**Министерство образования и науки РФ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**
**«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
Юридический факультет
Кафедра «Философия и социальные коммуникации»

**Продвижение снаряжения для подводной охоты**
**АО «ПО «Электроприбор»**

# ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ПензГУ 42.03.01 13-17 ФСК (ЮФ)
Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Квалификация - бакалавр

| | | |
|---|---|---|
| **Автор - студент группы:** 13ЮР31 | _____ подпись, дата | **Живаев А.Г.** |
| **Руководитель: к.э.н, доцент** | _____ подпись, дата | **Бобров В.А.** |
| **Консультант по социологическим и маркетинговым исследованиям** | _____ подпись, дата | **Карпова М.К.** |
| **Консультант по разработке рекламного продукта** | _____ подпись, дата | **Мурунова Е.В.** |
| **Нормоконтролер** | _____ подпись, дата | **Капезина Т.Т.** |
| **Допуск к защите** зав. кафедрой, д.филос.н., доцент | _____ подпись, дата | **Розенберг Н.В.** |

**Работа допущена к защите в ГЭК** (протокол заседания кафедры от _____ № ____)

**Заведующий кафедрой** д.филос.н., доцент _____ **Розенберг Н.В.**
подпись, дата

**Работа защищена с оценкой** _____ (протокол ГЭК от _____ № ____)

**Секретарь ГЭК** _____ **Егорова Е.С**.
подпись, дата

Пенза 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ……..... 3
ГЛАВА 1 ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ СПОРТИВНОЙ ОХОТЫ
И РЫБОЛОВСТВА ..... 6
1.1 Рынок подводного снаряжения ……. 6
1.2 Особенности продаж подводного снаряжения ……..... 17
ГЛАВА 2 ПРОДВИЖЕНИЕ РУЖЕЙ ДЛЯ ПОДВОДНОЙ ОХОТЫ
АО «ПО «ЭЛЕКТРОПРИБОР»……..... 25
2.1 Опыт продаж ружей для подводной охоты
АО «ПО «Электроприбор» ……. 25
2.2 Рекомендации по продвижению ружей для подводной охоты
АО «ПО «Электроприбор» ……. 29
ЗАКЛЮЧЕНИЕ ……... 37
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ……..... 39
ПРИЛОЖЕНИЯ ……... 43

# ВВЕДЕНИЕ

Подводная охота является хобби огромного количества людей в мире. Об этом свидетельствует существование разнообразного подводного снаряжения, подводных ружей известных мировых брендов. Не исключение и наша страна, с её огромным количеством морей, озёр и рек. Погрузиться в подводный мир в специальной экипировке с ружьём для подводной охоты в руках очень интересно и захватывающе. Данная тема становится лишь актуальнее с течением времени. Появляется усовершенствованное снаряжение, в том числе и новые модели подводных ружей.

АО «ПО «Электроприбор», созданное в 1961 году, является одним из ведущих предприятий России по изготовлению и поставке средств телекоммуникации и связи специального назначения, которые обеспечивают надежную криптографическую защиту конфиденциальной речевой, документальной, графической информации и применяются на стационарных и подвижных (на колесной и гусеничной базе, на вертолетах, самолетах, космических аппаратах, на надводных и подводных объектах морского базирования) пунктах управления различного назначения.

С начала 1990-х по настоящее время, предприятие является одной из крупнейших организаций России по изготовлению и поставке ружей для подводной охоты. «Электроприбор» работает как с крупными, так и с мелкими потребителями различных форм собственности. Существуют следующие модели ружей для подводной охоты, выпускаемые АО «ПО «Электроприбор»: «РПП-4», «РПП-4М», «Акула», «Оса»-500/01, «Оса»-600/01, «Оса»-700/01.

В настоящее время, по сведениям отдела маркетинга, на повестке дня у организации увеличение объёмов продаж. На этом строится вся политика АО «ПО «Электроприбор».

Объект выпускной квалификационной работы – продвижение снаряжения для подводной охоты.

Предмет выпускной квалификационной работы – продвижение подводных ружей АО «ПО «Электроприбор»

Целью работы является изучение продвижения продукции на рынке подводного снаряжения и разработка практических предложений для продвижения ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор»

Задачи:

1. Проанализировать тенденции развития современного рынка подводного снаряжения.
2. Выявить особенности продаж подводного снаряжения.
3. Изучить опыт продаж ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор».
4. Разработать рекомендации по продвижению ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор».

С поиском информации по теме выпускной работы возникли проблемы: аналитических материалов не обнаружено. Список использованных источников составлен преимущественно из ссылок на тематические интернет-ресурсы, содержащие ту или иную информацию о подводной охоте и подводном снаряжении, в том числе, рейтинг и интервью. Была изучена литература, представленная в руководстве по эксплуатации ружья РПП.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Во введении обозначена актуальность, объект, предмет, цели и задачи работы. В первой главе рассмотрены теоретические аспекты продвижения подводного снаряжения.

Во второй главе проанализированы опыт и возможности продвижения ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор», даны практические рекомендации по продвижению ружей для подводной охоты названного

предприятия. В заключение подведены итоги работы над выпускной квалификационной работой.

В приложения включены: изображения моделей ружей, производимых АО «ПО «Электроприбор», изображения используемых этикеток, а так же собственные разработки, интервью с начальником бюро технического контроля инструментального производства и сценарий рекламного ролика. Так же представлены прайс-листы АО «ПО «Электроприбор», которые содержат в себе всю самую необходимую информацию о производимых ружьях для подводной охоты, их основные характеристики, цены и контактную информацию отдела маркетинга, который занимается продвижением и продажей данной продукции.

# ГЛАВА 1 ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ СПОРТИВНОЙ ОХОТЫ И РЫБОЛОВСТВА

## 1.1 Рынок подводного снаряжения

В 30-е годы прошлого столетия появился новый вид спорта – подводная охота. Она быстро получила признание в Европе и, а затем и во всем мире. Стали проводиться соревнования по подводной охоте, а в 1957 г. состоялись первые международные соревнования, которые с тех пор организуются регулярно.

В снаряжение подводного охотника прочно вошли маска, ласты и ружье, затем гидрокостюм, компас, глубинометр и подводный компьютер. Охота под водой стала основным направлением подводного спорта во многих странах мира.

В Советском Союзе подводный спорт начал развиваться в 1950-е. Интерес к нему возник благодаря прекрасным фильмам, в которых миллионы людей увидели сказочные картины царства Нептуна, красоту и неповторимость подводных пейзажей, необычные морские растения, разнообразие животных, быстро плавающих или почти неподвижных в воде, передвигающихся по дну или приросших к камням. И вот настало время придать подводному спорту организованный характер, чтобы оградить его от ненужных жертв и ошибок, за которые слишком, дорогой ценой расплачивались за рубежом.

Поэтому с самого начала своего развития подводный спорт, строго контролировался. Осенью 1957 г. в морских клубах ДОСААФ началась подготовка штатных и общественных инструкторов, которые затем имели бы право самостоятельно вести обучение спортсменов в секциях, клубах предприятий и учебных заведениях. Методическим и техническим центром подводного спорта был Центральный Морской Клуб, где была организована первая в СССР секция подводного спорта.

Подводная охота получила большое распространение и превратилась в своеобразный вид спорта. Она напоминает охоту на птицу или зверя с таким же поиском, преследованием добычи и меткой стрельбой. Но подстрелить рыбу не так-то просто. Ее нужно выследить, умело маскируясь, без шумных и резких движений. Для этого недостаточно одних только навыков. Наибольшее удовольствие от охоты под водой доставляет, пожалуй, не столько трофей, сколько прелесть ощущений, которые испытывает охотник, очутившись в подводном мире.

Помимо чисто спортивного интереса, подводная охота стала полезной и науке, в частности ихтиологии, так как дает возможность обогатить ее новыми сведениями о жизни рыб и поведении морских животных. На рисунке 1 изображено снаряжение подводного охотника.

Рисунок 1 – Снаряжение подводного охотника

Охота под водой вполне доступна многим и не требует дорогостоящего снаряжения. Всего лишь нужно иметь маску, ласты, дыхательную трубку и ружье. В холодных водах необходим еще и гидрокостюм. Следует напомнить, что охота с воздушными или кислородными аппаратами повсюду запрещена и считается злейшим браконьерством.

Подводные ружья служат для поражения рыбы. В зависимости от устройства силового механизма они бывают с пружинным и резиновым боем,

пневматические, гидропневматические и пороховые, стреляющие специальными патронами. Применение последних запрещено правилами подводной охоты. На рисунке 2 изображено ружьё с резиновым боем.

Рисунок 2 – Ружье с резиновым боем

Одна из основных его деталей – ствол, изготовленный из тонкостенной трубки диаметром 25 мм. На одном конце его крепится рукоятка, в которой смонтирован спусковой механизм. На переднем срезе ствола укрепляется кронштейн с направляющей втулкой для гарпуна, к которому крепятся концы резинового жгута. Ружье с резиновым боем предпочитают многие охотники, так как оно достаточно надежно в работе, стреляет сильно и бесшумно.

Стрельба из этого типа ружей осуществляется с помощью резиновых тяг. Вставив гарпун в пусковой механизм до характерного щелчка, ружьё необходимо поставить на предохранитель. Плывя лицом вниз (в маске, с дыхательной трубкой и ластами), уприте приклад ружья в живот, опустите ствол вниз, оттяните резиновые тяги двумя руками до зацепления с вырезом гарпуна. После этого смотайте гарпун-линь. Не оставляйте линь плавать в воде, будьте внимательным, чтобы не запутаться в нем при выстреле и не поранить руку или ногу. На рисунке 3 изображено пружинное ружьё.

Рисунок 3 – Пружинное ружье

Силовым механизмом для выброса гарпуна здесь служит сильная пружина, помещенная в стволе, представляющем собой обычную дюралевую или латунную трубку. Спусковой механизм смонтирован в рукоятке. Пружинные ружья выпускаются различных типов: длинные (1,2-1,5 м) с мощной пружиной, и короткие (0,3-0,8 м).

