



<http://uard.bg>

New Knowledge Journal of Science

Списание за наука „Ново знание“

Academic Publishing House "Talent"
University of Agribusiness and Rural Development - Bulgaria

Академично издателство „Талант“
Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

SWOT ANALYSIS OF SPA TOURISM IN BULGARIA

Aleksandar Davchev

University of Agribusiness and Rural Development - Bulgaria

Key words:

SPA
tourism
SWOT analysis

Abstract

Our time is marked by the increasingly dynamic changing environment. The new conditions in which we operate are characterized by increasing complexity and labor activities that require more responsible behavior. The rising levels of stress and the increasing lack of free time for relaxation and recreation require a new look at the possibilities for the prevention of personal health.

The plane of the consumer society in which we live is increasingly shifted by aspiration and vision of an environmentally friendly lifestyle. The focus here is the implementation of a multilevel wellness concept that changes qualitatively the status quo and seeks for ways to harmonize the body with the nature. One of the options is the practice of SPA tourism in whose genesis is the multilayered beneficial impact of a series of procedures and actions. This new alternative through its economic dimensions is an attractive business niche which over time becomes an industry.

The current state of the SPA tourism in Bulgaria is controversial despite existing achievements and introduced best practices. Traditions in this direction and the presence of favorable basis for its approval, however, are not sufficient to achieve stability and an upward trend in development.

There are existing a number of weaknesses and negative aspects that create frustration in users, which is a real threat to its future. The proposed SWOT-analysis as part of a comprehensive and multilateral study of the state of SPA tourism in Bulgaria reveals some of the existing problems. There have been some suggestions to minimize the impact of weaknesses and eliminate the errors found in leading business organizations managing processes. A detailed analysis and evaluation of the formulated conclusions is ahead, as well as concluding on ideas to improve the state of the sector – a subject of a further investigation by the author.

SWOT АНАЛИЗ НА СПА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Александър Давчев

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

Ключови думи:

СПА
туризъм
SWOT-анализ

Резюме

Нашето съвремие е белязано от все по-динамично променяща се обкръжаваща среда. Новите условия, в които работим, се характеризират с увеличаване и усложняване на трудовите дейности, което изисква все по-отговорно поведение. Увеличаващите се нива на придобит стрес и все по-голямата липса на свободно време за активна почивка и възстановяване изисква нов поглед върху възможностите за превенция на личното здраве. Плоскостта на консуматорското общество, в което живеем, все повече бива измествана от стремежа и визията за природосъобразен начин на живот. Фокусът тук е имплементирането на полиетажирана Уелнес концепция, която качествено изменя съществуващото статукво и търси способности за хармонизиране на организма с природата. Един от възможните варианти е практикуването на СПА туризъм, в чийто генезис е многопластовото ползотворно влияние на поредица от процедури и действия. Тази нова алтернатива, чрез своите икономически измерения, представлява привлекателна бизнес ниша, която с времето се превръща в индустрия.

Съвременното състояние на СПА туризма в България е с противоречив характер въпреки наличните постижения и въведените добри практики. Традициите в тази посока и наличието на благоприятна основа за утвърждаването му обаче не са достатъчни за постигане на устойчивост и възходящ тренд в развитието. Редица са съществуващите слабостите и отрицателни аспекти, които създават неудовлетвореност в потребителите, което се явява реална заплаха за бъдещето му. Предложеният SWOT анализ, като част от едно задълбочено и многостранно проучване на състоянието на СПА туризма в България, разкрива част от съществуващите проблеми. Направени са и някои предложения за минимизиране на ефекта от съществуващите слабости и отстраняване на откритите грешки в ръководенето на бизнес организациите, менажиращи процесите. Предстои детайлен анализ и оценка на формулираните изводи и извеждането на идеи за подобряване на състоянието на сектора – обект на последващо изследване от страна на автора.

ВЪВЕДЕНИЕ

Туристическата дейност е градивна единица на икономиката на всяка държава. Без оглед на наличните предпоставки, природно-ресурсен потенциал или степента ѝ на развитие, тя има наднационален, глобален обхват и оказва влияние практически върху цялото човечество.

