

Индекс на локализация на СПА и уелнес хотелите в България по районите за планиране

Милена Стоянова

Шуменски университет „Епископ К. Преславски“,
ДИКПО гр. Варна, ул. Борис Божков 1, катедра „Туризъм“
e-mail: stoyanovamilena@abv.bg

Абстракт: Специализираната материално-техническа база за СПА и уелнес туризъм търпи разработване и бурно развитие едва през последните години. СПА хотелите са изцяло частна собственост, но все още не е започнала действителната категоризация според наскоро приетата Наредба № 2 от 29.01.2016 г. и обнародвана в ДВ бр. 11 от 9.02.2016 г. за условията и реда за сертифициране на „Балнеолечебен (Медикъл СПА) център“, „СПА център“, „Уелнес център“ и „Таласотерапевтичен център“. Затова се използват досега одобрените от правителството изменения и допълнения в Наредбата за категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, според които спа хотелът е средство за подслон от категория „четири звезди“ или „пет звезди“ с изграден спа и уелнес център, в който се предлагат разнообразни водни и козметични процедури, както и спортни занимания, чрез прилагане на природосъобразни форми и методи за релакс, физическо и естетическо поддържане на тялото и части от него, консултирани и реализирани от квалифициран персонал. Целта на настоящото изследване е да се покаже Индексът на локализация на СПА и уелнес хотелите по районите за планиране.

Ключови думи: СПА и уелнес туризъм, СПА и уелнес хотели, Индекс на локализация, Райони за планиране в България

Появата и развитието на СПА и уелнес туризма се свързва с действието на различни фактори и причини, които определят, улесняват или пречат на развитието им. Тези влияния са условията, като тези от тях, които са особено решаващи или особено активни се определят като фактори. Те определят възникването и обема на туристическото търсене. При СПА и уелнес туризма, генетичните фактори пораждаат необходимостта от пътувания с рекреативна цел и релаксация. Те се проявяват преди да се реализира самото туристическо пътуване, включват условията на външната среда и определят характера на специализираните туристически дейности.

Много често СПА и балнеология се преплитат и припокриват частично, но се наблюдава съществена разлика по отношение на целевите пазари. СПА центровете се посещават от здрави хора, които търсят възможности за бягство от стреса на ежедневието и за бързо и пълноценно възстановяване, докато цел на балнеотуризма е лечението на определени заболявания¹. С други думи, СПА и уелнес центровете се посещават от здрави хора с рекреационна и релаксираща цел, а генералната идея на балнеологията е лечение на определени заболявания и профилактика. Това обаче не означава, че СПА и уелнес комплексите изключват присъствието на съоръжения и процедури с терапевтична цел. Те могат да са включени като допълнителна услуга, но без да са определящи за облика и функцията на центъра, защото не фигурират в концепцията за СПА и уелнес. Днес СПА е съществуване, посветено на подобряване на общото физическо състояние чрез разнообразие от професионални услуги, които да насърчават възстановяването на ума, тялото и духа².

Реализационните фактори са свързани с насочването на туристопотока към дадена СПА и уелнес дестинация с наличие на необходимите туристически ресурси, материално-техническа база и инфраструктура, за да има туристическо предлагане. Действието им се проявява основно в самата туристическа дестинация и затова могат да стимулират или препятстват реализирането на самото туристическо действие. В тази връзка, целта на настоящото изследване е да се покаже Индексът на локализация на СПА и уелнес хотелите по районите за планиране.

По богатство, многообразие, уникално съчетание на минерални води, калолечебни, биоклиматични, морски ресурси, България е на едно от първите места в Европа. Това е една от причините търсенето на спа и уелнес услуги у нас непрекъснато да се увеличава. Нарастващият брой на търсещите се дължи и на възможностите на СПА и уелнес центровете да предлагат едновременно традиционни и съвременни процедури за възстановяване на формата и поддържане на външния вид, което отговаря на новите желания на потребителите. Затова продуктът на СПА и уелнес туризма е все по-достъпен за всички, които желаят да си осигурят ново преживяване, да помислят за здравето си, да се постараят да изглеждат по-добре.

