

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.

Построим такую модель для спроса на мебель в зависимости от размера среднего душевого дохода. В качестве исходной информации используем статистическую информацию о продаже мебели, пересчитанную на душу населения, и данные средних душевых доходах населения, пересчитанные на индекс реальных располагаемых денежных доходов за 2005–2010 гг. [1, с.172, 474]. Результаты представлены на рисунке.

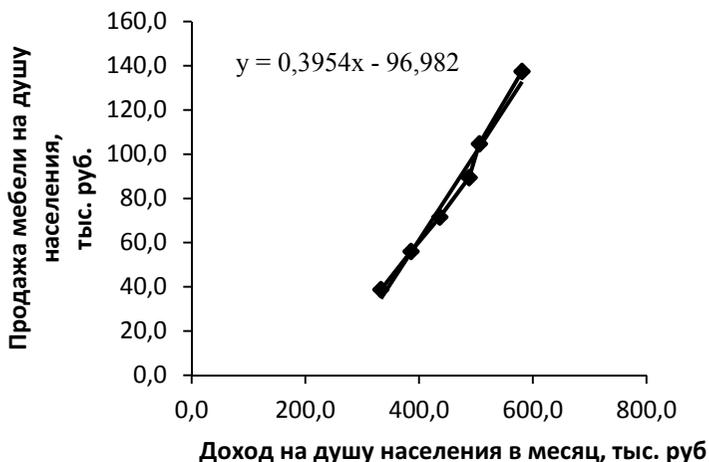


Рисунок. Зависимость спроса на мебель от дохода в Беларуси за 2005–2010 гг.

Как видим, зависимость спроса на мебель от дохода описывается уравнением прямой $y_x = a + b \cdot x$, представленным на рисунке. Коэффициент b при x показывает, что при увеличении среднего душевого дохода в месяц на 1 тыс. руб. продажа мебели в среднем увеличивается на 395,4 руб.

На основе этого коэффициента может быть рассчитан коэффициент эластичности спроса по доходу по формуле:

$$E = b \cdot \frac{\bar{x}}{\bar{y}},$$

где \bar{x} — среднее значение дохода; \bar{y} — среднее значение спроса.

Таким образом, коэффициент эластичности спроса на мебель по доходу будет равен:

$$E = 0,3954 \cdot \frac{455,2}{83,0} = 2,2.$$

Значение коэффициента эластичности показывает, что при увеличении среднего душевого дохода на 1 % продажа мебели на душу населения в среднем увеличивается на 2,2 %.

Данный коэффициент эластичности можно использовать при прогнозировании спроса. Предположим, что к 2015 году средние душевые денежные доходы населения увеличатся пропорционально росту реальных располагаемых денежных доходов, т. е. на 70 % по сравнению с 2010 годом, как это определено Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы [2].

Тогда, прирост продажи мебели на одного человека в процентах составит: $2,2 \cdot 70 \% = 154 \%$. Темп прироста соответственно составит: $100 \% + 154 \% = 254 \%$ или увеличение в 2,54 раза. Далее необходимо умножить значение продажи мебели на одного человека в 2010 г. на рассчитанный темп роста: $137,4 \cdot 2,54 = 349$ тыс. руб.

Подводя итог проведенным расчетам, можно утверждать, что при условии сохранения выявленной зависимости между доходом и продажей мебели на одного человека, а также при условии выполнения основных показателей социально-экономического развития Республики Беларусь, в частности, по увеличению реальных располагаемых денежных доходов, продажа мебели на одного человека в Республике Беларусь в 2015 году должна составить 349 тыс. руб., а умножив данное значение на перспективную численность населения, получим товарооборот мебели, который составит 3262 млрд руб.

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2012: стат. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, редкол.: В. И Зиновский. [и др.] — Минск, 2012. — 715 с.
2. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] — 2013. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0>. — Дата доступа: 20.03.2013.

Поддержка малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь

*Захарова П. А., студ. III к. БГУ,
науч. рук. проф. Давыденко Е. Л., д-р. эк. наук*

Во всем мире усилия по развитию малого частного предпринимательства отражаются в комплексе мер, направленных на упрощение административных процедур, развитие технологий, поддержку внешнеэкономической деятельности. **Формально стать предпринимателем и открыть собственное небольшое предприятие сегодня легко.** А вот где и как можно получить непосредственно поддержку в организации собственного бизнеса в