DOI <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-06.34>

**НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ
ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ**
DIRECTIONS FOR DEVELOPMENT OF COMPETITIVE STRATEGY
FOR THE ENTERPRISES ON THE FISH PRODUCTS' MARKET

Астахова Е.В., кандидат экономических наук
Astakhova E.V., Candidate of Economic Sciences

**Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
Владивосток, Россия**

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok

E-mail: evastakhova1@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

В статье проведен анализ динамики развития и структуры международного рынка рыбной продукции. Выявлены страны-лидеры в производстве и в международной поставке рыбной продукции. Рассмотрены факторы, влияющие на формирование конкурентного поведения предприятий рыбного рынка Дальнего Востока. Научная новизна исследования заключается в разработке и систематизации направлений конкурентной стратегии предприятий на рынке рыбной продукции, необходимых для обеспечения предприятия конкурентными преимуществами.

ABSTRACT

The article analyzes the dynamics of development and structure of the international market of fish products. Leading countries have been identified in the production and international supply of fish products. Factors affecting the formation of competitive behavior of enterprises of the fish market of the Far East are considered. The scientific novelty of the research is to develop and systemize the directions of the competitive strategy of enterprises in the fish products market, which are necessary to provide the enterprise with competitive advantages.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Конкурентная стратегия, конкурентное поведение, рынок рыбной продукции, рыбохозяйственная деятельность, импорт и экспорт рыбных товаров.

KEY WORDS

Competitive strategy, competitive behavior, fish products market, fisheries activity, import and export of fish products.

В научных и методических разработках понятие конкурентного поведения активно используется в анализе теоретической и практической проблематики совершенствования управления субъектов хозяйствования на различных уровнях управления. Прагматический аспект любого понятия определяется, прежде всего тем, насколько его содержание, набор существенных признаков могут быть использованы как основа при разработке методов и средств решения практических задач управления и экономики. Вопросам управления конкурентоспособности продукции и ее производителя посвящены многочисленные научные труды отечественных и зарубежных авторов. Большой научный вклад в решение проблем конкурентоспособности сделали И. Шумпетер [20], Друкер П. [2], Ж. -Ж. Ламбен, М. Портер [13-14], Э. Райхман Б. Базилевич[3], С. Мочерный[10], С.В. В. Герасимчук, А. Запунний, А. Кузьмин, Е. Крикавский, П. Перерва, И. Петрович, Я. Плоткин, А. Старостина, Ф. Хмель, В. Шинкаренко, Е. Голубков, Г. Азгальдов, Г. Багиев, Б. Берман, А. Гличев, П. Завьялов, Б. Карлофф, и другие. Процессы интеграционного взаимодействия рыбохозяйственных предпринимательских структур широко представлены в трудах О. Ворожбит [4-5], А. Латкина [8], О. Корнейко, Е. Носкова.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Работы этих экономистов, в которых определялись методы и условия обеспечения конкурентоспособности продукции и предприятия является научно-теоретической основой для углубления исследований. В статье использованы методы: научной абстракции, позволяющий, выявить сущность конкурентной стратегии как экономического явления; методы анализа и синтеза, которые были использованы при рассмотрении и выявлении факторов, влияющих на конкурентное поведение, а также раскрытии связей между элементами, их взаимодействие, противоречия в поведении предприятий, функционирующих на рынке рыбной продукции; методы количественной и качественной оценки, графический метод - при анализе структуры и динамики развития рынка рыбной продукции.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Рассмотрение существующих концепций стратегии позволяет выделить несколько подходов к определению сущности конкурентной стратегии. Классическим подходом к определению стратегии является ее отождествление со средством достижения целей предприятия. Он основан на том, что формулировка стратегических целей предприятия неразрывно связана с разработкой путей их достижения и поэтому в данном понимании стратегия определяется как план или модель действий. Так А. Чандлер рассматривал стратегию как определение основных долгосрочных целей и ориентиров предприятия, определение курса действий и распределение ресурсов, необходимых для их достижения. При этом основным процессом в выборе и разработке стратегии он определял рациональное планирование [6].