Туристическият отрасъл е отбелязал невероятно развитие на концепцията СПА в световен мащаб, което идва със закъснение в България. Поради тази причина специализираната материално-техническа база търпи разработване и бурно развитие едва през последните години. Това е и една от най-характерните особености на СПА туризма в България.

¹ Станкова, М. (2006). Алтернативен туризъм, Благоевград, 370 с.

² www.experienceispa.com (достъпно към 6.07.2015 г.)

След икономическите промени в България, се запази съществуващата балнеологична структура, като част от балнеозаведенията останаха собственост на държавата, някои са със смесена собственост – частна и публична³. Общият брой на балнеохотелите собственост на държавната фирма към Министерството на труда и социалната политика – „Профилактика, рехабилитация и отдих” ЕАД е 17. Те са с категория 2 и 3 звезди. Държавната фирма „Специализирани болници за рехабилитация – Национален комплекс” ЕАД към Министерството на здравеопазването има 13 болници. Министерството на отбраната и Министерството на вътрешните работи притежават и ръководят болнични бази за балнеолечение, рехабилитация и профилактика: 3 от тях са част от Военно-медицинска академия, а Медицинският институт на МВР има 3 филиала – Варна, Хисаря, Банкя и 3 бази за рехабилитация и отдих.

СПА хотелите са изцяло частна собственост, но все още не е започнала действителната категоризация според наскоро приетата Наредба № 2 от 29.01.2016 г. и обнародвана в ДВ бр. 11 от 9.02.2016 г. за условията и реда за сертифициране на „Балнеолечебен (Медикъл СПА) център“, „СПА център“, „Уелнес център“ и „Таласотерапевтичен център“. Затова се използват досега одобрените от правителството изменения и допълнения в Наредбата за категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, според които СПА хотелът е средство за подслон от категория “четири звезди” или “пет звезди” с изграден СПА и уелнес център, в който се предлагат разнообразни водни и козметични процедури, както и спортни занимания, чрез прилагане на природосъобразни форми и методи за релакс, физическо и естетическо поддържане на тялото и части от него, консултирани и реализирани от квалифициран персонал⁴.

Индексът на локализация за районите за планиране е изчислен върху базов показател – брой хотели, предлагащи условия за СПА и уелнес туризъм на територията на страната по формулата⁵:

$$IL = \frac{Sj \div Nj}{S \div N} \quad \text{или} \quad IL = \frac{Sj \div S}{Nj \div N},$$

където

IL – индекс на локализация

Sj – брой на СПА и уелнес хотели в района

S – брой хотели в района

Nj – брой СПА и уелнес хотелите в страната

N – брой хотели в страната

Таблица 1. Индексът на локализация на спа и уелнес хотелите по районите за планиране

година	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
общо Nj	268	278	294	293	323	351	357	389
район Sj								
NW	6	7	7	8	10	10	10	10
NC	9	11	11	11	13	13	15	16
NE	77	78	77	77	79	89	93	98
SE	78	80	82	80	96	103	111	116
SC	29	32	40	41	47	48	47	50
SW	69	70	77	76	78	88	81	99
общо N	3217	3533	3540	3776	2758	2953	2923	3202
район S								
NW	158	177	171	189	192	205	194	197
NC	194	242	342	371	244	250	261	264
NE	782	687	647	618	528	575	574	623
SE	1014	1275	1176	1368	745	819	880	924
SC	632	706	751	795	524	556	552	607
SW	437	446	453	435	525	548	462	587

