

MEDICAL WELLNESS & SPA COSMETOLOGY /МЕДИЦИНСКИ УЕЛНЕС И СПА КОЗМЕТОЛОГИЯ/

Първа Презентация от Задължителна Учебна Дисциплина
„Уелнес и Спа процедури в козметиката“ за Специалност
„Медицинска Козметика“, III курс, V семестър





АСИСТЕНТ ХРЕТА АСПАРУХОВА, МАГИСТЪР ПО КИНЕЗИТЕРАПИЯ
КАТЕДРА „МЕДИКО-ДИАГНОСТИЧНИ ДЕЙНОСТИ“
МЕДИЦИНСКИ КОЛЕЖ КЪМ МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ПЛЕВЕН



ВЪВЕДЕНИЕ В УЕЛНЕС И СПА КУЛТУРАТА



- Wellness /Уелнес- Хелберт Дън, американски лекар разработва план през 1961 год. за Красота в състава на думите „Well-благосъстояние (благоденствие) и „fitness-нес“. Той нарича
- това състояние Wellness–Уелнес-Хармония на човешкото тяло и ум по отношение на голяма лична удовлетвореност: „на високо равнище за красота и хармония“ (Nahrstedt 2002 г.).
- Автори като Ardell през 1977 год., Травис през 1984 год., Бенсън и Стюарт през 1992 год, приемат плана „Wellness /Уелнес“, във връзка с техните публикации на здравна тематика и
- относно Wellness/Уелнес туризъм, който може да се разглежда, като категория Здравен туризъм (Muller и Lanz 1998 г.). Красотата (не само физическа) е възможно да бъде определена,
- като балансирано състояние на тялото, духа и ума или като израз за психо-физическо и емоционално здраве на човека, т.е. Красотата е хармония или баланс.





- Wellness/Уелнес философията или концепцията е с различни аспекти и измерения- Собствената отговорност; физическа годност; грижите за красотата (физическа и душевна); здравословно хранене; релаксация; умствена и творческа дейност и загриженост за околната среда са основни структурни елементи (Muler и Lanz-Kafmann 2001 г.).
- Красотата или хармонията заложи в същността на Wellness/Уелнес концепцията са един вид „Намиране на себе си“ в една ера на мега- стрес и благосъстоянието, следва да бъде схващано като цялостна философия за живота. Крайната цел не трябва да бъде мимолетна или еднократна цел за временно чувство на удоволствие или щастие, но също така да
- включва дългосрочни компоненти на по-комплексна удовлетвореност от начина на живот, работа и почивка на съвременния човек (Schobersberger 2002 г.).



- Здраве и здравословен начин на живот- Световна Здравна Организация (СЗО), извежда четири фактора, определящи състоянието на нашето здраве:
 - 1. Състояние на околната среда;
 - 2. Начинът на живот;
 - 3. Индивидуални генетични особености;
 - 4. Здравно обслужване на населението.
- *Решаващо значение имат първите два фактора.
- Състоянието на околната среда е свързано с глобалните икономически и екологични проблеми и поради това, единственият фактор, който е възможно напълно да контролираме (или поне можем да се опитаме) е начинът или стилът на живот.
- Мащабни проучвания на американски експерти доказват, че огромно значение за дълголетие и поддържане доброто качество на живот имат следните седем „златни“ правила, характеризиращи здравословния начин на живот:
 - 1. Редовен и качествен 7-8 часов сън за денонощие;
 - 2. Здравословно хранене с максимално разнообразие на хранителни продукти, без прехранване;
 - 3. Ежедневна закуска;
 - 4. Поддържане на нормална телесна маса;
 - 5. Пълно въздържание относно тютюнопушене и наркотични вещества;
 - 6. Избягване злоупотреба с алкохол и медикаменти;
 - 7. Оптимална двигателна активност, съчетана със закаляване, спа и поддържащи психо-физическото и емоционално здраве процедури и програми.



