

территории предприятия заказчика, что позволит выходить с более конкретными предложениями на других потенциальных заказчиков тяжелого металлообрабатывающего оборудования.

Я. И. Бородина

Научный руководитель

В. В. Лысенко

*Белгородский университет кооперации,
экономики и права*

г. Белгород, Российская Федерация

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

В настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей. Гастрономический туризм представляет собой достаточно молодое направление, однако уже сегодня есть большое количество желающих отправиться в другую страну, чтобы не просто полежать на пляже и устроить шопинг, а узнать кулинарные привычки и традиции того или иного народа.

Россия, как многонациональная, политкультурная, с богатой историей страна, обладает огромным потенциалом развития гастрономического туризма. О развитии гастрономического туризма в Российской Федерации заговорили примерно 5–6 лет назад. В настоящее время его рассматривают в двух направлениях: как отдельный вид мирового туризма, как этнический или культурный туризм.

На данный момент в России наибольшей популярностью пользуются выходные туры, на них затрачивается небольшое количество времени на организацию мероприятий по посещению мест, где можно употребить различные блюда, напитки, а также гастрономические продукты. Выходные туры, как и любые другие, включают в себя посещение таких объектов гастрономического туризма, как рестораны, музеи, посвященные тому или иному продукту пищевой промышленности или сельского хозяйства, а также предприятия, фермы и другие места национально-культурной значимости. Но не только особые музеи могут привлечь туристов, но также рестораны, ориентированные на приготовление национальной кухни и сервис в духе национального колорита.

Вклад в развитие гастрономического туризма в России могут внести предприятия по производству различного рода продуктов питания. В частности, особым интересом у людей пользуются такие товары народного потребления, как кондитерские изделия, алкогольные и тонизирующие напитки. В России существует целый ряд предприятий по производству вышеуказанных продуктов. Примерами таких предприятий могут служить московская кондитерская фабрика «Красный Октябрь», Ногинский хладокомбинат в Московской области, винодельческие заводы Кубани.

Таким образом, можно сделать вывод, что гастрономический туризм – одно из специфических, относительно новых и развивающихся направлений туристической деятельности. Специфика его проявляется в возможности повсеместного развития данной сферы, в разнообразии проявлений гастрономических туров в любой сезон года, в способности продвижения производителей продовольственных товаров. Однако есть и недостатки у данного направления, заключающиеся в том, что сегодня нет продуманных туров, а те туры, что существуют, имеют высокую стоимость. Но, по мнению экспертов, гастрономический туризм имеет высокий потенциал для дальнейшего развития.

М. В. Брулевич

Научный руководитель

А. М. Павлов

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого
г. Гомель, Республика Беларусь*

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Для управления дебиторской задолженностью службами осуществляется комплекс мер, направленных на оптимизацию ее размера путем тщательного анализа и ранжирования контр-

агентов и охватывающих весь процесс финансового и правового администрирования получения своевременной оплаты за товары, работы, услуги, а также последующих мер по принудительному взысканию.

Дебиторская задолженность – сумма долгов, причитающихся объединению, предприятию, организации, учреждению от юридических или физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними, которая обуславливается нормальным процессом хозяйственной деятельности или нарушением финансовой, расчетной либо платежной дисциплины.

На современном этапе дебиторская задолженность представляет собой значительную часть активов предприятий. В связи с этим управление дебиторской задолженностью является важной составляющей краткосрочной финансовой политики каждого предприятия. Но сам факт наличия дебиторской задолженности в компании имеет свои плюсы и минусы. С одной стороны, через систему продаж с отсрочкой платежа компания может стимулировать рост объемов продаж, увеличение доли рынка и, как следствие, рост финансовых результатов и рентабельность продаж. Кроме того, это один из существенных факторов, способствующих удержанию старых клиентов и привлечению новых. С другой стороны, высокая доля дебиторской задолженности в общей структуре активов компании приводит к росту затрат по ее обслуживанию (расходы на содержание персонала, накладные расходы), повышению риска невозврата, несвоевременного погашения, т. е. финансовым потерям компании и снижению реальной ликвидности и финансовой устойчивости.

Меры, направленные на регулирование дебиторской задолженности, можно осуществлять в двух направлениях.

Первое направление – применение кредитной политики, позволяющей максимально эффективно использовать дебиторскую задолженность как инструмент увеличения продаж.

Второе направление – использование комплекса мер, направленных на снижение риска возникновения просроченной или безнадежной дебиторской задолженности.

Выделяют следующие причины возникновения просроченной дебиторской задолженности: слабая работа экономистов отдела сбыта; отсутствие системы организации работы с дебиторами (работа ведется хаотично по мере возникновения просроченной дебиторской задолженности); поощрение недисциплинированности клиентов (скрытое, неосознанное); отсутствие планирования дебиторской задолженности; недисциплинированность и неплатежеспособность клиентов, а также неумение экономистов определять фирмы-однодневки; отсутствие спроса, слабый маркетинг.

Управление дебиторской задолженностью должно включать ряд процессов: разработку методики оценки финансового состояния контрагентов, которым предоставляется отсрочка платежа; создание таких условий в договорах, чтобы они побуждали контрагентов избегать нарушения сроков оплаты; планирование объема дебиторской задолженности и мотивацию на его достижение сотрудников предприятия, вовлеченных в процесс управления дебиторской задолженностью; конкретизацию прав и обязанностей сотрудников, занимающихся процессом дебиторской задолженности; разработку (приобретение) информационной системы по управлению дебиторской задолженностью; сбор информации о финансовом положении должника и изучение документов, подтверждающих возникновение задолженности; мониторинг (ранжирование) покупателей; реструктуризацию дебиторской задолженности; претензионную работу (вне судебное погашение просроченной задолженности); исковую работу.

**П. О. Будников,
В. Н. Холодный**

*Научный руководитель
А. В. Гавриков*

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Прямые иностранные инвестиции представляют собой категорию международных инвестиций, имеющих место, когда резидент одной страны обладает контролем или значительной степенью влияния на управление организацией, которая является резидентом в другой стране.