Пружинное ружье заряжается по-иному, чем ружьё с резиновым боем. Придерживая ружье в одной руке стволом вверх, другой рукой вставить гарпун внутрь ствола, вдавить гарпун, нажимая на его наконечник до зацепления с шепталом. Чтобы предохранить руки от пореза при заряжании ружья, применяют деревянный или пластиковый наконечник, который обычно закрепляют на поясе.

Данный вид ружей устарел и применяется редко в связи со сложностью заряжения гарпуна. На рисунке 4 демонстрируется пневматическое подводное ружьё.

Рисунок 4 – Пневматическое ружье

Из ружей этого типа стрельба осуществляется с помощью сжатого воздуха или другого газа, например CO2, помещенного в специальном баллончике или другой герметичной емкости. Зарядка сжатым воздухом может производиться от компрессора, перепуском или специальным насосом который идёт в комплекте к подводному ружью.

Существуют различные конструкции ружей, одна из которых описывается ниже. Пневматическое ружье состоит из ствола и подвижной системы, заключенных в трубку, образующую герметичную камеру объемом 0,45 л. Камера заполняется сжатым воздухом давлением до 200 атм. от компрессора или из баллона с помощью специального штуцера. Принцип действия ружья заключается в следующем. При нажатии на спусковой крючок освобождается нажимной шток и подвижная система от воздействия пружины и давления воздуха подается назад. В это время открывается клапан, через который воздух поступает в ствол и выталкивает гарпун. Под воздействием пружины подвижные части вновь возвращаются в переднее положение, а клапан отсекает воздух. Чтобы взвести дозатор, нужно вдвинуть нажимной шток и поставить его на зацеп. Сила выстрела регулируется с помощью кольцевых проточек, сделанных на нажимном штоке. Постоянство силы выстрела при изменении давления воздуха в камере соблюдается благодаря дроссельным сверлениям, сделанным в теле клапана. Величина усилия на спусковой крючок может регулироваться винтом, который одновременно служит и для постановки на предохранитель.

Стреляют подводные ружья специальными гарпунами, представляющими собой стальной стержень диаметром восемь-десять мм, со съемным (на резьбе) наконечником. Форма наконечников может быть самой разнообразной.

Для стрельбы по крупной рыбе наиболее целесообразно применять наконечники с одним острием и откидными зубьями, а для маленькой рыбы – небольшие трезубцы.

Дальневосточные моря характерны исключительным разнообразием флоры и фауны и являются прекрасным местом для подводной охоты. Большинство живых существ обитает в прибрежной полосе на глубине от десяти до 30 метров. На больших глубинах мрачно и пустынно. Сезон охоты здесь достаточно продолжителен: с мая по ноябрь. Донная флора Тихого океана насчитывает до четырех тысяч видов водорослей, образующих мощные заросли, среди которых можно совершить погружения и насладиться прелестями подводного мира. Среди лесов ламинарий и лугов, в зарослях багрянок и колониях мшанок, похожих на кораллы, обитает множество животных и рыб. В Японском море встречаются до шестисот видов рыб. Такое богатство фауны и флоры, наряду с исключительно прозрачной и достаточно теплой в летнее время водой, особенно привлекательно для подводной охоты. Объектами ее могут стать дальневосточная кефаль, скумбрия, окунь – терпуг, разнообразные камбалы, крупные бычки, золотой трёх полосный японский ёрш. Завидной добычей подводного охотника явятся: тихоокеанский сарган, тунец, треска, японский гипероглиф, желтоперая лакедра. Обитают в Японском море головоногие моллюски кальмары, гигантские осьминоги. Попадаются сельдевые, лососевая акула и колючая акула катран.

В пресных водоемах Приморского края подводная охота не менее интересна, чем в море. В озерах и реках подводный охотник найдет не менее интересные объекты. В заводях почти каждого водоема у обрывистых берегов с тихим течением обитает щука. Во многих озерах и реках водится окунь, карась, змееголов похожий на угря. Крупные экземпляры сомов обычно скапливаются в глубоких ямах. Почти во всех реках Приморья с чистой водой обитают довольно крупные и красивые рыбы – таймень и ленок. Краснопёрки и гольцы предпочитают быстрое течение с песчаным или каменистым дном, избирающие глубокие места у мостов и затонувших коряг [4].

Информация о рынке подводного снаряжения оказалась очень скудной. Не смотря на это, можно смело сделать вывод, что данный рынок успешно функционирует, чётко видны: продукт, его производители и потребители.

Рынок невероятно богат различными видами снаряжений. Самым необходимым для подводной охоты, является ружье. Их большое количество на рынке, но самым популярным считается пневматическое.

Существуют ружья с резиновым боем. Они просты в своей конструкции и очень надёжны. Различают их по:

1. Количеству тяг.
2. Длине тяг.
3. Количеству гарпунов.

Прародителем этого ружья принято считать обыкновенную рогатку. Принцип их действия прост. Наличие насечек на гарпуне и резиновой тяги, на них то и держится она. От её упругости и зависит сила боя. Недостатком считается то, что для натягивания резиновых тяг, нужно прилагать чрезмерные усилия. А вот достоинством принято считать бесшумность, потому как рыба не пугается, и добыть её не трудно.

Пневматические ружья популярны среди любителей подводной ловли. Принцип действия их заключается в том, что воздух находится под давлением и выступает в роли пружины, которая подпирает поршень. Заряды состоят из гарпунов. Во время выстрела, поршень перемещается внутри ствола, толкая гарпун к добыче. При этом всём, воздух не расходуется, так как он является лишь пружиной и перемещается внутри ствола, не выходя наружу. Одной такой закачки хватит на целый сезон.

Отечественные ружья начали выпускать ещё в 1950 году, конструкция очень проста, фиксация гарпуна происходит за счёт самого гарпуна – это и есть большим достоинством. Недостатками считаются излишний вес, не комфортный предохранитель и слабый бой. Такое оружие лучше использовать новичкам в подводной охоте [10].

В настоящее время на рынке подводного снаряжения действует

огромное количество производителей. Далее вкратце расскажем о наиболее известных из них.

*Aqualung* (Франция). Основателями этой компании являются Эмиль Ганьян и Жак-Ив Кусто. Производят регуляторы с 1943 года. Aqualung имеют исключительную репутацию на рынке подводного снаряжения. Она создала самую настоящую империю, включив в свою группу другие компании: американские SeaQuest, US Divers, итальянскую Technisub и английскую Apeks. И каждая несёт ответственность за определённый тип снаряжения. С уверенностью можно сказать, что товары под маркой Aqualung разрабатываются настоящими профи своего дела и что удовольствие и безопасность при погружении гарантированы.

*BARE* (Канада-Мальта). Известный бренд, имеющий предприятия в Канаде и Мальте. Производит костюмы, аксессуары и поставляет их во многие страны мира, в том числе и в Россию.

*Apeks* (Великобритания). Компания Apeks Marine Equipment Ltd на рынке подводного снаряжения уже более 30-ти лет. Компания изначально поставила себе цель - делать самое лучшее оборудование для подводной охоты и дайвинга. В Великобритании, регуляторы Apeks - самый популярный бренд. Компанию основал дайвер и инженер Кен Эйнкоу. В Apeks работают настоящие эксперты, бережно хранящие лучшие традиции качественного оборудования, используя новейшие технологии и передовое оборудование. Продукция соответствует всем стандартам качества и проходит тщательный контроль. Разрабатывается, производится и собирается в городе Блекберн.

*CAMARO* (Австрия). Компания Camaro была основана в 1968 году. Является неким символом высокого качества в области товаров для отдыха и спорта, связанных непосредственно с водой.

*MARES* (Италия). MARES является одним из лидеров рынка подводного снаряжения. Основателем является Людовик Марес. Он говорил: «Вода – это площадка для игр; инновация – то, что мы делаем; вдохновение –

то, что мы даем. ПОДДЕРЖИВАЙТЕ ДАЙВИНГ – наш лозунг, благодаря которому мы завоевываем сердца все большего количества дайверов каждый день» [24]. Данное высказывание стало девизом компании.

*CRESSI* (Италия). Данный бренд принадлежит семье Cressi, основание - 1946 год. Компания постоянно развивается. Производство располагается в Италии. Большинство товаров выпускаются на фабрике в городе Генуя. Cressi отвечает самым высоким стандартам качества.

*O.ME.R.* (Италия). Компания была основана в конце 1970-х гг. Сначала это была компания только для подводных охотников. Изначально её миссией стал выпуск снаряжения наивысшего качества. Сначала она была небольшой компанией, производящей аксессуары для подводной охоты. В те времена подводная охота стала необычайно популярной в Италии, владелец компании Валери Грасси особенно развивал оружейную линейку. В 1995 году семья Чичери (четыре брата, для которых подводная охота была главной страстью) купили компанию и вывели ее на международный уровень. Благодаря их усилиям быстрыми темпами начала развиваться широкая линия снаряжения для подводной охоты, включающая в себя все элементы экипировки. Но когда Чичери купили компанию, то начали заниматься и дайверским снаряжением. С 1997 года у них появились линейки снаряжения и для скуба-дайвинга тоже. Но, конечно же, большая часть производства компании – это снаряжение для подводной охоты. Ружья для подводной охоты данного бренда являются одними из самых точных и качественных. Главная цель компании – предоставить пользователю очень большой выбор разнообразного снаряжения, часто обновляя существующие модели или создавая абсолютно новые. «O.ME.R.» является на сегодняшний день одной из немногих компаний, которая серьезно занимается снаряжением для подводной охоты, привнося какие-то новинки, новые разработки, учитывая меняющиеся требования и желания подводных охотников.

*NEOPRO* (Россия). Российская торговая марка, производит неопреновые гидрокостюмы и аксессуары с 1999 года. Костюмами данного

бреда пользуются сотрудники Московского Дельфинария, многие дайв-клубы и т.д.

*SARGAN* (Россия). Фирма начала свою деятельность в 1998 году. Главным идеологом проекта является Павел Антонов. В мае 2003 было запущено производство гидрокостюмов, сумок, фонарей, рукавиц. Тогда появилось и название компании.

*PADI*. Профессиональная Ассоциация Инструкторов по Дайвингу, была основана 1967 году Ральфом Эриксом и Джоном Кроминым. Присутствует в 175 странах. По статистике, семь из десяти спортивных дайверов получают сертификат данной организации.

