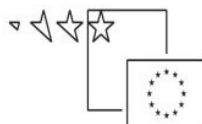




REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

UVOD V WELLNESS TURIZEM

RUDI RUMBAK

Višješolski strokovni program: Gostinstvo in turizem
Učbenik: Uvod v wellness turizem
Gradivo za 2. letnik

Avtor:

mag. Rudi Rumbak, univ. dipl. ekon.
Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Maribor



VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ZA GOSTINSTVO IN TURIZEM MARIBOR

Strokovna recenzentka:

Ivica Flis Smaka, dr. med., spec. fizikalne medicine in rehabilitacije, wellness svetovalec

Lektorica:

mag. Gordana Banjanin, prof. angl.j. s knji., slov. j. s knji.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

338.48-6:615.8(075.8)(0.034.2)

RUMBAK, Rudi
 Uvod v wellness turizem [Elektronski vir] : gradivo za 2. letnik
 / Rudi Rumbak. - El. knjiga. - Ljubljana : Zavod IRC, 2010. -
 (Višješolski strokovni program Gostinstvo in turizem / Zavod IRC)

Način dostopa (URL) : [http://www.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/
Uvod_v_wellness_turizem-Rumbak.pdf](http://www.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Uvod_v_wellness_turizem-Rumbak.pdf). - Projekt Impletum

ISBN 978-961-6824-46-0
251899136

Izdajatelj: Konzorcij višjih strokovnih šol za izvedbo projekta IMPLETUM

Založnik: Zavod IRC, Ljubljana.

Ljubljana, 2010

Strokovni svet RS za poklicno in strokovno izobraževanje je na svoji 124. seji dne 9. 7. 2010 na podlagi 26. člena Zakona o organizaciji in financiranju vzgoje in izobraževanja (Ur. l. RS, št. 16/07-ZOFVI-UPB5, 36/08 in 58/09) sprejel sklep št. 01301-4/2010/11 -2 o potrditvi tega učbenika za uporabo v višješolskem izobraževanju.

© Avtorske pravice ima Ministrstvo za šolstvo in šport Republike Slovenije.

Gradivo je sofinancirano iz sredstev projekta Impletum 'Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008-11'.

Projekt oz. operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007-2013, razvojne prioritete 'Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja' in prednostne usmeritve 'Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja'.

Vsebina tega dokumenta v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino dokumenta nosi avtor.

KAZALO VSEBINE

PREDGOVOR	3
1 WELLNESS	5
1.1 OD KOD IZVIRA WELLNESS?.....	5
1.1.1 Razumevanje wellnessa v ZDA.....	6
1.1.2 Razumevanje wellnessa v Evropi.....	9
1.2 WELLNESS KOT ODNOS DO ZDRAVJA IN TURIZMA.....	9
1.2.1 Harmonija telesa, uma in duše.....	10
1.2.2 Pripravljenost na spremembe.....	11
1.2.3 Življenjska filozofija.....	11
1.2.4 Zavestna odločitev za spremembe.....	12
2 WELLNESS KOT OBLIKA ZDRAVSTVENEGA TURIZMA	15
2.1 ZDRAVSTVENI TURIZEM.....	15
2.2 POMEN ZDRAVJA ZA TURIZEM.....	16
2.3 VRSTE ZDRAVSTVENEGA TURIZMA.....	20
2.3.1 Zdravstveno-preventivni turizem.....	21
2.3.2 Zdravstveni wellness turizem.....	21
2.3.3 Zdravstveno-medicinsko orientiran turizem.....	21
2.4 ZNAČILNOSTI ZDRAVSTVENEGA TURIZMA.....	22
2.4.1 Razlike v povpraševanju turistov.....	23
2.4.2 Razlike v motivih gostov.....	23
2.4.3 Delež zdravstvenega turizma v turističnem prometu.....	25
2.5 MEDICINSKI WELLNESS.....	26
2.5.1 <i>Medical wellness</i> – novost v wellness turizmu.....	26
2.5.2 Medicinski wellness in zdravje.....	27
2.5.3 Medicinski wellness v Sloveniji.....	28
3 WELLNESS TURIZEM	29
3.1 MOŽNOSTI ZA UVELJAVITEV WELLNESS TURIZMA.....	30
3.2 WELLNESS KOT TURIZEM VIŠJE KAKOVOSTI.....	31
3.2.1 Kakovost hotelskih storitev.....	31
3.2.2 Motivi za izbiro wellness hotela.....	32
3.2.3 Kakovost slovenskih hotelskih wellness turističnih ponudnikov.....	33
3.2.4 Obravnava kakovosti kot razkorak med pričakovanji in realizirano zaznavo.....	34
3.3 ZDRUŽENJA ZA WELLNESS.....	35
3.3.1 Best health Austria.....	35
3.3.2 Alpski wellness.....	35
3.3.3 Wellness Verband Deutschland.....	36
3.3.4 Deutscher Medical Wellness Verband.....	37
3.4 OKVIRI RAZVOJA WELLNESS TURIZMA.....	38
3.4.1 Wellness kot družbeni fenomen.....	38
3.4.2 Izpostavljena lepota telesa.....	39
3.4.3 Izpostavljeno zdravje.....	39
3.4.4 Izpostavljeno telesno in duševno zadovoljstvo.....	41
3.4.5 Izpostavljeno potrošništvo.....	41
3.4.6 Izpostavljen mladostni videz.....	41
4 ZNAČILNOSTI WELLNESS TURIZMA	44
4.1 WELLNESS TURIST.....	44
4.1.1 Interes wellness turistov.....	44
4.1.2 Socio-demografske značilnosti turistov v wellnesu.....	45
4.2 PONUDBA WELLNESSA.....	46
4.2.1 Elementi ponudbe wellnessa.....	46
4.2.2 Elementi wellnessa v turistični ponudbi.....	47
4.2.3 Minimalni standardi ponudbe wellnessa.....	48
4.3 ZAPOSLENI V WELLNESS TURIZMU.....	50
4.3.1 Novi kadrovski profil.....	50
4.3.2 Odnos delodajalca do zaposlenega v wellness turizmu.....	51
5 ZDRAVSTVENO-PREVENTIVNI IN REHABILITACIJSKI TURIZEM	56
5.1 ZDRAVILIŠKI IN SPA TURIZEM.....	56
5.1.1 Razlika med spa in zdraviliščem.....	56
5.1.2 Naravni zdravilni dejavniki.....	57

5.1.3	Vrste zdraviliške turistične ponudbe.....	59
5.1.4	Postopek oblikovanja zdraviliške ponudbe.....	61
5.1.5	Slovenska zdravilišča	62
5.2	AJURVEDA.....	63
5.2.1	Ajurvedska medicina.....	63
5.2.2	Ajurveda in turizem.....	64
5.2.3	Čakre	65
5.3	TRADICIONALNA KITAJSKA IN TIBETANSKA MEDICINA	66
5.3.1	Tradicionalna kitajska medicina	66
5.3.2	Tradicionalna tibetanska medicina	67
6	LITERATURA	70

PREDGOVOR

Wellness turizem se je pričel uspešneje uveljavljati v slovenskem turizmu v zadnjem desetletju, v evropskem prostoru predvsem med turistični ponudniki na germanskem govornem področju pa že kakšno desetletje prej. Wellness se je kot filozofija zdravega načina življenja pričel uveljavljati v ZDA sredi šestdesetih in sedemdesetih let prejšnjega stoletja, šele v evropskem prostoru pa je wellness pridobil predvsem turistični pridih. V Sloveniji so wellness med prvimi povzela zdravilišča, zato lahko pogosto zasledimo mešanje pojmov, kot so zdravstveni turizem, zdraviliški turizem, spa turizem in wellness turizem. V tem gradivu bomo uporabljali pojem wellness turizem v izvorni obliki (četudi se že uporabljata tudi obliki wellneški in velneški turizem).

Začetniki wellnesa so bili v ZDA zdravniki, predvsem dr. Dunn, pri nas pa lahko opazimo določeno distanco »uradne« medicine in zdravnikov do wellnesa. Zato se v wellness turizmu poudarja bolj kot turizem dobrega počutja, ki izpostavlja bolj kratkoročne učinke na počutje, povezano z zdravjem. Hkrati wellness dopušča uporabo metod in tehnik zdravljenja iz ljudskih medicin Daljnega vzhoda, predvsem Indije, Kitajske in Tibeta, obujanje starodavnih izkušenj glede ugodnega vpliva dreves, mineralov, zvokov, barv in položajev nebesnih teles na počutje ljudi, kar se uvršča med ezoteriko in alternativne metode zdravljenja.

Za evropski prostor je značilna večstoletna tradicija zdraviliškega turizma, ki se obravnava kot naturopatija (zdravilne vode, masaže, zelišča, zdrava prehrana, gibanje oziroma telesne vaje), zdraviliški turizem pa v slovenskem turizmu predstavlja najpomembnejši segment turizma. Vendar je zdravstveni turizem širši pojem, kot sta to zdraviliški ali pa wellness turizem. Pri pripravi tega gradiva za študij wellness turizma na višjih strokovnih šolah za gostinstvo in turizem smo zato izhajali iz predpostavke, da je za študente poleg širine znanja o zdravstvenem turizmu in wellnesu pomembna seznanitev s specifičnimi znanji, ki se navezujejo na wellness. Raziskave pri naših severnih sosedih namreč kažejo, da si največji delež turistov pod pojmom wellness predstavlja nekaj, kar je povezano z zdravo prehrano. Letošnja raziskava Evrobarometra o dopustniških motivih pa kaže, da so se turisti med dopustom najprej pripravljani odpovedati storitvam wellnesa, ki se navezujejo na dobro počutje, medtem ko storitve, ki se navezujejo na zdravje, ostajajo kljub krizi med motivi za dopust visoko uvrščene.

mag. Rudi Rumbak, dipl.oec.

1 WELLNESS

Wellness se že dve desetletji uspešno uveljavlja v evropskem turizmu in je po zadnjih podatkih po pomenu že izenačen z zdraviliškim turizmom, ki predstavlja posebno obliko zdravstvenega turizma v evropskem prostoru. Ker ZDA, od koder izvira wellness, nimajo razvite tradicije zdraviliškega turizma, so tam filozofijo wellnessa najprej prevzeli lepotilni centri, kozmetična industrija in prehrabena industrija, spa centri še nekoliko kasneje.

Za razumevanje wellness turizma je pomembno ločevanje in hkratno razumevanje različnih »obrazov« wellnessa. Na trgu wellness turizma prihaja namreč do različnih oblik ponudbe, prav tako pa tudi do razlik v povpraševanju, saj pogosto ni jasno, kakšno obliko ponudbe imata v mislih ponudnik storitev in turist. Na trgu je prišlo zaradi tega že do določenega nasičenja, zato se nekateri ponudniki zdravstvenega turizma ponovno opredeljujejo kot spa ponudniki oziroma bolj poudarjajo termalni vidik ponudbe.

Zato smo posebej izpostavili ameriški in evropski vidik obravnave wellnessa, prav tako pa različne vidike odnosa wellnessa do zdravja, ki so nato v naslednjem poglavju bolj podrobno opredeljeni s prikazom različnih oblik zdravstvenega turizma. Od pravilnega razumevanja wellnessa je namreč odvisno tudi bolj ustrezno razumevanje posameznih oblik zdravstvenega turizma.

Nikakor se namreč ne moremo strinjati z razmišljanjem, ki se vse bolj uveljavlja, da wellness turizem ni uresničil napovedi in pričakovanja turistov. V evropskem prostoru je namreč pripomogel h kakovostnemu premiku oziroma do poenotenja različnega razumevanja zdraviliškega in medicinskega rehabilitacijskega turizma, kar je številnim ponudnikom zdravstvenega turizma omogočilo obstoj in nadaljnji razvoj.

1.1 OD KOD IZVIRA WELLNESS?

Wellness je zadnje desetletje veljal za najhitrejše razvijajočo se zvrst turistične ponudbe v evropskem prostoru, zato je bil poimenovan kot "megatrend". Rast ponudbe in povpraševanja sta na letnem nivoju dosegala dvomestne številke, vendar se je ta rast v zadnjih letih upočasnila, tako da lahko govorimo že o stagnaciji v razvoju te zvrsti turistične ponudbe. Pa vendar si danes težko predstavljamo novo investicijo v namestitvene zmogljivosti brez dodatne wellness, spa oziroma zdraviliške ponudbe, ki se v Sloveniji popularno imenuje »terme«, saj gosti posvečajo zdravju in dopustniškim oblikam povezanim z zdravjem vedno več pozornosti.

Če se je še pred nekaj leti zdravstveni turizem nanašal predvsem na zdraviliški turizem, lahko danes ugotovljamo, da wellness in zdraviliški turizem dosegata že približno enak delež v strukturi turističnega povpraševanja. Predvidevanja, da bo wellness turizem v celoti nadomestil zdraviliški turizem, pa se niso uresničila. Wellness turizem postaja vse bolj zvrst turistične ponudbe, ki je usmerjena v dobro počutje gostov, njihovo razvajanje in sproščanje, v skrb za zunanji videz in ugodje gostov. Pri tem zasleduje bolj kratkoročne učinke za zdravje in omogoča bolj pasiven odnos do zdravja, kar pa je delno v nasprotju s filozofijo wellnessa.

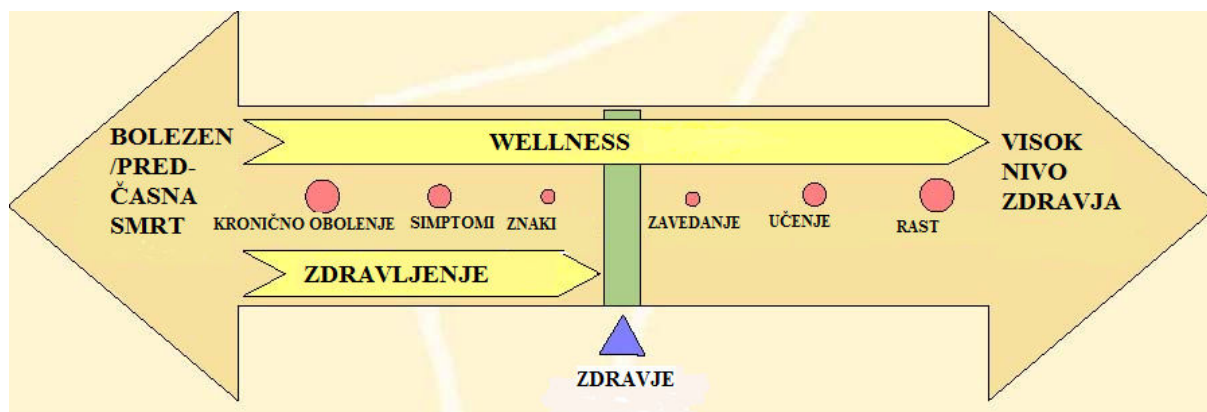
Zaradi takšne vsebine turistične ponudbe wellnessa, ki postaja vse bolj prevladujoča, bi lahko študent pridobil napačno stališče do wellnessa. Pomeni namreč zdrav način življenja, ki na prvo mesto postavlja lastno odgovornost posameznika za svoje zdravje, nudi napotke za bolj zdrav način življenja ter obravnava zdravje iz holističnega vidika kot ravnovesje med telesom, umom in duševnostjo. Wellness kot filozofija zdravega načina življenja se je razvil na osnovi dognanj ameriških družinskih zdravnikov glede vpliva napačnega življenjskega sloga ter zdravju škodljivih življenjskih navad in razvad na številna kronična obolenja, ki so hkrati postala tipične bolezni sodobnega človeka. Prehranjujemo se z industrijsko predelano hrano in spijemo vse več vode iz plastenk, telesne aktivnosti in gibanje smo omejili na minimum, živimo v stresnem in hitrem življenjskem ritmu, zaslužek pa je postal glavni motiv naših prizadevanj. Sodobna medicina nam omogoča dvakrat daljšo življenjsko dobo, kot je bila v povprečju pri Rimljanih, hkrati pa so razlogi za umrljivost čisto drugačni, kot so bili še pred sto leti.

Za wellness goste bi lahko rekli, da so bolj razgledani in informirani glede ponudbe, zato so morebiti tudi njihova pričakovanja nekoliko drugačna. To pa hkrati pomeni, da pričakujejo od sogovornika določen nivo poznavanja vsebine wellness ponudbe, zdrave prehrane, zdravega okolja in bolj osebne obravnave. Vsega tega pa šola ne more naučiti, zato je uspešnost dela v praksi v prvi vrsti odvisna od študentove naklonjenosti wellnessu.

1.1.1 Razumevanje wellnessa v ZDA

Za začetnika oziroma očeta wellnessa, kot ga razumemo danes, velja ameriški zdravnik, ki je opravljal uradniške funkcije, povezane z javno zdravstveno statistiko, dr. Halbert L. Dunn (1896 – 1975), ki je leta 1961 objavil knjigo z naslovom *High Level Wellness*. V tej knjigi je zbral nasvete za zdrav življenjski slog, ki so jih do takrat zastopali različni avtorji. Dunn je wellness definiriral kot celovito metodo delovanja posameznika, usmerjeno na sposobnosti samozdravljenja v okviru pogojev, ki mu jih nudi njegovo življenjsko okolje.

Prvi wellness center v ZDA je leta 1975 odprl dr. John Travis, ki ga je na osnovi Dunnove zasnove wellnessa v svoji knjigi opisal dr. Don B. Ardell, ki je razvil enega najbolj znanih modelov wellnessa (zdrava prehrana, telesni fitness, duševne aktivnosti, sprostitvev in okoljska senzibilnost).



