

Interreg Greece-Bulgaria INNOBUS

European Regional Development Fund



<http://www.greece-bulgaria.eu/>

Дейност D4.3.2 - Осигуряване на подкрепа за повишаване конкурентоспособността на бизнеса с фокус върху термалния туризъм чрез проучвания, анализи, бази данни и кръгли маси

Бенефициент - Сдружение на предприемачите регион Гоце Делчев

Изпълнител: ХАЙ СТАНДАРТ ЕООД, договор №5/30.01.2023 г. за изпълнение на услуга с предмет “Подкрепа за повишаване конкурентоспособността на бизнеса с фокус върху термалния туризъм чрез проучвания, анализи, бази данни и кръгли маси по проект с акроним INNOBUS”.

Настоящият документ е създаден в рамките на проект „Укрепване на конкурентоспособността и екстраверсията на трансграничните фирми чрез прилагане на иновативни и специализирани действия”, акроним Innobus, реф. № 6269, ДФП В6.3а.14/13.04.2021, съ-финансиран от Европейския фонд за регионално развитие и националните фондове на страните-участнички в Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A „Гърция - България 2014 -2020 г.“.

Съдържанието на текста е изцяло отговорност на Сдружение на предприемачите регион Гоце Делчев и по никакъв начин не може да се приема, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган или Съвместния секретариат на програмата.

КАТАЛОГ

от проучване на

добри иновативни
практики и

съвременни ИТ
инструменти

в термалния туризъм



Проекта е финансиран по договор за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ В6.3а.14 от 13.04.2021г. който се осъществява с финансовата подкрепа на Програмата за сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-А Гърция - България 2014-2020, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие и националните бюджети на Република Гърция и Република България

Пълно име на проекта	Укрепване на конкурентоспособността и екстроверсията на трансграничните фирми чрез прилагане на иновативни и специализирани действия
Акроним	INNOBUS
Дата на стартиране на проекта	13 Април 2021
Приоритетна ос	1.А Конкурентоспособна и иновативна трансгранична зона
Специфична цел	1 - Подобряване на системите за подкрепа на предприемачеството на МСП
Продължителност на проекта	24 месеца
Партньори	Професионална камара на Солун – ГР Професионална Асоциация на Исторически център на Солун – ГР Сдружение на предприемачите регион Гоце Делчев – БГ Сдружение “На Фокус“ – БГ
Идентификационен номер	6269
Уеб сайт	
Наименование на документа	КАТАЛОГ ОТ ПРОУЧВАНЕ
Проектна дейност	№ 4.3.2
Автор	ХАЙ СТАНДАРТ ЕООД
Договор №/ дата	5/30.01.2023
Възложител	Сдружение на предприемачите регион Гоце Делчев, Република България
Статус (драфт, финална, Версия №)	Финална, Вер. 1.0
Разпространение (Публично/Рестриктивно)	Публично
Дата	15 Май 2023
Одобрен от / позиция / дата	Димитър Христов/ Председател/ 22 Май 2023
Общ брой страници	48

ХАЙ СТАНДАРТ ЕООД

Ел. поща: noproblemsltd@icloud.com

ПРАВНА ИНФОРМАЦИЯ

Никой не носи отговорност от последствия направени на база използване на информация от настоящия документ.

Отговорност за изразените становища носят единствено авторите и тези становища не следва да се считат за официална позиция на Европейската комисия.

2023 © Хай Стандарт ЕООД & Сдружение на предприемачите регион Гоце Делчев.

Авторските и сродни права са прехвърлени съгласно правилата на Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция - България 2014-2020.

Възпроизвеждането е разрешено с позоваване на източника.

Разпечатано в България.

Съдържание

ГЛАВА ПЪРВА	5
ВЪВЕДЕНИЕ	5
1.1. Обща информация	5
ГЛАВА ВТОРА	7
ДОБРИ ИНОВАТИВНИ ПРАКТИКИ	7
2.1. Партньорството между конкуренти обединява усилията в бранша	7
ТЕРМАЛНО ПАРТНЬОРСТВО: GRAND RESORT BAD RAGAZ ОБЕДИНЯВА СИЛИ С CLINICS OF VALENS	7
КОУЪРКИНГ ПРОСТРАНСТВА	7
2.2. Маркетингови иновации	9
БЕЗ ДИГИТАЛНИ УСТРОЙСТВА В ХОТЕЛА	9
ПОСЛАНИЦИ НА СПА	9
2.3. Използване на научни трудове	10
ГОРЕЩИ БАНИ И САУНИ: ПОЛЕЗНИ ЛИ СА ЗА СЪРЦЕТО?	10
ТОПЛИННИ ПРОЦЕДУРИ СЛЕД ТРЕНИРОВКА	12
ВИБРАЦИОННА ТЕРАПИЯ	12
СПА ЦЕНТРОВЕ НА ОТКРИТО	13
ШИНРИН-ЙОКУ – ГОРСКО КЪПАНЕ	13
СЪЗДАВАНЕ НА ВРЪЗКИ	14
2.4. Съвместими продуктови иновации	14
ТЕРМАЛНИТЕ ИЗВОРНИ ВОДИ КАТО АКТИВНА СЪСТАВКА В КОЗМЕТИЧНИ ПРОДУКТИ	14
ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ ОТ COVID	15
ТЕРМАЛНО ЛЕЧЕНИЕ	16
ОБОНЯТЕЛНА ТЕРАПИЯ	16
ПОВИВАНЕ	16
НОВА ВОДНА ЛЕЧЕБНА ТЕРАПИЯ В СИНЯТА ЛАГУНА, ИСЛАНДИЯ	17
ХОЛИСТИЧНИ И МУЛТИДИСЦИПЛИНАРНИ ЛЕЧЕНИЯ	18
2.5. Правни нововъведения	18
СЪЗДАВАНЕ НА ВРЪЗКИ	19
ПРИМЕР ОТ БЪЛГАРИЯ	20
2.6. Иновации на централно, регионално и местно управленско ниво	20

ОПТИМИЗИРАНЕ НА ВОДНИТЕ РЕСУРСИ ЧРЕЗ СОЦИАЛНИ ДЕЙНОСТИ - СОЦИАЛНА БАНЯ ..	20
ИЗПОЛЗВАНЕ НА ГЕОТЕРМАЛНАТА ЕНЕРГИЯ ЗА ЗАТОПЛЯНЕ НА ВОДА ОТ СТУДЕНИ МИНЕРАЛНИ ВОДОИЗТОЧНИЦИ	21
ТЕРМАЛЕН АТЛАС.....	22
СТИПЕНДИИ И НАГРАДИ	22
НАЦИОНАЛНА МРЕЖА ДЪРЖАВНИ ХОТЕЛИ „ПАРАДОРЕС“	24
НЕЩО ОТ РУМЪНИЯ.....	24
ПРОГРАМАТА СЕЧЕНИ.....	25
AUSTRIAN ECOLABEL FOR TOURISM.....	26
БИОХОТЕЛИ	26
EUROPEAN ECOLABEL TOURISM	26
НАГРАДИ ЗА ИНОВАТИВНИ ПРОДУКТИ И РЕШЕНИЯ	27
ЕВРОПЕЙСКИ ПЪТ НА ИСТОРИЧЕСКИТЕ ТЕРМАЛНИ ГРАДОВЕ	27
ИСТОРИЧЕСКИТЕ ТЕРМАЛНИ ГРАДОВЕ СА ПО ТЕЛЕВИЗИЯТА!.....	27
ПРИНОС В РАЗВИТИЕТО НА ОБУЧИТЕЛНИ ПРОГРАМИ	28
ГЛАВА ТРЕТА	29
СЪВРЕМЕННИ ИТ ИНСТРУМЕНТИ И МОДЕРНИ ТЕХНОЛОГИИ.....	29
PURE ROOMS	29
ЕФИКАСНА СИСТЕМА ЗА ДЕЗИНФЕКЦИЯ В ДЖАКУЗИТА И БАСЕЙНИ.....	30
ОПАЗВАНЕ ЕСТЕСТВЕНИЯ СЪСТАВ НА ТЕРМАЛНИТЕ ВОДИ	30
ХИДРОТЕРАПЕВТИЧНА ВАНА КАРАКАЛА.....	32
ХИДРОТЕРАПИЯ С MICROSILK®	33
ПРЕНОСИМИ И НАДУВАЕМИ СПА СЪОРЪЖЕНИЯ	33
РОБОТИ ЗА МАСАЖ.....	34
ИНТЕЛИГЕНТНИ ЛЕЧЕНИЯ – ОПТИМИЗАЦИЯ НА МОЗЪКА	35
НОВ НАЧИН ЗА ПОЧИВКА. VR МАСАЖ	36
ВИРТУАЛНА ОБИКОЛКА	36
ВИРТУАЛНИ ТУРОВЕ С ДИСТАНЦИОННО УПРАВЛЕНИЕ	37
СЪЗДАВАНЕ НА ДОБАВЕНА РЕАЛНОСТ (AUGMENTED REALITY).....	38
ДРОН ФОТОГРАФИЯ.....	38
ИНТЕРАКТИВНИ ЕЛЕМЕНТИ	38
МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯ BOOST.....	38
БЕЗКОНТАКТНИ УСЛУГИ	41
CLOUD	41

QR CODE.....	42
БЛОКЧЕЙН.....	42
ХОТЕЛСКИ ТЕХНОЛОГИИ	43
ГЛАВА ЧЕТВЪРТА	45
БИБЛИОГРАФИЯ	45
4.1. Използвана литература и източници	45

ГЛАВА ПЪРВА

ВЪВЕДЕНИЕ

1.1. Обща информация

Настоящият каталог е подготвен от Изпълнителя „Хай Стандарт“ ЕООД. Неговата структура и съдържание са свързани с одобрената техническа оферта в резултат на условията на договор с предмет: “Подкрепа за повишаване конкурентоспособността на бизнеса с фокус върху термалния туризъм чрез проучвания, анализи, бази данни и кръгли маси” по проект “Укрепване на конкурентоспособността и екстремистичността на трансграничните фирми чрез прилагане на иновативни и специализирани действия” с акроним **INNOBUS**, реф. № 6269, ДФП В6.3а.14/13.04.2021, финансиран по Програма ИНТЕРРЕГ V-A Гърция - България 2014-2020.

Основната цел на проекта е повишаване на конкурентоспособността и екстремистичността на фирмите, осигуряване на преход към качествено предприемачество с авангардни иновации, интегриран цифров преход и създаването на добавена стойност с участието на бизнеса.

Паралелно с промените, които се наблюдават в тенденциите в туризма към по-индивидуализиран туризъм, във фрагментацията на почивките и в предпочитанията към естествената среда, нова група хора търсят термални минерални извори за ваканции, свързани с почивка, с интензивен контакт с природата и в същото време през последните години се появиха услуги, ориентирани към грижата за тялото (загуба на тегло, лечение на кожата, борба с тютюнопушенето, борба със стреса).

Традиционният здравен туризъм, който свързва изключително водата с терапевтичния компонент се е развил с течение на времето. Следователно тази концепция вече не се ограничава до използването на природни ресурси за осигуряване на здравни грижи или терапии на болни хора. Постепенно е придобил превантивен и възстановителен характер, базиран на умствени, физически и спортни дейности, които позволяват на туристите да възстановят или подобрят здравето си, да предотвратят възможни рискове за здравето и да смекчат психологическия и физиологичен дисбаланс, причинен от съвременния живот със стресови рутинни процедури и натиск.

Пазарът на термален туризъм непрекъснато се развива; вътрешната и външната конкуренция става все по-динамична; изискванията за качество и управление нарастват и потребителят непрекъснато търси нови решения, нови преживявания и нови отговори на нуждите. Ето защо, в този контекст на постоянна промяна и поради въздействието на пандемията от COVID-19, се появиха нови предизвикателства, които изискват разработването на стратегии, продукти и услуги, които отговарят на нуждите на специфични пазарни секции.

Област Благоевград разполага с богат потенциал за термален туризъм, който за съжаление не е развит. След приемането на България в Европейския съюз и използвайки възможностите за регионално развитие, които дават Структурните фондове, се създават

условия за преодоляване на пречките чрез подобряването и развитие на нова инфраструктура за алтернативни форми на туризъм.

Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 прави прогноза за нарастване на ролята на иновациите и информационните технологии, които ще бъдат решаващ фактор за конкурентоспособността на туристическата индустрия.

Настоящия анализ на добри иновативни практики и ИТ технологии цели идентификация на полезни решения за развитието на този алтернативен туризъм, отчитайки предизвикателствата и тенденциите, установени в другите проучвания по проекта. Прилагането на разнообразие от нови знания, както и тяхната комбинация, генерират нови услуги, продукти и технологии.

Иновацията е новост посрещаща търсенето и нуждите на пазара. Произходът на думата „иновация“ се свързва с латинската дума „Innovare“ или създаване на нещо ново. Иновациите генерират идеи, предизвикателства, новости, нови услуги, без които динамичното развитие на туристическата индустрия би било невъзможно.

В рамките на настоящия документ са разгледани множество различни практики. Предложените добри практики засягат теми, като: иновации в обслужването, продуктови иновации, иновации в управлението и инвестиции в човешкия капитал, социални иновации, технологични и процесни иновации, маркетингови иновации и др.

Преобладаващия метод в това проучване е изследването на второстепенни материали в интернет пространството, посредством десктоп проучване. Не са създавани специализирани изследователски инструменти.

ГЛАВА ВТОРА

ДОБРИ ИНОВАТИВНИ ПРАКТИКИ

2.1. Партньорството между конкуренти обединява усилията в бранша

ТЕРМАЛНО ПАРТНЬОРСТВО: GRAND RESORT BAD RAGAZ ОБЕДИНЯВА СИЛИ С CLINICS OF VALENS

Швейцарският медицински и здравен курорт, Grand Resort Bad Ragaz, обяви партньорство с Clinics of Valens, която е специализирана в неврология, ревматология, пневмология, гериатрия и психосоматика.

