



**COMPANY GROUP**  
**«INTELLEKT»**

**SCIENCECENTRE**

**Наука и образование в современном мире. Сборник научных трудов, выпуск 1: по материалам международной научно-практической конференции, Москва, 30 июня 2015 г.**

**Парчева Магдалена**

**ПРОЯВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ  
В СПА- И ВЕЛНЕСС-ИНДУСТРИИ**

*Экономический университет – Варна, Варна, Болгария*

*DOI:10.18411/2015-06-15-21*

**1. Введение**

На современном этапе все большую актуальность приобретают такие концепции, как «внутреннее предпринимательство», «предпринимательское управление» и «предпринимательская активность организации». Усиление исследовательского интереса порождает то обстоятельство, что в условиях высокой динамики и усиливающейся конкуренции коммерческие организации ищут новые источники конкурентных преимуществ – преимуществ, базирующихся на инновациях в продуктах, услугах, процессах и бизнес-моделях. Проявление предпринимательской активности имеет особую значимость для организации, которая выходит на новые, растущие рынки. Одной из наиболее быстро развивающихся сфер в экономике, которая обладает потенциалом устойчивого роста, является спа и велнесс- индустрия. В этом смысле *предметом статьи* стало исследование теоретических основ концепции «предпринимательская активность организации» и некоторые ее специфические формы проявления в спа и велнесс- индустрии. *Основные цели статьи:* (1) изучение и анализ теоретических основ концепции предпринимательской активности организации; (2) выявление специфических проявлений предпринимательской активности в спа и велнесс- индустрии; (3)

формулировка направлений для продвижения предпринимательства в спа и велнесс- индустрии в Болгарии.

## **2. Концепция «предпринимательская активность организации»**

В теоретических исследованиях нет единого понимания понятия «предпринимательская активность» и ее форм проявления. В свете концепции *Pinchot*, предпринимательская активность может быть исследована как *совокупность действий в больших организациях, которые направлены на генерирование новых идей и на создание инноваций*. Согласно этой точке зрения, предпринимательская деятельность осуществляется сотрудниками, или группой сотрудников организации. Их стимулирует высшее руководство предприятия и «вдохновляет» так называемый «*внутренний предприниматель*». По мнению *Pinchot*, внутренний предприниматель - это человек, который берет на себя инициативу и ответственность руководить и реализовывать конкретную инновацию в рамках организации. Необязательно внутренний предприниматель должен быть изобретателем или автором идеи нововведения, но он является приверженцем этой идеи. Вклад внутренних предпринимателей состоит в том, чтобы превратить новые идеи или уже функционирующие прототипы в бизнес, который приносит прибыль. *Pinchot* рассматривает внутреннее предпринимательство как систему, которая ускоряет и делает возможным создание инноваций в крупных организациях посредством мобилизации и использования предпринимательского таланта внутренних предпринимателей. Сохранение этих кадров и реализация их идей способствует тому, что организация превращается в лучшего из новаторов [1]. Основываясь на концептуальной модели *Guth/ Ginsberg*, предпринимательская активность может быть исследована в двух направлениях: (1) создание нового бизнеса в рамках организации; (2) трансформация организации путем обновления ключевой идеи, с которой она была создана [2]. Современная исследовательская перспектива рассматривает *предпринимательскую активность как специфический вид поведения организации*. Фундаментальный вклад в утверждение этого научного направления принадлежит *Covin/ Slevin*

(1991). Ученые исследуют предпринимательскую активность как поведение организации. Covin, Slevin утверждают, что предпринимательство может рассматриваться как направление *стратегической позиции*. Стратегическая позиция представляет собой позицию организации во внешней среде по отношению к другим организациям. Она служит основой стратегических решений в фирме [3]. По мнению исследователей, предпринимательская позиция проявляется в трех видах поведения: (1) способность пойти на риск со стороны высшего руководства, которая выражается в решениях об инвестициях и стратегических действиях в ситуации неопределенности; (2) степень и частота появления на рынке инновационных продуктов и связанная с этим тенденция технологического лидерства; (3) характер первопроходца, который проявляется в склонности организации агрессивно и проактивно конкурировать со своими соперниками. В этом смысле инновативность, риск и проактивность являются характеристиками предпринимательского поведения организации. В связи с концептуальной моделью Covin, Slevin (1991), ученые Morris, Kuratko пишут: «здесь в фокусе интегрирование предпринимательства на предприятии в целом, оно не рассматривается как отдельная деятельность, бизнес мероприятие или предпринимательское поведение. Таким образом, предпринимательство охватывает сущность деятельности организации и того, как она действует» [4]. Предпринимательская деятельность включает в себя стратегические и организационные аспекты, вынуждает применять особый подход по отношению к управлению человеческими ресурсами, требует систематического измерения поведения предприятия и климат предпринимательства и не в последнюю очередь предполагает утверждение организационной культуры предпринимательского характера. Предпринимательская активность может рассматриваться как антипод иерархического управления [5,6].