Slika 1: Model wellnessa oziroma postopka zdravljenja

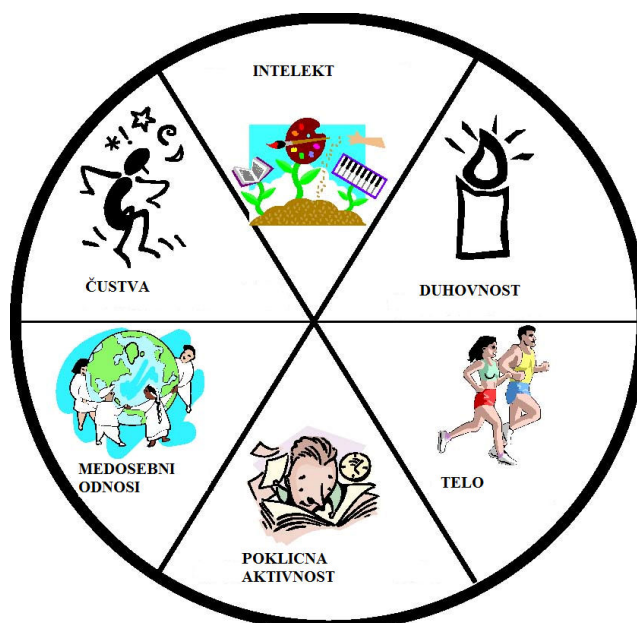
Vir: Prirejeno po: http://www.reded.at/bilder/d13/Medical_Wellness.pdf (10.4.2010)

Ardel je priporočal, da naj bodo študenti wellnessa berejo originalna dela o wellnessu, ki jih je napisal Dunn, enako kot semeniščniki berejo Biblijo. Kot zdravstveni statistik je wellness obravnaval na različnih ravneh glede na njegov vpliv na preprečevanje bolezni. Zagovarjal je stališče, da bi zdravniki, ki poznajo wellness, lahko pravočasno predlagali ukrepe za preprečevanje obolenj, ki so posledica nizke ravni "wellnessa". Zato se je zavzemal za visoko raven "wellnessa", ki bi lahko zagotavljal zdravje in s tem odpravil nevarnosti obolenj.

Dunn je v petdesetih letih prejšnjega stoletja ugotavljal vpliv demografskih sprememb na zdravstveno stanje prebivalstva. Kot velik izziv za starejša leta je obravnaval vprašanje, kako starejše ljudi ohraniti čim dlje zdrave, da bodo sposobni za aktivno prilagajanje na spremembe v družbi in dostojno življenje.

Dunn je kot wellness na višji ravni razumel takšno zdravstveno stanje, ki omogoča harmonijo med telesom, razumom in dušo (*body : mind : spirit*). Najpomembnejši elementi za to so lastna odgovornost, gibanje oziroma fitness, skrb za telo in nega telesa, zdrava prehrana, aktivnosti, povezane s sproščanjem, miselne aktivnosti oziroma trening možganov, senzibilnost do okolja ter razvijanje ustreznih medsebojnih oziroma socialnih odnosov.

Dunnovi predlogi so v ameriškem pristopu k razumevanju vprašanja zdravja vnesli nove elemente, ki dejansko niti niso bili novi. Že Hipokrat je v četrtem stoletju pred našim štetjem svetoval zmernost v vsem, dihanje čistega zraka, vsakodnevno telesno higieno in telesno vadbo, hladno glavo in tople noge ter pri zdravljenju manjših bolečin raje priporočal post kot pa zdravila. Podoben pristop k zdravju zagovarjata tudi najstarejša veda o zdravju ajurveda in tradicionalna kitajska medicina, v evropskem prostoru in ljudski medicini pa so se že dolgo pred pojavom wellnessa uveljavile ideje o zdravju, ki sta jih je zastopala Kneipp ter evropska naturopatija (kopeli, zdrava prehrana, gibanje, masaže, zelišča).



Slika 2: Šest dimenzij wellnessa

Vir: http://www.scopexcel.com/scope_studies/aging_the_possibilities/meeting_summaries/resources_assembly_six_dimensions_of_wellness.pdf (10. 4. 2010)

Hitro uveljavljanje wellnesa kot filozofije zdravega načina življenja za ohranjanje zdravja, kjer je zdravje nasprotni pol boleznim, iz česar izhaja slavljenje zdravja, večne mladosti ter sposobnosti telesa po samoozdravitvi, je sovpadalo tudi z družbenimi spremembami in vrenji konec preteklega stoletja. T.i. povojna "baby-boom generacija" je odraščala v drugačnih razmerah kot njihovi starši, zastopala je drugačne vrednote, privlačilo jo je vse, kar je dišalo po Daljnem vzhodu, ezoteriki, mistiki in bilo povezano z gibanjem *new age*.

Dejansko prvi zapis besede »wealnesse« izviraja iz leta 1654, in sicer iz pisma lorda Waristona v obliki zahvale, ker njegova hči ni več bolna. *Wealnesse* so že takrat razumeli kot stanje nasprotno boleznim oziroma kot stanje dobrega počutja. Od takšnega tolmačenja wellnesa do turizma dobrega počutja, kar naj bi bil wellness turizem, pa je le korak.

V ZDA se še danes wellness navezuje predvsem na vprašanja, povezana z zdravim načinom življenja in na nasvete za izogibanje takšnim navadam in razvadam, ki vplivajo na nastajanje različnih predvsem kroničnih boleznim. Wellness razumejo predvsem kot promocijo zdravega načina življenja, šele v evropskem prostoru pa je wellness pridobil turistični navdih.

Pri tem je potrebno upoštevati, da je odnos do zdravja v ZDA in v evropskem prostoru popolnoma drugačen. Dostop do univerzalnega javnega zdravstva in zagotavljanje zdravljenja, kot si ga predstavljamo v Evropi, je za Američane nerazumljivo. Poskus za naše pojme blage reforme najdražjega in najmanj učinkovitega zdravstvenega sistema na svetu, za katerega ZDA namenijo kar 16 % DBP (v Sloveniji pa npr. le polovico tega deleža), ki jo je po številnih neuspešnih poskusih v zadnjih desetletjih uspelo v začetku tega leta izpeljati ameriškemu predsedniku Baracku Obami, v ZDA razumejo kot napad na svobodo državljanov, razpad kapitalističnega sistema in njihovih vrednot ter poskus uvajanja socializma. Medgeneracijska solidarnost, omejevanje prostega trga zdravstva z vpletanjem države ter enak dostop do osnovnih zdravstvenih pravic so za Američane nepredstavljivi.

Prav tako jim je nepredstavljivo, da bi jih nekdo poskušal omejevati pri nezmernem uživanju kokakole, mastne in hitro pripravljene hrane, razloge za debelost pa iščejo v dednih zasnovah oziroma se zatekajo k medicinskim posegom za izboljšanje videza telesa. Že sredi 70. let se je ameriška vlada lotila raziskave razlogov, zakaj nekateri državljanje ne doživijo 65. leta starosti. Moderna medicina je do takrat že tako napredovala, da so bakterijske okužbe, ki so predstavljale glavni razlog umrljivosti v začetku prejšnjega stoletja, skoraj v celoti izginile. Srčno-žilna obolenja, rak in kronične bolezni so postale glavni razlog umrljivosti.

Rezultati te raziskave so bili voda na mlin takrat nastajajočemu gibanju wellnesa, saj se je pokazalo, da je skoraj 50 % razlogov za prezgodnjo smrt povezanih z življenjskim slogom. Nekaj manj kot četrtina jih je bila povezanih z dedno zasnovano posameznika, manj kot petina pa z okoljem, v katerem živi posameznik (pri tem je bilo mišljeno tudi socialno okolje) ter od učinkovitosti zdravstvenega sistema.

Wellness je tako postal v ZDA v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja množično gibanje za zdrav življenjski slog in za povečanje lastne odgovornosti za svoje zdravje. V evropskem prostoru so ga pričela konec osemdesetih let uvajati švicarska in nemška zdravilišča kot preventivni zdravstveni turizem, saj so zaradi zoževanja socialnih pravic in pravice do preventivnega zdraviliškega zdravljenja s takratno zdravstveno reformo v Nemčiji ostala brez gostov z napotnicami nemških bolnišničnih blagajn. Tudi v Sloveniji se je pojem wellness pojavil najprej v povezavi z zdravilišči, in sicer v analizi razvojnih možnosti zdravilišč, ki jo je leta 1999 pripravila špansko svetovalno podjetje THR iz Barcelone.

1.1.2 Razumevanje wellnessa v Evropi

Za evropsko razumevanje wellnessa je značilno nekoliko drugačno tolmačenje nastanka in vsebine besede wellness. Predvsem na nemškem govornem prostoru se nastanek besede wellness tolmači kot kombinacija prvega oziroma zadnjega zloga dveh angleških besed: »*well-being*» in »*fitness*«. *Well-being* je definicija zdravja, ki jo je po drugi svetovni vojni postavila svetovna zdravstvena organizacija. Po tej definiciji se zdravje smatra kot ugodno stanje telesnega in duševnega počutja ter ugodnega socialnega stanja.

Zdravje se po definiciji WHO (»*Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.*« - www.who.int) ne smatra le kot odsotnost bolezni, kar je sicer osnova ameriške filozofije wellnessa, ampak se obravnava s širšega vidika. Po takšnem razumevanju je osnova za ugodno počutje telesa in duha gibanje oziroma, kar so trdili že starogrški misleci, »zdrav duh v zdravem telesu«.

Na osnovi takšnega razumevanja se je wellness v evropskem prostoru razvil predvsem v turizmu dobrega počutja, kar je tudi dobesedni prevod angleške besede *well-being*. Takšen wellness je usmerjen predvsem na kratkotrajne učinke, ki zagotavljajo zadovoljstvo gostov, pri tem pa je zdravstveni vidik storitev drugotnega pomena. Glede na drugačno razumevanje zdravstva v evropskem prostoru in tudi pri nas, je to omogočilo vključevanje v wellness ponudbo tudi storitve, ki z alopatsko oziroma šolsko medicino ter z vprašanjem zdravja nimajo neposredne povezave.

Tudi zaradi bogate tradicije zdraviliškega in zdravstvenega turizma si je wellness poiskal v našem turizmu tiste tržne niše, so se nanašale predvsem na ponudbo savn, eksotičnih masaž ter sprostitvenih vaj. Vse večji poudarek se daje tudi zdravi prehrani, ki temelji na principih indijske ajurvede. Z uveljavljanjem medicinskega, zdravstvenega wellnessa (*medical wellness*) pa se tudi wellnessu v turizmu poskuša ponovno nadeti bolj zdravstveni vidik te zvrsti turizma.

Za študente je pomembno, da razumejo wellness kot tiste turistične aktivnosti, ki se nanašajo na zdravje in krepitev zdravja. Lahko ga obravnavamo kot holističen koncept fizičnega, psihičnega in duševnega zdravja, ali pa kot kombinacijo besed *well-being* in *fitness*. Wellness turizem se uvršča med zdravstveni turizem, čeprav številni elementi wellness turistične ponudbe z zdravjem in ohranjanjem zdravja nimajo več veliko skupnega. V bistvu gre za bolj »turistične« postopke zdravljenja brez sodelovanja sodobnega zdravstva. To odpira možnosti ponovnemu uveljavljanju tradicionalnih ljudskih medicin, šamanstva, ezoterike, mističnih obredov čaščenja naravnih pojavov ter ponovnega oživljanja ljudskih običajev, prepričanj in verovanj.

1.2 WELLNESS KOT ODNOS DO ZDRAVJA IN TURIZMA

Zaradi bogate tradicije termalizma oziroma naturopatije, kot lahko v evropskem prostoru poimenujemo večstoletno tradicijo uporabe naravnih zdravilnih dejavnikov za lajšanje zdravstvenih težav in izboljšanje počutja, je wellness v evropskem prostoru pridobil predvsem

turistični predznak, in sicer kot turizem dobrega počutja. Ker je bil že pred pojavom wellnessa zdravstveni turizem v Evropi dobro razvit, saj so tudi pri nas v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja zdravilišča ustvarjala največji delež prenočitev, se wellness turizem obravnava kot sestavni del zdravstvenega turizma. Nikakor pa wellness turizma ne moremo enačiti samo z zdraviliškim turizmom ali z zdravstveno rehabilitacijskim turizmom, spa turizmom, turizmom dobrega počutja, saj ima wellness turizem različne obraze, odvisno od razumevanja wellnessa in turizma.

V prvi in do sedaj edini knjigi o wellnessu pri nas (Gojčič, 2005) so prikazani različni vidiki wellnessa, wellness turizmu pa posveča relativno malo pozornosti. Z vidika wellness turizma smo zato v tem gradivu izpostavili naslednje štiri različne pristope za razumevanje wellnessa, ki se odražajo tudi v različnem razumevanju vsebine zdravstvenega in wellness turizma.

1.2.1 Harmonija telesa, uma in duše

Razumevanje wellnessa, da je zdravje stanje popolne telesne, duševne in socialne blaginje ter ne le odsotnost bolezni ali hibe, izpostavlja predvsem pomen harmonije med telesom, dušo in zavedanjem, kar omogoča bolj spiritualni vidik obravnave turistične ponudbe. Zdravje se obravnava kot nasprotni pol bolezni, zato je takšen turizem namenjen predvsem zdravim gostom, ki iščejo harmonijo med različnimi vidiki telesnega, duševnega in socialnega zadovoljstva. V turistični ponudbi se izpostavlja bolj filozofski vidik odnosa do zdravja in življenja, manj pa potreba po odpravljanju določenih zdravstvenih težav. V turistični ponudbi je velik poudarek na ustvarjanju pogojev za doživetje in uživanje trenutka, ki ga takšen gost nameni dopustu.

Iz takšnega razumevanja izhaja pomen wellnessa kot turizma dobrega počutja, ki je postal prevladujoča oblika razumevanja wellness turizma v evropskem prostoru. Takšen wellness turizem ni namenjen množičnemu turizmu, ampak se razvija v t.i. oazah wellnessa, ki se nahajajo sredi neokrnjene narave oziroma so gosti v teh centrih ograjeni od neposrednega vpliva iz zunanjega sveta. V to skupino spada predvsem turizem višjega cenovnega razreda, primeren predvsem za ponudbo hotelov z najvišjo kakovostjo ponudbe.

Tovrstno trojno razumevanje wellnessa v turizmu omogoča ponudbo različnih storitev, ki izvirajo iz oddaljenejših kultur in filozofij, bodisi da so povezani z razumevanjem vloge človeka v budizmu, hinduizmu ali pa v tibetanski oziroma kitajski filozofiji, s sibirskimi šamani ali z zdravilstvom ljudstev na oddaljenih otokih. Za te goste so zelo privlačna tudi potovanja v oddaljene dežele s ciljem, da na mestu izvora poskušajo spoznati in prakticirati zdrav način življenja. Ker si teh potovanj vsi ne morejo privoščiti, ob tem pa želijo zdrav način življenja prakticirati tudi v vsakodnevem življenju, ne le med nekajdnevnim dopustom, so se v Evropi in tudi že pri nas razvili številni »tuji« templji zdravja.

Pred nekaj leti je bila zelo popularna gradnja arabskih hamamov, ki so bili pravi modni hit v sosednji Italiji, zelo popularni so bili tudi ajurvedski centri z različnimi masažami, v zadnjem času pa se daje večji poudarek še ajurvedski prehrani; z večjim odpiranjem Kitajske je postala vse bolj zanimiva kitajska tradicionalna preventivna medicina, na področju duhovnosti in iskanja notranjega miru pa tibetanski budizem

1.2.2 Pripravljenost na spremembe

Razumevanje wellnesa kot celovitega načina delovanja, ki je usmerjeno v čim večje izkoriščanje potenciala posameznika oziroma njegovih sposobnosti samozdravljenja, zahteva od posameznika prizadevanje za ohranitev ravnotežja, kar se nanaša tudi na ohranjanje ravnotežja z okoljem. Gre za psihosomatski vidik obravnave zdravja in vprašanje ekologije, ki je po nekajletnem premoru spet postala pravi modni hit v turizmu. Prvi vidik obravnave zdravja se trži v turizmu predvsem kot zdravstveni wellness, drugi vidik pa kot eko oziroma zeleni turizem.

Tako kot lahko samo zaupanje v zdravilo, čeprav je neučinkovito oziroma sploh nima zdravilnih učinkov, povzroči ozdravitev, se pri tem vidiku wellnesa izpostavlja zaupanje v telesne sposobnosti človeka za samoozdravitev. Pri tem lahko gre za eno najstarejših oblik turizma pri nas, t.i. romarski turizem v kraje, od katerih se je pričakovalo, da bodo spodbudili samoozdravitvene procese v telesu. Čeprav je katoliška cerkev do sedaj uradno priznala manj kot dve desetini čudežnih ozdravitev v Lurdu, ta kraj letno privablja na milijone zdravja željnih turistov. Tudi v zdraviliškem turizmu se že stoletja uspešno trži misticizem, povezan z naravnimi zdravilnimi dejavniki, predvsem zdravilnimi vodami, ki bi naj spodbujale samozdravilne sposobnosti telesa, čeprav sodobni znanosti še ni uspelo potrditi dejanskih zdravilnih učinkov teh voda.

V osnovi gre za t.i. placebo učinek, ki se zelo uspešno izkorišča v turistični ponudbi. Prav tako turizem, ki je dokazano največji onesnaževalec okolja, še večji od bolj izpostavljene kemične in naftne industrije, vse bolj uspešno trži »zeleno« ponudbo, v povezavi z okoljem pa se vse bolj uspešno trži t.i. eko wellness.

