

де Z_{ip} – часткові параметри оцінювання конкурентоспроможності i -го підприємства; Z_{0p} – еталонне значення часткового параметра оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Завдання 2

Оцінити конкурентну силу та рівень конкурентоспроможності підприємства 1. Вихідна інформація про силу конкурентних позицій підприємства та його основних конкурентів наведена в таблиці. Шкала вимірювання – від 0 до 10 балів.

Результати експертного опитування конкурентоспроможності підприємства

Чинники конкурентоспроможності	Вага	Підприємство 1	Конкуренти			
			1	2	3	4
Якість продукції	0,10	8	5	10	1	6
Ділова репутація	0,10	8	7	10	1	6
Рівень витрат	0,20	5	10	3	1	4
Технічний потенціал	0,05	10	1	7	3	8
Розробка та реалізація інновацій	0,10	9	4	10	5	1
Кадровий потенціал	0,20	5	7	10	1	4
Фінансовий стан	0,15	5	10	7	3	1
Менеджмент	0,10	9	4	10	5	1

Зробити висновки.

Література: 2, 3, 10, 11, 13-18, 26, 27, 30-41, 43, 45-62.

Тема 10. Соціальна відповідальність і конкурентоспроможність підприємства.

План семінарського заняття

1. Економічна сутність соціальної відповідальності.
2. Основні засади концепції соціальної відповідальності підприємства.
3. Соціальна відповідальність як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
4. Роль консолідованої соціальної відповідальності в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.
5. Система заходів з підвищення рівня соціальної відповідальності та конкурентоспроможності підприємства.
6. Інструменти забезпечення соціальної відповідальності та конкурентоспроможності підприємства.

Запитання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте сутність поняття «соціальна відповідальність».
2. Які Вам відомі види соціальної відповідальності? Охарактеризуйте їх.

3. Назвіть спільні ознаки для видів соціальної відповідальності.
4. Які відмінності між юридичною та соціальною відповідальностями?
5. У чому полягає суть соціальної відповідальності підприємства?
6. Охарактеризуйте підходи до визначення сутності соціальної відповідальності підприємства.
7. Підсумуйте основні аргументи «за» і «проти» соціальної відповідальності підприємства.
8. Які Вам відомі моделі соціальної відповідальності підприємства? Охарактеризуйте їх.
9. Назвіть детерміновані обставини та інституціональні характеристики економіки і суспільства, що характерні для впливу соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства.
10. У чому полягає суть консолідованої соціальної відповідальності?
11. Охарактеризуйте модель консолідованої соціальної відповідальності суб'єктів конкурентних відносин.

Теми рефератів

1. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством.
2. Механізми та принципи системного підходу до формування забезпечення соціальної відповідальності та конкурентоспроможності підприємства.
3. Формування концепції соціальної відповідальності у бізнесі.
4. Взаємозв'язок соціальної відповідальності та конкурентоспроможності підприємства.
5. Особливості соціальної відповідальності сфери роздрібної торгівлі та її місце у забезпеченні конкурентоспроможності торговельного підприємства.
6. Стратегічні пріоритети підвищення рівня соціальної відповідальності та конкурентоспроможності підприємства.
7. Корпоративна соціальна відповідальність як комплексна, систематизована модель забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Тести

1. Оберіть визначення, яке не характеризує сутність поняття «соціальна відповідальність»:
 - а) вираз всієї багатоманітності соціальних відносин та узагальнений вираз всіх форм відповідальності;
 - б) обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом;
 - в) характеристика, яка відображає відповідність певної продукції конкретним потребам споживача, що охоплюють переваги й вимоги

споживчих властивостей продукції та витрати на її придбання порівняно з конкурентною продукцією, представленою на ринку в певний момент часу;

г) зовнішня негативна реакція з боку суспільства на нормопорушуючі дії суб'єкта, що руйнують соціальну комунікацію, і легітимна соціальна відповідь на неприпустиму поведінку через реалізацію принципу покарання.

2. Оберіть сутнісні характеристики, які не належать до соціальної відповідальності:

а) охоплює політичну, громадянську, партійну, виробничу, правову, моральну, сімейно-побутову відповідальності;

б) набуває ознак моральної, персональної, політичної, адміністративної відповідальностей;

в) визначає обсяг необхідних капіталовкладень у створення підприємства;

г) існує в різних видах та залежить від різновидів соціальних норм.

3. Які існують види соціальної відповідальності?

а) моральна, політична, корпоративна, релігійна;

б) правова, недобросовісна, державна;

в) товарна, інвестиційна, логістична, психологічна;

г) фінансова, економічна, інноваційна, технологічна, силова.

