

ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНИ ПОДХОДИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА SPA&WELLNESS ИНДУСТРИЯТА И ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Бистра Димитрова

*Доктор на науките, Посланик на ООН по спорт за социално развитие
Експерт-оценител на Генерален Директорат "Наука" на ЕК
Департамен „Социални иновации и промоция на здравето“*

Ключови думи: SPA&Wellness продуктите, пакети, исторически извори, специализирана терминология, Закон за Туризм, SWOT анализ, български научни иновации, възможностите за внедряване в практиката, изводи и препоръки за практиката

ВЪВЕДЕНИЕ

Представяме кратка ретроспекция на исторически извори за Spa&Wellness индустрията и туризма. В книжовния български език SPA се възприема като чужда дума и не е правилно. Описанието ѝ липсва, защото в българския език подобно съкращение СПА няма смисъл, дори може да се сбърка с глагола "спя". Съкращението SPA има латински произход. Пълната му транскрипция е **Sanus Per Aquam** и на български означава **Здраве чрез вода**. Следователно ако е съдържателно преведено, трябва да се изписва **ЗЧВ**.

Всичко започва от белгийското градче SPA, което се намира на територията на Белгия и на френски език се изписва с латинските букви **S-P-A**, а регионалното му разположение е в провинция Лиеж (Liege). Още през XV-XVI в., по време на римската империя е открит първият воден курорт. Процедурите с минерална вода са били особено популярни. Освен за лечебни цели минералните бани се използвали и за почивка на короновани глави, знатни особи и техните придворни. За нуждите на аристокрацията някои стари римски терми се превръщат в балнеокурорти, днес наричани медикъл-SPA (MedSPA) обекти, по известните от които са: Карлсбад, Виши, Байройт, Баден-Баден, Евиан, Спа, Бат и др.

Историческите корени на SPA културата откриваме в Древния Рим и по-конкретно в процеса на тренировка и възстановяване на гладиаторите. В тази епоха нямало кино и футбол, но не била чужда съвременната жажда за забавления. Там се развила една индустрия, отчасти зрелищна, отчасти спортна, а понякога и варварска, която станала символ на максимата "хляб и зрелища" и която построила гиганта "Колосоо" (или както го наричаме днес, Колизеум). Това били гладиаторите. Обучени мъже, майстори на определени оръжия, се биели за удоволствие на тълпата, по двойки.

Най-могъщата антична държава Римската Империя завладява части от съвременните български земи преди около 2 хилядолетия. Тя донася по тези земи военни и строителни технологии, изгражда разкошни храмове и обществени сгради, променя мащабите на мислене.

Пример за това е Кабиле, тракийският царски град, а също така важен икономически, културен и религиозен център в югоизточна Тракия. С идването на Марк Теренции Локул, България се превръща във външна граница на Империята, също както е в момента външна граница на ЕС. Археологични разкопки разкриват мащабни римски строителства на три метра ниво под съвременна София. Дори главните транспортни артерии на антична Сердика

съвпадат по разположение и посоки с използваните булеварди в съвременна София. Ротондата “Св. Георги” двора на Министерски съвет в част от “Константиновия квартал на древна Сердика”. Когато за първи път вижда Сердика, самият Император Константин Велики извикал: “София е моят Рим”.

Друг първенец сред римските градове по български земи е бил град Хисаря наречан в древността Диоклецианопул. Той е станал прочут чрез лечебните свойства на богатите си ресурси от минерална вода. Тук е важно да споменем и Вършец, който разполага с уникално римско наследство, не все още не използвано в регионалните SPA&Wellness политики. В множеството римски казарми е имало и ранени войници, които са били излекувани и рекреирани чрез чудотворната сила на българската термална вода.

Друго уникално историческо свидетелство е Вила Армира, която е най-запазения в Европа римски дворец, с оригинална мозайка и царски размери на пространствата в него. Всички тези исторически акценти могат да се превъзнат, чрез интердисциплинарни концепции в уникални международни дестинации за културно-здравен SPA&Wellness туризъм и да привличат стотици хиляди посетители годишно.

Историческите корени на културата на отдиха и превенцията на здравето

Римляните предпочитали да наблюдават, а не да практикуват спорт. Имали спортни зали, т.нар. палестри, по подобие на гърците. Римският интерес към спорта като към обществено явление бил далеч по-слаб от този на гърците в древна Елада.

Разкъсните рани на плътта били характерни за римската армия и враговете ѝ. Умението да ги лекуват и да оперират прочуло римските лекари по цял свят. Но създадо и нещо повече, нещо отвъд познатата дотогава медицина, включващо анатомия на вътрешните органи и кръвоносните съдове. Особено прочут бил лекарят Гален, започнал като лекар на аристокрацията и гладиаторите, като при последните от раните в битка научил доста, успял да определи артериалните и венозните кръвоносни съдове, да прави операции на органи и дисекции на животни, както и да направи нечуваната дотогава и неповторена с хилядолетия операция на окото от катаракта. Няма никакво съмнение, че римляните са имали добро познание за формата и съкратителната способност на мускулните групи и сухожилията на човешкия организъм. Биомеханичните закономерности и принципи също не им били чужди. Без затруднения, ако си го бяха поставили за цел, гладиаторите биха могли да създадат културизма в съвременния му вид. Макар спортът да не бил сам по себе си основно занимание



на древните римляни, те имали култура на възстановяването.

Римляните са безспорните **пионери на SPA културата**. Те ползвали масажисти, особено за гладиаторите, което показва, че считали масажа не само за отпускащ, но и за укрепващ тялото. Римляните са били любители на калните бани, топлите извори и други рекреативни процедури. Голямо развитие в Рим придобила **козметиката**. Парфюмите, пудрите, благовонните масла след баня и кремове били нещо обичайно.

Първите свидетелства за гладиаторски игри

Най-голямо развитие обаче получил отрасъл, по който съвременните световни **SPA** центрове работят активно. Това били **термите (thermae, balnea), обществените бани**, срещани и в богатите частни домове. Ако спортът сам по себе си бил за римляните нежелано занимание, то в **термите** те ползвали цялостен комплекс, включващ от поддръжка на формата, през баня и масажни процедури, до козметика.