Другим концептуальным подходом является понимание стратегии как набора правил принятия решений. Он связан с дальнейшими исследованиями в этой области таких ученых как Г. Минцберг, И. Ансофф, М. Портер[1].

Так, М. Портер, используя идею цепочки ценностей, предлагал стратегию рассматривать как анализ внутренних процессов и взаимодействий между различными составляющими организации для того чтобы определить, как и где добавляется ценность. При этом стратегия - это позиционирование организации в рамках отраслевого среды [13].

Под конкурентной стратегией в широком смысле понимают совокупность последовательных решений, подходов и взглядов на проблему конкурентоспособности, определяющих концептуальные модели и схемы теоретического понимания и прикладного применения. Управление конкурентоспособностью предприятия необходимо считать тем комплексным и системным направлением формирования стратегии, которая обеспечивает потенциал развития предприятия и реализации конкурентных преимуществ предприятия на рынке.

Система управления конкурентоспособностью представляет собой политику предприятия, которая состоит из ряда мероприятий по планированию, организации и контролю системы производства, реализации продукции, и включает систему эффективного управления ресурсами используемых для достижения целей стратегического планирования, управление затратами и доходами предприятия, обеспечения улучшения продукции и требований заказчиков. Системный подход в управлении конкурентоспособностью реализуется через формирование и обеспечение эффективного функционирования системы управления конкурентными преимуществами, которая реализуется совокупностью взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, для направления и контроля деятельности организации по конкурентоспособности.

Разработка и формирование стратегии полно отражает особенности функционирования предприятия в динамичных условиях рыночной среды, позволяет оценить степень достижения, сохранения и увеличения конкурентных преимуществ

объекта управления. Конкурентные преимущества компании - это высокая компетентность предприятия в определенной сфере, что позволяет достигать стратегические цели деятельности. Стратегия по формированию конкурентоспособности предприятия представляет собой список действий, который осуществляет компания для получения более высокой прибыли, чем конкуренты [9].

Благодаря эффективной конкурентной стратегии компания привлекает потребителей более быстро, несет более низкие затраты на привлечение и удержание клиентов, получает более высокую норму рентабельности (маржинальности) с продаж.

Согласно модели Портера, выделяются 4 вида базовых конкурентных стратегий в отрасли. Выбор типа конкурентной стратегии зависит от возможностей, ресурсов и амбиций компании на рынке. Преимущественно, компании выбирают стратегии, базирующиеся на снижении издержек и дифференциации продукции для снижения рисков потерь [18].

Таблица 1 – Тип конкурентной стратегии

Тип конкурентной стратегии на основе конкурентных преимуществ	
Лидерство в издержках	Лидерство в продукте
Фокус на издержках	Фокус на дифференциацию

Тип конкурентного преимущества может быть двух вариантов: низкая стоимость товара (или высокая рентабельность продукции) или широкое разнообразие ассортимента. Конкурентоспособными следует считать те экономические объекты, обладающие высоким уровнем конкурентных преимуществ и высокой степенью их эффективного использования.

Конкурентные преимущества должны быть значительными относительно других участников рынка, устойчивыми к изменениям внешней среды, заметными для покупателей, влиятельными на результаты деятельности предприятия. На конкурентные преимущества предприятия влияют: структура стратегического потенциала; возможности расширения ресурсов предприятия; особенности отрасли и национальной экономики, в общем, и тому подобное. Конкурентные преимущества формируются в результате выбора целевого товарного рынка, идентификации конкурентов, определение стратегических активов и компетенции предприятия, обоснование методов и способов конкурентной борьбы. В случае завоевания конкурентного преимущества главное значение принадлежит самому предприятию, конкурентам и клиентам. Можно наблюдать рост важности трансформации внутренних ресурсов и возможностей предприятия преимущества, которые четко идентифицируют потребители. Все данные теоретические выкладки применимы для рынка рыбной отрасли промышленности [12].