Животът през XXI век се характеризира с мобилност, динамика, увеличаване на ангажираността в работния процес, както и сложността на извършваните действия, повишаване на нивата на стрес и умора, увеличаване на хроничните заболявания, липса на достатъчно свободно време, в това число и за набавяне на питателна и разнообразна храна, която да компенсира пълноценно загубата на енергия, отстъпване от конвенционалните форми на комуникация между хората или с други думи - живот на „високи обороти“, в който факторът време е критичен. Де факто времето за работа и времето за почивка се явяват основните контрапункти в жизнения цикъл на индивида, и ако в преобладаващата част от ежедневието ни трупаме умора, то логиката изисква когато почиваме да го правим активно, пълноценно и непрекословно. Рекреацията е ключът към възстановяването на равновесието в организма, а от нейното качество и ефективност зависят общата функционалност и бъдещето на човешкото развитие. Именно качеството и полезното въздействие на палитрата от рекреативни дейности и мероприятия, изграждащи облика на туризма като явление, поставени в условията на хиперконкуренция между пазарните субекти в икономиката, би следвало да се открият като лайтмотив при изследването на формите му на проявление.

Повишаването на качеството и ефективността на предлаганите туристически продукти се корени в конкуренцията и конкурентоспособността, а основните ѝ форми на проявление са категориите „цена“ и „качество“.

От своя страна тези две категории са пряко зависими от управленските процеси, и по-конкретно от основните им функции, а именно: планиране, организиране, координация и контрол. Степента на припокриване с добрите управленски практики лежи в основата както на ефективността на действията, така и на конкурентоспособността.

От особена важност е високото ниво на контрол на всички процеси с оглед постигането на заложените цели и добри финансови резултати. Наблюдават се обаче определени слабости именно в тази област на действие на мениджмънта, както и сериозно подценяване на значимостта на тази категория в глобален бизнес план.

Именно изследването на зависимостите и отношенията между цената, качеството и добрия мениджмънт на предлагания туристически продукт, както и степента на припокриване на интересите на заинтересованите страни в определен сегмент, представляват интерес на настоящото научно изследване. Авторът е уверен, че анализирването на силните и слабите страни на туристическия бранш в България в областта на СПА, уелнес и балнеолечението биха имали подчертан практико-приложен характер при разширяването на допирните точки между търсенето и предлагането и удовлетворяването на иначе противоположните по генезис интереси в областта на приходите и разходите от и за туризъм.

Чрез поместения по-долу SWOT анализ авторът прави опит да дефинира съществуващите зависимости в сектора и да потърси способности за решение на възникналите проблеми и слабости, рефлектиращи върху качеството и ефективността на предлаганите продукти и услуги.

SWOT АНАЛИЗ НА СПА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ СИЛНИ СТРАНИ

- Огромен природно-ресурсен потенциал за развиване на дейността.
- Равномерна разпределеност и усвояемост на наличните ресурси.
- Доказан благотворен ефект на Уелнес концепцията, пречупена през призмата на СПА туризма.
- Висока степен на атрактивност на предоставяните продукти и услуги и ръст в мотивацията на все повече потребители да се възползват от тях.
- Сравнително голям брой хотели, специализирани в СПА туризъм.
- Приета Национална стратегия за насърчаване и популяризиране на СПА туризма – „Хоризонт 2020“, целяща постигане на устойчивост в сектора.

- Положителни сигнали за изменения в съществуващия Закон за туризма, регламентиращи СПА туризма като отделен вид.
- Усвоен сериозен финансов ресурс за изграждане и/или модернизиране на съществуващата леглова база и приваждане или изграждане на СПА центрове в унисон със съвременните концепции.
- Стремение към висок стандарт и качество на предлаганите услуги.
- Твърде конкурентни, спрямо международните, цени – висока наднационална конкурентоспособност.
- Успешно използван модел за насърчване на продажбите през интернет платформите за „колективно пазаруване“.
- Положителна нагласа от страна на ползващите услугите към Уелнес концепцията и СПА туризма.
- Непрекъснат ръст в потенциалните клиенти.

