

III. СЪВРЕМЕННИ ИЗИСКВАНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ КЪМ СПА УСЛУГИТЕ

В настоящата част изследователският интерес е насочен към установяването на промените в потребителските изисквания, което е довело до увеличаване на търсенето на спа услуги. Анализите и изследванията са насочени към установяване на потребителския профил на типичния спа турист с изводи за евентуални промени, които биха могли да настъпят в следващите години. Основен елемент в този профил е установяването на изискванията на спа туристите към наличието на минерална вода в спа обектите, които посещават. Това е допълнително предимство и носи допълнителна удовлетвореност поради редица причини. Мотивите за избор на спа почивка също варират в широк диапазон и целенасоченото въздействие върху тях от страна на мениджърите в туризма би могло да доведе до допълнителни икономически ефекти за спа предприятията.

ЕВОЛЮЦИЯ В ТЪРСЕНЕТО И ПРЕДЛАГАНЕТО НА СПА УСЛУГИ

Акцентът в настоящето изложение е насочен към определянето на мястото и ролята на спа предлагането в исторически контекст и търсенето на тези услуги от потребителите. Както посочихме и по-рано, предшественици на съвременните спа услуги могат да бъдат открити в много и различни култури, стотици години назад във времето. В обобщение на този многовековен опит бихме могли да кажем, че спа услугите съдържат в голяма степен рекреация и удоволствие, като не е задължително да са свързани със сериозни здравословни проблеми. Именно в този контекст бихме могли да ги определим като услуги, целящи подобряване на общото здравословно състояние на човека, част от общата развлекателна индустрия.

Развлекателните услуги с цел подобряване на здравето на човека, предлагани в туристическите дестинации, са важна част от индустрията на изживяванията и също така играят важна роля при формиране на потребителския избор в контекста на туристическия пазар. Анализиранияте спа услуги са разгледани като част от концепцията за предприемане на туристически пътувания, за тяхното потребяване и постигане на рекреативен ефект⁷². Това е непосредствено свързано с общото състояние

⁷² Емилова, И., в съавт., Научни трудове на БКОНК, книга III, 2014, 80 с.

на ума, тялото и духа на човека или накратко казано с неговото здравословно състояние.

*Здравното развлечение е предназначено да подпомага положително физическото и умственото здраве*⁷³. Една от основните потребности на човечеството е постигането и поддържането на добро здраве. През вековете и в различните култури важноста на доброто здраве получава по-голямо внимание и провокира появяването на множество дейности, свързани с пътуване и отдих, много от които се отнасят до спорта или са просто дейности, свързани със свободното време, като някои могат да бъдат лечебни терапии, насочени към потребители, търсещи почивка, като чрез стимулиране на сетивата провокират позитивни емоции и по този начин подобни лечения се превръщат и в забавления.

Важността на проблема за добро здраве се засилва и с появата на Световната здравна организация към ООН. Здравето е дефинирано в устава на тази организация като *„състояние на пълно физическо, психическо и социално благосъстояние, а не само липса на болести или недъзи“*⁷⁴. Освен това, се твърди, че *„ползването на най-високо постигнатия стандарт на здравето е едно от фундаменталните права на всяко човешко същество, без разделение на раса, религия, политически убеждения, икономическо или социално положение“*⁷⁵. **Това определение за здраве се простира извън традиционната западна биомедицинска парадигма, която претендира да лекува тялото, съзнанието и обществото като отделни единици.**

Здравното развлечение е позиционирано в периферията на развлекателната индустрия, но факторът, който го превръща в част от нея, е начинът, по който се използва стимулация на сетивата, за да провокира емоционален отговор в потребителите. *Здравното развлечение включва стимулирането на всичките пет сетива, за да предизвика позитивни емоции и да подобри здравословното състояние на туристите.*

В съвременното общество пациентите са клиенти, в същото време и консуматори, добре информирани по здравните въпроси, които означават усилията си да допринасят за собственото си здраве и благосъстояние. Като резултат развлекателните методи за лечение навлизат в медицината. Освен медицинския пазар,

⁷³ Rundshagen, V. (2009). Health entertainment. In: Moss, S. (ed) *The entertainment industry – an introduction*. CABI, Cambridge, UK, pp. 329-332.

⁷⁴ Световна здравна асоциация към ООН, <http://www.who.int/en/> [5.09.2016].

⁷⁵ World Health Organization (1946) Constitution of the World Health Organization. Geneva, WHO.

