

## Силабус з дисципліни «Конкурентоспроможність харчових продуктів»

Кафедра менеджменту та державної служби

Назва навчальної дисципліни	<i>Конкурентоспроможність харчових продуктів</i>
Мова викладання	українська
Курс та семестр вивчення	3 курс, 5 семестр, Освітня програма «Харчові технології та інженерія», рівень перший (бакалаврський)
Викладач	Повна Світлана Вікторівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту і державної служби
Профайл викладача	<a href="https://scholar.google.com.ua/citations?user=o2KqB1MAAAAJ&amp;hl=uk">https://scholar.google.com.ua/citations?user=o2KqB1MAAAAJ&amp;hl=uk</a>
Контакти викладача	svitlanapovna@gmail.com

### 1. Анотація курсу.

Курс „Конкурентоспроможність харчових продуктів” призначений для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 181 «Харчові технології».

#### **Змістовий модуль 1. Сутність конкурентоспроможності та конкурентних переваг**

##### **Тема 1. Сутність конкурентоспроможності продукції та підприємства**

Сутність і види економічної конкуренції. Визначення поняття «економічна конкуренція». Об’єкт, суб’єкт і предмет економічної конкуренції. Види економічної конкуренції: внутрішньогалузева / міжгалузева, цінова / нецінова, конкуренція продавців / покупців. Рівні конкуренції: міжфірмова, міжгалузева, міждержавна, міжрегіональна. Внутрішньо-організаційна конкуренція. Глобальна конкуренція.

Конкурентоспроможність суб’єкта конкуренції та її основні ознаки. Взаємозв’язок категорій «риннок», «конкуренція» та «конкурентоспроможність». Сутність і види ринків. Моделі ринкової поведінки підприємства: агресія, суперництво, індивідуалізм, рівність, кооперація, альтруїзм. Типи ринкових структур і властивий їм характер конкурентних відносин. Розмаїття трактувань поняття «конкурентоспроможність». Класифікація об’єктів, що характеризуються такою властивістю, як конкурентоспроможність. Основні ознаки конкурентоспроможності.

Еволюція поглядів на конкуренцію та джерела набуття підприємствами конкурентних переваг. Опрацювання теорії конкуренції класичною та неокласичною школами політекономії. Ринковий напрям теорії конкурентних переваг. Ресурсний напрям теорії конкурентних переваг.

##### **Тема 2. Конкурентне середовище підприємства**

Основні складові конкурентного середовища. Сутність, склад і структура конкурентного середовища підприємства. Модель «п’яти сил конкуренції» М. Портера та її елементи (суперництво між існуючими конкурентами, загроза входження нових фірм у галузь, здатність покупців збивати ціну, здатність постачальників завищувати ціну, загроза заміщення товарів) як основні чинники конкурентного середовища.

Державна політика в сфері регулювання конкуренції. Державне регулювання конкуренції як «шостий» чинник конкурентного середовища. Основні елементи державної політики регулювання конкуренції в Україні. Закони та підзаконні акти, що регулюють конкурентні відносини в Україні.

Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції. Рушійні сили ринку та причини змін умов конкуренції. Чинники, що впливають на силу конкурентної боротьби. Методика оцінювання інтенсивності конкуренції: за розподілом ринкових часток між конкурентами; за темпами зростання ринку; за рентабельністю ринку. Показники концентрації виробництва в галузі.

Аналіз діяльності конкурентів. Сутність поняття «галузь»; необхідність і структура аналізу галузі. Сутність поняття «конкурент»; визначення та типологія конкурентів. Інформаційне забезпечення та структура аналізу діяльності конкурентів. Методика побудови та інтерпретації конкурентної карти ринку. Методика побудови та інтерпретації карти стратегічних груп.