СЛАБИ СТРАНИ

- Слабости в наличната нормативна уредба, уреждаща спецификата на критериите, на които трябва да отговаря конкретно средство за подслон, за да бъде категоризирано като СПА хотел, предоставящ импонираща на ценовия сегмент, който атакува, услуга.
- Слаба национална и наднационална координирана рекламна дейност по популяризиране на възможностите, които България притежава за развитието на СПА туризма.
- Неправилно и непълноценно разходване на публични средства за популяризиране и реклама.
- Проблеми в пътната и местна инфраструктура, които затрудняват достъпа до предлаганите услуги. Слаба урбанизираност на някои курорти.
- Слабо познаване на генезиса, достойнствата и ползотворното влияние на Уелнес концепцията за успешната превенция на личното здраве, рекреация и възстановяване на индивида, пречупено през призмата на СПА туризма.
- Ограничена бюджетна линия на голяма част от съществуващите и потенциални клиенти.
- Твърде високите цени в някои хотели за реализиране на единица нощувка, непосилни за значителна част от клиентите.
- Сериозна част от потенциалните ползватели на услугите страдат от липса на финанси, опит и самочувствие за практикуване на СПА туризъм.
- Натрупано разочарование у клиентите на база допуснати слабости от страна на предлагачите услугата, премодулирано през високата ѝ цена.
- Липса на ясно изразена правопрпорционална зависимост цена – качество.
- Липса на достатъчно компетенции, слаб професионализъм и мотивировка в обслужващия персонал. Недостатъчен брой на наетия персонал.
- Наблюдавани са случаи, при които липсват служители, упражняващи контрол над цялостната дейност на средството за подслон.

- Липса на достатъчно средства за поддръжка на съществуващата база поради силната зависимост от кредитното естество на стартовия капитал. Съществува обективно съмнение, че приходите от дейността се доближават до месечните разходи по обезпечаване на задълженията, поради което не се отделят достатъчно средства за поддръжка, което води до преждевременна амортизация на базата и рязко влошаване на съществуващите условия.
- Икономия от несъществени от финансова гледна точка принадлежности, консумативи и материали, създаващи сериозен дискомфорт в потребителите (износени кърпи и халати, нискокачествени хигиенни материали, скъсани конектори на душ или тоалетна и пр.) Не рядко са случаите, при които тези пропуски са продиктувани от липса на отговорност и незаинтересованост от наетия персонал.
- Липса на достатъчно балансирано и здравословно меню, което да допълва идеите на Уелнес концепцията в заведенятия за хранене към средствата за подслон.
- В голяма част от случаите липсва предложение за дългосрочен рекреативен пакет със съответните процедури и режим на хранене с оглед постигане на ефективно Уелнес изживяване.
- Липса на достатъчно специалисти, изготвящи конкретен хранителен режим, разположен във времето, и набор от допустими СПА процедури спрямо индивидуалните потребности на потребителите.
- Липса на устойчивост във визията за бъдещо развитие на сектора от страна на бизнеса.

ВЪЗМОЖНОСТИ

- Провеждане на трайна, национална и наднационална информационна кампания за постиженията на България в СПА туризма с оглед популяризиране на сектора.
- Провеждане на балансирана рекламна и разяснителна кампания за същността и ползите на Уелнес концепцията и СПА туризма, като неин проводник.
- Повишаване на атрактивността и разпознаваемостта на СПА курортите ни.
- Подобряване привлекателността на СПА туризма чрез по-гъвкави ценови предложения. Внимание трябва да се обърне особено на възрастовата група 25-35 години. (На база анкетно проучване от провеждащия настоящето изследване се достигна до извода, че именно при тази възрастова група желанието за практикуване на СПА туризъм е най-високо за сметка на твърде ограничената бюджетна линия и цените на предоставяните услуги, които в случая се явяват със забранителен характер.) Представителите на тази възрастова група са подходящи за устойчиво преустройство на начина им на живота в унисон с Уелнес концепцията, респ. да бъдат дълготрайно привлечени като клиенти на предоставяните услуги.