В тези **обществени бани** те обичали да прекарват до няколко часа дневно. Термите били обичано място за социални контакти, бизнес срещи или дискусии.

Така в Древния Рим осъществявали в едно социалния живот, бизнеса, почивката и спорта. Римляните били посрещани на входа, плащали такса и се събличали в термите. След което имали множество опции. Често в съседство или като част от банята имало и гимназиум (палестра - училище за бокс, борба и други спортни упражнения). В нея имало пригодени части за вдигане на тежести, а също и пригодена зала за хвърляне на дискове.

Ако нямало палестра, то тази функция изпълнявало " атриумът" - антре или широк коридор, който вероятно посетителите са използвали за спорт, тичане, разходки. В банята римлянинът можел да се наслади на няколко обичайни услуги. Освен нормалната баня той посещавал баня с гореща и студена вода. Имало помещение, обливано от горещ сух въздух, твърде подобно на днешната суха финландска сауна. Освен това имало и баня с топла пара, както и помещения "за аклиматизация", за да не направи посетителят изведнъж нежелан преход от много топло към много студено. На разположение на посетителите имало стъргала, сапуни и балсами и дори се споменава за устройства, подобни на съвременния душ.

Отделно в банята посетителите можело да бъдат масажирани или преглеждани от лекар. Разрешено било дори да се търгува и да се предлагат услуги в залата на банята. Когато в близост имало естествен извор от някакъв тип, за предпочитане горещ, термът израствал край него и ползвал лечебните му води. Ако нямало такъв, термът се захранвал от водопроводната система - **акведукти**.

Както се вижда, има за какво да завидим на древния римлянин. Спорт, възстановяване, лечебни процедури, баня, терапия, почивка, масаж, козметика, бизнес и обществен живот на едно. Кога ли отново ще достигнем това съвършенство, убивайки социалния стрес?

Римска баня



Римляните са постигнали големи успехи благодарение на своята прагматичност и рационално мислене. След като почти хилядолетие са били световен фактор, накрая ги погубва именно мързелът, разпуснатостта, липсата на физическа активност. Също както нашите съвременници, Римляните са обичали разкоша, развлеченията, зрелищата, културата и изкуството.

СОЦИАЛНИ РЕЗУЛТАТИ - ЗАКОН ЗА ТУРИЗЪМ

Специфичните промени водещи до висока прозрачност в бранша:

Планира се и създаването към МИЕТ на Експертна комисия по регистрация на туроператори и туристически агенти (ЕКРТТА), както и Експертна комисия по категоризация и сертификация на туристически обекти (ЕККСТО). Председатели ще са или зам.-министър от МИЕТ, или длъжностно лице, упълномощено от министъра. В съставите на двете комисии ще има по равен брой представители на държавата и на туристическия бранш.

Сред важните новости на законопроекта е създаването на туристически райони с цел осъществяването на регионален маркетинг и реклама. Районите ще се управляват от общо събрание, управителен съвет, контролен съвет и изпълнителен директор. Организацията за управление на туристическите райони ще се финансира от 20% от събрания туристически данък, от членки внос, приходи от стопанска дейност и др. Средствата за развитието на туризма в общините ще се набират основно от 70% от туристическия данък. Туристическите райони ще имат наименование, лого и слоган и ще подпомагат дейността на областните управители и кметовете на общини при реализацията на стратегии и програми за развитие на туризма чрез становища и предложения, по реализиране на проекти по програми на ЕС, създаване и поддържане на база данни за туризма в района, част от Единната система за туристическа информация, осъществяване на обмен на информация, стандарти и добри практики, провеждане на дейности по обучение и повишаване качеството на туристическите услуги; Кметът на общината или оправомощено от него лице, по предложение на ОЕКТО определя категория на: местата за настаняване: хотели, мотели, пансиони, хостели, стаи, апартаменти и др. Уреждат се и условията за категоризиране на местата за настаняване, ски-пистите, предоставянето на SPA&Wellness услуги и тяхното сертифициране. Според предложението на МИЕТ категорията на самостоятелните и прилежащите към места за настаняване медицински SPA центрове, SPA центрове, Wellness центрове и таласотерапевтични центрове, изградени в градска или курортна среда, ще важи за пет години. Организира се поддържането на Единната система за туристическа информация; извършва регистрацията на туроператорите и туристическите агенти, определя категорията, сертифицира туристически обекти налага глоби, създава Национален съвет по туризъм (НСТ), подпомага координацията на националната политика в областта на туризма

Създадена е самостоятелна глава в Закона, уреждаща “УСЛОВИЯ И РЕД ЗА ПРЕДОСТАВЯНЕ НА SPA & WELLNESS УСЛУГИ В САМОСТОЯТЕЛНИ УЕЛНЕС ЦЕНТРОВЕ И В СПОРТНО-ОЗДРАВИТЕЛНИ ЦЕНТРОВЕ. СЕРТИФИЦИРАНЕ”.

Чл. 154. (1) Прилежащите към места за настаняване и самостоятелните центрове в курортна и градска среда, изградени, оборудвани и обзаведени за предоставяне на медицински SPA, SPA&Wellness, Wellness и таласотерапевтични услуги подлежат на сертифициране от министъра на икономиката, енергетиката и туризма или оправомощено от него лице по реда на този закон.

(2) Право да използват в наименованието си абревиатурата “SPA”, съответно обозначенията “Медицински SPA”, “Уелнес” и «Таласотерапия» или да предоставят услуги, обединени под наименованията “Медицински SPA” или “SPA / Wellness услуги”, посочени в рекламни брошури, листовки или на интернет страници, имат само лицата, извършващи дейност в сградите или помещенията, получили сертификат за “Медицински SPA център”, “SPA център”, “Уелнес център” или „Таласотерапевтичен център” по реда на този закон.