### **Тема 3. Конкурентні переваги підприємства**

Сутність і співвідношення понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги». Ключові чинники успіху: поняття та класифікація. Зовнішній аспект забезпечення конкурентних переваг: ринкові чинники успіху. Внутрішній аспект забезпечення конкурентних переваг: ключові компетенції. Тактичні та стратегічні чинники конкурентної переваги підприємства. Ступінь задоволення споживача як головна детермінанта успіху в конкурентній боротьбі. Конкурентна перевага як результат реалізації підприємством ключових чинників успіху.

Властивості конкурентних переваг. Порівняльний характер конкурентних переваг. Залежність конкурентних переваг від конкретних умов і причин. Підкорення конкурентних переваг неоднозначному впливу різноманітних чинників. Життєвий цикл конкурентної переваги.

Сфери формування та реалізації конкурентних переваг. Формування та реалізація конкурентних переваг підприємства: внутрішня та зовнішня сфери. Концепція «ланцюга створення вартості» та її застосування у процесі формування конкурентних переваг. Концепція «стратегічних зон господарювання» та її застосування при реалізації конкурентних переваг.

Види та джерела формування конкурентних переваг. Класифікація конкурентних переваг за критеріями: відношення до системи (підприємства); сфера прояву; джерела створення та можливість імітації; тривалість дії; місце формування; вид ефекту, який отримує підприємство від реалізації переваги. Продуктивність, якість, гнучкість та інновації як специфічні стадії еволюції джерел формування конкурентних переваг упродовж 20 ст. Взаємозв'язок базової стратегії конкуренції та конкурентних переваг.

### **Тема 4. Конкурентні стратегії**

Система конкурентних стратегій підприємства. Сутність поняття «конкурентна стратегія». Співвідношення та взаємозв'язок конкурентної стратегії з іншими стратегіями організації. Склад системи конкурентних стратегій підприємства. Найбільш поширені класифікації стратегій ринкової конкуренції (підхід Ф. Котлера, підхід П. Друкера, підхід І. Ансоффа, підхід М. Портера тощо).

Стратегії надбання конкурентної переваги (загальні стратегії конкуренції). Генеричні стратегії конкуренції (канонічний підхід М. Портера): стратегія найменших сукупних витрат, стратегія диференціації, стратегія зосередження. Базові стратегії конкуренції – 1 (модифікація підходу М. Портера): стратегія лідерства по витратах, стратегія широкої диференціації, стратегія оптимальних витрат, сфокусована стратегія на базі низьких витрат, сфокусована стратегія на базі диференціації продукції. Базові стратегії конкуренції – 2 (доповнення та розвиток підходу М. Портера): зниження собівартості, диференціація продукту, сегментування ринку, впровадження інновацій,

негайне реагування на потреби ринку.

Стратегії конкурентної поведінки підприємства. Основні різновиди наступальних і захисних стратегій. Кооперація як сучасний варіант конкурентної поведінки підприємств.

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія. Основні складові стратегії забезпечення конкурентоспроможності: товарно-ринкова, ресурсно-ринкова, технологічна, інтеграційна, інвестиційно-фінансова, соціальна, управлінська стратегії.

Ситуаційне проектування конкурентної стратегії. Принципи формування конкурентної стратегії. Основні етапи процесу розроблення стратегії конкуренції. Проектування стратегії конкуренції для підприємств з різним ступенем домінування на ринку. Проектування стратегії конкуренції для підприємств різних розмірів, сфер діяльності, організаційно-правових форм. Адаптація стратегії конкуренції до особливостей структури конкурентного середовища. Адаптація стратегії конкуренції до особливостей динаміки ринку.

## **Змістовий модуль 2. Управління конкурентоспроможністю харчових продуктів**

### **Тема 5. Конкурентоспроможність продукції та методи її оцінювання**

Критерії та чинники конкурентоспроможності товару. Сутність поняття «конкурентоспроможність товару». Конкурентоспроможність продукції та послуг – основа формування конкурентоспроможності підприємства. Критерії конкурентоспроможності товарів: рівень якості продукції, споживча новизна, імідж, інформативність, ціна. Чинники, що визначають конкурентоспроможність товару на ринку: зовнішні / внутрішні; нетоварні / товарні.

Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Принципи та загальний порядок оцінювання конкурентоспроможності товарів. Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності товарів. Методики кількісного оцінювання конкурент – основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності. Оптимізація співвідношення ціни, якості та обслуговування як основна мета управління конкурентоспроможністю товару. Роль стандартизації, сертифікації та систем якості в забезпеченні конкурентоспроможності товарів.

Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару. Системний, відтворювальний, комплексний, функціональний підходи. Структура та підсистеми управління конкурентоспроможністю продукції (послуг). Основні напрями забезпечення конкурентоспроможності продукції.

### **Тема 6. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства**

Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. Сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства». Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства на внутрішніх і зовнішніх ринках. Аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства: виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, організаційно-культурний, кадровий, управлінський.

Методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Принципи та загальний порядок оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Показники, що характеризують конкурентоспроможність підприємства. Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Базове визначення сутності поняття «управління конкурентоспроможністю». Мета управління конкурентоспроможністю підприємства. Система управління конкурентоспроможністю підприємства: основні елементи та їх взаємозв'язок, організаційна побудова. Загальні та специфічні функції управління конкурентоспроможністю. Етапи процесу управління конкурентоспроможністю. Цикл управління конкурентоспроможністю.

Специфічні особливості забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організацій різних типів. Типологія бізнес-організацій за різними ознаками (розмір, організаційно-правова форма, галузева приналежність, характер орієнтації тощо) та відповідні підходи до формування та підтримки їхніх конкурентних переваг.

### **Тема 7. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності**

Концепція розроблення та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства. Концепція розроблення та основні елементи програми підвищення конкурентоспроможності (організаційні форми підвищення конкурентоспроможності, сфери підвищення конкурентоспроможності, прийоми та методи підвищення конкурентоспроможності). Зовнішні та внутрішні передумови, що визначають необхідність розроблення програм підвищення конкурентоспроможності. Програми підвищення продуктивності та якості як складові програм підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності. Основні етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності: визначення та впорядкування пріоритетності цілей; конкретизація цілей та діагностика ресурсних і часових обмежень; формулювання стратегій реалізації програми; планування дій та визначення фаз програми; створення організаційної структури програми; встановлення методів і вибір інструментарію виміру досягнутих результатів; визначення витрат, пов'язаних із реалізацією програми; оцінювання ефективності запропонованих заходів. Реалізація програми підвищення конкурентоспроможності та моніторинг її перебігу.

Програми підвищення конкурентоспроможності галузі та країни. Вітчизняний підхід до забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. Міжнародний досвід реалізації програм підвищення конкурентоспроможності.

### **Тема 8. Менеджмент якості як фундамент забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства**

Ідеологія менеджменту якості. Якість як економічна категорія. Цілі, принципи та функції управління якістю. Еволюція підходів до управління якістю. Концепція TQM як ефективний спосіб управління бізнесом. Цикл управління в моделі TQM. Якість і конкурентоспроможність: мікро- і макроаспекти.

Інструментарій управління якістю. Класифікація методів менеджменту якості. Класичні та сучасні методи менеджменту якості. Використання статистичних методів у сфері управління якістю. Основні інструменти контролю якості. Основні інструменти управління якістю. Метод структурування функції якості (QFD). Реалізація методу QFD у концепції «Будинок якості».

Система управління якістю. Елементи системи управління якістю. Побудова процесної моделі підприємства. Застосування методів організаційного інжинірингу у процесі розроблення системи якості. Зміст етапів зі створення системи якості. Документація, що регламентує процеси в системі управління якістю.

Забезпечення ефективного функціонування системи управління якістю. Стандартизація та сертифікація як основа забезпечення управління якістю. Організаційно-правове забезпечення. Правове регулювання якості продукції з урахуванням вимог держави і споживачів. Правове забезпечення захисту прав і інтересів споживачів.

