

СТРУКТУРА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
“УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВ”

Дисципліна – “Управління якістю і конкуренто- спроможністю підприємств”	Галузь знань, спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань 07 “Управління та адміністрування”	Дисципліна циклу професійної підготовки
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність 073 «Менеджмент», 074 «Публічне управління та адміністрування»	Рік підготовки: <i>Денна – 1</i> <i>Заочна – 1</i> Семестр: <i>Денна – 1</i> <i>Заочна – 1, 2</i>
Кількість змістовних модулів – 3	Рівень вищої освіти – другий (магістерський)	Лекції: <i>Денна – 30 год.</i> <i>Заочна – 16 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 15 год.</i> <i>Заочна – 8 год.</i>
Загальна кількість годин – 150 год.		Самостійна робота: <i>Денна – 96 год.;</i> <i>Тренінг – 4 год.</i> <i>Заочна – 126 год.</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 5 год.</i>
Тижневих годин: Денна форма навчання 1 семестр – 10 год., з них аудиторні – 3 год.		Вид підсумкового контролю – іспит

МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ»

Мета дисципліни: сформувати у студентів теоретичні знання та практичні навички щодо управління якістю продукції (послуг) та конкурентоспроможністю фірм, підприємницьких структур, торгівельних організацій та ін. суб'єктів господарювання у сучасних економічних умовах.

Предмет дисципліни: сучасні концепції, методичні підходи до управління якістю і конкурентоспроможністю підприємств.

Місце дисципліни в навчальному процесі підготовки магістрів. Теоретичною і методичною базою вивчення питань якості та конкурентоспроможності є підприємництво, економіка та управління торговим підприємством, менеджмент, маркетинг, міжнародна економіка, стандартизація і сертифікація товарів і послуг, інноваційна діяльність у підприємстві, основи євроінтеграції, мікроекономіка та макроекономіка.

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ
«УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВ»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ЯКІСТЬ, КОНКУРЕНЦІЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

І КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

**ТЕМА 1. ЯКІСТЬ, КОНКУРЕНЦІЯ
І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ**

Формування і розвиток теорії конкуренції. Поняття і закон конкуренції. Види конкуренції: а) за рівнем втручання держави: вільна, регульована; б) за характером конкурентної боротьби: внутрігалузева, міжгалузева, міжнародна; в) за ступенем інтенсивності конкуренції: приваблива, помірна, жорстка для об'єкта конкуренції, жорстка для суб'єкта конкуренції.

Рівні конкуренції: місцевий (у групі, відділі, організації); регіональний (в районі, місті, області); національний (в країні); міжнаціональний (в кількох країнах); глобальний (в світовому масштабі без чітко окреслених країн).

Форми конкуренції: досконала (чиста), недосконала (монополістична, олігополістична тощо).

Цінова і нецінова конкуренція. Форми нецінової конкуренції: конкуренція між альтернативами (субститутами, новими продуктами і потребами, нове застосування старих продуктів); боротьба за винаходи, відкриття, розвиток виробництва нових або вдосконалення старих продуктів, вдосконалення методів управління і збуту; поява нових підприємств і підприємницьких структур в уже існуючих сферах діяльності; розширення географічного середовища конкуренції; конкуренція всередині окремих об'єднань між їх складовими частинами (цехами, філіалами та ін.), між різними продуктами одного концерну або між різними функціями (інженерами і комерсантами) однієї компанії; реклама як інтегральна і головна функція конкуренції.

Методи конкуренції: а) на основі критерію підвищення якості товару; б) на основі зниження ціни; в) на основі критерію підвищення якості сервісу товару; г) на основі зниження експлуатаційних витрат у споживача товару; д) на основі використання всіх конкурентних переваг суб'єкта і об'єкта.

Переваги і недоліки конкуренції.

Конкурентна боротьба. Чинники конкурентної боротьби: обсяг ринку, темпи зростання ринку, потужності фірми, вхідні і вихідні ринкові бар'єри, ціна, рівень стандартизації товарів, мобільні технологічні модулі, вимоги до обсягів необхідних капітальних вкладень, інтегрованість фірми, економія на масштабі, швидкість оновлення асортименту продукції.

Загальне поняття якості та її зв'язок з конкурентоспроможністю.
Концепція якості.

Література: 27, 31, 36, 46, 54, 60, 65, 71.

ТЕМА 2. КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФІРМИ ТА ЙОГО ДІАГНОСТИКА

Конкурентне середовище фірми: поняття та складові елементи. Сучасні погляди на формування і розвиток конкурентного середовища фірм. Класифікація конкурентного середовища. Зовнішнє та внутрішнє конкурентні середовища фірми. Модель п'яти сил конкуренції М.Портера. Сфери і фактори конкурентного макросередовища фірми. Чинники і показники конкурентного мікросередовища фірми. Методичні аспекти діагностики конкурентного середовища фірми.

Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції. Аналіз діяльності конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку.

Література: 5, 8, 11, 16, 18, 19, 22, 35, 44, 46, 48, 53, 54, 57, 65, 71.

ТЕМА 3. РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНЯХ

Система конкурентного законодавства України. Конституція України про основи конкуренції та обмеження монополізму. Законодавчі акти України щодо регулювання конкуренції та його еволюція. Антимонопольне регулювання ринку. Господарський кодекс України про обмеження монополізму та захист суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції. Антимонопольний комітет та правові основи його діяльності. Рада конкурентоспроможності України та її діяльність.

Види і суть порушень законодавства про захист економічної конкуренції.
Відповідальність за порушення конкурентного законодавства.
Зарубіжний досвід регулювання конкуренції.

Література: 6, 7, 14, 19, 21, 23, 24, 25, 26, 34, 36, 38, 54, 56.

ТЕМА 4. ІЄРАРХІЧНА СТРУКТУРА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Якість як категорія ієрархічна. Петля якості та модель життєвого циклу.
Етапи петлі якості, їх зв'язок з конкурентоспроможністю.

Конкурентоспроможність: поняття, різновиди (конкурентоспроможність національної економіки, конкурентоспроможність регіону, конкурентоспроможність галузі, конкурентоспроможність фірми, конкурентоспроможність товару).

Конкурентоспроможність національної економіки (країни), її складові. Правило ромба для конкурентних переваг країни. Роль держави у забезпеченні конкурентоспроможності національної економічної системи. Розвиток інституційного середовища як запорука конкурентоспроможності держави. Глобалізація як використання вибіркового конкурентних переваг в інших країнах. Вплив глобалізаційних процесів на конкурентоспроможність національних економік з різним ступенем розвитку. Конкурентоспроможність української економіки: реалії та перспективи.

Конкурентоспроможність регіону. Чинники конкурентоспроможності регіону: конкурентоспроможність країни; природно-кліматичні, географічні, екологічні, соціально-економічні параметри регіону; підприємницька і інноваційна активність регіону; рівень відповідності інфраструктури регіону міжнародним параметрам; рівень міжнародної інтеграції і кооперації регіону.

Конкурентоспроможність галузі. Зовнішні і внутрішні чинники конкурентоспроможності галузі. Показники конкурентоспроможності галузі.

Конкурентоспроможність фірми, поняття та характер. Складові конкурентоспроможності фірми: а) конкурентоспроможність персоналу; б) конкурентоспроможність організації; в) конкурентоспроможність технології; г) конкурентоспроможність продукції (послуг).

Поняття конкурентоспроможності продукції та її основні чинники. Підходи у трактуванні конкурентоспроможності продукції. Якість і конкурентоспроможність продукції.

Література: 3, 4, 10, 11, 18, 19, 20, 35, 36, 41, 46, 50, 53, 54, 57, 71.

ТЕМА 5. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ І КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФІРМИ

Поняття конкурентних переваг фірми. Види конкурентних переваг.

Формування конкурентних переваг фірми. Типові стратегії фірм у досягненні конкурентних переваг. Характерні чинники конкурентних переваг різних фірм: персонал, організація, товар, послуги.

Формування конкурентних переваг фірми на основі її ексклюзивних цінностей. Побудова ланцюжка для отримання ефекту від конкурентної переваги. Бенчмаркінг у забезпеченні конкурентоспроможності фірми.

Прогнозування конкурентної переваги фірми. Економічне обґрунтування конкурентних переваг.

Потенціал конкурентоспроможності фірми (підприємства): поняття, чинники та їх взаємозв'язок. Принципи і методи оцінювання потенціалу конкурентоспроможності фірми. Елементи потенціалу конкурентоспроможності фірми: потенціал персоналу, потенціал матеріально-технічної бази, потенціал фінансових ресурсів, інвестиційний потенціал, потенціал інформаційної бази, управлінський потенціал, потенціал організаційної структури, потенціал корпоративної культури та ін. Інформаційна система оцінки потенціалу конкурентоспроможності фірми. Оцінювання потенціалу конкурентоспроможності з використанням SWOT-аналізу, STEP/PEST-аналізу, ЕТОМ-аналізу, QUEST-аналізу, SPACE-аналізу.

Управління потенціалом конкурентоспроможності фірми. Напрями підвищення потенціалу конкурентоспроможності фірми.

Література: 2, 12, 17, 28, 29, 31, 32, 46, 51, 53, 58, 65, 70, 71.

