

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Левков Сергей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 30.05.2024 16:15:11

Уникальный программный ключ:

0ec96352bebea6f8385fb9c27c7d4c35a083708b

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАМЧАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА»

Ю.А. Агунович

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ РЫБОХОЗЯЙСТВЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ

*Программа курса и методические указания к изучению
дисциплины для обучающихся по направлению подготовки
38.06.01 «Экономика»
(уровень аспирантуры)*

**Петропавловск-Камчатский
2019**

Рецензент:
Шпилева М.Л.,
начальник отдела экономики и аналитики
Министерства рыбного хозяйства Камчатского края

Агунович Ю.А.

Экономические проблемы организации и управления рыбохозяйственным комплексом. Программа курса и методические указания к изучению дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» (уровень аспирантуры). – Петропавловск-Камчатский: КамчатГТУ, 2019. – 76 с.

Программа курса и методические указания к изучению дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» (уровень аспирантуры) обучения составлены в соответствии с требованиями к результатам освоения программы подготовки научно-педагогических кадров высшей квалификации по направлению подготовки 38.06.01 Экономика федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом Камчатского государственного технического университета (протокол № ____ от _____ 2019 г.)

© КамчатГТУ, 2019
© Агунович Ю.А., 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Цели и задачи учебной дисциплины, ее место в учебном процессе	4
1.1.	Краткая характеристика дисциплины	4
1.2.	Цель и задачи изучения дисциплины	5
1.3.	Требования к уровню освоения содержания курса	6
1.4.	Место курса в структуре подготовки выпускника	7
2.	Содержание дисциплины	8
2.1.	Содержание лекционных занятий	8
2.2.	Содержание практических занятий	22
3.	Методические рекомендации	54
3.1.	Методические рекомендации по изучению курса	54
3.2.	Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям	56
3.3.	Методические рекомендации по подготовке к итоговому контролю знаний	56
4.	Организация самостоятельной работы обучающихся	57
4.1.	Внеаудиторная самостоятельная работа	57
4.2.	Организация работы с информацией	58
4.3.	Задания для самостоятельной работы обучающихся по разделам	59
5.	Перечень вопросов итогового контроля знаний по дисциплине	72
6.	Рекомендуемая литература	74
6.1.	Основная литература	74
6.2.	Дополнительная литература	74

1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 Краткая характеристика дисциплины

Разработка и реализация эффективной стратегии предприятий, отраслей и регионов является важнейшим условием успеха, устойчивости развития и противостояния внешним и внутренним угрозам экономики и общества.

Стратегия задает главные приоритеты и ориентиры перспективного развития, пути решения ключевых проблем, концентрирует внимание руководителей, менеджеров и персонала на решении наиболее важных задач. Механизмом реализации стратегии является стратегический план. Стратегические планы, разрабатываемые на основе стратегий, предусматривают распределение ресурсов между направлениями развития, определение исполнителей, координацию их взаимодействия.

Рыбохозяйственная отрасль, отнесенная к стратегическим отраслям российской экономики, не только решает задачи обеспечения продовольственной безопасности, экономического роста и социально-экономического развития регионов, но и позволяет России успешно конкурировать со странами, осуществляющими рыбодобычу, за право использования водных биологических ресурсов Мирового океана.

Анализ современного состояния рыбного хозяйства страны позволяет определить, что основными проблемами, препятствующими его эффективному развитию и сдерживающими рациональное ведение рыбохозяйственной деятельности, являются высокие административные барьеры и инфраструктурные ограничения.

Следствием этих проблем являются низкая эффективность государственного администрирования в области рыбного хозяйства, отсутствие конкурентной институциональной среды, стимулирующей привлечение капитала в экономику рыбного хозяйства, отсутствие необходимых условий для структурной диверсификации и инновационного развития рыбохозяйственного комплекса, рост масштабов незаконного

промысла водных биологических ресурсов и нелегального вывоза рыбной продукции за рубеж, снижение запасов водных биологических ресурсов в исключительной экономической зоны и континентального шельфа Российской Федерации, в особенности ценных видов этих ресурсов, усиливающееся антропогенное воздействие на состояние водных биоресурсов и среду их обитания, обострение конкуренции в мировом рыболовстве, отсутствие стимулирующих условий для повышения доступности строительства, модернизации судов рыбопромыслового флота и модернизации рыбоперерабатывающих производств.

Для решения проблем структурообразующего комплекса ряда российских регионов, каковым является рыбная отрасль, необходимо разрабатывать и принимать стратегические решения, в основе которых лежит главный принцип – научная обоснованность.

1.2. Цель и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины является выработка общих представлений о предмете и проблемах стратегического управления в рыбной отрасли, овладение основными категориями и понятиями данной дисциплины, формирование современного экономического мышления на основе выработки представлений о сущности, принципах и методах стратегического управления и его преемственностью на всех уровнях.

Основные **задачи** курса:

- изучение общей концепции стратегического управления в рыбной отрасли на государственном, региональном уровнях и в системе внутрифирменного менеджмента;
- анализ этапов стратегического управления;
- освоение приемов оценки внутреннего состояния предприятий рыбной отрасли;
- приобретение практических навыков по определению конкурентного положения предприятий рыбной отрасли и предвидения возможных негативных изменений во внешней среде (в том числе глобальной);
- получение необходимых знаний для разработки мер

по стабилизации и улучшению конкурентной позиции предприятия в рыбной отрасли;

- овладение навыками по структурированию целей и определению стратегий достижения поставленной цели;
- исследование процессов стратегического управления на примерах российских предприятий;
- получение знаний о маркетинговых технологиях как инструментариим обеспечения конкурентоспособности предприятий рыбной отрасли.

1.3. Требования к уровню освоения содержания курса

По итогам изучения курса «Экономические проблемы организации и управления рыбохозяйственным комплексом» обучающийся *должен*:

Знать:

- методы и инструменты государственного регулирования рыбной отрасли;
- виды стратегий;
- основные документы стратегического планирования;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;
- элементы, критерии и показатели оценки конкурентной среды;
- основные модели и методы принятия стратегических решений;
- источники, методы сбора и анализа информации для принятия стратегических решений.

Уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- осуществлять стратегическое целеполагание;
- использовать информацию, полученную в результате исследований, для разработки стратегических решений;

- использовать методы стратегического анализа поведения экономических агентов;
- использовать методы стратегического анализа рынков;
- идентифицировать и анализировать проблемную ситуацию стратегического управления;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии, программы развития организации.

Владеть:

- количественными и качественными методами проведения анализа макро- и микросреды среды организации;
- навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;
- методами проведения анализа структуры и состава конкуренции в отрасли;
- методами проведения анализа и координации бизнес-единиц продуктового портфеля предприятия рыбохозяйственного комплекса;
- методами и инструментами стратегического анализа;
- методами формулирования и реализации стратегии на уровне бизнес-единицы;
- методами разработки и реализации проектов и программ;
- навыками разработки стратегических целей и задач;
- навыками разработки программ и прогнозов социально-экономического развития.

1.4. Место курса в структуре подготовки выпускника

Учебная дисциплина «Экономические проблемы организации и управления рыбохозяйственным комплексом» является дисциплиной по выбору вариативной части образовательной программы, знания, умения и навыки, полученные обучающимися в ходе изучения дисциплины, необходимы для успешного прохождения государственной итоговой аттестации.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание лекционных занятий

Раздел 1 «Стратегическое управление рыбной отраслью на макроуровне»

Тема 1. Государственное регулирование развития рыбного хозяйства

Предмет, цели и задачи дисциплины. Структура, содержание дисциплины и ее взаимосвязь с другими учебными дисциплинами. Понятия «отрасль», «рыбная отрасль», «рыбное хозяйство», «рыбохозяйственный комплекс». Структура регионального рыбохозяйственного комплекса. Состав отраслей основного и вспомогательного производства.

Проблемы функционирования рыбохозяйственного комплекса страны. Потенциал рыбохозяйственного комплекса.

Организация государственного регулирования развития рыбной отрасли. Порядок определения и утверждения общих допустимых уловов (ОДУ). Методы и инструменты государственного регулирования рыбной отрасли: прямые и косвенные, административные и экономические. Использование квотирования и системы аукционов в целях государственного регулирования рыбохозяйственной деятельности. Субсидирование как инструмент государственного регулирования рыбной отрасли.

Понятие «конкурентоспособности». Иерархическая структура конкурентоспособности. Конкурентоспособность отрасли. Факторы, определяющие конкурентоспособность отрасли. Конкурентные преимущества отрасли. Оценка конкурентоспособности: основные подходы. Российская практика оценки конкурентоспособности: показатель интенсивности конкуренции и показатель состояния конкурентной среды. Критерии оценки состояния конкурентной среды. Алгоритм сравнительного анализа конкурентоспособности рыбохозяйственной деятельности.

Основные термины и понятия: отрасль, рыбная отрасль,

рыбное хозяйство, рыбохозяйственный комплекс, общие допустимые уловы (ОДУ), квотирование, аукционы, конкурентоспособность, конкурентоспособность региона, конкурентоспособность отрасли, международные статистические индексы, оценка состояния конкурентной среды.

Вопросы для самоконтроля:

1. Из каких отраслей, видов деятельности и производств состоит рыбохозяйственный комплекс?
2. Какие проблемы рыбохозяйственного комплекса сформировались в период экономических реформ 90-х годов прошлого века?
3. Каковы задачи государственного регулирования развития рыбной отрасли?
4. Какие органы исполнительной власти осуществляют государственное регулирование рыбной отрасли?
5. Какие существуют методы и инструменты государственного регулирования развития рыбной отрасли?
6. Что представляет собой конкурентоспособность отраслей?
7. Какими факторами определяются конкурентные преимущества отраслей?
8. Какие критерии оценки состояния конкурентной среды используются Минэкономразвития РФ?
9. Какие показатели используются при проведении анализа конкурентоспособности рыбохозяйственной деятельности региона.

Литература: [1]; [2]; [3]; [6]; [9]; [10]; [11]; [12]; [18]; [19]; [20]

Тема 2. Государственное стратегическое планирование развития рыбной отрасли

Государственное индикативное планирование как инструмент государственного регулирования развития регионов и отраслей экономики. Государственное стратегическое планирование. Программно-целевое планирование. Система гос-

ударственного стратегического планирования. Участники государственного стратегического планирования на федеральном уровне и на уровне субъекта РФ. Формы государственного стратегического планирования. Документы системы государственного стратегического планирования на федеральном уровне и на уровне субъекта РФ.

Понятие «отраслевого документа государственного стратегического планирования». Формы отраслевого планирования: концепция развития отрасли, стратегия развития отрасли, отраслевая программа, проект. Требования, предъявляемые к разработке отраслевых документов государственного стратегического планирования. Состав отраслевого документа государственного стратегического планирования. Общий порядок разработки и реализации отраслевых документов государственного стратегического планирования.

Документы государственного стратегического планирования развития рыбной отрасли. Морская доктрина Российской Федерации на период до 2020 года: основные задачи. Концепция развития рыбного хозяйства Российской Федерации на период до 2020 года: цель, задачи, содержание, порядок реализации. Стратегия развития рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года: цель, задачи, содержание, основные мероприятия, порядок реализации. Федеральные целевые программы развития рыбохозяйственного комплекса.

Организация государственного стратегического планирования на уровне субъекта РФ. Формы реализации государственного стратегического планирования в субъекте РФ. Порядок разработки Стратегии развития рыбной отрасли субъекта РФ. Методика разработки отраслевой стратегии.

Основные термины и понятия: государственное индикативное планирование, государственное стратегическое планирование, отраслевой документ государственного стратегического планирования, концепция развития отрасли, стратегия развития отрасли, отраслевая программа, проект.

Вопросы для самоконтроля:

1. Сформулируйте основные задачи государственного стратегического планирования.
2. Перечислите элементы системы государственного стратегического планирования.
3. Назовите формы государственного стратегического планирования развития рыбного хозяйства страны.
4. Охарактеризуйте порядок разработки отраслевых документов государственного стратегического планирования.
5. Перечислите действующие в настоящее время документы государственного стратегического планирования развития рыбохозяйственного комплекса.
6. Охарактеризуйте порядок проведения отраслевого анализа в процессе разработки стратегии развития рыбной отрасли региона.

Литература: [1]; [2]; [6]; [15]; [17]; [22], [23], [24]

Раздел 2 «Методология стратегического планирования»

Тема 3. Сущность и содержание стратегического планирования

Сущность стратегического планирования. Виды управленческой деятельности в процессе стратегического планирования. Этапы процесса стратегического планирования. Анализ факторов внешней среды предприятия. Анализ факторов внутренней среды предприятия. Разработка миссии и целей. Классификация целей. Основные цели экспортно-импортных операций предприятий рыбной отрасли. Характеристика задач подсистем планирования на предприятиях рыбной отрасли. Разработка и выбор стратегии. Факторы, определяющие выбор стратегии. Реализация и контроль реализации стратегии. Распределение стратегических ресурсов, бюджетирование.

Основные термины и понятия: стратегическое планирование, процесс (этапы) стратегического планирования, внешняя среда предприятия, внутренняя среда предприятия, мис-

сия, целеполагание, стратегические альтернативы, выбор стратегии, реализация стратегии, стратегический контроль, бюджетирование.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем заключаются стратегические проблемы развития предприятий рыбохозяйственного комплекса?
2. Перечислите преимущества стратегического подхода к управлению.
3. Раскройте понятие «экономической стратегии» фирмы и перечислите ее составляющие.
4. Объясните, почему для большинства современных предприятий РХК актуальной проблемой является одновременное применение двух режимов управления – стратегического и оперативного.
5. Дайте краткую характеристику основным этапам разработки стратегии.
6. Объясните разницу между стратегическим планированием и стратегическим управлением.
7. Объясните, в чем заключается отличие долгосрочного планирования от стратегического.
8. Укажите основные факторы успешной реализации стратегии предприятия.
9. Какова роль анализа точки безубыточности в производстве нового продукта?
10. Почему возросло внимание к корпоративной культуре при реализации стратегии?
11. Каковы основные составляющие системы внутрифирменного планирования?
12. Каково значение бюджетирования для оценки реализуемости стратегии.