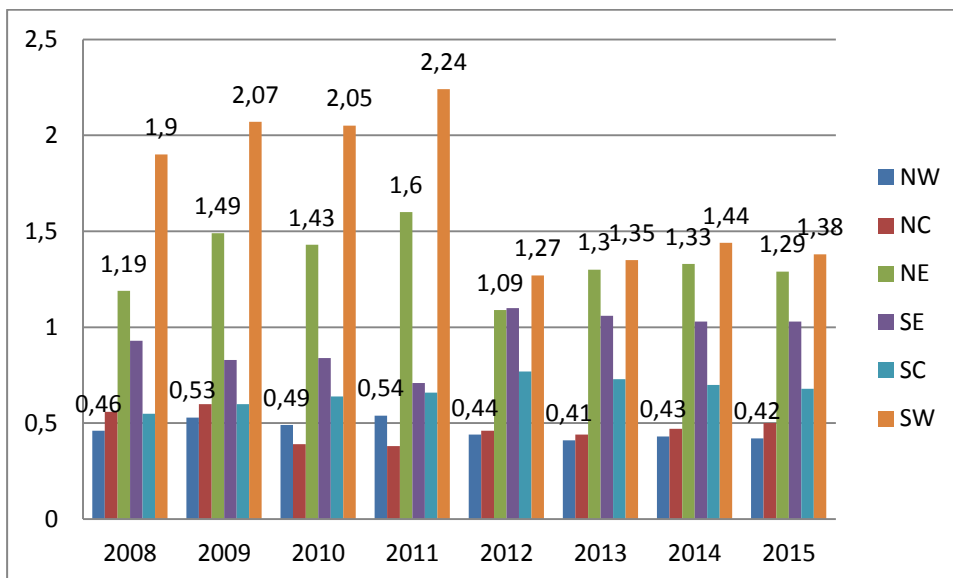
Източник: НСИ⁶, Стоянова, М., 2016 г.

³ ЕВРОПЕЙСКИ СИНТЕЗ НА ПРОУЧВАНИЯТА ЗА СЪСТОЯНИЕТО И ДИАГНОСТИКАТА НА НУЖДИТЕ ОТ ПРОФЕСИОНАЛИЗАЦИЯ НА ИЗПЪЛНИТЕЛИТЕ НА ТЕРМАЛНИ ПРОЦЕДУРИ В БЪЛГАРИЯ, ФРАНЦИЯ И РУМЪНИЯ. Проект THERM № 134098-LLP-2007-BG-LMP, март 2010, с. 20.

⁴ Наредба за категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, 2007, Приложение № 1 към чл. 1, ал. 2 и чл. 11, ал. 1 и 4.

⁵ http://www.canri.org/conferencia_2013/docs/ikonomika/05-ManevaandMarinov.pdf

Резултатите за индекса на локализация ($IL > 1$) показват, че най-висока е концентрацията на хотели в Югозападния (1,90 – 1,38), Североизточния (1,19 – 1,29) и Югоизточния (0,93 – 1,03) район за планиране. Трябва да бъде отбелязан и ръстът на СПА и уелнес хотелите и в Южен централен район (0,55 – 0,68), въпреки, че все още $IL < 1$. Повишеният индекс на локализация в тези райони е свързано с по-голямата концентрация на минерални води и повишен интерес от страна на пазара към СПА и уелнес услугите в тях, което е белег за специализация.



Фиг. 1. Индекс на локализация на СПА и уелнес хотелите по районите за планиране (2008 – 2015 г.)
Източник: Стоянова, М., 2016 г.

Най-важно за всеки СПА и уелнес център е възможността за активен релакс. Тя обикновено се осигурява в луксозно изпълнени помещения с удобни места за почивка, където човек в приятна атмосфера, обгърнат от топлина и приятна музика, изцяло да се отпусне и да се избави от умората и стреса. Един от водещите фактори за успех при проектирането и изграждане на един СПА или уелнес център е цялостната концепция за визия, функционалност и уникалност; да се създаде атмосфера, която ще накара всеки посетител да се завръща отново и отново, привлечен от положителните емоции, с които го зарежда престоят му в центъра.

Поради тази причина е важно, основната (доминантната) тема да е отражение на цялостния характер на спа центъра. Това може да се реализира само когато има връзка между концепция, планиране, дизайн и разработка на терапии. На практика 96% от СПА центровете са изградени или обновени след 2000 г., а 88% от тях - след 2003 г.

Всичко това потвърждава, че СПА хотелите в България се стремят да отговорят на общоприетите изисквания за практикуване на СПА и уелнес туризъм, а именно:

- Специализирано обзавеждане като СПА и уелнес хотел;
- Обособяване на СПА център с басейн, сауна, парна баня, козметично студио и др.;
- Наличие на адекватно квалифицирани кадри за консултации, тренировки, процедури, терапии и др.;
- Разнообразно предлагане на различни здравословни ястия;
- Наличие на твърд контингент от хотелски стаи и за хора с увреждания.