Celotno evropsko gospodarstvo se je v zadnjih letih pričelo preusmerjati na t.i. zeleno oziroma do okolja prijazno tehnologijo, pridelavo hrane, zagotavljanje bivalnih pogojev ter transporta zaradi poskusa omejevanja globalnega segrevanja. Eko hoteli in zelena turistična ponudba so tako sestavni del teh globalnih trendov. V zavest turistov vse bolj prodira zavedanje, da je zdravo okolje pogoj za zdravje posameznika, nekatere nacionalne strategije razvoja turizma pa ekološki vidik turizma izpostavljajo predvsem z namenom, da bi pospeševali domači turizem. Številne raziskave namreč kažejo, da je transport največji porabnik energije in zato najbolj obremenjuje okolje, preživetje dopusta »doma« pa je zato ekološko najbolj sprejemljivo.

Spodbujanje razmišljanja o spremembi odnosa do dopusta in okolja pri turistih s ponujanjem okolju bolj prijaznih oblik dopusta se še ne odraža v turističnih tokovih, saj raziskave kažejo, da se turisti zaradi ekologije ne nameravajo odreči svojim dopustniškim navadam, niti ne medcelinskim potovanjem, ki so v velikem porastu.

1.2.3 Življenjska filozofija

Tabela 1: Razsežnost wellnessa

—	Razsežnost wellnessa	+
Depresija	Čustvena	Sreča
Nevednost	Intelektualna	Osveščenost
Slaba kondicija	Fizična	Dobra kondicija
Osamljenost	Socialna	Socialnost
Nezadovoljstvo	Duhovna	Zadovoljstvo
Negativen	Splošen izgled	Pozitiven

Vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2007/STRATEGIJA_WELLN_ESS_5126.pdf (10. 4. 2010)

Razumevanje wellnessa kot življenjske filozofije in kot zavestne odločitve za optimiziranje dobrega počutja in bogatejšega načina življenja, ki se nanaša na telo, um in duha, izpostavlja v turistični ponudbi predvsem duhovni in filozofski vidik wellnessa. Glede na to, da med znanstvenim razumevanjem medsebojnega vpliva telesa in uma ter ljudskim dojetjem tega na Daljnem vzhodu zija velik prepad, se tovrstni wellness turizem distancira od medicine. Z vidika uradne medicine spada takšna ponudba wellnessa na področje ezoterike, spiritualizma, mistike in magije.

Tako je npr. astrologija, ki se je še v srednjem veku poučevala v okviru takratne evropske šolske medicine, na Daljnem vzhodu še vedno sestavni del njihovega ljudskega zdravilstva. Vendar si tudi pri nas težko zamišljamo gradnjo novega centra za wellness brez upoštevanja principov feng šuja oziroma indijskega vastuja, starodavnega razumevanja položaja zemlje in vpliva planetov, nepoznavanje energetskih potencialov posameznih kamenin in mineralov, saj vlada kljub uradnemu nepriznavanju med turisti veliko povpraševanje po tovrstni ponudbi.

Zaradi relativne neuspešnosti zahodne medicine na področju zdravljenja nekaterih kroničnih bolezni in velikega razočaranja nad vsemogočnostjo antibiotikov se ljudje pri razreševanju zdravstvenih težav vse bolj pogosto zatekajo k alternativnim metodam zdravljenja. Delež sredstev, ki ga prebivalci namenijo za tovrstno zdravljenje, naj bi že krepko presegal tretjino sredstev, ki se namenjajo za uradno priznano zdravljenje. Tako je npr. kranjskogorski hotel Larix več let uspešno posloval tudi na račun uspešnega »polagalca rok«, ki sedaj prakso nadaljuje na Bledu; v številnih krajih po Sloveniji so uredili energetske tematske parke, ki privabljajo zdravja željne obiskovalce, obujajo obrede čaščenja nekdanjih božanstev, čiščenje telesa in duha s hojo po žerjavici, preučujejo zdravilen vpliv dreves in kamnin na počutje človeka ipd.

Predvsem tisti ponudniki wellnessa, ki v svojo turistično ponudbo vključujejo storitve s področja šolske medicine, se poskušajo izogniti ponudbi wellnessa, ki spada bolj na področje alternativne medicine oziroma tega v svoji ponudbi ne izpostavljajo. Za vse ostale turistične ponudnike pa tovrstno pojmovanje wellnessa omogoča širok nabor storitev ter bolj uspešno trženje v primerjavi s konkurenco.

1.2.4 Zavestna odločitev za spremembe

Pojmovanje wellnessa kot stanja dobrega počutja in zdravja kot aktivnega procesa oziroma rezultat ozaveščenosti in odločitve za takšen način življenja pa se odraža v zdravstveni turistični ponudbi predvsem v obliki fitnesa. Medtem ko prve tri oblike wellness turizma

izpostavljajo pasiven odnos do zdravja, kjer turisti uživajo v sproščanju, razvajanju, si prizadevajo za uravnotežen odnos s samim seboj in okoljem ter uživajo v harmoniji z zemeljskimi in nebesnimi silami, je v zadnji obliki wellness turizma izpostavljen dejaven odnos do zdravja.

Običajno je odločitev za spremembo življenjskega sloga, za spremembo življenjskih navad oziroma opustitev zdravju škodljivih razvad povezana z določeno življenjsko izkušnjo oziroma zdravstveno težavo. Primerjalne analize potrjujejo, da so osebe, ki so po infarktu spremenile življenjski slog, doživele pričakovano starost v nasprotju z osebami, ki po infarktu niso želele spremeniti življenjskih navad.

Aktiven odnos do zdravja pomeni, da so turisti tudi med dopustom pripravljeni storiti nekaj za svoje zdravje, kar je povezano z vsebinsko zasnovo filozofije wellnessa. Vendar v evropskem prostoru zaradi prevladujočega vidika ugodja, relaksacije in uživanja pri obravnavi wellness turizma tovrstne aktivnosti v turizmu uvrščamo med zdravstveni in fitness turizem, le v manjši meri pa tudi med wellness turizem.

Številne dosedanje raziskave uvrščajo zdravje na prvo mesto med vrednotami Slovencev. Istočasno pa raziskave naših življenjskih navad kažejo, da se jih več kot polovica ne ukvarja niti z eno aktivnostjo letno, ki bi bila povezana s športom. Prav tako je iz vsakoletnih raziskav glede motivov pri odločanju za dopust razvidno, da šport in telesne aktivnosti med dopustom kotirajo med Slovenci zelo nizko (5,9 %). Tudi med evropskimi turisti je delež takšnih le 3,8 %.

POVZETEK:

Pri obravnavi wellnessa se nikakor ne moremo izogniti vprašanju zdravja, čeprav se pri wellness turizmu poskuša to vprašanje prikriti, s tem da so poudarjeni bolj subjektivni občutki zdravja, povezani z dobrim počutjem in ugodjem, kar v praksi pomeni turizem dobrega počutja. Na Sliki št. 1 je prikazana prelomna točka med popolnim zdravjem (desno) in kroničnim obolenjem, ki lahko vodi v prezgodnjo smrt (levo).

Za evropski wellness turizem lahko torej povzamemo, da je do sedaj poskušal zanemariti tisti del wellnessa, ki je na "nižji ravni" kot nevtralna točka zdravja ter si prizadeval za poudarjanje »visokega zdravja«. Na ta način je bil morebiti wellness v turizmu napačno razumljen, saj ne povzema celotne definicije wellnessa, kot je to prisotno v ZDA, ampak samo za turizem očitno bolj prijetni del.

Glede na to, da je wellness večpomenski pojem, bodisi kot harmonija telesa, uma in duše, kot pripravljenost na spremembe, kot življenjska filozofija in kot zavestna odločitev za spremembe, ima lahko tudi wellness turizem več pomenov. Posledično se razlikujejo tudi motivi in pričakovanja wellness gostov, kar bomo prikazali v naslednjih poglavjih.

Ugotovimo, da je razpon wellnessa zelo širok, vse od pasivnega uživanja in razvajanja, kar je sicer izstopajoč vidik ponudbe wellnessa pri nas, do aktivne zasvojenosti s športom, pohodništvom, oblikovanjem telesa in izvajanjem različnih telesnih vaj. Ravno zaradi take vsestranske možnosti obravnave wellnessa in njegove uspešne uveljavitve tudi na drugih področjih oziroma v gospodarskih dejavnostih, največ prebivalcev povezuje pojem wellness z zdravo prehrano in z različnimi aktivnostmi na področju ohranjanja zdravja.

VPRAŠANJA ZA RAZMISLEK:

- Ali je wellness zame zanimiva tema in kje bi mi morebiti lahko prišel prav pri delu, študiju in osebnem življenju?
- Zakaj mi je bliže ameriški oziroma evropski način razumevanja wellnesa?
- Kateri vidik obravnave wellnesa bolj ustreza mojemu razumevanju wellnesa turizma?
- Ali lahko naredim kritično primerjavo različnih vsebin wellnesa z vidika turizma?
- Katera od šestih dimenzij wellnesa me osebno najbolj privlači in zakaj?

PRIPOROČENI SPLETNI NASLOVI ZA SAMOSTOJEN ŠTUDIJ:

- <http://www.mywellnesstest.com/certResFile/BriefHistoryofWellness.pdf>
- <http://www.seniorfitness.net/Wellness%20Solution.htm>
- http://www.nationalwellness.org/TheConference2k4/pdf_files/llda.pdf
- <http://www.telusplanet.net/public/ksgibson/teachwell/definitions.htm>

2 WELLNESS KOT OBLIKA ZDRAVSTVENEGA TURIZMA

Wellness je ena od oblik zdravstvenega turizma, le da se pri tem vidik zdravja ne poudarja v tolikšni meri kot pri ostalih vrstah zdravstvenega turizma. Takšna obravnava wellness turizma študentu omogoči, da spozna tudi ostale oblike zdravstvenega turizma, njihove značilnosti ter razlike med njimi. Študent na ta način pridobi širše znanje kot pa samo z obravnavo wellness turizma.

Razen razčlenitve vrst in značilnosti zdravstvenega turizma posvečamo v tem poglavju pozornost zdravju tudi kot motivu za dopust in kot dejavniku nadaljnjega razvoja turizma. Na osnovi dosegljivega gradiva o obravnavani tematiki smo pripravili model zdravstvenega turizma, ki je primeren za turistično ponudbo v Sloveniji in pri naših sosedih. Opredelili smo zdravstveno-preventivni turizem, (zdravstveni) wellness turizem ter zdravstveno-medicinsko orientiran turizem. Prav tako smo dodali še podpoglavje o medicinskem wellnessu (*medical wellness*), ki predstavlja najnovejši trend na področju wellness turizma.

Dodatno smo opredelili še razlike v povpraševanju in motivih turistov ter pomen posamezne vrste zdravstvenega turizma v turističnem prometu. Študent ima tako priložnost spoznati ne le vsebino, ampak tudi novosti na področju zdravstvenega turizma.

2.1 ZDRAVSTVENI TURIZEM

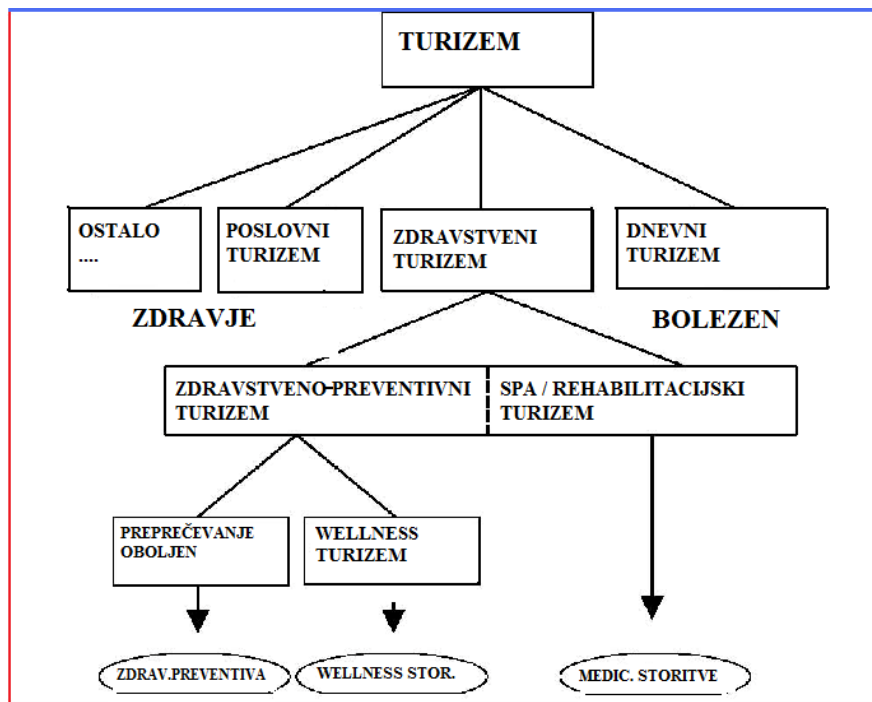
Zdravstveni in wellness turizem v evropskem prostoru temeljita na večtisočletni tradiciji zdravljenja, ki ima korenine v antični Grčiji, ko je nad zdravilci bdela hči boga zdravilstva Eskulapa, Higieja. V evropskem prostoru lahko danes zasledimo še starejše povezave s Kaldejci oziroma Sumerci. Najpogosteje pa se sklicujemo na tradicijo starega Rima, v katerem so terme predstavljale obliko družabnega življenja, skrbi za zdravje in sproščanja. Kulturo termalizma so Rimljani ponesli na vsa območja, ki so jih osvojili, tako da so razpolagali v stoletju pred propadom zahodnega rimskega imperija z več kot 4.500 termami. Od Rimljanov in vzhodnega rimskega imperija so to tradicijo kasneje povzeli Arabci, ki so imeli drugačen odnos do osebne higiene in zdravja kot barbarski zahodnoevropski narodi.

Če se npr. francoski Sončni kralj ni nikoli v življenju okopal, si lahko predstavljamo, v kakšnih razmerah so živeli njegovi podložniki. Šele renesansa, stiki z vzhodnimi kulturami in odkritja, da zemlja ni ravna plošča in ni center vesolja, ter tehnični razvoj so omogočili spremembo odnosa Evropejcev do zdravja in osebne higiene. Globalizacija, informacijska tehnologija in medcelinska turistična potovanja nam danes omogočajo uporabo tradicionalnih ljudskih zdravilskih praks, kot so ajurveda, tradicionalna kitajska oziroma tibetanska medicina, sibirsko šamanstvo, tajska zdravilstvo, *onsensi* na Japonskem, zdravilstvo Majev s *temazoli* na Yukatanu, *hamami* v arabskem svetu ter severnoameriška indijanska ljudska medicina. Le počasi pa se v našo zavest vrača srednjeevropsko ljudsko zdravilstvo, ki ga je cerkev z izvajanjem čarovniških procesov uspešno zatirala, ter keltski zdravilni obredi, ki so se na naših tleh izvajali v času nastajanja tradicionalne kitajske medicine in starogrške medicine.

V zadnjih letih posvečajo vprašanju zdravja veliko pozornost tudi analitiki družbenih razvojnih ciklov. Če lahko ocenjujemo izum parnega stroja in razsvetljenstvo v Evropi kot temeljna dejavnika prvega razvojnega ciklusa in s tem pogoj za hitrejši razvoj Evrope ter njeno dominantno vlogo v »osvajanju« ostalega sveta, postavljajo danes vizionarji kot nosilca

naslednjega razvojnega ciklusa ravno zdravje in sodobna dognanja na področju medicine. Vendar se v ospredje ne postavlja le vprašanje zdravja človeka, ampak vedno bolj tudi zdravje okolja (ekologija).

Zdravje lahko obravnavamo tudi iz vidika kakovosti življenja, kar je pomembno za okoli 97 % starejših od 65 let in le 83 % mladih do 17 let. Vedno bolj pa se z vprašanjem kakovosti življenja povezuje tudi vprašanje narave in okolja. Za kar 87 % starejših od 65 let je to pomemben dejavnik, medtem ko le za 57 % mladih.



Slika 3: Zdravstveni turizem

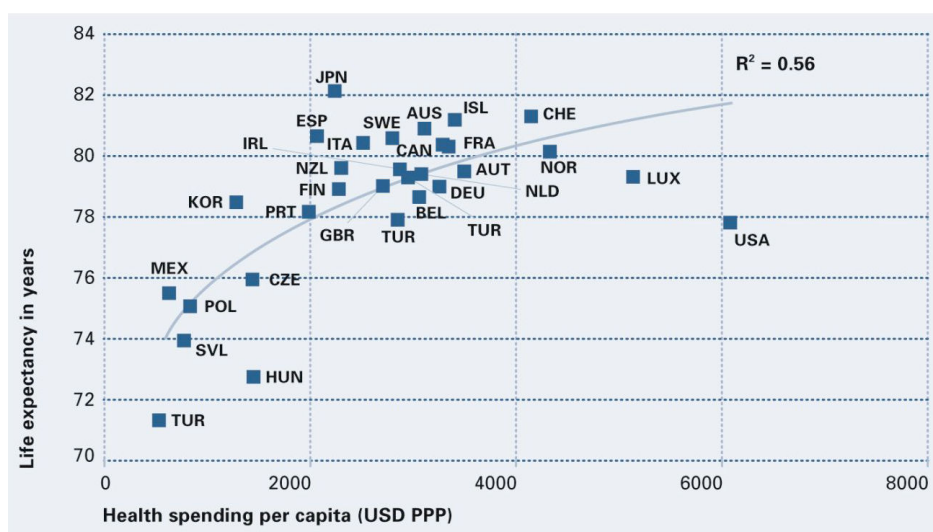
Vir: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/MARKET%20ANALYSIS%20OF%20HEALTH%20TOURISM%20SEGMENT%20HOTEL.PDF> (10. 4. 2010)

Motiv zdravja je v zadnjem desetletju podvojil svoj delež med motivi za odločanju turistov za dopust, kar kaže na vedno večji pomen zdravja za našo družbo. Wellness turizem je le ena od oblik zdravstvenega turizma, čeprav številni ponudniki wellness turizma zdravstveni vidik postavljajo na drugo mesto. Hkrati pa spremembe v turističnem povpraševanju in motivih odločanja za dopust oziroma potovanje izpostavljalo pomen zdravstvenega vidika wellness turizma, kar bomo izpostavili v nadaljevanju.

