

# Rozmowy o rynku

Marek Grzybowski



Fot. Zofia Raczkowska.

## A Propos

W KP 2/96 ukazał się bardzo ważny tekst p. M. Grzybowskiego pt. „Sprzedaż czy wyprzedaż”, który dość trafnie i wnikliwie ocenia fakty i zjawiska z kręgu polskiej hodowli koni. Podzielał większość poglądów autora. Cieszę się, że ten materiał się ukazał, gdyż uważam go za dobry punkt wyjścia do dalszych merytorycznych dyskusji. Przy tym wszystkim jednak, nie możemy tego tekstu w całości przyjmować zupełnie bezkrytycznie. Autor nie ustrzegł się kilku niedokładności, uogólnień i zbyt daleko idących wniosków.

Nie za bardzo mają umocowanie w rzeczywistości i wobec poszczególnych ras, wnioski, opinie i postulaty, wysunięte dla całego polskiego pogłowia końskiego. Co by nie mówić, trochę inne są oczekiwania, a i mechanizmy, formy hodowli i sprzedaży dla koni półkrwi, inne dla folblutów, a jeszcze inne dla koni czystej krwi arabskiej.

No bo cóż np. oznacza punkt: „wyhodować typ konia poszukiwany na rynku”, w odniesieniu do rasy arabskiej w Polsce? Chyba tylko to, że w krótkim czasie winna ona przejść niesamowitą metamorfozę. Tak się składa, że obecnie „poszukiwany na rynku typ” konia arabskiego, to „egzemplarze” bardzo

dobrze biegające, w swoistym wyścigowym typie.

„Typ konia poszukiwany na rynku” to slogan bardzo koniunkturalny, a więc płynny i zmienny. Dzisiaj ten typ może być taki, jutro zupełnie inny, jak więc mamy nadać z naszym pogłowiem arabskim za tymi zmieniającymi się trendami i modami, i po co? Czy tylko dlatego, że kilku Szejków poszukuje „arabów biegających”, to my mamy nastawiać się na hodowlę takich właśnie arabów, zupełnie przeorientowując stado?

Rasa arabska w Polsce, to jednak zupełnie inne relacje i punkty odniesienia. To my ciągle i wciąż jeszcze jesteśmy liderem światowym, to my jeszcze dyktujemy warunki, nakreślamy normy i wzorce, choć niestety coraz słabiej i nieumiejętnie. My, przez wieki, stworzyliśmy najlepszy na świecie model hodowli i selekcji koni arabskich, najwszechstronniejszy i najwartościowszy typ konia arabskiego. Porzucanie tego, dla przejściowej mody, dla koniunkturalnego rynku, byłoby nie tylko grzechem, ale także głupotą.

Tu nie chodzi przecież o to, żeby podążać ślepo za rynkiem, co przede wszystkim o to, żeby samemu go kreować. Określając, ukierunkowując i opanowując popyt, kreujemy interesujący nas typ konia, jako poszukiwany na rynku. Wszystko to jednak, jak słusznie zauważa p. Grzybowski, przekracza możliwości poszczególnych stadnin. Stąd też, faktycznie nie pozostaje nic innego, jak tylko dopracować się wreszcie profesjonalnego organizmu, którego zadaniem byłaby całościowa reklama i promocja poszczególnych ras polskiej hodowli. Bez tego rzeczywiście daleko nie zajedziemy.

ROBERT RAZNOWIECKI

#### **Od Redakcji:**

List Pana Roberta Raznowieckiego przytaczamy ze znacznymi skrótami, koncentrując uwagę na zawartych w tekście wątkach polemicznych.

Pieniądze ma, kto modę kreuje, Pieniądze traci, kto modzie hołduje.

Panie Robercie,

Zgadzam się z Panem prawie zupełnie. Wypowiedzi Pańskiej nie traktuję w kategoriach polemiki, lecz raczej jako cenne rozwinięcie niektórych myśli zawartych w moim artykule.

Pisząc o konieczności hodowania koni poszukiwanych przez rynek, chcę polskim stadninom zwrócić uwagę, iż muszą zacząć traktować rynek jako ostatnie swoje koło ratunkowe. Mecenat państwa nie uratuje wszystkich stadnin. O ile polskie konie, także arabskie, nie znajdą nabywców, to ich hodowla skurczy się do stada zachowawczego.

Ma Pan rację, że rynek trzeba kreować. Nowoczesny marketing polega na rozumieniu i kształtowaniu popytu. Robiliśmy to dość skutecznie w latach 1975-1991. Kto zna angielski, niech poczyta moje przedmowy do katalogów aukcyjnych, teksty Romana Pankiewicza, Izy Zawadzkiej, Andrzeja Krzyszałowicza, Ignacego Jaworowskiego, Zenka Lipowicza w Arabian Horse World i Arabian Horse Times. Promocja ta polegała na eksponowaniu polskiej tradycji i myśli hodowlanej, polskiej kultury i historii.