Рынок рыбной продукции является в достаточной степени динамично растущим среди всех сегментов продовольственного рынка России. Однако темпы его развития не позволяют свидетельствовать о насыщении и удовлетворении спроса на данную продукцию по региону, а также возможностям экспортных направлений. Данное обстоятельство объясняет значительный интерес к динамике развития данного рынка достаточно большого количества действующих субъектов как со стороны коммерческих предприятий, научно-исследовательских институтов, так и со стороны государства [16].

Приморский край обладает одним из крупнейших комплексом рыбохозяйственной деятельности в системе рыбной промышленности России. В данном секторе насчитывается около 400 рыболовческих компаний, которые ведут промысел водных биологических ресурсов в море, в пресноводных водоемах. Результаты анализа социально-экономических показателей рыбохозяйственного комплекса позволяют сделать вывод, что потребление рыбопродуктов прямо пропорционально производству данной продукции.

По оценкам продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (FAO), зарегистрированный экспертами ежегодный уровень потребления рыбы на душу

населения выше 20 кг. Рекомендуемая Российской академией медицинских наук физиологическая норма потребления рыбы и рыбных продуктов – 24 килограмма в год на человека. Поэтому показателю потребление в нашей стране еще не соответствует норме: в целом по РФ в 2015 году оно не превысило 19 килограммов на человека. [7].

Больше всего рыбы потребляют жители дальневосточных регионов, в рационе которых она исторически играет большую роль, что во многом объясняется близостью мировых океанов, богатыми ресурсами. Так, в Чукотском автономном округе среднедушевое потребление рыбы достигло 60 килограммов на человека в год, а в Сахалинской области и Хабаровском крае – соответственно, 34 и 33 килограммов. В Москве в среднем каждый житель за год съедает 30 килограммов всевозможной рыбной продукции, а в Санкт-Петербурге – 18 килограммов.

Рыбная продукция составляет один процент всей мировой международной торговли в стоимостном выражении и более 9% глобального сельскохозяйственного экспорта. В мире многие государства занимаются производством и реализацией продукции рыбного хозяйства. Среди мировых лидеров следует отметить двадцать государств-лидеров по объему экспорта

В общей сложности, эти 20 стран предоставили более двух третей (71,3%) мирового экспорта в течение 2016 года. Объемы мирового экспорта рыбной продукции представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Объем мирового экспорта рыбной продукции млрд. долларов, 2016 г. [15]

Согласно анализу исследователей Стокгольмского Университета, 10-15% мирового рынка добычи морской продукции контролируется всего тринадцатью крупными компаниями, деятельность которых оказывает непосредственное влияние на принятие отдельными правительствами и региональными организациями решений в сфере рыболовства и аквакультуры. Данные компании представляют собой холдинги, доминирующие во всех сегментах производства морепродуктов. Их работа развивается через обширную глобальную сеть дочерних предприятий и международных представительств, компаний.

Среди 20 ведущих экспортеров, пять увеличили свои значения экспорта на 30% или более по сравнению с 2015 с 2010г: Китай (до 48,5%); Индия (до 44,1%); Саудовская Аравия (до 38,9%); Мексика (до 33,3%); и Гонконг (до 30,8%). Только Япония уменьшила объем экспорта на 11,2% по сравнению с 2010 годом.

