

Областью исследования являлись рыбо-промышленные компании г. Омска

# **Рыбный промысел в г. Омске и Омской области**

**Подготовил: Мошкин Георгий**  
**БМБ-903**



# ОБЪЕКТ:

Омская рыбо-промышленная  
компания  
ООО «РПК» и ООО «РЫБНЫЙ  
РЫНОК»





# ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Выяснить , как пандемия отразилась в рыбо промышленной деятельности в России, как повлияла на рынок в целом.



Целью исследования являлось: **выяснить, как магазины рыбной продукции справились с закрытием торговых точек и остановкой предприятий по производству рыбной продукции.**

Исследовательские вопросы: **что было предпринято руководителями, чтобы минимизировать убытки во время пандемии и выяснить, как предприятия и магазины оптимизировали свою деятельность, во время закрытия торговых точек и предприятий.**



# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования данной темы, определяется современным развитием рыбного промысла. Также необходимостью анализа тенденций развития рыболовства во время пандемии, выявления факторов развития и возможности улучшения данных факторов».



# RESEARCH GAP

Моей целью RESEARCH GAP выступило исследование того, как отразилась пандемия на рыбном рынке.

Во время пандемии организация воспользовалась возможностью расширения своих складских и торговых помещений. В последствии это окупилось и привело к большему спросу среди покупателей. Так как организация смогла хранить большее количество рыбной продукции, и торговое помещение стало в несколько раз больше. Из закрытия торговых точек, в причину распространения корона вирусной инфекции, предприятию пришлось перейти на работу в онлайн и доставку по городу.



# МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для достижения поставленных целей были использованы многочисленные методы исследования, такие как:

1. Наблюдение, который заключался в целенаправленном и организованном восприятии и регистрации поведения потребителей, персонала и устройства рынка в целом.
2. Сравнение, при котором были установлены сходства и различия конкурирующих рыбных магазинов. Выявлены преимущества и недостатки данных компаний.
3. Интервью, в котором был проведён разговор с ген. директором рыбного магазина.
4. Анкетирование, в котором был проведён опроса клиентской базы, для составления статистических представлений о потребительского предпочтении, состоянии индустрии и салона, в частности.

Основным объектом исследования выступил ООО «Рыбный рынок», находящийся по адресу : Ул. 10 лет октября 207 а к. 3. В свою очередь объектами для сравнения выступили : магазины рыбной продукции «Рыбный мир55», находящийся по улице Звездова 39, и ООО «РПК» находящийся по улице Дианова 3 к. 6.



# СРАВНЕНИЕ

МАГАЗИНЫ	ООО «РПК»	РЫБНЫЙ МИР 55	ООО «РЫБНЫЙ РЫНОК»
БРЭНДИНГ	ВИЗИТКИ, ВЫВЕСКА НА ТЦ	ВИЗИТКИ, СВОЙ МЕРЧ	ВИЗИТКИ, ВЫВЕСКИ НА ТЦ
САЙТ	САЙТ ОТСУТСТВУЕТ, ЕСТЬ СТРАНИЦЫ В СОЦ СЕТЯХ	<a href="http://WWW.MORETORG55.RU">WWW.MORETORG55.RU</a> , СТРАНИЦЫ В СОЦ СЕТЯХ	<a href="http://WWW.OMSKFISH.RU">WWW.OMSKFISH.RU</a>
СЕРВИС	КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ КЛИЕНТОВ	КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ КЛИЕНТОВ	КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ КЛИЕНТОВ
ЧИСТОТА	8/10	9/10	6/10
СКИДКИ	ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ СКИДОЧНЫЕ КАРТЫ	ОПТОВЫМ КЛИЕНТАМ	ПОСТОЯННЫМ КЛИЕНТАМ И ОПТОВИКАМ
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ	ДОСТАВКА ТОВАРА ПО ГОРОДУ	ДОСТАВКА ТОВАРА ПО ГОРОДУ	ОЧИСТКА РЫБЫ, ДОСТАВКА



# НАБЛЮДЕНИЕ

КРИТЕРИИ	ОЦЕНКА	ПОЯСНЕНИЕ
ОБЩИЙ ВНЕШНИЙ ВИД	9/10	МАГАЗИН ЧИСТЫЙ, КОНСУЛЬТАНТЫ ОПРЯТЫНЕ, ГРАМОТНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ
РАБОТА С КЛИЕНТАМИ	9/10	ЛИЧНЫЙ ПОДХОД К КАЖДОМУ КЛИЕНТУ, ВЕДЕТСЯ УЧЕТ ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ, ПОДСТРАИВАЮТСЯ ПОД ИХ ИНТРЕЕСЫ
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ	10/10	ДОСТАВКА ТОВАРА ПО ГОРОДУ, ВСЕ НЕОБХОДИМОЕ КЛИЕНТА
ПРОДУКЦИЯ	10/10	ОГРОМНЫЙ АСОРТИМЕНТ, ВОЗМОЖНОСТЬ ОПТОВОЙ ПРОДАЖИ, РОЗНИЧНАЯ ТОРГГОВЛЯ, СВОЕВРЕМЕННЫЕ ПОСТАВКИ



# РЕЗУЛЬТАТЫ ИНТЕРВЬЮ

ИНТЕРВЬЮ ПРОВОДИЛОСЬ С ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ ООО « РЫБНЫЙ  
РЫНОК»

- В ходе интервью я выяснил, что целевая аудитория рынка это клиенты с средним и выше среднего достатком. Рынок работает не только как площадь для продажи, но иногда может выступить поставщиком рыбной продукции на прямую, так как за почти 30 летнее время работы, накопилось огромное количество контактов поставщиков со всего мира. Во время пандемии рынок полностью перешел на онлайн работу и доставку товару по городу.



# РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

- Были опрошены 32 человека, разных возрастов и видов деятельности.
- После анализа всего опроса, можно сделать вывод, что большинство клиентов удовлетворены количеством и качеством предлагаемой продукции
- Полностью удовлетворены соблюдением мер по распространения Covid-19
- И клиенты остались довольны общим уровнем работы самого «Рыбного рынка»



# ВЫВОД

Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод, что ситуация с COVID-19 обернулась для данной организации в положительную сторону, в период пандемии компания нашла новые пути развития своей сети, что способствовало росту клиентской базы и расширения своей торговой точки.