Когато се прави оценка на съществуващите дейности в СПА центъра или се планира изграждане на нов, анализът на собствеността е от изключително голямо значение и зависи от пазарната ориентация на хотела, както и от даденостите в самия СПА център – както по отношение на дизайн и размер, така и по отношение на операционни възможности. По този начин в термините СПА и уелнес продукт, съвременният човек поставя здравословните козметични процедури, релаксиращите терапии чрез вода, масажите и здравната профилактика на кожата, тялото и ума и много други.

Избирайки основния мотив е важно да се ограничи изборът до една тема или да се комбинират теми, които си съответстват една с друга и на които основните медицински принципи и цялостна философия отговарят. Затова не е възможно да се комбинират помежду си азиатска и ориенталска или средиземноморска концепция, тъй като медицинските основи и съответните терапии са различни. Ако все пак това се направи, терапията няма да бъде ясна нито за госта, нито за самия терапевт, а и няма да съответства на дизайна. Зоната за терапии ще нарушава спокойствието и ще изглежда непрофесионално.

СПА и уелнес туристическият продукт се изграждат на основата на природните ресурси, най-вече на минералните води. Същевременно те са териториално разположени и изграждането на суперструктурата и инфраструктурата е свързано

с носещия капацитет на съответните територии. Затова е необходима правна рамка и институционално регулиране върху ползването на ресурсите и устройството на териториите.

От 2014 г. във връзка с прилагането на Закона за туризма от 2013 г., право да използват в наименованието си абревиатурата „СПА“, съответно обозначенията „балнеолечебен (медицъл СПА)“, „уелнес“ и „таласотерапия“ или да предоставят услуги, обединени под наименованията „балнеолечебни“ или „СПА/уелнес услуги“, посочени в рекламни брошури, листовки или на интернет страници, имат само лицата, извършващи дейност в сградите или помещенията, получили сертификат за „балнеолечебен (медицъл СПА) център“, „СПА център“, „уелнес център“ или „таласотерапевтичен център“ по реда на този закон.

„СПА центърът“ е самостоятелен или изграден към място за настаняване център, намиращ се в градска или курортна среда, в който се прилагат разнообразни процедури, програми и ритуали, включващи използването на вода - минерална, изворна и друга разрешена от закона, и/или лечебна кал и/или морска вода и/или други естествени природни фактори, чрез прилагане на класически и нетрадиционни терапевтични методи на въздействие, целящи антистрес, релакс и психо-физическо възстановяване, както и насочени към красотата на човешкото тяло. В спа зоната има минимум: вътрешен и/или външен басейн или спа капсула, а бюти зоната има минимум два кабинета с хидромасажни процедури, турска баня или парна баня, сауна или инфрачервена кабина, зала за релакс.

„Уелнес център“ е самостоятелен или изграден към място за настаняване център, намиращ се в градска или курортна среда, в който използването на вода и естествени природни фактори не е задължително. В центъра се предлагат разнообразни рекреативни и козметично-разкрояващи процедури, програми и антистресови ритуали, базирани на съчетание от природни лечебни ресурси и холистични подходи за постигане на физическо, емоционално, духовно, интелектуално, професионално и социално благосъстояние на личността⁷.

Освен за класификацията и категоризацията на СПА и уелнес центрове, *органите за управлението, развитието и контрола* им имат голям принос за масовизирането и повишаване качеството им в България. Трябва да се отбележи, че всеки има роля за развитието на СПА и уелнес туризма в България. Преди Държавната агенция по туризъм, а сега Министерството на туризма чрез предоставяне на стратегии, наредби, инфраструктура, закони, подкрепа и информация, играе ключова роля в осигуряването на среда, благоприятна за създаване и извършване на туристическа дейност в нашата държава. Като отговорен изследовател на пазара, то също играе важна роля в оказването на подкрепа и насърчаване на качеството на туристическите услуги, така че да осигурява конкурентноспособност на пазара.

Основан нормативен акт в сферата на туризма е Законът за туризма от 2013 г. Неговото приложение се урежда от подзаконовни нормативни актове - правилници, наредби и методики. Нормативната уредба предполага и някои проблеми, които се създават или не се решават от нея. Основните и характерни недостатъци, които трябва да бъдат решени са: прилагането, чрез подобряване на взаимодействието между ведомствата и повишаването ефективността на контрола и налагането на глоби и санкции; укрепване на административен капацитет на държавните местни и общински власти и преодоляване на разпокъсаността и неизяснеността на задълженията и отговорностите на това ниво. Тези проблеми ще бъдат преодоляни чрез подобряване на управленските методи и начини за работа и усъвършенстване управлението на финансовите и информационните ресурси.