Партньорството обединява усилия, за да подобрят качеството и експертизата, с цел да предложат „най-добрата клинична компетентност“ в неврологичната, вътрешно-онкологичната и мускулно-скелетната рехабилитация.

И двете клиники използват местна термална вода, за подпомагане на рехабилитацията на пациентите, поради нейните естествени лечебни свойства – ниско минерално съдържание и естествена телесна температура от 36,5°C.

Източник:

<https://www.spabusiness.com/wellness-news/Swiss-thermal-partnership:-Grand-Resort-Bad-Ragaz-joins-forces-with-Clinics-of-Valens/343775>

Clinics of Valens ще освежи технологичното предлагане на курортната клиника, а персоналът на Clinic Bad Ragaz ще се възползва от подобро обучение и кариерно развитие и ще може да взема по-информирани терапевтични решения за своите пациенти като резултат. „Clinics of Valens са един от най-известните доставчици на медицинска рехабилитация в Швейцария, с много добра мрежа. Изследванията и разработките, които провежда, са на световно ниво.“



КОУЪРКИНГ ПРОСТРАНСТВА

Ръстът на стартиращите фирми задвижва развитието на коуъркинг офиси, където пространството се заплаща от „мястото“ на текущите месечни договори. Секторът е все по-конкурентен, като операторите предлагат все по-добри

В крайна сметка какво по-добро място за работа от здравословна и поддържаща уелнес среда? Смятаме, че ще има рязък ръст на уелнес пространства за съвместна работа – независимо дали в спа центрове или като самостоятелни съоръжения, тъй като индустрията продължава да търси нови

съоръжения, за да получат конкурентно предимство.

Някои, като WeWork, със своята уелнес концепция Rise by We и Industrious, който току-що сключи сделка за съвместно локализиране с фитнес оператора, Equinox, разполагат с набор от спа, уелнес и фитнес пространства. Но точно както доставчиците на коуъркинг добавят уелнес съоръжения, така очакваме спа и уелнес операторите – особено тези в градските райони – да започнат да добавят предложения за коуъркинг.

Източник: Spa foresight 2020, 2021.

начини да намери нови потоци от приходи и да създаде повече членска база.



2.2. Маркетингови иновации

Предлагане на изгодни оферти за промотиране на различни услуги и засилване присъствието в социалните мрежи.

БЕЗ ДИГИТАЛНИ УСТРОЙСТВА В ХОТЕЛА



Хотел Marriott Renaissance в Питсбърг (САЩ) предлага изцяло нова услуга, където няма никакви цифрови, дигитални устройства и интернет, като кара гостите си на пристигане в хотела да оставят всякаква техника на съхранение, докато не напуснат.

Че какво му е иновативното на това ще кажете? Колко пъти ви се е случвало докато сте на почивка непрекъснато да се ровите в телефона си и да прекарвате часове в социалните мрежи или пък да работите, четейки служебния си мейл?

Ако ще прекарвате часове във виртуалния свят защо въобще изобщо отивате някъде, уж на почивка? Ето тук може напълно да се откъснете от ежедневието си и да забравите за всичко и всеки! Та нали за това все пак отиваме на почивка – да се насладим на спокойствието край басейна, да изпием едно питие в лобито на хотела, да хапнем вкусна и различна храна.

Източник: https://travellerprofession.com/2020/11/24/travel_innovations/

ПОСЛАНИЦИ НА СПА

В туристическите градове на САЩ в южните щати стават популярни моделите за привличане на свръх натоварените и заети с бизнес или не намиращи личен мотив за спортуване и движение местни жители и гости чрез спортни-фестивали и празнични преживявания. Работещите по 10-12 часа в денонощието жители на мегаполисите се провокират чрез реклами и образователно-промоционални програми и кампании за участия в масови

Сам Дон Ардел през лятото на 2003г. участва като име и символ на „Уелнес фиестите” в град Тампа, Флорида лично поканен от кмета на града, за да популяризира и привлече с името си десетки хиляди гости и местни граждани в спортно-развлекателни атракции и състезания на морския плаж, по улиците и спортните площадки на града.

Станал традиционен този няколко дневен празник не акцентира на конкурси: кой

състезания, конкурси по танци и надпревари, весели масови игри за развлечение с цел разтоварване и „ново зареждане на батериите“ с подходящи и интересни форми за физическа натовареност и психо-емоционален релакс.



повече бира ще изпие или колко на брой торти ще изяде, а продължава да се организира под спортно-развлекателно по смисъл мото, разпространено от Ардел и в други щати и градове. Посланието на шоуто е разделено според профила на състезанията, които са свободно избираеми, като например под флага на четири популярни наименования: „Най-бърз“; Най-активен“; „Най-свободен“ и „Най-весел“. Всички състезания и развлечения включват такива масови девизи, обвързани с конкурси за туристи от различни възрастови групи и с нетрадиционни форми на физически и забавни надпревари, семейни игри и спортна анимация. Наградите също са част от незаменимата атмосфера, формираща нови форми на адаптиране към Wellness философските критерии за сетивен комфорт и психо-физически баланс чрез спорт, приятни преживявания и съпреживявания, водещи до лична удовлетвореност и самочувствие.

2.3. Използване на научни трудове

ГОРЕЩИ БАНИ И САУНИ: ПОЛЕЗНИ ЛИ СА ЗА СЪРЦЕТО?

Хората, които често посещават сауна или горещи вани, могат да намалят риска от сърдечни проблеми. Но бъдете внимателни, ако имате ниско кръвно налягане.

Потопянето във вана или сауната може да бъде приятен начин да се отпуснете. Правени редовно, и двата навика могат също да помогнат за предотвратяване на инфаркти и инсулти, според няколко проучвания.

„Високите температури в топла вана или сауна карат кръвоносните ви съдове да се разширяват, което понижава кръвното налягане“, казва д-р Адолф Хътър, професор по медицина в Харвардското медицинско училище. Обемът на кръвта, която сърцето ви изпомпва, също ще се увеличи, особено в гореща вана. Това е резултат от натиска на водата върху тялото, което увеличава натоварването на сърцето, обяснява той.

Къпане в японска вана

Скорошно проучване от Япония, където къпането във ваната е вкоренено в културата, проследява повече от 30 000 души в продължение на около 20 години. В началото на проучването участниците отговаряха на въпроси относно общото им здравословно състояние и навици за къпане, включително предпочитаната от тях

температура на водата (хладка, топла или гореща). Изследователите ги разделят на три групи: тези, които се къпят два или по-малко пъти седмично, три до четири пъти седмично или ежедневно/почти ежедневно. Около 72% казват, че се къпят почти всеки ден.

В сравнение с хората, които се къпят по-малко от два пъти седмично, тези, които се къпят почти всеки ден, са с 28% по-нисък риск от сърдечно-съдови заболявания и 26% по-нисък риск от инсулт. Това беше след като изследователите коригираха констатациите за други фактори, които влияят на здравето на сърцето, като диета, упражнения и навици за пушене. Температурата на ваната (която в Япония обикновено е между 40°C и 42°C) не е повлияла на констатациите.



Финландска сауна

Финландската традиция за баня в сауна датира от хиляди години. Средно финландците посещават сауна два или три пъти седмично, като остават в облицованите с дърво стаи с горещ и сух въздух до 20 минути. През 2018 г. екип от финландски изследователи публикува преглед на ползите за здравето от банята в сауната в Mayo Clinic. Няколко проучвания свързват честото използване на сауна (четири до седем пъти седмично) с понижаване на кръвното налягане и намален риск от сърдечно-съдови заболявания, включително внезапна сърдечна смърт и инсулт. Според авторите тези ползи могат да произтичат от по-добра функция на кръвоносните съдове, подобрени нива на холестерол и по-малко възпаление, наблюдавано при чести потребители на сауна. Но също така е възможно релаксацията от сауната - да не говорим за начин на живот, който позволява чести сауни - може да обясни резултатите, свързани със сърцето.

Останете на сигурно място

Както сауните, така и горещите бани (или вани) изглеждат безопасни за хора със стабилно сърдечно заболяване и дори лека сърдечна недостатъчност. Но хората с нестабилна болка в гърдите, лошо контролирано високо кръвно налягане или други сериозни сърдечни проблеми трябва да ги избягват.

„Хората на 70 и повече години, чието кръвно налягане е ниско, също трябва да бъдат много внимателни“, казва д-р Хъгър. Ако водата е твърде гореща във ваната, кръвното ви налягане може да падне твърде ниско, което може да ви накара да се почувствате замаяни, обяснява той. Под ниско той има предвид систолично налягане (първото число в показанието) около 110 mm Hg или по-ниско. „Температура на водата от 38°C до 41°C е разумна. Влезте бавно, така че тялото ви да може да се приспособи постепенно“, съветва той.

Типичната температура на финландската сауна е около 80°C. Останете не повече от 15 до 20 минути — и за по-кратък период, ако имате ниско кръвно налягане. Ако започнете да се чувствате неприятно горещо или замаяно, седнете извън сауната. Също така е добра идея да се охлаждайте постепенно, не излизайте направо на открито в студено време. Накрая изпийте няколко чаши вода след това, за да попълните течностите, загубени от изпотяване.

Източник: <https://www.health.harvard.edu/heart-health/hot-baths-and-saunas-beneficial-for-your-heart>

ТОПЛИННИ ПРОЦЕДУРИ СЛЕД ТРЕНИРОВКА

Стоенето на топло след тренировка може да засили ефектите, според ново изследване на Американския съвет за упражнения. Изследователите са тествали три групи. Контролна група, една, която прекарва 30 минути в гореща вода, и друга, в която хората носят костюми за сауна след тренировка.

И двете стратегии за пасивно нагряване бяха еднакво достатъчни за повишаване на температурите в сърцевината и двете останаха под температури (102° F/ 39° C), които биха могли да увеличат риска от топлинни заболявания.

Източник: Spa foresight 2020, 2021

След три седмици средните промени на VO2max и лактатния праг както в групите с потапяне в гореща вода, така и в групите със сауна са били „статистически значимо по-големи“ в сравнение с контролната група. Изследователите казаха, че тези топлинни интервенции след тренировка позволяват на хората „да увеличат тренировките си, без да добавят обем и/или интензивност, което означава, че могат да постигнат подобрения в производителността, без да увеличават риска от претрениране или нараняване“.

ВИБРАЦИОННА ТЕРАПИЯ

Отдавна е известно, че вибрационните лечения имат мощен ефект върху плътността на костите и мускулната сила, като академичните статии показват как те симулират упражнения и удар.

Със застаряващото население и потребителите с недостиг на време, вибрационната терапия все повече се признава като мощен начин за допълване на тренировъчни режими и уелнес програми.

Очакваме да видим повече спа и уелнес оператори, предлагащи

Източник: Spa foresight 2020, 2021

В скорошно проучване изследователи от Kings College London установиха, че престоят на открито, виждането на дървета, чуването на птичи песни, виждането на небето и усещането за контакт с природата са свързани с по-високи нива на психическо благополучие.

В резултат на това виждаме нарастващ брой спа градини на открито, които се разработват — дори на места като Скандинавия и Обединеното кралство,

вибрационно обучение и други вибрационни терапии и изследвания, доказващи ефикасността на тези интервенции, които да бъдат разширени в нови области на благополучие.

Източник: Spa foresight 2020, 2021

където времето не е идеално през голямата част от годината. Комбинирането на термална вода със спокойно, зелено пространство е лесен начин спа центровете да се разширят, без да се налага да се предприемат скъпи строителни дейности, за да се създаде вътрешно пространство.

СПА центровете на открито също са чудесни за групи и се поддават на иновативни програми, като например гледане на звезди.

И тези снимки са чудесни за маркетинг и социални медии – много по-примамливи от много стаи за процедури.

СПА ЦЕНТРОВЕ НА ОТКРИТО

ШИНРИН-ЙОКУ – ГОРСКО КЪПАНЕ

Японците знаят от години, че прекарването на време в гората е полезно за тялото и душата – правителството въвежда практиката на shinrin-yoku или горско къпане в здравната програма на страната през 80-те години на миналия век като начин да помогне на работниците, които са подложени на прекомерен стрес, а около пет милиона души участват в практиката.

Проучванията показват, че прекарването на време в гората, използвайки всичките пет сетива, може да намали кръвното налягане, нивата на кортизол и да подобри паметта. Учените също смятат, че фитонцидите, химикал, отделян от дърветата и растенията, помагат за засилване на имунната система.

Сега практиката набира последователи по целия свят. Кейт, херцогинята на Кеймбридж, разкри градински дизайн на тазгодишното изложение за цветя в Челси, вдъхновен от shinrin-yoku, и лекарите са призовани да включат горското къпане като социална инициатива за предписване за лечение на стрес.

Така че не е чудно, че виждаме все повече изживявания за къпане в гората в спа индустрията – от горската спа концепция на Center Parcs до новата колекция Forest Therapy на Aromatherapy Associates. СПА центровете могат лесно да възприемат идеята, като добавят в програмиране, което се възползва от местните гори с ръководството на експерт, или включвайки ароматите, звуците и елементите на гората в своя дизайн или лечебно меню.

Източник: Spa foresight 2020, 2021

СЪЗДАВАНЕ НА ВРЪЗКИ

Преживявайки някаква форма на едновременна изолация през предишните години, епидемията от самота отново беше изведена на преден план.

Проучване на 200 000 европейци установи, че блокирането е имало тревожен ефект върху самотата при млади хора под 30 години. Дори преди пандемията самотата беше нарастващ проблем и проучванията показват, че тя е толкова нездравословна, колкото пушенето и затлъстяването.

Spa центровете имат възможност да създадат услуги, които помагат на хората да се чувстват свързани помежду си, като например уроци по музика или изкуство, групово къпане в гората или йога на открито.

