

1. EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA 2002/21/EK (2002. gada 7. marts) par kopējiem regulētajiem noteikumiem attiecībā uz elektronisko komunikāciju tīkliem un pakalpojumiem (pamatdirektīva) // http://www.sprk.gov.lv/doc_upl/32002L0021LV.pdf
2. EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA 2002/22/EK (2002. gada 7. marts) par universālo pakalpojumu un lietotāju tiesībām attiecībā uz elektronisko sakaru tīkliem un pakalpojumiem (universālā pakalpojuma direktīva) // http://www.sprk.gov.lv/doc_upl/32002L0022LV.pdf
3. EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA 2002/58/EK (2002. gada 12. jūlijs) par personas datu apstrādi un privātās dzīves aizsardzību elektronisko komunikāciju nozarē (direktīva par privāto dzīvi un elektronisko komunikāciju) // http://www.sprk.gov.lv/doc_upl/32002L0058LV.pdf
4. KOMISIJAS DIREKTĪVA 2002/77/EK (2002. gada 16. septembris) par konkurenci elektronisko komunikāciju tīklu un pakalpojumu tirgū // http://www.sprk.gov.lv/doc_upl/2002_77_Direktiva.pdf
5. Боб Стоун, Рон Джейкобс. Директ-маркетинг: эффективные приемы / М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005. – 616 с.
6. Годин С. Фиолетовая корова. / Пер. с англ. В. Подейко – М.: ООО «Издательство «РОСМЭН-ПРЕСС», 2004. – 192 с.
7. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. М.: Издательство «Финпресс», 2002. - 656 с.
8. Современные телекоммуникации. Технологии и экономика. Серия: Инженерная энциклопедия ТЭК. — М.: Эко Трендз, 2003. - 320 с.
9. Сьюэлл К. Клиенты на всю жизнь / Карл Сьюэлл, Пол Браун; пер. с англ. М. Иванова и М. Фербера. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 240 с.
10. Чернышевская, Е.И. Управление качеством в сфере телекоммуникаций: учебное пособие / Е.И. Чернышевская. М.: Фик, 2002. – с. 80

И.И. Гуторова, ассистент БГЭУ (Минск)

ВОЗМОЖНОСТИ ВЫБОРА МЕСТА РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

По данным проведенных исследований в современных условиях хозяйствования правильно выбранное место размещения торгового объекта общественного питания является одним из важных факторов успеха, а в некоторых случаях даже доминирующим.

К вопросу о формировании благоприятного бизнес-климата в общественном питании целесообразно обратить внимание на следующие аспекты. По мнению управленцев в сфере общественного питания, целесообразно стимулировать развитие общественного питания за счет более эффективного использования территорий посредством вычленения места из уже сложившейся среды и определять их функциональное назначение для размещения организаций общественного питания. Во-вторых, за счет внесения рекомендаций крупным инвесторам, которые приходят на рынок для строительства торгово-административных центров. Необходимо, чтобы на момент проектирования закладывалась определенная зона для оказания услуг общественного питания [1].

Предлагается при определении привлекательности места для размещения объекта общественного питания проводить следующие действия:

А) экспертной оценки инвестиционной привлекательности районов в регионе по определенным факторам инвестиционной привлекательности региона;

Б) экспертной оценки в выборе оптимального места для размещения объекта общественного питания;

В) расчета сводного интегрального показателя инвестиционной привлекательности определенного места в городе, районе конкретного региона.

Рассмотрим данные аспекты более подробно. В настоящее время необходимо принимать во внимание тот факт, что всякого рода рейтинги стали универсальными индикаторами при оценке состояния экономики. Вместе с тем, не всегда за итоговым интегральным значением можно увидеть причинно-следственные связи и тенденции развития того или иного инвестиционного комплекса. Тем не менее, рейтинги, оценивающие инвестиционную привлекательность или отдельные ее компоненты, получили широкое признание и активно используются инвесторами при принятии решений об инвестировании [2].

В состав показателей инвестиционной привлекательности как районов в регионе, так и при выборе оптимального места для размещения объекта общественного питания целесообразно включать только инвестиционно-значимые факторы, то есть оказывающие существенное влияние на формирование инвестиционной активности в районах определенного региона.

А) Определим основные факторы инвестиционной привлекательности районов в регионе. В данном аспекте мы будем придерживаться в определенной мере точки зрения А.Ю.Нефедовой, которая в своей работе «Факторы инвестиционной привлекательности России» [2] выделила основные инвестиционно-значимые показатели для определения интегрального уровня инвестиционной привлекательности региона. Из данных показателей, на наш взгляд, нами актуализированы основополагающие.

1. Показатели инвестиционного потенциала районов в регионе.

1.1. Показатели организационно – финансового потенциала районов в определенном регионе:

- уровень развития малого предпринимательства – доля занятых на малых предприятиях в общей численности активного населения;
- внутренние инвестиционные ресурсы предприятий – сумма действительных амортизационных отчислений и прибыли;
- уровень развития розничного товарооборота и сферы платных услуг – объем розничного товарооборота и платных услуг на душу населения;
- экспорт продукции в дальнее и ближнее зарубежье – экспорт из региона на душу населения региона.

1.2. Показатели социального потенциала районов в регионе

- обеспеченность населения жильем – количество общей жилой площади, приходящейся на душу населения;
- обеспеченность населения собственными легковыми автомобилями – количество легковых автомобилей в собственности граждан на 1000 чел. населения;
- уровень жизни населения районов в регионе – отношение среднедушевой стоимости ресурсов районов в регионе к величине прожиточного минимума – отношение среднедушевой стоимости ресурсов в районах в регионе к величине прожиточного минимума.

