



УНИВЕРЗИТЕТ “ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ” – ШТИП

ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА

Туризам и угостителство

Штип

Евгенија Марковска

**ТУРИСТИЧКИТЕ ПОТРЕБИ И БЕНЕФИТИ ОД СПА УСЛУГИТЕ НА БАЊИТЕ
ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

Штип, март 2025

Интерен ментор	проф. д-р Нако Ташков Универзитет „Гоце Делчев“-Штип
Екстерен ментор	проф. д-р Алберта Тахири Универзитет „Хаџи Зека“-Пеќ
Членови на комисија за оценка и одбрана	
Претседател	проф. д-р Дејан Методијески Универзитет „Гоце Делчев“- Штип
Член	проф. д-р Оливер Филипоски Универзитет „Гоце Делчев“- Штип
Член	проф. д-р Владимир Китанов Универзитет „Гоце Делчев“- Штип
Научно поле	5.02. Економија и бизнис
Научна област	5.02.00.08. Туризам и угостителство

Публикации

Markovska, Evgenija (2024) Promotion of health tourism in spa Bansko. Knowledge – International Journal, 66 (1). Pp. 181-184. ISSN 2545 – 4439

Markovska, Evgenija and Sazdova, Julijana (2024) Potentials for the development of health tourism in Katlanovska Spa. Knowledge - International Journal, 66 (1). pp. 165-169. ISSN 2545-4439

Markovska, Evgenija and Sazdova, Julijana (2024) Development of spa tourism in the republic of north Macedonia over the years. Knowledge – International Journal, 63 (1). pp. 43-46. ISSN 2545 – 4439

Markovska, Evgenija and Sazdova, Julijana (2024) Domestic versus foreign visitors to the spas in the Republic of North Macedonia. Knowledge International Journal, 63 (1). pp. 51-55. ISSN 2545-4439

Markovska, Evgenija (2023) Number of overnight stays by spa tourists in the Republic of North Macedonia and some European countries. Knowledge – International Journal, 60 (1). pp. 203-207. ISSN 2545 – 4439

Markovska, Evgenija (2023) Representation of spa tourism in the Republic of North Macedonia. Knowledge – International Journal, 60 (1).pp. 209-214. ISSN 2545 – 4439

Markovska, Evgenija (2022) Impact of the covid 19 pandemic on the number of visitors in Katlanovska spa. Knowledge – International Journal, 55 (4). pp.705-709. ISSN 2545-4439

ТУРИСТИЧКИТЕ ПОТРЕБИ И БЕНЕФИТИ ОД СПА УСЛУГИТЕ НА БАЊИТЕ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Апстракт

Здравствениот туризам може да го дефинираме како потреба на поединецот за здравствено, физичко и психичко опоравување и истовремено задоволување на туристичките потреби.

Во извештајот на Светската туристичка организација од декември 2018, здравствениот туризам се дефинира како „туризам кој ги опфаќа типовите на туризам кај кои примарна мотивација е придонесот за физичкото, менталното и/или духовното здравје преку медицински или велнес активности“. Светската туристичка организација јасно ја нагласува важноста на овој вид туризам и потребата за негово истражување. Во најновиот извештај на Светската туристичка организација се вели следното: „Здравствениот, велнес и медицинскиот туризам бележат експоненцијален раст во последниве години и стануваат се повеќе релевантни во многу дестинации. Здравствениот туризам е итен, глобален, комплексен и рапидно променлив сегмент што има потреба да биде подобро разбран од дестинациите кои се волни да се ослонат на можностите и подобро да ги согледаат предизвиците. Истражувањето на здравствениот туризам предлага сеопфатна таксономија со конзистентна терминологија за да се дефинира и опише сложениот систем на патување за здравствени потреби и овозможува практично раководство за националните туристички организации и организациите за менаџмент на дестинација кои сакаат да развиваат здравствен туризам.

Според податоците на UNWTO(Светска Туристичка Организација при ОН) 2,5% од сите меѓународни патувања се во рамките на здравствениот туризам.

Зголемениот фокус во светот на здравјето и благосостојбата доведе до брз раст на бањскиот и здравствениот туризам. Здравствените одморалишта и

бањите се рапидно растечки сектор во туристичката индустрија каде што има нов интерес за лековите од „новата доба“ и традиционалните лековити терапии.

Сепак, иако Р.С. Македонија има уникатен ресурс на минерална вода, со над 60 признати извори лоцирани низ цела земја, овој голем туристички потенцијал се уште не е целосно искористен, со што се нагласува потребата од поголемо истражување во оваа област, откривање на потенцијалите и пронаоѓање начини за развој на бањскиот туризам.

Клучни зборови: Здравствен туризам, Светска Туристичка Организација, Бањски туризам

TOURIST NEEDS AND BENEFITS FROM THE SPA SERVICES FROM THE BATHS IN THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA

Abstract

Health tourism can be defined as the individual's need for health, physical and mental recovery and at the same time satisfaction of tourist needs.

In the report of the World Tourism Organization from December 2018, health tourism is defined as "tourism that includes types of tourism where the primary motivation is the contribution to physical, mental and/or spiritual health through medical or wellness activities". The World Tourism Organization clearly emphasizes the importance of this type of tourism and the need for its research. The latest World Tourism Organization report states: Health, wellness and medical tourism has seen exponential growth in recent years and they are becoming increasingly relevant in many destinations. Health tourism is an urgent, global, complex and rapidly changing segment that needs to be better understood from destinations willing to embrace the opportunities and better perceive the challenges. Health tourism research proposes a comprehensive taxonomy with consistent terminology to define and describe the complex system of health travel and provides practical guidance for national tourism organizations and destination management organizations who want to develop health tourism.

According to UNWTO (World Tourism Organization at the UN) 2.5% of all international trips are within health tourism.

The growing worldwide focus on health and wellbeing has led to a fast growth of spa and health tourism. Health retreats and spas are a rapidly growing sector of the tourism industry where there has been new interest in "new age" remedies and traditional remedial therapies.

However, even though R.N. Macedonia has a unique resource of mineral water, with over 60 recognized springs located throughout the country, this great tourist

potential is not yet fully utilized, this emphasizing the need for greater research in this area, discovering the potentials and finding ways to develop spa tourism.

Key words: Health tourism, World Tourism Organization, SPA tourism

Содржина

Вовед.....	14
Глава 1. Методолошки пристап во научно-истражувачката работа.....	16
1.1. Методологија на емпириско истражување.....	16
1.2. Дефинирање на проблемот на истражување.....	16
1.3. Предмет на истражување.....	17
1.4. Цели на истражувањето.....	17
1.5. Хипотетичка рамка.....	18
1.6. Методи на истражување.....	19
1.7. Извори на податоци.....	20
1.8. Начин на обработка и интерпретација на резултатите.....	21
1.9. Оправданост на истражувањето.....	22
Глава 2. Општи сознанија за бањскиот туризам.....	24
2.1. Општи поими за туризмот.....	24
2.2. Видови туризам.....	25
2.3. Туристичко однесување и неговите фази.....	26
2.4. Здравствен туризам.....	27
2.5. Велнес туризам.....	29
2.5.1. Историски развој на здравјето и велнесот низ светот.....	31

2.6. Медицински туризам.....	38
2.7. Бањски туризам и негово дефинирање.....	39
2.8. Средина на здравствен и спа туризам	43
2.8.1. Изградена средина.....	43
2.8.2. Здравствена средина	46
2.8.3. Деловно опкружување.....	47
2.9. Туризмот и користењето на природни топли и минерални извори.....	48
2.10. The travel career pattern (TCP) модел (шема на патувачка кариера - модел)	49
2.10.1. TCP и велнес и СПА.....	51
Глава 3. Потекло, развој и бенефити од бањскиот туризам.....	53
3.1. Историски развој на бањскиот туризам	53
3.2. Потекло на топли и ладни минерални извори	54
3.3. Класификација на термалните минерални води	58
3.3.1. Класификации и дефиниции на природни топли извори од различни земји	59
3.3.2. Класификација на изворите според содржината на минерали	61
3.4. Бенефити од бањите	66
3.4.1. Влијание на СПА терапијата на физичкото здравје	66
3.4.2. Влијание на СПА терапијата на менталното здравје	68

3.5. Постоечки докази за ефикасноста на СПА третманите	71
3.6. Потенцијални опасности и ризици	73
3.7. Технологија и дизајн на бањи.....	74
3.8. Топлите извори како визуелни туристички атракции	75
3.9. Промоција на бањски туризам	76
3.9.1. Промоција преку меѓународни саеми за туризам	79
3.10. Европска СПА асоцијација (ESPA)	81
Глава 4. Општи податоци за бањите во Република Северна Македонија.....	83
4.1. Бањи во Република Северна Македонија	83
4.2. Катлановска бања.....	84
4.2.1. Туристичко географска положба	84
4.2.2. Кратка историја на бањата	85
4.2.3. Капацитет на бањата.....	87
4.2.4. Лековити можности на бањата	88
4.2.5. Видови бањски услуги во Катлановска бања	89
4.3. Кежовица	94
4.3.1. Туристичко географска положба	94
4.3.2. Кратка историја на бањата	95
4.3.3. Капацитет на бањата.....	96

4.3.4. Лековити можности на бањата	96
4.4. Негорска бања.....	97
4.4.1. Туристичко географска положба	97
4.4.2. Кратка историја на бањата	97
4.4.3. Капацитети на бањата.....	98
4.4.4. Лековити можности на бањата	100
4.4.5. Видови бањски услуги во Негорска бања	101
4.5. Бања Банско.....	102
4.5.1. Туристичко географска положба	102
4.5.3. Капацитети на бањата.....	104
4.5.4. Лековити можности на бањата	105
4.5.5. Видови бањски услуги во бања Банско	105
4.6. Дебарски бањи	107
4.6.1. Туристичко географска положба	107
4.6.2. Кратка историја на бањата	108
4.6.3. Капацитети на бањата.....	109
4.6.4. Лековити можности на бањата	110
4.6.5. Видови бањски услуги во Дебарски бањи.....	112
Глава 5. Потенцијали за развој на бањски туризам во Република Северна Македонија.....	115

5.1. Развој на бањскиот туризам во Р. Северна Македонија низ годините ...	115
5.2. Споредба помеѓу бањскиот туризам и другите видови туризам во Р. Северна Македонија	120
5.3. Податоци за посета и престој во Катлановска бања	123
5.4. Податоци за престој во бања Банско	127
Глава 6. Меѓународни искуства поврзани со бањски туризам	130
6.1. Глобални СПА трендови.....	130
6.2. Употреба на топлиите извори во различни општествени услови	136
6.3. Бањски туризам во држави кои не излегуваат на море	140
6.3.1. Бањски туризам во Србија	140
6.3.2. Бањски туризам во Унгарија	143
6.4. Бањски туризам во држави кои излегуваат на море	147
6.4.1. Бањски туризам во Бугарија	147
6.4.2. Бањски туризам во Хрватска	152
6.4.3. Бањски туризам во Словенија	153
6.5. Споредба на развојот на бањски туризам помеѓу Р.С. Македонија и европските држави	155
6.6. Споредба на просечната заработка од ноќевања помеѓу Р.С. Македонија и Словенија	157
Глава 7. ЕМПИРИСКИ ПОГЛЕД НА НАПРАВЕНОТО ИСТРАЖУВАЊЕ	159

7.1. Анкетен прашалник.....	159
7.2. Поединечна анализа на прашањата од анкетниот прашалник.....	165
7.2.1. Прва група на прашања (демографски).....	165
7.2.2. Втора група прашања (за посета и престој во бањата)	170
7.2.3. Трета група прашања за задоволство/незадоволство на посетителите	183
7.2.4. Четврта група прашања (потенцијали за развој).....	201
7.3. Анализа на Ликертовите скали од анкетниот прашалник	222
7.3.1. Ликертова скала за туристичките потреби	222
7.3.2. Ликертова скала за туристичките бенефити	230
7.4. Анализа на отвореното прашање од анкетниот прашалник	239
Заклучоци.....	241
Препораки	250
Литература.....	254
ПРИЛОЗИ.....	265
Прилог 1. Анкетен прашалник.....	265

Вовед

Бањскиот туризам се дефинира како посета и престој во специјализирани објекти кои даваат можност за лекување и релаксација преку користењето на термалната вода. Додека пак како дефиниција за бањите се зема следната: места кои се посветени на унапредувањето на квалитетот на животот преку различни професионални услуги кои го потпомагаат обновувањето на телото, духот и умот.

Бањскиот и СПА туризам се многу популарни помеѓу патниците насекаде во светот. Освежителната масажа, смирувачките бањи или терапија со егзотични топли камења мамат се поголем број на жени, но и мажи секој ден.

Меѓу природните ресурси со епитет на изразита погодност за задоволување на туристичките потреби во Република С. Македонија припаѓаат и термоминералните води. На просторот кој го опфаќа земјата (25 713 км²) се наоѓаат повеќе вакви хидрографски објекти. Во нашата земја има повеќе од 60 термоминерални извори, но само 8 бањски објекти во коишто доаѓаат најчесто домашни посетители при што им се нудат основните здравствени услуги односно основна понуда.

Во Р.С. Македонија постојат следниве бањи: бања Банско-Струмица, бања Кежовица – Штип, бања Негорци – Гевгелија, бања Бања – Кочани, Проевска бања – Куманово, бања Бањиште – Дебар, бања Косоврасти – Дебар и Катлановска бања- Скопје.

Тие можат да се поделат на:

1. Бањи кои нудат СПА услуги
2. Бањи кои не нудат СПА услуги

Во првата група бањи кои нудат СПА услуги спаѓаат: Бања Банско, Дебарски бањи, Катлановска бања и Негорска бања. Во втората група бањи кои не нудат СПА услуги спаѓаат: Кежовица, Кумановска и Кочанска бања.

Моментално две од овие бањи не се активни и тоа Кумановската и Кочанската бања.

Глава 1. Методолошки пристап во научно-истражувачката работа

1.1. Методологија на емпириско истражување

Методологијата како начин која не водеше во емпириското истражување е опфатена преку: оправданост на истражувањето, предмет на истражувањето, цел на истражувањето, поставување на хипотетичка рамка и користење на методите на истражување.

1.2. Дефинирање на проблемот на истражување

Спа туризмот може да се дефинира како посета и престој во специјализирани објекти кои даваат можност за лекување и релаксација преку користењето на термалната вода. Тој е директно поврзан со користењето на термоминералните води. Термалната вода започнала да се користи за здравствени цели уште од 4 век пне. па според тоа овој вид на туризам спаѓа во еден од најстарите видови. Во Р.С. Македонија археолошките истражувања покажуваат дека термалните води за капење се користени најпрво од Римјаните, а подоцна и од Турците кои биле познати почитувачи на бањите. Глобалниот велнес институт ја дефинира индустријата на бањски центри како севкупност од претпријатија кои остваруваат приходи од велнес, рекреативно и терапевтско користење на водите кои имаат посебни лековити својства. Во согласност со оваа дефиниција, се проценува дека во светски рамки постојат 34 057 бањски центри кои располагаат со термоминерални извори во 127 земји. Се проценува дека овие установи оствариле приход од 56,2 милијарди долари во 2017 година, а во нив биле вработени околу 1,8 милиони вработени.

Бројот на термоминерални извори во нашата држава е околу 60, а има само 8 бањски центри. Од нив 5 нудат СПА услуги (Катлановска бања, Негорска бања, бања Банско и Дебарските бањи- Косоврасти и Бањиште), а 3 од нив не нудат СПА услуги (Кумановска бања, Кежовица и Кочанска бања). Денес, Кумановската и Кочанската бања не се активни.

1.3. Предмет на истражување

Предмет на истражување во овој докторски труд се бањите во Република Северна Македонија. За таа цел се користени податоци за вкупниот број на посетители и бројот на ноќевања за сите бањи, како и за некои од бањите поединечно. За споредба се користени и податоци од некои од европските држави за бројот на бањски туристи, бројот на ноќевања на бањски туристи и нивна споредба со вкупниот број на ноќевања од страна на сите туристи во анализираните држави. За да се утврдат туристичките потреби и бенефити од бањите направен е анкетен прашалник на посетителите во бањските објекти, врз основа на што се донесени соодветни заклучоци.

1.4. Цели на истражувањето

Основна цел на ова истражување е да доведе до поголем развој на бањскиот туризам преку подобра туристичка понуда и поголема промоција.

Покрај главната цел во ова истражување се прикажани поконкретни поединечни цели прикажани преку статистичко следење и приказ на следните прашања:

- колкав е бројот на домашни бањски туристи во Р. Северна Македонија;
- колкав е бројот на странски бањски туристи во Р. Северна Македонија;
- развиеност на бањскиот туризам во однос на другите видови туризам;
- колкав е бројот на ноќевања во бањи од страна на домашни туристи;
- колкав е бројот на ноќевања во бањи од страна на странски туристи;
- варирање на бројот на бањски туристи особено за време и после Ковид пандемијата;
- колкав е бројот на ноќевања во бањи во некои од европските држави кои излегуваат на море;
- колкав е бројот на ноќевања во бањи во некои од европските држави кои не излегуваат на море;

- споредба помеѓу бројот на ноќевања во бањи во Р.С. Македонија и некои од европските држави;
- утврдување на туристичките потреби во бањските објекти; и
- утврдување на туристичките бенефити од користење на бањските објекти.

Врз основа на утврдените општи и посебни цели истражувањето ќе се заокружи со развиен модел за предвидување и успешна имплементација на мерки за поголем развој на бањскиот туризам, а со тоа и привлекување поголем број туристи не само од државата туку и од странство.

1.5. Хипотетичка рамка

Основна или главна хипотеза на ова истражување е дека Република Северна Македонија има потенцијал за развој на бањски туризам.

Како посебни односно споредни хипотези за потврдување на главната хипотеза се јавуваат:

X1: Поголемата информираност на населението за предностите на користење на бањите влијае на зголемување на бројот на бањски туристи.

X2: Поголема промоција ќе доведе до поголем број на туристи.

X3: Меѓународна промоција преку учество на саеми за туризам ќе доведе до поголем број на странски туристи.

X4: Модернизирање на бањските објекти ќе доведе до поголем број туристички ноќевања.

X5: СПА услуги во бањските објекти ќе го зголемат бројот на бањски туристи особено на помладата популација.

X6: Инвестирање во изградба на нови објекти ќе доведе до поголеми сместувачки капацитети и поголем број на туристи.

1.6. Методи на истражување

Методологијата претставува посебна дисциплина која ги изучува методите коишто науката ги користи во напорите за откривање на вистината за одделни прашања и проблеми. Со други зборови, таа е наука за методите на научните истражувања. Методологијата ги опфаќа објектот на анализа, целите и начините на создавање теории, интерпретацијата на определена теорија, критериумите врз основа на кои се оценуваат теориите и сл.

Статистичката методологија може да се дефинира како методологија за квантитативно испитување на масовните појави. Целта на статистичката методологија е да се одреди квантумот на некоја масовна појава во одреден момент, во точно дефиниран временски интервал и во точно определено место и при точно утврдени фактори, настани и околности што влијаат на постоењето и менувањето на квантумот на испитуваната појава.

Начинот т.е. патот до кој може да се дојде до определени сознанија обично се состои од теоретски и емпириски дел. Теоретскиот дел за осознавање на предметот кој се проучува е опфатен преку консултирање (читање, слушање и учење) за областа на истражување. Емпирискиот дел се заснова врз искусвени сознанија, стекнати сознанија добиени при следење на факторите воочени во практичниот живот и работењето и извлекувањето на искуства од анализата на тие фактори. Со комбинација на овие два пристапа на истражување наречени како методолошки пристап се доаѓа до пообјективно осознавање на предметот кој се проучува.

Имајќи ги во предвид предностите и слабостите на методите на истражување, при изработката на докторскиот труд, заради поцелосна опфатеност на проблемот на истражување, ќе се користат квалитативни и квантитативни методи на истражување. Резултатите од истражувањата ќе се комбинираат и обработат врз основа на што ќе се донесат финални заклучоци.

Методи кои ќе бидат користени во овој докторски труд се:

- Анализа - анализата ќе се врши врз основа на претходно проучувана научно – теоретска содржина што вклучува евалуација на сите достапни материјали. Овие материјали вклучуваат литература, книги, списанија и весници, извештаи, релевантни публикации, on-line бази на податоци, како и сите други објавени материјали;
- Методот на компарација односно споредба ќе се користи за да се направи споредба помеѓу бројот на бањски туристи и ноќевања во Република Северна Македонија со некои од европските држави;
- Метода на докажување и негирање, која има за цел да ја потврди односно негира поставената хипотеза;
- Метод на компилација - преземање туѓи мисли/цитати, ставови поврзани со научно истражувачката работа; и
- Историска метода - со цел да се открие потеклото на бањите.

Собраните податоци, ќе бидат статистички обработени заради изведување на заклучоци. Статистичката обработка овозможува рангирање, табеларно и графичко обликување на обработените податоци.

Како техника на собирање податоци е користена анкета за да се добијат податоци од страна на бањските туристи, а кои ќе ни помогнат во утврдување на причините за доаѓање во бањите, начинот на кои дознале за бањата, која возрасна група најчесто ги посетува бањите, и сл. На крај од анкетниот прашалник ќе се користи Ликертова скала која што ќе ни помогне да ги утврдиме туристичките потреби и бенефити од користењето на бањите, а воедно и ќе ни помогне за полесно донесување заклучоци и препораки.

1.7. Извори на податоци

Изворите на статистичкото истражување се преземани директно од статистичките годишни извештаи на:

- МАКстат база на податоци на државниот завод за статистика на Република Северна Македонија;

- државниот завод за статистика на анализираните држави;
- директно од статистиката на анализираните бањски центри во Р.С. Македонија; и
- сопствена анкета.

1.8. Начин на обработка и интерпретација на резултатите

Најпрво е даден сумарен приказ на добиените и обработени податоци од спроведената анкета, а потоа поединечно е разработено секое прашање.

Секое од прашањата се претставени табеларно и графички. После секој графикон следи детален опис на одговорите добиени од прашањето. При разработувањето и презентирањето на одговорите се користи процентуален сооднос, медијана и средна вредност, како и споредба на добиените вредности со средната вредност.

За анализа на Ликертовата скала користени се следните статистички методи: медијана, модус, стандардна девијација, варијанса и одредување на средната вредност.

Средната вредност е попозната како „просечно“. Средната вредност е една од најважните и најчесто користените мерки на централна тенденција. Се пронаоѓа со собирање на сите податочни точки и делење со бројот на податочните точки.

Медијана е средниот број кој се пронаоѓа со подредување на сите точки на податоци и избирање на оној во средината (или ако има два средни броеви, земајќи ја средната вредност од тие два броја).

Модус е најчестиот број, односно бројот што се појавува најмногу пати.

Стандардна девијација е мерка за тоа колку се дисперзирани податоците во однос на средната вредност. Ниската или малата стандардна девијација покажува дека податоците се цврсто групирани околу средната вредност, а

високото или големото стандардно отстапување покажува дека податоците се повеќе распространети. Ако има ниско стандардно отстапување (блиску до 1 или пониско), тоа сугерира дека точките на податоци имаат тенденција да бидат поблиску до средната вредност (исто така наречена и очекувана вредност), што укажува на мала варијанса. Ова се смета за „добро“ во контекст каде што се посакува конзистентност или предвидливост. Спротивно на тоа високото стандардно отстапување (повисоко од 1) покажува дека точките на податоци се шират на поширок опсег, што означува голема варијабилност. Во нормална дистрибуција, стандардното отстапување од 1 значи дека приближно 68% од податочните точки спаѓаат во една стандардна девијација од средната вредност (просек), додека околу 95% лежат во рамките на две стандардни отстапувања и приближно 99,7% се во рамките на три стандардни отстапувања.

Варијансата е мерка за варијабилност, односно ја претставува распространетоста помеѓу броевите во множеството податоци. Се пресметува со земање на просекот на квадратните отстапувања од средната вредност и претставува статистичко мерење кое се користи за да се утврди колку е оддалечен секој број од средната вредност. Колку повеќе се шират податоците, толку е поголема варијансата.

1.9. Оправданост на истражувањето

Општествена и научна оправданост на ова истражување се гледа во тоа што бањскиот туризам, како специфичен вид на туризам во светски рамки бележи постојан пораст и претставува значаен дел од туристичката понуда на голем број земји. Во овој докторски труд е направена анализа на потенцијалите на бањските центри кои се наоѓаат во Р.С. Македонија. Истражувањето на потенцијалите за развој на СПА туризмот во Р.С. Македонија покажува дека и покрај можностите кои ги има државата, бањскиот туризам не е на задоволително ниво, пред се во однос на бројот на туристите кои ги посетуваат бањските места и должината на нивниот престој што се должи на непостоење квалитетна туристичка понуда и современи сместувачки капацитети. Според Националната стратегија за здравствен туризам, во Р.С. Македонија во бањите

најчесто доаѓаат домашни посетители и добиваат основни здравствени услуги во скромни услови. Долги години кај некои од нив немало никаква инвестиција, но гледајќи од друга страна секоја од бањите има големи потенцијали за развој. Ако пак се земе предвид дека во државата има над 60 извори на минерална вода, а само 8 бањи, повеќе од очигледно е дека имаме потенцијал за развој на бањски туризам и инвестирање во нови објекти. Покрај потребите за инвестиции се јавува и потреба од поголема промоција на бањите, како локално така и регионално и меѓународно. Ова истражување има за цел да укаже на потенцијалите за развој на бањскиот туризам и подобрување на туристичката понуда врз основа на потребите на посетителите што би донело до поголем број на домашни, но и странски туристи.

Глава 2. Општи сознанија за бањскиот туризам

2.1. Општи поими за туризмот

Поимот туризам потекнува од зборот „tour“, кој значи патување, а според досегашните истражувања се смета дека се појавил уште во 1800 година во литературата во Англија. Поимот туризам денес е интернационализиран и прифатен од сите јазици во светот, што е сосема логично имајќи во предвид дека туризмот е светско движење и еден од најважните феномени во современиот свет (Јаковлев З., 2018). Изразено во бројки, според истражувањата на Светската туристичка организација (1999), почнувајќи од 80-тите години на 20-тиот век, просечниот раст на туристичкиот промет е 4,3%, за да во 2000-та година истиот се зголеми за 7,4%, а бројот на туристи изнесувал 698 милиони.

Туризам е значајна активност, која што вклучува патување за рекреација, одмор или бизнис цели. Според Светската туристичка организација туризмот е социјален, културен и економски феномен кој подразбира движење на луѓе во земји или места надвор од нивното место на живеење за лични или деловни/професионални цели.

Туризмот, како општествено – економска активност, е поврзан со бројни активности во рамките на економскиот и општествениот систем и, според тоа, може да се подели на следните составни делови:

- **Потрошувачи** (купувачи) кои, обично, се означуваат како туристи;
- **Произведувачи и/или добавувачи** на производи и услуги (угостителство, трговија, локален сообраќај, комунални и други активности) или туристички сервиси; и
- **Брокери или посредници** на системот, каде припаѓаат посредници помеѓу произведувачи и потрошувачи на туристички добра, трговци на големо и мало или агенти и превозници во авионскиот, железничкиот, друмскиот и поморскиот сообраќај. (Димитров Н., Ангелкова Т., 2014).

Светската туристичка организација ги дефинира туристите како луѓе кои “патуваат и остануваат во места надвор од нивната вообичаена околина повеќе од 24 часа и не повеќе од една последователна година за одмор, бизнис и други цели кои не се поврзани со извршување активност исплатена во местото каде што се посетува“. Како дестинации се означуваат местата кои ги посетуваат туристите, па според тоа, туристичка дестинација е одреден географски регион во кој посетителот остварува различен облик на туристичко искуство.

2.2. Видови туризам

Во огромниот број на туристи кои остваруваат различни туристички движења, секој од нив има различни интереси кои треба да ги задоволи. Некои туристи сакаат капење, други скијање, некои сакаат планинарење и сл., но како најважен фактор кој одлучува каде и колку долго ќе го поминат својот одмор туристите се нивните финансиски можности, односно парите. Меѓутоа, освен тоа што туристите сакаат, задоволувањето на потребите зависи и од туристичката понуда односно она што им се нуди на туристите (Јаковлев З., 2018). Критериумите за дефинирање видови туризам се бројни и разновидни и произлегуваат од обемот на квантитативно – квалитативните сличности и разлики на учесниците во туризмот, како и од односите што постојат меѓу туризмот и географската средина (Димитров, В., Н., Котески, Ц., (2015). Во литературата можат да се сретнат разни видови туризам меѓу кои: планински, летен, рурален, религиозен, вински, меѓународен. Но, ниту една поделба на туризмот не може да се сфати како конечна бидејќи секој има свои аспекти и свои методи кога сака да претстави поделба на туризмот. Во продолжение следуваат некои од поделбите на туризмот:

- Според **туристичките потреби** туризмот може да се подели на рекреативен и културен;

- Според **атрактивно-мотивациските вредности** туризмот може да се подели на: приморски туризам, поморски туризам, нудизам, планински туризам, здравствен туризам, езерски туризам, речен туризам, ловен туризам,

риболовен туризам, градски туризам, рурален (селски туризам), манифестациски туризам, верски туризам, спелеолошки туризам;

- Според **државната припадност** на туристите туризмот може да се подели на: домашен туризам и меѓународен туризам;

- Според **туристичката сезона** туризмот може да се подели на: летен туризам и зимски туризам;

- Според **возраста на туристите** туризмот може да се подели на: детски туризам, младински туризам, туризам во зрела возраст, туризам во трета доба;

- Според **социјалниот статус** на туристите туризмот може да се подели на: ученички туризам, деловен туризам, пензионерски туризам и монденски туризам;

- Според **начинот на организација** на туристичките патувања туризмот може да се подели на: индивидуален туризам, фамилијарен туризам и групен туризам;

- Според **должината на престојот** на туристите туризмот може да се подели на: стационарен (престоен) туризам, екскурзивен туризам, излетнички туризам и транзитен туризам; и

- Според **превозното средство** туризмот може да се подели на: железнички туризам, автомобилски туризам, воздухопловен туризам и наутички туризам.

2.3. Туристичко однесување и неговите фази

Rearce (2005) сугерира дека многу од она што е напишано за туристите и нивните погледи на патувањето е социолошко и често се однесува на општествени структури и апстрактни системи, но сепак може многу да се добие

со блиска анализа на мотивациите и искуствата на туристите. Clawson и Knetsch (1996) предложија туристичкото однесување да вклучува пет фази:

1. Очекување или пред купување;
2. Патување до дестинацијата;
3. Искуство на локацијата;
4. Патување назад; и
5. Продолжена фаза на потсетување и сеќавање.

Првата фаза вклучува планирање, подготовка и процес на одлучување пред вистинското патување. Туристичката мотивација има централна улога во фазата на пред патување. Втората и четвртата фаза на туристичкото однесување се однесуваат на вистинското патување до и од дестинацијата. Помеѓу овие фази е искуството на самото место и се однесува на она што туристот го прави и го доживува на дестинацијата. Последната фаза се однесува на личните реакции, а понекогаш социо-еколошките последици од однесувањето на туристот на локацијата за искуствата со потсетувања на настани преку приказни, фотографии и други начини на сеќавање. (Panchal, Jenny H., 2012)

2.4. Здравствен туризам

Здравствениот туризам е еден од најстарите алтернативни видови туризам, а денес бројот на туристи кои за време на патувањето и одморот користат здравствени услуги постојано се зголемува.

Здравствениот туризам може да го дефинираме како потреба на поединецот за здравствено, физичко и психичко опоравување и истовремено задоволување на туристичките потреби.

Во извештајот на Светската туристичка организација од декември 2018, здравствениот туризам се дефинира како „туризам кој ги опфаќа типовите на туризам кај кои примарна мотивација е придонесот за физичкото, менталното и/или духовното здравје преку медицински или велнес активности“. Светската

туристичка организација јасно ја нагласува важноста на овој вид туризам и потребата за негово истражување.

Здравствениот туризам се дели на: медицински туризам, велнес туризам и спа туризам.

Медицинскиот туризам е термин кој се користи за опишување на патување надвор од местото на живеење со цел да се добијат медицински услуги.

Според различни автори постојат различни дефиниции за wellness:

- Според Кели и Смит се дефинира како усогласеност помеѓу телото, умот и духот.
- Според Пренечки и Џонсон претставува спиритуално и мистично патување.

Поимот SPA (sanus per aqua) во превод значи лековито место каде што постои минерален извор.

Основен мотив за вклучување во здравствениот туризам и патување во одредената дестинација е потребата за здравствена нега. Поимот здравствена нега во поширока смисла опфаќа давање услуги за подобрување на здравјето, негово зачувување и рехабилитација (Методијески Д., Тодоровиќ Е., 2023).

Учесниците во здравствениот туризам се мотивирани од повеќе причини и тоа:

- Патување поради лекарски преглед и утврдување дијагноза;
- Патување на пократко или подолго лечење;
- Патување како придружник на болно лице;
- Патување заради контролен преглед;
- Патување поради медицинска терапија;
- Патување за психофизичка релаксација и др.

Авторите Smith и Puczek со својата типологија утврдуваат неколку типови на мотиви, кои ги покриваат класичниот бањски туризам, медицинскиот туризам и велнес туризмот (Smith, M., Puczek, L., 2009). Тие се:

- Физичко лечење: медицински бањи и купатила, лечење со природен терапевтски гас, патување поради операција и посета на места за рехабилитација;
- Третмани за убавина: патувања за козметичка хирургија, посета на хотелски и дневни спа центри;
- Одмор и релаксација: посета на спа центри за уживање, посета на велнес хотели, посета на центри за терапија со бранови;
- Забава: посета на спа ресорти со водени спортови, спортски и фитнес одмори;
- Животна и работна рамнотежа: посета на холистички центри, велнес „работилници“ за деловни луѓе;
- Психолошки: посета на холистички центри, психолошки работилници; и
- Спиритуални: посета на места за медитација, јога центри, одење на аџилак.

Според основните мотиви на учесниците во здравствениот туризам постојат два вида на потрошувачи кои имаат сличен начин на задоволување на потребите и тоа: потрошувачи во здравствениот туризам во потесна смисла (учесници во традиционалниот бањски и медицински туризам) и потрошувачи во здравствениот туризам во поширока смисла кои освен што ги користат природните лековити фактори, консумираат туристички услуги (посета на културни атрактивности, разгледи и сл.). (Методијески Д., Тодоровиќ Е., 2023)

2.5. Велнес туризам

Како современ тренд поврзан со здравствениот туризам во последните децении се почесто се употребува терминот велнес (wellness). Овој поим настанал со поврзување на два англиски зборови wellbeing (добра состојба) и

fitness (да се биде во кондиција/способност). Кога ќе се спомне зборот велнес се мисли на добро духовно и телесно здравје. Значи, поимот велнес не се однесува само на добра здравствена состојба, туку на процес на целосна физичка, ментална и социјална благосостојба (Тодоровиќ Е., Методијески Д., 2023).

Велнесот може да се дефинира на повеќе различни начини. Сарачи (1997) ја доведе во прашање многу цитираната дефиниција од Светската здравствена организација каде здравјето се дефинира како „состојба на целосна физичка, ментална и социјалната благосостојба, а не само отсуството на болест или немоќ“. Тој предложи оваа состојба да одговара многу поблиску до среќата отколку до здравјето. Човек лесно би можел да биде здрав, но не и среќен. Тој тврди дека заедничките егзистенцијални проблеми поврзани со емоции, страсти, лични вредности и прашањата за смислата на животот не ги прават луѓето посреќни, но тие подеднакво и не се строго сведени како здравствени проблеми. Така, концептите на здравје и среќа се малку различни, иако може да се потврди дека се опфатени во терминот „велнес“. Мајерс, Свини и Вимер (2005: онлајн) го дефинира велнесот како „начин на живот“ ориентиран кон оптимално здравје и благосостојба во кои телото, умот и духот се интегрирани од поединецот да живеат целосно во согласност со човечката и природната заедница“.

Според Адамс (2003) ова се четирите главни принципи на благосостојба:

- 1) Велнесот е повеќедимензионален;
- 2) Истражувањето и практиката за здравје треба да бидат ориентирани кон идентификување на причините за благосостојба наместо причини за болеста;
- 3) Велнесот се однесува на рамнотежата; и
- 4) Здравјето е релативно, субјективно или перцептивно.

Последниот принцип подразбира дека благосостојбата е повеќе психолошка отколку што е физичка состојба. Поимот за рамнотежа е исто така многу цитиран, и може да се најдат бројни „тркала на благосостојбата“ кои го истражуваат овој феномен (на пр., Мајерс, Свини и Витмер (2005) цитиран во

Штајнер и Рајзингер). Пучко и Бачваров на сличен начин се осврнуваат на седумте димензии на благосостојбата (SAC 2005): социјални, физички, емоционални, интелектуални, еколошки, духовни и професионални.

Ако велнес туризмот е само релаксација, тогаш може да се каже дека традиционалниот одмор на плажа е ултимативна форма на медитација! Со оглед на дефинициите дискутирани погоре, многу автори тврдат дека треба да се направи некој намерен придонес во психолошка, духовна или емоционална благосостојба на човекот, дополнително на физичката. Ова го зема велнес туризмот од областа на тоа дека е само пасивна форма на туризам со фокус на бегство кон онаа каде туристите се намерно водени со желбата активно да се бара подобрена благосостојба. Во однос на побарувачката може да се каже дека велнес туристите се “активни трагачи по здравје“.

Основни елементи на велнесот се:

- Природни агенци: вода, море, воздух, сонце, ароматични билки;
- Вежби: утринска гимнастика, аеробик, групни вежби;
- Антистрес програми: масажа, јога, топли бањи, сауна, парна бања;
- Здравствени терапии: дијагностика, терапевски третмани, постоперативни третмани, психотерапија, здрава исхрана; и
- Убавина: козметички третмани, маникир и педикир, антицелулитни третмани. (Тодоровиќ Е., Методијески Д., 2023).

2.5.1. Историски развој на здравјето и велнесот низ светот

Многу посетители на современите здравствени и велнес центри честопати не се свесни за културното потекло на третманите во кои уживаат. Можеби не сфаќаат дека индиските ајуветски практики се користеле наназад дури 5000 години пред нашата ера или дека Египќаните во 3000 пне. користеле слични козметики на оние кои се користат денес.

2.5.1.1. Историски развој на здравјето и велнесот во Европа

Историјата на здравствен туризам во Европа има тенденција да се заснова околу бањите и третманите со морска вода, главно поради големиот број на термални и минерални извори и морски брегови. Хидротерапијата или третманите на база на вода се камен темелник на она што европските бањи традиционално го нудат со фокус на здравјето и физичката благосостојба. Сепак, историски гледано бањите се сметале како места за рехабилитација и лекување. Минералната вода, термалната вода, морската вода, кал, климатска терапија, терапија со кислород, биле главниот фокус. Римјаните изградиле многу софистицирани бањи низ цела Европа кои биле составен дел на нивниот начин на живот и се состоеле од низа топли и ладни бањи и финален ладен базен. Римјаните патувале во различни бањи за лековите цели. Спа центрите во Белгија биле едни од најпознатите во тоа време, како и дестинации како Бат во Велика Британија, Баден-Баден во Германија, Будимпешта во Унгарија и Херона во Шпанија. Римските бањи во Херона подоцна биле користени од Арапите окупатори во 12-ти век. Многу од историските бањски градови во Европа биле изградени околу лековитите извори меѓу 14-ти и 16-ти век, како на пример Виши во Франција. Првично патувањето до такви дестинации било вообичаено за кралското семејство или благородништвото, но тоа подоцна се променило. Хидротерапијата била проучувана како научен начин, како друга форма на медицина каде доверба се дава на лековитите својства на водата, па така капењето и пиењето на минералните води се раширило низ Европа во првата половина од 19-ти век. Биле изградени бројни планински климатски одморалишта во Алпите, Карпатите и околу Медитеранот. До 1889 година, имало 188 спа центри во Шпанија. Во Будимпешта бил организиран првиот Меѓународен балнеолошки конгрес (единствениот главен град на бањите во светот) во 1937 година. По Втората светска војна, бањските одморалишта во Западна Европа западнале во стагнација. На пример Бејкон (1998) опишува како бањите во Велика Британија (за разлика од оние во континентална Европа) имале тенденција да бидат затемнети од поморските одморалишта во 19-ти век. Меѓутоа, во комунистичка Централна и Источна Европа и во Советскиот Сојуз

бањите влегле во нова фаза на развој со третмани главно спонзорирани од државата или синдикатите. Бањите станале „лековити комбинати“ за луѓето, базирани на минералните води, климата и останати локални природни ресурси. Сместувачките објекти биле типично големи згради со басени со минерална вода и апарати за лекување, со станбен дел, трпезарии и сали за состаноци. Другите услуги биле речиси отсутни. Финската „златна спа доба“ била во 1800-тите, а густината на бањите била најголема во Европа во раните 1890-ти. Ли (2004) сугерира дека европскиот модел за здравје и благосостојба се заснова на четири елементи: вода, оган, земја и воздух (индиски Ајурведската и кинеската филозофија го прават истото, но на малку поинаков начин). Балансот или усогласувањето на овие елементи, Грчките филозофи го сметале за најважно во благосостојбата на луѓето. Грците и други антички цивилизации верувале дека термалните и минералните води се подарок од боговите и блиску до нив изградиле храмови за разни божества. Во однос на балансирање на елементите, Кнаип, свештеникот од 19-ти век пропишал наизменични топли и ладни бањи, облоги, парни бањи, тушеви, бањи за нозе (Кнаип бањите за нозе може да се најдат во бројни бањи низ целиот свет и денес), како и хербални терапии, исхрана, свеж воздух, сонце и одмор. Ова преставува рана форма на холистичка или интегрирана благосостојба, што е превентивно, но и лековито. (Smith M., Pucsko L., 2008).

2.5.1.2. Историски развој на здравјето и велнесот во Блискиот Исток и Северна Африка

Козметиката за убавина се користела уште во древниот Египет уште од 1400 година пне., вклучувајќи масла за кожа, креми за лице, дезодоранси и сл. Египќаните и Вавилонците користеле капење за да го лекуваат духот и телото. Додека европското капење се фокусира на медицинското или физичкото здравје, Египќаните верувале дека треба да бидат чисти и убави за да достигнат повисока духовност. Чистењето вклучувало пилинг и масажа на кожата во топла бања користејќи јогурт и мед. Се верува дека кралицата Клеопатра (69-30 пне.) се капела во млеко за да ја одржи нејзината кожа мека, па оттука произлегува и

модерен дневен спа третман „Клеопатра бања“. Египќаните користеле термални бањи, додека арапските амами или турските парни бањи играле фундаментална улога во отоманската култура (околу 600 г.) и биле места за социјално собирање и ритуали. При тоа, постоеле посебни квартави за мажи и жени. Уште од времето на Аристотел (304-322 пне.) луѓето го посетувале и Мртвото море за да ги искушат неговите исцелителни води и терапевтската клима, како и обвивките со кал. Во денешно време се повеќе луксузни бањи каде што арапската архитектура и традиција е измешана со западниот стил се отвораат по крајбрежјето на Катар, Саудиска Арабија, Оман и Дубаи. Арапската медицина има тенденција да ја користи Хипократовата „идеја за четири химора“ (жолта жолчка, црна жолчка, флегма и крв), нивните соодветни квалитети (холеричен, меланхоничен, флегматичен и сангвистичен) и нивната природа (топло, суво, влажно и студено) и годишните времиња. Токму овие елементи се потребни за да се биде во хармонија или рамнотежа за да се постигне оптимално здравје. Астролошкото влијание исто така се сметало за важно како и волјата на Алах. Диетата и капењето исто така се сметале важни, како и билни и природни лекови како цимет, каранфилче, како и лекови како опиум, канабис и камфор за да се балансираат телото и умот. Се разбира, еден од главните природни ресурси во овој регион е Мртвото море, кое илјадници години привлекува посетители од целиот медитерански басен. Библиски, тоа било прибежиште за кралот Давид и едно од првите здравствени одморалишта во светот. (Smith M., Puczek L., 2008).

2.5.1.3. Историски развој на здравјето и велнесот во Азија Пацифик

Азиските велнес традиции имаат холистички пристап кон лекувањето на телото, умот и духот како едно, обидувајќи се да ја идентификуваат основната причина за проблемот и поттикнување на телото да се лекува самостојно. Пристапот за природно лекување во Азија обично е вкоренето во традицијата и духовноста, наместо врз основа на природните добра. Ова, е сепак малку поинаку во Јапонија, каде онсените (традиционалните објекти за капење) често се посетени од локалното население кое бара релаксација и медитација. Онсен претставува јапонски топол извор. Бидејќи е вулкански активна земја, Јапонија

има илјадници онсени и традиционално се смета дека имаат духовни суштества кои живеат во нив. Институтот за балнеотерапија е основан од Универзитетот Кјушу во 1931 година и во 1955 година таму имало повеќе од 90 медицински установи лоцирани на минералните извори во Јапонија. Како Европските бањи или арапските амами, онсените се социјални простори, како и локации за прочистување и ритуал.

Културното и историско наследство на Индија претходи дури и на она на Стариот Египет, а Ајурведата („наука за животот“) научниците ја сметаат за најстар исцелувачки систем во светот. Тоа е главната традиција на лекување во Индија, Шри Ланка и Непал. Задача на Ајурведата е да ја поправи рамнотежата преку соодветна диета, терапии со масло и масажа, хербални лекови, јога и медитација. Духовноста е особено важен и вроден дел на повеќето азиски традиции, а особено во Индија.

Кинеските практики се фокусираат на поединецот и обезбедуваат уникатна комбинација терапии засновани на „трите богатства“:

- Енергија-или животна сила, наречена Чи;
- Џинг-суштината која владее со виталноста и долговечноста; и
- Шен-умот или духот одговорен за свеста и менталната способност.

Секогаш има обид за балансирање на Јин (женски, ладен, статичен) и Јанг (машки, топол, динамичен), спротиставени, но комплементарни сили кои управуваат со Чи. Филозофијата на Јин и Јанг е дополнително усовршена со теоријата на пет елементи: земја, оган, метал, вода и дрво, каде секој ги негува и поддржува другите. Оваа рамнотежа на енергија и елементи ја формира основата на филозофијата на Фенг Шуи. Кинеската медицина како и индиската Ајурведа има холистички и превентивен пристап кон здравјето, вклучувајќи исхрана, движење, духовна и емоционална благосостојба.

Тајланд е познат по тајландската масажа која се изведува во велнес центрите насекаде во светот. Се изведува на облечени луѓе, а вучува систем

на истегнување, олабавување на зглобовите и олеснување на мускулната тензија преку движења слични на јога. Техниката е стара околу 2500 години и е развиена од ајурведец доктор, Шиваго Комарпај. Масажата има духовна, но и физичка димензија.

Развојот на современиот азиски пазар на бањи е релативно млад во споредба со Европа. На пример, трите главни бањи во Тајланд не беа отворени се до 1993 година. До 21 век, Тајланд, Сингапур и Индија станаа главна дестинација за медицински, особено хируршки туризам. (Smith M., Puczko L., 2008).

2.5.1.4. Историски развој на здравјето и велнесот во Африка

Африка има широк спектар на билки и растенија кои биле користени со векови за здравје и исцелување. Масаи племињата, луѓето во Кенија и Танзанија си прават масажи еден на друг за да ги олеснат грбот и рамењата по носење тежок товар или лов по цел ден. Војниците Зулу имале различни начини на подготовка за престојната борба, користејќи физички, психолошки и духовни техники. Античките Бушмани во земји како Боцвана користеле комбинација на тапани и транс танц за лекување на болести. Одморалиштата на висока надморска височина биле широко распространети и имаат важни терапевтски, па дури и профилатички функции против тропските болести. Министерството за колонии има објавено билтени кои акредитираат голем број бањи за кои се смета дека третираат тропски болести како маларија и жолта треска. Јужна Африка била особено богата со термални изворски одморалишта.

2.5.1.5. Историски развој на здравјето и велнесот во Америка

Јасно е дека кога зборуваме за Америка, мора да се направи разлика помеѓу модерните бањи во последните 100 години во САД и Канада, Централна и Јужна Америка и традициите на домородните народи низ целиот регион кои им претходеа на тие бањи илјадници години претходно. Јужна Америка има илјадници топли извори, вулкански термални водопади (на пр. Костарика,

Еквадор или Карибите), од кои некои биле користени од домородните народи како што се Инките. Влијанијата на античките цивилизации се распространети низ целиот регион. На пример во Марома Спа (Мексико) ориентацијата на собите ја следи античката традиција на Маите, што наводно ќе овозможи позитивна енергија од планетите и ѕвездите да дојдат во собите. Според духовноста на Маите ова исто така има добро влијание и на душата и на телото на оние кои престојуваат во собите.

Зборот Темазкал, на нахуатлскиот јазик е комбинација од зборовите Темаз, што значи бања и Кали, што значи дом. На церемониите ја практикувале Маите и другите домородни групи како терапевтски и прочистувачки ритуал. Мексиканската ривиера на Маите, исто така, може да се пофали со една од најобемните сорти на домашни билки во светот. Затоа, спа третманите имаат тенденција да понудат комбинација на природни морски елементи со домашни билки и ароми. Традиционално, домородните Американци гледале на минералните и лековитите извори како инхерентна духовност. Ритуалите и традициите варираат од регион до регион и од племе до племе. Тие често вклучувале молитви, тапани и приноси за духовниот свет. Во 1806 година, се случило првото спојување на домородните традиции и модерните спа култури, кога Џон Арнолд од Род Ајленд го отворил првиот спа со европски стил во САД во Саратога (Њујорк).

Американскиот хидропатски институт е отворен во Њујорк во 1851 година и е првото медицинско училиште засновано на принципите на лекување со вода. Концептот „натуротерапија“ исто така потекнува од Њујорк. Се фокусира на виталната лековита сила во телото, како и на третмани базирани на вода, свеж воздух и сончева светлина, релаксација и психолошко советување.

Вежби во вода биле развиени во раните 1920-ти за оние кои имаат проблеми со мобилност. Сепак, генерално на почетокот бањите во Америка имале тенденција да бидат повеќе социјални отколку терапевтски. Првата фитнес бања, Ашрам, дебитирала во Калифорнија во 1974 година. До 1997 година, иновативните американски лекари почнаа да воведуваат „медицински

бањи“, комбинирање на западната и холистичката медицина во луксузна, спа инспирирана средина, овозможувајќи истовремено и спа услуги. Генерално, во последните 40 години или повеќе, во Америка се појавија таканаречени „супер бањи“ кои ја чуваат приватноста на поединците, одвојувајќи ги од надворешниот свет, така што ќе можат да се релаксираат и да се подмладат. (Smith M., Puczeko L., 2008).

2.6. Медицински туризам

Медицинскиот туризам може да се дефинира како процес на патување надвор од земјата на живеење со цел да се добие медицинска нега. Во минатото медицинскиот туризам се однесувал на патување на пациенти од помалку развиените во развиените држави за да добијат третмани кои не се достапни во нивната земја. За разлика од тогаш, денес луѓето патуваат од побогатите во помалку развиените земји со цел да добијат здравствени услуги, како резултат на тоа што во помалку развиените земји можат да добијат третмани по ниски цени, достапноста на евтини лекови и зголемениот маркетинг и информациите на потрошувачите преку интернет за достапноста на медицинските услуги.

Според (Conell, 2010) медицинскиот туризам е важен од повеќе причини: разочарување од медицинскиот третман дома, недостаток од здравствена грижа по прифатлива цена, во разумно време или во симпатичен контекст, несоодветно осигурување, пораст на висококвалитетна медицинска нега во земјите во развој, нерамномерни легални и етички реакции за сложените здравствени прашања и поголема подвижност.

Она што навистина го става зборот „туризам“ во концептот на медицински туризам е тоа што луѓето по медицинската процедура, често се случува да останат во странската земја, искористувајќи ги предностите на нивната посета со разгледување на знаменитости, едnodневни патувања или учество во какви било други традиционални туристички активности.

Најчестите типови на процедури кои пациентите ги спроведуваат за време на патувањата во медицински туризам се: селективна естетска хирургија, стоматологија, трансплантација на органи, кардиохирургија и ортопедска хирургија.

Сепак, може да се добие широк спектар на услуги преку медицински туризам, кои се движат од различни основни третмани до различни видови традиционални и алтернативни третмани. Расте популарноста на репродуктивниот туризам и репродуктивниот аутсорсинг, што е практика на патување во странство за вклучување во сурогат бременост, ин витро оплодување и други методи на асистирани репродуктивна технологија.

Третманите достапни во странство за потенцијалните медицински туристи се широки и можат да се поделат на:

- Козметичка хирургија (гради, лице, липосукција);
- Стоматологија (козметичка и реконструкција);
- Кардиологија/кардиохирургија (бај-пас, замена на вентил);
- Ортопедска хирургија (замена на колк, обновување на површината, замена на колено, операција на зглобови);
- Баријатрична хирургија (гастричен бај-премин, гастричен завој);
- Плодност/репродуктивен систем (ИВФ, промена на пол);
- Трансплантација на органи, клетки и ткива (трансплантација на органи; матични клетки);
- Очна хирургија; и
- Дијагностика и прегледи.

2.7. Бањски туризам и негово дефинирање

Бањскиот туризам спаѓа во групата на здравствен туризам. Можеме да го дефинираме како посета и престој во специјализирани објекти кои даваат можност за лекување и релаксација преку користењето на термалната вода. Бањите можеме да ги дефинираме како места кои се посветени на

унапредувањето на квалитетот на животот преку различни професионални услуги кои го потпомагаат обновувањето на телото, духот и умот (Jovanović V.,2013).

ISPA (2007) ги дефинираат бањите како „места посветени на подобрување на целокупната благосостојба преку разновидни професионални услуги кои поттикнуваат обнова на умот, телото и духот“. ISPA, исто така, ги дефинира клучните елементи на искуството во бањата:

- Опуштање (на пример, управување со стресот);
- Рефлексија (на пример, медитација);
- Ревитализирање (на пример, енергија и подмладување); и
- Радост (на пример, среќа и забава).

Тешко е да се направи разлика помеѓу бањи и поопшти форми на велнес. Сега има бројни потсектори во бањскиот туризам и веќе не е доволно едноставно да се користи ознаката „спа“ и да се претпостави дека туристите ќе знаат што да очекуваат (Melanie Smith,2008). Перцепциите многу се разликуваат, на пример, туристите во Централна и Источна Европа се многу запознаени со концептот на историски медицински бањи, додека други посетители (на пр. од Соединетите Американски Држави или Обединетото Кралство) би очекувале нешто слично на салон за убавина.

Бањите се од многу сложена и разновидна природа. Оваа разновидна природата започнува со името и неговите веројатни значења. Bath, baño, bad, therme/terme, grotto, spa, kúpele, fürdo – сите значат термална вода на база спа, на различни јазици. Преведено од оригиналниот јазик често се користи терминот „спа“, но овие установи навистина не се секогаш бањи.

Бањите може многу да се разликуваат во однос на она што го нудат, т.е. нивните услуги или снабдување со третман, сепак, тие имаат една заедничка работа, а тоа е стремеж за подобрување на здравјето и благосостојбата.

Видовите топли и минерални извори што се користат за здравствени и велнес бањи во секторот на термален туризам во голема мера зависат од присуството на поволни минерални компоненти и соодветен температурен опсег со цел да се користат за терапевтски третман како балнеологија, хидротерапија или термализам. Термалните извори може да се користат и директно за снабдување на здравствените установи како што се болниците и спа и други велнес објекти со употреба на термалната вода за хидротерапија и балнеологија. Обновениот светски тренд кон употреба на природни топли и минерални извори како лековити ресурси за терапевтска употреба, и внатрешно и надворешно, всушност се заснова на интересот на заедницата за овие извори уште од античко време.

Капењето со топли бањи често е вклучено во пакет зделки или вклучувајќи престој во луксузни одморалишта или во другиот крај од спектарот е вклучен заедно со екстремните спортови во екстремни средини (пешачење, тренинг и тури на лов) преку нивно спојување со природни термални извори за да го забрза закрепнувањето од напорните активности. Всушност, интеграцијата на топлите извори во комбинација со природната средина привлекува милиони посетители секоја година и нивната популарност за одржување и подобрување на здравјето и благосостојбата станува се поголема.

Повеќето бањи имаат некаква форма на третмани базирани на вода, сепак има разлика помеѓу минерални, термални и лековити води (Melanie Smith, 2008):

- **Минерални води:** има барем одредена количина на растворени минерали што е минимум 500 mg/l или 1000 mg/l;
- **Термални води:** природни води кои се најмалку 30° C или 32° C на изворот (ова може да варира од земја до земја); и
- **Лековити води:** лековитите ефекти треба да се докажат, т.е. врз основа на докази.

Бидејќи модерен концепт на бањи е воспоставен во Соединетите Американски Држави, една од најсеопфатните категоризации на бањите доаѓа од International Spa Здружението (ISPA, 2007 и списанието Spafinder, 2007):

- **Клуб спа** – е објект кој нуди првенствено фитнес услуги, како и неколку други услуги што им се даваат на дневните корисници вообичаено преку бањи во поширока смисла;
- **Дневен спа** – е објект кој нуди програми за убавина, фитнес и велнес без сместување, а времетраењето на услугите варира помеѓу час и цел ден;
- **Спа хотел** – бања што нуди хотелско сместување и нормално инклузивни програми дизајнирани да обезбедат физичка, духовна и ментална рамнотежа;
- **Холистички спа** – бања што нуди алтернативна терапија и диета (на пример, вегетаријанска или макробиотска кујна);
- **Медицински спа** – е објект кој нуди традиционална и комплементарна терапевтска и здравствена заштита како и други бањски услуги, а може да е поврзана и со здравствени установи;
- **Бања** – бања изградена да користи природни минерали, лековита или морска вода лоцирана до самиот извор со нудење хидротерапија на гостите;
- **Спа-одморалиште** – одморалиште на оддалечена локација со убаво природно опкружување нормално одвоени од цивилизацијата, нудејќи широк спектар на велнес услуги и програми во all inclusive аранжман за гостите;
- **Спортска бања** – установа која нуди спа услуги и специјални спортски програми (второто може да се движи од голф преку скијање и риболов до обука за трчање на маратон); и
- **Структурирана бања** – установа која работи според строги правила, која им нуди на гостите шанса да постигнат одредена цел (на пр. губење на тежината).

ISPA го претставува северноамериканскиот пристап кон бањите. Врз основа на нивните проценки најголемата категорија на бањи (во Северна Америка) е дневната бања.

Меѓутоа, во Европа истото име „спа“ има сосема поинакво значење. Како што изјавува Европската асоцијација за бањи (ESPA, 2007):

Целта на Европската асоцијација за бањи е да ги промовира бањите и балнеологијата во Европа и да се грижи дека природните лекови врз основа на минералната вода, пејзажот и климата ќе бидат достапни на што е можно повеќе граѓани и посетители.

Оваа цел е многу заснована на природни лековити средства, особено лековити води додека северноамериканската дефиниција ги влече своите корени во здравството во многу поширок контекст. Имајќи повеќе од 1.200 бањи и здравствени одморалишта во Европа (проценети од ESPA, 2006), од кои многу се медицински почитувани здравствени центри, овие бањи имаат малку потесна ориентација, односно да се обезбеди физичко лекување на посетителите кои се често наречени пациенти. На пример, во историските медицински бањи во Централна и Источна Европа има медицинско лице кое ја надгледува дадената нега на гости и туристи, од кои многумина ги посетуваат бањите врз основа на препорака од лекар (Melanie Smith, 2008).

2.8. Средина на здравствен и спа туризам

2.8.1. Изградена средина

Варијациите во изградената средина најдобро може да се илустрираат со споредување и спротиставување на само три различни типови објекти.

Првиот е ротембуро на отворено (бања со топла изворска вода) насекаде во Јапонија и други земји, каде базените за капење се откриени, додека помошните објекти се генерално ограничени на покривање на местата за

пресоблекување и складирање облека (често само покрив). Природниот амбиент е клучот за уживањето во објектот исто како и топлата вода.