(3) Условието и редът за сертифициране на центровете по ал. 2, изискванията към персонала и към лицето, с функции по управление на съответния център се уреждат в наредба на министъра на икономиката, енергетиката и туризма и министъра на здравеопазването.

(4) Центровете по ал. 2 получават съответния сертификат при съответствие с минималните задължителни изисквания за изграждане, обзавеждане и оборудване, обслужване, предлагани услуги и професионална и езикова квалификация на персонала, посочени в наредбата по ал. 3.

(5) Наредбата по ал. 3 съдържа и всички образци на заявления и справки, които се отнасят за центровете по ал. 2.

Чл. 155. Сертифицирането на центровете по чл. 154, ал. 1 се извършва с цел удостоверяване на пригодността на центъра за предлагане на Медицински SPA, SPA / Wellness, Wellness и терапевтични услуги, повишаване на качеството на предлаганите услуги и гарантиране на правата и повишаване на сигурността на потребителите на тези услуги.

Чл. 156. (1) Предоставянето на Медицински SPA, SPA / Wellness, Wellness и терапевтични услуги, в сертифицирани по този закон центрове се извършва от лице, което....:

(3). има персонал с изискуемото образование, професионална, езикова квалификация и стаж;

(4). има управител с изискуемото образование, професионална, езикова квалификация и стаж;

(5). е осигурило подходящи помещения, обзавеждане и оборудване и условия за предоставяне на съответните услуги, съгласно изискванията на наредбата по чл. 154, ал.

Сред важните глави на предложението на МИЕТ е разработката и поддръжката на Единна система за туристическа информация. Тя ще включва Национален туристически регистър, туристическа информация и статистически данни за туризма в съответствие с изискванията на статистическата служба на Европейския съюз – Евростат и на Световната организация по туризъм. Според текста Наредба за системата се приема от Министерски съвет, а националният регистър се поддържа от МИЕТ.

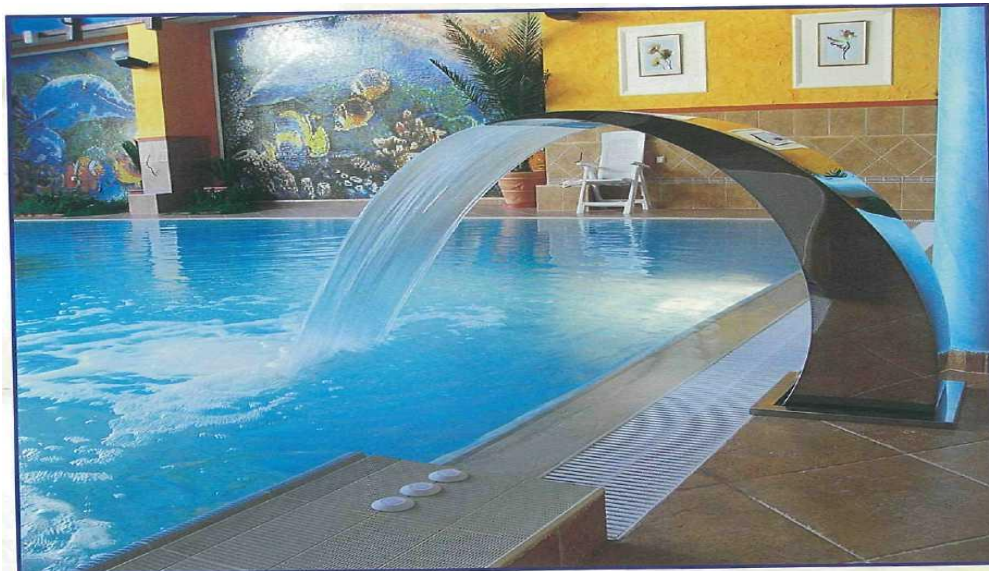
Специализирана SPA&Wellness терминология.

Международен SPA мениджъри клуб (първото сдружение у нас, което обединява специалистите по SPA&Wellness с магистърска степен на образование по специалността) допринесе за формулирането на определенията за въвеждане на 4 вида SPA&Wellness обекти и постави в над 9 члена от проекта на Закон за Туризм специализирана SPA&Wellness терминология (чл.2 (2), 3(1)м.4, 3(2)м.5), както и самостоятелна глава регламентираща направлението. Спецификата на терминологичното съдържание е записано в допълнителните разпоредби, по смисъла на новия проект на Закон за Туризм, под следните точки:

42. „Медицински СПА център” е самостоятелен или прилежащ към място за настаняване център, намиращ се в градска или курортна среда, в който се прилагат здравни процедури, базирани на естествени природни лечебни ресурси (минерални води, пелоиди, климат и др.). В центъра се предлагат разнообразни терапевтични програми, които се провеждат в специализирано оборудвани кабинети, зали и помещения, предназначени за осъществяване на диагностика, лечение, рехабилитация и профилактика. Центърът е лечебно заведение по смисъла на Закона за лечебните заведения.

43. „СПА център” е самостоятелен или прилежащ към място за настаняване център, намиращ се в градска или курортна среда, в който се прилагат разнообразни процедури, програми и ритуали, базирани на природни лечебни ресурси, чрез прилагане на източни (дихателни, двигателни, мануални и медитативни) и аква методи за въздействие, целящи антистрес, релакс, психо-физическо възстановяване, естетическо и бюти моделиране, консултирани и

реализирани от немедицински персонал със специализирано образование в областта на СПА и Уелнес. В СПА зоната има минимум: вътрешен и/или външен басейн, фитнес, фреш бар, а бюти зоната има минимум 2 кабинета с вана и джакузи, турска баня, парна баня, сауна, зала за релакс.



44. “Уелнес център” е самостоятелен или прилежащ 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 прилагат разнообразни рекреативни и козметично-разкрасяващи процедури, програми и анти-стрес ритуали, базирани на съчетание от природни лечебни ресурси и холистични подходи за постигане на физическо, емоционално, духовно, интелектуално, професионално и социално благосъстояние на личността, консултирани и реализирани от немедицински персонал, със специализирано образование в областта на СПА и Уелнес.