2.2 POMEN ZDRAVJA ZA TURIZEM

Pri nas smo si še pred nekaj leti pod pojmom zdravstvenim turizmom predstavljali predvsem zdraviliški turizem bodisi kot termalni ali pa spa turizem. Tisti, ki so hodili k lepotnim kirurgom, da so si polepšali zunanost in pomladili videz, so to pred javnostjo skrivali in tajili, medicinski preventivni pregledi in aktivni oddih pa so bili bolj v domeni menedžerjev, s čimer so si pridobili slabšalni prizvok. Že takrat se nam je zdelo normalno, da so npr. naši

severni sosedje po dopustu na Jadranu ostali še kakšen teden pri nas v zdraviliščih, da so opravili hiter zdravstveni pregled in se potem še bolj zdravi vrnili v službo.



Slika 4: Korelacija med pričakovano dolžino življenja in gospodarsko razvitostjo

Vir: http://www.bewussterleben.li/fileadmin/dateien/Downloads/PerspektivstudieFL_Final.pdf
(10. 4. 2010)

Turizem kot družbeni fenomen je v evropskem prostoru pridobil na pomenu v šestdesetih letih, po končani obnovi porušene Evrope, zdravje pa je pridobilo na pomenu zadnje desetletje. Zagotavljanje dostopa do zdravja vsem prebivalcem in s tem povezane zdravstvene reforme so ena najbolj občutljivih političnih tem zadnjih let tudi pri nas. Od vsebine zdravstvenih reform v evropskem prostoru je tudi odvisen nadaljnji razvoj zdravstvenega in wellness turizma, tako kot so ga zdravstvene reforme pri naših severnih sosedih pred nekaj desetletji tudi spodbudile.

Že v začetku tega stoletja so napovedovali, da bo zdravje odločilnega pomena za razvojni cikel, v katerega je stopalo evropsko gospodarstvo. Če je razvoj prejšnjega razvojnega obdobja pospešila informacijska tehnologija, na področju raziskav zdravja pa je genetika zamenjala do takrat prevladujoč vpliv antibiotikov, se za naslednje razvojno obdobje predvideva, da bo poleg ekologije imelo odločujoč vpliv ravno zdravje (gl. Tabela 2).

To postavlja zdravstveni in z njim povezan wellness turizem v čisto drugačno vlogo, kot sta ga imela do sedaj. To napovedujejo tudi pričakovane demografske spremembe v evropskem prostoru, saj se prebivalstvo izrazito stara, rodnost pa je že pod biološko mejo enostavne reprodukcije. Tudi v Sloveniji je delež mladih že nižji od deleža starejše populacije. Za starejše prebivalstvo je vprašanje zdravja in z njim povezana kakovost življenja izjemnega pomena. Cilj te generacije je ostati čim dlje zdrav, fizično in mentalno vitalen, za to pa namenjajo svoj prosti čas in razpoložljivi denar.

Če so raziskave z začetka tega desetletja napovedovale hiter razvoj wellness turizma v segmentu mlajše aktivne populacije (od 25 do 40 let), že raziskave s konca tega desetletja napovedujejo premik starostne meje tipičnih uporabnikov wellnessa na t.i. srednje seniorje (generacijo po 40. letu). V kolikor so pred tem v strukturi gostov v storitvah wellnessa skoraj z dvotretjinskim deležem prevladovali ženske, so danes moški že skorajda enakopravno prisotni v tem segmentu turizma. Gre za pomembne premike v zdravstvenem in wellness turizmu, ki se jim bodo morali turistični ponudniki pravočasno prilagoditi.

Tabela 2: Dejavniki šestega razvojnega ciklusa

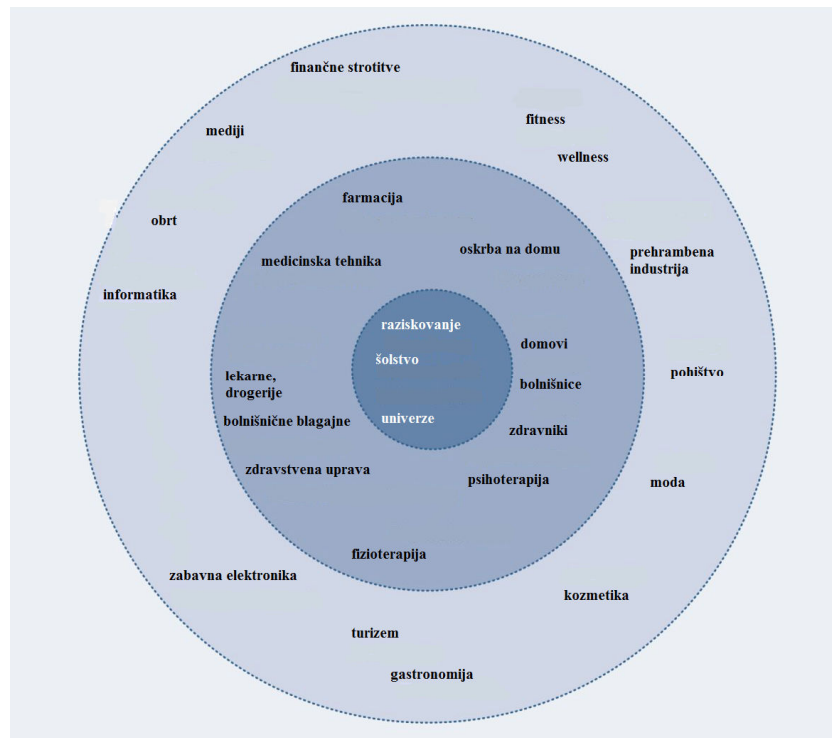
PARNI STROJ TEKSTILNA INDUSTRIJA	ŽELEZNICA ŽELEZO	ELEKTROTEHNIKA KEMIJA	AVTOMOBIL NAFTNA INDUSTRIJA	INFORMACIJSKA TEHNOLOGIJA	BIOTEHNOLOGIJA PSIHOSOCIALA ZDRAVJE
OBLAČILA	TRANSPORT	SERIJSKA PROIZVODNJA (potrošništvo)	INDIVIDUALNA MOBILNOST	INFORMACIJE/ KOMUNIKACIJE	CELOSTNO ZDRAVJE
1780 do 1830	od 1850 do 1870	od 1890 do 1920	od 1935 do 1950	od 1980 do 1995	od 2005 do 20XX
1.	2.	3.	4. (ANTIBIOTIKI)	5. (GENETIKA)	6. (EKOLOGIJA)

Vir: Prirejeno po Leo A. Nediow: Trendanalyse der Gesundheitssysteme, 1, <http://www.luxlorsan.eu/menupublic/pdf/interv%20nediow.pdf> (10. 4. 2010)

Za slovenski turizem je značilno, da zdravstveni turizem, ki zajema predvsem zdraviliški turizem, predstavlja največji segment po številu ustvarjenih prenočitev in je bil v zadnjih letih tudi najbolj razvojno uspešen segment turizma, saj je bila večina turističnih investicij usmerjena v infrastrukturne objekte, ki so se navezovali na zdravstveni turizem. Zdraviliški turizem, ki si je uspešno nadel preobleko wellnessa, se zelo hitro razvija tudi pri naših vzhodnih in severnih sosedih. Tudi v času zadnje recesije, ki je povzročila kar precejšen upad števila turističnih prenočitev v Sloveniji, je edino zdravstveni turizem obdržal oziroma še rahlo povečal število gostov in prenočitev.

Hkrati se je zdravstveni turizem izkazal kot zelo primerna oblika turistične ponudbe za premoščanje nekdanjega izpada turističnega prometa izven poletne sezone na Obali, prav tako pa tudi na prehodih med letno in zimsko sezono v alpskem svetu. Ena od značilnosti zdravstvenega turizma je namreč tudi manjša odvisnost od sezonskih nihanj, kar vpliva na bolj optimalno izkoriščanje kapacitet ter s tem k doseganju boljših poslovnih rezultatov. Tako si danes v Sloveniji skorajda ne moremo več predstavljati uspešnega razvoja turizma brez uspešnega razvoja zdravstvenega turizma, saj je njegov pomen za slovenski turizem že preveč odločujoč.

Tudi pri nas lahko zasledimo prepričanje, da je vsaka odsotnost z dela bodisi v obliki dopusta ali pa prostega časa sproščujoča in pozitivno vpliva na zdravje. Vendar takšne trditve niso znanstveno dokazane. Bolj pomembno je namreč zadovoljstvo s preživljanjem prostega časa oziroma dopusta, kar lahko z drugimi besedami označimo kot kakovost. Dopust in prosti čas sta namreč lahko tudi nevarna za zdravje, saj podatki kažejo, da je največ infarktov pozimi med sproščujočim odmetavanjem snega ali pa v prvih dveh dneh nastopa dopusta kot posledica naporenega potovanja na dopust.



Slika 5: Dejavnosti, ki bodo od zdravstva največ pridobile

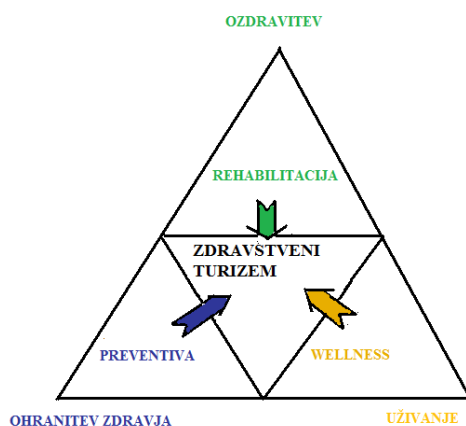
Vir: Prirejeno po:

http://www.bewussterleben.li/fileadmin/dateien/Downloads/PerspektivstudieFL_Final.pdf

(10. 4. 2010)

2.3 VRSTE ZDRAVSTVENEGA TURIZMA

Pri obravnavi wellnesa kot priložnosti za turizem smo ugotovili, da njegovi različni vidiki omogočajo razvoj različnih vsebin wellness turizma. Pri tem smo se omejili le na štiri različne pristope, pri definiciji pa na Dunnov koncept wellnesa ter razlago tega pojma, ki se je uveljavila v evropskem prostoru. Podobno bi lahko ugotovili tudi za zdravstveni turizem, da ni enotnega pristopa in razlage vsebine.



Slika št. 6: Trikotnik zdravja

Vir: Prirejeno po:

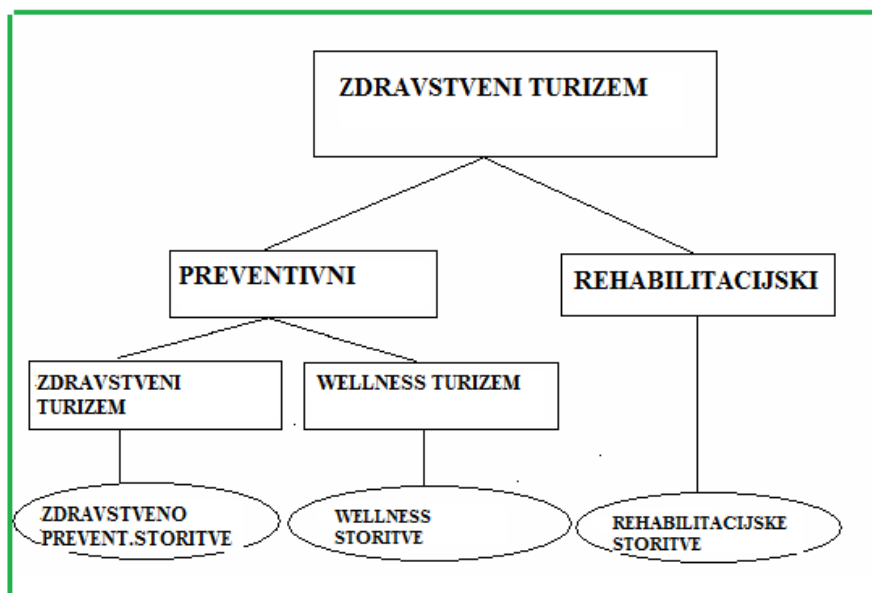
http://www.potsdam.ihk24.de/produktmarken/starthilfe/anlagen/pdfs/Lorenz_Wellness-und_Gesundheitstourismus.pdf (10. 4. 2010)

Verjetno bi bilo za študente najbolj enostavno, če bi zdravstveni turizem opredelili kot zdraviliški turizem, vse ostalo turistično ponudbo, ki se posredno navezuje na zdravje, pa obravnavali kot wellness turizem. Zdraviliški in wellness turizem, kot ga razumemo pri nas v obliki turizma dobrega počutja, sta namreč specifični evropske turistične ponudbe. Velika razlika pa je tudi v razlagi pojma zdraviliškega turizma v evropskem prostoru, na kontinentalnem delu med germanskim in romanskim pristopom, na Otoku ter v deželah Beneluksa pa takšnega zdraviliškega turizma, kot ga poznamo v Srednji Evropi, skorajda ne poznajo. Prav tako ne poznajo takšne vrste zdraviliškega turizma naši južni sosedi.

Ker se pojavlja zdravje pri vseh vrstah zdraviliškega turizma kot osrednji oziroma stranski motiv turistične ponudbe, želimo pa preprečiti nesporazume z različnimi razlagami o zdravstvenem turizmu, zato izpostavljamo njegove naslednje skupne vidike:

- zdravje kot vodilni motiv za sprejemanje odločitev o načinu in vrsti dopusta;
- zdravje kot dopustniško pričakovanje;
- zdravje kot cilj oziroma rezultat zdravih dopustniških aktivnosti;
- zdravje kot pomemben, vendar ne odločujoči dejavnik dopustniških aktivnosti.

Kljub temu, da želijo wellness turizem pogosto ločiti od zdravstvenega turizma, tako da poudarjajo izključno preventivni vidik za zdravje in kot turizem dobrega počutja, se wellness turizem ne more v celoti izogniti vprašanju zdravja. Wellness turizem je torej ena od oblik zdravstvenega turizma, ki ga lahko nadalje razčlenimo v tri osnovne skupine turistične ponudbe.



Slika 7: Zdravstveni turizem

Vir: Lasten

2.3.1 Zdravstveno-preventivni turizem

Zdravstveno preventivni turizem daje poudarek zdravi prehrani in zdravim prehranjevalnim navadam, gibanju, vajam ter ostalim telesnim (duševnim) aktivnostim, tako da krepi telesne (in duševne) sposobnosti med dopustom. Poudarek te zvrsti zdravstvenega turizma je na zdravi naravi (z naravo do zdravja, nazaj k naravi), na možnostih telesnih aktivnosti in gibanja ter na možnosti izbire prostočasnih aktivnostih, ki so povezani z zdravjem. Tovrstni turizem krepi telesne in umske sposobnosti, poudarja preventivo in zdravo prehrano, kar v bistvu predstavlja ameriški oziroma izvorni pomen in razumevanja wellnessa.

2.3.2 Zdravstveni wellness turizem

Zdravstveni turizem je usmerjen v uživanje in dobro počutje ter v tiste oblike dopusta, ki so posredno povezane z zdravjem. Pomeni, da se zdravju približuje z bolj pasivnimi tehnikami (kopeli, masaže, počivanje, wellness, lepota, sprostitve), druženjem in uživanjem v hrani, družbi in pijači. Pri tovrstnem turizmu je poudarek na aktualnih, kratkotrajnih užitkih, ne pa toliko na bodočih učinkih, čeprav lahko takšne kratkotrajne aktivnosti preidejo v navado in se po vrnitvi z dopusta oziroma potovanja izvajajo tudi v vsakdanjem življenju. Poudarek je na lepotilnih programih, razvajanju in sproščanju, kar je ena od osnovnih značilnosti razumevanja evropskega wellness turizma.

2.3.3 Zdravstveno-medicinsko orientiran turizem

Zdravstveno-medicinsko orientiran turizem daje poudarek spremembi klime, upošteva zdravilne lastnosti naravnih zdravilnih dejavnikov ter najrazličnejše metode oziroma postopke zdravljenja ter rehabilitacije. Poudarek je na zdravljenju obolenj, predvsem kroničnih, dopustniški motivi pa so v drugem planu. V to skupino spadajo tudi kirurški posegi (npr.

lepotne operacije, popravilo zob), detoksikacija telesa ter rehabilitacija po poškodbah in boleznih v času dopusta oziroma potovanja. Zaradi zdravljenja in rehabilitacije se je gost pripravljen odreči dopustniškemu vidiku turizma. Ta zvrst turizma poudarja medicino in zdravilne učinke naravnih dejavnikov, z vidika wellnessa pa medicinski (*medical*) wellness.

V vseh treh vrstah zdravstvenega turizma se izpostavlja zdravje kot vodilni motiv oziroma kot dopust, ki se navezuje na zdravje. Z vidika turizma lahko zdravje obravnavamo tudi širše. Tako je lahko zdravo okolje pogoj za nastanek in razvoj turizma. Med okoljske dejavnike spada tudi klima (mikro oziroma makro), to pa lahko obravnavamo kot zdravilno glede na učinke v klimatskih zdraviliščih, ali pa kot zdravju ter zdravju neškodljivo klimo primerno (npr. za izvajanje dopustniških aktivnosti na prostem). Zaradi širjenja ozonske luknje tudi naša polobla in povečane nevarnosti za nastanek kožnega raka ob pretiranem izpostavljanju soncu, zagorelost kože ni več tako popularna, kot je bila pred leti. Turisti so prilagodili svoje dopustniške navade preživetja dopusta ob vodi tako, da se izogibajo pretiranemu izpostavljanju soncu, kozmetična industrija je prilagodila zaščitna sredstva za sončenje s prekomernimi faktorji zaščite ter za zdravje že škodljivimi zaščitnimi sredstvi, tekstilna industrija pa pri izdelavi oblačil in kopalk že upošteva potrebo po dodatni zaščiti, ki jo mora oblačilo nuditi pred sončnimi žarki.

