

асистент СТЕЛИНА СПАСОВА
ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

**ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАНЕ В НЕДВИЖИМИ ИМОТИ ЗА
БАЛНЕОЛОГИЯ И СПА ТУРИЗЪМ**

**POTENTIAL FOR INVEST IN REAL ESTATE FOR BALNEOLOGY AND SPA
TOURISM**

Assist. Prof. STELINA SPASOVA
UNIVERSITY OF ECONOMICS – VARNA

Abstract: The report presents International practices in the field of investment in real estate for balneology and SPA tourism. There is compared development on investments in Bulgaria and other countries with developed SPA sector.

Key words: projects for balneology and SPA tourism, International practices, real estate investments.

Увод

През последните пет години в областта на балнеологията и СПА туризма у нас бяха направени инвестиции възлизащи на над 8 млрд. лв. Средствата бяха изразходвани за изграждане на съвременни, високо категорийни балнео и СПА центрове. Една част от тях получиха знаци за качество EUROPE SPA MED и EUROPE SPA WELLNESS на Европейската СПА асоциация, чийто единствен член за България е Българският съюз по балнеология и СПА туризъм.¹

Научният интерес към темата, произлиза от обстоятелството, че минералните извори са едно от най-големите природни богатства на България, което обаче не се използва пълноценно. Инвестициите в недвижими имоти за балнеология и СПА туризъм биха могли

¹ Експертите наричат лечебните минерални извори „бялото злато на България“. Те са разположени върху цялата територия на страната и включват над 600 естествени извора и над 370 сондажни, някои от които по състав се равняват с водите на най-известните световни балнеолечебни и калолечебни курорти.

да осигурят висока възвращаемост на инвеститорите, както и да допринесат за диверсифициране на туристическия продукт на страната ни.

Целта на автора на настоящата статия е да изследва добрите международни практики в областта на инвестициите в недвижими имоти за балнеология и СПА туризъм и на тази основа да даде препоръки за стимулиране на инвестициите и развитието на този сектор у нас.

1. Методика на изследване

През последните години в областта на икономиката все по-голямо приложението намира бенчмаркинга като метод за анализ и усъвършенстване на различни дейности, чрез сравнение с еталон и бенчмарка, като стандарт или отправна точка за сравнение.

За понятието „бенчмаркинг“ съществуват множество определения, като някои автори го определят като „една от многото управленски практики, насочени към подобряване на производителността и продуктивността на организацията специално в сравнение с техните конкуренти (Holloway и колеktiv, 1999), други

го разбират като „повишаване на организационната производителност, чрез учене от опита на другите” Камп (Camp, 1995), трети считат, че е „техника или инструмент за подобряване на производителността, чрез стремеж към достигане на най-добрите в съответния сектор” (Beadle and Searstone, 1995), които се приемат от автора.

Във връзка с изследване на инвестициите в недвижими имоти за балнеология и СПА туризъм се използва понятието „добри практики”, което може да се определи, като най-ефикасен (с най-малко усилия) и ефективен (най-добри резултати) начин за изпълнението на задача, базирана на повтарящи се процедури, доказани във времето пред широк кръг от хора (Иванов, 2012).

2. Състояние на инвестициите в недвижими имоти за балнеология и СПА туризъм в България

България е на второ място в Европа след Исландия по брой на минералните извори. В нашата страна има почти всички видове минерални води, които се срещат по света. Съчетанието от приятен климат, минерални води и красива природа са причина много хора да потърсят балнеолечебните курорти за ваканцията си като комбинират лечението с почивка и отдих.

По-известни балнеолечебни курорти у нас са: Велинград, Хисаря, Наречен, Вършец, Кюстендил, Костенец, Сапарева баня (с най-горещите минерални води), Сандански, София, Поморие, Павел баня. В наши дни, това богатство обуславя инвестициите в изграждането на нови имоти в СПА курорти и развитието им в модерни рехабилитационни или ваканционни комплекси.

Здравният туризъм е специализиран вид туризъм, който използва курортно-оздравителни ресурси и лечебни услуги в специализирана база за потребностите на лечението, профилактиката и здраво

словното възстановяване. Той се реализира чрез различни форми – медицински туризъм, балнеолечебен туризъм, климатоложки туризъм, СПА туризъм, климатоложки и балнео-профилактика, таласотерапия и др. Балнеолечебният туризъм е вид здра вен туризъм, при който основната цел е лечение или рекреация с минерални води. СПА туризмът от своя страна съчетава тава отдиha с възстановителни процеси (Михайлов, 2012).