- * Жизнен режим- В биологичния си цикъл човек ежедневно включва редуване на сън, работа, почивка, хранене и други дейности в определена последователност и ритъм, който
- определя режима на живот. Ако тези дейности се повтарят ежедневно в един и същ ритъм, се изгражда жизнен динамичен стереотип- т.е. една система от условно-рефлекторни
- връзки за най-оптимално извършване на тези дейности при минимум разход на усилия от страна на нервната и двигателната система и нашият организъм се нагласява към един
- ритъм на живот, с което се избягват състоянията на дистрес и нервна умора.



- Идеята SPA/СПА и нейните пазарни интерпретации в градска и курортна среда- Терминът Spa/Спа, който бързо навлезе в търговския и туристически речник на хора от различни възрастови, социални и културни групи по света, Европа и в нашата страна се свързва с търсенето и предлагането на разнообразни услуги, допринасящи за постигане на „сетивен комфорт“.
- Глобализирацията се свят, провокира обмена на културни ценности от Изтока и Запада в процеса на търсене на индивидуални и групови модели за удовлетвореност от живота и трудовата дейност на стотици милиони потребители. В тази сфера се формира основната пазарна същност на понятието Spa/Спа обслужване. Тази постановка е армирана с Wellness/Уелнес философията, развиваща модела на природосъобразен стил на живот и поддържане на психо-физическото и емоционално здраве на големи групи от хора, живеещи в края на XX и
- началото на XXI век.
- * Основната цел на Spa/Спа обслужването в градска и курортна среда от социално-икономическа гледна точка е- Постигане и поддържане на баланс или хармония между дух, разум
- и тяло в забързаното ежедневие на съвременните жители от десетки страни по света. Тази цел се реализира чрез релакс, превенция и поддържане на здравето, провокирани от нова култура на потребление от традиционни и екзотични Spa/Спа и Wellness/Уелнес услуги.



- Различните пазарни и секторни проучвания показват, че има няколко тиражирани през последните 15-20 години по света, в Европа и у нас версии за възникване на идеята или появата на „Spa/Спа и Wellness/Уелнес услугите“ като понятие. Две от съществуващите до днес в информационното пазарно и туристическо пространство исторически обяснения, свързват това съчетание от три съвременни думи с римската сентенция „Sanus per aqua,“ или „Здраве чрез вода“.
- Освен с античната трактовка, съвременните анализатори обвързват обяснението за произход и с традициите на малък белгийски курортен град с името Спа. Това градче през XVIII- XIX век е било известно и предпочитан от монарси и аристократи лечебен център, заради своите минерални бани.
- Пазарното предлагане в началото на XXI век в много извън курортни места, т.е. градски зони, лишени от естествени ресурси не обвързва Spa/Спа асортимента с използване на минерална или обикновена вода, а често дори изобщо с водни процедури. В такива случаи добрите търговци, предлагайки дори традиционни водни апликации или компреси, формално спазват духа на древната дефиниция, с което компенсират до някъде интереса на потребителите към Spa/Спа процедури, в центъра на които стои хидротерапията.



- Wellness/Уелнес програмите, базирани на ценностите на здравословния стил на работа и живот, включват Spa/Спа асортимента. Очевидно сблъсъкът на културите от Изтока и Запада в глобален план в края на ХХ и началото на ХХІ век, доведоха до прогрес на взаимно допълване и интегриране и на познанието за Spa/Спа и Wellness/Уелнес в международен мащаб.
- В съвременното най-разпространени в Европа са предприятията, специализиращи се на база не само на потенциала на местните ресурси и културни традиции в потреблението на тази гама услуги. Екзотични и не традиционни природни продукти от биологичен и минерален произход са включени в разработените програми от процедури в европейските заведения, провокирани от засилващия се интерес и пазарно търсене на програми и здравни услуги от Spa/Спа и Wellness/Уелнес продуктово-та листа. Методите и средствата на медикаментозната и апаратна медицинска практика се допълват все повече от съвременни парамедицински програми и форми на нетрадиционни терапии.



