



**Национален студентски конкурс на
Международно изложение
"Културен туризъм 2023"**



НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

Бакалавърска програма „Управление на Туризма”

Департамент „Администрация и управление”

**Тема: Балнеологичен туризъм в България - тенденции
и развитие**

Изготвил:

Йоана-Цветелина Миладинова

Факултетен номер: F099649

Специалност: Управление на туризма

Курс: „III“ Курс

Съдържание

1. Обща характеристика на балнеологичния туризъм
2. Целева аудитория
3. Предимства и недостатъци за развитие на балнеологичен туризъм в България
4. Обекти, в които се осъществява балнеологичният туризъм
5. Пример за балнеологичен туризъм в българската практика
6. Тенденции в развитието на балнеологичен туризъм в България
7. Заключение и основни препоръки
8. Използвана литература

Обща характеристика на балнеологичния туризъм

Балнеологичният (балнеоложки) туризъм е вид здравен туризъм, при който основната цел е лечение или рекреация с минерални води. Балнеолечението е свързано с провеждане на лечение и рехабилитация под медицински контрол чрез подходящ климат, лечебна кал и минерални води. При балнеолечебните услуги се използва лечебна кал или минерална вода, допринасящи за възстановяване здравето на човека.

Балнеологичният туризъм има дълга история. Хората още в древността са посещавали лековити минерални извори, използвали са лечебна кал с цел укрепване и възстановяване на организма от някакво заболяване или просто неговото закаляване. Чрез балнеоложките туристически ресурси се прилагат процедури за лечение на различни заболявания, за рехабилитация и възстановяване на организма след различни болестни състояния.

Балнеологичният туризъм е един от основните туристически продукти на България, основен начин за усвояване на значителни ресурси: горещи, топли и студени минерални източници, лечебна кал и т.н., на които страната е изключително богата.

Целева аудитория

Профил на туристите, които избират да практикуват балнеологичен туризъм

Балнеологичният туризъм се практикува от хората с цел лечение и рекреация чрез балнео услуги. Изисква се индивидуален подход към всеки клиент, в зависимост от здравословното състояние и нуждите на конкретен човек от конкретен метод на лечение и възстановяване. Изборът на вид туризъм зависи от възрастта и степента на активност на пътуващия. С повишаване на възрастта, делът на практикувалите форма на специализиран туризъм се увеличава. Туристите, които избират да практикуват балнео туризъм са в средна и зряла възраст (между 39-65 години). Почти равномерно разпределени по пол, с лек превес на жените (53% жени и 46% мъже). Най-често туристите избират да съчетават балнеологичния туризъм с културно-исторически и познавателен. Предлаганите продукти в балнеологичния туризъм не са масови и унифицирани. Съществува възможност за индивидуализирането им спрямо нуждите на всеки турист.

Демографската тенденция на застаряване на населението в Европа предполага за в бъдеще ръст на потреблението на балнео услуги и разработване на специални пакети с цел съчетаване на пътешествия и лечение за специфичния сегмент туристи на възраст 65+ или по-млади.

Туристите практикуващи балнео туризъм най-често избират комуникационен подход като: онлайн туристически сайтове, приложения с мнения и оценки и туристически офиси и агенции. По-възрастните туристи предпочитат туристическите агенции или рекламата в телевизионните медии , радио и вестници.

Предимства и недостатъци за развитие на балнеологичен туризъм

България има благоприятна екологично чиста природа, за чието опазване трябва да се полагат необходимите усилия, осигурява реални възможности за удължаване на сезона и за по-ефективно използване на биоклиматичните ресурси за лечение и профилактика на редица социално значими заболявания. С този потенциал България може да се превърне в една от най-атрактивните дестинации за хора, търсещи здраве и възстановяване на организма. За да се осъществи сполучливо тази идея, е необходимо туристическият продукт да се изведе на качествено ново ниво. Работата по изграждането на нов имидж е предпоставка българския туристически балнеопродукт да бъде включен в световните туристически каталози.