45. “Таласотерапевтичен център” е самостоятелен или прилежащ към място за настаняване център, намиращ се в градска или курортна среда на морския бряг, в който се предлагат програми и ритуали включващи използването на морска вода и/или естествени производни продукти, и/или лиманна кал, чрез класически и нетрадиционни терапевтични методи за въздействие, целящи възстановяване на психическото и физическото здраве, както и насочени към красотата на човешкото тяло.

76. „Бранд” е уникалното съчетание от емоционални и рационални възприятия за една дестинация и типа продукт, който тя предлага, отличаващи я от конкурентните дестинации като най-подходяща за съответните целеви пазарни сегменти.

ДИСКУСИЯ И ИНОВАЦИИ

Кратка статистика за динамиката на SPA&Wellness туризма

Науката доказва понятието "стрес", свързва го със здравето и с работоспособността. Здравето се засяга всички лично, а работоспособността прави хората по-добри или по-слаби професионалисти. Тези две причини са фундаментални за съвременния свят и не изискват да се привеждат други аргументи, освен статистическа информация.

Само в рамките на ЕС над **200 милиона души** на различна възраст практикуват SPA и wellness♣ методи, аква практики или източни техники за релаксация, здравна превенция и рекреация. SPA дейностите в съвременния динамичен живот заемат все по-сериозно място в индивидуалния график на хора от различна възрастова, етническа, полова и професионална категория.

България има богати традиции в използването на аква въздействия от древни времена до днес. Природното разнообразие от минерални води с различно съдържание на химически елементи, многогодишната успешна дейност за прилагане на хидро, билко (фито), калолечение (фаго) и здравословни двигателни профилактики във водна среда са утвърдили страната ни като лидер в SPA практиките.

Статистиката показва, че в последните няколко години у нас са създадени повече от 2000 специализирани SPA центрове в зимни и летни туристически комплекси. За съжаление едва 10% от специализирания персонал на SPA центровете е с висше специално образование, което води до много ниско качество и методически грешки при прилагане на крайния SPA продукт. Професията SPA анализатор-мениджър, консултант, експерт или методист е на емпирично равнище, което налага подобряване качеството на образователните програми във висшите училища, за да се повиши квалификацията и кадровото обезпечаване на SPA базите. Първите за ОКС “Магистър” и единствена на Балканите и Европа ОНС „Доктор“ образователни програми са внедрени в НСА “В. Левски”, с заглавие “SPA култура, източни и аква практики”, “SPA култура, хидро, лито и таласо практики” и „Уелнес – промоция на здравето“ – всички те разработени и акредитирани от Бистра Димитрова, дн, Програмите са в отговор на богатите природни ресурси и уникална география на минералните извори в България и особено в околностите на София, с над 270 . бити сонди, намерени минерални води и капсолирани сондажи. Специализираните управленски кадри дипломирани в посочените програми ще съдействат да се създаде в Българи и в частност столицата София, икономика основана на знанието за минералната вода за създаване на приобщаващ интелигентен растеж след 2020 г.

Според различни източници страната ни е сред първите пет не само в Европа, но и в света. Над 90% от минералните извори у нас са с лечебни свойства. Качествата на българските минерални води са били познати още от древността - Хисар (древна Аугуста), Кюстендил (Пауталия), Бургаски минерални бани (Акве калите), Термополис, Сапарева баня, Сливен (Танзос), София (Улпия Сердика). Малко са държавите, които могат да се конкурират с България по изобилие и многообразие на минерални извори с различен физикохимичен състав.

SWOT анализ за „Бранд” Вършец в SPA&Wellness туризъм –

“По пътя на римските легиони в България”

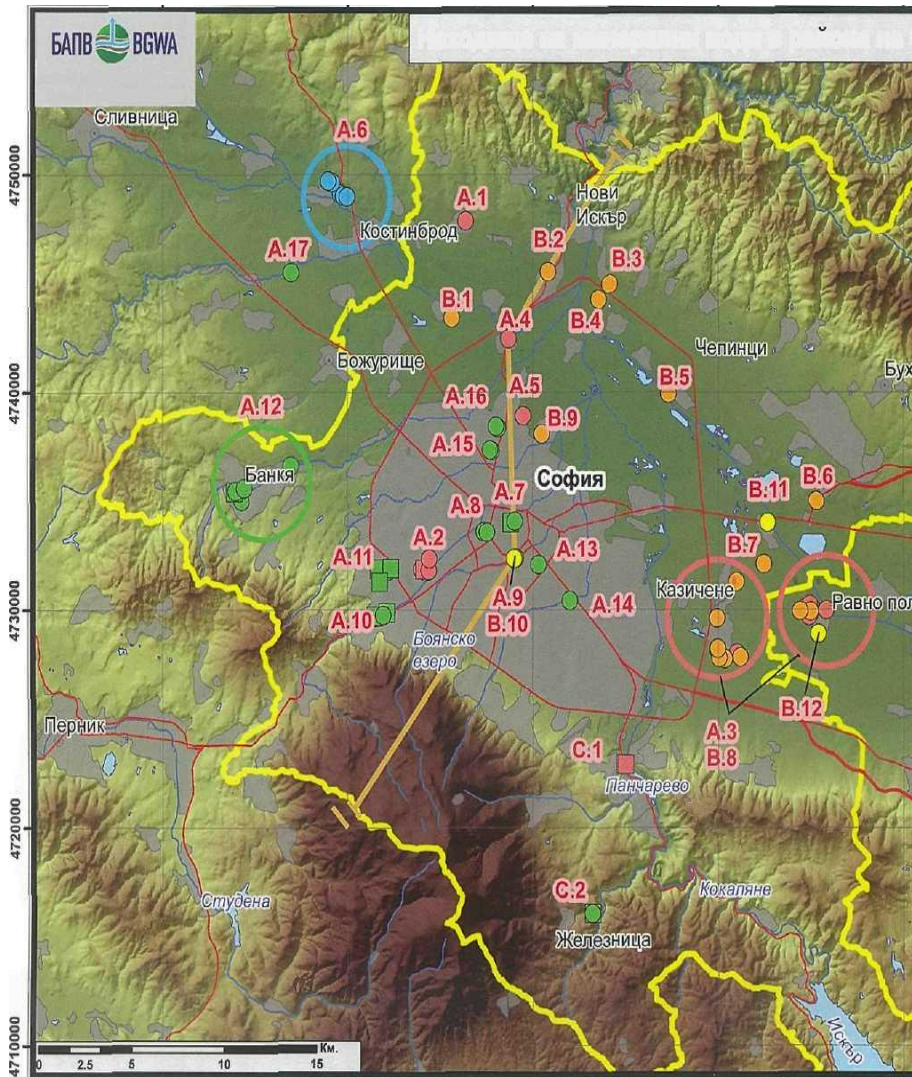
Както е дефинирано в проекта на закон за Туризм - „Бранд” е уникалното съчетание от емоционални и рационални възприятия за една дестинация и типа продукт, който тя предлага. Вършец разполага с богато историческо наследство от римско време по българските земи, което все още не носи нужните приходи на общината и частния сектор. Точно във време на криза се търси потенциал за възход, който лесно може да се дефинира като “**SPA Бранд Вършец**” отличаващ се от конкурентните дестинации като най-подходяща среда за рекреация по възстановка на костюми и балнео-ритуали от времето на римските легиони у нас, а клиента