Vendar vsakega takega vidika zdravja v povezavi s turizmom in pristočnimi aktivnostmi še ne moremo obravnavati kot zdravstveni turizem. Tisti turist, ki "pregoreva" na delovnem mestu in je pod stalnim stresom, si želi le mir, tišino in spanje, saj nagonsko čuti, kar potrebuje njegovo telo. Lahko se odloči za dopust pri specializiranih ponudnikih zdravstvenega turizma, lahko pa le za dopust na turistični kmetiji. Motiv je v obeh primerih enak in povezan z zdravjem, vendar v drugem primeru ni bil realiziran kot zdravstveni turizem.

2.4 ZNAČILNOSTI ZDRAVSTVENEGA TURIZMA

Zdravstveni turizem lahko torej opredelimo kot tisto zvrst turistične ponudbe, ki zajema aktivnosti za ohranjanje in krepitev zdravja, usmerja turiste k odpravljanju zdravju škodljivih življenjskih navad oziroma omogoča preverjanje zdravstvenega stanja, lahko pa tudi odpravljanje določenih zdravstvenih težav specializiranih in usposobljenih turističnih ponudnikov.

Za zdravstveni turizem je torej značilno, da se tako ponudba kot povpraševanje nanašata na vsebine, ki so povezane z zdravjem pri specializiranih zdravstvenih turističnih ponudnikih. Zdravstveni turizem pa je lahko osnovna njihove dejavnosti ali pa stranska oziroma dopolnilna dejavnost. Tako je npr. klasična medicinska rehabilitacija v večini naših term sicer osnovna dejavnost zaradi priznavanja statusa naravnega zdravilišča, delež teh gostov pa pri nekaterih ne dosega niti 1 %. Nekatere terme se sploh niso odločile za pridobitev statusa naravnega zdravilišča, ker so želele poudariti bolj preventivni vidik zdravstva in ne rehabilitacije, vendar se njihova ponudba sploh ne razlikuje od verificiranih zdravilišč.

2.4.1 Razlike v povpraševanju turistov

V Tabeli 3 so prikazane razlike v povpraševanju turistov med turizmom dobrega počutja (wellness), zdravstveno-medicinsko orientiranim dopustom (zdraviliški turizem) in zdravstveno-preventivnim turizmom (zdravstveni turizem v širšem pomenu besede).

Tabela 3: Struktura povpraševanja po posameznih vrstah zdravstvenega turizma

	wellness	zdraviliški turizem	zdravstveni turizem
	lepotilni programi	medicina in naravni zdravilni dejavniki	zdrava prehrana in klima
lepotilni programi	82 %		
razvajanje	81 %		
bazeni in savne	80 %		62 %
sprostitev	78 %		
plavanje	72 %	64 %	72 %
zdrava hrana in pijača	65 %	72 %	82 %
zdravstvene storitve		84 %	63 %
klasična rehabilitacija		80 %	
zdravstveni pregled		76 %	68 %
zdrava klima		70 %	78 %

Vir: Prirejeno po: F.U.R. (2009): ReiseAnalyse - Urlaubsreisetrends 2020, 170

Za izdelavo Tabele 3 smo uporabili podatke iz raziskave o pričakovanih spremembah dopustniških navad na največjem evropskem turističnem trgu za naslednje desetletje, t.j. za Nemčijo. Nemški gosti so predstavljali še pred desetletjem največji in najpomembnejši segment tujih gostov v Sloveniji, danes pa so zdrsnili na tretje mesto. Zato si slovensko turistično gospodarstvo prizadeva, da bi se ponovno uveljavilo na tem tržišču, tudi na področju zdravstvenega turizma. Pri tem bo potrebno upoštevati, da nemški gost obravnava zdravstveni turizem nekoliko drugače kot naš.

V študiji *ReiseAnalyse – Urlaubsreisetrends 2020* zdravstveni turizem obravnavajo z vidika zdravja oziroma bolezni kot motiva za potovanje; zdravja kot dopustniškega pričakovanja; zdravja kot dopustniške dejavnosti ter kot oblike dopusta, ki se nanašajo na zdravje: wellness, fitness, zdraviliško zdravljenje (nem. *Kur*) in zdrav dopust.

2.4.2 Razlike v motivih gostov

Iz Tabele 3 je razvidno, da so dopustniška pričakovanja gostov v treh segmentih zdravstvenega turizma zelo različna, zato ne moremo enostavno enačiti wellness turizma, zdraviliškega turizma in zdravstveno-preventivnega turizma. Pri wellnessu je poudarek na povpraševanju po lepotilnih programih (82 %) in programih razvajanja (81 %), pri medicinsko orientiranem dopustu na zdravstvenih storitvah (84 %) in klasični rehabilitaciji

(80 %), pri zdravstveno-preventivnem dopustu pa na zdravi hrani in pijači (82 %) in na zdravi klimi (78 %).

Vsem trem vrstam zdravstvenega turizma je skupno povpraševanje po plavanju (72 % : 64 % : 72 %) in zdravi prehrani in pijači (65 % : 72 % : 82 %). Ponudba bazenov in savn je zelo pomembna za wellness turizem (80 %) in za zdravstveno preventivni turizem (62 %), medtem ko za medicinsko orientirani turizem bazeni sploh niso pomembni kot dejavnik turističnega povpraševanja.

Tabela 4: Razmejitveni kriteriji med zdravstveno preventivnim in zdravstveno rehabilitacijskim turizmom

	Promocija zdravja – zdravstveno preventivni turizem	Rehabilitacija – zdravljenje Zdravstveno kurativni turizem
Gostje	Zdrav	Bolan
Motivi	Promocija zdravja Primarna preventiva	Zdravljenje, lajšanje, blažitev, sekundarna in terciarna preventiva
Cilji	Gibanje, prehrana, sprostitvev, duševna aktivnost	Zdravnik bolnikom cilje posebej definira
Ponudba	Gibanje, prehrana, sprostitvev, duševne aktivnosti	V ospredju je medicinska oskrba
Odločitve	Samoiniciativnost, prostovoljnost	Zdravniško mnenje
Dolžina bivanja	Pogosto samo konec tedna, 1-2 tedna	Običajno najmanj 3 tedne
Financiranje	Prevladujejo samoplačniki ali delno dodatno zavarovanje	Večinoma preko osnovnega in dodatnega zavarovanja

Vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2007/STRATEGIJA_WELLN_ESS_5126.pdf (10. 4. 2010)

Glede na to, da je za Slovenijo izstopajoč predvsem zdraviliški turizem, lahko ugotovimo, da do sedaj nemški gosti niso povpraševali toliko po medicinski rehabilitaciji kot po možnosti plavanja. Zato bi lahko s tega vidika naš zdraviliški turizem prej uvrstili med zdravstveno-preventivni kot pa medicinsko orientirani turizem. Zanj pa ima Slovenija dobre naravne danosti: od zdrave klime, možnosti plavanja in pestre ponudbe savn, vendar precej odstopa na področju zdrave prehrane in pijače. V slovenskem turizmu namreč premalo poudarjamo, da je voda iz pipe v večini naših hotelov pitna, hotelirji pa predvsem iz praktičnih razlogov po nepotrebem pospešujejo ponudbo ustekleničene vode. S tega vidika se kot velika slabost slovenskega turizma kaže zdrava prehrana, saj v turistični ponudbi praktično ni zaslediti hrane z bio certifikatom.

Razlike v povpraševanju po posamezni vrsti zdravstvenega turizma kažejo predvsem na vsebinske razlike pri razumevanju posamezne vrste zdravstvenega turizma. Ker je trenutno zelo popularen wellness, se bodo študenti v praksi srečevali predvsem z različnimi ponodbami s tega področja. Zaradi izstopajočega pomena pa se bodo po vsej verjetnosti veliko srečevali tudi z zdraviliškim turizmom oziroma zdravstveno-preventivnim turizmom, ki pa obstaja v več oblikah, zato bomo temu posvetili več pozornosti v nadaljevanju.

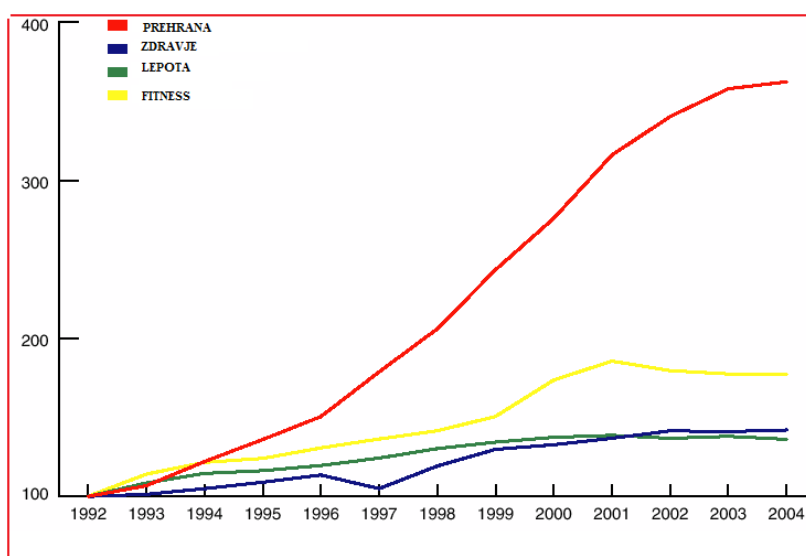
2.4.3 Delež zdravstvenega turizma v turističnem prometu

Na osnovi navedenih podatkov za Nemčijo o pričakovanih spremembah na področju turizma do leta 2020 smo pripravili pregled (Tabela 5), ki zajema dosedanje spremembe povpraševanja po posamezni vrsti zdravstvenega turizma ter razlike v deležu turističnega kolača.

Tabela 5: Tržni delež posameznih vrst zdravstvenega turizma v Nemčiji

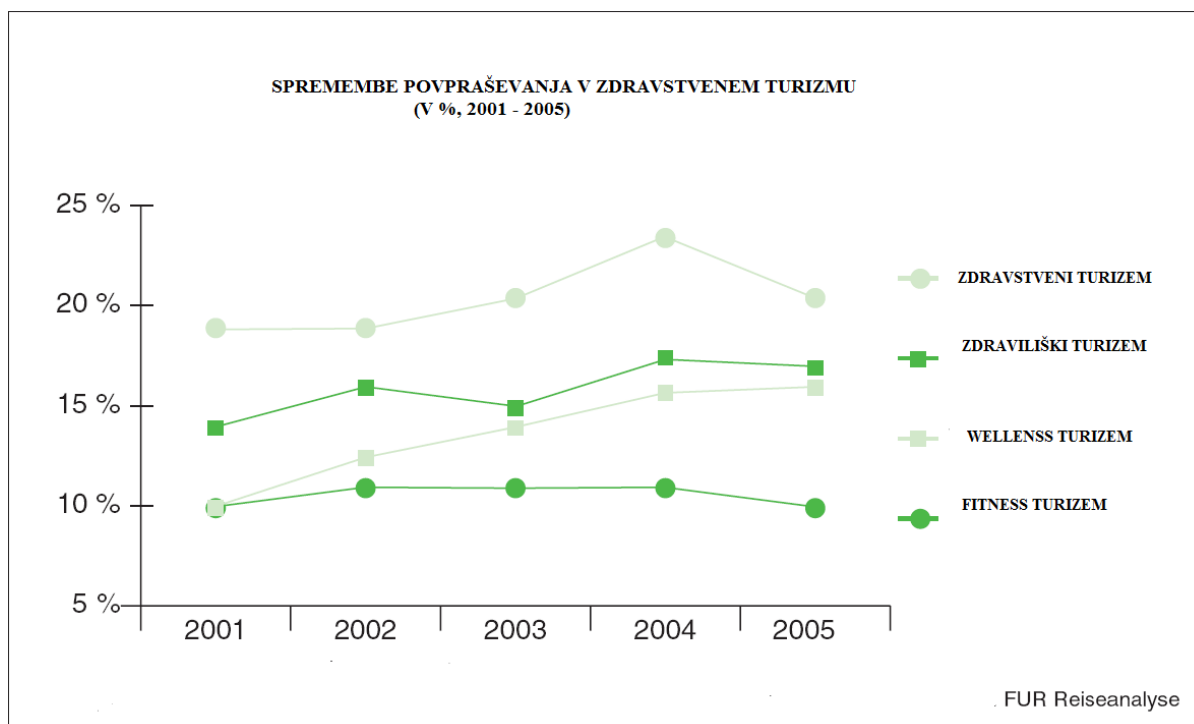
	povpraševanje v %		tržni delež v %	
	1998	2006	1998	2006
wellness	1,7	5,4	1,8	5,2
zdravstveni turizem	8,1	12,4	5,6	7,7
zdraviliški turizem	3,8	8,0	3,6	5,3
fitness	3,3	4,5	2,9	3,3
SKUPAJ	16,9	30,3	13,9	21,5

Vir: Prirejeno po: F.U.R. (2009): ReiseAnalyse - Urlaubsreisetrends 2020, 168



Slika 8: Razvoj trgov wellnessa v Nemčiji po letu 1992 (= 100)

Vir: http://www.medialine.de/media/uploads/projekt/medialine/docs/bestellung_download/marktanalysen/2005/ma_fitness_wellness_200506.pdf (10. 4. 2010)



Slika 9: Spremembe povpraševanja v zdravstvenem turizmu

Prilagojeno po: Nordrhein-Westfalen Tourismus (2006): Wellness –Zahlen, Daten, Fakten, 3
Vir:

<http://www.muensterland-tourismus.de/downloads/Muensterland-Service/Mitglieder/Downloadcenter/Mafo-Rundschau/19Wellness.pdf>

Podatki potrjujejo ugotovitve o velikem porastu družbenega pomena zdravja, saj se je v preteklem desetletju delež povpraševanja po zdravstvenem turizmu podvojil in znaša že skoraj tretjino vsega turističnega povpraševanja. Povečalo se je povpraševanje po vseh oblikah zdravstvenega turizma, med tem najbolj po wellnessu. Ti podatki potrjujejo tudi ugotovitve, da se je v preteklem desetletju wellness obravnaval kot »mega trend« evropskega turizma.

Na drugi strani podatki kažejo na določeno izenačevanje tržnih deležev posameznih segmentov zdravstvenega turizma. Če je pred tem prevladovala oblika preventivno-zdravstvenega turizma (zdravstveni turizem), sta ga po tržnem deležu prehitela wellness turizem in zdraviliški turizem. Za fitness kot aktivno obliko dopusta pa lahko ugotovimo, da se je relativno najmanj povečalo povpraševanje po tej zvrsti turizma, prav tako pa se tudi po tržnem deležu sedaj uvršča na zadnje mesto med vsemi oblikami zdravstvenega turizma, kar je razvidno iz Tabele 5.

2.5 MEDICINSKI WELLNESS

2.5.1 *Medical wellness* – novost v wellness turizmu

Medicinski oziroma *medical* (zdravstveni) wellness lahko obravnavamo kot odgovor na pasivno obliko wellness turizma, ki spodbuja predvsem relaksacijo, uživanje, razvijanje ter dobro počutje. Gre za spodbujanje bolj aktivnega odnosa in skrbi za zdravje med dopustom

oziroma turističnim potovanjem, v nasprotju z bolj pasivnim odnosom, ki propagira predvsem dobro počutje oziroma uživanje in ima posredno tudi pozitivne učinke za zdravje.

Medtem ko lahko wellness turizem uvrstimo med zdravstveni turizem, ki je orientiran na uživanje, dobro počutje in oblike dopusta, ki so posredno povezane z zdravjem, lahko medicinski wellness uvrstimo med zdravstveno-medicinsko orientirani turizem, ki ne zasleduje le kratkoročnih učinkov ponujenih storitev na goste.

2.5.2 Medicinski wellness in zdravje

Razliko med obema vrstama wellnessa lahko najbolj enostavno ponazorimo s primerom tajske masaže, ki je v zadnjih letih tudi pri nas postala skorajda obvezni del ponudbe wellnessa. Pri tajski masaži ločimo deset stopenj zahtevnosti oziroma vrst masaže. Prva stopnja, ki je namenjena sproščanju in ustvarjanju prijetnega telesnega počutja, ne zahteva nobene medicinske izobrazbe, saj jo lahko izvaja vsak, ki ima za to interes. Takšne masaže se naučimo že v nekaj dneh po zelo dostopni ceni za vsak žep. Izvajanje masaž na višji, medicinski stopnji pa že zahteva določeno predznanje s področja človeške anatomije. Takšna masaža ima namreč globlje in daljše zdravstvene učinke, kar pomeni, da bi lahko pri napačnem izvajanju masaže prišlo do poškodb in zdravstvenih težav. Na Tajskem takšne medicinske masaže izvajajo v specializiranih masažnih centrih in v zdravstvenih ustanovah, saj so namenjene predvsem odpravljanju blokad, ki ovirajo nemoten pretok energije v telesu ter odpravljanju zdravstvenih težav.

Turisti se na Tajskem lahko srečujejo z masažo na ulici, na plaži, v lepotilnem salonu, spa centru, na avtobusni postaji ipd., saj skoraj vse Tajke masažo obvladajo in to znanje spada v sklop znanja in izkušenj, ki se prenašajo iz generacije na generacijo ter se pogosto prakticira v družinskem krogu. Gre za popularno vrsto ljudske medicine.

