

зоваться для представления текущего состояния выполнения работ: часть прямоугольника, отвечающего задаче, заштриховывается, отмечая процент выполнения задачи.[1]

Планирование трудовых ресурсов связано с созданием команды проекта и расчета графика занятости. Потребность в трудовых ресурсах для реализации работ определяется по линейному графику выполнения комплекса работ по проекту. В каждый период реализации проекта определяется суммарная потребность в персонале для реализации одновременно выполняемых работ. В дальнейшем можно передвигать по графику работы, имеющие резерв, и перераспределять ограниченные ресурсы во времени. Аналогичным образом (как и при определении потребности в трудовых ресурсах), определяются и перераспределяются затраты финансов и иных материальных ресурсов. Графики потребности в ресурсах имеют схожий вид с диаграммой Ганта.

Таким образом, применение методов сетевого планирования для проекта «Увеличение объемов переработки вторичных полимеров» свидетельствует о том, что его разбивка на два этапа нецелесообразна с точки зрения выгоды для предприятия. Так, внедрение дробильно-моющего комплекса можно произвести на 1,5 года раньше. В соответствии с показателями эффективности по проекту внедрение дробильно-моющего комплекса должно было позволить достичь показателя чистой прибыли в размере 176 млн руб. (по состоянию на 2009 год). Тогда, рассчитав показатели прибыли в случае сокращения сроков реализации проекта за промежуток времени в 1,5 года, получим, что размер генерированной прибыли был бы равен $176 * 1,5 = 264$ млн руб. Именно этой цифрой описываются упущенные возможности предприятия при реализации рассматриваемого проекта.

Литература

1. Just consulting [Электронный ресурс] / Сетевой график. — Москва, 2012. — Режим доступа: http://juco.ru/library/articles/other/network_diagram/. — Дата доступа: 10.09.2012.

Социально-ответственный бизнес на примере американской компании Starbucks Coffee Company

*Доморад А. Д., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Глушаков В. Е., канд. социол. наук, доц.*

Одна из ведущих сетей кофеен «Старбакс» («Starbucks Coffee Company») включает политику социальной ответственности во все аспекты своей работы. Это касается подходов к выбору поставщиков кофе (соблюдение прав

человека, норм охраны труда компаниями-производителями кофе), отношения к окружающей среде, к персоналу. С 1998 г. «Старбакс» поддерживает организацию Conservation International, выступающую за устойчивые технологии в сельском хозяйстве, защиту биоразнообразия через изменение подходов к производству кофе [1, с. 75].

Забота о кофейнопроизводящих странах

Starbucks принимает серьезные меры, чтобы помочь кофейным фермерам повысить уровень их жизни и защитить среду, в которой они выращивают кофе.

Они внимательно изучили многие проблемы, с которыми сталкиваются фермеры, в том числе экономические и экологические. Забота о кофейнопроизводящих странах — их вариант оказания помощи фермерам в решении стоящих перед ними проблем, компания одновременно поддерживает в стабильном состоянии их плантации, внимательно относится к вопросам защиты окружающей среды и сохраняет высокие стандарты по качеству кофе.

Забота об окружающей среде

Принимая меры по сокращению отходов при производстве и переработке, компания сохраняет природные ресурсы земли и повышает уровень жизни на всем земном шаре. Starbucks активно выискивает возможности минимизации воздействия на окружающую среду и создания здоровой планеты.

Забота о сообществах

Местные кофейни Starbucks стали центральной частью многих микрорайонов, они служат местом, где люди могут собраться, пообщаться, приятно провести время. Но Starbucks считает, что может принести больше пользы местным сообществам тем, что старается сделать своих партнеров ответственными соседями и активными участниками событий тех районов, в которых они живут и работают. Это важная часть культуры и ценностей данной компании.

Забота о сотрудниках (партнерах)

Более 63 000 человек работает в Starbucks, и все эти люди, которых они называют «партнеры», являются инструментом успеха компании. А так как успех во многом зависит от преданности партнеров, основной задачей компании является показать им, насколько они ценимы и уважаемы.

Текст миссии компании Starbucks

Утвердить Starbucks на позициях основного мирового поставщика высококачественного кофе, сохраняя по мере роста и развития приверженность нашим бескомпромиссным принципам. Изложенные ниже шесть основополагающих и руководящих принципов помогают нам взвешивать адекватность принимаемых решений:

обеспечивать превосходную рабочую атмосферу и относиться друг к другу с уважением и достоинством;

позитивно воспринимать разнообразие, которое является составной частью нашего бизнеса;

применять высочайшие и самые совершенные стандарты при закупке, обжарке и подаче посетителям свежего кофе;

работать с энтузиазмом, доставляя удовольствие посетителям;

оказывать помощь и поддержку нашим местным общинам и вносить свой вклад в защиту окружающей среды;

понимать и признавать, что прибыльность лежит в основе нашего будущего процветания [2].

Социальная ответственность предприятия — это добровольный, выходящий за рамки законодательного минимума вклад компании в развитие общества, включающий ответственность делового партнера, работодателя, производителя и участника социальных отношений. Каждая компания должна выбирать способы проявления социальной ответственности, соответствующие ее позиции, задачам, возможностям [3].

Литература

1. Косенко О. И., Шулус, А. А. Социальная ответственность бизнеса: уроки истории, опыт развитых стран и современной России: Монография / Акад. труда и соц. отношений. — М.: АТИСО, 2008. — 155 с.

2. <http://starbuckscoffee.ru/ru/>

3. Косенко, О. И. Корпоративная социальная ответственность: уроки мирового опыта и российская действительность // Труд и соц. отношения. — 2010. — № 3. — С. 29.

Прогнозирование спроса на основе коэффициента эластичности по доходу

*Драницына П. Н., студ. I к. ИБМТ БГУ,
Селюжицкая Е. Г., студ. I к. БГЭУ,
науч. рук. Коломыс Э. В., канд. эк. наук, доц.*

Насыщение рынка разнообразными товарами и услугами невозможно без глубокого и всестороннего изучения спроса. Разработка прогнозов является необходимым инструментом управления спросом. Прогнозные расчеты — одна из составляющих процесса выявления общественных и личных потребностей для планирования объемов и структуры производства отдельных товаров и услуг с целью удовлетворения этих потребностей.

Одним из основных факторов, влияющих на уровень потребления и поведение потребителя, согласно классической экономической теории, является его доход, и при оценке потенциального спроса на товар доход всегда выступает в качестве основного ограничения.