здравното развлечение обхваща разрастващите се пазари на пътуванията и туризма, свободното време, а също така и храненето. В този смисъл трябва да уточним, че продуктите и услугите, свързани със здравето, се комбинират и с други области и в редица случаи е трудно да разграничим здравословната част от развлекателния аспект.

От историческа гледна точка медицинското знание е предавано от поколение на поколение много преди хората да се заселят в първите селища между реките Тигър и Ефрат преди около 10 000 години. По онова време членовете на жреческите съсловия са били пазители на най-голямото знание, включително и знанието, свързано с лечебното изкуство. Шаманът е бил първият, който се е отъждествявал с жрец-лечител, и може да бъде считан за знатна фигура в историята⁷⁶. В древността лекуването се е свързвало с магията. Ритуалите и духовността са имали по-голямо значение от техническото знание за тялото или естествените науки. Историките описват еволюцията в медицината от магията през религията и емпиризма до науката. **Приложението на масажа като лечебна техника** води началото си от времето, когато медицината се е възприемала като магия. Първото доказателство, което показва съществуването на масажа, е намерено в Законите на Хамураби, издълбани върху камък през 2350 г. пр. Хр. от вавилонците, живеещи в регионите на Месопотамия в Близкия изток.

Интерес представлява и опитът на Йохан Андреас Ейсенбарт от Обервехтах, Германия, който имал професията на окулист и каменоделец. И до днес неговото име се свързва с медицинско лечение и терапии, ефективно извършвани върху пациентите на тържища и развлекателни панаири. Най-накрая той започва да работи като самозван публично практикуващ хирург. С цел привличане на вниманието той е бил придружаван от художествена трупа жонгльори, музиканти и танцьори. Неговата група е обхващала до 120 човека⁷⁷. Освен изумителните представления той всъщност развива множество иновативни медицински инструменти и печели внимание със завиден успех. Науката доказала, че доктор Ейсенбарт е бил признат като всеотдаен медик в края на 17-и – началото на 18-и век и освен това той е *пример за добро съчетаване на здраве и развлечение.*

Както видяхме по-рано спа предлагането черпи опит от различни култури. Спа лекарите се справяли с ред наранявания, алергии и други, главно хронични състояния. Освен медицинския аспект, развлечението е играло основна роля в развитието на спа

⁷⁶ Calvert, R.N. (2002) *The history of Massage*. Healing Art Press, Rochester, Vermont.

⁷⁷ Doktor-Eisenbarth-Schule Oberviechtach, (2009) *Johann Andreas Einsbarth*. Oberviechtach, DESO.

културата, обединявайки хазарта, концертите и разнообразни събития в спа центъра, като акцентът е бил върху изживяването.

Много европейски исторически спа центрове са построени около лечебни извори между 14-ти и 16-ти век. До края на 18-ти век са разработени спа процедури и процедури за къпане. Хидротерапията е била изучавана като друга форма на медицина поради вярата в лечебните води. Многобройни планински климатични центрове са изградени в Алпите, Карпатите и около Средиземно море. Постепенно обаче мотивацията за пристигане в места, богати на минерални извори, се променя от медицинско лечение до постигане на отдих и спокойствие, тъй като много сауни започват да откриват казина и танцови зали и други развлекателни съоръжения (театри, паркове, библиотеки ...).

Първият международен спа конгрес е организиран в Будапеща през 1937 г. След Втората световна война значението на спа центровете в Западна Европа започва да се заприщва. Въпреки това, в комунистическа Централна и Източна Европа и Съветския съюз, спа центровете влизат в нова фаза на развитие, където лечението е главно спонсорирано от синдикатите в специализираните им отдели. Голямата промяна идва и във външния вид на минералните извори. Доминиращата особеност на тяхното физическо планиране се превръща в синдикални курорти, хотели и санаториуми. Рехабилитация на хора, които стават "лечебни комбинации", базирани на минерална вода, климат и други местни природни ресурси. Бреговете съоръжения обикновено са били големи имоти с басейни с минерална вода и оборудване за лечение със складова част, трапезария и конферентна зала. Различните от тези услуги са били почти пренебрегвани.⁷⁸

Съвременното здравно развлечение се свързва предимно със спа и уелнес удобствата, но също и с укрепване на здравето, което е образователният му аспект. Укрепването на здравето е процесът, който дава на хората възможност да упражняват контрол върху детерминантите на здравето си и с това да го подобряват⁷⁹. В този смисъл се включват всички аспекти на здравето - физическо, духовно, хранително, диетично, сексуално, едновременно с никотиново въздържание. Под здравословен начин на живот се разбира комбинация от здравно образование и продаване на идеали.