Предимства за развитие на балнео туризъм в България

- ✓ Наличие на природен потенциал и значителни ресурси за развитие- в България има над 1600 извори на минерална вода, 500 от които са лечебни и от тях над 80% са с доказани уникални лечебни качества;
- ✓ Климатът е здравословен и има лечебен ефект в определени региони от страната;
- ✓ Утвърдени традиции в балнеолечението;
- ✓ Ниски цени на медицински процедури;
- ✓ Висока удовлетвореност от предоставяните Балнео услуги;

Недостатъци за развитие на балнео туризъм в България

- ✓ Балнеологичният туризъм у нас не е изведен като приоритет на държавната политика по туризъм;
- ✓ България не присъства на европейската карта на здравните пътувания;
- ✓ Недостатъчен брой квалифициран медицински и туристически персонал;
- ✓ Липса на широка целева реклама в чужбина на балнео, СПА и уелнес продукта;
- ✓ Липсва стратегия за развитие на балнео туризъм;

За да се представи по-качествен и по-интересен туристически продукт, трябва да се създаде **разнообразен национален туристически продукт включващ море, планина, еко, винени и пешеходни турове, културно-исторически наследство** и други видове туризъм. Това създава предпоставки за привличането на друг профил туристи, които могат да съчетаят балнео почивката с друг вид туризъм.

В бъдеще все по-голямо значение ще има съчетанието на балнеоложкия туризъм и неговите услуги, с другите форми на специализиран туризъм - морски, културно-исторически, селски, голф, приключенски и други видове, защото курортите ни са в запазени екозони с огромно биоразнообразие и в близост до много културно-исторически находки. Курортите в България, които предлагат този вид туризъм, се намират в екологично чиста среда и по историческо стечение на обстоятелствата съществуват още от тракийската и римската епоха. Така че предлагат възможности и за практикуване на културен туризъм.

Обекти, в които се осъществява балнеологичният туризъм

Основните обекти, които са свързани с развитието на балнео туризъм и където се осъществява той са: всички категоризирани хотели, които са петзвездни, четиризвездни, балнеохотели или тризвездни хотели в морски или балнеокурорти, също и санаториални заведения – специализираните болници за рехабилитация и СПА центрове.

Балнеохотелите-хотели със специализирана МТБ(Материално-техническа база) и медицински персонал, където се извършват медицински и рехабилитационни процедури.

Специализирани болници за рехабилитация- са 25 в България с 3 992 легла. Те предлагат богата гама от физиотерапевтични и рехабилитационни методи в своите специализирани болници. Използват се природни и лечебни фактори – климат, минерални води, лечебна кал в съчетание с апаратна физиотерапия и кинезитерапия.

Пример за Балнеолечебен туризъм в българската практика

България разполага с 38 балнеолечебни курорта. Най-известните балнеоложки, климатични и калолечебни черноморски курорти са: к.к. „Албена”, к.к. „Златни пясъци”, к.к. „Св. св. Константин и Елена”, к.к. „Слънчев бряг”, „Ривиера”, Балчик, Тузлата, Варненските калолечебни бани, **Поморие (Столицата на балнеолечението)**, а най-известни в полупланинските и планински части на страната са: Хисар, **Велинград (СПА столицата на Балканите)**, **Сандански (балнео и СПА дестинация от международно значение)**, Баня, Кюстендил, Павел баня, Костенец Сапарева баня, Баня и т.н.



Сандански - балнео и СПА дестинация от международно значение

Град Сандански се намира в югозападното подножие на планината Пирин, а околностите му са богати на културно-исторически и природни забележителности. Сандански е с национално значение от 1967 г. Паметникът на Спартак е един от символите на града и няма как при посещение на града да не видите този паметник. Градът е известен като балнеоклиматичен курорт, профилиран за балнеоклиматолечение и балнео и климатопрофилактика на дихателните заболявания. Градът е признат като най-добрата естествена лечебница на бронхиална астма в Европа.

Курортът се препоръчва и за лечение на кожни алергии, лечение на периферната нервна система, опорно-двигателния апарат и бъбречни болести. Минералните извори достигат температура до 83 °С. В Сандански функционира Специализирана болница за рехабилитация на белодробните заболявания, две балнеолечебници и курортна поликлиника.