*SEA&SEA* (США). Компания, основанная в 1972 года. Главная цель компании – помочь пользователям сделать качественную подводною съёмку или фотографию. Sea&Sea охватывает весь мировой рынок.

*SCUBAPRO* (США). Компания была основана более 50 лет назад. Основателями были американец Бонин и итальянец Далла Валле – энтузиасты подводного плавания. Качество является главным приоритетом Scubapro.

*SEAC SUB* (Италия). Появился в 1971 году благодаря Марко Арата и Аттилио Рапаллини. Является одним из наиболее известных итальянских производителей товаров для подводной охоты и дайвинга. Экспорт продукции осуществляется в 80 стран мира.

*TECHNISUB* (Италия). Компания была основана в 1962 году Луиджи Ферраро. Является одним из лидеров в выпуске резиновых и пластиковых материалов для дайвинга.

*SUUNTO* (Финляндия). SUUNTO была основана в 1936 году Томасом Вохланеном, финским инженером-исследователем. Он изобрёл первый в мире компас с жидкостью. В 1950 был разработан морской компас, а через десять лет – подводный. В 1987 году фирма представила первый компьютер для дайвинга. SUUNTO – один из лидеров в производстве манометров, компасов, глубинометров и подводных компьютеров.

*UNDERWATER KINETICS* (США). Основал компанию Алан Юкей. Изначально выпускала башмаки для баллонов с дренажной системой, но в дальнейшем, началось производство фонарей для дайвинга. Сегодня, Underwater Kinetics специализируется на производстве водонепроницаемых кейсов и подводного освещения.

*TUSA* (Япония). Эта компания основана в Токио в 1952 году. Всегда уделяет особенное внимание качеству. Первой представила миру маску с обтюратором из кристаллического силикона и целую линейку трубок и масок [24].

В целом рынок стал местом предложения десятков товаров и услуг. Развитие рынка предопределено количеством потребителей: дайвинг и подводная охота (обычная или фотоохота) предполагают объективные требования: свободное время и специальные средства для транспортировки снаряжения для переезда или перелета к местам водоемов с чистой водой (в толще воды есть так называемая «Blue Water Hunting»), финансовые средства на экипировку, необходимость обучения основным навыкам и т.д. И конечно есть субъективный фактор: то самое человеческое чувство «как рыба в воде».

Есть мнение, что многие производители представляют снаряжение, которое можно видеть на полках магазинов уже много-много лет, переходящее из одного каталога в другой.

Центральным товаром данного рынка остаются с момента появления рынка ружья для подводной охоты. Итальянские ружья принято считать одними из самых лучших для подводной ловли. Например, это ружья OMER с высокими показателями. Их достоинства:

1. Мягкий спуск курка.
2. Большая сила боя.
3. Простота в использовании.
4. Высокая точность.
5. Присутствие регулятора силы боя.
6. Комфортная система сброса линя.

7. Надёжный предохранитель [10].

В Советском Союзе люди, занимающиеся подводной охотой были объединены в рамках спортивной организации. Последняя существует и сейчас. На официальном сайте Федерации подводного спорта России (ФПСР) находится список существующих в нашей стране региональных отделений. ФПСР имеет региональные отделения в Москве, Санкт-Петербурге, Астрахани, Владивостоке и многих других городах России. В Пензе регионального отделения ФПСР нет [22].

## 1.2 Особенности продаж подводного снаряжения.

Об особенностях продаж подводного снаряжения проще и понятнее всего говорить с точки зрения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций:

1. Выставки подводного снаряжения.
2. Реклама.
3. SMM.
4. Рейтинги и спонсорская деятельность.
5. Почтовая рассылка.

Существуют выставки снаряжения для подводной охоты, как в нашей стране, так и за рубежом для того, чтобы каждый производитель мог продемонстрировать свой продукт, познакомить с ним потенциальных покупателей, и, конечно же, продать. Как и во многих других сферах, в продвижении снаряжения для подводной охоты выставки играют очень важную роль. Об одной из них расскажем подробнее, чтобы представить особенности рынка в целом и его участников. Это международная ежегодная выставка подводного снаряжения «Moscow Dive Show» [11]. Организаторы позиционируют ее как крупнейшую как в России, так и во всей Восточной Европе. Основу выставочной композиции составляют четыре основных направления:

1. Дайвинг.

2. Подводная охота.

3. Фридайвинг.

4. Подводная фотография.

На этой выставке собираются ведущие производители подводного снаряжения, дайвклубы, туркомпании, а так же инструкторы и частные мастера. Организаторами выставки являются известные в сфере подводного снаряжения журналы «Предельная глубина» [31] и «Мир Подводной Охоты» [17].

В ходе поиска информации об особенностях продаж подводного снаряжения, нами была найдена очень интересная статья, в которой экспорт-менеджер из специализированной компании рассказывает о бренде «O.ME.R» и специфике рынка подводного снаряжения.

За последние 15 лет отечественный рынок подводного снаряжения превратился из скудного, с небольшим ассортиментом и запредельными ценами, в мощный сектор товаров и услуг для активного отдыха населения нашей страны. Россия, примерно семь лет назад потребляла от семи до пятнадцати процентов всего производимого в Европе профессионального снаряжения. Россия стала для европейских производителей крайне интересным, молодым и динамично развивающимся рынком. Еще недавно представители «O.ME.R» убеждали представителей итальянских, испанских и французских брендов в том, что российский рынок является многообещающим и необходимо относиться к нему с особым вниманием, предоставляя правильный ассортимент и демократичные цены, работая над созданием специальных моделей для России. И один за другим мировые лидеры подводной отрасли «рапортовали» о создании экипировки «Special for Russia». Итальянцы из O.ME.R. сделали первый шаг в этом непростом деле, создав зимний 9-мм костюм «Сибирь», который представили на соревнованиях на озере Увильды в Челябинской области, где зимой совсем не тепло. Дабы собственными глазами увидеть, что такое подводная охота

по-русски, а также услышать комментарии по костюму «Сибирь» и возможным доработкам и изменениям, при поддержке компании ТЕТИС в далекий край, где заканчивается Европа и начинается Азия, прилетела экспорт-менеджер «O.ME.R» Раффаэлла Ровета.

По словам Раффаэллы Роветы, компания старается удовлетворить нужды подводных охотников как во всем мире, так и в конкретных странах и регионах. Конечно же, «O.ME.R.» ориентирована и будет продолжать ориентироваться на средиземноморский рынок, поскольку он является основным. Но в то же время идут работы и с отдельными рынками. Если говорить о конкретных примерах – в США очень популярна охота в толще воды, так называемая «Blue Water Hunting», соответственно, необходимо было изготовить специальный гидрокостюм для такого способа охоты. Так появился костюм «Ocean Mimetic», который имеет камуфлированную окраску синими тонами, а также появилась линейка длинных деревянных ружей.

Многие компании понимают, что нужно сделать изменения в элементах экипировки, чтобы они были более востребованы. В России это связано в основном с анатомией человека (широкие ступни, форма туловища) и климатом – это более толстый костюм, потому что холодно, это более широкие дужки спускового крючка, куда можно вставить более толстую перчатку. Многие производители это понимают, но еще ни один не выпустил полностью линейку «Special for Russia».

Костюм «Сибирь» – возможность быстро ответить на нужды российского рынка, потому что это всего лишь модификация костюмов в толщине и это первый шаг на пути создания большой линейки. Все-таки создание новой линейки требует значительного времени, чтобы получилось что-то уникальное и особенное. На рисунке 5 демонстрируется костюм «Сибирь».

Рисунок 5 – Премьера костюма «Сибирь»

Что касается пневматических ружей, конечно же, в линейке «O.ME.R.» существует хорошее пневматическое ружье, но это всего лишь дополнение, поддержка для большой линейки арбалетов, которые всегда существовали в компании. Раффаэлла Ровета считает, что пневматика – самый востребованный вид ружья, и «O.ME.R.», конечно, будут развивать это направление дальше. В планах компании стоит производство нового пневматического ружья, этот вопрос обсуждался на выставке, которая проходила в Москве. Раффаэлла отметила так же, что Россия еще несколько лет назад для компании «O.ME.R.» практически не существовала как рынок, сегодня же это один из наиболее важных рынков, так же как и Восточная Европа, и, конечно, компания постарается максимально быстро реагировать на потребности российского рынка [7].

Есть множество тематических групп в социальных сетях. Мы живём в век активного развития информационных технологий, социальные сети уже сейчас имеют очень большую популярность и внушительную целевую аудиторию. Укажем ссылки на наиболее популярные группы о подводной охоте в известной социальной сети «ВКонтакте»:

1. Подводная охота. Интернет-магазин NEMOPRO [26].
2. Подводная охота. Все о подводной охоте и подводном мире [27].

3. Подводная охота.рф. Для тех, кто живёт подводной охотой [28].

4. Подводная охота (Активный обмен опытом) [29].

5. Подводная охота: снаряжение, ружья, гидрокостюмы [30].

Благодаря группам в социальных сетях, тысячи подводных охотников и людей, которым это интересно, могут общаться, обмениваться оценками, новостями, опытом и т.д.

Немаловажную роль играет почтовая рассылка и телефонная связь. В качестве примера мы можем привести собственную деятельность во время прохождения практики в отделе маркетинга АО «ПО Электроприбор». Состоялись телефонные беседы с представителями специализированных магазинов по всей Российской Федерации и даже физическими лицами, постоянно покупающими ружья для подводной охоты, производимые на «Электроприборе». В дальнейшем, была произведена почтовая рассылка, включающая в себя деловое письмо, прайс-листы с изображениями продукции, основными характеристиками и достоинствами, ценами и контактной информацией. Всё это, безусловно, позволило покупателям в должной мере ознакомиться с продукцией и принять положительное решение.

Массовой рекламы подводного снаряжения нет. Это можно утверждать благодаря личным наблюдениям. Мы не видим рекламы снаряжения для подводной охоты на телевидении, радио, в популярных печатных, электронных изданиях. Населению практически неизвестна данная сфера. Существующие рекламные продукты, такие как баннеры, размещаются исключительно на тематических сайтах, так или иначе связанных с подводным снаряжением и подводной охотой. Далее, в качестве примера, на рисунке 6 представлен рекламный баннер, размещённый на официальном сайте Федерации подводной охоты Иркутской области [23].