### **3. Характеристики предпринимательской активности в спа- и велнесс-индустрии**

В современных условиях наблюдаются симптомы наличия в предпринимательстве окна «изменения в ценностях и восприятии» в направлении стремления к здоровому образу жизни и поддержке хорошего физического, психического и эмоционального состояния. Это меняет стиль жизни все большего круга людей, а позиции бизнеса становятся двигателем быстрого развития спа и велнес-индустрии. Понятие „Wellness” начинают использовать в 1970-е годы, а в последние десять-пятнадцать лет оно приобретает особую популярность [7]. В своем исследовании Global Wellness Institute указывают, что если рассматривать диапазон между реактивным и проактивным подходом к человеческому здоровью велнес относится к проактивному (табл.1.).

Велнес включает условия и поведение, предотвращающие заболевания, улучшающие состояния здоровья, качество жизни, в направлении достижения оптимальных уровней благополучия. В контексте велнеса преследуются цели достижения хорошего здоровья в следующих шести аспектах: физическом, умственном, духовном, эмоциональном, экологическом и социальном.

Таблица 1. „Медицинская парадигма и велнес парадигма” [7]

Реактивный аспект Медицинская парадигма	Проактивный аспект Велнес парадигма
Терапия, лечение заболеваний	Направленность на поддержание и улучшение состояния здоровья
Корректирующая парадигма	Превентивная парадигма
Эпизодичная парадигма	Холистическая парадигма
Ответственность клиники (медиков)	Индивидуальная ответственность

Возможность категоризации	для	Интеграция стиль жизни	в
------------------------------	-----	---------------------------	---

В своем исследовании Пилзер пишет, что велнесс-индустрия проактивно обеспечивает продуктами и услугами людей, не имеющих заболеваний, чтобы помочь им чувствовать себя более здоровыми, лучше выглядеть, замедлить эффект старения и предотвратить развитие болезней [8]. Имея в виду быстрое развитие бизнеса в сфере велнесса Global Wellness Institute и Stanford Research Institute разрабатывает методологию для определения распространения велнесс-экономики и измерения темпов ее роста.

В соответствии с этой методической схемой велнесс-индустрия охватывает следующие сегменты: (1) спа-индустрия; (2) спа и велнесс-туризм; (3) хозяйственная, медицинская и социальная деятельность, которая развивается около термальных и минеральных источников; (4) здоровое питание; (5) фитнес; (6) красота и замедление процессов старения; (7) альтернативная медицина; (8) превентивная медицина; (9) недвижимость и велнесс; (10) велнесс на рабочем месте. Тремя наиболее крупными областями в рамках велнесс-экономики являются: спа-индустрия, спа и велнесс-туризм и хозяйственная, медицинская и социальная деятельность, которая развивается около термальных и минеральных источников. По данным Global Spa and Wellness Economy Monitor, в 2014 г. в *спа-индустрии* в мировом масштабе отмечается среднегодовой рост доходов в размере 7,7% за период 2007-2013 г., в то время как в 2013 г. ожидаемый размер полученных доходов превосходит 94 миллиона долларов [9].

В этимологии понятия «спа» существуют два предположения: (а) слово происходит от названия бельгийского городка Spa (“espa” - фонтан, „sparsa”-ручей), который располагал лечебной минеральной водой; (б) от латинских слов „sanus pro aqua”- «здоровье через воду» [10]. В этом смысле «спа» - это услуги и лечение, основанные на использовании воды. Современные определения рассматривают термин «спа» в широком смысле и определяют

спа-центры как места, где предлагают лечебные и другие профессиональные услуги, направленные на восстановление физических, психических и духовных сил [11]. Количество спа-центров увеличивается в среднем на 6,7% в год и в 2013 г. достигло 105 591. В сфере спа-услуг в 2013 г. были заняты 1,9 миллиона специалистов [9].