4. Яка відповідальність настає у випадку порушення норм державноорганізованого права?

а) неправова;

б) правова;

в) фінансово-інвестиційна;

г) соціально-економічна.

5. Який вид неправової відповідальності настає у випадку порушення традицій, звичаїв, норм культури та естетичних норм?

а) моральна;

б) політична;

в) корпоративна;

г) релігійна.

6. Оберіть ознаки, які не є спільними для соціальної та правової відповідальностей:

а) існують у певній сфері та регламентуються певним різновидом соціальних норм;

б) виробляють повагу до прав та свобод людини і є проявами культури суспільства;

в) підвищують ефективність використання виробничої потужності підприємства, використовуючи систему нормативної прогностичної інформації;

г) мають динамічний характер, тобто розвиваються та трансформуються разом із суспільними відносинами.

7. Оберіть визначення, яке найбільш повно висвітлює сутність поняття «соціальна відповідальність підприємства»:

а) відповідальність керівництва та персоналу підприємства за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та

етичної поведінки, яка зважає на очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;

б) свідомо обґрунтоване визначення та підтримання необхідних пропорцій розвитку підприємства;

в) сукупність спеціальних знань і практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій;

г) певний аспект менеджменту підприємства, спрямований на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

8. До аргументів «за» проведення підприємством політики соціальної відповідальності не належать:

а) довгострокова зацікавленість бізнесу в суспільному визнанні;

б) профілактика соціальних проблем є важливішою, ніж їх вирішення;

в) відмова від надмірної максимізації прибутку;

г) можливість «конвертації» соціальних проблем у прибутковий бізнес.

9. До аргументів «проти» проведення підприємством політики соціальної відповідальності не належать:

а) витрати на забезпечення соціальної активності;

б) брак широкої суспільної підтримки;

в) нові шляхи вирішення соціальних проблем;

г) брак навичок вирішення соціальних завдань.

10. Які види відповідальності складають основу піраміди соціальної відповідальності підприємства А. Керролла?

а) фінансова, економічна, інноваційна, технологічна, силова;

б) товарна, інвестиційна, логістична, психологічна;

в) правова, недобросовісна, державна;

г) філантропічна, етична, правова, економічна.

11. Який вид соціальної відповідальності спонукає підприємство до соціально корисних дій, формування нової якості життєдіяльності членів суспільства через добровільну участь в реалізації соціальних програм?

а) філантропічна;

б) економічна;

в) етична;

г) правова.

12. Оберіть визначення, яке найбільш повно висвітлює сутність поняття «соціальна сприйнятливість»:

а) філософія, спосіб або стратегія, що визначають управлінську сприйнятливість, яку пропонують ранжувати на типи в межах континууму, полярними управлінськими стратегіями якого є брак будь-яких реакцій (підприємство нічого не робить у сфері соціальної сприйнятливості) та інтенсивна реакція (підприємство виконує активні дії у цій сфері діяльності);

б) обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом;

в) характеристика, яка відображає відповідність певної продукції конкретним потребам споживача, що охоплюють переваги й вимоги до споживчих властивостей продукції та витрати на її придбання порівняно з конкурентною продукцією, представленою на ринку в певний момент часу;

г) зовнішня негативна реакція з боку суспільства на нормопорушуючі дії суб'єкта, що руйнують соціальну комунікацію, і легітимна соціальна відповідь на неприпустиму поведінку.

13. Які виокремлюють види соціальної відповідальності підприємства у моделі С. Вартіка та Ф. Кохнера за соціальною сприйнятливістю?

а) економічну, правову, етичну, дискреційну;

б) реактивну, оборонну, адаптивну, проактивну;

в) ідентифікаційну, аналітичну, розробну;

г) товарну, інвестиційну, логістичну, психологічну.

14. Які детерміновані обставини та інституційні характеристики не належать до соціальної відповідальності і не впливають на конкурентоспроможність підприємства?

а) загальний рівень соціально-економічного розвитку і якості інституціонального середовища;

б) диференційований характер зв'язку різних напрямів соціальної відповідальності з параметрами конкурентоспроможності підприємства;

в) висока залежність від рівня політичної свободи населення, його політичного волевиявлення та кількості політичних організацій на території функціонування підприємства;

г) специфіка ділового і соціального середовища, в якому функціонує або з яким стикається те чи інше підприємство.

15. Які складові не належать до моделі консолідованої соціальної відповідальності суб'єктів конкурентних відносин?