Нашето мнение е, че като основни причини за развитие на балнеологията и СПА туризма в България могат да се посочат следните:

- ✓ България има ресурс за развитие на целогодишен туризъм;

- ✓ Съществуващата балнеолечебна база е остаряла и има нужда от инвестиции за реновация и модерно оборудване, за да може да отговаря на потенциала от минерални води в страната ни;

- ✓ Търсенето за СПА туризъм в България е нараснало 3 пъти за последните 5 години;

- ✓ През XIX-XX век балнеологията в България бележи голям напредък благодарение на комбинацията от многовековни традиции при използването на лечебните свойства на климата и минералните води, и трансфера на западноевропейски знания и технологии. Днес, инвестициите в съвременни балнеология, СПА и уелнес центрове в България са основани на дългогодишен научен опит, добрите международни практики и съвременните технологии;

- ✓ СПА туризмът заема 0, 25% от БВП на страната ни и второ място по привлечени чуждестранни туристи след морския туризъм у нас. За СПА и уелнес туризма данните са 39,4%, а за балнеолечебния туризъм 12,8% ръст на чуждестранните туристи.(www.noema.bg)

Посоченото показва, че балнеологията и СПА туризма се развиват в положителна насока, както в България,

така и по света. Инвестициите в тези недвижими имоти осигуряват по-висока възвращаемост спрямо други имоти, поради възможността от целогодишна заетост на активите.

Към момента СПА и уелнес услугите у нас се използват от над 150 хил. души годишно, и то при условие, че едва 5% от наличните минерални извори са каптирани и използвани за целите на балнеологията или СПА туризма.

През изминалата 2012 г. около 130 хил. чужденци са ползвали различни СПА процедури в морските и зимните ни курорти. В Западна Европа един на всеки 12 души ползва СПА процедури, докато в България съотношението е един на всеки 250 души.

Както е известно, под СПА дестинации се разбират такива, в които има минерална вода и тя се използва за балнеолечебни цели. Освен това, всяка дестинация е специализирана в лечението на различни заболявания, според типа на водата в дадения район.

В България има 25 СПА дестинации, в които има минерални находища и комплекси за настаняване и почивка. Най-много хотели има във Велинград, следват Хисаря, Девин и Сандански. В това отношение в Източна Европа първенството държат Чехия и Унгария с курортите Карлови Вари и езерото Хевиц. И двата курорта се отличават с лечебните свойства на минералните води и имат дългогодишни традиции в балнеолечението.

Други европейски страни с традиционно развит СПА туризъм са Герма

ния, Франция, Италия, Белгия и Великобритания. Към тях следва да прибавим и страните от Югоизточна Азия като Тайланд и Индонезия, които през последните години се утвърдиха с високите стандарти в областта на СПА и уелнес услугите.

СПА и балнеотуризмът са с цело годишна заетост и могат да увеличат възвръщаемостта на инвестициите. Въпреки това, все още най-голям относителен дял от легловата база в нашата страна е разположена по Черноморието – 56.8%, намираща се в 43.3% от хотелите в страната. На планинските комплекси се пада дял от 9.8%, на градските хотели във вътрешността на страната – 28.8%. В балнеолечебни комплекси и селища се намира едва 4.6% от легловата база в страната.

Констатира се тенденция на общ ръст на легловата база през последните години, докато броят на разкритите легла в балнеолечебните почивни домове постепенно намалява (вж. табл. 1). Най-голям размер на разкрити легла е бил достигнат в края на 90^{-те} години на миналия век, когато туризмът е бил приоритет на държавата и са се заделяли значителни инвестиции за недвижими имоти в областта на балнеологията. Тогава е бил най-голям броят и на почивните домове, предлагащи профилактика и лечение чрез ресурса на минералната вода. За 20 години почти 3 пъти е намалял броят на почивалите лица в тези курорти.