*Спа- и велнесс-туризм* выступает в качестве растущего сегмента на мировом рынке туризма. По своей сути, велнесс-туризм представляет собой путешествие и проживание, основной целью которых является сохранение и укрепление здоровья или путешествие, при котором велнесс – его существенный компонент. Велнесс-туризм составляет 6% от числа всех туристических поездок, 14% общих расходов на туризм и создает 11,7 миллиона рабочих мест. Наблюдается тенденция устойчивого роста велнесс-туризма при прогнозируемом до 2017 г. среднегодовом росте 9% [7]. Значимой областью велнесс-экономики является формирование велнесс-услуг, рекреационных и лечебных услуг, осуществляемых в *центрах, созданных вблизи термальных и минеральных источников*. Исследования Global Wellness Institute показывают, что количество подобных центров, предлагающих минеральные и термальные ванны, лечение, социализацию и восстановление, составляет около 26 000 центров, функционирующих в 103 государствах [12]. В 2013 г. они генерировали доходы, превосходящие 50 миллиардов долларов. Только 6 500 из этих центров предлагают спа-услуги в дополнение к ваннам, рекреационным и лечебным процедурам [12]. Различные сегменты велнесс-индустрии приносят свою *специфику* в проявления *предпринимательской активности* организаций, действующих в соответствующей велнесс-сфере. Проявление предпринимательской активности, с одной стороны, содействует запуску нового бизнеса в спа и велнесс-индустрии. С другой стороны, основываясь на сути концепции о предпринимательской активности функционирующей организации, могут быть выделены следующие проявления предпринимательской активности: (1) внедрение в спа и велнесс- сегмент уже работающих и завоевавших прочное место на рынке отелей, дневных центров,

туристических фирм и организаций, создающих инфраструктуру, сооружения, оборудование, продукты, услуги и технологии, предназначенные для спа и велнесс-сегмента; (2) инновационное обновление деятельности спа и велнесс-центров по отношению к параметрам: услуги; оборудование; инфраструктура, рекреационные, спа и велнесс-методы и технологии; организация работы, система работы с клиентами, целостное обновление бизнес модели. В своей работе Маринов ссылается на исследование Spa Finder и отмечает следующие *инновационные тенденции в спа- и велнесс-услугах*: (1) *более мягкая медицинская спа-практика*: традиционные медицинские центры наполняются с роскошью и инновациями и превращаются в места для оздоровительных программ, косметических, стоматологических и дерматологических процедур; (2) *жилые спа-центры*, созданные преимущественно для пожилых людей; (3) *экзотика в спа-центрах* - обогащение тайским массажем, массажем с использованием вулканических камней, индийским массажем головы, аюрведой, шиацу (японский массаж). (4) акцент на использовании *высокотехнологичных косметических препаратов*; (5) ориентация на *чистые органические вещества*; (6) *центры эко-спа*, в которых используют только экологические материалы, органические вещества, солнечные батареи для электроснабжения, очистку воды при помощи бактерий, рыб, моллюсков; (7) *вода и еще раз вода* - *открытие заново, изменение имиджа и репозиционирование* традиционных водных методов лечения посредством добавления света, парных бань, синхронных водных массажей, массажного душа, аквапарков; (8) *мачо спа* – спа-центры, предназначенные только для мужчин и предлагающие типично мужские продукты; (9) *развлечения в спа-меню* - все больше спа-объектов превращаются в развлекательные сцены для социализирующей групповой деятельности, игр, групповой терапии; (10) *инь люкса и янь дисконта* – спа-бизнес разрастается от двух полюсов – «предлагаемые велнесс-услуги/ цена»; (11) *онлайн маркетинг* – направленные на сбережение здоровья Интернет-страницы, электронные форумы и бюллетени, целью которых является формирование виртуальных сообществ

