

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет »

 В.Н. Шимов

« 25 » июня 2010 г.

Регистрационный № ТД-522-10/баз.

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Учебная программа для специальности

1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»

**Составители:** А.В.Локтев, доцент кафедры товароведения продовольственных товаров Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент.

**Рецензенты:**

Леменевская Л.В. - доцент кафедры экономики и естественно – научных дисциплин Учреждения образования Женский институт «ЭНВИЛА»..

Микулович Л.С. – доцент кафедры товароведения продовольственных товаров Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат с/х наук, доцент.

**Рекомендована к утверждению:**

Кафедрой товароведения продовольственных товаров Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 20.04. 2010 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 16.06.2010 г.).

Ответственный за выпуск: Локтев А.В.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Конкурентоспособность» - одна из важных специальных учебных дисциплин, формирующих профиль товароведов-экспертов в условиях рыночных отношений.

Изложение материала курса предполагает три аспекта: теоретический (сущность конкурентоспособности товаров, виды и методы конкуренции на рынке, показатели конкурентоспособности товаров), методологический (матричные методы оценки конкурентоспособности товаров, рейтинговая оценка, оценка потенциальной конкурентоспособности товаров) и практический (обобщение мирового опыта в области обеспечения конкурентоспособности новых товаров, а также товаров, выводимых на внешний рынок и выявления ряда аспектов, способствующих решению ряда проблем, касающихся обеспечения конкурентоспособности товаров: управление качеством продукции, стандартизация и сертификация продукции, услуг и систем качества).

Содержание курса является основой для методологического обеспечения курсовых, дипломных и научных студенческих работ, тематика которых имеет непосредственное отношение к излагаемым вопросам.

Значение и актуальность курса объясняется рядом обстоятельств. Во-первых, теория и практика обеспечения и оценки конкурентоспособности товаров и фирм в Республике Беларусь не получила должного развития. Во-вторых, в новых экономических условиях товары и потребители становятся главными объектами внимания на рынке как со стороны производителей, так и со стороны работников торговли. Поэтому важная задача последних - овладение методологией оценки и обеспечения конкурентоспособности товаров с тем, чтобы непосредственно влиять на производителей и защищать интересы потребителей.

**Цель преподавания дисциплины:** дать комплексное представление и раскрыть значимость обеспечения конкурентоспособности товаров и фирм, а

также вооружить будущих специалистов знаниями, умениями и навыками в области методики ее исследования, оценки, управления и прогнозирования.

**Основными задачами при изучении дисциплины являются:**

- дать будущим специалистам комплексное представление о конкурентоспособности;
- рассмотреть теоретические аспекты конкурентоспособности;
- дать четкое представление о показателях (критериях) и факторах конкурентоспособности товаров;
- ознакомить с порядком исследования, оценки (дать знания о методологии, принципах, порядке и методах оценки конкурентоспособности товаров и научить оценивать фактическую и потенциальную конкурентоспособности различных групп товаров) и прогнозирования конкурентоспособности товаров и научить комплексно ее анализировать;
- рассмотреть основные принципы обеспечения конкурентоспособности товаров через мероприятия по обеспечению и управлению качеством товаров; роль стандартизации и сертификации в обеспечении конкурентоспособности; специфику обеспечения конкурентоспособности новых товаров;
- ознакомиться с особенностями конкуренции фирм и отдельных групп товаров на международном рынке.

**В результате изучения дисциплины студенты должны:**

знать:

- теоретические аспекты конкурентоспособности товаров ;
- показатели (критерии) и факторы конкурентоспособности товаров;

методологию ее исследования, оценки, прогнозирования и комплексного анализа;

- основные виды деятельности по обеспечению конкурентоспособности товаров.

уметь:

- решать конкретные ситуации, связанные с обеспечением конкурентного преимущества тех или иных товаров.

иметь навыки:

- исследования, оценки, прогнозирования и комплексного анализа конкурентоспособности товаров;
- разработки стратегии по обеспечению конкурентоспособности товаров.

Данный курс требует от студентов некоторых базовых знаний, усвоение которых обеспечивается рядом дисциплин: «Основы маркетинга», «Прикладной маркетинг», «Менеджмент», «Теоретические основы товароведения», «Основы экономической теории», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Экономика торговли», «Организация внутренней и внешней торговли», «Основы экспертизы товаров», «Основы стандартизации, метрологии и сертификации товаров».