Таблица 1. Балнеолечебни почивни домове

Години	Почивни домове	Максимално разкрити легла		Почивали лица	Реализирани леглодни
		Общо	В т.ч. целогодишни		
1980	90	8521	6373	121 400	няма данни
1985	114	18 381	7410	269 080	3 357 392
1990	74	9267	5973	155 016	1 882 776
1995	46	4882	4374	78 381	696 558
1999	38	4305	3764	69 636	406 358

2000	30	4130	3770	57 753	328 284
2001	28	3145	2965	49 510	458 179
2002	20	2367	2367	37 258	272 887
2003	18	1231	1209	26 829	173 432
2004	19	1219	1209	52 934	204 840
2005	22	1527	1519	41 132	248 182

Източник: НСИ

По данни на НСИ за 2005 г. броят на балнеолечебните почивните домове, в т.ч. целогодишни е най-голям в Пловдивска област – 11. Общо за страната са разкрити 1527 легла. След тази година НСИ не публикува информация за броя на почивните домове в балнеолечебните ни курорти.

В четирите основни СПА дестинации в България – Велинград, Девин, Сандански и Хисаря има общо 52 хотела с минерална вода с обща леглова база от 4841 легла. Ако включим и всички останали хотели в тези дестинации леглата стават 9468 броя (вж. табл. 2).

Таблица 2. Леглова база в основните 4 СПА дестинации в България

Дестинация	Брой хотели с минерална вода	Леглова база	Леглова база в другите хотели	Общо брой легла
Велинград	20	1500	1600	3100
Сандански	10	1183	253	1436
Хисаря	12	1158	1374	2532
Девин	10	1000	1400	2400
Общо	52	4841	4627	9468

Източник: www.spa359.com

Търсенето надвишава многократно предлагането и, макар цените да са значително по-високи от тези в стандартните хотели, не се забелязва отлив на туристи. Това обяснява до голяма степен запълването на капацитет на хотелите при забележителното развитие на СПА туризма, за сметка на други сектори по време на криза. Напротив, интересът и инвестициите в тази област нарастват, в сравнение с изминалите години. За сравнение може да се посочи, че след като бе обявен за СПА столица на България, заетостта в хотелите във Велинград се е увеличила с над 35%.

Съвсем реални са перспективите за развитие на имотния пазар в районите със СПА и балнеолечебни ресурси. Проектите са свързани с превръщането на минералните бани, почивните бази и

станции в модерни и луксозни СПА комплекси и вилни селища.

Инвестициите при някои проекти за изграждане на туристически обекти могат да се измерват в милиони евро, макар че това зависи от площта на обекта, и от вида му (балнео-, СПА или уелнес център), видовете услуги, които предлага и съответното оборудване. За малки проекти, каквито бяха много от семейните хотели или жилищните кооперации, изградени по морето или в Банско, разходите за СПА оборудване могат да се окажат твърде големи, за да имат икономически смисъл. Туристическите обекти, които предлагат и допълнителни лечебни процедури, могат дори да потърсят финансиране на проектите си, чрез програми на европейските здравноосигурителни институции.

Възможностите за инвестиране в развитие на проекти за балнеология и СПА туризъм са най-общо в две посоки в зависимост от целите на туристите, а именно:

Първо, балнеолечението е ориентирано към терапията, профилактиката и предпазването от заболявания. За балнеолечението е задължително и наличието на природен ресурс - минерална вода или например лечебна кал. Центровете по балнеолечение трябва да отговарят на определени стандарти за големина, оборудване и специалисти и се контролират от Министерството на здравеопазването

Второ, при СПА и уелнес услугите целта е осигуряването на възможности за почивка на туристите от стреса и напрежението. При уелнес услугите към СПА съоръженията и процедурите се добавят и здравословно хранене и спорт. Строги изисквания за СПА центровете няма. Няма и задължение за наличието на лечебен ресурс, като минерална вода например. Все пак технолозите и консултантите на СПА проектите следват определени практики. Инвеститорите трябва да планират СПА центровете с помощта на консултанти още в първите фази от реализацията на проекта си, така че да избегнат грешките, които могат да допуснат, с минимални разходи.

Изложеното дава основание да направим извода, че в първия случай се лекуват пациенти, а във втория - почиват туристи. При СПА услугите към специализираните съоръжения и процедури се добавят и здравословно хранене и спорт. За балнеолечението е задължително и наличието на природен ресурс - минерална вода, кал и др.