приверженцев спа-философии, в последствии превращающихся в реальных клиентов спа-предложений [10]. Обновление пакета продуктов и услуг в направлении намеченных тенденций является проявлением предпринимательской активности спа и велнесс-центров. Отвечающий на поиск со стороны определенных целевых групп клиентов, управляемый с позиций предпринимательства спа-центр может: ориентироваться в направлении предложений услуг с образовательной целью, интеграции клиентов в процессе инновационного обновления спа-услуг, необходимой для них инфраструктуры и оборудования; предлагать клиентам спа-услуги на дому (мобильные спа-салоны); осуществлять поиск новых подходов к усовершенствованию компетентности кадров, заинтересованности в разработке социальных инноваций. Проявлением предпринимательской активности является обмен и внедрение в практику лучшего и передового опыта, имеющегося в этой сфере. С целью обмена опытом определяется центр, который имеет не менее пяти различных помещений, оборудованных для проведения терапевтических мероприятий и предлагает как минимум следующие спа-услуги: массаж, терапии для лица, терапии для тела, основанные на водных процедурах [11]. Рассмотрение предпринимательской активности в спа и велнесс-индустрии не следует ограничивать уровнем «спа-центр отеля», «дневной спа-центр» или спа и велнесс-тенденций в реализации недвижимости. Воспринимая кластерный подход, предпринимательскую активность следует рассматривать в контексте различных видов бизнеса различных отраслей, которые связаны со спа и велнесс-услугами и вносят вклад в их развитие. В соответствии с методической схемой Standford Research Institute эти так называемые базовые индустрии включают: производство спа-оборудования, капиталовложения в спа (проектирование и строительство новых спа-центров, обновление и расширение существующих спа-центров), консультации в спа-сфере, спа-образование, спа-медии, мероприятия, ассоциации, фирменные спа-продукты [11]. В этом смысле предпринимательская активность в спа и велнесс-индустрии является сложным конструктом с разнообразными формами проявления.



#### **4. Спа и велнесс-индустрия в Болгарии**

Болгария обладает значительным потенциалом для развития спа и велнесс-индустрии. Страна отличается с изобилием и многообразием термоминеральных вод и месторождений лечебных грязей. Исследованы более 550 месторождений с 1 600 источниками с преобладанием слабоминерализованных минеральных вод. Вот некоторые из наиболее известных термальных источников - Выршец, Лакатник, Панчарево, Хисаря, Павел баня, Старозагорски бани, Сандански, Добриниште, Велинград. Климат в стране благоприятен. Количество солнечных дней приблизительно на 20% больше, чем в Северной, Северо-западной и Центральной Европе. Разнообразие целебных трав и лекарственных растений благоприятствует развитию арома- и фитотерапии. Страна привлекательна также своими традиционными пищевыми продуктами (кислое молоко, мед, брынза), способствующие оздоровлению. В Болгарии функционируют 48 климатических горных курортов, 15 климатических морских курортов и 38 бальнеологических курортов [13]. Визуальное представление о бальнеологических, климатических и грязелечебных курортах дает виртуальная карта, представленная на Официальном туристическом портале Болгарии, созданном по проекту Оперативной программы «Региональное развитие 2007-2013» (рис. 1).

По данным Министерства туризма в 2013 г. количество иностранных туристов, путешествующих и проживающих с целью лечения или получения спа и велнесс-услуг составил более 2 000 человек, а в 2014 г. мотив спа и велнесс-туризма стал доминирующим для 28 тысяч туристов. Статистика показывает, что 20% доходов от туризма в стране дают спа и велнесс-туризм и на культурный туризм [14]. В законодательном отношении спа и велнесс-сфера регламентируется Законом о туризме. Разработан проект постановления об условиях и порядке сертификации «бальнеолечебного (медицинского) спа-центра», «спа-центра», «велнесс-центра» и «талассо-терапевтического центра», принятие которого предстоит [15]. В списке регулируемых профессий утверждены: «массажист» и «кинезитерапевт», а по направлению

«профессиональный бакалавр» вводится специальность – «медицинская косметика». В связи с необходимостью хорошей подготовки кадров в сфере термальных, бальнео, спа и велнесс-процедур выделяется новая профессия «специалист по термальным процедурам». Специализированные управленческие кадры в этой области готовят в рамках специализированной магистерской программы в Медицинском университете г. Варны.

Развитию спа и велнесс-индустрии в стране содействуют следующие отраслевые ассоциации: «Болгарский союз бальнеологии и спа-туризма», «Болгарская ассоциация бальнеотуризма» и «Национальная ассоциация спа и велнесс-туризма». Деятельность Болгарского союза бальнеологии и спа-туризма стимулирует предпринимательскую активность в этой сфере посредством вручения ежегодных наград за инновации. За инновационную активность в спа и велнесс-индустрии присуждаются награды как спа-центрам и отелям, так и муниципалитетам и фирмам, производящим спа-оборудование. Развитие спа и велнесс-сферы является приоритетом в Стратегии развития туризма и в Национальной концепции о пространственном развитии (2013-2025).