- Създаване на предпоставки и обследване на възможностите за „дотирано практикуване на СПА туризъм“.
- Реорганизиране на персонала и прякото му стимулиране за постигнати успехи с оглед подобряване на качеството и повишаване удовлетвореността на ползвателите на услуги.
- Дълготрайно възпитаване/обучение в определени компетенции и създаване на устойчив механизъм за дълготрайно задържане на персонала.
- Извеждане на контролната функция като водеща мениджърска задача във всяко едно от средствата за подслон.
- Възможност за достъп до Европейските финансови инструменти и усвояване на средства с оглед подобряване предоставяните услуги.
- Търсене на способности за оптимизиране на печалбите и развиване на съпътстващи дейности, които да носят допълнителни изгоди.
- Би било възможно да се търсят допирни точки между СПА туризма и оранжерийното биоземеделие.
- Изучаване и прилагане на трансфер на добри практики и иновативни технологии от трети страни с традиции в СПА туризма.

ЗАПЛАХИ

- Възможни рецесии и кризисни явления и форсмажорни ситуации в страната.
- Влошаване параметрите на околната среда. Замърсяване на подпочвените води.
- Непълноценно и безотговорно оползотворяване на наличните природни ресурси.
- Липса на инвестиционен интерес от стратегически инвеститори в сектора.
- Недостатъчен контрол от страна на компетентните органи за вида и качеството на предлаганите услуги в средствата за подслон.
- Намаляване покупателната възможност на възползващите се от услугите.
- Липса на достъп, разбиране и отношение към Уелнес концепцията и СПА туризма в частност от голяма част от населението.
- Силно разочарование от страна на потребителите за неоправдани очаквания на фона на поддържаните високи ценови равнища на предлаганите услуги и ярко разминаване с очакваното високо качество на предлагания продукт, водещо до отлив не само на клиенти, но и на поддръжници на СПА туризма.
- Погиване на желанието за практикуване на СПА туризъм поради ярко разминаване на очакваното и реално полученото, премодулирано през изисканата цена.
- Негативното влияние върху имиджа на СПА туризма на база нелоялни търговски практики и подвеждаща или заблуждаваща реклама изтъкваща несъществуващи достойнства.
- Несъответствие между съответната категоризация и предлаганите ценови равнища в

средствата за подслон и заведенията за обществено хранене към тях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На фона на гореспоменатото биха могли да се формулират следните изводи и препоръки:

България е много богата на водни ресурси, в това число и на хидротермални, вследствие от взаимодействието на редица природно-ландшафтни фактори и заема челно място в Европа по този показател. Това безспорно е основополагащо за доброто развитие на СПА туризма у нас и е определящо за наличието на голям брой специализирани в това направление средства за подслон. Може да се приеме, че визията на държавата за развитие на тази специализирана форма на туризъм се прекрива с тази на бизнеса, което спомага за утвърждаването му като стратегически, рентабилен и привлекателен за инвестиции и иновации сектор, който на фона на все по-силния и осъзнат интерес от страна на потребителите повишава икономическата си значимост и атрактивност. Конкретните цели на наднационално ниво и хипотезата за ръст на потенциалните клиенти изисква обаче все по-задълбочено и критично отношение от страна на бизнеса за повишаване на конкурентоспособността и оптимизацията на качеството на предлаганите в тази сфера услуги с оглед постигане на така желаната устойчивост. Фокусът тук би следвало да бъде дълготрайното привличане на клиенти, а не търсенето на момента на висока норма на печалба, преминаваща през сериозни компромиси по отношение на предлаганото качество и опити за нелогични икономии, което оказва все по-сериозно отражение върху степента на удовлетвореност в потребителите.

На фона на сериозните възможности за развитие на сектора се разкриват и редица проблемни точки, по които би следвало да се вземе отношение с оглед дългосрочното и възходящо развитие.

На първо място внимание трябва да се обърне върху адекватното и комплексно популяризиране на наличните възможности на национално и наднационално ниво с оглед формирането на една осъзната потребност в потребителите за практикуване именно на този вид туризъм. В резултат от проведено от автора изследване се достигна до извода, че сериозна част от потребителите не познават достойнствата, същността и позитивните аспекти на Уелнес концепцията и СПА туризма в частност. Това, пречупено през призмата на сравнително високата цена за реализиране на единица нощувка, не създава допирни точки между бизнес и потребление. От изключителна важност е правилното стимулиране и насърчаване на продажбите на съответните услуги през временни корекции в ценовите равнища с цел по-сериозното навлизане и утвърждаване на СПА туризма в

палитрата от възможности за превенция и рекреация на потребителите.