Якість – всесвітнє поле конкуренції на початку 21 століття. Лідерство компаній на основі якості – ключова ідея сучасного бізнесу. Досвід застосування моделі TQM провідними компаніями світу. Конкурси та премії якості як інструменти визнання конкурентоспроможності продукції та послуг.

## **2. Мета та цілі курсу.**

Метою викладання навчальної дисципліни *“Конкурентоспроможність харчових продуктів”* є формування у ЗВО знань і вмінь щодо використання методів аналізу конкурентоспроможності продукції і підприємства, а також розробки програм підвищення конкурентоспроможності.

Предмет вивчення – теоретичні та практичні аспекти процесу забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємства.

Під час вивчення дисципліни здобувач вищої освіти (ЗВО) має набути або розширити наступні загальні (ЗКх) та фахові (ФКх) компетентності, передбачені освітньою програмою:

ЗК 01. Знання і розуміння предметної області та професійної діяльності

ЗК 02. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 05. Здатність до пошуку та аналізу інформації з різних джерел

ФК 12. Здатність формувати комунікаційну стратегію в галузі харчових технологій, вести професійну дискусію

Основними завданнями вивчення дисципліни *“Конкурентоспроможність харчових продуктів”* є:

- 1) Вивчення сутності конкурентоспроможності продукції та підприємства
- 2) Вивчення складових конкурентного середовища підприємства;
- 3) Вивчення змісту конкурентних переваг підприємства;
- 4) Вивчення видів конкурентних стратегій;
- 5) Вивчення складових системи та процесу управління конкурентоспроможністю підприємства;
- 6) Вивчення впливу менеджменту якості на забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
- 7) Практичне засвоєння методів оцінки конкурентоспроможності продукції;
- 8) Практичне засвоєння методу аналізу конкурентоспроможності підприємства, використовуючи матрицю SWOT-аналізу.

## **3. Результати навчання.**

Під час вивчення дисципліни ЗВО має досягти або вдосконалити наступні програмні результати навчання (ПРН), передбачені освітньою програмою:

ПРН 1. Знати і розуміти основні концепції, теоретичні та практичні проблеми в галузі харчових технологій.

ПРН 2. Виявляти творчу ініціативу та підвищувати свій професійний рівень шляхом продовження освіти та самоосвіти.

ПРН 3. Уміти застосовувати інформаційні та комунікаційні технології для інформаційного забезпечення професійної діяльності та проведення досліджень прикладного характеру.

ПРН 4. Проводити пошук та обробку науково-технічної інформації з різних джерел та застосовувати її для вирішення конкретних технічних і технологічних завдань.

ПРН 14. Підвищувати ефективність виробництва шляхом впровадження ресурсоощадних та конкурентоспроможних технологій, аналізувати стан і динаміку попиту на харчові продукти.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- 1) сутність конкурентоспроможності продукції та підприємства;
- 2) складові конкурентного середовища підприємства;
- 3) зміст конкурентних переваг підприємства;
- 4) види конкурентних стратегій;
- 5) складові системи та процесу управління конкурентоспроможністю підприємства;
- 6) вплив менеджменту якості на забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

**вміти :**

- оцінювати конкурентоспроможність продукції;
- аналізувати конкурентоспроможність підприємства, використовуючи матрицю SWOT-аналізу;
- розробляти програму підвищення конкурентоспроможності продукції.

**4. Обсяг курсу: 4 кредити (120 годин).**

Вид заняття	Загальна к-сть годин
лекції	16
практичні заняття	14
самостійна робота	90

**5. Пререквізити. –**

**6. Система оцінювання та вимоги**

Загальна система оцінювання курсу	Рейтингове оцінювання за 100-бальною системою: поточний контроль – 60 балів (захист практичних робіт, результати тестових завдань з кожного змістового модуля). Підсумковий контроль – 40 балів (екзамен).
Вимоги до реферату, РГР, КР,КП тощо	Контрольна робота передбачає розгляд теоретичного питання та оцінку конкурентоспроможності обраного виду харчового продукту
Практичне заняття	Кожне практичне заняття оцінюється максимально у 5 балів за умови виконання індивідуального завдання та захисту практичної роботи
Умови допуску до підсумкового контролю	ЗВО допускається до екзамену за умови захисту всіх практичних робіт і здачі модульних контролів. У разі, якщо протягом семестру ЗВО не набрав 35 балів, то йому