Поразвиен тип се наоѓа во алпското село Ханмер Спрингс во близина на Крајстчрч, Нов Зеланд (најдобра атракција за посетители во 2004 и 2005 година), им нуди на посетителите широк спектар на искуства, од уживање базирано на бања до семејни забавни базени. Комплексот има девет отворени термални базени, три базени со сулфур и четири приватни термални базени, како и сауна/парна соба. Дополнително, базен со свежа вода која се загрева, дел за семејни активности, комплет со тобогани, водени играчки и пикник област, Ханмер Спрингс со сигурност нуди за сите по нешто. Температурата на базените за капење се движи од 33 до 42 степени целзиусови, а геотермалната вода се црпи од дупка во непосредна близина на селото. Дополнително на капачкото искуство е опсегот на масажа и третмани за убавина од обучени професионалци. Овие третмани вклучуваат швајцарска и спортска масажа, детоксикациони облоги за тело и ароматични фацијали. Покрај тоа, постои кафуле и термалните базени се на лесна движечка дистанца со целиот опсег на сместување, продавници, терен за голф и други погодности. Во зима, посетителите на Ханмер Спрингс се оддалечени само еден час возење од две скијачки области. Други активности на отворено вклучуваат: пешачење во околните шуми, планински велосипедски патеки и низа други авантуристички активности. Изворите се отворени 364 денови во годината.

Можеби најсофистицираниот развиен тип на спа објект може да се најде во унгарскиот главен град Будимпешта, поранешен спа град на Римската империја кој беше дополнително развиен под владеење на Турската и Австро-Унгарската империја, каде бањите од овие времиња се уште примаат гости (Ројал Спа на Европа-Будимпешта, 2001) како некои од архитектонски најразвиените здравствени и велнес бањски туристички капацитети во светот.

Данубиус хотел Гелерт и бањата Гелерт ги сочинуваат едни од најпознатите спа одморалишта во Будимпешта. Комплексот е базиран на хотел со четири ѕвезди отворен во 1918 година, а го сочинуваат внатрешни и

надворешни базени, џакузи, бранова бања, термални бањи и парни соби, како и медицински установи и вообичаениот опсег на сместување. Медицинскиот дел нуди балнеотерапија, електротерапија, физиотерапија, хидротерапија и медицинска масажа. Во овој случај базенот и бањата се засноваат на искористување на минералните топли извори на Гелерт Хил, водоносен слој на геотермалното поле на Будимпешта, забележано по содржината на калциум, хидрокарбонат, сулфат и магнезиум уште од праисториско време.

Основен дизајн на изградената и технолошка средина

Најчестите здравствени и велнес спа објекти обично ги вклучуваат следните компоненти во изградената средина (Списание за пронаоѓење луксузни спа, 2006):

- простории за влажен третман (може да бидат машки, женски и/или вообичаени);
- простории за сув третман;
- бањи и тушеви;
- лаборатории;
- области за прием, релаксација и чекање;
- соблекувални;
- малопродажни области;
- административни и поврзани области на услуги;
- салони за убавина;
- фитнес области;
- кафуле; и
- сместување.

Тие, исто така, обично обезбедуваат визуелна средина, користат бои и текстури за да се создаде чувство за изолација (мир, безбедност) од надворешниот свет и внимаваат на начинот на кој изградената средина може да го подобри целокупното искуство.

2.8.2. Здравствена средина

2.8.2.1. Објекти и третмани

Се почесто модерните здравствени и велнес спа објекти се користат за промовирање на здравјето како и здравиот начин на живот кај посетителите и локалното население. Пакетите за патување кои комбинираат медицински прегледи или третман со забавни и релаксирачки активности уживаат во постојан раст на популарноста. Типичен пакет од овој тип вклучува на патникот да му биде даден обемен медицински преглед или третман во болница пред да ужива во релаксирачки и терапевтски престој во спа одморалиште со топла или минерална вода. Овој тип на “турнеја“ е вообичаен во Европа, беше вообичаен во Соединетите држави во минатото и сега станува се попопуларен во Азија, Пацифички регион. Еден пример за такви тури се нуди во одморалиштето Јубара Онсен во Окајама, град во Западна Јапонија со многу топли извори. Пакетот нуди општ медицински преглед и какви било изборни тестови, како што се абдоминален ултразвук или респираторни тестови. Обучениот персонал потоа ги советува посетителите за основите на користење на топлите извори за терапевтска корист. Оваа програма е дел од проектот за промовирање на градот како дестинација за патници заинтересирани за терапевтско капење и ја има добиено ентузијастичката поддршка од локалната болница, чии претставници ја сметаат како важен пристап кој ги поврзува медицинските третмани со куративната средина.

Болниците и клиниките се во можност да ја користат скапата медицинска опрема што ја поседуваат за да извлечат комерцијални приходи, додека туристичките агенции се во можност да го искористат растечкиот пазар на бејби бумер генерации. Други земји во Азија Пацифички регион почнуваат да обезбедуваат се повеќе и повеќе ваков тип на услуги (на пример Малезија, Индија, Тајланд).

Клиентите на здравствените бањски објекти се сегрегирани и го поминуваат своето време учествувајќи во програми за капење и вежбање, како

и во јадење храна со здравствени придобивки. Овие пакети се нудат од ноември 2004 година, а стандардниот престој е четири ноќевања. Индустриските аналитичари предвидуваат дека повеќе и повеќе медицински пакети за патување и велнес одморалишта да се појавуваат во годините што следат (Лунд, 2002) како што медицинскиот туризам станува се поважен елемент на туристичката индустрија.

Како резултат на тоа, без оглед на постоењето на други извори на топла и минерална вода, ваквите објекти се дуплираат низ целиот свет, а постарите објекти се обновуваат. Во повеќето случаи објектите содржат мешавина од приватни простории за лекување и луксузни јавни простории, од кои некои се пософистицирани медицински установи, но сите се дизајнирани да обезбедат опсег на:

- спа и велнес третмани;
- велнес производи;
- медицинска/козметичка медицинска поддршка и третман;
- алтернативни и холистички терапии;
- фитнес режим; и
- често во последниве години професионални велнес програми.

2.8.3. Деловно опкружување

Деловното опкружување на здравствените и велнес спа објекти се состои од:

- постоечки модели на посетители, потенцијални пазари;
- атрактивност на основните и помошните услуги што ги нуди операторот;
- ставовите на локалната заедница и
- надворешен пристап, регулаторни, работни и финансиски рамки на бизнисот под кои мора да работи, како и самите бањски објекти. (Cooper C., at all,2009)

2.9. Туризмот и користењето на природни топли и минерални извори

Идентификувани се неколку директни врски меѓу туризмот и топлите извори. Прво, изворите и нивните често поврзани геотермални феномени обезбедуваат богатство на атракции и естетска привлечност за туристите и уникатно место во кое може да се одвива туризмот. Во некои делови од светот, физичката морфологија на изворите резултира со уникатни природни пејзажи кои привлекуваат посетители од сите делови на светот (на пр. Памуккале во Турција; Националниот Јелоустоун Парк во Вајоминг, САД). Вториот однос на важност доаѓа преку тоа што топлите и минерални извори се користат како алтернативни здравствени ресурси. Во текот на доцниот 20 век ново значење во врска со фитнесот и благосостојбата се појавија ширум светот и последователно се претворија во начин на животот кој ги опфаќа сите возрасни и приходни групи. За многумина оваа зголемена свест за потребата од активно одржување на здравјето и благосостојбата опфаќа превентивни терапии базирани на посети на здравствени и велнес одморалишта и бањи. Конечно, минералната изворска вода ја поддржува огромната „минерална вода во шишиња“ индустрија која претставува уште еден дел од велнес движењето кое, иако флаширана минерална вода отсекогаш била достапна во европските земји, сега е велнес атрибут во повеќето делови на светот. Зголемената свест за импутираните здравствените придобивки од таквите води добија аура на суштински елемент за многу потрошувачи, дури и за оние кои инаку не користат топли и минерални извори за каква било велнес намена.

Сумирано, употребата на топли и минерални извори е комплексна појава која е значително под влијание на многу човечки активности, вклучително и населување, туризам и рекреација. Туристичката употреба на топлите извори во светот мора да се следи и добро да се управува за да се овозможи зачувување на природното и културното богатство на овие уникатни екосистеми за сегашните и идните генерации. Треба да се направи разлика помеѓу туризмот заснован на употребата на самата топла вода и често поврзаните третмани за велнес/терапија за убавина кои може или не ги користат овие ресурси.

2.10. The travel career pattern (TCP) модел (шема на патувачка кариера - модел)

Во светлината на делото на Маслов, Пирс (1982, 1988, 2005) и неговите колеги (Moscardo & Pearce, 1986; Pearce & Caltabiano, 1983; Pearce & Lee, 2005) развија пристап од оригиналната теорија на хиерархија на потребите. Маслоувиот модел (1954, 1970) тврди дека човечките потреби се хиерархиски по природа и дека задоволувањето на потребите од пониско ниво е предуслов за достигнување на потребите на највисоко ниво; хиерархијата се состои од физиолошки, безбедносни, припадност/љубов, почит и потреби за самоактуелизација. Едно од најцитираните Маслоу базирани дела на Пирс и останатите е Travel Career Ladder (TCL)- скала на патувачка кариера. Неодамна, TCP – модифицирана верзија на TCL е претстваена како современа замена и подобрена верзија на предходниот пристап со скалилата за патување.

TCL првпат беше воведен од Пирс во неговата книга *The Ulysses Factor* (1988). Структурниот поим на моделите се засноваше на моделот на Маслоу, додека концептот на кариера беше поврзан со делата на Хагес (1937), работа во слободно време. TCL предлага дека постојат пет мотивациски нивоа на патување: потреби за релаксација, безбедност/сигурност, врски, самопочит и развој и самоактуелизација/самоисполнување (Пирс, 2005). Исто така сугерираше дека мотивацијата на луѓето се менува со нивното патувачко искуство. Теоријата сепак беше критикувана и повторно проценета (Bowen & Clarke, 2009; Hsu & Huang, 2008; C.Ryan, 1998) некои коментари се фокусираа на терминот *скала* и неговата аналогија со физичката скала каде што се оди чекор по чекор и се задржува одреден период (Пирс, 2005). Ким, Пирс, Морисон и О'Лери (1996) сугерирале дека поединците можат да започнат со различни нивоа на потреби и тие можат да ги менуваат нивоата во текот на нивниот животен циклус. Пирс (2005), забележува дека TCL не е конструиран како секвенционална теорија која имплицира дека потребите од пониско ниво мора да се задоволат прво пред да се задоволат потребите на повисоко ниво додека поединецот акумулира патувачко искуство.

Намалувањето на TCL аналогјата до физичката скала е важно. Оттука, менувањето на *скалитото* на *шема* (Pearce, 2005; Pearce & Lee, 2005) ги прави теориските хиерархиски компоненти помалку изразени. Употребата на трислојниот концепт на TSP кој сугерира дека јадрото (најважните мотиви: новина, бегство/релаксирање и врска) влијае на патниците на нивното одлучување без оглед на нивните нивоа на патувачка кариера ја де-нагласува аналогјата на TCL на физичката скала и е навистина посеопфатна. Два други слоеви на мотивација го дефинираат TSP кој е умерено важен слој кој има тенденција да се фокусира повеќе на само-подобрување и потребите за контакт на домаќинот со заедницата. Третиот и најмалку важен слој е дефиниран со групирање на донекаде специјалистички потреби вклучувајќи носталгија, романса и авантури базирани на адреналин. И покрај модификацијата на TCL, сепак концептот на патувачка кариера останува суштински за TSP. Затоа, TSP става поголем акцент на промената на моделите на мотивација кои се одраз на нивото на патувачка кариера, отколку на хиерархиските нивоа (Пирс, 2005). Се претпоставува дека туристите ги менуваат мотивациските модели со текот на нивните животни фази и/или со патувачкото искуство.

Оригиналната студија со користење на рамката на TSP користеше двофазен процес: интервјуа и анкета на голема скала (Ли и Пирс, 2002). Фазата на истражувачко интервју ги дава клучните категории на мотиви од 12 извори. Мотивациските категории подоцна беа врамени со користење на постоечка литература и тестирани во голема анкета од 1012 испитаници од различни западни земји. Генерално, студијата откри дека постојат три основни мотивации за патување без оглед на искуствата од патување: новина, бегство/релаксирање и врски. Студијата беше реплицирана во не западни држави (Јужна Кореа), што ги поткрепи наодите во првата студија (Ли и Пирс, 2003). Во втората студија сепак примерокот со повисоки нивоа на патувачко искуство покажува надворешно ориентиран мотиви (саморазвивање преку локацијата на домаќинот). За разлика, испитаниците со помало патувачко искуство покажале внатрешно ориентиран мотиви како романса, автономија и сродство. (Panchal, Jenny H., 2012)

2.10.1. ТСП и велнес и СПА

Не постои разбирање за врската помеѓу ТСП теоријата и велнес. Како и да е студиите за велнес покажуваат посебна зависност од туристичката мотивација. Леа (2006), на пример, ги истражува просторите и масажата на телото за да ја разбере туристичката мотивација, односно физичката димензија на туристите. Во однос на духовните и егзистенцијалните начини на искуство, Смит и Кели (2006б) нудат робусно разбирање на холистичкиот туризам и лансираат парадокс на ескапизам, односно желба да се пронајдат себеси. Исто така, Девараукс и Карнеџи (2006) разговараат за велнес туризмот како можност за размислување за себе и вклучување на заедницата во предизвикувачки амбиент.

Ескапизмот и релаксацијата, основните мотиви за велнес се идентификувани во литературата (Питерсон и Пан, 2007; Мелани Смит и Кели, 2006а, 2006б). Овие мотиви се постојано поврзани со здравјето, имајќи предвид дека физичкото-менталното-духовното соединување е од суштинско значење за велнесот. Додека овие и општиот континуитет на животот се етикетираат како внатрешни мотивации, барањето подобро здравје и повеќе слободно време со семејството се веројатно надворешни мотивации (Питерсон и Пан, 2007).

Во специфичните области на СПА индустријата, релаксацијата често се опишува како основна причина за одење во бањата. Задоволството и подоброто чувство во врска со самиот себеси се основните мотиви за посета на бањите според ИСПА студијата од 2003 година за американските посетители на бањи. Овие причини очигледно не се променети од истражувањето за динамиката на здравјето и фитнесот во 1997 година (Монтесон и Сингер, 2004). Тие исто така открија дека 77% од посетителите на бањите рекле дека би се вратиле во бањата доколку се во мир со себеси по посетата.

Долгорочните ефекти на бањската терапија се поткрепени во медицинските истражувања. Студијата на Штраус-Блаше, Екмекчиоглу, Кламер и Маркти (2000) покажа дека има позитивна промена во благосостојбата на испитаниците месеци по три неделната ресорт базирана спа терапија.

Долгорочните придобивки од спа терапијата се важни. Оттука, може да се тврди дека само-актуелизацијата/само-развивањето, средниот слој од ТСП/ умерено важните мотиви, можат да бидат замислени од туристите- свесно или несвесно- при побарување на спа одмор. (Panchal, Jenny N., 2012)

Глава 3. Потекло, развој и бенефити од бањскиот туризам

3.1. Историски развој на бањскиот туризам

Додека многу луѓе ги поврзуваат традиционалните бањи со римските бањи, постојат докази за терапии од типот на бањи кои датираат илјадници години наназад кога постоело верување во лековитата моќ на минералните води.

Еден од првите пишани извештаи дека капењето се користело како лекувачки процес, а не како ритуал за хигиена, бил античкиот грчки филозоф Хипократ, кој бил жив помеѓу 460 и 370 година пне. (Smith and Puczko, 2009). Хипократ предложил дека причината за сите заболувања е нерамнотежата на телесните течности и се залагал дека „патот до здравјето е да се има ароматична бања и миризлива масажа секој ден“. Овој процес, со користење на капење како третман на болести е познат како балнеотерапија и се смета за основачки принцип на бањското одење. Неговото влијание денес може да се види во се, од третмани со минерали или уживање во топла вода по пливање, до таласотерапија-пливање во морска вода за заздравување на кожата.

Сумерите (околу 4000 години пне.) ги изградиле најраните здравствени познати комплекси кои биле околу топли извори.

За време на бронзената доба (околу 2000 години пне.) ридските племиња во она што денес е познато како Сент Мориц, Швајцарија ги препознале здравствените придобивки од капењето и пиењето вода од минерални извори богати со железо.

Во раната историја, примарната употреба на лековитите бањи била да ги лекува раните на римските војници за време на владеењето на Август од 27 година пне. до 14 година н.е. Во тоа време во Рим имало приближно 170 бањи, познати како терми и не поминало долго пред сите граѓани да почнат да ги гледаат бањите како форма на одмор и релаксација. Во 70 година од нашата ера Римјаните изградиле термичка бања околу топлиите извори во Бат, прва од ваков вид во Британија (John Connell, 2010).

После падот на римската империја употребата на бањи се намалила, делумно поради стравот од пренесување на болести преку заедничко капење, но оживеала стотици години подоцна. Отоманската империја изградила турски бањи во 9ти век, а бањите биле развиени во централна Европа на места како Буда (Унгарија) и Карлови Вар (Чешка), но не биле многу користени до ренесансата кога терапиите со вода повторно станаа повообичаени (Smith and Pucsko, 2009).

“Златната доба“ за бањите за поголемиот дел од Европа бил 18 и 19 век кога станаа модерни за “високото општество“ и биле користени од богатите.

Особено во Централна Европа лековитите функции на бањите станаа се поочигледни, нагласувајќи ја нивната лековита функција и нивно комбинирање во патнички пакети на медицински прегледи со рекреација и релаксација. На глобално ниво денес стотици природни топли извори привлекуваат милиони годишни посетители (John Connell, 2010).

3.2. Потекло на топли и ладни минерални извори

Изворот е природен проток на вода од земјата што може да се појави кога геолошки, хидролошки или човечки сили се сечат во подземните слоеви на почвата и карпите каде што циркулира вода, со што се дозволува водата да се издигне на површината под притисок. Количината на вода што тече од изворите зависи од повеќе фактори, вклучувајќи ја големината на просторите во карпите (волумен на вода), притисокот на водата во водоносникот, големината на акумулирачкиот слив и количината на врнежи што е потребна да се наполни водоносникот. Човечките активности во голема мера влијаат на волуменот на водата што се испушта од изворот преку прекумерното повлекување на подземните води во областа, што на крајот го намалува притисокот во водоносникот.

Термалната и минералната изворска вода може да потекнува од следниве подземни извори:

- природни подземни води (метеорски води);
- дожд или езерска вода (протекување и надополнување);
- инфилтрирана морска вода (протекување);
- артеиска вода (вода ограничена во водоносен слој и се издига под притисок преку вештачки дупнатини);
- вода заробена во седименти (споена вода);
- вода внесена со магматски процеси (јувенилна вода); и
- вода повторно вбригана во земјата.

Во минатото имало легенди и митови за потеклото на термалните извори кои усно се пренесувале од една генерација на друга. Во античко време се верувало од некои дека топлите извори настанале од согорување на сулфур и/или асфалтит, кој потоа ја загревал прекриената почва и водата што циркулира низ неа (Özgüler & Kasap, 1999). Современото истражување потврдува неколку извори на снабдување со топлина од подземјето:

- директна вулканска активност;
- градиент на геотермална температура додека водата минува низ подземните карпи и
- фрактури и пукнатини во карпестите формации што резултира со акумулација на притисок што ја загрева водата додека поминува.

Природното испуштање на таквите термални извори (топло до многу тепло) е олеснето од скршени карпи и раседи длабоко под земја (расед е приближно рамна површина на фрактура во карпесто тело). Раседните линии понекогаш се означени со појавата на извори (Allaby & Allaby, 2003), каде што притисокот и температурата ја контролираат појавата на извори на површината. Термалните извори се обични извори, освен што водата е топла, а на некои места и жешка. Тие се јавуваат особено во региони со неодамнешна вулканска активност и се “хранат“ со вода загреана во контакт со топли карпи далеку под површината. Топлата вода, без оглед на нејзиното потекло, е полесна од студената вода и лесно се издигнува на површината ако нема ограничување. Во

Унарток, Гренланд, топлите извори коегзистираат со ледените брегови што лебдат по морето во позадина.

Во случај на вулкански топли извори, површинската вода се пробива надолу преку карпите под површината на Земјата до високо температурните региони околу резервоар за магма, активен или неодамна зацврстен и емитува топлина. Таму, водата се загрева, станува помалку густа и повторно се издигнува на површината покрај пукнатините (Корбет, 2001). Сепак, водата може да добие топлина на други начини додека е под земја: подземните води може да циркулираат во близина на магма комора или тело за ладење магматска карпа, но може да добие топлина и преку притисок на длабочина ако кружи длабоко во Земјата покрај споеви или раседи. Топли извори, исто така, генерално се повисоко минерализирани од ладните бидејќи како што температурата се зголемува додека водата циркулира под земја, ги раствора околните карпи, кои ослободуваат минерали во високи концентрации во подземните води (McGeary et al., 2001). Стапката на проток и должината на патеката на протокот го определува времето на контакт на водата со околната карпа, а со тоа и количината на минерали кои водата може да ги раствори. На нивото на растворени минерали во водата може да влијае и мешањето на слатката вода со античка морска вода во водоносен слој или со модерна морска вода покрај океански брег. Квалитетот на водата што се испушта од топлите извори, исто така, може многу да варира од други причини, како што се квалитетот на водата што го надополнува водоносот и типот на карпи со кои подземната вода е во контакт.

Класификацијата на природните топли извори не е одредена од природата на изворот на топлина (McGeary et al., 2001), иако се очекува дека термалните води од вулканско потекло (примарни топли извори) потенцијално се потопли од артеските подземни води (филтрациони топли извори), сепак, тоа не е секогаш случај, бидејќи артеските извори и дупки во невулканските региони како Големиот австралиски басен (ГАБ) на пример достигнуваат температури околу точката на вриење исто како и изворите кои потекнуваат од области со вулканска

активност. Разликата може да лежи во длабочината на изворот на топлина. Вулканските топли извори можат да ја стекнат нивната температура поблиску до површината ако е присутен активен извор на топлина во форма на магма комора, додека водата во артеските извори ја добива својата топлина од длабочината под земја пред да се искачи. Од друга страна, содржината на минерали на секаков вид термални подземни води зависи од температурата и составот на околните карпи, како и од времетраењето на секое странично и вертикално движење под земја.

Главниот извор на напојување на изворите обично го обезбедува метеорската вода (Chaterji & Guha, 1968; McGearry et al., 2001) што е од атмосферско потекло или како врнежи во вид на врнежи од дожд и снег или како истекување од езерата и реките (Allaby & Allaby, 2003). Други методи за полнење вклучуваат вештачко вбригување на бунарот во скршени „жешки карпи“, што се практикува во неколку земји каде што прекумерната експлоатација на подземните води доведе до намалено снабдување со топла вода.

Во однос на температурата на водата, нормалниот геотермички градиент (обично од длабочини под 200 m) е во просек 24°C/km (Allaby & Allaby, 2003). Затоа, водата што циркулира до длабочина од 2–3km може да се загрее значително повеќе од нормална температура на површината. Врз основа на такви докази можеме да ги дефинираме жешките извори како површинско истекување од природен геотермален систем кој е составен од циркулирачки систем за подземна вода активиран од висок геотермален градиент.

Во Јапонија, според Законот за топли извори од 1948 година, природните термални извори не можат да се наречат топли извори, освен ако не ги исполнуваат двата следни критериуми: „топла вода, минерална вода, водена пареа и други гасови (освен природен гас што содржи јаглеродороди како главен елемент) кои излегуваат од земјата со температура над 25°C (77°F) или содржат повеќе од пропишаното количество назначени супстанции“ (Олсен, 2002: 1). Според Законот за топли извори (закон бр. 125 од 1948 година) Јапонските топли извори се исто така заштитени, со цел да се олесни правилното искористување

на природните геотермални ресурси (Јапонско Министерство за животна средина, 2003 година; Нипонија, 2003). Така, во Јапонија, дефинирачките карактеристики за топлите извори не се само поврзани со топлината, но исто така се користат за да се одредат хемиските атрибути и да се обезбеди нивна заштита, одразувајќи ја корисноста на топлите извори. (Cooper C., at all, 2009).

3.3. Класификација на термалните минерални води

Различни температурни категории како ладна, топла и жешка или термална вода се релативни термини кои се користат според (1) перцепцијата на поединецот за тоа што е топло или ладно, (2) температура на амбиенталниот воздух или (3) температура на амбиенталната вода. Различните дефиниции и нивната неконзистентна употреба, не само од научниците и истражувачите од различни дисциплини, туку и од пошироката јавност, доведоа до значителна конфузија во потрагата по универзално договорена дефиниција. Згора на тоа, различни земји користат различни класификации на топли извори, што исто така може да биде поврзано со поединечните јазици и нивниот превод на англиски отколку било кои објективни критериуми. Во случај на повисоки температури непогодни за термално капење, терминот екстремни топли извори може да се користи за да се разликува од термалните води што се користат за хидротерапија и балнеологија. Сепак, овие екстремни топли извори може да се изладат до температура погодна за капење и медицински третмани и на тој начин се претворат во бањски ресурс, уште класифициран како „термална“ вода.

Иако многу земји имаат свои закони и прописи за употреба на природни топли извори или термални извори, најчесто термалните извори едноставно се категоризираат по температура, со следнава класификација на термални и минерални извори најопшто прифатени во светот:

- ладни извори – температури помали од 25°C;
- млаки извори – температури помеѓу 25°C и 34°C;
- топли извори – температури помеѓу 34°C и 42°C; и
- жешки извори – температури над 42°C.

Треба да се напомене дека она што е жешко во една земја може да се класифицира како топли или дури и ладни извори во друга. Некои земји имаат посебни закони за контрола на соодветната употреба на природни топли извори (на пример: Јапонија, Тајван, Кореја, Германија, Франција и Италија) и овие закони ја пропишуваат и температурата и содржината на минерали неопходна за да се класифицира еден извор како природен топол извор што би можел да се користи за медицински цели.

3.3.1. Класификации и дефиниции на природни топли извори од различни земји

- Топли извори (Јапонија) - Минимална температура од 25°C – без горна граница – се користат за медицински цели;
- Минерална вода (Чешка Република) - Извори со температури од 14°C до 72°C (Качура, 1968) – се користат за медицински цели;
- Минерални извори (Кина) - Топли, жешки или термални извори – се користат за медицински цели;
- Топли извори - Генерички термин за природни извори со најниска температура барем колку телесната температура, генерално идентификувана како температура за пријатно капење - се користи за медицински цели;
- Топла бања (Грција) - Природна изворска вода над 28°C – минералните извори се класифицирани како ладни кога се под 28°C – се користат за медицински цели;
- Минерална вода (Италија) - Природна изворска вода со различни температури – ладна: под 20°C, хипотермичка: 20-30°C, термичка: 30-40°C, хипертермална: над 40°C – изворската вода може да биде и радиоактивна (Андреаси и Флори, 1996);
- Термални води (Шпанија) - Природна изворска вода со различни температури – ладна: 12–18°C, свежа: 18–27°C, неутрална: 27–32°C, топла: 32–36,5 °C, жешка: 37–40 °C, многу жешка: 40–43 °C (Ледо, 1996);

- Чиста топла изворска вода (Кореја) - Природно надојдена топла изворска вода – според корејски закон за топли извори најниската температура мора да биде над 25°C;
- Природен топол извор - Природно испуштање од под површината без специјално издупчен бунар;
- Термална изворска вода - Вклучува топли и жешки извори - генерално над 25°C, може вештачки да се загрева - се користи за медицински цели;
- Геотермални извори - Вклучува термални извори и екстремни жешки извори или високи температурни извори – се загреваат природно додека циркулираат низ подземните празнини;
- Минерална изворска вода - Може да биде ладна, топла, жешка, екстремно жешка или вештачки загреана - се користи за медицински цели;
- Термална минерална вода - Како термална минерална изворска вода и артеиска вода - се користи за медицински цели;
- Термоминерален извор - Како термоминерална изворска вода и артеиска вода - се користи за медицински цели;
- Минерализирана подземна вода - Како термална минерална изворска вода и артеиска вода - се користи за медицински цели;
- Солени извори (Германија) - Различни температури – многу висока содржина на минерална сол – можна морска вода користена за медицински цели;
- Артеиски извор (Австралија) - Природно испуштање од под површината - топла до жешка вода – 25–100°C –користена за медицински цели;
- Артеиски отвор - Исто како артеиски извор, но се испушта од издупчен бунар;
- Гејзер - Екстремно топол извор – водата достигнува точка на вриење и повеќе - се користи како визуелна туристичка атракција; и
- Подморски топли извори - Отвори за подморници познати како црни пушачи што испуштаат екстремно топла вода збогатена со минерали и метални елементи во трагови.

3.3.2. Класификација на изворите според содржината на минерали

3.3.2.1. Кои минерали можат да се најдат во термалните води

Најважен фактор за влијанието на термалните води врз телото се минералите кои се наоѓаат во овие води. Минералите се хемиски елементи или соединенија кои природно се појавуваат во кората на Земјата. Оттаму тие го наоѓаат својот пат во циркулирачките подземни води кои може да содржат високи концентрации на минерали и елементи во трагови директно одредени од составот на околината на подземната карпа (McGeary et al., 2001). Примарните топли извори и топлиите извори за филтрација се дополнително поделени според нивното топлинско потекло, како и нивните физички разлики, вклучувајќи содржина на минерали и гасови, кои се апсорбираат и се загреваат додека циркулираат на голема длабочина пред да се искачат на површината.

Во термалните води има многу различни минерали. Овие минерали може да се разликуваат по вид и количина во зависност од изворот на термалната вода. Затоа, изворите на термална вода генерално имаат различни нивоа на минерален сооднос. Генерално, некои од минералите кои се наоѓаат во термалните води се следните:

- **Калиум:** калиумот, еден од електролитите важен за одржување на здравјето на телото, има ефект на балансирање на крвниот притисок и контролирање на мускулните контракции;
- **Магнезиум:** тој е еден од минералите од големо значење за физичките функции. Има придобивки како што се регулирање на шеќерот во крвта во телото и подобар сон;
- **Натриум:** тој е важен минерал за балансот на течности и електролити во телото. Придобивките од натриумот во телото вклучуваат спречување на загуба на вода и балансирање на јоните;
- **Железо:** тој е минерал кој се наоѓа во големи количини во крвта. Тој игра улога во зголемување на нивото на хемоглобин и лекување на анемија;

- **Хлорид:** тој е важен минерал за одржување на кисело-базната рамнотежа во телото. Им овозможува на клетките да ги земат хранливите материи и водата на подобар начин;
- **Калциум:** тој е минерал кој има важна улога во развојот на коските. Покрај тоа што го поддржува здравјето на коските и забите, тој е важен и за контрола на тежината;
- **Селен:** тој е минерал кој им е потребен на многу системи во телото. Има придобивки како што се регулирање на функциите на тироидната жлезда и поддршка на имунолошкиот систем;
- **Литиум:** еден од најчесто занемарените, но важни минерали. Литиумот помага да се задржат другите минерали во телото и ја поддржува стабилизацијата на расположението; и
- **Манган:** манганот е меѓу минералите кои се наоѓаат во термалните води. Овој минерал го поддржува метаболизмот да функционира на поздрав начин.

Азотните термални води кои се само малку минерализирани претставуваат едни од важните групи на минерални води широко користени во многу земји (Русија, Бугарија, Унгарија, Франција, Италија и Австрија) заради нивните лековити својства. Барабанов и Дислер (1968) идентификуваа шест групи на азотни термални видови на вода:

- хидрокарбонат;
- сулфат хидрокарбонат;
- сулфат;
- хидрокарбонат сулфат хлорид;
- хидрокарбонат хлорид; и
- сулфат хлорид.

Овие води обично се формираат со врнежи и инфилтрација на почвени води, како и присуството на главно атмосферски гасови во нив и отсуството на акумулирана органска материја во областа на нивното формирање.

Минералните води се раствори од природно потекло кои настанале под специфични геолошки услови и, според Герсетих и Лоти (1996), се карактеризираат со „хемиско-физичка динамика“. Оксфордскиот речник на науките за Земјата (Алаби & Алаби, 2003: 350) го дефинира минералот како природна супстанца која има карактеристичен хемиски состав и, генерално, кристална структура.

Колку е поголема температурата на водата, толку поголема и содржината на минералот најверојатно ќе биде. Геотермалната вода од вулканско потекло може да содржи и зголемени концентрации на натриум и бикарбонати, што и дава на водата природна шумливост.

Табела 1: Примери на различни типови извори според нивната главна содржина на минерали

Table 1: Examples of different types of springs according to their main mineral content

Термални извори (топли и жешки)	Површинско истекување од природен геотермален систем-температурата на водата е генерално повисока од 25°C. Може да содржи било кој од минералите подолу
Минерални извори (ладни, топли или жешки)	Хлоридни извори
	Сулфурни извори
	Железни извори
	Карбонатни извори-доведуваат до формирање на туфа или травертин депозити околу изворот (на пр. Памуккале, Турција)
	Алкални извори-познати како природни сауни или парни кади
	Вистински горчливи извори-магнезиум сулфит
	Кисели извори-главно во активни вулкански области
	Гипсени извори-горчливи извори
	Извори од тешки јаглеродни почви
	Мирабилит извори-горчливи извори
Мирабилит натриум хлорид извори	
Азотни термални води	
Радиумски извори	Содржат одредена количина на радиоактивен радиум или ториум

Артески извори (топли и жешки)	Извор што се напојува од затворен водосносен слој (артески слив). Може да содржи некои од горенадеведните минерали
Гејзери (многу жешки извори)	Испрекинати еруптирачки извирачки фонтани на врела вода - бикарбонати
Отвори за подморници	Попознати како црни пушачи-сулфур

Извор: Erfurt Cooper, P., Cooper, M. (2009). Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs. Chanel View Publications

Правната класификација на минералната содржина на изворот варира во различни делови на светот. Во повеќето јурисдикции, минералниот извор содржи повеќе од 1000 mg/l (ppm) на природно растворени цврсти материи (Eytons' Earth, 2004). Изворските води се класифицирани како кисели, базни или неутрални, според балансот на водородот во водата и нивно мерење на рН скалата:

- кисели води <7,0 рН;
- неутрални води 7,0 рН; и
- основни/алкални води >7,0 рН.

Минералите традиционално се користеле надворешно во раствори, креми и масти за лекување на одредени здравствени состојби. Земањето минерални изворски води (внатрешно со пиење) се практикува ширум светот со силно заживување во пресрет на Алтернативна Медицина. Париш и Лоти (1996) предлагаат дека капењето во минералната изворска вода би можело да биде поефективен метод за лекување на кожни заболувања како што се атопичен дерматитис и псоријаза.

3.3.2.2. Минералните содржини на топлите извори и нивната потенцијална употреба во здравствениот и велнес туризмот

Најбараните состојки од природни топли и минерални извори за бањски одморалишта и објекти за третман се минерали и елементи во трагови. Со други зборови, важна карактеристика на таквите туристички дестинации не е само пријатната температура на водата или природната средина, туку минералот поврзан со здравјето кој го содржи водата. Посакуваниот куративен ефект е директно поврзан со апсорпцијата на минералните состојки и металните

елементи во трагови, за кои се вели дека имаат корисен ефект врз човечкото тело, помагајќи во процесот на лекување на различни здравствени состојби. Научниците ширум светот, но особено во Европа, долго време ја истражувале врската помеѓу минералите и другите елементи и потенцијалните здравствени придобивки од термалните извори (Eyton's Earth, 2004; Ghersettich & Lotti, 1996; Jorden, 1631 година; Parish и Lotti, 1996).

Топлите извори со висока содржина на минерали често се нарекуваат лековити води како резултат на нивните физички и хемиски карактеристики и се применуваат за термички терапии со цел да се спречи болеста, како и да се врати здравјето. Освен различни степени на минерализација и широк температурен опсег, термалните води содржат дополнителни фактори како што се различни нивоа на рН вредност, ниско ниво на радиоактивност и гасови. Сите овие варијабли биле подложени на темелни испитувања со текот на времето од научници од независни дисциплини, вклучувајќи геохемичари, биохемичари и микробиолози (Fouke et al., 2000; Krause, 1997; Renaut & Jones, 2003). Клинички спроведени се испитувања за да се докаже или побие вредноста на минералите во термализмот и медицинските факултети во многу земји користат термални минерални води поради нивните верувања дека тие се корисни за подобрување на здравјето на нивните пациенти. Hogl (1980), во својата анализа на термалните и минералните извори на Швајцарија за лековити цели, ја класифицира водата како извонредна материја без која животот не би билвозможен. Неговата книга е збирка на хемиски анализи на 66 од најважните природни минерални извори во Швајцарија, топли и ладни, и нивната употреба. Други научници ширум светот, но особено во Европа, ја истражувале врската помеѓу минералите и потенцијални здравствени придобивки од топлите и минералните извори кои се користат во балнеологијата и хидротерапија. Луѓето користеле минерална вода уште од античко време за лекување на болести како што се ревматизам, инфекции на кожата и лошо варење (Хол, 2003), а денес водите од безброј извори се флашираат и извезуваат во многу земји ширум светот.

3.4. Бенефити од бањите

3.4.1. Влијание на СПА терапијата на физичкото здравје

Човечкиот инстинкт е да се стреми кон подобар квалитет на живот. Квалитетот на животот ја претставува генералната благосостојба и на поединците и на општеството и може да се манифестира на многу начини. На пример, напори како што се: зголемување на физичката кондиција, емоционална стабилност, духовен раст, финансиската сигурност и социјалната поврзаност може да бидат насочени во обиди да се подобри нечиј квалитет на животот. Иако е многу сложен, но сепак високо научен, процесот на подобрување на сите гореспоменати аспекти, како и многу други, може да се здружат во поим познат како велнес. Како што е дефинирано од Националниот институт за здравје (2018), велнесот е активниот процес на станување свесен и правење избори кон поуспешно постоење.

Така, тоа е процес на: прво, идентификување на аспектите од нечиј живот кои може да се подобрат (на пр., физички фитнес), потоа, избирајќи активно да се стремиме кон подобрување на тој посебен дефицит во животот (на пример, редовна физичка активност). Промоцијата на велнес го зголемува здравјето, што, пак, може да доведе до збогатување на квалитетот на нечиј живот. Суштинскиот квалитет на животот на поединецот е рефлексивен на оптимална здравствена состојба. Како и да е, феноменот на благосостојба го означува односот помеѓу квалитетот на животот и здравјето.

Потекнувајќи од своите најрани дефиниции, концептот на здравје има забележано многубројни карактеристики кои се однесуваат на способноста на телото да функционира. Порано се сметаше дека да се биде во добро здравје, човек мора да биде работоспособен и без болести. Меѓутоа, во 1948 година Светската Здравствена Организација (СЗО) повторно ја разгледа оваа дефиниција и конструираше нова дефиниција која додаде дел од концептуализацијата на здравјето, поврзаноста на здравјето со благосостојбата. Оваа дефиниција е една која со години е во првите редови на промоцијата на

здравјето и благосостојбата. Здравје, како што е дефинирано од СЗО е „состојба на целосна физичка, ментална и социјална благосостојба, а не само отсуство на болест или изнемоштеност“ (СЗО 1948, 1). Оваа дефиниција ја олесни концептуализацијата на велнесот како повеќеслојна конструкција. Како резултат на тоа, д-р Бил Хетлер, ко-основач на Националниот институт за велнес, го дефинираше велнесот како „активен процес преку кој луѓето стануваат свесни за поуспешно постоење и прават избори кон поуспешно постоење“ (Хетлер 1984, 13). Оваа дефиниција на велнесот е онаа која најмногу се користи денес и сè уште е официјална оперативна дефиниција за велнес Според СЗО.

Спа третманите станаа едни од најчестите начини луѓето да се грижат за своето тело. Здравствените придобивки од одењето во бањи се физички и ментални. Искуствата со термални бањи имаат долга историја, која датира од античко римско време. Комбинацијата на терапии кои вклучуваат топли и ладни третмани се познати по ублажување на мускулните болки и болки, детоксикација на кожата, подобрување на метаболизмот на телото и зголемување на циркулацијата. Бањите нудат различни третмани, вклучувајќи терапија со масажа, хидротерапија, терапија на стапала, ароматерапија и многу други, кои му помагаат на телото да се опушти и да се ослободи од натрупаниот стрес и напнатост. Спа терапијата исто така може да го намали воспалението во телото и да го подобри автоимуниот одговор на телото. Тие се исто така поврзани со подобрена ментална благосостојба, вклучително и подобар квалитет на спиење и помалку болни денови. Докажано е дека термалните спа третмани се борат против стресот, ја намалуваат анксиозноста и им помагаат на луѓето да се чувствуваат поконцентрирани.

Па така, во здравствени придобивки од топлите извори врз физичкото здравје спаѓаат:

Смирување на симптомите на хронични состојби на кожата

Топлите и богати со минерали води што ги нудат топлите извори помагаат во смирување на постоечките кожни заболувања како што се псоријаза, егзема

и акни. Иако е важно да се напомене дека топлите извори ги третираат симптомите на овие состојби наместо причината, ослободувањето од чувството на сувост, чешање, болка и иритација може да биде значајно. Овие ефекти се особено забележливи во водите богати со сулфур и силициум диоксид.

Кардиоваскуларни придобивки

Потопувањето во топла вода предизвикува неколку клучни физиолошки реакции. Крвните садови се шират и срцето пумпа повеќе крв, што резултира со повеќе кислород и крв богата со минерали се доставува до деловите од телото на кои им е потребно. Придобивките од оваа зголемена кардиоваскуларна активност се многу и разновидни: капењето во топла вода може да промовира подобра циркулација, да го регулира крвниот притисок, да го зголеми срцевиот минутен волумен, па дури и да го подобри метаболизмот.

Лекување на болка и мобилност

Водите на топлите извори можат да имаат дури и лесен аналгетски ефект. Луѓето кои живеат со хронична болка може да откријат дека натопувањето во топли извори може да им ја олесни непријатноста. Овој ефект, во комбинација со пловноста на водата, исто така може да помогне да се промовира движењето кај оние со ограничена подвижност, како што се постарите лица и болните од артритис.

3.4.2. Влијание на СПА терапијата на менталното здравје

Современиот начин на живот значи постојано надминување на роковите, виртуелни домашни канцеларии, преоптоварување со информации од разни страници на социјалните медиуми, а притоа и потреба да се извршат домашните работи и обид за одржување на социјален живот. Денешниот начин на живот “бомбардира” со стресни фактори кои влијаат не само на физичкото, туку и на менталното здравје. Сето тоа се манифестира со проблеми, како што се неможност за концентрација, неможност за спиење и чувство на вознемиреност и депресија. Овие пак ментални поттешкотии оставени неконтролирани се

манифестираат на повеќе физички начини, вклучувајќи болка и воспаление на мускулите, срцеви заболувања и други хронични здравствени проблеми. Денес, посетите на термални бањи не се само луксузен одмор во кој уживаат богатите и славните. Се повеќе луѓе ја сфаќаат важноста на рестетирањето на телото и умот што го обезбедуваат денешните модерни спа третмани. Спа терапијата може да понуди пријатен начин на ослободување на акумулираниот стрес од телото притоа искористувајќи ги придобивките што може да ги обезбеди релаксацијата како дел од здравиот начин на живот.

Денот исполнет со релаксација и фокусирање на себе има позитивно влијание и на менталното здравје. Спа терапијата може да обезбеди начин за борба против секојдневните стресови и помага во контрола на анксиозноста и депресијата. Во продолжение следуваат пет начини на кои спа терапијата може да обезбеди придобивки за менталното здравје:

Борба против депресијата

Бањите обезбедуваат третмани како што се масажа и ароматерапија кои можат да помогнат во борба против симптомите на депресија. Терапијата со масажа може да обезбеди до 50% намалување на нивото на хормонот на стрес, кортизол. Масажата исто така го зголемува производството на серотонин и допамин во телото. И двајцата невротрансмитери го стабилизираат стресот и обезбедуваат добро чувство за подобрување на расположението. Терапијата со масажа може да ги намали и физичките симптоми на депресија, како што се болки во зглобовите и стегање на мускулите.

Ароматерапијата, без разлика дали е додадена на терапија со масажа, терапевтски базен или додавање етерични масала преку дифузер, исто така помага во ублажување на симптомите на депресија.

Зголемување на самодовербата

Нивото на самодоверба може да направи повеќе или помалку веројатно чувство дека се грижите за себе. Луѓето кои страдаат од ниска самодоверба

имаат помала веројатност да се чувствуваат заслужни за позитивните резултати и се помалку отпорни на неволји. Спа терапијата може да помогне да се подобри самодовербата, помагајќи да се фокусираш на сопственото тело на попозитивен начин. Зголемувањето на расположението обезбедено од зголемувањето на допаминот и серотонинот може да дејствува како засилувач на грижата за сопственото тело и на други начини како што се повеќе вежбање и воспоставување здрави навики во исхраната.

Подобрувањето на самодовербата може да се постигне и преку подобрување на физичкиот изглед. Многу бањи нудат широк спектар на третмани за тело за ексфолијација и негување на кожата. Третманите за тело како што се обвивките од кал помагаат да се промовира детоксикација на телото, да се олесни воспалението и да се релаксираат мускулите.

Промовира релаксација

Редовното постигнување состојба на релаксација е неопходно за да се овозможи умот и телото да се оправат од физичкото влијание на стресот со кој се справуваме во текот на денот. Истражувањата покажуваат дека натопување во када со топла вода, како што е терапијата со топла када, може да го намали количеството на кортизол во телото.

Друга можност за промовирање на релаксација е бањата за нозе, која е добра како за менталното така и за физичкото здравје. Повеќето традиционални масажи на стапала се фокусираат на релаксирање на мускулите во долниот дел на нозете и стапалата и зголемување на протокот на крв во зглобовите. Додавањето ароматерапија на искуството во бањата за стапала го подобрува чувството на релаксација преку делување на неколку сетила истовремено.

Подобар сон

Спа терапијата може да помогне да се добие подобар ноќен одмор. Изборот на длабока ткивна масажа не само што ќе ги опушти мускулите, туку и

ќе ослободи серотонин во телото. Телото треба да создаде вишок серотонин за да започне да го претвора во мелатонин, примарен хормон за спиење.

Друга опција за подобар ноќен сон е терапијата со вода, како што е топла када. Потопувањето во топла вода помага во целосно физичко и психичко опуштање. Дополнителна придобивка од терапијата со топла када е тоа што откако ќе се излезе од водата внатрешната температура на телото паѓа, што пак му сигнализира на телото дека е време за одмор. И масажата и терапијата со топла када може да ја подобрат циркулацијата, водејќи до намалување на крвниот притисок што може да ја подобри способноста на телото да се одмори правилно.

Помош во целокупното намалување на стресот

Бањите можат да помогнат да се намали стресот, со што може да се подобри севкупното физичко здравје. Редовните спа третмани резултираат со подобар квалитет на спиење, помалку денови на боледување и севкупно чувство на благосостојба и постигнување на рамнотежа.

Чувство на здравје и среќа

Зачекорувате во водите на топлиот извор и веднаш се чувствувате посреќно и поопуштено. Тоа не е само чувство - топлите извори не само што прават добро чувство, тие и се добри за здравјето!

Сепак, иако сите термални води се добри за здравјето, секоја термална вода има свои лековити својства кои пред се зависат од составот на минерали во неа како и од температурата на водата.

3.5. Постоечки докази за ефикасноста на СПА третманите

Предложени се голем број теории во врска со тоа како СПА терапијата позитивно влијае на здравјето. Практикантите на спа терапијата сугерираат дека термалните води можат да ја детоксицираат крвта на човекот, да ја подобрат

циркулацијата на крвта, имунитетот или дигестијата. Примената на топлина на кожата предизвикува да се прошират крвните садови, доведувајќи крв на површината на телото и релаксирање на мускулите. Покрај долгата традиција на употреба на бањи за лековити ефекти, голем број на испитувачи ја испитуваат нивната употреба како алтернатива за поскапи медицински третмани. Во 1996 година, италијанското министерство за здравство превзема истрага на ефикасноста на италијанските бањи за низа медицински проблеми преку својот проект Наиад со изразена цел да се утврди степенот до кој треба да се најде Националната здравствена служба на Италија во субвенционирање на спа третманите. Раните истражувања на Наиад сугерираат дека спа третманите можат да водат до значителни придобивки, вклучително и намалување на пропуштените работни денови и намалување на болничките посети. Иако студиите на Наиад биле големи во обем испитувајќи ги ефектите на секој спа центар во Италија и фокусирајќи се на големи примероци на пациенти, сепак не биле користени контролни групи, што ја остава можноста за појава на плацебо ефект. Неколку постоечки трудови со силни контролни групи и методолошки дизајни исто така сугерираат дека здравствените придобивки од спа терапијата се значајни. Constant et al (1995) открил дека пацинетите со хронична болка во долниот дел од грбот кои добиваат бањска терапија и терапија со лекови покажуваат помала болка, времетраење и интензитет на болката и консумираат помалку аналгетици отколку контролната група на пациенти кои се само на терапија со лекови. Nguyen, Revel и Dougados (1997) наоѓаат слични ефекти кај пациенти со грбна болка, болка во колкот или коленото кои добиваат спа терапија и терапија со лекови во однос на контролната група без спа. Szucs, et al (1989) исто така документираат подобрување во болката во коленото за оние што се подлежни на спа терапија во Унгарија.

Меѓутоа, повеќето студии имаат некои методолошки недостатоци и практично сите студии страдаат од мали големини на примероци кои не дозволуваат истражувачите да контролираат други варијабли кои би можеле да бидат важни во одредувањето на здравствените резултати.

3.6. Потенцијални опасности и ризици

Сè поважниот фактор во животната средина за здравје и благосостојба, бањскиот туризам, исто така е асоциран и со здравствени опасности поврзани со користењето на бањските и велнес објекти. Тие вообичаено се поврзани со користењето на базените со топла и минерализирана вода. Високите температури во некои видови бањи, исто така, може да ги влошат ефектите на алкохол или лекови, а ризикот од давење може да биде зголемен и со недостатокот на транспарентност во обоените или заматените бањски води. Смрт од минералните состојки на самата вода се ретки; оние што се случуваат се поврзани со комбинација на висока температура на водата и прекумерна употреба на алкохол или лекови (резултирачката поспаност индуцирана од лекови го зголемува ризикот од давење) или несоодветен надзор на мали деца. Во САД 67% од сите давења се случуваат во бањи, топли кади и базени во двор (СЗО, 2000) и од 700 смртни случаи во бањи и топли кади регистрирани во таа земја од 1980 година, една третина биле деца под петгодишна возраст, нагласувајќи ја важноста од надзор над децата при играње со вода.

Високата стапка на промет на корисници во многу бањи и џакузи, исто така, предизвикува ризик од инфекција, кој вклучува и микроорганизми од посетителите присутни во водата. Топлата, обично аеробна вода која содржи хранливи материи, обезбедува идеална средина за многу патогени организми, како што е *Legionella pneumophila*, причина за легионелоза (Легионерска болест) и *Pseudomonas aeruginosa*, што предизвикува фоликулитис или инфекција на фоликулите на влакната поврзана со чешање (Madigan & Martinko, 2005; СЗО, 2003). Исто така, природните топли бањи може да содржат вид на амеба што може да предизвика амебен менингитис (*Acanthamoeba*). Случаи на оваа болест се пријавени по пливање во природни бањи или изложеност на фонтани во топла клима. Инфекциите на увото (надворешен отитис), уринарниот тракт, респираторниот тракт, окото и рани се исто така поврзани со бањите (Madigan & Martinko, 2005). Овие инфекции тешко се контролираат и бараат често следење рН (степен на киселост/базност) на водата и нејзина дезинфекција и филтрација.

И самиот третман за квалитетот на водата, исто така, може да претставува хемиска опасност, освен ако хемиската дезинфекција е добро управувана. Постои и ризик од несреќи околу бањите поради лизгање и паѓање, а капачите исто така може да зафатат габични и други инфекции од влажни површини и од другите капачи.

3.7. Технологија и дизајн на бањи

Американското здружение на инженери за греење, ладење и климатизација (ASHRAE, 1999b) сугерираше дека посакуваната температура за термално капење во нивната земја е приближно 27°C (+ или -5°C)/80,6°F (+ или -41°F). Ако температурата на геотермалната вода е повисока од ова ниво, тогаш се меша или лади обично со аерација или во езерце за задржување за да се намали (Лунд, 2000г: 6). Исто така, ако геотермалната вода се користи директно во бањата, тогаш и процес на проток е неопходен за редовно да се заменува „искористената“ вода за да се избегне можното контаминирање; во оваа ситуација, прифатливите стапки на циркулација варираат од 6 до 8 часа за целосна промена на водата. Во многу случаи, водата исто така мора да се третира со хлор или други адитиви за дезинфекција за човечка употреба. За возврат, мора да бидат дизајнирани разменувачи на топлина да се спротивстави на корозивните ефекти на додадениот хлор и ефектите на скалирање или корозија од геотермалната вода.

Термалните бањи бараат нивоа на влажност во текот на целата година помеѓу 40% и 60% за удобност, за минимизирање на потрошувачката на енергија и за заштита на градбата (ASHRAE, 1999b: 4,5-4,7). Затоа, успешен физички дизајн мора да ги земе предвид сите следни променливи: контрола на влажноста, барања за вентилација за квалитетот на воздухот, дизајн за дистрибуција на воздух, хемија на водата во базенот и стапки на испарување. Според ASHRAE (1999b) доколку опсегот на влажност е надвор од 50-60% може да се зголеми нивото на бактерии, вируси, габи и други фактори кои го намалуваат квалитетот на воздухот и водата. Високи нивоа на релативна влажност се исто така деструктивни за градежните компоненти; мувлата може

да ги нападне сидовите, подот и таванските облоги и кондензацијата може да деградира многу градежни материјали.

Табела 2: Услови за проектирање на температурата во бањата
Table 2: Conditions for projecting the temperature in the spas

Тип на базен	Температура на воздух (°C)	Температура на вода (°C)	Рекреативна влажност (%Hg)
Рекреативен	24-29	24-29	50-60
Терапевтски	27-29	29-35	50-60
Натпревар	26-29	24-28	50-60
Нуркање	27-29	27-32	50-60
СПА	27-29	36-40	50-60

Извор: Lund (2000)

Во табела 2 се претставени идеалните температура на воздухот, водата како и влажноста во бањските објекти во зависност од типот на базенот според Лунд (2000).

3.8. Топлите извори како визуелни туристички атракции

Топли извори доаѓаат во многу форми. Некои тивко излегуваат од земјата, додека други пристигнуваат на површината со голема бучава и визуелен ефект, во нивната уникатна природна форма. Затоа, не е изненадување што геотермалните манифестации како што се гејзерите, жешките реки, топлите водопади и езерата што вријат и барите со кал се многу барани туристички дестинации што мора да се видат ширум светот. Многу земји се популарни дестинации за одмор не само поради нивните интересни пејзажи и извонредната природна глетка, туку и поради нивните природни топли и минерални извори кои се користат како туристички атракции. Иако природни термални извори може да се најдат низ целиот свет, температурата и минералниот состав на водата на индивидуални топли извори ги прават повеќе привлечни како дестинации за здравје и спа центри и одморалишта. Покрај трендовските спа одморалишта, опсегот на локации на природни топли извори вклучува неразвиени природни топли и минерални извори, како и екстремни средини каде што топлите извори не можат директно да се користат, но создаваат многу ефективни туристички

атракции во визуелна смисла. Еден од најпознатите топли извори од визуелен тип е оригиналниот Geysir во Исланд, кој го дал името на сите топли извори од овој вид.

3.9. Промоција на бањски туризам

Привлекувањето туристи не е едноставна работа, особено имајќи предвид дека туристите имаат различни потреби кои често се менуваат. Исто така, на страната на понудата се јавуваат многу поголем број на субјекти отколку на страната на побарувачката што условува појава на голема конкуренција. Со цел да може деловниот субјект да се истакне, нужно мора да се примени маркетингот (Петревска Б., Блажевска Д., 2020). Се поставува прашањето: Зошто некои земји успеваат во развивање на индустријата за здравствен туризам, додека други не? Третиот елемент од маркетинг миксот е промоцијата и без неа нема успех. Поединечно секој од здравствените установи и туристичките фирми кои нудат или планираат да нудат пакети за здравствен туризам во странство треба поединечно да се промовираат себеси и своите услуги кои ги нудат. Но, потребна е и усогласена, ефикасна, таргетирана промотивна кампања на целните пазари на ниво на држава. При тоа добро е да се створи еден заеднички поддржан портал – електронски пазар – кој понатаму интензивно ќе се промовира на целните пазари, на јазиците кои се адекватни, со издржани добро обмислени сеопфатни кампањи на различни медиуми (национална стратегија за развој на здравствен туризам на Р.С.М. за периодот од 2012-2018 година).

Истражување од 2009 година на непознат број на меѓународни пациенти во Бумрунград откри дека повеќето луѓе дознале за здравствен туризам преку пријатели, а многу малку преку книгите и медиумите (Анон., 2010b). Во општа анкета на медицински туристи, без информации за методологија или големина на примерокот, 49% дознале за здравствен туризам преку Интернет, а 51% барале конкретни информации таму, по препорака од пријатели, книги или медиуми (Анон., 2010b).

Додека пред повеќе од 10 години се користеа повеќе печатените медиуми за промоција денес клучен двигател во феноменот на здравствениот туризам е технолошката платформа обезбедена од интернет за потрошувачите да пристапат до информации за здравствена заштита и реклами од било каде во светот. Bernstam et al. (2005) забележале дека после употребата на е-пошта и истражувањето на производи, трета најчеста информација за која се пребарува на интернет е пребарувањето за здравствени информации. Слично Lawrentschuck et al. (2012) нагласил дека 86 отсто од сите северно американски интернет корисници во некоја фаза пребарувале за информации поврзани со здравјето. Остануваат важни прашањата околу тоа како потрошувачите ги обработуваат информациите кои тие ги добиваат од пребарувањата на веб-страниците, како тие ги земаат предвид комерцијалните интереси и како сето тоа придонесува за донесување одлуки. Се разбира поголем е ризикот на загуба (финансиска или друга) колку е помало нивото на истражување. Повеќе од било која друга форма на развој на туризмот, интернетот игра критична улога, а неговата корисност направи многу за зајакнување на здравствениот туризам. Исто така, интернетот им нуди на провајдерите нови патишта за маркетинг за да стигнат до странските пазари. Комерцијализацијата е во срцето на растот на здравствениот туризам и дел од тоа се должи на достапноста на веб-базирани ресурси за да им обезбедат на потрошувачите информации и реклами и да ги поврзат потрошувачите со низа даватели на здравствени услуги и брокери. (Lunt et al., 2010) ја предлага следната типологија на веб-страници:

- портали;
- медиумски сајтови;
- сајтови управувани од потрошувачите;
- сајтови поврзани со трговија (обезбедување помошни услуги и информации); и
- професионални придонеси (од извори како професионални здруженија и државни регулаторни институции).

Главните услуги на сајтовите можат да се поделат во пет главни функции: како порта за медицински информации, поврзување со одредени здравствени услуги, проценка и/или промоција на услуги, комерцијалност и можност за комуникација (Lunt *et al.*, 2010).

Развивач на веб-портал е оној кој развива веб-локација каде што другите ќе ги промовираат своите услуги на платформа која е еднаква на виртуелен трговски центар. Порталот генерално опслужува две публикации: потрошувачи и даватели на услуги. За потрошувачите нуди еднократен извор на здравствени информации, а за провајдерите служи како онлајн платформа за пласирање на нивните услуги. (Maria K. Todd, 2011).

Illes *et al.*, (2004) се фокусирале на рекламирањето директно до потрошувачите во печатени и информативни брошури, заклучувајќи дека таквите материјали не успеваат да им обезбедат на потрошувачите сеопфатни и избалансирани информации неопходни за донесување одлуки. Низа национални владини агенции и политички иницијативи се обидоа да го стимулираат и промовираат здравствениот туризам во нивните земји. Тајландските, индиските, сингапурските, малезиските, унгарските, полските и малтешките влади се обидоа да ја промовираат својата компаративна предност како дестинации за здравствен туризам на големите меѓународни трговски саеми преку рекламирање во печатот во странство и официјална поддршка за активности како дел од нивната економска и развојна туристичка политика (Mudur, 2004, Chee, 2007, Whittaker, 2008, Reisman, 2010).

Бањскиот и СПА туризам уживаат голема популарност меѓу патниците ширум светот. Освежителната масажа, смирувачките бањи или терапија со егзотични топли камења мамат се поголем број на жени, но и мажи секој ден. Меѓутоа во големиот број понудени услуги, најважно е да се знае како да се промовира сопствената бања. Земјите како Тајланд, Малезија, Сингапур или Обединетите Арапски Емирати посветуваат многу пари и енергија во рекламирање на бањскиот туризам.