Сериозна отговорност за подобряване условията носи и местната власт, която би следвало да създава и инвестира в подходяща инфраструктура, която да повиши привлекателността на курортните селища. Немалко са случаите, в които гостите на средствата за подслон не напускат очертанията им поради слабата атрактивност на заобикалящата ги среда, което се явява загуба на потенциална възможност за възходящ тренд в развитието на местния бизнес.

Негативен аспект в развитието на СПА туризма се явява и ограничената бюджетна линия на някои от потребителите, която на фона на високите разходи за практикуването му изисква пълна липса на компромис към качеството от страна на бизнеса. Основна задача тук е доброто подбиране на персонал и правилната му мотивировка за полагане на качествен труд, добрият контрол върху извършваните дейности, както и осигуряването на достатъчно средства за текущи ремонти и поддръжка, с оглед предвотрявяване на влошаването на предлаганата услуга.

Особено внимание трябва да се обърне при предложенията за изхранване на гостите на средството за подслон в съответното заведение за обществено хранене към него. Твърде подценявани са възможностите, които правилният подбор на артикули в карт-менюто предполага. Палитра от здравословно приготвени ястия, на които е поставен акцент, в комбинация с правилно подбран набор от напитки биха могли да формират по-висока норма на печалба спрямо конвенционалните предложения. Като резултат от направеното проучване се потвърди хипотезата, че потребителите във възрастовата група 25-35 години са сравнително най-неплатежоспособни. Същевременно, ако те бъдат привлечени като клиенти сега, те биха дали онази устойчивост, към която бизнесът се стреми. Съществува възможност за организиране на „Дотирано практикуване на СПА туризъм“ с финансово обезпечаване от Европейските финансови механизми по линия на превенция на личното здраве и реструктуриране на финансовите потоци, отпускани за българските граждани за провеждане на профилактични прегледи и следболнично долекуване. Би могло да се мисли за създаване на публично-частни партньорства и организации, финансиращи начинанието.

Друг аспект е оптимизацията на приходите на средствата за подслон от дейности, несвързани с основната. Съществуват редица възможности за постигане на по-голяма гъвкавост и повишаване на печалбата, някои от които са: на база на

оптималното използване на термалните води е възможно организирането на „Хотелско оранжерийно производство“, което да подсигурава наличното заведение за обществено хранене с доказано екологично чисти храни със сравнително ниска себестойност. Би могло да се постигне договореност с други местни биопроизводители за провеждане на презентации, съответно продажба на конкретни продукти, носители на идеята за природо-съобразния начин на живот.

Друг вариант е издаване и разпространение на специализирани информационни издания, които да популяризират Уелнес концепцията и да създават дълготраен интерес в потенциалните клиенти, като същевременно да разтълкуват смисъла и ползите от предлаганите СПА услуги. Безспорен факт е, че потребителите не са склонни да купуват продукти или услуги, чиито свойства и характеристики не познават.

Би могло да се приеме, че ако се спазва коректността във взаимоотношенията бизнес-потребление, заплахите срещу СПА туризма не са непреодолими. Като оставим настрана природните и глобални социално-икономически фактори, бъдещето и възходящото развитие е в ръцете на бизнеса. Основен негативен момент тук би било подценяването и нанасянето на разочарование в потребителите. Би следвало да изкристализира идеята, че клиентът, а не печалбата, има водеща роля и спазването на този принцип би довело до постигане на желаните резултати в дългосрочен план.

СПА туризмът в България има твърде добра основа за развитие и въпреки сравнително слабата си популярност в момента ежегодно увеличава дела си в броя реализирани нощувки. Необходимо е твърде много работа обаче от страна на бизнеса, за да се постигне онази масовост, която би затвърдила сектора като печеливш, достигайки нива, заложили в Националната стратегия „Хоризонт 2020“, а именно: той да представлява около 20% от общия обем на българската туристическа индустрия. Предложените възможности са малка част от широката палитра от действия, които могат да се предприемат за възходящо развитие, но все пак са крачка, която би доближила бизнеса до по-сериозни успехи.

Източници

Частична извадка с изменения и допълнения от изследователски труд на тема „Управление на Уелнес процесите в България през призмата на туристическата и хранителна индустрия“

Автор: Александър Давчев