а) сфера консолідованої соціальної відповідальності держави і бізнесу;

б) соціальна відповідальність профспілок;

в) соціальна відповідальність консалтингових організацій та інформаційних бюро;

г) сфера консолідованої соціальної відповідальності підприємств і профспілок.

16. Які критерії не використовуються для визначення конкурентоспроможності підприємства на основі стандарту SA 8000:2001 «Соціальна відповідальність»?

а) добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного та регіонального законодавств;

б) формування позитивної суспільної думки про підприємство, участь у спонсорських та благодійних проектах;

в) рівень розвитку інфраструктури на території функціонування підприємства, купівельна спроможність населення, ефективність виконання програм державно-приватного партнерства;

г) забезпечення нематеріального заохочення, охорони та зміцнення здоров'я співробітників.

17. Які вигоди отримує підприємство від підвищення рівня соціальної відповідальності у конкурентному середовищі?

а) можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку підприємства завдяки власній соціальній політиці;

б) знижується рівень професіоналізму та сповільнюється розвиток кадрового потенціалу підприємства;

в) зростає рівень невдоволення місцевої громади щодо діяльності підприємства, його товарів та послуг;

г) втрачається можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та ЗМІ.

18. Які заходи не слід здійснювати підприємству для взаємного підвищення рівня соціальної відповідальності та конкурентоспроможності?

а) формувати позитивний імідж підприємства та сприятливий соціально-психологічний клімат усередині трудового колективу;

б) підвищувати мотивацію та продуктивність праці співробітників;

в) знижувати рівень техніко-технологічного розвитку;

г) задовольняти споживачів якісними товарами та послугами.

19. До суб'єктів соціального механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства не належать:

а) акціонери, учасники або співвласники, працівники, ділові партнери, органи державного управління та органи місцевого самоврядування, місцева громада;

б) банківській установи, колекторські компанії, органи місцевого самоврядування, інвестиційні фонди;

в) благодійні організації, фонди соціального розвитку, міжнародні фундації;

г) власники, працівники, ділові партнери, колекторські компанії, банківські установи, ріелторські компанії, дивелопери, брокери.

20. Завдяки яким інструментам соціальної відповідальності підвищується рівень конкурентоспроможності підприємства?

а) фінансовий капітал, рівень окупності інвестицій, якість продукції, методи продажу товарів;

б) бюджетування витрат операційної діяльності, диверсифікація товарної пропозиції, стратегування розвитку на засадах бренд-менеджменту;

в) капіталізації, диверсифікація та спеціалізації комерційної діяльності;

г) соціальні програми, прозорість взаємовідносин, соціальний контракт, колективний договір, соціальний пакет.

Практичні завдання

Завдання 1

На підприємстві працює 10 осіб, із них – 3 чоловіки та 7 жінок.

Заплановано витрат на соціальні заходи 250 тис. грн, причому що загальні операційні витрати підприємства складатимуть 3,5 млн грн.

Розробити соціальний пакет на підприємстві, який би дозволив підвищити рівень його конкурентоспроможності, а результати оформити його у вигляді запропонованої таблиці. Для цього:

- виокремити складові соціального пакета, серед яких визначити ті, що потребують фінансування, та нематеріальні (гнучкий графік роботи, корпоративні традиції та свята тощо);
- вказати пріоритетні складові соціального пакета;
- провести розподіл фінансових коштів відповідно до обраних складових, враховуючи кількість персоналу.

Соціальний пакет підприємства.

Назва складових соціального пакета	Кількість осіб, які користувались послугою	Кількість витрачених коштів, грн

Завдання 2

Оцінити рівень соціальної відповідальності підприємства перед персоналом та топ-менеджерами, користуючись даними таблиці.

Вихідні дані для оцінювання соціальної відповідальності підприємства

Показники	Значення
Середній розмір заробітної плати на підприємстві, грн / у галузі	2620 / 3150
Розмір коштів, які були виділені на навчання працівників, тис. грн	120
Сума коштів, які виділені на надання соціального пакета працівникам, тис. грн	90
Витрати на персонал, тис. грн	715
Кількість місяців, за які заробітна плата виплачувалася нестачею	3

Запропонувати заходи для покращання соціальної відповідальності, які забезпечать конкурентоспроможність підприємства загалом.

Зробити висновки.

Література: 2, 5, 6, 11, 12, 17, 18, 21, 26, 27, 30, 31, 34-41, 45-62.

Тема 11. Розроблення і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності

План семінарського заняття

1. Концепція розробки та основні елементи програми підвищення конкурентоспроможності підприємства
2. Передумови, що визначають необхідність розробки програм підвищення конкурентоспроможності підприємства
3. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності підприємства