За правилен избор на медиум за промоција потребно е одредување на целната група која што сака да се привлече или примена на повеќе медиуми за промоција, но доколку се сака да се привлечат повеќе странски туристи, тогаш мора да се внимава да не настанат грешки во преводите на маркетинг рекламните.

Todd, Maria K., вели: „ Додека се развива стратегијата за понуди на бањски туризам треба да се земат во предвид идиоматските разлики во вашиот маркетинг јазик и вашата публика. Ако вашата болница, одморалиште, бања, нуди третман за клиенти од други држави, може да требаат две различни промотивни кампањи. Патував со Американци кои беа првично изгубени во бањите во Европа кога персоналот зборуваше за „лекување“, здравје, па дури и масажи кои беа различни, поограничени по обем и првично отфрлени како инфериорни во однос на очекувањата. Откако влегоа во жлебот за тоа како функционира сето тоа, беше потешко да се натераат тројца од нив да заминат. Друг проблем со кој се сретнавме во маркетингот беше проблемот со идиоматскиот превод на зборовите што се користат во Европа, Латинска Америка и други локации на англиски. На пример, зборови како што е “лек“ на други места освен во Америка значи третман. Друго што наидов беше употребата на “колона“ наместо кичма итн. Потрошете мала сума за идиоматски превод од преведувачи кои имаат медицинска експертиза за да се обезбеди дека преводот е разбирлив за наменетата публика. Не ја искористувајте шансата вашата организација да остави впечаток дека не обрнува внимание до детали, неписменост или други стравови како, „Дали ќе можат да комуницираат со мене ако одам таму?“, едноставно затоа што вашиот производ е опишан во она што може да се толкува како неправилна рекламна копија“ (Todd, Maria K., 2011).

3.9.1. Промоција преку меѓународни саеми за туризам

Покрај медиумските кампањи, електронскиот маркетинг и социјалните медиуми, туристичките дестинации прават своја промоција и на меѓународни саеми. Саемот е настан со ограничено времетраење што се одржува обично периодично, каде се среќаваат понудата и побарувачката на одредени производи

и услуги. Најголемиот саем за туризам и патување се одржува во Берлин во периодот на месец март. Од 1967 година па наваму овој саем се одржува редовно секоја година, а на него учествуваат над 10 000 излагачи од повеќе од 180 земји во светот. Податоците за овој саем во 2013 година ни го покажуваат следното: најголемиот број на излагачи биле туроператори (25,3%), туристички организации (20,5%) и хотели (20,5%). Потоа следуваат туристички асоцијации (11%), туристички агенции (9,1%), компании од сферата на информациските технологии и резервациски системи (7,1%), превозници (6,4%), бизнис патувања (3,3%), образовни институции (3,3%) и тематски паркови (3%). Според големината и бројот на посетители по Берлинскиот саем, следува Лондонскиот саем кој за прв пат започнал да се одржува во 1980 година. Голем дел од земјите во Европа организираат саеми за туризам, а позначајните од нив се одржуваат во следните градови: Париз, Москва, Барселона, Истанбул, Милано и др., Балканските земји, исто така, се организатори на саеми, а најголем е Саемот за туризам кој се одржува во Белград од 1978 година, па наваму. На овој саем учество земаат околу 880 излагачи од 43 земји од светот и околу 58 000 посетители. Во нашата земја се одржува Меѓународниот саем за туризам – „Скопје тревел маркет“ – на кој во 2012 година учествувале над 80 изложувачи и бил посетен од 10 000 посетители (Методијески Д.,2019).

Врз основа на член 14 од Законот за основање на Агенцијата за промоција и поддршка на туризам (“Службен весник“ на Република Македонија бр.103/2008,156/10, 59/12, 187/13 и 41/2014) и согласно Програмата за промоција и поддршка на туризам на Република Македонија (“Службен весник“ на Република Македонија бр.21/2018) директорот на Агенцијата за промоција и поддршка на туризам донесе:

ИНТЕРЕН ПРАВИЛНИК за организација, начин, постапка и висина на котизација за учество на меѓународни саеми за туризам.

Според член 1 со овој Интерен Правилник се пропишува организацијата, начинот, постапката и висината на котизацијата за учество на меѓународни саеми

за туризам, кои се во организација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризам.

Во член 5 се наведува: организаторот ја определува висината на котизацијата за учество на меѓународните саемски манифестации. Висината на котизацијата за учество на меѓународните саемски манифестации, согласно член 4 точка 3, се менува во зависност од саемската манифестација и тоа:

- Износот на котизацијата за учество на саемските манифестации во: Белгија, Холандија, Германија, Русија, В. Британија, Финска, Шведска, Швајцарија, Ирска, Шпанија, Данска, Норвешка, Франција, Јапонија, САД, Кина, Израел, Австралија, Канада, Сингапур и Јужна Кореа, е во висина од 30.000,00 денари без ДДВ;
- Износот на котизацијата за учество на саемските манифестации во: Турција, Унгарија, Чешка, Украина, Словачка, Австрија, Келн, Римини, Полска, Хрватска, Романија и Словенија е во висина од 15.000,00 денари без ДДВ; и
- Износот на котизацијата за учество на меѓународните саемски манифестации во: Србија, Бугарија, Албанија и Косово е во висина од 6.000,00 денари без ДДВ.

3.10. Европска СПА асоцијација (ESPA)

Создадена е во 1995 година во Брисел, а во неа членуваат 21 членки од 19 европски земји. Со цел да се постигне соработка и остварување на интересите на европските спа центри, асоцијацијата ги има воспоставено следните цели:

- Да ја следи и анализира состојбата на бањите и здравствените установи во поединечните членки од европските земји;
- Да се стимулира размената на искуство, најдобрите практики и „know-how“;

- Да произведува и да развива производи и програми за здравје и благосостојба, како и стратегии за превенција и рехабилитација за сите жители во Европа;
- Да ги воспостави, да ги промовира и да ги подобрува стандардите во сите бањи и здравствени установи во рамките во Европа;
- Да стимулира истражувања во спа центрите;
- Да се дефинираат и да се усогласат заедничките програми за обука и курсеви и да се утврди професионалната структура на европската спа индустрија;
- Да се воспостави рамка за соработка и маркетинг можности за нејзините членки и др.

Асоцијацијата има изработено и прифатено свои стандарди за квалитет во услужувањето во европските спа центри и издава сертификати кои се признати од страна на туроператорите и здравственото осигурување во Европа. Овие стандарди се изработени на основа на повеќе од 1 000 критериуми за квалитет и сигурност на медицинското користење на водата, базените за пливање, сауните, дијагностиката, видовите на третмани, менаџментот со квалитет, човечките ресурси, приготвувањето и видовите на храна, сместувањето, околината, животната средина и другите дополнителни објекти во спа центрите (Методијески Д.,2019).

Глава 4. Општи податоци за бањите во Република Северна Македонија

4.1. Бањи во Република Северна Македонија

Меѓу природните ресурси со епитет на изразита погодност за задоволување на туристичките потреби во Република С. Македонија припаѓаат и термоминералните води. Постојат многу ладни и термички минерални води, кои претставуваат мошне големо природно богатство. Богатството со термички лековити води е резултат на геотектонската и геолошката структура на старата Родопска маса кој била пресекувана со многубројни потреси во разни насоки. Тие условиле создавање на повеќе езерски базени, а воедно предизвикале и голема вулканска активност (Ташков Н. и Методивески Д., 2014). На просторот на нашата држава кој изнесува 25 713 км² се наоѓаат повеќе хидрографски објекти. Бројот на термоминерални извори во Р.С. Македонија е поголем од 60, меѓутоа има само 8 бањски објекти во кои воглавно доаѓаат домашни посетители на кои им се нудат основни здравствени услуги. Кај некои од бањите долго немало никаква инвестиција, но гледајќи од друга страна секоја од бањите има големи потенцијали за развој (национална стратегија за здравствен туризам, 2012).

Во Р.С. Македонија постојат следниве бањи: бања Банско-Струмица, бања Кежовица – Штип, бања Негорци – Гевгелија, бања Бања – Кочани, Проевска бања – Куманово, бања Бањиште – Дебар, бања Косоврасти – Дебар и Катлановска бања- Скопје.

Тие можат да се поделат на:

1. Бањи кои нудат СПА услуги
2. Бањи кои не нудат СПА услуги

Во првата група бањи кои нудат СПА услуги спаѓаат: Бања Банско, Дебарски бањи, Катлановска бања и Негорска бања. Во втората група бањи кои не нудат СПА услуги спаѓаат: Кежовица, Кумановска и Кочанска бања.

Табела 3: Преглед на бањските центри во Р.С. Македонија
Table 3: Overview of spa centers in the Republic of North Macedonia

	Име на бањата	Местоположба	Регион	Штедливост на изворите	Температура на водата
1.	Банско	С.Банско	југоисточен	40 л/сек	72°
2.	Дебарски бањи	С.Бањиште	југозападен	51 л/сек	38.8°
3.	Дебарски бањи	С.Косоврасти	југозападен	68.8 л/сек	48°
4.	Кочанска	С.Бања	источен	65 л/сек	64°
5.	Катлановска	С.Катланово	скопски	1.5-2 л/сек	41°
6.	Ќежовица	С.Ново Село	источен	36 л/сек	64°
7.	Кумановска	С.Проевци	североисточен	2.5 л/сек	30.4°
8.	Негорска	С.Негорци	југоисточен	1.1 л/сек	40°

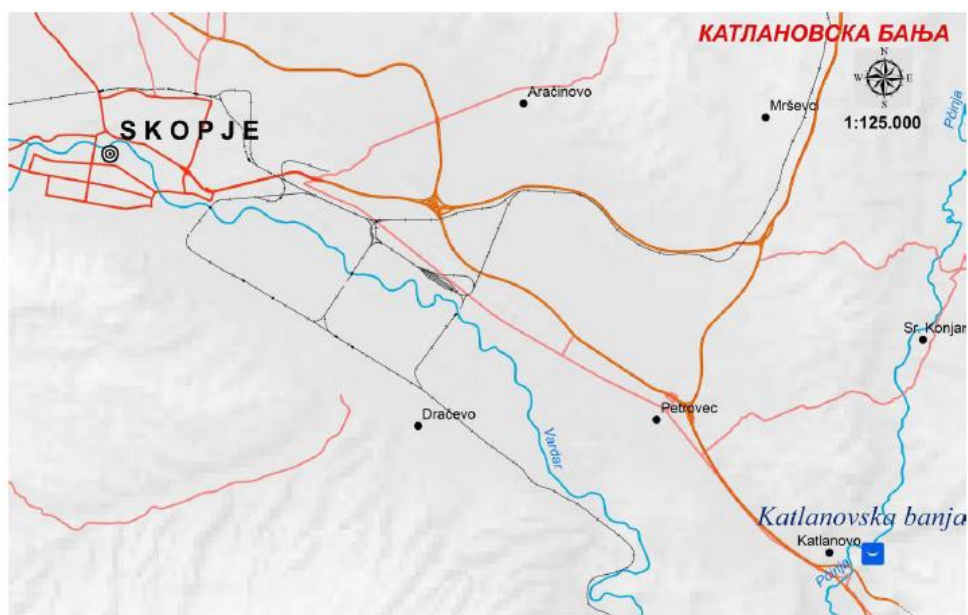
Извор: Ташков, Н., Методијески, Д., (2014), Термален туризам, Штип

Во табелата е даден преглед на бањските центри кои се наоѓаат во Р.С. Македонија, нивната местоположба, штедливост на изворите и температурата на водата на секој од изворите (Ташков Н. и Методијески Д., 2014). Највисока температура на водата има Бања Банско (72°C), а најниска температура на водата има Кумановска бања со температура на водата (30.4°C). Треба да се напомене и дека моментално Кочанската и Кумановската бања не се активни.

4.2. Катлановска бања

4.2.1. Туристичко географска положба

Катлановска бања е туристичка атракција која е лоцирана во долниот тек на реката Пчиња, меѓу мошне живописна клисура, над селото Катланово, на надморска височина од 230 м, а е оддалечена само 25 км од Скопје и 25 км од Велес, 2,5 км оддалеченост од автопатот Белград-Скопје и 4 км оддалеченост од Аеродромот Скопје (местоположбата е прикажана на слика број 1). Опкружена е со прекрасна природа која допринесува за целосна релаксација и регенерација на телото.



Слика 1: Местоположба на Катлановска бања
Figure 1: Location of Katlanovska Spa

4.2.2. Кратка историја на бањата

Катлановска бања е откриена пред неколку века. Уште на познатата Појтингерова табла (Tabula Peutingeriana) била забележана патничката поврзаност на некогашен Ниш со Скопје, а понатаму со Стоби (слика број 2). На оваа табла имало знак на бања, тогаш, но и денес на патот Скопје-Стоби се наоѓа Катлановската бања.



Слика 2: Појтингерова табла
Figure 2: Poitinger board

Катлановска бања, уште за време на владеењето на Рим имала непроценливо значење како лекувалиште. Тоа го потврдуваат длабнатините на карпите од просторот, каде течела термална вода и тоа од двете страни на брегот од реката Пчиња, на кои има испишани имиња од некогашната римска аристократија. До катастрофалниот земјотрес од 1963 година, во Катлановска бања била поставена спомен плоча од 1898 година. “Спомен за благодатите што ги дава оваа топла вода. Нека биде непресушна за светот што се развива и гради. Пред нас е вистински убав и чист врток. Нека повелат гостите да ги измие (1317-1898).“ Со овие зборови, напишани на арапски и врежани во стара камена плоча, скопскиот валија Хаф’з Мухамед Паша ги пречекувал гостите во Катлановска бања.

Турскиот амам кој бил изграден во 1859 година се користел се до катастрофалниот земјотрес на 26 јули 1963 година во Скопје. По земјотресот од

1963 година гости се примаат во новоизградениот хотел на десниот брег од реката Пчиња, до местото каде се уште сведочат остатоците од Турскиот амам.

Собранието на град Скопје, на 13 мај 1991 година, а во согласност со Законот за заштита на природните реткости, донесе Одлука за прогласување на Катлановскиот предел за споменик на природата.

На десниот брег од реката Пчиња, каде што е Бањскиот Рид, под овие височини, само на неколку метри од реката постои тераса и тука се наоѓа Катлановската бања.

4.2.3. Капацитет на бањата

Денеска во Катлановска бања постојат три хотела и неколку одморалишта со вкупен капацитет од 450 кревети. Капацитетите на бањата се обновени и таа е една од најсовремените и најквалитетно опремените бањски центри во Р.С. Македонија (слика 3).

Во склоп на бањата се наоѓа модерен и современ Спа центар кој располага со голем базен со термоминерална вода, приватен базен со термоминерална вода, индивидуални кади со термоминерална вода, финска сауна, кислородна спа капсула. Термоминералната вода според својот состав е вистинска светска реткост, во својот состав содржи висок процент на минерали и претставува една од најлековитите води на Балканот, Европа и Светот.



Слика 3: Хотелски комплекс на Катлановска бања
Figure 3: Hotel complex of Katlanovska Spa

4.2.4. Лековити можности на бањата

Во Катлановска Бања термоминералните извори се разликуваат по количеството на водата, температурата, начинот на избивање и хемискиот состав. Температурата на водата на изворите се движи помеѓу 34,5 и 41°C.

Фактот дека топлината на водата во бањата е еднаква на телесната топлина има голема важност, бидејќи водата не мора да се загрева или лади. Катлановските минерални води се познати по тоа што лечат голем број болести. Оваа бања е регистрирана и како специјална ревматолошка болница.

Во неа, според досегашните сознанија, со успех се лекуваат следниве болести:

- Разни видови ревматични заболувања;
- Болести на желудникот и цревата;
- Болести на полните органи кај жените;
- Заболувања на нервите;
- Хронично заболување на бубрезите и мочните патишта;

- Заболувања на кожата;
- Заболување на крвните садови;
- Болести на метаболизмот;
- Некои болести на патишта за дишење;
- Кардиоваскуларни заболувања;

Некои од овие заболувања се лекуваат со капење, други со пиење, а во поново време се применува и инхалација и промивање.

4.2.5. Видови бањски услуги во Катлановска бања

Во Катлановска бања можат да се добијат голем број на СПА и медицински услуги.

4.2.5.1. Катлановска СПА центар

СПА центарот во Катлановска бања нуди широка палета на масажи и различни третмани за лице и тело со цел постигнување на благосостојба на телото. Во СПА центарот можат да се добијат голем број на услуги кои се претставени во табела број 4.

Табела 4: СПА услуги кои ги нуди Катлановска бања
Table 4: SPA services offered by Katlanovska Spa

МАСАЖИ	THERMAL-MINERAL SPA
Медицинска мануелна масажа – релакс/цело тело	Хидротерапија со термоминерална вода во када
Медицинска мануелна масажа – релакс/парцијална	Хидротерапија со термоминерална вода во мал базен
Медицинска мануелна масажа – основна	Хидротерапија со термоминерална вода во голем базен
Медицинска анти-стрес масажа со ароматични масла	Хидротерапија со термоминерална вода во стар базен
Медицинска мануелна масажа – лимфна дренажа/парцијална	BODY WORK
Медицинска мануелна масажа - лимфна дренажа/лице	Медицинска кислородна терапија во СПА капсула – со пакувања
Медицинска масажа со топли вулкански камења	Медицинска сауна
HEDDONIST OFFER	Медицинска кислородна терапија во СПА капсула – основен пакет
Романтика за двајца	
Медицински пилинг со катлановска СПА минерали	

Извор: <https://www.katlanovskaspa.com/>

Во табела број 4 се прикажани сите СПА услуги кои можат да се добијат во Катлановска бања, опфаќајќи ги видовите масажи, хидротерапија во базени (голем базен, мал базен, стар базен и во када), медицинска кислородна терапија, како и посебна понуда која ја има Катлановска бања, а тука спаѓа романтика за двајца како и медицински пилинг со катлановска СПА кристали.

4.2.5.2. Катлановска бања – медицински центар

Медицинскиот центар на Катлановска бања овозможува физикална медицина со најсовремени третмани за рехабилитација на пациенти. Медицинскиот тим е составен од четири лекарски тимови составени од доктори, специјалисти по физикална медицина и рехабилитација и високо обучен професионален тим на физиотерапевти и медицински сестри.

Овде можат да се добијат следните видови на услуги:

Електротерапија

Примена на електрична енергија во цели на лекување се нарекува електротерапија. Постојат различни видови на електротерапија кои се ординираат од страна на доктор, специјалист по физикална медицина и рехабилитација според различни индикации и дијагнози. Во Катлановска Бања се применуваат следните:

- Интерферентни струи;
- Дијадинамски струи;
- Тенс; и
- Галванотерапија.

Ултразвучна терапија

Примена на ултразвучната терапија има повеќекратно дејство врз човековиот организам. Делува на зголемување на локалната циркулација, намалување на отокот во ткивата, зголемен екстензибилитет на колагенските влакна. Делува аналгетски и ја забрзува репарацијата на ткивата.

Магнетотерапија

Примена на магнетно поле во лекување се нарекува магнетотерапија. Таа има низа тераписки ефекти врз човековото тело: го подобрува протокот на артериска и венска крв, ги активира остеобластите, хондробластите и фибробластите, ја подобрува оксигенацијата и метаболизмот во ткивата, делува аналгетски, ги стимулира ендокрините функции, го подобрува имунитетот на организмот, стимулира создавање на калус.

Парафинотерапија

Парафинотерапијата претставува еден вид на термотераписка физикална процедура. Во тераписки цели се користи прочистен медицински парафин, на кој може при топењето да му се додаде и парафинско масло во однос 7:1 со цел да му се подобри еластичноста и хомогеноста. Се топи на температура од 45 до 52°C, а се применува загреан на температура од 52 до 60°C ,во зависност од регијата на која се применува. Во тераписки цели се применува кај повеќе состојби: контрактура на зглобови, после контузии, дисторзии, луксации, артроза, спондилоза, анкилозантен спондилит, периартрит, миофиброзит, радикулопатии, невропатии , лузни после изгореници, келоиди и др.

Фототерапија

Фототерапија претставува лекување со помош на дејството на светлосната енергија врз човековиот организам.

Ласеротерапија

Ласерот се применува и во медицината. Ласерските зраци делуваат на забрзана регенерација на оштетените и заболените ткива и воедно делуваат на намалување на болката и отокот и имаат антивоспалително влијание.

Инфрацрвена лампа

Покрај сонцето кој е природен извор на инфрацрвени зраци, во физикалната терапија се користи инфрацрвената лампа. Индикации за нејзина примена се: воспаление на синуси, болка во мускули, дегенеративен ревматизам и многу други. Ефектот од овој тип на терапија е подобрена циркулација и намалување на хронична болка.

Мануелна масажа

Мануелната масажа претставува примена на специфични движења на рацете на терапевтот на телото на пациентот. Мануелната масажа може да биде

тераписка-медицинска масажа (лимфна дренажа и рефлексна масажа), спортска масажа и релаксирачка масажа.

Кинезиотејпинг

Кинезиотејпинг претставува рехабилитациона техника со апликација на специјални кинезио траки врз заболената регија. Тоа е метода која е создадена за да го подржи природниот процес на заздравување на човечкото тело со обезбедување на поддршка и стабилност на мускулите и зглобовите, притоа без ограничување на опсегот на движење на истите.

Криотерапија

Криотерапија претставува користење на ладна диферентна зона (ладни облоги) во тераписки цели. Таа делува аналгетски, со намалување на надразливоста на нервните завршетоци и го намалува отокот. Се применува кај мускулен спазам по свежи повреди, оток кај повреди и воспаленија.

Работна терапија

Работна терапија претставува примена на дозирана и контролирана употреба на одредени постапки за забрзано враќање на функционалната и работната способност на повредениот екстремитет. Посебно значење има за воспоставување на координација и моторна функција кај шаката, преку примена на одредени повторувачки задачи и движења.

Балнеотерапија и хидрокинезитерапија

Лекувањето со минерални води се нарекува балнеотерапија и се применува кај различни групи пациенти со болести на локомоторен систем. Примена на вежби во вода се нарекува хидрокинезитерапија. Ефектите од дејството на водата со сите нејзини делувања се следни:

- Намалена болка, намален мускулен тонус, совладани контрактури, подобрена трофика на мускулатура;

- Брзо враќање на движењето во зглобовите во полн обем;
- Отпорот на водата создава услови за вежби против отпор и на тој начин доаѓа до подобрување на мускулната снага;
- Истовремено струењето на водата врши и масажа на ткивата;
- Хидростатскиот притисок со компресивното дејство на периферните крвни садови подобрува циркулација и срцева работа;
- Хемискиот состав на водата ги исполнува своите ефекти врз организмот (аналгетски, антивоспалително, спазмолитично, репаративно и др.); и
- Психотерапевтски ефект, оптимизам, се поголема ангажираност и соработка од страна на пациентите.

Кинезитерапија (индивидуални и групни вежби)

Кинезитерапија е област од физикалната медицина која има улога во подобрување на состојбата на локомоторниот апарат, подобрување на обемот на движење во зафатениот екстремитет, спречување на појава на контрактури-вкочанетост на зглобовите, зголемување на мускулната сила. Вежбите во Катлановска Бања ги изведуваат стручни и обучени физиотерапевти.

4.3. Кежовица

4.3.1. Туристичко географска положба

Бањата Кежовица е лоцирана југозападно од градот Штип во непосредна близина на Новосело, на десниот брег на реката Брегалница. Сообраќајното поврзување на бања Кежовица е релативно добро. Поврзана е со главната комуникација Велес - Струмица - Кочани - Штип, како и железничката пруга Велес - Штип - Кочани. На оваа релација сообраќа редовен автобуски превоз.



Слика 4: Местоположба на бањата Кежовица
Figure 4: Location of the Kežovica spa

4.3.2. Кратка историја на бањата

За историјата на бањата има традиции и легенди кои кажуваат дека откривањето на минералните води доаѓа од овчарот Кежо кој имал рани по телото. Копажќи околу бањата открил топла вода и почнал да си ги мие раните. Тие биле излечени за некое време. Оттука и името на оваа бања е Кежовица.

Во времето на Турската империја се користеле површинските извори на брегот и во коритото на река Брегалница, на отворено, затворено само со платно посебно за жени, посебно за мажи. Тие биле наречени платнени амами (бањи). Освен за капење, населението користело минерална вода за перење и избелување на платна. Нив и денес традиционално ги користат населението на Ново Село.

За време на Кралството Југославија била изградена градска бања со мал капацитет за потребите на населението, а за време на бугарската окупација била изградена нова бања наречена „Бугарска Бања“, во која е изградена градската бања. По ослободувањето, бањата била проширена.

Во 1951 година е подигната четириособна приземна зграда со 10 кревети за гостите да ги користат за спа третман и рекреација. Во 1970-тите години на минатиот век беа надградени нови соби и овие простории се реновирани во денешно време.

4.3.3. Капацитет на бањата

Во моментот бањата има 13 соби со 33 кревети. Располага и со своја кујна и трпезариски дел. На сликата 5 е прикажан надворешниот изглед на бањата Кежовица.



Слика 5: Бања Кежовица
Figure 5: Kežovica Spa

4.3.4. Лековити можности на бањата

Температурата на водата во бањата Кежовица е 64°C, и е мошне ефикасна во лекување на:

- невролошки заболувања и ишијас;
- нарушувања на нервновегетативниот систем;
- ревматизам;
- заболување на зглобовите;
- шеќерна болест;
- ГИХТ;
- алергиски заболувања;
- бронхијална астма;

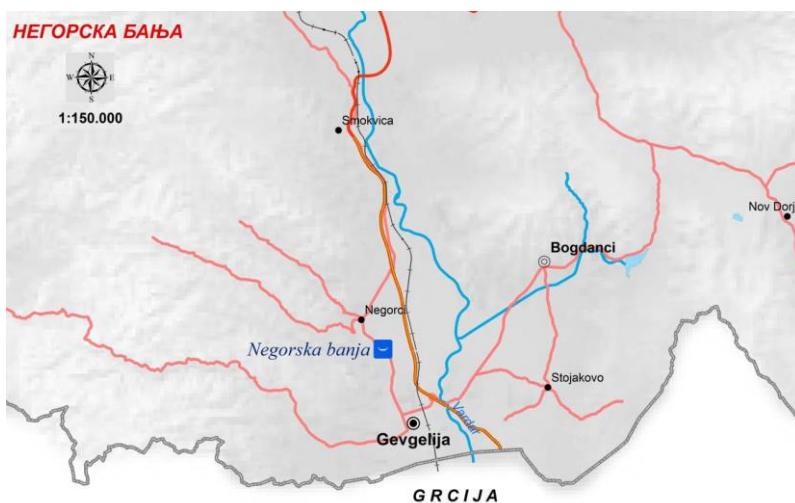
- неплодност; и
- артериосклероза.

Покрај можностите за здравствено лекување, има можност и за прошетки и трчање покрај реката Брегалница, а фудбалското игралиште кое се наоѓа до самата бања, нуди повеќе спортски можности. Оваа бања не нуди СПА услуги.

4.4. Негорска бања

4.4.1. Туристичко географска положба

Комплексот на Негорска бања е лоциран на далечина од 3км од градот Гевгелија, на надморска висина од 50 метри. Се наоѓа во многу специфична средина, во подножјето на планината Кожуф, опкружена со богата и ретка јасенова шума, која формира природен парк околу комплексот и е со површина од 22 хектари.



Слика 6: Местоположба на Негорска бања
Figure 6: Location of Negorska Spa

4.4.2. Кратка историја на бањата

За разлика од некои бањи во Р.С. Македонија како на пример Катлановската за кои се знае дека ги користеле Римјаните, Негорските

термоминерални води како бања почнуваат да се користат дури во најново време.

Првите податоци за оваа термоминерална вода ги дава познатиот југословенски географ Јован Цвијик кој го посетил овој крај во 1898 година. Во 1902 година за неа пишува и Р. Хоернес. Меѓутоа тие наведуваат дека овде постојат термоминерални извори, но не и објекти кои ќе овозможат нивно користење. Во 1903 година заповедникот на појакиот гарнизон во Гевгелија, Шукри - паша изградил на посилниот извор бања, односно зграда со два базена и соби за одмарање. Над базените на кат се наоѓале соби, а постоела и една пространа тераса наменета за уживање на пашата. Во периодот меѓу двете светски војни во бањата не се вршеле некои пообемни градежни работи. Покрај честите поплави што ги правела Серменска река и силниот земјотрес што ја зафатил бањата во 1931 година придонел таа да се најде во многу запуштена состојба. За време на Втората светска војна бањата сосема била запуштена. Негорски бањи позабрзан развој доживуваат дури во годините по ослободувањето.

4.4.3. Капацитети на бањата

Бањскиот комплекс Негорски Бањи нуди сместување во 3 хотели (Божур, Кала и Јасен) кои имаат вкупен капацитет од околу 280 легла (Слика 7, 8 и 9).

Во регионот на бањата постојат 2 извора "Врела Бања" и "Ладна бања". Водата во врелата бања има температура од 40°C, а во ладната бања 37°C.

Таа во својот состав содржи калциум, магнезиум, рубидиум, цезиум, радон и други минерали.

Бањскиот комплекс располага со три фудбалски терени, патеки за трчање и пешачење во шума од јасени, патеки за велосипедисти и теретана.



Слика 7: Хотел Божур
Figure 7: Hotel Vozhur



Слика 8: Хотел Јасен
Figure 8: Hotel Jasen



Слика 9: Соба во Хотел Кала

Figure 9: Room in Hotel Kala

4.4.4. Лековити можности на бањата

Негорските минерални води се познати по тоа што лечат голем број болести меѓу кои:

- Болести на локомоторен систем;
- Состојба по ревматска грозница;
- Хроничен инфламаторен ревматизам;
- Хроничен еволутивен полиартрит;
- Бехтерова болест – почетен стадиум;
- Дегенеративен ревматизам (артроза, спондилоза);
- Екстра артикуларен ревматизам;
- Последици од трауми и воени ранувања;
- Урична дијатеза во вонпериодично посилно влошување;
- Кардиоваскуларни болести;
- Сите форми на коронарна болест;

- Артериска хипертензија во лабилна и полесна форма;
- Рековалесценција на миокардит од ревматично и друго потекло;
- Рековалесценција на ревматичен ендокардит;
- Невролошки заболувања;
- Невралгии и полинеурити;
- Последици од полиомиолит;
- Гинеколошки заболувања;
- Воспалителни процеси од неспецифична природа во смирена состојба;
- Оваријални дисфункции проследени со хипоплазија на гениталните органи и нарушена менструација;
- Извесни форми на стерилитет, во прв ред од воспалително и ендокрино потекло;
- Заболување на респираторни органи;
- Хронични бронхити – трахеити и ларингити;
- Полесни форми на бронхијална астма;
- Гастроинтестинални заболувања;
- Хроничен гастритис;
- Чир на стомак и дванаесетпалечно црево;
- Воспаление на жолчка; и
- Воспаление на дебело црево.

4.4.5. Видови бањски услуги во Негорска бања

За здравјето на пациентите и посетители во Негорска бања се грижи тим од лекари специјалисти по физикална медицина и рехабилитација, лекар по општа медицина, медицински сестри, физиотерапевти и масер. Негорска бања ги нуди следните здравствени услуги:

- Електро-терапија (дијадинамик, интерферентни струи, тенс, галван, електрофореза, електростимулација);
- Сонотерапија (ултразвук);
- Фототерапија (инфрацрвени и ултравиолетови ламби);

- Биотрон ламба;
- Вакууммед;
- Ласер;
- Магнетотерапија;
- Кинези-терапија групна и индивидуална;
- Хидрокинезитерапија;
- Екстензија на рбетен столб;
- Парафин терапија;
- Подводна масажа;
- Рачна масажа-релаксациона, медицинска, спортска;
- ЕКГ;
- Органометрија; и
- Детоксикација.

Покрај здравствените услуги Негорска бања располага и со два базени со минерална вода наменети за лекување, но и за рекреација. Бањскиот комплекс располага и со три фудбалски терени, патеки за трчање и пешачење во шума од јасени, патеки за велосипедисти и теретана. Пријатната клима и благите зими создаваат идеални услови за рекреација и професионална обука на спортисти. Поради ова, но и поради достапните и континуирани здравствени услуги голем број фудбалски тимови од земјава и странство, ракометни тимови, атлетичари и спортисти од други профили редовно ги обавуваат своите подготовки во Негорски Бањи.

4.5. Бања Банско

4.5.1. Туристичко географска положба

Струмичка бања која е позната и под името Бања Банско се наоѓа на 12,5 километри југоисточно од градот Струмица, на источниот крај од селото Банско. Термоминералните извори се во самото подножје на планината Беласица, помеѓу реката Дерман од запад, планинската коса Манастир од исток и рамното Струмичко Поле – месноста Кокошинка од север. Бањските објекти се изградени

на речната тераса создадена од Дерманска Река, на надморска височина од 270 m. Од овде се протега прекрасна глетка од една страна кон поголемиот дел на Струмичка Котлина и од друга страна кон стрмната, покриена со густа шума Беласица.



Слика 10: Местоположба на бањата Банско
Figure 10: Location of Bansko Spa

4.5.2.Кратка историја на бањата

Бања Банско претставува Римска бања, која е термоминерално лекувалиште од античко време. Пронајдени се многу стари предмети, како стари пари со ликот на Цар Константин, стари ќерамиди, ќумци – преку кои водата од топлиот извор е спроведувана кон селото при ископувањето на старата римска бања која е од трети век. Била откриена во 1978 година при копањето на темелите за хотел Цар Самуил. Локалитетот „Римска терма“ е еден од најсочуваните римски споменици од ваков вид во Европа. Зачуваноста е најизразена во просторијата која служела како сауна, а во просторијата која служела како фригидариум постои базен кој бил полнет со ладна вода, додека куполата над кадата е се уште зачувана. Во сите откриени простории целосно се зачувани подовите градени од тула и малтер. На објектот, кој е цел за посета на сите туристи во Струмица и струмичко, останал и комплетниот систем на подното и ѕидното затоплување со сите негови елементи.

По 1920 година двајца браќа од Струмица ја обновиле бањата и изградиле објекти за сместување.

4.5.3. Капацитети на бањата

Денес бањата има 11 простории со вкупна површина од 623 m кв.

Термо-минералните води од природното лекувалиште бања Банско, односно комплексот Цар Самуил (кој е прикажан на слика 11) имаат уникатни особености и терапевтски ефекти. Пред сè, тие припаѓаат во групата на натриумско – сулфурни, алкални и азотни води кои во себе содржат ретки минерали. Понатаму, ова е најтоплиот термален извор во земјава, со температура и до 73°C.

Термоминералните извори во Банско се наоѓаат на терен составен од шкрилест старопалеозојски гранит покриен со пролувијални наслаги. Хипертермалната појава се јавува на релативно мал простор во вид на термални извори.

Располага со терапевтски и рекреативен базен. Во склоп на бањата има и трим кабинет, сала за билјард, пинг – понг, пикадо.



Слика 11: Хотелски комплекс Цар Самуил
Figure 11: Hotel complex Car Samuil

4.5.4. Лековити можности на бањата

Бањата помага при лекување на следниве заболувања:

- Ишијалгија и полиатритис;
- Заболувања на дишните органи (бронхит, астма);
- Сите видови ревматични заболувања;
- Болести на органите за варење (чир, гастритис, цревни заболувања);
- Состојба после фрактура на коските;
- Состојба по прележана жолтица;
- Нервни заболувања; и
- Женски гинеколошки заболувања (стерилитет, воспаление на јајниците и др.).

4.5.5. Видови бањски услуги во бања Банско

Одделот за физикална терапија и рехабилитација во Бања Банско нуди можности за:

- Електро терапија;
- TENS;
- Мануелна масажа;
- Парафин;
- Хидрогалван;
- Подводна масажа;
- Потпомогнати вежби;
- Активни и пасивни вежби;
- Респираторни вежби;
- Вежби за сколиоза;
- Статичен велосипед;
- Магнетна терапија;
- Инфрацрвени зраци; и
- Терапевтски базен.

Терапевтскиот базен помага при лекување на сите невролошки болести, ревматски состојби, гинеколошки заболувања итн. Терапевтските базени се користат по препорака на доктор во зависност од дадената дијагноза, во контекст на заздравување и превенција, во времетраење од 15 мин., 30 мин., 40 мин.

- Рекреативен базен

Рекреативниот базен се користи за рекреативни вежби, пливање како и вежби на справи (статичен велосипед, трака за трчање, душеци за рекреативни вежби)

- Вежби во топла просторија (Бикрам)

- Термални хидро вежби

- Вежби за ментален спокој (одмарање)

Покрај овие услуги во Цар Самуил е достапен новиот уред INDIBA ACTIV СТ9 кој претставува светски хит во физикалната медицина.

Се работи за мултифункционален уред кој обезбедува ефективни и брзи резултати во физикалната медицина, како и во процесот на рехабилитација на мускулите, а е ексклузивно достапен во „Цар Самуил“. Голем број врвни спортисти, меѓу кои и фудбалерите на фудбалскиот клуб Барселона, како и тенискиот ас Рафаел Надал се само дел од спортските ѕвезди кои му ја дадоа довербата на овој уред кој важи за светски хит во физикалната медицина.

Станува збор за радиофреквентна терапија за постигнување на брзи и ефикасни резултати во процесот на рехабилитација и опоравување, а се користи и за обезболување.

INDIBA е електромагнетна струја која со помош на електроди се доставува до телото на радиофреквенција од 448kHz. Оваа струја постепено ја зголемува температурата на третираното ткиво. Зголемувањето на температурата

предизвикува природна регенерација, обнова на оштетеното ткиво и намалување на болката и ограничувањето во дадено движење.

Во „Цар Самуил“ е достапен и новиот револуционерен уред што ослободува од хронични болки.

Ново во современата здравствена програма на хидротермалниот медицински центар „Цар Самуил“ – Бања Банско, е Game Ready® MED4ELITE – најсовремен уред со напредна технологија која успешно ги интегрира третманите за криотерапија, термотерапија, контраст и компресија. Сеопфатни, флексибилни, практични и докажани можности за терапија на најразлични пост-оперативни, акутни и пост-трауматски состојби проследени со оток и болка.

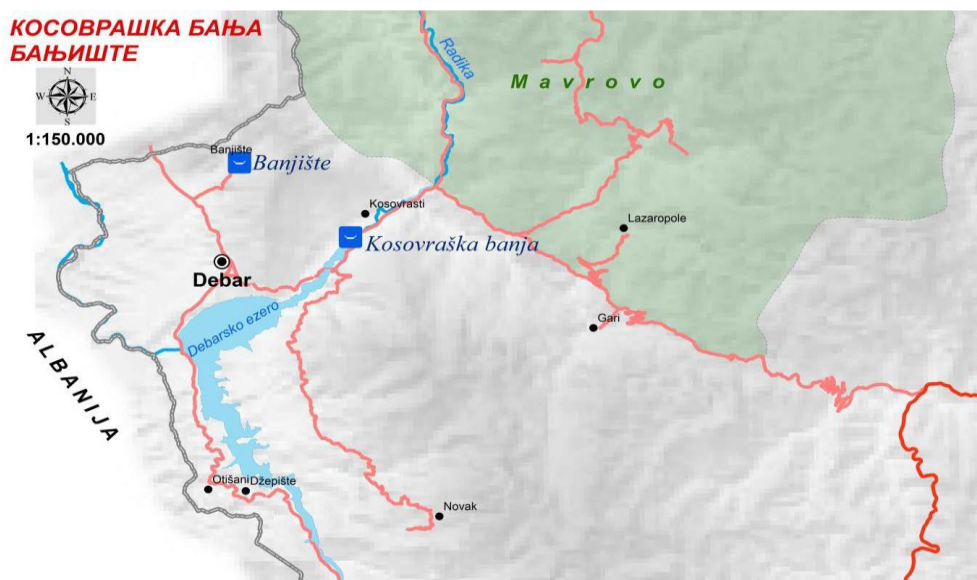
Исто така е достапен и GREEN PRESS 12 – современ апарат за медицинска и естетска лимфна дренажа. Технологијата на GREEN PRESS 12 е дизајнирана по пример на рачната лимфна дренажа. Специјалните манжетни се контролирани од микропроцесор преку кој се овозможува избор на прецизни параметри за третман. Постојат 7 претходно поставени програми за оптимална терапија на различни состојби на телото. Манжетните се состојат од прегради кои делумно се преклопуваат и на тој начин се овозможува лимфна дренажа на најприроден начин. GREEN PRESS 12 е одлична дополнителна терапија за лекување на рани, но и напредни фази на различни патологии. Под надзор на стручно лице, може да се користи за ефикасен третман на сите фази од целулит. Во комбинација со други воспоставени естетски процедури (ултразвучна терапија, електротерапија, антицелулитни креми и сл.) крајниот резултат во намалувањето на целулитниот изглед е уште повпечатлив.

4.6. Дебарски бањи

4.6.1. Туристичко географска положба

Дебарските бањи кои се викаат Бањиште и Косовраст се лоцирани во подножјето на планината Крчин во непосредна близина на градот Дебар.

Бањиште кој се наоѓа на надморска висина од 880 метри, претставува идеално место за оние кои сакаат да се релаксираат и уживаат во чистиот планински воздух, природната термо-минерална вода со оптимална температура за човековото тело и прекрасната храна.



Слика 12: Местоположба на Дебарски Бањи
Figure 12: Location of Debarski Spa

4.6.2. Кратка историја на бањата

Иако постојат многу легенди за овие извори, најстарото сведоштво за постоењето на балнеотерапијата во овој регион се двата антички базени во Бањиште. Тие биле изградени во 1797 година од Хаџи Муџедин, син на Нуман Ефенди, членови на старата Оручи Заде дебарска фамилија од 1010 година. Овие базени се неодамна реновирани.

Дебарските Бањи се основани на 21 Февруари 1948 година, како бањски рекреативен центар најдобар во бившата Југославија, чии врати беа отворени само за политичарите, армиски генерали и високата класа на општеството. Тврдењата дека овие бањи беа најдобри се потврдија во 70-тите години на минатиот век, кога Дебарскиот регион беше посетен од експертски тим составен од лекари, геолози и физичари од Франција и Германија. Извештаи од научните

студии кои биле спроведени, истакнале дека термо-минералните води во градот Дебар, содржат околу 4 грама на разни минерали во 1 литар вода, количина која и ден денес ја нема ниту еден друг термо-минерален извор во Европа. Минералната структура е уникатна, а водата е класифицирана како најлековита во овој континент.

Нова ера за Дебарските Бањи почна на 15 Октомври 2004 година, кога семејството Цапа на берза ги купи акциите на оваа компанија. Оваа сензационална вест ги покри сите македонски медиуми, бидејќи беше првата приватизирана компанија. Новите сопственици веднаш почнаа интензивно да работат на модернизација на бањските центри Бањиште и Косоврасти.

Поради почитта кон историјата и традицијата, со цел да не се наруши оваа вонвременска убавина и хармонија која како да го достигнала својот максимум на ова свето место, ресортот Бањиште еднадвор ја има својата традиционална архитектура, но во внатрешниот современ и луксузен ентериер, нуди врвни стандарди на сместување и хотелски услуги, кои ги задоволуваат сите гости.

4.6.3. Капацитети на бањата

Бања Бањиште има вкупен капацитет од 126 соби. Овој ресорт е реновиран неколку пати од неговата приватизација, а со последното реновирање беа опфатени вкупно 72 соби и дел од медицинските простории (Април 2012).

Бања Косовраст, е современ ресорт со 75 модерни соби, сите со поглед кон Дебарското Езеро. Прекрасна природа, високи планини, кањонот на реката Радика, Дебарското Езеро и пешачките патеки, се најпогодното место за релаксирачки прошетки како и за оние што бараат авантури и предизвици. Водата богата со здравје, со векови има докажано дека е единствено решение за лекување на разни болести.

Температурата на водата изнесува 39°C во Бањиште и Косоврасти 41°C, таа се нуди 100% природна и не се лади ниту пак догрева. Таа исто така е многу

богата со негативни јони и спаѓа во категоријата “Alive Waters”, води кои “даруваат живот” и имаат магични способности за лекување на разни болести.



Слика 13: Хотелски комплекс ЦАПА
Figure 13: Hotel complex САРА

4.6.4. Лековити можности на бањата

Со бањање и пиење на термоминералната вода во бања Бањиште се лекуваат голем број на болести.

Со бањање се лекуваат:

- Сите видови субакутен и хронично воспалителен ревматизам;
- Дегенеративен ревматизам на сите зглобови и ревматизам во 'рбетот;
- Ревматична треска во периодот на смирување со зглобни болки и без слабост на срцето;
- Сите форми на ревматични болест (особено ишијас);
- Сите вонзглобни ревматизми;
- Слабост на мускулите по траума на зглобови и преломи на коски;
- Делумно вкочанување на зглобовите;
- Состојба на прележана детска парализа;
- Хронично воспаление на јајниците, како и други гинеколошки заболувања;
- Примарен и секундарен стерилитет; и
- Кожни болести.

Со пиее се лекува:

- Долготрајно заболување на желудникот со зголемена киселост и намалена киселост;
- Долготрајно воспалување на желудникот;
- Чир на дванаесетпалечното црево и желудникот;
- Долготраен запек;
- Долготрајно заболување на дебелото црево;
- Долготрајно заболување на жолчната кеса со песок и поситен камен;
- Состојба по прележана заразна жолтица;
- Песок и поситен камен во мочните патишта;
- Долготрајно воспалување на мочните органи;
- Долготрајно воспалување на дишните органи;
- Белодробен задив;
- Заболување на зглобовите поради зголемена мочна киселина;
- Лесни форми на шеќерна болест; и
- Слабокрвност поради недостиг на железо.

Бањата Косоврасти е со повисока температура и поголема радиоактивност од бањата Бањиште. По количеството на растворениот сулфуроводород таа е трета во Европа, а прва во Република Северна Македонија, со што со право се констатира дека оваа бања може да лекува и поголем број болести отколку бањата Бањиште.

Денес во современ хотелско – здравствен центар со успех се лекуваат овие болести:

- Субакутен и хроничен ревматизам;
 - Ревматизам во зглобовите и рбетот;
 - Дегенеративен и деформативен ревматизам;
 - Сите видови на ишијас и неуралгии;
 - Гастритис со зголемена и намалена киселина и чир во стомакот;
 - Болести од жолчните и бубрежните патишта;
-

- Повеќе видови гинеколошки заболувања; и
- Разни видови кожни заболувања.

Вака големиот број на медицински индикации и на едната и на другата бања ги потврдуваат не само нивните огромни лековити својства, туку и укажуваат дека тие располагаат со големи потенцијални можности кои во иднина ќе им овозможат побрз сестран развој на бањските простори.

4.6.5. Видови бањски услуги во Дебарски бањи

Во бањата Бањиште има нов модерен СПА и Велнес центар, со вкупна површина од над 250 м² простор.

ЦЕНТАРОТ ЗА УБАВИНА при хотел Бањиште сите третмани кои ги нуди се 100% природни бидејќи ги користат само минералите кои се наоѓаат во изворите на термо-минералната вода, и истите не се генетски модифицирани.

ТРЕТМАНОТ НА ЛИЦЕТО е главен чекор за здрава и чиста кожа. Секој третман е различен бидејќи се прилагодува на типот на кожата, но без разлика дали имате сува, мрсна, чувствителна или нормална кожа, редовното чистење е задолжително. Отстранување на црните или белите точки е неопходен процес кој им овозможува на порите од кожата да функционираат нормално. Примената на маски потоа ќе ја регенерира кожата и дава чувство на релаксација.

Табела 5: СПА услуги кои ги нуди бања Бањиште
Table 5: SPA services offered by Banjiste Spa

Пакети за лице	Што друго нуди СПА центарот	Видови масажи	Други услуги
Отстранување на акни	Два приватни базени со термоминерална вода	Релаксирачка	Средување нокти
Маска со минерална кал	Хидромасажер со арома терапија	Рефлексна	Депилација со природни состојки
Маска со сулфур	Фризерски салон	Спортска	Специјални третмани за ублажување на кожата на рацете и нозете
Чистење и хидратизација	Соба за масажа	Шведска	
Маска со овошна киселина	Соба за релаксација и електротерапија	За парови	
Галванска	Фанготерапија и топли лежалки	Пренатална	
За мажи	Парна бања	За екстремитети (раце и нозе)	
За чувствителна кожа	Финска сауна		
За тинејџери	Гардеробери, туш кабини итн.		

Извор: <https://bdcapa.com/>

Во табелата број 5 се прикажани сите Спа услуги кои ги нуди оваа бања, видовите третмани за лице, масажи, но и други услуги во склоп на бањата.

Масажата помага во отстранување на стресот и во релаксирање на целото тело. Кога телото е опуштено, тогаш се стимулира производството на ендорфинот, кој е инаку познат како хормон на „радоста“. Ендорфинот создава добро расположение, а со тоа помага при намалување на болките како и ја намалува потребата за користење на лекови.

Бања Косовраст има професионален лекарски тим кој ги применува старите природни фактори како и најсовремените достигнувања во медицината. Резултатите внимателно се следат и се споредуваат со планираните. Особено внимание се обрнува за мотивирање на клиентите за активно учество во реализација на сите планирани активности, за ефективен третман за време на престојот.

Медицински услуги кои што ги нудат овие бањи се:

- Хидротерапија;
- Фанготерапија;
- Електротерапија;
- Фототерапија;
- Кинези терапија;
- Масажа;
- Сауна; и
- Воздушна терапија.

Глава 5. Потенцијали за развој на бањски туризам во Република Северна Македонија

5.1. Развој на бањскиот туризам во Р. Северна Македонија низ годините

Бањскиот туризам е многу слабо развиен во Р.С. Македонија. Дека е тоа така покажуваат и самите статистички податоци добиени од државниот завод за статистика, за бројот на соби и легла во бањите, посетеноста на бањските места, како и за бројот на ноќевања. Во продолжение се претставени податоци за 15 годишен период за тоа како се менувал бањскиот туризам низ годините и сите негови падови и издигнувања.

Табела 6: Број на соби и легла во бањите во Р. Северна Македонија
Table 6: Number of rooms and beds in the spas in the Republic of North Macedonia

Година	Соби	Легла
2008	412	1 089
2009	418	1 091
2010	538	1 217
2011	533	1 217
2012	533	1 217
2013	533	1 217
2014	530	1 289
2015	531	1 296
2016	531	1 296
2017	529	1 267
2018	242	518
2019	242	518
2020	242	518
2021	244	518
2022	244	518

Извор: Државен завод за статистика

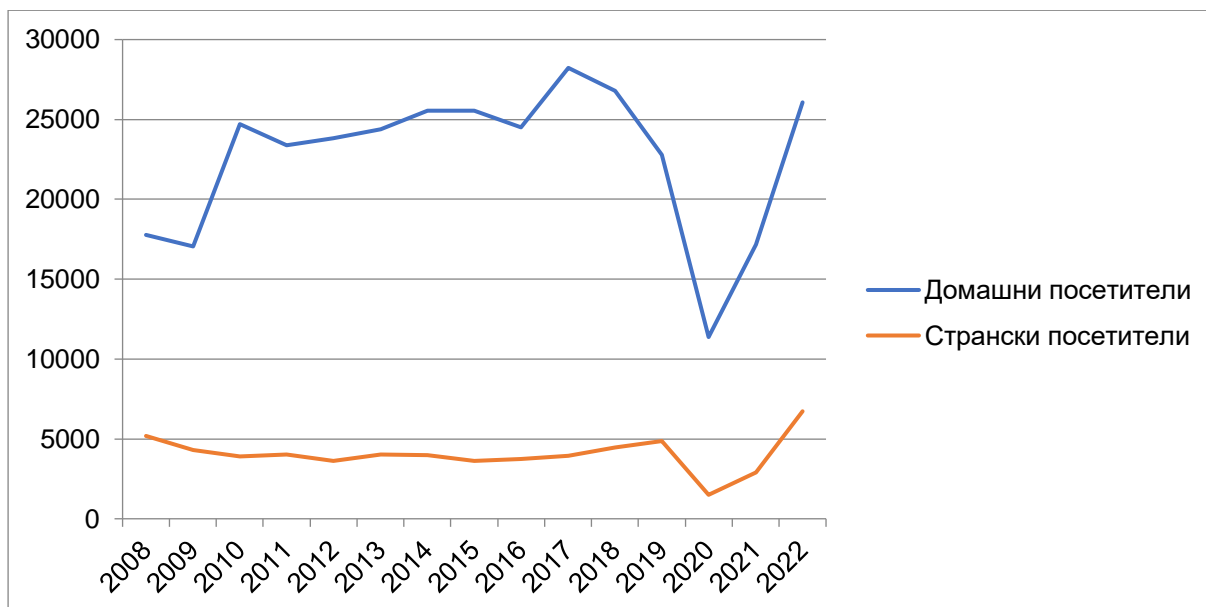
Во табела број 6 е претставен бројот на соби и легла во бањите во Р.С. Македонија за периодот од 2008 до 2022 година. Почнувајќи од 2008 година па се до 2017 година бројот на соби и легла во бањите бил прилично без големи

варијации достигнувајќи го својот максимум на соби во 2010 година (вкупно 538 соби), а најголем број на легла имало во 2015 и 2016 година (вкупно 1296). Во 2018 година доаѓа до нагол пад на бројот на соби и легла, кои од 529 соби и 1267 легла во 2017 година се спушта на 242 соби и само 518 легла вкупно во сите бањи во државата. Може да се забележи и во наредните години нема значаен пораст во бројот на соби и легла, според последните информации од државниот завод за статистика во 2022 година вкупниот број на соби изнесува 244 и исто 518 легла.

Табела 7: Број на домашни и странски посетители во бањските места
Table 7: Number of domestic and foreign visitors to the spa centers

	Домашни		Странски		Вкупно
	Апсолутни вредности	%	Апсолутни вредности	%	
2008	17 776	77	5 189	23	22 965
2009	17 069	80	4 307	20	21 369
2010	24 688	86	3 886	14	28 574
2011	23 401	85	4 040	15	27 441
2012	23 826	87	3 604	13	27 430
2013	24 380	86	4 025	14	28 405
2014	25 534	86	3 998	14	29 532
2015	25 533	88	3 636	12	29 169
2016	24 525	87	3 751	13	28 276
2017	28 227	88	3 962	12	32 189
2018	26 778	86	4 466	14	31 244
2019	22 776	82	4 871	18	27 647
2020	11 376	88	1 500	12	12 876
2021	17 188	85	2 916	15	20 104
2022	26 063	79	6 729	21	32 792

Извор: Државен завод за статистика



Графикон 1: Број на домашни и странски посетители во бањските места
Chart 1: Number of domestic and foreign visitors to the spa centers

Во табела број 7 е претставен бројот на домашни и странски посетители во бањските места во Р.С. Македонија за периодот од 2008 до 2022 година. Податоците се претставени во апсолутни и процентуални вредности и истите се претставени графички во графикон број 1 заради поголема прегледност.

Во врска со бројот на посетители (во коишто спаѓаат домашните, странските, како и дневните посети во бањите), годишен просек за овој 15 годишен период е по 26 667 посетители годишно. Најголем број на посетители имало во 2022 година вкупно 32 792, што претставува 6 125 повеќе посетители од просекот, односно пораст од 18,7%. Најмал број на посетители имало во 2020 година (вкупно 12 876), што претставува намалување за 53,43% во однос на 2019 година кога имало вкупно 27 647 посетители.

Според направеното истражување за посетеноста на бањите во Република С. Македонија за 15 годишен период повеќе од очигледно е дека доминира посетеноста од домашни посетители. Домашната посетеност изнесува најмалку 77% во 2008 година, а најмногу 88%. Изразено во апсолутни вредности најмалку домашни посетители имало во 2020 година (вкупно 11 376), а најголем број домашни посетители имало во 2017 година (28 227). Од странските

посетители најмалку имало во 2020 година, а нивниот број изнесува само 1500 посетители, а најголем број посети имало во 2022 година вкупно 6 725. За разлика од домашните посетители процентот на странски посетители се движи во рамките од 12% до 23%.

Табела 8: Број на ноќевања на домашни и странски посетители во бањските места

Table 8: Number of overnight stays of domestic and foreign visitors in the spa centers

	Домашни		Странски		Вкупно
	Апсолутни вредности	%	Апсолутни вредности	%	
2008	108 634	79	28 532	21	137 166
2009	106 980	79	27 860	21	134 840
2010	189 324	87	27 202	13	216 526
2011	193 274	88	27 366	12	220 640
2012	190 749	88	25 767	12	216 516
2013	195 665	88	26 697	12	222 362
2014	199 159	89	25 215	11	224 374
2015	192 750	89	22 791	11	215 541
2016	201 781	89	26 138	11	227 919
2017	217 064	89	28 010	11	245 074
2018	206 804	87	30 747	13	237 551
2019	182 562	83	38 187	17	220 749
2020	74 399	82	16 406	18	90 805
2021	123 128	85	22 158	15	145 286
2022	174 269	84	33 983	16	208 252

Извор: Државен завод за статистика

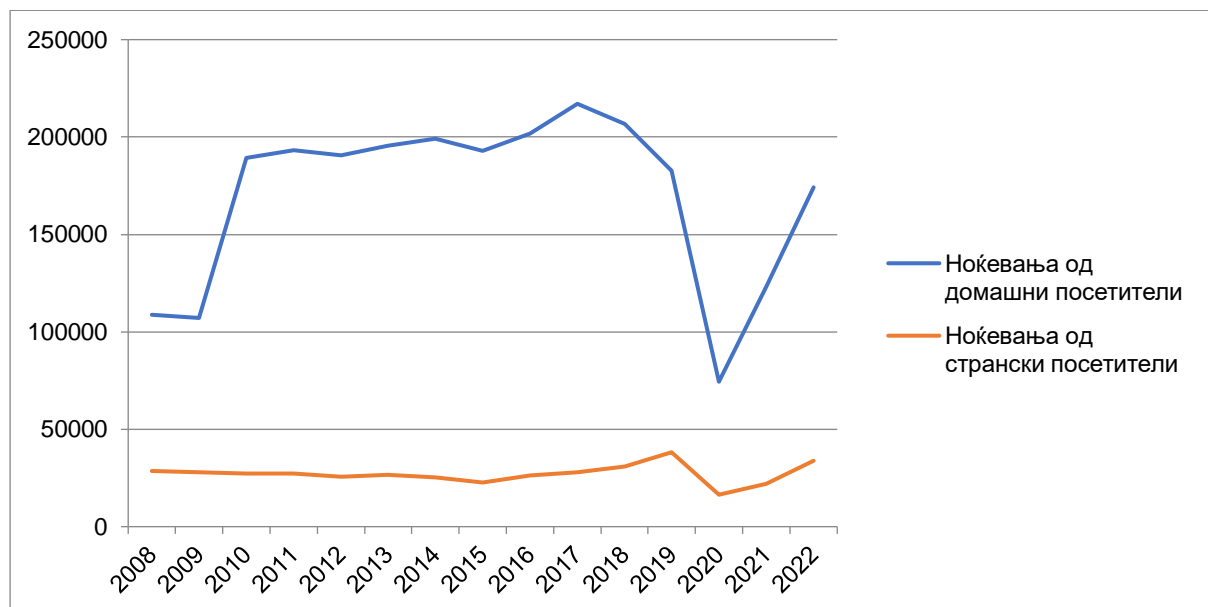
Во табела број 8 е претставен бројот на ноќевања во бањите од страна на домашни и странски посетители и истите податоци се претставени во апсолутни и во процентуални вредности.

Кога ќе се разгледа бројот на ноќевања просечната вредност изнесува 166 870 ноќевања годишно. При тоа, најголем број на ноќевања имало во 2017 година (вкупно 245 374 ноќевања), со најмал број на ноќевања во 2020 година (вкупно 90 805), што претставува намалување за 45,6% во однос на просечниот број ноќевања, односно намалување за 77,8% во однос на 2017 година кога имало

245 374 ноќевања. Причината за нискиот број на посетители и ноќевања во 2020 година се должи на Ковид пандемијата која го зафати светот. Во следните години бројот на ноќевања бележи постојан пораст достигнувајќи 208 252 ноќевања во 2022 година.