Източник: Spa foresight 2020, 2021

2.4. Съвместими продуктови иновации

ТЕРМАЛНИТЕ ИЗВОРНИ ВОДИ КАТО АКТИВНА СЪСТАВКА В КОЗМЕТИЧНИ ПРОДУКТИ

За постигане на баланс, хидратация и благосъстояние на кожата често се използват термални изворни води. Те се образуват при специфични геоложки условия и се характеризират с „физико-химичен динамизъм“, притежаващ три важни свойства: естествен произход, бактериална чистота и терапевтичен потенциал. Термалните води показват различни благоприятни ефекти върху кожата поради своя физикохимичен състав. По този начин благотворният ефект на термалната вода при лечението на някои кожни заболявания може да оправдае използването ѝ като активна съставка в козметични формули. Ефектът на термалните води върху кожата и липсата на странични ефекти, докладвани в различни проучвания, им позволява да се използват при лечението на различни кожни заболявания и могат да играят важна роля в козметичната индустрия. Въпреки това са необходими допълнителни клинични изпитвания, за да се оцени тяхната ефективност и безопасност.

Иновативната идея за използване на топлинни ресурси (минерали, кал, и др.) за производство на козметика се прилага от Vichy и Royatonic.

Минерализиращата термална вода на Vichy се ражда във френските вулкани и достига дълбочини до 4000 метра, преди да се нагрее до 140°C и да се изгласка на повърхността. По време на своето хиляда годишно пътуване тя абсорбира 15 минерала, които придават на водата нейната сила. С 11 теста и 5 клинични проучвания, минерализиращата термална вода на Vichy е клинично доказано, че укрепва бариерната функция на кожата и спомага за ускоряване на обновяването на клетките на повърхността ѝ. Помага за успокояване усещането на кожата, изложена на външни агресори и я прави да изглежда здрава и блестяща. 100% чиста, естествена активна съставка, хипоалергенна, без аромати, без консерванти.

Vichy използват термални минерални води в множество други техни продукти.

Източници:

https://www.vichy.co.uk/en_GB/mineralizing-thermal-spa-water/VICUK-085.html#tab=description

<https://www.royatonic.com/-eaux-thermales-valvital.html>

<https://www.mdpi.com/2079-9284/10/1/27>



ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ ОТ COVID

Тъй като COVID-19 е заразил 119 милиона души в световен мащаб до март 2021 г., според Worldometer, и продължително COVID-19 засяга хората в продължение на месеци, ако не и години, спа центровете, предлагащи програми за възстановяване от COVID, ще видят подем в бизнеса, тъй като хората работят, за да си възвърнат контрола върху своите благополучие.

В хотел Savoy Westend в чешкия спа град Карлови Вари, програмата „Живот след COVID-19“ използва местната богата на минерали изворна вода – участниците я пият, къпят се в нея и вдихват парата от нея – заедно с друго медицинско контролирано лечение, за да помогне на хората да се възстановят.

Медицинският уелнес оператор Lanserthof е създал програма, която включва цялостен набор от диагностика, която предоставя индивидуална терапевтична концепция.

Предписаните терапевтични опции включват хранителни терапевтични мерки, прочистване на червата, интравенозни инфузии, лечение с лимфа, лечебни и съединителнотъканни масажи, дихателна терапия, кислородна терапия, криотерапия и консултации по спортни науки.

Въпреки че някои минерални извори не разполагат с минералната вода от

<https://www.termedicastrocara.it/>

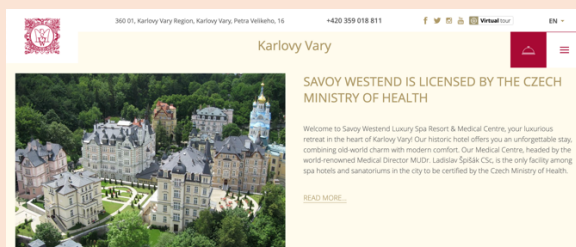
„Признавам, че не оцених силната лечебна сила на минералните води, докато не дойдох тук, но прогнозирам, че ще има възраждане, защото ползите са отлични и съответстват на нарастващото внимание към природата“, казва Маняни, който е създал термалното лечение „стълб на формулата за дълъг живот“, благодарение на прозренията на Марко Конти, физикална медицина, рехабилитатор и термален лекар. Всички програми включват няколко хидротерапевтични сесии и често използват „кадифено меката“ местна кал, извлечена и изсушена на слънце по същия начин, както е било през последните 100 години.

Салсо-бромо-йодните, серни води на Castrocara, извиращи от близкия хълм, са особено ефективни при мускулно-скелетни, гинекологични и храносмилателни разстройства. Те могат също така да помогнат на синусите и гласните струни, поради което инхалациите с пара са в основата на уникална програма Voice за професионални певци, която ще стартира тази година.

Необичайно зелените води следват осеммесечно пътуване от източника до

Карлови Вари или експертизата и оборудването на Lanserhof, има възможност за лечение на хора, които страдат от по-дългосрочни последици, чрез създаване на програми и терапии, които подпомагат възстановяването.

Източник: Spa foresight 2020, 2021



съоръжението, където се изпомпват в обществените терми за използване в басейни, вани, души и инхалации, както и в собствения подземен спа център на клиниката в набор от басейни и потапящи преживявания включително Aqua Reborn, трансформиращо лечение, подобно на Watsu.

Това лечение се прилага в полуразрушено съоръжение за термална вода от фашистката ера и хотел в Терме ди Кастрокаро, само на няколко мили от родното място на Мусолини в Емилия-Романя (Италия), което е превърнато в клиника и хотел – Lucia Magnani Health Clinic и Castrocaro Terme.

ТЕРМАЛНО ЛЕЧЕНИЕ

ОБОНЯТЕЛНА ТЕРАПИЯ

СПА центровете отдавна се докосват до сетивата за лечебни цели. Нов инструмент за обонятелна диагностика, използван в Borgo Engazia в Италия от експерта по ароматерапия и психолог Лука Фонтана, ще постави началото на тенденция.

Fontana е създал четири смесени масла по поръчка и в индивидуални сесии ги използва, за да предизвика спомени, които след това се анализират. Резултатите се използват както за лична консултация за начина на живот, така и за предписване на интервенции за благосъстояние.

Borgo Engazia разработи убежище за щастие около този подход.

Източник: Spa foresight 2020, 2021

ПОВИВАНЕ

Всеки, който е виждал колко спокойно спи бебето, повито в одеяло, знае, че ако е плътно увито, може да помогне за внушаване на спокойствие и да помогне за съня.

Родителите са използвали тази техника от хиляди години, от древните гърци и римляни до индианците, а научните изследвания също доказват ефективността на повиването.

Въз основа на принципите на стимулиране на дълбоко докосване, те са предназначени да отпуснат нервната система чрез симулиране на усещането за прегръдка, което от своя страна повишава нивата на серотонин и мелатонин, като същевременно намалява кортизола.

Някога инструмент на терапевти и психиатрични клиники и използван за лечение на всичко – от сетивни разстройства до посттравматично стресово

Дълбоките релаксиращи изживявания след процедури могат да предвидят повиване на клиентите, за да подобрят усещането за спокойствие.

Утежнените одеяла доставят това изживяване. Да не се бъркат с по-дебели юргани, те са проектирани да разпределят равномерно налягане върху цялото тяло.

Източник: Spa foresight 2020, 2021

разстройство, утежнените одеяла станаха масови.

Те се разглеждат като начин за подобряване на съня, настроението и релаксацията и могат да се използват в процедури или зони за релаксация, за да създадат повишено чувство на увереност.

НОВА ВОДНА ЛЕЧЕБНА ТЕРАПИЯ В СИНЯТА ЛАГУНА, ИСЛАНДИЯ

Новата Float Therapy, е създадена съвместно с Flothetta, исландска компания, посветена на водното лечение и Retreat at Blue Lagoon. Лечението е комбинация от работа по тялото, включително разтягания, издърпвания и лек масаж, ведно с пасивна флотация, и е предназначено да пренесе гостите в отпуснато, медитативно състояние.

Новата терапия включва носене на шапка Flothetta и плувки, поставени точно над коленете. Шапката приляга плътно и се закопчава под брадичката като мека велосипедна каска за поддържането на главата на повърхността без нужда от възглавница. 45-минутното лечение включва елементи на Watsu (Watsu® е форма на водна терапия, която също се нарича хидротерапия).



Лечението се предлага в почти-частен басейн. Докато се носите по гръб, терапевт нежно ви протяга и движи, докато около вас се издига пара. Чувствате се безтегловен в топлата вода и това ви довежда до състояние на дълбока медитация, подпомогнато от заглушаването на външни шумове, поради наличието на шапка Flothetta. Лечението приключва като Watsu масаж.

Източник: <https://www.spabusiness.com/spa-business-magazine/Mystery-Shopper-Out-of-the-blue/35413>

ХОЛИСТИЧНИ И МУЛТИДИСЦИПЛИНАРНИ ЛЕЧЕНИЯ

В Германия, клиниката за медикъл СПА Toskanaworld (TMSC), Klinikzentrum Bad Sulza (KBS), е изградена върху естествен солен извор, който е интегриран в холистичните и мултидисциплинарни лечения, които се предлагат. Чрез комбиниране на медицински приложения с натуропатични подходи, фокусиращи се върху целия организъм, е възможно да се лекува по-задълбочено. Целта, която си поставя екипът на клиниката за рехабилитация Bad Sulza е да получи пълна представа както за пациента, така и за болестта, за да открие корените на заболяването, като разгледа по-отблизо връзката между емоциите, моделите на поведение и болестта. Това са елементи на прилагане в практиката на принципите на интегративната медицина и на интегрираните грижи. В дългосрочен план, целта е пациентите да се научават да участват в управление на заболяването си, за да могат да живеят по-пълноценно.



Снимка:

<https://www.facebook.com/Klinikzentrum.Bad.Sulza>

Източник: Сийка Анастасова Кацарова
АВТОРЕФЕРАТ на дисертационен труд за придобиване на образователна и научна степен „Доктор“

Професионално направление 3.7. Администрация и управление

Докторска програма Организация и управление извън сферата на материалното производство (в здравеопазването)

Концепцията на програмата за възстановяване след Covid-19 разглежда всички аспекти на грижите за пациентите: дихателна, двигателна и костна, сърдечно-съдова, стомашно-чревна, имунологична, детоксикация, контрол на стреса и психично здраве. Включват се всички области на балнеологията, където може да се приложи възстановяване от уврежданията след Ковид.

Назначаването за много лечения и хирургични процедури в Германия често могат да се правят бързо и лесно и не включват дълги периоди на изчакване.

2.5. Правни нововъведения

Правните нововъведения обикновено са нови закони или регулаторни рамки, така както и значителни промени в настоящите. Нововъведение също може да бъде интегриране на националното законодателство към системата от международно право.

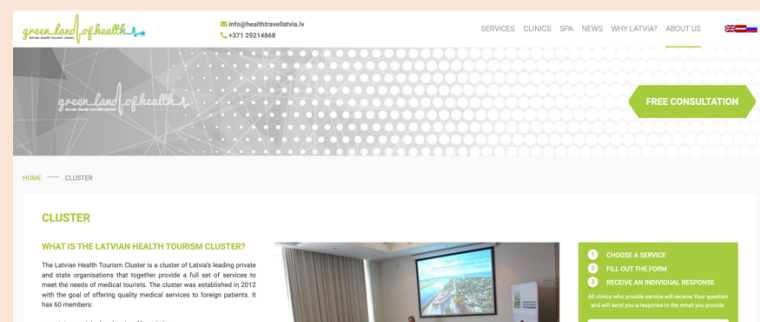
СЪЗДАВАНЕ НА ВРЪЗКИ

Латвийският клъстер за здравен туризъм¹ (LHTC) е водеща частна и държавна организация в Латвия, обединена в клъстер. Целта на клъстера е да предлага качествени медицински услуги на чуждестранни пациенти. Той се състои от 62 членове, включително държавни, общински и регионални болници, частни клиники, рехабилитационни центрове, курорти, хотели, туристически агенции, образователни и изследователски институции и 4 общини. Клъстерът насърчава сътрудничеството между работещите в здравния сектор, осъществява съвместни маркетингови дейности, формира и предлага на пазара интегрирани и иновативни продукти и услуги за здравен туризъм, като по този начин ги прави по-достъпни както за местните, така и за чуждестранните туристи. Сътрудничеството между туроператорите и доставчиците на здравни услуги е от съществено значение, тъй като съществуващата конкуренция между двете страни намалява възможностите за взаимноизгодно сътрудничество.

LHTC върши чудесна работа за насърчаване на износа на латвийски здравни услуги и имиджа на страната. Това, също така предоставя големи възможности за латвийските здравни курорти да популяризират своите услуги, да получат международно признание и да привлекат клиенти от нови страни, както и да разширят съществуващите пазари.

Съществуват също: Клъстер за устойчив туризъм на Латвия, „Healthcare Travel“ и Латвийската медицинска експортна асоциация, които са създадени за насърчаване на здравния туризъм в страната. Въпреки това, LHTC е най-активната и ефективна организация, която представя предлагането на латвийския здравен туризъм и се опитва да балансира интересите между доставчиците на здравни услуги и туристическите оператори, както и да действа като посредник между своите членове и отговорните държавни институции.

Подобрените политики и улесняването на сътрудничеството ще насърчава създаването и развитието на иновативни стартиращи предприятия, нови продукти и услуги за профилактика на здравето. Насърчаването на интелигентни инвестиции в здравеопазването, курортния сектор и използването на природни лечебни ресурси също ще улесни подобряването на здравната индустрия.