* SPA - здраве чрез вода

Wellness - (за) здравословен начин на живот / приятно преживяване

да се почувства обгрижен като Константин Велики и любимата му чрез един VIP-SPA-ритуал за двама, какъвто никъде на Балканския полуостров не се предлага.

SWOT анализ за „SPA-Бранд-Вършец” е насочен към открояване на силните и слабите страни



България има огромни възможности за развитието на SPA и Wellness индустрията. Това доказаха експерти на 2-я Специализиран бизнес-обмен форум по SPA и wellness – БУЛСПА 2009, проведен в к.к. „Златни пясъци”– Варна.

Според тях 800-те минерални извора, които страната притежава, са допълнителен стимул за развитието на този тип туризъм. Статистическите данни сочат, че само 5% от тези извори са каптирани и този факт дава допълнителен потенциал на страната ни.

Приложената карта е научен резултат публикуван от БАПВ през 2011 г.

на SPA&Wellness туризма и към предпоставките и опасностите на околната среда и природните ресурси. Разделен е на четири квадранта:

Квадрант А

Квадрант В

Квадрант С

Квадрант D

Легенда:

- Квадрант А – силни страни; благоприятни възможности;
- Квадрант В – слаби страни, благоприятни възможности;
- Квадрант С – силни страни, опасности(заплахи);
- Квадрант D – слаби страни, опасности (заплахи).

Силните страни на „SPA-Бранд-Вършец” са онези позитивни вътрешно-регионални условия, които дават предимство на Вършец пред конкурентите.

Слабите страни са тези негативни вътрешно-регионални особености, местни условия и стереотипи, които затрудняват нейната и намаляват конкурентноспособността ѝ.

Благоприятните възможности са настоящи и бъдещи условия във вътрешно-регионалната среда, които способстват за постигането на сегашен или бъдещ успех на „SPA-Бранд-Вършец”.

Опасностите на вътрешно-регионалната среда са настоящи и бъдещи предизвикателства, идващи от неблагоприятни тенденции или обстоятелства, които въздействат или ще въздействат негативно върху дейността на „SPA-Бранд-Вършец” и неговите резултати.

Квадрант А – това е най-изгодната ситуация, при която благоприятна възможност от външната среда (**лековитите минерални води**) съвпада със силна страна на „SPA-Бранд-Вършец”. Препоръчваме SPA – ритуали с название “Константин Велики”, с български продуктови линии, обхващащи 5-те сетива и предоставят стратегия за интензивен растеж.

Квадрант В – при тази ситуация общината не може да се възползва от благоприятната възможност по внедряване в практиката на „SPA-Бранд-Вършец” поради вътрешните си слабости: липса на кадри, липса на пари, липса на инвеститори, липса на рекламни пакети, инерционни стереотипи наслоени от балнео-курортното дело с висока традиция. Появява се опасност от пропускане на благоприятната възможност поради инертност и неувереност заради финансовата криза. Стратегията на „SPA-Бранд-Вършец” трябва да бъде насочена към преодоляване на собствените слабости – вътрешно усъвършенстване, каквато е кръглата маса по този европейски проект.

Квадрант С – силната страна на „SPA-Бранд-Вършец”: уникалният патриархален дух на региона и лековитата минерална вода е неутрализирана от неблагоприятната тенденция посочена по-горе. Страх от риск, непознаване на „SPA-терминологията и спецификата”, липса на билатерални договори с чужди туристи, неприлагане на научни иновации, липса на висококвалифицирани SPA мениджъри с магистърско образование, не достатъчно използване на българските билкови и други продуктови линии, липса на емоционален спомен от приложената SPA процедура и др.

Квадрант D – при такова съвпадение на външните опасности с вътрешни слабости, изборът на стратегия за местен туризъм се свежда до усилията за оцеляване на традиционните балнео комплекси – чрез вътрешни ограничения и стагнация, и ликвидацията на някои не ефективни дейности. **Моментът** за създаване и внедряване в местната туристическа практика на „SPA-Бранд-Вършец” е исторически. Той трябва да се синхронизира с новия проект на Закон за Туризм, като приложи и се възползва от всички новости в него и активно го подкрепи писмено, чрез всички свои местни звена.