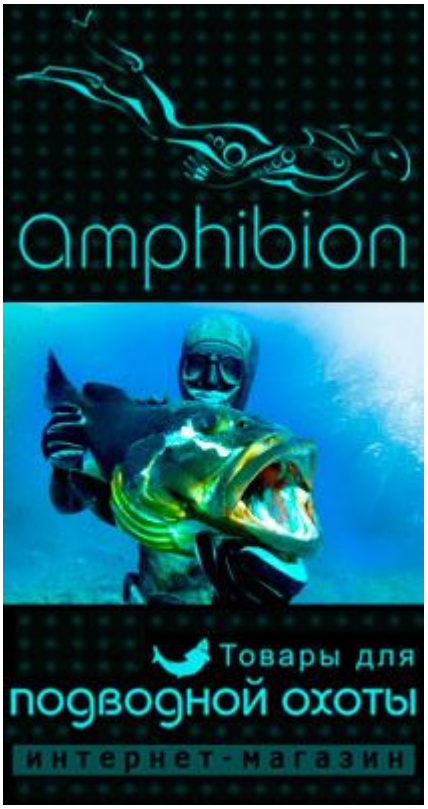


Рисунок 6 – Рекламный баннер: «Интернет-магазин Amphibion. Товары для подводной охоты».

На данном баннере в центре на подводном фоне изображен экипированный дайвер в большой рыбой в руках. Баннер очень простой, но достаточно информативный.

Если отвечать на вопрос, существует ли совершенное оружие для подводной охоты, мнения охотников разойдутся. Каждый будет отстаивать свой вариант, утверждая, что его оружие – лучшее.

Нами был обнаружен только один рейтинг ружей для подводной охоты. Составил его интернет-ресурс «Два ствола»:

1. Ружье «Pelengas». Инновационные технологии, мощный ход поршня, люминофорная рукоять, многие модели имеют перенесенный на бок линесброс и смещенную рукоять.

2. Ружье «CressiSubSL Star 55». Надежное, долговечное, пользуется устойчивым спросом. Разумная цена, простая конструкция. Ярко-желтая рукоять. Иногда подводит линесброс.

3. Ружье «Плавун Мутняк». Название объясняет суть. Мутная вода – не проблема. Нержавейка, активный линесброс, мощь, смещенная рукоять выводят это ружье в ряд лучших.

4. Ружья «Плавун Крепыш» и «Плавун Трофей» также хороши, как и Плавун Мутняк, но предназначены для охоты в море и чистой воде.

5. Ружье «SeasSab Asso» очень удобно в эксплуатации, практичное, качественное. Если бы не слабый линесброс, место в рейтинге было бы выше.

6. Ружья «MaresCyrano» и «MaresCiranoEVO». Пока на рынке не появились Пеленгасы, они неизменно были на первых местах. Модели имеют смещенный ствол, удобную рукоять, убранный ресивер из пластика на конце ствола.

7. Ружья «Зелинка Гориславца» и «Зелинка ОПС Чайка» надежны, имеют титановые детали, регулятор боя, смещенную рукоять. Цена моделей довольно высока, поэтому они не так высоко в списке, как могли бы подняться [11].

Авторы рейтинга претендуют на то, что объективно и непредвзято проанализировали отзывы о подводной пневматике, получили своеобразный рейтинг. Якобы «В нем достаточно точно отображаются предпочтения российских любителей подводной охоты». Рейтинг вызвал наши сомнения, во-первых, отсутствием стандартных критериев для всех моделей, например, такие мы привели в конце предыдущего параграфа. Во-вторых, до текста с рейтингом есть абзац, где названы крупнейшие производители пневматики для подводной охоты: компании «Mares», «Cressi», «SeasSab», «O.ME.R». «Акула» и РПП – российские модели. Последние две ТМ принадлежат АО «ПО «Электроприбор», но в рейтинге их нет. Противоречие без объективных независимых экспериментальных данных не объяснить. Но легко понять, что

российский потребитель таким рейтингом ориентирован не на пензенскую продукцию.

Выбор пневматических ружей для подводной охоты – непростое и ответственное дело. После изучения характеристик различных моделей, сравнения цен на них и отзывов опытных охотников можно смело отправляться в специализированный магазин за своим первым ружьем [11]. Стоимость пневматических ружей колеблется в пределах от 2,5 до 24 тыс. рублей.

Стоимость экипировки от масок и ласт до компасов, глубинометров и подводных компьютеров и много другого будет доходить до шестизначных чисел.

# ГЛАВА 2 ПРОДВИЖЕНИЕ РУЖЕЙ ДЛЯ ПОДВОДНОЙ ОХОТЫ АО «ПО «ЭЛЕКТРОПРИБОР»

## 2.1 Опыт продаж ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор»

АО «ПО «Электроприбор» занимается изготовлением и поставкой ружей для подводной охоты с 1992 года. Организация работает как с крупными, так и с мелкими потребителями различных форм собственности. В основном это российские специализированные магазины охоты и рыбалки. Физические лица – это спортсмены, зарегистрированные в Федерации подводного спорта России, имеющие несколько ружей.

Учитывая, что по сведениям отдела маркетинга АО «ПО «Электроприбор» сознательно заняло нишу рынка с невысокой стоимостью ружей хорошего качества, у организации есть свой рынок сбыта. Организация продает свою продукцию в восьми округах РФ и сейчас ведет активный поиск новых потребителей в федеральном округе Крым.

Сегментация рынка произведена по федеральным округам, позволяет выявить рынки с наиболее благоприятными перспективами. Это Центральный, Приволжский и Южный федеральные округа. Объем продаж на данных рынках составляет соответственно 35%, 27% и 9% [20]. Т.е. 71% продаж ружей для подводной охоты приходится на три федеральных округа [20]. Сложившаяся ситуация отчасти обусловлена тема, что эта территория является наиболее выгодной и с точки зрения транспортировки. Затраты на транспортировку продукции на данные сегменты рынка значительно ниже, чем, например, перевозка в Уральский федеральный округ.

Что же касается непосредственно ружья для подводной охоты – это изделие рассматривается как сезонное. Поэтому спрос на данную продукцию во многом определяется погодно-климатическими условиями.

Модели, выпускаемые на АО «ПО «Электроприбор», в основном, ориентированы на средний ценовой сегмент. Отдел маркетинга предприятия определил следующий портрет среднестатистического покупателя:

Мужчины 18-55 лет.

Принимают решения о покупке самостоятельно или по совету знакомых.

Ценности покупателя: семья, общение и отдых с дорогими, близкими людьми.

Ценности в товаре для потребителя: недорогой, качественный товар, отечественного производства.

Тип потребления: рациональный, выбор в пользу отечественных, качественных товаров.

Предпочтения: достойное качество по доступной цене.

Места совершения покупок: специализированные магазины, интернет магазины рыболовного оснащения, напрямую с предприятия.

Доход: ниже среднего, средний, выше среднего.

В зависимости от дохода потребитель выбирает то ружье, которое больше всего устраивает его в данный момент времени.

В последнее время, АО «ПО «Электроприбор» принимало участие в следующих выставках:

1. 37-ая Международная выставка «Охота и рыболовство на Руси» на ВВЦ. - Время проведения выставки с 26 февраля по 2 марта 2015 г. Москва, Россия, Всероссийский выставочный центр.
2. Весенняя Специализированная Выставка «ОХОТА И РЫБОЛОВСТВО - 2015». - Время проведения выставки с 19 по 22 марта 2015 г. Санкт-Петербург, Конгрессно-выставочный центр «ЭКСПОФОРУМ».
3. «Рыбалка, охота и активный отдых на Волге – 2015». - Время проведения выставки с 26 по 29 марта 2015 г., г. Самара, Россия, Выставочный Комплекс «Экспо-Волга».

4. «Мир спорта. Охота. Рыбалка». - Время проведения выставки с 9 по 12 апреля 2015 г., г. Красноярск, Россия, МВДЦ «Сибирь».

5. «Охота и рыбалка. Выставка товаров и услуг для охоты и рыболовства». - Время проведения выставки с 16 по 19 апреля 2015 г., г. Новосибирск, Россия, «Новосибирск Экспоцентр» [20].

Более подробная информация о выставочной деятельности, составе делегации завода, а так же материалы (фото, видео и т.п.) не были найдены.

Отдел маркетинга не располагает информацией о рынке как конкурентном, что не совсем объяснимо, потому что он таким является. При исследовании конкурентов необходимо помнить, что победить в конкурентной борьбе в условиях современной рыночной экономики практически невозможно в силу огромного количества конкурирующих товаров и услуг, почти не отличающихся друг от друга, поэтому менеджмент и маркетинг должны ориентироваться на отстройку от конкурентов. Однако не стоит думать, что обилие конкурентов несет в себе только негативные моменты, ведь их наличие рождает стимул к развитию. Анализ конкурентов в этой ситуации – один из самых важных элементов в конкурентной борьбе на рынке, а главная функция конкурентов по отношению к конкретной организации заключается в том, чтобы мотивировать к производству и продаже качественной, доступной и известной продукции.

Общая оценка положения на рынке ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор» как производителя данной продукции сделана нами по требованиям комплексного SWOT-анализа. Оценку работе АО «ПО «Электроприбор» по продвижению ружей для подводной охоты, учитывая современные возможности, можно дать неудовлетворительную. В связи с этим, мы посчитали нужным предложить ряд практических рекомендаций.