Podobno razliko med sprostitev in medicinskim wellnessom lahko zasledimo tudi pri savnah. Obisk savn je namreč na Finskem, od koder je turizem prenesel to kulturo v srednjeevropski prostor, neke vrste način življenja in druženja. Tam so savne, enako kot spa oziroma storitve wellnessa na Vzhodu, strogo ločene na moški in ženski del. V srednjeevropski turistični ponudbi te ločitve ne poznamo, poleg tega pa so bile savnam dodana po vzoru rimskih kopeli počivališča, masaže in bazeni s toplo vodo, savne pa opremljene z merilci temperature, vlage in uro. Ker je takšno savnanje, kjer se bolj upošteva predpisani postopek kot pa dejansko počutje, telesno relativno naporno, so postale vse bolj priljubljene savne z nižjimi temperaturami, infra, barvne, zeliščne savne ter parne kopeli, ker ne zahtevajo takšnega telesnega napora in nudijo večje ugodje za telo in dušo.

Medicinski wellness predstavlja poizkus zapolnitve tržne niše med zdravjem in zdravljenjem, saj so do sedaj turistični ponudniki dajali večji poudarek turizmu dobrega počutja, manj pa vprašanju ohranjanja in krepitev zdravja, kar je osnovno poslanstvo wellnessa. Vse bolj aktualne postajajo ocene, da je wellness turizem dobrega počutja kot megatrend razvoja evropskega turizma v zadnjem desetletju verjetno že dosegel svoje zgornje meje rasti. Ker pa vprašanje zdravja postaja osrednja družbena tema, se v prihodnosti odpirajo velike razvojne možnosti ravno medicinskemu wellnessu in z njim povezanemu zdravstvenemu turizmu.

2.5.3 Medicinski wellness v Sloveniji

Izhajajoč iz drugačne definicije wellnessa in zdravstvenega turizma nam niti ni potrebno posegati na primere iz oddaljenih dežel. Veljalo bi namreč izpostaviti Arnolda Riklija. Trmasti Švicar, kot so ga radi poimenovali Blejčani, je v začetku prejšnjega stoletja ponasel ugled Bleda kot zdraviliškega kraja po takratni Evropi. Od svojih gostov je zahteval strog režim prehranjevanja, odpovedovanje pijači in podobnim užitkom, dosledno opravljanje predpisanih telesnih vaj, vodnih, sončnih in zračnih kopeli ter dovolj krepčilnega spanja. Takšen režim bivanja lahko še danes srečamo npr. v ajurvedskih centrih Indije, vendar so se mu pripravljene podvreči le redki turisti. Tudi Bled je v preteklem stoletju gostil več takšnih gostov, ki niso bili pripravljene sprejeti strogega režima ohranjanja zdravljenja, ampak so se želeli na dopustu sproščati in razvajati. Ideje Riklija pa so postopoma tonile v pozabo, kot tudi njegovi objekti, ki danes zapuščeni kazijo podobo Bleda.

Kljub takšnim zgodovinskim izkušnjam lahko medicinski wellness opredelimo kot relativno mlado obliko zdravstvenega turizma, ki je v slovenskem prostoru malo poznana, čeprav lahko ugotovimo, da ga v svojo ponudbo že vključujejo vsa naša zdravilišča. Pri tej zvrsti zdravstvenega turizma gostje pričakujejo prisotnost zdravnika in usposobljenega zdravstvenega osebja. Pri tem pa je v turistični ponudbi dopuščen nekoliko bolj medicinsko obarvan videz, ki daje določeno stopnjo resnosti v primerjavi z turizmom dobrega počutja. Ta zvrst turizma tudi omogoča združitev zdravstva in turizma, tako da spreminja življenjske navade, kar je bilo eno od poslanstev zdravilišč že do sedaj.

Kot potencialne uporabnike medicinskega wellnessa lahko opredelimo vse tiste, ki imajo težave z hrbtenico, držo in sklepi, trpijo zaradi revmatičnih obolenj, imajo srčno-žilne težave oziroma njihovo zdravstveno stanje ogrožajo diabetes, visok krvni pritisk in prekomerna teža oziroma so njihove zdravstvene težave posledice stresa.

POVZETEK:

Zdravja ne moremo obravnavati samo kot odsotnost bolezni, ampak ga lahko obravnavamo tudi kot enega najpomembnejših dejavnikov razvoja v postindustrijski in postinformativni družbi. Pri tem se poleg zdravja človeka izpostavlja tudi zdravje planeta, na katerem živimo in na katerem smo v zadnjem desetletju priča globalnim spremembam, katerih vzroka še ne poznamo, povezujemo pa ga lahko tudi z vprašanjem zdravja planeta. Zdravje je postalo osrednja družbena tema, temu pa se uspešno prilagaja tudi zdravstveni turizem.

Zdravje je torej zelo aktualna tema, vendar so razlike v motivih in povpraševanjih turistov z vidika zdravja zelo različne, med posameznimi vrstami zdravstvenega turizma je relativno malo skupnih točk. Za študente gostinstva in turizma je pomembno dejstvo, da vse več ljudi vprašanje zdravja povezuje z vprašanjem zdrave prehrane, in to še bolj kot z zdravstvenim turizmom. Zato postaja zdrava prehrana vse bolj odločujoči dejavnik preživetja dopusta. Ker je to predmet obravnave drugega predmeta, se tej temi nismo posebej posvetili, saj bodo študenti tovrstna znanja pridobili pri predmetih s področja zdrave prehrane. Wellness turizem kot ena od oblik zdravstvenega turizma je postal megatrend, zdravstveni turizem pa je v zadnjem obdobju svoj delež v turističnem prometu podvojil.

Medicinski wellness obravnavamo kot odgovor na dosedanjo pasivno obliko wellness turizma, ki je ponujal predvsem relaksacijo, uživanje, razvajanje ter dobro počutje. Predstavlja vračanje k izvornim idejam wellnessa in odpravlja pomanjkljivosti, ki so posledica prevelikega poudarka na pasivnem odnosu do zdravja med dopustom.

VPRAŠANJA ZA RAZMISLEK:

- Analizirajte značilnosti zdravstvenega turizma z vidika motivov turistov, ki se odločajo za zdravstveni turizem in ste jih do sedaj že spoznali v praksi oziroma kot turisti.
- Kljub temu, da še niste imeli priložnosti spoznati posameznih vrst zdravstvenega turizma, poskusite opredeliti skupne značilnosti posameznih oblik zdravstvenega turizma.
- Pod katero vrsto zdravstvenega turizma bi lahko opredelili zdraviliški turizem v Sloveniji in zakaj tako?
- Ocenite pomen zdrave hrane v posameznih vrstah zdravstvenega turizma.
- Ocenite razvojne možnosti medicinskega wellnessa v slovenskem turizmu.

PRIPOROČENI SPLETNI NASLOVI ZA SAMOSTOJNI ŠTUDIJ:

- http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/2022/Medical-Wellness_270407.pdf
- <http://www.iat.eu/forschung-aktuell/2009/fa2009-06.pdf>
- <http://www.medicalwellnessassociation.com/>

3 WELLNESS TURIZEM

Wellness turizem se je v zadnjih letih uveljavil kot turizem »višje« ravni. V turizmu, tako v hotelirstvu kot tudi v ponudbi hrane, pa se je za priznavanje ravni kakovosti v zadnjem desetletju uveljavil sistem zvezdic. Zato posvečamo posebno pozornost označevanju kakovosti ponudnikov wellnessa skupaj z obravnavo standardov, ki so jih določila posamezna združenja wellnessa.

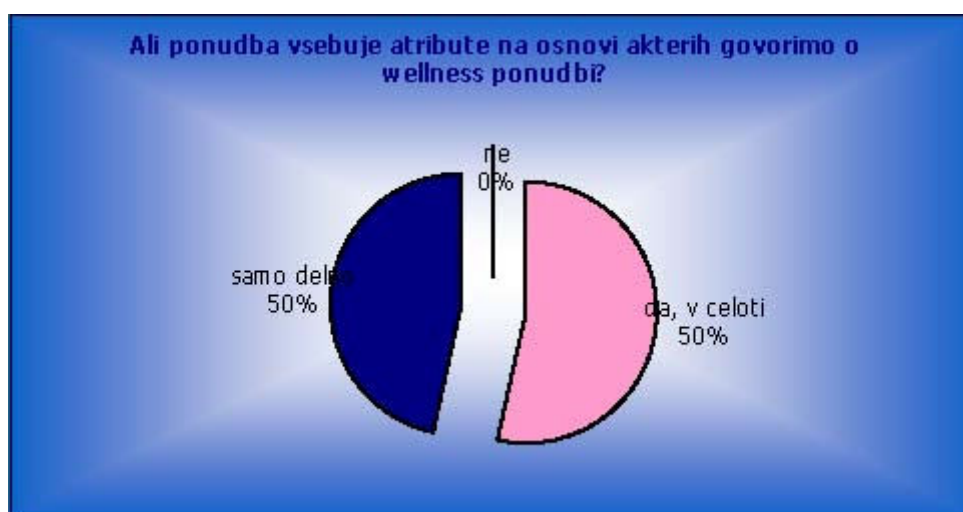
V Sloveniji se letos zaključuje proces označevanja kakovosti hotelov po novem sistemu kategorizacije nastanitvenih obratov, ki je med hotelirji dvignil precej prahu. Zato smo posvetili dodatno pozornost označevanju kakovosti hotelske turistične ponudbe, saj se je v tujini uveljavila praksa, da se kot wellness hoteli lahko opredelijo le hoteli v kategoriji 4* in 5*.

Kljub temu, da se wellness turizem opredeljuje kot najhitreje rastoča oblika turizma, je že naletel na določene razvojne omejitve. Zato posebej izpostavljamo tudi okvire razvoja, na

katere je naletel wellness turizem. Pri tem izpostavljamo teme, ki so neke vrste senčna plat oziroma pomanjkljivosti njegovega dosedanjega razvoja. Ocenjujemo namreč, da bo le na takšen način študent pridobil bolj objektivno sliko razvojnih možnosti te zvrsti turizma.

3.1 MOŽNOSTI ZA UVELJAVITEV WELLNESS TURIZMA

Za pojav wellness turizma v evropskem prostoru lahko ugotovimo, da so ga na eni strani spodbudile demografske in socialne spremembe, predvsem sprememba v dopustniških pričakovanjih povojne t.i. *baby boom* generacije, postopen umik države iz zdravstva in pod vplivom neoliberalističnih idej pospešena privatizacija javnega zdravstva, krčenje socialnih pravic na področju zdravstva ter razslojevanje prebivalstva s postopnim zmanjševanjem deleža t.i. srednjega razreda. Raziskave tudi pri nas kažejo, da vedno več prebivalstva sploh ne gre na dopust, na drugi strani pa si lahko tisti, ki gredo na dopust, privoščijo več.



Slika 10: Slabo razumevanje wellnessa v prodaji

Vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/STRATEGIJA_WELLNESS_5126.pdf (10. 4. 2010)

Za današnjega turista je značilno, da ima bolj izrazite dopustniške navade, saj je navajen, da gre na dopust že od otroštva naprej. V postindustrijski Evropi se zmanjšuje delež fizičnih delavcev na račun storitvenih dejavnosti, krči se delovni čas oziroma zaradi dviga produktivnosti dela je vse bolj izrazito zmanjšanje potrebe po prisotnosti zaposlenih na delovnem mestu. Kljub gospodarski krizi se turisti ne bodo odpovedali dopustu, nekoliko so se razpoložljivi kupni moči prilagodili njihovi dopustniški motivi. Z vidika mednarodne konkurenčnosti slovenskega turizma je zelo pomembno, da se kljub ekološko poudarjeni škodljivosti transporta ne bo zmanjšal interes za oddaljene destinacije. To pomeni, da se konkurenca v turizmu geografsko širi, hkrati pa je prisotna vse večja konkurenca različnih ponudnikov in vsebin wellnessa.

Tako so se npr. slovenski delegaciji na študijskem potovanju v turističnem obmorskem centru Sanya na kitajskem otoku Hainan pohvalili, da imajo letalsko čartersko povezavo z Moskvo, od koder prihajajo ruski gostje na zdravstveno rehabilitacijo in wellness turizem. Vsi njihovi centri wellnessa temeljijo na znanjih tradicionalne kitajske medicine, zdravstveni vidik obravnave gostov smatrajo kot pomembno konkurenčno prednost. Kljub temu, da bi lahko z našega vidika ta otok opredelili kot tropski raj, saj temperatura morja ne pade pod 24 stopinj

Celzija, se niso želeli odločiti za razvoj turizma dobrega počutja in obmorskega kopališkega turizma po vzoru Turčije, Mehike ali Karibov, ampak izpostavljajo zdravstveni vidik spa oziroma wellness turizma. Ribice v njihovih bazenih niso namenjene občudovanju, ampak čiščenju odmrle kože kopalcev, voda pa ni temne barve zato, ker ne bi delovala čistilna naprava, ampak zaradi dodajanja različnih vrst zdravilnih zelišč v kopalno vodo.

Tudi za dopustniške navade Slovencev je značilno, da se kljub gospodarski krizi povečuje interes po preživetju dopusta v tujini, hkrati pa se slovenski turizem vse bolj usmerja na tuje trge. Zato so tudi slovenski ponudniki wellnesa priseljeni v spremljanje razvoja tuje konkurence. Če smo še pred leti italijanske Abano Terme ali madžarska zdravilišča ob termalnem jezeru Heviz obravnavali kot konkurenco slovenskemu zdraviliškemu turizmu, so to med tem postali že spa centri na Tajskem, ajurvedski centri v Indiji ali pa spa centri v mehiškem Cancunu in ob severni afriški obali, če omenimo le nekatere. V kolikor si prizadevamo pridobiti goste iz drugih držav (npr. iz Nemčije), moramo upoštevati, kakšno izbiro na področju wellness turizma ima na razpolago Nemeč in kaj od tega lahko ponudimo v Sloveniji oziroma s kakšno ponudbo wellnesa kot ga razumejo Nemci sploh razpolaga Slovenija (ne samo ponudbe, ki si jo kot wellness predstavljamo v Sloveniji).

3.2 WELLNESS KOT TURIZEM VIŠJE KAKOVOSTI

3.2.1 Kakovost hotelskih storitev

Wellness turizem v okviru turistične ponudbe hotelov običajno razumemo kot turizem višjega kakovostnega razreda. Ponudbo wellnesa razvijajo predvsem hoteli v najvišjih dveh kakovostnih razredih, t.j. 4 in 5 zvezdic. Označevanje kakovosti hotelske ponudbe z zvezdicami je postalo v evropskem turizmu v zadnjem desetletju običajen način, od leta 1998 se uporabljajo tudi v Sloveniji. Zato nižje kategorije hotelov praviloma ne ponujajo storitev wellnesa, razen morebiti nekateri hoteli s tremi zvezdicami. Kakovost wellness turizma pri ponudnikih izven hotelov se praviloma ne ocenjuje s sistemom zvezdic, ampak z različnimi sistemi certifikatov, ki jih izdajajo združenja za wellness.



Slika 11: Označevalna tabla Hotel ***** Superior

Vir: http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Oznacevalne_tabla_z_grafiko-3-bez_obrazlozitve.pdf (10. 4. 2010)

Kakovost hotelskih storitev se obravnava kot razkorak med pričakovanji gostov in percepcijo o izvršeni storitvi. Pri tem je potrebno upoštevati, da vsi hotelski gosti dojemajo kakovost enako, zaradi razpoložljivih sredstev, ki so jih namenili za dopust oziroma turistično potovanje pa si lahko privoščijo različno raven kakovosti oziroma obseg storitev.

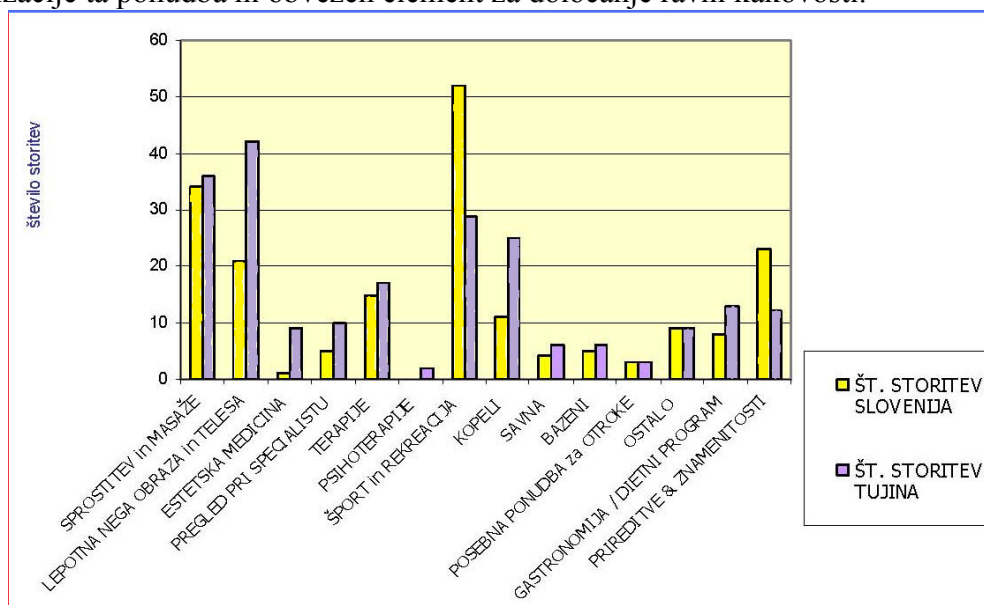
Z vidika obravnave wellnessa kot oblike zdravstvenega turizma je potrebno pri kakovosti upoštevati, da v zahodnih družbah predstavlja zdravje temeljni pojem kakovosti življenja. Na osebni vidiku je kakovost zdravja tudi pokazatelj osebnega zadovoljstva, sreče in družbenega položaja.