Процентот на ноќевања во бањите е исто така поголем од страна на домашните посетители, па во овој 15 годишен период се движи во рамките од 79% до 89%, а од странските посетители процентот на ноќевања се движи помеѓу 11% до 21%. Изразено во апсолутни вредности бројот на ноќевања од страна на домашни туристи е најмал во 2020 година (74 399 ноќевања), а најголем во 2017 година (217 064 ноќевања). Бројот на ноќевања од страна на странски туристи е најмал во 2020 година (16 406 ноќевања), а најголем во 2019 година (38 187 ноќевања).

Заради поголема прегледност истите податоци се претставени во графикон 2.



Графикон 2: Број на ноќевања на домашни и странски посетители во бањските места
Chart 2: Number of overnight stays of domestic and foreign visitors in the spa centers

5.2. Споредба помеѓу бањскиот туризам и другите видови туризам во Р. Северна Македонија

Секој потенцијален турист има различни туристички мотиви кои влијаат на нив и ги мотивираат да учествуваат во туристичките текови. Секој од посетителите претставува посебна личност со свои посебни индивидуални потреби, интереси, навики, способности, желби, ставови, темперамент, карактерни црти, предрасуди и специфични аспирации. Сите овие различни карактеристики на туристите влијаат на нивниот избор на туристичка дестинација. За бањите по правило се врзуваат подолги престојувања поврзани со рекреативно - терапевтска функција на термо - минералните води. Бидејќи овие особини на бањските води се константни во текот на целата година, кај бањскиот туризам нема сезонска концентрација односно туристичкиот промет е рамномерно распореден во текот на целата година. Со цел да се види колку е застапен бањскиот туризам во Република Северна Македонија направена е споредба помеѓу бројот на домашните и странските туристи и ноќевањата во бањите во однос на бројот на туристите и ноќевањата во Скопје (туристичка атракција како главен град на државата), планинските места, езерските места и сите останати видови туризам кои се застапени во државата.

Во табела број 9 е претставен бројот на домашни туристи и бројот на ноќевања по видови туризам за периодот од 2017 до 2021 година.

Табела 9: Број на домашни туристи и број на ноќевања за периодот од 2017 до 2021 година

Table 9: Number of domestic tourists and number of overnight stays for the period from 2017 to 2021

		Скопје		Бањски места		Планински места		Езерски места		Други места		Вкупно
		број	%	број	%	број	%	број	%	број	%	
2017	туристи	28 399	7,71	28 227	7,68	40 907	11,1	218 711	59,4	52 003	14,1	368 247
	ноќевања	47 366	3,2	217 064	14,7	93 616	6,3	1 042 427	70,4	79 987	5,4	1 480 460
2018	туристи	35 379	8,5	26 778	6,4	43 362	10,3	256 255	61	57 816	13,8	419 590
	ноќевања	56 371	3,3	206 804	12,3	99 085	5,9	1 235 085	73,3	87 928	5,2	1 685 273
2019	туристи	37 738	8,8	22 776	5,3	46 198	10,8	263 878	61,7	56 780	13,3	427 370
	ноќевања	58 629	3,5	182 562	10,8	103 578	6,1	1 244 961	73,9	94 896	5,6	1 684 627
2020	туристи	17 479	5	11 376	3,2	46 058	13,2	239 833	68,7	34 562	9,9	349 308
	ноќевања	32 063	2,2	74 399	5,2	100 268	6,9	1 178 402	81,6	59 473	4,1	1 444 605
2021	туристи	32 937	8	17 188	4,2	43 952	10,8	275 175	67,4	39 248	9,6	408 500
	ноќевања	59 134	3,6	123 128	7,5	96 361	5,9	1 298 280	79	66 180	4	1 643 083

Извор: Државен завод за статистика

Во табела број 10 е претставен бројот на странски туристи и бројот на ноќевања по видови туризам за периодот од 2017 до 2021 година.

Табела 10: Број на странски туристи и број на ноќевања за периодот од 2017 до 2021 година

Table 10: Number of foreign tourists and number of overnight stays for the period from 2017 to 2021

		Скопје		Бањски места		Планински места		Езерски места		Други места		Вкупно
		број	%	број	%	број	%	број	%	број	%	
2017	туристи	272 373	43,2	3 962	0,6	17 845	2,8	214 266	34	122 148	19,4	630 594
	ноќевања	459 345	35,5	28 010	2,2	31 973	2,5	539 380	41,7	235 984	18,2	1 294 692
2018	туристи	303 695	43	4 466	0,6	22 019	3,1	247 918	35	129 247	18,3	707 345
	ноќевања	509 441	34,2	30 747	2,1	40 827	2,7	629 491	42	281 029	19	1 491 535
2019	туристи	321 270	42,4	4 871	0,6	24 709	3,3	279 977	37	126 766	16,7	757 593
	ноќевања	549 157	34,8	38 187	2,4	44 029	2,8	693 208	44	253 190	16	1 577 771
2020	туристи	55 008	46,5	1 500	1,3	6 473	5,5	30 997	26,2	24 228	20,5	118 206
	ноќевања	104 226	41,2	16 406	6,5	11 000	4,3	58 778	23,2	62 519	24,7	252 930
2021	туристи	133 894	45,5	2 916	1	12 698	4,3	85 098	29	59 357	20,2	293 963
	ноќевања	270 737	40,4	22 158	3,3	24 323	3,6	225 954	33,7	127 288	19	670 460

Извор: Државен завод за статистика

Повеќе од очигледно е дека бањскиот туризам е најслабо развиен во Р.С. Македонија. Во анализираниот 5 годишен период по процентуална застапеност бројот на бањски туристи е на последно место како за домашните туристи, така и за странските. За домашните туристи езерските места се на прво место по атрактивност (64%), останатите видови на туризам се на второ место (12%), потоа следуваат планинските места со застапеност од 11%, главниот град Скопје со 8% и на последно место со 5% се бањските места. За разлика од домашните туристи, за странските најатрактивен е градот Скопје (43%), а потоа со 34% следуваат езерските места, другите видови туризам со 19%, планински места со 3% и бањски туризам е повторно на последно место со само 1%. Кога ќе се разгледа бројот на ноќевања кај домашните посетители бањскиот туризам е на второ место, додека пак кај странските туристи останува на последно место. Па така кај бројот на ноќевања на домашните туристи најголем број на ноќевања оствариле во езерските места (76%), бањските места се на второ место со 10%, планинските места се на трето место со 6%, а потоа следуваат другите видови

туризам со 5% и главниот град Скопје со 3%. Странските туристи најголем број ноќевања поминале во езерските места со 41%, второ место е Скопје со 36%, понатаму следуваат другите места со 18%, планинските места со 3% и на последно место се бањските места со само 2 % од вкупните ноќевања.

5.3. Податоци за посета и престој во Катлановска бања

Катлановска бања има поволна местоположба, наоѓајќи се во близина на главниот град на Р.С. Македонија, па заради тоа се очекува и најголема посетеност токму во оваа бања. Со цел да се добијат реални податоци за бројот на посетители во Катлановска бања, како и бројот на денови кои го поминале посетителите во бањата направено е сопствено истражување и добиени се податоци директно од статистиката на Катлановска бања. Во статистиката на Катлановска бања посетителите се водат како домашни стационарани пациенти, странски стационарани пациенти и амбулантски пациенти, а во табелата се преставени колку пациенти имало по годините и колку денови престојувале односно доаѓале во бањата.

Табела 11: Број на посетители во Катлановска бања во периодот од 2018-2021 година

Table 11: Number of visitors to Katlanovska Spa for the period from 2018-2021

	2018		2019		2020		2021	
	пациенти	денови	пациенти	денови	пациенти	денови	пациенти	денови
Домашни стационарани пациенти	4 240	40 819	4 080	43 573	1 437	18 078	2 464	31 277
Странски стационарани пациенти	133	776	163	1126	18	132	65	441
Амбулантски пациенти	1 613	15 155	1857	17 406	1 399	13 500	2 627	26 039
Вкупно	5 986	56 750	6 100	62 105	2 854	31 710	5 156	57 757

Извор: Статистика на Катлановска бања

Од табелата може да се забележи дека најголем дел од посетителите на Катлановска бања ги сочинуваат домашните стационарани пациенти, а бројот на странските пациенти е многу мал. Најголем број на пациенти имале во 2019

година (вкупно 6100), а во 2020 година бројот на пациентите е значително намален (вкупно 2854).

За да се направи споредба колкав дел од посетителите одат токму во Катлановска бања е направена споредба на вкупниот број на посетители во сите бањи со вкупниот број на посетители во Катлановска бања за периодот од 2018 – 2021 година. Податоците за вкупниот број на посетители во сите бањски лекувалишта се добиени од МАКстат базата на податоци, државен завод за статистика на Р.С. Македонија. За поголема прегледност податоците се претставени табеларно и графички.

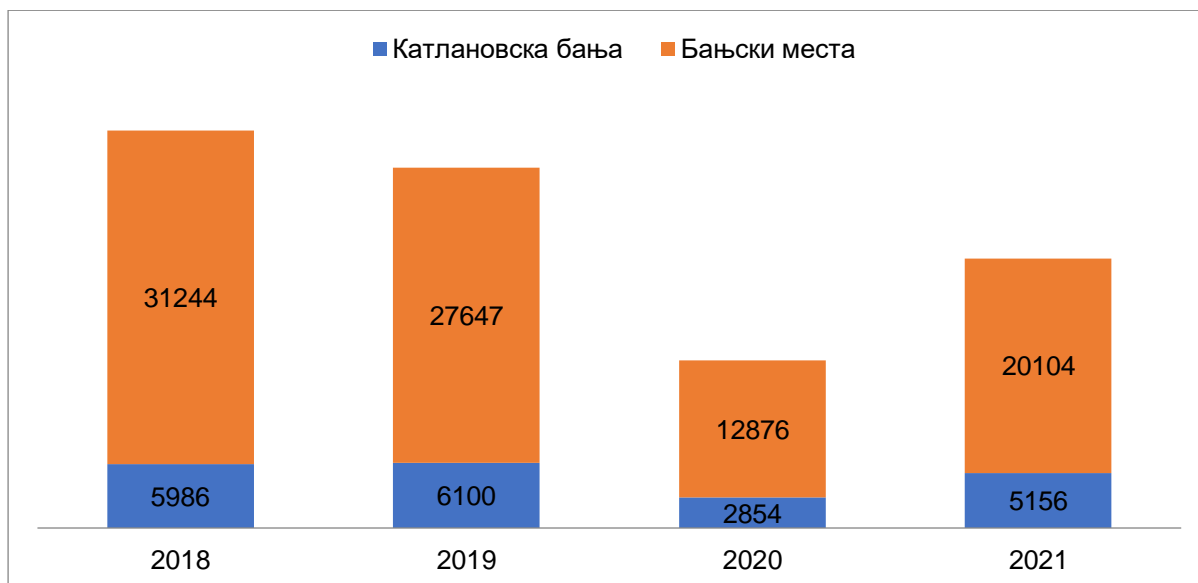
Табела 12: Споредба помеѓу бројот на посетители во сите бањски лекувалишта и Катлановска бања
Table 12: Comparison between the number of visitors in all spa centers and Katlanovska Spa

	2018	2019	2020	2021
	Туристи	Туристи	Туристи	Туристи
	Вкупно	Вкупно	Вкупно	Вкупно
	(домашни, странски и амбулантски)	(домашни, странски и амбулантски)	(домашни, странски и амбулантски)	(домашни, странски и амбулантски)
Бањски лекувалишта	31 244	27 647	12 876	20 104
Катлановска бања	5 986	6 100	2 854	5 156
Процентуален однос	19%	22%	22%	26%

Извор: Статистика на Катлановска бања

Од табелата може да се забележи дека процентуалната застапеност на посетители во Катлановска бања во однос на сите бањи вкупно е најмала во 2018 година (19%), а најголема во 2021 година (26%).

За поголема прегледност истите податоци се претставени во графикон број 3.



Графикон 3: Споредба помеѓу бројот на посетители во сите бањски лекувалишта и Катлановска бања

Chart 3: Comparison between the number of visitors in all spa centers and Katlanovska Spa

За да се види подетално во кој месец најмногу доаѓаат посетители во Катлановска бања направен е детален приказ по месеци за бројот на посетители за 2021 година. Посетителите се поделени на домашни стационарани, странски стационарани и амбулантски случаи, а преставен е бројот на посетители и бројот на денови на престој односно посета на бањата.

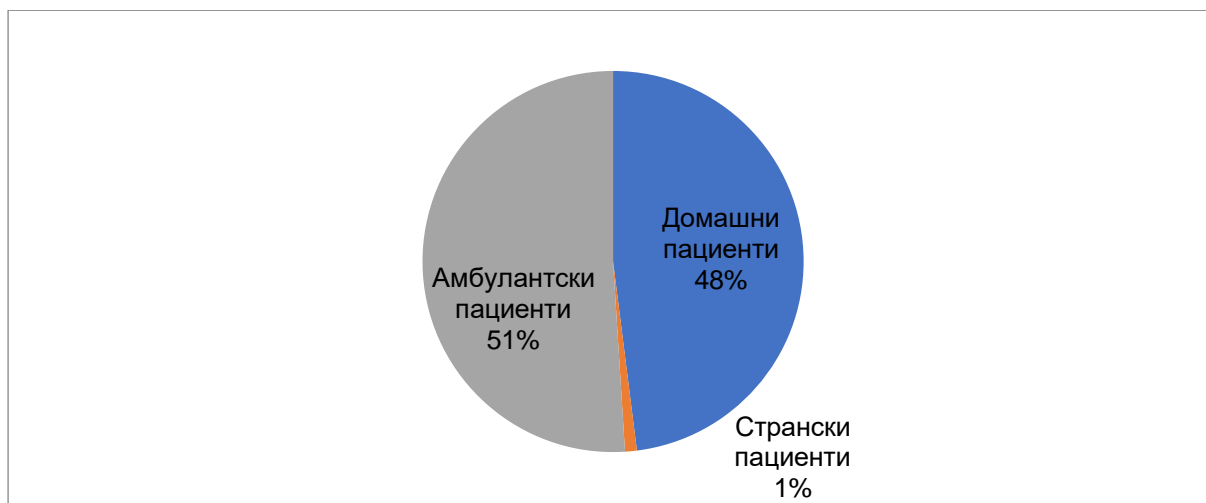
Табела 13: Број на посетители во Катлановска бања по месеци за 2021 година

Table 13: Number of visitors in Katlanovska Spa by month for 2021

2021	Домашни		Странски		Амбулантски	
	пациенти	денови	пациенти	денови	пациенти	денови
Јануари	35	446	1	7	46	390
Февруари	143	1741	6	35	150	1641
Март	170	2087	4	26	236	2310
Април	129	1987	1	5	164	1678
Мај	154	1713	2	20	229	2437
Јуни	253	4763	7	66	269	2736
Јули	304	3189	15	99	289	2940
Август	256	3078	12	73	192	1774
Септември	287	3265	10	46	251	1901
Октомври	296	3388	3	30	296	3004
Ноември	249	3007	2	16	248	2512
Декември	188	2613	2	18	257	2716
Вкупно	2 464	31 277	65	441	2 627	26 039
Вкупно во %	48%		1%		51%	

Извор: Статистика на Катлановска бања

Од следната табела може да се забележи дека најголем број на домашни и странски стационарани пациенти имало во месец јули, а амбулантски случаи во месец октомври. Додека пак најмал број на посетители имало во месец јануари. Бројот на странски посетители е низок со по 1 посетител во месеците јануари и април, односно вкупно 65 посетители за цела година.



Графикон 4: Процентуален сооднос помеѓу домашните, странските и амбулантските пациенти за 2021 година

Chart 4: Percentage ratio between domestic, foreign and outpatient patients for 2021

Во графикон 4 е претставен процентуалниот сооднос помеѓу домашните, странските и амбулантските пациенти за 2021 година. Најмногу имало амбулантски пациенти вкупно 2 627 односно 51% од вкупниот број пациенти, домашни пациенти вкупно 2 464, односно 48% и странски пациенти вкупно 65 односно само 1% од вкупниот број посетители.

5.4. Податоци за престој во бања Банско

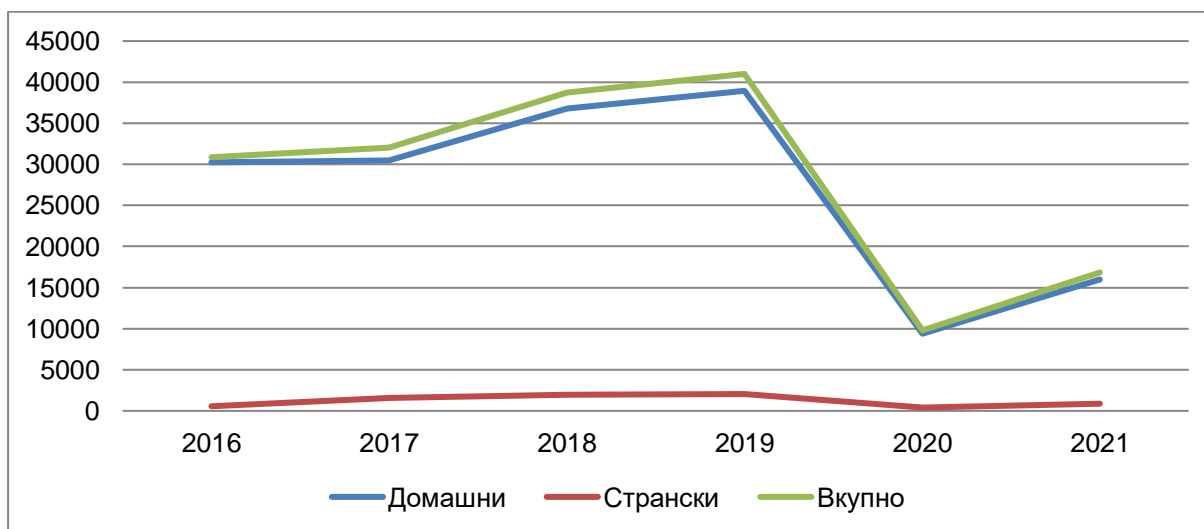
При направеното истражување за посетеноста на бањата ги добив податоците за остварени пансиони односно ноќевања за периодот од 2016 до 2021 година и истите ги прикажав табеларно и графички.

Табела 14: Ноќевања во бања Цар Самуил за периодот од 2016-2021 година
Table 14: Overnight stays in Car Samuil Spa for the period 2016-2021

Година	Домашни		Странски		Вкупно
	Апсолутни вредности	Процентуални вредности	Апсолутни вредности	Процентуални вредности	
2016	30 259	98 %	593	2%	30 852
2017	30 453	95%	1 603	5%	32 056
2018	36 816	95%	1 938	5%	38 754
2019	38 948	95%	2 050	5%	40 998
2020	9 391	95%	495	5%	9 886
2021	16 013	95%	843	5%	16 856

Извор: Статистика на Бања Банско

Истите податоци, графички прикажани би ја дале следнава слика:



Графикон 5: Ноќевања во бања Цар Самуил за периодот од 2016-2021 година
Chart 5: Overnight stays in Car Samuil Spa for the period 2016-2021

Може да се забележи дека во овој период најголем број на остварени пансиони имало во 2019 година вкупно 40 998, а најмалку во 2020 година 9 886 ноќевања.

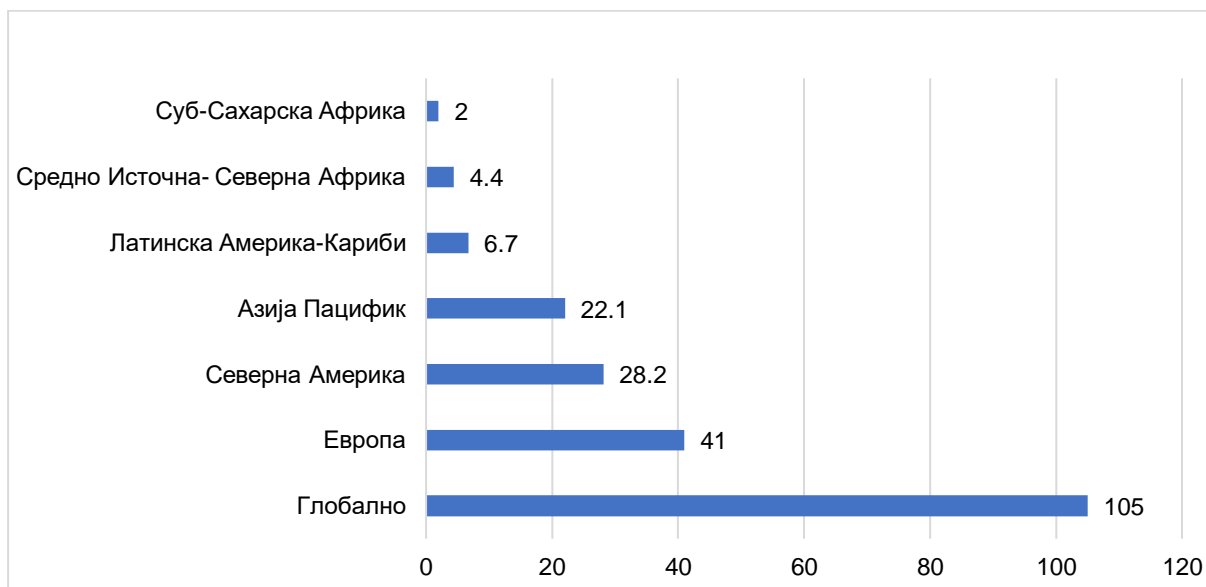
Во вкупниот број на ноќевања доминираат од домашните посетители, додека бројот на остварени пансиони од страна на странски посетители е

значително низок. Процентуалниот број на ноќевања на домашните посетители е 95%, а на странските посетители е 5% за сите години, со исклучок на 2016 година кога процентот на ноќевања на домашните посетители е 98%, а на странските посетители само 2%.

Глава 6. Меѓународни искуства поврзани со бањски туризам

6.1. Глобални СПА трендови

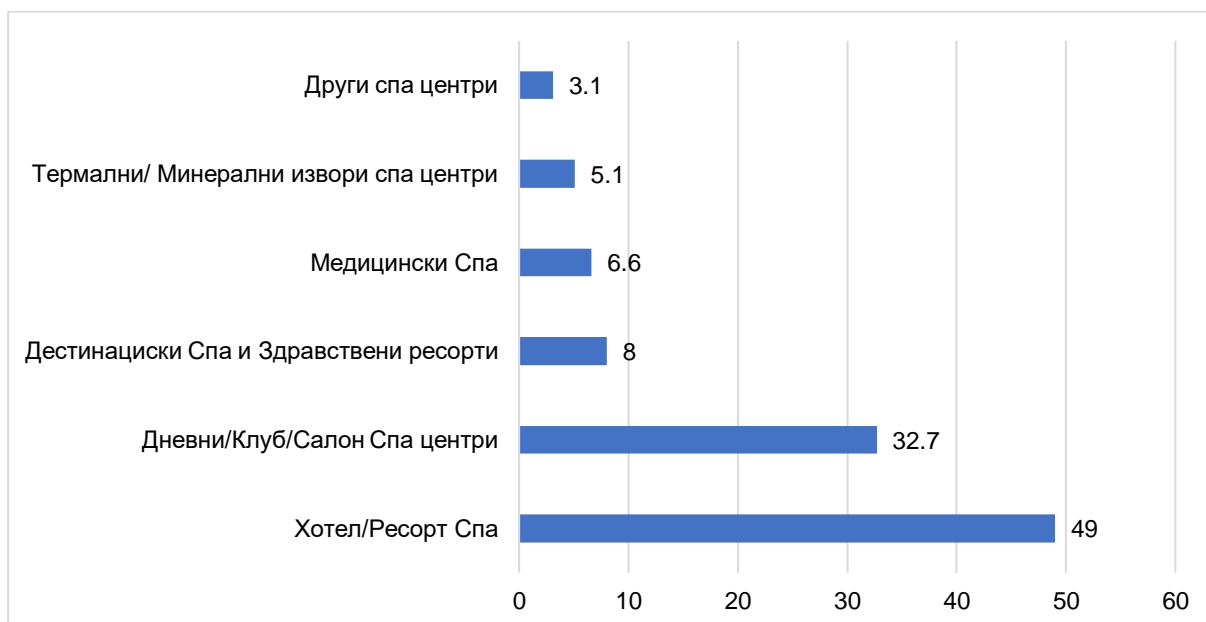
СПА индустријата е во постојан пораст како во популарност, така и во профитабилност, а изгледите за иднината се ветувачки. Во 2008 година, Глобалниот институт за здравје (GWI-Global Wellness Institute) ја откри првата студија за Глобална Спа економија. Во тој извештај е направена проценка дека има 71 800 спа установи на глобално ниво, со приходи од 47 милијарди долари во 2007 година. Оттогаш, индустријата за бањи рапидно расте заедно со поширокото велнес движење. Во 2023 година, GWI проценува дека бројот на бањи пораснал на 191 348 на глобално ниво, заработувајќи 137 милијарди долари во приходи. Ова претставува годишна стапка на раст на приходите од 6,9% од 2007 до 2023 година. (<https://globalwellnessinstitute.org/>, преземено 11.10.2024).



Графикон 6: Приходи од бањската индустрија во светски рамки за 2022 година по региони (во билиони американски долари)

Chart 6: Revenue of the spa industry worldwide in 2022, by region (in billion U.S. \$)

Во графикон 6 се претставени приходите од бањската индустрија во светски рамки за 2022 година. (извор: <https://www.statista.com/>, преземено 11.10.2024 година). Според добиените податоци на глобално ниво се добиени приходи од 105 билиони американски долари, од кои најмногу заработка односно 41 билион американски долари се од бањите во Европа. Потоа следуваат Северна Америка со приходи од 22.2 билиони U.S. \$, Азија Пацифик со приходи од 22.1 билиони U.S. \$, Латинска Америка – Кариби со приход од 6.7 билиони U.S. \$, Северно Источна – Северна Африка со приход од 4.4 билиони U.S. \$ и на последно место Суб-Сахарска Африка со приход од 2 билиони U.S. \$.

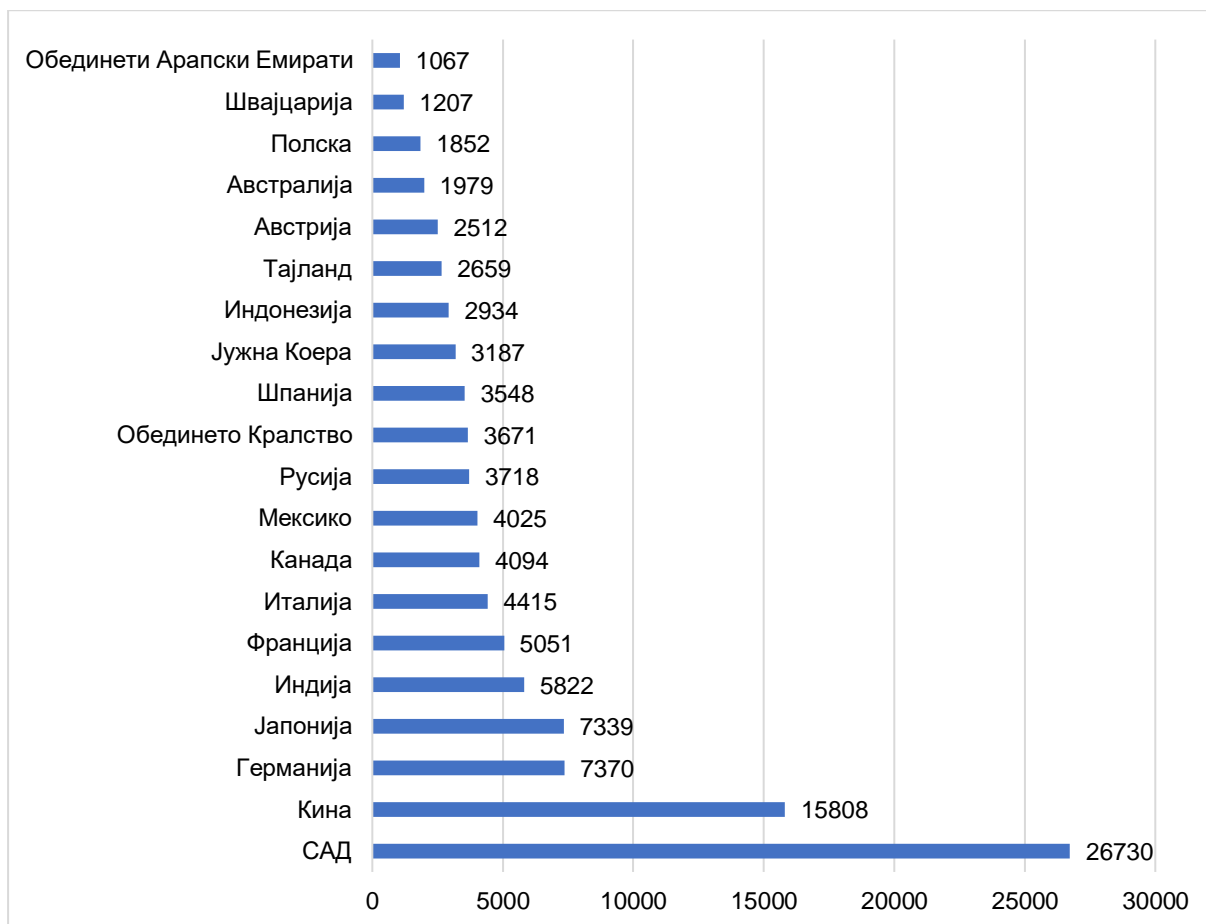


Извор: <https://www.statista.com/>

Графикон 7: Приходи од спа индустријата на глобално ниво во 2022 година, според тип (во билиони USD)

Chart 7: Revenue of the spa industry worldwide in 2022, by type (in billion USD)

Во графикон 7 се претставени приходите од спа индустријата на глобално ниво за 2022 година според типот на спа центрите. Па така најголем приход може да се забележи дека носат хотел/ресорт спа центрите со вкупен приход од 49 билиони американски долари, додека пак термалните, односно спа центри со минерални извори се на петтото место со 5.1 билиони долари приходи.



Извор: <https://www.statista.com/>

Графикон 8: Држави со најголем број на Спа центри низ светот во 2020 година
Chart 8: Countries with the largest number of spas worldwide in 2020

Во графикон 8 се претставени 20 држави со најголем број на Спа центри низ светот. За 2020 година најголем број на спа центри имало во САД вкупно 26 730, веднаш потоа следува Кина со 15 808 спа центри, а на 20то место се Обединети Арапски Емирати со вкупно 1067 спа центри.

Растот на спа и велнес туризмот е поттикнат од неколку главни трендови како што се: демографијата, мобилноста на луѓето поради намалувањето на патни бариери, стареењето на населението, ослободувањето на здравствените системи, личните вредности на потрошувачите кои им даваат приоритет на здравјето во однос на материјалното добро. Светската Велнес индустрија денес претставува 6% од сите патувања во светот од вкупно 524,4 милиони патувања.

Јапонија е една од најголемите нации со топли извори во светот, каде топлите извори играат многу важна улога како објекти за здравјето и релаксација на луѓето. Заклучно со март 2005 година, имало 27 644 извори на топла минерална вода низ државата: 5120 природно течеле, 13 805 опремени со пумпни системи и 8719 не се користеле (Јапонско министерство за животна средина, 2006 година). Вкупната количина на топла вода од овие извори изнесува приближно 3,91 милиони тони дневно. Според законот за топли извори од 1948 година, се признаваат само оние извори кои достигнуваат одредени стандарди во однос на температурата и минералниот состав. Овој закон ги дефинира топлите изворите како ‘топла вода, минерална вода, водена пареа и други гасови кои излегуваат од земјата со температура повисока од 25°C (77°F).

Во Исланд на пример се вели дека топла вода со цевки била достапна од почетокот на 13 век од нашата ера, но дури во 1908 година еден земјоделец од областа Мосфелсвиет изградил цевковод во должина од 2,3 километри (челична цевка) од топол извор до топлински радијатори во неговата куќа (Fridleifsson, 1999). Изворот бил на повисока надморска височина од куќата, така што не било потребно пумпање. Ова достигнување набрзо било надминато од земјоделец и ковач Ерлендур Гунарсон (1853-1919) кој измислил начин да одвои пареа и топла вода од извор на врела вода покрај неговата фарма на надморска височина од 6 метри под фармата. Тој ја донел пареата до својата куќа во 1911 година и ја искористил и за готвење и за загревање. Во 1980 година врела вода почнала да се испорачува на 63 километри до Рејкјавик од истата област (Fridleifsson, 1999).

Во Источна Европа идентификувани се над 2000 минерални и термални извори во поранешна Чехословачка (Лунд, 2000б: 35). Евидентираното користење на овие води е проследено речиси 1000 години наназад пред Римската империја. Сега има над 60 СПА одморалишта во Чешка и Словачка, посетени од повеќе од 460 000 посетители годишно и околу 360 милиони шишиња минерална вода произведени од истите ресурси. Во однос на технологијата што се користела во оваа област Лунд (2000б: 35) забележува дека првите посетители на термички активните локации веројатно се капеле во

непокриени јами за капење ископани покрај бреговите на реката Вах. Првата зграда во која се сместени бањите со кади со минерална вода била изградена во 1778 година, со првото хотелско сместување изградено на истата локација во 1813 година.

Спа трендовите ширум светот не се униформни. Канадската туристичка комисија (СТС, 2006) на пример, известува дека Австралија, Обединетото Кралство и Германија имаат различни карактеристики од канадските бенчмаркери, конкуренти и потенцијални пазари. Австралиска спа индустрија е релативно млада, но добро организирана и е препознаена како важна предност на земјата, додека Обединетото Кралство е помалку организирано и очигледно заостанува зад другите дестинации и покрај својата долга историја на бањи (СТС, 2006). Германската спа индустрија се смета за добро организирана, воспоставена и позната. Комисијата ја спореди германската спа индустрија со нејзините колеги од северна Америка со тоа што многу третмани за бањи кај првите се покриени со националниот здравствен систем.

Во изминатите две децении се забележани големи трендови во бањската индустрија (Фурер, 2010). Освен што се појавија повеќе главни текови низ светот, демографијата и начинот на живот на посетителите на бањи се разликува низ годините. Јесавич вели дека активноста за одење во бањи е една од ретките растечки рекреативни активности во изминатата деценија и продолжува да расте кога другите активности како што е на пример голфот се “рамни”. Во врска со ова Глобалната студија на потрошувачи на ИСПА (2008б) известува дека посетителите на бањи просечно посетуваат четири бањи годишно.

Демографијата на посетителите на бањи исто така се промени во изминатите 20 години. Промената на генерациите во спа индустријата стана поочигледна, модерните бањи сега се обликувани вклучувајќи членови од генерациите X и Y (ИСПА, 2008а). Монтерсон и Сингер (2004) исто така забележале дека на дека жените под 40 години бањите им се привлечни поради нивниот зафатен начин на живот, додека на жените над 50 години заради лековитите својства на бањите. Во последните години, сепак постои

зголемување на младите кои одат во бањи. Во САД и Канада на пример околу 16 отсто од бањите нудат пакети за деца и тинејџери (ИСПА, 2008а). Исто така, бањите не се исклучиво за жените. Монтерсон и Сингер (2004) исто така објавија дека додека жените го сочинуваат најголемиот дел од посетителите на бањите, мажите исто така одат во бањи за да се релаксираат. Ова е поткрепено со студијата на ИСПА (2007б) која покажува дека мажите сочинуваат повеќе од 40 проценти од посетителите на бањите во Австралија, Австрија, Германија, Јапонија, Сингапур, Шпанија и Тајланд.

Променливата демографија во бањската индустрија може да се поврзе со променливиот начин на живот на посетителите на бањите. Активноста за одење во бањи веројатно порасна како резултат на зафатениот и брз начин на живот на луѓето во многу урбани области, со тоа што стана форма на превентивна грижа и управување со стресот (Фурер, 2010). Всушност, глобалната студија за потрошувачи на ИСПА (2008б) известува дека релаксирањето и намалувањето на стресот стана основен мотив на многу посетители на бањи. Според ИСПА (2006) Американските потрошувачи ги наведуваат следните четири главни причини поради кои одат во бањата: олеснување на стресот, намалување на стресот, смирување на болки во зглобови/мускули и подобро чувство за себе. Од нив дури 46% одговориле дека ја посетуваат бањата за да го олеснат стресот односно да се релаксираат. Покрај тоа, приспособените спа искуства кои одговараат на потребите на луѓето станаа достапни во многу бањи. Навистина, одењето во бањи не е повеќе луксуз, туку се повеќе станува неопходност; повеќе се однесува на поимот здравје и спа животен стил. Спа животен стил значи дека благосостојбата е поважна од самото разгалување. Иронично е сепак тоа што има исто така и зголемување на бројот на луксузни брендираны бањи како што се бањите Армани во Токио, бањите на Версаче на златниот брег во Австралија и неколку имоти на Булгари во Милано и Бали. Без оглед на брендovите, современите бањи исто така се фокусираат на холистичката благосостојба на нивните клиенти, односно на интеграција на телото, умот и духот. Вклучувањето на програми за исхрана, вежбање и управување со стресот станаа се почести во современите бањи. Готвачките искуства, на пример, сега се интегрирани во спа

објекти за да се промовира здравата кујна (ИСПА, 2008а). Други активности како што се часовите по јога, медитација, уметност и музика стануваат се попоуларни во бањите.

Во секторот за патување и туризам, искуството со бањите еволуираше како фундаментален дел од одморот и може да се очекува да се најде бања во хотел/одморалиште (Фурер, 2010). Јеаавич коментира „идејата“ дека поединецот треба да се брза и релаксира е оксиморон.

На страната на понудата на бањската индустрија, забележани се и промени во процесот, управувањето и промотивните стилови на сопствениците и операторите на бањите. Порастот на бројот на спа-професионалци и стручни лица, зголемувањето на поодржливите спа операции и појавата на синџири за спа се само некои аспекти кои се забележани во изминативе 2 години. Дополнително, продуктите, услугите и практиките погодни за животната средина станаа дел од трендот. Употребата на органски производи како што се минералната шминка во салоните и органските производи во здравствените бањи, на пример, се широко распространети. Во однос на спа маркетиншките оператори, исто така се поместени од традиционалните шеми за рекламирање и се повеќе ги користат социјалните сајтови (на пример Фејсбук) за директна комуникација со потрошувачите ширум светот.(Panchal, Jenny H., 2012)

6.2. Употреба на топлиите извори во различни општествени услови

Примери на одредени историски и тековни општествени поставки за топли извори се:

- Римска и Грчка бања;
- Исламски амам (Турска бања);
- Јапонски Онсен;
- Европски термални бањи;
- Руска Банија;
- Финска сауна;

- Исландски топли кади;
- Новозеландска владина бања; и
- Австралиски артески извори.

Сите горенаведени објекти се воспоставени во однос на извор на природна топла изворска вода. Меѓутоа, ако немало или не се достапни природни извори, вештачки загреаната вода генерално била прифатлива замена, со исклучок на јапонскиот Онсен. Грците и Римјаните се можеби историски најпознати по нивните напори да основаат бањи во близина на природни топли извори (Вердел & Pittler, 2003) на многу локации низ цела Европа, Блискиот Исток и Северна Африка. Во исламската традиција, амамите првично биле користени само од мажи за религиозни и рекреативни цели како што се залагал пророкот Мухамед.

Подоцна жените добија право да го посетуваат амамот поради здравствени и хигиенски причини, но интересно е дека посетата на амамот тогаш станала голем дел од нивниот социјален живот така што ако на мажена жена и биде забранет пристапот до бањата, ова е причина за развод (Аланд, 1998). Амамите биле воведени во Грција и Шпанија под мавританско влијание и станале доста популарни во другите делови на Европа, каде што биле и се уште се познати како Турски бањи. Тие дури и се пробиле во Америка, но се чини дека не станале толку популарни како во Европа. Неколку преостанати установи во Америка ретко личат на оригиналниот амам, но новите спа-одморалишта развиваат повремено карактеристики што личат на Турска бања како дополнителна атракција. Во Јапонија преостанатите јавни бањи (sento, o'furo) се соочиле со слична дилема од воведувањето на приватни бањи во домовите, но се чини дека ова не држи многу луѓе подалеку од популарните заеднички бањи, особено постарите генерации, кои се навикнати на нивните социјални состаноци во редовно време.

Други социјални поставки може да се најдат во Америка каде домородните Индијанци имаат различна врска со нивните топли извори. Тие сè уште ги посетуваат своите свети води за време на туристичката вонсезона, кога има

малку туристи, да имаат приватност за нивниот духовен ацилак (Frazier, 2000). Ова е нешто спротивно на традиционалната употреба на топли извори во Јапонија, на пример, каде друштвото на други капачи се цени и често се смета за неопходен дел од социјалното излегување, со вечера пред или после престојот во рјокан (Рјокан е традиционално Јапонско сместување слично на хотел; сепак, архитектурата и мебелот се многу различни од оние на западните хотели, а Onsen може да биде централно искуство) за да се создаде традиционална атмосфера. Во овие поставки Јапонците уживаат во друштво на колеги и нивните шефови за пријателско дружење со можност да разговараат за посериозни теми под еднакви услови. Сепак, странските посетители може да предизвикаат мало одвлекување на вниманието во вообичаеното опкружување на бањата каде клиентите обично се собираат на дневна основа во нивните локални социјални групи.

Исто така, не е невообичаено во некои земји да се користат капацитетите за капење за состаноци кои не се социјални. Во однос на руските Баниас, се вели дека понекогаш членовите на криминалните организации претпочитаат да го користат безбедното опкружување во бањата за собири, бидејќи не може да се сокрие оружје додека се капе (Аланд, 1998). Во јапонскиот Онсен од друга страна, членовите на општества со врски на организираниот криминал (Јакуза) не се толерираат во јавните бањи поради нивната навика на тетовирање, што е спротивно на јапонското општество.

Други култури, исто така, ги користеле своите капацитети за капење за различни видови состаноци. Римјаните уживале во политичките дискусии во нивните терми (Шафер, 1956). Исламските амами и Финските сауни исто така се користеле и за разговор, како и за релаксирање, прошарани со паузи за оброци и забава. Термалните бањи во Будимпешта привлекуваат посетители цела година за да поминат еден ден на еден од бројните добро одржувани термални базени, каде друштвените собири вклучуваат игри на шах за време на уживање во топла вода. Исланѓаните се исто така љубители на топли извори и речиси секој град има свој јавен базен кој се полни од природни топли извори. Ова е

место каде што луѓето се среќаваат и разговараат, понекогаш озборувајќи, а понекогаш разговарајќи за бизнис. Странците се добредојдени во овие типични исландски средини, иако повеќето меѓународни посетители сакаат да ја посетат познатата Сина лагуна на југозападниот дел на островот.

Друга посебна социјална средина е обезбедена од артеските топли извори на Австралискиот крај. Повеќето од нив се тешко достапни. Некои се на приватни имоти и се користат за домашни цели, вклучително и капење; сепак, поради генерално високата содржина на минерали и нивната висока температура повеќето од нив биле во минатото оставени да се исцедат од нивните извори во пустина, сè додека не биле затворени за да се спречи трошењето на овој скапоцен ресурс. Некои од овие топли извори сега привлекуваат туристи од поавантуристички вид, но освен ако традиционалните сопственици (Абориџините) имаат некакви духовни врски или ги користеле за нивните лековити моќи, овие топли извори не нудат многу, освен нивната употреба од страна на земјоделците. Засега само неколку бањи со топли извори се формирани на места како Морее во Нов Јужен Велс. Во државата Викторија, Пенинсула топлиот извор во близина на Мелбурн е во неодамнешен развој во област со некои постари воспоставени бањи со минерални извори со ладна вода. Меѓутоа, бидејќи Австралија се населила со Европејци само малку повеќе од 200 години (1788) можеби постоечките топли и минералните извори не се целосно искористени; оттука таму се можности за идни случувања во врска со геотуризмот.

Употребата на топли извори во Нов Зеланд, спротивно, има многу долга социјална историја. Со векови Маори патувале во Вајвера северно од евентуалното место на Окленд, најголемиот град во земјата, да се излечат во терапевтските топли води. Тие (и нивните европски наследници) се потопувале во дупки ископани покрај плажата и се обложувале со гранки. Минералната вода потоа нежно би ги опкружила. Во превод од маорски, Вајвера значи едноставно „жешка вода“. Сепак, многумина го нарекувале Те Рата, што во превод значи „доктор“. Посебните лековити моќи на минералната вода Вајвера станаале

далеку познати. Европските доселеници брзо почнале да го користат одморалиштето на Градот Окленд (од 1840 година наваму).

Првите Европејци ја посетиле Портата на пеколот (Тикитере) пред повеќе од 150 години. Портата на пеколот има големо социјално и културно значење; посебните кал и сулфурни води биле чувани со векови од Каитиаки „Ваи Ора“ (чувар воин) по кој бањата е именувана (Pfieff, 2000).

Така, топлите изворски бањи се познати како центри на општествени и културни активности во многу земји со векови. Забавата и дружењето отсекогаш биле причини за посета на топли извори на бањи во минатото. Но, дури и како начинот на живот и моралот се менуваше со векови, природните извори на Земјата продолжија да привлекуваат бесконечен прилив на капачи кои сакаат да ги исчистат и телото и духот (Вон Фурстенберг, 1993).

6.3. Бањски туризам во држави кои не излегуваат на море

6.3.1. Бањски туризам во Србија

Србија изобилува со термални минерални извори, кои не се туристички валоризирани и не се користат на правилен начин. Со повеќе од 50 бањи и повеќе од 1000 извори, од кои околу 500 извори на ладна и топла минерална вода како и изобилство на минерална кал има огромен потенцијал во бањскиот туризам. Според бројот на ноќевања и пристигнувања бањите се водечки туристички дестинации во Србија. Бањскиот туризам во Србија има долга и богата традиција. Траги од најстарите бањи на територијата на Србија се пронајдени во Вичка бања (Топлички Кисељак), на 20 километри западно од Прокупље. Датира од неолитскиот период, што значи од пред 4000 години. А. Шчербаков верувал дека тоа е „најстарата стапица на минерални извори во светот“. Трагите од материјална основа и пишаните извори, јасно потврдуваат дека Римјаните многу добро ги познавале лековитите води. Материјални траги од нив има во Нишка, Врњачка, Јошаничка, Сијаринска, Сокобања и др. Во Србија, бањскиот туризам е главно поврзан со традиционалниот здравствен

туризам кој вклучува превенција, куративен третман или рехабилитација со помош на природни лековити фактори во комбинација со модерната медицина. Некои бањи и одморалишта благодарение на постоењето на “Специјални болници“ постигнуваат значителен туристички проток во текот на целата година и покрај неразвиената туристичка инфраструктура. Капацитетот на бањите во Србија не ги задоволува со нивната големина и структура современите барања на туристичката побарувачка. Јовичиќ (2008) нагласува дека идниот развој на бањскиот туризам мора да се заснова на стратешки пристап, кој е суштински предуслов за развој на туризмот во современиот свет и пазарна специјализација. Може да се каже дека во последните години индивидуалните бањски одморалишта направија чекор напред во своето работење и почнаа да ја иновираат својата здравствено-туристичка понуда, моделирана по познатите бањи во Европа. Овие иновации придонесуваат да бањите не се ориентирани само кон стари и болни, туку и кон здрави луѓе со различни мотиви за пристигнување (Миличевиќ, 2013). Земајќи ги предвид актуелните трендови во развојот на медицинскиот туризам во Централна Европа, а особено во Словенија, Весењак (2010) дава препораки за идниот развој на бањските места во Србија и можна приватизација. Препораките се:

- реорганизација на природни санаториуми (специјални болници, центри за рехабилитација, бањи) во субјекти со професионален менаџмент;
- задржување и подобрување на професионалните медицински елементи во понудата со проширување на концептот на благосостојба и подигнување на квалитетот на понудата и проширување на туристичките капацитети;
- овозможување и поттикнување на развој на здравствена туристичка понуда и велнес понуда за приватни инвеститори со транспарентен и еднаков систем на доделување концесии за користење на природни лековити фактори;
- креирање на посебен бренд за медицински туризам во Србија-српски бањи, кој ќе се базира на:
 - природни и културни особености, како и на човечките ресурси;

- природни лековити фактори;
 - квалитетот на професионалната медицинска поддршка; и
 - инвестирање во развој на квалитетна инфраструктура и надградба и дополнителни сместувачки капацитети во бањските дестинации и диверзификација на услугите.
- фокусирање на зголемениот број на туристички програми за пополнување на капацитетите, со задржување на договорниот однос со фондовите за здравствено осигурување и обезбедување услуги во здравствената мрежа на Република Србија; и
 - примарно таргетирање на домашниот пазар и најблиските пазари во регионот во првата фаза на развој и постепено навлегување на странските и далечните пазари.

Со цел да се види колку е развиен бањскиот туризам во Србија добиени се податоци за бројот на ноќевања и бањски туристи за период од 10 години.

Во табела број 15 е претставен вкупниот број на туристички ноќевања, бројот на бањските туристи, вкупниот број на ноќевања во бањи и процентуалниот однос на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања во Србија.

Табела 15: Вкупен број на ноќевања и бањски туристи во Србија за периодот од 2010 до 2020 година

Table 15: Total number of overnight stays and spa tourists in Serbia for the period from 2010 to 2020

	Вкупен број на ноќевања	Број на бањски туристи	Вкупен број на ноќевања во бањи	% на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број на ноќевања
2010	6 413 515	386 499	1 986 735	30,98
2011	6 644 738	375 473	2 308 435	34,74
2012	6 484 702	347 192	2 035 938	31,40
2013	6 567 460	405 768	2 134 497	33,00
2014	6 086 275	386 345	1 852 036	30,43
2015	6 651 852	427 456	1 854 582	27,88
2016	7 599 739	477 102	2 085 044	27,44
2017	8 325 144	519 151	2 227 945	26,76
2018	9 336 103	596 884	2 542 391	27,23
2019	10 073 299	670 044	2 781 627	27,61
2020	6 201 290	522 947	2 184 602	35,23
вкупно	80 384 117	5 114 861	23 993 832	29,85%

Извор: Ćerperković J., & Ćerović, S. (2023). Dynamics of SPA tourism statistics in selected countries of central and eastern Europe., Vol. 70 No. 1 Economics of Agriculture, Belgrade

Од табелата може да се забележи дека ноќевањата од страна на бањски туристи за период од 10 години изнесуваат 29,85% во однос на вкупниот број на ноќевања. Најмал број на ноќевања од страна на бањски туристи имало во 2017 година (26,76%), а најголем број на ноќевања во 2020 година (35,23%). За целиот период од 10 години имало вкупно 5 114 861 бањски туристи, кои оствариле вкупно 23 993 832 ноќевања.

6.3.2. Бањски туризам во Унгарија

Откако масовниот туризам се појави во Унгарија во 1960-тите години, бањите и велнесот се покажаа како најважен туристички производ на земјата. Важно е да се нагласи дека туристичките процеси во Унгарија се силно концентрирани што се однесува до времето и просторот затоа што најголемиот дел од туристите ја посетуваат земјата од јуни до август и главно ја посетуваат Будимпешта (главниот град) и езерото Балатон (Оберт, Јонас-Берки, Пап и

Палфи, 2015). Оттука, сезонството е еден од главните структурни проблеми на туристичките процеси во Унгарија каде што туристички производ како бањите и велнесот игра извонредна улога во привлекување посетители на подолг временски период и продолжување на сезоната. Унгарија има извонреден потенцијал за спа и велнес, дури и на меѓународно ниво (Бендер, Балинт, Прохаска, Гехер и Тефнер, 2014). Овој туристички производ може да се воспостави речиси во целата земја (освен во планинските и ридските области) обезбедувајќи навистина природен висококвалитетен ресурс за Унгарија. Ова во основа е благодарение на геолошките основи поврзани со релативната тенкост на тектонските плочи под Карпатскиот басен (24-26 километри) и високиот геотермички градиент што произлегува од ова (5 степени C/100m, еден и пол пати повеќе под светскиот просек (Витуки, 2005). Термалната вода може да се најде под околу 80% од земјата.

Од гледна точка на развој, унгарскиот здравствен туризам, а во тие рамки и бањскиот туризам поседува богати историски традиции, меѓу другото Аквинкум (во денешна Будимпешта) и некои други антички бањи кои може да се истакнат од римскиот век. Во периодот од 1989/1990 година, речиси една деценија, туристичкиот производ и неговиот развој биле прилично запоставени и оваа ера може да се карактеризира со фактот дека здравствениот туризам беше дефиниран само од периферна гледна точка (Ксапо, Оберт и Мартон, 2011). Благодарение на развојот и инвестициите во последните децении, унгарскиот туристички пазар е значително реструктуриран. Во рамките на првиот Национален развоен план (2004-2006) инвестициите се реализираа со поддршка од ЕУ. Во рамките на развојот меѓу другото обновени се споменичните бањи на Будимпешта (Оберт и Ксапо, 2006). Првиот сеопфатен план за развој на здравствениот туризам беше објавен во 2007 година, насловен како Национална стратегија за развој на здравствениот туризам 2007-2013 година, обезбедувајќи теоретска и професионална основа и основа за политиката на развој на здравствениот туризам. Унгарската влада ја нагласи улогата на спа, велнес и медицински туризам во националната стратегија за развој на туризмот (Унгарска агенција за туризам, 2017 година).

Со цел да се види развојот на бањскиот туризам во Унгарија направен е преглед во табела број 16 каде е претставен вкупниот број на туристички ноќевања, бројот на бањските туристи, вкупниот број на ноќевања во бањи и процентуалниот однос на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања во Унгарија. Најголем дел од меѓународните гости ја посетуваат Унгарија од соседните земји, но важна улога имаат и Германија, Италија, Чешка и Полска.

Во периодот од 2010 до 2020 година во Унгарија имало вкупно 398 931 000 бањски туристи кои оствариле вкупно 494 835 000 ноќевања.

Табела 16: Вкупен број на ноќевања и бањски туристи во Унгарија за периодот од 2010 до 2020 година
Table 16: Total number of overnight stays and spa tourists in Hungary for the period from 2010 to 2020

	Вкупен број на ноќевања	Број на бањски туристи	Вкупен број на ноќевања во бањи	% на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања
2010	104 700 000	29 489 000	33 913 000	32,39
2011	102 700 000	32 023 000	36 186 000	35,23
2012	102 000 000	35 439 000	40 257 000	39,47
2013	105 500 000	38 394 000	42 426 000	40,21
2014	110 000 000	37 911 000	44 591 000	40,54
2015	107 000 000	40 241 000	47 618 000	44,50
2016	107 000 000	41 096 000	51 011 000	47,67
2017	107 200 000	41 363 000	51 704 000	48,23
2018	105 700 000	41 777 000	53 057 000	50,19
2019	100 700 000	42 051 000	54 246 000	53,87
2020	62 800 000	19 147 000	39 826 000	63,42
Вкупно	1 113 300 000	398 931 000	494 835 000	44,45%

Извор: Čerperković J., & Čerović, S. (2023). Dynamics of SPA tourism statistics in selected countries of central and eastern Europe., Vol. 70 No. 1 Economics of Agriculture, Belgrade

Од табелата може да се забележи дека за сите 10 години вкупниот број на ноќевања во бањи во однос на вкупните туристички ноќевања изнесува 44,45%. Најмал процент (32%) има во 2010 година, а најголем процент дури 63% од

вкупните ноќевања припаѓаат на бањски туристи во 2020 година. За 2020 година може да се забележи и дека е многу намален бројот на туристите, но сепак во однос на останатите години, бањскиот туризам бележи пораст во однос на останатите видови туризам.

Во табела број 17 се прикажани приходите од бањите во Унгарија за периодот од 2014 до 2023 година изразени во американски долари.

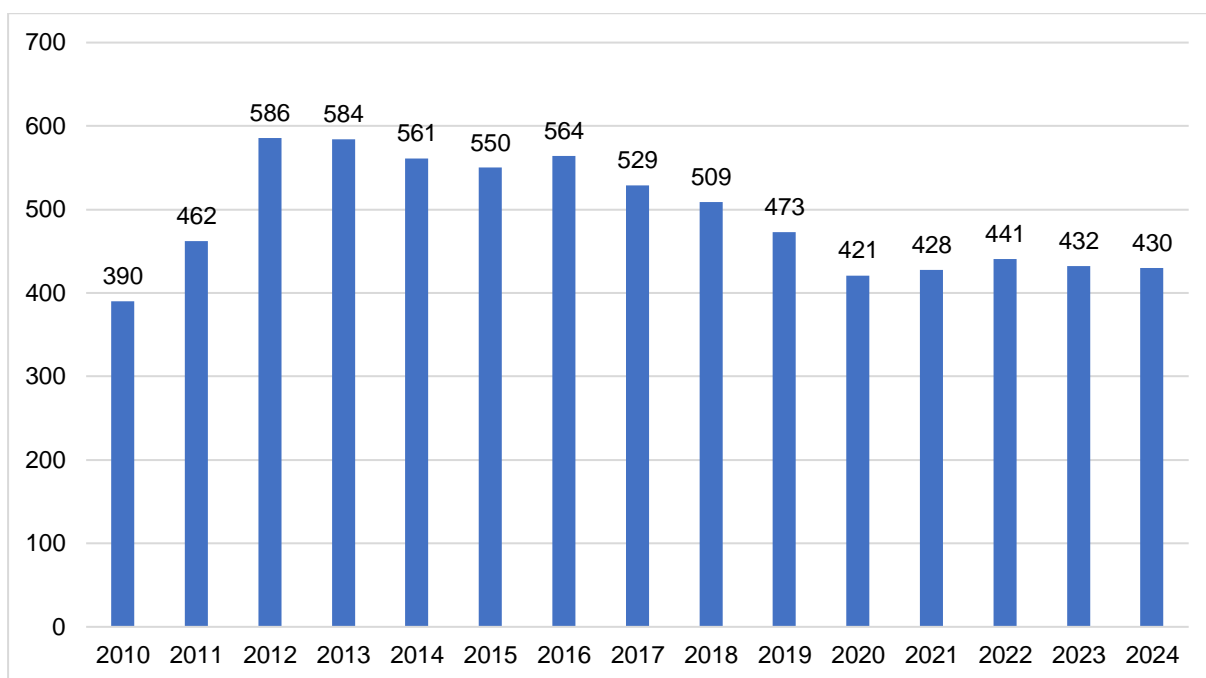
Табела 17: Приходи од бањи во Унгарија
Table 17: Revenue from baths in Hungary

Година	Приходи од бањи во USD
2014	334 255 564.58
2015	381 050 974.12
2016	411 583 718.65
2017	457 732 527.60
2018	474 499 277.18
2019	482 878 693.19
2020	246 660 976.38
2021	317 760 651.16
2022	529 747 999.96
2023	629 205 729.87

Извор: <https://www.statista.com/>

Од табелата може да се забележи дека приходите од бањската индустрија во Унгарија се во постојан пораст почнувајќи со приход од 334 255 564.58 USD во 2014 да достигне скоро душло повеќе приходи во 2023 година односно 629 205 729.87 USD (со исклучок на 2020 и 2021 година кога има намалување на приходите заради корона пандемијата).

Во следниот графикон се прикажани бројот на спа центри во Унгарија за периодот од 2010 до 2024 година.



Извор: <https://www.statista.com/>

Графикон 9: Број на спа центри во Унгарија Chart 9: Number of spa centers in Hungary

Во овој период бројот на спа центри го достигнува својот максимум во 2012 година кога има вкупно 586 спа центри, а денес со повеќе од 1000 извори на минерална вода, во Унгарија има 430 спа центри од кои 130 се термални бањи.

6.4. Бањски туризам во држави кои излегуваат на море

6.4.1. Бањски туризам во Бугарија

Малку земји во Европа можат да му конкурираат на бугарскиот бањски, балнеолошки и велнес туризам, со неговото изобилство и разновидност на термални минерални води и лековити наоѓалишта на кал. Познати се повеќе од 700 минерални извори во државата, чија вода варира по хемиски состав, температура и својства.

Некои од најстарите населби во Бугарија се наоѓале околу термалните извори уште од времето на античките Тракијци. Тракијците први ги откриле лековитите својства на водата и почнале да ги градат своите градови во близина

на таквите извори. Така биле основани првите градови - Софија, Хисар, Сандански, Ќустендил и многу други. Подоцна овие земји биле освоени од Римјаните, кои ја продолжиле тракиската традиција и ги изградиле своите римски терми (бањи). Минералната вода се користела за третман на разни болести и за фитнес цели.