Таблица − SWOT-анализ АО «ПО «Электроприбор» на рынке подводных ружей.

| | | Strengths (сильные стороны) | Weaknesses (слабые стороны) |
|---|---|---|---|
| | | - большой опыт продаж ружей для подводной охоты;<br>- разнообразие продукции;<br><br>- качество по доступной цене. | - практически полное отсутствие рекламной деятельности и других средств продвижения продукции;<br><br>- отсутствие аналитической работы по рынку подводных ружей. |
| Opportunities (возможности) | - увеличение информационного присутствия на рынке;<br>- разработка эффективной рекламной продукции;<br>- модернизация ружей для подводной охоты. | Стратегия при сопоставлении сильных сторон и возможностей:<br>- упор в рекламе на имидж компании;<br>- повышение популярности подводной охоты в целом;<br>- позиционирование ружей АО «ПО «Электроприбор» как наиболее приемлемых для эксплуатации. | Стратегия при сопоставлении слабых сторон и возможностей:<br>- сделать ружья более известными и популярными среди целевой аудитории;<br>- искать новые пути продвижения. |
| Threats (угрозы) | - увеличение конкуренции на рынке при появлении инновационных компаний – производителей ружей для подводной охоты;<br>- последствия экономического кризиса в России и за рубежом: падение спроса;<br>- улучшение качества ружей конкурентов при снижении рыночной цены. | Стратегия при сопоставлении сильных сторон и угроз:<br>- постоянно анализировать конкурентов и быть на шаг впереди за счет наличия дополнительных услуг. | Стратегия при сопоставлении слабых сторон и угроз:<br>- строго следить за качеством выпускаемой продукции;<br>- ввести более жесткие нормы контроля над маркетинговым анализом. |

2.2 Рекомендации по продвижению ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор»

Исходя из описанной нами практики продвижения на рынке снаряжения для подводной охоты в первой главе, далее мы также используем концепцию ИМК.

Начнем с рекламных каналов и целевой аудитории. Используемая сегментация рынка – деление потребителей по административно-экономическим критериям (Федеральным округам) нуждается в серьёзном дополнении. Считаем, что необходимо дополнить существующую сегментацию рынка сбыта (магазины и ИП) региональными отделениями Федерации подводного спорта России. Используемая база рассылки включает 22 города России, 105 специализированных магазинов, в числе которых 14 – это интернет-магазины. Целевой аудиторией оказывается массовая до неопределенности аудитория, случайность покупки ружья для подводной охоты оказывается важным фактором. Мы предлагаем дополнить продажи через связи различного рода с отделениями федерации подводного спорта. Спортсмены – это уже те потребители, которые связаны общими интересами и ценностями. Покупка ружья для подводной охоты совершается целенаправленно и неоднократно. Федерация подводного спорта России – это пятьдесят региональных отделений, объединяющих по косвенным данным более шести тысяч спортсменов. Подробная таблица представлена в приложении В. Как продавцы и производители мы должны иметь качественный товар. В контактах с отделениями Федерации подводного спорта России появляются возможности применения технологий PR: спонсоринга, создания каналов обратной связи, рейтингов и т.п.

Отдел маркетинга АО «ПО «Электроприбор определил для себя следующие методы увеличения прибыли организации: возможен вариант незначительного повышения цены, в пределах пяти процентов. При таком повышении можно заметить рост прибыли до десяти процентов. Для

потребителя такое незначительное повышение не бросается в глаза, и у организации есть возможность добиться роста дохода.

Для постоянного увеличения продаж необходимо придерживаться следующих правил:

1. Использовать как можно больше различных способов по привлечению и удержанию клиентов. К ним относятся: постоянное оповещение клиентов о товаре и предоставление различных скидок и бонусов, реклама в максимальном количестве специализированных печатных и интернет изданий, размещение баннеров на сайтах, посвященных подводному снаряжению.

Возможна разработка различных образовательно-информационных продуктов (курсов, аудиокниг, брошюр, семинаров).

2. Постоянно измерять свои ключевые показатели. Непрерывный контроль позволяет добиваться хороших результатов.

3. Использовать двухшаговые продажи, что позволит заинтересовать клиента. Для этого, сначала генерируется поток людей на бесплатную демонстрацию, а потом начинается продажа основного продукта.

4. Использовать уникальное торговое предложение. В данной ситуации организация предлагает большой выбор ружей для подводной охоты, на каждый сегмент потребителей.

5. Создавать отчеты, которые описывали бы проблемы потенциальных клиентов организации, и показывали пути решения данных проблем. Это позволит сконцентрироваться на нужном сегменте и отсеять ту часть рынка, которая не нуждается в данном товаре.

6. Использовать систему регулярных касаний. Постоянно оставаться на связи с клиентом.

7. Создавать ценовую линейку продуктов. Это успешно используется в АО «ПО «Электроприбор».

Поощрению торговли  должно уделяться наибольшее внимание. Это связано с тем, что мероприятия по стимулированию торговли:

1. Убеждают оптовых и розничных продавцов включить товар в ассортимент их торговой точки.

2. Убеждают оптовых и розничных продавцов использовать рекламу, демонстрировать и снижать цены для продвижения данного товара.

3. Поощряют розничных и оптовых продавцов и их торговых агентов в продвижении товара.

Большое значение имеет участие предприятия в выставках - ярмарках. Оно позволит как осуществить тесный контакт с потенциальными покупателями, так и изучить конкурентоспособность товара при участии большого количества конкурентов. Далее представим список выставок, в которых, на наш взгляд может участвовать АО «ПО «Электроприбор»:

1. Международная выставка «Охота и рыболовство на Руси» на ВВЦ. - Время проведения выставки: февраль – март. Место: г. Москва, Россия, Всероссийский выставочный центр.

2. Весенняя Специализированная Выставка «ОХОТА И РЫБОЛОВСТВО». - Время проведения выставки: март. Место: г. Санкт-Петербург, Конгрессно-выставочный центр «ЭКСПОФОРУМ»

3. «Рыбалка, охота и активный отдых на Волге». - Время проведения выставки: март. Место: г. Самара, Россия, Выставочный Комплекс «Экспо-Волга».

4. «Мир спорта. Охота. Рыбалка». - Время проведения выставки: апрель. Место: г. Красноярск, Россия, МВДЦ «Сибирь».

5. «Охота и рыбалка. Выставка товаров и услуг для охоты и рыболовства». - Время проведения выставки: апрель. Место: г. Новосибирск, Россия, «Новосибирск Экспоцентр» [20].

В 2017 году исполняется 25 лет с момента выпуска первого ружья на АО «ПО «Электроприбор». Отделом маркетинга АО «ПО «Электроприбор» на протяжении всего периода с января по декабрь 2016 года проводилась адресная рассылка рекламной продукции в более чем 100 торгующих организаций по всей России. В связи с этим, следует составить деловое

письмо и разослать его по почте всем сотрудничающим с предприятием специализированным магазинам и физическим лицам. В письме необходимо изложить следующее:

1. Сообщить о торжественной дате.

2. Поблагодарить за сотрудничество.

3. Напомнить о том, что в приоритетах у организации всегда достойное качество по доступной цене.

4. Предложить магазинам, наиболее часто покупающим ружья для подводной охоты, скидки и бонусы, предварительно, сформировав систему таких поощрений.

Реклама в сети Интернет. Размещение информации на официальном сайте придает престиж имиджу организации и говорит о серьёзности намерений. Необходимо принять меры по увеличению популярности сайта АО «ПО «Электроприбор». Мы предлагаем:

1. Определить и, в дальнейшем, использовать ключевые, уникальные фразы для каждой страницы на сайте.

2. Создать сеть прямых ссылок с сайта, содержащих в себе ключевые фразы.

3. Использовать короткие и уникальные теги.

4. Хотя бы три-четыре упоминать ключевые слова в текстах на сайте.

Мы считаем, что большое внимание необходимо уделить размещению информации в наиболее популярных тематических группах в социальных сетях, на форумах о подводном снаряжении и подводной охоте.

Необходимо производить больше рекламной продукции именно в весенний период, с постоянным напоминанием о близости отпусков и необходимости покупок ружей. Реклама должна содержать не только буклеты, брошюры, но и постоянный показ роликов, рассказывающих о продукции организации. В приложении Д мы представили сценарий одного из таких роликов.

Важным элементом мест продажи являются упаковки. Фирменные упаковочные материалы – немаловажный фактор, определяющий оценку товаров покупателями и деловыми партнерами. Рекламное воздействие упаковки важно тем, что покупатель чаще всего встречается с ней на месте продажи товара, т.е. там, где он должен принять окончательное решение – купить рекламируемый товар. Поэтому, мы считаем, что при оформлении упаковки необходимо стремиться к тому, чтобы покупатели могли легко запомнить упаковку продукта, быстро узнать по ней товар.

Рекламное оформление упаковки должно быть лаконичным и ярким. Красочное оформление упаковки привлекает внимание покупателей, вызывает интерес и побуждает к приобретению. При оформлении упаковки необходимо стремиться к тому, чтобы покупатели могли легко запомнить упаковку продукта, быстро узнать по ней товар.

Оформление упаковки должно гармонично сочетаться с товаром. Цвет упаковки должен соответствовать характеру продукта. Общему стилю оформления упаковки необходимо подчинить также шрифт, который должен отвечать и характеру товара и размерам упаковки. Убедительным аргументом в пользу товара служит помещенный на упаковке товарный знак, гарантирующий высокое качество.

Сегодня в рекламе на месте торговли этикетка стала играть особую роль. Яркая, красочная, оригинальная по форме, аккуратно наклеенная этикетка придает товару привлекательный вид, вызывает интерес к нему.

Дизайн и полиграфическое исполнение этикеточной продукции выполняет функцию одного из инструментов рекламы и продвижения товара. Шрифт для этикетки выбирают четкий, хорошо читаемый. На этикетках помещается название, изображение товара, товарный знак и прочее.

Имеет смысл поместить в упаковку вкладыш. Это отдельный лист, прилагаемый к товару. Информация имиджевого характера для покупателя: от благодарности за выбор, обещаний гарантий до рекомендаций и рецептов. Целесообразно на одной стороне вкладыша помещать какой-либо

справочный материал и правила безопасности для подводных охотников, а на другой – красочную рекламу товара. Такой вкладыш покупатель может быть сохранит, а, следовательно, реклама в этом случае будет воздействовать длительное время [15].

В программе Adobe Photoshop были разработаны, на наш взгляд, более яркие, интересные и привлекающие внимание этикетки, наносимые на упаковки ружей трёх производимых на предприятии моделей:

1. РПП-4М.
2. «Акула».
3. «Оса»-500/01.

Этикетки имеют размер 120х30 см – прямоугольные.