3. Добри бизнес практики за инвестиране в балнеолечебни и СПА курорти

През последните години инвестициите в областта на балнеологията и СПА туризма нарастват с бързи темпове. Проучванията сочат, че за изграждането на добър СПА център инвестицията варира от 600 до 5000 евро на квадрат (www.nola7.com). Този туристически отрасъл е сравнително млад - едва на 20-ина години, но ръстът при него не може да се сравни с нито една друга сфера на удоволствията.

В българската СПА асоциация признават, че у нас все още не е правена никаква официална статистика нито за общия размер на инвестициите в СПА и уелнес, нито за оборота от сравнително новата услуга. Затова е трудно да бъде изградена концепцията за туризма като цяло, а в частност и за отделните отрасли, след като няма официални данни.

С увеличението на броя на потребителите на балнеолечебния туризъм се увеличава и нуждата от количество и качество на предлагането. Това е свързано с ново равнище на българския балнеолечебен туризъм, който се нуждае от значителни по размер инвестиции за създаване и обновление на туристическите обекти.

Първите стъпки в тази насока са свързани със създаването на Национална асоциация за СПА и уелнес туризъм в България (НАСТ), Българско сдружение за балнеология и СПА туризъм, Български съюз по балнеология и СПА туризъм, получаването на престижния сертификат на Европейската СПА асоциация от пет български хотела, както и стартиране на процеса по въвеждане на стандартите на ЕСПА.

СПА, уелнес и бизнес хотелите могат да бъдат само 4 и 5 звездни, предвиждат приетите от правителството изменения в Наредбата за категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения (ДВ, бр. 2 от 2005 г., посл. изм. ДВ бр. 93 от 2009 г.). В действащата нормативна

уредба липсваха конкретни изисквания, отразяващи спецификата на отделните видове хотели. За първи път се дава точна дефиниция на бизнес-хотел. Също така е посочено какво трябва да предлага един хотел, за да получи категорията „СПА” или „балнеохотел”.

В нашата страна няма официална статистика за размера на инвестициите в туризма, и в частност балнеологията и СПА туризма. Биха могли да се посочат някои конкретни проекти от последните години в тази област и размера на вложените в тях инвестиции, като например:

✓ Съвместен проект на Община Кюстендил и Военно Медицинска Академия – София предвижда построяването на балнеолечебен

здравен център в града. Средствата са осигурени с облигационен заем, чиято стойност е 6.5 милиона евро;

✓ ФеърПлей Пропъртис АДСИЦ придоби 62 743 кв.м в землището на гр. Сапарева баня. Стойността на недвижимите имоти е 4.5 млн.лв. Върху тях ще бъдат развивани нови проекти в две направления – ваканционни комплекси и балнео-рехабилитационни центрове;

✓ Собственикът на СПА хотел "Хисар" инвестира 5 млн.лв. в строителството на ново крило. Разширението от 5 хил. кв.м включва 60 стаи и апартаменти, боулинг зала, открит тенис корт и нов уелнес център. Четири звездният хотел се превръща в един от най-големите СПА комплекси във вътрешността на страната.

Таблица 3. Преки чуждестранни инвестиции в предприятията от нефинансовия сектор по икономически дейности

(хил.евро)

Икономически дейности	2008	2009	2010	2011
Хотелиерство и ресторантьорство	360 027,2	405 378,5	484 369,7	585 567,9
Общо за страната	19 185 002,9	20 441 581,2	22 114 446,3	21 643 244,9

Източник: НСИ

У нас размерът на преките чуждестранни инвестиции за периода януари-август 2012 година е 873 млн. евро (www.bnб.bg). Нетните приходи от туризъм намаляват с 8,5 млн. евро на годишна база, след като приходите от чужди туристи се увеличават с 13 млн. евро., но разходите на българите при пътуванията им в чужбина нарастват с 21,3 млн. евро. Текущата сметка през август 2012 г. е положителна в размер на 579 млн. евро, което е с 5 млн. евро по-малко от същия месец на миналата година. Цялото положително салдо се дължи на приходите от услуги, които са нетно за 608 млн. евро през август 2012 г., като 494 млн. евро от тях се дължат на туризма.