⁷⁸ Kotic, K., (2011). Spa, medical and wellness tourism, Script, Faculty of Sciences. Routledge, 221-227.

⁷⁹ Health Promotion Agency (2009), available at: <http://www.publichealth.hscni.net/> [5.09.2016].

Глобалното влошаване на нивото на здравето, по-конкретно в „западните“ общества заради диети и начин на живот, съчетано с преструктуриращите се усилия на обществените здравни системи, вдъхновява нови начини на мислене за здравето и индивидуалната отговорност за по-здравословен начин на живот⁸⁰. Комбинацията от продукти, които предпазват и водят към здравословен начин на живот, и финансов режим, насочващ средствата към продукти и услуги, които да предотвратяват заболявания, а не само да лекуват тях и техните симптоми, отваря нови пазарни сегменти с огромен многообещаващ растеж. Тъй като индивидите си присвояват по-скоро ролята на консуматори на здравословни продукти, отколкото на пациенти, чакащи обслужване от публичен представител, маркетинговите аспекти стават основни в приемането на предложенията за здравни развлечения. Изправяйки се срещу задължението да похарчат собствените си пари за здравословни услуги, вместо да разчитат на държавата, *потребителите от новото поколение стават по-взискателни, по-добре информирани и по-самоосъзнати в избора на продукт или услуга.*

Спа институциите залагат в своята реклама върху онова, което кара потребителя да се почувства добре, често осигурявайки висококачествена, стилна, обещаваща и ориентирана към начина на обслужване обстановка, където атмосферата е от най-голямо значение. Независимо дали клиентът ще се обърне към конкретен център, в който да прекара няколко разпускащи часа, за да предотврати дадено заболяване, да остане в добра физическа и умствена форма или да си отпочине от медицинските условия, наличието на комфорт е необходимост, отчасти заради неделимостта на тялото, ума и духа. Съществен фактор за успеха на здравното развлечение е неговият дизайн. Спа дизайнерите са изправени пред предизвикателството от изключително високото ниво на потребителските очаквания. Вследствие на растящите и усъвършенстващи се технологии и нарастващия брой на международни пътувания потребителите са придобили повече опит, особено от гледна точка на винаги изтънчения и новаторски дизайн като цяло, което всъщност повишава техните очаквания⁸¹.

Важно е да обърнем внимание и на тенденцията, наблюдавана в Европа – на обръщане към историята, включително към културата на къпането на римляните,

⁸⁰ Bodens, C. (2003) *Kritische analyse der gesellschaftlichen hintergrunde des wellnesstrends und die reaktionen des Deutschen tourismusmarktes*. Eigenverlag FTM e.V, Trier, Germany.

⁸¹ Remedios, (2008) Built environment-spa design. In: Cohen M. and Bodeker, G. (eds) *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*. Butterworth-Heinemann, Oxford, pp.281-29.

турците и азиатците, което е в хармония с всеобщо растящата тенденция към автентичност. *Терапевтичните и отпускащи елементи често се съчетават, за да създадат последователност от сетивни емоционални изживявания, които са в хармония с идеята за удобството.*

Заради застаряващото население в много западни държави, дизайнерите на комерсиалните спа удобства трябва да осигуряват техните продукти да остават актуални спрямо нуждите на клиентите си. Европа претърпява дълбока демографска промяна – съотношението между деца и възрастни сред населението намалява, докато в същото време числото на застаряващите хора нараства⁸².

Според прогнози в Германия е изчислено, че към 2050 г. населението на възраст 60 години или повече ще достигне 40.6%⁸³. С това застаряващо население здравните въпроси придобиват все по-голяма важност и внимание. По-възрастните хора, трябва да се справят с повече здравословни проблеми, отколкото по-младите хора; обаче расте и броят на по-старите хора, които се радват на добро здраве. Те активно допринасят за това положение чрез участие в профилактични програми и чрез водене на по-здравословно осъзнат начин на живот, за да увеличат шансовете си за здраве и очакванията си за дълъг живот.

Последният аспект придобива дори по-голяма важност сред населението на средна възраст. Осъзнавайки растящата стойност на грижата за здравето, особено след претърпяване на тежки болести, а също и осъзнавайки, че възискателният свят на ежедневието причинява все повече и повече случаи на преумора, депресия, изтощение и физическа умора, много хора търсят варианти да се предпазят от посочените вредни ефекти. По-здравословният начин на живот е модерен и съществува нарастваща готовност за посвещаване на повече време, така както и нарастваща част на неограничен доход от дейности, свързани със здравето. Спа ориентираните почивки и членуването в местен здравен клуб са станали неделими части от обществото и дори съвременни символи за обществено положение.

