмен», Томск:**

— На нашем рынке представлен широкий ассортимент различных рыболовных принадлежностей. Что касается конкретно сети наших магазинов, то большим спросом в зимний период и весну у нас пользовались все виды мормышек, блесны для отвесного блеснения, балансиры и утяжеленные блесны. Необходимо отметить, что весь товар, в основном, российского производства, китайских товаров в наших магазинах нет. Еще отмечу, что рыболовы Сибири весьма с интересом относятся к новинкам — они быстро всегда раскупаются.

**Сергей АНТИПИН, директор специализированного рыболовного магазина «Всегда с уловом», Барнаул:**

— Барнаульцы предпочитают тратить деньги на товары средних ценовых категорий. Предметы китайского производства совсем не пользуются спросом, люди давно уже привыкли платить деньги за качество. Очень активно раскупаются рыболовные принадлежности стоимостью от 1 000 до 2 000 рублей, например, шотландские спиннинги Daiwa, лески Mikado, востребованы импортные, да и российские товары, имеющие сертификаты качества. Спрос, конечно, пошатнулся из-за кризиса, но понемногу начинает восстанавливаться. Тем более, скоро лето — самый сезон для рыбной ловли, а рыбалка, она же, как азартные игры, затягивает: если пару раз поймал солидный улов, то не избавишься от желания посидеть на берегу никогда.

**Отдел по продажам специализированного рыболовного магазина «Бердский рыболовный дом»:**

— Большим спросом у покупателей пользуются мормышки, удилища, спиннинги, спальники. Какой ценовой категории — сказать сложно, каждый делает выбор, исходя из собственных финансовых возможностей. Но все равно, большинство покупателей стараются приобрести качественную вещь, пусть и, потратив незапланированную сумму — как правило, рыбалка — это образ жизни, мышления, а не просто увлечение. Возможно, поэтому кризис на наших продажах не отразился, если и был какой-то процент спада, то минимальный.

**Ярослав ДЕМИДОВ, менеджер специализированного рыболовного магазина «Сибирский рыболов», Кемерово:**

— Есть постоянный спрос на мормышки, блесны, спиннинги. Наиболее «ходовые» цены для удилищ — от 1 500 до 3 000 рублей, то есть это товары средней ценовой категории, среди катушек лидируют безынерционные; из приманок востребованы воблеры Strike Pro, блесны Mepps, Daiwa, что касается лодок, то первенство по продажам занимает «Фрегат». Китайские товары приобретаются, но не так активно, как раньше, покупатели склоняются к тому, что стоит заплатить дороже за хорошую вещь, которой можно пользоваться не один год. Продажи, несмотря на кризис, остались в нашем магазине на стабильном уровне, поскольку близится лето, то возросла потребность в экипировке для рыбалки, туристическом снаряжении.

ной опарыш тоже редкость. Кроме этого качество наживки никогда не выдерживается на стабильном уровне, и нередко оставляет желать лучшего.

Редкая летняя рыбалка обходится без поездки на моторной лодке, и часто эти поездки проходят по закоряженным или горным рекам. Очень востребованный товар — защита винта, все еще изготавливается кустарным способом, хотя желающих купить эту незаменимую вещь много. Назрел вопрос, и нужны современные системы по защите рыболовной техники от воров и мародеров, так как происшествия в этой сфере в последнее время участились.

Третье отличие — руководство и персонал магазинов. Это проблема, конечно же, стоит остро не только в Сибири, но у нас она все-таки более значительная. Для большинства продавцов, а иногда и для владельцев магазинов, торговля рыболовными товарами — это не серьезное увлечение, а просто работа. Отсюда слабый уровень подготовки продавцов, текучка кадров и, как следствие, — вялотекущая торговля. Многие рыболовы вынуждены заказывать нужное снаряжение или приманки через интернет или же непосредственно через магазин, хотя далеко не каждый руководитель магазина готов «взвалить на себя эту «обузу». Понимания рекламного и маркетингового значения внимательного отношения к клиентам пока, к сожалению, нет. Кроме того, во многих магазинах практически нет настоящих маркетологов. А стало быть, некому грамотно просчитать не только количество необходимого снаряжения, которое нужно закупить, но и предугадывать наиболее ходовые позиции, раскручивать пусть единичные, но перспективные в будущем модели приманок или снаряжения для рыбалки.

До сих пор непонятно, какой должна быть мера ответственности за реализацию некачественного товара. И кто отвечает — продавец или производитель? Рыболовные снасти мало рекламируются в местных СМИ, и если уж и идет реклама, то, как правило, магазина, а не товара.

В общем, проблем еще много, но главное, — что удалось достичь за последние годы, — рынок рыболовных снастей в Сибири сформировался, и есть перспективы значительного роста продаж. **82**

# БАЛТИЙСКИЙ МОРСКОЙ ФЕСТИВАЛЬ



Комитет по транспортно-  
транзитной политике  
Правительства  
Санкт-Петербурга



Морской совет  
при Правительстве  
Санкт-Петербурга

## 3-6 июня 2010

### САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЛЕНЭКСПО



 **Ленэкспо** С.-Петербург

+7 812 321 2860/74

+7 921 369 3436

[www.boatshow.lenexpo.ru](http://www.boatshow.lenexpo.ru)

[boatshow@lenexpo.ru](mailto:boatshow@lenexpo.ru)

САЛОН ЯХТ И КАТЕРОВ  
СПОРТ, ТУРИЗМ, РЫБАЛКА  
ВОДНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ  
ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА  
СОРЕВНОВАНИЯ  
ПАРУСНАЯ РЕГАТА  
МУЗЫКАЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ



*традиционные сроки! белые ночи! паруса! скорость!*

ВОДНЫЙ  
МОДУЛЬ

КАПИТАН

КАПТАН.РФ

БЕРЕГА

Яхт

Спорт

ЛОДКИ.МОТОРЫ

РЫБАЛКА

М

САБИХ

САЛОН РЫБАЛКА

Спортивные

WIKIEXP



# Кто продает ваш товар

У владельцев магазинов и торговых точек сегодня, казалось бы, большой выбор: на одну позицию продавца или продавца-консультанта претендуют несколько человек. Однако работодатели сетуют, что найти настоящего профессионала нелегко. А кого, собственно, хотят видеть за прилавками владельцы бизнеса? Какими основными компетенциями и качествами должен обладать продавец-консультант магазина, торгующего рыболовно-туристическими товарами? Какими навыками и технологиями продаж он должен владеть? Как искать и находить нужные кадры? Редакция журнала «B2B Рыбалка Охота Туризм» попросила экспертов ведущих рекрутинговых компаний прокомментировать общую ситуацию на рынке труда и описать, каким они видят идеального продавца-консультанта магазина товаров для отдыха и рыбалки.



Евгения ШАТИЛОВА,  
руководитель портала по  
трудоустройству Rabota.ru

**Н**езависимо от специфики товара, продавец должен обладать, в первую очередь, умением продавать. Что в это понятие вкладывается? Знание своего товара. Умение показать товар лицом, объяснить, «где у него кнопка», наглядно преподнести преимущества, провести сравнение похожих товаров, убедить покупателя в том, что ему это действительно нужно. Иногда человек готов сделать покупку, но ему не хватает аргументов для самого себя, что ему это нужно (а деньги—то тратить не хочется). Задача продавца — поймать волну покупателя и на этой волне ненавязчиво подвести его к совершению покупки.

Здесь могут работать различные техники, но если говорить о туристических товарах, то их целевой аудитории требуется компетентность продавца в том, что он продает. Бесплезно восхищаться красотой спасжилета, что сработало бы в магазине женской одежды, а вот если уверенно объяснить, чем обусловлены технологические преимущества этого красного спасжилета перед тем синим, другой фирмы, то вероятность покупки повышается в разы.

Последователи активного отдыха, туризма — категория совершенно особая, продавать им снаряжение должны люди такого же склада, те, кто хоть раз сам испытал на себе прочность палатки и плавучие качества спасжилета, верящие в то, что «лучше гор могут быть только горы» (реки, озера, леса — нужно подчеркнуть). Ну, или хотя бы тот, кто умело делает вид, что это так. Здесь очень важно соответствие контексту.

Где искать таких? Да, в сущности, там же, где и остальных: на порталах по трудоустройству, размещать объявления в газетах, как дополнительный вариант — раскидать объявления по туристическим форумам и сообществам в Интернете. Подходит ли вам человек, умеет ли он продавать в принципе и обладает ли столь необходимым в данном случае «соответствием контексту» вы определите только при личной встрече.



Любовь ГОРБУНОВА,  
партнер Консалтинг-  
Центра «ШАГ»

**С**моей точки зрения, магазин рыболовной—туристической тематики — это своего рода клуб. Сюда приходят не только и не столько за покупкой, а чтобы поддержать свой стиль жизни, почувствовать свою особость, отличие от тех, кто

проводит время перед телевизором или в офисе. Это совсем особый стиль покупки и стиль продажи. Здесь хороший продавец — это прежде всего эксперт. Причем, не просто эксперт, а «свой» по духу, влюбленный в свою «тему» и в свой продукт. А если он по каким—то причинам не влюблен, то должен сыграть эту влюбленность так, чтоб сам Станиславский поверил.

В спортивно—туристическом магазине «КАНТ» на Нагорной можно встретить молодых покупателей, которые по нескольким часам проводят в торговом зале, общаясь друг с другом.

Для того чтобы поддержать такую стилистику покупки, продавцы должны быть сами «погружены в содержание». В идеале они сами должны вести такой образ жизни, это придает магазину неповторимую атмосферу и глубину общения. В специализированных магазинах так и происходит, в продавцы приходят неслучайные люди.

Высокая концентрация продавцов, работающих из идейных соображений, наблюдается в торговом центре «Экстрим»: в туристических павильонах можно стать свидетелем нетипичной картины, когда продавец спорит с покупателем, что, согласитесь, невозможно увидеть ни в «Макдональдсе», ни в «Спортмастере», где выполнение стандартов общения — приоритет в работе продавца. И спорит он не о товаре, а о том, по какому склону лучше подниматься на Эльбрус. А в рыболовных магазинах можно обсудить с продавцом, почему «эта модель эхолота не видит щуку на Селигере».



Анна ИВАНОВА,  
директор по корпоративным  
коммуникациям консалтинговой  
компании Formatta

**Н**езависимо от товарной специфики магазина, хороший продавец должен владеть тремя группами навыков: знание ассортимента, навыки коммуникации (умение общаться с людьми и выстраивать отношения), владение техниками продаж.

Хорошо, если продавец магазина для рыболовов сам увлечен рыбалкой и может в тонкостях объяснить отличие одного спиннинга от другого. Но всегда нужно помнить: человек с навыками продаж в течение нескольких недель может узнать особенности любого, даже очень специфичного ассортимента, а вот сделать из угрюмого и необщительного рыболова хорошего продавца можно далеко не всегда. Поэтому, выбирая кандидатов на роль продавцов, разумно обращать внимание в первую очередь на трудно развиваемые компетенции, такие как: обучаемость, гибкость, открытость новому, ориентация на результат. Это залог того, что человек быстро адаптируется на новом месте работы, освоит особенности товара и будет стремиться к эффективным продажам, а не к тому, чтобы хорошо провести время с посетителями, которые разделяют его интересы.

Для оценки этих компетенций на входе в компанию существуют специальные методы. Самый простой — струк-

турированное интервью по компетенциям (им, как правило, владеет любой опытный рекрутер), а также более сложные и комплексные: «центры оценки» (ассесмент-центры) или оценочные деловые игры. Их цель — смоделировать разнообразные ситуации, приближенные к рабочей деятельности человека таким образом, чтобы он проявил себя с разных сторон. Эти методы позволяют с высокой степенью достоверности прогнозировать успешность человека не только в выбранной профессии, но и в конкретной компании, команде.

Отбрав кандидатов на роль продавцов, не стоит надеяться, что они сами быстро во всем разберутся. Даже если люди раньше работали на аналогичной должности и с похожим товаром, ваша компания наверняка имеет целый ряд особенностей, которые необходимо донести до новых сотрудников. Для этого полезно спланировать обучение: провести вводный курс, посвященный знакомству с компанией, тренинги по продуктам, направленные на освоение ассортимента, а также тренинги по продажам (в идеале заточенные под ваш вид продукта). Это минимальный набор, который позволит людям, приходящим в компанию, быть успешными.

Однако и после того, как человек освоился в компании и начал приносить пользу, имеет смысл заботиться о его развитии. По нашему опыту, у персонала большинства торговых компаний тотально проседают такие компетенции как сервисная установка и клиентоориентированность. Кроме того, сотрудники продающих подразделений часто плохо умеют кооперироваться между собой и с другими функциями в компании. Эти компетенции необходимо развивать как у начинающих, так и у опытных продавцов. К сожалению, стандартные тренинги тут мало помогут. Хорошим инструментом развития таких компетенция являются деловые игры, где каждый может попробовать себя в неожиданной роли (покупателя, смежника и т. п.), а также мастерские по обмену опытом, на которых люди разбирают конкретные случаи из практики, делятся своими находками («фишками»), анализируют ошибки.



Мария МИХАЙЛОВА,  
старший консультант  
по подбору персонала  
Kelly Services

Любой магазин, вне зависимости от продаваемого товара, предъявляет достаточно высокие требования к профессиональным качествам кандидатов на должность продавцов-консультантов. И это неслучайно, потому что именно продавец-консультант прямо влияет на выбор покупателя, а значит, и на объемы продаж в целом.

Продавец-консультант — это сотрудник, который может не только показать товар и пробить чек на кассе. Это человек, который должен суметь выяснить потребности покупателя, предложить ему варианты товаров, рассказать о достоинствах и недостатках каждой из предложенных моделей.

Кроме того, продавец-консультант влияет на желание покупателя вернуться в магазин еще раз. В связи с этим он должен обладать несколькими важными характеристиками.

Во-первых, это должен быть человек открытый, общительный, ведь ему придется часто первому вступать в разговор, он должен уметь задавать вопросы и слушать ответы.

Во-вторых, он должен иметь коммерческую жилку и никогда не забывать, что перед ним покупатель, и основная задача — удовлетворить его требования, при этом получить прибыль.

В-третьих, продавец-консультант должен владеть знаниями специфики рыболовных товаров, а в идеале и сам являться любителем рыбалки. В таком случае он сможет говорить с покупателем на равных, давать более интересную для покупателя информацию, а не просто цитировать строчки из инструкции. Это самое важное требование, потому что рыболовные товары дилетант продавать не сможет.

Также каждому работодателю желательно провести для нового сотрудника вводный тренинг, на котором осветить принципы обслуживания покупателей в данном розничном магазине, внутренние стандарты работы, сделать краткий обзор ассортимента. Тогда, вне всяких сомнений, результаты не заставят себя ждать.



Алексей ЗАХАРОВ,  
Президент рекрутингового  
портала SuperJob.ru

Рынок труда стал постепенно восстанавливаться с мая 2009 г. Быстрее всего увеличивалось число вакансий на нашем портале в ноябре-начале декабря прошлого года. Количество вакансий продолжает расти, хотя сегодня на SuperJob.ru их пока еще на 20% меньше, чем в докризисные времена. Выход на докризисные объемы мы прогнозируем не раньше 2011 г. Уже сейчас отмечается снижение напряженности по целому спектру отраслевых сегментов рынка труда, выражающееся в отношении количества резюме соискателей на SuperJob.ru, не имеющих в настоящий момент постоянной работы, к количеству вакансий, опубликованных на сайте.

Заметно снижение напряженности и для такого сегмента как розничные продажи: на одну вакансию приходится 5–12 резюме соискателей. Что касается специалистов по продажам, на них отмечается стабильно высокий спрос. Так, например, в марте 2010 г. на сайте SuperJob.ru вакансий для специалистов сферы продаж было размещено на 13,4% больше, чем в феврале прошлого года. А по сравнению с мартом 2009 г. годовой прирост вакансий составил 18,1%. Соотношение «предложение / спрос» для раздела «Продажи/ закупки» в марте текущего года составило 5,3 резюме на вакансию».

8—10 апреля

2010 года  
г. Красноярск



**сибирь**

международный  
выставочно-деловой центр  
имени Карена Мурадяна



# МИР СПОРТА ОХОТА. РЫБАЛКА

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА



СПОРТИВНЫЙ ИНВЕРТАРЬ,  
ФОРМА И АКСЕССУАРЫ



ОХОТНИЧЬЕ И РЫБОЛОВНОЕ  
СНАРЯЖЕНИЕ



ВОДНАЯ ТЕХНИКА



НАГРАДНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Официальная поддержка

Министерство спорта, туризма и молодежной политики Красноярского края  
Федерация мультиспорта Красноярского края

Информационная поддержка



**МИР СПОРТА**

**ОХОТА**

**РЫБАЛКА**

МВДЦ «Сибирь», ул. Авиаторов, 19,

тел.: (391) 22-88-612,  
22-88-611 – круглосуточно

эл. почта: [vital@krasfair.ru](mailto:vital@krasfair.ru)  
сайт: [www.krasfair.ru](http://www.krasfair.ru)

# Лодка-кресло — НОВАЯ ИДЕЯ В КОНСТРУИРОВАНИИ

Сегодня в лодочном производстве соблюдаются четко сформировавшиеся каноны конструирования, и что-то кардинально новое встречается крайне редко. В основном форма судна и конструкция остаются неизменными.

Текст: Компания «Марко Ботс»



Для сравнения взять, к примеру, автомобильную промышленность. Каким многообразием пышет эта индустрия транспортных средств, а форма и воплощение концепт-каров всегда впечатляет. Естественно, существуют различные конструкторские табу, которые нельзя преступать, дабы не нарушить аэродинамические свойства, маневренность и требования обеспечения безопасности, но полет фантазии и смелые идеи двигают прогресс вперед. Если Вам предложат присесть и поставят перед Вами кресло и табурет, что Вы из этих двух вариантов предпочтете? Компания «Марко Ботс» воплотила в форму казалось бы очевидное. Говорят, все новое — хорошо забытое старое. В данном случае, компания ориентировалась на создание изделия, решавшего «большую» проблему любителей длительного отдыха на воде, ведь физическое утомление во многом обусловлено неудобным положением тела.

В 2007 году компания запустила в серийное производство надувные

кресла, и многие уже успели по достоинству оценить их преимущества: обеспечивается разгрузка спины, кресла имеют малый вес, компактность, устойчивость к опрокидыванию, прочность конструкции, простоту в эксплуатации. Следует также отметить multifunctionality этих кресел: можно подобрать модель для лодок с разными размерами кокпита, использовать в развлекательных целях, для отдыха на природе в качестве кемпинговой мебели, кроме того, при проверке ГИМС кресло может учитываться как дополнительное средство спасения. Оптимально подобранный угол наклона спинки, диаметр баллона кресла, обеспечивают максимальный комфорт и устойчивость к опрокидыванию.

Надувные кресла изготавливаются в восьми типоразмерах из 5-слойных армированных ПВХ тканей с дополнительным усилением нижней части, что придает изделию повышенную износостойкость и необходимую жесткость.

Не останавливаясь на достигнутом, конструкторы компании «Марко Ботс» пошли дальше, и в сезоне 2010 года предлагается новый уникальный продукт: лодка-кресло «Зверобой», представляющее собой единое плавсредство, созданное из сочетания надувной лодки и кресла. Во время проведения 27-й международной выставки «Охота и рыболовство на Руси-2010» состоялся конкурс «Товары и услуги российских производителей», на котором лодка-кресло «Зверобой» заняла 1-е место в номинации «Транспортные средства и двигатели».

Лодка-кресло «Зверобой» создана специально для долгого одиночного пребывания на внутренних водоемах и реках с умеренным течением, будь-то на рыбалке или на охоте. Судно обеспечивает максимально удобное положение тела, полумягкое сиденье-гамак анатомически правильно облегает тело и разгружает мышцы спины, а приподнятая корма лодки, образующая высокую спинку, надежно защищает от ветра и брызг. Низкое





положение центра тяжести, в сочетании с поворотными ключиками, обеспечивают высокую маневренность и устойчивость к опрокидыванию. Для надежности «Зверобой» имеет три автономных отсека. Корпус лодки-кресла разделен на два независимых отсека, а наличие третьего надувного отсека в кормовой части днища обеспечивает лодке до-

полнительную плавучесть и устойчивость к дифференту. В итоге получилась легкая, компактная и маневренная лодка-кресло. А если во время рыбалки есть угроза попасть под дождь или планируется организовать засидку во время охоты на водоплавающую дичь, то можно будет заблаговременно приобрести специально разработанные для этих

целей тенты. Лодки-кресла «Зверобой» производятся в двух модификациях под разные комплекции пассажиров. Вес моделей составляет всего лишь 6 и 7,5 кг. Собранный в удобную сумку-рюкзак, лодка-кресло даже с учетом увеличения веса поклажи, за счет весел и помпы, никоим образом не обременяет при долгих пеших переходах или велопробегах. **БЗ**



**Конструирование и производство надувных лодок из ПВХ тканей**

с 1998 года

Приглашаем к взаимовыгодному сотрудничеству региональных представителей

для рыбалки




**Надувные кресла**  
8 моделей  
патент РФ на ПМ 74366

для охоты




**Лодка-кресло "Зверобой"**  
патент РФ на ПМ 91971

**Новинка 2010 года**

ООО «Марко Ботс», Санкт-Петербург, ул.Чугунная, 2, лит.У  
(812) 324-05-70, (812) 324-05-71, e-mail: markoboats@bk.ru

**www.markoboats.ru**



Фото: Павел Прудников

## Транцевая надувная лодка

Сегодня многие компании, занимающиеся выпуском надувных лодок из ПВХ, имеют достаточно узкую специализацию и не стремятся расширять сформированный модельный ряд. Тем не менее изредка и такие производители, уже занявшие свою нишу на рынке сбыта, предпринимают весьма интересные попытки выйти на новый уровень. Знакомьтесь — первая транцевая надувная лодка от «FLINC».

Текст: Павел ПРУДНИКОВ

**К**омпания «FLINC» завоевала признание потребителей именно тем, что с самого начала своего присутствия на отечественном рынке маломерных судов заняла весьма специфическую нишу. А именно – занялась производством исключительно гребных моделей надувных лодок. Причем за весьма короткий срок сумела стать настоящим лидером и даже законодателем стиля в классе «гребнушек» из ПВХ.

На сегодняшний день в модельном ряду компании имеется достаточное количество гребных лодок длиной от 2,4 до 3 метров, отличающихся, помимо размеров, комплектацией, а также наличием съемного транца для ПЛМ. Кроме этого, «FLINC» стала одной из первых российских компаний, освоившей самостоятельное производство air deck — надувного дна высокого давления. Однако моделей со стационарно установленным транцем до недавнего времени в её ассортименте не было, поэтому, когда меня позвали на окончательные ходовые испытания новой транцевой лодки от этой компании, я не смог оставить это приглашение без внимания.

Логично было бы предположить, что новая модель будет представлять собой ещё одну лодку класса «люкс», оснащённую всеми присущими этой категории надувных лодок компонентами и аксессуарами, но всё оказалось совсем не так просто. Как раз наоборот: предоставленную для тест-драйва модель никак иначе, кроме бюджетной, не назовешь. Причем не просто бюджетной, а сверхбюджетной. Однако данное обстоятельство нельзя рассматривать как недостаток. Наоборот, исходя из того, что расчетная розничная стоимость этой надувной лодки в 3,2 метра длиной не должна быть меньше 20 тысяч рублей, уже сейчас можно прогнозировать, что ее появление на рынке ожидает успех и популярность у конечных покупателей.

Сразу обращает внимание, что у новой модели явно прослеживаются «фирменные» черты, присущие всем лодкам компании «FLINC»: узнаваемый издали рубленый нос с небольшим углом подъема и логотипом на левой стороне, идущий поверх баллона через уключину леер. Исполнение даже для тестового образца весьма добротное. Относительно конструкции лодки, то здесь надо отметить следующие моменты. Лодка сделана плоскодонной, то есть не имеет



Надо заметить, что в отличие от других плоскодонных лодок здесь при движении не наблюдается существенного рысканья, скорее всего, это заслуга небольших плавничков, установленных на концах баллонов лодки.

Фото: Павел Прудников

не только надувного киля, но и угла килеватости на транце. Баллон диаметром 38 см разделен на три отсека переборками, лодка оборудована сдвижными «плавающими» банками и жесткими держателями транца. Но основной особенностью модели является возможность использования двух типов полов: жёсткого складного пола «книжка» из фанеры либо надувного пола высокого давления «air deck». Сразу же хочу предупредить возможные вопросы по поводу представленных в журнале фотографий с тест-драйва — так как показанные на них лодки были предназначены для ходовых испытаний, то их комплектация является неполной. Так, на них ещё нет ручек для переноски, рымов и некоторых других аксессуаров, которые будут штатно устанавливаться на серийных моделях.

Сначала мы решили испытать лодку, оборудованную надувным airdeck. Полностью привести её в рабочее состояние с помощью электропомпы удалось меньше чем за 10 минут: ведь для этого всего-то пришлось накачать три баллона, вставить внутрь кокпита и довести до рабочего давления airdeck, а затем установить в держатели банки и вёсла. Для теста был предоставлен четырёхтактный ПЛМ «Suzuki» максимальной для этой модели мощности в 6 л.с. Что касается поведения лодки под вёслами, то трудно ждать чего-то непредсказуемого от судна, над созданием которого работала компания, специализировавшаяся на производстве исключительно гребных моделей.

После запуска двигателя выявились следующие особенности эксплуатации. Обычно отсутствие киля не предполагает выход судна в режим глиссирования, но в данном случае из-за сочетания

небольшого веса лодки (вместе с airdeck немного больше 20 кг) и мощности двигателя в 6 л.с., с одним человеком она начинает двигаться в полуглиссирующем режиме (большая часть лодки оказывается приподнятой над поверхностью воды). Максимальная скорость судна с одним человеком без груза по GPS-навигатору составила 28 км/час. При этом надо отметить, что «FLINC 320» оказалась очень лёгкой в управлении, на изменение курса оказывали заметное влияние даже небольшие волны, поэтому направление движения постоянно приходилось корректировать двигателем.

Когда мы сели в лодку вдвоём, её поведение кардинально изменилось. Курсовая устойчивость стабилизировалась, и движение стало происходить в обычном для плоскодонных надувных лодок водоизмещающем режиме. Скорость при этом составила 24 км/час.

Надо заметить, что в отличие от других плоскодонных лодок здесь при движении не наблюдается существенного рысканья, скорее всего, это заслуга небольших плавничков, установленных на концах баллонов лодки, которые, кстати, ещё и защищают их от повреждения.

Что касается функциональности новой модели и её практического применения, то тест выявил следующее. Несмотря на небольшой размер судна, внутри кокпита вполне комфортно располагаются трое пассажиров или двое с большим количеством снаряжения. Сдвижные банки легко регулируются под габариты пассажиров для гребли и для управления ПЛМ, при этом в кокпите хватает места для удобного размещения остальных пассажиров. Кроме того, в носовой части кокпита имеется достаточно простран-



Фото: Павел Прудников

## Достоинства ТНЛ:

- небольшая цена;
- удобство и простота сборки;
- возможность иметь два комплекта пола и использовать их в зависимости от обстоятельств;
- малый вес;
- привлекательный внешний вид;
- возможность использовать двигатели небольшой мощности.

## Недостатки ТНЛ:

- неровность хода при двигателе максимальной мощности с одним человеком на борту;
- сильное брызгообразование из-под баллонов лодки при движении на максимальной скорости.

ства как для груза, так и для второго спиннингиста или охотника (если первый будет располагаться ближе к корме).

При проблеме выбора пола для комплектации лодки следует обратить внимание на следующие показатели. Airdeck хорош тем, что, во-первых, практически ничего не весит (в сравнении с фанерной палубой), во-вторых, удобен при сборке/разборке лодки. Также при необходимости срочных сборов, например под проливным дождём, его можно просто сдуть и оставить внутри лодки, а её саму быстро сложить. Кроме того, лодка с airdeck настолько лёгкая, что её в собранном виде легко поднять и перенести даже в одиночку. Но у airdeck есть и существенный недостаток: находиться в лодке стоя долгое время практически невозможно. И вовсе не потому, что он прогибается под весом человека — нет, хорошо накачанный airdeck практически не уступает в плотности фанере. Все дело в том, что лодка, сама по себе лёгкая и укомплектованная практически ничего не весящим полом, становится весьма неустойчивой для стоящего в ней человека. Зато сидеть в ней действительно комфортно. Так что если вы собрались троллинговать, а не кидать спиннинг в заброс, или рыбачить с поплавочной или другой снастью, работа с которой не требует частого вставания на ноги, то «FLINC 320» с airdeck подойдёт лучше других. То же самое касается и охотников — лично я привык охотиться на водоплавающую птицу, стоя в лодке, но

знаю, что многие стреляют и из положения сидя, так что это кому как нравится.

При установке в «FLINC 320» жёсткого пола из морской фанеры лодка становится гораздо более устойчивой, внутри кокпита можно беспрепятственно вставать и перемещаться в полный рост. На ходовых качествах это мало отражается: максимальная скорость с одним человеком на борту составила 27 км/час, но при этом судно держало курс более ровно.

Таким образом, из преимуществ жёсткого пола перед airdeck считаю необходимым указать только лучшую устойчивость, из недостатков — увеличение веса лодки и более кропотливый процесс сборки/разборки лодки.

Относительно выбора оптимального для этой модели двигателя. Моё мнение таково: ПЛМ мощностью 5–6 л. с. следует специально приобретать только в том случае, если вы имеете чёткую уверенность, что всегда в лодке кроме одного водителя будет находиться ещё пассажир и груз. Когда лодку приобретают, что называется, для себя, вполне достаточно будет бензинового двигателя мощностью от 2 до 4 л. с. или даже электромотора. По крайней мере, троллинговать с успехом можно и на трехсильном двигателе.

Итог. Новая модель надувной лодки от компании «FLINC» по сути, является весьма удачным компромиссом для человека, у которого недостаточно средств на приобретение новой лодки такого же размера, но более высокого класса, и нового двигателя максимальной мощности

под этот размер (8–10 л. с.), а покупать совсем бюджетный вариант он не хочет. Эта модель также хорошо приспособлена для нахождения в спокойных закрытых водоёмах, где не бывает большого волнения и не приходится бороться с сильным течением. Таких рек и озёр много в средней полосе России — там нет нужды в высокой скорости передвижения, а, в первую очередь, требуется комфорт.

Несмотря на то, что «FLINC 320» — бюджетная модель, качество и аккуратность исполнения остаются точно такими же, как если бы это была модель класса «люкс». Многие потребители не понаслышке знакомы со строгими техническими условиями, по которым работает компания «FLINC». Также надо отдать должное и весьма грамотному подходу специалистов и конструкторов компании к выводу на рынок новой линейки транцевых лодок. Это эволюционный, а значит, естественный и правильный путь развития, когда сначала налаживают и до конца отработывают систему производства одного класса лодок, а уже потом создают хоть и концептуально новую, но тем не менее, как бы плавно продолжающую собой весь существующий ряд модель. Что позволило не только реализовать в ней лучшие достижения компании, но и заложить прочный фундамент для дальнейшего развития. Хочется еще заметить, что появление такой бюджетной моторной лодки именно сейчас более чем обосновано с экономической точки зрения. **823**



## СОВРЕМЕННЫЕ НАДУВНЫЕ ЛОДКИ

www.flinc.ru  
e-mail: info@flinc.ru

Серия современных гребных лодок компании «FLINC» обладает репутацией удобных и качественных и пользуется большой популярностью на рынке маломерных судов. Характерные особенности лодок: легкий ход на веслах, прекрасная маневренность, легкость, простота сборки и удобство транспортировки. Лодки «FLINC» предназначены для рыбалки, охоты, туризма и отдыха. В их конструкции и комплектации были учтены пожелания и опытных охотников и рыбаков.

Широкий модельный ряд лодок длиной от 2,4 до 3,2 метра, а также разнообразная комплектация позволяют подобрать оптимальный вариант для каждого покупателя. Корпус лодок «FLINC» выполнен из немецкой лодочной ПВХ ткани «HEYTEX» плотностью от 650 г./см.кв. и выше в особо ответственных зонах. Различные варианты конструкции «палубы»: спани из «морской» фанеры, фанерный пол-книжка, вкладная надувная палуба высокого давления - аирдек (модели с индексом «А»). В зависимости от модели, лодки комплектуются фиксированными банками (сиденьями), или подвижными (модели с индексом «L»), а также навесным транцем (индекс «Т»). В комплект каждой лодки входит разборные весла, ножная помпа 5л или 6,5л (в зависимости от модели), ремкомплект и удобный, функциональный рюкзак. Грузоподъемность всех гребных моделей лодок до 225 кг (не требуется регистрация). Транцевые лодки моделей FT320L и FT320LA позволяют уверенно глиссировать на моторах 4-5лс, что особенно удобно, если учесть, что такие моторы достаточно недороги и не требуют наличия удостоверения на управление маломерными судами. Применение в производстве лодок «FLINC» самых современных материалов и компонентов позволило сделать их максимально легкими и компактными в свернутом состоянии, без потери эксплуатационных качеств. Компания «FLINC» предоставляет расширенную до 5 лет гарантию на ПВХ ткань и швы корпуса лодки.

FT320L / FT320LA

**НОВИНКА**



3,2	1,38	0,39	320	24/21	2	3	6

F300TL / F300TLA



3,0	1,3	0,37	220	19/18	2	2+1	3,5

F280T / F280TL



2,8	1,3	0,36	220	16	2	2	3,5

F280TLA



2,8	1,3	0,36	220	16	2	2	3,5

F280/F280L



2,8	1,3	0,36	220	15	2	2	

Для моделей лодок F280 -F300 -F320 предусмотрено надувное днище аирдек легкое и компактное, которое можно использовать и в качестве Туристского коврика.



F260



2,6	1,24	0,34	170	14	2	1+1	

F240L



2,4	1,24	0,34	170	8	2	1	




Упаковка лодки FLINC удобна и компактна

BOATMASTER



3,0	1,37	40	220	24	2	3	4

A photograph of a white motorboat in a workshop. The boat is the central focus, with a blue and white seat cover on the back. The background shows other boats and a person working in the distance. The lighting is bright, coming from large windows.

# Комфортабельность, надежность, безопасность...

...так, пожалуй, наиболее коротко, но емко, можно охарактеризовать продукцию компании — стеклопластиковые малотоннажные суда, выпуску которых отдано более 7 лет. Но работа и поиск продолжаются: качество продукции постоянно повышается, чему не в последнюю очередь способствует использование последних технических и технологических достижений в отрасли.



Фото: Компания «Саитов»

**К**оманда мастеров компании постоянно занята усовершенствованием имеющихся моделей катеров, а также находит время и для разработки новых. Стремление предприятия работать в наиболее широком спектре и удовлетворять потребности всех потребителей, позволило в настоящее время начать производство водного велосипеда «Крузиз».

Процесс создания судов из стеклопластика не прост, он требует серьезных знаний, навыков и оснащенности. Стеклопластиковые лодки и катера, а также сопутствующие к ним товары изготавливаются методом ручного формования в матрице, при использовании финских гелькоутов, импортных стекломатериалов и полиэфирной смолы. Все изделия имеют блоки плавучести, обеспечивающие их непотопляемость при заполнении водой.

Производимый сегодня достаточно широкий ассортимент продукции — это своего рода показатель и высокой ответственности работающих на производстве. Поэтому каждый клиент может быть уверен, что подберет для себя тот единственный и такой нужный именно ему катер. А выбрать есть из чего. Это — моторные катера «Нептун-400», «Посейдон-500», «Посейдон-570» под подвесные моторы мощностью от 60 до 150 л.с., моторные лодки — «Спорт», «Таймень», «Посейдон-400» под подвесной мотор мощностью от 5 до 30 л.с.

Так что уверенно и определенно можно сказать: сегодня выпускаемая нашим предприятием продукция охватывает интересы достаточно широкого круга потенциальных потребителей. Это суда для путешествий, отдыха, туризма, рыбалки и охоты, проведения спортивных мероприятий на воде. Ценовая политика ориентирована на российского потребителя. При одинаковых параметрах, катера производства ООО «Саитов» в разы ниже по стоимости зарубежных аналогов.

Все это, безусловно, знает и учитывает наш клиент. А нетребовательным его не назовешь. Поэтому для нашей компании очень важно его мнение, ведь сегодня ООО «Саитов» — один из крупнейших отечественных производителей стеклопластиковых катеров и лодок. А о том, чтобы «сбавить обороты» и речи быть не может: слишком дорогим и достигнутым, и нашими клиентами.

Опыт и мастерство сотрудников предприятия, накопленные за годы продуктивной и востребованной работы, позволяют создавать такие изделия, которые отвечают всем требованиям и желаниям покупателей. Их мечта, уверены, нашла свое воплощение в катерах и лодках, разработанных на производстве ООО «Саитов».

# САИТОВ

## ПРОИЗВОДСТВО

### Стеклопластиковые катера, лодки, водные велосипеды

Для рыбалки и  
охоты. Отдыха  
туризма и  
путешествий

### Широкий ассортимент маломерных судов под подвесные моторы от 5 до 150 л.с.



**ООО «Саитов»**  
612990, Кировская обл., г.Сосновка,  
ул. Заводская, д. 34  
факс +7 (83334) 32114, тел. 31151  
моб. +7 912 3678520

[www.saitov-kater.ru](http://www.saitov-kater.ru)  
e-mail: [info@saitov-kater.ru](mailto:info@saitov-kater.ru)



# Стеклопластиковые ЛОДКИ:

## ПРОЧНОСТЬ, ЛЕГКОСТЬ И НАДЕЖНОСТЬ В ЭКСПЛУАТАЦИИ

Стеклопластик сегодня является, пожалуй, самым распространенным и популярным композиционным материалом. И многие отрасли современной промышленности без его применения представить просто невозможно. Используется он, и достаточно широко, в изготовлении корпусов лодок и катеров. Прочность, легкость и повышенная водостойкость — вот те основные характеристики, которые сделали этот материал, по сути, незаменимым в сегменте производства маломерных судов.





**И** показательным здесь является тот факт, что в настоящее время около 90% зарубежного малотоннажного флота составляют лодки, катера, яхты с корпусами из стеклопластика. Технологии армированных пластиков прочно зарекомендовали себя и в российской практике серийного малотоннажного судостроения.

Российские производители лодок и катеров на протяжении уже целого ряда лет довольно успешно и активно развивают это перспективное направление, используя все то новое, что появляется в сфере разработок, связанных с изготовлением корпусов лодок и катеров из стеклопластика.

Прочность ракетного двигателя. Именно так, без какого-либо преувеличения, можно охарактеризовать этот столь важный показатель материала: стеклопластик используется для изготовления ракетных двигателей. И последние, безусловно, подвергаются гораздо большему внешнему воздействию, нежели корпуса лодок или катеров. Перечень положительных характери-

стик можно продолжить. К упомянутым выше можно добавить такие параметры как высокую жесткость и абсолютную коррозионную стойкость. Армирующая сетка эффективно препятствует распространению локальных трещин в корпусе. Отличают стеклопластик (особенно в трехслойном исполнении) высокие термоизоляционные свойства, он также хорошо поглощает шумы и вибрации.

Что еще следует отметить, так это то, что если вдруг понадобится произвести ремонт корпуса, то и в этом случае особых проблем не возникнет. Например, незначительные трещины просто заделываются изнутри смолой, с наложением «заплат» из листа стеклоткани. У такого ремонта есть одна, достойная упоминания, особенность: после проведенной операции прочность конструкции только усиливается, способствует этому дополнительно наложенные слои стеклопластика.

Все лучшее — к вашим услугам. Сегодня эта фраза вполне могла бы стать девизом ведущих российских компаний-производителей маломерных судов из

стеклопластика. И в этом нет и толики преувеличения — вся их деятельность нацелена на удовлетворение запросов даже самых притязательных клиентов.

Петербургское предприятие ОАО «Судоверфь «СТРИНГЕР», работающее на рынке судостроения более 15 лет, понятное дело, исключением здесь не является. Сотни маломерных судов из стеклопластика под маркой компании уже проверены в работе по всей России, в СНГ, в Восточной и Западной Европе, используются как частными владельцами, так и государственными организациями и службами. Все созданное можно (да, пожалуй, и нужно) рассматривать как результат последовательно проводимого курса на постоянное развитие и наращивание производственных мощностей и, что немаловажно, на внедрение и продвижение собственных проектных разработок. Оригинальные конструктивные решения, как правило, защищаются патентами, а вся продукция проходит обязательную сертификацию безопасности в Госстандарте.

Модельный ряд, выпускаемой в настоящее время продукции, составляют лодки длиной от 2,5 до 8,5 метров самого различного назначения: для рыбалки и охоты, путешествий и прогулок, работы и отдыха.

Качество всегда первично. Стеклопластиковые корпуса лодок «Стрингер» изготавливаются из высококачественных материалов ведущих мировых производителей с соблюдением всех надлежащих норм и правил технологического процесса, поэтому вся продукция, выпускаемая фирмой, соответствует всем принятым российским и европейским стандартам. Под данным соответствием, помимо всего прочего, подразумевается и то, что все лодки обладают превосходными мореходными качествами, продуманным дизайном, надежны в эксплуатации и отвечают современным требованиям безопасности. А индивидуальный подход специалистов компании к запросам каждого клиента дает возможность укомплектовывать лодки дополнительным оборудованием в соответствии с высказанными пожеланиями.

Рекомендации профессионалов лишними не бывают. А иными словами, что хотя стеклопластик, из которого изготавливаются корпуса лодок, достаточно устойчив к воздействию среды и способен многие годы сохранять прочность, водонепроницаемость и презентабельный внешний вид, необходимо помнить о выполнении некоторых несложных правил, способствующих продлению сроков службы изделия.

Чистота — «залог здоровья» корпуса лодки: его регулярно следует осматривать и удалять с поверхности песчано-грязевые наслоения, используя при этом нейтральные моющие средства. Металлические щетки, скребки, применение ацетонсодержащих агентов не просто нежелательно, а исключено.

Следует периодически просушивать межсекционное пространство, отвинчивая сливную пробку. Своевременное устраняя повреждения корпуса, особенно в местах, подвергающихся наибольшему нагрузкам — вблизи подключин, транцевой доски, вдоль килей. При длительных перерывах в эксплуатации лучше хранить лодку

в закрытом помещении или под навесом, защищающим от осадков, предварительно вымыв и тщательно высушив корпус и межсекционное пространство. Правила, в общем-то, несложные.

К тому же, как известно, каждая вещь требует ухода, который, что тоже не новость, продлевает сроки ее службы.

Вместо резюме. Итак, если коротко попытаться суммировать все преимущества, к плюсам владения маломерным стеклопластиковым судном можно смело отнести: его малый вес, непотопляемость, достаточную для того, чтобы затопленная лодка с людьми и легким мотором могла оставаться на плаву. Корпус ее, что очевидно, не набухает от воды и при хорошем качестве наружного слоя пластика не нуждается в окраске, сроки службы тоже впечатляют — 20–25 лет, которые, при хорошем уходе можно и продлить.

Так что, для тех, кто любит рыбалку, охоту и водные путешествия, стеклопластиковые лодки и катера, приспособленные к любым климатическим и погодным условиям, несомненно будут удачным выбором. **БЗ**



## Крупнейший в Санкт-Петербурге производитель гребных и моторных лодок из стеклопластика длиной от 2.5 до 8.5 м

196641 Санкт-Петербург, пос.Металлострой, промзона "Металлострой", дорога на Металлострой, д.5, лит.Ж  
(812) 464-42-05, (812) 331-88-18, stringerltd@list.ru, www.stringerboat.ru

### СТРИНГЕР - 415



Гребная однопарная лодка.  
Длина 4.15 м. Ширина 1.55 м. Вместимость 4 чел.  
Рекомендуемая мощность мотора до 8 л.с.  
Стандартная комплектация: весла.

### СТРИНГЕР - 265



Автомобильная лодка (картол).  
Длина 2.65 м, ширина 1.10 м. Вместимость 3 чел.  
Рекомендуемая мощность мотора до 3 л.с.  
Стандартная комплектация: весла, банка.

### СТРИНГЕР - 510



Моторная лодка. Длина 5.10 м. Ширина 2.00 м. Вместимость 5 чел.  
Рекомендуемая мощность мотора от 60 до 115 л.с.  
Стандартная комплектация: рулевое управление, комплект диванов, электрооборудование, тент.

### СТРИНГЕР - 550



Моторная лодка с надувным бортом (RIB). Длина 5.50 м. Ширина 2.20 м. Вместимость 8 чел. Рекомендуемая мощность мотора от 40 до 150 л.с.  
Стандартная комплектация: рулевое управление, мачта, комплект диванов, электрооборудование, весло.

# 25-28 мая 2010



## СПОРТ. ОТДЫХ ОХОТА. РЫБОЛОВСТВО



Россия, 664050, г. Иркутск, ул. Байкальская, 253-а  
Тел.: (3952) 352-900, 352-239,  
факс: (3952) 358-223, 353-033

[www.sibexpo.ru](http://www.sibexpo.ru)



# SIBEXPO CENTRE

## Летающая моторная лодка

[www.techvesti.ru](http://www.techvesti.ru)

Rudy Neeman, изобретатель из Новой Зеландии, выставил на интернет-аукцион Trademate результат своего десятилетнего упорного труда — моторную лодку на воздушной подушке, которая умеет летать. Изобретение, получившее название WIG (Wing In Ground Effective Vehicle) — обычная моторная лодка при движении на скорости до 70 км/час, но стоит ей только разогнаться, и она сможет взлететь над поверхностью воды. Подняться высоко в небо, конечно, не удастся, но 3 метра над поверхностью воды — уже отличный результат!

Конструкция летающей лодки на первый взгляд несложна: лодка на воздушной подушке оборудована съемными крыльями, 1,8-литровым мотором и рулевым управлением



от скутера. На одном баке топлива WIG может пролететь по воздуху более 225 км.

Нееман тщательно протестировал свой плавуче-летающий гибрид, налетав на нем 75 часов. Примечательно, что специальных

летних разрешений для этого ему не понадобились, так как гибрид классифицировали как плавающее судно. Теперь же Rudy Neeman ищет нового владельца для WIG, планируя продать его за \$14 000 тыс. **23**

## Новые модели спиннингов Dynamic Twitch Special

[www.ribakudachi.ru](http://www.ribakudachi.ru)

Массовое увлечение рыбаков России ловлей на воблеры рывковыми методами, в частности, твичингом, потребовало создания специальных спиннингов для проводки упористых приманок.

Для этой цели предназначены три новые модели Dynamic Twitch Special, выпущенные на рынок в 2010 году. Они дополнили уже существующую линейку Dynamic TS. Модель DY-68L создана специально для жёсткого, агрессивного твича лёгких приманок и подойдет для ловли щуки или других крупных рыб, ловли на вращающиеся и колеблющиеся блёсны, джиг. Модель DY-68M — спиннинг более жёсткий и «злой», обладает уверенной проводкой упористых приманок, более точным забросом и легкостью управления. Может с успехом применяться для ловли щуки в сложных условиях, а также с форсированным вываживанием — ловли в зарослях травы, корягах. Наконец, DY-71 ML — специализированный спиннинг для ловли на приманки соответствующей весовой группы. Уверенно работает с приманками, начиная от 4 гр.

Заметим, что все новые Dynamic Twitch Special имеют точно такую же рукоять, как и предшественники, а «фирменный» дизайн серии остался неизменен. **23**

## Уникальный бренд — уже легенда

Источник: No Limits

Большие приключения сочетаются с вызовом природе и риском. Продукция бренда NO LIMITS сделана по QST технологии в Италии и предлагает отличное качество для людей, любящих адреналин и требующих от одежды и термобелья больших функциональных возможностей и качества. И, конечно, комфорт. Термобелье NO LIMITS с технологией QST прошло длительную проверку в различных погодных условиях: команда тестирования сопровождала норвежских исследователей в ледниках Северного полюса, сотрудничала со специальными отделами итальянской армии и с Министерством Гражданской Защиты. Результатом стало создание технологии IN-OUT TECHNOLOGY, не только воспроизводящей поведенческие качества кожи человека, но и превосходящей их.



Технология IN-OUT TECHNOLOGY состоит из: DOUBLELAYER — особой двухслойной ткани, которая при сильном потоотделении выводит избыток тепла с первого слоя волокон и переносит его на второй — наружный слой со специальным покрытием EXPANDER, где происходит дальнейшее испарение влаги в окружающую среду. Таким образом, эта технология позволяет избежать переохлаждения тела, которое часто происходит при больших физических нагрузках, даже несмотря на благоприятные погодные условия. При низких температурах тепло, выделяемое телом, не испаряется, а остаётся между двумя слоями ткани, создавая защиту от холода.

Ткани, созданные по технологии POWER DISPENSER и POWER COMPRESSION, обладают компрессионным эффектом, что ускоряет кровообращение и способствует более быстрому насыщению крови кислородом, а также ускоряет дренаж молочной кислоты, которая образуется в мышцах при их активной работе. Это позволяет не перегружать отдельные группы мышц и расходовать энергию более равномерно.

Термобелье NO LIMITS QST является не только высокотехнологичными, но и очень комфортными. Также, оно имеет антибактериальные свойства, обладает высокой износостойкостью и не натирает, благодаря плоским швам (FLAT SEAMS).

Последняя технологическая новинка NO LIMITS — это вставки из RESISTEX SILVER, особого 100% натурального волокна, которое позволяет равномерно распределять тепло, повышает водостойкость ткани, отражает статическую и электромагнитную энергию и UVA лучи, препятствует увеличению роста бактерий и сохраняет позволяет сохранять все вышеперечисленные свойства ткани даже после многочисленных стирок. **23**

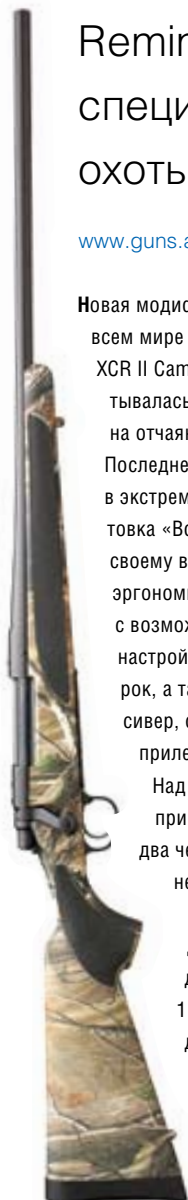
## Remington 700 специально для ОХОТЫ

[www.guns.arsenalnoe.ru](http://www.guns.arsenalnoe.ru)

Новая модификация популярной во всем мире модели Remington 700 XCR II Camo Bone Collector разрабатывалась для молодых и готовых на отчаянные поступки охотников. Последнее относится к охоте в экстремальных условиях. Винтовка «Bone Collector» предлагает своему владельцу улучшенную эргономику, спусковой механизм с возможностью индивидуальной настройки усилия нажатия на курок, а также цилиндрический ресивер, обеспечивающий плотное прилегание в ложе приклада.

Над логотипом, украшающим приклад и изображающим два черепа, поработал дизайнер Майкл Уэддэл.

Характеристики модели: длина ствола — 24 дюйма, шаг нарезки — 1:10", общая длина — 44,5 дюйма, калибр — 30–06 Springfield. Стоимость модели 700 XCR II Camo Bone Collector в США — \$1063. **23**



## Серия «На костях»

[www.sniper.ru](http://www.sniper.ru)

Компания Walker's Game Ear, имеющая более чем двадцатилетний опыт производства специализированных усилителей звука для охотников и средств для защиты слуха для спортсменов–стрелков, выпустила новую, «несерьезную», ориентированную на молодежь серию «Bone Collection». Серия состоит из трех термосов различной вместительности и дизайна, а также защитных наушников и очков. Ее отличительной особенностью является ярко-зеленый окрас наушников и логотип с черепами человека и оленя на каждом изделии. Стоимость новинок — от \$19,99 за миниатюрную конструкцию до \$129,99 за наушники с цифровой регулировкой звука. Последние представляют особый интерес, поскольку ориентированы на самых взыскательных клиентов. Так, уровень снижения громкости звука составляет 24 дБ. При этом уровень усиления определенных частот (настроенных на голос человека) — 9x. Наушники имеют два микрофона с высокой чувствительностью и полностью независимую регулировку установок для каждого уха. **23**

## Защищенный сотовый телефон для рыболовов

[www.fishing.perm.ru](http://www.fishing.perm.ru)

Американская компания Sonim Technologies Inc. полностью русифицировала и сертифицировала защищенные мобильные телефоны Sonim XP1 и Sonim XP3 для продажи в России.

На сегодняшний день, это единственный телефон, спроектированный для удовлетворения потребностей людей, работающих под открытым небом, и любителей активного отдыха на природе: он не дает сбоев при резких перепадах температуры (диапазон температур от –20 до +60 С), не отказывает под воздействием природных условий, при попадании жидкости, устойчив к ударам и падениям. Интересно, что на их корпус этих моделей дается пожизненная гарантия. На сегодняшний день розничная цена на Sonim XP1 составляет около 9 600 руб., а на Sonim XP3 — 18 200 руб. **23**



## Рыба-робот охраняет окружающую среду

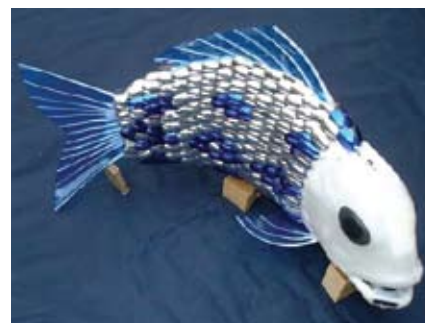
[www.techvesti.ru](http://www.techvesti.ru)

Ни для кого не секрет, что индустриализация пагубно влияет на мировую экологию, загрязняет атмосферный воздух, земельные и водные ресурсы. Научные работники Университета Эссекса (The University Of Essex) пробуют изменить ситуацию в лучшую сторону. Их усилиями был создан робот в виде рыбы, названный G8 и оборудованный химическими датчиками для обнаружения очагов загрязнения в водоемах, с последующей передачей координат очага в центр контроля по Wi-Fi.

В отличие от предыдущих роботов–рыб, оснащенных дистанционным управлением, последние роботы оснащены датчиками, они полностью автономны и имеют основы искус-

ственного интеллекта. Используя GPS, роботы могут также возвратиться к центру контроля, чтобы оставить информацию, а также перезарядить свои батареи. G8 равен 50 см в длину, 15 см в высоту, и 12 см в ширину. Тело рыбы состоит из нескольких частей, способных извиваться и совершать маховые движения плавниками и хвостом из стороны в сторону. Предыдущие поколения роботов рыб имели поплавки из пенопласта, управлялись по проводам.

На сегодняшний день рыба-робот может похвастаться максимальной скоростью плавания в автономном режиме с избеганием столкновений — 1,8 км/час, однако основную часть времени робот плавает вдвое медленнее, и заряда



аккумулятора хватает на 5 часов. Серьезным препятствием в использовании роботов может стать высокая стоимость исследовательских работ и самих роботов. **23**

По материалам Евгения БАРАНОВА, менеджера проектов  
Агентства интернет-маркетинга «Широкий взгляд»



# Как создать интернет-магазин для охотников и рыболовов?

В настоящее время слово «интернет-магазин» звучит довольно часто. У многих компаний он есть, многие хотят его сделать. Кто-то строит свой бизнес только на продажах через интернет, кто-то создает виртуальный магазин, отдавая дань моде. С чего начинать и чего не нужно делать при создании интернет-магазина рыболовных принадлежностей? Какова стоимость работ над его созданием? На эти и другие вопросы мы ответим в данной статье.



**Н**а сегодняшний день практически каждая уважающая себя компания, в том числе и предприятия, специализирующиеся на производстве и реализации рыболовных принадлежностей имеет свой собственный сайт, имиджевый или информационный. Также многие компании, основой деятельности которых являются реализация каких-либо товаров или услуг, создают мощный инструмент для продаж: интернет-магазин. Существуют готовые системы управления интернет-магазинами, именуемые движками, или CMS (как от малоизвестных фирм, так и от именитых производителей). Нужно помнить одно: только полностью продуманное техническое задание будущего интернет-магазина рыболовных принадлежностей, нацеленное на конкретные задачи может дать желаемый результат.

В настоящее время из-за сложившейся экономической обстановки в мире, в условиях кризиса и сокраще-

ния издержек на содержание реальных магазинов, существенно увеличилась конкуренция в продвижении интернет-магазинов. Если раньше увеличению продаж способствовало наличие возможности заказа услуг и товаров, то теперь требуется детальное изучение целевой аудитории, ее интересов. А это уже качественно новый уровень.

Поэтому мы будем говорить не просто о создании сайта с определенным товаром (морышки, блесны, удилица, лодки), а об интернет-магазине как полноценном инструменте продаж и источнике маркетинговых данных. Правильный интернет-магазин предоставляет владельцу информацию о поведении посетителей на сайте, о товарах, которыми они заинтересовались. Данные о том, с каких страниц они ушли, и о страницах, где задержали свое внимание — все это оказывает огромную помощь в оценке покупательной способности и принятии ценовой политики компании.

Первое, о чем спросят вас в любом агентстве интернет-маркетинга на этапе обсуждения будущего интернет-магазина рыболовных принадлежностей — о целевой аудитории. Кто ваш потенциальный покупатель? Где он живет? Что ему нужно и чего он ожидает от вас?

В процессе анализа семантического ядра можно сделать предположение о целевой аудитории. В дальнейшем, анализируя статистику работы интернет-магазина, образ посетителя сайта корректируется. Пример одного из наших проектов. Посетителей делим на женщин и мужчин. Мужчины заходят на сайт больше, но женская аудитория проявляет больший интерес к продукции. Посетителей в возрасте от 25 до 34 лет заходит больше, но более активна аудитория в возрасте от 18 до 24 лет. И действительно, формат сайта ориентирован в равной степени на парней и девушек 18–24 лет.

Определение целевой аудитории — это долгий и сложный процесс, в нем принимают участие заказчики сайта, разработчики, а также учитываются данные анализа статистики. В результате мы разговариваем на одном языке с посетителями и понимаем друг друга.

## ОСНОВНЫЕ МОМЕНТЫ

В начале работы будущему владельцу рыболовного интернет-магазина нужно оценить объем товара. Во-

обще, интернет-магазины можно разделить на три группы:

- маленькие — до 1000 единиц товаров,
- средние — до 10000 единиц,
- крупные — свыше 10000 единиц.

От количества товаров зависит изначальное проектирование программной и серверной части. Под крупный проект требуется свой сервер, а иногда и не один. Под маленький достаточно обычного хостинга. Хостинг — это услуга по предоставлению дискового пространства для физического размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети интернет. Хостинг — это малая часть сервера, соответственно, вычислительные мощности сервера делятся на всех клиентов. Иногда этой доли мощности не хватает и требуется приобрести собственный сервер. Безусловно, разница в цене за содержание сервера и специалиста по обслуживанию отличается в десятки раз по сравнению со стоимостью хостинга.

Существенным фактором в работе Интернет-магазина является доставка товаров. Хотя это не имеет прямого отношения к созданию сайта, однако нужно помнить, что представители курьерской службы или транспортной компании — это единственные люди, лично взаимодействующие с покупателем. Во многом от качества их работы зависит и дальнейшее сотрудничество с вашим интернет-магазином. Качественная работа — это доставка товаров по городу в день поступления заказа.

## СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ

На сегодняшний день существует множество систем оплаты. Самый распространенный способ — наличные деньги. А также популярны банковские переводы. Многие процессинговые центры, компании обеспечивающие информационное и технологическое взаимодействие между участниками расчетов или осуществляющие процессинг пластиковых карт, предлагают интернет-магазинам услуги оплат с помощью кредитных карт. Но, как показывает практика, пока не многие пользуются этим видом оплаты. Существует еще способ оплаты электронными деньгами. Этот способ больше подходит владельцам рыболовных интернет-магазинов.

Для сегмента рынка туризма и рыбалки мы рекомендуем остановиться на наличном расчете с курьером, банков-

## Комментарии специалистов:

**Иван ПОЛЯКОВСКИЙ, технический директор компании по созданию интернет-сайтов «Творцы!», г.Москва:**

— При создании собственного сайта рекомендую выделить в центральном меню пункт «Отзывы», который будет содержать такие ценные сведения, как отзывы посетителей сайта о конкретных товарах вашего интернет-магазина — различных моделях лодок, воблерах, балансирах и пр. Отзывы других потребителей могут человеку сформировать мнение не только о конкретном товаре, но и о продавце и принять решение: сотрудничать с ним или нет.

**Максим ТИТЬКО, PR-менеджер магазина «Рыболов-Турист», г.Магадан:**

— Необходимо отметить одну деталь — очень важно, чтобы ваш сайт всегда был в первых строках любых поисковых систем. Для этого нужно не мелочиться на технической поддержке, регулярно обновлять сайт информационными материалами. На сегодняшний день — это реальный механизм развития вашего интернет-магазина рыболовных принадлежностей.

**Юрий КОРОСТЕЛЕВ, профессиональный рыбовод, серебряный призер ряда Чемпионатов Свердловской области по летней рыбалке, г. Екатеринбург:**

— Интернет-магазины рыболовных принадлежностей — реальный шаг в сторону потребителей. Теперь можно заказывать любую снасть, прямо не выходя из дома или офиса. Нет необходимости слоняться по магазинам в поисках новых моделей мормышек или крючков. Достаточно просто набрать в поисковике нужный запрос и перед вами высветится целый ряд интернет-магазинов, предлагающих тысячи приманок! Соответственно, нужно только назвать адрес и ждать курьера.

ском переводе и кредитных картах. Другие системы платежей пока что не вызывают доверия. Участились случаи воровства денежных средств с электронных платежных систем, и без особой необходимости лучше не прибегать к ним.

Самым важным моментом в работе любого интернет-магазина, в том числе и рыболовного, является реакция менеджеров по продажам на поступающие заказы. Менеджер должен моментально уведомить покупателя о том, что принял его заказ и передал в обработку. Так можно оградить покупателя от дальнейшего поиска. Часто правильная и уверенная консультация играет решающую роль в совершении покупки. В своих проектах мы разрабатываем системы обработки заказов в помощь менеджерам. Заказы могут распределяться по сотрудникам магазина, могут иметь статусы, например: «новый», «в работе», «выполнен». Таким образом, ни один заказ не останется незамеченным. В Интернет-магазине рыболовных принадлежностей мы рекомендуем пользоваться передовыми технологиями связи, такими как ICQ, Skype, социальные сети и др.

### НАЛИЧИЕ ТОВАРА

Владельцу интернет-магазина важно быть честным перед посетителями, тогда у него появится доверие к магазину. Очень часто товар представлен на сайте, а в наличии его нет, или цена на сайте не соответствует цене при осуществлении заказа. Как решить эту проблему? Можно не показывать товар, которого нет в наличии. Либо написать, что товар временно отсутствует, но при этом указать сроки появления на складе и дать рекомендации приобрести похожий товар. Таким образом, владелец интернет-магазина постарается удовлетворить потребности покупателя.

Очень полезно увязать номенклатуру на сайте интернет-магазина с бухгалтерскими или складскими программами. Такой индивидуально разрабатываемый модуль помогает информировать посетителей о наличии товара и его цене. В процессе работы магазина цена на товар может изменяться в зависимости от курса валюты, поступления новой партии продукции и т.д. Эти цены меняются в складских программах, а далее автоматически цена меняется на сайте. В этом случае вы можете быть уверены, что посетитель

видит правильные цены. Достаточно изменить их в бухгалтерских программах, и они тут же меняются на сайте.

В нашей практике был клиент, который попросил, чтобы карточка товара в бухгалтерской программе содержала описание и фотографию товара. Таким образом, каждый день сайт автоматически создавался заново, что исключало ошибки в наличии товара, его цене, количестве. Магазин давал гарантию посетителю, что все, что тот видит на сайте, можно купить. Это важный момент.

### ВНАЧАЛЕ БЫЛО СЛОВО

Именно со слов, а точнее, с ключевых слов и начинается создание вашего проекта. Семантическое ядро — это ключевые слова и фразы по заданной тематике и наиболее полно ее охватывающие. Определение этого ядра — очень важный этап подготовки к созданию сайта интернет-магазина и обязательен для всех. Оно позволяет максимально точно отобрать запросы, которые чаще всего задают пользователи для поиска информации на требуемую тематику. С помощью правильно составленного семантического ядра мы сможем узнать, сколько посетителей будет заходить на сайт, оценить сезонность спроса на товар. Семантическое ядро оказывает помощь в составлении структуры каталога товаров будущего рыболовного интернет-магазина.

Важно помнить, что запросы посетителей в поисковых системах делятся на коммерческие и информационные. Например, запрос «купить мормышки, удилще» коммерческий, а «мормышки отзывы рыболовов» информационный. В чем разница? В первом случае человек ищет, где купить удочку или мормышку, во втором — хочет почитать отзывы от другого рыболова. Поэтому отзывы о товаре, живой форум, интересные статьи о снаряжении в области туризма и рыбалки являются очень важными для сайта интернет-магазина. Но это потребует больших трудовых затрат по содержанию такого рода разделов и должно рассматриваться в рамках дальнейшего плана маркетингового продвижения.

### ОТКУДА ПРИХОДЯТ ПОСЕТИТЕЛИ НА САЙТ?

По данным сервиса Liveinternet.ru, существует следующая статистика переходов на сайт для интернет-магазинов:





Самым важным моментом в работе любого интернет-магазина, в том числе и рыболовного, является реакция менеджеров по продажам на поступающие заказы. Менеджер должен моментально уведомить покупателя о том, что принял его заказ и передал в обработку. Так можно оградить покупателя от дальнейшего поиска. Часто правильная и уверенная консультация играет решающую роль в совершении покупки.

- из поисковых систем, по контекстным объявлениям в результате запросов в поисковых системах или сети сайтов, разместивших у себя данные объявления (60–70%);
- прямые заходы из адресной строки браузера (10–20%);
- по ссылкам на сайтах, форумах, по баннерам на сайтах (5–15%).

Как видим, сегодня основная масса посетителей приходит на сайт из поисковых систем, что обусловлено простотой доступа к информации. Именно поэтому, создавая интернет-магазин, важно удовлетворить всем требованиям поисковых систем, дабы они способствовали привлечению потенциальных покупателей. Часто на сайтах размещают тексты, не несущие никакой важной информации посетителям, а иногда и вообще нечитабельные. К сожалению, это и есть попытка договориться с поисковыми системами, у которых нет «глаз», и донести, о каком товаре идет речь. Однако такие тексты просто необходимы для дальнейшего продвижения.

Следует уделить внимание релевантным страницам, то есть соответствию результата поиска поисковой системы странице вашего сайта. Релевантными называют те страницы, которые удовлетворяют поисковую систему по данному ключевому слову. Они сообщают пользователю, что по данному слову поисковая система выбрала именно эту страницу сайта, как наиболее подходящую. Очень важно, чтобы ваше мнение о релевантной странице совпадало с мнением поисковой системы. Иначе вы друг друга не поймете, и поисковая система не будет работать на вас. В результате вы лишитесь львиной доли поискового трафика, то есть посетителей. Задача проектировщиков в самом начале разработки сайта состоит в том, чтобы предугадать поведение

поисковой машины, выдержать баланс между требованиями поисковой машины, желанием заказчика сайта и удобством пользования посетителями.

### КАК НЕ СДЕЛАТЬ ОШИБКУ?

Мы указали на некоторые пробелы в понимании клиентом того, с чего начинается создание качественного интернет-магазина, в том числе и рыболовного. Но не затронули техническую сторону вопроса, так как она ложится на плечи разработчиков и не требует участия заказчика. Главное — это грамотный подход к вопросу, который демонстрируют разработчики, а это может и должен оценить клиент при первом общении.

Создание интернет-магазина — сложный и долгосрочный проект. Однажды наша компания потратила несколько месяцев на разработку концепции. В процессе, как у нас появлялось понимание, чем занимается компания клиента, мы разделили целевую аудиторию на четыре обособленные группы, каждая из которых имеет собственные цели и задачи. И присвоили всем группам

и в дальнейшем заниматься продвижением сайта. При таком подходе сотрудничество будет взаимовыгодным. Мы часто сталкиваемся с такой ситуацией: в попытках сэкономить некоторые предприниматели заказывают только разработку сайта. В дальнейшем компания, занимающаяся продвижением сайта, может вынести решение, что сайт либо вообще невозможно продвигать, либо его нужно переделать.

Также не стоит забывать о последующем анализе статистики поведения посетителей на сайте. Наша компания ежедневно анализирует статистические выкладки и вносит корректировки в план продвижения. Существует несколько систем статистики, например, Google Analytics, Яндекс.Метрика. Статистика безошибочно укажет, что хотят или чего не хотят видеть посетители. Например, мы увидим, что посетитель пришел на страницу сайта из поисковой системы по запросу «морышка утяжеленная», задержался на странице 10 секунд и ушел обратно в поисковую систему. О чем это говорит? О том, что он

**Очень важно, чтобы ваше мнение о релевантной странице совпадало с мнением поисковой системы**

соответствующие им параметры. Таким образом, мы удовлетворили потребности каждой группы, ответили на интересующие их вопросы и показали, что готовы сотрудничать с каждой категорией. На главной странице сайта мы определили точки входа в эти группы.

Разработку интернет-магазина нужно доверять компаниям, которые не просто сделают сайт, но и будут создавать общую маркетинговую концепцию,

явно не удовлетворен поиском. Значит, нужно обратить внимание на цену товара, на его наличие или, скажем, на соответствие картинки и описания.

Таким образом, в сотрудничестве с разработчиками вы сможете иметь полную картину происходящего в вашем сегменте рынка. Это поможет дальше развиваться и удовлетворять потребности покупателя вашего интернет-магазина рыболовных принадлежностей. **828**

# ОХОТНИЧЬЕ ХОЗЯЙСТВО — ВЫГОДНЫЙ БИЗНЕС?

Солидная часть охотничьих угодий раньше была закреплена за охотничьими обществами, а на Севере и Дальнем Востоке — за госпромхозами и коопзверосовхозами. С 1991 года охотничьи угодья теперь можно арендовать, а на право отстрела диких животных — брать долгосрочную лицензию.

Текст: Юрий САМОХВАЛОВ, владелец охотничьего хозяйства «Старый замок»

Сегодня территория Приморского края неравномерно поделена между 120 различными пользователями. Есть среди них гиганты, арендующие огромные территории — это осколки бывших госпромхозов. Есть небольшие участки, которые, как правило, арендуют коллективы или клубы зажиточных предприятий. А существует еще довольно большое количество территорий, статус которых в любой момент может быть пересмотрен за нарушение той или иной буквы закона.

Сегодня не одного и не двух состоятельных людей в крае посещают одни и те же мысли — «А что будет, если взять в аренду охотничьи угодья? Домик в деревне, собственные звери, бизнес, в конце концов. И что надо, чтобы это хозяйство, в конце концов, начало приносить прибыль?»

Первая вещь, которую вам стоит понять со всей определенностью — охотничье хозяйство — это не печатный станок для размножения денег. Это бизнес не очень быстро окупающийся и, в придачу, высокого риска. В любом случае, состояния с охотничьего хозяйства не начинаются.

Площадь охотничьих угодий может колебаться от минимум девяти тысяч гектаров до миллиона. Здесь надо учитывать сразу несколько обстоятельств — что за лес/поля/болота располагаются на этих угодьях, и что, соответственно, вы планируете с ними делать. Разводить кабанчиков, изюбрей, косуль, или уток с цаплями. Или вовсе царскую птицу — фазана?

В любом случае — подумайте, зачем Вам сто тысяч га? И вообще — какой пейзаж выглядит более ухоженным — французский парк в несколько гектаров или японский садик на две сотки?

Известный теоретик охотничьего хозяйства доктор биологических наук Алексей Данилкин утверждает, что оптимальной территорией для разведения копытных животных в умеренном климате будет площадь в десять тысяч гектаров. Кроме территории имеют значение еще и дороги.

Желательно, чтобы дорог на территории охотхозяйства было поменьше. В идеале — вообще всего одна. Так легче контролировать. Шлагбаум, блокпост — и браконьерство сводится к минимуму. Однако, наши леса сплошь исполосованы лесовозными трассами. Соответственно, нужно определить — какие дороги в вашем хозяйстве можно закрыть на законных основаниях — перекопать, завалить. Это сразу же сэкономит уйму полезного времени и денег. Дорога должна быть одна — та, которая ведет на базу.

Ее должен обязательно закрывать шлагбаум и блокпост. Стоимость их строительства — а и шлагбаум, и пост должны как минимум вызывать уважение, а не желание свезти первый на металлолом, а второй — раздавить джипом, тоже приближается к тысячам долларов.

Сезон охоты на копытных в Приморье — два с половиной месяца. Весенняя охота — месяц. Осенняя — столько же или чуть больше. Это значит, что восемь месяцев в году база будет стоять без использования? А содержание базы требует денег круглый год. Печки протопить, снег с крыши смести, стекло треснуло — вставить: трубу почистить, ступеньки поправить, траву прокосить: ограду починить на веранде (гость вышел насквозь в помрачении рассудка спиртным). Поэтому базу гораздо выгоднее позиционировать как круглогодичную. И туры нужно продавать на нее круглый год. С охотой и без — просто отдохнуть, воздухом свежим подышать. Соответственно, на базе должен жить один из егерей, лучше с семьей. То есть, получается третий человек — непосредственно на базу.

После того, как дороги сводятся к некоему минимуму, а та единственная дорога к центру угодий закрывается надежным блокпостом со шлагбаумом, приходит время подумать о самой базе.



На некоторых базах кают-компания совмещена с кухней, на некоторых — разнесена. Есть аргументы в пользу одного и другого расположения.

Стандартная шутка гласит — что бы русские ни сделали, у них получается пулемет. Добавляю — а что бы ни построили — барак. Это я про охотничьи и рыболовные базы, так как извечное стремление владельца сэкономить на этапе возведения базы на сегодняшний день развито еще весьма сильно.

В то же время гости, желающие отдохнуть от городской суеты и от себе подобных, предпочитают для размещения одноместные номера. Оптимальный выход — небольшие коттеджи в стиле «а-ля рюсс» по две комнаты на двоих в каждом. Итого — домик — четыре посадочных места. Такой коттедж легко отапливается самыми обычными печками-буржуйками и законсервировать его при неполной загрузке базы ничего не стоит. Так же как и расконсервировать. Одновременно с этим, жильцы его, размещенные в разных комнатах, не сильно надоедают друг другу анекдотами и байками. Выехав на базу, гости в домиках преимущественно все-таки спят. А отдыхают самыми разнообразными способами они в холле, на кухне. Для того, чтобы от базы была хоть какая-то прибыль, домиков надо иметь пять или шесть, что дает 20–24 посадочных места. Правда, никто не говорит, что их надо строить все сразу.

Для общения на территории базы обязательны два строения: кают-компания и баня. Про баню говорить особо нечего — это внутреннее святое дело каждого гостя. А про кают-компанию необходимо рассказать отдельно. На некоторых базах кают-компания совмещена с кухней, на некоторых — разнесена. Есть аргументы в пользу одного и другого расположения.

Там, где кают-компания сделана отдельно от кухни, владельцы считают, что отдыху гостей не должны мешать «кухонные» запахи и околокухонная суета.

С другой стороны, если кают-компания сделана совместно с кухней, то уменьшается срок подачи блюд на стол, они не остывают, гости могут корректировать заказы. Что еще важнее для владельца — при объединении кают-компания и кухни все коммуникации — сливы, электричество и т.д. можно объединить. Кроме того, задерживающиеся допоздна гости (а они сплошь и рядом находятся в кают-компаниях далеко за полночь) имеют возможность сами себя обслужить. Да и практика показывает — постоянно гости заходят на кухню — то стакан взять, то закуску найти.

На охотничьих базах дровяная повинность — одна из самых неблагодарных.



## Комментарий эксперта:

**Максим Платовичков, директор охотничьего хозяйства «Боровское», Хабаровский край:**

— Организация охотничьих хозяйств — бизнес весьма кропотливый и затратный. Однако, если привлечь грамотных специалистов и не экономить на подкорме, возведении базы и оснащении прилегающих территорий, то можно достичь существенных результатов. Главное — к этому делу нужно относиться с любовью и трепетом и тогда результат не заставит себя ждать!

Они требуют очень большого объема для хранения, свободного времени для колки. Поэтому, проработав первый год и определив необходимые потребности кухни, есть смысл хорошенько задуматься над двумя альтернативными вариантами — электроплитой или газом.

Потребности базы средних размеров вполне удовлетворяет наличие электроплиты, а энергоснабжение сможет обеспечить обычная электростанция, мощностью в 7 Квт. В случае с газом, ситуация упрощается еще более. Вам нужна только плита и баллоны.

Посуда требует отдельного обсуждения. Клиенты сегодня уже совершенно не желают готовить в алюминиевых баках. То есть — или эмаль, или нержавейка. Подавать блюда считается незачинным или на фарфоре, или в нержавейке. Это удорожает обустройство кухни очень значительно.

Необходимо помнить главное правило — любая база не значит ровным счетом ничего, если она отдана в распоряжение алкоголикам и проходимцам. Поэтому на базе должен быть начальник с большой буквы. Желательно с управленческим опытом, который потребует солидной заработной платы, можно, конечно, сэкономить на этом, и воспользоваться указом Петра Первого «А егерям и лесникам денег не платить, и каждый год вешать через одного, ибо служба их есть воровская»... Однако это быстро приведет ваше охотничье хозяйство к полному краху.

При этом, определяя зарплату егерям, надо попытаться избежать нескольких очень распространенных ошибок. Во-первых, нельзя обещать им прокорм с угодий. Наоборот, надо всячески настраивать их на то, что дикие животные — это такой же их капитал, как и ваша прибыль. Для Вас это —

деньги с путевок и плата за трофеи, для них — повышение зарплаты и чаевые в сезон охоты. Традиционно с добытого высококлассного трофея егерю отходит некая сумма. Но прежде чем ее опротестовать обещать человеку, стоит аккуратно выяснить, какова сейчас ситуация с этими расценками на рынке.

Существует некий минимум техники, необходимый для содержания хозяйства. Это «легковушка» (УАЗик, джип) — гонять браконьеров, грузовичок — одно, другое, третье, пятое подвезти, и трактор типа «Беларусь». Ну, грузовичок и трактор, в крайнем случае, можно взять в аренду в ближайшем сельскохозяйственном предприятии (только надо помнить, что и им и вам они будут нужны в одно и то же время — на посевную и уборку), а вот УАЗ всене непременно придется завести.

Звери, равно как и птицы, увеличиваются в числе на Ваших угодьях под влиянием двух факторов — охраны и подкормки. Причем надо помнить, что он, зверь, не только народится в лесах и лесах под влиянием тучности и обильности пастбищ, но и стянется с соседних земель не сильно радивых пользователей.

Подкормка, вдобавок, дает возможность гостям не слоняться по угодьям со сворой дико воящих собак и егерей, а выбирать трофей — один из нескольких, иногда — из нескольких десятков — с установленных стационарных вышек. Причем вышки в некоторых хороших хозяйствах в Приморье уже изначально делаются, как поднятые на высоту 3–4 метров, небольшие зимовья, которые дают возможность с удобствами проводить вечер и встретить рассвет. Неплохим вариантом для таких вышек может быть старый кунг от списанного автомобиля. Другое дело, что таких вышек для эффективного использова-

ния потребуются не одна, а, как минимум, три, а лучше пять или шесть.

В большинстве случаев, хозяйство достанется вам с некоторым количеством заброшенных сельскохозяйственных угодий. И, скорее всего, у Вас появится неизбывное желание засеять эти поля всякими вкусными кормовыми культурами — соей, овсом, пшеницей. Звери, в большинстве своем, с не очень большой охотой выходят на совершенно открытые пространства. Тем более, в светлое время. Они избегают кормиться посреди бескрайних колхозных полей, им гораздо более симпатичны поля с островами кустов, леса, отдельными заросшими оврагами.

А лучше всего они кормятся на небольших полянках и полях среди леса, на специально раскорчеванных территориях. Специальная подготовка территории, как правило, потребует дополнительных затрат, однако избавит вас от необходимости развозить скошенные корма на грузовике или тракторе по всяким таежным тупичкам. Выращивание корма на маленьких пятаках заранее приучает зверя посещать именно их, что увеличивает шансы на гарантированную охоту.

Минимальная площадь засева — гектаров двадцать. Причем, в самом начале этой деятельности предпочтительнее отдавать сое и овсу, а потом постепенно переходить на многолетние травы, оставляя овес лишь там, где планируется охотиться. На 20 га потребуется минимум 2 тонны семян.

Наконец, необходимо помнить, что каждый год вы будете за свой счет делать учет охотничьих животных — по условиям договора с Управлением охотничьего хозяйства. Да, охотничье хозяйство — бизнес затратный, однако, при грамотном подходе способен приносить солидную прибыль! 🐾

Всероссийское ЗАО "Нижегородская ярмарка"

Нижний Новгород  
**2010**

**Всероссийская выставка**



**Охота и рыболовство.  
Туризм.  
Отдых.  
Курорты.  
Спорт.**

**ТУРИЗМ  
ОТДЫХ СПОРТ  
ОХОТА И КУРОРТЫ  
РЫБОЛОВСТВО**



**с 27 по 29 апреля**

**Контактные телефоны исполнительной дирекции выставки:**

Руководитель проекта  
Алексиев Владимир Александрович  
тел. (831) 277-66-38  
факс: (831) 277-66-35  
e-mail: alexiev@yarmarka.ru

Директор выставки  
Шилова Елена Константиновна  
тел. (831) 277-66-86  
e-mail: elena\_v@yarmarka.ru

603086, Россия,  
г. Нижний Новгород,  
ул. Совнаркомовская, 13  
[www.yarmarka.ru](http://www.yarmarka.ru)

4-я межрегиональная выставка-ярмарка товаров и услуг для охоты, рыболовства и активного отдыха

**ОХОТНИК И РЫБОЛОВ**  
- 15-18 апреля 2010 -



Официальная поддержка:  
Пермская краевая федерация охотников и рыболовов;  
Государственное краевое учреждение «Пермохота»;  
Пермская краевая федерация рыболовного спорта;  
ГУВД Пермского края;  
Пермский краевой совет РОСТО (ДОСААФ)



**ПЕРМСКАЯ ЯРМАРКА**  
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

614077, Россия, Пермь, бульвар Гагарина, 65  
Тел./факс: (342) 262-58-85, 262-58-58  
[www.expoperm.ru](http://www.expoperm.ru) [www.59hunter.ru](http://www.59hunter.ru)

# Охота как искусство

Эти слова о нем — о луке со стрелами. Лук — древнейшее охотничье оружие, после некоторого периода почти полного забвения, не только уцелел, но и пережил своеобразный ренессанс. И связан последний, конечно, не только с техническими усовершенствованиями, число сторонников этого вида охоты для эстетов в последнее время неуклонно растет.

Текст: Элина Ларионова, [www.arbalet.ru](http://www.arbalet.ru)

Сказать, что охота с луком — занятие не простое, а очень даже серьезное, значит не сказать ничего. Во-первых, очевидно кардинальное отличие от охоты с огнестрельным оружием. Если у вас дальнобойный карабин, опытный проводник, и вы способны поразить мишень с расстояния в 100 или 200 метров, а то и больше, то зверь почти однозначно становится жертвой.

Но когда нужно поразить дичь стрелой или арбалетным болтом, а не пулей, у вас не будет сотен метров. В старину с такого расстояния били зверя и птицу и из огнестрельного оружия, чтобы наверняка. Но в современном охотничьем мире большинство охотников пытается выжать максимум из своего оружия и оптики, забывая о том, что охотоведение это не просто мудреное слово, а целая наука. Наука, которая, как и другая дисциплина, просто так не дается. Необходимо знать повадки зверей, их пищевой рацион, отличать самку от самца, самостоятельно ориентироваться в лесу, а не просто торчать на номере или вышке, уметь читать следы, подманивать зверя, маскироваться и еще многое, многое другое.

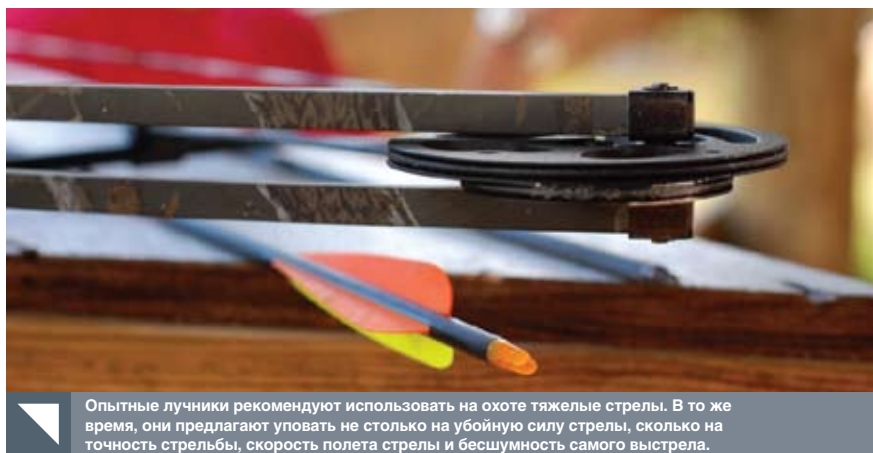
Во-вторых, есть еще одно отличие, — делающее этот вид охоты столь привлекательным, — которое можно обозначить как «формулу 50х50». Когда у зверя шансов уйти от вас ровно столько же, сколько у вас — его подстрелить. Известно, что максимальная дистанция уверенной стрельбы, по крайней мере, из охотничьего лука, оценивается в 55 ярдов, а это всего около 50 метров. Реальная же дистанция эффективной стрельбы находится в пределах 35–40 метров.

Допустим, белохвостый олень или кабан должен оказаться перед вами метрах в 15–ти, чтобы можно было его гарантированно его подстрелить. Но все относительно: шансы на успех, даже при таком небольшом расстоянии, весьма забькие. Поведение зверя, особенно матерого секача, порой непредсказуемо.

Охота с луком требует тщательной подготовки, и повышенное внимание необходимо уделять подбору снаряжения. Как известно, именно в глухих, почти не заселенных местах можно добыть оленя или лося. По сути, вы оказываетесь «один на один с природой», вдали от цивилизации. И «зависимость» от правильно подобранного снаряжения резко возрастает. Поэтому к выбору палатки, газовой плиты, спального мешка, резиновых сапог, запасной одежды, комплекту раций, аптечке и прочим необходимым атрибутам нужно относиться максимально серьезно, и в первую очередь к выбору самого главного, самого инструмента охоты — лука.

Опытные лучники рекомендуют использовать на охоте тяжелые стрелы. В то же время, они предлагают уповать не столько на убийную силу стрелы, сколько на точность стрельбы, скорость полета стрелы и бесшумность самого выстрела. Главную «ответственность» за все перечисленные требования несут, прежде всего, сам лук, а также обязательные регулярные тренировки.

Если с последним все более менее понятно, и особых разъяснений не требуется, то о самом луке следует рассказать отдельно и более конкретно. В настоящее время обычно охотятся с традиционными и блочными луками. Блочный лук, или компаунд, получил второе название из-за сложной конструкции, на концах которой располагаются два блока — система двух слаженно работающих эксцентриков, либо одного прокручивающего колесика сверху и одного моноэксцентрика внизу. Эксцентрики обеспечивают фиксацию



Опытные лучники рекомендуют использовать на охоте тяжелые стрелы. В то же время, они предлагают уповать не столько на убийную силу стрелы, сколько на точность стрельбы, скорость полета стрелы и бесшумность самого выстрела.

тетивы в момент максимального ее растяжения, тем самым сильно облегчая работу стрелка, так как ему уже не надо удерживать самому всю силу натяжения, как при стрельбе из традиционного лука. Происходит это за счет продуманной структуры самого эксцентрика (сейчас их известно пять видов). Для любителей истории отметим, что придуман блочный лук был в 1966 году и запатентован в 1969 году американцем Холлессом Вилбур Алленом. Однако, несмотря на всю популярность компаунда в наши дни, миллионером Аллен так и не стал. Рассказывают, что его просто обманули. Он безуспешно судился и умер от инфаркта по дороге в суд на очередное слушание его иска.

Ассортимент луков и всей сопутствующей атрибутики сегодня достаточно широк. И проблем с выбором, понятное дело, не существует. И все же, люди знающие ориентируются на одну из самых старых фирм, ведущего производителя луков — Bear Archery Company. Именно эта компания начала выпускать первые в мире блочные луки.

Старые луки 70–80-х годов были довольно длинными (до 54 дюймов длиной), поэтому эксцентрики на них были маленького размера, и плавность их динамики была не так заметна. Постепенно они становились короче. Обычная высота современного лука — 41–45 дюймов, а у луков Bear, например, высота всего 30–31 дюйм. Размер эксцентриков увеличился, они приобрели овальную форму. Сила сброса возросла, появился релиз, обеспечивающий равномерный выпуск стрелы.

Система One Cam с моноэксцентриком позволила сделать выпуск еще тише, а настройки — проще. Проблема плохой синхронизации эксцентриков была снята: он остался один — снизу

(а сверху — прокручивающее колесико). Среди охотников система моноэксцентриков наиболее популярна, поскольку она обеспечивает хорошее качество вылета стрелы, тихий выстрел (последний происходит даже без «гасителей» — резиновых приспособлений, располагающихся на плечах блочных луков), решает проблему синхронизации блоков и позволяет делать луки небольшими. Что, соответственно, снижает цену, поэтому многие и предпочитают луки от Bear.

Еще одна особенность таких луков — система String stopper, останавливающая тетиву. Она предназначена для предотвращения ее удара в блоке после выстрела и, соответственно, предохраняет его от излишнего износа. Эта система хороша еще и тем, что приводит к большей кучности стрельбы. Дело в том, что хвостовики стрел изнашиваются, протираются и начинают со временем елозить по гнезду (месту, куда вставляется стрела). Тесты, проведенные специалистами Bear Archery, показали, что при ударе тетивы о String stopper, все хвостовики отделялись от тетивы из одинакового положения, что, собственно, и приводило к кучности.

Основной проблемой моноблока является то, что настройка лука все же меняется в процессе стрельбы, так как длинная двухметровая тетива тянется сильнее, чем более короткая на двойных эксцентриках. Отсюда и довольно часто меняющееся положение пип-сайта. Но точность «до миллиметра», как в спортивной стрельбе из лука, на охоте особо и не нужна, так что качественные, компактные (последнее, как известно, снижает цену на изделие) луки от известного производителя — вещь незаменимая сегодня на этой самой привлекательной из всех существующих видов охоты. **Б2Б**

# С тарпонами в раю

Каждый рыбак мечтает в один прекрасный день отыскать рыбацкий рай, где лодки не толкаются, отвоевывая себе место на мелководье, а в изобилии имеющаяся рыба жадно хватает блёсны. Чистое синее небо, кристально-прозрачная вода на отмелях... Если вы не верите в такой рай, прекратите читать, а если мы вас заинтриговали — продолжайте!

**В**близи острова Куба есть архипелаг, растянувшийся с северо-востока на юго-запад. Он включает в себя Isla de la Juventud (Остров Молодости), Cayo Largo (Большой Остров) и Jardines de la Reina (Сады Королевы, названный так Христофором Колумбом). Кубинские власти объявили эту территорию, занимающую тысячи квадратных миль, морским заповедником, где разрешено исключительно любительское рыболовство. Здесь расположена цепь пустынных островков, где никогда не ступала нога человека, и живут только игуаны, хутены (мелкие грызуны) и, изредка, крокодилы. Мангровые заросли покрывают острова, разделенные протоками, питая отмели, заливы и полностью замкнутую, одну из самых протяженных в мире систему рифов, которая защищает места скопления мальков и обеспечивает кормом множество хищников. Если бы все эти факторы были математическим уравнением, то в результате мы получили бы тарпона.

Благодаря стараниям и дальновидности двух людей, Джузеппе (Пепе) Омегна и Филиппо Инвернизи, компания Авалон является единственной, имеющей эксклюзивное разрешение



Текст: Richard M. WARD



на туристическую деятельность в этой широкой акватории. Побуждаемые желанием предоставить любителям рыбалки уникальную возможность побывать в этих местах, Пепе и Филиппо создали для них настоящее Эльдorado.

Мне посчастливилось рыбачить там с самого начала, и год за годом я наблюдал, как растет количество тарпонов и увеличивается их размер. Сегодня «Рыболовные курорты Авалон» на Кубе предлагают искушенным рыбакам лучшую рыбалку на тарпона. Условия проживания разнообразны, отели отвечают самым высоким требованиям.

Если и есть рыба, способная полностью захватить воображение любителя ловли на блесну, так это тарпон. Представьте себе такое место, где тарпон находится в своей естественной среде обитания, и где единственное, что ему угрожает — это, человек в солнечных очках, вооруженный удочкой и блесной — вы. В рыболовных центрах Авалон на Кубе ваши мечты о дикой природе станут реальностью.

Вам никто и ничто не помешает рыбачить на архипелаге, благодаря обширности его территории, а также

политике, принятой в Авалоне и направленной на ограничение единовременного количества рыбаков.

Тарпоны здесь водятся разные: от мелких (9 кг) до огромных (более 45 кг), и все они считают мелководье гигантской столовой. Здесь можно с успехом пользоваться всеми известными блеснами на толстой леске, потому что местная рыба не отличается разборчивостью и поглощает практически все, что видит вокруг. Тарпоны на архипелаге ловятся повсюду круглый год, хотя высоким сезоном считается период с марта по август, когда очень крупные экземпляры в избытке мигрируют на отмели. Добавьте к этому огромное количество альбул (Bonefish) и пермитов (Permit), а в акватории Большого Острова и Острова Молодости — еще и рыб Snook! Конечно, всё это привлекает рыбаков мирового уровня. Так что для тех, кто решил попробовать поймать Grand Slam (мой рекорд — 9 штук) или даже Super Grand Slam, вряд ли найдется место лучше, чем это.

Гиды прекрасно знают расположение отмелей, время приливов и отливов, положение Луны в разное время на всех трех островах, подскажут вам

самые рыбные места и организуют все так, что вы за целый день не встретите больше ни одной лодки.

Обычно день начинается с сока и кофе, которые подают перед завтраком. После завтрака гид будет ждать вас, наладив ваши удочки и снаряжение, водрузив на борт обед и большой запас напитков. Итак, вы отправляетесь охотиться на тарпона. На мелководье ваш гид будет бесшумно грести, пока не заметит рыбу. Расположив лодку в удобную для заброса позицию, он даст совет по технике ловли — а дальше, как говорится, все в ваших руках. Так пройдет весь день. Вы оторветесь от охоты только чтобы поесть или утолить жажду. Вечером вы вернетесь на базу, где вас ждут коктейли и пицца — «разогрев» перед отличным ужином, за которым рыбаки обычно делятся впечатлениями от своих приключений и рассказывают друг другу захватывающие их истории. Наутро вы снова проснетесь в раю, чтобы все это повторить!

В качестве оружия я предпочитаю тяжелое удилище с хорошей катушкой, направленной толстой леской со сменными поводками, чтобы можно было быстро



Старайтесь одолеть рыбу как можно быстрее: вождение тарпона часами очень вредит рыбе, увеличивает вероятность ее гибели, к тому же это пустая трата времени.



Проще всего удержать тарпона для фотосъемки, если уложить его к себе на колени или на дно лодки. Затем его можно выпустить обратно в море.



Если вы ловите тарпона для того, чтобы сделать фотографию, направьте все силы на то, чтобы удержать рыбу, когда вытягиваете ее из воды.

заменить блесну (поводки и блесны держу в собранном виде), если раба не плывет быстро и плотно. При условии, что у вас катушка с мощной системой вытягивания, общая длина блесны и поводка не должна превышать двух метров. Однако надо иметь в виду, что тарпон будет испытывать рыбака и снасти на выносливость. Обязательно проверьте все узелки и сцепки на лесках, а если неуверены, что все в порядке, дайте посмотреть их вашему гида. Сердце кровью обливается, когда видишь, как леска на 40 кг из плетеного волоса закручивается подобно пороссящему хвосту в том месте, где была блесна, а огромный тарпон испуганно уплывает, унося ее в брюхе.

Если вы ловите тарпона для того, чтобы сделать фотографию, направьте все силы на то, чтобы удержать рыбу, когда вытягиваете ее из воды. Не держите рыбу за рот или за жабры, помните, что в воде ее вес кажется меньше, а созданные вами «неудобства» только побуждают рыбу сделать все, чтобы выпрыгнуть из рук ловца, что грозит поломанными снастями, повреждением лодки, увечьями и потерей трофея. Попросите гида или товарища помочь вам поднять и втянуть рыбу на борт, придерживая ее по всей длине. Проще всего удержать тарпона для фотосъемки, если уложить его к себе на колени или на дно лодки. Затем его можно выпустить обратно в море. Хотя лучше вообще не поднимать рыбу на борт, потому что, по общему мнению, классические кадры получаются именно в воде.

Никогда не выпускайте тарпона, пока не убедитесь, что он полностью оправился после поимки. Отнесите к рыбе с уважением, ведь благодаря ей вы испытали максимальный рыболовный азарт. Если позаботится о тарпонах сегодня, то завтра они станут еще крупнее.

Попав на крючок, тарпон будет изо всех сил стараться уничтожить вас, вашу удочку и вашу репутацию первоклассного рыбака, поэтому не прикрепляйте к одежде ничего, за что может зацепиться леска или рыба — рано или поздно это лишит вас добычи. Шансы итак не в вашу пользу. Вам придется предугадывать все маневры тарпона, пытаться прогнозировать, каким будет его следующее движение. Когда тарпон будет вытягивать леску, не направляйте удилице параллельно ей, держите его

с изгибом. Этот изгиб будет компенсировать вибрации, создаваемые рыбой, когда она заглатывает и ведет блесну. Как только рыба схватит блесну, мобилируйтесь, чтобы подтащить ее как можно ближе к борту лодки, постепенно опуская удилице. Если оно будет торчать вверх, то неминуемо сломается, а это приведет к потере трофея. Старайтесь одолеть рыбу как можно быстрее: вождение тарпона часами очень вредит рыбе, увеличивает вероятность ее гибели, к тому же это пустая трата времени. Используя соответствующую удочку, рыбу можно затащить в лодку меньше чем за 30 минут.

Мой собственный более чем двадцатипятилетний опыт ловли тарпона и отзывы других рыбаков свидетельствуют, что в целом для большинства мест на курортах Авалона на Кубе серьезным успехом можно считать 3 сорвавшихся и 1 пойманного тарпона. У меня в среднем получалось вылавливать 5–6 рыб за день. О количестве сорвавшихся судите сами.

На архипелаге можно попробовать и другие виды рыбалки, хотя мне кажется, что на этом мелководье


лучшие условия именно для ловли тарпона. Когда пристально наблюдаешь за рыбой, преследующей блесну, все чувства обостряются. Адреналин бьет в кровь, когда видишь резко ускоряющуюся рыбку, разевающую пасть размером с ведро, чтобы заглотить вашу наживку и уйти на глубину, сверкнув россыпью брызг. И сразу после этого ваш противник начинает применять весь свой арсенал: грубую силу, стремительный разгон, бегство подалее в океан, оставляя капли серебра в воздухе, которые вы будете видеть доли секунды, но запомните навсегда.

В этот момент ваши пальцы крепко сжимаются в кулаки, вы пытаетесь контролировать все ваши рефлексии и предугадать дальнейшее поведение тарпона. Вы настолько часто побеждаете, что у вас остается желание продолжать. Вы настолько часто проигрываете, что становитесь одержимы победой. Рыбалка на мелководье Кубы обязательно даст вам возможность побеждать чаще. Количество рыбы здесь не поддается исчислению. Мы с Джеком Симпсоном, с которым рыбачим вместе уже много

лет, даже сбились со счета, сколько раз у нас на крючках одновременно были рыбины весом больше 45 кг.

Бывало, что рыбак на одной стороне лодки вел рыбу, а в это время гид замечал еще одну, и они оба начинали так быстро двигаться внутри лодки, что из своих лесок могли бы связать свитер. В результате этой веселой суеты обе рыбы, как правило, бывали пойманы. Я это вспоминаю не для того, чтобы испугать вас, а просто хочу лишний подчеркнуть, как там может быть здорово.

Пепе и Филиппо доказали, что рыбалка на тарпона, где гарантирован большой улов и долгий сезон, существует, и к тому же развивается. А пока они продолжают искать и исследовать новые рыбные места, вам нельзя сидеть сложа руки!

Уважаемые директора магазинов, фирм, рыболовных клубов, туристических компаний, предлагаем Вам уникальное расширение Вашего бизнеса. Вы можете организовать собственные группы и получать очень хорошие комиссионные и бонусы лично для Вас! Такой рыбалки Вы еще никогда не пробовали — это удивительно и, самое главное, выгодно! 



**"Avalon"** [www.cubanfishingcenters.ru](http://www.cubanfishingcenters.ru)  
[www.cubandivingcenters.ru](http://www.cubandivingcenters.ru)  
 e-mail: [yuri.reboredo@cubandivingcenters.com](mailto:yuri.reboredo@cubandivingcenters.com)



## Комфортный Экстрим

Экстремальные горные походы требуют серьезной подготовки в части подбора снаряжения. В отличие от походов выходного дня здесь не получится купить что-то недостающее по дороге или вернуться домой, если похолодало или сломалась дуга у палатки. Турист должен быть готов к довольно продолжительному автономному существованию, и для этого ему нужно надежное и легкое снаряжение.

**Ч**то следует предложить покупателю, собирающемуся в дальнее путешествие по нетореным дорогам? Самое необходимое: рюкзак, экстремальную палатку, сверхлегкий и теплый спальник, одежду, обувь, горелку и газ, трекинговую палку.

У многих фирм разработана специальная линейка снаряжения для экстремального отдыха и туризма, которая отвечает вышеперечисленным требованиям. Стоимость такого снаряжения на порядок выше обычного, но жизнь и здоровье важнее.

### РЮКЗАК

Рюкзак должен быть максимально удобным: основные требования — это анатомическое строение спинки и хорошо регулируемая подвесная система (лямки и поясник), позволяющая равномерно распределить нагрузку на позвоночник.

Размер рюкзака турист подбирает себе индивидуально, однако не имеет смысла отправляться в дальний поход с рюкзаком, имеющим объем меньше 60 литров. Чтобы было удобно доставать вещи, лежащие на самом дне, производители снабжают свои изделия так называемым



подвалом — расстегнув специальную застежку—«молнию», турист может достать нужную вещь с самого низа рюкзака.

Полезны также наружные крепления для коврика, палатки и специального снаряжения (ледоруба, трекинговой палки).

### ПАЛАТКА

Экстремальные палатки принципиально отличаются по конструкции от туристских.

Во—первых, они более низкие и имеют большее число дуг, потому что чем ближе палатка к земле и чем больше у нее точек опоры, тем надежнее она будет стоять, выдерживая даже сильные порывы ветра.

Во—вторых, у таких палаток есть «юбка»: удлиненный край тента, который не позволяет воде и снегу попадать в тамбур, а также защищает спящих от ветра.

В—третьих, экстремальная палатка имеет два слоя, то есть состоит из внутренней части и тента. Часто, чтобы увеличить полезную площадь внутренней части, вместо привычных двух тамбуров делает только один.

В—четвертых, палатка для экстремального (горного) туризма предназначена

для использования в местностях, где нет возможности крепить ее с помощью колышков — нередко место стоянки настолько каменистое, что их просто некуда вбить. Поэтому на большинстве экстремальных палаток предусмотрены специальные оттяжки по бокам для крепления за ствол дерева или большой камень. Оттяжки являются дополнительными точками опоры и не дают резким порывам ветра сорвать палатку.

Водостойкость (способность оставаться сухой после снегопада и дождя) палатки должна быть не менее 2000 мм водяного столба.

Экстремальность палатки зависит от маршрута. Например, для пешего горного похода, не предполагающего восхождений, хорошим вариантом будет двухместная палатка серии Husky Extreme FALCON 2—3.

### СПАЛЬНИК

Спальник для экстремального туризма должен быть легким и надежным. Существует две основные модели спальных мешков: «кокон» и одеяло. Кокон имеет трапециевидную форму, за счет чего

плотнее прилегает к телу и, соответственно, лучше сохраняет тепло, чем одеяло. За счет своей формы кокон меньше весит, поэтому для дальних походов стоит делать выбор в пользу этой модели.

В качестве наполнителей для экстремального спальника подойдут различные синтетические материалы.

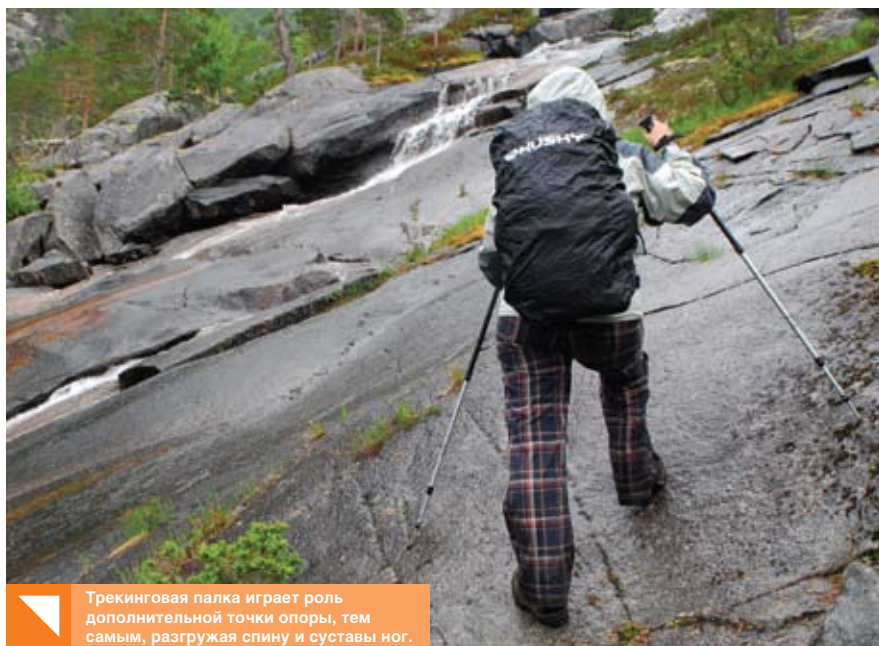
Обращайте внимание покупателей на три температурных значения, указанных на каждом спальном мешке производителем. Они обозначают, при какой температуре спящий в мешке не будет испытывать холода. Пример экстремального спальника в коллекции Husky — модель ENEMY—12.

### ОДЕЖДА

Одежда, как и снаряжение, должна соответствовать заявленным экстремальным условиям, поэтому ее изготавливают из синтетических, специально для туризма разработанных материалов.

Для максимального комфорта турист должен использовать в своей одежде принцип трехслойности.

Нижний слой, непосредственно соприкасающийся с кожей — термобелье. Оно



Трекинговая палка играет роль дополнительной точки опоры, тем самым, разгружая спину и суставы ног.

различно по покрою (футболки и шорты, джемпера и кальсоны) и полезным свойствам (влагоотводящее, согревающее либо сочетающее оба этих свойства). Правильно подобранное термобелье заменяет несколько футболок и заботится о здоровье своего хозяина.

Поверх термобелья надевают флисовую толстовку или тонкую флисовую куртку. Флис — синтетический аналог шерсти. За счет особой технологии производства ткань делают пористой, и в ней образуется подобие «воздушных камер», где скапливается воздух, препятствующий как потере тепла, так и перегреву организма.

Верхний слой — куртка из непромокаемого материала либо обработанная водоотталкивающей пропиткой.

Все молнии и карманы также должны быть специальным образом проклеены, чтобы они не промокали под дождем. У экстремальной куртки должны также присутствовать вентиляционные молнии под мышками, регулировка манжет и подола, удобный капюшон, который можно надеть поверх шапки, не потеряв способности смотреть по сторонам. В женской коллекции HUSKY такой вещью является куртка outdoor 3-в-1 CUBIE.

### ОБУВЬ

Подбирать обувь следует исходя из температурных и погодных условий, ожидаемых во время похода. Основное требование: и зимние или демисезонные ботинки, и кроссовки или сандалии должны быть на специальной трекинговой подошве, которая препятствует

скольжению, амортизирует при ходьбе и максимально удобна при использовании на пересеченной и каменистой местности.

Для межсезонья выпускается обувь с водоотталкивающей пропиткой — на ее подошве ищите надпись «Gore-Tex».

### ГОРЕЛКА И ГАЗ

Наличие горелки значительно облегчает жизнь туриста. Она пригодится, когда разводить костер некогда или не из чего, а также позволит быстро вскипятить воду на пару кружек чая.

Горелка весит около 200–300 грамм. Конструкция: горелка крепится на газовом баллоне сверху либо баллон подсоединяется к горелке с помощью шланга. Последний вариант более устойчив, но одновременно больше весит и дороже стоит.

Мощность горелки выбирается исходя из количества туристов. Горелка до 2000 Вт приготовит суп в литровом котелке на две «персоны». Если народу на стоянке больше, нужна более мощная горелка, которой, в свою очередь, требуется хорошая защита от ветра (большой котелок остывает от ветра быстрее, чем нагревается от огня).

Газовые баллоны различаются по форме и типу переходника, поэтому приобретать следует тот баллон, который предназначен для выбранной горелки. При консультировании покупателя имеет смысл рассказать также о возможности приобрести переходники под разные баллоны с газом — ведь не всегда в другом городе у туриста получится приобрести баллон именно той фирмы, которая выпустила горелку.

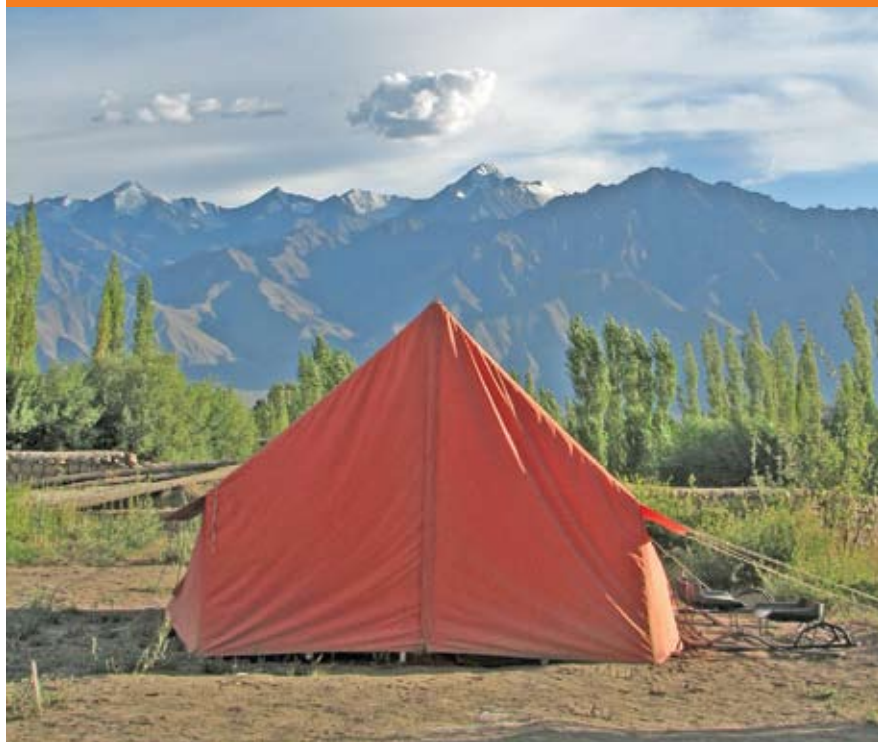
Газ бывает «летним» и «зимним». «Летний» не пригоден для использования при низких температурах, начинает гореть неравномерно уже примерно при +5.

### ТРЕКИНГОВЫЕ ПАЛКИ

Трекинговые палки играют роль дополнительной точки опоры, тем самым, разгружая спину и суставы ног. На пересеченной или каменистой местности, на крутых подъемах, на заснеженных территориях, когда трудно понять характер поверхности, они практически незаменимы. Многие туристы считают использование трекинговых палок излишеством, объясняя так: палка — это дополнительный вес, вместо нее всегда можно найти по дороге подходящую ветку. Консультанту следует привести следующие аргументы, оправдывающие такую покупку: возможность регулировки палки под собственный рост, анатомическая форма ручки, большая прочность и меньший вес, чем у ветки или другой деревяшки.

Главный посыл, который нужно донести до покупателя: в походе нельзя рисковать своим здоровьем и не стоит отказываться от минимального комфорта. Поэтому цель каждого продавца — дать туристу компетентный, профессиональный, исчерпывающий совет.

# Палаточный город



Туристическая палатка. Сколько «песен и тем...» о ней сложено и написано. Да и с «утилитарной точки зрения» предмет этот просто незаменим — представить без палатки туристическое снаряжение просто невозможно. Отметим стоит лишь только то, что современные палатки кардинально, сохраняя основное предназначение, отличаются от брезентовых, оставшихся в прошлом. Сегодня в этом сегменте рынка наблюдается такое многообразие моделей, что проблем с выбором необходимого лично вам «домика» той или иной конструкции возникнуть не должно.

О том, какие бренды сегодня присутствуют на российском рынке, о проблемах и перспективах развития отрасли туристических палаток корреспонденту журнала «B2B Охота Рыбалка Туризм» рассказывает **Андрей НИКИТИН, директор интернет-магазина «Forby».**

**B2B: Сегодня каких-то сложностей с выбором палатки требуемой конструкции, по сути дела, не существует. И все же, перед потребителем всегда встает вопрос: руководствуясь какими критериями, купить и «не промахнуться», чему (при выборе) уделять большее внимание, хотя понятно, что и мелочи оставлять без внимания тоже нельзя?**

А.Н.: Как ни банально это прозвучит, но ассортимент палаток, предлагаемых сегодня российскому потребителю, широк настолько, что каждый, даже самый придирчивый турист всегда получит то, что ему требуется. Конечно, можно выделить основные оценочные моменты при выборе продукта продвинутому покупателю, и именно на них должны ориентироваться как производитель, так и продавец. Однако в любом случае, все характеристики товара для его успешного продвижения должны не только соответствовать, но и быть умело представленными.

Например, однослойные палатки — наиболее оптимальный вариант для мобильных туристов. Последние, как известно, постоянно кочуют, поэтому очень важны компактность и вес. Во всех современных моделях этих палаток, как правило, имеются сетчатые отверстия, предназначенные для предотвращения скапливания конденсата на стенках. Главные преимущества двухслойных палаток — цена и практичность. Устроены они так, что верхний слой у них обтянут непромокаемой тканью, а внутренний — сетчатой дышащей тканью, которая спасает от насекомых и мошкеры. Учитываются и стилевые предпочтения: среди наиболее распространенных — шатер, купол и полубочка.

Повышенное внимание всегда уделяется материалу, из которого сделана палатка. Дно палатки — одна из самых важных деталей. Оно должно быть полностью непромокаемым. Особых разъяснений здесь не требуется — проснуться по утрам в луже — «удовольствие» не из приятных. Качественно



проклеенные швы также исключают попадание воды внутрь. Очевидно одно — современная палатка, независимо от того в каких видах туризма она используется, должна быть качественной и комфортной во всех своих составляющих.

Еще один очень важный (без него, как правило, не обойтись) компонент — тент. Материал, из которого он сделан, должен выдерживать любые «капризы» природы: дождь, ветер, снег и т.д. Поэтому ткань с показателем от 2500 мм, а он может быть и выше, вполне способна противостоять любому дождю. Главное, чтобы показатели соответствовали, а это, в свою очередь, зависит от качества пропитки двойного (тройного) нанесения. Но в то же время очень желательно, чтобы тент был легким и тонким. И хотя его толщина влияет на прочность палатки, проигрыш в весе при этом очевиден. Кстати, толстые нити ткани, при использовании специальной технологии плетения, на увеличение ее веса не влияют. Если попытаться вывести что-то усредненное, то рекомендация будет такая: стоит брать материал 210–300 текс или ден. К этому стоит добавить обязательное наличие двойных швов или их проклейку.

Важная составляющая любой палатки — дуги (каркас). Изготавливаются они из стекловолокна и эпоксидных смол, алюминиевых сплавов различного качества. Алюминиевые дуги, хотя и наиболее дорогие, но по надежности и прочим основным показателям — вне конкуренции. То же самое можно сказать и об алюминиевых колышках. Вообще, любая деталь «говорит» о качестве палатки. Те же шнуры для оттяжек должны быть

не только прочными и тонкими — с возможностью регулировки по длине, но и заметными в темноте — с вплетениями из световозвращающего материала.

**В2В: И, похоже, все это, составляющее современную туристическую палатку, можно изготовить только на высококлассном, технологичном оборудовании. Поэтому, вряд ли ошибешься, выбрав продукт известного производителя. В связи с этим, на какие бренды, по-вашему, стоит обратить внимание. И есть ли среди них такие, которые, скажем так, стоит предпочесть другим.**

А.Н.: Известный бренд — это всегда гарантия качества продукта, его надежности. Но не стоит забывать, что палатка имеет определенное предназначение. Поэтому Вы должны представлять, в каких целях предполагается ее использование: рыбалка или охота, экстремальный туризм или обычный отдых на природе. Рассматривая тот или иной вариант, следует иметь в виду, что производитель может уделять больше внимания совершенствованию определенной линейки, что также является показателем высокого качества продвигаемого продукта.

На российском рынке сегодня представлено более 100 производителей туристических палаток. Перечислять все не имеет смысла, поэтому представлю лишь несколько компаний и торговых марок, продукцию которых уже по достоинству оценили в России.

Торговая марка Vaude разрабатывает свои палатки очень скрупулезно. В течение многих лет производитель

проводит различные тесты в реальных погодных условиях. Цена на палатки вначале «немного шокирует» потребителя, но в дальнейшем — прочность изделия и простота использования только подтверждают правильность выбора. Практически любую палатку этой фирмы можно быстро и без проблем собрать. Основным минус в этих палатках — отсутствие дополнительных девайсов: карманов, ремешков и прочей фурнитуры.

Marmot — эта компания основательно закрепилась на российском рынке, благодаря качеству своих палаток, которые отличаются легким весом, простотой установки и комфортабельностью. Соотношение «цена — качество» у этого производителя с трудом, но можно считать разумным. Основные минусы — отсутствие недорогих (бюджетных) вариантов в ассортименте и «небогатая» цветовая гамма.

Один из самых известных брендов на отечественном рынке — Salewa. Компания предоставляет достойный и уникальный ассортимент, основную «статью» в котором занимают туристические палатки. Разнообразие цветов и приемлемая цена положительно влияют на покупательскую способность. Из минусов можно отметить большой вес и ограниченную вместимость палаток.

Безусловно, стоит отметить еще одного очень интересного производителя — Snow-peak. Самый большой плюс у этой компании, чего нельзя сказать ни об одной другой, это пожизненная гарантия на всю продукцию, которую они изготавливают. К тому же, не перестает удивлять и простота установки — на





данную операцию затрачивается не более пяти минут. А в комплектации палаток учтено практически все необходимое и даже сверх того. Например, к кольшкам для крепления тента прилагается достаточно увесистый молоток. Пожалуй, только две «позиции» не добавляют оптимизма — довольно высокие цены, и то, что все палатки выполнены в серо-оранжевых тонах.

О торговой марке Alexika. На этот бренд уже обратили внимание потребители. Относительно недавно Alexika выпустила целую серию палаток с особенным свойством, таким как пропитка, задерживающая распространение огня. У изделий неплохой набор девайсов, к примеру: полочка и карманы для мелких и крупных вещей, вентиляция с ветровым клапаном, и даже есть специальное кольцо для газового фонаря. Ценовая линейка находится в доступном сегменте для среднего уровня туриста. А качество продукции можно считать превосходным, при умеренных ценах продукция компании будет пользоваться неплохим спросом.

Поставляя продукцию на рынок, производитель всегда ориентируется на свой «целевой поток» покупателей. Последние, если их все устраивает, также остаются приверженцами одного бренда. Такая «преданность» объясняется просто: от добра — добра не ищут.

Есть еще одна, всем известная, «примета» времени: до 80% палаток шьется в Китае. Зная об отрицательном отношении многих россиян к китайской продукции, следует заметить, что ассортимент для продажи выбирается

самим заказчиком, и если он добросовестен (забытое нынче слово), то изделие «made in China» ни в чем не будет уступать аналогичному, произведенному в другом месте.

**В2В: Да, «наплыв» китайских товаров сегодня уже не тенденция, а вещь вполне обыденная. И, конечно, не факт, что вся китайская продукция, поступающая к нам, плоха. Кстати, о тенденциях, а что, в перспективе, тем более, в преддверии весенне-летнего сезона, ожидает палаточный бизнес у нас, в России?**

А.Н.: Перспективы неплохие: заметно движение, развиваются (наращивая обороты) туристические, охотничьи рыболовные магазины. Есть прогнозы, что хорошим спросом будут пользоваться палатки средней и низкой ценовой категории, не останется «в стороне» и высшая. Тем более многие теперь

шагом, — выгода от которого очевидна, — было бы кредитование банками покупок, тех же палаток, в магазинах туристического снаряжения. И здесь не нужно никаких прогнозов — продажи увеличились бы в разы. Если такая практика полностью оправдала себя, например, в магазинах бытовой техники, то почему бы ее не реализовать в другом сегменте.

К тому же, если «это нововведение» заработает в сегменте туристического снаряжения, то можно будет вполне уверенно говорить о возможностях «сближения» средней и высшей категорий, что, соответственно, повысит качество и комфорт в туризме.

Другим, на мой взгляд, удачным шагом могла бы стать консолидация туристических компаний с целью развития и продвижения такого интересного направления в туризме как поездки, путешествия в места заповедные, но труд-

**Очень нужным шагом было бы кредитование банками покупок, тех же палаток, в магазинах туристического снаряжения.**

предпочитают отдыху за рубежом отдых в России, нередко в живописных, отдаленных от центра, местах. Такие любители путешествий, как правило, экипируются по полной программе, укладывают дорогую кемпинговую палатку в машину и отправляются в путь.

Конечно, далеко не все могут себе позволить и такой вид отдыха. В данной ситуации очень нужным (и ожидаемым)

недоступные. Направление это, что грех таить, у нас или совсем не развито, или развито очень слабо. И если движение в этой сфере произойдет, то, безусловно, возрастет приток клиентов в магазинах туристического снаряжения, да и турфирмы увеличат свои прибыли. Понятно, что осуществить все это не так — то просто, но дорогу, как известно, осилит идущий... со скатанной палаткой за плечами! **В2В**



7

Фото: megatorch.com

## Профессиональные ФОНАРИ

Мы предлагаем Вам расширить границы Вашей прибыли, укрепить существующий бизнес в торговле или помочь создать новый с нуля, мы искренне заинтересованы в Вашем успехе и расширении Вашей сферы влияния.

**В**ы получаете эффективную поддержку нашей энергичной команды в виде советов, обучения персонала, предоставления сопутствующей информации, фотографий, каталогов, рекламных флаеров, рекомендаций по участию в выставках и многого другого. Обеспечиваем импортируемую продукцию массовыми рекламными акциями, нашим активным участием

в различных международных выставках, серьезным распространением ключевых данных по сети Интернет и на различных форумах, публикацией обзоров и фототестов в тематических изданиях для широких слоев населения.

Многие модели фонарей применяются в качестве подствольного света для охотников; с ними можно нырять на значительные глубины; они не боятся

ударов; созданы из авиационного алюминия или титанового сплава; используют лучшие в мире американские сверхяркие светодиоды с гарантированным временем работы 50000 часов (до 40 лет); имеют встроенные процессоры и драйверы питания, выжимающие всю энергию с источников питания, и поддерживая яркость постоянной; в них устанавливаются закаленные или сапфировые стекла; комплектуются удобными чехлами, запасными частями; созданы в соответствии со строгими стандартами армии США: MIL-STD-810F и т.д.

Изначально мы предлагаем на рынок товары только лучших и внимательно отобранных производителей, имеющих гибкую команду, серьезные системы менеджмента и контроля качества выпускаемой продукции. К нашей продукции предоставляется необходимая документация на русском языке. Товар имеет очень презентабельный вид, часто поставляется в подарочных коробках и блистерах. Выдаются ксерокопии сертификатов на необходимые позиции товара. Предоставляем уверенный гарантийный сервис и замену. Мы находимся в тесном контакте с производителями, которые достаточно быстро реагируют на рекомендации и советы по модификации или созданию новых моделей и аксессуаров.

Опираясь на серьезный опыт продаж, с большим удовольствием сможем дать максимально точные рекомендации по необходимому Вам ассортименту и наиболее продаваемым позициям в Вашем регионе. Как эксперты в своей области, поможем Вам с обучением — как правильно осуществлять выбор Вашим клиентам, чтобы они были действительно довольны своими покупками и могли искренне рекомендовать Ваши магазины как лучшие — своим родным и знакомым. Работая таким образом и отбирая только лучшее, мы совершенно уверены в своей продукции и легко можем передать Вашим покупателям эту уверенность в товаре, что серьезным образом будет положительно влиять на объемы Ваших продаж.

Если не учитывать социальное положение и карьерные достижения, можно выделить Ваших клиентов в разрезе сфер интересов: охотники, рыболовы, дайверы, велосипедисты, автолюбители, инженеры, любители экстремальных видов спорта и отдыха, туристы, спецподразделения, пограничники, таможенники, МЧС и т.д.

Мы стремимся создать большой выбор качественных вещей, чтобы каждый мог более индивидуально и осознанно приобретать вещь. Что бы эта покупка для человека имела большую ценность.

За истёкший год на рынке светодиодных фонарей появилось большое количество новинок, интересных как характеристиками светового потока, так и интересными конструктивно-эксплуатационными особенностями. В погоне за дальностью и суммарной мощностью светового пучка производители увеличивали размеры рефлектора фонарей и их массогабаритные характеристики. В итоге мы получили возможность использовать на охоте, в туристических путешествиях и в повседневной жизни, качественно сделанные фонари, обладающие впечатляющими характеристиками. Но, как оно всегда бывает, хочется идеального сочетания ТТХ такой нужной вещи, как фонарь.

Одним из наиболее удачных фонарей прошедшего сезона можно уверенно назвать M20 Warrior. Имея замечательные показатели светового потока, «Воин» имеет очень важное преимущество перед другими фонарями — компактность, лёгкость и великолепную устойчивость к ударным нагрузкам и воздействию давления воды на глубинах до 12 метров. При помощи различного рода кронштейнов, фонарь быстро и надёжно может монтироваться на любое оружие. Удобный чехол позволяет эффективно переносить M20 на поясе, при этом в боковые карманы чехла помещаются 2 запасных аккумулятора. Прибор может носиться на шее при помощи шнура — порой это гораздо удобнее в эксплуатации, чем поясное ношение, требующее больше времени для извлечения фонаря.

M20 Warrior, в течении прошедшего года, успешно эксплуатировался на всей территории России. Максимальный подтверждённый результат ночной стрельбы по кабану, из винтовки с оптикой «из под фонаря» — 180 метров.

Казалось бы, что ещё нужно для полного счастья? Но человеку свойственно желать лучшего, даже при наличии хорошего. Многие отмечали желанность увеличения мощности световых характеристик M20, пускай даже в ущерб дальности — охотникам и туристам чаще нужен широкий сноп света, позволяющий осветить как можно больше пространства на дистанциях до 100 метров.

В итоге производителю было сформировано техзадание на новый универсальный фонарь, позволяющий совместить в себе достоинства M20 и мощных, дальних, но тяжёлых и больших фонарей. В двух словах — при сохранении массогабаритных параметров M20 требовалось реальное 2-кратное увеличение мощности светового потока!

Всё это было воплощено в M21 Warrior. В сравнении с M20, новый фонарь сохранил прежний вес и габариты, разве что «голова» стала чуть больше. Зато световой поток действительно увеличился вдвое.

Тестирование M21 на лёгких ружьях калибра 12x76, стандартных двустволках, а также — нескольких винтовках калибра 7,62x54 показало, что в плане надёжности новый фонарь ничем не уступает проверенному M20. Так что охотники радикальное улучшение световых характеристик фонаря оценят по достоинству.

Будет интересен M21 и для любителей подводного плавания — погружения на глубину 10 метров никак не сказались



Пример света на 100 метров.

Фото: megatorch.com

на его работоспособности, а по эффективности освещения под водой у нового «Воина» вряд ли найдутся соперники.

Также с уверенностью можно рекомендовать M21 владельцам гладкоствольного оружия, приобретающим его для самообороны и охраны своих домов. Как говорится «Si vis pacem, para bellum», что в переводе с латыни значит: хочешь мира — готовься к войне. Широкий и мощный свет M21 позволит как «оглушить», дезориентировать злоумышленника, так и ясно видеть картину происходящего на реальных дистанциях самообороны. Впрочем, новинку по достоинству оценят и все любители экстремального отдыха. **БЗ**



ПРЕДЬИВИТЕЛЬНО  
СКИДКА 10%  
дополнительно  
к спорадичной закупке

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ФОНАРИ  
ДЛЯ ОХОТЫ И РЫБАЛКИ**

[www.megatorch.com](http://www.megatorch.com)  
8 499 343-79-82  
8 915 391-69-63  
[drive@megatorch.com](mailto:drive@megatorch.com)

**Грамотная поддержка и гарантии  
для региональных представителей**

# Обзор фонаря

## EagleTac T100C2

Выбор фонаря для охоты всегда был непростым вопросом. С одной стороны, подствольный фонарь должен быть достаточно качественным, чтобы не подвести в самый ответственный момент: должен без проблем выдерживать отдачу, быть неприхотливым к условиям эксплуатации, ярким и при всем этом легким и компактным. С другой стороны, понятно естественное желание сэкономить — выбрать недорогой и экономичный по потребляемому току фонарь с максимальным сроком службы.

**М**ы хотим рассмотреть интересное предложение на рынке, являющееся своеобразным компромиссом: при отличном качестве изготовления и ТТХ тактический фонарь обладает достаточно низкой в своем классе ценой (до 3000 рублей). Пожизненная гарантия производителя только подливает масла в огонь интереса к новинке. Итак, фонарь EagleTac T100C2 MKII.

### ОБЗОР МОДЕЛИ

Фонарь позиционируется как тактический фонарь начального уровня. Низкая цена обусловлена простым функционалом устройства: всего два режима работы (яркий и экономичный) позволили обойтись без использования управляющего микропроцессора.

Мощный светодиод CREE XP-E имеет сверхмалые размеры и меньшую предельную яркость (и, соответственно, цену) по сравнению с другими диодами в линейке. Однако именно из-за мало-

го размера тела свечения он может быть очень хорошо сфокусирован, чем и воспользовались в EagleTac: при яркости 220 люмен фонарь легко выигрывает по дальности у большинства более ярких (240–300 люмен) фонарей. Кроме того, из-за снижения рабочего тока значительно улучшилась экономичность фонаря.

Из-за отсутствия микроконтроллера придется забыть о режимах стробоскопа, SOS-сигнала, аварийного маячка, режимах с плавной настройкой яркости и прочих популярных сегодня в тактических фонарях режимах. Впрочем, возможность поморгать светом или подать SOS вручную легкими нажатиями остается, благодаря типу кнопки с моментальным включением.

Из-за отсутствия микроконтроллера конструкция обрела еще одно преимущество: температурный диапазон использования фонаря был расширен до  $-40^{\circ}\text{C}$ : контроллеры таких низких температур не любят.



### КОНСТРУКЦИЯ

К сборке и свету фонаря придраться не получается: безупречный дюралевый толстостенный корпус с традиционным черным анодированием III типа, которое не сотрется долгие годы. Небольшое ребро радиатора и массивная голова вполне достаточны для хорошего теплоотвода. Оправдывая область своего применения, фонарь по всей длине имеет добротную глубокую накатку, не скользит в руках при работе и точно не выскользнет даже из толстых перчаток. В целом, EagleTac имеет очень эргономичную форму и хорошо лежит в руке. В задней части фонаря установлено съемное прорезиненное кольцо для

«сигарного» хвата, которое к тому же предотвращает скатывание фонаря с наклонной плоскости. Резиновое покрытие с кольца, по нашему опыту, облезает в первые 2–3 недели эксплуатации, но на характеристики это никак не влияет. А вот клипса бы фонарю не помешала: видимо, производитель посчитал, что штатного чехла вполне достаточно.

Штатная кнопка традиционно для «тактиков» сильно выступает за пределы корпуса — это облегчает ее нажатие в перчатках, но не дает возможности поставить фонарь на торец. Как дополнительный аксессуар выпускается утопленная кнопка, менее удобная для работы в перчатках, но зато с ней можно поставить фонарь вертикально кнопкой вниз.

Голова фонаря имеет режущую кромку с тремя выступающими зубцами: если вы оставите фонарь стеклом вниз на столе, он не разрядит элементы питания незаметно — свет, выбивающийся из-под зубцов, напомнит вам об этом.

Отражатель — цельный алюминиевый, параболический, с гладким покрытием. В отличие от текстурированных («мятых») отражателей, такой тип дает на 20–30% большую дальность. Стекло закаленное, с просветляющим покрытием, которое уменьшает потерю света в результате отражения от стекла. Проницаемость такого стекла составляет более 95%, в то время как обычного — порядка 70%.

Корпус водонепроницаем при длительном погружении до глубины 3 м, так что дождь, грязь или охота на воде — ему не помеха.

## ЭЛЕКТРОНИКА

Фонарь питается от двух литиевых батарей CR123A либо одного аккумулятора 18650. Чтобы батареи не болтались внутри, их можно установить в специальную кассету-переходник. В фонаре применена электронная схема с понижающим преобразователем, стабилизатор тока практически идеально поддерживает яркость постоянной на всем протяжении разряда элементов питания как на батареях, так и на аккумуляторе.



## Характеристики фонаря TTX EagleTac T100C2 MKII

- Размеры: длина 141 мм, диаметр 31 мм, диаметр корпуса 25,4 мм
- Масса: 114 г без элементов питания
- Светодиод: Cree XP-E, срок службы 50 000 часов
- Питание: 1x18650 или 2x CR123A
- Отражатель: гладкий алюминиевый
- Время работы: Яркий режим (220 люмен) — 3 часа
- Экономичный режим (55 люмен) — 20 часов
- Водонепроницаемость: до 3 м
- Корпус: дюралюминий с анодированием III степени.
- Дальность освещения (заявленная): 180 м
- Угол рассеивания луча: 3.5°
- Аксессуары: утопленная кнопка, выносная кнопка с витым шнуром, подствольное крепление.
- Гарантия: ограниченная пожизненная.

## Комплектация

- 1x фонарь EagleTac T100C2 MKII
- 1x ремешок для крепления на руку
- 1x нейлоновый чехол
- 1x инструкция



Время работы фонаря от аккумулятора емкостью 2800 мАч составляет 3 часа в ярком режиме и 20 часов в экономичном, от батарей 2,5 ч и 16 ч соответственно.

В фонаре предусмотрена механическая защита от неправильной установки элементов питания, которая полностью исключит порчу схемы из-за неправильно поставленных батареек.

Контактные площадки как корпуса, так и батарей подпружинены, имеют гальваническое позолоченное покрытие. Резьба кнопки анодирована, что позволяет как своеобразный предохранитель отвернуть кнопку на 1/4 оборота и фонарь никогда не включится у вас в рюкзаке или кармане.

## СВЕТ

Свет фонаря — чистый белый, без ухода в синеву или желтизну. Фокусировка очень хорошая (3.5°): дистанция уверенного света — около 70 метров, предельная рабочая — около 100 м. Диаметр светового пятна на расстоянии 70 м — 4 м, на расстоянии 100 м — 6 м. При этом боковая засветка также до-

статочно яркая — фонарь удобен и при ручном применении в ближнем поле действия. Граница между центральным пятном и боковой засветкой плавная, без резких переходов. В луче присутствуют незначительные артефакты, полностью избавиться от которых получается только с текстурированными отражателями. Однако артефакты видны только на тестовой стене, в реальных условиях разглядеть их невозможно. Зубцы на режущей кромке выполнены с учетом распределения света, и тени в луче не дают.

Производитель заявляет дальность 180 метров — она, как и у большинства фонарей, жертва маркетинга, и достигается, только если ловить блики по верхушкам деревьев абсолютно безлунной ночью. В целом, из-за лучшей фокусировки яркость фонаря субъективно ощущается на уровне более мощных фонарей, порядка 250–280 люмен.

## ЭКСПЛУАТАЦИЯ

Фонарь незамысловат в обращении, имеет всего два режима яркости, выбираемых простым поворотом головы. Никаких множественных нажатий на



Расстояние до стены — 50 м.

Foto: superfonarik.ru



Полевые испытания

Foto: fonarevka.lux-rc.com

кнопку, периодических кручений головы или пользовательского меню здесь нет. При завернутой голове включается яркий режим (220 люмен). Немного отвернув голову, можно включить экономичный режим (55 люмен). Переключить режим можно как на включенном, так и на выключенном фонаре. Практика показывает, что именно двух режимов с таким управлением — необходимо и достаточно для охотника или рыбака.

EagleTac T100C2 легко устанавливается на все виды оружия: благодаря стандартному для оружейных фонарей диаметру 1 дюйм, к нему подходит большинство универсальных оружейных креплений.

Впрочем, EagleTac предлагает удобный готовый «оружейный» комплект T100C2 MKII Weapon Kit, уже включающий универсальное крепление под гладкоствольное или нарезное (на выбор) оружие и выносную кнопку с витым шнуром. Что приятно, в комплекте поставляются и самоклеящиеся липучки для установки выносной кнопки.

При установке в неразборное на две части дюймовое крепление потребуются снять кольцо для сигарного хвата. Кольцо можно снять совсем, так частая установка будет проще. Сама выносная кнопка устанавливается без проблем взамен штатной, достаточно удобна в эксплуатации, имеет четыре параллельных микровыключателя и четкую тактильную обратную связь. На задней крышке выносной кнопки предусмотрена и дополнительная кнопка с фиксацией. Благо-



даря небольшому весу фонаря — порядка 150 г с батареями, балансировка оружия меняется незначительно.

В момент выстрела свет не моргает — результат использования амортизационных пружин для аккумулятора и в задней крышке, и в головной части.

При частом использовании фонаря в абразивных средах (песок, земля) или в соленой воде (а фонарь вполне подходит и для не очень глубокой

подводной охоты) мы рекомендуем чаще смазывать уплотнители и резьбовые соединения качественной смазкой на силиконовой основе.

При ручном применении яркий режим избыточен — слепит отраженным светом даже в сумерках. Однако им удобно кратковременно осветить объекты, находящиеся вдали. Свет экономичного режима более чем достаточен для ближнего радиуса действия 30–40 м.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

EagleTac T100C2 MKII — бюджетный современный тактический фонарь, обладающий всеми необходимыми ТТХ, с высокой культурой изготовления и отличным светом. Дистанция уверенного освещения 70 м позволяет смело рекомендовать фонарь в качестве подствольного для любого гладкоствольного оружия, и с натяжкой — для нарезного. Соотношение цена/качество, простота в обращении, возможность выбора элементов питания, яркость и дальность, пожизненная гарантия, и, главное, весьма бюджетная цена среди фонарей данного класса делает этот фонарь весьма интересным для каждого охотника. **23**



подствольные / тактические / поисковые / карманные

## Фонари мировых брендов





Москва, Нагорный пр-д, 10А  
 тел. +7 (495) 969-84-47  
[www.superfonarik.ru](http://www.superfonarik.ru)

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ» павильон №2

22-25 апреля 2010

За справками обращаться  
в оргкомитет выставки:  
Тел.: (495) 780-67-81  
[www.exponica.ru](http://www.exponica.ru)

**24 апреля**

**13.00 - 14.00**

**Открытое соревнование  
по рубке каната.**

*Приглашаем к участию всех желающих.  
Специально подготовленные ножи  
предоставляются.*

*Победители награждаются  
ценными призами.*



«B2B: Рыбалка, охота, туризм»

**21**-я

МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА

**КЛИНОК**  
**ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

*Предъявите на выставке эту рекламу и получите входной билет!*



## Непальские ножи — кукри: продолжение древних традиций

На ближайших выставках «Арсенал» и «Клинок» фирма «Тоджиро» представит целый ряд моделей кукри, которые на данный момент состоят на вооружении полков Великобритании в составе гурских стрелков.

Текст: Иван СОЛОМАТИН, менеджер по развитию

**И**нтерес к непальским ножам кукри вызван их легендарным прошлым, традиции которого уходят в глубь Непальской истории. А также их славным настоящим, ведь кукри — это и приспособление для охоты, и находка для рыбалки; он защитит вашу жизнь

и проложит путь в тропических зарослях. Большое число армейских кукри приобреталось ограниченными партиями по заказу частей и отдельных подразделений непальских стрелков. Этим и объясняется достаточно широкое видовое разнообразие служебных моделей. Об их

принадлежности к табельным образцам зачастую свидетельствуют только специальные клейма и иная маркировка, наносимая на клинок и, реже, на обух или стальной затыльник рукоятки. Практика использования фамильных клинков или исполненных на заказ известными



непальскими кузнецами—ками получила также широкое распространение у офицеров и унтеров непальских стрелков. Отношение к уставным моделям самих «гурков» было не простое. Ими активно пользовались, но из путешествия по родным местам доблестный воин, как правило, возвращался с авторской моделью, которую берег и с которой шел в бой. Штатным же моделям доставалась вся грязная работа по обустройству быта стрелка в суровых военных походах. И сегодня у гурков есть две модели кукри — парадная и повседневная.

Клинок кукри имеет характерный профиль «крыла сокола» с заточкой по вогнутой грани (то есть это нож с так называемым «обратным изгибом»). Считается, что кукри происходит от греческого копья, имеющего похожий изгиб, и попал в Непал с армией Александра Македонского в IV веке до н.э.

По другой версии, характерная форма изогнутого клинка, заточенного по внутренней стороне, была принесена в Грецию из Африки в VI веке до н.э., а оттуда распространилась на Балканы и Средний Восток, оказав влияние на форму ятагана и ряда ножей региона.

Вне зависимости от источника происхождения кукри является одним из самых древних видов холодного оружия, дошедшего до наших дней без серьезных изменений.

Наиболее древний кукри хранится в Национальном музее Непала и датируется приблизительно XIV—XV веком, музейные образцы практически не отличаются от изготавливаемых сейчас. Более ранние образцы не сохранились из-за применявшегося в них низкокачественного металла.

Каждый характерный элемент кукри имеет не только практическое, но и символическое значение. Так, например, дол у обуха носит название «Меч Шивы» и дает кукри силу оружия бога Шивы. Кольца на рукояти обеспечивают уверенное удержание кукри во влажной руке и символизируют собой уровни мироздания. Лезвие с переменным

углом заточки дает максимальную эффективность в рубящих, режущих и колющих ударах и символизирует Солнце и Луну — традиционные символы Непала. Выемка на лезвии у рукояти называется чо и бывает различной формы, как правило, обозначает трезубец Шивы — основной атрибут и символ силы этого бога. Другая форма чо — «след коровы», является символом богини Кали (корова является священным животным в индуизме). Практический смысл чо — препятствовать образованию трещин и сколу клинка у рукояти. Для кукри, не имеющих чо, производимых например, в Америке, наиболее частым дефектом является отлом лезвия у рукояти (на эту область клинка приходится максимальная нагрузка при рубящем ударе по твердой цели). Металлическое навершие на головке рукояти символизирует всевидящее око бога, а в практическом плане закрывает кончик хвостовика лезвия, проходящего через всю рукоять, и позволяет использовать рукоять кукри в качестве молотка.

Носится кукри в широких деревянных ножнах, обтянутых кожей водяного буйвола, и окованных металлом. Рукоять кукри традиционно изготавливается из палисандрового дерева или рога водяного буйвола.

Обычно, кроме самого кукри, в комплект входят два меньших ножа — карда и хакма. Первый — это нож для мелких работ, второй — тупой кусок стали с рукояткой, который служит в частности для разжигания огня.

Клинок традиционного кукри имеет не только заточку с переменным углом, но и зонную закалку. У обуха клинок

значительно мягче, чем у кромки лезвия. Для кукри характерны показатели твердости в 25–27 HRC у обуха, 46–48 HRC в середине клинка и 55–57 HRC у кромки лезвия либо 57–58 HRC у обуха и около 60 HRC на кромке лезвия. Сохранить упругость клинка при такой высокой твердости помогает традиционная техникаковки, передаваемая из поколения в поколение непальскими кузнецами ками. **828**



Гуркский офицер с кукри на поясе

## НЕПАЛЬСКИЕ КУКРИ



10" JUNGLE TACTICAL  
3372 руб.

10" BHADJURE (NEPALI)  
4116 руб.

КУКРИ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ  
ХОЛОДНЫМ ОРУЖИЕМ

## ЯПОНСКИЕ ТОЧИЛЬНЫЕ КАМНИ



KING KOK 045 #1000  
1530 руб.

KING KHKG 065 #220/#1000  
2330 руб.

KING KOKW 065 #800/#1000  
2840 руб.

### МАГАЗИНЫ В МОСКВЕ:

- ☉ СОКОЛ, ул. Балтийская 6, корпус 1.
- ☉ ШОССЕ ЭНТУЗИАСТОВ, шоссе Энтузиастов 48/1.
- ☉ КОЛОМЕНСКАЯ, ТЦ "Коломенский пассаж" (3-й этаж), пр-т Андропова 36, пав.28
- ☉ ТУШИНСКАЯ, ТЦ "Гвоздь" (4-й этаж), Волоколамское шоссе 103.
- ☉ ЛЕНИНСКИЙ ПР-Т, Ленинский пр-т, д.61/1.
- ☉ ДОМОДЕЛОВСКАЯ или ☉ ТЕПЛЫЙ СТАН, ТЦ "Твой Дом", 24 км МКАД, пересечение с Каширским шоссе.

### ПОЛНЫЙ ВЫБОР В НАШИХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ:

- www.tojiro.ru
- www.aogami.ru
- www.kukri.ru
- www.vg10.ru
- www.kenna.ru

☎ (495) 646-64-94

# Пять групп Кукри

## 1 Service No.1 (The British Service No.1)



**10`` Кукри British Service #1**  
 Длина кукри мм 406,5  
 Длина клинка мм 273,1  
 Длина рукоятки мм 133,4  
 Толщина обуха мм 6,4  
 Сталь клинка: Carbon Steel, зонная закалка  
 Материал рукояти: латунь, рог  
 Материал ножен: кожа

Стандартная армейская модель гуркских стрелков, проходящих службу в британской бригаде. Общая длина — 380 мм при весе около 600 граммов. Аналогичная модель используется гуркскими частями и в национальной армии Непала: она несколько короче и легче — 330 мм и 500 граммов соответственно. Обладает обухом значительной толщины, усиленным концом клинка. Острие клинка выведено «на иголку» для повышения эффективности вспарывающих рубящих ударов. Как правило, клинок хорошо полирован. Он подписывается датой начала контракта владельца. Модель носится с повседневной формой одежды для строя и при несении дежурств. В отличие от прочих видов кукри, ножны имеют парные кожаные лопасти для надевания на поясной ремень.

## 2 Training Knife (Джунглевый или Тактический)



**6`` Кукри Jungle**  
 Длина кукри мм 261.6  
 Длина клинка мм 152.4  
 Длина рукоятки мм 109.2  
 Толщина обуха мм 6.4  
 Сталь клинка: Carbon Steel, зонная закалка  
 Материал рукояти: латунь, рог  
 Материал ножен: кожа

Многофункциональный кукри, используемый для боевой подготовки солдат для ведения боевых действий в джунглях. Клинок и рукоять неполированы: клинок зачастую воронится, а неполированная рукоять обладает улучшенной эргономичностью при длительной и интенсивной работе. Ножны иногда дополнительно обтягиваются материей камуфляжной расцветки.

## 3 Service Ceremonial (Dress Knife или Парадный)



**9`` Кукри Jungle Tactical**  
 Длина кукри мм 406,5  
 Длина клинка мм 273,1  
 Длина рукоятки мм 133,4  
 Толщина обуха мм 6,4  
 Сталь клинка: Carbon Steel, зонная закалка  
 Материал рукояти: Латунь, рог  
 Материал ножен: Кожа

Парадный нож солдата-гурка. Отличается отличной отделкой и высоким качеством кожаных ножен. По увольнению гурка, в связи с истечением срока, контракт клинок передается в его собственность. Он также имеет парные кожаные лопасти для надевания на поясной ремень.

## 4 Nepal Army (National Issue)



**9`` Кукри Nepal Army (National Issue)**  
 Длина кукри мм 342.9  
 Длина клинка мм 228.6  
 Длина рукоятки мм 114.3  
 Толщина обуха мм 12.7  
 Сталь клинка: Carbon Steel, зонная закалка  
 Материал рукояти: латунь, рог  
 Материал ножен: кожа

Простая и надежная армейская модель, много лет находящаяся на вооружении британской бригады гурков. Минимум излишеств — все подчинено выполнению задач ратного труда. Общая длина — 330 мм при весе около 500 граммов.

## 5 Mini Jungle



**6`` Кукри Mini Jungle**  
 Длина кукри мм 323.9  
 Длина клинка мм 203.2  
 Длина рукоятки мм 120.7  
 Толщина обуха мм 6.4  
 Сталь клинка: Carbon Steel, зонная закалка  
 Материал рукояти: латунь, рог  
 Материал ножен: кожа

Уменьшенная копия модели Ангхола. Джунглевый нож, разработанный для ведения военных действий и гуманитарных операций в экваториальных зонах.

XXVIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА



10-13 СЕНТЯБРЯ,  
2010 ГОДА


# ОХОТА И РЫБОЛОВСТВО НА РУСИ



РЕКЛАМА

МОСКВА, ВВЦ  
ПАВИЛЬОН № 69



ОРГАНИЗАТОР: **ЭКСПОДИЗАЙН**   
РУССКАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ «ЭКСПОДИЗАЙН»  
Тел./факс: +7 (499) 181-44-74; +7 (495) 258-87-66  
[www.hunting-expo.ru](http://www.hunting-expo.ru) | [hunter@expo-design.ru](mailto:hunter@expo-design.ru)



Надувные лодки серии «АКВА» - это отличное решение для любителей рыбалки, охоты, туризма и просто отдыха на воде. Небольшой вес, удобная упаковка, минимальное время сборки и разборки делают эксплуатацию лодки комфортной при любых погодных условиях. А невысокая цена при высоком качестве изготовления делает их привлекательными для самых разных покупателей.

## Гребные лодки «АКВА»



### Аква 200

Вместимость - 1,5 чел.  
Грузоподъемность - 170 кг  
Масса лодки - 10 кг  
Количество отсеков - 2  
Длина - 2000 мм  
Ширина - 1200 мм  
Диаметр борта - 340 мм  
Цена розничная - 7540 руб.



### Аква 240

Вместимость - 2 чел.  
Грузоподъемность - 220 кг  
Масса лодки - 13 кг  
Количество отсеков - 2  
Длина - 2400 мм  
Ширина - 1200 мм  
Диаметр борта - 340 мм  
Цена розничная - 8320 руб.



### Аква 260

Вместимость - 2 чел.  
Грузоподъемность - 220 кг  
Масса лодки - 13 кг  
Количество отсеков - 2  
Длина - 2600 мм  
Ширина - 1200 мм  
Диаметр борта - 340 мм  
Цена розничная - 8580 руб.



### Аква 270

Вместимость - 2 чел.  
Грузоподъемность - 220 кг  
Масса лодки - 14 кг  
Количество отсеков - 2  
Длина - 2700 мм  
Ширина - 1200 мм  
Диаметр борта - 340 мм  
Цена розничная - 8970 руб.



### Аква 280

Вместимость - 2 чел.  
Грузоподъемность - 220 кг  
Масса лодки - 15 кг  
Количество отсеков - 2  
Длина - 2800 мм  
Ширина - 1250 мм  
Диаметр борта - 350 мм  
Цена розничная - 10270 руб.

## Моторно-гребные лодки «АКВА»



### Аква 2850 РС

Вместимость - 2 чел.  
Грузоподъемность - 250 кг  
Масса лодки - 26 кг  
Количество отсеков - 3  
Мощность двигателя - 4 л.с.  
Длина - 2850 мм  
Ширина - 1250 мм  
Диаметр борта - 340 мм  
Цена розничная - 14300 руб.



### Аква 2850 СК

Вместимость - 2 чел.  
Грузоподъемность - 250 кг  
Масса лодки - 31 кг  
Количество отсеков - 3 + киль  
Мощность двигателя - 5 л.с.  
Длина - 2850 мм  
Ширина - 1250 мм  
Диаметр борта - 340 мм  
Цена розничная - 17680 руб.