При разработке этикетки ружья для подводной охоты РПП-4М, было использовано изображение подводного пейзажа как фона. Далее, крупно в центре помещена сама модель ружья. Вверху размещён текст, информирующий о товаре: «Ружьё для подводной охоты РПП-4М». Цвет текста – жёлтый. На мой взгляд, он идеально подходит для нанесения на голубоватый фон, не сливается с ним. Всё чётко видно и хорошо понятно. В правом нижнем углу не случайно помещён логотип «Ста лучших товаров России», так как РПП-4М входит в число лауреатов данного конкурса.

Этикетка ружья «Акула» включает в себя достаточно лаконичный водный фон. В центре изображена модель ружья. Для хорошей чёткости и заметности, изображение ружья по контуру обведено белым цветом. Наиболее приемлемым цветом, в данном случае, я посчитал белый. Текст: «Ружьё пневматическое подводное «Акула». Слева наблюдаем рисунок настоящего подводного хищника. Это вполне логично, ведь точно такое же название носит ружьё. Здесь так же по тем же самым причинам, что и на этикетке ружья РПП-4М, есть логотип конкурса «Сто лучших товаров России».

Немного схожий, что и в случае с «РПП-4М», но более интересный и яркий вид подводного мира был использован как фон при разработке

этикетки для ружья «Оса». Вся разработка, в конечном итоге получилась ярче и эффектнее предыдущих. Изображение ружья здесь так же по центру, но слегка наклонено. Обводка контура ружья – зелёного цвета. Текст («Ружьё для подводной охоты «Оса»-500/01) синего цвета тоже с зелёной, но немного другого оттенка, обводкой. Смотрится это очень достойно. В правом нижнем углу логотип «Ста лучших товаров России», а в левом нижнем углу – ярлычок – «Новинка!». Связано это с тем, что в данный момент ружьё «Оса» в действительности является новым и совсем недавно стало производиться на АО «ПО «Электроприбор».

Рекомендации по ружьям «Акула» и РПП:

1. Улучшить качество шлифовки, устранить заусенцы.

2. Выявить причины, вследствие чего требуется часто производить замену клапана и установку резинового упора для большей точности попадания.

3. Вследствие того, что оружие нуждается в очень аккуратном обращении с гарпуном, т.к. велика вероятность его погнуть, необходимо рассмотреть возможность изготовления его из другого, более твердого материала.

Существенным плюсом является дешевизна данного товара. Эти ружья очень известны среди опытных пользователей.

Рекомендации по ружью «ОСА»:

Для увеличения продаж нужно изменить политику продвижения данного товара. В отличие от других, имеющихся в организации ружей, «Оса» отличается не только уникальными характеристиками, но и более высокой ценой, по сравнению с уже имеющимися товарами. Поэтому те точки сбыта, с которыми организация функционировала ранее, не подходят для «Осы». Они не готовы к покупке достаточно дорогого ружья, т.к. не уверены в возможности его выгодной продажи.

Необходимо оповестить об «Осе» конечного потребителя. Это возможно сделать с помощью различных спортивных клубов, выставок и

мероприятий на природе, где можно было бы наглядно не только продемонстрировать преимущества «Осы» перед другими, но и дать возможность потребителю лично опробовать товар в работе. Если конечный потребитель будет знать и искать данный товар в магазинах, то и поставщики будут намного охотнее покупать данное ружьё.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение можно сказать, что при написании выпускной квалификационной работы достигнута поставленная цель. Были изучены история, участники, товары и услуги, методы продвижения продукции на рынке подводного снаряжения.

В 30-е годы прошлого столетия появился новый вид спорта – подводная охота. Она быстро получила признание в Европе и, а затем и во всем мире. В дальнейшем, в снаряжение подводного охотника прочно вошли маска, ласты и ружье. Охота под водой явилась основным направлением подводного спорта во многих странах мира.

Помимо чисто спортивного интереса, подводная охота стала полезной и науке, в частности ихтиологии, так как дает возможность обогатить ее новыми сведениями о жизни рыб и поведении морских животных.

Рынок невероятно богат различными видами снаряжения. Самым необходимым для подводной охоты, было и остается спортивное ружье. Их большое количество на рынке, но самым популярным считается пневматическое.

Названы наиболее известные бренды на рынке подводного снаряжения. Проанализированы тенденции развития современного рынка подводного снаряжения.

С точки зрения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций были изучены особенности продаж такого рода продукции.

В качестве примера рейтинга ружей для подводной охоты была взята информация с популярного электронного ресурса.

Проанализирован опыт продаж подводных ружей АО «ПО «Электроприбор». В отделе маркетинга АО «ПО «Электроприбор» получены данные о процентном соотношении продаж продукции в Федеральные округа РФ. Изучен портрет потребителя, используемый в работе отдела маркетинга.

Проведён SWOT-анализ, позволивший выявить сильные и слабые стороны организации, возможности и угрозы.

Опираясь на проведённую работу и имеющиеся данные, были выработаны рекомендации для роста спроса на все выпускаемые модели ружей для подводной охоты.

Рекомендуются специализированные выставки, в которых необходимо участвовать АО «ПО «Электроприбор».

Подготовлен сценарий рекламного видеоролика.

Разработан дизайн этикеток, которые должны наноситься на упаковку с ружьём для трёх моделей ружей для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор».

Так же, мы взяли интервью у Морозова Николая Сергеевича, начальника бюро технического контроля, бывшего начальника инструментального производства АО «ПО «Электроприбор», благодаря которому получили важную и интересную информацию, которую предполагаем можно использовать для имиджевых информационных материалов в местной прессе и специализированных журналах, а затем на сайте предприятия.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О рекламе: федер. закон РФ № 38-ФЗ [принят 13 марта 2006 г.; в ред. от 01.01.2017 г.]. – URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 16.01.2017).

2. Об утверждении правил рыболовства для Западного рыбохозяйственного бассейна: Приказ Минсельхоза России от 06.11.2014 № 427. - URL: http://fish.gov.ru/files/documents/otraslevaya_deyatelnost/lubitelskoe_rybolovstvo/Pravila_Zapadnogo.pdf (дата обращения: 16.01.2017).

3. Ваш проводник по России. Подводная охота: правила безопасности для подводных охотников. – URL: http://www.nexplorer.ru/news__11541.htm (дата обращения: 17.01.2017).

4. Водолазный центр DivePrim. Подводная охота. Из истории подводной охоты. – URL: http://www.diveprim.ru/underwater-huntering/ (дата обращения: 15.01.2017).

5. Водолаз-радио. Онлайн вещание о подводной охоте и путешествиях. Рынок подводного снаряжения изнутри: рассказывает Андрей Берг. – URL: http://vodolaz-radio.ru/rynok-podvodnogo-snaryazheniya-iznutri/ (дата обращения: 15.01.2017).

6. Всё для активного отдыха под водой, над водой и рядом с водой. - URL: http://www.diveshow.ru/bigbutton/ (дата обращения: 17.01.2017).

7. Всё о дайвинге, подводной охоте и фридайвинге. Подводный портал «Тетис». Подводная охота. Интервью с Раффаэллой Роветой, компания O.ME.R. – URL: http://tetis.ru/spearfishing/sf_art/sf_gear_art/288/ (дата обращения: 15.01.2017).

8. Всё о подводной охоте. Каталог ружей xUSSR. – URL: http://apox.ru/forum/topic/4194-katalog-ruzhei-xussr/ (дата обращения: 14.01.2017).

9. Всё о подводной охоте. Новое Пензенское ружье «ОСА» с ФЗСМ (Фрикционный запоро-спусковой механизм). – URL:

http://apox.ru/forum/topic/12464-novoe-penzenskoe-ruzhe-osas-fzsm-frikcionni/ (дата обращения: 14.01.2017).

10. Всё про рыбалку и ловлю рыбы. Необходимое снаряжение для подводной охоты. – URL: http://www.ruboman.ru/2013/07/28/neobxodimoe-snaryazhenie-dlya-podvodnoj-oxoty.html (дата обращения: 16.01.2017).

11. Два ствола: охотничий рай. Пневматические ружья для подводной охоты. Достоинства и принцип работы. - URL: http://dva-stvola.ru/podvodnaya/podvodnoe-oruzhie/pnevmaticheskie.html (дата обращения: 15.01.2017).

12. Два ствола: охотничий рай. Подводное ружье РПП — описание видов, достоинства и недостатки. - URL: http://dvastvola.ru/podvodnaya/podvodnoe-oruzhie/ruzhya-rpp.html (дата обращения: 15.01.2017).

13. Два ствола: охотничий рай. Отечественные ружья для подводной охоты. Описания. – URL: http://dva-stvola.ru/podvodnaya/podvodnoe-oruzhie/otechestvennoe-podvodnoe.html (дата обращения: 15.01.2017).

14. Жукова, О.Т. Подводная охота / О.Т. Жукова. - URL: http://publ.lib.ru/ARCHIVES/J/JUKOVA_Ol%27ga_Trofimovna/_Jukova_O.T..html (дата обращения: 15.01.2017).

15. Зуляр, Ю.А. Массовые коммуникации в рекламе / Ю.А. Зуляр. – URL: http://www.twirpx.com/file/175487/ (дата обращения 15.01.2017).

16. Микрюков, М. С ружьём на глубину. Подводная стрельба / М. Микрюков. - URL: http://modernlib.ru/books/mikryukov_mstislav/s_ruzhem_na_glubinu_sportivnaya_podvodnaya_strelba/read/ (дата обращения: 15.01.2017).

17. Мир подводной охоты. Обзор ружей российского бренда SCORPENA. – URL: http://podvoh.ru/2009-11-10-10-40-34/hunting/2200--scorpena.html (дата обращения: 16.01.2017).

18. Мир подводной охоты. АК 7,62 Сталкер, подробности. – URL: http://podvoh.ru/2009-11-10-10-40-34/hunting/820--762-.html (дата обращения: 16.01.2017).

19. Олдридж, Д. Подводная охота / Д. Олдридж. - URL: http://podvoh.com/load/knigi/podvodnaja_ohota/podvodnaja_okhota_dzhejms_oldridzh/2-1-0-622 (дата обращения: 15.01.2017).

20. Официальный сайт АО «ПО «Электроприбор». - URL: http://www.electropribor-penza.ru/catalog/osa.html (дата обращения: 14.01.2017).

21. Официальный сайт производителя подводных ружей «Каюк». – URL: http://www.kayuk.by/?yclid=7073657325806947441 (дата обращения: 16.01.2017).

22. Официальный сайт Федерации подводного спорта России. – URL: http://www.ruf.ru/ (дата обращения: 17.01.2017).

23. Официальный сайт федерации подводной охоты Иркутской области. – URL: http://www.podvohi.net/site/statyi.html (дата обращения: 16.01.2017).

24. Охота. Производители подводного снаряжения. – URL: http://hunter-abc.ru/2012/07/06/proizvoditeli-podvodnogo-snarjazhenija/ (дата обращения: 16.01.2017).

25. Пасенюк, Л. На гарпуне кефаль / Л. Пасенюк. - URL: https://knigapoisk.ru/book/3203611/ (дата обращения: 15.01.2017).

26. Подводная охота. Интернет-магазин NEMOPRO. – URL: https://vk.com/nemo_pro (дата обращения: 15.01.2017).

27. Подводная охота. Все о подводной охоте и подводном мире. – URL: https://vk.com/podvohclub (дата обращения: 15.01.2017).

28. Подводная охота.рф. Для тех, кто живёт подводной охотой. – URL: https://vk.com/club18425531 (дата обращения: 15.01.2017).

29. Подводная охота (Активный обмен опытом). – URL: https://vk.com/podvohexp (дата обращения: 15.01.2017).

30. Подводная охота: снаряжение, ружья, гидрокостюмы. – URL: https://vk.com/podvodnaya_oxota (дата обращения: 15.01.2017).

31. Предельная глубина. – URL: http://pglubina.ru/ru/ (дата обращения: 17.01.2017).

32. Шашурин, Д. С гарпуном под водой / Д. Шашурин. - URL: http://www.bookriver.ru/book/282513 (дата обращения: 15.01.2017).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

АО «ПО «Электроприбор»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Ружьё для подводной охоты РПП-4

Ружьё для подводной охоты «Акула»

Ружьё для подводной охоты «ОСА-500/01»

Этикетки, которые в настоящее время наносятся на сувенирные упаковки для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор:

Ружьё РПП

Ружьё «Акула»

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Региональные отделения Федерации подводного спорта России

| **Регион** | **Региональное отделение** | **Региональная Федерация** | **Контактная информация** |
|---|---|---|---|
| Республика Бурятия | Бурятское республиканское региональное отделение Федерации | - | Кочкин А.В.<br>alvic.66@mail.ru<br>+7 (924) 395 85 44 |
| Кабардино-Балкарская Республика | - | Общественная организация «Кабардино-Балкарская Федерация подводного спорта» | Хуажев Э.Ю.<br>kbfus-diving@mail.ru<br>+7 (928) 079 37 04 |
| Республика Карелия | Карельское республиканское региональное отделение Федерации | Карельская региональная общественная организация «Спортивная федерация подводного спорта Республики Карелия» | Самойликов А.А.<br>asamoylikov75@mail.ru<br>+7 (906) 208 51 18 |
| Республика Крым | | Региональная общественная организация "Федерация подводного спорта Республики Крым" аккредитация до 22.06.2017 (на основании ФЗ РФ от 21 июля 2014 г. N 211-ФЗ) | Кочергина И.Н.<br>kochergina@<br>neptunworld.com<br>+7 (916) 508 72 78<br>Республика Крым,<br>г. Симферополь,<br>пр-т Кирова д.13 |
| Республика Марий Эл | Региональное отделение Федерации Республики Марий Эл | - | Кириллов А.А.<br>Республика Марий Эл,<br>г. Йошкар-Ола,<br>пр. Гагарина,<br>13а-39 |
| Республика Мордовия | - | Мордовская региональная общественная организация "Федерация подводного спорта" аккредитация до 19.10.2020 | Потапов И.Б.<br>festdiving@rambler.ru<br>+7 (8342) 24 26 74 |
| Республика Татарстан | - | Региональная общественная организация «Федерация подводного спорта Республики Татарстан» аккредитация до 19.06.2020 | Шиллер Д.А.<br>kazandive@mail.ru<br>+7 (8432) 40 34 24 |
| Удмуртская Республика | - | Общественная организация «Федерация подводного спорта Удмуртской Республики» аккредитация до 07.06.2019 | Федоров В.Г.<br>izhdive@mail.ru<br>+7 (912) 445 18 69 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Чувашская Республика | - | Общественная организация «Федерация подводного спорта Чувашской Республики» | Кочу Г.А.<br>yes029@mail.ru<br>+7 (927) 997 67 44 |
| Алтайский край | Алтайское краевое региональное отделение Федерации | Региональная общественная организация "Федерация Подводного Спорта Алтайского края" аккредитация до 20.10.2019 | Гудз О.В.<br>gudzoleg@yandex.ru<br>+7 (3852) 31 04 28<br>+7 (905) 985 09 73 |
| Камчатский край | - | Региональная общественная организация "Федерация подводного спорта Камчатского края" | Морозова Е.А.<br>calypso.morozova@<br>yandex.ru<br>+7 (924) 794 58 40 |
| Краснодарский край | - | Региональная общественная организация "Федерация подводного спорта Краснодарского края" аккредитация до 17.04.2018 | Гуляй Г.В.<br>nmsrosto@mail.ru<br>+7 (8617) 71 99 39<br>grigoriev-e@mail.ru<br>+7 (905) 494 38 34 |
| Красноярский край | - | Региональная общественная организация "Федерация подводного спорта Красноярского края" аккредитация до 17.04.2018 | Толстопятов И.А.<br>tia965@mail.ru<br>+7 (913) 539 80 61<br>+7 (3912) 64 47 09 |
| Пермский край | - | Региональная общественная организация "Пермская краевая Федерация подводного спорта" аккредитация до 29.12.2018 | Киселев Б.А.<br>kysselev@inbox.ru<br>+7 (902) 472 32 63 |
| Приморский край | - | Региональная общественная организация «Федерация подводного спорта Приморского края» аккредитация до 01.12.2018 | Анашкин Д.В.<br>fpspk@mail.ru<br>dv-auto@mail.ru<br><br>+7 (902) 556 77 76 |
| Ставропольский край | Ставропольское краевое региональное отделение Федерации | Ставропольская региональная общественная организация "Федерация Подводного Плавания Ставрополья" | Германов Е.Ю.<br>stdive@yandex.ru<br>+7 (962) 455 11 90<br>+7 (8652) 22 67 11 |
| Хабаровский край | Хабаровское краевое региональное отделение Федерации | Региональная общественная организация «Хабаровская федерация подводного спорта» | Гудалин Р.С.<br>vodolaz-gudalin<br>@mail.ru<br>+7 (914) 182 20 25 |
| Брянская область | Брянское областное региональное отделение Федерации | - | Лутовинова Е.Н.<br>lutovinovaen@mail.ru<br>+7 (905) 102 65 23 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Владимирская область | - | Региональная общественная организация "Федерация подводного спорта Владимирской области аккредитация до 17.03.2017 | Пустов А.В.<br>Alexpustov@yandex.ru<br>+7 (4922) 34 02 18<br>+7 (903) 835 50 08 |
| Волгоградская область | - | Волгоградская региональная общественная организация «Федерация подводного спорта» аккредитация до 01.11.2017 | Бережной С.<br>ya.berezhnaya<br>@mail.ru |
| Вологодская область | Вологодское областное региональное отделение Федерации | Вологодская областная общественная организация «Федерация подводного спорта» аккредитация до 16.11.2018 | Губин А.С.<br>glubina.dive@mail.ru<br>+7 (921) 252 32 07 |
| Воронежская область | - | Воронежская областная общественная организация "Федерация подводного спорта" аккредитация до 30.08.2017 | Эгильский К.И.<br>yss_voronezh@mail.ru<br>+7 (4732) 73 21 19<br>+7 (906) 678 19 64 |
| Иркутская область | Иркутское областное региональное отделение Федерации аккредитация до 28.04.2019 | - | Епишина А.В.<br>aleepishina<br>@yandex.ru<br>+7 (3952) 33 42 90<br>+7 (902) 515 78 32 |
| Калининградская область | Калининградское областное региональное отделение Федерации | Региональная общественная организация «Федерация подводного спорта Калининградской области» | Чугунов А.В.<br>fpd-kld@bk.ru<br>+7 (911) 450 78 04 |
| Калужская область | - | Региональная общественная организация «Калужская областная федерация подводного спорта» | Наталенко А.Н.<br>divmaster@bk.ru<br>+7 (910) 910 49 94 |
| Кемеровская область | - | Кемеровская региональная общественная организация "Федерация подводного спорта Кемеровской области" аккредитация до 05.09.2020 | Кравчук Л.Э.<br>kravchukil@mail.ru<br>+7 (3842) 69 61 29 |
| Кировская область | Кировское областное региональное отделение Федерации | - | Пепеляев А.Ю.<br>Кировская область,<br>г. Киров,<br>пр-т Строителей,<br>42-179 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Ленинградская область | - | Региональная общественная организация «Спортивная федерация подводного спорта Ленинградской области» аккредитация до 14.02.2017 | Ландау В.М. hcruf@mail.ru +7 (921) 973 41 69 |
| г. Москва | Московское региональное отделение Федерации | Региональная общественная организация "Московская федерация подводного спорта" аккредитация до 21.09.2017<br>Региональная общественная организация «Федерация Подводного Спорта города Москвы» | Школьников М.М. 4002002@mail.ru +7 (910) 400 20 02<br>Ярошевская Я.В. chili2000@inbox.ru |
| Московская область | - | Региональная общественная организация "Федерация Подводного спорта Московской области" аккредитация до 13.08.2019 | Архипов Г.С. kenarkhipoff @yandex.ru +7 (926) 280 76 91 |
| Мурманская область | Мурманское областное региональное отделение Федерации | Общественная организация "Региональная Подводная Федерация Мурманской области" | Полещук А.В. aquapark@bk.ru +7 (921) 725 14 67 +7 (8152) 63 74 19 |
| Нижегородская область | - | Региональная общественная организация "Нижегородская Федерация подводного спорта" аккредитация до 24.12.2018 | Антонова Т.В. T-Antonova@mail.ru +7 (831) 439 21 79 +7 (903) 657 36 71 |
| Новосибирская область | - | Общественная организация Новосибирской области "Новосибирская региональная Федерация подводного спорта" аккредитация до 19.05.2020 | Ахапов С.А. nrfus@mail.ru v-deg@mail.ru +7 (913) 900 99 36 |
| Омская область | - | Омская региональная общественная организация «Федерация подводного спорта» аккредитация до 26.02.2017 | Захаров И.В. izah50@mail.ru +7 (913) 970 52 35 |
| Оренбургская область | - | Региональная Общественная Организация «Федерация подводного спорта Оренбургской области» | Симакова И.П. sima070263@gmail.com +7 (905) 895 43 45 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Псковская область | Псковское областное региональное отделение Федерации | Региональная общественная организация «Федерация подводного спорта Псковской области» | Миклин А.Р.<br>pskovdivehanter@yandex.ru<br>+7 (911) 350 24 02 |
| Ростовская область | - | Ростовская Областная Общественная организация "Федерация подводного спорта Ростовской области" аккредитация до 12.04.2019 | Гривцова Е.В.<br>fps_ro2016@mail.ru<br>+7 (909) 404 46 89 |
| Рязанская область | Рязанское областное региональное отделение Федерации | Региональная общественная организация "Федерация Подводного спорта Рязанской области" | Генералов Д.С.<br>gnrld@rambler.ru<br>+7 (916) 301 68 12 |
| г.Санкт-Петербург | - | Региональная общественная организация «Спортивная федерация подводного спорта Санкт-Петербурга» аккредитация до 15.12.2019 | Елин Е.И.<br>hcruf@mail.ru<br>+7 (921) 973 41 69 |
| Самарская область | - | Самарская областная общественная организация «Федерация подводного спорта Самарской области» аккредитация до 14.05.2019 | Лядов В.А.<br>batiskaf-samara@yandex.ru<br>+7 (846) 246 78 74 |
| Саратовская область | - | Саратовская региональная общественная организация "Спортивная федерация подводного спорта" аккредитация до 06.04.2018 | Голохвастов А.А.<br>golohvastov_a@mail.ru<br>+7 (927) 622 95 93 |
| Свердловская область | - | Региональная общественная организация «Свердловская федерация подводного спорта» аккредитация до 28.07.2019 | Петров В.Г.<br>petrovsfps@mail.ru<br>+7 (922) 124 00 78 |
| Смоленская область | - | Региональная общественная спортивная организация «Федерация по подводному спорту, дайвингу и подводной охоте Смоленской области» | Медведев И.В.<br>dimovna@yandex.ru<br>+7 (4812) 55 96 62<br>+7 (915) 634 08 11 |
| Тверская область | - | Региональная Общественная организация «Федерация подводного спорта Тверской области» аккредитация до 01.09.2020 | Шестаченко В.Ф.<br>vadim@divetver.ru<br>+7 (910) 649 57 75 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Томская область | - | Региональная общественная организация «Федерация подводного спорта Томской области» аккредитация до 02.03.2018 | Гречихина Н.Б. burakovanata @gmail.com +7 (903) 796 30 83 |
| Тульская область | Тульское областное региональное отделение Федерации | Региональная общественная организация "Федерация подводного спорта Тульской области" аккредитация до 04.09.2020 | Дудченко П.Г. sdushor-delfin@tula.net +7 (4872) 27 12 56 +7 (903) 038 51 45 |
| Ульяновская область | - | Региональная общественная организация «Федерация подводного спорта Ульяновской области» | Коптев Ю.Ю. cop76@yandex.ru |
| Челябинская область | - | Региональная общественная организация «Федерация прыжков в воду, подводного спорта и синхронного плавания Челябинской области» аккредитация до15.02.2018 | Горбунов И.В. bogdiving@mail.ru +7 (3512) 31 92 86 +7 (3512) 61 77 95 |
| Ярославская область | - | Ярославская региональная общественная организация «Ярославская областная федерация подводного спорта» аккредитация до 04.11.2018<br><br>Региональная общественная организация «Спортивная федерация подводного спорта Ярославской области» | Аргунов А.Ю. AlexsandrArgunov @list.ru +7 (915) 972 65 56<br><br>Коренева Л.Л. koreneva_76@mail.ru +7 (905) 632 51 03 |