Затова във връзка с разпоредбата на чл. 165, ал. 2 от Закона за туризма (ЗТ) трябва да съществува Единна система за туристическа информация (ЕСТИ), която да включва Националния туристически регистър по чл. 166, ал. 1 от ЗТ, туристическа информация и статистически данни за туризма в съответствие с изискванията на статистическата служба на Европейския съюз - ЕВРОСТАТ и на Световната организация по туризъм. Така ще се подобри взаимодействието между държавните и общинските администрации и частните субекти, имащи отношение към създаването, развитието и реализирането на туристическия продукт, както и предоставянето на всички заинтересовани страни на съвременна, адекватна и актуална информация за всички елементи на туристическото предлагане. Във връзка с това, намеренията на Министерството на туризма са след 9 август 2016 г. да започне подаване на заявления по Наредбата за сертифициране на СПА и уелнес центрове, а в следствие и чрез функционирането на Единната система за туристическа информация да се подобри информираността на потребителите на туристически услуги в сертифицираните балнеолечебни (медицъл СПА), СПА, уелнес и таласотерапевтични центрове. Чрез създаването на единен регистър на съществуващите в страната туристически атракции, съществен елемент от необходимата „Туристическа информация“ като част от ЕСТИ, ще се подобри тяхното управление и реклама и ще се повишат приходите от реализираните в тях или чрез тях туристически услуги⁸.

⁷ <http://www.mi.government.bg/library/index/download/lang/bg/fileId/254>

⁸ <http://www.tourism.government.bg/bg> (достъпно към 25.01.2015 г.)



Литература

- ЕВРОПЕЙСКИ СИНТЕЗ НА ПРОУЧВАНИЯТА ЗА СЪСТОЯНИЕТО И ДИАГНОСТИКАТА НА НУЖДИТЕ ОТ ПРОФЕСИОНАЛИЗАЦИЯ НА ИЗПЪЛНИТЕЛИТЕ НА ТЕРМАЛНИ ПРОЦЕДУРИ В БЪЛГАРИЯ, ФРАНЦИЯ И РУМЪНИЯ. Проект THERM № 134098-LLP-2007-BG-LMP, март 2010. Наредба за категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, 2007, Приложение № 1 към чл. 1, ал. 2 и чл. 11, ал. 1 и 4.
- Поповска, С. (2006). Фактори за развитие на СПА туризма в България и видове СПА центрове. В: Туристически мениджмънт и развитие, 11-12, 36.
- Станкова, М. (2006). Алтернативен туризъм, Благоевград, 370 с.
- Стоянова, М. и колектив. (2012). Състояние и перспективи за развитие на туризма в Североизточния регион за планиране. В: Сборник от юбилейна научна конференция “40 години Шуменски университет”, Шуменски университет “Епископ К. Преславски”, Шумен., с. 255 – 261.
- Стоянова, М. (2012). СПА и уелнес туризмът – съвременна алтернативна форма на туризъм. В: Сборник от юбилейна научна конференция “40 години Шуменски университет”, Шуменски университет “Епископ К. Преславски”, Шумен, с. 243 – 248.
- Assenova, M. (2008). Profile of Visitors to the Bulgarian Spa Centers by Nationality. В: Годишник на СУ, ГГФ, т. 100, кн. 2
- Mueller, H., E. L. Kaufmann. (2001). Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry, Journal of Vacation Marketing, Volume 7 Number 1.
- http://www.canri.org/conferencia_2013/docs/ikonomika/05-ManevaandMarinov.pdf
- <http://www.mi.government.bg/library/index/download/lang/bg/fileId/254>
- <http://www.nsi.bg/bg/content/1978/годишни-данни> (достъпно към 5.04.2016 г.)
- <http://www.tourism.government.bg/bg> (достъпно към 25.01.2015 г.)
- www.experienceispa.com (достъпно към 6.07.2015 г.)