Интерхотел Сандански

Интерхотел Сандански е най-големият балнеолечебен и СПА комплекс в Югозападна България. На територията на Интерхотел Сандански е разположен един от най-големите медицински центрове за балнеолечение и рехабилитация на Балканския полуостров.

Хотелът разполага с множество процедури за лечение на различни болести. Апаратна физиотерапия: ултразвукова терапия, магнитотерапия, солукс, инхалация, терапия с интерферентен ток. Минерални вани: галванична вана, перлена вана, тангенторна вана. Gunaphoresis - апарат за резонансна магнитофореза- нова услуга при лечението на мускулно-скелетни смущения, предизвикани от артрит, остеоартрит, ишиасни болки, болки в шиен, гръден, поясен дял на гръбначния стълб, както и мускулни разтежения.

Хотелът предлага на своите гости различни пакети и лечебно-възстановителни програми. Пакетите включват лечебно-възстановителни програми според нуждите на гостите. Те могат да бъдат програми за възрастни и програми за деца. Екипът от медицински специалисти изготвя на гостите индивидуални балнео пакети. Политиката на Интерхотел Сандански е съчетана с международните стандарти на обслужване и уникалната лечебна сила на минералната вода, а най-важно е индивидуалното отношение към всеки гост.

Хотелът се уповава на **концепцията Грижа за клиента**. Удовлетвореността на клиентите и положителните очаквания са най-важното условие за оцеляване и просперитет на фирмата. В Интерхотел Сандански се набляга не просто на предлагането на качествени услуги, а на **„продажбата на гостоприемството“**. Обслужването на гостите е най-важно и ключово, то изисква пълна координация и

контролиране на всички дейности по обслужването на гостите. Грижата за клиента е доброжелателност, сърдечност на персонала, внимание и желание да се помогне във всички ситуации по време на пребиваването на гостите в хотела.

Интерхотел Сандански провежда програма “Възстановяване след COVID-19”. Тя е специално адаптирана за хора, които се възстановяват от коронавирусна инфекция или вирусна пневмония.

Хотелът предлага на своите гости освен практикуването на основния специализиран вид туризъм- балнеолечебен, и възможности за съчетание с културен и винен туризъм. За всички гости, които желаят, хотелът организира екскурзии до едни от най-красивите кътчета на прекрасната ни страна - Мелник, Рупите, Роженския манастир, Рилския манастир и много други.

Комуникация и общуване чрез информационни технологии

Появата на модерните технологии в туризма има за цел привличане и създаване на лоялност към туристите, позициониране на имидж и потреблението на туристическо преживяване, наред с други аспекти. Общуването и кореспонденцията на хотела с гостите може да се осъществява чрез:

- ✓ Чрез туристическите бюра;
- ✓ По телефона-като гостът желае да получи по бързо информация за хотела;
- ✓ На място в хотела;
- ✓ Чрез писмо;
- ✓ Чрез електронните медии(интернет) - в днешно време потребителите на интернет и иновациите в технологиите непрекъснато нарастват, като постепенно изместват глобалните дистрибуционни системи. Това се дължи на все по-големия брой потребители, ползващи активно възможностите на интернет.

В днешно време **уеб сайтът** е най-важната стъпка към популяризиране и реклама на дадения обект. **Уеб страницата на Интерхотел Сандански** е създадена да отговаря на най-новите тенденции в индустрията- модул за онлайн резервации, показване на стаи и леглова база, възможност за оферти, записвания, закуски, вечери, показване на забележителности на района, модул новини и възможност за записване за бюлетин.

В уеб сайта на хотела са описани всички неща, които са интересни за гостите. Поради това, че туристите, които посещават Интерхотел Сандански са в средна и зряла възраст тоест възрастното поколение, което не е толкова „отворено“ за новите технологии. Сайтът е съобразен с профила на своите гости, той е пригоден да бъде лесен и разбираем с цел улеснение на по-възрастните посетители. В сайта ясно е описано състоянието на балнеолечебните услуги, медицинския център, конферентни зали, наличието на безплатен Wi-Fi достъп в помещенията, ресторантите, баровете, възможностите за румсервиз, ол инклузив и други.