Денес термалните хотели и терапевтски бањи со модерни центри за балнеолошка терапија и велнес установи се лоцирани на местото на овие историски здравствени одморалишта и се добро познати дестинации за одмор.

Бугарија е позната по разновидноста на термални извори – од ладен минерален извор 12° С во бањското одморалиште Вонешта вода, до најжешките термални извори-единствениот гејзер на нашиот континент со 103° С во градот Сапарева Бања, од слабо минерализирана вода со одлични органолептички својства и како вода за пиење до високоминерализирани извори на лековити води.

Доминантни се водите со ниска содржина на минерали – 66,7% од изворите, наспроти 14,4% со поголема содржина на минерали и 17,9% кои се природно газирани. Ладни минерални извори има низ целата земја – Наречен (Асеновград), Шипково (Тројански регион), Овча Купел (Софија), Смочан (Ловеч регион), Вонешта Вода (Габрово), Мерихлери (Симеоновградско) и на други места.

Најпознатите термални извори на Балканските Планини се во регионите: Варшец, Барзија, Лакатник, Оплетња; на Софиската рамнина – Банкаја, Горна Бања, Књажево, Овча Купел, Софија, Панчарево; во Средногорие – Стрелча (40°С), Хисарија (49,5°С), Бања (51,1°С), Павел Бања (54,6°С), Старозагорски Бањи (45,8°С); по долината на реката Струма – Благоевград, Симитли, Сандански, Левуново и Марикостиново; по долината на река Места – Бања (56°С), Добриниште (43°С) и село Елешница (56°С); во планините Родопи - Девин, Велинград, Баните.

Најраспространети во Бугарија се азотни термални води, кои се наоѓаат во изворите околу Сапарева Бања, Симитли, Наречен, Момин Проход и на други места. Јаглеродна киселина е содржана во водите на изворите кај Михалково, Сливенски минерални бањи, Стефан Караџово; водород сулфидот е содржан во термалните води во софиските низини. Половина од термалните води содржат зголемена радиоактивност, покажувајќи нивоа повисоки од 15 еман/л, како што се изворот Клисуре (200 еман/л) и изворот Стрелча (250 еман/л), меѓу другите. Особено висока радиоактивност е регистрирана во изворите на Момина Бања (560 еман/л) и изворите Наречен (1.300 еман/л).

Бугарија, исто така, поседува вредни наоѓалишта на лековита кал од ела и лековит тресет. Лековити наслаги од кал се наоѓаат во регионите Шабла Тузла, Тузлата, Варнанското Езеро, Поморие, Атанасовското Езеро и браната Мандра; Наслаги на тресет се наоѓаат во близина на браната Батак (Родопска планина), селото Бајкалско (Коњавска планина), градот Стралца (средна долина на реката Тунца), Варна Езеро и селото Садово (Горнотракијска низина). Пролетните наслаги кои содржат лековита кал се пронајдени околу селото Марикостиново (Колина Санданско-Петричка) и градот Бања (Карловата долина), а вештачки пелоиди има околу Овча Купел (град Софија), Велинград, Асеновград, Сливенски бањи, Старозагорски бањи, Хасковски Бани, Сапарева Бања, Благоевград, Хисарија, Павел Бања, Бургас, Поморие, Приморско, комплексите за одморалиште Албена и Сончев Брег и на други места.

Климата во земјата е исклучително повољна во споредба со онаа на традиционалните дестинации за балнеолошки туризам во Западна Европа и Медитеранот. Околу 20% од секоја година е сончево, што е повеќе отколку во Северна, Северозападна и Централна Европа. По должината на брегот на Црното Море има 30% помалку облачни денови отколку долж брегот на Атлантикот или во некои делови од Медитеранот. Во текот на пролетните и летните месеци, врнежите во Бугарија се помали отколку во поголемиот дел од Европа.

Минералните извори лоцирани во јужниот дел на земјата се под влијание на медитеранската клима; други извори се среќаваат во планинските предели со иглолисна вегетација и кристални извори; а уште други се долж брегот на Црното Море. Ова, заедно со големата разновидност на билки и друга флора што се користи за арома терапија и фитотерапија, дава можности за корисен третман во текот на целата година и профилакса на низа заболувања, а создава и одлични услови за релаксација.

Република Бугарија има 48 планински одморалишта, 15 поморски одморалишта и 38 балнеолошки одморалишта. Најпознатите балнеолошки, климатски и калливи црноморски одморалишта се одморалиштата Албена, Златните песоци, Свети Константин и Елена, Сончев ден, Сончевата плажа, Ривиера, Балчик, Тузлата, Варна Куративни бањи (Варненски Калолечебни Бањи), Поморие, Приморско, Китен, Созопол, Ахтопол, меѓу другите.

Земјата е исто така позната по својот висококвалификуван персонал, одличното сместување и разновидните програми и услуги кои вклучуваат масажа, бањи со минерална вода, бисерни бањи, рефлексна терапија, традиционална терапија со игли, медицински вежби, акупунктура, ласерска терапија, акупресура, парафински третман, апитерапија, фитотерапија, третман со кал, арома терапија, анти-стрес програми, програми за диети и програми за слабеење, балнео-козметика, сауна, солариум, фитнес и медицинска козметика. Сето ова може да се комбинира со различни туристички програми, овозможувајќи им на посетителите да го истражуваат културното наследство на Бугарија, народните начини и традиционалната кујна.

Според последните информации (5 декември, 2023 година) во Бугарија има вкупно 555 СПА центри.

Велинград е познат како главен бањски град на Балканот. Мал планински град, кој се наоѓа во планините Родопи, е прв во Бугарија по изобилство и разновидност на минерални води со температура која се движи помеѓу 28°C и 91°C. Минералната вода во Велинград има поволно влијание врз мускулно-

скелетниот систем, кој ја подобрува состојбата на пациенти со невролошки болести, хипертензија, гинеколошки заболувања, бубрежни и уролошки болести, респираторни и гастроинтестинални заболувања.

Друг познат спа-центар во Бугарија е *Сандански*. Се наоѓа во југозападна Бугарија. Комбинацијата на лековити води со специфична клима со Медитеранско влијание има поволно влијание врз пациенти со респираторни болести, артроревматизам, поволно влијае на мускулно-скелетниот систем, периферниот нервен систем и др. Регионот има 80 извори во опсег од 42°C до 81°C.

Хисарија се наоѓа на 40 километри северно од *Пловдив*. Градот е еден од најстарите и најпопуларните СПА центри во Бугарија. Минералните води по кои е позната Хисарија, се користат за бубрежни и уролошки, билијарни, гастроинтестинални заболувања и заболувања на црниот дроб, како и третман на мускулно-скелетниот систем. Одморалиштето има мали хотели, како и големи хотели со 4 ѕвезди со спа центри.

Девин се наоѓа на Родопската планина. Градот е познат по своите минерални извори, чија температурата се движи од 16° до 76°C. Нејзините минерални води се погодни за лекување и спречување на разни болести. Водата се користи за третман на болести на мускулно-скелетниот систем, нервниот систем, репродуктивниот систем и болести на кожата. Водата исто така може и да се пие, при што се користи за лекување на болести на гастроинтестиналниот систем, црниот дроб, жолчното кесе, бубрегот, уролошки и метаболичко-ендокрини заболувања. Во Девин планинскиот воздух исто така придонесува за брзо закрепнување.

Друго одморалиште со минерални извори е *Златни Песоци*. Комбинација на специфична клима и минерални води се користи успешно во лекување на артритис, стрес, неврози, хроничен фарингитис, бронхитис, астма.

6.4.2. Бањски туризам во Хрватска

Туризмот претставува важен зачетник на економските активности во Хрватска, особено во нејзините поморски дестинации, но сепак тој е развиен нерамномерно. Целокупната територија во Хрватска може да се подели на три различни природни и географски региони, со различни нивоа на развој на туризмот: низинска или панонска и перипанонска Хрватска, висорамнинска Хрватска и приморска Хрватска. Од гледна точка на развој на туризмот, низинската и висорамнинската Хрватска се занемарени па затоа нивните компаративни предности не се искористени. Повеќето бањски одморалишта се наоѓаат во прекрасната природна околина на северните и источните региони на Хрватска како што се хрватското Загорје (Вараждин, Тухељ, Крапина, Стубица), Славонија (Бизовац, Дарувар, Топушко) и Истра (Истарске Топлице). Земајќи во предвид дека Хрватска излегува на Јадранско море (кое претставува едно од најмирните и најпросирните во Медитеранот) со преку 6278 км хрватско крајбрежје кое нуди возбудлив предизвик од 1244 острови, островчиња, карпи и гребени, модерни марини за изнајмување и професионални курсеви за едрење, повеќе од очигледно е дека морскиот туризам е нај развиен во оваа држава. За жал бањскиот туризам е многу слабо развиен. Табела број 6.4. ни го претставува вкупниот број на туристички ноќевања, бројот на бањските туристи, вкупниот број на ноќевања во бањи и процентуалниот однос на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања во Хрватска за периодот од 2010 до 2020 година.

Табела 18: Вкупен број на ноќевања и бањски туристи во Хрватска во периодот од 2010 до 2020 година

Table 18: Total number of overnight stays and spa tourists in Croatia in the period from 2010 to 2020

Година	Вкупен број на ноќевања	Број на бањски туристи	Вкупен број на ноќевања во бањи	% на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања
2010	56 217 000	107 000	363 000	0,65
2011	60 110 000	110 000	365 000	0,61
2012	62 507 000	106 000	357 000	0,57
2013	64 617 000	118 000	358 000	0,55
2014	66 270 000	129 000	397 000	0,60
2015	71 437 000	148 000	436 000	0,61
2016	77 918 855	172 000	523 000	0,67
2017	86 200 201	201 000	590 000	0,68
2018	89 651 789	207 000	612 000	0,68
2019	91 242 931	218 000	625 000	0,68
2020	40 794 455	140 000	346 000	0,85
Вкупно	766 966 231	1 469 700	4 972 000	0,65%

Извор: Čeperković J., & Čerović, S. (2023). Dynamics of SPA tourism statistics in selected countries of central and eastern Europe., Vol. 70 No. 1 Economics of Agriculture, Belgrade

Од оваа табела може да се забележи дека од вкупниот број туристички ноќевања за сите 10 години само 0,65% се од страна на бањски туристи. За секоја од годините поединечно процентот на бројот на ноќевања од страна на бањски туристи е помал од 1% во однос на вкупниот број ноќевања, но најмал е во 2013 година со 0,55%, а најголем во 2020 година со 0,85%.

6.4.3. Бањски туризам во Словенија

Големата разновидност на пејсажите и лесната достапност до државата, влијае на фактот што Словенија има можност за развој на различен тип на туризам (Ажман Момирски, Кладик, 2009). Еден од најразвиените форми на туризам во државата е бањскиот туризам, особено модерната форма на велнес туризмот. Словенија е мала држава, но е полна со природни ресурси, има лекувачки термални води и добри климатски услови. Изворите на термални води

кои на број се 87 се со различни својства и температура (од 32 до 73°C). Словенија моментално располага со 13 бањски центри. Исто така е светски позната и по минералните води за пиење кои се користат и за здравствени терапии (Spirit Slovenia, 2013). Климата во државата е морска, планинска и субалпска.

Термоминералните води значително се разликуваат. Тие се поврзани со античкото море кое некогаш го покривало Панонскиот басен, мистериозната вода која извира покрај студеното планинско езеро или топлото Јадранско море. Нивниот состав и ефекти се детално испитани. Научно е докажано дека нивната ефикасност е надополнета со поволна клима и други природни лековити фактори. Тие вклучуваат кал и т.н. *acqua madre* добиени од солените садови лоцирани веднаш до Јадранското море, природен тресет од античкото Похорје, разни пелоиди и аеросоли, лековитата планинска или морска клима и други природни фактори.

Римјаните биле први кои ги препознале здравствените придобивки на минералните води. Бањскиот туризам ужива долга и интересна традиција во Словенија (документирани цитати на бањите датираат од 1228 година).

Со цел да се увиди застапеноста на бањскиот туризам во Словенија претставена е табела број 19 која ги содржи: вкупниот број на туристички ноќевања, бројот на бањските туристи, вкупниот број на ноќевања во бањи и процентуалниот однос на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања во Словенија за периодот од 2010 до 2020 година.

Табела 19: Вкупен број на ноќевања и бањски туристи во Словенија за периодот од 2010 до 2020 година

Table 19: Total number of overnight stays and spa tourists in Slovenia for the period from 2010 to 2020

Година	Вкупен број на ноќевања	Број на бањски туристи	Вкупен број на ноќевања во бањи	% на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања
2010	9 883 920	654 056	2 752 718	27,85
2011	10 413 012	680 910	2 865 128	27,51
2012	10 604 352	794 029	3 255 520	30,70
2013	10 708 408	801 857	3 175 355	29,65
2014	10 738 766	811 927	2 998 959	27,93
2015	11 653 764	850 126	3 035 654	26,05
2016	12 647 876	892 048	3 169 561	25,06
2017	14 208 545	944 738	3 310 184	23,30
2018	15 697 705	1 112 921	3 642 651	23,20
2019	15 775 331	1 193 346	3 701 669	23,46
2020	9 204 374	630 408	2 250 228	24,45
Вкупно	131 536 053	9 366 366	34 157 027	25,97

Извор: Čerperković J., & Čerović, S. (2023). Dynamics of SPA tourism statistics in selected countries of central and eastern Europe., Vol. 70 No. 1 Economics of Agriculture, Belgrade

Од табелата може да се забележи дека 26% од вкупниот број ноќевања припаѓаат на бањски туристи. Најголем процент на ноќевања од страна на бањски туристи во однос на вкупниот број ноќевања имало во 2012 година (30%), а најмал процент во 2018 година (23,2%).

6.5. Споредба на развојот на бањски туризам помеѓу Р.С. Македонија и европските држави

Во табелата 20 е направена споредба помеѓу вкупниот број на ноќевања, вкупниот број на ноќевања во бањи и нивниот процентуален однос помеѓу наведените држави и Република Северна Македонија за периодот од 2010 до 2020 година.

Табела 20: Споредба помеѓу вкупниот број на туристички ноќевања и вкупниот број на ноќевања во бањи за периодот од 2010 до 2020 година
Table 20: Comparison between the total number of overnight stays and the total number of overnight stays in spas for the period from 2010 to 2020

Држава	Број на жители	Вкупен број на ноќевања	Вкупен број на бањски туристи	Вкупен број на ноќевања во бањи	% на бројот на ноќевања во бањи во однос на вкупниот број ноќевања
Република Северна Македонија	2 083 120	26 465 259	258 855	2 041 044	7,71%
Србија	8 633 806	80 384 117	5 114 861	23 993 832	29,85%
Хрватска	4 031 204	766 966 231	1 469 700	4 972 000	0,65%
Унгарија	9 587 872	1 113 300 000	398 931 000	494 835 000	44,45%
Словенија	2 079 789	131 536 053	9 366 366	34 157 027	25,97%

Според добиените податоци од анализираните држави, за периодот од 10 години може да се види дека бањскиот туризам е најслабо развиен во Хрватска, а најмногу развиен во Унгарија. Во периодот од 2010-2020 година најголем број на ноќевања имало во Унгарија (1 113 300 000) од кои дури 44,45% биле од страна на бањски туристи. На второ место по застапеност на бањски туризам од анализираните држави е Србија, каде од 80 384 117 ноќевања, 29,85% или 23 993 832 ноќевања се од страна на бањски туристи. Во Словенија од вкупно 131 536 053 ноќевања 25,97% се од страна на бањски туристи. Република Северна Македонија за овие 10 години има најмал број на ноќевања (26 465 259), од кои 7,71% се ноќевања во бањи односно 2 041 044. Хрватска која после Унгарија има најголем број на ноќевања (766 966 231) го зазема последното место по развој на бањски туризам, само 0,65% односно 4 972 000 од сите ноќевања биле од страна на бањски туристи.

Посебно треба да се нагласи дека Република Северна Македонија (25 713 км²) и Словенија (20 273 км²) се многу слични по големина на површина и по број на жители, но Словенија има многу поголема развиеност на бањскиот туризам во споредба со Р.С. Македонија. Исто така Словенија излегува и на море, но и покрај тоа имаат многу развиен бањски туризам. Бројот на извори во

Словенија е 87 со вкупно 13 бањски центри, за разлика кај нас имаме околу 65 извори со 8 бањи (моментално 2 не се активни).

6.6. Споредба на просечната заработка од ноќевања помеѓу Р.С. Македонија и Словенија

Бидејќи во статистичките податоци за Македонија и Словенија не можат да се пронајдат податоци за заработката од бањите направена е пресметка на просечните вредности на цените за ноќевање во бањите и споредба помеѓу заработката од ноќевања во бањи во Р.С. Македонија и Словенија за 2020 година.

Цените во Македонија за престој во бањските центри се пониски од тие во Словенија, па така во Катлановска бања во просек цена за ноќевање изнесува помеѓу 931 денар до 1333 денари во зависност од типот на соба (ценовник на Катлановска бања), за Дебарски бањи цена за ноќевање изнесува 1550 денари (ценовник на Дебарски бањи), според ценовникот на Негорски бањи, цена за соба во хотел Јасен изнесува 1990 денари за полн пансион, а во хотел Кала 2200 денари. За бања Банско цената за ноќевање изнесува 3 800 денари. Ако се земе просек од 2300 денари за сите бањи и се земе во предвид дека во 2020 година имало вкупно 90 805 ноќевања, тогаш просечна заработка би била 208 851 500 денари, односно 3 536 694.50 американски долари, при што треба да се нагласи дека останатите услуги и третмани се наплаќаат дополнително.

Цените во Словенските бањи се многу поголеми. Во продолжение се претставени цена по ноќевање за едно лице во 6 од термалните бањи во Словенија (преземено од <https://www.booking.com/>).

- Terme Olimia Spa- 15 204 денари
- Terme Čatež Spa – 5 920 денари
- Thermana Laško Spa – 19 626 денари
- Terme Dobrna – 14 802 денари
- Terme Ptuj Spa – 13 014 денари

- Terme Zreče Spa-7 845 денари

Доколку се земе средна вредност од 12 000 за ноќевање, тогаш за 2020 година кога во Словенија имало вкупно 2 250 228 ноќевања во бањи би заработила 27 002 736 000 денари , односно 457 264 744.57 американски долари

Значи за 2020 година Словенија има просечна заработка од 453 728 050.07 долари повеќе од Македонија, односно 98,46% повеќе од Македонија.

Глава 7. ЕМПЕРИСКИ ПОГЛЕД НА НАПРАВЕНОТО ИСТРАЖУВАЊЕ

7.1. Анкетен прашалник

Со цел да се добијат информации за личните ставови, задоволството, односно незадоволството на посетителите од бањските центри, нивните потреби и бенефити од употребата на бањите, направена е анкета на посетителите во 4 бањски центри во Р.С. Македонија, односно во Катлановска бања, Негорска бања, Дебарски бањи (Косоврасти) и бања Банско. Во секоја од бањите се анкетирани по 50 посетители (вкупно 200 анкетирани посетители). Во анкетниот прашалник има вкупно 31 прашање со понудени одговори, две Ликертови скали (едната се однесува на потребите на посетителите, а другата на бенефитите од бањите) и на крај од анкетниот прашалник беше ставено отворено прашање и беше оставено на слобода на посетителите да допишат доколку сметаат дека има нешто важно поврзано со нивната посета во бањите, а не било опфатено во прашалникот. Резултатите од анкетата се претставени табеларно, а потоа секое од прашањата посебно е обработено, претставено графички и е даден детален опис.

Табела 21: Резултати од анкетни прашалници
Table 21: Results from survey questionnaires

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Прва група прашања (демографски)					
1. Пол	а) Машки	21	33	23	24
	б) Женски	29	17	27	26
2. Во која возрастна група припаѓате?	а) до 30 години	1	6	2	3
	б) 30-45 години	5	9	7	6
	в) 45-60 години	16	22	22	17
	г) над 60 години	28	13	19	24
3. Кое е вашето занимање?	а) државна администрација	9	9	10	4
	б) приватна администрација	3	5	4	4

	в) услужни дејности	6	5	2	2
	г) земјоделство, лов и риболов	3	5	0	8
	д) градежништво, индустрија	2	1	2	1
	ѓ) занаетчи	5	5	3	5
	е) стручњаци и научници	1	1	2	1
	ж) здравство	8	0	3	4
	з) друго	13	19	24	21
Втора група прашања (за посета и престој во бањата)					
4. Колку пати сте ја посетиле бањата?	а) првпат доаѓам	22	32	26	21
	б) 2-5 пати	10	16	16	12
	в) повеќе од 5 пати	18	2	8	17
5. Колку временски би престојувале во бањата?	а) едnodневна посета	1	11	1	3
	б) 2-5 дена	0	9	7	8
	в) од 6-10 дена	17	18	18	16
	г) 10- 20 дена	15	11	11	14
	д) повеќе од 20 дена	17	1	13	9
6. Кои услуги најмногу ви се потребни?	а) за лекување и релаксирање	47	44	43	46
	б) само за релаксирање	2	3	2	3
	в) спорт и рекреација	1	3	5	1
7. Доколку сте дојдени за лекување, која е основната причина/болест?	а) проблеми со коски и зглобови	42	43	39	40
	б) срцеви болести	0	3	0	4
	в) болести со дишни патишта	0	2	0	1
	г) невролошки заболувања	5	1	9	4
	д) дигестивни болести	1	0	0	0
	ѓ) кожни болести	0	0	2	1
	е) уринарни болести	1	1	0	0

	ж) гинеколошки болести и неплодност	1	0	0	0
8. Покрај основната причина/болест за посета на бањата дали имате друг здравствен проблем?	а) дали имате висок крвен притисок	14	13	18	14
	б) дали сте дијабетичар (шеќераш)	2	6	8	7
	в) дали сте алергични на глутен	0	1	0	0
	г) дали сте алергични на млеко и млечни производи	1	0	0	1
	д) дали имате проблеми со срцето	2	9	2	10
	ѓ) немам друг здравствен проблем	31	21	22	18
9. При избор на бања за Вас најважно е?	а) близината до местото на живеење	5	32	12	7
	б) изгледот на бањата	1	1	3	0
	в) лековитоста на водата	38	13	30	34
	г) цената	2	4	0	2
	д) љубезноста на персоналот	4	0	5	7
10. Како се определит е токму за оваа бања?	а) по препорака на доктор	39	33	35	37
	б) заради близина до местото на живеење	6	11	6	4
	в) цената	0	6	1	6
	г) изгледот на бањата	5	0	8	3
Трета група прашања (за задоволство/незадоволство на посетителите)					
11. Колку сте задоволни	а) незадоволни	2	0	0	0
	б) делумно задоволни	14	11	2	12

од надворешниот изглед на бањата?	в) задоволни	27	29	11	19
	г) целосно задоволни	7	10	37	19
12. Колку сте задоволни од внатрешниот изглед на бањата?	а) незадоволни	0	1	1	1
	б) делумно задоволни	18	11	1	15
	в) задоволни	26	27	19	20
	г) целосно задоволни	6	11	29	14
13. Колку сте задоволни од СПА делот на бањата?	а) незадоволни	0	0	0	0
	б) делумно задоволни	16	5	2	8
	в) задоволни	25	29	16	23
	г) целосно задоволни	9	16	32	19
14. Колку сте задоволни од терапијата?	а) незадоволни	0	1	0	0
	б) делумно задоволни	8	7	1	4
	в) задоволни	22	20	10	16
	г) целосно задоволни	20	22	39	30
15. Колку сте задоволни од односот на персоналот ?	а) незадоволни	0	1	0	1
	б) делумно задоволни	5	10	0	11
	в) задоволни	22	26	10	25
	г) целосно задоволни	23	13	40	13
16. Колку сте задоволни од сместувањето во бањата?	а) незадоволни	1	1	0	2
	б) делумно задоволни	14	9	2	6
	в) задоволни	24	30	23	28
	г) целосно задоволни	11	10	25	14
17. Колку сте задоволни	а) незадоволни	0	2	1	1
	б) делумно задоволни	17	21	3	13

Од хигиената во бањата?	в) задоволни	23	18	19	19
	г) целосно задоволни	10	9	27	17
18. Колку сте задоволни од исхраната во бањата?	а) незадоволни	3	0	0	2
	б) делумно задоволни	17	6	5	5
	в) задоволни	20	29	20	24
	г) целосно задоволни	10	15	25	19
19. Дали во бањата се подготвува посебна храна спрема вашите потреби/болести?	а) да	16	40	29	21
	б) не	34	10	21	29
20. Во исхрана дали има доволно овошје и свежи салати?	а) да	18	44	33	37
	б) не	32	6	17	13
Четврта група прашања (потенцијали за развој)					
21. При рекламирање на бањата кои атрибути посебно ве привлекуваат?	а) Лековитоста на водата	40	40	41	39
	б) хотелското сместување и опкруженоста со природа	1	8	2	2
	в) стручноста на вработените	7	2	7	9
	г) исхраната	2	0	0	0
22. Колку за вас е важна добрата промотивна кампања?	а) воопшто не е важна	18	25	8	9
	б) важна е, но не многу	23	20	23	23
	в) многу ми е важна	9	5	19	18

23. Дали после доаѓање во бањата забележавте подобрување на здравствената состојба?	а) да, целосно подобрување	15	36	24	28
	б) да, делумно подобрување	34	14	26	22
	в) не	1	0	0	0
24. Дали би дошле повторно во бањата?	а) да, ќе дојдам сигурно	42	32	47	43
	б) не знам, не сум сигурен	8	18	3	7
	в) не, не би дошол повторно	0	0	0	0
25. Дали би дошле во бањата и доколку немате никакви здравствени проблеми?	а) да	32	35	37	36
	б) не	18	15	13	14
26. Дали би ја препорачале бањата на друг?	а) да	46	42	46	44
	б) не	4	8	4	6
27. Што најмногу Ви се допадна од престојот во бањата?	а) водата	27	27	12	25
	б) љубезноста на персоналот	5	3	4	10
	в) терапијата	7	10	8	11
	г) изгледот на бањата	0	3	1	0
	д) исхраната	1	1	0	0
	ѓ) се	10	6	25	4

28. Што би промениле во бањата?	а) собите/сместувањето	27	29	12	28
	б) исхраната	18	9	35	19
	в) персоналот	3	8	1	1
	г) начинот на терапија	2	4	2	2
29. Дали за време на престојот имавте можности за додатни активности надвор од задолжителните терапии?	а) прошетка по трим патеки	40	32	18	16
	б) спортски терени	0	4	0	0
	в) билјард, пинг-понг маса	0	10	0	0
	г) рекреативен базен	10	4	32	34
30. Дали престојот во бањата ги исполни вашите очекувања?	а) да	30	33	41	35
	б) не	3	1	2	4
	в) делумно	17	16	7	11
31. Дали сметате дека бањата има потенцијал за развој на здравствен туризам?	а) да	38	41	45	39
	б) не	0	0	0	0
	в) не знам/не сум сигурен	12	9	5	11

Извор: Сопствена анкета

7.2. Поединечна анализа на прашањата од анкетниот прашалник

7.2.1. Прва група на прашања (демографски)

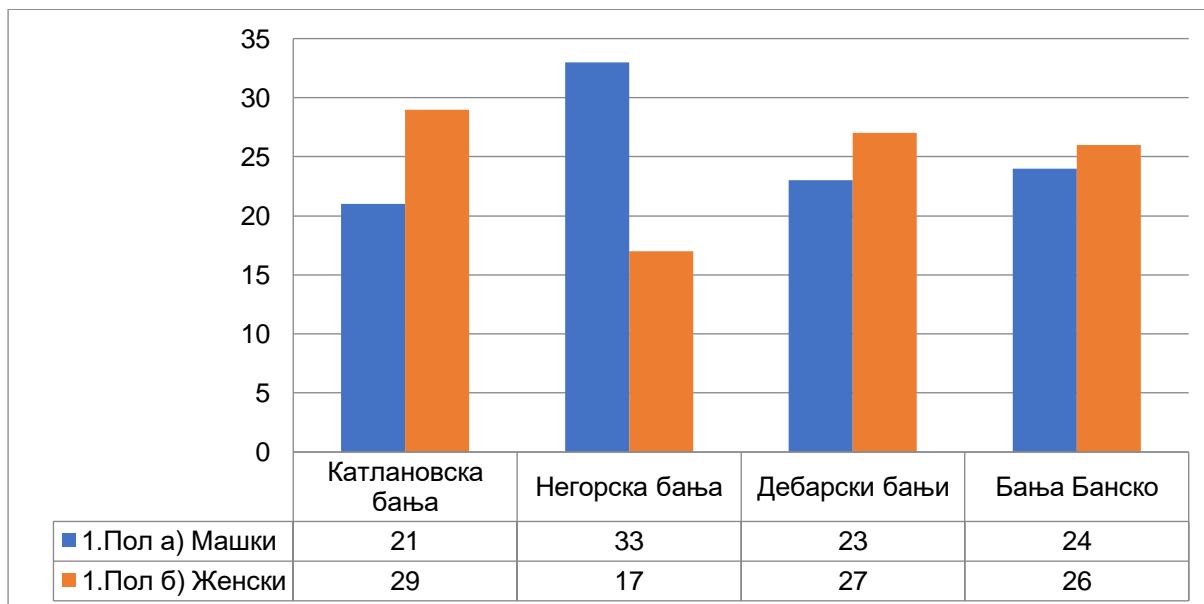
Демографските податоци се однесуваат на полот на посетителите, потоа нивната возраст и нивното занимање. Секое од прашањата е претставено поединечно табеларно и графички, а потоа е извршена детална анализа.

7.2.1.1. Анализа на првото прашање

Следи табеларен и графички приказ на резултатите од првото прашање:

Табела 22: Пол на посетителите на бањите
Table 22: Gender of bath visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Прва група прашања (демографски)					
1. Пол	а) Машки	21	33	23	24
	б) Женски	29	17	27	26



Графикон 10: Пол на посетителите на бањите
Chart 10: Gender of bath visitors

Според првото прашање кое се однесува на полот на посетителите на бањите можат да се добијат следните резултати:

- Вкупно посетители од машки пол се 101, а од женски пол 99, односно 50,5% од машки пол и 49,5% од женски пол;
- Просечна посетеност на машки пол е 25,25, а на женски пол е 24,75;
- Најголема посетеност на машки пол, над просечното е Негорска Бања, а најмала Катлановска Бања; и

- Најголема посетеност на женски пол, над просечното, е Катлановска Бања, а најмала Негорска Бања.

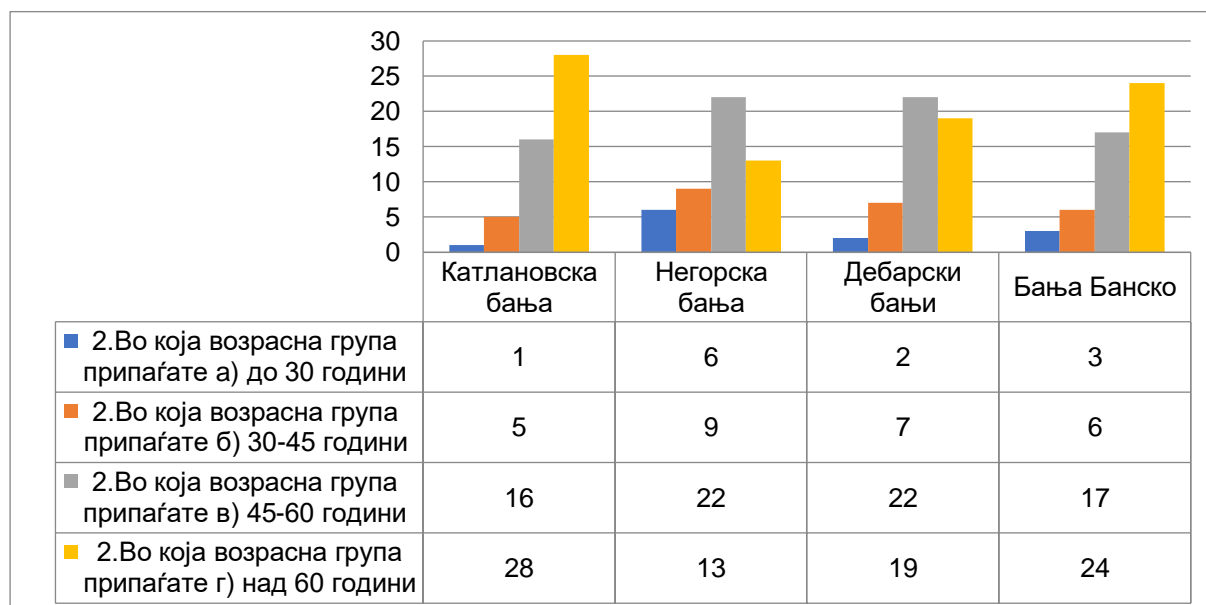
7.2.1.2. Анализа на второто прашање

Следи табеларен и графички приказ на резултатите од второто прашање:

Табела 23: Возрасна група на посетителите на бањите

Table 23: Age group of the bath visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Прва група прашања (демографски)					
2. Во која возрасна група припаѓате?	а) до 30 години	1	6	2	3
	б) 30-45 години	5	9	7	6
	в) 45-60 години	16	22	22	17
	г) над 60 години	28	13	19	24



Графикон 11: Возрасна група на посетителите на бањите

Chart 11: Age group of the bath visitors

Според второто прашање кое гласеше: *Во која возрастна група припаѓате?* добиени се следните резултати:

- На возрастната група до 30 години припаѓале вкупно 12 посетители (6%);
- На возрастната група од 30-45 години припаѓале вкупно 27 посетители (13,5%);
- На возрастната група од 45-60 години припаѓале вкупно 77 посетители (38,5%);
- На возрастната група над 60 години припаѓале вкупно 84 посетители (42%);
- Најголема посетеност на бањите се од лица над 60 години, а при тоа најголема посетеност со лица над 60 години има во Катлановска бања, а најмалку во Негорска бања; и
- Најмалку посетители има од возрастната група до 30 години и тоа најмалку во Катлановска бања (само еден посетител), а најмногу во Негорски бањи (вкупно 6 посетители).

7.2.1.3. Анализа на третото прашање

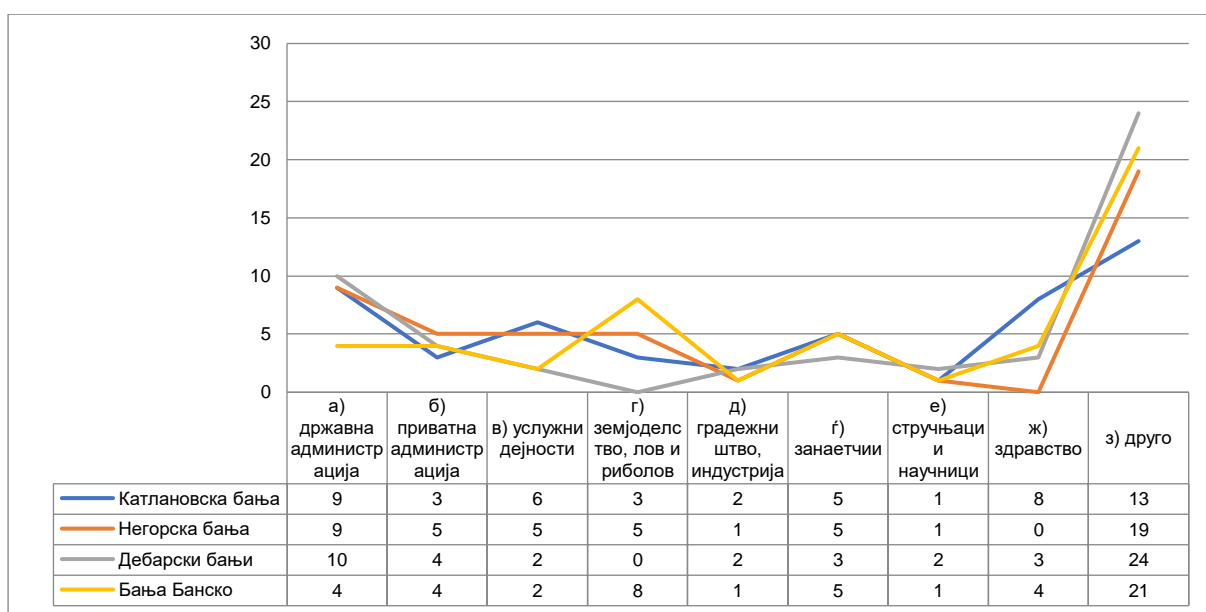
Следи табеларен и графички приказ на третото прашање:

Табела 24: Занимање на посетителите на бањите

Table 24: Occupation of the bath visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Прва група прашања (демографски)					
3. Кое е вашето занимање?	а) државна администрација	9	9	10	4
	б) приватна администрација	3	5	4	4
	в) услужни дејности	6	5	2	2
	г) земјоделство, лов и риболов	3	5	0	8

д) градежништво, индустрија	2	1	2	1
ѓ) занаетчи	5	5	3	5
е) стручњаци и научници	1	1	2	1
ж) здравство	8	0	3	4
з) друго	13	19	24	21



Графикон 12: Занимање на посетителите на бањите
Chart 12: Occupation of bath visitors

Според третото прашање кое гласеше: *Кое е вашето занимање?* добиени се следните резултати:

- Вкупно 32 од посетителите се по занимање во државна администрација, 16 во приватна администрација, 15 се од услужни дејности, 16 се занимаваат со земјоделство, лов и риболов, 6 се по занимање од областа на градежништво и индустрија, 18 се по занимање занаетчи, 5 се од областа на стручњаци и научници, додека пак 77 од нив одговориле со друго; и

- Од понудените професии за сите бањи вкупно најмногу припаѓаат на државна администрација (32 посетители), а најмалку посетители имало од областа на стручњаци и научници (вкупно 5).

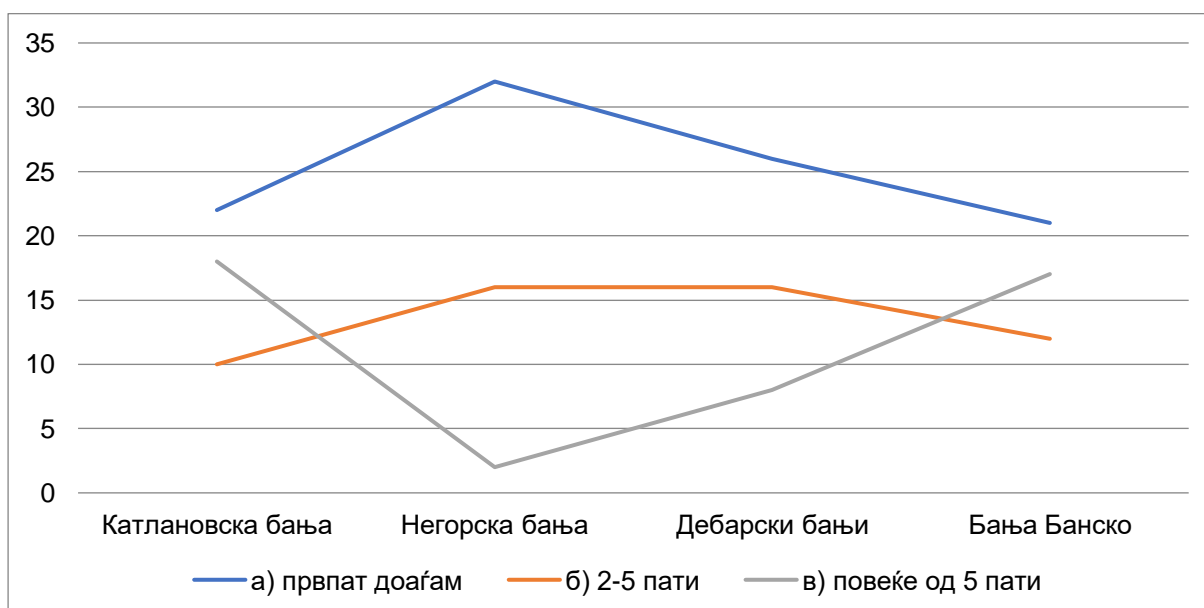
7.2.2. Втора група прашања (за посета и престој во бањата)

7.2.2.1. Анализа на четвртото прашање

Следи табеларен и графички приказ на четвртото прашање:

Табела 25: Број на посети на бањата од страна на испитаникот
Table 25: Number of visits to the bath by the respondent

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Втора група прашања (за посета и престој во бањата)					
4. Колку пати сте ја посетиле бањата?	а) првпат доаѓам	22	32	26	21
	б) 2-5 пати	10	16	16	12
	в) повеќе од 5 пати	18	2	8	17



Графикон 13: Број на посети на бањата од страна на испитаникот
Chart 13: Number of visits to the bath by the respondent

Втората група на прашања се однесува на податоци за бројот на посети и престој во бањите. Од четвртото прашање кое гласеше: *Колку пати сте ја посетиле бањата?* добиени се следните резултати:

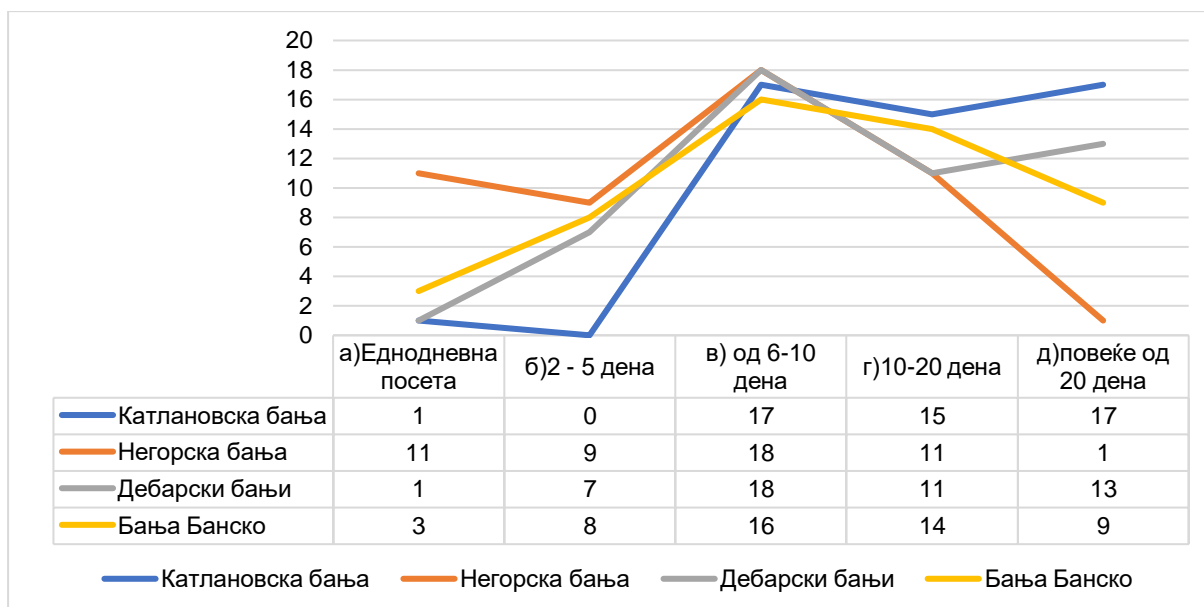
- Првпат во бањата доаѓаат вкупно 101 од посетителите (50,5%) и тоа најмногу во Негорска бања (32), а најмалку во бања Банско (21);
- Бањата ја посетиле помеѓу 2-5 пати вкупно 54 од посетителите (27%) од кои најмал број на посетители имало во Катлановска бања (вкупно 10), а најмногу во Негорска и Дебарски бањи (16);
- Повеќе од 5 пати бањата ја посетиле 45 посетители (22,5%) при тоа најмал број на посетители со над 5 посети имало во Негорска бања (2), а најмногу во Катлановска бања (18);
- Просечна вредност на посетители кои доаѓаат прв пат е 25,25, што значи дека Дебарски бањи и Негорска бања се над просекот по посетеност за прв пат;
- Просечната вредност за 2-5 посети е 13,5 посетители и според оваа вредност Дебарски бањи и Негорска бања се повторно над просекот; и
- Просечната вредност за повеќе од 5 посети изнесува 11,25 посетители и според оваа вредност Катлановска бања и бања Банско се над просекот.

7.2.2.2. Анализа на петтото прашање

Следи табеларен и графички приказ на петтото прашање:

Табела 26: Временски престој во бањата од страна на испитаникот
Table 26: Time spent in the bathroom by the respondent

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
5. Колку временски би престојувале во бањата?	а) едnodневна посета	1	11	1	3
	б) 2-5 дена	0	9	7	8
	в) од 6-10 дена	17	18	18	16
	г) 10- 20 дена	15	11	11	14
	д) повеќе од 20 дена	17	1	13	9



Графикон 14: Временски престој во бањата од страна на испитаникот
Chart 14: Time spent in the bath by the respondent

Од петтото прашање кое гласеше: *Колку временски би престојувале во бањата?* добиени се следните резултати:

- За првиот понуден одговор – едnodневна посета- средната вредност изнесува 4, медијана 2, минималната вредност е 1, а максималната вредност 11, вкупно 16 одговори, односно 8%;

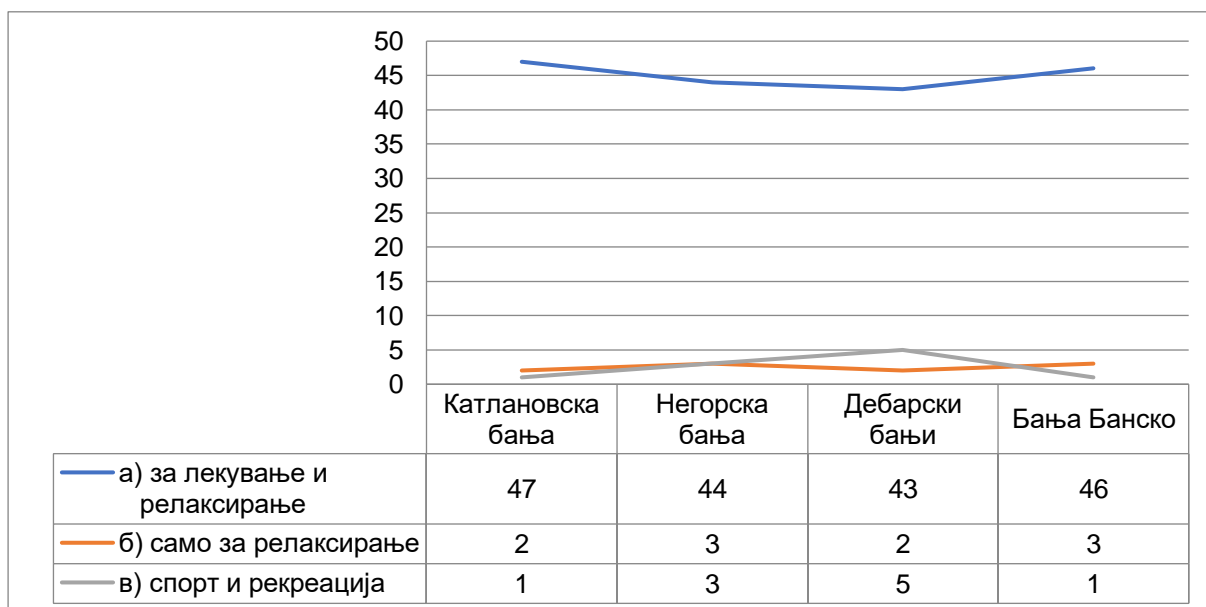
- За вториот понуден одговор – посета од 2- 5 дена – средната вредност изнесува 6, медијана 7.5, минимална вредност 0, максимална вредност 9, вкупно 24 одговори, односно 12%;
- За третиот понуден одговор – посета од 6-10 дена – средната вредност изнесува 17,25, медијана – 17,25, минимална вредност 16, максимална вредност 18, вкупно 69 одговори, односно 34,5%;
- За четвртиот понуден одговор – посета од 10 до 20 дена – средната вредност е 12,75, медијана 12,5, минимална вредност 11, максимална вредност 15, вкупно 51 одговор, односно 25,5%;
- За петтиот понуден одговор- повеќе од 20 дена- средната вредност изнесува 10, медијана 11, минимална вредност 1, максимална вредност 17, вкупно 40 одговори, односно 20%;
- Најголем број на посетители доаѓаат во бањите за престој од 6-10 дена (вкупно 69, односно 34,5 %);
- Најмал број на посетители се за еднодневна посета (вкупно 16, односно 8%);
- Според просечниот број на еднодневни посети кој изнесува 4 само Негорска бања има посети над овој просек;
- Според просечниот број на посети од 2-5 дена кој изнесува 6 освен Катлановска бања која нема ниту еден посетител од 2- 5 дена, сите други бањи имале посетители над овој просек;
- Според просечниот број на посети од 6-10 дена кој изнесува 17,25, Негорска и Дебарски бањи имаат по 18 посети, односно над просек; и
- Според просечната вредност на посети над 20 дена која изнесува 10, Катлановска бања и Дебарски бањи имаат посети над овој просек.

7.2.2.3. Анализа на шестото прашање

Следи табеларен и графички приказ на шестото прашање:

Табела 27: Услуги од бањата кои им се најмногу потребни на посетителите
Table 27: Spa services most needed by visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
6. Кои услуги најмногу Ви се потребни?	а) за лекување и релаксирање	47	44	43	46
	б) само за релаксирање	2	3	2	3
	в) спорт и рекреација	1	3	5	1



Графикон 15: Услуги од бањата кои им се најмногу потребни на посетителите

Chart 15: Spa services most needed by visitors

Од шестото прашање кое гласеше – *Кои услуги најмногу Ви се потребни?* добиени се следниве резултати:

- За лекување и релаксирање средната вредност на посети изнесува 45, медијана 45, минимална вредност 43 (во Дебарски бањи), максимална вредност 47 (во Катлановска бања), вкупно 180 одговори, односно 90%;

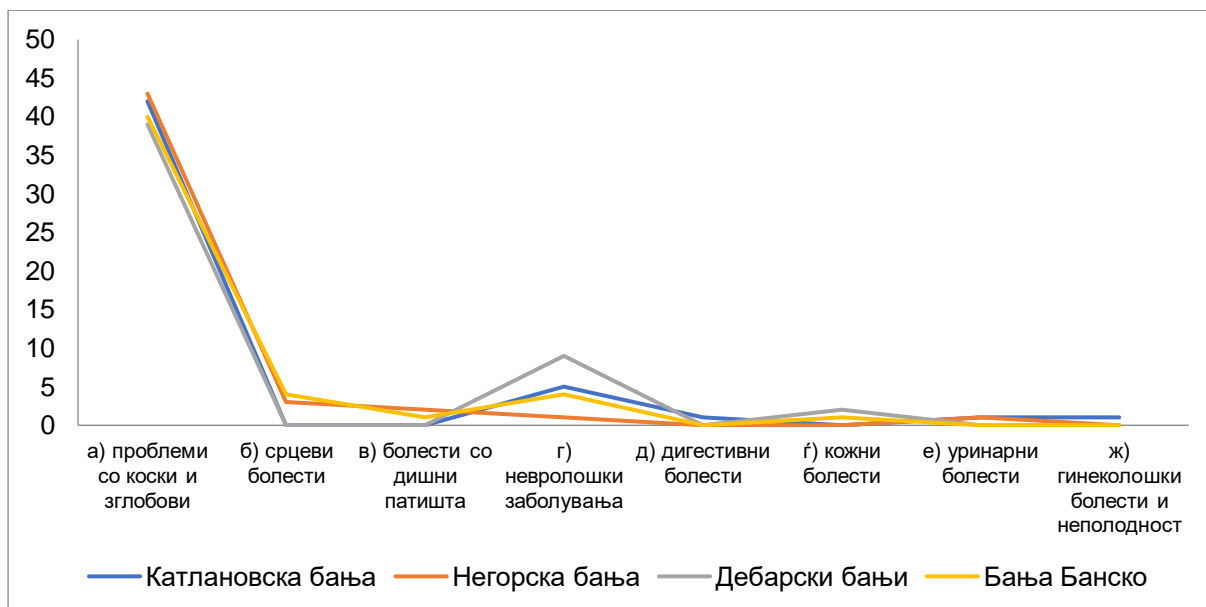
- Само за релаксација, средната вредност изнесува 2,5, медијана 2,5, минимална вредност 2 (Катлановска и Дебарски бањи), максимална вредност 3 (Негорска и бања Банско), вкупно 10 одговори, односно 5%;
- За спорт и рекреација, средната вредност изнесува 2,5, медијана 2, минимална вредност 1 (Катлановска и бања Банско), максимална вредност 5 (Дебарски бањи), вкупно 10 одговори, односно 5 %; и
- Најмногу услуги на посетителите им се потребни за лекување и релаксирање (вкупно 90%).

7.2.2.4. Анализа на седмото прашање

Следи табеларен и графички приказ на седмото прашање:

Табела 28: Основна причина/болест на посетителите за посета на бањата
Table 28: Main reason/disease of visitors for visiting the spa

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
7. Доколку сте дојдени за лекување, која е основната причина/болест?	а) проблеми со коски и зглобови	42	43	39	40
	б) срцеви болести	0	3	0	4
	в) болести со дишни патишта	0	2	0	1
	г) невролошки заболувања	5	1	9	4
	д) дигестивни болести	1	0	0	0
	ѓ) кожни болести	0	0	2	1
	е) уринарни болести	1	1	0	0
	ж) гинеколошки болести и неплодност	1	0	0	0



Графикон 16: Основна причина/болест на посетителите за посета на бањата
Chart 16: Main reason/disease of visitors for visiting the spa

Од седмото прашање кое гласеше – *Доколку сте дојдени за лекување, која е основната причина/болест?* Добиени се следните резултати:

- Проблеми со коски и зглобови - вкупно 164, односно 82%, минимална вредност 39 во Дебарски бањи, максимална вредност 43 во Негорска бања
- Срцеви болни - 7 одговори, односно 3,5% (во Катлановска и Дебарски бањи нема по ниту еден срцев болен);
- Болести со дишни патишта- вкупно 3 одговори, односно 1,5% (во Катлановска и Дебарски бањи нема по ниту еден посетител со болест на дишни патишта);
- Невролошки заболувања-вкупно 19 одговори, односно 9,5%, минимални вредности во Негорска бања – 1, максимални вредности во Дебарски бањи-9;
- Дигестивни болести – само 1 посетител во Катлановска бања-0,5%;
- Кожни болести- вкупно 3 одговори (1 во бања Банско и 2 во Дебарски бањи), односно 1,5%;
- Уринарни болести - 2 одговори (1 во Катлановска бања и 1 во Негорска бања), односно 1%;

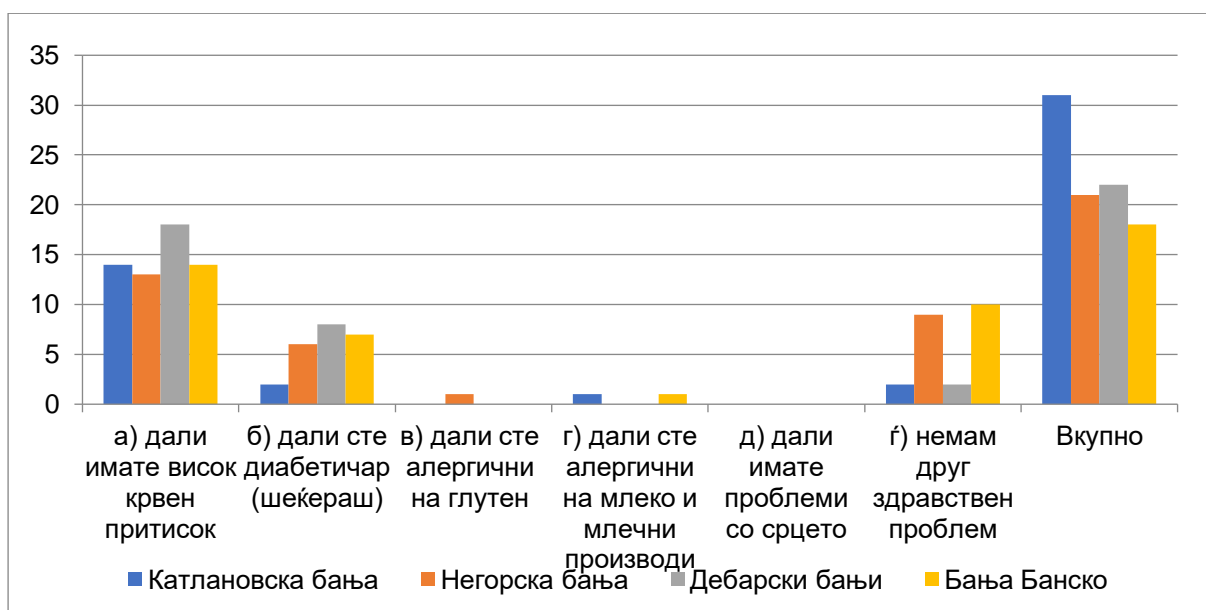
- Гинеколошки болести и неплодност – само 1 одговор (од Катлановска бања), односно 0,5%; и
- Најголем број испитаници ги посетиле бањите заради проблеми со коски и зглобови (82%), а најмалку како причина се дигестивни болести и гинеколошки болести и неплодност (по 0,5%).

7.2.2.5. Анализа на осмото прашање

Следи табеларен и графички приказ на осмото прашање:

Табела 29: Други здравствени проблеми на посетителите
Table 29: Other health problems of visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
8. Покрај основната причина/болест за посета на бањата дали имате друг здравствен проблем?	а) дали имате висок крвен притисок	14	13	18	14
	б) дали сте дијабетичар (шеќераш)	2	6	8	7
	в) дали сте алергични на глутен	0	1	0	0
	г) дали сте алергични на млеко и млечни производи	1	0	0	1
	д) дали имате проблеми со срцето	2	9	2	10
	ѓ) немам друг здравствен проблем	31	21	22	18



Графикон 17: Други здравствени проблеми на посетителите
Chart 17: Other health problems of visitors

Според осмото прашање кое гласеше: *Покрај основната причина/болест за посета на бањата, дали имате друг здравствен проблем?* Добиени се следните резултати:

- Висок крвен притисок имаат вкупно 59 од испитаниците (29,5%), минималната вредност изнесува 13 (во Негорска бања), а максималната вредност 18 (во Дебарски бањи);
- Дијабетичари (шеќераш) се 23 од испитаниците (11,5%), од кои минималната вредност изнесува 2 (во Катлановска бања), а максималната вредност е 8 (во Дебарски бањи);
- Алергичен на глутен е само еден од посетителите (во Негорска бања)- 0,5%;
- Алергични на млеко и млечни производи се само 2 испитаници (1 во Катлановска бања и 1 во бања Банско)-1%;
- Проблеми со срцето имаат 23 испитаници (11,5%), минимална вредност 2 (во Катлановска бања и Дебарски бањи), максимална вредност– 10 во бања Банско;

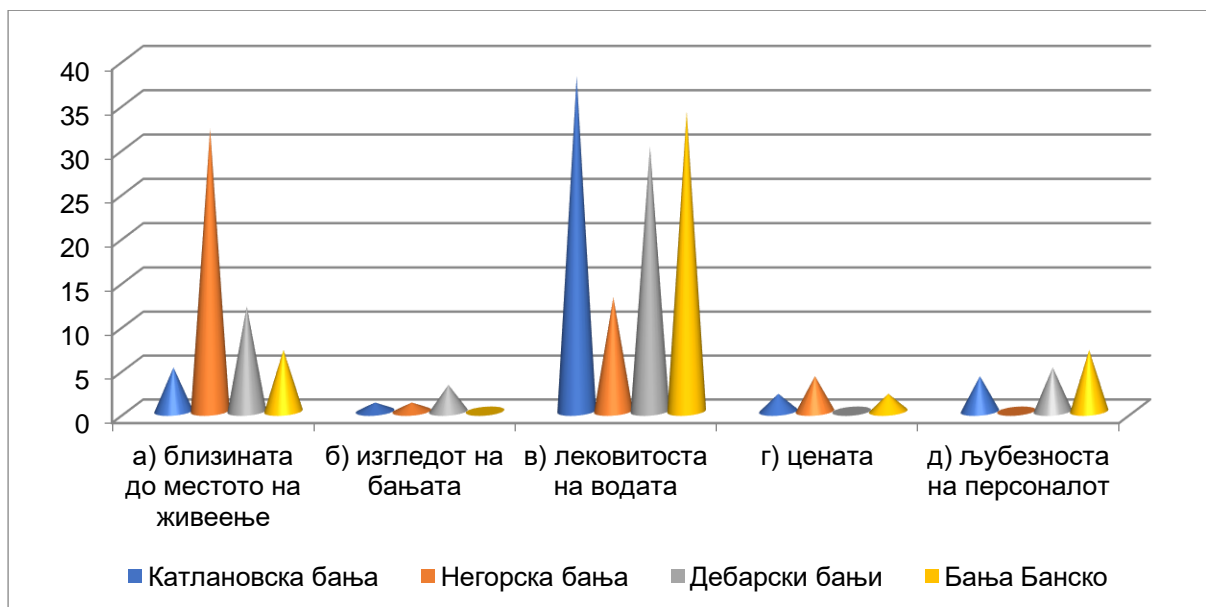
- Немаат друг здравствен проблем 92 од испитаниците (46%), минимална вредност 18 (бања Банско), максимална вредност 31 (Катлановска бања); и
- Најголем дел од посетителите немаат друг здравствен проблем (46%), додека пак од тие што имаат друг здравствен проблем најчесто е тоа високиот крвен притисок (29,5%), а најредок здравствен проблем кај посетителите е алергија на глутен (0,5%).

