

**Полученные научные результаты и выводы.** В результате сравнительного анализа среднего количества осадков за холодный и тёплый периоды было выявлено, что изменение количества осадков происходит практически равномерно в двух периодах, за исключением некоторых расхождений в отдельные года. Так в период с 1960 по 1965 гг. количество осадков в тёплом периоде резко увеличилось и в 1962 году составило 84,7 мм и в этот же период количество осадков в холодном периоде идёт на снижение. В 1992 количество осадков за холодный период превысило количество осадков за тёплый период. Такая же ситуация наблюдалась в 2002 году и в 2016 году. Таким образом, количество осадков, выпадающих за холодный период, имеет тенденцию к увеличению. А среднее количество осадков в тёплом периоде остаётся практически на том же уровне, на протяжении всего исследуемого периода наблюдений.

**Практическое применение полученных результатов.** Сфера применения данных о временной структуре атмосферных осадков чрезвычайно широка. В первую очередь они могут использоваться для расчетов, связанных с проектированием и работой городских канализационных сетей, водно-дорожных линий, разного рода дамб и перекрытий. А также решение целого ряда гидрологических и сельскохозяйственных задач зависят от информации о количестве выпавших атмосферных осадков.

## УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

*КАРЛОВСКАЯ Н. В. (выпускник)*

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование проблем управления дебиторской задолженностью, минимизации рисков и особенностей взыскания дебиторской задолженности. Несмотря на имеющиеся разработки, накопленный опыт и созданную систему управления дебиторской задолженностью, проблемы правильного и рационального управления этим активом остаются актуальными для любой организации.

**Цель работы.** Изучение теоретических исследований накопленных в сфере управления дебиторской задолженностью, анализ методов оценки и анализа дебиторской задолженностью для целей управления. Исследование управления дебиторской задолженностью предприятия, разработка мероприятий по его совершенствованию.

**Объект исследования.** ОАО «Тепличный комбинат «Берестье» – предприятие, осуществляющее преимущественно производство и реализацию овощей защищенного грунта (лук зеленый, огурцы, помидоры, перец, баклажаны, зелень), цветов, рассады.

**Использованные методики.** Общенаучные методы: логический, исторический, сравнительный, метод комплексного экономического анализа.

**Научная новизна.** Определена роль дебиторской задолженности, как актива предприятия в общей его структуре, установлены позитивное и негативное влияние дебиторской задолженности на уровень прибыльности предприятия, денежный поток от реализации продукции и в целом на финансовое состояние.

**Полученные научные результаты и выводы.** Установлено, что грамотное и эффективное управление дебиторской задолженностью требует современных и системных подходов с целью недопущения снижения платежеспособности и ликвидности организации. Для устойчивого развития любой коммерческой организации, дебиторская задолженность – это задолженность, которая генерирует максимальную сопутствующую прибыль от инвестирования в нее.

**Практическое применение полученных результатов.** Полученные результаты представляют теоретический и практический интерес для специалистов в сфере управления предприятием, сфере ведения бизнеса. Исследование может быть использовано как в учебном процессе, так и в практической деятельности предприятий для разработки планов управления дебиторской задолженностью.

## СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА ДЛЯ ВЫБОРА ИКТ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ

*КАРПУК П. С., СОВПЕЛЬ К. А. (студентки 3 курса)*

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование сегментации туристского рынка для дальнейшего отбора наиболее эффективных ИКТ-средств продвижения услуг.

**Цель работы.** Комплексное рассмотрение и исследование сегментации туристского рынка для выбора информационно-коммуникационных технологий продвижения услуг.

**Объект исследования.** Туристский рынок Республики Беларусь.

**Использованные методики.** Анализ эффективности использования ИКТ-средств в туристической отрасли, методические аспекты функционирования объектов туризма в условиях информационного общества, сравнительная характеристика глобальных технологий, эксплуатируемых для продвижения туризма.

**Научная новизна.** Сформирована матрица выбора средств информационно-коммуникационных технологий для продвижения услуг сегментов туристического рынка Республики Беларусь.

**Полученные результаты и выводы.** На основании разработанной системы анализа выбора ИКТ продвижения услуг на принципе сегментации туристического рынка были сделаны выводы по возможности достижения следующих результатов:

- рост привлекательности сегментов туристической индустрии;
- автоматизация процессов турбизнеса;
- повышение показателей эффективности использования ИКТ-средств;
- оптимизация выбора элементов маркетинга для конкретного сегмента туристического рынка;
- повышение эффективности принимаемых решений, обеспечивая их обоснование данными о поведении потребителей в определённом рыночном сегменте.