ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАМЧАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КамчатГТУ»)

Факультет информационных технологий, экономики и управления

Кафедра «Экономика и менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель НОЦ
«Природообустройство и
рыболовство»
_____/Л.М. Хорошман/
«29» января 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегическое управление в рыбной отрасли»

35.03.09 Промышленное рыболовство
(уровень бакалавриата)

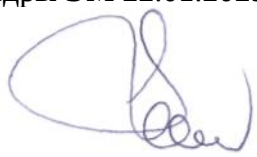
Направленность (профиль)
«Менеджмент рыболовства»

Петропавловск-Камчатский,
2025

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО направления подготовки 35.03.09 Промышленное рыболовство

Составитель рабочей программы
Ст. преподаватель кафедры ЭМ Е.В. Егорова

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры ЭМ 22.01.2025, протокол № 6

Зав. кафедрой ЭМ, к. э. н., доцент  Ю.С. Морозова

«22» января 2025 г.

1 Цели и задачи учебной дисциплины

Дисциплина «Стратегическое управление в рыбной отрасли» предназначена для того, чтобы дать обучающимся знания в области стратегического управления предприятиями рыбной отрасли различной организационно-правовой формы.

В соответствии с назначением основной целью дисциплины является формирование у студентов навыков выработки 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.

Исходя из цели, в процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

– 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 инструментарии обеспечения конкурентоспособности предприятий рыбной отрасли.

Методика преподавания данной дисциплины предполагает чтение лекций, проведение практических занятий, индивидуальных консультаций по отдельным (наиболее сложным) специфическим проблемам дисциплины.

Целью проведения практических и лекционных занятий является закрепление знаний студентов, полученных ими в ходе изучения дисциплины на лекциях и самостоятельно. Практические занятия проводятся в форме семинаров; на них разбираются конкретные ситуации из практики зарубежного и российского предпринимательства, проводится тестирование, обсуждаются доклады, проводятся опросы.

2 Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-4 – способность участвовать в организации и проведении рыбопромысловых работ на рыболовном судне и группы рыболовных судов

ПК-5 – способность участвовать в организации и планировании работы промысловых судов рыбодобывающей организации.

Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице.

Таблица – Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине	Код показателя освоения
ПК-4	способностью участвовать в организации и проведении	ИД-1$_{ПК-4}$: Знает методы управления технологическими процессами добычи	**Знать:** – методы и инструменты государственного регулирования рыбной отрасли;	З(ПК-4)1

Код компетенции	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине	Код показателя освоения
	рыбопромысловых работ на рыболовном судне и группы рыболовных судов	(вылова) водных биологических ресурсов на судах рыбопромыслового флота на основе рационального использования сырьевых ресурсов и технических средств промышленного рыболовства. ИД-2$_{ПК-4}$: Знает методики выбора и определения свойств конструкционных и эксплуатационных материалов, используемых в технических средствах рыболовства.	– виды стратегий; – содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; – подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества различных объектов; – элементы, критерии и показатели оценки конкурентной среды; – методы теоретического и экспериментального исследования процессов промышленного рыболовства.	З(ПК-4)2 З(ПК-4)3 З(ПК-4)4 З(ПК-4)5 З(ПК-4)6
		ИД-3$_{ПК-4}$: Знает методы теоретического и экспериментального исследования процессов промышленного рыболовства. ИД-4$_{ПК-4}$: Знает правила рыболовства, промысловые схемы лова гидробионтов. ИД-5$_{ПК-4}$: Умеет производить наблюдения за правильной эксплуатацией промысловых механизмов и оборудования во время промысла на судах рыбопромыслового флота. ИД-6$_{ПК-4}$: Умеет использовать технические средства для измерения основных параметров технологических процессов, технологических средств добычи (вылова) водных биологических ресурсов на судах рыбопромыслового флота и определения свойств рыболовных материалов.	**Уметь:** – методами диагностики и решения задач поиска, отбора, адаптации, перемещений и развития персонала; – методами оценки состояния системы управления персоналом организации; – методами исследования затрат рабочего времени и методами нормирования труда, разработки нормативов по труду; – использовать современные информационные технологии эксплуатации технологических средств добычи (вылова) водных биологических ресурсов на судах рыбопромыслового флота.	У(ПК-4)1 У(ПК-4)2 У(ПК-4)3 У(ПК-4)4
		ИД-7$_{ПК-4}$: Умеет использовать современные информационные технологии эксплуатации технологических средств добычи (вылова) водных биологических ресурсов на судах рыбопромыслового флота. ИД-8$_{ПК-4}$: Умеет осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных с использованием информационных, компьютерных и сетевых	**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; – навыками реализации функциональных и продуктовых стратегий.	В(ПК-4)1 В(ПК-4)2 В(ПК-4)3 В(ПК-4)4 В(ПК-4)5 В(ПК-4)6

Код компетенции	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине	Код показателя освоения
		технологий		
ПК-5	способностью участвовать в организации и планировании работы промысловых судов рыбодобывающей организации	ИД-1$_{ПК-5}$: Знает способы обоснования технического решения при организации технологических процессов добычи(вылова) водных биологических ресурсов, эксплуатации орудий рыболовства промысловой командой на судах рыбопромыслового флота. ИД-2$_{ПК-5}$: Знает методы анализа и оценки результатов производственно-хозяйственной деятельности промысловой команды на судах рыбопромыслового флота. ИД-3$_{ПК-5}$: Знает правила подбора и расстановки кадров, проверки рационального использования их труда и постоянного повышения квалификации членов промысловой команды. ИД-4$_{ПК-5}$: Знает промысловое и технологическое оборудование, имеющееся на борту судна, его тактико-технические данные, методы настройки орудий лова, тарировки орудий лова, определение параметров и продолжительности работы орудий лова. ИД-5$_{ПК-5}$: Знает основы международного морского и рыболовного права, правила рыболовства в основных промысловых районах Мирового океана. ИД-6$_{ПК-5}$: Умеет применять современные методы оценки сырьевых ресурсов промышленного рыболовства и возможных объемов их изъятия, а также организации охраны и рационального использования сырьевых ресурсов. ИД-7$_{ПК-5}$: Умеет организовывать	**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; – подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества различных объектов; – элементы, критерии и показатели оценки конкурентной среды; – методы анализа и оценки результатов производственно-хозяйственной деятельности промысловой команды на судах рыбопромыслового флота.	З(ПК-5)1 З(ПК-5)2 З(ПК-5)3 З(ПК-5)4 З(ПК-5)5 З(ПК-5)6 З(ПК-5)7 З(ПК-5)8
			Уметь: – методами диагностики и решения задач поиска, отбора, адаптации, перемещений и развития персонала; – методами оценки состояния системы управления персоналом организации; – методами исследования затрат рабочего времени и методами нормирования труда, разработки нормативов по труду; – применять современные методы оценки сырьевых ресурсов промышленного рыболовства и возможных объемов их изъятия, а также организации охраны и рационального использования сырьевых ресурсов.	У(ПК-5)1 У(ПК-5)2 У(ПК-5)3 У(ПК-5)4
			Владеть: – количественными и качественными методами проведения анализа макро- и микросреды среды организации; – навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;	В(ПК-5)1 В(ПК-5)2 В(ПК-5)3

Код компетенции	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине	Код показателя освоения
		технологические процессы добычи (вылова) водных биологических ресурсов в различных районах промысла. ИД-8$_{ПК-5}$: Умеет осуществлять контроль соблюдения правил и режима рыболовства в районе промысловой деятельности. ИД-9$_{ПК-5}$:Умеет организовывать работу промысловой команды, включая выбор тактики, настройку орудий рыболовства, тарировку орудий лова, определение параметров и продолжительности работы орудий лова. ИД-9$_{ПК-5}$: Умеет обеспечивать соблюдение международных норм загрязнения морской среды и требований РФ к предотвращению загрязнения морской среды	– 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 реализации функциональных и продуктовых стратегий.	В(ПК-5)4 В(ПК-5)5 В(ПК-5)6 В(ПК-5)7 В(ПК-5)8 В(ПК-5)9

3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Стратегическое управление в рыбной отрасли» базируется на знании совокупности таких дисциплин, как «Экономика», «Экономика и управление производством», «Менеджмент рыбопромысловых предприятий», «Социология и политология» и др.

Знания, умения и навыки, полученные студентами в ходе изучения дисциплины «Стратегическое управление в рыбной отрасли», необходимы для прохождения преддипломной практики и выполнения выпускной квалификационной работы.

4 Содержание дисциплины

4.1 Тематический план дисциплины (заочная форма обучения)

Наименование разделов и тем	**Всего часов**	**Аудиторные занятия**	**Контактная работа по видам учебных занятий**			**Самостоятельная работа**	**Формы текущего контроля***	**Итоговый контроль знаний по дисциплине**
			Лекции	**Семинары (практические занятия)**	**Лабораторные работы**			
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
Государственное регулирование развития рыбного хозяйства	13	2	1	1		11	Опрос	

Государственное стратегическое планирование развития рыбной отрасли	13	2	1	1		11	Опрос, тест Практические задания	
Сущность и содержание стратегического планирования	13	2	1	1		11	Опрос, тест Практические задания	
Оценка состояния конкурентной среды на товарных рынках	15	4	2	2		11	Практические задания	
Разработка и реализация стратегии рыбохозяйственных предприятий	17	6	3	3		11	Опрос, тест Практические задания	
Стратегическая сегментация	14	2	1	1		12	Опрос Практические задания	
Маркетинговая политика предприятия	14	2	1	1		12	Опрос Практические задания	
экзамен								9
Всего	**108/3**	**20**	**10**	**10**		**79**		**9**

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Государственное регулирование развития рыбного хозяйства

Предмет, цели и задачи дисциплины «Стратегическое управление в рыбной отрасли». 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 оценка конкурентоспособности: показатель интенсивности конкуренции и показатель состояния конкурентной среды. Критерии оценки состояния конкурентной среды. Алгоритм сравнительного анализа конкурентоспособности рыбохозяйственной деятельности.

Практическое занятие 1

Тема: «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.
9.

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					

Литература: [1, С. 7-23]; [2, С. 32-60; 183-191; 242-267; 293-329]; [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 государственного 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.

Практическое занятие 2

Тема: «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 СВОТ 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 СВОТ 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 на приобретение рыбопродуктов, %	3,2	4,4	4,2	4,8
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 рыборазводных заводов в регионе	4	2	3	4
10. Отраслевая структура экономики	разно-образная	моно-отраслевая	моно-отраслевая	разно-образная
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	неразвита	развита	развитая

		я	я	
14. Наличие групп высококонкурентных предприятий-лидеров в отрасли	отсутствую т	имеются	отсутст вуют	имеются
15. Степень развития транспортной инфраструктуры	высокая	низкая	высокая	низкая
16. Освоение квот на вылов рыбы и морепродуктов, %	92	84	89	76

Литература: [1, С. 30-49]; [2, С. 293-299]; [6]; [15]; [17]; [22], [23], [24]

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.

Практическое занятие 3

Тема: «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 ($З_{пер}$), ДЕ/шт.	60	70	100	
3. Планируемый объем реализации, шт./год	5000	3000	1000	
4. Покрытие затрат ($П_з$), ДЕ/шт.				100
5. Доля покрытия затрат на штуку ($D_{п.з.}$)				
6. Выручка от реализации ($V_р$), тыс. ДЕ/год				850
7. Переменные затраты, тыс. ДЕ/год				
8. Покрытие затрат, тыс. ДЕ/год				240
9. Постоянные затраты ($З_с$), тыс. ДЕ/год	94	86	80	260
10. Прибыль или убыток, тыс. ДЕ/год				
11. Точка безубыточности (BEP):				
• 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*** *($V_р$)* характеризует доход предприятия в денежной форме от реализации произведенной продукции: *($V_р = П_з + З_{пер}$)*. Рассчитывается следующим образом:

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

– ***переменные затраты*** *($З_{пер}$)* зависят от объема производства *($З_{пер} = V_р - П_з$).* 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*** *($З_{пост}$)* зависят в основном не от объема выпуска, а от производственной мощности предприятия. К ним относятся затраты на НИОКР, приобретение оборудования, амортизационные отчисления, затраты на прием 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 *($З_{пост}$)* или в расчете на единицу продукции *($З_{пост/шт}$).*

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

– ***покрытие затрат*** *($П_з$)* – величина, которая получается при вычете переменных затрат из выручки от реализации *($П_з = V_р - З_{пер}$)* 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 ≥ суммы постоянных затрат и запланированной прибыли для предприятия;

– ***доля покрытия затрат*** *($D_{пз}$)* – это относительная доля величины покрытия затрат в объеме выручки от реализации *($D_{пз} = П_з / V_р$).* 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*** *(Фц)* – это коэффициент, показывающий отдачу единицы переменных затрат *($Фц = V_р / З_{пер}$)*;

– ***точка безубыточности*** *(BEP)* – 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 раздельно по формулам (1) и (2):

- в натуральном измерении:

$$N_{BEP} = З_{пост} / (Ц - З_{пер/шт}), шт.; \quad (1)$$

- в стоимостном измерении:

$$V_{BEP} = (Зс / D_{пз}) * 100, ДЕ \quad (2)$$

Литература: [1, С. 72-95]; [2, С. 285-293]; [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 использование модели «5 сил конкуренции» М. Портера.

Практическое занятие 4

Тема: «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 (HHI_r). Относится ли отрасль к числу высококонцентрированных?

Литература: [1, С. 95-125]; [2, С. 267-274]; [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 производственной деятельности. Учет фактора неопределенности и риска при разработке стратегических решений. Система показателей планирования организации.

Практическое занятие 5

Тема: «Оценка состояния конкурентной среды на товарных рынках»

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.

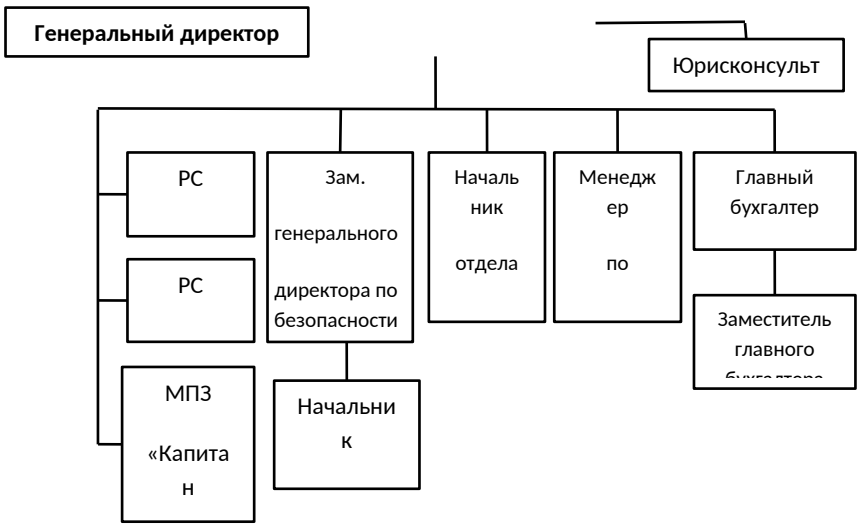


Рис. 1. Организационная структура управления ООО «Восток»

ООО «Восток» является предприятием, которое не производит глубокую переработку добытого сырья. Сырец разделывается, 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 рыба лососевых видов рыб в Карагинском заливе. ООО «Восток» производит следующий ассортиментный перечень рыбопродукции (табл. 6).

Таблица 6

Ассортиментный перечень выпускаемой продукции, цены на 2011 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	2009 г.	2010 г.	2011 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
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 2009-2011 гг. представлены в табл. 8.

Таблица 8

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

Наименование	2009		2010		2011	
	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:						
белорыбица	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			
2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 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 мороженая 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 сырца 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 2011 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 M 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 M с/м	28,15	61
Горбуша б/г	35,3	85
Навага б/г, L с/м	35,3	45
Навага б/г, M 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

	2010 г.	2011 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 2010 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 матрицу 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, С. 125-170]; [2, С. 65-96, 299-310]; [3]

Самостоятельная работа студента

В рамках контроля СРС предусмотрена подготовка и защита рефератов по одной из ниже представленных тем, решение практических заданий.

Тематика рефератов

1. Рыбохозяйственный комплекс: проблемы и перспективы развития.
2. Влияние аукционной системы распределения квот на вылов ВБР и на структуру себестоимости рыбной продукции.
3. Государственная поддержка предприятий рыбохозяйственного комплекса.
4. Особенности государственного регулирования деятельности предприятий прибрежного рыболовства.
5. Анализ основных показателей развития рыбохозяйственного комплекса России (территории).
6. Проблемы повышения конкурентоспособности предприятий рыбной отрасли.
7. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятий рыбной отрасли.
8. Индикативное планирование и опыт его применения в рыбохозяйственном комплексе страны.
9. Прогнозирование рыбохозяйственного комплекса территории.
10. Опыт реализации документов государственного стратегического планирования развития рыбной отрасли (на примере территории).

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 СИВ, СЛВ, СИУ, СЛУ.
2. Дайте общие рекомендации относительно форм воздействия государства на функционирование рыбохозяйственного комплекса края

Таблица

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 брэндов 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 (В - Opportunities)	**Угрозы (У - 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. 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 брэндов рыбной продукции на внутренние и мировые рынки. 12. Выход на внешние сбытовые рынки и организация	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.

новых логистических маршрутов прямых поставок продукции внутри России и за рубежом. 13. Разработка информационной автоматизированной системы поддержки стратегического регулирования развития рыбопромышленного комплекса Камчатского края.	

Задание «Анализ структуры и состава конкуренции в отрасли с использование 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 использование 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.

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.

Практическое занятие 6

Тема: «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 закупках 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, С. 190-216]; [2, С. 285-293]; [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 определение 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.

Практическое занятие 7

Тема: «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 АВС-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 АВС-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 затраты, 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 разнарядка
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, С. 216-276]; [2, С. 311-318]; [8]

Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента представляет собой подготовку и защиту реферата по одной из ниже представленных тем, решение тестовых заданий.

Тематика рефератов

1. Сравнительный анализ динамики производства и потребления рыбной продукции в нашей стране и за рубежом.
2. Особенности функционирования товарных рынков рыбной продукции.
3. Процесс сертификации рыбной продукции.
4. Современные виды упаковки рыбной продукции.
5. Марочный подход в маркетинговой деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса.
6. Особенности структуры себестоимости рыбной продукции.
7. Рыбные биржи: формы создания и перспективы развития в РФ.
8. Структура контракта на поставку продукции.
9. Государственное регулирование сбытовой деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса.
10. Анализ выставочной деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса.

Тестовое задание:

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.

4. Сегмент должен соответствовать следующим требованиям…(выберите несколько

вариантов ответа):
а) сегмент должен иметь достаточную емкость для получения прибыли;
б) сегмент должен определяться только качественными показателями;
в) характеристики сегмента должны быть измеримы;
г) сегмент должен включать разнородных по запросам потребителей.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. Фирма устанавливает на свой экспортный товар цену ниже, чем цена аналога-конкурента как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В этом случае использована стратегия:
а) позиционирования товара; б) «снятия сливок»;
в) латентного (скрытого) демпинга; г) явного демпинга.
10. 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.
11. 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.
12. Организация взаимодействия складов, производителя и оптовой торговли относится к функции маркетинга:
а) управления и контроля; б) производственной; в) сбытовой; г) аналитической.
13. 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.
14. 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.
15. 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 Курсовой проект (работа)

Выполнение курсового проекта (работы) не предусмотрено учебным планом.

6 Перечень вопросов к промежуточной аттестации 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 планирования 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 группа», «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.

7 Рекомендуемая литература

7.1 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.

7.2 Дополнительная литература

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономист, 2008. – 296 с.
2. 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)
3. 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)
4. Методика определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды. Утверждена приказом Министерства экономического развития от 04.04.2011 г. № 137
5. Методические рекомендации по анализу и оценке состояния конкурентной среды на рынках товаров (работ, услуг) рыбного хозяйства. – М.: ФГУП «ВНИЭРХ», 2003. – 78 с.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2009. – 656 с.
7. 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 заключении такого договора»
8. 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»
9. 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»
10. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.08.2008 № 611 «Об

утверждении Правил распределения квот добычи (вылова) водных биологических ресурсов для осуществления прибрежного рыболовства»

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

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

13. Стратегия развития рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена приказом Федерального агентства по рыболовству от 30.03.2009 № 246

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

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

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

17. 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)

18. 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»

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

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

21. 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)

22. 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).

7.3 Методические указания

Ганич Я.В. Стратегическое управление в рыбной отрасли. Практикум и методические указания к изучению дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 35.03.09 Промышленное рыболовство – Петропавловск-Камчатский: КамчатГТУ, 2019. – 60 с.

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Библиотека Либертариума - http://www.libertarium.ru/library/
2. Аналитическая библиотека по современной России. Аналитическая лаборатория ВЕДИ - http://www.vedi.ru/sss.html
3. Аналитическая библиотека по современной России. Национальная электронная библиотека - http://www.nel.ru/analyt.doc/svodka. html
4. Всем, кто учится: обзоры сайтов, учебники по экономике и управлению – http://www.alleng.ru
5. Сайт "Корпоративный менеджмент". Новости, публикации, Библиотека управления - http://www.cfin.ru
6. Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент" - http://www.ecsocman.edu.ru
7. Эффективные управленческие решения - http://www.upreshenia.ru/.

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методика преподавания данной дисциплины предполагает чтение лекций, проведение практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций по отдельным (наиболее сложным) специфическим проблемам дисциплины. Предусмотрена самостоятельная работа студентов, а также прохождение аттестационных испытаний промежуточной аттестации (зачет).

Лекции посвящаются рассмотрению наиболее важных концептуальных вопросов: основным понятиям; теоретическим основам принятия управленческих решений, организации их эффективной реализации; обсуждению вопросов, трактовка которых в литературе еще не устоялась либо является противоречивой. В ходе лекций студентам следует подготовить конспекты лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины; проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Конкретные методики, модели, методы и инструменты разработки, принятия, оптимизации управленческих решений рассматриваются на практических занятиях.

Целью проведения практических (семинарских) занятий является закрепление знаний студентов, полученных ими в ходе изучения дисциплины на лекциях и самостоятельно. Практические занятия проводятся, в том числе, в форме семинаров; на них обсуждаются вопросы по теме, разбираются конкретные ситуации из практики российского государственного и муниципального управления, проводится тестирование, обсуждаются доклады, проводятся опросы, также предусмотрено выполнение практических заданий. Для подготовки к занятиям семинарского типа студенты выполняют проработку рабочей программы, ориентируясь на вопросы для обсуждения, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины; конспектирование источников; работу с конспектом лекций; подготовку ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.

При изучении дисциплины используются интерактивные методы обучения, такие как:

1. Лекция:

– проблемная лекция, предполагающая изложение материала через проблемность вопросов, задач или ситуаций. При этом процесс познания происходит в научном поиске, диалоге и сотрудничестве с преподавателем в процессе анализа и сравнения точек зрения;

– лекция-визуализация - подача материала осуществляется средствами технических средств обучения с кратким комментированием демонстрируемых визуальных материалов (презентаций).

2. Семинар:

– тематический семинар - этот вид семинара готовится и проводится с целью акцентирования внимания обучающихся на какой-либо актуальной теме или на наиболее важных и существенных ее аспектах. Перед началом семинара обучающимся дается задание – выделить существенные стороны темы. Тематический семинар углубляет знания студентов, ориентирует их на активный поиск путей и способов решения затрагиваемой проблемы.

– проблемный семинар - перед изучением раздела курса преподаватель предлагает обсудить проблемы, связанные с содержанием данной темы. Накануне обучающиеся получают задание отобрать, сформулировать и объяснить проблемы. Во время семинара в условиях групповой дискуссии проводится обсуждение проблем.

3. Игровые методы обучения:

– анализ конкретных ситуаций (КС). Под конкретной ситуацией понимается проблема, с которой тот или иной обучаемый, выступая в роли руководителя или иного профессионала, может в любое время встретиться в своей деятельности, и которая требует от него анализа, принятия решений, каких-либо конкретных действий. В этом случае на учебном занятии слушателям сообщается единая для всех исходная информация, определяющая объект управления. Преподаватель ставит перед обучаемыми задачу по анализу данной обстановки, но не формулирует проблему, которая в общем виде перед этим могла быть выявлена на лекции. Обучающиеся на основе исходной информации и результатов ее анализа сами должны сформулировать проблему и найти ее решение. В ходе занятия преподаватель может вводить возмущающее воздействие, проявляющееся в резком изменении обстановки и требующее от обучаемых неординарных действий. В ответ на это слушатели должны принять решение, устраняющее последствие возмущающего воздействия или уменьшающее его отрицательное влияние.

10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

10.1 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

- электронные образовательные ресурсы;
- использование слайд-презентаций;
- интерактивное общение с обучающимися и консультирование посредством электронной почты.

10.2 Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса

При освоении дисциплины используется лицензионное программное обеспечение:

- Пакет Р7 – офис.

10.3 Перечень информационно-справочных систем

- справочно-правовая система Гарант http://www.garant.ru/online

11 Материально-техническое обеспечение дисциплины

- для проведения занятий лекционного типа, практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, № 7-406 с комплектом учебной мебели на 36 посадочных места;
- для самостоятельной работы обучающихся - учебная аудитория № 305, оборудованная 5 рабочими станциями с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду организации, и комплектом учебной мебели на 29 посадочных места; учебная аудитория № 517, оборудованная 8 рабочими станциями с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду организации, и комплектом учебной мебели на 12 посадочных места;
- доска аудиторная;
- презентации в Power Point по темам курса;
- мультимедийное оборудование (ноутбук, проектор).