Български научни иновации и възможности за внедряването им чрез „SPA-Бранд-Вършец”:

Представяме на вашето внимание бизнес предизвикателство инспирирано от античната традиция на римската Империя по българските зами, зароена още в периода около 1 век п.хр. Тази идея цели да транслира в модерността на 21 век един уникален SPA&Wellness комплексен и интердисциплинарен продукт. Наши оригинални авангардни методики и специфични интерактивни техники обединихме в иновативен научно валидиран продукт обективизиран чрез “SPA&Wellness Пентагностика”. Методиката е основан върху единен продуктов стайлинг

започващ от архитектурните елементи и достигащ до крайния SPA&Wellness ритуал. Този иновативен научен подход е оригинален и несъществуваща оферта до момента на SPA&Wellness пазара в света и Европа. Идеиният проект цели пресъздаване на максимално автентична историческа обстановка за комплексно изживяване на рекреативните или лечебни въздействия използвани в древната Империя от Императорите Траян, Андриан, Каракал. Марк Теренции или Аврелий, но е кръстен на името на най-властния **Император – Константин Велики**. SPA иновацията обединява в единно цяло културния, здравния, лечебния и развлекателен туризъм и чрез тях гарантира на притежателите си безусловно превръщане в бизнес-лидери на пазара и предпочитана от потребителите SPA&Wellness дестинация. Акцентът в проекта е поставен от създателите му върху продуктовата линия пресъздаваща здравно-рекреативните ритуали от античността чрез съвременни мануални, термални и апаратурни интервенции, автентичния за лайф-стайла (life-style) на Константин Велики благодарение на живата рекреативна мощ на българските минерални води.

Пентагностиката е иновативен научен резултат в разработките на проф. Бистра Димитрова, доктор, която е Посланик на ООН по “Спорт за социално развитие” и експерт-оценител на Генерален Директорат “Наука и изследвания” на Европейската Комисия в Брюксел. Методиката е създадена върху научното доказателство за силата на биоенергетиката при възстановяване и рекреация на петте сетива в човешкия организъм чрез конкретни и оригинални (Unique) български SPA&Wellness ритуали.

В този смисъл са изведени научни аргументи доказващи значимия социален импакт на Пентагностиката, като една от най-мощните анти-стрес (anti-stress) и анти-ейдж (anti-age) методики за въздействие. Като нейна хоризонтална аксиома е спазена важната европейска политика заложена в план 2020 на ЕК - “Зелената философията”, обхващаща концепцията за “зелена икономика” “зелени работни места”, “зелени продуктови линии” и защо не “Зелено мислене” и “зелени SPA&Wellness въздействия и ритуали”.

Пентагностиката съдържа анализ на входящ и финален тест - апаратурно измерени, за научно аргументиране на петте био-енергии осигуряващи: физически, емоционален, психологически, духовен Wellness осигуряващи ново здравословно качество на живот (new quality of life) чрез конкретни по продължителност, интензивност и насоченост SPA и арома ритуали.

Важно предимство на Пентагностиката е разглеждането на посочените видове Wellness елементи като едно единно и хармонично цяло. Лабораторно доказано е също, че липсата на въздействие дори върху само един елемент не води до очакваната ефективност от SPA&Wellness въздействията.

КРАТЪК СПЕЦИАЛИЗИРАН ТЕРМИНОЛОГИЧЕН РЕЧНИК

Боравенето с определена терминология означава аналитично мислене, целящо систематизиране на базовите знания, интелектуалните и практически умения и формираните отношения, по възходящ ред. Изисква се обобщаване от конкретните към общите проявления на предмета, свойството, процеса или явлението.

Изложената съдържателна йерархия цели да разкрие първичността на общото познание спрямо термините, понятията и категориите. В предложената от нас схема сме диференцирали пет нива. Нарекохме познанието първо ниво в йерархията. Дефинирането на научния термин е следствие от разкриването на компонентите, показателите и факторите. Така второто ниво на йерархията е обособяването на термини.

Термините са компонент от латинското *componens*, което означава съставна част от нещо. Показател е българската дума, означаваща количествени или качествени проявления в предмета, свойството, процеса или явлението. Той указва индикаторите на промяната в състоянието или отношението.

Предлагаме в схема 2 онагледяване на логистичната архитектура в съдържателния смисъл на термините, понятията и категориите в терминологията по SPA и Wellness:



Схема 2. Онагледяване на логистичната архитектура в съдържателния смисъл на термините, понятията и категориите в специализираната терминология по SPA и Wellness.

В превод на английски и френски се използват думите: *index, indice, indicator, demonstrator, significateur*. Думата фактор е от латинската *factor*, което означава причина или движеща сила, чрез която се развива даден процес или явление. Преминването към трето ниво на логистичната йерархия изисква обобщаване на научните термини в словосъчетания за изразяване на научната идея или концепция по дадено явление. Когато понятията се обобщат по качества или отдели с общи признаци, се преминава към четвъртото ниво, обозначено като категория. Последното пето ниво обединява в себе си всички категории в дадена област (дисциплина) на спортната наука и се нарича терминология. Като частен случай в настоящия специализиран речник разглеждаме специализираната терминология по SPA и Wellness култура.

СПЕЦИАЛИЗИРАН ТЕРМИНОЛОГИЧЕН НА ВОДНИТЕ ПРОЦЕДУРИ (Надграден и допълнен от доц. Б Димитрова, доктор, 2020)

1. **Сауна** - това е нагряване на цялото тяло от въздух/пара в облицовано с дърво помещение. Влажната сауна е част от хидротерапията, докато сухата сауна спада към термалните процедури и нагряванията. Последната често се комбинира с ароматотерапия със смолисти аромати.

2. **Парна баня** - касае се за подлагане на тялото на термалното въздействие на пара в облицовано с плочки, подобно на баня помещение.

3. **Минерална баня** – процедура, целяща релакс и очистване на тялото чрез химично и термално въздействие в специални вани или басейни.

4. **Солена баня** - баня с морска вода, провежда се най-често във вана или в солно езеро, море или океан. Има изключителен антибактериален ефект, без да уврежда кожата.

