

## **Завдання для самостійного виконання по темі 9**

*Завдання 1.* Розберіться в основних поняттях з теми, що розглядається, та використавши в тому числі і їх, складіть кросворд мінімум на 20 слів.

Належно складений кросворд із запитаннями та відповідями на них надішліть на електронну пошту викладача напередодні проведення практичного заняття

*Завдання 2.* На підприємстві з виробництва будівельних матеріалів середньої потужності склалася критична ситуація: продукція не знаходила достатньо-го збуту, на складах накопичилася значна кількість будівельних матеріалів, які виявилися нереалізованими. Це спричинило зниження обсягу виручки від реалізації продукції, яка випускається підприємством, зростання кредиторської заборгованості, перебої з виплатою заробітної плати, що стало однією з причин плинності кадрів, зниження обсягів виробництва, погіршення якості продукції, що випускається. Таким чином, намітилася явно виражена тенденція до погіршення економічного становища організації, зниження її виробничих можливостей, ослаблення позицій на ринку збуту продукції.

Засновниками було прийнято рішення про заміну директора підприємства. Новопризначений директор, після уважного вивчення стану справ на виробництві, зрозумів, що однією з основних причин невдач стала неефективна система управління і реорганізацію організації необхідно починати із заміни керівного складу, від якого залежать результати виробничої діяльності.

Погана координація виробничих і збутових служб, дублювання в роботі функціональних підрозділів, недостатнє стимулювання праці робітників, напружені відносини між працівниками на технологічно взаємо-пов'язаних дільницях, а головне – відсутність порозуміння між усіма працівниками стратегії розвитку організації вимагали впровадження невідкладних заходів.

*Питання:*

1. Які методи необхідно застосувати новому директору, щоб вивести підприємство із критичного стану?
2. Сформулюйте стратегію організації.
3. Складіть план заходів щодо поліпшення збутової політики організації.

Виконане завдання надішліть на електронну пошту викладача напередодні проведення практичного заняття

*Завдання 2.* За офіційним даними, на українському виноробному ринку сього-дні працюють: ПАТ «Коблево», ЗАТ «Київський завод шампанських вин «Столичний», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», ДП «Харківський завод шампанських вин», ЗАТ Одесавинпром ТМ «Французький бульвар», ТОВ Агрофірма «Золота балка», ТОВ «Промислово-торгова компанія «Шабо», ООО «Фрут Мастер Фудс» (ТМ «Котнар») та ін. Виробники, чия частка становить менше 5 %, відносяться до категорії «інші». Усі разом вони випускають понад 160 найменувань продукції.

Але серед нових конкурентів слід виділити: ЗАТ «Одесавинпром» з ТМ «Французький бульвар»; ВАТ АПФ «Таврія» (підрозділ «Першого виноробного холдингу», який розпочав випуск продукції ТМ *Inkerman*); ТОВ «Фрут Мастер Фудс» (ТМ «Котнар»).

Найбільш відомі виробники:

*Висока частка ринку (11–50 %):*

1. ПАТ «Коблево»;
2. ДП «Харківський завод шампанських вин»;
3. ЗАТ Київський завод шампанських вин «Столичний»;
4. ТОВ Агрофірма «Золота балка»;
5. ЗАТ Одесавинпром ТМ «Французький бульвар».

*Середня частка ринку (6–10 %)*

6. ЗАТ «Одеський завод шампанських вин»;
7. ТОВ «Промислово-торгова компанія «Шабо»;
8. ВАТ АПФ «Таврія».

*Низька частка ринку (0–5 %)*

9. ПРАТ Ізмайлівський винзавод;
10. ЗАТ Одеський коньячний завод;
11. ТОВ НВП Нива;
12. Виробники, чия частка складає менше 5 %, винесені в категорію «інші».

Високими параметрами ціна/якість (ціна продукції від 45 грн та вище) відрізняються організації № 1, 3, 5; середніми параметрами ціна/якість (ціна продукції від 35–45 грн) – № 2, 4, 6, 7, 8; низькими параметрами ціна/якість (до 35 грн) – № 9, 10, 11, 12.

Найбільш популярними брендами продукції та найширшим асортиментом шампанських вин (більше 8 найменувань) володіють організації № 1, 3, 5; середньою популярністю користуються бренди продукції підприємств: № 2, 4, 6, 7, 8 (мають 6–8 найменувань); вузький асортимент (до 6 найменувань) та найслабкіша популяризація брендів у підприємств – № 9, 10, 11, 12.

Слід зазначити про значний вплив підприємств, що виробляють енергетичні напої та міцні алкогольні напої, як товари-замінники винної продукції.

*Питання:*

Зробіть діагностику конкурентних позицій підприємств-суперників ринку шампанських вин за допомогою методу картування стратегічних груп.

Виконане завдання надішліть на електронну пошту викладача напередодні проведення практичного заняття