

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА**

СТАНКЕВИЧ Наталья Васильевна

**Руководитель
Хотина Елена Викторовна,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2021

Дипломная работа: 58 с., 22 табл., 55 источников, 7 прил.

КОНКУРЕНЦИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ТУРИСТИЧЕСКАЯ УСЛУГА, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ, ЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, НЕЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, РАССРОЧКА.

Целью данной работы на основе анализа теоретических источников и практики РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» разработать и обосновать пути повышения конкурентоспособности туристических продуктов.

В соответствии с поставленной целью можно выделить следующие задачи:

1. Исследовать сущность и виды конкурентоспособности;
2. Рассмотреть специфику конкурентоспособности туристического продукта и ее показатели;
3. Оценить состояние сферы туризма Республики Беларусь;
4. Рассмотреть нормативно-правовые документы, регулирующие развитие туризма в Республике Беларусь;
5. Проанализировать основные направления маркетинговой деятельности и оценить конкурентоспособность туристического продукта РУП «ЦЕНТРКУРОРТ»;
6. Предложить пути повышения конкурентоспособности туристических продуктов РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Объект исследования: конкурентоспособность туристического продукта.

Предмет исследования: особенности формирования и повышения конкурентоспособности туристических продуктов РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, SWOT-анализ, смешанный метод оценки конкурентоспособности, экспертный метод.

Область возможного применения: практически в повышении конкурентоспособности туристического продукта РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 58 p., Table 22, 55 sources, 7 app.

COMPETITION, COMPETITIVENESS, TOURIST PRODUCT, TOURIST SERVICE, PRODUCT COMPETITIVENESS ASSESSMENT METHODS, PRICE COMPETITION, NON-PRICE COMPETITION, INSTALLMENT.

The aim of the thesis: based on the analysis of theoretical sources and practice of RUE «CENTRKURORT», to propose ways to increase the competitiveness of tourism products.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. Explore the nature and types of competitiveness;
2. Consider the specifics of the competitiveness of the tourist product and its indicators;
3. Assess the state of the tourism sector of the Republic of Belarus;
4. Review the legal documents regulating the development of tourism in the Republic of Belarus;
5. Analyze the main directions of marketing activities and evaluate the competitiveness of the tourist product of RUE «CENTRKURORT».
6. Suggest ways to increase the competitiveness of tourism products of RUE «CENTRKURORT».

Object of research: competitiveness of the tourist product.

Subject of research: peculiarities of formation and increase of competitiveness of tourism products of RUE «CENTRKURORT».

Methods: analysis, calculation and analytical, SWOT analysis, mixed method of assessing competitiveness, expert method.

Realm of the possible practical applications: practically in improving the competitiveness of the tourist product of RUE «CENTRKURORT».

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.