5. **Водноструен масаж**. Процедурата е популярна още като джакузи. "Jacuzzi" - това е името на първата американска фирма, произвела вана с вградени струи за хидромасаж. Така марката се превърнала в синоним на процедурата, която била нова за света. Масажът се извършва от въртящи се подводни струи във вана. Още по-приятен ефект носят новите технологии, които позволяват контролирано смесване на струя въздух със струя вода, което създава приятни мехурчета и носи релакс за къпещия се.

6. **Кална баня или баня с луга** - потапяне на тялото в топла смес с натурален пясъчен характер и богат на минерали състав. Изчиства кожата и профилактира напрежение и дискомфорт в ставите.

7. **Билкова баня** - обгръщане на тялото от множество ароматни билки и масла с цел релакс на кожата и ума.

8. Таласотерапия-определения и критерии на ЕСПА

Основната задача на определенията и критериите на ЕСПА (ESPA) е да се унифицира европейска терминология за таласотерапия, която да гарантира високо качество на стандартите и термините за тази терапевтична област. В същото време е важно определението да се употребява като термин с еднакво съдържание в ЕС.

Таласотерапията трябва да покрива определен спектър и равнище от медицинското лечение на хронични заболявания, като респираторни и кожни заболявания, и да осъществява профилактика на човешкото здраве. Тя е също компонент от wellness програмите. В този случай тя подпомага тонизирането на физическия статус на организма (самовъзстановяване на клетката).

Терминът **таласотерапията** ще се употребява единствено според смисъла, вложен в определението по-долу, като се изключват всякакви други реквизити и се подразбират следните основни дейности:

9. **Определение: таласотерапия** е интегриран план за лечение, превенция и подпомагане на доброто здраве. Този интегриран план трябва да разпространява дефинираните индикатори за лечение и да се осъществява от квалифицирани кадри.

10. Непосредствена локална терапия чрез морето

Таласотерапията може да се провежда на места, където морският климат има непосредствен ефект.

11. Морски климат

Морето се използва за къпане в естествена морска вода. Подходящата морска вода ще се използва на място за инхалиране и къпане в специализирани вани или плувни басейни.

12. Морски продукти

Разрешено е използването на миди, пясък, водорасли и техните производни или екстракти и включването им в продукти за масова употреба.

13. Нискоалергичен, свеж и чист морски въздух

Качеството на морския въздух трябва да гарантира, че продължителното излагане на чист въздух е полезен фактор за здравето.

14. Хелиотерапия

Естествената слънчева радиация ще бъде използвана за **хелиотерапия**. При лошо време могат да се прилагат апарати с UV радиация, като допълнение на хелиотерапията.

15. Въздействия на различни климатични зони

Движещата се терапия е пребиваване в различни климатични зони пряко слънцестоеенето.

16. Асоциирани мерки за здравна превенция

Асоциирани мерки за здравна превенция, въвеждането на релаксацията, промени в храненето и двигателната активност насочени единствено в подкрепа на психо-физическия тонус на човешкия организъм.

17. Йонизирана стая

В помещение се инсталира апаратурна комплекция, която да излъчва йони. Престоят в тази стая зарежда организма с положителна енергия.

18. Музикална терапия

Чрез слушане на различни музикални стилове се възстановява душевния и психологически баланс в организма.

19. Автогенен тренинг

Вид метод за психо-физическа релаксация, използваща потенциала на подсъзнанието и бета мозъчни импулси. Обикновено клиентът се стреми да си спомня или формира позитивни ментални картини, чрез които се зарежда положително и придобива увереност и бодър дух.

20. SPA и Wellness културата вече е неизменна част от начина на живот на съвременния човек. SPA, независимо дали се тълкува като *Sapum per aqua* - "Здраве чрез вода", или като наименование на малкия град SPA в Белгия, всъщност произхожда от древния Рим, а практиките за лечение и целесъобразен живот са приложими и днес.

Възраждането на SPA културата е през XVII век по време на Османската империя, но чак сега наблюдаваме развитие и адаптация на древните SPA терапии към модерния начин на

живот. По наше мнение SPA означава място за търсене на вътрешна хармония и физическо здраве, релаксация и комфорт на духа и тялото.

Балнеологията не е SPA, защото се занимава с лечението на вече съществуващи болести и има лечебна, а не превантивна функция. Затова един балнеологичен център наподобява болница като функция и визия, а в SPA центъра се набляга на уникална атмосфера, естетика и стимулиране на възприятията. Много важно за българския туризъм е Балнеологията да се преобразува в медикъл-SPA туризъм, като разшири спектъра от услуги и добави и Бюти сектор.

21. SPA център

Съдържанието като оборудване и услуги в един SPA център се определя основно от вида и капацитета му. Задължително се отчита видът на сградата, където се предвижда SPA центърът - хотел, резиденция, луксозен жилищен комплекс от затворен тип; локацията на сградата - градски тип, планински, на море; също така стилът и дизайнът на SPA центъра - ориенталски, египетски, рустикален и т.н., но е най-добре да се изгражда там където има минерална вода, а може да се ползват и обогатени води,

22. Продукти и тенденции

Сред най-новите тенденции в SPA индустрията в световен мащаб са медицинските SPA, или SPA центровете, които имат медицински функции и персонал. Стандарт е SPA центровете да се ползват от хора, навършили 16 години. Затова друго нововъведение е създаването на SPA усещане за най-малките - сауни и парни бани, пригодени за детския организъм. Също така се отделя по-голямо внимание на зоните за релакс - интериор, размери, звукови и светлинни ефекти, ухания и вкусове. Установена е нуждата от непосредствена почивка или сън след ползване на термалните процедури, затова се обособяват зони и за активна, и за пасивна почивка.

23. Инвестицията в SPA и Wellness

Инвестициите в SPA центрове трябва да гарантират възвръщаемост и да увеличат стойността на обекта, затова по света не всеки хотел и сграда притежават SPA център, което е тенденция за България. Безразборното строене на SPA центрове и наименоване на хотели SPA е в ущърб на българската SPA индустрия, защото води до ниско качество на изпълнение и деформирани представи у клиентите за това какво е SPA. SPA центърът е все още лукс не само за българите, но и за клиентите на Запад с по-високи средни доходи. Когато един хотел инвестира в SPA център, това се отразява на цените на нощувките, а в жилищните сгради - на цената на квадратен метър.