Част от процедурите и удобствата, предлагани в спа центрове, са представени по-долу.

⁸² Hamm, I., (2008) Preface. In: Seitz, H. and Werding, M. (eds) *Demografic Change in Germany*. Springer, Berlin, pp. V-VIII.

⁸³ Hohn, C., Mai, R. and Micheel, F., (2008) Demografic Change in Germany. In: Hamm, I., Seitz, H. and Werding, M. (eds) *Demografic Change in Germany*. Springer, Berlin, pp.9-33.

Значително място в спа туризма заема *Аюрведа*. Това е медицинско лечение и лечебно изкуство – традиция от Индия. Думата е произлязла от санскритските думи „ayu”, означаваща живот, и „veda”, означаваща знание. Аюрведа е описана като „цялостна и комплексна наука за живота” и „холистична, духовна и философска система на лечение, която покрива всички принципи на алопатията, хомеопатията и природолечението”⁸⁴.

Важно е да обърнем внимание и на холистичните центрове. Те са свързани с философията да виждаш вселената и особено живата природа като единица от взаимодействащи си цялости, които са повече от обикновения сбор от тези елементи. Във връзка с грижата за здравето тази концепция акцентира върху лечение на тялото, ума и духа заедно, като се подразбира, че физичните, мисловните и духовните аспекти на живота трябва да бъдат в тясна взаимовръзка. *Холистичният център може да бъде дефиниран като център, направен с цел гостите в него да са въввлечени в научаването или подобряването на дейностите, свързани с тялото-ума-духа*⁸⁵. Предлагат се различни програми и се организират множество дейности в групово-семинарна обстановка. Типичните включени дейности са медитацията, йогата, фън-шуй и ароматерапията.

На следващо място ще разгледаме масажа, който представлява „манипулация на тялото чрез мачкане, гладене, триене, удряне, потупване, извършвана с ръце, крака, лакти, частите на ръцете от лакътя до китката или с приспособления и с използване на вода, билки, соли и кал”⁸⁶. *Масажът стимулира физическите усещания, които мозъкът преобразува в чувства и емоции*. Прилага се основно за лечение на физични травми на части от тялото или да предизвика чувството на душевно благосъстояние. Той е изключително популярен и съставлява най-голямата част от многочислените дневни и хотелски спа процедури⁸⁷.

Освен това голямо значение придобиват и медицинските спа съоръжения и горещи извори. Спа индустрията напоследък се очерта като глобален феномен, който стана възможен чрез сливане на индустрии, традиции и терапевтични практики. Изчислено е, че спа приспособленията възлизат на 40 билиона щатски долара от

⁸⁴ Hannam, K., (2008) *Aurvedic health tourism in Kerala, India*. In: Smith, M. L. Puczko (2009), *Health and Wellness Tourism*, Oxford, Butterworth Heinemann, pp. 341-344.

⁸⁵ Smith, M. L. Puczko (2009), *Health and Wellness Tourism*, Oxford, Butterworth Heinemann.

⁸⁶ Calvert, R.N. (2002) *The history of Massage*. Healing Art Press, Rochester, Vermont.

⁸⁷ Tabbachi, M. (2008) *American and European Spa*. In: Cohen, M. and Bodeker, G. (eds.) *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*. Butterworth-Heinemann, Oxford, pp.26-40.

глобалната индустрия с над 50000 спа центъра по целия свят и около 16000 в САЩ⁸⁸. Спа е точката на пресичане на различни продукти и услуги, които укрепват здравето и увеличават благосъстоянието, получени от редица други индустрии, сред които са и красотата, гостоприемството, туризмът, архитектурата, развитието на имотите, ландшафтният дизайн, модата, фитнесът и свободното време⁸⁹.

Също така зоните за отдих са друг вид здравословни развлечения. Те могат да бъдат направени с цел умствена почивка или физическа почивка или и за двете. В много случаи тези зони са неделима част от спа или друго здравно или уелнес удобство. *Много лечения ще имат по-дълготраен ефект, ако се наблегне на тишината.* В някои места се използват тиха музика или дори природни звуци, такива като звуци на водопади, пеещи птици или на горяща камина. Аромати, разпръснати от изпарители или горелки, могат също да изиграят съществена роля. Миризмата има съществена връзка с паметта – емоциите се припомнят от ароматите, предизвиквайки появата на приятни или неприятни спомени⁹⁰, а освежаващите или отпускащите аромати ще подпомогнат да се изгради желаната емоция, докато се пребивава в даденото приспособление.