В страните от Европейския съюз, при тежаваци минерални ресурси, водеща роля и отговорност в разработването и

управлението на териториалния потенциал от минерални води и земна топлина имат съответните общини и териториални общности. Над 90% от водолечебно - оздравителните (СПА) центрове и предприятията на бутилиращата промишленост в Италия се развиват и управляват от сдружения на стопански субекти, създадени със закрила и участие на съответните общини. Сходна е законодателната уредба и практика във Франция, Германия, Испания, Унгария и други богати на минерални води и геотермална енергия страни.

Потребността на хората, които обичат да се грижат за тялото си, се е превърнала в бизнес за около 300 млрд. евро годишно по целия свят. Само в Германия годишният оборот от СПА процедури е достигнал 40 млрд. евро. За Америка той е почти 60 млрд. евро. В

Унгария това е един от най-бързо развиващи се видове туризъм, който се подкрепя от инвестиции за преоборудване и модернизирани на съществуващата база.

В Гърция, където над 15% от БВП идва от туризма, засиленият интерес на чужденците да инвестират в недвижими имоти в този бранш е напълно естествено. Една от последните инвестиции в тази област, насочена към по-пълноценното използване на забележителностите в гръцката столица е на американския гигант Ralph Appelbaum Associates. Бюджетът на проекта варира между 1,46 млрд. и 4,38 млрд. евро, а капиталите ще дойдат главно от чуждестранни фондове. Ползите за Гърция се изчисляват на приходи в размер на 2,08 млрд. до 6,12 млрд. евро до края на 2020 и създаването на 5840-17180 нови работни места за същия период от време, в зависимост от инвестиционния план, който ще бъде избран (www.grreporter.info).

По време на изложението "Термали" в Париж Ерван Мадек, президент на корпорацията "Талго", разкрива идеята за изграждането на успешния бизнес (www.monitor.bg). Френският гигант "Талго" е сред най-големите в света компании, които се занимават с всички аспекти на изграждането, функционирането, поддръжката на СПА и уелнес центрове, както и с набавянето на специализирана козметика за СПА центрове. "Талго" вече стъпи и в България и дори проявява интерес към разработване на Централната софийска баня.

В Будапеща например "Талго" е възстановило една от най-старите бани на града, строена през XII в. от Омар паша. На площ от 4500 кв.м СПА центърът е със стъклени подове, под който се вижда останалата от 8 века настилка. Идеята на компанията е да свърже един СПА център с духа на мястото, с историята на страната. Когато обвържем СПА центровете с

нашите традиции, с траките, с киселото мляко, с кукерите, с историята, концепцията ще бъде завършена. Но за да се постигне максимална възвръщаемост от инвестициите, най-важно е освен перфектните центрове да се предлагат и перфектни хотелски услуги и отлично организирани условия в съответната дестинация. Освен че всеки СПА център трябва да се намира на "точното" място, отличният център е само част от палитрата на пълния набор туристически услуги. Сами по себе си СПА услугите няма да превърнат България в елитна туристическа дестинация. За крайния клиент всичко започва с обслужването. Много са стан дартите в тази сфера и изпълне нието им изисква сериозни инвестиции и прецизна изработка. Качествен СПА център не се строи за няколко месеца, защото стандартите за строителството не го позволяват.

Засега от "Талго" са разработили един СПА център в Банско и са го сертифицирали за работа по утвърдени стандарти. Собствениците са инвестирали около 90 хил. евро, за да постигнат отличен краен резултат. Според компанията това е нормална по размер инвестиция, но като цяло в страната ни все още липсва методология на този бизнес.

В СПА център "Краун плаза" в Близкия Изток например, на площ от 2540 кв. м инвестицията е от 5000 евро на кв.м. В Минск в момента се завършва строежът на друг "Краун плаза", в който СПА центърът е разположен на два етажа на 1600 кв. м и цената е около 3 хил. евро кв.м. Там основни потребители са много богатите руснаци.