ТЕМА 6. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ФІРМИ

Класифікація і сутність основних методів управління конкурентними перевагами фірми. Методи оцінки конкурентних переваг: модель Бостонської консалтингової групи, модель Гофера/Шенделя, метод «Мак-Кінзі», метод Shell/DPM, метод LOTS, метод PIMS, ситуаційний аналіз, метод М.Портера. Аналіз конкурентних переваг за Ж.-Ж.Ламбенем.

Аналіз причин і умов виникнення конкурентних переваг: порівняльний аналіз товарного стану, зіставлення практик ціноутворення і динаміки цін, оцінка фінансової стабільності, побудова конкурентної карти ринку і систематизація конкурентних переваг фірми.

Стратегії надбання конкурентної переваги. Загальні стратегії конкуренції. Напрями і фактори досягнення конкурентних переваг. Етапи розробки конкурентної стратегії фірми. Стратегії конкурентної поведінки фірми.

Ситуаційне проектування конкурентних переваг фірми. Колесо стратегії конкуренції. Етапи розробки і реалізації конкурентних стратегій фірми. Формування конкурентних переваг фірми на різних етапах життєвого циклу. Динаміка ринку і конкурентні переваги. Структура конкурентного середовища і конкурентні переваги.

Конкурентна позиція і конкурентні переваги.

Технологія та етапи забезпечення конкурентних переваг фірми. Встановлення системи чинників, що впливають на конкурентні переваги фірми. Методичні підходи оцінки ефективності конкурентних переваг фірми. Оцінка стійкості конкурентних переваг фірми. Загальна методика оцінювання конкурентних переваг фірми.

Організаційно-економічне забезпечення формування конкурентних переваг фірми: моніторинг конкурентних переваг фірми; розробка системи заходів щодо підтримання і розвитку існуючих конкурентних переваг фірми; організація процесу формування нових конкурентних переваг фірми.

Література: 2, 12, 17, 28, 29, 31, 32, 34, 43, 44, 46, 51, 53, 58, 68, 71.

ТЕМА 7. ЛАНЦЮЖОК ЦІННОСТЕЙ ФІРМИ В СИСТЕМІ КОНКУРЕНТНОГО УПРАВЛІННЯ

Загальне поняття цінності та концепція зони цінності. Зони цінності продукту: персоналізація, реалізація, ціна. Структура споживчої зони цінності.

Система цінностей фірми та їх класифікація. Види цінностей: матеріальні, нематеріальні, культурні, фінансові, духовні, природно-кліматичні, політичні. Зміст цінностей: якісні, вартісні, поведінкові, синергічні. Джерело або основа походження цінностей: суб'єктивні, об'єктивні. Спосіб існування цінностей: реальні, віртуальні. Сутність цінностей: базові, другорядні. Динамічність прояву цінностей: стратегічні, тактичні. Місце прояву цінностей: внутріорганізаційні, позаорганізаційні. Рівень стабільності цінностей: стійкі, нестійкі. Масштаби поширення цінностей: глобальні, локальні, індивідуальні.

Ланцюжок цінностей фірми. Основна та допоміжна діяльність у ланцюжку цінності фірми. Види діяльності із створення цінності. Ланцюжок цінностей і конкурентна перевага. М. Портер у трактуванні ланцюжка цінностей фірми. Процесний підхід у ланцюжку створення цінності. Система цінностей фірми, її рівні. Формування ефективного ланцюжка цінностей фірми у системі конкурентного управління.

Література: 4, 11, 18, 19, 29, 35, 41, 44, 46, 47, 48, 49, 53, 54, 69.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОЦІНЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ

ТЕМА 8. ЯКІСТЬ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДИ ЇХ ОЦІНЮВАННЯ

Показники якості продукції. Кваліметрія і методи оцінки якості продукції.

Параметри і показники конкурентоспроможності продукції. Методичні підходи в оцінюванні конкурентоспроможності продукції. Етапи оцінювання конкурентоспроможності продукції.

Диференціальний, комплексний та змішаний методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Методика оцінки конкурентоспроможності товару (послуги) на основі його ефективності і ринкових чинників. Методика оцінки конкурентоспроможності товару за системою 1111-5555.

Література: 4, 9, 11, 13, 18, 19, 35, 37, 41, 46, 53, 54, 55, 57, 65, 66, 70.

ТЕМА 9. СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Система управління якістю як чинник підвищення конкурентоспроможності фірми. Стандарти та системи управління якістю. Основні принципи системи управління якістю.

Міжнародні стандарти серії ISO 9000. Основні положення ДСТУ ISO 9000:2007. Вимоги до систем управління якістю.

Системний підхід в побудові системи управління якістю. Проектування систем управління якістю. Впровадження системи управління якістю. Забезпечення функціонування систем якості.

Встановлення відповідності систем управління якістю. Порядок та процедура сертифікації систем управління якістю. Аудит системи управління якістю відповідно до вимог ISO 19011.