Уеб страницата на Интерхотел Сандански е изработен така, че потребителите лесно да се ориентират в информацията и лесно да планират и резервират почивката си. Сайтът представя много добре кои са забележителностите извън хотела, като има навигация с отстоянието на интересните забележителности. За да се увеличи броят на посетителите и да бъде достъпен за всякакви националности, сайтът е изработен на 3 езика-български, английски и руски. Недостатък на уеб страницата на Интерхотел Сандански е че няма възможност за виртуална разходка из хотела и предлаганите услуги и също така не разполага с мобилно приложение.

Освен чрез атрактивна и разбираема уеб страница, Интерхотел Сандански предлага и други начини за промотиране и рекламиране на своя обект. Facebook, Instagram и YouTube са социални мрежи чрез които хотелът прави реклама на своите услуги и пакети по-много ефективен начин. Чрез използването на тези социални мрежи, хотелът се свързва с хората като ги кани да посетят хотела, представяйки им интересната си страница и разнообразието от услуги и пакети за тяхното невероятно изживяване.

Facebook -За Интерхотел Сандански, Facebook е идеалното онлайн пространство, в което съчетава практичните обяснителни реклами за предимствата на хотела със задължителните забавни и интересни постове, които вълнуват клиентите повече.

Instagram -Това е социалната мрежа, в която хотелът показва по най-красивия и достъпен начин защо този хотел е идеалното място за балнеолечебна почивка. Използвайки силата на красивите снимки и кратки видеа, хотелът има възможността да изгради своя облик, който максимално да се доближава до реалното преживяване на гостите в хотела.

YouTube – Интерхотел Сандански използва тази социална мрежа като видео визитка, с която представя на бъдещите си гости хотела и припомня на тези от миналия сезон колко приятно са си изкарали.

Влизайки в страницата на хотела, ясно се вижда основният акцент, а това е най-важното за гостите да разберат в какво е специализиран даденият обект. Интерхотел Сандански ясно акцентира върху своите балнео и СПА услуги. Показва точно и ясно с какво разполага - балнео и медикъл център с лечебно-възстановителни програми.

Висококачественият уеб сайт на Интерхотел Сандански не е само имидж, той е основният инструмент за директни резервации на стаи и привличане на нови клиенти.

Тенденции в развитието на балнеологичен туризъм в България



Нивото на развитие на туристическия продукт за балнеологичен туризъм е сравнително високо. На второ място от специализираните видове туризъм след културния туризъм с 6,6%.

В България и в Европа освен масовият туризъм, най-популярен в последните години става и оздравителният в съчетание с балнеологичния. Застаряващото население все повече изказва своите предпочитания към курортите с балнео туризъм за рехабилитация и възстановяване. България, със своите големи природни и културни дадености може да прави успешно съчетание на всички видове туризъм. Като например: да съчетаваме сезонен морски с културен (навсякъде разполагаме с културни забележителности). Възможности за съчетание на балнео туризма с културно-историческите дестинации и винено-културните дестинации. България има уникален потенциал за културен туризъм, този елемент на културна история и богато културно-историческо наследство, позволява на всички специализирани видове туризъм да се комбинират с културен.

България има благоприятна екологично чиста природа, за чието опазване трябва да се полагат необходимите усилия, осигурява реални възможности за удължаване на сезона и за по-ефективно използване на биоклиматичните ресурси за отдих, лечение и профилактика за редица социално значими заболявания. С този потенциал България може да се превърне в една от най-атраktivните дестинации за хора, търсещи здраве и възстановяване на организма. Работата по изграждането на нов имидж е предпоставка българския туристически балнеопродукт да бъде включен в световните туристически каталози.