- Spa/Спа и Wellness/Уелнес услугите, независимо от еволюцията в тяхното съдържание като продуктова линия в десетки страни по света са все по-бързо развиваща се форма на профилактично-поддържащи и възстановителни по своя характер градски услуги от групата „грижи за личността“ и на специализирано туристическо предлагане. Spa/Спа и Wellness/Уелнес методите и средствата на обслужване, формират специализирана асортиментна листа, предлагана от обекти и заведения в градска и курортна среда. Всяко предлагане на алтернативни разновидности на Spa/Спа и Wellness/Уелнес менюто с програми и услуги е провокирано от мощен икономически фактор какъвто е- платежоспособното търсене на различни групи или индивидуални потребители. Интернет и он-лайн комуникациите засилват популярността и достъпността на целия асортимент направления от Spa/Спа и Wellness/Уелнес услуги.
- Превръщащите се в туристи, според статистиката жители на градската среда в рамките на пътувания за краткотраен отдых, ваканция или дори, когато са в командировка, пренасят в
- курортната среда своите потребности, навици и интереси (или капризи) по отношение на Spa/Спа и Wellness/Уелнес асортимента. Те търсят любимите си продуктови линии на Spa/Спа и Wellness/Уелнес обслужването в туристическите зони, комплекси, обекти и заведения. Така тези типични за края на XX и началото на XXI век, пазарни процеси, доведоха и наложиха в живота на съвременните жители на развитите държави и явлението Spa/Спа и Wellness/Уелнес Туризмъ.



- По своето съдържание съвременният Spa/Спа и Wellness/Уелнес Туризъм, включва пътувания до места за хора, мотивирани от възможността за ползване на пакети Spa/Спа и Wellness/Уелнес услуги. Пакетите са аранжирани в оферти за кратковременна почивка или за активен отдих, релакс или ваканционни програми, в които приоритетно присъстват водни процедури, масажи, разкрасяващи и моделиращи терапии, системи за хранене, индивидуални и групови програми за спорт, лечение чрез движение, хоби занимания, управление на стреса, ландшафт терапия, позитивни преживявания, развлечения и други.
- Стотици фирми от Европейския Съюз (ЕС) и света са профилирали своето производство в рамките на фармацевтичната и козметична индустрия, произвеждаща крайните консумативи за десетки традиционни практики. Сред тях са включени Spa/Спа индустриални продукти, създаващи условия за нови интерпретации на приемани или наложили се като стандартно меню например, групови и лични „антистрес“ пакети или „антистарост“ програми. Целият този комплекс от алтернативни предложения за възстановяване на психо-физическото и емоционално здраве се диктуват или са съобразени в най-висока степен с потребителското търсене и предлагане.
- Зародилите се през 70-те години на миналия век в САЩ и пренасяни от десетилетия в Европа, този тип услуги се аранжират в програми или туристически пакети, насочени към удовлетворение на растящото пазарно търсене. Стотици хиляди позиции стоят в производствените листи на високо технологични предприятия по света, насочени към новите и модерни- специализирани и туристически услуги, които са свързани с психическото и емоционално възстановяване на хората.



- *Динамичните изменения във външната макро среда и вътрешните условия се отразяват на работата в разно-профилните предприятия от сферата на градските „грижи за личността“ и туризма за тези видове услуги и в България.
- Туризмът и някои основни специализирани услуги, към които се включват различните форми на здравно Spa/Спа и Wellness/Уелнес обслужване като два самостоятелни сектора на сферата на услугите в развитите държави се превръщат в сложен, динамично развиващ се икономически комплекс. Специализираната европейска и световна литература, съдържа нови концепции и модели, доказващи фундаменталното значение на Spa/Спа и Wellness/Уелнес мениджмънта или управлението в неговите многообразни стилове, форми и творчески интерпретации. Обобщението по повод наличие на готови и утвърдени модели за успешен Spa/Спа и Wellness/Уелнес мениджмънт е, че такъв няма в международен план. Съществува разбирането, че най-успешен е творческият подход за адаптиране или прилагане на отделни добри практики, компоненти от съвременната управленческа теория и практика, но винаги съобразени с конкретните пазарни и корпоративни условия. Принципно, успехът на всяка форма на Spa/Спа и Wellness/Уелнес бизнеса е пряко свързана с качеството и актуалността на обучението и квалификацията на представители от мениджърските екипи и специалисти в предприятията доставчици или търговци, опериращи в тази област. В този аспект не трябва да се подценява факта, че според нормите на ЕС за професионално развитие на гражданите в общността, етапите в образованието продължават през целия живот!



КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИ И СЪВРЕМЕННИ ПАЗАРНИ АКЦЕНТИ В РАЗВИТИЕТО НА СПА БИЗНЕСА



SPA



- Съдържанието на Идея за СПА, развиваща се в съвременното по света- не е по утвърдени общи критерии и стандарти, а според „националните особености“ като Концепция за СПА,
- свързана с различните методи и средства за поддържане на психо- физическото и емоционално здраве на човека, в т.ч. чрез форми за превенция на заболявания.
- Концепцията за СПА е функция на идеала за здравословен начин на живот, съхранил според анализатори на културно- исторически традиции на народите по света и в Европа своето
- значение в течение на хилядолетия. Възприемането на организма на съвременния човек като единно цяло на физика, дух и разум, което е израз на т.н. холистичен подход, налага за здравето му като ценност, да мисли и действа, изхождайки от принципи, заложи в здравната култура на Изтока и Запада. Глобализацията се свят води до интегриране на философските ценности и национални традиции, компоненти на здравната култура и опита на различните народи по света. Проученият полезен опит и добри практики, преминали от античността през последните векове, намират своето приложение и продължение в нови технологични и продуктови решения в СПА бизнеса. Интегрирането на чисто пазарни критерии с ценностите на природо-съобразния начин на работа и живот на човека, създават нови ценности, отразени под формата на Уелнес философия. В политиките на Европейската общност, към която принадлежи и България, грижите за личността са основна цел.



- СПА познанието се развива, използвайки различни съвременни интердисциплинарни учения и научно-приложни форми, обединени като критерии и ценности. СПА методите и програмите са инструментариум за осъществяването на ценностите на Уелнес философията. Нейните пазарни интерпретации и трансформации в продуктови линии и професионални умения за ръководни и изпълнителски кадри, работещи в СПА обслужването, дават реални гаранции за пълноценно съществуване и реализация на забързания, живеещ в стрес и в замърсена околна среда наш съвременник.
- Същността на Уелнес философията, която днес стои в основата на Индустрия на свободното време, според проучвания следва да се търси още през XVII век. Някъде през 1654 година в английски хроники и тълковни речници е регистриран терминът „wellness„ с дефинирането му като „ добро здраве“!



- Добро самочувствие, е друго тълкуване или възприятие, произтичащо от „wellness„. Дори и пъстротата на интерпретирането му, съвременното съдържание на термина от гледна точка на научно-приложните анализи, е израз да динамичните му промени и пазарни метаморфози през последните десетилетия. В началото на ХХI век, независимо от особеностите и националното интерпретиране, различните характеристики на термина „wellness „ са свързани с непреходния стремеж към поддържане на цялостното здраве както от древните ни предци, така и от десетки милиони наши съвременници по света.
- Траките, прабългарите и славяните (нашите предци) са имали висока физическа и духовна култура, свързана със съзнанието за триединство на тяло, дух и разум. Това е базата на холистичния подход, определящ възприятията на околния свят чрез петте чувствени органа на човека- слух; зрение; вкус; обоняние и докосване. Паметниците и предмети, разкрити от хилядолетия по българските земи, доказват отношението и на протобългари, славяни, римляни, византийци и други цивилизации, свързани с културно-историческите традиции по нашите територии към това триединство. Експозициите на десетки български музеи, понастоящем разполагат с уникални доказателства за значението на познанието и опита на нашите предци, високата СПА култура свързана с опазването и развитието на ритуалите и традициите (езически и християнски), възхваляващи Майката Природа и нейните енергийни сили, дарени на местните жители за изцеление и поддържане на здравето.





Стотици са артефактите и паметниците, доказващи първообраза дори на съвременната СПА гама с продукти и процедури, свързани с идващи от античността традиции, рецептурници, лечителски книги и съхранени жития на лечители, свързали своя живот с целебните сили на минералните води, билките, виното, и значението на физическата активност за човека. От пиедестала на времето можем да оценим по достойнство това уникално богатство и да търсим културните основи на „култа към здравето“ на предци и завоеватели- римляни, готи, византийци, турци и други.



- За любители на исторически корени на СПА културата по българските земи има десетки възможности за организиране и участие в тематични екскурзии в градовете София, Хисар, Кюстендил, Бургаски, Сливенски и други минерални бани. Акцентите в такива маршрути са експонатите на селищата, приемани за СПА или балнео-курортни центрове в нашата страна. Ликове на лечители, сцени и ритуали от древността, както и мултимедийно представяне, следва да има в тематичните сбирки, посветени на водолечебната
- история или билколечението в Националния исторически музей и Филиалите му в страната. Атрактивността на подобни изложения и селекции ще привличат стотици туристи от страната и чужбина и ще подпомогнат организаторите на СПА обектите в предлагането на т.н. „анти-скука“ програми. Фактите показват, че рекламните материали на СПА заведенията в курортни средища в редица европейски страни, привличат с провокиращи текстове за уникалност и традиции. Те са богато илюстрирани с музейни предмети, сцени или ритуали, изобразени върху битови съдове, различни керамични и каменни орнаменти в дворцови комплекси и терми, разкрити в тези селища през годините, което е важен имиджов компонент на пазарната политика на доставчици и дистрибутори на СПА и Уелнес услуги в градските, крайградските и курортни селища. Най-срещаните артефакти, намирани в руините или при разкопки в България са свързани с илюстрации на водни или фито-процедури и манипулации със сюжети от празнични актове посветени на бога на виното- Дионис или съчетания на женски тела, цветя, музикални инструменти от времето на Орфей и Евредика. Изображения на войни или гладиатори като Спартак, на силни мъжки фигури, символи на изповядването от древността до наши дни послание за „Здрав дух в Здраво тяло“ са поставяни върху съдове, оръжия, инструменти или пособия принадлежали преди хиляди години на владетели и патриции. Такива актове отразяват развлечения, тържествени ритуали или ловни сцени, запечатани от ръката на неизвестни майстори върху метални съдове, монети или открити луксозни вещи. Сами по себе си те илюстрират някои от мотивите на античните хора, споделящи философията или ценностите за поддържане на единството между физически, психологически и емоционален здравен статус.



Културно-исторически аспекти в пазарната интерпретация на Уелнес философията

Древните гърци са използвали термина << Kalokagatia >>, който изисква да се мисли и действа с подчинението на единството между тяло и дух. През годините на Ренесанса в много европейски страни сред представителите на тогавашното общество, намира широк прием холистичния подход, при който организма на човека се възприема, не като набор от отделни органи и системи, а като единно цяло.

Идеалите на много древни народи и цивилизации за физическа и духовна хармония/баланс, залягат в същността на съвременната Уелнес философия, като ценностна система и естествено свързана с отношението към здравето на хората и удовлетвореността на индивида от живота чрез творческата му реализация. Световната глобализацията, като процес води до обмен на културно-исторически ценности в рамките на развиваща се пазарно-икономическа и социална среда. Синхронизирането на познания за този уникален комплекс от физика, дух и душевност е процес за формиране или преоткриване на много важни стойностни норми и идеали. Ценностите за природосъобразния- Уелнес стил на живот са мотивирали творци и съзидатели от древността до наши дни да откриват и предприемат решения за хармонично съществуване и развитие в различните сфери на материалния и духовен живот на обществото.



Днес има десетки варианти на използване и импровизации по повод тези думи и названия, продиктувани от комерсиални цели. Рекламни или маркетингови интерпретации, например на трите букви „СПА“ могат да се срещнат на нетрадиционни места или върху етикети на стоки. Стана някак нормално СПА- като символ често да се откроява на етикета на козметични или медицински продукти и консумативи, оборудване или съоръжения за спорт и процедури. Паралелно на това СПА е акцент в рекламни послания за сапуни, прах за пране и други.