Zato samo poudarjanje tehničnih standardov oziroma opremljenosti hotelov oziroma centrov za wellness v promociji povzroča napačna pričakovanja gostov oziroma nezadovoljstvo gostov, kar pomeni razkorak v razumevanju kakovosti med ponudniki in uporabniki storitev wellnessa. Morebiti je to tudi eden od razlogov, da je wellness turizem v zadnjih letih izgubil svoj razvojni potencial, saj ni uresničil pričakovanih turistov.

3.2.2 Motivi za izbiro wellness hotela

Predvsem za hotele najvišje kategorije je značilno, da so prevladujoč motiv za odločitev značilnosti v opremljenosti hotela. V prvi vrsti gre za velikost, opremljenost in videz hotelske sobe, velikost, opremo in ureditev kopalnice, kakovost pohištva in opreme ter razpoložljivost in kakovost dodatne ponudbe.

V ZDA npr. že za hotel s 4* pričakujejo, da ima obvezno tudi svoj bazen, podobno se tudi v Sloveniji v zadnjih letih skoraj noben investitor ni odločil za gradnjo hotela brez bazena, savn in fitnesa ter ureditve manjšega centra za wellness. Z večanjem števila zvezdic namreč narašča tudi pomen dodatne hotelske ponudbe, ki je na razpolago gostom (različne storitve, ki jih lahko omogoča wellness prikazuje Slika 10), zato si tudi pri nas skorajda ne moremo predstavljati hotela v najvišji kategoriji brez tovrstne ponudbe, čeprav v našem sistemu kategorizacije ta ponudba ni obvezen element za določanje ravni kakovosti.



Slika 12: Primerjava števila storitev »dobrega počutja« med Slovenijo in tujino

Vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/STRATEGIJA_WELLN ESS_5126.pdf (10. 4. 2010)

To lahko v praksi pomeni, da se naš hotel najvišje kategorije lahko označi tudi kot wellness hotel, četudi center za wellness v hotelu ne dosega ravni za najvišji kakovostni razred, saj naš sistem kategorizacije ne omogoča specializacije hotelov glede ponudbe, nacionalni sistem certificiranja ponudnikov wellnessa pa v Sloveniji ne obstaja.

Kot izhaja iz primerjalne analize štirih sistemov kategorizacije hotelov, ki je delno objavljena tudi na spletnih straneh Ministrstva za gospodarstvo (MG, 2009), obstajajo med nacionalnimi sistemi kategorizacije in označevanjem hotelov z zvezdicami precejšnje razlike, svoje nacionalne posebnosti glede razumevanja wellness turizma pa izpostavljajo tudi nacionalna združenja za wellness.

Ker se večina gostov pri izbiri hotela najvišje kategorije odloča na osnovi značilnosti v opremljenosti hotela, je tudi za ponudbo wellnessa zelo pomembno, da se izvaja v primerno urejenih prostorih. Zato ponudbe wellnessa ne moremo razvijati v bolnišnicah ter na klinikah, prav tako tudi ne v zdraviliških ambulantah in terapevtskih prostorih, ki so namenjeni klasičnemu zdraviliškemu zdravljenju oziroma rehabilitaciji s souporabo naravnih zdravilnih dejavnikov ter ustrezajo strogim merilom zdravstvene zakonodaje.

V praksi je relativno enostavno zadostiti tehničnim kriterijem kakovosti, ki so v prvi vrsti odvisni od razpoložljivih investicijskih sredstev. Pri določanju videza, vsebine in ponudbe centrov za wellness dajejo investitorji običajno prosto pot domišljiji projektantom, saj morajo ti prostori zadostiti visokim kriterijem glede estetike, funkcionalnosti, zagotavljanju ugodnega počutja in pozitivnega vpliva na goste. Poudarek je na naravnih materialih, na zagotavljanju ustreznega pretoka energije po principih kitajskega feng šuja oziroma indijskega vastuja, na ustrezni izbiri barv, bodisi glede strani neba oziroma položaja ter pomena čaker, na prijetnem vonju, svetlobi in sproščujočih glasovih.

3.2.3 Kakovost slovenskih hotelskih wellness turističnih ponudnikov

Prvo in do sedaj edino raziskavo o kakovosti turistične ponudbe wellnessa v Sloveniji je z metodo skritega gosta izdelalo po naročilu Slovenske turistične organizacije novembra 2004 svetovalno podjetje Caty iz Ljubljane. Naslov raziskave je bil "Wellness ponudba v Sloveniji – skriti gost". Metoda skritega gosta je pri naših severnih sosedih preizkušena in obvezna metoda ugotavljanja kakovosti hotelske ponudbe v procesu kategorizacije oziroma dodeljevanja zvezdi za hotele v najvišjih dveh kategorijah (štiri in pet zvezdic), prav tako pa je osnova za ocenjevanje restavracij, kjer so Michelinove zvezdice pojem odličnosti.

V raziskavo leta 2004 je bilo zajetih le deset slovenskih wellness hotelov, ki so bili soustanovitelji takratnega Wellness grozda turističnih ponudnikov Slovenije. Rezultati te raziskave so bili dostopni samo sodelujočim v raziskavi in niso prišli v strokovno javnost.

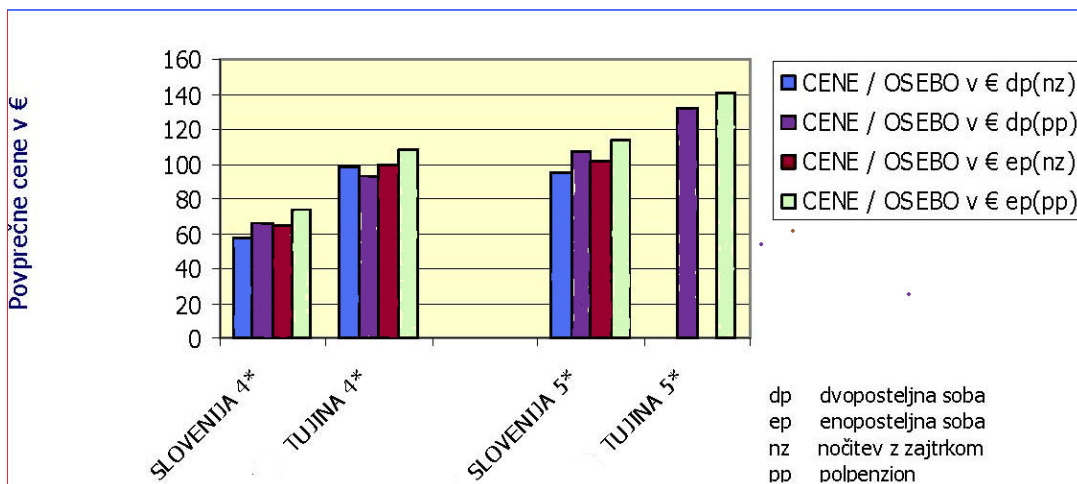
Iz raziskave (Cati, 2004, 4) pa lahko povzamemo ključno ugotovitev, »da je sicer sama infrastruktura tako hotelov kot prostorov, kjer se izvaja wellness program, na visokem nivoju (z redkimi izjemami). Največjo slabost v ponudbi hotelov predstavljajo zaposleni, in sicer na vseh nivojih ponudbe – od recepcije naprej. Zaposleni so nemotivirani, pasivni in vsekakor premalo proaktivni. To se kaže tudi pri trženju dodatnih storitev v hotelu, ki skoraj ne obstajajo in so večinoma prepuščene iznajdljivosti oziroma zahtevnosti gosta.

Ocenjena raven takrat dosežene ocene posameznih elementov, ki so bili predmet ocenjevanja, oziroma stopnja zadovoljstva gostov je bila 4,3 oziroma 86 % stopnja doseženega zadovoljstva, kar je relativno visoko:

- hotel (skupni prostori, sobe, hodniki, recepcija): povprečna ocena 4,1 oziroma 82 % stopnja zadovoljstva

- zaposleni v hotelu (recepcija, sobarice, natakarji): povprečna ocena 3,7 oziroma 76 % stopnja zadovoljstva
- storitve wellnessa: 4,7 oziroma 94 % stopnja zadovoljstva
- oprema za wellness: 4,7 oziroma 93 % stopnja zadovoljstvo
- zaposleni v programih wellnessa: 4,3 oziroma 87 % stopnja zadovoljstva.

Med hoteli, ki so bili vključeni v raziskavo, je bil zajet tudi en petzvezdični hotel. Rezultati zanj so pokazali, da je še najmanj zadovoljil pričakovanja skritega gosta. V povprečju je dosegal komaj 72 % stopnjo zadovoljstva gosta oziroma je dosegal povprečno oceno vseh elementov v višini 3,8. Pričakovanja gostov v najvišjih kategorijah hotelov namreč precej odstopajo od pričakovanj gostov v hotelih kategorije 4*, zato lahko ti podatki iz ocene pomenijo tudi, da je ponudba wellnessa tega hotela sicer bistveno presegala hotelsko in ponudbo wellnessa ostalih štirizvezdičnih hotelov, vendar ni dosegala pričakovanega za petzvezdični hotel.



Slika 13: Primerjava povprečnih cen med hoteli z »wellness elementi« v Sloveniji in tujin

Vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/STRATEGIJA_WELLN ESS_5126.pdf (10.4.2010)

3.2.4 Obravnava kakovosti kot razkorak med pričakovanji in realizirano zaznavo

Ocenjevanje kakovosti ponudbe wellnessa z vidika obravnave razkoraka med pričakovanji in zaznavo hotelskih gostov je lahko za slovenske hotelirje problematično tudi zato, ker Slovenija po deležu petzvezdičnih hotelov bistveno presega strukturo takšnih hotelov v Nemčiji, Avstriji, Švici in na Hrvaškem. Analize hotelov na ta način so se lotili v španski pokrajini Kantabrija (Nowlis, 2007). V analizo so bile zajete vse kategorije hotelov z vidika zanesljivosti, karakteristik osebja, značilnosti opremljenosti hotela ter dopolnilne ponudbe, kar je bil podoben princip, kot ga je zajela omenjena raziskava leta 2004 v Sloveniji.

Rezultati španske študije o kakovosti hotelov so nekoliko presenetljivi, saj je zaznana kakovost presegla pričakovano le pri hotelih v kategoriji ena zvezdica ter v kategoriji tri zvezdice pri elementu značilnosti osebja. V vseh ostalih kategorijah hotelov in obravnavanih elementih pričakovanja hotelskih gostov niso bila dosežena, kar kaže na zelo veliko odstopanje med pričakovanji in zaznavo gostov z vidika hotelske kakovosti.

Na potrebo po oblikovanju minimalnih standardov kakovosti storitev wellnesa v slovenskem turizmu kaže tudi lanskoletna raziskava Slovenske turistične organizacije, ki je objavljena na njihovih spletnih straneh: "Analiza turistične wellneške ponudbe v Sloveniji" (Slovenska turistična organizacija, 2009). To potrebo utemeljuje želja za preprečevanje nelojalne konkurence oziroma neustrezne kadrovske usposobljenosti izvajalcev storitev wellnesa.

3.3 ZDRUŽENJA ZA WELLNESS

Slovensko turistično gospodarstvo je imelo priložnost za vključitev v mednarodno uveljavljene sisteme določanja kakovosti turistične ponudbe wellnesa. Ponudniki wellnes turizma iz severno-vzhodne Slovenije so spoznali kriterije za razvrščanje ponudnikov wellnesa pri naših severnih sosedih pred šestimi leti z vključitvijo v čezmejni projekt Slovenije, Avstrije in Madžarske »European Wellness Project«. V sosednji Avstriji so namreč pričeli na prelomu stoletja razvijati koncept "Austria - wellbeing destination of Europe", s katerim bi Avstrija postala »številka 1« med destinacijami zdravja v Evropi. Za slovenske ponudnike wellnesa bi lahko bil zanimiv tudi sosednji regionalni projekt »Alpine Wellness International«, ki pa do sedaj pri nas ni zbudil pretiranega zanimanja.

3.3.1 Best health Austria

Novo krovno znamko avstrijskega zdravstvenega turizma predstavlja znak kvalitete "*Best Health Austria*". Ta znak lahko pridobijo klinike, zdravilišča, rehabilitacijski centri, terme, wellnes hoteli in ostali nastanitveni objekti, ki so bili specializirani za zdravje (npr. zdrave kmetije, zdravi penzioni), v kolikor so izpolnili okoli 130 različnih kriterijev.

Kriteriji kakovosti turistične ponudbe wellnesa se nanašajo na oceno vodstva podjetja in oceno poslovne filozofije podjetja, na usposobljenost in kvalifikacijo osebja, na videz hotela (velikost sob, prehrana, higiena, opremljenost in razpoložljivost prostorov), na možnosti izbire in razpoložljivost storitev wellnesa, na način in rezultate spremljanja zadovoljstva gostov, na medsebojne odnose med zaposlenimi v hotelu, na socialno angažiranje hotela ter na spremljanje kazalnikov poslovanja hotela.

3.3.2 Alpski wellnes



Slika 14: Znak »Alpine Wellness«

Vir: <http://www.alpinewellness.com/> (10. 4. 2010)

Združenje »Alpine Wellness International« zajema predvsem nemško govorno območje Alp in je krovna blagovna znamka turistične ponudbe wellnesa z alpsko značilnostjo na Bavarskem (WellVital), v Avstriji (Best Health Austria), Švici (Wellfeeling) in na Južnem Tirolskem (Belvita) oziroma gre za neke vrste nadnacionalni certifikat ponudnikov wellnesa v Alpah. Zato morajo prejemniki tega certifikata poleg nacionalnih kriterijev izpolnjevati tudi

kriterije na področju alpskega razvajanja (sprostitvev in oddih), alpskega fitnesa (aktivnosti v alpskem okolju) in alpskega zdravja (npr. področje astme, težav s hrbtenico oziroma alergijami). Nahajati se morajo na določeni nadmorski višini na območju Alp (pogoj, da je v 15 minutah dosegljivo alpsko doživetje wellnessa na 1.200 m višine), zagotavljati regionalni (alpski) izvor prehrane, alpski ambient, material in videz, najmanj dve za Alpe specifični ponudbi wellnessa (npr. zeliščna parna kopel, solna jama, savna s pogledom na gore, lesena kopalna kad, ipd.). Poleg pridobitve osnovnega certifikata si lahko ponudniki wellnessa prizadevajo za specializacijo v alpskem razvajanju, alpskem fitnesu in alpskem zdravju.

Z vidika zdravstvenega turizma je morebiti zanimiv pristop k izdelavi posebne študije o vplivu alpske klime na določena bolezenska stanja. S to študijo so namreč ovrgli splošno uveljavljeno prepričanje zdravnikov, da bivanje na višini ni primerno za ljudi z visokim krvnim pritiskom. Rezultati študije so namreč pokazali:

- bistveno znižanje sistoličnega (zgornjega) krvnega pritiska na višavah, kot tudi neposredno po vrnitvi z dopusta,
- znižanje srčnega utripa v mirovanju,
- boljše presnovo maščob in glukoze,
- znižanje telesne teže brez diete,
- povečanje eritroproetina, ki skrbi za ustvarjanje rdečih krvničk in boljše izločanje kisika iz tkiv,
- zmanjšanje oksidativnega stresa ter
- izboljšanje splošnega počutja (spanec, optimizem).

3.3.3 Wellness Verband Deutschland



Slika 15: Označevalni tabli wellness hotelov v Nemčiji

Vir: http://www.wellnessverband.de/hotellerie_und_tourismus/faq.php (10. 4. 2010)

Najdaljšo tradicijo certificiranja wellness hotelov ima v evropskem prostoru nemško združenje »Wellness Verband Deutschland«, ki je že leta 1992 uvedlo v turistično ponudbo pojem wellness hotel. To združenje omogoča hotelom od leta 2002 pridobitev treh različnih stopenj verifikacije, poleg bazičnega certifikata še dveh t.i. premium certifikatov, ki sta odvisna od obsega elementov, ki so bili predmet ocenjevanja (med 600 in 1.500 elementi) in doseženih točk. V ta sistem certificiranja so vključeni wellness hoteli, spa centri, terme in bazeni v desetih državah, ki so dosegli minimalne kriterije za certificiranje, kar kaže na mednarodni značaj tega združenja.

Predmet preverjanja pogojev za wellness hotel so:

- hotel (recepcija, skupni prostori, sobe, zunanje površine),
- ponudba hrane in pijače (restavracije, bar, fitnes/wellness bar)

- ponudba wellnessa (kopališče, savne, fitnes, sproščanje, kozmetika, postopki in terapije, skupinski programi, trening, pregledi, zunanji in notranji prostor).

Vsak od teh treh elementov ponudbe se preverja z vidika:

- informacije in kakovost storitve,
- prijaznost do gostov in strokovna kompetentnost zaposlenih,
- oprema in ponudba,
- funkcionalnost in kakovost,
- vzdrževanje in čistoča,
- varovanje zdravja in okolja,
- pričakovanja in izpolnitev pričakovanj (tudi razmerje cena / kakovost).

Po predvidevanjih združenja obstaja v Nemčiji okoli 800 hotelov, ki promovirajo oziroma prodajajo ponudbo wellnessa, kar pa predstavlja le desetino vseh nemških hotelov, ki so vključeni v sistem preverjanja kakovosti s pomočjo hotelskih zvezdic. Z vidika potrošnika in razumevanja wellness turizma pa je bolj zaskrbljujoče, da jih po mnenju tega združenja le polovica od teh t.i. wellness hotelov izpolnjuje minimalne kriterije za wellness hotel, poleg tega pa jih je trenutno certificiranih le okoli 80 turističnih ponudnikov wellnessa in še ti niso vsi v Nemčiji in tudi ne hoteli, ampak so v sistem certificiranja zajeti tudi spa centri in kopališča.