1.3. Показатели ресурсно-сырьевого потенциала

Географическое расположение региона с учетом выхода на внутренние и внешние рынки целесообразно оценить, используя бальную оценку.

Подводя итог по данному разделу целесообразно определить уровень инвестиционного потенциала региона, как свод данных по формуле многомерной средней.

2. Показатели социально – экологической безопасности районов в регионе.

- доля малолетнего населения – доля населения с доходами ниже прожиточного минимума;

* уровень безработицы – отношение численности безработных к общей численности экономически активного населения, %

* уровень экологической загрязненности и дискомфорта климата – комплексный показатель, включающий в себя: нарушение среды, ущерб, экологическая частота выпускаемой продукции;

* туристско-рекреационный потенциал.

Необходимо определить уровень социально-экологической безопасности для инвестора, как свод представленных данных, а также интегральный уровень инвестиционной привлекательности районов в регионе, интегральный коэффициент, обобщающий данные всех данных показателей.

Б) С помощью опроса экспертов выявляются наиболее привлекательные места для размещения объектов общественного питания, которые ранжируются по критерию относительной частоты (вероятности) выбора определенного аспекта в размещении.

При оценки привлекательности места для размещения объекта общественного питания с позиции инвестора и потребителей целесообразно оценить ряд параметров: месторасположение в городе (районе области), известность в городе данного места, плотность населения в зоне охвата, наличие объектов городского и районного значения (культурные, спортивные сооружения), наличие транспортных каналов или человеческих потоков, наличие удобной парковки, зона притяжения или радиус действия и его рынок сбыта, проходимость улицы (будни, выходные), статус улицы, потенциальные покупатели (их число, возрастной состав, уровень доходов, социальная структура и его особенности; конкуренты (их число, размер, особенности; транспортные и пешеходные потоки; наличие подъездных путей и автостоянок; криминогенное состояние в зоне притяжения и т.д.

В) Инвестиционную привлекательность места целесообразно рассматривать с позиции как экономической отдачи, когда речь идет об оценке уровня доходности инвестируемых средств, так и рискованности вложений, когда оценивается степень риска, связанного с рассматриваемым местом или конкретным объектом в отрасли.

Расчет итогового показателя инвестиционной привлекательности определенного места в районе (городе) региона можно производить по формуле:

$$IP K_j = X * IP_{mj} + Y * IP_{oj}$$

где $IP K_j$ – комплексный показатель инвестиционной привлекательности j-го района в регионе;

IP_{mj} – показатель инвестиционной привлекательности конкретного места j-го района в регионе;

IP_{oj} – показатель инвестиционной привлекательности торгового объекта общественного питания в отрасли j-го района в регионе.

X, Y – веса каждого показателя.

Для оценки инвестиционной привлекательности района в регионе с позиции территории (привлекательного места) или конкретного торгового объекта в отрасли можно использовать модель, включающую такие составляющие как экономическую отдачу, когда оценивается уровень доходности инвестируемых средств и рискованность вложений, посредством оценки степени риска, связанного с рассматриваемым районом в регионе (места или конкретного объекта в отрасли).

$$IP\ m\ (O)j = УД\ ис\ (1 - PV\ m\ (O)j)$$

где $IP\ m\ (O)j$ – показатель инвестиционной привлекательности района в регионе на территориальном (отраслевом) уровне;

УД ис – показатель, характеризующий уровень доходности инвестируемых средств на территориальном (отраслевом) уровне;

$PV\ m\ (O)j$ – показатель рискованности вложений на территориальном (отраслевом) уровне.

Согласно [3] можно определить классификацию районов в регионе по степени их инвестиционной привлекательности:

Характеристика района в регионе – значение показателя ($IP\ k$)

1. наиболее инвестиционно привлекательные районы в регионе – в данном случае выбор района в регионе является оптимальным вариантов инвестирования для потенциального инвестора – $> 0,4$;

2. районы в регионе с инвестиционной привлекательностью выше среднего уровня – выбор района в регионе является допустимым вариантом инвестирования – $0,1776 - 0,3999$;

3. районы в регионе со средней инвестиционной привлекательностью – вложения в данный район в регионе характеризуется средним уровнем доходности – $0,1775$;

4. районы в регионе с инвестиционной привлекательностью ниже среднего – вложения в район в регионе нежелательны, характеризуется уровнем доходности ниже среднего – $0,06 - 0,1774$;

5. районы в регионе с минимальной инвестиционной привлекательностью – выбор района в регионе для инвестирования характеризуется повышенным уровнем риска и незначительной отдачей на вложенный капитал – $< 0,0599$.

Таким образом, рассматривая данный аспект в комплексности, можно оценить инвестиционную привлекательность места в районе определенного региона, что позволит сопоставить значения комплексного показателя инвестиционной привлекательности с данными инвесторов, так и органов сферы управления и рекомендовать необходимость вложения средств с учетом вероятных потерь.

Источники

1. <http://news.tut.by/economics/219998.html>
2. Нефедова, А.Ю. «Факторы инвестиционной привлекательности регионов России», БИФ Кем ГУ.
3. <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=22724>

*М. В. Давыденко, кандидат исторических наук, доцент,
Е. А. Прохорова, студент 3 курса ВВУ-1, БГЭУ (Минск)*

ЮРИДИЧЕСКИЙ АДРЕС ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены ответы на такие вопросы как необходимость наличия юридического адреса и аренды офиса, право работы фирмы в жилом помещении.

Белорусским законодательством понятие «юридический адрес» зафиксировано в следующих взаимосвязанных категориях: юридический адрес, место нахождения юридического лица, место размещения юридического лица, место государственной регистрации юридического лица. Все эти понятия определяют тот адрес, который отражен в