За да се превърне България в отлична и познаваема дестинация за балнеологичен туризъм, тя трябва да възстанови занемарените си съоръжения за балнеолечение и рехабилитация. Възстановяването на тези обекти ще засили конкуренцията и може да допринесе за привличането на по-разнообразни сегменти от туристи. Навсякъде в балнеоложките хотели в страната, се забелязва едно и също: новите собственици влагат средства в обновяване на хотелската и ресторантьорската част, но не и в балнеоложката. А обяснението е следното – в балнеологията е необходимо да се вложат много повече средства за новите технологии, които до голяма степен са вносни. Малко на брой са хотелите, в които има оборудване и апаратура за балнеолечение. Необходимо е създаването на специален инвестиционен фонд, повече с капитали на международните финансови институции и чужди банки, които да инвестират преди всичко в балнеоложкото преоборудване.

Заклучение и основни препоръки

Моето мнение за развитието на балнео туризма в България е, че трябва по-убедително да се промотират, обектите в които се осъществява този туризъм. Трябва чрез добра реклама и маркетингова стратегия да покажем на Европа и света, нашите богати ресурси на минерална вода и лечебна кал. Трябва да привлечем вниманието на туристите за да разберат, че България е една много добра дестинация за практикуване на балнео туризъм.

Интересен е проектът EDEN (European Destinations of Excellence - Най-добри европейски дестинации). Според мен, този проект наистина е една добра стъпка към развитието и популяризирането на балнеоложкия туризъм на България в Европа.

Критика, която мога да отправя към обектите за практикуване на балнеоложки туризъм е занемаряването на съоръженията и старата апаратура в балнеокурортите. Трябва да се поднови старата апаратура и също така да се построят нови обекти за балнеологичен туризъм, защото те са твърде малко в сравнение с ресурсите и потенциала с които разполагаме. Друга критика засяга персоналаът - той трябва да бъде квалифициран, защото извършва медицински дейности, но забелязвам, че в много хотели има огромни пропуски спрямо персонала. Той трябва да бъде добре квалифициран и обучен за дейността, която извършва.

Основна препоръка и забележка към голяма част от медикъл, СПА и уелнес центрове в България е към инструкциите за ползване на съоръженията в центрове. Добре е на видно място да има поставени указания и препоръки как да се ползват съоръженията, защото е много вероятно в този момент да няма човек от персонала, който да направлява гостите. При една такава ситуация, гостът може да се откаже от услугите и дори би дал негативна оценка.

Предложение, което мога да дам е свързано със сайтовете на обектите за балнеологичен туризъм. В уеб сайтовете на обектите трябва да има опция за Интерактивна 360° Виртуална разходка. За да могат потребителите да се информират за това как изглежда хотелът, какво е състоянието на материално-техническата база, на съоръженията и апаратурата, на обзавеждането и оборудването на хотела. Възможността за виртуална разходка на уебсайта на хотела е атрактивен начин гостите да разгледат предварително всички съоръжения и услуги, които той предлага. Според мен, това значително ще засили техния интерес и вероятността да бъдат гости на хотела.

Друго мое предложение е хотелите да имат мобилни приложения за смартфоните. По този начин много по-бързо и лесно ще се резервират стаите с едно „кликване“. Също така и Адаптивен дизайн (Responsive Design) за телефони и планшети, за да може лесно да се визуализира добре сайта на мобилни устройства или такива с по-ниска резолюция на екрана. Хубаво е да има и бързи бутони като „Book now“ на забележимо място, а още на главната страница да има опция за проверка на свободните стаи по дати. Добре е всеки хотел да предприеме разработване на уеб сайт и мобилно приложение, защото голяма част (80%) от потребителите използват смартфон и мобилни приложения.

Използвана литература

1. Караишева, М., Балнео, СПА и уелнес туризъм „Авангард Прима“ София, 2018;
2. Караколев, Д. 1994, България страна на минералните извори, ДФ Балканпрес;
3. <https://bulgariatravel.org/bg/> ,България - балнео, СПА и уелнес туризъм;
4. <https://www.bubspa.org/bg/about-bubspa> , „Български съюз по балнеология и СПА туризъм“ (БСБСПА);
5. <http://www.bgturisti.eu> , Най-добрите балнео хотели в България;
6. <https://www.interhotelsandanski.bg/spa> , Интерхотел Сандански;
7. <https://www.tourism.government.bg> , Туризм в България - балнео дестинации;