	дозволяється перескладання модульних контролів, які носять тестовий характер.
--	---

## 7. Політики курсу

У випадку, коли протягом семестру мінімальна кількість балів (35) набрана і здано всі передбачені програмою методи контролю, то модульні КР не перескладаються і підвищення балів можливо лише за рахунок кращої підготовки до екзамену.

### ***Політика академічної доброчесності***

Академічна доброчесність повинна бути забезпечена під час проходження даного курсу, зокрема, списування під час проміжного та підсумкового контролів, виконання практичних завдань на замовлення, підказки вважаються проявами академічної недоброчесності. Від усіх слухачів курсу очікується дотримання академічної доброчесності у зазначених вище моментах. До студентів, у яких було виявлено порушення академічної доброчесності, застосовуються різноманітні дисциплінарні заходи (включаючи повторне проходження певних етапів) згідно з Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка» <https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/06/kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti-nova-redakciya.pdf>

### ***Політика користування ноутбуками / смартфонами***

Прохання до здобувачів тримати смартфони переведеними у беззвучний режим протягом лекційних, лабораторних та практичних занять, так як дзвінки, переписки та спілкування у соціальних мережах відволікають від проведення занять як викладача, так й інших здобувачів. Ноутбуки, планшети та смартфони не можуть використовуватися в аудиторіях під час проведення підсумкового контролю.

### ***Політика відвідування та відпрацювання пропущених занять***

Відвідування всіх занять є обов'язковим. ЗВО, які навчаються за індивідуальним графіком, можуть звільнятися тільки від відвідування лекційних занять. Для тих ЗВО, які пропустили хоча б одне практичне заняття, проводиться процедура відпрацювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватися в он-лайн формі або у змішаній формі за погодженням із викладачем.

### ***Правила перезарахування кредитів***

Кредити, отримані в інших закладах вищої освіти за даною спеціальністю з освітніх компонент, спрямованих на отримання відповідних компетенцій можуть бути перезараховані викладачем у відповідності до положення «Порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін у НУ «Чернігівська політехніка» <https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/07/poryadok-vyznachennya-akademichnoi-riznyci-ta-vyznannya-rezultativ-poperednogo-navchannya.pdf>

шляхом співставлення отриманих програмних результатів навчання та компетентностей.

## 8. Рекомендована література

1. Аналіз конкурентного середовища. Конкурентоспроможність та конкурентні переваги // Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / М.П. Бутко, М.Ю. Дітковська, С.М. Задорожна, Н.В. Іванова, І.М. Олійченко, Л.Д. Оліфіренко, Т.В. Пепа, С.В. Повна, Ю.В. Шабардіна, О.М. Шевченко. - К. : Центр учбової літератури, 2016. - С.86-179.
2. Управління конкурентоспроможністю в громадському харчуванні. // Менеджмент громадського харчування : підручник: допущено МОН України / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька. - К. : КНТЕУ, 2001. - С.373-461.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах : колективна монографія / за заг. ред. М. В. Шарко. - Херсон : Вишемирський В. С., 2016. - 177 С.

4. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Підручник/ Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 320 с.
5. Shvidanenko, O. Innovative component of the strategy of competitiveness of global brands = Інноваційна компонента стратегії конкурентоспроможності глобальних брендів / О.А. Shvidanenko, Iu.S. Gurova, T.G. Busarieva // Науковий вісник Полісся : наук. екон. журн. / редкол.: С. М. Шкарлет (голов. ред.) та ін.. Ч. 2 - Чернігів : РВВ ЧНТУ, 2018. - С. 198-204.