7.2.2.6. Анализа на деветтото прашање

Следи табеларен и графички приказ на деветтото прашање:

Табела 30: Најважен фактор при избор на бања од страна на посетителите
Table 30: The most important factor when choosing a bathroom by visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
9. При избор на бања за Вас најважно е:	а) близината до местото на живеење	5	32	12	7
	б) изгледот на бањата	1	1	3	0
	в) лековитоста на водата	38	13	30	34
	г) цената	2	4	0	2
	д) љубезноста на персоналот	4	0	5	7



Графикон 18: Најважен фактор при избор на бања од страна на посетителите

Chart 18: The most important factor when choosing a bath by visitors

Според деветтото прашање кое гласеше: *Што е за Вас најважно при избор на бања?* добиени се следниве резултати:

- Близината на бањата до местото на живеење како определувачки фактор за нејзина посета им е најважен на вкупно 56 од посетителите (28%), средна вредност 14, медијана 9,5, минимална вредност 5 (Катлановска бања), максимална вредност 32 (Негорска бања);
- Изгледот на бањата како определувачки фактор за нејзина посета им е важен на 5 посетители (2,5%), средна вредност 1,25, медијана 1, минимална вредност 0 во бања Банско, максимална вредност 3 во Дебарски бањи;
- Лековитоста на водата во бањата како одлучувачки фактор за нејзин избор им е важна на 115 од посетителите (57,5%), средна вредност 28,75, медијана 32, минимална вредност 13 (Негорска бања), максимална вредност 38 (Катлановска бања);
- Цената како одлучувачки фактор за посета на бањите им е важна на 8 посетители (4%), средна вредност 2, медијана 2, минимална вредност 0 (Дебарски бањи), максимална вредност 4 (Негорска бања);

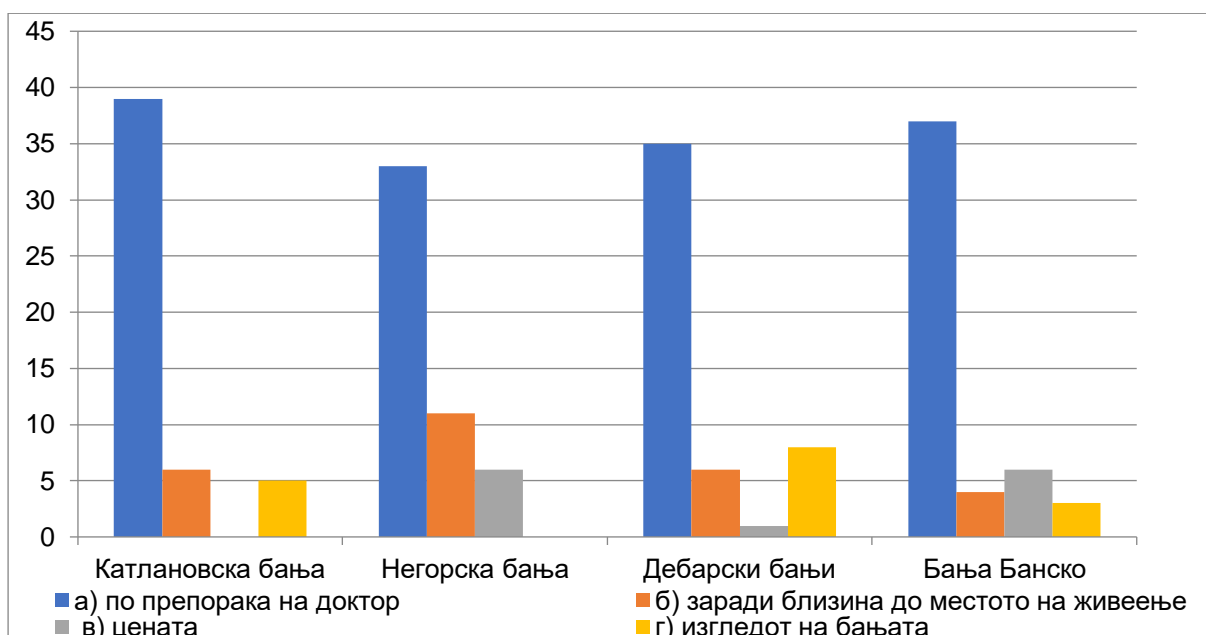
- Љубезноста на персоналот како одлучувачки фактор за посета на бањите им е важна на 16 посетители (8%), средна вредност 4, медијана 4,5, минимална вредност 0 (Негорска бања), максимална вредност 7 (бања Банско); и
- Најважно за посетителите при избор на бања е лековитоста на водата во бањата (57,5%), а потоа следува близината до местото на живеење (28%), додека пак најмалку важен фактор при изборот на бања е изгледот на бањата (2,5%).

7.2.2.7. Анализа на десеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на десеттото прашање:

Табела 31: Причина за определба за соодветната бања
Table 31: Reason for determining the appropriate bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
10. Како се определите токму за оваа бања?	а) по препорака на доктор	39	33	35	37
	б) заради близина до местото на живеење	6	11	6	4
	в) цената	0	6	1	6
	г) изгледот на бањата	5	0	8	3



Графикон 19: Причина за определба за соодветната бања
Chart 19: Reason for determining the appropriate bath

Според десеттото прашање кое гласеше: *Како се определивте токму за оваа бања?* добиени се следните резултати:

- За соодветната бања по препорака на доктор се определиле вкупно 144 од посетителите (72%), средна вредност изнесува 36, медијана 36, минимална вредност 33 (Негорска бања), максимална вредност 39 (Катлановска бања);
- Заради близината до местото на живеење за соодветната бања се определиле вкупно 27 посетители (13,5%), средната вредност изнесува 6,75, медијана 6, минимална вредност 4 (бања Банско), максимална вредност 11 (Негорска бања);
- Заради цената за посета на бањите се определиле вкупно 13 посетители (6,5%), средната вредност изнесува 3,25, медијана 3,5, минимална вредност 0 (Катлановска бања), максимална вредност 6 (Негорска бања и бања Банско);
- Заради изгледот на бањата за соодветната бања се определиле вкупно 16 посетители (8%), средната вредност изнесува 4, медијана 4, минимална вредност 0 (Негорска бања), максимална вредност 8 (Дебарски бањи); и

- Најголем дел од посетителите се определиле за соодветната бања по препорака на доктор (72%), а најмалку одлучувачки фактор за посета на бањите им била цената (6,5%).

7.2.3. Трета група прашања за задоволство/незадоволство на посетителите

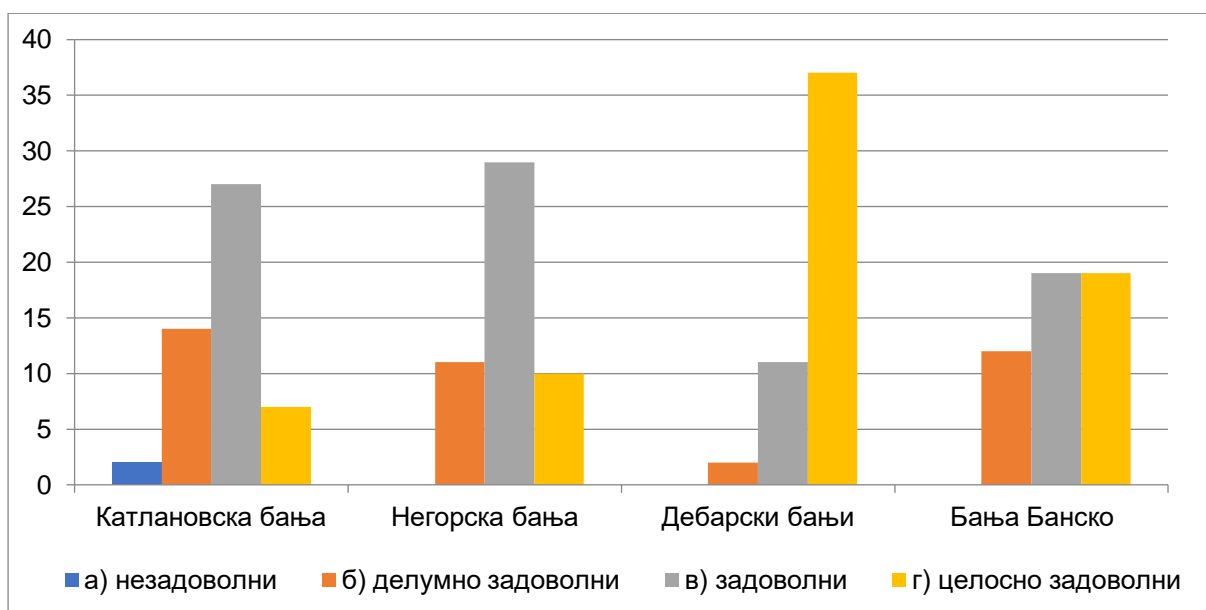
Третата група на прашања се однесува на тоа колку посетителите се задоволни од посетата на бањата.

7.2.3.1. Анализа на единаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на единаесеттото прашање:

Табела 32: Степен на задоволство од надворешниот изглед на бањата
Table 32: Degree of satisfaction with the external appearance of the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Трета група прашања (за задоволство/незадоволство на посетителите)					
11. Колку сте задоволни од надворешниот изглед на бањата?	а) незадоволни	2	0	0	0
	б) делумно задоволни	14	11	2	12
	в) задоволни	27	29	11	19
	г) целосно задоволни	7	10	37	19



Графикон 20: Степен на задоволство од надворешниот изглед на бањата
Chart 20: Degree of satisfaction with the external appearance of the bath

Според еднаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од надворешниот изглед на бањата?* добиени се следните резултати:

- Незадоволни се само двајца посетители-1% (од Катлановска бања), додека од другите бањи не покажаа целосно незадоволство од надворешниот изглед;
- Делумно задоволни се вкупно 39 од посетителите (19,5%) од кои најмногу од Катлановска бања (14), а најмалку од Дебарски бањи (2), средна вредност изнесува 9,75 (само Дебарските бањи се со помала вредност од средната), медијаната изнесува 11,5;
- Задоволни од надворешниот изглед се 86 од посетителите (43%), најмногу од Негорска бања (29), а најмалку од Дебарски бањи (11), средна вредност изнесува 21,5, а медијаната 23, Катлановска и Негорска бања се со вредности над средната вредност;
- Целосно задоволни се вкупно 73 од посетителите (36,5%), најмногу од Дебарски бањи (вкупно 37), а најмалку од Катлановска бања (7), средната вредност изнесува 18,25, а медијаната 14,5. Целосно задоволство над

средната вредност покажаа посетителите на Дебарски бањи и бања Банско;

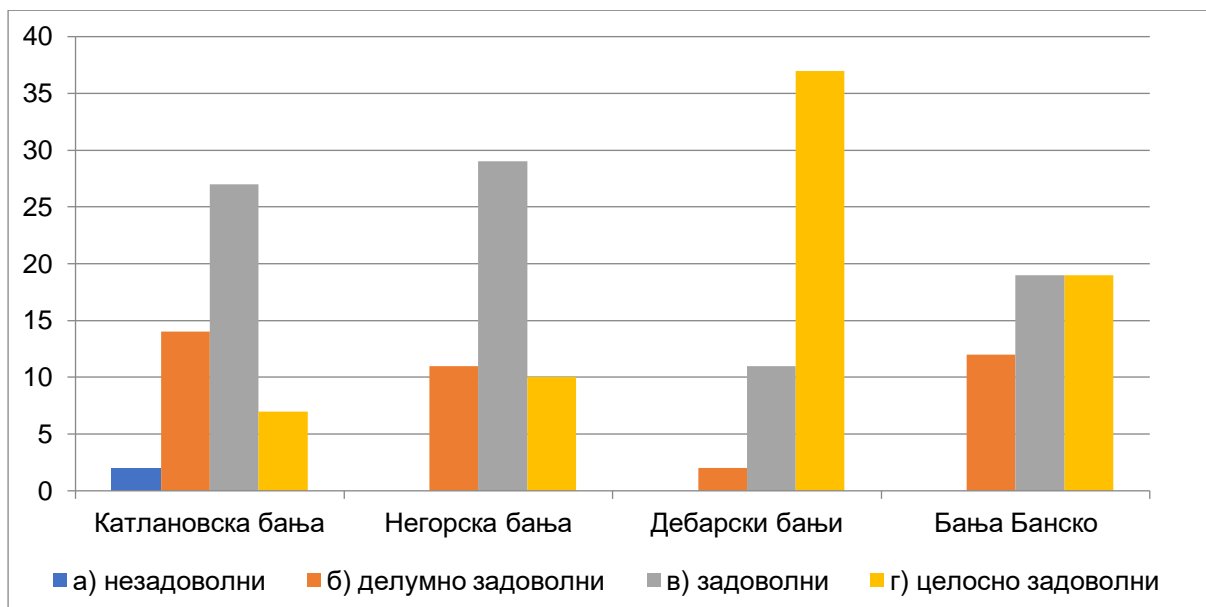
- Од вкупниот број испитаници 43% се задоволни со надворешниот изглед на бањата; и
- Најмногу задоволни од надворешниот изглед се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се од Катлановска бања.

7.2.3.2. Анализа на дванаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на дванаесеттото прашање:

Табела 33: Степен на задоволство од внатрешниот изглед на бањата
Table 33: Degree of satisfaction with the external appearance of the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
12. Колку сте задоволни од внатрешниот изглед на бањата?	а) незадоволни	0	1	1	1
	б) делумно задоволни	18	11	1	15
	в) задоволни	26	27	19	20
	г) целосно задоволни	6	11	29	14



Графикон 21: Степен на задоволство од надворешниот изглед на бањата
Chart 21: Degree of satisfaction with the external appearance of the bath

Според дванаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од внатрешниот изглед на бањата?* добиени се следните резултати:

- Незадоволни се вкупно 3 посетители (1,5%), по 1 од секоја бања со исклучок на Катлановска бања;
- Делумно задоволни се вкупно 45 посетители (22,5%), од кои најмногу се од Катлановска бања (18), а најмалку од Дебарски бањи (1), средната вредност изнесува 11,25, а вредноста на медијаната е 13. Катлановска бања и бања Банско се со поголема вредност од средната вредност на делумно задоволни посетители;
- Задоволни од внатрешниот изглед се вкупно 92 од посетителите (46%), од кои најмногу се од Негорска бања (27), а најмалку од Дебарски бањи (19), средната вредност изнесува 23, медијана – 23. Посетителите во Катлановска и Негорска бања се повеќе задоволни од средната вредност;
- Целосно задоволни се вкупно 60 посетители (30%), од кои најмногу од Дебарски бањи (29), а најмалку од Катлановска бања (6), средната вредност изнесува 15, вредноста на медијаната 12,5. Само бројот на

целосно задоволни посетители од Дебарски бањи е над средната вредност;

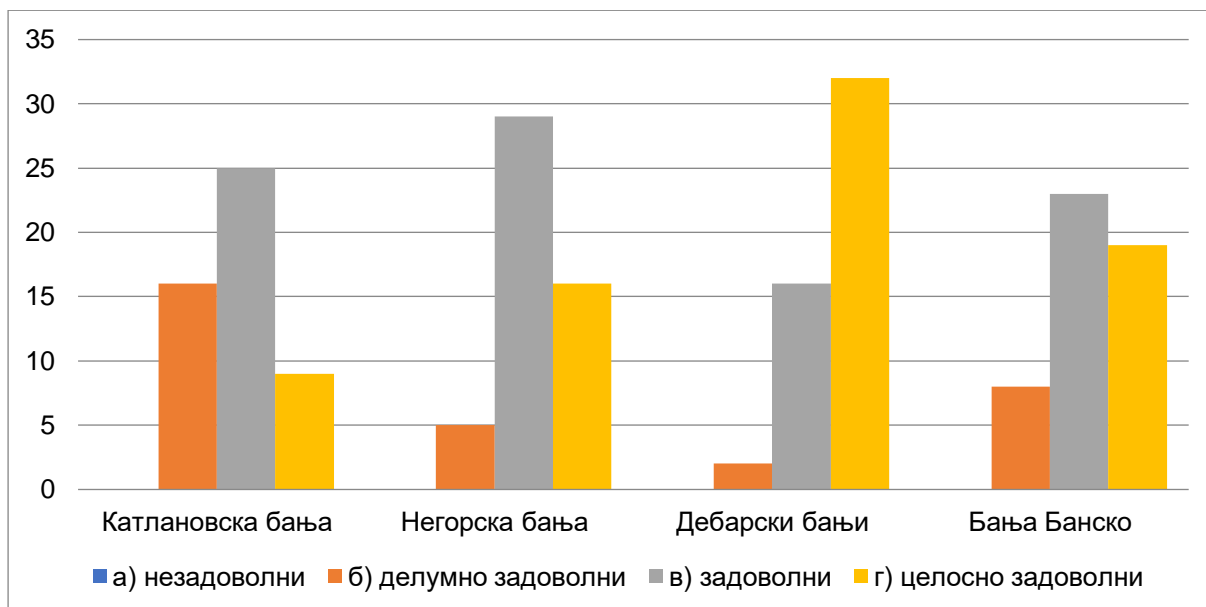
- Најголем процент (46%) се задоволни посетители од внатрешниот изглед на бањите; и
- Најмногу задоволни од внатрешниот изглед на бањата се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на Катлановска бања.

7.2.3.3. Анализа на тринаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на тринаесеттото прашање:

Табела 34: Степен на задоволство од СПА делот на бањата
Table 34: Degree of satisfaction with the SPA section of the bathroom

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
13. Колку сте задоволни од СПА делот на бањата	а) незадоволни	0	0	0	0
	б) делумно задоволни	16	5	2	8
	в) задоволни	25	29	16	23
	г) целосно задоволни	9	16	32	19



Графикон 22: Степен на задоволство од СПА делот на бањата
Chart 22: Degree of satisfaction with the SPA section of the bath

Според тринаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од СПА делот во бањата?* добиени се следните резултати:

- Од СПА делот во бањите нема ниту еден посетител кој покажал незадоволство;
- Делумно задоволни се вкупно 31 од посетителите (15,5%), од кои најмногу се од Катлановска бања (16), а најмалку од Дебарски бањи (2). Средната вредност изнесува 7,75, а вредноста на медијаната е 6,5. Над средната вредност делумно се задоволни посетителите на Катлановска бања и бања Банско;
- Задоволни од СПА делот на бањата се вкупно 93 посетители (46,5%) од кои најмногу во Негорска бања (29), а најмалку во Дебарски бањи (16). Средната вредност изнесува 23,25, а вредноста на медијаната е 24. Катлановска бања и Негорски бањи покажуваат вредности над средната вредност;
- Целосно задоволни се вкупно 76 посетители (38%), од кои најмногу од Дебарски бањи (32), а најмалку од Катлановска бања (9). Средната вредност изнесува 19, а вредноста на медијаната 17,5. Посетителите

во Дебарски бањи покажуваат целосно задоволство од СПА делот од бањата со вредност од 13 над просекот;

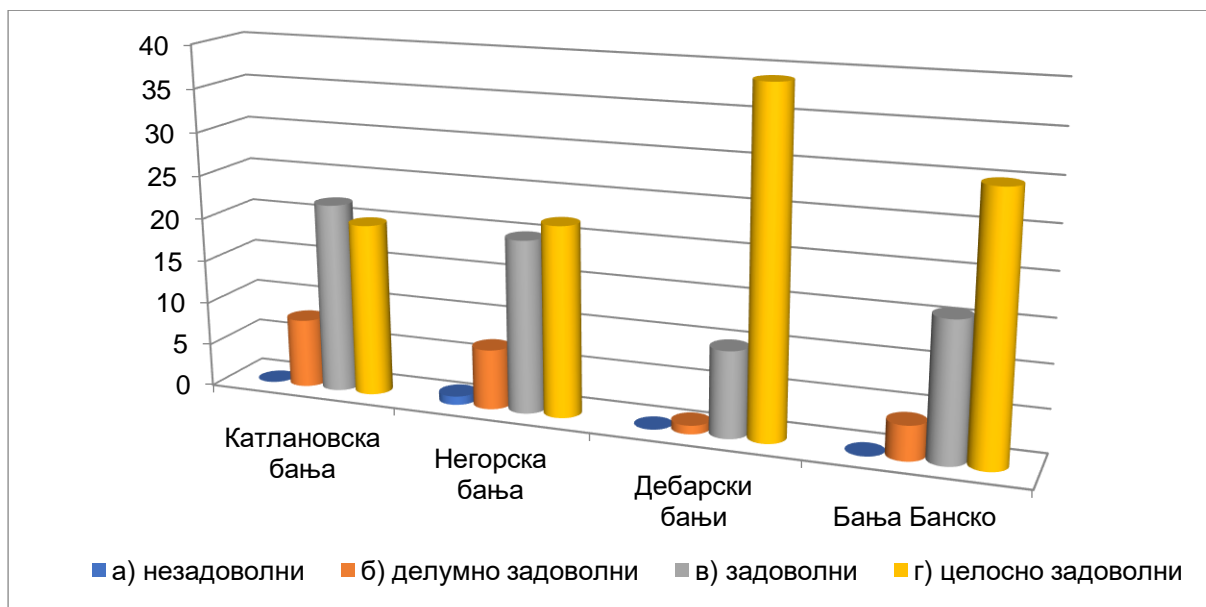
- Најголем број со 46,5% се посетители кои се задоволни од СПА делот во бањите; и
- Најмногу задоволни од СПА делот во бањата се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на Катлановска бања.

7.2.3.4. Анализа на четринаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на четринаесеттото прашање:

Табела 35: Степен на задоволство од терапијата
Table 35: Degree of satisfaction with therapy

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
14. Колку сте задоволни од терапијата?	а) незадоволни	0	1	0	0
	б) делумно задоволни	8	7	1	4
	в) задоволни	22	20	10	16
	г) целосно задоволни	20	22	9	30



Графикон 23: Степен на задоволство од терапијата
Chart 23: Degree of satisfaction with therapy

Според четринаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од терапијата?* Добиени се следните резултати:

- Незадоволство од терапијата покажа само еден посетител од Негорска бања (0,5%);
- Делумно задоволни се вкупно 20 посетители (10%), од кои најмногу се од Катлановска бања (8), а најмалку од Дебарски бањи (1). Средната вредност изнесува 5, а вредноста на медијаната 5,5. Вредноста на делумно задоволни посетители во Катлановска и Негорска бања е над просекот;
- Задоволни посетители од терапијата се вкупно 68 (34%), од кои најголем дел се од Катлановска бања (22), а најмалку од Дебарски бањи (10). Средната вредност изнесува 17, а вредноста на медијаната е 18. Вредностите на задоволни посетители од терапијата во Катлановска бања и Негорска бања се над просекот;
- Целосно задоволни од терапијата се вкупно 111 посетители (55,5%), од кои најмногу се од Дебарски бањи (39), а најмалку од Катлановска бања (20). Средната вредност изнесува 27,75, а вредноста на

медијаната е 26. Вредности над средната имаат бања Банско и Дебарски бањи со вредност од 11,25 над просекот;

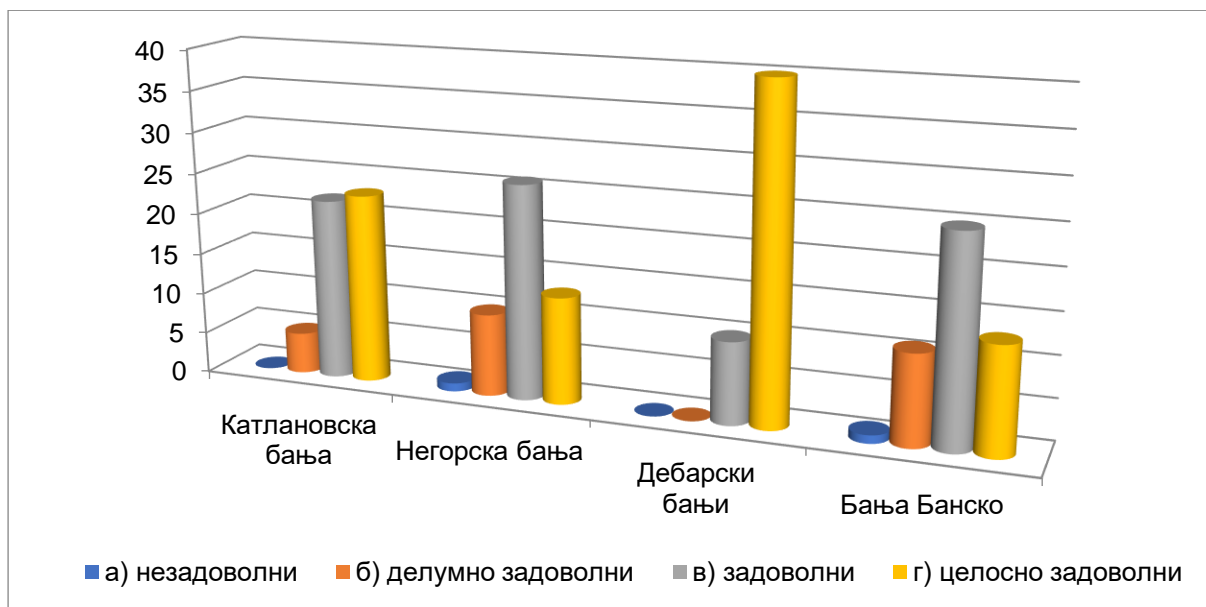
- Најголем дел од посетителите покажаа целосно задоволство од терапијата, вкупно 55,5%; и
- Најмногу задоволни од терапијата се посетителите на Дебарските бањи, а најмалку се задоволни посетителите на Катлановска и Негорска бања.

7.2.3.5. Анализа на петнаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на петнаесеттото прашање:

Табела 36: Степен на задоволство од односот на персоналот
Table 36: Degree of satisfaction with the attitude of the staff

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
15. Колку сте задоволни од односот на персоналот?	а) незадоволни	0	1	0	1
	б) делумно задоволни	5	10	0	11
	в) задоволни	22	26	10	25
	г) целосно задоволни	23	13	40	13



Графикон 24: Степен на задоволство од односот на персоналот
Chart 24: Degree of satisfaction with the attitude of the staff

Според петнаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од односот на персоналот?* добиени се следните резултати:

- Незадоволство од односот на персоналот покажаа само двајца од посетителите по еден во Негорска бања и бања Банско (1%);
- Делумно задоволни се вкупно 26 посетители (13%), од кои најмногу се од бања Банско (11), а нема ниту еден делумно задоволен во Дебарски бањи. Средната вредност изнесува 6,5, а вредноста на медијаната изнесува 7,5. Посетителите на Негорска бања и бања Банско се делумно задоволни над просечните вредности;
- Задоволни од односот на персоналот се вкупно 83 од посетителите (41,5%), од кои најмногу се од Негорска бања (26), а најмалку од Дебарски бањи (10). Средната вредност изнесува 20,75, а вредноста на медијаната изнесува 23,5;
- Целосно задоволни од односот на персоналот се вкупно 89 посетители (44,5%), од кои најголем дел се од Дебарски бањи (40), а најмалку од Негорска и бања Банско (13). Средната вредност изнесува 22,25, а вредноста на медијаната е 18. Целосно задоволство над средната

вредност покажуваат посетителите на Катлановска бања и посетителите на Дебарски бањи со 17,75 над просекот;

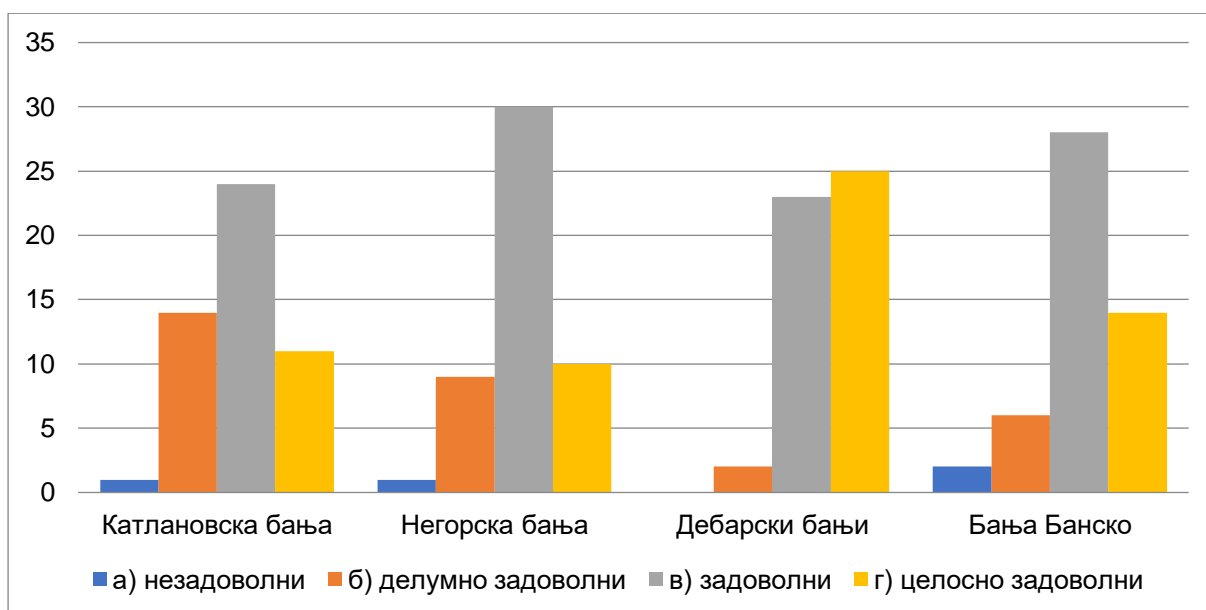
- Најголем дел од посетителите се целосно задоволни од односот на персоналот, односно 44,5%; и
- Најмногу задоволни од односот на персоналот се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на бања Банско.

7.2.3.6. Анализа на шеснаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на шеснаесеттото прашање:

Табела 37: Степен на задоволство од сместувањето во бањата
Table 37: Degree of satisfaction with bath accommodation

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
16. Колку сте задоволни од сместувањето во бањата?	а) незадоволни	1	1	0	2
	б) делумно задоволни	14	9	2	6
	в) задоволни	24	30	23	28
	г) целосно задоволни	11	10	25	14



Графикон 25: Степен на задоволство од сместувањето во бањата
Chart 25: Degree of satisfaction with bath accommodation

Според шеснаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од сместувањето во бањата?* добиени се следните резултати:

- Незадоволни од сместувањето се вкупно 4 посетители (2%), ниту еден не покажа незадоволство од Дебарските бањи;
- Делумно задоволни се вкупно 31 посетител (15,5%), најмногу од Катлановска бања (14), а најмалку од Дебарски бањи (2), средната вредност изнесува 7,75, а вредноста на медијаната е 7,5. Над средната вредност делумно се задоволни посетителите на Катлановска и Негорска бања;
- Задоволни од сместувањето се вкупно 105 посетители (52,5%), од кои најмногу се од Негорска бања (30), а најмалку од Дебарски бањи (23), средната вредност изнесува 26,25, а вредноста на медијаната е 26. Во Негорска бања и бања Банско се задоволни над просечното;
- Целосно задоволни од сместувањето се вкупно 60 посетители (30%), од кои најмногу од Дебарски бањи (25), а најмалку од Негорска бања (10), средната вредност изнесува 15, а вредноста на медијаната е 12,5. Над просечните вредности целосно задоволство покажуваат само посетителите на Дебарски бањи;

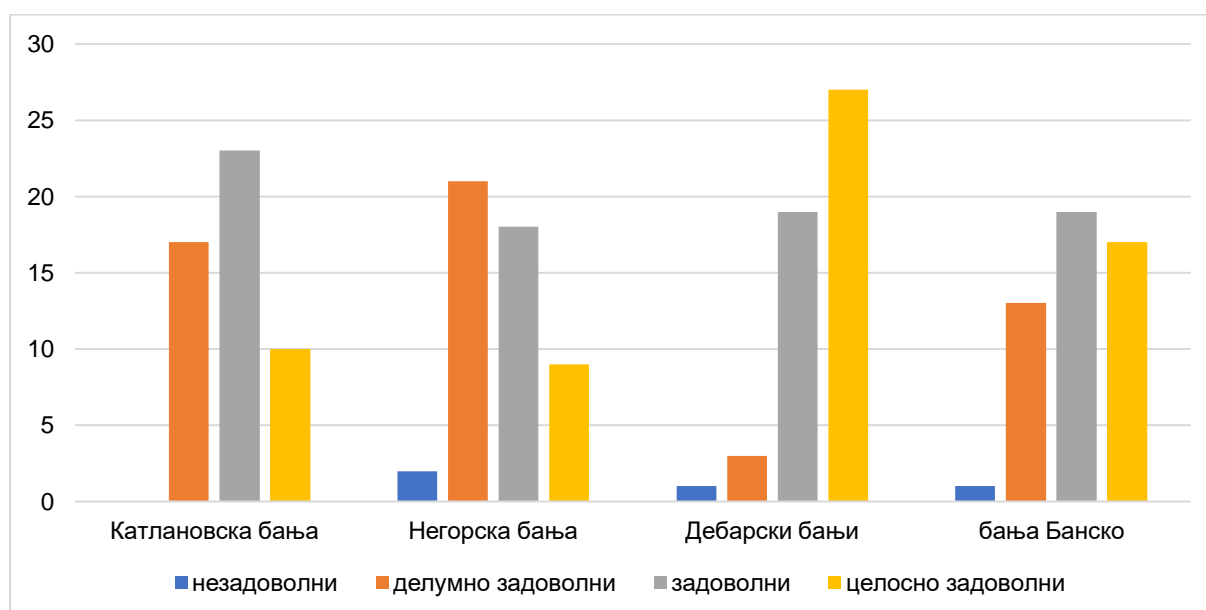
- Најголем дел од посетителите се задоволни од сместувањето во бањите, вкупно 52,5%; и
- Од сместувањето во бањите најмногу се задоволни посетителите на Дебарски бањи, а најмалку посетителите на Катлановска бања.

7.2.3.7. Анализа на седумнаесетто прашање

Следи табеларен и графички приказ на седумнаесетто прашање:

Табела 38: Степен на задоволство од хигиената во бањата
Table 38: Degree of satisfaction with hygiene in the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
17. Колку сте задоволни од хигиената во бањата?	а) незадоволни	0	2	1	1
	б) делумно задоволни	17	21	3	13
	в) задоволни	23	18	19	19
	г) целосно задоволни	10	9	27	17



Графикон 26: Степен на задоволство од хигиената во бањата
Chart 26: Degree of satisfaction with hygiene in the bath

Според седумнаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од хигиената во бањата?* добиени се следните резултати:

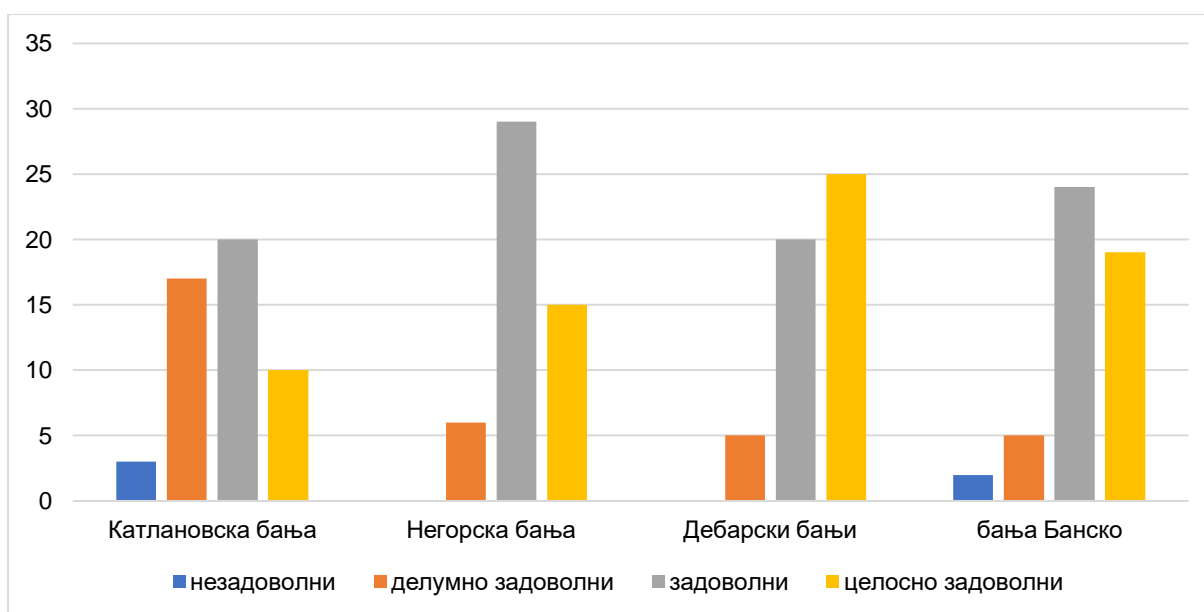
- Незадоволни се вкупно 4 посетители (2%), ниту еден посетител од Катлановска бања не покажа незадоволство;
- Делумно задоволни се вкупно 54 посетители (27%), од кои најмногу се од Негорска бања (21), а најмалку од Дебарски бањи (3), средната вредност изнесува 13,5, а вредноста на медијаната 15. Посетителите на Катлановска и Негорска бања се делумно незадоволни над просекот;
- Задоволни од хигиената во бањата се вкупно 79 посетители (39,5%), од кои најмногу се од Катлановска бања (23), а најмалку од Негорска бања (18), средната вредност изнесува 19,75, а вредноста на медијаната е 19. Само посетителите на Катлановска бања покажуваат задоволство над средната вредност;
- Целосно задоволни се вкупно 63 посетители (31,5%), од кои најмногу се од Дебарски бањи (27), а најмалку од Негорска бања (9), средната вредност изнесува 15,75, а вредноста на медијаната изнесува 13,5. Посетителите на Дебарски бањи и бања Банско се целосно задоволни над просечната вредност;
- Најголем дел од посетителите се задоволни од хигиената во бањата (39,5%); и
- Од хигиената во бањата најмногу се задоволни посетителите на Дебарските бањи, а најмалку посетителите на Негорска бања.

7.2.3.8. Анализа на осумнаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на осумнаесеттото прашање:

Табела 39: Степен на задоволство од исхраната во бањата
Table 39: Degree of satisfaction with the nutrition in the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
18. Колку сте задоволни од исхраната во бањата?	а) незадоволни	3	0	0	2
	б) делумно задоволни	17	6	5	5
	в) задоволни	20	29	20	24
	г) целосно задоволни	10	15	25	19



Графикон 27: Степен на задоволство од исхраната во бањата
Chart 27: Degree of satisfaction with the nutrition in the bath

Според осумнаесеттото прашање кое гласеше: *Колку сте задоволни од исхраната во бањата?* добиени се следните резултати:

- Незадоволни од исхраната се вкупно 5 посетители (2,5%), од кои 3 се од Катлановска бања, а од Негорска и Дебарски бањи не покажаа незадоволство од исхраната;

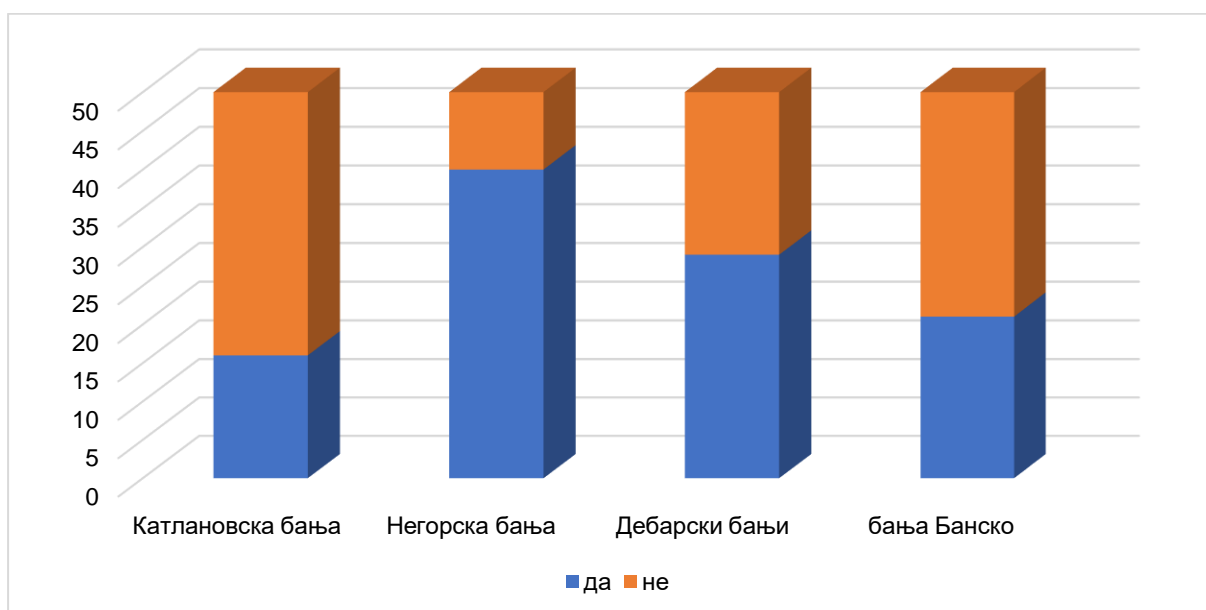
- Делумно задоволни се вкупно 33 посетители (16,5%), од кои најмногу се од Катлановска бања (17), а најмалку од Дебарски бањи и бања Банско (по 5), средната вредност изнесува 8,25, а вредноста на медијаната е 5,5. Само во Катлановска бања се делумно задоволни над просечните вредности;
- Задоволни се вкупно 93 посетители (46,5%), од кои најмногу се од Негорска бања (29), а најмалку од Катлановска и Дебарски бањи (по 20), средната вредност изнесува 23,25, а вредноста на медијаната е 22. Посетителите на Негорска бања и бања Банско се задоволни над просечните вредности;
- Целосно задоволни се вкупно 69 посетители (34,5%), од кои најмногу се од Дебарски бањи (25), а најмалку од Катлановска бања (10), средната вредност изнесува 17,25, а вредноста на медијаната е 17. Посетителите на Дебарски бањи и бања Банско покажуваат целосно задоволство над просечните вредности;
- Најголем дел од посетителите се задоволни од исхраната во бањата (46,5%); и
- Најмногу задоволни од исхраната во бањата се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на Катлановска бања.

7.2.3.9. Анализа на деветнаесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на деветнаесеттото прашање:

Табела 40: Исхрана во бањата
Table 40: Nutrition in the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
19. Дали во бањата се подготвува посебна храна спрема вашите потреби/болести?	а) да	16	40	29	21
	б) не	34	10	21	29



Графикон 28: Исхрана во бањата
Chart 28: Nutrition in the bath

Според деветнаесеттото прашање кое гласеше: *Дали во бањата се подготвува храна спрема вашите потреби/болести?* добиени се следните резултати:

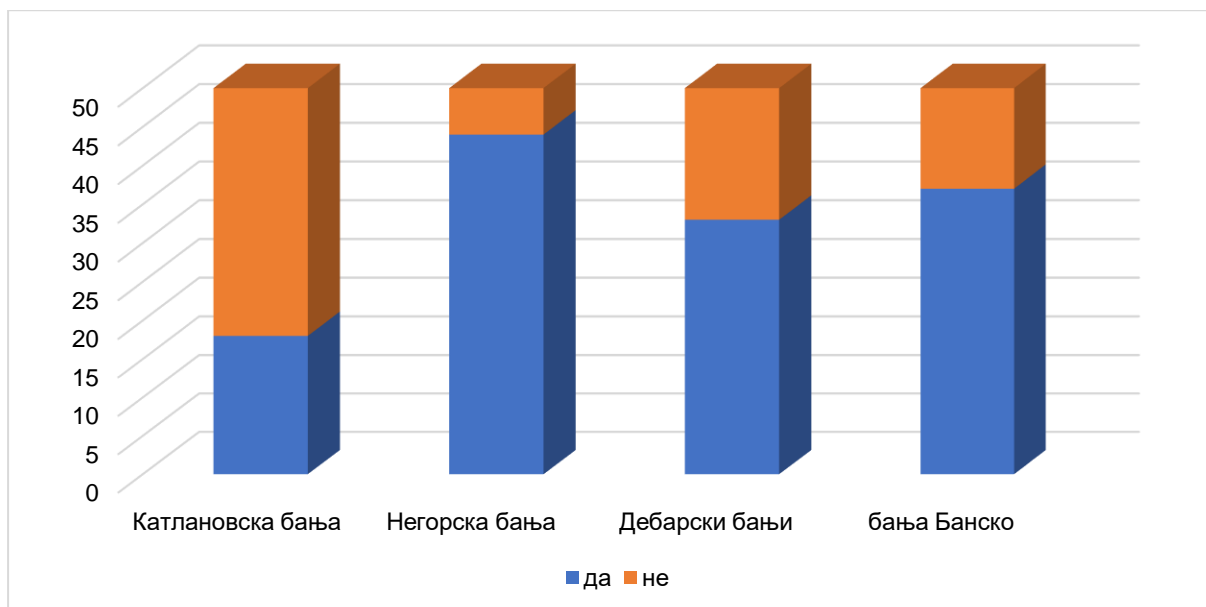
- Од посетителите 106, односно 53% одговориле дека во бањата се подготвува храна спрема нивните потреби, од кои најмногу се од Негорска бања (40), а најмалку од Катлановска бања (16), средната вредност изнесува 26,5, а вредноста на медијаната изнесува 25. Посетителите на Негорска и Дебарски бањи одговориле со ДА, над просечните вредности; и
- Вкупно 94 од посетителите одговориле дека во бањата не се подготвува храна спрема нивните потреби, односно 47%, од кои најмногу се од Катлановска бања (34), а најмалку од Негорска бања (10), средната вредност изнесува 23,5, а вредноста на медијаната е 25. Посетителите на Катлановска бања и бања Банско одговориле со НЕ над просечните вредности.

7.2.3.10. Анализа на дваесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на дваесеттото прашање:

Табела 41: Вид на исхрана во бањата
Table 41: Type of nutrition in the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
20. Во исхраната дали има доволно овошје и свежи салати?	а) да	18	44	33	37
	б) не	32	6	17	13



Графикон 29: Вид на исхрана во бањата
Chart 29: Type of nutrition in the bath

Според дваесеттото прашање кое гласеше: *Во исхраната дали има доволно овошје и свежи салати?* добиени се следните резултати:

- Вкупно 132 од посетителите (66%) одговориле дека во исхраната има доволно овошје и свежи салати, од кои најголем дел се од Негорска бања (44), а најмалку од Катлановска бања (18), средната вредност изнесува 33, а вредноста на медијаната 35. Посетителите на Негорска бања и бања Банско одговориле со ДА над просечните вредности; и
- Вкупно 68 од посетителите сметаат дека во исхраната нема доволно овошје и свежи салати (34%), од кои најмногу се од Катлановска бања (32), а најмалку од Негорска бања, средната вредност изнесува 17, а вредноста на медијаната 15. Посетителите на Катлановска бања сметаат дека во исхраната нема доволно овошје и свежи салати над просечните вредности.

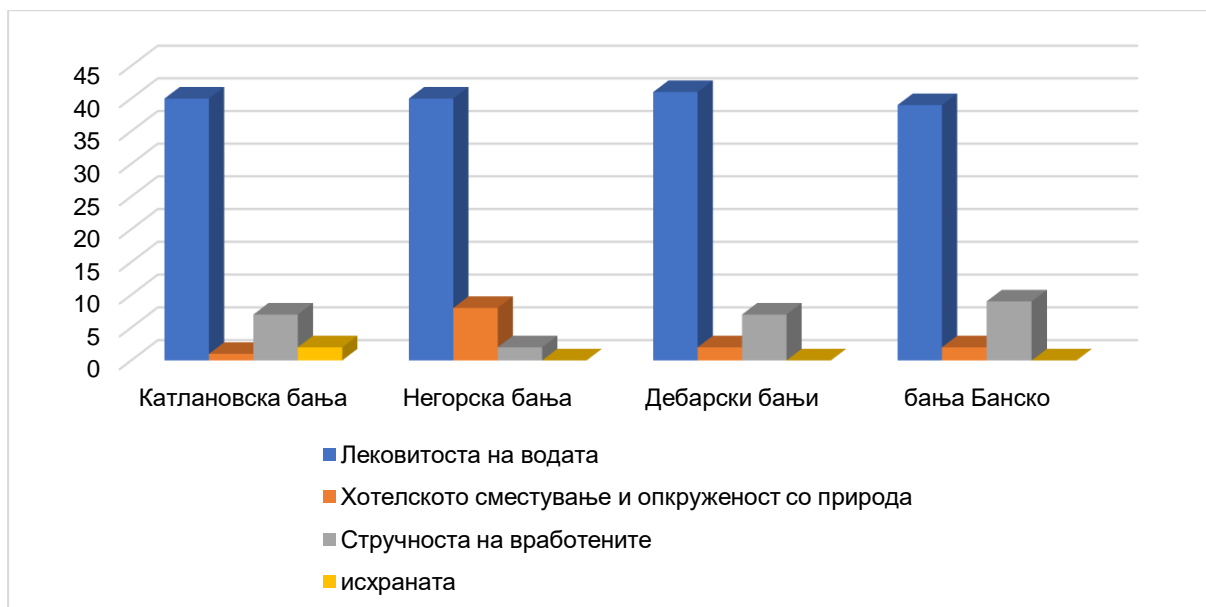
7.2.4. Четврта група прашања (потенцијали за развој)

7.2.4.1. Анализа на дваесет и првото прашање

Следи табеларен и графички приказ на дваесет и првото прашање:

Табела 42: Атрибути при рекламирање на бањата
Table 42: Attributes in bath advertising

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Четврта група прашања (потенцијали за развој)					
21. При рекламирање на бањата кои атрибути посебно ве привлекуваат?	а) Лековитоста на водата	40	40	41	39
	б) хотелското сместување и опкруженост со природа	1	8	2	2
	в) стручноста на вработените	7	2	7	9
	г) исхраната	2	0	0	0



Графикон 30: Атрибути при рекламирање на бањата
Chart 30: Attributes in bath advertising

Според дваесет и првото прашање кое гласеше: *При рекламирање на бањата кои атрибути посебно Ве привлекуваат?* добиени се следните резултати:

- Лековитоста на водата како атрибут при рекламирање на бањата ги привлекува вкупно 160 од посетителите (80%), од кои најмногу се од Дебарски бањи (41), а најмалку од бања Банско (39), средната вредност изнесува 40, а вредноста на медијаната е исто така 40;
- Хотелското сместување и опкруженоста со природа при рекламирање на бањата ги привлекува вкупно 13 од посетителите (6,5%), од кои најмногу се од Негорска бања (8), а најмалку од Катлановска бања (1), средната вредност изнесува 3,25, а вредноста на медијаната е 2. Само посетителите на Негорска бања, сметаат дека овој атрибут е важен над просечните вредности;
- Стручноста на вработените како атрибут ги привлекува вкупно 25 од посетителите (12,5%), од кои најмногу се од бања Банско (9), а најмалку од Негорска бања (2), средната вредност изнесува 6,25, а

вредноста на медијаната 7. Само Негорска бања покажува вредности испод просекот;

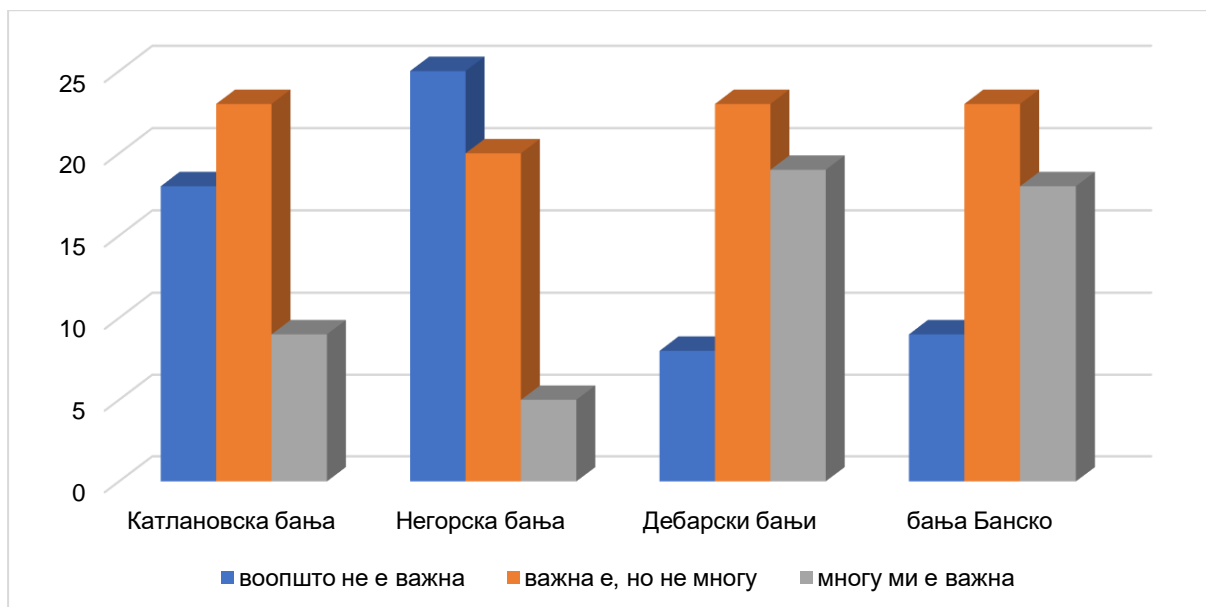
- Исхраната како атрибут привлекува само 2 посетители (1%) и тие се од Катлановска бања; и
- Најважен атрибут кој би привлекол најмногу туристи при рекламирање на бањата е лековитоста на водата.

7.2.4.2. Анализа на дваесет и второто прашање

Следи табеларен и графички приказ на дваесет и второто прашање:

Табела 43: Степен на важност на промотивната кампања за посетителите
Table 43: Degree of importance of the promotional campaign for visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
22. Колку за вас е важна добрата промотивна кампања?	а) воопшто не е важна	18	25	8	9
	б) важна е, но не многу	23	20	23	23
	в) многу ми е важна	9	5	19	18



Графикон 31: Степен на важност на промотивната кампања за посетителите
Chart 31: Degree of importance of the promotional campaign for visitors

Според дваесет и второто прашање кое гласеше: *Колку за Вас е важна добрата промотивна кампања?* добиени се следните резултати:

- Вкупно 60 од посетителите одговориле дека воопшто не им е важна промотивната кампања (30%), најмногу од Негорска бања (25), а најмалку од Дебарски бањи (8), средната вредност изнесува 15, а вредноста на медијаната 13,5. Посетителите на Катлановска и Негорска бања сметаат дека воопшто не е важна добрата промотивна кампања над просечните вредности;
- Вкупно 89 од посетителите (44,5%) сметаат дека добрата промотивна кампања е важна, но не многу, средната вредност изнесува 22,5, а вредноста на медијана е 23;
- Вкупно 51 од посетителите (25,5%) сметаат дека многу е важна добрата промотивна кампања, од кои најмногу се од Дебарски бањи (19), а најмалку од Негорска бања (5), средната вредност изнесува 12,75, а вредноста на медијаната 13,5. Посетителите на Дебарски бањи и бања Банско сметаат дека е многу важна промотивната кампања над просечните вредности; и

- Добрата промотивна кампања е важна, но не многу според најголемиот дел од испитаниците (44,5%).

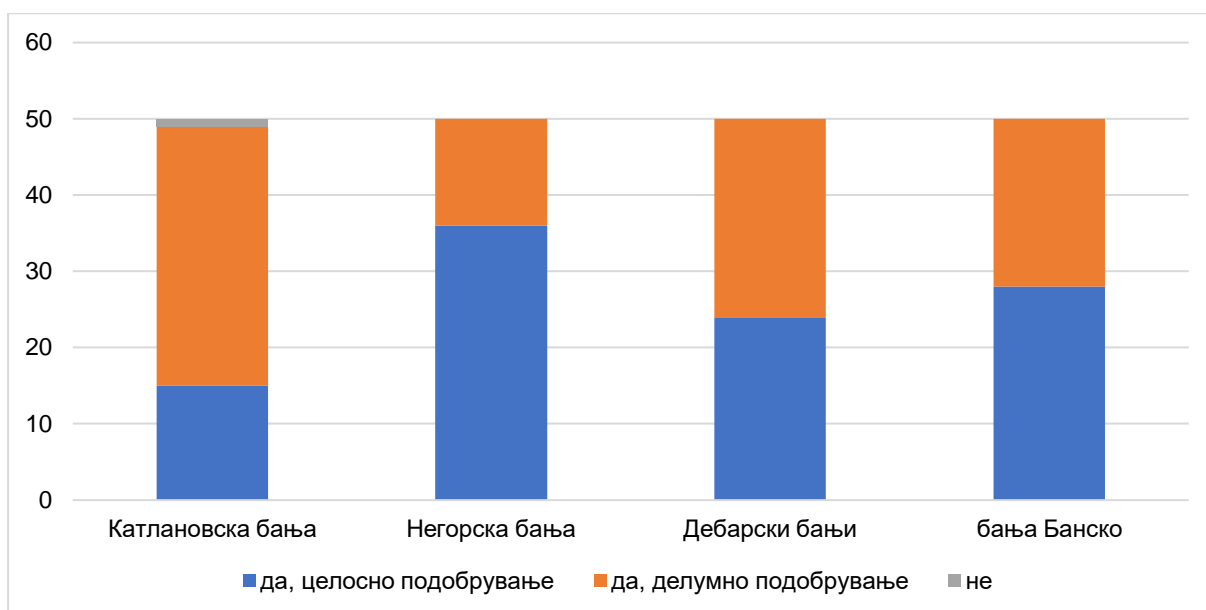
7.2.4.3. Анализа на дваесет и третото прашање

Следи табеларен и графички приказ на дваесет и третото прашање:

Табела 44: Ниво на подобрување на здравствената состојба на посетителите

Table 44: Level of improvement in the health status of visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
23. Дали после доаѓање во бањата забележавте подобрување на здравствената состојба?	а) да, целосно подобрување	15	36	24	28
	б) да, делумно подобрување	34	14	26	22
	в) не	1	0	0	0



Графикон 32: Ниво на подобрување на здравствената состојба на посетителите

Chart 32: Level of improvement in the health status of visitors

Според дваесет и третото прашање кое гласеше: *Дали после доаѓање во бањата забележавте подобрување на здравствената состојба?* добиени се следните резултати:

- Целосно подобрување на здравствената состојба забележале вкупно 103 од испитаниците (51,5%), од кои најмногу се од Негорска бања (36), а најмалку од Катлановска бања (15), средната вредност изнесува 25,75, а вредноста на медијаната е 26. Според одговорите на посетителите, во Негорска бања и бања Банско почувствувале целосно подобрување над просечните вредности;
- Делумно подобрување забележале 96 од посетителите (48%) од кои најмногу се од Катлановска бања (34), а најмалку од Негорска бања (14), средната вредност е 24, вредноста на медијаната е 24. Делумно подобрување на здравствената состојба над просечни вредности забележале посетителите на Катлановска и Дебарски бањи;
- Воопшто не осетил подобрување на здравствената состојба само еден од посетителите на Катлановска бања (0,5%); и

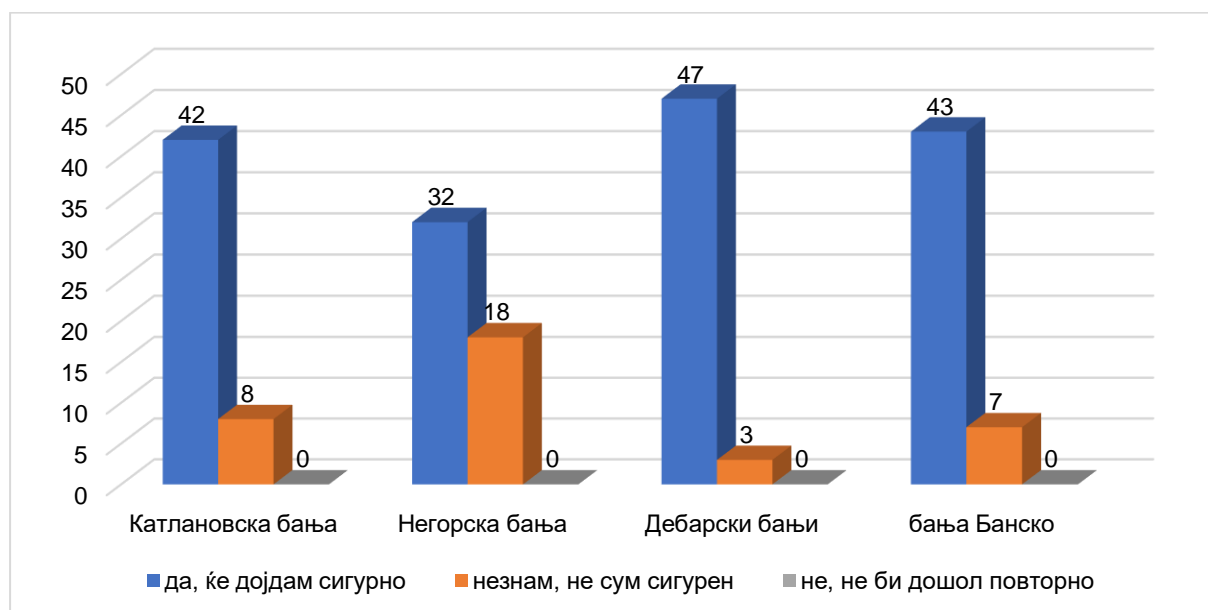
- Најмногу подобрување на здравствената состојба осетиле посетителите на Негорска бања, а најмалку посетителите на Катлановска бања.