# ПРИЛОЖЕНИЕ Г

## Интервью

16 января 2017 года состоялась беседа с Морозовым Николаем Сергеевичем, начальником бюро технического контроля, бывшим начальником инструментального производства АО «ПО «Электроприбор» (в котором и собирают ружья для подводной охоты). Товарищ Морозов в тот день очень спешил, времени у него нашлось не так много, поэтому отвечал он достаточно коротко, но конкретно.

*Николай Сергеевич, добрый день! Я пишу выпускную работу на тему: «Продвижение снаряжения для подводной охоты АО «ПО «Электроприбор». Мне было бы очень интересно побеседовать с Вами, как с человеком, давно работающим на нашем заводе и прекрасно разбирающимся в подводных ружьях. Могу ли я задать Вам несколько вопросов?*

Здравствуйте, Андрей! Да конечно, задавайте.

*Я постараюсь не отнять у Вас много времени. Расскажите, пожалуйста, самые основные моменты в истории производства ружей для подводной охоты на предприятии.*

Производство подводных ружей началось на нашем заводе после распада СССР, в 1992 году. Связано это было с тем, что военных заказов стало существенно меньше, а предприятию нужно было как-то функционировать, выплачивать зарплаты и т.д. Ружья для подводной охоты – только один из продуктов ТНП (товаров народного потребления), производимых на заводе в 90-е годы. Однако, ружья в отличие от всего остального, с успехов производятся и сейчас.

За основу было взято Пятигорское ружьё (название точно не помню), доработано на «Электроприборе» и получило название «РПП». Данная аббревиатура была придумана лично мной. Как Вам известно, ружьё РПП

неоднократно проходило модернизацию. (РПП, РПП-2, РПП-2М, РПП-4, РПП-4М) РПП, РПП-2 и РПП-2М около 4-х лет назад были сняты с производства. Ружьё «Акула» – это исключительно заводская разработка, её производство началось примерно в 2006-2007 году. Далее, совсем недавно, предприятие стало производить новое ружьё – «Оса».

*Какие можно выделить основные особенности, преимущества и недостатки ружей «РПП», «Акула» и «Оса»?*

Так, ну что касается ружей РПП. Это простые и в то же время надёжные ружья по очень низкой цене, относительно других, в том числе и аналогичных образцов других производителей.

В ружье «Акула» применён дюралюминиевый ствол с внутренним диаметром 11 мм, что является преимуществом по отношению ко многим импортным аналогам. И, конечно же, цена тут тоже очень приемлемая, качество достойное.

В ружье «Оса» имеется возможность ступенчатой зарядки ружья, аналогов которой среди серийно выпускаемых ружей нет. Ружьё очень хорошего качества, цена тут значительно выше, чем у «РПП» и «Акулы», но всё равно вполне доступна.

*Что Вы можете сказать о продажах? Насколько востребованы заводские модели?*

Более точно Вам сказали бы об этом в отделе маркетинга, но я тоже кое-что знаю. Продажи идут очень даже не плохо, как «РПП», так и «Акулы». «Оса» – ружьё новое, но у него уже есть свои покупатели и ценители. Мы имеем множество положительных отзывов. Модели достаточно востребованы, в частности, «РПП» – самые популярные ружья в России. «Акула» тоже хорошо продаётся. Всё это, думаю, связано, прежде всего, с очень доступной ценой и, при этом, хорошим качеством.

*Каковы, на Ваш взгляд, перспективы производства подводных ружей на предприятии?*

Перспективы достаточно оптимистичные. Ружья хорошо продаются. Недавно я разговаривал с директором по маркетингу А.В. Лебедевым. Отдел маркетинга находит новые рынки сбыта, старые же никуда не уходят и продолжают сотрудничество с «Электроприбором».

А сейчас, извините, очень много дел.

Удачи Вам в написании работы!

*Спасибо огромное, Николай Сергеевич, за уделённое время и очень интересный рассказ. Всего доброго!*

До свидания!

# ПРИЛОЖЕНИЕ Д

## Сценарий рекламного видеоролика

| Сек | Что видим? | Что слышим? | Прим. |
|---|---|---|---|
| 1-6 | Камера сфокусирована на проходной АО «ПО «Электроприбор», медленно опускается и как бы продвигается вовнутрь.<br>В кадре представительный мужчина с подводным ружьём в руках на фоне станков. | На фоне играет спокойная музыка, которая затихает, но не перестаёт играть | Музыка |
| 7-25 | Мужчина в полный рост с ружьём «Оса» в руках. | Мужчина говорит:<br>«Подводная охота – не просто хобби!<br>Это целая жизнь, которой от сезона до сезона живёт настоящий охотник!<br>Важно, чтобы в руках у него было качественное и в то же время простое в эксплуатации подводное ружьё!<br>Пензенский завод «Электроприбор» уже более 25 лет производит ружья для подводной охоты!» | Музыка |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 26-50 | | Мужчина продолжает:<br>Ружья РПП благодаря своей простоте, неприхотливости и надежности, являются самыми распространенными ружьями для подводной охоты на территории СНГ.<br>Ружьё «Акула»<br>имеет систему заднего зацепа гарпуна, удобную систему сброса линя, удобный предохранитель, положительную плавучесть.<br>А в новом ружье - «Оса» имеется возможность ступенчатой зарядки ружья, не имеющей аналогов в мире среди серийно выпускаемых ружей!<br>Обращайтесь в специализированные магазины Вашего города или напрямую к нам по телефону: 47-60-82. Код города 8-412. | Музыка перестаёт играть |

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Варианты этикеток подводных ружей, разработанные мной в программе Adobe Photoshop.

1. Ружьё пневматическое подводное «Акула»

2. Ружьё для подводной охоты РПП-4М

3. Ружьё для подводной охоты «ОСА»-500/01

Последний лист выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Оригинальность текста составляет – ___ %. Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Список использованных источников_____наименований.

«___» _____ 201__ г.

_____ ФИО автора

(подпись)