С точки зрения интегрированного пространственного планирования на национальном уровне рассматривается вопрос о принятии кластерного подхода к развитию спа и велнесс-туризма.

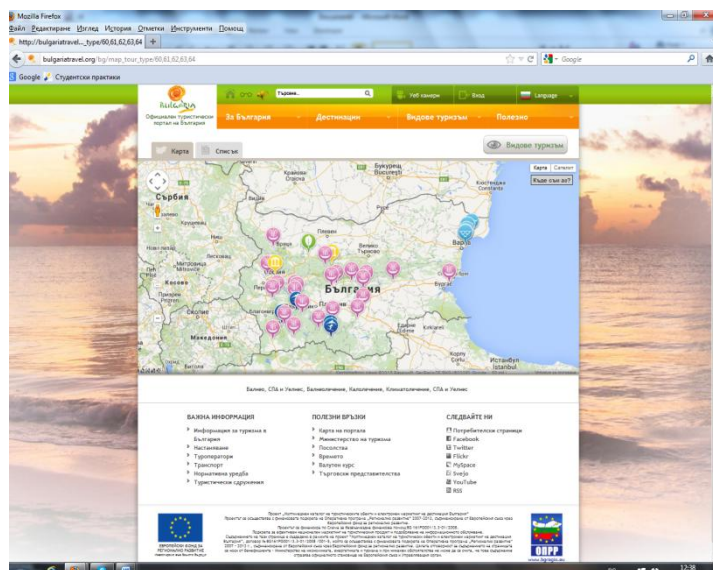


Рис.1. Бальнео, спа и велнесс-объекты в Болгарии [13].

Обсуждается возможность обособления кластера «*бальнеология и спа*» в таких центрах, как Кюстендил, Велинград, Выршец, Девин, Павел Баня, г. Баня, муниципалитет Баните, Горна Баня, Овча купел, Банкя, Нареченски бани, бургасские, сливенские, старозагорские и хасковские минеральные бани (бальнеологические центры) [16]. В стране функционируют такие кластеры, как «Кластер велнесс.бг» в Пловдиве, Туристический кластер в Варне, Кластер лечебного туризма, которые могут внести вклад в развитие спа и велнесс-индустрии.

Реализация различных по характеру *кластерных инициатив*, в которых заняты различные заинтересованные стороны - отельеры; фирмы, осуществляющие хозяйственную деятельность, адресованную спа и велнесс-сфере; администрации муниципалитетов; отраслевые организации; университеты и научные институты, неправительственный сектор, - способствовало бы как региональному экономическому развитию, так и предпринимательской активности в спа и велнесс-индустрии.

## **5. Заключение**

Проведенное нами исследование дает основание в *теоретическом аспекте* сформулировать следующие *выводы*: (1) существуют теоретические основания для рассмотрения предпринимательской активности как специфического вида поведения, направленного на создание инноваций, проактивный поиск новых возможностей, обновление бизнес-модели организации. (2) Рассмотренная как поведенческий конструкт предпринимательская активность может быть измерена и могут быть определены факторы внешнего окружения, внутренняя среда и управление, способствующие ее стимулированию. (3) Спа и велнесс-индустрия – одна из быстроразвивающихся сфер в экономике. В условиях динамики и новых растущих рынков проявление предпринимательской активности является

предпосылкой конкурентного преимущества и устойчивого развития. (4) Болгария обладает потенциалом для развития спа и велнесс-индустрии. Специфика велнесс-экономики и болгарские особенности определяют разнообразие форм проявления предпринимательской активности спа-центров, отелей и предприятий, действующих в спа и велнесс-индустрии. Для продвижения предпринимательской активности в спа и велнесс-сфере в *практико-прикладном плане* возникает необходимость действий по следующим направлениям: (1) разработка методики измерения предпринимательской активности в велнесс-экономике, осуществление систематического измерения предпринимательства и динамики развития этого вида бизнеса; (2) включение спа и велнесс в качестве одной из частей в туристический бренд и реализация кластерных инициатив не только национального, но и трансграничного характера с целью обмена передовым опытом, разработки совместного туристического продукта и предложения инновационных спа-услуг; (3) активная вовлеченность со стороны руководителей спа и велнесс-центров, отельеров, представителей отраслевых организаций, университетов и органов власти в разработку модели, обеспечивающей отрасль кадрами, обладающими необходимой компетентностью, а также в реализацию совместных проектов, продвигающих инновации, предпринимательство и развитие спа и велнесс-индустрии.