Таблица 1 – Компании-лидеры на рынке производства рыбной продукции [11]

Компании	Количество подразделений	Представительства в странах
Maruha Nichiro (базируется в Токио)	174	65
Nippon Suisan Kaisha (Nissui, Токио)	103	32
Kyokuyo (Токио)	26	15
Thai Union Frozen Products (Бангкок)	48	18
Charoen Pokphand Foods (Бангкок)	123	36
Marine Harvest (Осло)	108	25
Austevoll Seafood (Осло)	82	22
Dongwon Industries (Сеул)	25	10
Skretting (Норвегия)	16	30
Pescanova (Испания)	105	27
Pacific Andes International Holdings (Гонконг)	122	36
Ewos (Норвегия)	14	9
Trident Seafood (США)	6	4

Годовой оборот предприятий рыбной индустрии по финансовой отчетности полного круга компаний в 2014 году увеличился за год на 17,8%. Данный факт свидетельствует о реальном росте выручки компаний и благоприятной конъюнктуре продаж. По итогам 2015 года, в России было на 4,8% выше уровня 2014 года. Несмотря на гео-политические сложности в российской экономике, наблюдается достаточно существенное увеличение отраслевых показателей. Увеличение объемов внутреннего производства обусловлено главным образом ответными санкциями (запрет на поставку рыбной продукции из ЕС, Норвегии и Канады – традиционных рынков) и девальвацией рубля, что привело к значительному подорожанию привозной продукции.

Среди рыболовецких компаний, занимающих лидирующие позиции на российском рынке, можно выделить: Рыбопромышленный холдинг «Карат» (г. Мурманск), ООО «Русская рыбопромышленная компания» (Москва). В ряду крупнейших предприятий российской рыбной индустрии также необходимо отметить ЗАО «Балтийский берег» (Санкт-Петербург), ОАО «ПКП «Меридиан» (Москва), ПАО «Океанрыбфлот» (г. Владивосток), ЗАО «Русская рыбная компания» (Москва), входящее в структуру Группы «Русское море». На данный момент в состав РРПК входят крупные дальневосточные добывающие компании - ОАО «ТУРНИФ» (Тихоокеанское управление промысловой разведки и научно-исследовательского флота), ЗАО «ИНТРАРОС», ООО «Востокрыбпром» и ООО «Совгаваньрыба» ведущие промысел в экологически чистых морях Дальневосточного бассейна [10].

По приморскому краю функционируют более мелких десятка компаний,. Среди них: ООО «Дальвест», ООО «Дальрыбпром», ООО «Кроверк», ООО «СиГал», ООО «Софко», ЗАО «Интарос», ОАО «НБАМР», ООО «Ролиз», ОАО «Турниф» и АДМ[11].

Производство рыбной продукции в Приморском крае за период 2012 – 2015 гг. значительно сократилось, что свидетельствует о ряде непреодолимых на сегодняшний день сложностей в конкурентной среде предприятий рыбной отрасли производства и торговли, несмотря на реализуемую программу свободного порта «Владивосток».

Начиная с 2013 года, наблюдается падение промышленного производства рыбной продукции. Наличие указанных выше проблем подтверждается динамикой производства продукции рыболовства, которая отражена на рисунке 2.

Анализ уровня цен свидетельствует, что на розничном рынке они значительно выше, чем у производителей. Ориентация преимущественно на зарубежного покупателя обуславливает достаточно высокие цены на рыбную продукцию на внутреннем рынке, так как цены для отечественного рынка выставляются практически на том же уровне, что и для экспорта. Все это приводит к снижению внутреннего спроса и ставит в крайние сложные условия отечественную отрасль рыбной переработки. Переработчикам рыбы приходится сокращать производство в связи с падением спроса, а это, в свою очередь еще больше усложняет ситуацию – себестоимость

продукции существенно увеличивается, а рентабельность снижается. Аналогичная картина наблюдается и в других сегментах рыбной продукции.

Рисунок 2 – Производство свежей, живой и охлажденной рыбы в Приморском крае (тонн)

Таблица 2 – Динамика цен рыбной продукции [9]

Рыбная продукция	Цена январь 2015 г., руб.	Цена, январь 2016 г., руб.	Прирост цен, %
Икра рыб (лососевых), кг.	2856	3036	6,3
Деликатесные продукты из рыбы (соленые и копченые), кг.	1274	1343	5,5
Рыба охлажденная и мороженая лососевых пород, кг	501	535	6,7
Филе рыбное, кг.	262	285	8,8
Рыба охлажденная и мороженая (кроме лососевых пород), кг	181	194	7,1