Литература: [1]; [2]; [3]; [22]

Тема 4. Оценка состояния конкурентной среды на товарных рынках

Анализ структуры и состава конкуренции на товарных

рынках (в отрасли): определение продуктовых границ товарного рынка, количества и состава продавцов и покупателей, географических границ товарного рынка, объемов производства, доли хозяйствующего субъекта в производстве и на рынке, доминирующего положения хозяйствующего субъекта на конкретном товарном рынке, количественных показателей концентрации производства и структуры товарного рынка, качественных показателей структуры товарного рынка (барьеры входа в рыбную отрасль), рыночного потенциала хозяйствующего субъекта.

Показатели концентрации производства: коэффициент концентрации производства, индекс концентрации производства Херфиндаля-Хиршмана. Показатели, характеризующие уровень рыночной концентрации: коэффициент рыночной концентрации, индекс рыночной концентрации Херфиндаля-Хиршмана, коэффициент Линда, коэффициент относительной концентрации, коэффициент энтропии, дисперсия логарифмов рыночных долей, коэффициент вариации, коэффициент Холла-Тайдмана, коэффициент Джини.

Анализ структуры и состава конкуренции в отрасли с использованием модели «5 сил конкуренции» М. Портера.

Основные термины и понятия: отрасль, отраслевая конкуренция, товарный рынок, хозяйствующие субъекты, Стандарт конкуренции, барьеры входа в отрасль, коэффициент концентрации производства, индекс концентрации производства Херфиндаля-Хиршмана, коэффициент рыночной концентрации, индекс рыночной концентрации Херфиндаля-Хиршмана, коэффициент Линда, коэффициент относительной концентрации, коэффициент энтропии, дисперсия логарифмов рыночных долей, коэффициент вариации, коэффициент Холла-Тайдмана, коэффициент Джини, модель «5 сил конкуренции».

Вопросы для самоконтроля:

1. Раскройте содержание анализа структуры и состава конкуренции на товарных рынках.

2. Перечислите показатели концентрации производства и раскройте их смысл.
3. Перечислите показатели, характеризующие уровень рыночной концентрации и раскройте их смысл.
4. Какие барьеры входа в рыбную отрасль необходимо анализировать?

Литература: [1]; [2]; [3]; [6]; [7]; [14]

Тема 5. Разработка и реализация стратегии рыбохозяйственных предприятий

Общие корпоративные стратегии. Виды базовых корпоративных стратегий: стратегии роста, стратегии стабилизации, стратегии сокращения. Стратегии роста: концентрированного роста, интегрированного роста и диверсифицированного роста. Стратегии стабилизации: защита положения на рынке, рационализация рынка, организация рынка. Стратегия сокращения: сокращение издержек, «сбор урожая», временное прекращение роста с целью перегруппировки сил, дезинтеграция, частичная распродажа, ликвидация. Портфельные стратегии. Стратегии создания конкурентного преимуществ: лидерство в издержках, дифференциация продукции, стратегия фокусирования. Интеграция конкурентных стратегий.

Разработка стратегий функциональных подсистем. Особенности формирования функциональных стратегий предприятий РХК. Производственная стратегия. Стратегия управления персоналом. Финансовая стратегия. Инновационная стратегия. Инвестиционная стратегия. Стратегия маркетинга. Стратегия внешнеэкономической деятельности рыбохозяйственных предприятий.

Оценка эффективности деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса в условиях неопределенности. Понятия «экономического эффекта» и «экономической эффективности». Внешняя и внутренняя эффективность. Виды эффективности: коммерческая, экономическая, бюджетная, социально-экономическая. Показатели эффективности инвестиционных вложений, показатели эффективности производ-

ственной деятельности. Учет фактора неопределенности и риска при разработке стратегических решений. Система показателей планирования организации.

Основные термины и понятия: корпоративная стратегия, деловая стратегия, функциональная стратегия, операционная стратегия, интеграция, диверсификация, производственная стратегия, стратегия управления персоналом, финансовая стратегия, инновационная стратегия, маркетинговая стратегия, стратегия ВЭД, экономический эффект, эффективность, коммерческая эффективность, экономическая эффективность, бюджетная эффективность, социально-экономическая эффективность, эффективность инвестиционных вложений, эффективность производственной деятельности, неопределенность, уровень неопределенности, риск, степень риска, цена риска, стратегические решения.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем состоит различие между развитием рынка, проникновением на рынок, разработкой товара и совершенствованием продукта?
2. Чем определяется целесообразность реализации стратегий диверсификации?
3. Каковы основные цели и задачи стратегии вертикальной интеграции?
4. Каким образом осуществляется интеграция «вперед» и каковы ее стратегические последствия для рыбохозяйственных предприятий?
5. В чем сущность интеграции «назад» и в каких ситуациях проявляются ее стратегические преимущества для рыбохозяйственных предприятий?
6. Каковы цели и задачи горизонтальной интеграции?
7. Какие условия учитываются при формулировке деловой стратегии?
8. Как стратегия лидерства по издержкам защищает от пяти конкурентных сил?
9. С чем связан риск стратегии лидерства по издержкам?

10. В чем сущность стратегии дифференциации?
11. На чем должен основываться выбор стратегии фокусирования?
12. Перечислите факторы, влияющие на стратегический выбор руководителей фирмы.
13. Как соотносятся понятия «эффективность управления» и «эффективность управленческого решения»?
14. Чем вызваны трудности количественной оценки эффективности управленческих решений?
15. По каким показателям осуществляется оценка экономической эффективности деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса в условиях неопределенности?
16. Перечислите наиболее характерные для предприятий рыбного хозяйства виды рисков.
17. Какие условия определяют эффективное использование основных производственных фондов?
18. Какие условия определяют эффективное использование оборотных средств рыбохозяйственных предприятий?
19. Какие условия определяют эффективное использование трудовых ресурсов?
20. Какие подсистемы включаются в типовую систему показателей планирования рыбохозяйственных предприятий?

Литература: [1]; [2]; [3]

Раздел 3 «Маркетинговые технологии реализации стратегии предприятия»

Тема 6. Стратегическая сегментация

Основные направления маркетинговой деятельности предприятия. Типы потребительских рынков. Модель покупательского поведения. Отличительные особенности рынка организаций-потребителей. Факторы, влияющие на покупательское поведение на рынке предприятий. Процесс покупки на рынке предприятий и его особенности. Факторы, влияющие на поведение конечных потребителей. Процесс принятия решения о покупке конечными потребителями.

Понятия «целевой рынок», «сегмент». Подходы к выбору целевого рынка: массовый (недифференцированный) маркетинг, сегментация рынка (концентрированный маркетинг), множественная сегментация (дифференцированный маркетинг). Преимущества и недостатки каждого подхода. Позиционирование товара. Привлекательность сегмента. Переменные сегментирования потребителей промышленных товаров: описательные, оценивающие выгоды потребителей и описывающие поведение потребителей. Критерии сегментирования рынка конечных потребителей: географические, экономические, социально-демографические, психографические. Признаки сегмента. Процесс сегментирования рынка.

Основные термины и понятия: потребительский рынок, покупательское поведение, конечный потребитель, целевой рынок, сегмент, сегментирование, сегментация, массовый маркетинг, множественная сегментация, позиционирование.

Вопросы для самоконтроля:

1. Почему использование маркетинговых технологий является целесообразным для предприятий рыночного комплекса?
2. Каковы различия между рынками конечных потребителей и организаций-потребителей?
3. Какие факторы влияют на закупки предприятий?
4. Какова последовательность процесса принятия решения о закупках на предприятиях?
5. Какие факторы влияют на формирование покупательского поведения?
6. Каковы характеристики различных подходов при выборе целевого рынка?
7. Каковы достоинства и недостатки недифференцированного, концентрированного и дифференцированного маркетинга?
8. Какие выделяют переменные сегментирования потребителей промышленных товаров?
9. Какие критерии сегментирования используются при

выборе целевого рынка потребительских товаров?

10. Как осуществляется процесс выбора целевого сегмента?

11. Какими признаками должен обладать целевой сегмент?

Литература: [1]; [2]; [8]

Тема 7. Маркетинговая политика предприятия

Товарная политика предприятия. Основные виды классификации товаров по степени долговечности, конечной цели использования и покупательским затратам на процесс выбора. Показатели конкурентоспособности товара. Функции и требования к упаковке и маркировке товара. Марка и марочная политика. Планирование новых товаров. Понятия «товарная единица», «ассортиментная группа», «товарный ассортимент». Характеристики товарного ассортимента. Формирование товарного ассортимента. Методы анализа и оптимизации ассортимента.

Ценовая политика предприятия. Ценовая и неценовая конкуренция. Определение ценовой политики. Факторы, влияющие на ценообразование. Ценообразование на разных типах рынков. Влияние потребителей и поставщиков на процесс ценообразования. Взаимосвязь целей предприятия с его ценовой политикой.

Методы расчета цен: затратные, производственные, ориентированные на спрос и ориентированные на потребителей. Виды ценовых стратегий. Рыночная корректировка цены: виды цен и особенности их применения.

Сбытовая политика предприятия. Товародвижение: определение сбытовой политики и ее элементов. Элементы внутренней и внешней среды системы товародвижения. Методы сбыта товаров: прямой и косвенный сбыт. Каналы распределения: уровни и типы организации. Функции оптовой и розничной торговли. Критерии выбора канала сбыта. Стратегии охвата рынка. Торговые посредники и их классификация в зависимости от права собственности на товар. Организация

оперативно-сбытовой работы. Планирование сбыта. Понятия «Портфель заказов предприятия», «Норма заказа», «Транзитная норма отгрузки». Неколичественные и количественные методы прогнозирования сбыта.

Коммуникационная политика предприятия. Продвижение и его функции. Виды продвижения. Разработка программы продвижения. Цели продвижения. Методы определения бюджета программы продвижения: «все, что вы можете себе позволить», прироста, паритета с конкурентами, доли от продаж, увязывания целей и задач (целевой). Стратегии продвижения: проталкивания и вынуждения. Разработка структуры программы. Достоинства и недостатки видов продвижения. Экономическая эффективность программы продвижения. Личностные и безличностные контакты.

Основные термины и понятия: товар, товарная политика, конкурентоспособность товара, упаковка, маркировка, марочная политика, товарная единица, ассортиментная группа, товарный ассортимент, товарный портфель, ценовая конкуренция, неценовая конкуренция, цена, ценообразование, ценовая политика, ценовая стратегия, товародвижение, сбыт, сбытовая политика, канал сбыта, торговые посредники, организация сбыта, планирование сбыта, продвижение, стратегии продвижения.

Вопросы для самоконтроля:

1. Почему использование маркетинговых технологий является целесообразным для предприятий рыночного комплекса?
2. Каковы различия между рынками конечных потребителей и организаций-потребителей?
3. Какие факторы влияют на закупки предприятий?
4. Какова последовательность процесса принятия решения о закупках на предприятиях?
5. Какие факторы влияют на формирование покупательского поведения?
6. Каковы характеристики различных подходов при вы-

боре целевого рынка?

7. Каковы достоинства и недостатки недифференцированного, концентрированного и дифференцированного маркетинга?

8. Какие выделяют переменные сегментирования потребителей промышленных товаров?

9. Какие критерии сегментирования используются при выборе целевого рынка потребительских товаров?

10. Как осуществляется процесс выбора целевого сегмента?

11. Какими признаками должен обладать целевой сегмент?

12. Охарактеризуйте товары и услуги, которые производят предприятия рыбохозяйственного комплекса.

13. Какие параметры формируют конкурентоспособность товара?

14. Какие требования предъявляются к упаковке грузов?

15. Какие требования установлены для маркировки?

16. Каковы причины необходимости разработки новой продукции?

17. Перечислите этапы процесса разработки новой продукции.

18. Какова связь между понятиями «товарный ассортимент» и «товарный портфель»?

19. Какие методы анализа товарного ассортимента используют для его оптимизации?

20. Какие решения принимаются в процессе разработки ценовой политики предприятия?

21. Какие факторы влияют на процесс ценообразования?

22. Каковы инструменты конкурирования в условиях ценовой и неценовой конкуренции?

23. Какие методы ценообразования относятся к экономическим?

24. Какие методы ценообразования относятся к рыночным?

25. Перечислите ценовые стратегии для новых и существующих товаров.

26. Какие решения могут быть приняты при установлении

окончательной цены?

27. Какие элементы внутренней среды предприятий рыбохозяйственного комплекса влияют на формирование системы сбыта?

28. Какие факторы внешней среды влияют на формирование системы сбыта?

29. Охарактеризуйте методы сбыта.

30. Каковы функции оптовой и розничной торговли?

31. Какие факторы влияют на выбор стратегии охвата рынка?

32. Какие методы прогнозирования применяют для разработки планов по сбыту?

33. Зачем предприятия реализуют программы по продвижению?

34. Какие цели продвижения различают?

35. Какие виды продвижения могут использовать предприятия в своей коммуникационной политике?

36. Охарактеризуйте достоинства и недостатки видов продвижения.

37. Каковы методы формирования бюджета на продвижение?

38. Каковы особенности оценки эффективности программы продвижения?