Niestety, hodowla koni arabskich na świecie w ostatnich latach skręca w niekorzystnym dla nas kierunku. Ze starożytnej sztuki, hodowlę koni przekształca się w produkcję masową z szerokim wykorzystaniem inseminacji, eksportu mrożonego nasienia, transplantacji zarodków, banków spermy. Polska i izraelska księga stadna najdłużej opierały się uznaniu „nowoczesnych” metod rozrodu.

Podążając za nowoczesnością straciliśmy istotny atut marketingowy.

O charyzmie Baska, Bandoli, Pilarki, Warmii, El Paso, Wizji, Fawora i dziesiątków innych koni, stworzonych przez polskich hodowców, decydował również fakt, że były one wyhodowane z szacunkiem dla natury i cierpliwością, według zasad i kanonów wielowiekowej tradycji. Za odejście od własnej oryginalności zapłacimy dalszym spadkiem cen, bo takie jest prawo produkcji masowej. Ten, kto modę kreuje, robi pieniądze, ten, kto za nią podąża je traci.

Dziś, aby sprzedać konia arabskiego, nie wystarczy ogłosić, że wyhodowano go w Polsce. W masie przeciętnych koni, których rynek nie jest w stanie wchłonąć, trzeba zadowolić się niższą ceną i ponieść wyższe nakłady na promocję. Wysokie ceny, już nie milionów, lecz setek tysięcy dolarów mogą przynieść nieliczne, wybitne konie, i to nie tylko wyścigowe, lecz również wybitne reproduktory lub konie o wybitnym potencjale pokazowym.

Aby mieć takie konie nie musimy sięgać po obce nowinki. Polska sztuka hodowlana powinna powrócić do swoich tradycyjnych metod, bo one właśnie wyróżniają naszego konia od zalewu taniej przeciętności. Trzeba cierpliwie rozwijać wyścigi i pokazy. Trzeba udowodnić, że nasz koń właśnie dlatego, że jest owocem sztuki, a nie produkcji masowej, potrafi wykazać swoją wyższość.

Nic to nowego. Już przed wojną istniał w Janowie treningowy tor wyścigowy, a polska krew płynie w żyłach wielu wybitnych wyścigowych koni świata. Przecież to właśnie w Polsce stworzono podstawy wyścigowej próby dzielności, a konie Branickich, Dzieduszyckich, Sanguszków już w XIX wieku zdobywały medale na wystawach światowych.

MAREK GRZYBOWSKI

## **Prywatne i Państwowe**

Aukcja Polish Prestige 1996 otrzymała podtytuł: „Arabians of the State Stud” - co w dosłownym tłumaczeniu brzmi: araby stadniny państwowej - tylko której ze stadnin: Państwowej Stadniny Koni Łanów Podlaski, PSK Michałów, PSK Kurozwęki, czy PSK Białka. Jeśli członkowie Korony nie przylecą, to kto kupi te „czysto państwowe” araby. Czyżbyśmy (my prywatni hodowcy) musieli myśleć o organizowaniu aukcji naszych koni z mottem „pure private” (czysto prywatny).

JOANNA GROOTINGS

## **Od Redakcji:**

Przytoczony fragment pochodzi z interesującego artykułu „Jednością silni???” , który ukazał się w nr 12/1996/1 Kuriera Arabskiego-Biuletynu Polskiego Towarzystwa Hodowców Koni Arabskich, w którym autorka polemizuje z niezrozumiałą definicją koni „pure Polish”, wymyśloną przez Koronę - międzynarodowe Towarzystwo Hodowców Polskich Koni Arabskich.

## **Pani Joanno,**

Podtytuł „Arabians of the State Stud” w mniej dosłownym tłumaczeniu oznacza Arabów z państwowego stada. Nie ważne z której stadniny. Konie z Janowa, Michałowa, Białki i Kurozwęk tworzą jedno stado koni państwowych, stworzone w trwającym już od pół wieku państwowym systemie hodowli i selekcji, udoskonalone stałą międzystadninową współpracą, utrzymywane i wypromowane z państwowej kiesy. To prawda, że to Państwo nie zawsze było dość szczodre. Nie mniej jednak, sukcesy finansowe

i pokazowe polskich koni są dziełem hodowli państwowej, która z garstki koni ocalałych po wojnie potrafiła stworzyć najsilniejsze genetycznie stado na świecie. O tym przypomina mój podtytuł.

Jestem gorącym zwolennikiem rozwoju stadnin prywatnych, które w hodowli państwowej powinny znajdować wsparcie i zachętę, w firmie zaś „Polish Prestige” przyjazną pomoc promocyjno-handlową. Jako stary marketingowiec, pozwolę sobie na jeszcze jedną uwagę. Pośród setek prywatnych stadnin na świecie, fakt, że Korfowe jest stadniną prywatną, nie ma żadnego promocyjnego znaczenia. Liczy się to, że stadnina Korfowe posiada znakomite konie wyścigowe.

MAREK GRZYBOWSKI