

6. Предоставление бюджетных ресурсов должно быть увязано с прогнозируемыми результатами: улучшение социально-экономической, экологической, демографической ситуации и др.

7. Применение мер бюджетного регулирования должно иметь временные границы (в пределах финансового года)

8. Действия по поддержке одного из регионов должны иметь поддержку со стороны региона. Это могут быть встречные инициативы по разрешению кризисной региональной ситуации, введение режимов экономии ресурсов, активизация использования собственных источников развития, гарантии строго целевого и адресного использования предоставленных ресурсов и т.п.

9. Любая форма бюджетного регулирования территориального развития предполагает участие одновременно нескольких уровней власти и управления и конкретных получателей бюджетных средств поддержки, что требует согласования их интересов.

10. Поскольку бюджетное регулирование затрагивает интересы как данного региона, так и всего государства, ответственность за конкретные действия в рассматриваемой сфере должны нести три стороны: государственные структуры, отвечающие за принятие соответствующих решений, органы местного самоуправления, исполняющие эти решения, а также субъекты, получающие государственную поддержку.

11. При предоставлении целевых трансфертов необходимо увязать ресурсы получателей поддержки и исполнителей, а также определить механизмы отчетности и контроля.

Сформулированные выше концептуальные подходы по бюджетному регулированию регионального развития являются взаимосвязанными и только в таком качестве обеспечивают его результативность. Так, нельзя рассчитывать на действенный контроль, если нет четкого целеполагания, и не обозначены те результаты, достижение которых предполагается проконтролировать. Системное упорядочение бюджетного регулирования территориального развития и переход этого регулирования в действенную и результативную фазу может быть основано на выполнении названных концептуальных походов бюджетного регулирования.

Таким образом, как в теории, так и в практике формирования финансовой основы местного самоуправления имеется ряд проблем, решение которых позволило бы усилить воздействие бюджета на обеспечение инновационного развития регионов и достижение стабильного экономического роста государства в целом.

Становится актуальной диагностика соответствия доходов расходным полномочиям органов местного самоуправления, а также оценка эффективности механизма распределения доходов и расходов между бюджетами.

Очевидна необходимость разработки методологии оценки бюджетной обеспеченности регионов.

Эти вопросы не нашли должного отражения в Бюджетном кодексе Республики Беларусь и требуют научного обоснования и решения.

И.И. Гуторова, (БГЭУ, Минск)

ВЫБОР ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО МЕСТА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Организации общественного питания имеют ряд особенностей. Если большинство организаций других отраслей ограничиваются выполнением лишь одной, макси-

мум двух функций, например, организации пищевой промышленности осуществляют функцию производства, а организации торговли – реализацию продукции, то организации общественного питания выполняют три взаимосвязанные функции: производство кулинарной продукции; реализацию кулинарной продукции; организацию ее потребления.

В современных условиях хозяйствования оптимально разместить торговый объект общественного питания на территории города – значит создать наибольшие удобства для населения в организации его питания по месту работы, жительства и отдыха. При размещении объекта целесообразно учитывать такие факторы, как численность населения, его состав и покупательская способность, окружающий ландшафт, близость промышленных предприятий и жилых массивов [1].

По данным [2,3] правильно выбранное место размещения организации общественного питания – это один из важнейших факторов успеха, а в некоторых случаях даже доминирующий. Следует обратить внимание на то, что если первоначально место выбрано неудачно, то исправить это чаще всего возможно только через переоткрытие организации на другом месте со всеми вытекающими издержками. Вместе с тем, больше всего зависят от места объекты, работающие в нижней ценовой категории, в первую очередь – рестораны быстрого обслуживания. Главный принцип выбора места для ресторана, кафе, бара, фаст-фуда и других объектов заключается в том, чтобы максимально приблизить его к целевому потребителю.

С нашей позиции эффективность деятельности торговых объектов в сфере общественного питания возможна при комплексном подходе. Проблемы чаще всего связаны с тем, что управленцы допускают ошибки в позиционировании той или иной концепции. Проведенные исследования показали, что нет неудачных месторасположений объектов в сфере общественного питания, целесообразно в каждом районе города открывать востребованные с позиции целевого потребителя объекты.

В свете сказанного, выбор места размещения торгового объекта общественного питания – одно из предпринимательских решений, которое так же, как и выбор правовой формы или формы объединения объекта, определяет его структуру. Это долгосрочное решение не может быть пересмотрено. Как и при принятии всех своих решений, предприниматель должен при выборе места размещения объекта происходящем при основании или перемещении объекта, либо происходящем при основании или перемещении объекта принять решение таким образом, чтобы можно было получить наибольшую прибыль в течении длительного времени.

При решении вопроса, какое место будет оптимальным для размещения организации, нужно учесть множество факторов, конкурирующих друг с другом. Выбор места размещения – это всегда проблема обдумывания преимуществ в издержках производства и преимуществ сбыта. Экономика и организация производства и политэкономия занимаются при рассмотрении теории размещения производительных сил так называемыми факторами, влияющими на выбор места размещения производства. Теория размещения производительных сил была впервые систематически представлена в вышедшем в 1909 г. труде «О местоположении промышленности» Альфреда Вебера, который ввел понятие фактора, влияющего на выбор места размещения производства. Вебер понимает под таким фактором резко ограниченное по своему виду преимущество для хозяйственной деятельности, которое проявляется, если она осуществляется в определенном месте или ряде подобных мест.