Силно експлоатирани двете „думи-панделки“ Спа и Уелнес са все по-широко използвани като „код“ за провокиране вниманието върху продуктови линии, нямащи нищо общо с изделия на фармацевтичната, козметичната, спортно-развлекателната и туристическа сфера. Това важи и за същия асортимент на услугите, предлагани и потребявани в „градската среда“, зони за спорт и анимация, както и в най-известните европейски и световни курортни центрове. Обективно оценявайки, което се налага като обобщение, е че те по-умело и ловко се ползват от рекламистите, за да се привлече платежоспособната клиентела с търговски трикове и провокиране на вниманието с имплантиране на СПА в модни кодове, брандове или търговски наименования...

Свързан като комбинация със СПА е и понятието Уелнес. Въпреки десетките обективно съществуващи дефиниции, най-безспорното определение е, че Уелнес в съвременното му разбиране е философия и концепция за здравословен стил или съзидателен и позитивен начин на живот. За първия автор на тази природосъобразна формула на живот и работа в урбанизираното общество е признат проф. Донълд Ардъл, университетски преподавател от Флорида, САЩ от преди 30 и повече години. Според анализатори, той вкарва в „Уелнес“ като термин, своята представа за двете му съставни срички: „Уел“ и „нес“, съдържание разбираемо като поведение и отношение към начина, по който хората следва да оцеляват в глобализацията се свят. Двете съставни срички са производни на „приятно преживяване“ и „фит-нес“, „активно разтоварване, възстановяване и възобновяване на психо-физическото и емоционално здраве и работоспособност“.



Пазарно-историческото развитие на понятието доказва, че то има своите форми на интерпретация на всички континенти и страни по света където тази индустрия намира почва и условия за развитие. В Европа въпреки консерватизма на двете традиционни школи на „термализма“ на Средиземно-морските държави и „Курортологията“ на англо-саксонския и руско-езичен пазарен свят, термина Уелнес се наложи през последните 10-15 години в специализирания език на доставчици, дистрибутори, потребители, и рекламисти в СПА и Уелнес индустрията. Все по-налагащо се обобщение за съдържанието на термина се свързва с това, че Уелнес е:

- Модел на поведение за хората, търсеци удовлетвореност от това, което правят или за комплексен психо-физически релакс на организма;
- Система за поддържане и възстановяване на тялото и духа , чрез позитивни усещания на петте ни сетива;
- Философия или концепция за използване възбуждащите се сили на природата в рамките на здравословен начин на живот и т.н.





Продуктов профил на СПА услугите- Съвременното пазарно търсене, налага и развива тенденции, изискващи разнообразяване на традиционната продуктова листа от СПА и Уелнес програми и услуги. Продължаване на жизнения цикъл на СПА асортимента е невъзможен без комбинираното предлагане на иновативни технологични, организационни и особено продуктови решения и предложения от участниците в този сектор на услугите. В началото на второто десетилетие на XXI век, все по-осезаемо по света и Европа се въвежда СПА медицинския профил от програми и услуги.



Новото отношение на десетки милиони хора към ценностите на Уелнес концепцията за здравословен стил на живот и работа, налагат здравния профил СПА програми за превенция и поддържане на здравето като атрактивен и търсен асортимент. Той е свързан с разнообразни пакети от аранжирани в тях групи услуги предлагани в градска и курортна среда, свързани с изисквания за прилагане на утвърдени медицински стандарти, физикални и рехабилитационни методи и средства.

Физикалната и рехабилитационна медицина, медико- козметичната и естетична медицина, кинезитерапия и други, като научно-приложни практики за профилактика и лечение, стоят в основата на профила Медикал СПА обслужване. Основно- потребители на тези СПА продуктови линии са имащи висока здравна култура клинично здрави, но така също и хронично болни потребители, търсещи естетически и хоби програми в периоди на курортното си лечение и рехабилитация.