С учетом этого дисциплина является одной из важных на завершающем этапе подготовки специалистов.

Учебный план предусматривает для изучения дисциплины 34 часов, из них 10 часа аудиторных. Примерное распределение этих часов по видам занятий: лекций – 6 часов, лабораторных занятий – 4 часов. Ряд занятий планируется провести на предприятиях производства, торговли и выставках. Контроль знаний студентов осуществляется путем опросов, проведения коллоквиумов и практических занятий, а также в форме зачета.

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ  
«КОМКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»**

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Лекций	Лаб.зан.
1.	Введение		
2.	Конкуренция: виды • и методы, конкурентные силы		
3.	Теоретические аспекты конкурентоспособности товаров	2	
4.	Показатели (критерии) и факторы конкурентоспособности товаров	2	
5.	Исследование, оценка, прогнозирование и анализ конкурентоспособности товаров	2	4
6.	Обеспечение и управление конкурентоспособностью товаров		
7.	Обеспечение конкурентоспособности товаров и фирм на внешнем рынке		
Всего:		6	4

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **Тема 1. Введение**

Предмет дисциплины «Конкурентоспособность товаров», ее содержание и место в подготовке товароведов-экспертов. Вводные положения дисциплины. Предмет и задача дисциплины, ее содержание и место в подготовке коммерсантов. Связь с другими дисциплинами.

### **Тема 2. Конкуренция: виды и методы, конкурентные силы**

Типы (модели) рынков: совершенная конкуренция, чистая конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция и олигополия. Влияние типа рынка на интенсивность конкуренции. Виды конкуренции: функциональная, видовая, предметная, желания-конкуренты. Методы конкуренции: ценовая, неценовая, недобросовестная и «новая» конкуренция.

Конкуренция и конкурентные силы. Создание конкурентной среды.

### **Тема 3. Теоретические аспекты конкурентоспособности товаров**

Подходы к определению категории, их преимущества и недостатки. Теоретический анализ категории конкурентоспособность. Специфика категории конкурентоспособность. Основное условие обеспечения конкурентоспособности товаров. Основные сходства и различия конкурентоспособности товара и аналогичной характеристики производителя.

Маркетинговые исследования конкурентов - схема исследования Портера: диагностика конкурентной среды, оценка интенсивности конкуренции, анализ деятельности конкурентов. Формирование стратегии конкуренции.

#### **Тема 4. Показатели (критерии) и факторы конкурентоспособности товаров**

Классификация показателей конкурентоспособности товаров. Качественные показатели, их классификация. Классификационные и оценочные качественные показатели конкурентоспособности. Регламентируемые (экологические, патентно-правовые, показатели безопасности, совместимости и взаимозаменяемости) и сопоставительные (эргономические, эстетические, функциональные и показатели надежности в потреблении) оценочные показатели. Экономические показатели: единовременные и текущие затраты. Закон спроса и ценовая эластичность. Организационно-коммерческие показатели конкурентоспособности: связь с общественностью, упаковка, торговая марка. Методы определения измеряемых и неизмеримых показателей конкурентоспособности товаров: измерительный, регистрационный, расчетный, органолептический, экспертный, социологический и комбинированный методы.

Факторы конкурентоспособности товаров. Психологические факторы. Информационные факторы. Производственные факторы. Рыночные факторы. Сбытовые факторы. Сервисные факторы. Экономические факторы.

#### **Тема 5. Исследование, оценка, прогнозирование и анализ конкурентоспособности товаров**

Исследование конкурентоспособности товаров. Конкурентоспособность товаров как объект оценки. Цель и назначение оценки. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров. Обоснование методологических основ и основных этапов оценки и прогнозирования конкурентоспособности товаров. Оценка фактической и потенциальной конкурентоспособности товаров (определение единичных, группового и интегральных показателей конкурентоспособности товаров). Теория эффективной конкуренции, матричные методы оценки. Матрица роста - рыночной доли. Матрица привлекательности отрасли - положения на



рынке. Матрица направленной политики. Теория качества, рейтинговая оценка. Направления использования результатов оценки. Информационное обеспечение оценки. Прогнозирование конкурентоспособности товаров. Комплексный анализ конкурентоспособности товаров.