Източник: INNOVASPA,
Innovative health solutions for
thermal spa regions, INTERREG
EUROPE

¹ <https://healthtravellatvia.lv/en/cluster/>

ПРИМЕР ОТ БЪЛГАРИЯ

Родопският клъстер за туристически услуги е създаден, за да се развива в географска област, която има потенциал за планински, спа, ски, исторически и конгресен туризъм. Клъстерът обединява редица съоръжения, като туристически пътеки с означения, ски лифтове и писти, нови хотели, които посрещат много български и туристи от Европейския съюз. Има добре развита Регионална туристическа асоциация „Родопи“, чиито членове имат амбицията да развият марката „Родопи“ и да създадат интегриран продукт, който да има сравнителното предимство да привлича повече туристи, любители на природата и планината и да гарантира високо качество на услугите. Една от целите на клъстера е да бъде оборудван туристически център в Смолян, който да работи като ядро за управление на целия туристически поток, идващ в района.

В обединението членуват 37 физически и юридически лица – хотелиери, туроператори, туристически организации и сдружения на територията на общините Смолян и Чепеларе. Някои от членовете на клъстера са: хотел „Мургавец“ в Пампорово, ваканционно селище „Малина“, хотел „Бор“ в Пампорово, хотел „Макрелов“ в Смолян, хотел „Турист“ в Чепеларе, хотел „Флора“ в Златоград, хотел „Смолян“ в Смолян, туристически дружества и др.

Идеята за създаване на клъстер за туристически услуги в Родопите е продължение на цялостната стратегия за развитие на туризма в този регион. Клъстерът се подкрепя от Смолянската областна администрация. Целта на организациите, участващи в клъстера, е да предложат туристически стоки и услуги с гарантирано и контролирано качество и поддържане на високи стандарти на обслужване, тъй като това ще доведе до повишаване на конкурентоспособността на отрасъла.

Членовете на клъстера приемат вътрешни правила, които да осигурят на посетителите на региона близък контакт с природата, тишина, спокойствие, възможности за активно прекарване на свободното време и разнообразяване на атракциите, контакт с местните хора, опознаване на техните обичаи и традиции. Организациите в клъстера работят ефективно и съвместно, в дух на равнопоставеност. Клъстерът има за цел да повиши динамиката в туристическия бранш и да стимулира гражданската активност за работа в единна регионална мрежа. Той ще съдейства за устойчивото развитие на региона и съхраняването на природните и културно-историческите ресурси, ще генерира нови работни места и ще подобри регионалната инфраструктура.

2.6. Иновации на централно, регионално и местно управленско ниво**ОПТИМИЗИРАНЕ НА ВОДНИТЕ РЕСУРСИ ЧРЕЗ СОЦИАЛНИ ДЕЙНОСТИ - СОЦИАЛНА БАНЯ**

Това е практика, която може да се прилага от общинските социални учреждения, за да се оптимизира материалната база от минерални бани и водоизточници.

Помощта при къпане у дома за възрастни хора и хора с увреждания е сфера на напрежение и неяснота в услугата. Разположен през основната разломна линия на грижите в общността, тази на медицинското/социалното разделение, то е в основата на

дебати относно предоставянето на социални помощи. Но изследването на значението на „социалната баня“, както се нарича в тази област, също предизвиква някои от традиционните начини, по които грижите в общността са описани и анализирани, особено в рамките на дисциплината социална политика. Къпането включва договаряне на интимността и управлението на тялото и като такова включва аспекти на битието и социалния обмен, които традиционно не са били част от стандартното, по-скоро рационалистично и безплатно разглеждане на социалната политика.

Източник:

<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-social-policy/article/abs/deconstructing-the-social-bath-help-with-bathing-at-home-for-older-and-disabled-people/06129724A8E5C301C767766D280C5145>

ИЗПОЛЗВАНЕ НА ГЕОТЕРМАЛНАТА ЕНЕРГИЯ ЗА ЗАТОПЛЯНЕ НА ВОДА ОТ СТУДЕНИ МИНЕРАЛНИ ВОДОИЗТОЧНИЦИ

Поглед към бъдещото използване на геотермалната енергия е пилотният проект на фирма Eavor, Канада. Започнал през юли 2019 г., а на 1 септември 2019 г., безопасно и успешно е осъществено първото в света подземно мултилатерално „скачване“ на хоризонтални сондажни латерали (фиг. 1). Вертикалните сондажи са с дълбочина 2000 m, а разстоянието между тях е 2500 m, което много наподобява параметрите на стандартните двойки сондажи (водочерпателен и реинжекционен) за извличане на геотермална енергия.

Револуционното в предложената технология от Eavor е, че не се използва вода или прегрята водна пара, не се получават отпадни разсоли или твърди отпадни продукти и няма замърсяване на подземни водоносни системи. Фирмата прилага безвредна работна течност, която циркулира в тръби в затворен цикъл, подобно на огромен подземен радиатор.

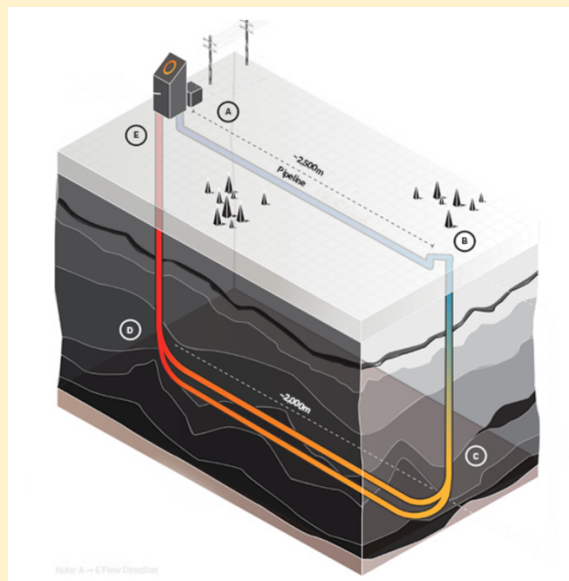


Схема на фирма Eavor, Канада за използване на подземната топлина (<https://eavor.com/>)

Този „радиатор“ просто акумулира топлина от естествения геотермален градиент на Земята, използвайки завишените скални температури на дълбочина около 2000 m. За разлика от традиционните геотермални станции, които използват прегрети водни пари до

Източник:

Hristov, V. 2020. Use of geothermal energy and mineral waters in Bulgaria: current status and perspectives. Engineering Geology and Hydrogeology, 34, 7–17

300°C или геотермални подземни води с температура над 150°C, Eavor не е обременен с проучвателен риск или от търсене на силно пропускливи водоносни хоризонти при високи температури. Новата предлагана система използва само повишената температура на скалите, като работният флуид (течност) няма директен контакт с околната среда. За разлика от вятърната и слънчевата енергия, технологията на фирмата гарантира непрекъсващ процес на усвояване на енергия и произвежда така необходимата мощност постоянно.

Тази нова екологична технология за усвояване на геотермалната енергия може успешно да бъде прилагана на подходящи места в страната.

ТЕРМАЛЕН АТЛАС

Thermal Atlas е проект, който се разработва от Научния комитет на ЕНТТА, амбициозна инициатива за изследване на термалното наследство на Европа. Термалният атлас има за цел да се превърне в най-пълния ресурс за термализма в Европа, изграждайки основна база данни и географска информационна система за ресурсите, които са превърнали термалните градове в ключови участници в историята и идентичността на Европа.

Атласът ще събере информация в петнадесет категории, обхващащи природното наследство (изворите), културното наследство (термални сгради, хотели и застроен пейзаж) и нематериалното наследство (събития, истории и хора), както и данни за инфраструктура, промоция, изследвания и водни индустрии.

Източник: Ehtta-Brochure-2021

СТИПЕНДИИ И НАГРАДИ

Въпросите, свързани със съществуващите проблеми с обучението на кадри в сектора за квалификацията на специалистите в балнео и СПА обектите; за предлаганото обучение в страната на кадри за балнео и спа туризма (съгласно изискванията на Наредба № 2/2016 г.); за активизиране на връзките между университетите и туристическия бизнес. Срещат се проблеми със задължителни изисквания за професионална и езикова квалификация на персонала, на които трябва да отговарят

В удостоверението е необходимо да бъде посочен и успеха от летния семестър на 2015/2016 година. Могат да кандидатстват студенти, обучаващи се във висшите учебни заведения по медицина и медицинските колежи в страната, регистрирани съгласно закона за висшето образование в България. С предимство ще се ползват кандидати, израснали под институционална грижа, сираци и полусираци, студенти от социално слаби

съответните центрове, за да получат сертификат за „Балнеолечебен (медикул СПА) център“, „СПА център“, „Уелнес център“ или „Таласотерапевтичен център“.

В тази връзка фондация „Св. Св. Константин и Елена“, съвместно със „Св. Св. Константин и Елена холдинг“ АД учредиха нова стипендиантска програма - „Здраве чрез СПА“ предлагаща нова иновативна стипендиантска програма която да подпомага висшето образование на студенти – отличници, които са избрали професията на медицински специалисти, работещи в сферата на алтернативните форми за подобряване на човешкото здраве. Програмата „Здраве чрез спа“ е за професионални бакалаври и магистри, чието обучение е обвързано с морелечението (таласотерапия), спа и уелнес терапиите, балнеологията, рехабилитацията, физиотерапията, кинезитерапията, ерготерапията, лечебните и спортните масажи и медицинската козметика. В рамките на академичната 2016/2017 ще се изберат общо 4-ма стипендии – двама, които ще бъдат подпомогнати през зимния семестър и двама – през летния семестър. Размерът на всяка стипендия е 1 500 лв. Изискването към кандидат-стипендиантите е да имат минимално постигнат успех отличен 5.50 от летния семестър на учебната 2015/2016 година. Кампанията за прием на документи ще се проведе до 20 октомври. Желаетелите стипендия е необходимо да изпратят мотивационно писмо и служебна бележка, удостоверяваща редовното обучение на студента по някоя от следните специалности по ОКС „Професионален бакалавър“, ОКС „Бакалавър“ и ОКС „Магистър“: „Медицинска рехабилитация и ерготерапия“, „Кинезитерапия“, „Рехабилитатор“, „Масажист“, „Медицински козметик“, „Рехабилитация, морелечение, уелнес и СПА“.

семејства, студенти със степен на инвалидност или др. увреждания.

Важни са и решенията на управителния съвет на БСБСПА за насърчаване на работещите в туристическия бизнес свързани с медицински спа, спа и уелнес хотели свързани с постигане на средна заплата за работещите в този сектор от 1850 евро през 2026 година. Това решение е насочено към младите специалисти, които искат да се занимават със специалностите свързани с предлаганите услуги. Повишаването на средната работна заплата се очаква да стане на база на удвояване на показателите за средна заетост на хотелите предлагащи „Балнеолечебен (Медикул Спа) център“, „Спа център“, „Уелнес център“ и „Таласотерапевтичен център“. За тази цел се постави иновативната задача да се започне работа по създаване на чартърни самолетни превози за туристи от основните емитационни пазари – Германия, Скандинавия и др.

Необходимо е да се изучи по-добре опита на водещи страни в емитирането на „Ваучери за здравна превенция“ които работодателите да могат да дават на своите работници и служители по реда на правната рамка на Наредба 7 за ваучери за храна. Ваучерите за храна понастоящем са разплащателно средство за покупка на храна и хранителни продукти в ресторанти, заведения за бързо обслужване и обекти за търговия с храни (супермаркети, хипермаркети и магазини за хранителни стоки). Ваучерите за храна се отпечатват само от лица, получили разрешение от министъра на финансите да осъществяват дейност като оператор.

Източник: ИНОВАТИВНИ ПРАКТИКИ ЗА ОТГОВОРЕН СПА ТУРИЗЪМ, Ас. инж. д-р Румен Драганов, Университет по библиотекознание и информационни технологии

Макар държавата да не е добър стопанин, разпадащите се и нереновирани стари бани, каптажи и естествени източници на термални води (някои от тях – паметници на културата), се нуждаят от стратегия за общо развитие. В предходните проучвания по проекта стана ясно, че стратегическите документи на местно и регионално ниво не обсъждат и не описват някои налични активи с термални води.

НАЦИОНАЛНА МРЕЖА ДЪРЖАВНИ ХОТЕЛИ „ПАРАДОРЕС“

Насърчаването на развитието на туризма в страната е приоритет в политиките както на испанското правителство на централно ниво, така и на автономните власти в страната още от началото на XX век. Един от примерите за добра практика за насърчаване на вътрешния туризъм е националната мрежа „Парадорес“.

В Испания съществуват стотина „Парадорес Насионалес“ – стари замъци и дворци, реставрирани и превърнати в държавни хотели, които се управляват от държавна компания. Първият е открит още през 1928 г. по инициатива на тогавашния комисар по туризма маркиз Де ла Вега Инклан.

Една от основните цели на инициативата е стимулиране на туризма в селските райони на страната. „Парадорес“ се намират в красиви живописни местности в почти всички испански провинции, близо до важни пътища и исторически градове. Например през 1958 г. в град Тордесиляс в провинция Кастиля и Леон е реновирана стара сграда и е превърната в хотел от веригата. С прекрасни условия за подслон и храна на умерени цени, тези хотели са достъпни за туристите.

Създадени са с цел да бъдат реставрирани и поддържани ценни сгради – паметници от миналото, които да запознаят посетителите с част от дългата история и богатата култура на страната. В същото време тези уникални хотели са образци на добра организация и изрядно обслужване.