7.2.4.4. Анализа на дваесет и четвртото прашање

Следи табеларен и графички приказ на дваесет и четвртото прашање:

Табела 45: Информации за повторно доаѓање во бањата
Table 45: Information for returning to the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
24. Дали би дошле повторно во бањата?	а) да, ќе дојдам сигурно	42	32	47	43
	б) незнам, не сум сигурен	8	18	3	7
	в) не, не би дошол повторно	0	0	0	0



Графикон 33: Информации за повторно доаѓање во бањата
Chart 33: Information for returning to the bath

Според дваесет и четвртото прашање кое гласеше: *Дали би дошле повторно во бањата?* добиени се следните резултати:

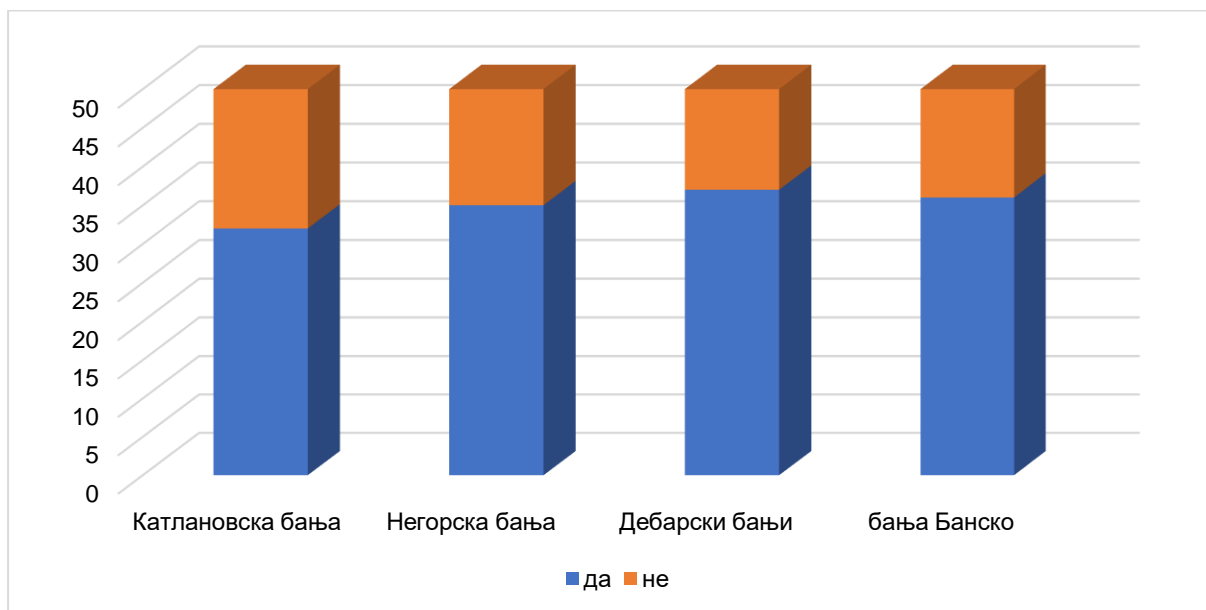
- Вкупно 164 од посетителите одговориле дека ќе се вратат повторно во бањата (82%), од кои најмногу се од Дебарски бањи (47), а најмалку од Негорска бања (32), средната вредност изнесува 41, а вредноста на медијаната е 42,5. Само одговорите на посетителите на Негорска бања се под просечните вредности;
- Вкупно 36 од посетителите одговориле дека не се сигурни дали ќе се вратат повторно во бањата (18%), од кои најмногу се од Негорска бања (18), а најмалку се од Дебарски бањи (3), средната вредност изнесува 9, а вредноста на медијаната е 7,5. Само посетителите на Негорска бања не се сигурни дали ќе дојдат повторно во бањата над просечните вредности;
- Ниту еден од посетителите не одговорил дека сигурно нема да дојде повторно во бањата;
- Посетителите на Дебарски бањи во најголем дел одговориле дека ќе дојдат повторно во бањата; и
- Вкупно 164 од посетителите одговориле дека ќе се вратат повторно во бањата (82%), од кои најмногу се од Дебарски бањи, а најмалку од Негорска бања.

7.2.4.5. Анализа на дваесет и петтото прашање

Следи табеларен и графички приказ на дваесет и петтото прашање:

Табела 46: Посета на бањата без здравствени проблеми
Table 46: Visiting the bath without health problems

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
25. Дали би дошле во бањата и доколку немате никакви здравствени проблеми?	а) да	32	35	37	36
	б) не	18	15	13	14



Графикон 34: Посета на бањата без здравствени проблеми
Chart 34: Visiting the bath without health problems

Според дваесет и петтото прашање кое гласеше: *Дали би дошле во бањата и доколку немате никакви здравствени проблеми?* добиени се следните резултати:

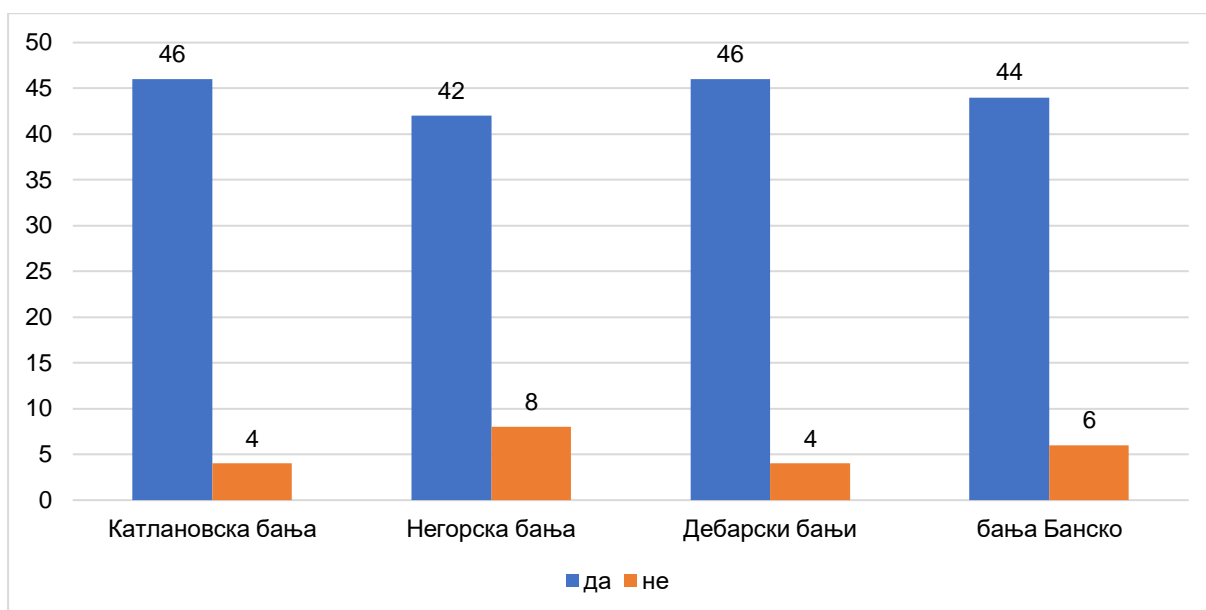
- Вкупно 140 од посетителите одговориле дека би дошле во бањата и доколку немаат никаков здравствен проблем (70%), од кои најголем дел се од Дебарски бањи (37), а најмалку од Катлановска бања (32), средната вредност изнесува 35, а вредноста на медијаната е 35,5. Бројот на посетителите на Дебарски бањи и бања Банско кои одговориле дека би дошле во бањата и без здравствени проблеми се над просечните вредности;
- Вкупно 60 од посетителите одговориле дека не би дошле во бањата доколку немаат никаков здравствен проблем (30%), од кои најголем дел се од Катлановска бања (18), а најмалку од Дебарски бањи (13%), средната вредност изнесува 15, а вредноста на медијаната е 14,5. Само бројот на посетителите на Катлановска бања кои одговориле дека не би дошле во бањата доколку немаат здравствен проблем е над просечните вредности; и
- Посетителите на Дебарски бањи во најголем дел одговориле дека би дошле во бањата и без здравствени проблеми.

7.2.4.6. Анализа на дваесет и шестото прашање

Следи табеларен и графички приказ на одговорите од дваесет и шестото прашање:

Табела 47: Препорака на бањата од страна на посетителите
Table 47: Bath recommendation by visitors

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
26. Дали би ја препорачале бањата на друг?	а) да	46	42	46	44
	б) не	4	8	4	6



Графикон 35: Препорака на бањата од страна на посетителите
Chart 35: Bath recommendation by visitors

Според дваесет и шестото прашање кое гласеше: *Дали би ја препорачале бањата на друг?* добиени се следните резултати:

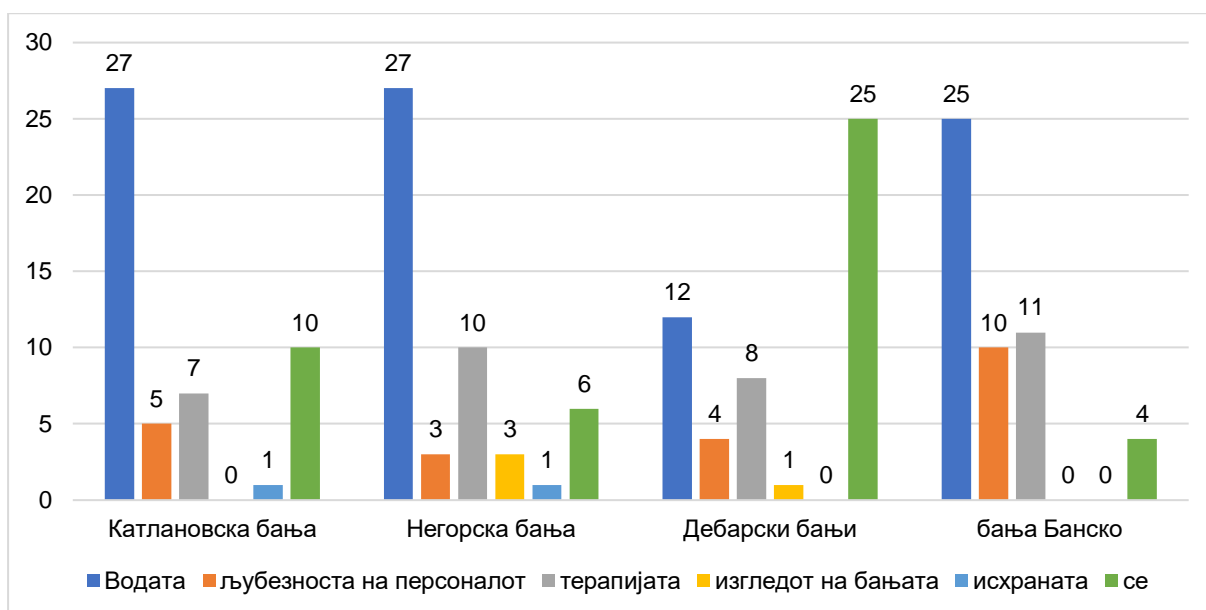
- Вкупно 178 од посетителите одговориле дека би ја препорачале бањата на друг (89%), средната вредност изнесува 44,5, а вредноста на медијаната е 45, бројот на посетителите на Катлановска и Дебарски бањи кои одговориле дека би ја препорачале бањата на друг ги надминува просечните вредности; и
- Вкупно 22 од посетителите (11%) одговориле дека не би ја препорачале бањата на друг, средната вредност изнесува 5,5, а вредноста на медијаната е 5. Бројот на посетители во Негорска и бања Банско кои одговориле дека не би ја препорачале бањата на друг е над просечните вредности.

7.2.4.7. Анализа на дваесет и седмото прашање

Следи табеларен и графички приказ на одговорите од дваесет и седмото прашање:

Табела 48: Што најмногу им се допаднало на посетителите на бањата
Table 48: What the bath visitors liked the most

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
27. Што најмногу Ви се допадна од престојот во бањата?	а) водата	27	27	12	25
	б) љубезноста на персоналот	5	3	4	10
	в) терапијата	7	10	8	11
	г) изгледот на бањата	0	3	1	0
	д) исхраната	1	1	0	0
	ѓ) се	10	6	25	4



Графикон 36: Што најмногу им се допаднало на посетителите на бањата
Chart 36: What the bath visitors liked the most

Според дваесет и седмото прашање кое гласеше: *Што најмногу Ви се допадна од престојот во бањата?* добиени се следните резултати:

- Од престојот во бањата, водата им се допаднала најмногу на вкупно 91 (45,5%) од посетителите, од кои најмногу се од Катлановска и Негорска бања (по 27), а најмалку од Дебарски бањи (12), средната вредност изнесува 22,75, а вредноста на медијаната 26;
- На вкупно 22 од посетителите (11%) најмногу им се допаднала љубезноста на персоналот, од кои најмногу се од бања Банско (10), а најмалку од Негорска бања (3), средната вредност изнесува 5,5, а вредноста на медијаната изнесува 4,5;
- На вкупно 36 од посетителите (18%) најмногу им се допаднала терапијата, од кои најмногу се од бања Банско, а најмалку од Катлановска бања, средната вредност изнесува 9, а вредноста на медијаната е исто така 9;
- На само 4 од посетителите (2%) им се допаднал најмногу изгледот на бањата, само од Негорска бања (3) и од Дебарски бањи (1);
- Исхраната им се допаднала само на двајца од посетителите -1% (по еден од Катлановска и Негорска бања);

- На вкупно 45 од посетителите (22,5%) им се допаднало се од престојот во бањата, од кои најголем дел се од Дебарски бањи, а најмалку од бања Банско, средната вредност изнесува 11,25, а вредноста на медијаната е 8. Само посетителите од Дебарски бањи имаат одговори дека им се допаднало се, со вредност 13,75 над просечните вредности; и
- На најголемиот дел од посетителите на бањите (вкупно 45,5%) им се допаднала најмногу водата, а најмалку им се допаднала исхраната (само 1%).

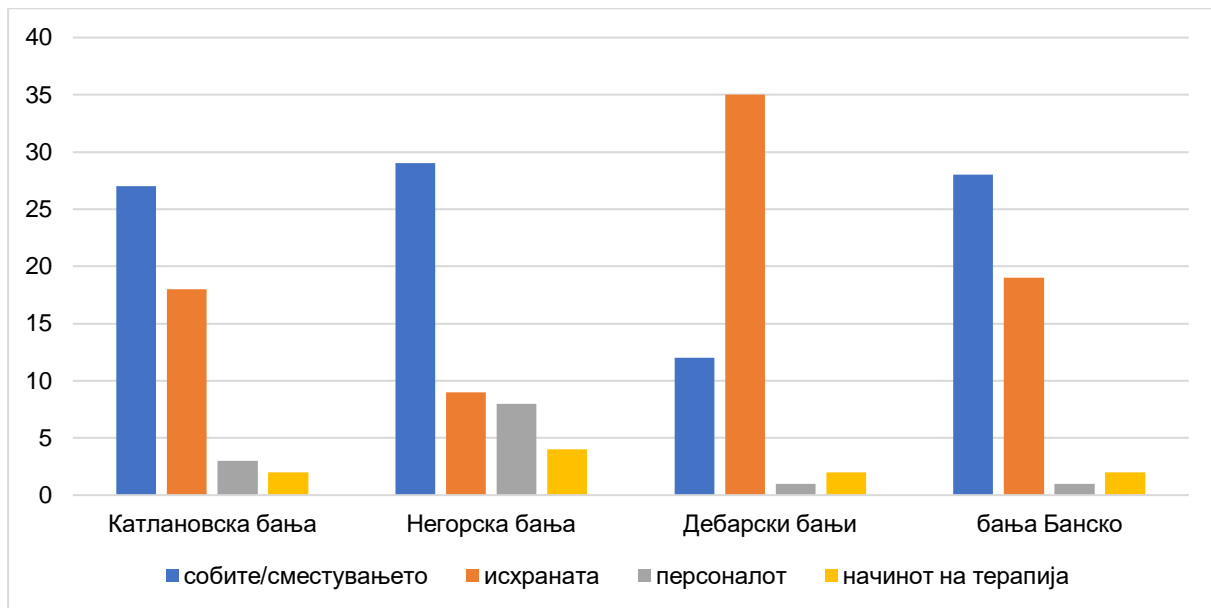
7.2.4.8.Анализа на дваесет и осмото прашање

Следи табеларен и графички приказ на одговорите од дваесет и осмото прашање:

Табела 49: Што би промениле посетителите во бањата

Table 49: What would bath visitors change

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
28. Што би промениле во бањата?	а) собите/сместувањето	27	29	12	28
	б) исхраната	18	9	35	19
	в) персоналот	3	8	1	1
	г) начинот на терапија	2	4	2	2



Графикон 37: Што би промениле посетителите на бањата
Chart 37: What would bath visitors change

Според дваесет и осмото прашање кое гласеше: *Што би промениле во бањата?* добиени се следните резултати:

- Вкупно 96 од посетителите (48%) сметаат дека во бањата треба да се променат собите односно сместувањето, од кои најголем дел се од Негорска бања (29), а најмалку се од Дебарски бањи (12), средната вредност изнесува 24, а вредноста на медијаната е 27,5. Само бројот на посетители во Дебарски бањи кои одговориле дека треба да се промени сместувањето е под просечните вредности;
- Вкупно 81 од посетителите (40,5%) сметаат дека треба да се промени исхраната од кои најголемиот дел се од Дебарски бањи (35), а најмалку се од Негорска бања (9), средната вредност изнесува 20,25, а вредноста на медијаната е 18,5. Само посетителите на Дебарски бањи одговориле дека треба да се промени исхраната над просечното;
- Дека треба да се промени персоналот одговориле само 13 посетители (6,5%), од кои најголем дел се од Негорска бања (8), а најмалку од Дебарски бањи и бања Банско (по 1), средната вредност изнесува 3,25, а вредноста на медијаната е 2;

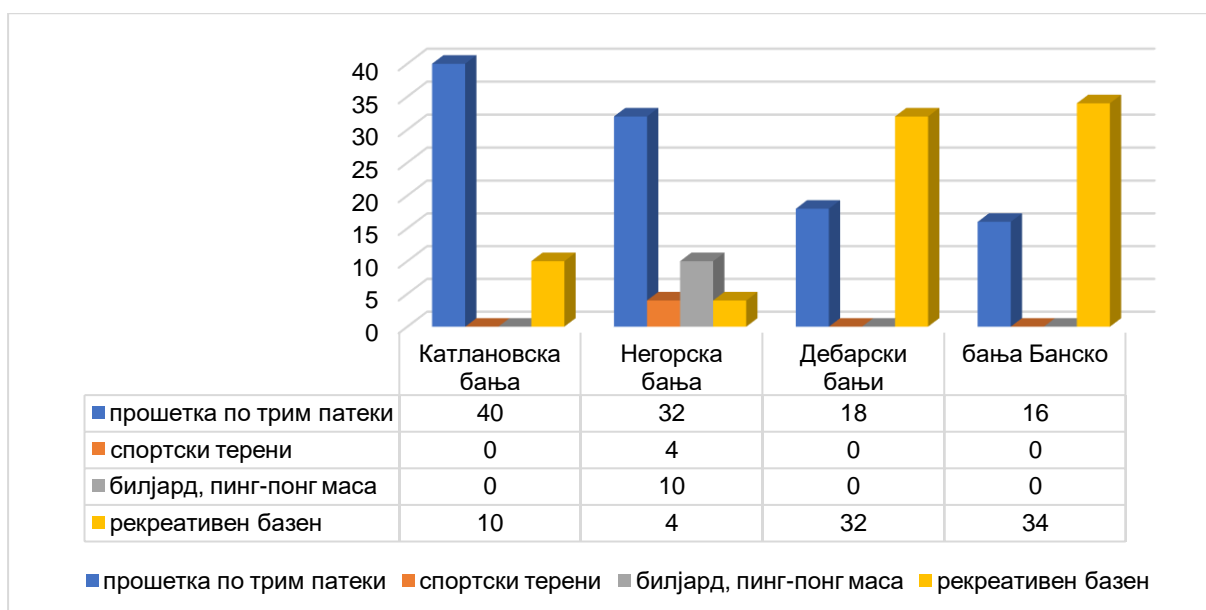
- Од посетителите 10 сметаат дека треба да се промени начинот на терапија (5%), од кои најмногу се од Негорска бања (4), средната вредност изнесува 2,5, а вредноста на медијана е 2;
- Најголем дел од посетителите сметаат дека треба да се променат собите/сместувањето, а најмалку дека треба да се промени начинот на терапија; и
- Во Катлановска, Негорска и бања Банско најмногу од посетителите сметаат дека треба да се променат собите/сместувањето, а во Дебарска бања да се промени исхраната.

7.2.4.9.Анализа на дваесет и деветтото прашање

Следи табеларен и графички приказ на одговорите од дваесет и деветтото прашање:

Табела 50: Додатни активности за време на престојот во бањата
Table 50: Additional activities during the stay in the bath

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
29. Дали за време на престојот имавте можности за додатни активности надвор од задолжителните терапии?	а) прошетка по трим патеки	40	32	18	16
	б) спортски терени	0	4	0	0
	в) билјард, пинг-понг маса	0	10	0	0
	г) рекреативен базен	10	4	32	34



Графикон 38: Додатни активности за време на престојот во бањата
Chart 38: Additional activities during the stay in the bath

Според дваесет и деветтото прашање кое гласеше: *Дали за време на престојот имавте можности за додатни активности надвор од задолжителните терапии?* добиени се следните резултати:

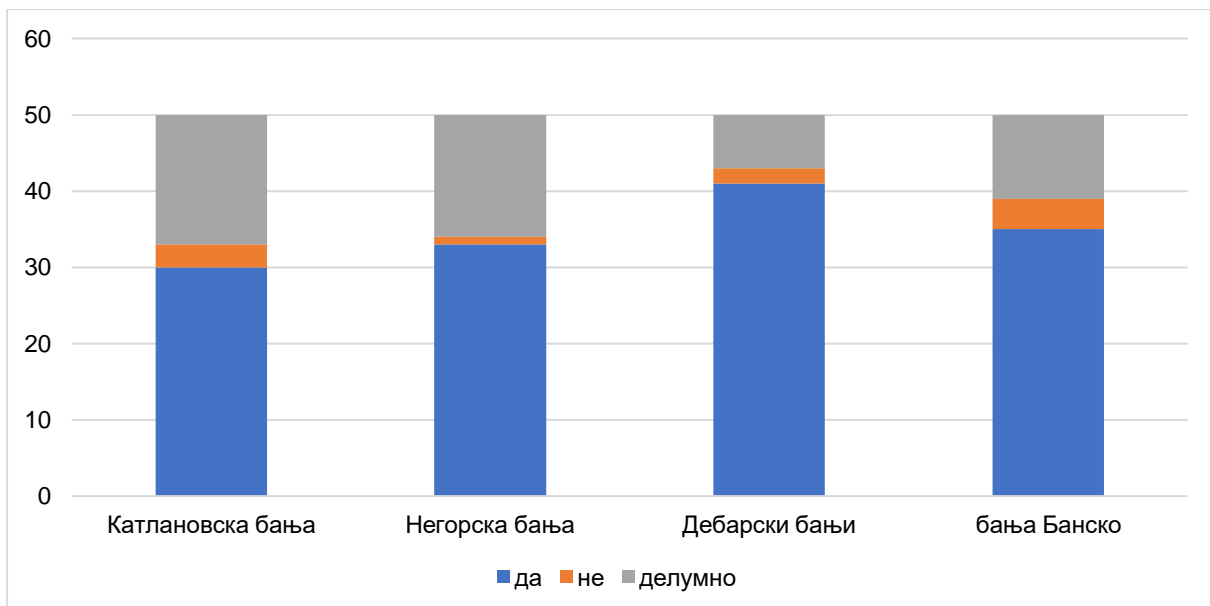
- Вкупно 106 од посетителите (53%) имале можност за прошетка по трим патеки од кои најголемиот дел се од Катлановска бања (40), а најмалку од бања Банско (16);
- Само посетителите на Негорска бања имале можност за користење на спортски терени како додатна активност (4 посетители, односно 2%);
- Само посетителите на Негорска бања имале можност за играње билјард и пинг-понг како додатна активност за време на престојот (вкупно 10 посетители, односно 5%); и
- Рекреативен базен користеле вкупно 80 од посетителите (40%), од кои најголемиот дел се од бања Банско (34 посетители).

7.2.4.10. Анализа на триесеттото прашање

Следи табеларен и графички приказ на одговорите од триесеттото прашање:

Табела 51: Колку бањата ги исполнила очекувањата на посетителите
Table 51: How much the bath met visitors expectations

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
30. Дали престојот во бањата ги исполни вашите очекувања?	а) да	30	33	41	35
	б) не	3	1	2	4
	в) делумно	17	16	7	11



Графикон 39: Колку бањата ги исполнила очекувањата на посетителите
Chart 39: How much the bath met visitors expectations

Според триесеттото прашање кое гласеше: *Дали престојот во бањата ги исполни вашите очекувања?* добиени се следните резултати:

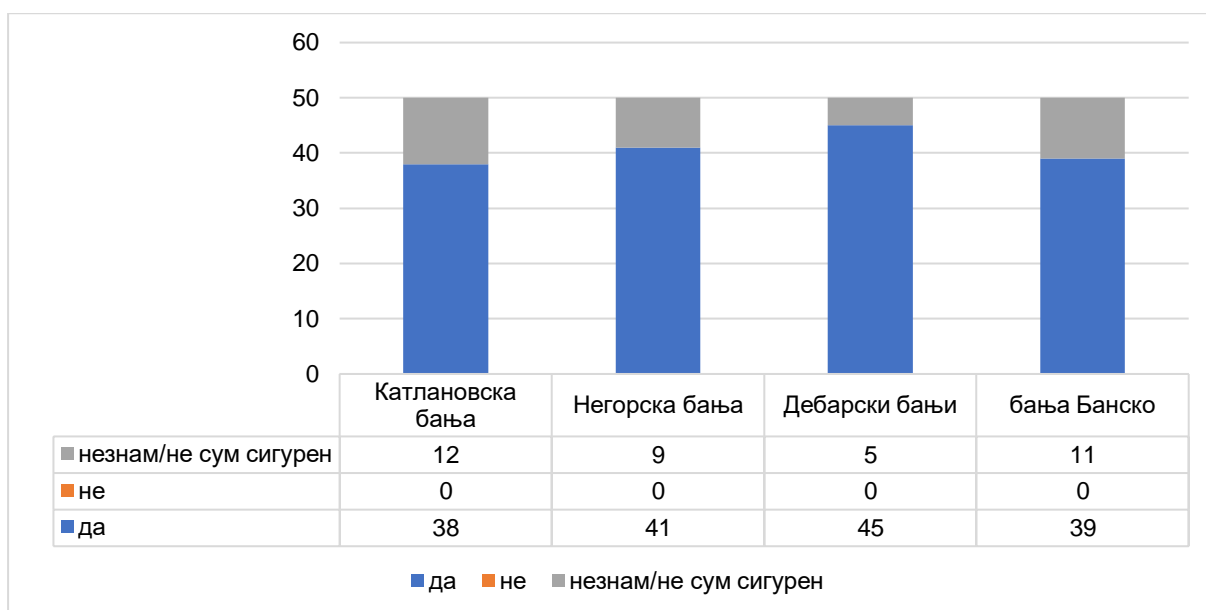
- Дека престојот во бањата ги исполнил нивните очекувања одговориле вкупно 139 од посетителите (69,5%), од кои најголем дел се од Дебарски бањи (41), а најмалку од Катлановска бања (30), средната вредност изнесува 34,75, па само во Дебарски бањи и бања Банско сметаат дека бањата ги исполнила нивните очекувања над просечната вредност. Вредноста на медијаната е 34;
- Вкупно 10 од посетителите (5%) сметаат дека бањата не ги исполнила нивните очекувања од кои најмногу се од бања Банско (4), а најмалку од Негорска бања (1);
- Дека престојот во бањата делумно ги исполнил нивните очекувања одговориле вкупно 51 од посетителите (25,5%), од кои најголем дел се од Катлановска бања (17), а најмалку од Дебарски бањи (2), средната вредност е 12,75, а вредноста на медијаната е 13,5; и
- Иако најголемиот дел од посетителите одговориле дека престојот во бањата ги исполнил нивните очекувања, сепак Дебарски бањи најмногу ги исполниле очекувањата на посетителите.

7.2.4.11. Анализа на триесет и првото прашање

Следи табеларен и графички приказ на одговорите од триесет и првото прашање:

Табела 52: Потенцијали на бањата за развој на здравствен туризам
Table 52: Potential of the bath for the development of health tourism

Прашања	Понудени одговори	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
31. Дали сметате дека бањата има потенцијал за развој на здравствен туризам?	а) да	38	41	45	39
	б) не	0	0	0	0
	в) не знам/не сум сигурен	12	9	5	11



Графикон 40: Потенцијали на бањата за развој на здравствен туризам
Chart 40: Potential of the bath for the development of health tourism

Според триесет и првото прашање кое гласеше: *Дали сметате дека бањата има потенцијал за развој на здравствен туризам?* добиени се следните резултати:

- Вкупно 163 (81,5%) од посетителите сметаат дека соодветната бања има потенцијал за развој на здравствен туризам, од кои најголемиот број се од Дебарски бањи (45), а најмалку се од Катлановска бања (38), средната вредност изнесува 40,74, а вредноста на медијаната 40. Бројот на одговорите на посетителите на Негорска и Дебарски бањи кои сметаат дека бањата има потенцијал за развој на здравствен туризам е над средната вредност;
- Ниту еден од посетителите не одговорил дека бањата нема потенцијал за развој на здравствен туризам;
- Вкупно 37 (18,5%) од посетителите не се сигурни дали бањата има потенцијали за развој на туризам од кои најголемиот дел се од Катлановска бања, а најмалку од Дебарски бањи.
- Иако 81,5% од посетителите сметаат дека бањите имаат потенцијал за развој на здравствен туризам сепак треба тој потенцијал да се искористи; и

- Посетителите на Дебарски бањи во најголем број сметаат дека бањата има потенцијали за туризам, додека пак посетителите на Катлановска бања во најмал број сметаат дека бањата има потенцијали за развој на туризам.

7.3. Анализа на Ликертовите скали од анкетниот прашалник

Овој дел од анкетниот прашалник се однесува на утврдување на туристичките (здравствени) потреби и искуството кое го стекнале во бањата односно се фокусира на позитивните искуства на посетителот. За таа цел беше користена Ликертова скала во која се наведени можните потреби и бенефитите од бањите, а на посетителите беше оставено да обележат на скала од 1 до 5, каде 1 е не многу потребно, а 5 е многу потребно, односно на Ликертовата скала за бенефитите да обележат како се чувствуваа после третманот, каде 1 = целосно не се согласувам, а 5=целосно се согласувам.

За анализа на Ликертовата скала користени се следните статистички методи: медијана, модус, стандардна девијација, варијанса и одредување на средната вредност.

7.3.1. Ликертова скала за туристичките потреби

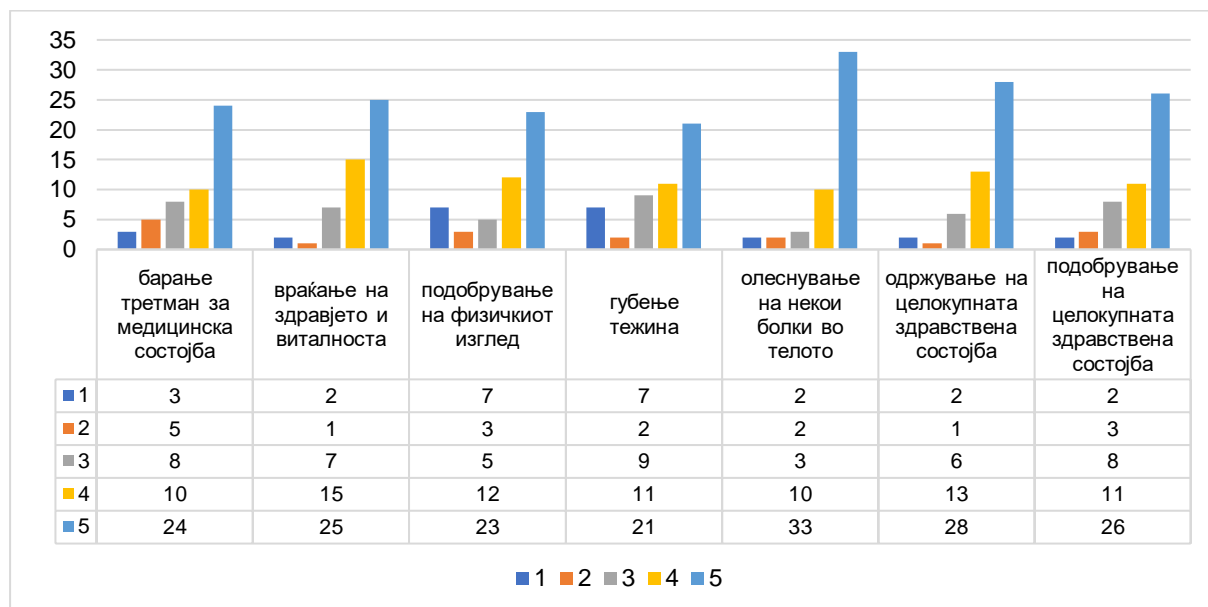
На оваа скала беше наведено:

Обележете на скала од 1 до 5, каде 1 е **не многу потребно**, 5 е **многу потребно**.

При тоа добиените резултати се преставени табеларно и графички за секоја од бањите, после што следува и детално објаснување.

7.3.1.1. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во Катлановска бања

Добиените резултати од Катлановска бања се прикажани во графикон 41.



Графикон 41: Потреби од бањата на посетителите на Катлановска бања
Chart 41: Spa needs of visitors to Katlanovska Spa

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

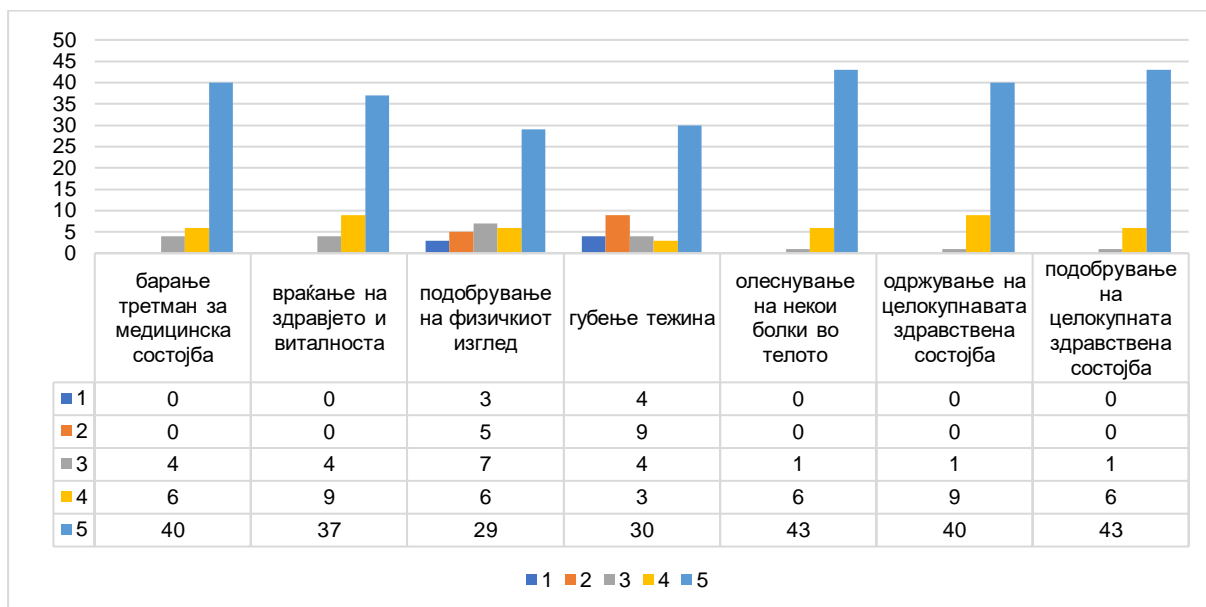
Табела 53: Статистичка обработка на резултатите од Катлановска бања
Table 53: Statistical analysis of the results from Katlanovska Spa

Катлановска бања	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Барање третман за медицинска состојба	50	4	5	1.26	1.60	3.94	1	5
Враќање на здравјето и виталноста	50	4.5	5	1.03	1.06	4.2	1	5
Подобрување на физичкиот изглед	50	4	5	1.43	2.06	3.82	1	5
Губење тежина	50	4	5	1.41	1.99	3.74	1	5
Олеснување на некои болки во телото	50	5	5	1.04	1.10	4.4	1	5
Одржување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	1.03	1.06	4.28	1	5
Подобрување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	1.13	1.29	4.12	1	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на Катлановска бања покажуваат поголема дисперзираност на податоците (стандардна девијација над 1). При тоа најмала е стандардната девијација кај одржување на целокупната здравствена состојба и враќање на здравјето и виталноста (1,03), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај подобрување на физичкиот изглед (1,43). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалата за олеснување на некои болки во телото (33), а најмалку одговори со 5 има кај скалата за губење тежина (21). Според средната вредност на посетителите на Катлановска бања најмногу имаат потреба од олеснување на некои болки од телото (средна вредност 4.4), а најмалку имаат потреба од губење тежина (средна вредност 3.74).

7.3.1.2. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во Негорска бања

Резултатите добиени од Негорска бања се претставени во графикон 42.



Графикон 42: Потребите од бањата на посетителите на Негорска бања
Chart 42: Spa needs of visitors to Negorska Spa

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

Табела 54: Статистичка обработка на резултатите од Негорска бања
Table 54: Statistical analysis of the results from Negorska Spa

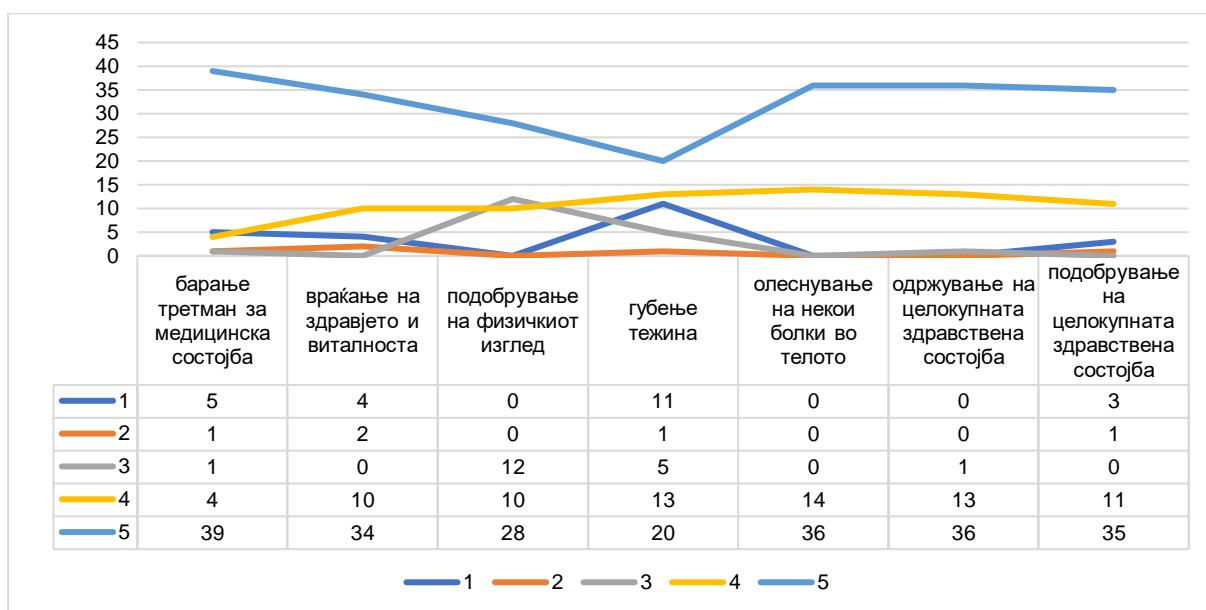
Негорска бања	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Барање третман за медицинска состојба	50	5	5	0.60	0.36	4.72	3	5
Враќање на здравјето и виталноста	50	5	5	0.62	0.39	4.66	3	5
Подобрување на физичкиот изглед	50	5	5	1.30	1.69	4.06	1	5
Губење тежина	50	5	5	1.46	2.15	3.92	1	5
Олеснување на некои болки во телото	50	5	5	0.42	0.17	4.84	3	5

Одржување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	0.46	0.21	4.78	3	5
Подобрување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	0.42	0.17	4.84	3	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на Негорска бања покажуваат мала дисперзираност на податоците (стандардна девијација е под 1, освен за губење на тежина и подобрување на физичкиот изглед). При тоа најмала е стандардната девијација кај олеснување на некои болки во телото и подобрување на целокупната здравствена состојба (0,42), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај губење тежина (1,46). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалата за олеснување на некои болки во телото и подобрување на целокупната здравствена состојба (43), а најмалку одговори со 5 има кај скалата за подобрување на физичкиот изглед (29). Според средната вредност на посетителите на Негорска бања најмногу имаат потреба од олеснување на некои болки од телото и подобрување на целокупната здравствена состојба (средна вредност 4.84), а најмалку имаат потреба од губење тежина (средна вредност 3.92).

7.3.1.3. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во Дебарски бањи

Резултатите добиени во Дебарски бањи се прикажани во графикон 43.



Графикон 43: Потреби од бањата на посетителите на Дебарски бањи
Chart 43: Spa needs of visitors to Debar Spas

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

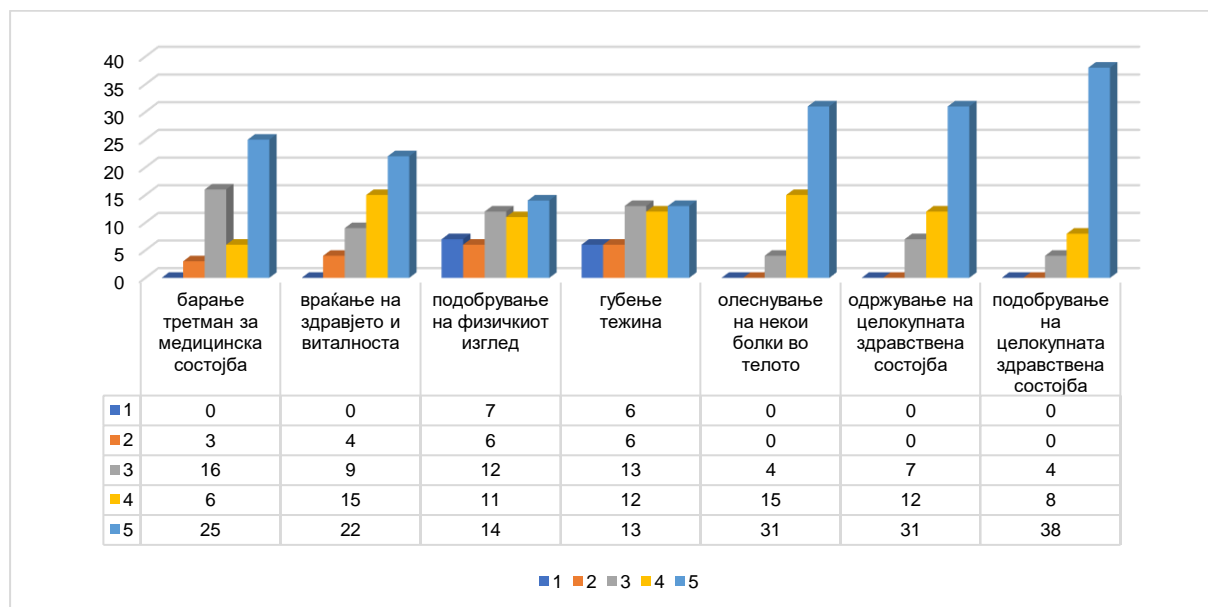
Табела 55: Статистичка обработка на резултатите од Дебарски бањи
Table 55: Statistical analysis of the results from Debar Spas

Дебарски бањи	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Барање третман за медицинска состојба	50	5	5	1.27	1.63	4.42	1	5
Враќање на здравјето и виталноста	50	5	5	1.20	1.45	4.36	1	5
Подобрување на физичкиот изглед	50	5	5	0.84	0.71	4.32	3	5
Губење тежина	50	4	5	1.56	2.44	3.6	1	5
Олеснување на некои болки во телото	50	5	5	0.45	0.20	4.72	4	5
Одржување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	0.50	0.25	4.7	3	5
Подобрување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	1.05	1.11	4.48	1	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на Дебарски бањи покажуваат дисперзираност на податоците (стандардна девијација над 1, освен за подобрување на физичкиот изглед, олеснување на некои болки во телото и одржување на целокупната здравствена состојба). При тоа најмала е стандардната девијација кај олеснување на некои болки во телото (0,45), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај губење тежина (1,56). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалата за барање третман за медицинска состојба (39), а најмалку одговори со 5 има кај скалата за губење тежина (20). Според средната вредност на посетителите на Дебарски бањи најмногу имаат потреба од олеснување на некои болки во телото (средна вредност 4.72), а најмалку имаат потреба од губење тежина (средна вредност 3.6).

7.3.1.4. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во бања Банско

Резултатите од бања Банско се претставени во графикон 44.



Графикон 44: Потреби од бањата на посетителите на бања Банско
Chart 44: Spa needs of Bansko spa visitors

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

Табела 56: Статистичка обработка на резултатите од бања Банско
Table 56: Statistical analysis of the results from Spa Bansko

Бања Банско	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Барање третман за медицинска состојба	50	4.5	5	1.03	1.07	4.06	2	5
Враќање на здравјето и виталноста	50	4	5	0.97	0.94	4.1	2	5
Подобрување на физичкиот изглед	50	3.4	5	1.38	1.91	3.38	1	5
Губење тежина	50	3.5	3, 5	1.32	1.75	3.4	1	5
Олеснување на некои болки во телото	50	5	5	0.64	0.41	4.54	3	5
Одржување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	0.73	0.54	4.48	3	5
Подобрување на целокупната здравствена состојба	50	5	5	0.62	0.38	4.68	3	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на бања Банско покажуваат мала дисперзираност на податоците (стандардна девијација е испод 1, освен за губење на тежина, подобрување на физичкиот изглед и барање третман за медицинска состојба). При тоа најмала е стандардната девијација кај подобрување на целокупната здравствена состојба (0,62), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај подобрување на физичкиот изглед (1,38). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5, со исклучок на скалата за губење тежина каде подеднакво имаме одговори со 3 и со 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалата за подобрување на целокупната здравствена состојба (38), а најмалку одговори со 5 има кај скалата за губење тежина (13). Според средната вредност на посетителите на бања Банско најмногу имаат потреба од подобрување на целокупната здравствена состојба

(средна вредност 4.68), а најмалку имаат потреба од подобрување на физичкиот изглед (средна вредност 3.38).

7.3.2. Ликертова скала за туристичките бенефити

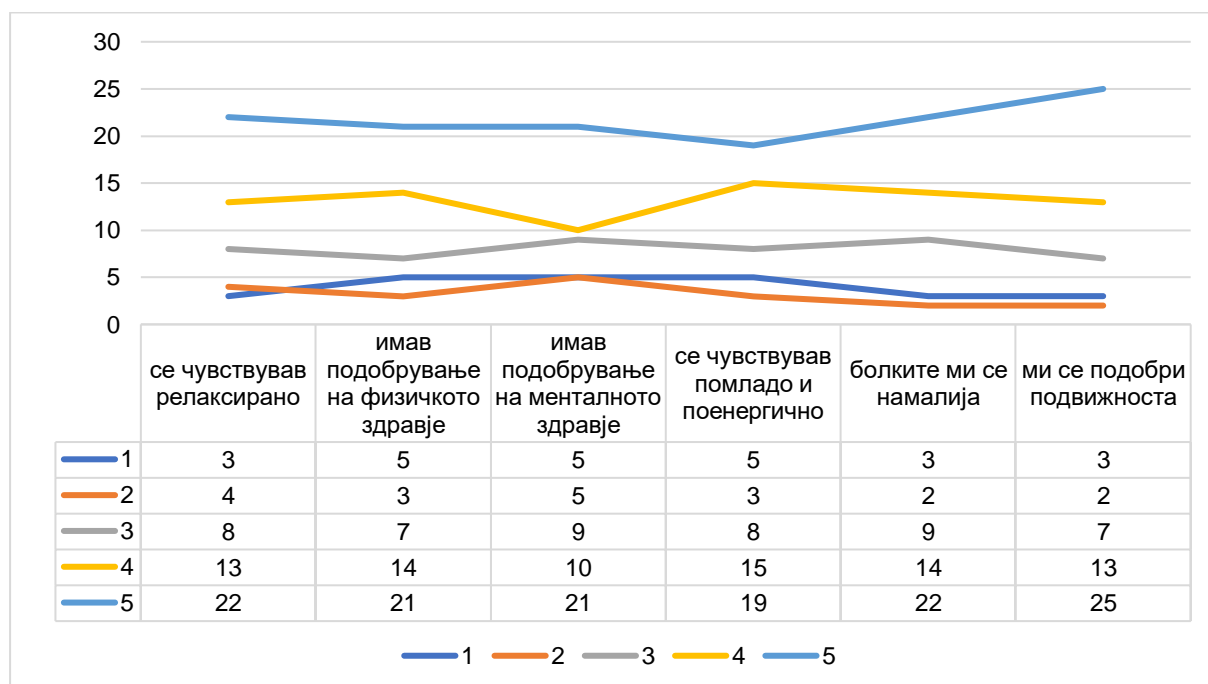
Следната скала се однесуваше на бенефитите после СПА третманот и беше наведено:

Обележете на скалата од 1 до 5, каде 1=целосно не се согласувам, 5=целосно се согласувам, како се чувствувавте после спа третманот?

Добиените резултати се претставени табеларно и графички за секоја од бањите и после секоја табела е дадено детално објаснување.

7.3.2.1. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во Катлановска бања

Резултатите добиени од Ликертовата скала за туристички бенефити на посетителите на Катлановска бања се претставени во графикон 45.



Графикон 45: Бенефити од бањските услуги на посетителите на Катлановска бања

Chart 45: Benefits from spa services for visitors to Katalnovska Spa

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

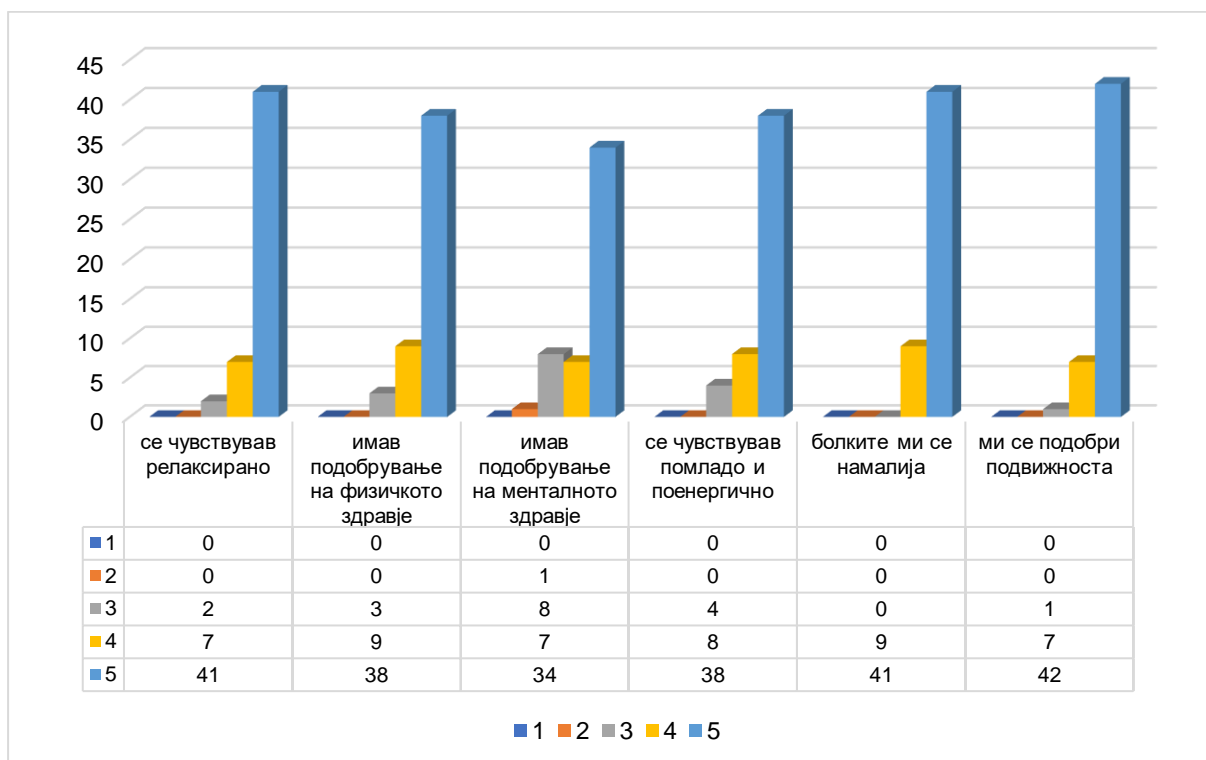
Табела 57: Статистичка анализа на резултатите од Катлановска бања
Table 57: Statistical analysis of the results from Katlanovska Spa

Катлановска бања	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Се чувствував релаксирано	50	4	5	1.21	1.48	3.94	1	5
Имав подобрување на физичкото здравје	50	4	5	1.30	1.71	3.38	1	5
Имав подобрување на менталното здравје	50	4	5	1.36	1.86	3.74	1	5
Се чувствував помладо и поенергично	50	4	5	1.29	1.67	3.8	1	5
Болките ми се намалија	50	4	5	1.16	1.34	4	1	5
Ми се подобри подвижноста	50	4.5	5	1.16	1.35	4.1	1	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на Катлановска бања покажуваат голема дисперзираност на податоците (стандардна девијација е над 1). При тоа најмала е стандардната девијација кај скалата за болките ми се намалија и скалата за ми се подобри подвижноста (1.16), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај скалата имав подобрување на менталното здравје (1.36). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалата за ми се подобри подвижноста (25), а најмалку одговори со 5 има кај скалата се чувствував помладо и поенергично (19). Според средната вредност на посетителите на Катлановска бања најголем бенефит од бањата им бил подобрување на подвижноста (средна вредност 4.1), а најмалку бенефити имале во подобрување на физичкото здравје (3.38).

7.3.2.2. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во Негорска бања

Резултатите од Ликертовата скала за бенефити на посетителите на Негорска бања се претставени во графикон 46.



Графикон 46: Бенефити од бањските услуги на посетителите на Негорска бања

Chart 46: Benefits of spa services for visitors to Negorska Spa

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

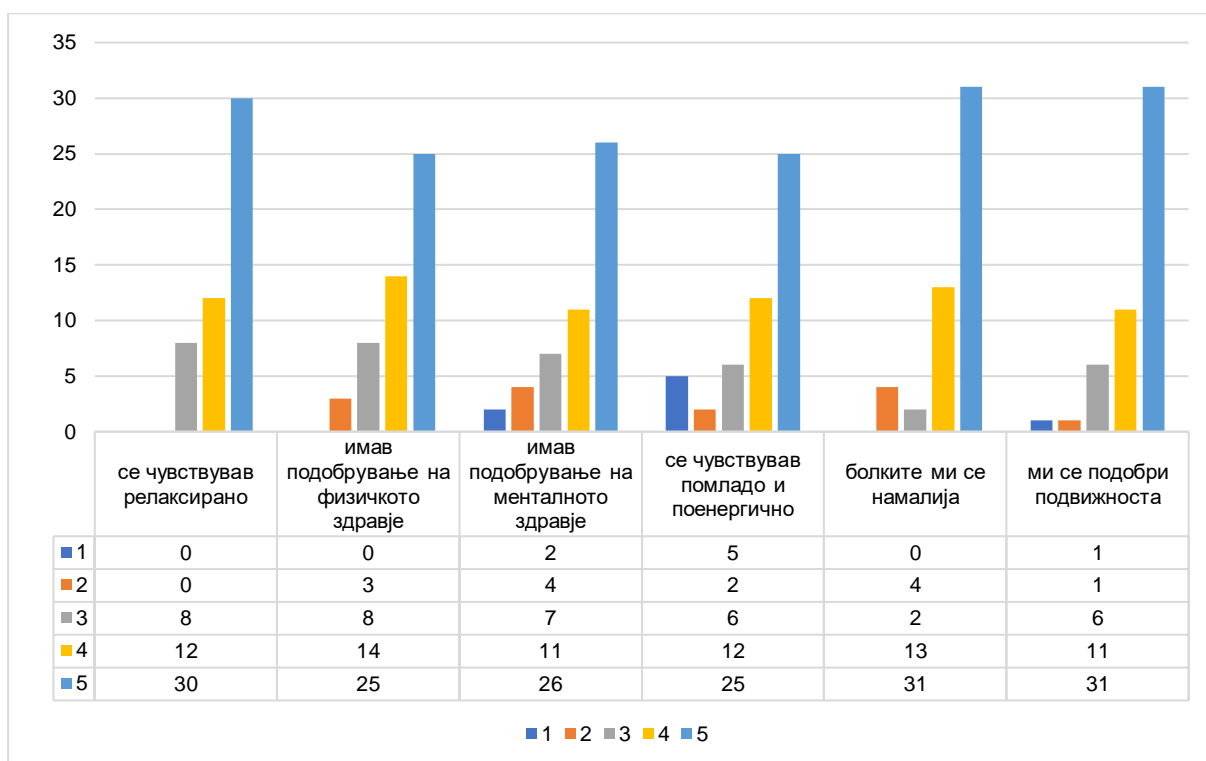
Табела 58: Статистичка анализа на резултатите од Негорска бања
Table 58: Statistical analysis of the results from Negorska Spa

Негорска бања	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Се чувствував релаксирано	50	5	5	0.50	0.25	4.78	3	5
Имав подобрување на физичкото здравје	50	5	5	0.58	0.33	4.7	3	5
Имав подобрување на менталното здравје	50	5	5	0.83	0.70	4.48	2	5
Се чувствував помладо и поенергично	50	5	5	0.62	0.38	4.68	3	5
Болките ми се намалија	50	5	5	0.38	0.15	4.82	4	5
Ми се подобри подвижноста	50	5	5	0.43	0.19	4.82	3	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на Негорска бања покажуваат мала дисперзираност на податоците (стандардна девијација е под 1). При тоа најмала е стандардната девијација кај скалата за болките ми се намалија (0.38), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај скалата имав подобрување на менталното здравје (0.83). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалата за ми се подобри подвижноста (42), а најмалку одговори со 5 има кај скалата имав подобрување на менталното здравје (34). Според средната вредност на посетителите на Негорска бања најголем бенефит од бањата им бил намалување на болките и подобрување на подвижноста (средна вредност 4.82), а најмалку бенефити имале во подобрување на менталното здравје (средна вредност 4.48).

