

Опубликовано 2 марта, 2020 - 15:26



Баланс производства и потребления гражданского оружия в России нарушен. Продажи снижаются много лет подряд. Взбодрить их могла бы цифровизация. Так посчитал IT-предприниматель Даниил Михалевич и начал разработку мобильного приложения для охотников и гидов Yager. Оно стало доступным с октября прошлого года и уже насчитывает более 20 тыс. пользователей. Интерес к проекту проявил «Тульский оружейный завод», хотя и не афиширует это.

Airbnb для охоты

Идея цифрового сервиса для охоты родилась еще в 2018 году. Основатель стартапа Даниил Михалевич рассказал «Ко»: «Тогда я работал в банковской сфере. Но уже понимал, что надо выходить из зоны комфорта. Идея нишевого маркетплейса мне показалась перспективной. В конце года я ушел из банка и с двумя питч-деками на руках начал искать финансирование».

Проект Yager вызвал у инвесторов большой интерес. Во-первых, аналогов подобных сервисов на российском и западном рынке не было и до сих пор нет. Во-вторых, проект обещал хорошую unit-экономику. Доказательством этому можно считать то, что в марте прошлого года, сразу после регистрации ООО «Ягер», в его капитал вошло ПАО «Тульский оружейный завод».

В результате оружейному заводу сейчас принадлежит 20 % «Ягера». Правда, представители завода этот бизнес-интерес отрицают. На вопрос корреспондента «Ко» о покупке доли нового цифрового сервиса в пресс-службе завода ответили, что слышат о стартапе в первый раз. Между тем в выписке из ЕГРЮЛ видно, что 40 % капитала Yager — у его основателя Даниила Михалевича, столько же — у его партнера Алексея Кузнецова, и, наконец, 20 % принадлежит Тульскому оружейному заводу.

Даниил Михалевич заявил «Ко», что его стартап должен помочь развитию охотничьей отрасли и решить проблему ограниченности информационных ресурсов для охотников. В будущем это может дать толчок стагнирующему рынку, чем, возможно, и объясняется интерес тульских оружейников к проекту.

Продажи гражданского оружия переживают упадок. И это несмотря на действующее с лета 2014 года эмбарго на поставки этой продукции из США и Европы.

«Число владельцев стрелкового оружия за последние 8-9 лет снизилось на 25 %, и значительного роста в ближайшее время нельзя ожидать», — говорит вице-президент Союза российских оружейников Олег Чикирев. — Это неизбежно отражается на снижении загруженности производителей оружия и патронов. Тревожные нотки звучат и по сети оружейных магазинов — по последним данным, их количество снизилось с 1200 до 960. Эти тенденции не могут радовать».

Участники рынка возлагают надежды на Минпромторг и Минспорта, которые могут стимулировать расширение сети тиров, развитие спортивной стрельбы.

В России на каждую сотню жителей приходится 9 единиц гражданского оружия. Для

сравнения: в Австралии — 30 единиц, в США — 90 единиц.

По данным Росгвардии, в собственности россиян находится более 6,5 млн единиц гражданского оружия. Только в 2019 году отделения лицензионно-разрешительной работы выдали около 1 млн лицензий на хранение и ношение оружия. Больше всего востребованы карабины и ружья для охоты, а также оружие ограниченного поражения для самообороны, так называемые травматы.

Отчасти рынок могут простимулировать и цифровые технологии.

«Реальное развитие мобильных платформ, упрощающих продажу оружия и охотничьей атрибутики, сервисов подстегнет рынок продажи оружия, — уверен заместитель гендиректора АНО «НИЦ-Оружие» Дмитрий Ипатов. — Однако это потребует изменения правовой и технической базы. В первую очередь это касается вопросов, которые находятся в ведении Росгвардии, например — подтверждение личности конечного потребителя. Как проверить, что предъявленная лицензия принадлежит именно этому покупателю? Не исключено, что документ принадлежит человеку, которого уже нет в живых, поэтому правоохранительные органы всегда ратуют за то, чтобы продажа оружия и выдача разрешений всегда проходила глаза в глаза. Пока наше законодательство предусматривает только живой контакт. Но мировой опыт другой: я был в гостях в Эстонии, и мой друг заехал на почту за посылкой, в которой было два пистолета-глока из Австрии. Он оформил покупку онлайн, отправив свои документы в электронном виде. Для нас это пока из раздела фантастики».

Время маркетплейсов

На разработку первой public-версии приложения Yager ушло пять месяцев. Сервис стал доступен в октябре 2019 года. Но активная доработка продолжается до сих пор. «Охота — это не доставка еды или аренда жилья. Дигитализировать этот рынок в разы сложнее. И конечно, тут требуется кредит доверия», — отметил Даниил Михалевич.

За первые два месяца сервис набрал более 20 тыс. пользователей. В декабре вышло большое обновление, в котором максимально учли все недостатки и значительно улучшили UX (user experience).

Сейчас через приложение можно бронировать охоту с егерским сопровождением. Охотхозяйства и частные гиды свободно размещают свои предложения, которые после успешной верификации появляются на площадке. Охотники могут бронировать их, при этом в целях безопасности деньги находятся на специальном счете. Гиды получают выплаты только после окончания охоты.

Однако услугами гидов пользуются далеко не все. В России 4 млн охотников, и ежегодно выдается 2,7 млн разрешений на охоту.

80 % охотников самостоятельно ходят на мелкую дичь. Это заметно ограничивает рынок услуг гидов.

Поэтому было принято решение трансформировать бизнес-модель и начать дополнительно продавать путевки для самостоятельной охоты. Для развития данного направления стартап запускает пилотный проект с Военно-охотничьим обществом. В рамках пилотника к площадке подключено 16 охотугодий по ЦФО, в которые пользователи Yager смогут приобретать путевки по льготным ценам.

Вооруженный захват Европы

В ближайшее время Yager планирует выйти и на международный рынок. Россия — тестовый полигон, прямо признается Даниил. «В масштабах мирового рынка российский — слишком маленький. Особенно это касается охоты с сопровождением. Поэтому мы собираемся выходить в Европу и США. Однако перед этим надо заручиться мощной поддержкой», — отметил руководитель стартапа.

Именно с этой целью в 2020 году предприниматели запланировали провести второй раунд привлечения инвестиций, а пока готовят версию приложения на английском языке.

В следующем году планируется вывести приложение на самоокупаемость. Главный источник монетизации — комиссии с бронирований. При этом есть дополнительные пути заработка, но представители проекта их пока не раскрывают. Основной же задачей, по словам Даниила, на данном этапе является не прибыль, а наращивание аудитории, увеличение ее лояльности и стимулирование бронирований за счет промокодов и скидок.

Сетевой Клондайк

Создание нишевых маркетплейсов, по словам руководителя направления цифровой трансформации бизнеса компании «Рексофт» Вадима Каирова, — очевидный тренд на рынке.

«Нишевые маркетплейсы предлагают услуги или товары в отдельно взятой области. Например, почти все крупные интернет-магазины автозапчастей — это фактически маркетплейсы», — отмечает эксперт.

Другого мнения придерживается независимый эксперт по новым технологиям Николай Турубар. Он уверен, что эпоха маркетплейсов уже начала уходить. «Сегодня маркетплейсы создают даже социальные сети. Однако некоторые узкие ниши, например охота и рыбалка, которые еще не оцифрованы, остаются. Здесь создание маркетплейсов было бы перспективно», — замечает эксперт.

Согласно данным приложения Yager, охота с гидом на лося в Тверской области обойдется в 3300 руб. с человека (без учета лицензии), в Подмосковье можно поохотиться на пятнистого оленя от 5500 руб. с человека. Выход на зубра в Гродненской области — от 23 100 руб.

Эксперт выразил удивление в связи с тем, что Тульский оружейный завод «шифруется» и не признает свою связь со стартапом. «Не знаю, зачем он это делает, это хорошее для них вложение. Они получают доступ к платежеспособной аудитории, которой нужно оружие», — заключает Турубар. Однако не все охотники готовы довериться гаджету, да и сами «цифровые» (разработчики приложений — прим. «Ко») не слишком активны. Директор международной выставки ARMS & Hunting Александр Рубцов, которая стартует 29 октября на ВДНХ, отметил, что со стороны цифровых компаний не поступило ни одной заявки для участия в экспозиции.

«Конечно, у многих участников выставки есть собственные интернет-магазины, производители начинают размещать товары охотничьей тематики в маркетплейсах типа Ozon; охотхозяйства открывают аккаунты в Instagram», — говорит Александр Рубцов. — Однако у компаний есть опасения, что это не будет иметь большой отдачи: потребители очень консервативны и привыкли перед покупкой узнать больше информации лично, как говорится — пощупать продукт. Не забывайте, что пул охотников в России — это граждане от 18 до 70 лет, поэтому половину потребителей можно отсеять сразу: они просто не привыкли пользоваться мобильным приложением для того, чтобы сходить на охоту».

Охота — элитный досуг

В числе любителей пострелять по живым мишеням — председатель совета директоров НЛМК Владимир Лисин, акционеры «Альфа-Банка» Герман Хан и Петр Авен, президент УГМК Искандер Махмудов. Не чуждо такое времяпрепровождение и чиновникам. В 2009 году на Алтае разбился вертолет, с борта которого представитель президента в госдуме Александр Косопкин со товарищи вел отстрел краснокнижных архаров. В 2018 году экс-губернатор Иркутской области Сергей Левченко стал фигурантом громкого скандала после того, как было обнародовано видео его охоты на спящего в берлоге медведя.

Автор

ko.ru

Автор фотографии

Перов В. Г.

Источник

<https://ko.ru/articles/virtualnyy-eger-pomozhet-proizvoditelyam-oruzhiya/>

Source URL: <http://vspro.info/article/virtualnyy-eger-pomozhet-proizvoditelyam-oruzhiya>