

2. Исследования маркетинговых коммуникаций. Стимулирование с помощью конкурсов и лотерей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.aleksandrfridman.ru/tourbusiness/tourmarketing/marketing_communications_research.html. — Дата доступа: 13.02.2018.

Т.Д. Литегевич, А.И. Ляшкова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.Г. Траскевич

(канд. экон. наук, доцент)

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРАДИЦИЙ БАНИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

В погоне за модой и инновациями, санаторно-курортные учреждения и спа уходят от истоков, забывая об аутентичных традициях оздоровления. Зачем подражать, поглощая то, что нам дают, если можно усовершенствовать то, что другие страны с радостью переняли у нас, например, бани? Ведь именно бани и сауны вошли под номером 1 в топ трендов развития велнес-технологий-2017 на Всемирном Саммите индустрии спа и велнеса [1]. В данной работе мы предлагаем авторское видение современной бани в деятельности отечественных санаторно-курортных организаций и спа. Нами предлагаются три продуктовые концепции, ориентированные на различные сегменты спроса:

1. Баня 50+

Все процедуры проходят с использованием молока и его омолаживающих свойств, не только по канонам Нефертити и Клеопатры, но и по традициям всегда славившихся своей красотой и здоровьем славянских женщин. Данный пакет включает комплекс услуг: от простых масок и массажа, до молочных ванн. Дизайн саун в спокойных тонах, с нотками древнего Египта, или, напротив, аутентичных славянских мотивов. Следует отметить, что молоко и молочные продукты, а также мед, которые используются в практике таких бань, должны быть выращены в окрестностях предприятия. Туристам даже предложить принцип «Хочешь джакузи — подои корову!», что также будет возвращать человека к истокам, что имеет доказанный оздоровительный эффект на психоэмоциональное состояние человека. Дальнейшая обработка этих продуктов для получения профессиональных спа-ингредиентов также осуществляется «на месте».

2. Универсальная баня

В данной концепции мы предлагаем единение с природой. Процедуры основаны на травах и отварах из них, а также ягодах. Запах трав успокаивает, помогает восстановить душевное спокойствие, рассказывают о древних принципах и забытых ценностях, открывающих путь к простому человеческому счастью. Пакет спа-услуг также включает ванны и джакузи на травяных отварах, ягодные маски, а также угощения

фиточаями и ягодными смузи, приготовленными из местных экологически чистых трав, ягод и фруктов.

3. Сауны для молодежи

Здесь было бы уместным добавить «для самых ярких тусовщиков», так как данная баня/сауна, в соответствии с актуальными мировыми трендами, рассчитана не только для оздоровления и релакса, но и для проведения различных мероприятий (дни рождения, встречи выпускников и т.п.). Основной упор в данной концепции направлен на лечебные свойства хмеля. Шишки хмеля содержат важные витамины и минералы: С, группы В, кальций, магний, калий; они обладают успокоительным эффектом, улучшают качество сна. Комплекс услуг включает: ванны и джакузи на пиве, души и парилки с хмельным паром. Не стоит забывать о дегустации пива, которое при умеренном потреблении оказывает благотворное влияние на здорового человека.

Таким образом, преимущества предлагаемых концепций заключаются в том, что они ориентированы на различные вкусы и потребности потребителей, а также преследуют важную цель возродить самобытные традиции наших предков и сделать бани частью образа жизни клиентов.

Список использованных источников

1. *Ellis, S.* 8 Wellness Trends for 2017 — and Beyond. 2017 Trend Report [Electronic resource] / S. Ellis, B. McCGroarty // Spa Finder Wellness 365; Global Wellness Summit. — Mode of access: http://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/8WellnessTrends_2017.pdf. — Date of access: 01.02.2018.

А.А. Холод, Е.П. Лунева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.М. Сергеева

ПЕРСПЕКТИВЫ АДАПТАЦИИ КОНЦЕПЦИИ СЕМЕЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ГЕНДЕРНЫЕ И ВОЗРАСТНЫЕ АСПЕКТЫ

По официальной формулировке Всемирной туристической организации, семейный туризм предполагает поездки с детьми до 11 лет, но на практике, он обычно не признает возрастных рамок. Зачастую туристическим организациям бывает проблематично подобрать стопроцентный подходящий вариант. Любовь к семье и родным — одна из неотъемлемых частей белорусского менталитета. Без сомнения, для нашего человека лучше провести 2 недели отпуска в квартире с ребенком, чем отдать его родителям и уехать отдыхать со второй половинкой. Причина этому тот факт, что забота наших родителей не позволяет