## **Тема 6. Обеспечение и управление конкурентоспособностью товаров**

Основные условия обеспечения конкурентоспособности товаров. Системный подход к обеспечению конкурентоспособности. Качество - основа обеспечения конкурентоспособности товаров. Основные сходства и различия понятий «качество» и «конкурентоспособность». Международные стандарты ИСО серии 9000: краткая характеристика, роль в обеспечении системного управления качеством. Сертификация продукции и систем качества. Международный опыт сертификации продукции и обеспечения ее конкурентоспособности (США, Япония, Германия, Великобритания, Франция, ЕС). Информационное обеспечение конкурентоспособности товаров.

Понятие новизны товаров. Критерии новизны. Стратегия разработки новых товаров. Причины неудач новых товаров. Основные этапы создания новых товаров: сбор идей, отсев идей, разработка концепции товара, предварительная экономическая оценка, разработка товара, испытания в рыночных условиях, коммерческое и производственное освоение. Организационно-коммерческая деятельность по продвижению новых товаров на рынок и прогнозирование их конкурентоспособности.

Роль технического обслуживания в обеспечении конкурентоспособности товаров. Основные принципы технического обслуживания. Виды технического обслуживания. До- и послепродажное обслуживание. Гарантийный и послегарантийный сервис. Обеспечение запасными частями.

Управление конкурентоспособностью товаров.

## **Тема 7. Обеспечение конкурентоспособности товаров**

### **на внешнем рынке**

Теория конкурентных преимуществ Майкла Портера. Основные сферы и особенности конкуренции в международных экономических отношениях. Комплексный анализ внешних рынков в системе «рынок - конкуренция - предприятие - товар». Анализ потенциала, доступности, восприимчивости и стабильности внешних рынков. Характерные ситуации при выходе на внешний рынок. Разработка стратегии работы на внешнем рынке с приоритетом ориентации на конкурентоспособность продукции. Анализ рыночных возможностей товара по основным направлениям: концепция товара, цена, качество, до- и послепродажное обслуживание, связь с общественностью и т.д. Резервы повышения конкурентоспособности товара на внешнем рынке. Конкуренция на международном рынке отдельных групп товаров. Особенности и формы конкуренции на мировом рынке (на примере конкретных товарных групп).

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Фурс, И.Н. Конкурентоспособность продовольственных товаров: Учебное пособие /И.Н. Фурс. – Минск: УП «ИВЦ Минфина», 2004 – 346 с.
- 2.О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека: Закон Республики Беларусь от 29 июня 2003 г., № 217-3 // Национальная экономическая газета. Приложение «Информбанк». – 2003. - № 54. – 22 августа. – С. 2-6.
- 3.Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов. Санитарные правила и нормы СанПиН 11 63 РБ 98. – Минск: ПолиБит, 1999. – 218 с.
- 4.Пищевые продукты. Информация для потребителя. Общие требования: Государственный стандарт Республики Беларусь. СТБ 1100- 2007. - Введ.: 10.01. 2007 – Минск: Государственный Комитет по стандартизации Республики Беларусь,2007. -26 с.

### Дополнительная

1. Лифиц, И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: Учебное пособие /И.М. Лифиц. – М.: Юрайт-Издаг, 2004. – 335 с.
- 2.Санько, Г.П. Монополия и конкуренция. / Г.П. Санько. – Минск: БГЭУ, 1999. –302 с.
3. Минько, Э.В. Качество и конкурентоспособность. / Э.В. Минько, М.Л. Кричевский. – СПб.: Питер, 2004. – 268 с.
4. Мазур, И.И. Управление качеством: Учебное пособие. / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – М.: Омега -Л, 2005. – 400 с.
5. Номаз, И.В. Прикладной маркетинг: Учебное пособие / И.В. Номаз, В.А. Михарева, С.А. Шингирей. – Минск: Выш. Школа, 2007. – 431 с.

6. Голубев, С.Г. Конкурентоспособность продукции. / С.Г. Голубев.— Минск: 2007. – 23 с.
7. Гурская, С.П. Правила торговли и защита прав потребителей./ С.П. Гурская. – Минск: Выш. Школа, 2007. – 190 с.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.  
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.  
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>