Пазарните тенденции очертават перспектива, при която закономерно заедно с направления като „Бюти“, „Фитнес“, „Спа масажи“ или индивидуални режими и методи за „Здравословно хранене“ в набора от алтернативни форми на СПА обслужването на жени или мъже, младите или хора в напреднала възраст в България все по-бързо се развиват и Медикал СПА програмите. Те принципно са свързани с предложения на различни миксове от процедури, съобразени с индивидуалните потребности и възможности на потребителя. Друга активно развиваща се тенденция в нашата страна е, че Спа услугите в т.н. извънградска пазарна среда, се предлагат от обекти и заведения в курортни зони и хотелски комплекси, станали популярни като Спа и Уелнес Туризъм за български и чужди граждани.





- Наборът от условия в българската пазарна среда постепенно придобива параметрите на регулатор на конкурентните отношения между доставчици и дистрибутори на алтернативни СПА услуги. Все повече концепциите за СПА обслужване се базират на превантивни комплексни пазарни проучвания и с натрупването на професионален опит намаляват решенията за разкриване на СПА обект базиран на... модни увлечения или емоции.
- С повишаване на познанието за СПА в България и благодарение на растящия брой обучени и творчески работещи СПА мениджъри и специалисти, инвестициите се предхождат от ясна оценка на продуктите и технологични иновации. Пред инвестиционните и регулярни маркетингови проучвания, анализи и оценки изискват отчет на промените в динамика на платежоспособното търсене, насочено към различни групи традиционни и нови програми с услуги.
- Маркетинговият подход предполага в анализа и оценката на пазарните перспективи на Спа услугите, предлагани от обекти в градска и курортна среда, да се отчита голямото хидротермално разнообразие в десетки региони в България като природен потенциал. Спа мениджърите и изпълнителски кадри следва да повишават своите познания, относно конкурентните предимства на набора от възможности за съчетано използване на водните, климатичните, пелоидните и фито ресурси в местната среда, като уникална даденост за развитие на целогодишни форми на предлагане на СПА пакети и услуги.