И на последно място ще посочим *йога центрите*. Йогата е комбинация от физически и умствени дейности, които имат за цел да подобрят здравословното състояние; произлиза от древна Индия. Днешните йога центрове включват както преподаването на йога техники, така и осигуряването на среда, която е благоприятна за практикуването на йога в нейната естетика, атмосфера и специфична сензорна стимулация.

Не можем да пренебрегнем и един етичен фактор, а именно заблуждаването на потребителя и рисковете за неговото здраве. Някои автори твърдят, че е забелязана прекомерна употреба на термина „спа“ от хотелиери, туроператори и туристически дестинации⁹¹. Това определено важи и за много индустрии извън развлекателната дейност и туризма. Бизнесът отбелязва разцвет и популяризиране на релаксиращите

⁸⁸ Cohen, M., G. Bodeker (2008) *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*. Butterworth-Heinemann, Oxford, pp.3-25.

⁸⁹ Пак там

⁹⁰ Cohen, M., G. Bodeker (2008) *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*. Butterworth-Heinemann, Oxford, pp.221-236.

⁹¹ Bodens, C. (2003) *Kritische analyse der gesellschaftlichen hintergrunde des wellnesstrends und die reaktionen des Deutschen tourismusmarktes*. Eigenverlag FTM e.V, Trier, Germany.

дейности и за да се увеличат продажбите или да се повишат възможностите за печалба, обикновените продукти се преименуват.

Здравословните въпроси обикновено са деликатни по своята същност, тъй като хората могат да бъдат наранени или в най-лошия случай да получат непоправими увреждания. В случаи на продукти, окачествени като спа или промотиращи здравословен ефект, който всъщност липсва, по-скоро има съмнения относно наличието на положителен резултат, отколкото негативен и увреждащ ефект. Все пак в случая на терапевтична дейност все още съществува опасност от управление от неадекватно обучен състав, по непълен или неподходящ начин или дейността е предоставена на хора, които имат противопоказания. Допълнително, при случай на съоръжения, които носят определен риск като сауна или солариуми, гостите трябва да са осведомени или предупредени за тези рискове. Дори ако една терапия е окачествена правилно и има доказани положителни ефекти като цяло, може да възникне друг проблем: поради кратката продължителност на престой за релаксация, медицинският ефект от промоцията за здраве в повечето случаи е ограничен за кратък период от време. Пациентът или клиентът трябва да бъде своевременно информиран за това.⁹²

Бъдещето на сектора за здравни развлечения е доста перспективно. Доброто здраве все още е област от значителна важност и ерата на психологическото здраве едва сега започва. Световната тенденция спрямо здравето и фитнеса води до увеличаващо се съзнание за него. Имащи възможността да бъдат диагностицирани от добри специалисти, хората ще се концентрират повече над своята възприемчивост и е вероятно съсредоточаването им върху такъв начин на живот, който предполага здравни развлечения, дейности за отдих и здраве, фитнес, релаксация и туризъм да продължат да се развиват. Застаряващото население на повечето европейски страни също допринася за растежа на този сектор. Философии с ориентация в бъдещето като „начин на живот чрез здраве и издръжливост“ са вдъхновили създаването на нови холистични здравни предложения за развлечения. В същото време стресът на работещото население се увеличава, което води до по-голяма нужда от релаксация на тялото, ума и духа по време на кратки, интензивни и напълно фокусирани на отдиха и развлеченията почивки.

⁹² Minneci, A. (2013) Wellnesstrends 2013. Der Wellnessurlaub weiter im Aufwind. http://www.itb-kongress.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/presentationen_2013/young_pro_day/7_03_13_wellness/07_GfK_ITB_2013_Wellnesstrends_2013.pdf. (10.10.2017).