Най-добрият медицински клъстер в света е в Тайланд. В тази страна през 2004 г. се прие национална сертификационна система, за която отговаря Министерството на образованието. Първи се сертифицират хотелите със СПА центрове, а впоследствие и дневните СПА, чийто брой значително нараства. В

основата на обучението на специалисти за СПА индустрията е залегнало взаимодействието на три държавни структури - Министерството на образованието, Министерството на здравето и Министерството на труда, с които асоциацията работи в тясно взаимно действие (www.bulgaria-news.bg)

Сравнението с добрите бизнес практики в областта на СПА индустрията показва, че България се нуждае от изграждане на нов, обединен икономически и стопански сектор: балнеология и оздравителен туризъм. Страната ни изпитва остра нужда от свой собствен инфраструктурен модел на балнеологията и оздравителния туризъм като стопански сектор. Той би могъл да има два важни елемента: национален – с обща единна идея за страната и индивидуален, касаещ всеки природен източник, зависещ от особеността на природните богатства, техните специфични и индивидуални качества, дебата на изворите и вида на тяхната собственост – държавна или частна.

Дори и днес, когато всички ние сме изправени пред предизвикателствата на икономическа криза, собствениците на недвижими имоти в сектора на СПА туризма в България очакват увеличение на доходността от инвестициите си през тази година.

Финансовата и икономическа криза има специфично отражение в контекста на СПА пазара: при вече създадените СПА центрове и изградени комплекси в действителност криза няма, тъй като потреблението на европейския пазар не само не е намаляло, а се е увеличило. В същото време обаче, с намаляването на инвестициите в цял свят, се бавят и множество проекти за изграждане на СПА центрове и съоръжения. Съществуващите СПА центрове от своя страна - тъй като имат ресурсен капитал, го реинвестират в доразвиване на бизнеса.

Заклучение

Направеното изследване дава основание да посочим следните изводи и препоръки:

✓ Необходимо е създаване на национален инвестиционен фонд за развитие на балнеологията и оздравителен туризъм на територията на страната. Той ще насочи в правилна посока инвестициите за обновяване на старите балнеолечебни бази, както и строителството на нови по конкретни проекти;

✓ В страните с развит здравен туризъм се инвестира в преоборудване и модернизация на съществуващата база, а отговорността за разработване и управление на потенциала от минерални извори е на съответните общини;

✓ От икономическа гледна точка, получаването на европейски сертификат за качество¹ от хотелите ще доведе до ръст на инвестициите, насочени към изграждане на балнеокомплекси, а това от своя страна, ще се отрази и върху подобряване на цялостната инфраструктура на съответните райони, както и до повишаване качеството на услугите;

✓ Необходимо е поддържането на актуална официална статистика за размера на инвестициите в балнеология и СПА туризъм от страна на НСИ;

✓ Нужна е също така актуална информация за оборота от тези услуги на база, на която инвеститорите да преценят възвращаемостта на вложенията от тях средства.

¹ това от своя страна изисква още при проектирането и изграждането да се спазват определени изисквания, в съответствие с българското и европейското законодателство

Използвана литература

1. Иванов, И., Добри практики в образованието, Годишник на ШУ „Еп. Константин Преславски”, Шумен, 2012
2. Михайлов, М., Здравен туризъм – профилактични и терапевтични аспекти, София: НБУ, 2012
3. Наредба за категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. В сила от 07.01.2005 г. Приета с ПМС № 357 от 27.12.2004 г. , посл. изм. ДВ. бр.93 от 24 Ноември 2009г.
4. Beadle I., Searstone K., An investigation into the use of benchmarking within quality programmes, in Total Quality Management: Proceedings of the First World Congress, ed. Kanji G. K., Chapman & Hall, London, 1995
5. Camp R. C., Business Process Benchmarking: Finding and Implementing Best Practices, ASQC Quality Press, Milwaukee, Wisconsin, 1995
6. Holloway J., Francis G., Hinton M., A vehicle for change? A case study of performance improvement in the “new” public sector, The International Journal of public Sector Management, 1999
7. www.nsi.bg – официален сайт на Национален статистически институт
8. www.bnb.bg – официален сайт на БНБ
9. www.espa-ehv.eu – официален сайт на Европейската СПА асоциация
10. www.bubspra.org – официален сайт на Българският съюз по балнеология и СПА туризъм
11. www.nola7.com – сайт на „Нола7” – българска компания в областта на проектирането и реализацията на сложни съоръжения като басейни, аквапаркове и СПА центрове
12. www.ноема.bg – сайт на „Ноема” – българска компания за маркетингови изследвания
13. www.spa359.com – сайт за СПА туризма в България
14. www.monitor.bg – сайт на в-к „Монитор”
15. www.bulgaria-news.bg – сайт с новини от България
16. www.greporter.info – сайт с новини от Гърция