Цена рыбы соленой, маринованной и копченой составила 359 рублей за килограмм (+9,8%), филе рыбного – 285 рублей за килограмм (+8,8%), живой и охлажденной рыбы – 185 рублей за килограмм (+12,2%), рыбных пресервов – 142 рубля за 350 граммов (+15,5%), рыбных консервов натуральных – 97 рублей за 350 граммов (+22%). Очевидно, что ускорение инфляционных процессов в экономике в конце 2014-го – начале 2015 года затронуло и рынок рыбопродуктов, причем в большей степени, нежели чем другие товарные рынки, что показывает зависимость этого сегмента экономики от импортного сырья и оборудования, что отражается на конечной себестоимости продукции.

Среди основных стран, в которые в 2015 году осуществлялись поставки российской рыбной продукции, были: Китай, Республика Корея, Нидерланды, Япония и Беларусь. На пять государств в сумме приходится 94% общего объема поставок. Если сравнить данные 2013-го и 2016 годов, то можно отметить значительное падение экспорта рыбы в Республику Корею – на 27,6%, а вот в Японию, напротив, поставки увеличились на 14,3%. Импортная рыбная продукция идет в основном из таких государств и территорий, как: Фарерские острова, Чили, Китай, Белоруссия и Исландия. На долю государств пришлось 70,5% всего объема импорта в натуральном выражении.

Интересен факт попадания Беларуси в число стран – основных импортеров, причем поставки рыбы из этой страны в 2015 году в сравнении с 2013-м увеличились на 90% при отсутствии там морей. Очевидно, что европейские производители, попавшие под ответное эмбарго, поставляют рыбную продукцию через соседнее государство. Норвегия, которая до санкций занимала лидирующее положение по импорту рыбы в РФ, сократила свои поставки практически до нуля (-99,9%, 0,4 тысячи тонн), тогда как в 2013 году на отечественный рынок из этой страны было поставлено 286,2 тысячи тонн. Доля экспорта рыбы сушеной, соленой или в рассоле, а также рыбы

копченной составляла 0,4%, а доля рыбы свежей или охлажденной, за исключением рыбного филе – 0,1%.

Оборот организаций с основным видом деятельности «Рыболовство» в феврале 2017г. составил 20,3 млрд. рублей, что в действующих ценах на 11,9% меньше, чем в соответствующем периоде предыдущего года, в январе-феврале 2017г. - на 4,5% меньше.

Таблица 3 – Рыба и прочая продукция рыболовства [15]

п/п	февраль 2017г., тыс. тонн	февраль 2017г. в % к февралю 2016г.
Рыба морская живая	12,1	72,2
Рыба морская свежая или охлажденная	47,0	140,2
Ракообразные немороженные	2,4	136,3
Рыба пресноводная живая	1,6	103,8
Рыба пресноводная свежая или охлажденная	2,2	115,9

По объемам производства в 2017 году, следует отметить рост рыбной продукции в целом по основным направлениям, кроме направления «рыба морская живая». Спад с аналогичным прошлым периодом составил 28,8%. При этом наблюдается значительный прирост по объемам рыбы морской свежей и охлажденной к аналогичному прошлогоднему периоду - на 40,2%, немороженной ракообразной продукции – на 36,3 %, что свидетельствует о повышении эффективности применения технологий охлаждения, которые способствуют продлению срока годности продукции и, соответственно, росту объемов сбыта.

Анализ мирового рынка рыбной продукции и торговли свидетельствует о существенных изменениях в структуре рынка и объемах реализации. Лидерами на рынке остаются прежние государства – Китай, США, Япония, Южная Корея. Россия состоит в десятке лидеров, хотя положение и возможности ограничены санкциями в торговых соглашениях и объемах сбыта рыбной продукции.

Предприятия Дальнего Востока, несмотря на близость стран-лидеров по добыче и переработке рыбной продукции, настойчиво расширяют собственные позиции на рынке, расширяя границы регионального рынка.