Ако трябва да направим анализ на *жизнения цикъл* на здравните услуги, той би изглеждал по следния начин. Във фазата въвеждане на пазара ще посочим услугите „грижа за себе си“ – в сърцето на релакс вълната, намираме търсенето за предопределяне качеството на живот. В бъдеще човек ще се бори за продължително индивидуално развитие и промяна, а не само за релаксация или временен отдих. Клиентите, които се грижат за себе си, не са вече само релаксиращи клиенти, но и преобразуватели на своето аз, поемащи пълна отговорност за своето собствено развитие, и така услугите, с образователен характер, ще се развият в тази насока.⁹³

Растеж на пазара отбелязват временните семейни центрове за релаксация – застаряващото население ще води променящите се здравно-развлекателни продукти и услуги. Предизвикателството в тази област е в пазарната психология – как да се промотират продукти, предназначени за хора над 50-те и по-специално по-възрастни, като към група, която не обича да бъде определяна като застаряваща и с крехко здраве и в най-лошия случай с усещане за потиснатост.⁹⁴

Освен това трябва да подчертаем, че промотирането на здравословния начин на живот – усещане за пълнота, пристрастеност към лечение и сексуално здраве, са си спечелили медийна известност през последното десетилетие. Като част от правителствени стратегии за обучение на населението относно превенцията ще има нарастване на броя на развлекателните съоръжения със здравословна насоченост, както и по-активни здравни инициативи на мястото на съществуващите учреждения.

Също така тематичните курорти в автентични условия представляват място за срещи и са направени от внимателно подбрани материали, изискан дизайн на външна и вътрешна архитектура и добре обучен експертен персонал, който създава среда и атмосфера, при които се обръща голямо внимание на всеки детайл и аспект на водещата тема или концепция. Най-голямото предизвикателство за доставчика обикновено е голямата инвестиция, която се изисква, за да се построи сградата. Още повече, че остава висок рискът дадена тема, макар и да е популярна днес, да не е на мода достатъчно дълго, за да генерира печалба.

Фазата *зрялост* са достигнали класическите курорти, включващи типични ваканционни дестинации, като морски курорти или курортни селища в Алпите, с

⁹³ Scheftschik, A. (2003). Wellness lernen. Freizeitdidaktik in der Gesundheitsbildung. Schriften Reihe Didaktik in Forschung und Praxis Band 10, Hamburg, Verlag Dr. Kovac.

⁹⁴ Pikkemaat, B. ve Weiermair, K. (2006). Wellness als Megatrend?, Krczal, Albin/Weiermair, Klaus: Wellness und Produktentwicklung. Erfolgreiche Gesundheitsangebote im Tourismus, Erich Schmidt Verlag, Berlin: 13-24.

хотели, в които традиционната медицинска или старомодна концепция за релаксация все още изпълнява важна роля. Докато все още има редовни клиенти, конкуренцията от иновативни, разнообразни предложения значително се увеличава. Няколко традиционни лечения, наред с допълнителен масаж или сауна, както и условия за баня, не привличат значително нова подкрепа, застрашавайки редица курорти да достигнат състояние на фалит.

И на последно място, *спад бележи здравното лечение* в публичния сектор – продукти, които са финансирани от държавния здравно-осигурителен сектор и са зависими от пациенти, които са изпратени при тях, без заплащане. Като резултат от значителната конкуренция в частния сектор, единствените пациенти на институциите ще изчезнат, освен ако не бъдат инвестирани в тях значителни финансови средства.⁹⁵

Самостоятелните центрове са старомодни, типични малки сгради, предлагащи един определен продукт като сауна или солариум. Вече нито атмосферата, нито обхватът на тези услуги е атрактивен за по-широк кръг от клиенти. В случая на солариумите има допълнителен риск за здравето. Осъзнаването на негативните ефекти вече е прескочило аспекта на суетата за по-добре изглеждащ тен. Макар и да има малка вероятност определена база от клиенти да се запази, то пазарът вече отхвърля разглежданите услуги.

В заключение, фазата зрялост на здравно-развлекателния пазар са достигнали класическите курорти, включващи типични ваканционни дестинации като морски курорти или курортни селища с хотели, в които традиционната медицинска или старомодна концепция за релаксация все още играе важна роля. Спад бележи здравното лечение в публичния сектор.

Относно развитието можем да предположим, че бъдещето на сектора за здравни развлечения е изключително перспективно. Доброто здраве е област от голяма важност и ерата на психологическото здраве едва сега започва да се развива. Като част от правителствените стратегии за обучение на населението относно превенцията на здравето ще има нарастване на броя на развлекателните съоръжения със здравословна насоченост, както и по-активни здравни инициативи. Може да се обобщи, че нетрадиционните туристически услуги в бъдеще ще имат все по-голямо значение и ще заемат все по-важна част от индустрията на изживяванията.

⁹⁵ Пак там.