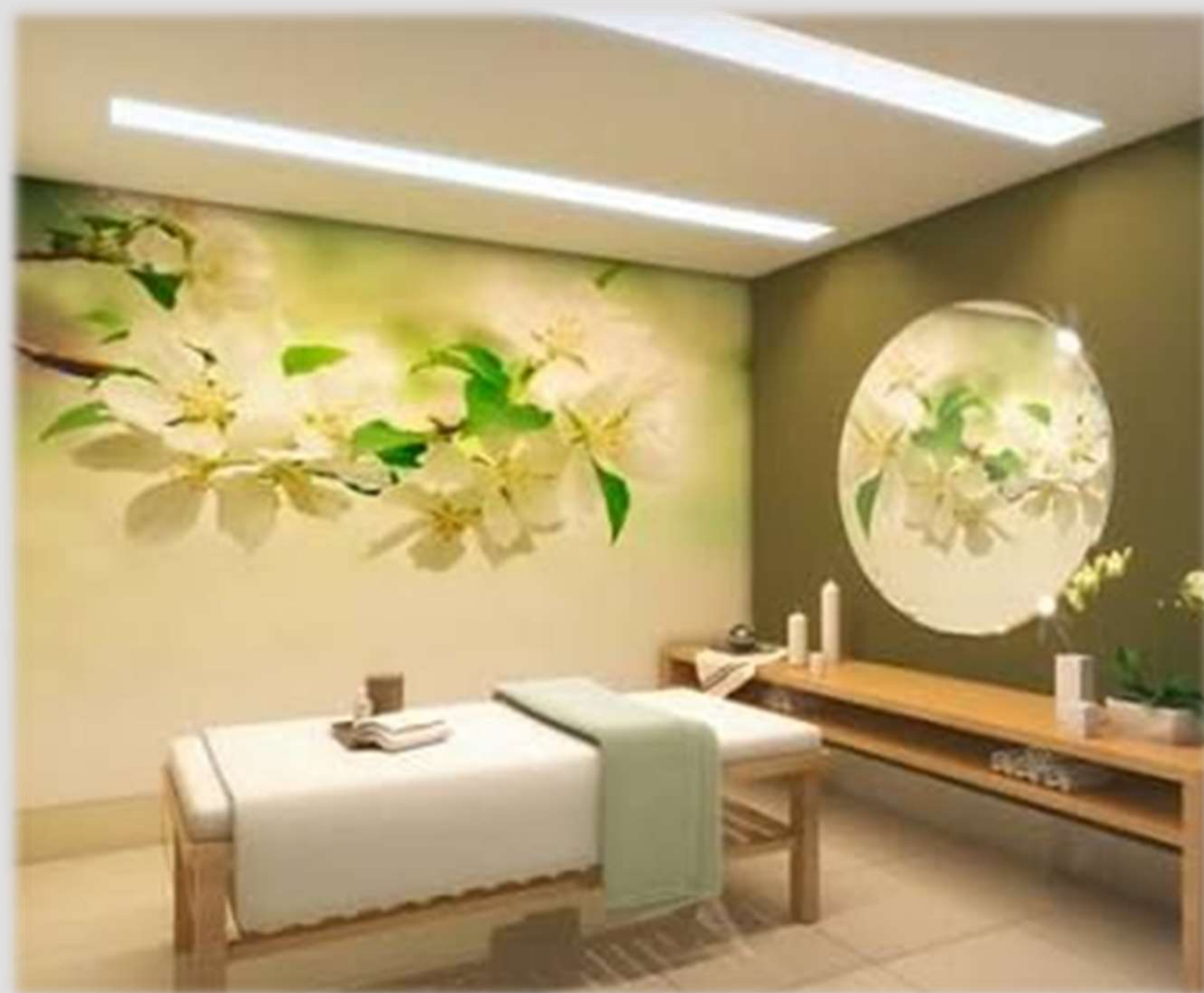




Продуктови линии в Уелнес асортимента- Съвременният Уелнес асортимент на средно статистически СПА обект или заведение, включва предлагане на разнообразни или алтернативни продуктови линии, базирани на:

1/. Популярни в Традиционно-Курортната или Физикална медицина методи и средства, аранжирани в т.н. Медикал СПА асортимент услуги за профилактика и възстановяване, основно чрез хидро, климата, пелоидо, арома, кинезитерапия и др. (групови и индивидуални програми за превенция на здравето, лечение или възстановяване с балнеотерапевтични методи като процедури, манипулации, рехабилитация);



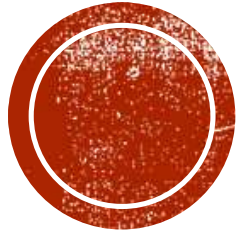


2/. Научни методи за развитие на двигателната култура, за поддържане психо-физическите параметри на тялото, индивидуални програми за двигателна терапия, поддържане и релакс- Фитнес програми, чрез съвременни уреди, апарати и спортни съоръжения, индивидуални хранителни системи, спортно-анимационни и самостоятелно- възстановяващи занимания;

3/. Продуктово и технологично иновативни СПА „Бюти“ програми за разкрасяване и поддържане чрез козметични и медицински методи и средства, т.н. „Бюти,, услуги, предлагани като набор от процедури и манипулации, използващи естествени продукти или консумативи за поддържане и превенция на естетичните параметри на тялото и части от него;

4/. Система от различни Хоби инициативи- Уелнес програми свързани с преживявания и съпреживявания чрез участие в групови и индивидуални форми на развлечения и забавления (споделена култура, спортни и хоби занимания, туристически пътешествия, ползване на атракции и др.).





ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

<< СЪВРЕМЕННАТА MEDICAL WELLNESS & SPA КОНЦЕПЦИЯ, УСЛУГИ И ОБСЛУЖВАНЕ, ВКЛЮЧВАТ В СЕБЕ СИ НАЙ-ДОБРОТО, КОЕТО ЧОВЕЧЕСТВОТО Е ИЗМИСЛИЛО ИЛИ ДО КОЕТО Е ДОСТИГНАЛО В СВОЯТА ЕВОЛЮЦИЯ ЗА ПОСТИГАНЕ НА БАЛАНС/КРАСОТА/ХАРМОНИЯ МЕЖДУ ТЯЛО, РАЗУМ И ДУХ ! >>