По результатам анализа проведенного центром маркетинговых исследований экономического института Тихоокеанского государственного экономического университета, были выявлены следующие особенности конкурентного поведения субъектов рынка Приморского края: соотношение численности работающих, между управленческим и производственным персоналом предприятия можно охарактеризовать как 30 и 70%; приморские рыбодобывающие предприятия реализуют рыбную продукцию в основном в замороженном виде; в основном рыбодобывающие предприятия реализуют свою продукцию на рынки других регионов России и за рубеж. Наименьшая доля продукции реализуется на рынке г. Владивостока; наиболее распространенным каналом сбыта рыбной продукции для предприятий Приморского края является оптовая торговля, лишь незначительная доля предприятий используют дополнительно и другие каналы сбыта, в основном - розница и только некоторые крупные производители имеют собственную фирменную сеть [4].

Руководители предприятий выделяют основные факторы, усиливающие конкуренцию на рынках сбыта рыбной продукции: сокращение платежеспособного спроса на внутреннем рынке, увеличение влияния на рынок сбыта иностранных производителей, низкие цены импортных товаров, рост объемов импорта, что свою очередь влечет сдерживание цен российскими производителями.

Наиболее распространенными мерами, принимаемыми для повышения конкурентоспособности приморскими рыбодобывающими предприятиями - снижение издержек, изучение конкурентов, изучение запросов потребителей и улучшение качества продукции, только на последнем месте среди мер для поддержания конкурентоспособности модернизацию и закупку нового оборудования, судов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкурентная стратегия предприятий представляет собой процесс формирования и обеспечения конкурентными преимуществами, генерируя экономические стимулы для того, чтобы предприятие стремилось к интенсификации усилий по расширению рынков сбыта, привлечению новых клиентов и создания благоприятных условий для продажи собственной продукции [3].

Постоянное обеспечение конкурентными преимуществами является основным стратегическим направлением развития предприятий, поскольку только те предприятия смогут эффективно функционировать в экономической среде ведения бизнеса длительное время, которые заботятся об уровне собственной конкурентоспособности.

Процесс обеспечения конкурентоспособности предприятия происходит постоянно и проявляется в стремлении предприятий-конкурентов улучшать собственное положение на рынке, сформировать достаточный объем ресурсного потенциала, являясь гарантом своевременности расчетов с поставщиками, бюджетом и другими звеньями финансовой системы государства.

Чем выше уровень конкуренции на рынке, тем больше внимания предприятию необходимо уделять именно собственному воспроизводству конкурентных преимуществ по получению максимального результата.

Конкуренция чаще всего оказывает влияние на ценовую политику предприятий, с одной стороны, приводя к снижению уровня цен, а с другой – вытесняя из рынка более слабых мелких товаропроизводителей. В то же время, неценовая конкуренция приводит к росту цен на продукцию крупных фирм при организации и развитии торговых сетей.

Стратегическое позиционирование предприятия влияет на процессы управления затратами предприятия, что обусловлено подходами к достижению конечных целей предприятия. Как отмечалось ранее, различают несколько основных типов конкурентных стратегий: лидерство по издержкам, лидерство по продукту и концентрация на потребителе. Каждая кардинально отличается по уровню необходимых расходов, по направлениям стратегического планирования[1].

Классическими приёмами для увеличения объемов реализации продукции представителей малого и среднего бизнеса в настоящее время считается снижение цен, расширение рекламы, улучшение обслуживания покупателей и пр. У многих предприятий по производству и реализации рыбной продукции основной акцент стратегии возлагается на лидерство по издержкам. Достижение лидерства возможно благодаря снижению себестоимости по сравнению с конкурентами. Лидерство по затратам может быть достигнуто за счет экономии по масштабу производства, строгого контроля затрат, сведение к минимуму расходов в таких сферах, как исследования и разработки, обслуживание клиентов, реклама и продвижение товара[19].