### **Литература**

1. Pinchot, G. Intrapreneuring. Why You Don't have to Leave Corporation to Become Entrepreneur. Harper&Row Publishers, New York, 1985
2. Guth, W., Ginsberg, A. Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. Strategic Management Journal, vol. 11, pp.5-15, 1990
3. Covin, J., Slevin, D. A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. Entrepreneurship Theory and Practice. No 1 (Fall), pp. 7-26, 1991
4. Morris, M., Kuratko, D. Corporate Entrepreneurship. Entrepreneurial Development within Organizations. Harcourt College Publishers, Orlando, Florida, 2002

5. Парчева, М. Предприемаческа активност на организацията (на примера на организации от бранш „информационни технологии“ в област Варна). Дисертация, Икономически университет- Варна, България, 2013
6. Парчева, М. Предприемачески подход за управление на организацията. Сборник с научни трудове от международна научна конференция „Мениджмънт и инженеринг’13”, Технически университет – София, Стопански факултет, том 2, с. 779- 789, ISSN 1310-3946, 2013
7. Global Wellness Institute, The Global Wellness Tourism Economy. SRI International, October, 2013
8. Пилзър, П. З. Новата wellness революция. Как да забогатеем в многомилиардната настъпваща индустрия. Анхира, София, 2010
9. Global Wellness Institute. Global SPA&Wellness Economy Monitor, September, 2014
10. Маринов, Ст. Съвременният здравен туризъм и предизвикателства за дестинация България. Черноморски туристически форум- Здравният туризъм: стратегически потенциал за България, Славена, Варна, 2012
11. Global SPA Summit. The global SPA Economy 2007. SRI International, May, 2008
12. Global Wellness Institute. Thermal/ Mineral Spring Economy Research Report, September, 2014
13. Официален туристически портал на България. Балнео- спа и уелнес туризъм. <http://bulgariatravel.org/bg/tourtype/60>, 24.06.2015
14. Държавата е на път да сложи ред в СПА услугите. Вестник „Дневник”, [http://www.dnevnik.bg/biznes/turizam/2015/05/27/2542048\\_durjavata\\_e\\_na\\_put\\_da\\_sloji\\_red\\_v\\_spa\\_uslugite/?ref=email\\_mynews](http://www.dnevnik.bg/biznes/turizam/2015/05/27/2542048_durjavata_e_na_put_da_sloji_red_v_spa_uslugite/?ref=email_mynews), 30.05.2015
15. Проект на наредба за условията и реда за сертифициране на „балнеолечебен (медикъл спа) център”, „ спа център”, „уелнес център” и „таласотерепевтичен център”, Министерство на туризма България,

<http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/za-obshtestveno-obsuzhdane/proekt-na-naredba-za-usloviyata-i-reda-za-sertificirane-na>, 17.06. 2015

16. Проект на национална концепция за пространствено развитие 2013-2025, <http://www.mrrb.government.bg/?controller=articles&id=519>, 17.06.2015

**Magdaléna Partcheva**

**MANIFESTATIONS OF ENTERPRISE ACTIVITY  
IN SPA AND WELNESS-INDUSTRY**

*Economic University – Varna, Varna, Bulgaria*

**Abstract**

The SPA and Wellness industry is amongst the most rapidly developing economic directions and possesses the potential for sustainable growth. In the situation of dynamic environment and entry into expanding markets, the entrepreneurial activity is a decisive success factor. This situation predetermines the avid interest of both researchers and specialists in economic practices in the “entrepreneurial activity” concept. This article discusses the theoretical basis of the “organization’s entrepreneurial activity” phenomenon; it analyses the scope of the SPA and Wellness industry and the dynamics of its development. The research and analysis focus on the specific demonstrations of entrepreneurial activity in the SPA and Wellness industry. Outlined is the entrepreneurial potential in the area of SPA and Wellness services in Bulgaria. Based on the conducted research, the article draws theoretical conclusions and lays out practical directions for the encouragement of the SPA and Wellness industry in Bulgaria.