Източник: www.paradores-spain.com

След 2009 г. румънското правителство инициира и редица национални туристически програми, предназначени изключително за вътрешно потребление, с цел удължаване на туристическия сезон чрез нискобюджетни туристически пакети през пролетта и есента. Сред най-популярните програми са „Море за всеки“, „Една седмица на море“, „Една седмица на планина“, „Посети Делтата на Дунав“, „Почивка на село“, „Спа седмица“, „Спа декада“ и други. Ранно записване за програмите – в периода 1 февруари – 31 март, осигурява на туристите отстъпка от 30%. Програмите за вътрешен туризъм се управляват от различни структури в страната, като Румънската федерация на работодателите в туризма, която финансира две основни туристически програми извън основния сезон: „Една седмица на море“ и „Една седмица на планина“. Националната асоциация на туристическите агенции в Румъния отговаря за промотирането на ранното записване, докато браншови организации, като Националната асоциация за селски, екологичен и културен туризъм и Националната асоциация на работодателите в спа туризма, отговарят съответно за програмата „Почивка на село“ и „Спа декада“. Националният пенсионен фонд осигурява почивки за пенсионери и хора в неравностойно положение на приемливи цени извън сезона.

НЕЩО ОТ РУМЪНИЯ

ПРОГРАМАТА СЕЧЕНИ

Полезен и доказал във времето си своята функционалност модел за управление на здравния туризъм на макро- и микрониво е **разработената едноименна програма за неговото развитие в Унгария**, която от 2001 г. се счита като сериозно постижение на здравната превенция за населението. В процеса, при който се създават условия хората да контролират здравето си и да се възползват от възможностите за подобряване на качеството си на живот посредством средствата на традиционната и нетрадиционната медицина, основна роля се определя на здравното възпитание и обучение. **Програмата Сечени** има две фази, като първата стартира през 2001 г., обявявайки 55 програми с безвъзмездна финансова помощ в стойност на 100 милиарда форинта /приблизително 800 милиона лева/. За две години централно са осигурени финансови средства за инвестиции на стойност 626 милиарда форинта /близо 5 милиарда лева/ на бизнесмени, общински самоуправни и области. В периода на 2001-2006 г. средносрочният план обхващал 5 различни икономически програми:

- конкурентоспособност на предприятията,
- развитие на туризма,
- програма за строежи на жилища,
- икономия на енергия,
- подпомагане на заетостта.

Тези програми са били в пряка връзка с държавната програма за строеж на пътна инфраструктура, довеждаща туриста до СПА центровете.

Изчерпала своите възможности през 2011 г. се продължава втората в рамките на новия план Сечени през следващите три години, използвайки европейските ресурси, унгарското правителство осигурява 2 000 милиарда форинта безвъзмездно финансиране, /8 милиарда лева стойност/ в седем икономически сектора. Приоритетите са следните: 1) здравна индустрия, 2) зелена икономика, 3) възобновяващи се енергийни източници, 4) строеж на жилища, 5) модернизация и подкрепа на малки и средни предприятия, 6) наука и иновация, 7) увеличаване на заетостта, 8) развиване на транспорта - транзитираща икономика.

Очевидно в момента най-печеливша е здравната индустрия. Тя интегрира в себе си здравния туризъм, фармакологията, биотехнологията, индустрията за красотата и здраве, производство и бутилиране на минерални и лечебни води. За нас като страна, която разчита на рекреационния си потенциал за развитие на туризма, специален интерес представлява емисията на **кредитната карта Сечени**, с която от нейното стартиране през 2002 г. повече от 125 хиляди предприемачи са се финансирани с ниски лихви.

Друга възможност е и прилагането на т.нар. „Карта СЕП“ – **почивна карта за минерална баня Сечени**. Тя включва три отделни сметки: за хотелиерски услуги до годишен бюджет 225 хиляди форинта (1600 лева), за топла храна 150 хиляди форинта (1070 лева), за здравни услуги 75 хиляди форинта (536 лева) общо на стойност 450 хиляди форинта (3103 лева). Ползвателите се присъединяват постоянно, тъй като присъединяването е безплатно, броят на присъединените търговски обекти непрекъснато се увеличава, което стимулира работодателите.

Източник: ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД
ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ В РЕПУБЛИКА
БЪЛГАРИЯ, Станева, Красимира, 2018

AUSTRIAN ECOLABEL FOR TOURISM

С австрийската екомаркировка за туризъм е създаден етикет за качество през 1996 г., с придобиването на което на туристическите предприятия в Австрия се предлага възможност да покажат загриженост за управлението на околната среда. Документите за критериите са разработени за различни сектори: настаняване, гастрономия, кетърингови събития, къмпинг, подслон в хижи, туристически оферти и зелени срещи и зелени събития.

Източник:
<https://www.umweltzeichen.at/de/home/start>

Източник: <http://www.biohotels.info>

БИОХОТЕЛИ е най-голямата асоциация на еко-приятелски хотели: със седем "основни дейности", близо 100 био хотели в седем европейски страни предлагат всичко, което искате за органична ваканция, семейна почивка, уелнес уикенд, конференция или зелена среща и екологично ориентирана услуга за бизнес пътници. Дори сватби и различни събития се провеждат в най-красивите кътчета с БИО ХОТЕЛИ: на брега на морето, в планината или в прекрасни природни условия.

БИОХОТЕЛИ

EUROPEAN ECOLABEL TOURISM

За да се присъди Европейската екомаркировка туризъм, структурите за туристическо настаняване следва да отговарят на набор от много строги екологични критерии в различните области на околната среда. Етикетът включва 37 задължителни критерии и 47 допълнителни критерии.

Екомаркировката се използва в рамките на Европейския съюз.

Източник:
<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

Източник: <https://europeanspas.eu/>
<https://europeanspas.eu/espa-innovation-award/>

ЕВРОПЕЙСКАТА СПА АСОЦИАЦИЯ се занимава с популяризиране на СПА и балнеология в Европа

В продължение на почти три десетилетия, ESPA популяризира балнеологията, спа медицината, благосъстоянието и здравословния начин на живот в Европа като лечебен и превантивен подход, използвайки природни средства и образование.

Асоциацията е учредила годишни награди в следните категории.

INNOVATIVE SPA EDUCATION

INNOVATIVE MEDICAL SPA

SCIENTIFIC RESEARCH

INNOVATIVE HEALTH SPA
PROGRAMME
INNOVATIVE SPA CONCEPT
INNOVATIVE SPA HOTEL
INNOVATIVE MEDICAL SPA
INNOVATIVE SPA DESTINATION

НАГРАДИ ЗА ИНОВАТИВНИ ПРОДУКТИ И РЕШЕНИЯ

ЕВРОПЕЙСКИ ПЪТ НА ИСТОРИЧЕСКИТЕ ТЕРМАЛНИ ГРАДОВЕ

Термализмът

Терапевтичното използване на горещи извори е разпространено в Европа от древни времена до наши дни. Много от градовете по този маршрут са били известни през римско време, а няколко имат впечатляващи руини от бани и свързани спа сгради. Най-известните градове достигат върха на славата си през 18-ти и 19-ти век, когато са разработени широка гама от нови медицински и здравни лечения и когато пътуването става много по-лесно с пристигането на железниците. Престижният политически и културен елит, пътуващ до европейските спа центрове, създавайки центрове за културен обмен в много градове, може да се каже, че постави началото на модерния туризъм, какъвто го познаваме. Тези знаменитости затвърдиха репутацията на термалните спа градове и породиха истинска тенденция, развитието на престижни хотели и разнообразие от развлекателни дейности.

Наследство

Баден-Баден, Бат, Будапеща, Карлови Вари, Спа и Виши са само някои от най-известните европейски спа градове, но Европа е дом на много повече спа градове с уникални градски характери, различни стилове на архитектура и различни спа традиции, изграден около къпане или пиене на термални води. Тази спа култура, в цялото си разнообразие и различни местни вкусове, наистина може да се счита за уникално европейско наследство.

Пътуване днес

Днес нашите градове разказват историите на важна европейска памет чрез ежегодни фестивали, събития и множество артистични и творчески дейности, в които туристите могат да участват. Преди всичко, пътешественикът може активно да се наслади на удоволствията и ползите от термалните води, да се отпусне и да изпита истинска мултисензорна традиция.

България не е представена с дестинация за СПА в тази асоциация.

Източник: Европейска асоциация на историческите термални градове, ЕНТТА
<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/european-route-of-historic-thermal-towns>
<https://historicthermaltowns.eu/cultural-route/>

ИСТОРИЧЕСКИТЕ ТЕРМАЛНИ ГРАДОВЕ СА ПО ТЕЛЕВИЗИЯТА!

Нов сериал по Travel TV, режисиран и продуциран от Globetrotter TV, от поредицата „Amazing Spa Towns of Europe“, заснета в седем от градовете-членки на Асоциацията, работещи с базираната в Обединеното кралство компания Travel TV, първоначално беше

прожектирана по SKY TV в Обединеното кралство, преди да бъде пусната онлайн в платформата Globetrotter TV и YouTube.

Снимките отнеха две седмици и покриха близо 4000 км, като посетиха седем исторически термални града, пет от които са част от Големите спа градове на Европа, нов обект на световното наследство, който беше вписан в списъка на ЮНЕСКО за световно наследство през юли 2021г.

Globetrotter TV излъчва висококачествени програми за пътуване през последните пет години за онлайн и телевизионни зрители, с награден екип. Те работят в тясно сътрудничество с национални и регионални туристически бордове, туристически организации, туристически партньори и туристически атракции от цял свят.

Екипът на Globetrotter TV има богат опит както в индустрията за излъчване, така и в туристическата индустрия, а неговият награждаван творчески и продуцентски екип е широко уважаван в тези индустрии.

Пътуването обхваща всичко, което историческите термални градове в Европа могат да предложат, от великолепни сгради, в които се помещават термални и минерални извори, до паркове и градини и по-широкия пейзаж. Местните кулинарни и туристически атракции също се включват в поредицата, която ще се излъчва всяка седмица от 4 март и след това ще бъде достъпна онлайн в продължение на много години, като в крайна сметка ще достигне аудитория от общо 9 милиона зрители.

Източник: <https://historicthermaltowns.eu/amazing-spa-towns-series/>

ПРИНОС В РАЗВИТИЕТО НА ОБУЧИТЕЛНИ ПРОГРАМИ

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 наименования “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 капсулирани сондажи.

ГЛАВА ТРЕТА

СЪВРЕМЕННИ ИТ ИНСТРУМЕНТИ И МОДЕРНИ ТЕХНОЛОГИИ

Подчертава се нарастващото значение на чистия въздух, тъй като светът става все по-токсичен и замърсен. Тази тенденция ще се ускори, тъй като потребителите търсят начини за да се борят с остриите и дългосрочни ефекти на COVID-19.

СПА центровете и хотелите започнаха да предлагат достъп до пречистена среда – по естествен или изкуствен начин. Специални стаи с „чист въздух“, стаи за насищане с кислород като хипербарни камери и сензорни стаи с 360-градусови екрани, където ще бъде възможно да симулирате стоене на плаж, в гора или в лавандулово поле.

Програмите също ще включват халотерапия (терапия със сол) и специализирани дихателни техники като пранаяма, капалабхати или тумо. Потребителите ще оценят възможността да си вземат лечебна почивка от нездравословната атмосфера.

PURE ROOMS

Всяка голяма хотелска верига, като Hilton, Marriott, Hyatt и др., се доверява на решенията Pure Wellness за защита срещу 99,99% от вирусни и бактериални замърсители [включително COVID-19] и за осигуряване на пречистен въздух с възможностите на HEPA филтрация; среда без вируси, бактерии и спално бельо, подходящо за алергии в хотелските стаи. Намерете хотел, предлагащ Pure Rooms.

Pure Wellness превръща пространствата в уелнес среди от световна класа, които предпазват от вирусни и бактериални замърсители и насърчават цялостното благосъстояние.

Pure Wellness осигурява освежаващо, релаксиращо изживяване на гости и наематели по целия свят, в хотели, курорти, офис сгради, жилища за възрастни хора и др. Чистите решения са предназначени да отговорят на нуждите на свят след коронавирус, в който среда без вируси и бактерии е задължителна за привличане и задържане на бизнес.

Източник:
[spa.com/technology/](https://www.canadian-spa.com/technology/)

<https://www.canadian-spa.com/technology/>

Уникална патентована американска технология за най-ефективната и най-пращаща дезинфекция на джакузита и басейни в спа центровете по света. Най-

Основана през 2006 г. в Бъфало, Ню Йорк, Pure Wellness подобрява изживяването на хотелските гости в цялата страна през последните 17 години. С появата на новия коронавирус, Pure Wellness се разви, за да предложи същия вид превъзходно уелнес изживяване в офиси и училища.

Pure Wellness трансформира вътрешните пространства в среда, която е свободна от вредни замърсители и насърчава цялостното здраве на своите обитатели.

Източник: <https://www.pureroom.com/>

интензивният ефект на дезинфекция от 99,9% се постига благодарение на комбинацията от озон О₃ лъчение и UV лампи. Този умножен ефект е без странични ефекти и е подходящ за всеки тип чувствителна кожа. Благодарение на повишената мощност на синергия на генерирания озон в средата на тръбата, последван от UV лъчение, ефектът на дезинфекция изглежда най-ефективният в света. Тази уникална комбинация от двете технологии създава изключително мощна окислителна смес със силен пречистващ потенциал във водна среда. Това помага да се създаде рядко срещан ефект на хидроксилните радикали във водата.

ЕФИКАСНА СИСТЕМА ЗА ДЕЗИНФЕКЦИЯ В ДЖАКУЗИТА И БАСЕЙНИ

ОПАЗВАНЕ ЕСТЕСТВЕНИЯ СЪСТАВ НА ТЕРМАЛНИТЕ ВОДИ

Опазването на естествения състав на термалните води се сблъсква с необходимостта от подходящи процедури в басейните. Предложени са иновативни стратегии, но са необходими допълнителни проучвания и валидации. Разнородността на спа водите и тяхното използване може да предложи индивидуализиран подход за проектиране и осъществяване на устойчиво управление чрез специални технически решения и планове за безопасност на водата.

Леченията с минерална термална вода или кал се оказаха ефективни при облекчаване на болката и възстановяване на функциите, като повлияха и върху качеството на живот: (няколко параметъра от клиничен интерес и други ключови проблеми са докладвани, че играят роля при няколко ревматологични заболявания, напр. остеоартрит на коляното и ръцете, хронична болка в кръста, ревматоиден артрит и остеопороза) в сравнение с изходното ниво и неминералните подобни лечения. Добре известно е обаче, че басейните и спа центровете могат да представляват значителен източник на инфекция и други заплахи за човешкото здраве. По-специално, няколко бактерии като *Legionella*, *Pseudomonas*, *Mycobacteria*, както и протозои като амеби, водорасли и други микроорганизми могат естествено да се размножават в условията, характерни за термалните води и ако не се управляват правилно, могат да се превърнат в опасност за потребителите.

Бяха предложени няколко алтернативни стратегии и скорошният напредък в нанотехнологиите допринася за тази област, което води до въвеждането на иновативни стратегии за пречистване на вода за термални води. Този нов подход за решаване на хигиенни въпроси се основава на генетичния анализ на биоразнообразието на водата, като се започне от ДНК на нейната микрофлора (mfDNA).

Традиционните подходи за дезинфекция, например хлор, не само засягат вредните микроорганизми, присъстващи в басейна, но също така унищожават полезния химично-физичен състав и естествената микрофлора, нарушавайки терапевтичните

свойства на тези води. Органичните и неорганични съединения, присъстващи в тези води, могат да реагират с химически вещества, използвани за дезинфекция, като химикали на основата на хлорид/бромид, генерирайки потенциално токсични вторични продукти. По отношение на използването на традиционна басейнова дезинфекция на спа води, например чрез хлориране, могат да възникнат няколко неудобства в допълнение към генерирането на известни, но също така и на неочаквани странични продукти от дезинфекцията (DBP). Освен това високата температура и интензивната аерация, дължащи се на честото бълбукане в този вид басейни, могат значително да увеличат изпарението на активните химикали. Видът, формата и употребата на всеки дезинфектант трябва да бъдат избрани в съответствие със специфичните изисквания на басейна. Изборът на стратегия за дезинфекция трябва да бъде направен след разглеждане на ефикасността на конкретния продукт при специфичните обстоятелства на употреба и осъществимостта на мониторинг на нивата на дезинфектанта в този басейн.

За да се избегне подправяне на естествените свойства на спа басейните, една общоприета алтернатива се основава на разреждане на замърсителите чрез честа подмяна на водата в басейна.

Озонирането или ултравиолетовото (UV) облъчване представляват допълнителни решения, които са известни и вече са добре проектирани и тествани. Дори и да са ефективни, може да е необходимо да се поддържат във времето и двата метода нямат остатъчна дезинфекцираща активност във водата на басейна. UV облъчването е ефективно за контролиране на резистентни микроорганизми, като *Cryptosporidium parvum* и *Giardia lamblia*. Тази физическа обработка изглежда конкурентна по отношение на разходите по отношение на подобряване на качеството на водата в плувния басейн; въпреки това има няколко ограничения, включително дълготрайността на лампата и потенциалното образуване на базирани на азот DBPs. Дезинфектантите на базата на бром могат да осигурят бързи и дълготрайни дезинфекционни ефекти, но са по-трудни за управление. Няколко проучвания повдигнаха проблема с DBPs и съобщиха за дразнене на очите или кожата, дължащо се на дезинфектанти на основата на бром. Използването на дезинфектанти на базата на бром обикновено не е много осъществимо за открити басейни и минерални извори също така, защото остатъкът от бром може бързо да се изчерпи на слънчева светлина. Йонизацията на мед/сребро също беше предложена въз основа на експериментални наблюдения върху ефективността на сребърните наночастици (NP) върху вредни микроорганизми, но бяха докладвани няколко ограничения, включително токсичност. Водородният пероксид е дезинфектант с широк спектър на действие, който обикновено се доставя като разтвор за дозиране или добавяне към спа басейни; обикновено се приготвя чрез стабилизираща йонна химия. Ограничението при използване на водороден прекис е изискването за високи концентрации в зависимост от състоянието на съоръжението; следователно дезинфекцията с водороден прекис се препоръчва само за малки басейни.

Настъпва революция в технологиите за пречистване на водата и сега се разглеждат и изучават нови лечения, базирани на физични методи. Мембранната филтрация до голяма степен замени гранулираната филтрация, а UV радиацията позволява намаляване на употребата или дори елиминиране на класически дезинфекционни химикали, като хлор и неговите производни. Ултрафилтрационните мембрани се използват широко при пречистване на водата поради техните благоприятни характеристики, като лесна модулация и подобряване на качеството на водата. Основно ограничение е замърсяването на мембраната, което предизвиква намаляване на мембранный поток, увеличаване на консумацията на енергия и последващите разходи за пречистване на водата.

Бързият напредък в нанотехнологиите насърчи развитието на индустриални приложения на произведени наночастици (NP) в широка гама от търговски продукти.

Наномасщабният хитозан и неговите производни бяха предложени също и при пречистване на вода, поради техните антимикробни ефекти върху бактерии, вируси, гъбички и бактериофаги, чрез увреждане на клетъчната мембрана или хелатиране на следи от метали. Понастоящем хитозанът се използва в продукти за лична хигиена и биомедицински продукти, като микробицид в селското стопанство и опаковки за храни и като флокулант при пречистване на вода и отпадъчни води. Това е обещаващо съединение за евтини и нискотехнологични приложения за дезинфекция и беше предложено за приложения в развиващите се страни, но има няколко ограничения, включително влошаването му при различни условия.

Обещаващ сценарий идва от използването на светлина с различна дължина на вълната чрез процеси на фотокатализа. По принцип този подход може да позволи пречистване на водата само със светлина и въздух, чрез производството на свободни радикали. Металооксидните полупроводникови NPs с широка забранена лента са основните материали, използвани в метода на хетерогенна фотокатализа. Те могат да ускорят разграждането на замърсителите при слънчева светлина. Титанов диоксид (TiO₂) и цинков оксид (ZnO) NPs са сред най-широко използваните метални NPs. TiO₂ вече присъства в различни продукти, включително хранителни добавки и козметика, бои и също покрития за басейни. Сребърните и медните метали също са взети предвид за техните антибактериални свойства в нанотехнологичните приложения. Друг вид наночастици, сребърни NPs (AgNPs), са разработени от края на 1800 г. и са регистрирани в Агенцията за опазване на околната среда (USA) за употреба като алгициди за басейни от 1954 г. и като филтри за питейна вода от 1970 г.

Поради разнородността на термалните спа води и техните специфични изисквания за терапевтична употреба в спа съоръжения, понастоящем изглежда все още трудно да се намери единна стратегия за всички различни ситуации. Следователно, повече от уникално идеално решение, оптималната стратегия трябва да се търси в комбинацията от различни методи, следвайки индивидуализиран подход, базиран на свойствата и характеристиките на водата, както и предназначението на спа басейна.

Източник: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6313452/>

ХИДРОТЕРАПЕВТИЧНА ВАНА КАРАКАЛА

Unbescheiden, базирана в Германия, произвежда хидротерапевтичната вана Caracalla, която осигурява подводен масаж. Управляван чрез сензорен екран, гостите избират от меню от 10 предварително зададени процедури, с опция за регулиране на настройките за налягане. Ползите включват мускулна релаксация, засилена в топлата вода и намаляване на напрежението.

Ваната има вградени хигиенни опции, включително функции за автоматично изплакване или дезинфекция, които отнемат пет минути всяка. Процедурите продължават между 20-30 минути и могат да варират между €30 и €80. Ако приемем, че спа центърът е отворен осем часа, могат да се извършват приблизително 15 процедури на ден.

Unbescheiden препоръчва комбиниране на процедури с процедури за лице и тяло от всякакъв вид, например изживяване с душ или допълнителни масажи и процедури за лице.

Начална цена: 20 000 евро.



Потребителите могат да избират от меню от 10 предварително зададени подводни масажа. Снимка: Unbescheiden

Източник: [spa.com/technology/](https://www.canadian-spa.com/technology/)

<https://www.canadian-spa.com/technology/>

Тази уникална индивидуална технология, е подходяща не само за всеки краен потребител с чувствителен тип кожа, но и като профилактика. Лечебната хидратираща система създава милиарди въздушни мехурчета във водната баня и целият лечебен начин инициира естествена микро въздушна лечебна сила за кожата и същевременно почистваща терапия. Системата за производство се основава на създаване и пулверизиране на въздушни мехурчета в няколко микромехурчета с размер по-малък от 50 микрона, които по-нататък под високо налягане се смесват с вода и след това се разпределят във водната баня на джакузито. Тази специфична технология е в състояние да лекува дерматологични здравословни проблеми, подпомага процеса на заздравяване на повърхностни наранявания и ексфолира кожата. Другият ефект се постига при вдишване на голямо количество аниони, освободени над водната повърхност. Въздушните мехурчета в голямо количество над повърхността на водата се пукат и се вдишват естествено.

ХИДРОТЕРАПИЯ С MICROSILK®

ПРЕНОСИМИ И НАДУВАЕМИ СПА СЪОРЪЖЕНИЯ

MSpa е лидер в индустрията за преносими и надуваеми спа съоръжения

С над 20 модела, оборудвани с луксозни функции като хидротерапевтични дюзи, компанията доставя луксозни преносими спа центрове за професионални уелнес, хотелиерски и развлекателни съоръжения, както и продажба директно на потребителите. Подкрепена от десетилетия опит в надуваемите съоръжения и усъвършенствана спа технология, компанията е решена да предостави най-доброто спа релакс изживяване на по-достъпна цена.

MSpa притежава над сто патента и се ангажира с непрекъснати изследвания и напредък, за да предложи надуваеми продукти, които надминават очакванията. Тяхните спа съоръжения са толкова привлекателни и модерни, че е лесно да забравите, че са

надуваеми, и въпреки това предоставят функции от висок клас, които обикновено очаквате от традиционната гореща вана.

По-рано тази година компанията стартира два нови спа модела – Осло и Трайбека.

Представяйки някои от най-модерните спа системи в надуваемата спа индустрия, ето обобщение на открояващите се характеристики на новите модели:

Проектиран да спестява – MSpa наистина блести под капака. С една от най-модерните спа филтриращи системи, вие се отпуснете, знаейки, че вашият СПА център е енергийно ефективен и дезинфекциран. Патентована помпа за постоянно електричество има специализирано работно колело за намаляване на консумацията на енергия с 30 процента, докато UVC дезинфектант и генератор на озон предпазват водата от микроби. Изключителен комфорт – собствената 360-градусова въздушна струйна система на MSpa доставя хиляди мехурчета за всеобхватен масаж на тялото. Новите модели Oslo и Tribeca разполагат с регулируеми хидроструи с персонализирана сила, за да създадете собствено изживяване с балонен масаж.

Отлична преносимост – компактно опаковани и тежащи под 119 кг, ваните са лесно преносими из вашето уелнес съоръжение или дом. Забравете допълнителните разходи за инсталиране от водопроводчици и електротехници, те са готови за работа направо от кутията.

Вечен стил – На пръв поглед текстурираните пластмасови панели на ваните MSpa изглеждат като истинско дърво, което се среща в акрилните спа центрове от висок клас, но са много по-леки и по-устойчиви на атмосферни влияния. И двете с вечни, неутрални цветове, те със сигурност ще възвишат външното ви пространство..

Източник: <https://www.spabusiness.com/featured-suppliers/MSpa-Your-portable-self-care-retreat-is-closer-than-you-think/350602>

Роботика и изкуствен интелект са едни от най-обещаващите технологии в туризма. Чрез тях се ограничава нуждата от човешка намеса, което от една страна съкращава разходи, а от друга – възможните допуснати грешки. Според проучване на Амадеус посочената тенденция е на първо място по развитие и важност в туризма. Сред добрите примери са летището в Женева, където през 2013 г. бе осъществено първото роботизирано обслужването на клиенти – подпомагане на пасажерите да намерят и достигнат изходите за отпътуване на аерогарата. На летището в Амстердам също са внедрени роботи, които помагат на пътниците да намерят багажа си при пристигане. (TravelOTAs, 2017)

РОБОТИ ЗА МАСАЖ

Лежите на масажна маса, но в стаята няма терапевт. Вместо това сте сканирани от машина, която открива проблеми с мускулите и ставите и използва изображение на енергийно поле, за да локализира „блокажи“. След това AI масажен робот (с който можете да взаимодействате в реално време) започва работа, като взема предвид тези параметри.

Индустрията се бори от години с недостиг на персонал и не направи достатъчно, за да инвестира в заплати, обучение или развитие на служителите, така че очакваме някои оператори да приветстват AI роботи, които могат да предоставят надеждни услуги и да бъдат класифицирани като капиталов актив, а не като чист разход. Рискът за сектора обаче е, че тяхното пристигане ще промени негативно

Това може да звучи като научна фантастика, но компании като Massage Robotics, Aescape и Capsix Robotics са ангажирани с предлагането на такива продукти на пазара.

Тези ранни масажни роботи с изкуствен интелект могат да регулират натиска и техниката, все още не са подходящи за опитен терапевт, но поради самата си природа устройствата с изкуствен интелект имат капацитета да се учат бързо и нашите хората, които са ги изпробвали, казват, че сесии са изненадващо приятни.

Източник: <https://www.spabusiness.com/spa-business-magazine/Editors-letter-The-impact-of-AI/36289>

възгледите на потребителите за услугите, които предлагаме, което означава, че AI роботите ще трябва да се внедряват внимателно.

Те биха могли да предотвратят „прегарянето“ на персонала, ако се използват от терапевти за подпомагане на лечението. Не е далече времето, когато роботи и хора ще работят рамо до рамо.

Ако не ги интегрираме внимателно, те могат да причинят вреда, така че е необходим тактически подход за цялата индустрия, подкрепен от ефективно обучение, управлявано от водещи органи в индустрията.

ИНТЕЛИГЕНТНИ ЛЕЧЕНИЯ – ОПТИМИЗАЦИЯ НА МОЗЪКА

Медицински заведения, като Blum Center в Ню Йорк, започват да предлагат лечения за оптимизиране на мозъка и ние вярваме, че тази иновативна модалност е узряла за интегриране в спа, уелнес и медикъл спа операции.

Blum, например, си партнира с Field, фирма, която е специализирана в методи за невромодулация – като магнитна стимулация, звукови или визуални сигнали, тренировки за дишане и пулс – за да помогне за намаляване на стреса, подобро функциониране на изпълнителната власт, по-голяма креативност и др.

Първоначалният задълбочен анализ на мозъка на клиента с помощта на множество ЕЕГ тестове струва 795 щатски долара.



Източник: <https://blumcenterforhealth.com/>

Виртуалната реалност (VR) се прилага в много форми като маркетинг иновация. Използва се в промишлени, образователни, обществени и частни условия. Нов метод за усещане чувството на лукс и качествено медицинско обслужване, за да се преодолее недоверието и чувството за нещо чуждо и несигурно.

VR позволява на потребителя да влезе и да участва във виртуална среда, като носи VR очила. Те обикновено се състоят от дисплей, разположен непосредствено пред очите и закрепен към главата на потребителя. Обхващат цялото зрително поле на потребителя.

НОВ НАЧИН ЗА ПОЧИВКА. VR МАСАЖ

Поставянето на очила ви позволява да избягате и да се отпуснете на собствения си частен остров.

Esqapes® е изцяло нов начин да облекчите тревогите си и да се отпуснете. Съчетаване на фантастични, красиво изработени виртуални среди с успокояващ масаж, за да пренесе ума и тялото ви на друго място.

Esqapes Immersive Relaxation® е уникално ново изживяване за свободното време, което стимулира сетивата ви. Всяка среда разполага с уникални характеристики, които са предназначени да помогнат на ума и тялото ви да се отпуснат.

Представете си, че излизате от офиса си на собствения си частен остров или в уединена японска градина и се връщате половин час по-късно отпуснати и съживени, готови да продължите деня си.

Това е идеята зад Esqapes Immersive Relaxation® – изживяване с виртуална реалност, което възпроизвежда дневен спа център и ви пренася в друг свят, далеч от проблемите и тежестите, дори и само за 30 минути.

Източници: <https://eu.usatoday.com/story/tech/talkingtech/2019/08/05/spa-with-vr-massage-to-escape-real-world-stress/1821774001/>
<https://www.myesqape.com/>

Източник: <https://www.360-int.com/germany/thermal-spa-erding-virtual-tour-hotel-victory/>
<https://mp.my360int.com/en/tour/hotel-victory-thermal-spa-erding>

Виртуална обиколка на Термал СПА хотел Виктори - посетете най-големия термален спа център в света във виртуална реалност. Представете си, че можете да се насладите на най-големия термален спа център в света виртуално, по всяко време и на всяко място? Били ли сте някога на място, преди да отидете там? Виртуалната реалност прави това възможно и освен уникалното клиентско изживяване, виртуалната обиколка е и перфектния маркетингов инструмент.

С така наречените VR-очила потенциалният гост има възможност виртуално да преживее и да влезе във вашия хотел още преди пристигането си. В идеалния случай сложете VR очила сега и помечтайте малко за вашата почивка и уелнес уикенд в най-големия термален спа център в света, Therme Erding и хотел Victory. Получете представа за стаите, ресторантите, конферентните зали и другите съоръжения на хотела.

Допълнителен маркетингов инструмент е сертификатът от Google Street View, за интегриране на виртуалната 3D обиколка във фирмения профил на Google, така че да се вижда в Google Street View и Google Maps. Интегрирането също увеличава видимостта ви в Интернет.

ВИРТУАЛНА ОБИКОЛКА

ВИРТУАЛНИ ТУРОВЕ С ДИСТАНЦИОННО УПРАВЛЕНИЕ



Начин за популяризиране и запазване на туризма на Фарьорските острови в Дания. Местни жители, носещи камери, обикалят по туристическите забележителности и реагират на забележителните команди от хора у дома, позволявайки на виртуалните туристи да контролират собствения си маршрут чрез дистанционно управление.

Дори и в Лондон, с приложение под формата на дистанционно може да направиш желаната разходка сред тези невероятни места!

Виртуалните посетители контролират своя екскурзовод с помощта на безплатно приложение и имат две минути контрол над водача, през които могат и да комуникират. След като изтекат двете им минути, идва ред на някой друг водач, въпреки че виртуалните туристи могат да се присъединят към опашката за още две минути към този или който изберат гид, колкото си пъти пожелаят. Обиколките се предлагат в продължение на един час два пъти всеки ден, в 14:00 и 17:00 датско време. Водачите могат да бъдат на каяци, на кон или да ви разхождат из планинските села.

Източник:

https://travellerprofession.com/2020/11/24/travel_innovations/
<https://visitfaroeislands.com/en/about1/marketing-development-campaigns/remote-tourism>

Отдалечените Северно-атлантически острови зависят силно от туризма, за да увеличат традиционните занаяти като риболов и овцевъдство, а тази година Фарьорските острови планираха да увеличат туризма с два нови хотели и с над 200 нови стаи в столицата Торсхавн. Въпреки че пандемията и мерките за разпространяване на Корона вируса прекрати тези амбициозни планове, но местните туроператори се надяват приложението за виртуален туризъм да насърчи хората да им идват на гости в бъдеще.

СЪЗДАВАНЕ НА ДОБАВЕНА РЕАЛНОСТ (AUGMENTED REALITY)

Добавената реалност, за разлика от виртуалната реалност, наслагва използваната виртуална информация върху реални физически обекти. За целта са нужни три основни неща: устройство (като напр. смартфон, таблет, лаптоп, настолен компютър), екран, върху който ще се визуализира информацията и специален софтуер за добавена реалност, който използва маркери или геолокация, за да бъде получена желаната допълнителна информация.

Добавената реалност може да бъде използвана за виртуални реконструкции на обекти, като с помощта на 3D технологиите, части от тях могат да бъдат пресъздадени в реални размери.

ДРОН ФОТОГРАФИЯ

Дрон фотографията позволява запечатване на места от птичи поглед, силно маркетингово средство наред с 3D-визуализацията, които въздействат положително в процеса на вземане на решение за избор на дестинация. Допринасят за ценността на преживяванията, като спомагат за обогатяване на съдържанието.

Източник: Иновации в организирани екскурзии за туристи в к.к. „Златни Пясъци“ – трудности и възможности, ас. Златка Тодорова – катедра „Туризм“, Колеж по туризм – Варна

Добавяне на интерактивни елементи като **тъчскрийн, инсталации, включващи екрани, проектирани образи, звуци, движещи се обекти, 3D салон, виртуален гид**, дават възможност за съчетаване на реално и виртуално пространство и впечатляват посетителите. В България има успешно реализирани проекти на интерактивни музеи като Интерактивен музей Абритус в Разград, Интерактивен музей на индустрията в Габрово, Виртуален музей на водата в Ловеч и др.

ИНТЕРАКТИВНИ ЕЛЕМЕНТИ

МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯ BOOST

Оптимизацията на търсачките (SEO-Search Engine Optimization) е задължителен елемент от маркетинг плана на всички бизнес субекти и е от особено значение за маркетинга на туристически дестинации. Съгласно изследване на Travelport3, онлайн търсачките доминират, като средство за обезпечаване на информация, свързана с всички етапи от планиране на пътуване, до определена дестинация.

SEO е процес, свързан със създаване на популярност на туристически сайтове, чрез вътрешна и външна оптимизация. Вътрешната оптимизация е свързана с методично управление на структурата и съдържанието на насочената към туристи информация, която те създават. Външната оптимизация е насочена към създаване на външни

(входящи) връзки към даден туристически сайт, който предоставя информация на търсачки (Google, Yahoo, Bing, Yandex) и Web 2.0 приложения относно туристическата му тематика.

Желаният резултат от SEO за туристическите дестинации, е постигането на челни позиции при търсене по ключови думи (в определен регион, търсене на изображения, видео, новини, предложения, активности) в интернет търсачките и SM. Колкото по-начални позиции в търсачките заема един уеб сайт, толкова повече посетители е възможно да му генерират те. SEO предоставя на туристическите сайтовете конкурентно предимство, пред останалите със сходна тематика.

Друга маркетинг стратегия за популяризиране на дестинации се явява т.нар. второ поколение уеб-базирани услуги, Web 2.0, създадени за комуникация и фолксономии (folksonomies).

Фолксономията е метод, наричан още тагване или „социален бумеранг“, за който онлайн сътрудничеството и обмяна на информация между потребителите са от съществено значение.

Web 2.0 в маркетинг сферата е понятие, което отвежда онлайн маркетинговите комуникации в нови измерения, с хоризонтална и вертикална комуникация едновременно. Характерни примери за Web 2.0 приложения са Facebook, Google+, Youtube, Instagram, Twitter, Linked-in, ВКонтакте и др. Това постави началото в еволюцията на дигиталния маркетинг. Последният е термин, обозначаващ таргетиран, интерактивен маркетинг на стоки, услуги, места, който си служи с цифрови технологии, за да реализира стратегии за задържане на настоящите и спечелване нови потребители. Каналите за комуникация могат да бъдат базирани както в онлайн пространството, така и извън него чрез мобилни телефони (SMS, MMS, обаждане), цифрови телевизионни канали.

Контент-маркетинг (Content Marketing) или маркетинг на съдържанието – това е стратегически маркетингов подход, фокусиран върху създаването и разпространението на ценно, уникално, подходящо и систематизирано онлайн съдържание за дестинациите, с цел привличане, задържане и въздействие на ясно определена аудитория. Според дефиницията на експертите от Content Marketing Institute, контент-маркетингът представлява „стратегически маркетингов подход за създаване и разпространение на ценно, подходящо и последователно съдържание за привличането и спечелването на определена, ясно дефинирана аудитория, с цел да я и запази”.

Контент стратегията относно съдържанието на уеб сайтовете на дестинациите, трябва да е ориентирана към уникалните им характеристики.

SEM (Search Engine Marketing) маркетингът в търсещи машини е подразделение на дигиталния маркетинг интернет среда, чиято цел е да увеличи трафика към сайта на дестинацията, чрез платена реклама, която се явява най-ефективния начин да популяризирането ѝ. Всяка търсачка разполага със собствена платформа за рекламна кампания, например Google AdWords на Google или Bing Ads на Bing.

Маркетинг чрез лидери на мнение (Influencer Marketing) е маркетингова стратегия за увеличаване на пазарните позиции и/или позициониране на стоки и/или услуги, места посредством лидери на мнение. Причината, поради която тази стратегия е успешна е, че лидерите на мнение, също като целевите аудитории са техни потребители, което е предпоставка за създаване на доверие. Често, лидерите на мнение отправят апел към аудиториите си, чрез социалните медии, където споделят своите преживявания от потреблението на дадени продукти или посещение на определени места. Това е вид провокация, отправена към потенциални (и настоящи) потребители, с цел стимулиране на действие за посещение на ресторант, хотел, забележителност, дестинация, участие в инициатива, събитие и др. Лидерите на мнение, могат да бъдат лоялни потребители на бранда на дестинацията, експерти професионалисти в туризма, блогъри, критици, притежатели на успешни туристически брандове, както и известни личности представители на изкуството, науката, спорта, политиката и др.

SMM (SocialMediaMarketing) е маркетинг чрез социални медии. Безапелационно SMM е един от най- мощните инструменти за завоюване, дори пропагандиране на целеви аудитории туристи. Те могат да бъдат от общ формат (Facebook, Instagram, Twitter, ВКонтакте) или специализирани (TripAdvisor, Hobo, Travel Triangle). Специализираните са създадени за комуникация между потребители, упражняващи сходни професии или интереси свързани с туризма. В зората на своето създаване, тези приложения са били твърде подценявани, но в последствие се превръщат в задължителен елемент от успешните комуникационни стратегии. Те са ключов фактор за успеха на дигиталните маркетинг кампании в сферата на туризма. От изключително значение е изборът на правилна платформа и проектиране, правилно послание към желаните аудитории туристи.

SM придобиват все по-голямо значение, като елемент от маркетинговите системи на дестинациите, особено в моменти на съкращение на държавните бюджети, предвидени от публичните организации за маркетинг в туризма. Те са инструмент, чрез който маркетинг специалистите, могат да достигнат до глобални аудитории, изразходвайки значително по-малко средства в сравнение с традиционната реклама.

Туристическите блогове (Travel blogs) наподобяват „виртуални дневници“, комбиниращи текстове, видеоклипове, изображения, които дават на обществеността представа за опита, който биха придобили при посещение на дестинацията. Те са изпълнени с действителните преживявания на автора, което влияе върху фазата за вземане на решение за покупка. Предимството на блоговете пред SM е по-дългия живот на публикациите. За разлика от SM, блог информацията не е времево ограничена, а е достъпна по всяко време. Блоговете са мощно средство за ангажиране на аудиторията, като ѝ разказват не просто какво може да се прави в дестинацията, а дават представа за реални преживявания, което ги прави по-холистичен източник на информация, в сравнение с останалите онлайн комуникационни канали.

За да има блогът силата да убеждава потенциалните потребители, трябва да следва предварително съставена последователна контент стратегия, която е подчинена на ясно дефинирани цели.

Източник: Марианна Светлозарова Александрова, Икономически университет – Варна Докторант, Съвременни маркетинг стратегии за популяризиране на туристически дестинации, 2018г.

Като добри практики могат да се разглеждат и тенденциите. Те могат да бъдат класифицирани дори като изпреварващи добри практики.

БЕЗКОНТАКТНИ УСЛУГИ

Въпреки финансовите предизвикателства, пред които са изправени много спа центрове, експертите предполагат, че сега е моментът операторите да проучат и да инвестират в иновации, за да се открийт от конкуренцията. А безконтактните изживявания са гореща тема.

Докато обикновено изискват голяма предварителна инвестиция, доставчиците казват, че има потенциал за увеличаване на маржовете на печалба в дългосрочен план. Примерите включват богата гама – от програмируеми душеве Vichy и хидромасажни легла до светлинна стимулация, камери за криотерапия, суха флотация, хромотерапия, преживявания на вниманието, хидротерапевтични вани с подводен масаж, стаи за халотерапия, инфрачервени сесии и програмируем VR.

Тези видове лечения и преживявания минимизират излагането на хората и в много случаи могат да бъдат автоматизирани, което означава, че са по-малко трудоемки – а това води до спестяване на заплати. Още преди пандемията едно от най-големите предизвикателства пред уелнес операторите беше намирането на терапевти с необходимите умения и знания, за да осигурят постоянно качество на лечението. И докато ролята на терапевтите никога не трябва да се заменя и не може да се подценява, безконтактните преживявания със сигурност предизвикват интереса на операторите.

Коронавирусът предизвика голям интерес към спа услугите, които минимизират човешкия контакт.

Страхотно е да видим, че спа центрове започват да отварят отново след блокирането на COVID-19. Въпреки това, по-голямата част от съоръженията ще предлагат съкратено меню и някои гости може да искат да се върнат, но се чувстват неудобно от интензивните терапии.

Експертите предполагат, че сега е моментът да се проучат нови иновации и се прогнозира, че тъй като търговията се засилва отново, много собственици ще търсят „безконтактни изживявания“ – услуги, които изискват по-малко труд и минимизират излагането на гостите пред риск. Те обикновено изискват голяма предварителна инвестиция, но доставчиците казват, че има потенциал за увеличаване на маржовете на печалба в дългосрочен план.

Въпреки че ролята на терапевтите в спа центъра никога не може да бъде заменена, безконтактните изживявания предизвикват интереса на хората.

CLOUD

Една от най-важните иновации, която може да се използва за електронен медицински регистър (EMR) и може да се предостави на световно ниво за всеки пациент/посетител. Всички доставчици на медицински туризъм и лекари имат достъп до същите записи в реално време. EMR

намалява грешките от лечението и допълнителната диагностика, за да насочи ефективността в здравните системи. Следователно, би било изгодно да се изберат услугите, базирани на облачни системи, вместо тези на хартиен носител. Достъпността на EMR от смартфон прави революция в сектора на здравеопазването.

QR кодовете позволяват при сканирането им с мобилни устройства да се получи допълнителна информация за обект или продукт.

QR CODE

Много интересен пример за технологична иновация в туризма е **проектът CHIMER**, който разработва и реализира приложения за мобилни технологии в среда на културно наследство, „основаващ се на комбинация от интернет, GPS (Global Positioning System), GPRS (General Packet Radio Service), WI-FI (Wireless Fidelity) и технологии за географски информационни системи (GIS), с цел разработване на интерфейсни и потребителски инструменти за достъп, адаптирани към развиващата се мултимедийна технология 3D (трето поколение) за извличане на местни наследства от 6 страни партньори“.

БЛОКЧЕЙН

Важната роля на **информационните технологии** в туристическата индустрия е безспорна. С бързата цифровизация на здравеопазването дестинациите за медицински туризъм и доставчиците на медицински услуги могат да използват технологични иновации за предоставяне на персонализирани услуги за предоставяне на здравни грижи и привличане на нови туристи. **Блокчейн технологията** се възприема като основополагаща технология, тъй като потенциално нови социални и икономически системи могат да се основават на блокчейн. Блокчейн технологията може да позволи популяризиране на децентрализирани решения за пътуване и по-добро управление на системи за електронни здравни досиета, да помогне за създаването на по-интелигентни медицински устройства и да помогне за издаването на защитени от подправяне медицински документи.

Също така, алтернативните плащания повишават гъвкавостта. Освен с кредитни и дебитни карти, безконтактни плащания и др., вече е възможно и заплащането чрез криптовалута. Expedia and Cheap-O-Air са новаторите, като през 2017 г. дават възможност на клиентите си да резервират транспорт, хотелско настаняване и ваканционни пакети посредством криптовалута. Използването на криптовалута в туризма стартира приложението на блокчейн-метода за съхранение на данни – постоянно растящ списък данни, оформени като блокове, свързани във верига, като всеки следващ съдържа информация от предходния. Чрез този метод с единната валута ще се преборят неудобството за туристите, транзакционните такси и превалутиращи курсове, както и ще се подобри прозрачността на продукта.

ХОТЕЛСКИ ТЕХНОЛОГИИ

Хотелските технологии са фундаментални за подобряване изживяването на гостите, спестяване на време и дори пари. Хотелите трябва да са готови да се адаптират, за да останат конкурентоспособни на постоянно променящ се пазар, където гостите ще очакват технологичен напредък, за да подобрят хотелското си изживяване.

За хотелиерите технологията се оказва важен инструмент за рационализиране на операциите, автоматизиране на процесите, подпомагане на маркетинга, подобряване на киберсигурността и спомагане за намаляване на въглеродния отпечатък, наред с много други приложения.

Най-важните тенденции в хотелските технологии за 2022 г., според The Mews Blog са:

Изкуствен интелект

Хотелиерите разчитат в голяма степен на изкуствения интелект, за да вземат по-добре информирани решения относно цените и търсенето и да интерпретират данните за гостите, за да прилагат по-ефективни маркетингови стратегии и индивидуални пакети, които да отговарят на нуждите на гостите.

Кибер защита

С навлизането на технологиите идва и рискът от технологични пробиви. Това е мястото, където киберсигурността влиза в действие. Хотелите обработват много чувствителни данни и следователно представляват заплахата от кибератаки, като фишинг, ransomware и DDoS атаки.

Добрите практики включват въвеждане на протоколи, като например честа смяна на пароли, използване на VPN при достъп до хотелската мрежа извън хотела и наличие на мрежа за гости, така че гостите на хотела да не се свързват към същата мрежа като тази на хотелския персонал използва ежедневно.

Хотелски приложения

В днешно време има приложения за всичко, така че гостите очакват хотелско приложение да персонализира изживяването им. С наличието на приложение клиентите могат лесно да управляват своята резервация, да правят виртуални плащания, да наемат стаи във виртуален хотел, да настаняват и напускат сами хотелската стая и да се свързват с персонала на хотела чрез чат. Приложенията също така са чудесен начин да се свържете отново с гостите във фазата след пътуването чрез насочени известия.

Енергоспестяващи технологии

Технологиите започнаха да играят важна роля в хотелските стаи. Те са предназначени не само за уникално изживяване, но също така може да се окажат чудесно средство за спестяване на разходи.

Технологията в стаята може да варира от сензори, които могат да намалят разходите за енергия чрез детектори за движение и термични сензори, които откриват, когато стаята е празна и изключват захранването. Тези сензори могат да се използват, както за управление на осветлението, така и за пестене на вода.

Умни технологии

Умните хотели са тези, които използват технологии, за да направят уникално изживяване. Могат да се внедрят технологични постижения като гласов контрол, разпознаване на лица и мобилен контрол, така че гостите да са отговорни за собственото си преживяване. С определени технологии гостите могат да контролират осветлението и температурата в стаята, да се къпят, да пуснат музика.

Виртуална реалност

Виртуалната реалност е страхотен маркетингов инструмент, който помага да се увеличи времето, прекарано на вашия сайт, както и продажбите. Можете да предоставите обиколка с виртуална реалност и 360-градусово видео на вашите хотелски съоръжения и стаи, което е невероятно полезно по време на процеса на резервация. Помага за процента на задържане, защото гостите знаят какво да очакват, така че е по-малко вероятно да имате недоволни клиенти.

Чатботове

Чатботовете без съмнение са от съществено значение за маркетинговата стратегия на всеки хотел. Те могат да помагат на клиентите и да отговарят на често задавани въпроси 24-7, както и да стимулират директни резервации. Често осъществявани от AI, чатботовете могат да се погрижат за най-често срещаните заявки и да прехвърлят гостите към съответния отдел, без да е необходимо да има телефонен оператор в персонала.

Резервации при метатърсене

Технологията за метатърсене е бъдещето на резервациите, с възможност за увеличаване на резервациите с до 180%. Машините за метатърсене като Google, TripAdvisor, Skyscanner и Kayak служат като важен инструмент за проучване на конкуренти за потребителите, за да сравняват цените и да помогнат за директни резервации към вашия уебсайт.

Всичко мобилно

Мобилните телефони представляват бъдещето на хотелските технологии. Освен приложенията, мобилното устройство също се оказва важен инструмент за рационализиране на процеси като настаняване и напускане, без изобщо да се налага да взаимодействате с рецепцията. Освен това може да ускори обслужването, като позволи на гостите да се регистрират, преди да пристигнат. Поради тази причина сега е по-важно от всякога уебсайтът на вашия хотел да е user-friendly за мобилни устройства, тъй като много резервации в последния момент се правят от мобилно устройство.

Маркетинг чрез текстово съобщение или Whatsapp

Силата на текстовите съобщения не бива да се подценява. Въпреки че текстовите съобщения са старомодни, използването им за маркетингови цели става все по-популярно. Това е добър начин да достигнете директно до вашите редовни и потенциални гости. Можете да информирате гостите за промоции, сделки, оферти в последната минута, без да ги тормозите с телефонни обаждания. Процентът на реализация може да се увеличи и това се оказва мощен инструмент за изграждане на взаимоотношения с гостите.

Разпознаване на лица

В днешно време дори вашият смартфон има възможност за лицево разпознаване. Тази технология може да се използва, за да даде технологично предимство на изживяването на клиента. Можете да предложите лицево разпознаване като начин за достъп до станте или рецепцията може да го използва, за да разпознае своите гости, за да персонализира услугите си и да третира VIP гостите със специални предимства.

Предварителни резервации

Технологията за резервация непрекъснато се променя и помага за подобряване на процеса на резервация, включително различен софтуер, мета търсене и интеграции за онлайн резервации за вашия уебсайт. Освен това има много инструменти, които могат да се използват за подпомагане на проследяването на потребителите и пренасочването им към директни канали.

Източник: <https://www.mews.com/en/blog/hotel-technology>

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

БИБЛИОГРАФИЯ

4.1. Използвана литература и източници

Всички източници на информация са посочени към таблиците и текстовете.

English Summary

Study of good innovative practices and modern IT tools in thermal tourism and creating a catalog supporting the tourism sector in the applicable area

This survey was made by the Contractor "High Standard" Ltd. Its structure and content are related to the approved technical offer as a result of the terms of a contract with the subject "Support to increase the competitiveness of businesses with a focus on thermal tourism through studies, analyses, databases and round tables under the project with the acronym INNOBUS" under the project "Strengthening the Competitiveness and Extraversion of cross-border BUSiness by implementing INNovative and Specialized Actions" with the acronym INNOBUS, financed under the grant agreement B6.3a.14/13.04.2021 within the INTERREG V-A Greece - Bulgaria 2014 -2020 Cooperation Programme.

In parallel with the changes observed in tourism trends towards more individualized tourism, in the fragmentation of holidays and in preferences for the natural environment, a new group of people are looking for thermal mineral springs for vacations related to rest, with intense contact with nature and at the same time while in recent years, body care-oriented services have appeared (weight loss, skin treatment, anti-smoking, anti-stress).

Traditional health tourism, which exclusively connects water with the therapeutic component, has developed over time. Therefore, this concept is no longer limited to the use of natural resources to provide health care or therapies to sick people. It has gradually acquired a preventive and restorative character, based on mental, physical and sports activities that allow tourists to restore or improve their health, prevent possible health risks and mitigate the psychological and physiological imbalance caused by modern life with stressful routines and pressure.

The thermal tourism market is constantly evolving; internal and external competition is becoming more dynamic; quality and management requirements are growing and the consumer is constantly looking for new solutions, new experiences and new answers to needs. Therefore, in this context of constant change and due to the impact of the COVID-19 pandemic, new challenges have emerged that require the

development of strategies, products and services that meet the needs of specific market sections.

Blagoevgrad region has a rich potential for thermal tourism, which is unfortunately not developed. After Bulgaria's accession to the European Union and using the opportunities for regional development provided by the Structural Funds, conditions are being created to overcome obstacles through the improvement and development of new infrastructure for alternative forms of tourism.

The strategy for sustainable development of tourism in Bulgaria 2014-2030 makes a forecast for the growth of the role of innovations and information technologies, which will be a decisive factor for the competitiveness of the tourism industry.

The current analysis of best innovative practices and IT technologies aims to identify useful solutions for the development of this alternative tourism, taking into account the challenges and trends identified in the other studies of the project. The application of a variety of new knowledge, as well as their combination, generate new services, products and technologies.

Innovation is novelty, which meeting market demand and needs. The origin of the word "innovation" is associated with the Latin word "Innovare" or creating something new. Innovations generate ideas, challenges, novelties, new services, without which the dynamic development of the tourism industry would be impossible.

A number of different practices are considered within this document. The proposed good practices cover topics such as: service innovation, product innovation, management innovation and human capital investment, social innovation, technological and process innovation, marketing innovation, etc.

The predominant method in this study is the research of secondary materials on the Internet, by means of desktop research. No specialized research tools have been created.

Chapter 2 presents examples of good innovative practices for thermal partnership, coworking spaces. Several marketing innovations are also indicated. The role of scientific works and their use to attract visitors is presented. The research continues with examples of product innovations compatible with thermal tourism. Legal

innovations and innovations at the central, regional and local level are next in line in the document.

In Chapter 3, a mix of modern IT tools and modern technologies suitable for application in thermal tourism are selected.