Економічна ефективність системи управління якістю.

Література: 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72.

ТЕМА 10. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІРМИ

Вимоги і вихідні дані для оцінки конкурентоспроможності. Оцінка та аналіз конкурентоспроможності фірми на основі ієрархії її чинників.

Методика інтегральної оцінки конкурентних переваг фірми. Особливості оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів. Методика оцінки конкурентоспроможності персоналу.

Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності організації. Аналіз якості наукового супроводу. Аналіз компонентів виходу системи. Аналіз чинників макросередовища. Аналіз зовнішніх загроз і можливостей, сильних і слабких сторін організації. Аналіз якості керуючої підсистеми. Аналіз структури, змісту і зв'язків в системі управління фірмою. Аналіз ефективності використання ресурсів. Аналіз стійкості функціонування фірми. Встановлення стратегічних і тактичних чинників підвищення конкурентоспроможності фірми.

Література: 1, 4, 5, 9, 11, 12, 13, 18, 19, 35, 37, 41, 46, 53, 54, 55, 57, 60, 65, 70, 71.

ТЕМА 11. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Наукові основи концепції управління якістю і конкурентоспроможністю продукції фірми. Основні принципи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції фірми. Складові управління конкурентоспроможністю продукції. Основні методи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції.

Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару: комплексний підхід, функціональний підхід, відтворювально-еволюційний підхід, маркетинговий підхід, інтегральний підхід, системний підхід. Напрямки застосування функціонального і предметного підходів до удосконалювання продукції фірми.

Література: 4, 9, 11, 13, 18, 19, 35, 37, 41, 46, 53, 54, 55, 57, 65, 69, 70.

ТЕМА 12. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ФІРМИ

Наукові підходи в управлінні конкурентоспроможністю фірми: системний, інноваційний, комплексний, глобальний, маркетинговий, функціональний, структурний, ситуаційний, нормативний, оптимізаційний, директивний, ексклюзивний.

Управління якістю бізнес-процесів підприємницьких структур. Сутність і зміст управління якістю бізнес-процесів. Вимоги до якості та ефективності управлінських рішень. Параметри і вимоги для забезпечення якості та

ефективності управлінських рішень. Забезпечення порівняльності альтернативних варіантів управлінських рішень.

Управління якістю бізнес-процесів на основі провесно-цільового підходу. Аналіз стану та методів управління якістю бізнес-процесів. Аналіз стану впровадження системи управління якістю.

Методологічні основи забезпечення конкурентоспроможності стратегічних рішень. Технологія розробки і реалізації управлінських рішень.

Методи економічного обґрунтування конкурентоспроможності управлінських рішень.

Література: 1, 4, 5, 9, 11, 12, 13, 18, 19, 35, 37, 41, 46, 53, 54, 55, 57, 60, 65.

ТЕМА 13. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ФІРМИ

Особливості систем управління конкурентоспроможністю фірми у різних країнах.

Характерні риси японської системи управління конкурентоспроможністю. Методи управління конкурентоспроможністю японських виробників. Кайдзен-бліц в системі управління конкурентоспроможністю японських фірм.

Комплексне управління конкурентоспроможністю американських виробників.

Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі.

Література: 15, 16, 39, 45, 47, 52, 55, 56, 68, 69, 70.

ТЕМА 14. КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ФІРМИ

Загальні конкурентні стратегії за М. Портером. Моделі вибору підприємством стратегічної позиції у конкуренції. Стратегія лідерства за низькими цінами. Стратегія диференціації (диференціація на основі технічних переваг, диференціація на основі якості, диференціація на основі надання покупцям широкого набору послуг, диференціація на основі підвищення цінності грошей). Стратегія ринкової ніші (зосередження).

Формування товарно-ринкової стратегії фірми. Номенклатурна стратегія фірми як складова її товарної стратегії. Особливості розробки ресурсно-ринкової конкурентної стратегії фірми. Технологічна конкурентна стратегія фірми: формування і обґрунтування. Особливості формування фінансово-інвестиційної конкурентної стратегії фірми. Формування соціальної конкурентної стратегії фірми. Стратегія конкурентного управління фірмою.

Формування комплексної конкурентної стратегії фірми.

Література: 19, 27, 33, 35, 36, 37, 38, 40, 43, 45, 49, 53, 54, 59, 71.

ТЕМА 15. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Соціальна відповідальність як елемент конкуренції. Взаємозв'язок соціальної відповідальності бізнесу, якості продукціїх і конкурентоспроможності фірми. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю та конкурентоспроможністю підприємства. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.

Моделі корпоративного управління: ефективність соціальної відповідальності та конкурентоспроможність. Корпоративна соціальна відповідальність і управління конкурентоспроможністю бізнесу.

Світові тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Література: 30, 39, 57, 61, 62, 63.