

Доходы от экотуристской деятельности позволяют более эффективно использовать ресурсы, внедрять современные экотехнологии (использовать «зеленое» топливо, повышать образовательный уровень, в том числе и в области экологического менеджмента, и тем самым улучшать качество подготовки трудовых ресурсов и другое). Все это дает значительный импульс для развития экономики и улучшения качества жизни местного населения. При этом подготовка специалистов для сферы экологического туризма является одним из важнейших условий успешного развития отрасли.

Несмотря на объективные и субъективные трудности, экологический туризм в нашей стране развивается и принимает все более отчетливые формы. Большую позитивную роль в этом процессе играют такие факторы, как поддержка ряда международных организаций; объединение участников природоохранной и экотуристской деятельности путем создания ассоциаций и фондов; проведение целевых конференций и саммитов. Особенностью развития экологического туризма в Беларуси является большое количество исследовательских программ и инициатив, но в то же время немного успешно реализованных проектов и эффективно действующих самостоятельных объектов экотуризма. Несмотря на развитие научно-исследовательской работы в области экотуризма, принятие нормативно-правовых актов и программ развития туризма, на сегодняшний день нельзя говорить об эффективно действующем секторе экологического туризма, который бы оптимально выполнял свои природоохранные, социальные и экономические задачи, единство выполнения которых является основой устойчивого развития экотуризма в стране.

*Н.И. Полещук, ст. преподаватель
БГУ (Минск)*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА SPA-УСЛУГ

В мире имеет место устойчивый рост количества SPA-объектов и объема их услуг. Причина заключается в росте спроса на такие классические услуги SPA, как массаж, обертывания и очищения, массаж и уход за лицом.

Рынок SPA в Азии демонстрирует устойчивый рост; за три последних года число SPA в отелях и курортах увеличилось на 200 %. По высказываниям 88 % владельцев азиатских отелей выбор отеля туристами зависит именно от наличия у него высококачественного SPA. Среди отдельных стран наибольшей популярностью пользуются Таиланд, Индонезия, Гонконг, Малайзия.

В Великобритании функционирует около 6500 объектов, в том числе 1500 дневных, более 1000 клубных (при клубах здоровья), более 1000 на курортах. На один SPA-центр в среднем приходится 270 клиен-

тов в неделю и доход 470 евро с человека за год. Немецкий рынок SPA представлен более скромно, но имеются выраженные тенденции роста, связанные с индивидуализацией здоровья (самодиагностика, самолечение, назначение лекарств, самофинансирование, ответственность перед самим собой — менеджмент «здорового Я»). В Германии насчитывается более 1200 отелей со SPA-услугами, еще более 2000 отелей с потенциальным их предложением, 1000 выходных SPA-отелей.

Следует отметить национальные особенности SPA-технологий, особенно выраженные в Азии. Однако общий набор SPA-средств можно свести к нескольким базовым факторам, практическое применение которых как раз и имеет национально-региональное своеобразие. К этим факторам относятся водные процедуры в разнообразных формах, тепло (общее и местное), фито- и ароматерапия, диета, релаксация разными способами, массажи и физические тренинги. Обращает на себя внимание практическое отсутствие аппаратной физиотерапии (за исключением косметологии) и незначительный объем мероприятий по медицинскому контролю за отпуском процедур (врачи присутствуют в качестве консультантов только в медицинских SPA).

Одной из важных особенностей преуспевающих SPA-центров является предоставление SPA-услуг в рамках специально разработанных концепций (идеологий), базирующихся на здоровом образе жизни (высоком качестве жизни).

Основные мировые тенденции в области SPA, которые будут доминирующими в ближайшие годы, следующие:

1. Опережающий рост медицинских и азиатских SPA по сравнению с другими сегментами рынка.
2. Преобладание женской клиентуры, однако более интенсивные темпы роста мужского сектора.
3. Рост нетрадиционных технологий в SPA-центрах на европейском и американском рынках (рейки, шиацу, индийский и китайский массаж, акупунктура, ароматерапия).
4. Использование большого количества продуктов на натуральной и растительной основе.
5. Возрастающее значение SPA на дому.
6. Создание сильных SPA-брендов и образование национальных систем стандартизации и сертификации SPA-услуг (например, Alpine Wellness; Wellnessverband и пр.).
7. Стремительный рост активных SPA-предложений (от фитнес-клубов к актив-SPA, антистрессовый тренинг и пр.).
8. Дальнейшее развитие SPA-дизайна, создание новых типов SPA (например, Fun-SPA — для забавы) и новых привычек (sparty — времяпрепровождение в крупных центрах, включающее SPA-услуги, шопинг, питание, общение).