7.3.2.3. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во Дебарски бањи

Резултатите од Ликертовата скала за бенефити од бањските услуги на посетителите на Дебарски бањи се претставени во графикон 47.



Графикон 47: Бенефити од бањските услуги на посетителите на Дебарски бањи

Chart 47: Benefits of spa services for visitors to Debar Spas

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

Табела 59: Статистичка анализа на резултатите од Дебарски бањи

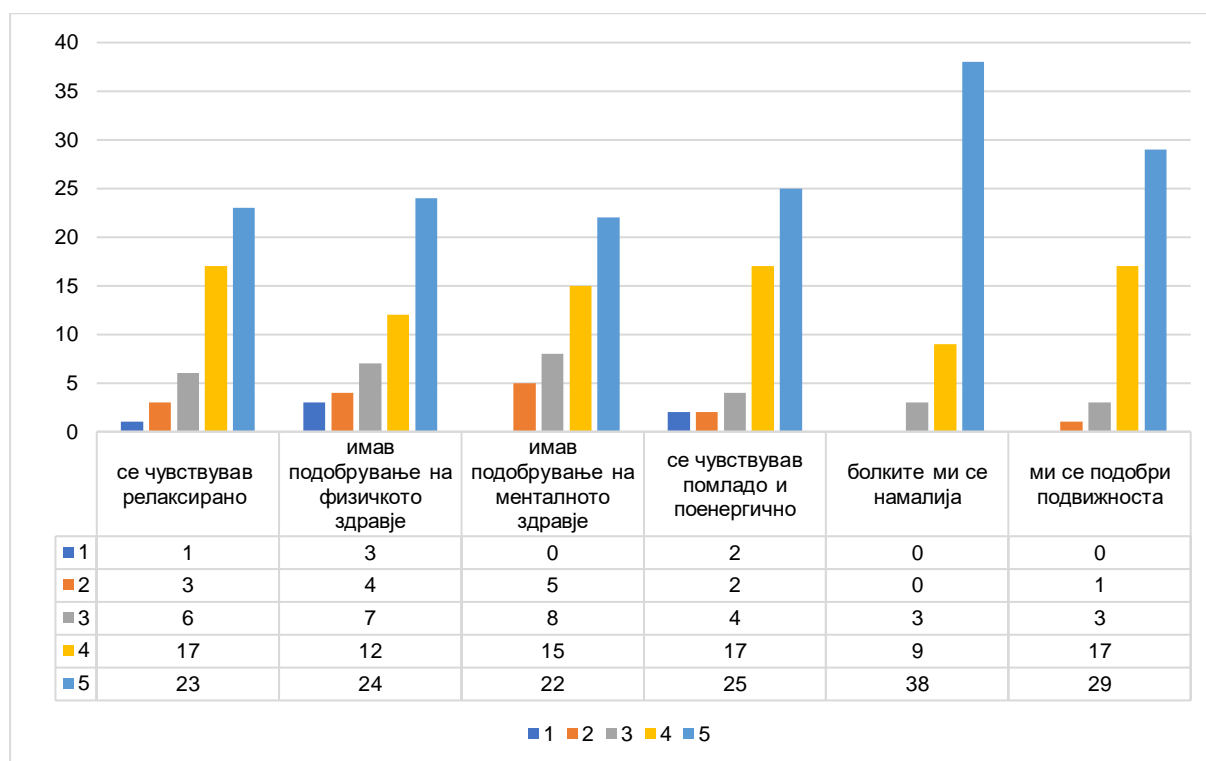
Table 59: Statistical analysis of the results from Debar Spas

Дебарски бањи	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Се чувствував релаксирано	50	5	5	0.76	0.57	4.44	3	5
Имав подобрување на физичкото здравје	50	4.5	5	0.93	0.86	4.22	2	5
Имав подобрување на менталното здравје	50	5	5	1.16	1.35	4.1	1	5
Се чувствував помладо и поенергично	50	4,5	5	1.30	1.71	4	1	5
Болките ми се намалија	50	5	5	0.90	0.82	4.42	2	5
Ми се подобри подвижноста	50	5	5	0.92	0.85	4.4	1	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на Дебарски бањи покажуваат мала дисперзираност на податоците (стандардна девијација под 1, освен за скалите: имав подобрување на менталното здравје и се чувствував помладо и поенергично каде стандардна девијација е над 1). При тоа најмала е стандардната девијација кај скалата се чувствував релаксирано (0.76), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај скалата се чувствував помладо и поенергично (1.30). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалите за болките ми се намалија и скалата ми се подобри подвижноста (31), а најмалку одговори со 5 има кај скалата имав подобрување на физичкото здравје и скалата се чувствував помладо и поенергично (25). Според средната вредност на посетителите на Дебарски бањи најголем бенефит од бањата им бил чувството на релаксираност (средна вредност 4.4), а најмалку бенефити имале во чувство на помлад и поенергичен (средна вредност 4).

7.3.2.4. Анализа и обработка на резултатите од Ликертовата скала во бања Банско

Резултатите од Ликертовата скала за бенефити од бањските услуги во бања Банско се претставени во графикон 48.



Графикон 48: Бенефити од бањските услуги на посетителите на бања Банско
Chart 48: Benefits of spa services for visitors to Bansko spa

По статистичка обработка на податоците добиени се резултатите кои се прикажани во следната табела.

Табела 60: Статистичка анализа на резултатите од бања Банско
Table 60: Statistical analysis of the results from Bansko spa

Бања Банско	Вкупно	Медијана	Модус	Стандардна девијација	Варијанса	Средна вредност	Минимум	Максимум
Се чувствував релаксирано	50	4	5	0.997	0.994	4.16	1	5
Имав подобрување на физичкото здравје	50	4	5	1.22	1.51	4	1	5
Имав подобрување на менталното здравје	50	4	5	1.006	1.01	4.08	2	5
Се чувствував помладо и поенергично	50	4.5	5	1.03	1.07	4.22	1	5
Болките ми се намалија	50	5	5	0.58	0.33	4.7	3	5
Ми се подобри подвижноста	50	5	5	0.70	0.49	4.48	2	5

Од дадените табела и графикон може да се забележи дека одговорите на посетителите на бања Банско покажуваат мала дисперзираност на податоците (стандардна девијација под 1, освен за скалите: имав подобрување на физичкото здравје, имав подобрување на менталното здравје и се чувствував помладо и поенергично каде стандардна девијација е над 1). При тоа најмала е стандардната девијација кај скалата болките ми се намалија (0.58), што значи дека најмногу од одговорите се околу средната вредност, додека пак најголема е стандардната девијација кај скалата имав подобрување на физичкото здравје (1.22). Иако најчест одговор на скала од 1 до 5 е 5 (модус 5), сепак најмногу одговори со 5 има кај скалата за болките ми се намалија (38), а најмалку одговори со 5 има кај скалата имав подобрување на менталното здравје (22). Според средната вредност на посетителите на бања Банско најголем бенефит од бањата им бил намалување на болките (средна вредност 4.7), а најмалку бенефити имале во подобрување на физичкото здравје (средна вредност 4).

7.3.3.1. Споредба на средните вредности на туристичките потреби од бањите

Во табела 61 е направена споредба на средните вредности на туристички потреби од анализираните бањи.

Табела 61 Споредба на средните вредности на туристичките потреби од бањите

Table 61 Comparison of mean values of tourist needs from spas

	Катлановска бања	Негорска бања	Дебарски бањи	Бања Банско
Барање третман за медицинска состојба	3.94	4.72	4.42	4.06
Враќање на здравјето и виталноста	4.2	4.66	4.36	4.1
Подобрување на физичкиот изглед	3.82	4.06	4.32	3.38
Губење тежина	3.74	3.92	3.6	3.4
Олеснување на некои болки во телото	4.4	4.84	4.72	4.54
Одржување на целокупната здравствена состојба	4.28	4.78	4.7	4.48
Подобрување на целокупната здравствена состојба	4.12	4.84	4.48	4.68

При анализа на табелата за средни вредности на Ликертовата скала за туристички потреби може да се забележи дека:

- Средните вредности од бањите се движат од најмалку 3.32 до најмногу 4.84;
- Посетителите имаат најголема потреба од бањите за олеснување на некои болки во телото (најголеми се средните вредности кај бањите); и
- Посетителите имаат најмала потреба од губење тежина (најмали средни вредности).

7.3.3.2. Споредба на средните вредности на туристичките бенефити од бањите

Во табела 62 е направена споредба на средните вредности на туристичките бенефити во анализираните бањи.

Табела 62: Споредба на средните вредности на туристичките бенефити од бањите

Table 62: Comparison of the mean values of tourist benefits from spas

	Катлановска бања	Негорска бања	Девбарски бањи	Бања Банско
Се чувствував релаксирано	3.94	4.78	4.44	4.16
Имав подобрување на физичкото здравје	3.38	4.7	4.22	4
Имав подобрување на менталното здравје	3.74	4.48	4.1	4.08
Се чувствував помладо и поенергично	3.8	4.68	4	4.22
Болките ми се намалија	4	4.82	4.42	4.7
Ми се подобри подвижноста	4.1	4.82	4.4	4.48

При споредба на средните вредности на бенефитите на посетителите на бањите може да се забележи дека:

- средните вредности се над 4 (со исклучок на Катлановска бања каде имаме средни вредности под 4);

- најголем бенефит на посетителите од посета на бањите им бил намалување на болките, а најмалку бенефити имале во подобрување на физичкото здравје;
- најмногу бенефити од бањата имале посетителите на Негорски бањи; и
- најмалку бенефити од бањата имале посетителите на Катлановска бања.

7.4. Анализа на отвореното прашање од анкетниот прашалник

На крајот од анкетниот прашалник беше ставено отворено прашање и беше оставено на слобода на посетителите да напишат нешто поврзано со нивното искуство во бањата. Прашањето гласеше:

За крај, дали сметате дека има нешто важно да се напомене во врска со вашето искуство во бањата, а не било спомнато во прашалникот?

Од посетителите на Негорска бања и посетителите на бања Банско немаше ниту еден одговор во врска со ова прашање.

Од посетителите во Катлановска бања добиени се следните забелешки:

- да се промени исхраната;
- нема овошје воопшто, да се влегува во бањата во костуми за капење и да нема дискриминација и да има свинско месо;
- повеќе луѓе за обезбедување на паркингот и пешачките патеки;
- строго да се забрани влегување во бањата со долен веш;
- во собите со сопствен тоалет, да се отвора вратата од тоалетот нанадвор, за полесно движење со алка (дубак) во самиот тоалет; и
- воведување свинско месо во исхраната.

Од посетителите во Дебарски бањи добиени се следните забелешки:

- од посетител кој прв пат доаѓа наведува како е воодушевена од ова природно богатство кое многу треба да се цени и голема благодарност до сите од бањата;
- многу добри услови;
- посетител кој наведува како имал големо животно искуство (живеел во Прага, Сиднеј, Њујорк и Фиренца), нагласува дека е потребно многу поголема и постручна промоција-онлајн маркетинг за да има гости од помладата генерација како и гости од други држави. Исто така нагласува дека тој лично ќе ја препорача бањата и ќе донесе во неа две италијански фамилии; и
- Посетител наведува дека храната не треба да се сервира на масата додека не дојдат посетителите и не седнат на маса, затоа што доаѓале муви на храната.

Заклучоци

Во Република Северна Македонија, во која има повеќе од 60 извори на минерална вода, моментално се во функција 6 бањи, од кои 5 нудат СПА услуги, при што може да се заклучи дека капацитетите во државата не се доволно искористени.

Бањскиот туризам во Република Северна Македонија е многу слабо развиен. Во главно доминира посетеноста од домашни посетители, а бројот на странски посетители е значително низок. Во периодот од 2008 до 2022 година, годишен просек за овој 15 годишен период е по 26 667 посетители годишно. Процентот на домашни посетители се движи во рамките од 77% до 88% максимални вредности, додека пак процентот на странски посетители е помеѓу 12% до 23%.

Во бројот на ноќевања доминираат повторно домашните посетители. За периодот од 2008 до 2022 година просечната вредност изнесува 166 870 ноќевања годишно. Процентот на ноќевања на домашните посетители изнесува минимално 79% до најмногу 89%, додека пак процентот на ноќевања од странски посетители е помеѓу 11% до 21%.

При споредба на другите видови туризам со бањскиот туризам во Р.С. Македонија, бањскиот туризам е на последно место. За споредба со езерскиот туризам кој е најмногу развиен со 64% од домашните посетители, посетеноста на бањските места изнесува 5% од вкупниот број на туристи. За странските посетители градот Скопје е на прво место по атрактивност со 43% од посетителите, а бањскиот туризам е на последно место со само 1%.

Во бројот на ноќевања домашните туристи најголем број ноќевања оствариле во езерските места 76%, додека бањските места се на второ место со 10% од вкупните ноќевања, додека пак кај странските туристи најголем број ноќевања оствариле во езерските места со 41%, а бањските места се повторно

на последно место според процентот на ноќевања со само 2% од вкупните ноќевања.

Процентот на посетители во Катлановска бања во однос на вкупниот број на посетители во бањските лекувалишта изнесува 19% во 2017 година, односно 26% во 2021 година.

Во 2008 година, Глобалниот институт за здравје (GWI-Global Wellness Institute) ја откри првата студија за Глобална Спа економија. Во тој извештај е направена проценка дека има 71 800 спа установи на глобално ниво, со приходи од 47 милијарди долари во 2007 година. Оттогаш, индустријата за бањи рапидно расте заедно со поширокото велнес движење. Во 2023 година, GWI проценува дека бројот на бањи пораснал на 191 348 на глобално ниво, заработувајќи 137 милијарди долари во приходи. Ова претставува годишна стапка на раст на приходите од 6,9% од 2007 до 2023 година.

На глобално ниво во 2022 година се добиени приходи од 105 билиони американски долари, од кои најмногу заработка односно 41 билион американски долари се од бањите во Европа.

Во однос на приходите од спа индустријата на глобално ниво за 2022 година според типот на спа центрите, најголем приход носат хотел/ресорт спа центрите со вкупен приход од 49 билиони американски долари, потоа следуваат дневни/клуб/салон спа центри, на трето место се дестинациски спа и здравствени ресорти, медицински спа се на четврто место, додека пак термалните, односно спа центри со минерални извори се на петтото место со 5.1. билиони долари приходи.

Истражувањата покажуваат дека на жените под 40 години бањите им се привлечни поради нивниот зафатен начин на живот, додека на жените над 50 години заради лековитите својства на бањите. Во последните години, сепак постои зголемување на младите кои одат во бањи. Во САД и Канада на пример околу 16 отсто од бањите нудат пакети за деца и тинејџери. Мажите исто така

одат во бањи за да се релаксираат. Ова е поткрепено со студијата на ИСПА (2007б) која покажува дека мажите сочинуваат повеќе од 40 проценти од посетителите на бањите во Австралија, Австрија, Германија, Јапонија, Сингапур, Шпанија и Тајланд.

Република Северна Македонија (која има површина од 25 713 км²) и Словенија (која има површина од 20 273 км²) се многу слични по големина на површина и по број на жители, но Словенија има многу поголема развиеност на бањскиот туризам во споредба со Р.С. Македонија. Исто така Словенија излегува и на море, но и покрај тоа имаат многу развиен бањски туризам. Бројот на извори во Словенија е 87 со вкупно 12 СПА центри, за разлика кај нас имаме околу 65 извори со 8 бањи (моментално 2 не се активни). За периодот од 2010 до 2020 година во Словенија имало вкупно 9 366 366 бањски туристи, додека во Р.С. Македонија 258 855 туристи, што претставува 94,6% помалку туристи во однос на Словенија, односно 98,46% помалку заработка во однос на Словенија за 2020 година, според просечните вредности на цените за ноќевање.

При анкетање на 200 посетители во 4 бањски центри во Македонија добиени се следните заклучоци: од 200 испитаници, 101 беа од машки пол, а 99 од женски пол односно 50,5% во однос на 49,5%, што значи дека имаме рамномерна полова распределба при посета на бањите.

Најголема посетеност на бањите се од лица над 60 години (42%), а при тоа најголема посетеност со лица над 60 години има во Катлановска бања, а најмалку во Негорска бања, а најмалку посетители има од возрасната група до 30 години (6%) и тоа најмалку во Катлановска бања (само еден посетител), а најмногу во Негорски бањи (вкупно 6 посетители), што значи дека бањските услуги најмногу ги користат од постарата популација.

Од понудените професии за сите бањи вкупно најмногу припаѓаат на државна администрација (32 посетители), а најмалку посетители имало од областа на стручњаци и научници (вкупно 5).

За секоја од бањите најголем број на посетители доаѓаат прв пат. Изразено во проценти, 50,5% од посетителите доаѓаат прв пат, 27% помеѓу 2-5 пати и 22,5% повеќе од 5 пати, што значи дека е мал процентот на посетители кои се враќаат во бањите повеќе од 5 пати и треба да се работи на задоволување на нивните потреби како би дошле повторно во бањата.

Најголем број на посетители доаѓаат во бањите за престој од 6-10 дена (вкупно 69, односно 34,5 %), а најмал број на посетители се за еднодневна посета (вкупно 16, односно 8%).

Најмногу услуги на посетителите им се потребни за лекување (вкупно 90%), додека за релаксирање и спорт и рекреација се дојдени само по 5% од посетителите. Главна причина за посета на бањите во странство е ослободување од стрес/релаксација, а потоа следуваат подобрување на физичкото здравје и третмани за убавина. Релаксацијата и намалување на стресот како главна причина се среќаваат во многу студии. За разлика од кај нас Американските потрошувачи ги наведуваат следните четири главни причини поради кои одат во бањата: олеснување на стресот, намалување на стресот, смирување на болки во зглобови/мускули и подобро чувство за себе. Од нив дури 46% одговориле дека ја посетуваат бањата за да го олеснат стресот односно да се релаксираат.

Најголем број испитаници ги посетиле бањите заради проблеми со коски и зглобови (82%), а најмалку како причина се дигестивни болести и гинеколошки болести и неплодност (по 0,5%).

Најголем дел од посетителите немаат друг здравствен проблем покрај основната причина/болест (46%), додека пак од тие што имаат друг здравствен проблем најчесто е тоа високиот крвен притисок (29,5%), а најредок здравствен проблем кај посетителите е алергија на глутен (0,5%), што значи дека треба да се земат во предвид и останатите болести/здравствени проблеми на посетителите и персонализирање на услугата спрема нив.

Најважно за посетителите при избор на бања е лековитоста на водата во бањата (57,5%), а потоа следува близината до местото на живеење (28%), додека пак најмалку важен фактор при изборот на бања е изгледот на бањата (2,5%).

Најголем дел од посетителите се определиле за соодветната бања по препорака на доктор (72%), а најмалку одлучувачки фактор за посета на бањите им била цената (6,5%). Според законот за ЗЗО кој стапува на сила од 01.01.2012 година, упатувањето е задолжително за сите здравствени установи кои имаат случено договор со ФЗОМ, а бидејќи бањите во Македонија имаат склучено договор со ФЗОМ за посета на бањите е потребен упат од доктор и заради тоа најчесто посетителите доаѓаат во бањите после упатување од доктор.

При избор од незадоволни, делумно задоволни, задоволни и целосно задоволни, од вкупниот број испитаници (43%) се задоволни со надворешниот изглед на бањата. Најмногу задоволни од надворешниот изглед се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се од Катлановска бања.

Најголем процент (46%) се задоволни посетители од внатрешниот изглед на бањите. Најмногу задоволни од внатрешниот изглед на бањата се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на Катлановска бања.

Најголем број со 46,5% се посетители кои се задоволни од СПА делот во бањите. Најмногу задоволни од СПА делот во бањата се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на Катлановска бања.

Најголем дел од посетителите покажаа целосно задоволство од терапијата, вкупно 55,5 %. Најмногу задоволни од терапијата се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку се задоволни посетителите на Катлановска и Негорска бања.

Најголем дел од посетителите се целосно задоволни од односот на персоналот, односно 44,5%. Најмногу задоволни од односот на персоналот се

посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на бања Банско.

Најголем дел од посетителите се задоволни од сместувањето во бањите, вкупно 52,5%. Од сместувањето во бањите најмногу се задоволни посетителите на Дебарски бањи, а најмалку посетителите на Катлановска бања.

Најголем дел од посетителите се задоволни од хигиената во бањата (39,5%). Од хигиената во бањата најмногу се задоволни посетителите на Дебарските бањи, а најмалку посетителите на Негорска бања.

Најголем дел од посетителите се задоволни од исхраната во бањата (46,5%). Најмногу задоволни од исхраната во бањата се посетителите на Дебарски бањи, а најмалку задоволни се посетителите на Катлановска бања.

Посетителите на бањите покажаа најголемо задоволство од терапијата, а најмало задоволство од хигиената во бањите.

Најголемо задоволство покажаа посетителите на Дебарски бањи, а најмало задоволство посетителите на Катлановска бања.

Од посетителите вкупно 53% одговориле дека во бањата се подготвува храна спрема нивните потреби, од кои најмногу се од Негорска бања, а најмалку од Катлановска бања, додека пак 47% од посетителите одговориле дека во бањата не се подготвува храна спрема нивните потреби, од кои најмногу се од Катлановска бања, а најмалку од Негорска бања.

Вкупно 132 од посетителите (66%) одговориле дека во исхраната има доволно овошје и свежи салати, од кои најголем дел се од Негорска бања, а најмалку од Катлановска бања, додека пак вкупно 68 од посетителите сметаат дека во исхраната нема доволно овошје и свежи салати, од кои најмногу се од Катлановска бања, а најмалку од Негорска бања.

Најважен атрибут кој би привлекол најмногу туристи при рекламирање на бањата е лековитоста на водата, исхраната како атрибут привлекува само 2 посетители (1%) и тие се од Катлановска бања, што значи дека бањите треба ова да го земат во предвид при рекламирање на бањата.

Добрата промотивна кампања е важна, но не многу според најголемиот дел од испитаниците (44,5%), додека пак (25,5%) сметаат дека многу е важна добрата промотивна кампања, од кои најмногу се од Дебарски бањи, а најмалку од Негорска бања.

Целосно подобрување на здравствената состојба забележале вкупно 103 од испитаниците (51,5%), од кои најмногу се од Негорска бања, а најмалку од Катлановска бања. Воопшто не осетил подобрување на здравствената состојба само еден од посетителите на Катлановска бања (0,5%).

Вкупно 164 од посетителите одговориле дека ќе се вратат повторно во бањата (82%), од кои најмногу се од Дебарски бањи, а најмалку од Негорска бања, додека пак ниту еден од посетителите не одговорил дека сигурно нема да дојде повторно во бањата.

Вкупно 140 од посетителите одговориле дека би дошле во бањата и доколку немаат никаков здравствен проблем (70%), од кои најголем дел се од Дебарски бањи (37), а најмалку од Катлановска бања, додека пак 30% од посетителите не би дошле во бањата доколку немаат никаков здравствен проблем.

Вкупно 178 од посетителите одговориле дека би ја препорачале бањата на друг (89%), додека пак 22 од посетителите (11%) одговориле дека не би ја препорачале бањата на друг.

На најголемиот дел од посетителите на бањите (вкупно 45,5%) им се допаднала најмногу водата, а најмалку им се допаднала исхраната (само 1%), што значи дека треба да се подобрува квалитетот на исхраната.

Најголем дел од посетителите сметаат дека треба да се променат собите/сместувањето (48%), а најмалку дека треба да се промени начинот на терапија (5%). Во Катлановска, Негорска и бања Банско најмногу од посетителите сметаат дека треба да се променат собите/сместувањето, а во Дебарска бања да се промени исхраната.

Само посетителите на Негорска бања имале можност за користење на спортски терени како додатна активност, како и можност за играње билјард и пинг-понг за време на престојот, додека пак на најголемиот дел од посетителите (53%) единствена можност за додатна активност за време на престојот им била прошетка.

Дека престојот во бањата ги исполнил нивните очекувања одговориле вкупно 139 од посетителите (69,5%), од кои најголем дел се од Дебарски бањи (41), а најмалку од Катлановска бања, додека пак 10 од посетителите (5%) сметаат дека бањата не ги исполнила нивните очекувања. Иако е релативно висок процентот на посетителите на кои им се исполниле очекувањата од бањата, сепак може да се работи на подобрување на овој однос.

Вкупно 163 (81,5%) од посетителите сметаат дека соодветната бања има потенцијал за развој на здравствен туризам, од кои најголемиот број се од Дебарски бањи (45), а најмалку се од Катлановска бања. Ниту еден од посетителите не одговорил дека бањата нема потенцијал за развој на здравствен туризам.

Од Ликертовата скала на анкетниот прашалник за туристички потреби може да се заклучи дека посетителите имаат најголема потреба од бањите за олеснување на некои болки во телото, а најмала потреба им е губење на тежина.

Од Ликеротвата скала за бенефити, најмногу бенефити имале посетителите на Негорска бања, а најмалку бенефити посетителите на Катлановска бања, при тоа најголем бенефит на посетителите од посета на бањите им бил намалување на болките, а најмалку бенефити имале во

подобрување на физичкото здравје. За разлика од кај нас Американските посетители според ИСПА (2006) како најголема придобивка од одењето во бањите го сметаат релаксирањето и ослободување од стрес.

Според овие податоци може да се заклучи дека Република Северна Македонија има потенцијали за развој на здравствен туризам (како што сметаат и најголемиот дел од посетителите), со што се потврдува и основната поставена хипотеза, меѓутоа треба да се направи правилна маркетинг стратегија во правец на правилно искористување на потенцијалите.

Препораки

Препораки од посетителите

Препораки од посетителите во Катлановска бања се да се промени исхраната, воведување на повеќе овошје и свинско месо во исхраната, да се постави повеќе обезбедување на патеките, вратите од тоалетот да се отвораат нанадвор за полесно движење во тоалетот на посетителите со дубак и да се забрани влегување во базените со долен веш.

Препораки од посетителите во Дебарски бањи се да не се сервира храната додека не седнат на маса (по хигиенски е) и поголема промоција на бањата (онлајн маркетинг) за да се привлечат повеќе посетители од странство, но и од помладата популација.

Препораки од авторот

Да се следат примерите на современите бањи во светот и модернизирање на бањските центри во тој правец. Денес современите бањи се фокусираат на холистичката благосостојба на нивните клиенти, односно на интеграција на телото, умот и духот. Вклучувањето на програми за исхрана, вежбање и управување со стресот станаа се почести во светот. Готвачките искуства, на пример, сега се интегрирани во спа објекти за да се промовира здравата кујна. Други активности како што се часовите по јога, медитација, уметност и музика стануваат се попоуларни во бањите.

Во однос на спа маркетиншките оператори, исто така се поместени од традиционалните шеми за рекламирање и се повеќе ги користат социјалните сајтови (на пример Фејсбук) за директна комуникација со потрошувачите ширум светот. За правилен избор на медиум за промоција потребно е одредување на целната група која што сака да се привлече или примена на повеќе медиуми за промоција, но доколку се сака да се привлечат повеќе странски туристи, тогаш мора да се внимава да не настанат грешки во преводите на маркетинг рекламите. Бањските објекти треба да го искористат интернетот за промоција на

нивните бањски капацитети како најчест извор на информации, а потоа следуваат другите потрадиционални методи. Од големо значење за посетителите е и создавањето на привлечна слика за бањата на веб страниците.

Ако бањата нуди третман за клиенти од други држави, може да требаат две различни промотивни кампањи. За разлика од странските држави каде спа центрите најчесто личат на хотели и ги користат како метод на релаксација, кај нас бањските центри асоцираат повеќе на болници и се најчесто посетени од луѓе со здравствени проблеми и од повозрасната популација. Бидејќи најголемиот дел од посетителите на бањи во Македонија се заради лечење (90%), бањските центри треба да бидат дизајнирани на начин кој промовира релаксација, како што се дизајнирани и најголемиот дел од бањите во Европа и светот, каде релаксацијата е и главниот мотиватор за посета на бањите.

Секоја од бањите при промоција да ги истакнува своите предности. На пример за Негорска бања каде единствено посетителите одговорија дека имале можност за спортски терени, билијад и пинг понг маса, за време на престојот би било добро да ги истакнат токму овие подобности на бањата и да се рекламира помеѓу спортските екипи кои после напорниот тренинг би можеле да се релаксираат во лековитите минерални води на Негорска бања.

При промоција на бањата Цар Самуил помеѓу спортистите треба посебно да се истакне дека ексклузивно во бања Цар Самуил е достапен уредот INDIBA ACTIV CT9 кој е важен за рехабилитација на мускулите истакнувајќи притоа дека таков уред користат и спортистите од фудбалскиот клуб Барселона, тенискиот ас Рафаел Надал и многу други познати спортисти.

При промоција на Катлановска бања да се истакне нејзината близина до главниот град Скопје (25км оддалеченост), особено за странските посетители кои најчесто како атракција го посетуваат токму главниот град.

При промоција на Дебарските бањи да се истакне опкруженоста со природа, пешачките патеки кои овозможуваат релаксирана прошетка во

природа, прекрасниот поглед на собите од бања Косовраст сите кон Дебарското езеро, надворешниот базен и тобогани, кои сигурно би привлекле многу посетители од помладата популација.

Соработка со салоните за убавина од страна на бања Бањиште (Дебар), кои би ја препорачале бањата на сите оние кои сакаат 100% природни третмани на лице бидејќи ги користат само минералите кои се наоѓаат во изворите на термо-минералната вода, и истите не се генетски модифицирани. Соработка со салоните за убавина и од страна на бања Банско заради можностите за anti-aging третмани, како и можноста за GREEN PRESS 12 која се користи за ефикасен третман на сите фази од целулитот. Предлагам и изработка на посебни флаери истакнувајќи ги токму овие можности кои ќе бидат оставени на видно место за да можат посетителите да ги разгледаат додека чекаат или да им се даде на секој посетител кој ќе може да го однесе и разгледа дома, користејќи слики и споредби на резултати пред-потоа.

Да се овозможи на секој кој сака да ја посети бањата без упат од доктор, при што во бањата би доаѓале не само болните туку и здрави индивидуи и можностите за рекреативни вежби, пливање и користење справи (статичен велосипед, трака за трчање, душеци за рекреативни вежби, вежби за ментален спокој, достапни во бања Банско), особено за оние кои сакаат да се грижат за своето физичко и ментално здравје, како и соработка и посебни флаери истакнувајќи ги токму овие подобности со фитнес и јога центрите низ државата.

За Катлановска бања од која посетителите искажаа најмало задоволство предлагам модернизирање на ентериерот, реновирање, а посебно уредување на собите, уредување на дворот, подобрување на исхраната со воведување на повеќе овошје и зеленчук како и доволна количина на месо, како и да им се овозможи на посетителите да имаат додатни активности за време на престојот.

Сите бањи да ги земат во предвид и можностите за пропратни болести или медицински состојби на посетителите (како можност за висок крвен притисок,

алергија на глутен, алергија на лактоза и сл.) и да го прилагодат третманот и исхраната спрема нивните потреби.

Без подобро разбирање на посетителите на бањите, бањите може да завршат со губење на пазарниот удел на конкурентите. Затоа е важно да се испитаат критериумите за избор што ги користат туристите при избор на бањи (ова треба да го извршат спа менаџерите) со информации потребни за создавање ефективни промотивни кампањи и деловни стратегии. Односно, за да се опстане на ограничениот пазар каде глобалната конкуренција зависи од точните стратегии за развој на бањскиот туризам, тие стратегии мора да се засноваат на желбите и барања на клиентите. Овој докторски труд дава корисни информации за бањските менаџери за мотивите на нивните клиенти, нивните потреби, како и критериумите за избор на бања. Исто така дава информации за задоволството односно незадоволството од соодветните услуги во бањата, што би можело да биде корисна информација за менаџерите на бањите при креирање на стратегија за развој на бањата да знаат кои услуги би требало да ги унапредат повеќе, што би довело до развој на персонализирани спа услуги за нивните клиенти, подобрување на нивното задоволство и лојалност. Доколку бањата обезбеди квалитетни персонализирани услуги на посетителите, ќе се постигнат позитивни емоции и ќе ги поттикне да го бараат тоа позитивно искуство и во иднина.

Литература

1. Ahmad A., Jamaludin A., Zuraimi N.S.M., Valeri M. (2021). Visit intention and destination image in post-Covid-19, Proceedings of the international crisis and risk communication conference, march 8-10, Orlando FL, USA
2. Altman, N. (2000) Healing Springs: The Ultimate Guide to Taking the Waters – From Hidden Springs to the World’s Greatest Spas. Rochester, Vermont: Healing Arts Press.
3. Altman, N. (2002) Sacred Water: The Spiritual Source of Life. New Jersey: Hidden Spring: An Imprint of Paulist Press.
4. Aluculesei, A. C., Nistoreanu, P., Avram, D., & Nistoreanu, B. G. (2021). Past and future trends in medical spas: A co-word analysis. Sustainability, 13(17), 9646.
5. Andreu, L., Kozak, M., Avci, N. and Cifter, N. (2005) Market segmentation by motivations to travel: British tourists visiting Turkey. Journal of Travel and Tourism Marketing 19 (1), 1–13.
6. Anon. (2010b) Patient survey - Bumrungrad International. Medical Tourism Magazine 14, 22-25
7. Apostolovska Toshevskа, B., Madjevikj, M., & Ljakoska, M. (2020). Spas as a Potential for the Sustainable Functional Development—A Case Study of the East Region in the Republic of North Macedonia. Smart Geography: 100 Years of the Bulgarian Geographical Society, 247-261.
8. Arieff, A. and Burkhart, B. (2005) Spa. Los Angeles: Taschen America.
9. Association Resource Centre Inc., (2004). The ISPA 2004 spa industry study, KY International SPA Association, Lexington
10. Bachvarov, M. (2004) Spas in Central-Eastern Europe between Decline and Revitalization. Poland: University of Lodz.
11. Bacon, W. (1998). Economic Systems and Their Impact on Tourist Resort Development: The Case of Spa in Europe. Tourism Economics 4:21 32
12. Bartram, J. and Rees, G. (eds) (1999) Monitoring Bathing Waters: A Practical Guide to the Design and Implementation of Assessments and Monitoring Programs. London: E & FN Spon.

13. Bookman Z.M., Bookman R.K.(2007) Medical tourism in developing countries, Palgrave Macmillan, New York, 95-169
14. Botterill D., Pennings G., Mainil T., (2013) Medical Tourism and transnational health care, Palgrave Macmillan, UK, 223-240
15. Bowen, R. (1989) Geothermal Resources. New York: Elsevier
16. Buzsik, K., Jonas Berki, M., Köbli, A., & Palfi, A. (2015). Actual trends of health tourism in Hungary: the case of Hévíz. *Geographica Timisiensis*, 24(2), 45-53.
17. Chatterjee, S., & Mandal, P. (2020). Traveler preferences from online reviews: Role of travel goals, class and culture, *Tourism Management*, 80, Article 104108
18. Chien P. M., & Ritchie B. W. (2018). "Understanding Intergroup Conflicts in Tourism." *Annals of Tourism Research* 72 (C): 177–79.
19. Choudhary, B., & Qadir, A. (2021). Impact of COVID-19 on wellness and spa industry. *International Journal of Spa and Wellness*, 4(2-3), 193-203.
20. Cingoski, V., & Petrevska, B. (2021). Geothermal resources: New insights for spa tourism in North Macedonia, International Scientific conference Geobalkanica, Ohrid, North Macedonia
21. Cohen, M. (2008) Spas, wellness and human evolution. In M. Cohen and G. Bodeker (eds) *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management* (pp. 3–25). London: Butterworth & Heinemann.
22. Cohen, M. and G. Bodeker (2008) *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*. London: Butterworth & Heinemann.
23. Connell J., (2010) Health and medical tourism, Wallingford: CABI, 79-112
24. Connell, J. (2011). The Antiquity of Health Tourism. In *Medical Tourism*; CABI: Wallingford, UK, pp. 12-22.
25. Derco, J. (2020). Spa tourism in the Slovak Republic. *International Journal of Spa Wellness*, 3, 187-197
26. Douglas, N., Douglas, N. and Derrett, R. (2001) *Special Interest Tourism*. Sydney: John Wiley & Sons.
27. Eades, J.S. (2010) Sun, surgery and cyberspace: The role of the Internet in the rise of medical tourism. In M.J. Cooper, W. Pease and R. Gujurajan (eds)

- Biomedical Knowledge Management: Infrastructures and Processes for E-Health Systems. Hershey: IGI Global (forthcoming).
28. Ellis, S. (2008) Trends in the global Spa industry. In M. Cohen and G. Bodeker (eds) Understanding the Global Spa Industry: Spa Management. London: Butterworth & Heinemann, 66–84.
29. Emoto, M. (2005) The True Power of Water – Healing and Discovering Ourselves. New York: Atria Books.
30. Emoto, M. (2006) The Secret Life of Water. Oregon: Beyond Words Publishing.
31. Erfurt Cooper, P., Cooper, M. (2009). Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs. Chanel View Publications
32. Filep, S., & Laing, S.J. (2019). Trends and directions in tourism and positive psychology, *Journal of Travel Research*, 58 (3), pp. 343-354
33. Frazier, D. (2000) Colorado's Hot Springs (2nd edn). Boulder, CO: Pruett Publishing Company.
34. Freedman, D. and Waugh, M.A. (1996) The spa and sexually transmitted diseases. *Clinics in Dermatology* 14 (6), 577–582.
35. Fridleifsson, I.B. (1999) Historical aspects of geothermal utilization in Iceland. In R. Cataldi, S.F. Hodgson and J.W. Lund (eds) *Stories from a Heated Earth*. Sacramento, CA: Geothermal Resources Council, International Geothermal Association.
36. Fuhrer, J. C. (2010). Inflation persistence. In *Handbook of monetary economics* (Vol. 3, pp. 423-486). Elsevier.
37. Haley, A.J., Snaith, T. and Miller, G. (2005) The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research* 32 (3), 647–668.
38. Hall, C.M. (2003) Spa and health tourism. In S. Hudson (ed.) *Sport and Adventure Tourism* (pp. 273–292). New York: Haworth Hospitality Press.
39. Harrison, D. (2007) Towards developing a framework for analysing tourism phenomena: A discussion. *Current Issues in Tourism* 30 (1), 61–86.
40. Health Tourism in Jordan (n.d.) *Therapeutic Tourism – Spas with Amazing Healing Properties*. Amman: Amman Islamic Tourism Co

41. Illes, J., Kann, D., Karetsky, K., Letourneau, P., Raffin, T. A., Schraedley-Desmond, P., Koenig, B.A. and Atlas, S.W. (2004), Advertising, patient decision making and self-referral for computed tomographic and magnetizing resonance imaging. *Arch Intern Med*, 164, 2415-9
42. International Spa Association (2006). *Spa-goer Study, U.S. and Canadian Consumer Attitudes and Spa Use*. Hartman group, Inc
43. International Spa Association (2007). *2007 ISPA Industry Study*. Published by Association Resource Center
44. International Union of Tourist Organisations (IUTO) (1973) *Health Tourism*. Geneva: United Nations.
45. Jordan E. J., Spencer D. M., & Prayag G. (2019). "Tourism Impacts, Emotions and Stress." *Annals of Tourism Research* 75:213–26.
46. Kiss, K. (2015). The challenges of developing health tourism in the Balkans. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 63(1), 97 110
47. LaMoreaux, P.E. (2005) History and classification of springs. *Geological Society of America Abstracts with Programs* 37 (7), 324.
48. Laws, E. (2004) *Improving Tourism and Hospitality Services*. Wallingford: CABI.
49. Liu, B., Li, Y., Kralj, A., Moyle, B., & He, M. (2022). Inspiration and wellness tourism: The role of cognitive appraisal. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(2), 173 187
50. Lund, J.W. (2000a) Geothermal spas in the Czech Republic and Slovakia. *GHC Quarterly Bulletin* 21 (3), 35–37.
51. Lund, J.W. (2000b) Balneological use of geothermal water in the USA. *GHC Quarterly Bulletin* 21 (3), 31–34.
52. Lund, J.W. (2000c) Les Thermes Aix-les-Bains. *GHC Quarterly Bulletin* 21 (3), 27–28.
53. Lund, J.W. (2000d) Design considerations for pools and spas (Natatoriums). *GHC Quarterly Bulletin* 21 (3), 6–8.
54. Lund, J.W. (2002) *Balneological Use of Geothermal Waters*. Oregon: Geo-Heat Center.

55. Lund, J.W. (2003) Hot spring resorts in the Canadian Rockies. *GHC Quarterly Bulletin* 24 (1),17–21.
56. Lund, J.W. (2005) Basic principles of balneology and examples in the United States. In *Proceedings of the World Geothermal Congress 2005, Antalya, Turkey*, 24–29 April.
57. Lund, J.W. and Freeston, D.H. (2001) World-wide direct uses of geothermal energy 2000. *Geothermics* 30 (1), 29–68.
58. Lunt, N., and Carrera, P. (2010) Medical Tourism: assessing the evidence on treatment abroad, *Mauritius* 66, 27-32
59. Lunt, N., Hardey, M. and Mannion, R. (2010) Nip, tuck and click: medical tourism and the emergence of web-based health information. *The Open Medical Informatics Journal* 4, 1-11
60. Lunt, N., Smith, R.D., Exworthy, M., Green, S.T. Horsfall, D.G. and Mannion, R. (2011) Medical tourism: Treatment, Markets and Health system implications: a scooping review, *OECD*
61. March, R. and Woodside, A.G. (2005) *Tourism Behaviour: Travellers Decisions and Actions*. Wallingford: CABI.
62. Marktl, W. (2000) Wellness – Kur – Rehabilitation. Editorial. *Forschende Komplementärmedizin und Klassische Naturheilkunde* 7, 69–70.
63. McNeil, K.R., Edna J, & Ragins, E.J. (2005). Staying in the Spa Marketing Game: Trends, Challenges, Strategies and Techniques. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1): 31 39
64. Metodijeski, D., Taskov, N., Boskov, T., Filiposki, O., Temelkov, Z. (2012), *Mogućnosti razvoja termalnog turizma u Republici Makedoniji. IV Kongres banja sa međunarodnim učešćem, Vrnjačka Banja*.
65. Mihók, P., & Marčeková, R. (2022). Considerations on spa, spa tourism and some related terms definitions and positioning. *International Journal of Spa and Wellness*, 5(3), 320-329.
66. Milaković, B. B.,(1956), Fossilna flora iz neogenih naslaga kod Katlanova, jugoistočno od Skoplja. *Glasnik Prirod. Muzeja Srpske zemlje*, 6/2, Beograd, 147-157.

67. Moscardo, G., Prideaux, B. and Laws, E. (2006) Researching and managing tourism and hospitality service: Challenges and conclusions, In B. Prideaux, G. Moscardo and E. Laws (eds) *Managing Tourism and Hospitality Services*. Wallingford: CABI
68. Monteson, A. P. & Singer, J. (2004). Marketing a Resort based Spa. *Journal of Vacation Marketing*, 10(3): 282-287.
69. Mueller, H., & Kaufmann, E.L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7, 15-17.
70. Nakovski, D., Milenkovski, A., & Gjorgievski, M. (2016). Analysis of tourism indicators in function of tourist offer enrichment in Macedonia. *UTMS Journal of Economics*, 7(1), 97-108.
71. Panchal, Jenny H., (2012) *The Asian spa: a study of tourist motivations, “flow” and the benefits of spa experiences*. PhD thesis, James Cook University
72. Panchal, J. H. (2014). Perceived benefits of spa experiences: tourist insights from the blogosphere. *International Journal of Tourism Sciences*, 14(3), 47-69.
73. Pearce, P.L. and Benckendorff, P.J. (2006) Benchmarking, usable knowledge and tourist attractions. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 7, 29–52.
74. Pelegrín-Borondo, J., Araújo-Vila, N., & Fraiz-Brea, J. A. (2020, December). Comparison of Spa choice between wellness tourists and healthcare/medical tourists. In *Healthcare* (Vol. 8, No. 4, p. 544). MDPI.
75. Peterson G., Aslani P., Williams K.A. (2003) How do consumers search for and appraise information on medicines on the internet? A qualitative study using focus groups, *Journal of medical internet research*, 5
76. Puczkó, L., & Smith, M. (2009). *Health and spa tourism*. Oxford: Elsevier
77. Radoslavovъ M., (1941), *Vogomilъ Mineralnitъ izvori i bani vъ Makedonija i južno moravsko*. Sofija, , 11-15.
78. Reeves, R. (1961) *Reality in Advertising*. New York: Alfred A. Knopf
79. Reisman D., (2010), *Health tourism- Social welfare through international trade*, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 132-137

80. Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art, *Annals of Tourism Research*, Vol.38, 1225-1253
81. Rodriguez–Sanchez, C., Sancho-Esper, F., Casado-Díaz, A.B., & Sellers-Rubio, R. (2020) Understanding in-room water conservation behavior: The role of personal normative motives and hedonic motives in a mass tourism destination. *J. Destin. Mark. Manag.*, 18
82. Routh, H.B. and Bhowmik, K.R. (1996) Basic tenets of mineral water, a glossary of concepts relating to balneology, mineral water, and the spa. *Clinics in Dermatology* 14 (6), 551–554.
83. Schafer, E.H. (1956) The development of bathing customs in Ancient and Medieval China and the history of the Floriate Clear Palace. *Journal of the American Oriental Society* 76 (2), 57–82.
84. Sherifi, F., Koteski, C., & Qahili, P. (2022). Opportunities for development of spa tourism in Macedonia. *SocioBrains (online) Journal*, (90), 275-279.
85. Simkins, K.L. (1986) Physical therapy and Spa treatment. *Medical Anthropology Quarterly* 17 (5), 146–147.
86. Smith, C. and Jenner, P. (2000) Health tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst* 1, 41–59.
87. Smith, M. and Kelly, C. (2006) Wellness tourism. *Tourism Recreation Research* 31 (1), 1–4
88. Somkeatkun, W., & Wongsurawat, W. (2017). Perceptions of the spa industry: An importance performance analysis. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), 416-436.
89. Stanhope, J., Weinstein, P., & Cook, A. (2015). Health effects of natural spring waters: A protocol for systematic reviews with a regional case example. *J. Integr. Med.*, 13, 6.
90. Stefanović, V. (2017). Turističke potrebe kao determinant razvoja turizma, *Ekonomski signali*, 12(1):013- 019 3
91. Szromek, A. R., & Polok, G. (2022). A business model for spa tourism enterprises: transformation in a period of sustainable change and humanitarian crisis. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2), 72.

92. Todd, Maria K. (2011) Medical Tourism Facilitator's Handbook, Productivity press, New York, 9-13
- 93.19. Todd, Maria K. (2011) Handbook of medical tourism program development- developing globally integrated health systems, Productivity press, New York
94. Tomić, N., & Košić, K. (2020). Wellness Tourism: A Destination Perspective. *Tour. Manag. Perspect.*,36.
95. Tomka, D., Holodkov, V., & Andjelković, I. (2015). Quality of Life As a Travel Motivational Factors of Senior Tourists Results of Research in Novi Sad. *Informatologia*, 48(1 2), 62 70
96. Tsiftelidou, S., & Christodoulou, A. C. (2019). The semiotic history of thermal springs and their contribution to tourism development. In *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability: Fifth International Conference IACuDiT, Athens 2018* (pp. 249-260). Springer International Publishing.
97. Vanderbilt, S. (2002) Medical Spas: A journey full-circle. *Massage & Bodywork Magazine*, August/September
98. Verdel, H. and Pittler, A.P. (2003) *Kurbäder, Europa Erlesen*. Klagenfurt, Österreich: Wieser Verlag.
99. Walker, L. and Page, S.J. (2003) Risks, rights and responsibilities in tourist well-being: Who should manage visitor well-being at the destination? In J. Wilks and S. Page (eds) *Managing Tourist Health and Safety in the New Millennium* (pp. 215–236). London: Pergamon.
100. Weisz, G. (2011). Historical reflections on medical travel. *Anthropology and Medicine*, 18(1), 137-144.
101. White, G. (2000) Bath: A world heritage site – The Bath Spa project. *GHC Bulletin* 21 (3), 12–15.
102. World Health Organization (1999) *Annapolis Protocol, Health based monitoring of Recreational Waters: The Feasibility of a New Approach*. Geneva: WHO/SDE/WSH 99.1.
103. World Health Organization (2000) *The World Health Report 2000 – Health Systems: Improving Performance*. Geneva: WHO.

104. World Health Organization (2003) Guidelines for Safe Recreational Water Environments Volume 1: Coastal and Fresh Waters. Geneva: WHO.
105. World Tourism Organisation and European Travel Commission (2018), Exploring Health Tourism – Executive Summary, UNWTO, Madrid
106. Zakoski, I. (2021). Spa Tourism in the Republic of North Macedonia. International Journal of Multidisciplinary Research and Publications, 3 (11). pp. 13-15. ISSN 2581-6187
107. Čeperković J., & Čerović, S. (2023). Dynamics od SPA tourism statistics in selected countries of central and eastern Europe.,Vol. 70 No. 1 Economics of Agriculture, Belgrade
108. Ѓеоргиев, Д, (1997) Скопје од турското освојување до крајот на XVII век. ИНИ, Скопје.
109. Јаковлев, З. (2018). Основи на туризам, Штип
110. Јелачиќ д-р Алексије, Месеснел д-р Франц, Урошевиќ д-р Атанасије, (1937) водич крој Скопље и околинa. Градско поглаварство, Скопље.
111. Јовановиќ, П.С.,(1931): Релјеф Скопске котлине. Глас. Снд, књ. XI, св. 4, 62-116, Скопље.
112. Котевски, Ѓ., (1987): Хидрогеологија на минералните, термалните и термоминералните води на територијата на СРМ. Самоуправна практика,Скопје, 107-134.
113. Луковиќ, М., (1931): Геолошки састав и тектоника Скопске котлине и њеногобода. Гласник Снд, Одделенеприродних наука, књ. X, св. 4, 4-62, Скопље.
114. МАКСтат база на податоци на државен завод за статистика
115. Манаковиќ, Д. & Т. Андоновски, (1976), Хидро-спелеолошки испитувања на дел од Катлановскиот Рид. Географски разгледи, кн. 14, Скопје, 5-16.
116. Маријана Тошиќ (2017) Могуќности развоја бањског туризма у Републици Македонији, Ниш.
117. Министерство за здравство (2012) Национална стратегија за развој на здравствен туризам на Република Македонија за период од 2012-2018, Скопје

118. Михалиќ, С., (1964) Стручно мислење за минералните извори во Негорска Бања, 68 Завод за балнеологија и физикална терапија Негорски Бањи, Загреб.
119. Мицески Т., (2010) Здравствена статистика, УГД-Економски факултет, Штип стр.154-191
120. Несторовски, И. & А. Чипан, (1974), Појави на јаглен во реонот Катланово – Скопско и неговото значење. Годишен зборник на Географски Институт, кн. 20, св. 8, Скопје.
121. Панов, Н., (1995) Туристичка валоризација на Дебарското Езеро. Географски разгледи (30), стр.107-117, Скопје
122. Петревска Б.,Блажеска Д., (2020) Промотивни активности, Универзитет „Гоце Делчев“, -Штип
123. Радуловиќ, Р., (1966), Катлановска Бања, Скопје.
124. Салих Асим, (2005), Историја на Скопје и неговата околина. Музеј на град Скопје, Скопје.
125. Стојмилов, д-р Александар (1969), Географски разгледи, том 7, Скопје, 75-103.
126. Стојмилов, А., (1983), Катлановска Бања, туристичко-географски проучувања, Скопје 75-101.
127. Ташков, Н., Методијески, Д., (2014), Термален туризам, Штип
128. Ташков, Н., (2004) Туристички вредности на бањите во Република Македонија. Штип.
129. Турски документи за историјата на Македонскиот народ, (1983), Опширни пописни дефтери од XV век. ДАРМ, Скопје,.
130. Хаџи Васиљевиќ д-р Јован, (1930),Скопље и негова околина. Историска, етнографска и културно политичка излагања. Св. Сава, Београд.
131. Христов, С., (1964), Геологија на Скопската котлина и нејзиниот обод. Трудови на Геолошки завод, св. 11, 11-137, Скопје.
132. Цапа, Б., (2013) Улогата на туризмот во локалниот економски развој на општина Дебар. УКИМ, Економски институт, Скопје
133. <https://www.katlanovskaspa.com/>

134. <https://www.negorskibanji.com.mk/>
135. <https://carsamuil.com/>
136. <https://bdcapa.com/mk/4333-2/>
137. <http://makstat.stat.gov.mk/>
138. [http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat/MakStat_Tiriza
mUgostitel_Turizam](http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat/MakStat_Tiriza_mUgostitel_Turizam)
139. <https://globalwellnessinstitute.org/>
140. <https://www.statista.com/>
141. <https://www.booking.com/>

ПРИЛОЗИ

Прилог 1. Анкетен прашалник

Прва група прашања (демографски)

1. Пол
 - а) Машки
 - б) Женски
2. Во која возрастна група припаѓате
 - а) до 30 години
 - б) 30-45 години
 - в) 45-60 години
 - г) над 60 години
3. Кое е вашето занимање?
 - а) државна администрација
 - б) приватна администрација
 - в) услужни дејности
 - г) земјоделство, лов и риболов
 - д) градежништво, индустрија
 - ѓ) занаетчи
 - е) стручњаци и научници
 - ж) здравство
 - з) друго

Втора група прашања (за посета и престој во бањата)

4. Колку пати сте ја посетиле бањата?
 - а) првпат доаѓам
 - б) 2-5 пати
 - в) повеќе од 5 пати
5. Колку временски би престојувале во бањата?
 - а) едnodневна посета
 - б) 2-5 дена
 - в) од 6-10 дена
 - г) 10- 20 дена
 - д) повеќе од 20 дена
6. Кои услуги најмногу ви се потребни?
 - а) за лекување и релаксирање
 - б) само за релаксирање
 - в) спорт и рекреација
7. Доколку сте дојдени за лекување, која е основната причина/болест?
 - а) проблеми со коски и зглобови
 - б) срцеви болести

- в) болести со дишни патишта
- г) невролошки заболувања
- д) дигестивни болести
- ѓ) кожни болести
- е) уринарни болести
- ж) гинеколошки болести и неплодност

8. Покрај основната причина/болест за посета на бањата дали имате друг здравствен проблем?

- а) дали имате висок крвен притисок
- б) дали сте дијабетичар (шеќераш)
- в) дали сте алергични на gluten
- г) дали сте алергични на млеко и млечни производи
- д) дали имате проблеми со срцето
- ѓ) немам друг здравствен проблем

9. При избор на бања за Вас најважно е:

- а) близината до местото на живеење
- б) изгледот на бањата
- в) лековитоста на водата
- г) цената
- д) љубезноста на персоналот

10. Како се определивте токму за оваа бања?

- а) по препорака на доктор
- б) заради близина до местото на живеење
- в) цената
- г) изгледот на бањата

Трета група прашања (за задоволство/незадоволство на посетителите)

11. Колку сте задоволни од надворешниот изглед на бањата?

- а) незадоволни
- б) делумно задоволни
- в) задоволни
- г) целосно задоволни

12. Колку сте задоволни од внатрешниот изглед на бањата?

- а) незадоволни
- б) делумно задоволни
- в) задоволни
- г) целосно задоволни

13. Колку сте задоволни од СПА делот од бањата?

- а) незадоволни
- б) делумно задоволни
- в) задоволни
- г) целосно задоволни

14. Колку сте задоволни од терапијата?
- а) незадоволни
 - б) делумно задоволни
 - в) задоволни
 - г) целосно задоволни
15. Колку сте задоволни од односот на персоналот?
- а) незадоволни
 - б) делумно задоволни
 - в) задоволни
 - г) целосно задоволни
16. Колку сте задоволни од сместувањето во бањата?
- а) незадоволни
 - б) делумно задоволни
 - в) задоволни
 - г) целосно задоволни
17. Колку сте задоволни од хигиената во бањата?
- а) незадоволни
 - б) делумно задоволни
 - в) задоволни
 - г) целосно задоволни
18. Колку сте задоволни од исхраната во бањата?
- а) незадоволни
 - б) делумно задоволни
 - в) задоволни
 - г) целосно задоволни
19. Дали во бањата се подготвува посебна храна спрема вашите потреби/болести?
- а) да
 - б) не
20. Во исхрана дали има доволно овошје и свежи салати?
- а) да
 - б) не

Четврта група прашања (потенцијали за развој)

21. При рекламирање на бањата кои атрибути посебно ве привлекуваат?
- а) Лековитоста на водата
 - б) хотелското сместување и опкруженоста со природа
 - в) стручноста на вработените
 - г) исхраната

22. Колку за вас е важна добрата промотивна кампања?
а) воопшто не е важна
б) важна е, но не многу
в) многу ми е важна
23. Дали после доаѓање во бањата забележавте подобрување на здравствената состојба?
а) да, целосно подобрување
б) да, делумно подобрување
в) не
24. Дали би дошле повторно во бањата?
а) да, ќе дојдам сигурно
б) немам, не сум сигурен
в) не, не би дошол повторно
25. Дали би дошле во бањата и доколку немате никакви здравствени проблеми?
а) да
б) не
26. Дали би ја препорачале бањата на друг?
а) да
б) не
27. Што најмногу Ви се допадна од престојот во бањата?
а) водата
б) љубезноста на персоналот
в) терапијата
г) изгледот на бањата
д) исхраната
ѓ) се
28. Што би промениле во бањата?
а) собите/сместувањето
б) исхраната
в) персоналот
г) начинот на терапија
29. Дали за време на престојот имавте можности за додатни активности надвор од задолжителните терапии?
а) прошетка по трим патеки
б) спортски терени
в) билјард, пинг-понг маса
г) рекреативен базен
30. Дали престојот во бањата ги исполни вашите очекувања?
а) да
-

- б) не
- в) делумно

31. Дали сметате дека бањата има потенцијал за развој на здравствен туризам?

- а) да
- б) не
- в) не знам/не сум сигурен

Следните прашања се во врска со туристичките потреби од бањата, што вас како посетители во бањата ви е најпотребно?

Обележете на скала од 1 до 5, каде 1 е **не многу потребно**, 5 е **многу потребно**

Барање третман за медицинска состојба	1	2	3	4	5
Враќање на здравјето и виталноста	1	2	3	4	5
Подобрување на физичкиот изглед	1	2	3	4	5
Губење тежина	1	2	3	4	5
Олеснување на некои болки во телото	1	2	3	4	5
Одржување на целокупната здравствена состојба	1	2	3	4	5
Подобрување на целокупната здравствена состојба	1	2	3	4	5

Следната скала се однесува на бенефитите после СПА третманот

Обележете на скалата од 1 до 5, каде 1 = **целосно не се согласувам**, 5 = **целосно се согласувам**

После СПА третманот:

Се чувствував по релаксирано	1	2	3	4	5
Имав подобрување на физичкото здравје	1	2	3	4	5
Имав подобрување на менталното здравје	1	2	3	4	5
Се чувствував помладо и поенергично	1	2	3	4	5
Болките ми се намалија	1	2	3	4	5
Ми се подобри подвижноста	1	2	3	4	5

За крај, дали сметате дека има нешто важно да се напомене во врска со вашето искуство во бањата, а не било спомнато во прашалникот:
