

Организация пакетного тура в Испанию (на примере туристического агентства «Магеллан») / Е.Н. Абрамчик, И.В. Олюнина // Сборник тезисов докладов Республиканской научной конференция студентов и аспирантов высших учебных заведений Республики Беларусь «НИРС – 2011», 18 окт. 2011 г., Минск / редкол.: С.В. Абрамчик [и др.]. — Минск : Изд. Центр БГУ, 2011. — С. 594-595.

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ПАКЕТНОГО ТУРА В ИСПАНИЮ (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА «МАГЕЛЛАН»)**

Е.Н. Абрамчик, И.В. Олюнина

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование понятия «пакетный тур» как в области теоретического обобщения и формализации развития сферы туристических услуг, так и в практической деятельности туристических фирм Беларуси с учетом современных международных тенденций и особенностей организации и реализации данных туров (на примере туристического агентства «Магеллан», Минск) по такому, ныне столь популярному, но фактически не изученному туристическому направлению, как Испания.

**Цель работы.** Изучить структуру и особенности пакетного тура в сфере реализации путешествий в Испанию на примере белорусской туристической компании «Магеллан».

**Объект исследования.** Туристический пакет и его организация в теоретическом и практическом аспектах данного вопроса с учетом специфики реализации его реализации как на мировом (в качестве исследуемого туристического направления выступает Испания), так и на белорусском рынках туристических услуг с учетом международной экономической конъюнктуры и региональных особенностей с опорой на правовую базу, уделяя особое внимание юридическим нормам стран, исследуемых в данной работе Беларуси и Испании.

**Использованные методики.** Глубокий анализ структурных элементов пакетного тура с учетом различных подходов к классификации и определению данного понятия позволяет досконально изучить теоретический аспект данного вопроса. Компаративный анализ и метод аналогий как в лингво-страноведческом, так и научно-практическом преломлений в сфере туризма позволяет подойти к изучению пакетного тура с различных сторон. Метод статистического анализа позволяет проиллюстрировать ситуацию, сложившуюся на рынке туристических услуг.

**Научная новизна.** Пакетный тур – это основной элемент туристического продукта, который, несмотря на то, что современный этап развития сферы туристических услуг характеризуется высоким динамизмом, усилением конкуренции, синхронным развитием тенденций к специализации и универсализации, диверсификацией, информатизацией, повышением требований к качеству услуг остается весьма востребованными на мировом рынке туристических услуг. Белорусская туристическая индустрия не стала исключением. Наличие различного типа предложений, расширение сотрудничества между турагентствами и туроператорами не только в рамках одного государства, но и налаживание контактов напрямую с принимающей туристов стороной и т.д. позволяет применять данную схему не только на таких популярных направлениях как Египет, Турция, Индия, но и формировать пэкидж-туры в страны Западной Европы и Латинской

Америки, непременно учитывая специфику реализации данного вида продукции. Но вопреки ожиданиям, данный вопрос пока не нашел своего теоретического оформления с учетом широкого спектра различных особенностей его практической реализации, что обуславливает актуальность данной темы.

Полученные научные результаты и выводы. При создании и реализации пакетного тура необходимо принимать во внимание не только наличие широкого спектра различных экономико-географических, политических факторов, но и потребительские предпочтения, которые, в свою очередь, формируются с учетом национальной специфики в сфере туризма. Испания, будучи одной из первых западноевропейских стран, в которую отправились белорусские туристы на основе пакетного тура, имеет ряд факторов, обеспечивающих привлекательность развития данного направления. Но, несмотря на стремление к максимальной адаптации тура в соответствии с уровнем развития белорусского туристического потребительского рынка, Испания далека от лидирующих позиций, в столь перспективной и неисчерпаемой области как организация пакетных туров. Специфика испанского туристического сектора играет очень важную роль, что частично ограничивает социальную базу потребителей.

Практическое применение полученных результатов. Анализ особенностей организации пакетных туров в Испанию, предлагаемых туристическим агентством «Магеллан», позволил не только детально охарактеризовать структуру понятия «туристический пакет», но и одновременно с этим продемонстрировал низкую степень реализации туристического потенциала Испании на белорусском рынке туристских услуг, тем самым, остро выявив необходимость активизации отношений между Беларусью и Испанией не только в сфере политики и экономики, но и в области культуры и туризма. В данной работе изложены основные факторы, обеспечивающие привлекательность развития данного туристического направления, а также выделены различные аспекты, негативно отражающиеся на формировании белорусско-испанского диалога в сфере туризма.