Вебер учитывает, прежде всего, сторону издержек проблемы места размещения производства и пренебрегает еще одной стороной – сбытом. Отчасти это объясняется

тем, что Вебер занимался местоположением промышленных предприятий, а не предприятий розничной торговли и общественного питания. Напротив, для торгового предприятия и общественного питания, сбыт решающим образом определяет место его размещения (например, расположение в деловой части большого города или на окраине). Современная теория размещения производительных сил устраняет недостаток пренебрежения проблемой сбыта, который можно встретить не только у Вебера, но и в более поздних исследованиях о местоположении предприятия. Самым благоприятным местом размещения является то, которое позволяет достичь наибольшей прибыли, т.е. наибольшего процента на примененный капитал.

Для предприятий, у которых выбор места размещения производства не ограничен ни географическими, ни правовыми или экономическими или личными факторами, решение вопроса об оптимальном местоположении проходит в 4 этапа:

1) *международный выбор места расположения*: целесообразно определить будет ли предприятие размещено внутри страны или за рубежом;

2) *межлокальный выбор места расположения*: в каком регионе будет размещено предприятие;

3) *локальный выбор* – благоприятное размещение предприятия внутри города;

4) *внутрипроизводственный выбор* – проблема выбора внутри предприятия при размещении отдельных цехов.

Понятие «предпринимательское место» как экономический термин относительно новый для русскоязычной экономической литературы. Предпринимательское место представляет собой определенное месторасположение предприятия, способствующее активизации его экономической деятельности за счет приумножения преимуществ предприятия местными конкурентоспособными факторами, экономическими отношениями, связанными с предпринимательским местом, с точки зрения субъекта хозяйствования, могут быть планирование предпринимательского места, его выбор хозяйствования, деятельность в нем, а также его закрытие. С точки зрения самого предпринимательского места возникают экономические отношения по его усовершенствованию и привлечению инвестиций, предприятий, конкурирование с другими предпринимательскими местами.

Любое расширение структуры предпринимательских мест означает для предприятия возможность выбора нового предпринимательского места, которое должно наиболее оптимально соответствовать представлениям и интересам кампании.

В научной литературе проблеме выбора предпринимательских мест посвящено достаточно большое количество работ. Основоположником в данном направлении считался Ю. фон Тюнен, который в своей работе «Изолированное государство в отношении сельского хозяйства и национальной экономики» (1826 г.) впервые затронул вопросы выбора местоположения. Однако он ограничился рассмотрением производственного фактора – земли. В 1909 г. выходит в свет работа А. Вебера «О местоположениях индустрий». В этой работе А. Вебер идет дальше и рассматривает проблему выбора местоположения с точки зрения индустриального производства. Акцент делается на учете затрат, а также транспортных расходов. В дальнейшем вопросы выбора местоположения предприятия получили развитие в работах А. Леша, где дополнительно к мотиву снижения издержек были введены мотив увеличения сбыта и критерий оптимизации прибыли.

Начиная с 50-х гг. прошлого столетия количество работ по тематике предпринимательских мест значительно возросло. В связи с этим позднее различные подходы были классифицированы сначала Х. Майером-Линделганном, а затем К. Беренсом.

Классификация Майера-Линдеманна теорий местоположения базируется на следующих аспектах.

- 1) теория выбора предпринимательских мест – исследование факторов выбора;
- 2) теории, изучающие последствия выбора предпринимательского места, его воздействие на само предприятие, а также на народное хозяйство;
- 3) теории, занимающиеся исследованием исторического развития структур предпринимательских мест.
- 4) теории формирования предпринимательских мест – изучение факторов, способных влиять на структуру предпринимательских мест.

В последнее время в связи с добавлением в область анализа также процесса принятия решений о выборе предпринимательских мест, Т.Гетте была предложена одна группа:

- 5) теории о планировании предпринимательских мест – вопросы создания оптимальной структуры предпринимательских мест, ориентированные не столько на результат, сколько на процесс [5].

Таким образом, в процессе принятия решения о выборе предпринимательского места целесообразно определить основополагающие требования к предпринимательскому месту – набор тех условий, которыми должно располагать предпринимательское место; определить факторы предпринимательских мест – совокупность тех свойств, которыми обладает конкретное предпринимательское место; обосновать рентабельность предпринимательского места – отношение разницы между расходами и выручкой к сумме инвестиционного капитала, необходимого для вложения в предпринимательское место.

Список использованных источников

1. Усов, В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие / В.В. Усов.-5-е изд. стереотипное.-Москва: Академия, 2007.-414 с., с. 19.
2. <http://www.fabrikabiz.ru/restaurant/1.php> Как открыть ресторан
3. <http://restcons.by/content/view/81/79/>
4. Вейс Г., Деринг У. Введение в общую экономику и организацию производства: Пер. с нем. / Краснояр. Гос. ун-т.- Красноярск. Ч.1. – 1995.- 497 с., с. 373
5. Анисько, О.Г. Международный выбор предпринимательских мест: автомобильная промышленность стран Центральной и Восточной Европы / О.Г. Анисько; под научн. Ред. В.Ф. Медведева – Минск: Право и экономика, 2005.-205 с.

*И.А. Давидовская,
Л.С. Климчена, канд. экон. наук, доцент, БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ СЕТИ ПЛАТЕЖНЫХ ТЕРМИНАЛОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Важность торговли как отрасли экономики определяется её социально-экономической значимостью, выраженной в сокращении затрат времени населения на приобретение товаров, чему способствует внедрение современных технологий в торговые процессы, в частности расчеты за покупку с использованием банковской пластиковой карты.

Банковская пластиковая карточка в Республике Беларусь является платежным инструментом, обеспечивающим доступ к банковскому счету и проведение безналич-