

**Белорусский государственный университет  
Факультет международных отношений**

**Кафедра международного туризма**

**Реферат дипломной работы**

**«Стратегия дифференциации туристского продукта КНР на  
рынке выездного туризма Республики Беларусь»**

**Боярчук Екатерина Валерьевна,**

**руководитель Хомич Светлана Александровна**

**2015**

## РЕФЕРАТ

Боярчук Екатерины Валерьевны

### **Стратегия дифференциации туристского продукта КНР на рынке выездного туризма Республики Беларусь**

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 21 иллюстрации, 31 таблицы, 11 приложений, списка использованной литературы, который включает 62 позиции. Общий объем работы составляет 53 страницы.

Перечень ключевых слов: ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ, ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ, РЫНОК ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА, БАЗОВЫЕ СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНЦИИ, СТРАТЕГИЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ.

Цель дипломной работы состояла в разработке направлений дифференциации китайского туристского продукта на рынке выездного туризма Беларуси.

Для достижения поставленной цели, была дана характеристика Китаю как туристскому направлению, рассмотрены особенности содержания предложений на рынке выездного туризма Беларуси. Далее были выбраны оптимальные направления дифференциации китайского туристского продукта. Следующим шагом стало выявление основных фирм-поставщиков, проведен анализ предложения компаний по направлению «Китай» на рынке выездного туризма Беларуси по видам туризма, географии и цене. В завершении на основе анализа белорусского рынка выездного туризма по направлению «Китай» был предложен оптимальный туристский продукт, дифференцированный по видам туризма и географии, рассчитана его отпускная цена и экономическая эффективность.

В работе были использованы общенаучные методы: анализ, сравнение, также применялись инструменты стратегического менеджмента (SWOT-анализ, карты стратегических групп, взвешенная экспертная оценка, матричные инструменты (матрица Бостонской консультативной группы, матрица «General Electric»), экономические методы «Стандарт-костинг», «Директ-костинг».

Практическая значимость дипломной работы заключается в использовании результатов анализа предложений по направлению «Китай» на рынке выездного туризма туристскими компаниями Беларуси. Более того, разработанный образовательный тур является готовым к внедрению продуктом как для компании «Чайна комфорт тревел», так и для любого участника белорусского рынка, в продуктивном портфеле которого есть китайский туристский продукт.

## РЭФЕРАТ

Баярчук Кацярыны Валер'ёны

### **Стратэгія дыферэнцыяцыі турысцкага прадукту КНР на рынку выязнога турызму Рэспублікі Беларусь**

Дыпломная работа складаецца з задання на дыпломную работу, зместу, рэферата, ўвядзення, трох частак, заключэння, 21 малюнка, 31 табліцы, 11 дадаткаў, спісу літаратуры, які ўключае 62 крыніцы. Агульны аб'ём работы 53 старонкі.

Ключавыя словы: ТУРЫСЦКІЯ РЭСУРСЫ, ТУРЫСЦКІ ПРАДУКТ, РЫНАК ВЫЯЗНОГА ТУРЫЗМУ, БАЗАВЫЯ СТРАТЭГІІ КАНКУРЭНЦЫІ, СТРАТЭГІЯ ДЫФЕРЭНЦЫЯЦЫЯ.

Цэль дыпломнай работы - распрацоўка напрамкаў дыферэнцыяцыі кітайскага турысцкага прадукту на рынку выязнога турызму Беларусі.

Для дасягнення пастаўленай цэлі, была дадзена характарыстыка Кітаю як турысцкаму напрамку, разгледжаны асаблівасці прапаноў на рынку выязнога турызму Беларусі. Далей былі знойдзены аптымальныя напрамкі дыферэнцыяцыі кітайскага турысцкага прадукту. Наступным крокам стала выяўленне асноўных фірм-пастаўшчыкоў, праведзены аналіз прапановы кампаній па напрамку «Кітай» на рынку выязнога турызму Беларусі па відах турызму, геаграфіі і кошту. У завяршэнні на аснове аналізу беларускага рынку выязнога турызму па напрамку «Кітай» быў прапанаваны аптымальны турысцкі прадукт, дыферэнцыраваны па відах турызму і геаграфіі, падлічаны яго адпускны кошт і эканамічная эфектыўнасць.

У рабоце былі выкарыстаны агульнанавуковыя метады: аналіз, параўнанне, а таксама прымяняліся інструменты стратэгічнага менеджменту (SWOT-аналіз, карты стратэгічных груп, ўзважаная экспертная ацэнка, матрычныя інструменты (матрыца Бостанскі кансультатыўнай групы, матрыца «General Electric»), эканамічныя метады «Standard-costing», «Direct-costing».

Практычная прымяненне дыпломнай работы заключаецца ў выкарыстанні вынікаў аналізу рынку па турысцкаму напрамку «Кітай» кампаніямі Беларусі. Больш таго, распрацаваны адукацыйны тур – гэта гатовы да ўкаранення прадукт як для кампаніі «Чайна камфорт тревел», так і для любога ўдзельніка беларускага рынку, у прадуктовым партфелі якога ёсць кітайскі турысцкі прадукт.

## **ABSTRACT**

Kate Boyarchuk

### **The differentiation strategy of Chinese tourist product in Belarusian outbound tourism market**

The thesis consists of tasks on a thesis, a table of contents, abstract, an introduction, three chapters, conclusions, 21 illustrations, 31 tables, 11 annexes, bibliography, which includes 62 items. The total number of pages is 53.

List of key words: TOURIST RESOURCES, TOURIST PRODUCT, THE OUTBOUND TOURISM MARKET, BASIC COMPETITIVE STRATEGIES, DIFFERENTIATION STRATEGY.

The aim of the research was to develop the differentiation trend of Chinese tourist product in Belarusian outbound tourism market.

To achieve this aim China, as a tourism destination was characterized and the content offerings of Chinese tourist product on the Belarusian outbound tourism market was described. The next step was to choose the best trend of Chinese tourist product differentiation. Onwards, the main suppliers were identified and the analysis of Chinese tourist product offers (types, price, geography) in Belarusian outbound tourism market was presented. At the end the fine-drawn Chinese tourist product (differentiated by type of tourism and geography) was offered, net cost and cost-effectiveness was calculated.

In the thesis were used scientific methods of analysis and comparison. Also were applied strategic management tools (SWOT-analysis, maps of strategic groups, the method of weighted assessment, matrix tools (matrix of Boston Consulting Group, matrix of «General Electric») and economic methods «Standard-costing», «Direct-costing».

The practical application of the thesis: the results of the Chinese tourist product analysis can be used by Belarusians tourist companies. Moreover, developed educational tour could be implemented into product portfolio of "China Comfort Travel" company or into portfolio of any other member of the Belarusian market.