Специфика производственной деятельности рыболовных и рыболовных предприятий также не предоставляет широкого выбора стратегических альтернатив. В качестве базисных стратегий развития предприятия отрасли могут выбирать: – стратегию концентрированного роста в рамках своего рыбохозяйственного сектора, ориентированную на усиление позиций на рынке; – стратегию интегрированного роста (вертикальной диверсификации) по средством создания рыбоперерабатывающих мощностей; – стратегию диверсифицированного роста (конгломеративной диверсификации). В частности, за счет создания на предприятиях, ведущих промысел рыбы.

Каждое предприятие определяет свою конкурентную позицию на рынке самостоятельно. Оценка конкурентоспособности предприятия в конкретный момент его существования на определенной фазе его экономического развития представляет собой сложную многоаспектную задачу, так как необходимо оценить комплекс показателей, характеризующих все направления деятельности предприятия и

определить направления необходимых организационных изменений для повышения или поддержания уровня конкурентоспособности.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Ансофф И. Стратегическое управление /Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2015. – 519 с.
2. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: /Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2014. – 272 с.
3. Базилевича В.Д. Экономическая теория: политэкономия. М.: Рыбари, 2009. — 870 с.
4. Ворожбит О.Ю. Рыбная промышленность Дальнего Востока России: современное состояние, проблемы и перспективы развития: монография // Владивосток: ВГУЭС, 2015. – 135 с.
5. Ворожбит О.Ю., Титова Н.Ю. Предпринимательская среда как фактор взаимодействия предпринимательских структур// Вестник Пермского университета. Серия «Экономика». 2014. № 1. С. 134–139.
6. Костецкая Н.И., Хопчан М.И. Стратегическое управление затратами как способ обеспечения конкурентоспособности предприятия //Инновационная экономика. – 2012. - № 5(31). – С.81-86.
7. Лупак Р.Л. Экономические основы обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях рыночных отношений // Науч. Вестник НЛТУУ: сб. науч.-техн. работ – М: НЛТУУ. – 2014, вып. 20.6. – С.248 – 252.
8. Латкин А.П. и др. Особенности государственного регулирования предпринимательства в рыбохозяйственной деятельности: монография // Владивосток: ВГУЭС, 2011. 171 с.
9. Лукьянова Н.А. Конкурентные стратегии в менеджменте [электронный ресурс] // Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 100 с.
10. Мочерный, С.В. Основы экономической теории: учебник / С.В. Мочерный, В.К. Симоненко, В.В. Секретарюк и др. – К.: Знания, 2000. – 607 с.
11. Обзор российского рынка рыбы и рыбной продукции. Исследования информационного агентства «Крединформ».- [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.foodmarket.spb.ru/current>. 2295
12. Оборот организаций с основным видом деятельности «Рыболовство и рыбная продукция» – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/ru/statistics/
13. Портер М. Сущность и виды конкуренции – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – <http://www.bibliotekar.ru/economicheskaya-teoriya-2/67.htm> (
14. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран [Текст] / М.Портер. - М. : Междунар. отношения, 1993. - 896 с.
15. Рыбохозяйственный комплекс Приморья.2016: Сборник с аналитической запиской // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, 2016.
16. Рыбохозяйственный комплекс Приморья.2015: Сборник с аналитической запиской // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, 2015.
17. Тимофеев А. Рыбная отрасль российского Дальнего Востока шита иностранными нитками. - 2015. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sakhalinmedia.ru/news/448901/>.
18. Смирнов Э.М. Методический подход к количественному обоснованию стратегии управления конкурентоспособностью предприятия // Торговля и рынок: сб. науч. пр. – 2014. Вип.30.Т.2. – С.181-190. 5.
19. Смоленюк П.С. обоснование конкурентной стратегии предприятия // Инновационная экономика. – 2015. - № 3 (29). – с.86-93.
20. Шумпетер И. Теория эффективной конкуренции» – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – <http://orbook.ru/index-5439.htm>