24. Поддръжка на услугите и съоръженията

Поддръжката на SPA центъра е пряко свързана с проекта, подбора на съоръженията и избора на материали и грижата от страна на управителя. Чрез прецизен проект и изпълнение с висококачествени материали се оптимизира поддръжката на SPA центъра. Ниското качество в технологиите и материалите създава допълнителни разходи по поддръжката и увеличават риска от създаване на нехигиенична и нездравословна среда. Услугите в SPA

центъра се подбират след анализ на локацията, потенциалните клиенти и желаната категория, като по качество и разнообразие те трябва да отговарят на съответния хотел, комплекс или бизнес сграда, където се помещава.

25. Билкови екстракти и локални компреси

Чрез прецизно съдържание на рецепти с висококачествени естествени материали се оптимизира поддръжката и рекреацията на здравето. Услугата в SPA центъра се подбира след анализ и локация на оплакването на клиента. Изброените по-горе специализирани термини представляват минималните изисквания на възприет в Европа стандарт.

*Използван оригинал от ESPA
European Conference on Thalassotherapy
Kiel, January 2002 V. Harms C. Stick*

Адрес за кореспонденция:

Dr. V. Harms, Prof. Dr. C. Stick / Institut für Medizinische Klimatologie der Universität Kiel, Bädermedizinische Forschungsstelle des Heilbäderverbandes

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въз основа на направения в материала анализ са формулирани следните научно валидирани изводи:

1. „SPA-Бранд-Вършец” се нуждае от архитектурен, медицински, юридически, законодателен, дизайнерски, методически и продуктов консултинг (Consulting activities);
2. „SPA-Бранд-Вършец” изисква съставяне на интердисциплинарни екипи за проучвания и научен анализ по поръчка за да се избегнат негативни или небмислени рискове;
3. „SPA-Бранд-Вършец” се нуждае от назначаването на Топ SPA анализатор-мениджъри от единствената на Балканите държавна специалност за образователни-квалификационна степен “Магистър”;

Препоръките за практиката са вашето и нашето обединяване за работа в експертен екип, което има следните **предимства**:

1. Ние осигуряваме SPA&Wellness специалистите:
 - Специалисти от различни образователно-квалификационни степени на обучение и образование;
 - Организиране на кастинг за подбор на кадри;
 - Извършване на локални тренинги по поръчка;
2. Достъп до най-коректните **фирми в бранша**:
 - Бърз и лесен **контакт** защото те са наши проектни партньори;
 - Промоционални **отстъпки**, защото Вие работите в екип с нас;
 - Доставки с **предимство**, защото ние обучаваме техния персонал.
3. Достъп до внедряване в практиката на актуални **научни иновации**:
 - Директен контакт с най-добрите български учени, с международно признание – специалисти по Medical SPA, минерални води: география, сондажи, химически състав, въздействия, аква практики и др.;

- По индивидуална поръчка, детайлни SWOT анализи за „Брандове” в SPA&Wellness туризма, консултантска дейност (consulting activities) и възможности за съставяне на интердисциплинарни екипи за проучвания и анализ;
- Осъществяване на научно-приложни изследвания, изготвяне на концепции и оценки по поръчка на клиента.

ЛИТЕРАТУРНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Димитрова, Б. и кол. (2018). *Социална значимост на уелнес (wellness) културата* : сравнителен анализ по данни от научни изследвания на Галъп интернешънъл (Gallup International). Монография. Изд. Авангард, София първо издание. ISBN: 978-619-160-989-5
2. Димитрова, Б (2019). *Интелигентни компетенции за нишов туризъм*: специализирани знания, интелектуални и практически умения. Монография. Изд. Авангард, София първо издание. ISBN: 978-619-239-148-5
3. Димитрова, Б (2019.а). *Циклични движения, smart модели на техника, квадрантна оценка*. Монография. Изд. Авангард, София първо издание. ISBN: 978-619-160-871-3
4. Димитрова, Б (2019.б). *Артистично плуване в образователната система*. Монография. Изд. Авангард, София първо издание. ISBN: 978-619-239-149-2
5. Димитрова, Б и кол. (2020). *Динамика на индексите за уелбийнг и щастие: сравнителен анализ по световна база данни, съобразно статистически данни от доклади на ООН*. Монография. Изд. Авангард, София първо издание. ISBN: 978-954-718-644-6
6. Dimitrova, B. (2017). *Recreative industry, innovations and the Bulgarian educational model for specialised staff*. Original scientific paper. *Conference: INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONGRESS “Applied sports sciences“*. DOI: 10.37393/ICASS2017/83. Proceeding_book_ICASS2017.pdf|p.406-410, Sofia.
7. Dimitrova, B. (2018). *Research impact through the scientific publications in wellness culture : scientific paper*. Monograph. Ed. Avangard Prima, Sofia, first edition. ISBN: 978-619-160-666-5
8. Dimitrova, B. (2018.а). *Wellness instructor competence standard: unified outcomes acquired by learners: knowledge, intellectual & practical skills*. Book, Ed. Avangard Prima, Sofia, first edition. ISBN: 978-619-239-013-6
9. Dimitrova, B. (2019). *Recreative industry, innovations and the bulgarian educational model for specialised staff*. DOI: 10.15547/tjs.2019.02.007. *Trakia Journal of Sciences*, Vol. 17, No 2,2019143, No2, pp143-149, 2019. ISSN: 1313-3551 (online)
10. Dimitrova, B. (2019.а). *New smart educational model "Wellness instructor"*. Monograph. Ed. Avangard Prima, Sofia, first edition. ISBN: 978-619-239-150-8

Контакти:

Бистра димитрова, дн
ФОЗЗГТ, НСА „В. Левски“
Автор и ръководител ОНС „Доктор“
Програма „Wellness – промоция на здравето“