Литература: [1]; [2]; [8]

2.2. Содержание практических занятий

Раздел 1 «Стратегическое управление рыбной отраслью на макроуровне»

Тема 1. Государственное регулирование развития рыбного хозяйства

Вопросы для обсуждения:

1. Рыбохозяйственный кластер и его структура.
2. Инфраструктура рыбохозяйственного комплекса.
3. Аукционная система распределения квот: достоинства и недостатки.

4. Внутренние проблемы и внешние угрозы развития рыбной отрасли региона.
5. Эффективность государственной поддержки предприятий рыбохозяйственного комплекса.
6. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности рыбной отрасли.
7. Конкурентоспособность рыбной отрасли. Конкурентные преимущества рыбной отрасли.
8. Проблемы оценки конкурентоспособности отрасли.

Задания по теме:

Задание 1. На основе анализа проблем РХК РФ заполните таблицу (табл. 1). По каждому блоку приведите не менее 5 наименований.

Таблица 1

Внутренние проблемы отрасли	Внешние угрозы отрасли
1. Высокий уровень износа судов рыбопромыслового флота	1. Ужесточение международных требований к качеству рыбопродукции
2. ...	2. ...
3.	3.

Задание 2. В табл. 2 представлен перечень предприятий, осуществляющих различные виды деятельности в рамках РХК территории. Укажите, к какому виду производств относятся представленные в перечне предприятия.

Таблица 2

Перечень предприятий, осуществляющих различные виды деятельности в рамках рыбохозяйственного комплекса территории

Предприятия	Основное производство			Вспомогательное производство	Обслуживающее производство
	Рыбоводство и воспроизводство	Добыча	Переработка		
Рыболовецкий колхоз					
Коптильня					
Судоремонтная верфь					
Нерестовое хозяйство					
Рыбоконсервный завод					
Кулинарный цех					
Рыборазводный завод					
Институт океанографии					
Сетевязальная фабрика					
Рыбный магазин «Океан»					
ТУ Росрыболовства					
Плантация по выращиванию мидий					
Морозильные склады					
Морской рыбный порт					
Лаборатория по изготовлению БАД на основе ламинарии					
Морская транспортная фирма					

Задание 3. В нижеприведенном перечне определите административные и экономические инструменты государственного регулирования рыбохозяйственной деятельности:

1. Налоговая льгота по налогу на имущество для предприятий, осуществляющих переработку водных биологических ресурсов;

2. Прекращение права пользования водных биологических ресурсов по решению суда;

3. Выдача дополнительных разрешений на вылов рыбы коренным малочисленным народам севера;

4. Упрощение порядка регистрации для рыболовецких предприятий;

5. Субсидирование деятельности рыбоперерабатывающих предприятий;

6. Квоты добычи (вылова) водных биоресурсов для осуществления прибрежного рыболовства;

7. Предоставление Россельхозбанком кредитов рыбохозяйственным предприятиям по сниженной процентной ставке;

8. Выдача разрешения на добычу водных биологических ресурсов при осуществлении рыболовства в научно-исследовательских целях;

9. Привлечение к административной ответственности за вылов особо ценных пород рыб, внесенных в Красную книгу;

10. Выделение средств из федерального бюджета на реализацию инвестиционного проекта строительства Рыбной биржи в рамках федеральной целевой программы;

11. Прекращение права пользования водными биологическими ресурсами в связи с истечением срока пользования ВБР.

12. Снижение ставки таможенной пошлины по приобретенному рыбоперерабатывающим заводом импортному оборудованию.

Задание 4. Ниже представлена краткая характеристика текущего состояния рыбной отрасли двух регионов: Камчатского края и Калининградской области. На основании представленных данных выделите конкурентные преимущества

рыбной отрасли каждого региона. Рыбная отрасль какого региона, на Ваш взгляд, более конкурентоспособна и почему?

Камчатский край

Рыбопромышленный комплекс в экономике региона на протяжении всей истории играл важнейшую роль. С середины 1950-х годов рыбное хозяйство стало единственной развитой отраслью экономики полуострова. На нее приходилось около 90% валовой продукции промышленности. В настоящее время основной сферой деятельности жителей многих населенных пунктов Камчатского края является рыболовство.

В структуре валового регионального продукта отрасль «рыболовство и рыбоводство» занимает 23%. В отрасли занято более 10% всех занятых в экономике региона, сконцентрировано более 30% стоимости основных фондов промышленного назначения. На долю комплекса приходится основной экспортный потенциал региона (по разным оценкам, от 80 до 95%).

Среди регионов Дальнего Востока Камчатский край лидирует по объемам улова рыбы и добычи водных биоресурсов с 2007 г., обогнав по этому показателю Приморский край.

Камчатский край – один из лидеров по вылову минтая, удельный вес которого составляет более половины всех объемов добычи (вылова) водных биологических ресурсов, а также трески, камбалы. Камчатка – основной поставщик дальневосточного лосося. Располагая уникальными по величине запасов и разнообразию водными биологическими ресурсами, Камчатский край ежегодно дает около 40% уловов горбуши, 40% уловов кеты, почти 100% уловов нерки и чавычи, более 80% уловов кижуча от общего улова на Дальнем Востоке.

Реализация федеральной политики «рыба на берег» и повышение инвестиционной привлекательности береговой переработки сталкивается с рядом проблем:

- невозможность загрузки мощностей при существующем уровне развития инфраструктуры;
- высокий уровень затрат на производство, в первую очередь, на электроэнергию;

– высокий износ и низкий технологический уровень большинства производственных линий.

В настоящее время предприятия рыбопромышленного бизнеса готовы отгружать продукцию на Камчатский берег в случае развития инфраструктуры, но для этого необходимо создать инфраструктуру, в первую очередь, портовую и холодильную и привлечь российские и иностранные компании с высоким технологическим уровнем.

Рыболовство. Одной из проблем первичного сектора рыбопромышленного комплекса – рыболовства – является сравнительно низкая производительность труда.

Основная причина отставания камчатского рыболовства в производительности труда – низкий технологический уровень развития рыболовецкого флота.

Возраст 92% единиц флота рыбной отрасли составляет более 15 лет и 75% более 20 лет. Это малоэффективные, физически изношенные и морально устаревшие суда, построенные по проектам 1960-1980-х годов, имеющие крайне высокие показатели энергоемкости.

По данным ФГУП КамчатНИРО, квоты по наиболее рентабельным видам рыб – лососевым – выбираются полностью, причем биологических возможностей существенного наращивания квот фактически нет, а значит, отсутствует резерв экстенсивного роста.

Дальнейшее повышение экономической отдачи от отрасли связано с необходимостью привлечения крупного капитала в модернизацию рыболовецкого флота и с созданием благоприятных условий для инвестирования в отрасль со столь высокими природными рисками и длительным сроком окупаемости.

Рыбопереработка. Доля рыбопродукции с высокой степенью переработки в регионе крайне незначительна. Так, на долю консервного производства в Камчатском крае приходится около 0,5% рыбопродукции. Слабо развито икорное производство, при этом около 90% икры изготавливается на судах.

Большая часть продукции предприятий Камчатского края (как и всех регионов Дальнего Востока) поставляется на внешний рынок (более 40%). Камчатский край отправляет продукцию на экспорт примерно в 40 стран, основными торговыми партнерами региона являются Республика Корея (около 50% всего экспорта), Китай, Япония, США, Гибралтар. Количество предприятий, которые поставляют свою продукцию на экспорт, увеличивается ежегодно (более 70% предприятий региона).

Масштабный рост береговой переработки рыбы в Камчатском крае неоднократно декларируется как цель на всех уровнях, но на практике развитию переработки рыбы на берегу препятствуют несколько острых проблем:

1. *Невозможность загрузки мощностей при существующем уровне развития инфраструктуры* – фактически большинство предприятий загружены только в период лососевой путины, поскольку отсутствует необходимая инфраструктура для того, чтобы продукция морского промысла (минтай, треска, и др.) отгружалась береговым переработчикам. Возникает «замкнутый круг»: до тех пор, пока не создана инфраструктура (в первую очередь, портовая и холодильная) для отгрузки рыбы на берег, у рыболовецких компаний нет возможностей и мотивации отказываться от отработанной практики продажи и первичной переработки рыбы в море. С другой стороны, до тех пор, пока рыболовецкие предприятия не гарантируют поставку рыбы переработчикам, инвестиции в береговую инфраструктуру остаются крайне рискованными. В результате большинство предприятий по переработке рыбы, расположенных вне Петропавловска-Камчатского, функционирует лишь в течение нескольких недель в году.

2. *Высокий износ и низкий технологический уровень* большинства производственных линий. Учитывая описанную выше проблему низкой загрузки, лишь небольшое число крупных компаний находят собственные средства для модернизации производства. Большинство предприятий, особенно относящихся к малому бизнесу, работают на морально и физически устаревших линиях, с крайне низкой производитель-

ностью труда. Производственный процесс характеризуется низким уровнем автоматизации и, как следствие, высокой трудоемкостью, что диктует необходимость массового завоза рабочей силы из других регионов страны в период путины.

3. *Высокий уровень затрат на производство, в первую очередь, на электроэнергию.* Многие предприятия переработки расположены в изолированных энергоузлах и обречены на автономное электроснабжение. Но даже те, которые расположены в центральном энергоузле или имеют технологическую возможность получать энергию с электростанции, редко используют эту возможность. Примером являются предприятия Усть-Большерецкого района, многие из которых отказываются от заключения договоров с гарантирующим поставщиком (ОАО «Камчатскэнерго»), т.к. предлагаемый тариф рассчитывается исходя из круглогодичного потребления, в то время как завод работает лишь в период путины. Цена на электроэнергию недостаточно конкурентоспособна для переработчиков в сравнении с ближайшими странами (например, с Японией), что также затрудняет привлечение инвестиций в отрасль.

Калининградская область

Рыбохозяйственный комплекс Калининградской области является самым молодым в России. К 1970 г. рыбная отрасль Калининградской области представляла собой уникальный вертикально и горизонтально интегрированный рыбохозяйственный комплекс, включающий в себя рыбодобывающие и рыбоперерабатывающие организации, транспортный флот, современную обслуживающую инфраструктуру (судоремонтные организации, организации по производству промысловой и рыбоперерабатывающей техники, тары, орудий лова, портовое хозяйство), отраслевую науку и систему подготовки и переподготовки кадров рыбной промышленности. С учетом географического положения Калининградской области, наличием незамерзающего порта, ограниченности ресурсной базы Балтийского моря рыбодобывающие организации были ориентированы на добычу рыбы в зонах иностранных государств,

открытых частях Мирового океана, где добывалось более 90% от общего улова рыбы.

В настоящее время рыбохозяйственный комплекс Калининградской области продолжает находиться в стагнации, которая носит системный характер. Между организациями, некогда образовывавшими мощный отраслевой холдинг, практически отсутствуют внутриотраслевые связи, организации не объединены в производственную цепочку, в рамках которой создается конечный продукт и добавленная стоимость. Формирование рыночной инфраструктуры (бирж, торговых домов, оптовых и розничных рынков рыбных товаров, инвестиционных и венчурных фондов) осуществляется медленно.

Однако инфраструктура отрасли сохранена, что является залогом возможностей ее развития. Кроме этого, Калининградская область по-прежнему представляет интерес для возрождения экспедиционного промысла в ранее традиционных удаленных районах.

Рыболовство. В 2012 г. океанический промысел осуществляют 5 областных рыбодобывающих организаций, имеющих 24 рыбопромысловых судна, из них 20 крупнотоннажных (БАТМ-10, РТМКС-2, БМРТ-3, ТСМ-5) и 4 единицы среднетоннажного флота. В 2011 г. ими добыто 223 тыс. тонн рыбы.

91% выделяемых Калининградской области квот добычи (вылова) водных биоресурсов приходится на промысловые районы СВА. Производственные мощности имеющегося рыбопромыслового флота позволяют добывать ежегодно 259 тыс. тонн рыбы, при этом в СВА Калининградской области в 2012 г. выделены квоты в объеме 145,8 тыс. тонн.

В рамках межправительственных соглашений на коммерческой основе калининградские рыбодобывающие компании ведут промысел в районах ЦВА (исключительные экономические зоны Марокко, Мавритании и Сенегала), объем добычи незначителен и составил в 2011 г. 37,5 тыс. тонн. Вся вылавливаемая рыба в этих водоемах поступает на берег для реализации и дальнейшей переработки.

Рыбопереработка. С принятием Федерального закона от 22 января 1996 г. № 13-ФЗ «Об Особой экономической зоне в Калининградской области» сложились благоприятные условия для производства рыбных консервов на территории области. В 1991 г. на территории Калининградской области работало 5 рыбоперерабатывающих предприятий, которые выпускали 205,1 муб рыбных консервов. В 1995 г. производство консервов сократилось до 45,5 муб. К 2004 г. количество рыбоперерабатывающих предприятий, выпускающих 279 муб консервов, возросло до 12, что составляло более 40% от всех выпускаемых в Российской Федерации рыбных консервов. В 2011 г. выпущено 231,6 муб рыбных консервов и пресервов. Калининградская область по-прежнему остается лидером в Российской Федерации по объему выпуска данных видов продукции.

В настоящее время в Калининградской области работает 13 крупных рыбоперерабатывающих предприятий и более 30 средних и малых предприятий, ведущих переработку рыбы.

С 2007 г. идет снижение производства рыбных консервов. Изменяется ассортимент выпускаемой продукции в сторону увеличения выпуска пресервов.

Следует отметить, что минусом большинства перерабатывающих организаций является низкая отраслевая кооперация с рыбодобывающими компаниями и, как следствие, высокая зависимость от сторонних, в том числе иностранных поставщиков.

Кроме этого, заметно активизируются российские переработчики, которые уже в ближайшее время могут составить серьезную конкуренцию калининградским организациям. Так, в 2012 г. будет начато строительство крупнейшего в России современного рыбного терминала с перерабатывающими мощностями в порту «Усть-Луга» Ленинградской области. Терминал рассчитан на перевалку 1 млн. тонн и переработку 38 тыс. тонн рыбы и морепродуктов в год. В условиях дефицита ресурсов это может перенаправить сырьевые потоки от калининградских переработчиков в Ленинградскую область.

К основным проблемам в области рыбопереработки Ка-

лининградской области относятся:

- рост конкуренции со стороны рыбоперерабатывающих организаций, расположенных на основной территории России;
- невозможность получения кредитов с низкой процентной ставкой в российских кредитных организациях для обновления и модернизации технологического оборудования из-за отсутствия необходимой залоговой базы;
- высокие транспортные издержки, связанные с доставкой готовой продукции на основную территорию Российской Федерации через территорию Литовской Республики;
- физический и моральный износ основных производственных фондов на 70% работающих организациях;
- низкий уровень менеджмента отдельных организаций;
- сокращение покупательной способности населения в период кризиса 2009-2010 гг.

Литература: [1]; [2]; [3]; [6]; [9]; [10]; [11]; [17]; [18]; [19]; [20]

Тема 2. Государственное стратегическое планирование развития рыбной отрасли

Вопросы для обсуждения:

1. Сравнительная характеристика директивного и индикативного планирования, стратегического и тактического планирования.
2. Программно-целевое планирование.
3. Нормативно-правовая база государственного стратегического планирования.
4. Реализация государственного стратегического планирования в рыбохозяйственном комплексе страны.

Задания по теме:

Задание 1. Составьте матрицу SWOT для региона. Разделите факторы внешней среды на факторы прямого и косвенного воздействия. Дайте общие рекомендации по целевым ориентирам стратегии.

- высокий уровень инфляции в регионе;
- низкий уровень безработицы;
- удобное географическое расположение, наличие выходов к морским путям;
- неблагоприятные климатические условия;
- богатые запасы полезных ископаемых;
- значительная механическая убыль населения;
- слабо развитая производственная инфраструктура;
- наличие богатых рекреационных ресурсов;
- налаженные торговые связи с партнерами АТР;
- неудовлетворительное состояние коммунального хозяйства;
- общий экономический спад в стране;
- высокая вероятность проникновения «внешней» инфляции вследствие зависимости региона от ряда импортных продовольственных товаров;
- неразвитость транспортной инфраструктуры;
- отлаженная система поставок местного сырья в прилегающие регионы;
- дотационность региона, недостаток бюджетного финансирования;
- низкий уровень медицинского обслуживания;
- высокие темпы роста реальных доходов населения.

Задание 2. На основании приведенных ниже данных (табл. 3) составьте матрицу SWOT для рыбной отрасли.

Таблица 3

Исходные данные для проведения СВОТ-анализа				
Показатели развития отрасли	Значение показателей			
	Регионы-Конкуренты			Регион
	1	2	3	
1. Коэффициент износа основных производственных фондов предприятий рыбной отрасли, %	52	65	60	68
2. Темпы прироста потребительских расходов населения	3,2	4,4	4,2	4,8

на приобретение рыбопродуктов, %				
3. Обеспеченность отрасли современными судами рыбопромыслового флота, %	79	86	95	75
4. Экономико-географическое расположение предприятий береговой рыбопереработки	удобное	среднее	среднее	удобное
5. Ресурсный потенциал рыбной отрасли региона	богатый	средний	средний	богатый
6. Обеспеченность рыбной отрасли квалифицированными кадрами, %	70	64	62	78
7. Число зарубежных предприятий – экономических партнеров ведущих предприятий рыбной отрасли региона	3	2	3	4
8. Число действующих целевых программ поддержки РХК	3	2	3	4
9. Число рыбоперерабатывающих заводов в регионе	4	2	3	4
10. Отраслевая структура экономики	разнообразная	моноотраслевая	моноотраслевая	разнообразная
11. Число международных финансовых организаций, взаимодействующих с РХК региона	2	1	2	3
12. Степень развития инфраструктуры рыбохозяйственного комплекса региона	высокая	высокая	высокая	низкая
13. Опытно-конструкторская и производственно-технологическая база РХК	неразвитая	неразвитая	развитая	развитая
14. Наличие групп высококонкурентных предприятий-лидеров в отрасли	отсутствуют	имеются	отсутствуют	имеются
15. Степень развития транспортной инфраструктуры	высокая	низкая	высокая	низкая
16. Освоение квот на вылов рыбы и морепродуктов, %	92	84	89	76

Задание 3. Ниже представлен перечень из десяти понятий (терминов), а под ним представлены определения. Подберите

каждому понятию соответствующее определение (соотнесите цифру с буквой).

1. Рыбная отрасль.
 2. Рыбохозяйственный комплекс.
 3. Конкурентоспособность региона.
 4. Конкурентоспособность отрасли.
 5. Государственное стратегическое планирование.
 6. Программно-целевое планирование.
 7. Концепция развития отрасли.
 8. Стратегия развития отрасли.
 9. Отраслевая программа.
 10. Проект.
-
- а. документ государственного стратегического планирования, определяющий основные направления формирования единой государственной политики в области развития отрасли на долгосрочный период;
 - б. совокупная способность предприятий проектировать, изготавливать и реализовывать товары, которые по ценовым и качественным характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары аналогичных зарубежных отраслей-конкурентов, обеспечивая при этом устойчиво высокие темпы экономического роста отрасли;
 - в. документ, концентрирующий ресурсы государства (субъекта, муниципального образования) на решении отдельных проблем развития отрасли или реализации конкретного мероприятия, предусмотренного программой;
 - г. совокупность предприятий и организаций, осуществляющих добычу животных и растительных организмов из водной среды и переработку добытого сырья в пищевую, медицинскую, кормовую и техническую продукцию;
 - д. регламентируемая законодательством деятельность органов государственной власти и органов местного

- самоуправления по государственному прогнозированию, программно-целевому и территориальному планированию, а также мониторингу реализации документов государственного стратегического планирования, направленная на решение задач устойчивого социально-экономического развития и укрепления национальной безопасности;
- е. совокупность видов экономической деятельности, отраслей и производств, обеспечивающих все стадии производства и обращения рыбной продукции;
 - ж. способность обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать имеющийся в регионе потенциал;
 - з. взаимоувязанная по целям, задачам, срокам реализации, финансовому обеспечению и мерам государственной поддержки совокупность целей, задач, принципов и решений, которые должны реализовываться в программах, проектах и комплексах внепрограммных мероприятий, обеспечивающих динамичное развитие отрасли на перспективу;
 - и. деятельность, направленная на определение целей социально-экономического развития и обеспечения национальной безопасности, приоритетов социально-экономической политики и национальной безопасности, а также формирование комплекса направленных на достижение этих целей и приоритетов мероприятий с указанием источников их финансового обеспечения;
 - к. документ, представляющий собой увязанный по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления комплекс мероприятий, обеспечивающих эффективное решение целевых задач развития отрасли.

Литература: [1]; [2]; [6]; [15]; [17]; [22], [23], [24]

Раздел 2 «Методология стратегического планирования»

Тема 3. Сущность и содержание стратегического планирования

Задания по теме:

Задание «Сравнительный анализ проектов». На предприятии рассматривается три проекта. Два из них – И-1 и И-2 – связаны с совершенствованием производства продуктов, а третий предусматривает разработку нового продукта. Показатели, характеризующие проекты, представлены в табл. 4.

Таблица 4

Характеристика проектов

Показатели	Значения по продуктам			
	П-1	П-2	П-3	Всего
1. Цена (Ц), ДЕ/шт.	80	100	150	-
2. Переменные затраты ($Z_{\text{пер}}$), ДЕ/шт.	60	70	100	
3. Планируемый объем реализации, шт./год	5000	3000	1000	
4. Покрытие затрат (P_3), ДЕ/шт.				100
5. Доля покрытия затрат на штуку ($D_{\text{п.з.}}$)				
6. Выручка от реализации (V_p), тыс. ДЕ/год				850
7. Переменные затраты, тыс. ДЕ/год				
8. Покрытие затрат, тыс. ДЕ/год				240
9. Постоянные затраты (Z_c), тыс. ДЕ/год	94	86	80	260
10. Прибыль или убыток, тыс. ДЕ/год				
11. Точка безубыточности (ВЕР):				
• тыс. ДЕ				903
• штук				

Необходимо:

1. Рассчитать показатели и дополнить таблицу данными. Проанализировать проекты и дать предложения по повышению их эффективности.

2. Проранжировать проекты по критерию (показателю) покрытия затрат:

1-й вариант – на штуку, ДЕ/шт.

2-й вариант – на объем реализации, тыс. ДЕ/год.

Для оценки проектов следует ли связывать расчет покрытия затрат с объемом реализации?

3. Проверить целесообразность понижения цены на продукт по проекту И-3 на 10%, чтобы достичь точки безубыточности.

4. Определить, как изменится величина прибыли (в тыс. ДЕ в год) от реализации этого продукта при увеличении выручки от реализации продукта проекта И-1 на 15%, а переменных затрат на 10% в год.

5. Пояснить с помощью графического изображения представленную в таблице связь выручки от реализации, цены, постоянных и переменных затрат, прибыли и точки безубыточности.

Методические рекомендации

Для решения данной задачи необходимо воспользоваться определениями и формулами, представленными ниже:

– **выручка от реализации** (V_p) характеризует доход предприятия в денежной форме от реализации произведенной продукции: ($V_p = \Pi_z + Z_{пер}$). Рассчитывается следующим образом:

Цена (ДЕ/шт.) * Объем реализации (шт.);

– **переменные затраты** ($Z_{пер}$) зависят от объема производства ($Z_{пер} = V_p - \Pi_z$). К ним относятся затраты на покупку сырья, материалов, торговые издержки (например, комиссионные торговым агентам), заработную плату производственного персонала, затраты на складирование и транспортировку продукции и т.п. Удельные переменные затраты — это переменные затраты, связанные с производством единицы продукции;

– **постоянные затраты** ($Z_{пост}$) зависят в основном не от объема выпуска, а от производственной мощности предприятия. К ним относятся затраты на НИОКР, приобретение оборудования, амортизационные отчисления, затраты на при-

ем и увольнение кадров, лицензии, арендную плату и страхование, рекламу и сбыт и т.п. Как правило, они определяются и рассчитываются в виде общей суммы для предприятия ($Z_{\text{пост}}$) или в расчете на единицу продукции ($Z_{\text{пост/шт}}$).

Переменные и постоянные затраты формируют полную себестоимость изделия — одну из основных характеристик оценки деятельности предприятия;

- **покрытие затрат** (Π_z) – величина, которая получается при вычете переменных затрат из выручки от реализации ($\Pi_z = V_p - Z_{\text{пер}}$) или удельных переменных затрат из цены. Величина покрытия затрат предназначена для покрытия постоянных затрат за определенный период (например, за год). Эту величину необходимо максимизировать так, чтобы она была $\geq$ суммы постоянных затрат и запланированной прибыли для предприятия;

- **доля покрытия затрат** (D_{nz}) – это относительная доля величины покрытия затрат в объеме выручки от реализации ($D_{nz} = \Pi_z / V_p$). Этот показатель характеризует внутрипроизводственное соотношение между ценой и производительностью. Доля покрытия затрат показывает прибыльность каждого продукта. Оптимизация этого показателя возможна путем изменения ассортимента продукции, а также улучшения организационно-технологических условий производства;

- **удельные переменные затраты** ($УПЗ$) – переменные затраты, связанные с производством 1 единицы продукции

- **фактор цены** (Φ_c) – это коэффициент, показывающий отдачу единицы переменных затрат ($\Phi_c = V_p / Z_{\text{пер}}$);

- **точка безубыточности** ($БЕР$) – такое состояние, когда полные затраты равны доходу, т.е. предприятие не получает прибыли, но и не несет убытков. Эта величина показывает порог прибыльности отдельного продукта и рассчитывается по каждому изделию отдельно по формулам (1) и (2):

➤ в натуральном измерении:

$$N_{\text{БЕР}} = Z_{\text{пост}} / (Ц - Z_{\text{пер/шт}}), \text{ шт.}; \quad (1)$$

➤ в стоимостном измерении:

$$V_{\text{БЕР}} = (3c / D_{\text{нз}}) * 100, \text{ ДЕ} \quad (2)$$

Литература: [1]; [2]; [3]; [22]

Тема 4. Оценка состояния конкурентной среды на товарных рынках

Вопросы для обсуждения:

1. Проблемы проведения анализа структуры и состава конкуренции на товарных рынках (в отрасли).
2. Методика проведения анализа структуры и состава конкуренции на товарных рынках.
3. Анализ структуры и состава конкуренции с использованием модели «5 сил конкуренции» М. Портера.

Задания по теме:

Задание 1. Рассчитать индекс рыночной концентрации и индекс Линда для трех наиболее крупных предприятий, когда на рынке действуют 11 субъектов хозяйствования и имеют в общем объеме рынка доли, приведенные в табл. 5.

Таблица 5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
18	14	10	9	7	7	7	7	7	7	7

Задание 2. Определите, возможно ли со стороны государственных органов разрешение на слияние 1, 2 и 3 организации, если их доли в общем объеме продаж составят соответственно 35%, 22% и 25%. При этом следует иметь в виду, что объединение разрешается если индекс Линда не превышает 200%.

Задание 3. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана (HHI) для 12 организаций, продающих товар на рынке, а также определить, какое следует принять решение государственным органам о слиянии (разрешить или не разрешить): На рынке действует 7 фирм, контролирующих соответственно, 5, 20, 5, 20, 25, 10 и 15% отраслевого объема выпуска. Будут ли разрешены слияния 1-й и 6-й фирм; 2-й и 5-й фирм?

Задание 4. Цена товара составляет 50 долларов. Предельные издержки его производства - 45 долларов. Фирма контролирует 27% отраслевого объема продаж. Другие крупные фирмы в рыбной отрасли реализуют на рынке соответственно 10%, 7% и 6% рынка. Определите индекс Херфиндаля-Хиршмана (H_{HH}). Относится ли отрасль к числу высококонцентрированных?

Литература: [1]; [2]; [3]; [6]; [7]; [14]

Тема 5. Разработка и реализация стратегии рыбохозяйственных предприятий

Вопросы для обсуждения:

1. Интеграционные процессы и их роль в развитии производств предприятий РХК.
2. Стратегии интеграции и диверсификации на предприятиях рыбохозяйственного комплекса.
3. Эффективность рыбохозяйственных предприятий.
4. Анализ безубыточности производства. Расчет точки безубыточности.
5. Определение оптимальной производственной стратегии предприятия рыбной промышленности.
6. Использование теории игр при разработке продуктовой стратегии предприятия рыбной промышленности.

Задания по теме:

Задание 1. Проанализируйте конкретную ситуацию «ООО «Восток» и выполните задания.

Ситуация «ООО «Восток»

ООО «Восток» - рыбодобывающее и рыбоперерабатывающее предприятие, имеющее представительства в городах Москва и Владивосток. Предприятие было основано в 2005 г. В 2008-2009 гг. в ООО «Восток» вошли еще три предприятия.

На балансе компании числятся три судна: мини-плавучий

завод (МПЗ) «Капитан Тепляков» (рыбоперерабатывающее судно), РС «Сибирь» и РС «Тунец». «РС «Сибирь» и РС «Тунец» осуществляют добычу и сдают улов на МПЗ «Капитан Тепляков», где происходит дальнейшая разделка и заморозка рыбы. У предприятия три объекта основного фонда: два рыбодобывающие и одно рыбоперерабатывающее судно.

РС «Тунец». Время, которое проводит в порту для проведения текущего ремонта, пополнение запасов, смены экипажа, в пути до места промысла составляет 50 дней в год. По средним статистическим данным в году отводиться 90 дней на штормовую и не промысловую обстановку, когда судно по погодным условиям не может вести промысел. Таким образом, время, которое должно быть судно на промысле составляет 225 суток. Суточная норма вылова составляет 30 тонн сырца. Среднегодовая производственная мощность добычи РС «Тунца» составляет 6750 тонн сырца.

РС «Сибирь». Суточная норма вылова составляет 60 тонн рыбы-сырца. Среднегодовая производственная мощность добычи РС «Сибирь» составляет 13 500 тонн рыбы-сырца.

МПЗ «Капитан Тепляков». Суточная производительность технологической линии составляет 50 тонн сутки мороженой рыбы. По средним коэффициентам выхода готовой продукции, судно может принимать в переработку до 79 тонн рыбы-сырца в сутки. Таким образом, среднегодовая производственная мощность судна составляет 11 250 тонн готовой продукции, рыбой-сырцом может принимать до 15 750 тонн.

Все материалы и комплектующие, которые востребованы в производственных процессах, поставляют 16 компаний-поставщиков.

Организационная структура управления ООО «Восток» представлена на рис. 1.

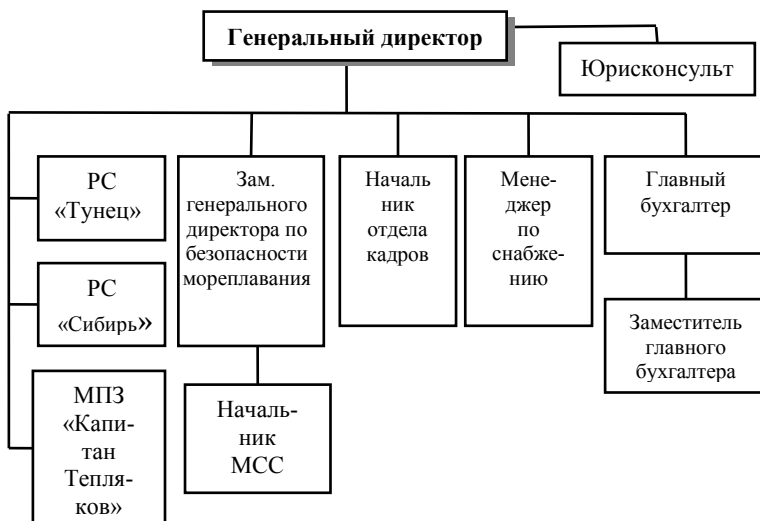


Рис. 1. Организационная структура управления ООО «Восток»

ООО «Восток» является предприятием, которое не производит глубокую переработку добытого сырья. Сырец разделяется, замораживается и реализуется за пределами Камчатского края. На предприятии отсутствуют мощности для глубокой переработки. Мощности добывающих и перерабатывающих производств позволяют удваивать выпуск продукции, но в настоящее время имеет место нехватка квот.

Ежегодно предприятие выпускает около 50 наименований рыбопродукции в ассортименте. Основными из них являются мороженая рыбопродукция (рыба, икра).

Основное количество рыбы и морепродуктов добывается суднами предприятия в западно-камчатской, камчатско-курильской подзонах части Тихого океана, а также в прибрежных зонах о. Сахалин. Во время лососевой путины рыбодобывающие суда находятся на стояке в г. Петропавловск-Камчатский, а МПЗ осуществляет прием и переработку рыбы лососевых видов рыб в Карагинском заливе. ООО «Восток» производит следующий ассортиментный перечень рыбопродукции (табл. 6).

Таблица 6

**Ассортиментный перечень выпускаемой продукции,
цены на 2018 г.**

Наименование продукции	Цена, руб./кг.	Наименование продукции	Цена, руб./кг.
Камбала б/б б/г с/м	42	Треска б/г L, с/м	70
Камбала б/б н/р с/м	35	Треска б/г M, с/м	61
Камбала ж/б, н/р с/м	27	Горбуша б/г	85
Минтай б/г 2L с/м	45	Навага б/г, L с/м	45
Минтай б/г L с/м	45	Навага б/г, M с/м	40
Минтай б/г M с/м	43	Икра минтая с/м	280
Минтай н/р S с/м	40	Икра трески, с/м	240
		Икра лососевых рыб, с/м	650

Весь ассортиментный перечень осваивается в различные временные рамки, например: лососевые рыбы, добываются с июня по сентябрь, минтай, треска, камбала – почти круглогодично, но в летние месяцы в меньшем количестве, чем осенью и весной.

Основные технико-экономические показатели представлены в табл. 7.

Таблица 7

**Основные технико-экономические показатели деятельности
ООО «Восток»**

Наименование показателей	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Объем производства (добычи), тн	4 267	7 230	3 738
Выручка от реализации, тыс. руб.	213 350	578 400	236 565
Численность персонала, чел.	96	103	104
Товарная продукция, тыс. руб.	206 808	515 643	217 314
Выработка продукции на 1 одного работающего, тыс. руб./чел	2 154	5 006	2 090
Фонд оплаты труда, тыс. руб. (мес.)	9 650	14 880	12 648
Среднемесячная заработная плата, руб.	804	1 240	1 054
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	50 700	65 650	68 650
Фондоотдача, руб.	4	8	3

Окончание табл. 7

Себестоимость продукции, тыс. руб.	143 216	428 354	162 872
Валовая прибыль, тыс. руб.	70 134	150 046	73 693
Затраты на 1 руб. товарной продукции, руб.	1	1	1

Данные по объемам добычи за 2016-2018 гг. представлены в табл. 8.

Таблица 8

Объем добычи по источникам поступления и по объектам добычи, тн.

Наименование	2016		2017		2018	
	план	факт	план	факт	план	факт
Общий объем добычи	3 590	4 267	4 320	7 230	3 240	3 738
из них по источникам добычи:						
РС «Тунец»	0	0	1 144	2 062	860	1 122
РС «Сибирь»	2 790	3 207	1 716	2 909	1 280	1 660
Сырец от сторонних предприятий,	800	1 060	1 460	2 259	1100	956
из них по объектам:						
белорыбца	2 790	3 207	2 860	4 971	2 140	2 782
лососевые	800	1 060	1 460	2 259	1 100	956

Фактически конкурентами ООО «Восток» являются все малые предприятия, которые занимаются рыболовством на территории края и имеют два-три рыболовецких судна, поскольку их рыночные позиции практически идентичны. Общее количество зарегистрированных конкурентов – 1020 компаний.

Оценка доли рынка в разрезе групп производимой ООО «Восток» продукции приведена в табл. 9.

Таблица 9

Оценка доли рынка в разрезе групп производимой продукции в 2011 г.

	Текущий годовой объем добычи в Камчатском крае		Текущий годовой объем добычи ООО «Восток»	
	Тонн	Млн. руб.	Тонн	Млн. руб.
Свежемороженая рыбопродукция	496 580	17 795,4	3 738	236,6

В перспективе ООО «Восток» планирует значительное

увеличение объемов производства: по добыче рыбы – в 2 раза, по выпуску свежемороженой рыбопродукции – в 1,5 раза. Предполагается, что такие результаты будут достигнуты за счет приобретения дополнительных квот на вылов рыб, в том числе на виды, которые ранее не осваивались предприятием (например, сельдь тихоокеанская).

Объемы и структура потребления населением рыбных продуктов находятся в прямой зависимости от уровня доходов семей. Группа населения с низкими доходами приобретает дешевые виды рыб (минтай, треска); со средними доходами – продукцию среднеценового сегмента (сельдь, горбуша, кета). С ростом доходов происходит переход на потребление продуктов высокоценового сегмента (нерка, чавыча, марикультуры и т.д.).

В табл. 10 представлена динамика потребления рыбы и рыбопродуктов в среднем по РФ.

Таблица 10

**Динамика потребления рыбы и рыбопродуктов в домашних хозяйствах
(в среднем на потребителя в год, кг)**

Все домашние хозяйства			
2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
18	20	20	21
Домашние хозяйства в городской местности			
18	20	20	21
Домашние хозяйства в сельской местности			
18	19	19	20

Наиболее популярной среди всего населения России является мороженная рыба. В последние 3 года наметилась тенденция роста спроса на живую рыбу, обозначились четкие тенденции увеличения производства товарной рыбы и расширения ассортимента ценных видов рыб и продукции из них.

В табл. 11 представлены уточненные данные по потреблению рыбопродуктов в РФ.

Таблица 11

**Потребление рыбы и рыбопродуктов
(в среднем на потребителя в год, кг)**

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Рыба и рыбопродукты в пересчете на рыбу	18,1	19,7	20,3	21,1
в том числе:				
рыба и морепродукты живые и замороженные	11,7	12,7	13,0	13,5
рыба и морепродукты соленые, копченые, сушеные	3,5	4,2	4,6	4,9
рыбные консервы	1,7	1,6	1,6	1,5
рыбные полуфабрикаты и готовые изделия	0,6	0,6	0,7	0,9

Основными покупателями ООО «Восток» являются заводы-переработчики и компании, занимающиеся перераспределением (оптовые рыбные компании). В первом случае покупатели находятся в Камчатском крае, в частности в г. Петропавловске-Камчатском, а во втором – оптовые рыбные компании, преимущественно г. Владивостока.

ООО «Восток» использует в качестве метода ценообразования «среднерыночные цены». Расчет и обоснование цен по каждой ассортиментной позиции содержится в табл. 12.

Анализ затрат позволяет выявить ряд негативных тенденций их формирования (табл. 13).

Поскольку ООО «Восток» работает с заводами-переработчиками и оптовыми рыбными организациями, оптимальные размеры поставок устанавливаются имеющимися объемами производства продукции и условиями договоров. Оптовым компаниям предоставляется информация о наличии имеющейся продукции, после чего покупатель принимает решение о покупке. Как правило, ООО «Восток» самостоятельно занимается организацией отправки сырья из порта Петропавловска-Камчатского в г. Владивосток, а все расходы, связанные с организацией переработки и реализацией продукции покупатель берет на себя.

Таблица 12

Результаты калькуляции полной себестоимости на 2018 г.

Наименование продукции	Полная себестоимость на 1 кг. продукции	Цена, руб./кг.
Камбала б/б б/г с/м	28,15	42
Камбала б/б н/р с/м	28,15	35
Камбала ж/б, н/р с/м	28,15	27
Минтай б/г 2L с/м	28,15	45
Минтай б/г L с/м	28,15	45
Минтай б/г М с/м	28,15	43
Минтай н/р S с/м	28,15	40
Треска б/г L с/м	28,15	70
Треска б/г М с/м	28,15	61
Горбуша б/г	35,3	85
Навага б/г, L с/м	35,3	45
Навага б/г, М с/м	35,3	40
Икра трески с/м	28,15	280
Икра минтая с/м	28,15	240
Икра лососевых рыб, с/м	183,5	650

Таблица 13

Структура затрат

	2017 г.	2018 г.
Объем производства (тонн)	7 230	3 738
Общие постоянные издержки (тыс. руб.)	152 494,0	71 989,4
Доля постоянных затрат (%)	35,6	44,2
Общие переменные издержки (тыс. руб.)	275 860,0	90 882,6
Доля переменных затрат (%)	64,4	55,8
Постоянные издержки на 1 тонну (тыс. руб.)	21,09	19,26
Переменные издержки на 1 тонну (тыс. руб.)	38,15	24,31

Поставка рыбопродукции заводам-переработчикам осуществляется на условии предоплаты. Заказы на поставку размещаются заранее, но оплата полностью поступает только после отгрузки всей партии по договорной цене.

Фактически ООО «Восток» свои производственные мощности использует крайне неэффективно. В 2017 г. использовалось только 45,9%, а в 2011 г. было снижение до 18,78%. Данное обстоятельство является следствием нехватки квот на вылов, общим ухудшением погодной ситуации (суда не могли приступить к добыче не 90 суток в году по норме, а 115 суток).

Предприятие не имеет квот на вылов лососевых видов рыб. Поэтому рыбодобывающие судна в период лососевой путины находятся в п. Петропавловска-Камчатского. Плавбаза в Карагинском заливе ведет в этот период переработку рыбы-сырца добытых судами сторонних предприятий.

Так же наблюдается нехватка перерабатывающих мощностей МПЗ «Капитан Тепляков» В случае полноценного вылова обоими добывающими судами в размере 20 250 тонн в год, плавбаза не сможет переработать 4 500 тонн.

Несмотря на постепенное обновления основных фондов, предприятие имеет значительные объемы устаревшего оборудования, хотя средства на его поддержание в рабочем состоянии выделяются значительные. Оборудование работает в полную мощность лишь во время путины. Все остальное время оборудование простаивает.

Задания по ситуации и методические рекомендации:

1. Проведите ПЭСТ-анализ, результаты оформите по шаблону, представленному в табл. 14.

2. Постройте профиль внешней среды, воспользовавшись для этого осями координат: на оси ох следует откладывать факторы (по их количеству), а на оси оу – фактическое значение этих факторов (данные следует брать из табл. 14, колонка «важность фактора»).

Качественные оценки получают экспертным опросом специалистов и выводится шкала:

$$B_j = \begin{cases} 1, \text{ если влияние очень слабое;} \\ 3, \text{ если слабое;} \\ 5, \text{ если существенное;} \\ 7, \text{ если значительное;} \\ 9, \text{ если высокое (сильное).} \end{cases}$$

Промежуточные значения 2, 4, 6, 8 соответствуют градациям между уровнями. Весовые коэффициенты рассчитываются на основе ранговых оценок.

Таблица 14

Таблица СТЭП-анализа макросреды ООО «Восток»

Факторы	Знак влияния, +, -	Качественная оценка*	Балльная оценка, b_i	Вес фактора, w_i	Важность фактора, $b_i w_i$	Критический синтез
1. Социальные: 1.1 ... 1.2 ...						
2. Технологические: 2.1 ... 2.2 ... 2.3 ...						
3. Экономические: 3.1 ... 3.2 ...						
4. Политико-правовые: 4.1 ... 4.2 ...						

В колонке «Критический синтез» предполагается:

- обнаружение *признаков* возможных изменений, способных оказать воздействие на жизнедеятельность ООО «Восток»;
- отслеживание *специфических тенденций и структур* макроокружения;
- прогнозирование *направленности* будущих изменений макросреды;
- *оценка* существующих и будущих тенденций с точки зрения их вероятных воздействий на деятельность ООО «Восток».

3. Проанализируйте внутреннюю среду ООО «Восток», выделите проблемные зоны и определите стратегический потенциал предприятия.

4. Проведите СВОТ-анализ, после этого заполните мат-

рицу СВОТ.

5. Сформулируйте миссию ООО «Восток».

Характеристики предприятия, которые должны быть отражены в миссии:

- целевые ориентиры;
- сфера деятельности;
- философия предприятия;
- возможности и способы осуществления деятельности;
- потребности потребителей;
- компетентность персонала;
- технологии;
- перспективы развития.

6. Сформулируйте стратегические цели и постройте «дерево целей» ООО «Восток».

Алгоритм определения стратегических целей и показателей:

- Определение миссии.
- Определение приоритетов.
- Формулирование стратегических целей.
- Выбор показателей.
- Определение численных значений показателей.

7. Предложите Ваш вариант стратегии предприятия и варианты ее реализации.

Литература: [1]; [2]; [3]

Раздел 3 «Маркетинговые технологии реализации стратегии предприятия»

Тема 6. Стратегическая сегментация

Вопросы для обсуждения:

1. Потребности предприятий рыбохозяйственного комплекса.
2. Влияние факторов окружающей обстановки на покупательское поведение предприятий рыбохозяйственного комплекса.
3. «Жесткие» и «мягкие» дифференциаторы при закуп-

ках предприятий рыбохозяйственного комплекса.

4. Формирование покупательского спроса на продукцию рыбоперерабатывающих предприятий.

5. Возможность использования недифференцированного маркетинга для предприятий рыбохозяйственного комплекса.

6. Возможность использования концентрированного маркетинга для предприятий рыбохозяйственного комплекса.

7. Возможность использования дифференцированного маркетинга для предприятий рыбохозяйственного комплекса.

8. Влияние критериев сегментирования рынка конечных потребителей на выбор целевого сегмента для предприятий рыбной отрасли.

9. Определение емкости рынка конечных потребителей.

Задания по теме:

Задание «Описание целевых сегментов потребителей рыбопродукции». На основе данных о структуре потребления рыбной продукции и ценах ее реализации, приведенных в ситуации «ООО «Восток» (раздел 2, тема 5, задание 1, стр. 41), дайте описание целевых сегментов потребителей рыбопродукции, а также мотивов покупательского поведения.

Литература: [1]; [2]; [8]

Тема 7. Маркетинговая политика предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Показатели внешнего формирования конкурентоспособности товаров рыбной отрасли.

2. Целесообразность использования товарных марок для продукции рыбной отрасли.

3. Государственное регулирование ценообразования на продукцию рыбной отрасли.

4. Особенности элементов внутренней среды системы товародвижения продукции рыбной отрасли.

5. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий рыбной отрасли по сбыту

продукции.

6. Рыбные биржи как метод сбыта рыбной продукции.
7. Этикетка как элемент продвижения товара.

Задания по теме:

Задание 1. «Оптимизация товарного ассортимента на основе ABC-анализа». На основе данных о структуре затрат, объемах производства и себестоимости производимой продукции, приведенных в ситуации «ООО «Восток» (раздел 2, тема 5, задание 1, стр. 41) разработайте рекомендации по оптимизации товарного ассортимента предприятия.

Методические рекомендации

Классическим инструментом анализа ассортимента является ABC-анализ. Он состоит в выявлении пропорций покрытия соответствующих издержек и обеспечения прибыли различными группами товаров, входящими в товарный ассортимент. Если в общем объеме ассортимента из 20 наименований товаров первые 4 дают 50% объема продаж, следующие 4 обеспечивают прибавку еще 30%, а на все остальные приходится оставшиеся 20%, то это типичная картина, характеризующая соответственно блоки А, В и С. В общем виде соотношение блоков А, В, и С должно составлять 1:1:3.

Предпочтениям разнообразных категорий потребителей противопоставляются экономико-организационные стремления производителей ограничиться лишь теми видами продукции, которые приносят наибольшую долю покрытия затрат и прибыли, т.е. блоками А и отчасти В, в ущерб предпочитаемому рынком блоку С.

Покрытие затрат (ПЗ) – величина, которая получается при вычете переменных затрат из выручки от реализации или удельных переменных затрат из цены. Величина покрытия затрат предназначена для покрытия постоянных затрат за определенный период. Ее необходимо максимизировать так, чтобы она была больше или равной сумме постоянных затрат и запланированной прибыли предприятия.

Удельные переменные затраты (УПЗ) – переменные за-

траты, связанные с производством 1 единицы продукции.

Доля покрытия затрат – относительная доля величины покрытия затрат в объеме выручки от реализации. Она характеризует внутрипроизводственное соотношение между ценой и производительностью, показывает прибыльность каждого вида продукции. Оптимизация этого соотношения осуществляется за счет изменения ассортимента продукции и улучшения организационно-технологических условий производства.

Задание 2. «Разработка договора поставки рыбной продукции». Разработайте договор поставки рыбной продукции на основе данных, приведенных в ситуации «ООО «Восток» (стр. 41). Примерная структура контракта приведена в табл. 15.

Таблица 15

Примерная структура контракта

1. Реквизиты договора	Название - Договор поставки Номер, дата, место подписания
2. Преамбула	Определение субъектов: фирменные и сокращенные наименования сторон, Ф.И.О. лиц, подписавших договор и основание их полномочий
3. Предмет	Действия сторон: Поставщик обязуется поставить, Покупатель принять и оплатить Наименование товара Спецификация: ассортимент, комплектность (комплект), количество
4. Качество	Определение качества по: ГОСТ, ОСТ, СТП, ТУ, НТД, Сертификация, Срок гарантии, годности, службы
5. Тара, упаковка, маркировка	Требования к таре, упаковке, маркировке. Распределение расходов. Порядок возврата многооборотной тары и (или) средств пакетирования
6. Срок поставки	Срок поставки, График поставки, Досрочная поставка, Отгрузочная разрядка
7. Условия поставки	Выбор вида транспорта Переход права собственности (рисков) Уведомление об отгрузке Дата поставки Дата исполнения поставщиком своей обязанности по поставке товара
8. Сдача-приемка товара	Порядок и сроки приемки по количеству, качеству Порядок уведомления поставщика

	Вызов представителя Претензии по количеству и качеству: срок рассмотрения, порядок возмещения ущерба Порядок проверки поставщиком условий хранения товара
9. Цена	Цена за единицу, общая сумма, Скидки Порядок пересмотра или корректировки цены
10. Порядок расчетов	Сроки оплаты, Форма оплаты Дата платежа
11. Освобождение от ответственности	Условия о непреодолимой силе Порядок свидетельствования Порядок уведомления
12. Взаимная ответственность сторон	Неустойка (штраф, пеня) Убытки
13. Разрешение споров	Порядок направления претензий: срок их рассмотрения и удовлетворения Арбитражная оговорка
14. Прочие (дополнительные) условия	Ограничения по продаже или перепродаже Порядок переуступки прав и обязанностей Дополнение, изменение, расторжение, исправление Конфиденциальность Дата вступления в силу, срок действия Количество экземпляров Реквизиты сторон (в том числе отгрузочные) Подписи, печати

Литература: [1]; [2]; [8]

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

3.1. Методические рекомендации по изучению курса

В основу отбора тем для изучения курса были положены компетенции, установленные федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика.

Особенностью курса является определенная последовательность рассмотрения тем, которые выбраны для изучения на лекционных и на практических занятиях. В рамках курса предусмотрено представить стратегическое управление на макро-, мезо- и микроуровне рыбной отрасли на основе системного, комплексного и нормативного подходов к управле-

нию. Теоретические вопросы, выносимые на практические занятия, практические задания, кейсовые ситуации, позволяют закрепить, расширить и углубить знания, полученные на лекционных занятиях, а также овладеть необходимыми умениями и навыками. Логика построения курса от «общего к частному» позволяет сформировать у студентов представление о цепочке принятия стратегических решений на предприятиях рыбной отрасли с учетом государственных и региональных интересов. При детализации курса, при определении структуры и отборе тем, отправной точкой является текущее состояние и задачи рыбной отрасли, современное состояние российской экономики и отечественной практики управления.

Полученные знания позволяют приобрести умения и навыки диагностики, анализа стратегических проблем, а в дальнейшем и принятию стратегических решений и их реализации на практике. Предложенная последовательность изучения курса позволяет овладеть категориальным аппаратом, навыками приобретения, пополнения и реализации знаний, необходимых управленцу в рассматриваемой предметной области и в целом изучить курс в соответствии с требованиями к его освоению. Целесообразен следующий механизм работы:

1. Прежде, чем приступить к изучению курса, необходимо внимательно изучить содержание и структуру данных методических указаний.

2. Перед лекцией целесообразно прочитать и уяснить тему и содержание лекции.

3. Следует прочитать конспект прослушанной лекции, проработать рекомендуемую основную и дополнительную литературу по теме.

4. Изложить свое понимание темы.

5. Выявить дискуссионные вопросы и сформулировать свою точку зрения на них, аргументируя ее.

6. После ознакомления с теоретическим материалом следует ответить на вопросы для самоконтроля.

Закрепление материала проводится на семинарских занятиях или в результате самостоятельной работы. Каждая тема курса должна быть «проработана» обучающимся в той или

иной форме.

3.2. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Целью проведения практических занятий является закрепление знаний обучающихся, полученных ими в ходе изучения дисциплины на лекциях и самостоятельно. На практических занятиях разбираются конкретные ситуации из практики зарубежного и российского управления, проводится тестирование, обсуждаются доклады, проводятся опросы.

При подготовке к практическим занятиям необходимо:

- внимательно ознакомиться с тематикой семинара;
- изучить и проработать рекомендованную литературу;
- составить краткий план ответа на каждый вопрос семинарского занятия (письменно);
- проверить свои знания, отвечая на вопросы для самоконтроля;
- если встретились незнакомые термины, необходимо обратиться к словарю, сети Интернет и зафиксировать их в письменной форме (например, в тетради).
- все письменные задания необходимо выполнять в тетради или в компьютерном варианте на листах формата А4;
- при выполнении некоторых практических заданий предусматривается подготовка презентации.

3.3. Методические рекомендации по подготовке к итоговому контролю знаний

Обучающиеся могут осуществлять подготовку к итоговому контролю знаний индивидуально или в группах по 2-3 человека. Следует внимательно прочесть вопросы, выносимые на итоговый контроль, распределить темы подготовки по блокам и дням. Не стоит зазубривать материал, достаточно уловить смысл и логику материала. Также следует составить план ответа на каждый вопрос. Изучив несколько вопросов, проговорить основные положения ответа вслух.

Положительная оценка складывается из умения опериро-

вать понятиями и категориями дисциплины по конкретным вопросам итогового контроля (оценка «удовлетворительно»); уверенно отвечать на дополнительные вопросы в рамках вопросов итогового контроля (оценка «хорошо»); уверенно отвечать на дополнительные вопросы в рамках всей программы дисциплины (оценка «отлично»). Ответ должен быть развернутым и аргументированным.

4. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1. Внеаудиторная самостоятельная работа

Настоящий раздел посвящен вопросам организации самостоятельной работы обучающихся в процессе изучения курса.

В целом внеаудиторная самостоятельная работа при изучении курса включает в себя следующие виды работ:

- проработка (изучение) материалов лекций;
- чтение и проработка рекомендованной основной и дополнительной литературы;
- подготовка к практическим (семинарским) занятиям;
- поиск и проработка материалов из Интернет-ресурсов, периодической печати;
- выполнение домашних заданий в форме творческих заданий, кейс-стади, докладов;
- подготовка презентаций для иллюстрации докладов;
- написание реферата;
- подготовка к текущему и итоговому (промежуточная аттестация) контролю знаний по дисциплине.

Основная доля самостоятельной работы обучающихся приходится на выполнение заданий для самостоятельной внеаудиторной работы, в том числе на подготовку реферата, на подготовку к семинарским и практическим занятиям, тематика которых полностью охватывает содержание курса. Самостоятельная работа по подготовке к семинарским занятиям предполагает умение работать с первичной информацией.

Результаты самостоятельной работы учитываются при

выставлении итоговой оценки по курсу. Выполненные обучающимся задания, предусмотренные в рамках самостоятельной внеаудиторной работы, должны быть оформлены в виде отчета по самостоятельной работе и сданы преподавателю до итогового контроля знаний по дисциплине. Образец титульного листа отчета представлен в Приложении Б.

4.2. Организация работы с информацией

Умение работать с информацией и ее содержанием определяет качество всех видов самостоятельной работы обучающегося. Основные источники информации: электронные, письменные (на бумажных носителях), устные. Методы сбора информации зависят от того, каким источником информации пользуется исследователь.

Работа с электронными источниками предполагает знание в первую очередь методов использования данных Интернета, умение профессионально использовать возможности информационных технологий для сбора информации и пр. Важно отметить, что работа с электронными источниками информации значительно сокращает время на поиск и обработку информационных данных.

Работа с письменными источниками включает:

1) документальное изучение и описание фактов, событий, деталей из первичных источников (нормативные документы, статистические данные, информационные справки, отчеты, статьи и монографии, журналы и пр.);

2) раскрытие существа фактов, идей во взаимосвязи, взаимодействии и выявление законов их развития;

3) анализ, обобщение фактического материала и формулирование выводов (контент-анализ).

Работа с устными источниками (наблюдение, социологический опрос, изучение общественного мнения, экспертные оценки и пр.) предъявляет особые требования к специальной подготовке исследователя по использованию методов получения устной информации.

Вторичная информация (нормативные документы, статистические данные, информационные справки, отчеты, статьи

и монографии) требует к себе индивидуального подхода при оценке их важности, надежности и достоверности. При подготовке реферата главным является обработка материалов: раскрытие, объяснение качественных и количественных проявлений фактов, сущности вещей, явлений и событий. Этому способствует всесторонний анализ материалов, сравнительное их изучение по форме и по содержанию, вдумчивое обобщение и определение закономерности явлений. Раскрытию сущности фактов и явлений помогают различные приемы анализа и обработки фактических материалов.

Прием аналогий позволяет определить сходство явлений и событий в каких-либо признаках или отношениях. Обобщение фактического материала – это не просто перечисление и систематизация различных фактов, а один из важных и эффективных приемов научного анализа, восхождение от конкретного к абстрактному и снова к конкретному на более высоком теоретическом уровне. В процессе анализа очень важно подытожить накопленные фактические данные, тщательно и всесторонне пересмотреть их в целом, дать строгую и критичную оценку результатов. Обобщение и анализ должны заканчиваться выводами. Важно, чтобы в них содержались практические предложения и задачи.

4.3. Задания для самостоятельной работы обучающихся по разделам

Раздел 1 «Стратегическое управление рыбной отраслью на макроуровне»

Задание «СВОТ-анализ рыбной отрасли Камчатского края». В приведенной ниже таблице (табл. 17) представлены результаты СВОТ-анализа рыбной отрасли Камчатского края.

Задание:

1. Постройте поля СИБ, СЛВ, СИУ, СЛУ.
2. Дайте общие рекомендации относительно форм воздействия государства на функционирование РХК.

Результаты СВОТ-анализа рыбной отрасли Камчатского края

Сильные стороны (СИ - Strengths)	Слабые стороны (СЛ - Weaknesses)
1. Географическое положение и легкий доступ к районам с крупными запасами водных биологических ресурсов. 2. Устойчивый рост мирового и внутреннего спроса на рыбную продукцию, возможность резкого увеличения цен на нее (прогнозы ООН, неурожаи зерновых). 3. Растущее понимание руководства и населения необходимости изменений рыночной среды для обеспечения выживания и развития рыбопромышленного комплекса Камчатского края. 4. Начата разработка инновационных стратегий развития рыбопромышленного комплекса Камчатского края. 5. Многолетний опыт, квалификация и существующая обеспеченность рыбопромышленного комплекса кадрами. 6. Техническая база инфраструктуры рыбопромышленного комплекса позволяет ее быстро модернизировать.	1. Износ основных фондов флота РПК Камчатского края, его низкая эффективность и неконкурентоспособность по сравнению с зарубежными конкурентами (низкие показатели производительности, высокие удельные затраты на ГСМ - в 3-6 раз выше, чем у ведущих конкурентов, низкий уровень переработки сырья, низкая рентабельность и доходность инвестиций). 2. Износ и отсталость инфраструктуры, в том числе неразвитость финансовой инфраструктуры и ее неспособность решить проблемы крупного и быстрого финансирования переоборудования флота. 3. Низкая степень переработки рыбной продукции. 4. Отсутствие опыта диверсификации в РПК, слабая политика реинвестиций прибыли. 5. Инвестиционная непривлекательность РПК (доходность отрасли резко колеблется по годам, не превышая (вплоть до 2009 года) 8%). 6. Отсутствие системного подхода к решению ключевых проблем РПК и попытки решения комплексных проблем путем разработки отдельных, зачастую неприоритетных проектов. 7. Снижение уровня эксплуатации мировых водных биоресурсов, свертывание океанических экспедиций.

	8.Отсутствие собственных логистических цепей и сбытовых компаний по прямой поставке рыбной продукции отечественным потребителям и за рубеж. 9.Недостаточная подготовка руководителей и менеджеров РПК по стратегическому менеджменту, инвестиционному менеджменту и стратегическому маркетингу. 10.Слабое развитие брендов РПК Камчатского края, неизвестность на мировых рынках продажи готовой продукции. 11.Слабое развитие стратегического маркетинга РПК. 12.Слабое развитие собственных сетей сбыта. 13.Снижение престижа и привлекательности РПК Камчатского края среди других сфер занятости края (медленный рост заработной платы, сохранение тяжелых условий труда, устаревшее оборудование, работа в сейсмически опасной зоне) 14.Рост в ближайшей перспективе дефицита квалифицированных и высококвалифицированных кадров РПК в сочетании с демографическим спадом и сокращением притока молодежи в 3-5 раз. 15.Неустойчивость РПК Камчатского края по отношению к климатическим и биологическим изменениям края, резкие колебания добычи рыбы и доходов от продаж по годам. 16.Слабое финансирование научных исследований развития менеджмента РПК, прогноза запасов водных биоресурсов, развития перспективных и конкурентоспособных технологий и основных фондов флота и инфраструктуры РПК Камчатского края (особенно по сравнению с мировыми конкурентами).
--	---

	17.Слабая координация стратегий развития различных кластеров и отраслей Камчатского края, что ведет к несбалансированности экономики края. 18.Отсутствие экономического обоснования и расчетов эффективности стратегий развития отраслей и инфраструктуры Камчатского края.
Возможности (B - Opportunities)	Угрозы (Y - Threats)
1. Изменение условий рыночной среды на основе формирования в Камчатском крае особых экономических зон и проведения экономических экспериментов по повышению экономической свободы и изменению системы налогообложения Камчатского края, создание особой экономической зоны для привлечения крупных инвестиций. 2. Изменение стратегии рыбопромышленного комплекса - переход от эволюционного к инновационному типу развития. 3. Изменение структуры флота, создание крупного конкурентоспособного холдинга для обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации в условиях роста цен на ГСМ и другие ресурсы и реализации программ научно-технического развития и инновационных преобразований рыбопромышленного комплекса. 4. Создание собственной финансовой инфраструктуры РПК Камчатского края (системы отраслевых инвестиционных и лизинговых компаний). 5. Привлечение крупных инвестиций для инновационного обновления флота и инфраструктуры РПК Камчатского края.	1.Быстрый спад конкурентоспособности, экономической эффективности и инвестиционной привлекательности рыбопромышленного комплекса вследствие технической и технологической отсталости, роста цен на ГСМ и другие виды ресурсов, раздробленности структуры отрасли, что угрожает массовыми финансовыми банкротствами, захватом рынка зарубежными конкурентами. 2.Растущий дефицит инновационных подходов к решению ключевых проблем развития рыбопромышленного комплекса Камчатского края, что угрожает переходу к инновационному типу развития. 3.Сокращение мировых запасов водных биоресурсов по отношению к росту мощности флота. 4.Природные чрезвычайные ситуации. 5.Вступление России в ВТО с одновременным быстрым ростом цен на все виды ресурсов рыбопромышленного комплекса, в первую очередь на ГСМ. 6.Появление сильных конкурентов на внутреннем рынке.

6. Инновационное обновление флота и инфраструктуры рыбопромышленного комплекса. 7. Применение стратегии диверсификации и повышение на ее основе финансовой устойчивости рыбопромышленного комплекса Камчатского края. 8. Снижение цен на ГСМ в результате создания собственных нефтеперерабатывающих предприятий. 9. Развитие глубокой переработки рыбной продукции в соответствии с мировыми стандартами для повышения рентабельности рыбопромышленного комплекса. 10. Выход на внешние рынки добычи водных биоресурсов (океанические экспедиции, эксплуатация новых рынков добычи водных биоресурсов). 11. Создание и продвижение брендов рыбной продукции на внутренние и мировые рынки. 12. Выход на внешние сбытовые рынки и организация новых логистических маршрутов прямых поставок продукции внутри России и за рубежом. 13. Разработка информационной автоматизированной системы поддержки стратегического регулирования развития рыбопромышленного комплекса Камчатского края.	
---	--

Раздел 2

«Методология стратегического планирования»

Задание «Анализ структуры и состава конкуренции в отрасли с использованием модели «5 сил конкуренции» М. Портера».

Краткое описание модели

Сущность подхода М. Портера состоит в соотнесении конкретного предприятия со средой, в которой оно функционирует. Структура отрасли влияет на определение правил ведения конкурентной борьбы, а также на потенциальную стратегическую концепцию предприятия. Силы, действующие за пределами отрасли, имеют лишь относительное значение. Поскольку внешние по отношению к отрасли силы действуют, как правило, на все предприятия отрасли, ключевым является вопрос о том, в какой степени то или иное конкретное предприятие отрасли обладает способностью противостоять влиянию этих сил.

Помимо определения рыночной позиции, подход М. Портера позволяет сделать выводы об инвестиционной привлекательности отрасли в России на современном этапе, что в сложившейся ситуации важно, по крайней мере, по двум причинам:

1. Во-первых, весьма актуальным для большинства предприятий рыбной отрасли является изучение вопроса о возможности привлечения инвестора для реструктурирования предприятия и обеспечения его динамичного развития.
2. Во-вторых, необходимо иметь оценки возможности реализации крупномасштабных инвестиционных проектов на других предприятиях рыбной отрасли, объективно являющихся конкурентами.

Задание

Оцените конкурентоспособность реально функционирующего предприятия рыбной отрасли:

1. Проанализируйте структуру и состав конкуренции в рыбной отрасли с использованием модели «5 сил конкуренции»

М. Портера». Заполните таблицы, сделайте выводы по предложенной схеме (рекомендуемая форма представления результатов).

2. Определите результирующее взаимодействие пяти конкурентных сил в настоящее время и прогноз его изменения на ближайшие 2-3 года.

3. Определите интегральный балл влияния пяти конкурентных сил, постройте профиль.

Рекомендуемая форма представления результатов

Оценка конкурентоспособности _____ (наименование предприятия)

Первая сила модели М. Портера — соперничество существующих в отрасли компаний

	Факторы конкуренции	Вес фактора	Средняя оценка фактора	Краткий комментарий
1				
2				
3				
...				
	Средневзвешенная оценка уровня внутриотраслевой конкуренции	1		

При анализе первой конкурентной силы следует проанализировать структуру отраслевой конкуренции, условия спроса и высоту барьеров входа в отрасль.

Вывод: необходимо указать виды конкуренции, характерные для рыбной отрасли в настоящее время, как для национального, так и для регионального рынка; стадию жизненного цикла отрасли и имеющиеся возможности; необходимо указать имеются ли возможности для ценовой (неценовой) конкуренции; какая наблюдается прибыльность (относительно высокая, высокая, средняя, низкая); имеются ли благоприятные возможности для экспансии и захвата рыночных сфер.

Вторая сила модели М. Портера - угроза появления новых конкурентов в отрасли

	Факторы конкуренции	Вес фактора	Средняя оценка фактора	Краткий комментарий
1				
2				
3				
...				
	Средневзвешенная оценка уровня давления (рыночной силы) со стороны потенциальных конкурентов	1		

Вывод: необходимо указать может ли данная сила создать опасность прибыльности компании; если этот риск мал, может ли компания повышать цену и увеличивать доходы; в какой степени зависит конкурентная сила этого фактора от высоты барьеров входа (стоимости входа в отрасль), какие основные источники таких барьеров имеются; создают ли выявленные обстоятельства значительные трудности для компаний, начинающих производство; кто является потенциальными конкурентами для компаний, уже работающих на отраслевом рынке, отметить доминантный признак развития рыбных компаний; указать наибольшую опасность для активно работающих региональных компаний.

Третья сила модели М. Портера - угроза появления товаров-субститутов

	Факторы конкуренции	Вес фактора	Средняя оценка фактора	Краткий комментарий
1				
2				
3				
...				
	Средневзвешенная оценка уровня давления со стороны продуктов-заменителей	1		

Вывод: необходимо указать какие товары являются товарами-субститутами; составляет ли серьезную конкурентную угрозу, ограничивающую цены компании и ее прибыльность. Если продукты компании имеют немного полных заменителей, то имеет ли компания возможность повысить цены и получить дополнительную прибыль.

Четвертая сила модели М. Портера - способность поставщиков диктовать свои условия

	Факторы конкуренции	Вес фактора	Средняя оценка фактора	Краткий комментарий
1				
2				
3				
...				
	Средневзвешенная оценка рыночной силы поставщиков			

Вывод: необходимо указать в чем проявляется давление со стороны поставщиков и каковы последствия этого; указать случаи, в которых проявляется наиболее мощное проявление давления со стороны поставщиков; степень агрессивности их поведения, имеются ли признаки того, что поставщики способны и готовы идти на уступки; имеется ли склонность к образованию альянсов (объединению) товаропроизводителей.

Пятая сила модели М. Портера - способность покупателей диктовать свои условия

	Факторы конкуренции	Вес фактора	Средняя оценка фактора	Краткий комментарий
1				
2				
3				
...				
	Средневзвешенная оценка рыночной силы покупателей	1		

Вывод: необходимо указать степень влияния потребителей (сильно, умеренно или слабо проявляется влияние); основные факторы, способствующие давлению покупателей на отрасль; факторы, снижающие давление покупателей на отрасль.

Раздел 3 «Маркетинговые технологии реализации стратегии предприятия»

Задание. Ответьте на вопросы теста:

Тест

1. Планирование маркетинга относят к функции:

- а) сбытовой;
- б) управления;
- в) аналитической;
- г) производственной.

2. В теории маркетинга «сегмент рынка» - это совокупность, группа потребителей, характеризующаяся следующими утверждениями

- а) потребители сегмента существенно отличаются по требованиям и предпочтениям;
- б) потребители неоднородны и по разному реагируют на мероприятия комплекса маркетинга;
- в) потребители однородны и одинаково реагируют на предлагаемый комплекс маркетинга;
- г) потребителям необходимы специальные маркетинговые подходы и мероприятия комплекса маркетинга.

3. Дифференцированный маркетинг представляет собой...

- а) умение определять потенциальные рынки;
- б) решение тактических задач фирмы;
- в) стратегию фирмы по удовлетворению специфических потребностей покупателя;
- г) сгруппированный ряд маркетинговых задач.

Сегмент должен соответствовать следующим требованиям...(выберите несколько вариантов ответа):

- а) сегмент должен иметь достаточную емкость для полу-

чения прибыли;

- б) сегмент должен определяться только качественными показателями;
- в) характеристики сегмента должны быть измеримы;
- г) сегмент должен включать разнородных по запросам потребителей.

4. В теории маркетинга понятие «рыночная ниша» характеризуют следующими утверждениями ...(выберите несколько вариантов ответа):

- а) сегмент большой емкости, который производители считают для себя выгодным;
- б) маленький сегмент рынка или сегмент в сегменте;
- в) ограниченный круг клиентов, имеющих специфические потребности;
- г) быстро развивающийся сегмент.

5. Установите соответствие между видами упаковки и их определениями

- 1) первичная упаковка;**
- 2) вторичная упаковка;**
- 3) транспортная упаковка**

- а) жестяная банка;
- б) коробка из гофротары для перевозки пятидесяти банок.

6. В маркетинге к функции управления качеством относится:

- а) организация сервиса;
- б) утилизация продукции;
- в) установление требований потребителей к качеству продукции;
- г) анализ внутренней среды предприятия.

Установите для возможных решений фирмы по ассортименту названия

- 1) дополнение ассортимента более дорогими товарами;**
- 2) дополнение ассортимента более дешевыми товарами;**
- 3) дополнение ассортимента примерно равными**

различными вариантами товара:

- а) наращивание вверх;
- б) насыщение;
- в) наращивание вниз.

7. Фирма устанавливает на свой экспортный товар цену ниже, чем цена аналога-конкурента как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В этом случае используется стратегия:

- а) позиционирования товара;
- б) «снятия сливок»;
- в) латентного (скрытого) демпинга;
- г) явного демпинга.

8. Стратегия селективного сбыта подразумевает:

- а) посредников, осуществляющих сбыт продукции на основе эксклюзивного права продажи на определенной территории;
- б) использование каналов сбыта, наиболее подходящих для данного рынка;
- в) использование всевозможных каналов сбыта, не отдавая предпочтения одному из них;
- г) использование каналов сбыта, наиболее подходящих для данного товара.

9. Зависимые посредники, которые получают товары на принципах консигнации от производителей и организуют их сбыт, называются

- а) дистрибьюторы;
- б) торговцы на комиссии;
- в) сбытовые агенты;
- г) дилеры.

10. Организация взаимодействия складов, производителя и оптовой торговли относится к функции маркетинга:

- а) управления и контроля;
- б) производственной;
- в) сбытовой;
- г) аналитической.

11. Под товародвижением в маркетинге следует понимать:

- а) продажу товара без посредников;
- б) продажу товара через посредников;
- в) деятельность по планированию, реализации и контролю над физическим перемещением товара от производителя к потребителю;
- г) безвозмездную передачу товара клиенту.

12. В теории маркетинга сущность понятия «реклама» выражают следующие утверждения... (выберите несколько вариантов ответа):

- а) создание хороших отношений с различными структурами и слоями, имеющими связь с предприятием, путем формирования благоприятного имиджа предприятия;
- б) любая платная форма неличного представления и предложения товаров, осуществляемая конкретным заказчиком;
- в) один из факторов конкурентоспособности организации;
- г) один из инструментов комплекса продвижения продукта.

13. Подберите каждому понятию соответствующее определение

- 1) реклама;
 - 2) связи с общественностью;
 - 3) личные продажи;
 - 4) стимулирование сбыта:
- а) неличное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность предприятия посредством помещения коммерчески важных сведений в периодических изданиях или получения благоприятных презентаций на радио, телевидении или сцене, которые не оплачиваются конкретным спонсором;
 - б) любая оплаченная определенным спонсором форма неличного представления коммерчески важных сведений о товаре или предприятии;

- в) представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения с ними и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами;
- г) кратковременные побудительные мероприятия, стимулирующие покупки или продажи, не относящиеся к иным видам продвижения. Это – выставки, демонстрации, презентации, а также различные другие сбытовые усилия, не входящие в стандартные процедуры продвижения.

5. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Понятия «рыбная отрасль» и «рыбохозяйственный комплекс». Состав рыбохозяйственного комплекса.
2. Организация государственного регулирования рыбохозяйственного комплекса. Методы и инструменты государственного регулирования рыбохозяйственного комплекса.
3. Конкурентоспособность отрасли. Конкурентные преимущества отрасли.
4. Методика оценки конкурентоспособности рыбохозяйственного комплекса.
5. Организация государственного стратегического планирования в РФ.
6. Государственное стратегическое планирование развития рыбной отрасли.
7. Стратегические проблемы развития предприятий рыбохозяйственного комплекса.
8. Преимущества стратегического подхода к управлению.
9. «Экономическая стратегия» фирмы и ее составляющие.
10. Основные этапы разработки стратегии.
11. Содержание анализа структуры и состава конкуренции на товарных рынках.

12. Анализ структуры и состава конкуренции в отрасли (модель «5 сил конкуренции»).
13. Показатели концентрации производства.
14. Показатели, характеризующие уровень рыночной концентрации.
15. Барьеры входа в рыбную отрасль.
16. Виды рисков наиболее характерные для предприятий рыбного хозяйства.
17. Показатели оценки экономической эффективности деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса в условиях неопределенности.
18. Подсистемы типовой системы показателей планирования рыбохозяйственного предприятия.
19. Критерии выбора стратегии рыбохозяйственного предприятия в условиях неопределенности и риска.
20. Стратегическое целеполагание: процесс формулирования целей, требования к целям, построение «дерева целей».
21. Общие корпоративные стратегии.
22. Стратегии интеграции.
23. Стратегии диверсификации.
24. Стратегии создания конкурентного преимущества.
25. Стратегии функциональных подсистем.
26. Продуктовая стратегия предприятия.
27. Стратегия внешнеэкономической деятельности рыбохозяйственного предприятия.
28. Основные этапы реализации стратегии.
29. Основные направления маркетинговой деятельности предприятия.
30. Процесс принятия решений о покупке на предприятиях рыбной отрасли.
31. Процесс принятия решений о покупке конечным потребителем.
32. Понятия «целевой рынок», «сегмент». Подходы к выбору целевого рынка.
33. Процесс сегментирования рынка.
34. Товарная политика предприятия.
35. Понятия «товарная единица», «ассортиментная груп-

па», «товарный ассортимент». Характеристики товарного ассортимента. Формирование товарного ассортимента. Методы анализа и оптимизации ассортимента.

36. Ценовая политика предприятия.

37. Методы расчета цен.

38. Сбытовая политика предприятия.

39. Методы сбыта товаров. Каналы распределения: уровни и типы организации. Критерии выбора канала сбыта.

40. Коммуникационная политика предприятия.

6. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Основная литература

1. Ганич Я.В., Клиппенштейн Е.В., Морозова Ю.С., Мищенко Н.Г. Стратегическое управление в рыбной отрасли: Учебник. – М.: МОРКНИГА, 2014. – 300 с.

2. Латкин А.П. Управление предприятием морехозяйственной специализации: монография. – Владивосток: Дальнаука, ISBN 978-5-8044-0944-0; Изд-во ВГУЭС, ISBN 978-5-9736-0104-1, 2009. – 368 с.

6.2. Дополнительная литература

3. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономист, 2008. – 296 с.

4. Государственная программа «Развитие рыбохозяйственного комплекса». Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 г. № 314 (с учетом изменений в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 31.03.2017 № 395)

5. Концепция развития рыбного хозяйства Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 02.09.2003 г. № 1265-р (с учетом изменений в редакции распоряжения Правительства Российской Федерации от 21.07.2008 № 1057-р)

6. Методика определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды. Утверждена

приказом Министерства экономического развития от 04.04.2011 г. № 137

7. Методические рекомендации по анализу и оценке состояния конкурентной среды на рынках товаров (работ, услуг) рыбного хозяйства. – М.: ФГУП «ВНИЭРХ», 2003. – 78 с.

8. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2009. – 656 с.

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 14.04.2008 № 264 «О проведении конкурса на право заключения договора о предоставлении рыбопромыслового участка для осуществления промышленного рыболовства и заключения такого договора»

10. Постановление Правительства Российской Федерации от 12.08.2008 № 604 «Об утверждении Правил распределения квот добычи (вылова) водных биологических ресурсов для Российской Федерации в районах действия международных договоров Российской Федерации в области рыболовства и сохранения водных биологических ресурсов»

11. Постановление Правительства Российской Федерации от 12.08.2008 № 605 «Об утверждении Правил распределения квот добычи (вылова) водных биологических ресурсов для осуществления промышленного рыболовства на континентальном шельфе Российской Федерации и в исключительной экономической зоне Российской Федерации»

12. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.08.2008 № 611 «Об утверждении Правил распределения квот добычи (вылова) водных биологических ресурсов для осуществления прибрежного рыболовства»

13. Постановление Правительства Российской Федерации от 20.11.2003 № 704 «О квотах на вылов (добычу) водных биологических ресурсов»

14. Стандарт развития конкуренции в субъектах РФ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: static.government.ru/media/files/EPhsiaffQIT8bK1Eov94GawSO179HxFI

15. Стратегия развития рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена

приказом Федерального агентства по рыболовству от 30.03.2009 № 246

16. Стратегия развития рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года (приказ Федерального агентства по рыболовству от 30.03.2009 № 246)

17. Требования к стратегии социально-экономического развития субъекта Российской Федерации. Утверждены приказом Министерства регионального развития РФ от 27.02.2007 № 14

18. Указ Президента РФ от 12.05.2008 № 724 «Вопросы системы и структуры федеральных органов исполнительной власти»

19. Федеральный закон от 20.12.2004 № 166-ФЗ «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов» (с учетом изменений от 03.07.2016 г № 349-ФЗ)

20. Федеральный закон от 11.11.2003 № 148-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации»

21. Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с учетом изменений от 29 июля 2017 г. № 279-ФЗ)

22. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании» (с учетом изменений от 30.10.2017 г. № 299-ФЗ)

23. Федеральная целевая программа «Повышение эффективности использования и развитие ресурсного потенциала рыбохозяйственного комплекса в 2009-2014 годах». Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 12 августа 2008 г. № 606 (в редакции от 20.12.2011 г. № 1043)

24. Федеральная целевая программа «Мировой океан». Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 10 августа 1998 года (в редакции от 06.07.1999 № 768, от 31.12.1999 № 1457, от 20.08.2002 № 623, от 26.07.2004 № 380, от 17.11.2004 № 649, от 27.05.2006 № 317, от 30.09.2008 № 731, от 12.08.2010 № 619)

