

**Научная новизна.** Агротуризм в Республике Беларусь – это относительно новый вид отдыха, который играет все более значимую роль в структуре въездного и внутреннего туризма. Это перспективный туристический продукт с точки зрения экспорта и насыщения внутреннего рынка туристических услуг.

**Научные результаты и выводы.** Эффективное использование потенциала агротуризма ведет к увеличению занятости населения, получению дополнительных источников доходов, усилению предпринимательской деятельности в регионах, сокращению издержек на поиски новых клиентов. Также способствует формированию новых «зеленых маршрутов» Беларуси.

**Практическое применение полученных результатов (в том числе и перспективное).** Для продвижения своих сайтов и увеличения количества гостей владельцам агроусадеб необходимо уделить особое внимание обслуживанию и оказанию услуг. Необходимо также создать нужное количество дорожных указателей и велотрасс, чтобы туристы не потерялись, и чтобы можно было спокойно покататься на велосипедах; создать возможность приобретать подробные карты, которые позволяли бы без проблем гулять по местности. Также следует детально продумать маркетинговую тактику и стратегию, усовершенствовать свои сайты, которые требуют доработок.

## МАРКЕТИНГ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

*Д. А. ХУРСИН, П. В. МИКИТЮК (СТУДЕНТЫ 2 КУРСА)*

**Проблематика.** В данной работе мы рассматриваем маркетинг в управленческом учёте, ориентированный на улучшение конечного результата деятельности предприятия.

**Цель работы.** Изучить существующие проблемы маркетинга в управленческом учёте, рассмотреть методы SWOT-анализа и анализа на основе базисных показателей деятельности предприятия, направленные на решения этих проблем, предложить направления по повышению эффективности работы предприятия.

**Объект исследования.** ОАО «ТК Берестье»

**Использованные методики.** SWOT-анализ и анализ на основе базисных показателей деятельности предприятия.

**Научная новизна.** Научная новизна состоит в развитии теоретических и методологических подходов к активизации маркетинговой деятельности в управленческом учёте с точки зрения повышения эффективности деятельности предприятия, достижения конкурентных преимуществ и обеспечения устойчивого положения субъекта на рынке.

**Полученные результаты и выводы.** Чтобы создать конкурентоспособное предприятие, надо не просто модернизировать производство или управление, но и четко знать, какая цель должна быть достигнута. Необходимо быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе свои сравнительные преимущества и все усилия направлять на развитие тех сторон, которые выгодно отличают предприятие от потенциальных или реальных конкурентов, что даст предприятию лидерство на основных рынках сбыта продукции на протяжении длительного периода времени.

**Практическое применение полученных результатов.** Данные исследования могут быть использованы для достижения конкурентных преимуществ и устойчивого положения субъекта на рынке.