3.3.4 Deutscher Medical Wellness Verband



Slika 16: Znak nemškega združenja za medicinski wellness

Vir: <http://www.dmwv.de/> (10. 4. 2010)

Glede uspešnega uveljavljanja medicinskega wellnessa v turistični ponudbi velja izpostaviti tudi sistem preverjanja kakovosti medicinske turistične ponudbe wellnessa po kriterijih »**Deutscher Medical Wellness Verband**«. Certificiranje ponudnikov wellnessa po tem sistemu poteka na osnovi mednarodnega standarda kakovosti ISO 9001:2000. Vendar so se do sedaj za uvedbo ISO standardov odločila le redka turistična podjetja, v Sloveniji le tista, ki so povezana v večje verige (npr. Sava, Krka). Zato morebiti niti ne preseneča, da trenutno največ ponudnikov wellnessa, ki so certificirani po tem sistemu, spada v mednarodno zdraviliško verigo Danubius, ki izvira iz madžarskih zdravilišč.

3.4 OKVIRI RAZVOJA WELLNESS TURIZMA

3.4.1 Wellness kot družbeni fenomen

Wellness turizem bi lahko opredelili tudi kot novo zvrst turizma, ki se je razvil v določenih družbenih in ekonomskih razmerah. Lahko bi rekli, da predstavlja odgovor na družbene spremembe v razvitih zahodnih državah v zadnjih desetletjih kot posledica novega odnosa do zdravja in do turizma.

Pojav medicinskega wellnesa že nakazuje določene spremembe v razumevanju wellness turizma, v tem trenutku pa težko ocenimo morebiten vpliv gospodarske krize in morebitnih družbeno-ekonomskih sprememb na wellness turizem. Napovedi turističnih prognostikov so sicer zelo optimistične, saj ugotavljajo, da gospodarska in okoljska kriza do sedaj nista vplivali na spremembo dopustniških navad, zato bi se naj trendi iz tega desetletja nadaljevali tudi v naslednje desetletje. Vendar lahko že napovedane spremembe v zdravstveni reformi pri nas ocenimo kot vračanje zdraviliškega turizma za nekaj desetletij nazaj v preteklost, saj so številna zdravilišča kljub drugačnemu predstavljanju v javnosti še zelo odvisna od javnih zdravstvenih sredstev. Na prvi pogled to sicer nima ničesar opraviti z wellness turizmom in bo morebiti še pospešilo povpraševanje bo turističnih zdravstvenih storitvah, kratkoročno pa lahko zavre razvoj številnih projektov wellnesa, ki jih razvijajo zdravilišča.

Wellness oziroma wellness turizem lahko obravnavamo tudi kot družbeni fenomen s konca prejšnjega stoletja, ki je iz filozofije dobrega počutja in skrbi za svoje zdravje v zadnjih letih v evropskem prostoru prerasel v turistični megatrend. Zdravje je postalo osrednja družbena tema, turisti pa so postali bolj izkušeni, bolj prilagodljivi in manj zvesti, bolj neodvisni v izbiri ter bolj orientirani na kakovost, zato je vedno težje zadovoljiti njihova pričakovanja, kar velja tudi za wellness turizem. Kakovost ponudbe in pojem »*value for money*« postajata v turizmu odločujoča dejavnika, zato smo vprašanju kakovosti wellness turizma posvetili posebno pozornost v prejšnjem poglavju.

Tudi iz letošnje raziskave dopustniških navad Evropejcev (Flash Eurobarometer 291, 2010) je namreč razvidno, da se jih je z vidika varčevanja na dopustu največ (skoraj četrtina) pripravljena odreči storitvam lepote in wellnesa, prav toliko tujih turistov iz segmenta za Slovenijo najpomembnejših držav pa se odloča za novo dopustniško destinacijo na osnovi razmerja »*value for money*«.

V evropskem prostoru je wellness turizem poskušal zapolniti tržno nišo, ki je nastala s postopnim umikom socialne države iz zdravstva ter s spremenjenim odnosom do zdravja. Pri tem ne gre le za spremembo odnosa države do zdravja, ampak tudi za osebni odnos do zdravja z vidika izboljšanja sposobnosti za kakovostnejše življenje, medsebojnih odnosov na delovnem mestu ter drugačnega načina preživljanja prostega časa. Te spremembe se odražajo tudi v razumevanju wellnesa (kot npr. *wellness*, *selfness* ipd.) ter nekaterih značilnostih zahodne civilizacije, ki so postale simbol oziroma bi jih lahko poimenovali kar »kulte« zahodne civilizacije, ki so bistveno vplivali na razumevanje wellness turizma v evropskem prostoru.

3.4.2 Izpostavljena lepota telesa

Do sedaj človeštvo še ni posvečalo takšnega pomena telesnemu videzu, kot je to danes značilno za zahodno civilizacijo. Pod vplivom množičnih medijev, kozmetične in modne industrije ter proizvajalcev hrane in pijač je prišlo do korenitih sprememb v razumevanju ideala lepote ženskega in moškega telesa.

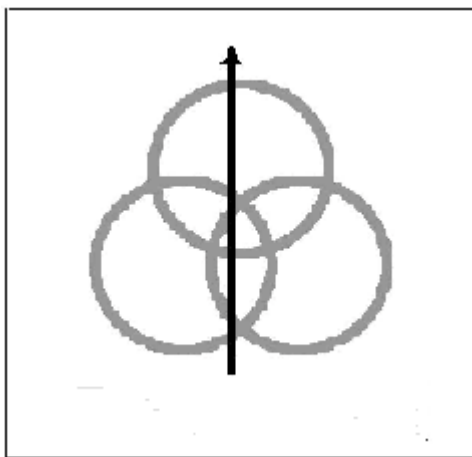
Če primerjamo današnji ideal ženske lepote s srednjeveškimi lepoticami, ki so jih upodabljali umetniki na slikah, freskah in v kamnu, te nekdanje lepotice danes ne bi imele nobenih možnosti, da bi se uvrstile v predizbor za kakšno lokalno lepотно tekmovanje. Nekoč je veljala obilna zadnjica pri ženski za simbol sposobnosti rojevanja otrok in zdržljivosti v obdobju morebitnega pomanjkanja hrane, danes pa je nočna mora večine žensk, malce nagubana koža pa razlog, da se mnoge izogibajo pojavljanju v javnosti, oblečene v kopalkah.

Tudi wellness turizem je znal dobro izkoristiti spremembe, ki so sledile sprejemanju telesa od sredstva za delo v sredstvo za občudovanje, zabavo in sprostitvev ter razvil pestro ponudbo, ki je namenjena izboljšanju telesnega videza ter boljšemu počutju v lastnem telesu. Lepota je pomemben sestavni del wellness turizma, lepotni centri pa osnovna oblika lepotnega turizma.

Tudi iz zgodovine razvoja filozofije wellnessa lahko razberemo, da so ga med prvimi prevzeli kozmetični saloni in spremljajoča kozmetična industrija. Zato morebiti niti ne preseneča, da je organizacija vseh dosedanjih kongresov wellnessa v Sloveniji organizirala izobraževalna inštitucija s področja kozmetike, frizerjev in maserjev. Poleg tega si tudi pri nas ne moremo več predstavljati centra za wellness, ki ne bi imel v svoji ponudbi vsa ene od mednarodno priznanih kozmetičnih linij.

3.4.3 Izpostavljeno zdravje

Zdravje je postalo v zadnjih letih najpomembnejša družbena tema, v Sloveniji pa raziskave kažejo, da je to najvišja družbena vrednota. Sloveniji je uspelo kljub tranziciji ohraniti relativno visoko raven javnega zdravstva, zato se z vidika zadovoljstva po tem kriteriju uvršča v svetovnem merilu pred ZDA, kar v svojem filmu »Sicko« predstavi tudi avtor te parodije na ameriški sistem zdravja Michael Moore. Vendar je hkrati s povečevanjem zdravja prišlo tudi do slabšalnega odnosa do bolezni, ki je nasprotni pol zdravja, saj se je v začetku wellness turizem smatral kot turizem zdravih, lepih in mladih, ki nima ničesar za opraviti z zdravljenjem bolezni, poškodb in obolenj.



Slika 17: Dunn, *High-Level Wellness Symbol*

Vir: Prirejeno po: <http://wellness.indianachamber.com/index.php/wellness-movement>,
(10. 4. 2010)

Dunnov koncept wellnessa kot ravnovesje med telesom, razumom in duševnostjo, kot je prikazan s simbolom (Slika 15), je bistveno spremenil razumevanje in dojetje zdravja v zahodni civilizaciji. V ZDA se je pojavila nova skupina porabnikov LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), za katero je značilen zdrav življenjski stil in upoštevanje trajnostnega razvoja.

V stari Kitajski je bilo običajno, da so ljudje plačevali zdravniku za to, da so ostali zdravi, v primeru bolezni pa je moral zdravnik prevzeti stroške njihovega ozdravljenja. V primeru skrbi za zdravje cesarjev, ki niso ozdraveli, pa je bilo nekaj običajnega, da je zdravnik svojo nesposobnost plačal tudi z življenjem. Zato so na bolezen gledali kot na božji blagoslov in ne kot božjo kazen kot v zahodnem krščanskem svetu.

Biti zdrav oziroma ohraniti dobro zdravje je tudi želja vsakega turista, čeprav njihovo ravnanje tega ne potrjuje. Niti ptičja niti lanskoletna prašičja gripa nista mogli pomembneje vplivati na turistične tokove, kakor tudi ne številne nalezljive bolezni, ki jih zahodna civilizacija ne pozna več, nič ne odvrne množice potnikov od potovanja v manj razvite dežele. Stopnja zaupanja v njegov »*high level wellness*« oziroma zdravje je tako visoka, da se za številna opozorila med potovanjem niti ne zmeni.

Pri tem velja izpostaviti, da vsi zdravniki v ZDA le niso preveč navdušeni nad filozofijo wellnessa in poudarjanjem odgovornosti za svoje zdravje. Dr. Weil (Weil, 1998) v svoji knjigi, ki velja v ZDA za prodajno uspešnico, opozarja, da je naše kulturno navdušenje nad medsebojnim vplivanjem uma in telesa, podprto s priljubljenimi knjigami za samopomoč in filozofijami »nove dobe« pripeljalo do občutka osebne odgovornosti za bolezen. Zbolimo zaradi določenih načinov razmišljanja, ker se ne moremo znebiti negativnih čustev, ker ne živimo duhovnega življenja. Te ideje širijo dobronamerni ljudje. Doseči hočejo, da bi bili vsi skupaj bolj odgovorni za svoje lastno dobro počutje in da bi spoznali, da lahko z umom sodelujemo v procesu zdravljenja. Vse to je lepo in prav. Vendar je nenamerna posledica njihovih sporoči ta, da ustvarjajo hude občutke krivde. »Sam sem priklical raka«, »Če ne ozdravim, sem zagotovo slab človek.« Krivda zaradi bolezni je uničujoča in v nobenem primeru ne more pomagati telesu k ozdravitvi.

3.4.4 Izpostavljeno telesno in duševno zadovoljstvo

Izpostavljanje dobrega telesnega in duševnega počutja je postalo sprejemljiva družbena norma šele po osvoboditvi predsodkov iz preteklosti, wellness turizem pa se imenuje tudi turizem dobrega počutja telesa in duha. Hkrati bi ga lahko poimenovali tudi turistični hedonizem, saj postaja telesno in duševno zadovoljstvo v naši kulturi osrednji smisel družbene dejavnosti posameznika. V turistični ponudbi se izpostavlja vse tisto, kar bi naj godilo telesu in duši, čeprav nam je znano, da lahko dejansko vse dobro telesu tudi škodi.

Hedonizem nas uči, da sta sreča in čutno uživanje glavna smotra človeških aktivnosti, v praksi pogosto tudi na račun povzročanja družbene škode ter vse bolj izrazitega individualizma. Takšna zvrst turizma spodbuja bolj pasiven donos do telesa, počutja in zdravja, čeprav lahko hkrati ugotovimo, da so na osnovi takšnega odnosa do turizma v preteklosti nastali številni znani turistični centri.

Na drugi strani pa vidik obravnave telesnega in duševnega zadovoljstva obravnava to stanje kot odsotnost boleznin in zdravstvenih težav. Gre za subjektivno zaznavo, ki jo spodbuja wellness turizem.

3.4.5 Izpostavljeno potrošništvo

Pod vplivom potrošništva je postal tudi wellness turizem proizvod potrošniške družbe. V potrošniški družbi se blaginja definira z obiljem dobrin, v wellness turizmu pa z obiljem in pestrostjo turistične ponudbe. Tudi wellness turizem tako postaja vse bolj sredstvo za dokazovanje statusnega položaja posameznika kot pa dejanska potreba oziroma interes turista po izboljšanju in krepitvi zdravstvenega stanja.

Takšna obravnava wellness turizma vodi v prepričanje turistov, da si lahko zdravje kupijo v obliki turističnega paketa, saj tudi zdravje postaja vedno bolj potrošna dobrina, ki je odvisna od ponudbe in povpraševanja. Harmonijo telesa, uma in duha lahko dosežejo predvsem z zadovoljevanjem materialnih potreb.

3.4.6 Izpostavljen mladostni videz

Demografske spremembe so povzročile na eni strani staranje prebivalstva, na drugi strani pa znižanje števila otrok. Poleg tega starejši želijo čim dlje ohraniti mladostniški videz, telesno, umsko in duševno vitalnost. Tako imenovani programi proti staranju (*anti-ageing*) so namenjeni bodoči generaciji seniorjev, t.i. »*silver senior*«, ki izhaja iz povojne *baby boom* generacije in je podvržena »*new age*« gibanju, je finančno dobro preskrbljena ter v dobri telesni, duševni in mentalni kondiciji.

Iz takšnega poudarjanja mladosti izhaja ponudba wellness turizma, ki je v vse manjši meri namenjen mladi in srednje stari generaciji turistov. Kot kažejo raziskave starostne strukture povpraševanja v wellness turizmu, postaja to vse bolj turizem za seniorje.

POVZETEK:

Kljub temu, da je pojem wellness turizem relativno dolgo časa prisoten v našem prostoru in številni ponudniki svojo ponudbo promovirajo kot wellness turizem, raziskave kažejo, da je wellness dokaj slabo razumljen med turističnimi prodajniki. Z globalizacijo turističnih tokov se je konkurenca na področju wellness turizma zelo povečala, zato se posamezni ponudniki tovrstnih storitev poskušajo zaščititi pred konkurenco tudi s standardizacijo storitev wellnesa. Predvsem na nemškem govornem področju so se razvile različne skupine ponudnikov wellnesa, takšen poskus združevanja v Sloveniji pa je po letu 2005 žalostno propadel.

Wellness turizem se navezuje na hotelske ponudnike v najvišjem kakovostnem razredu, t.j. 4* in 5*. Iz primerjave cen hotelov v teh dveh kategorijah lahko ugotovimo, da slovenski wellness hoteli v kategoriji 5* dosegajo raven cen tujih hotelov v kategoriji 4*, kar kaže na določen razkorak v kakovosti storitev. Iz gradiva je tudi razvidno, da so gosti v slovenskih wellness hotelih najmanj zadovoljni s kakovostjo zaposlenih. Tehnični standardi in oprema wellness hotelov še nekoliko ustrezata pričakovanju gostov, glede usposobljenosti hotelskega osebja pa je razkorak med pričakovanji in zadovoljstvom gostov zelo veliko. Ti podatki odražajo dejanski razvojni problem slovenskega turizma, ki se srečuje z velikim pomanjkanjem ustrezno usposobljenega kadra v gostinstvu.

Ugotovimo lahko, da je kljub številnim oblikam prostovoljnega združevanja ponudnikov wellnesa interes za vključevanje v takšna združenja relativno majhen, v Sloveniji pa ga sploh ni. Za razvoj wellness turizma to verjetno ni ravno spodbudno, saj se povečuje število turistov, ki so razočarani nad ponudbo, ker ni standardizirana in si vsak razlaga pod tem pojmom le tisto, kar ustreza opremljenosti in ponudbi njegovega hotela. Morebiti wellness turizem res ne potrebuje posebnih standardov ponudbe, kot so se ti že uveljavili na področju hotelirstva, saj izkušnje kažejo, da se vsega le ne da prepustiti tržnim predpisom.

Wellness turizem lahko opredelimo tudi kot družbeni fenomen, ki postavlja kar nekaj razvojnih omejitev nadaljnjega razvoja tovrstnega turizma.

VPRAŠANJA ZA RAZMISLEK:

- Naštete vsaj tri storitve, ki jih mora ponujati wellness hotel.
- Ocenite perspektivo svojega dela v wellness hotelu z vidika ocenjene stopnje zadovoljstva gostov z zaposlenimi v wellness hotelu in kaj bi predlagali za dvig zadovoljstva.
- Opišite značilnosti opreme wellness hotela v najvišji kategoriji.
- Utemeljite možnost vključitve slovenskih ponudnikov wellnesa v združenje Alpine Wellness.
- Ocenite vpliv umika države iz slovenskega zdravstva na razvoj medicinskega wellness turizma pri nas.

PRIPOROČENI SPLETNI NASLOVI ZA SAMOSTOJNI ŠTUDIJ:

- http://www.ff.unilj.si/oddelki/geo/publikacije/dela/files/Dela_22/018_turisticna_geografija.pdf
- http://www.nationalwellness.org/pdf_files/WM-International.pdf
- http://www.wellnessverband.de/hotellerie_und_tourismus/faq.php
- <http://www.besthealthaustria.com/bha/>
- <http://www.alpinewellness.com/en/>
- <http://www.dmwv.de/>
- http://www.ff.unilj.si/oddelki/geo/publikacije/dela/files/Dela_22/018_turisticna_geografija.pdf
- <http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2009/108/en/1/EF09108EN.pdf>

4 ZNAČILNOSTI WELLNESS TURIZMA

Značilnosti wellness turizma opredeljujemo v tem poglavju z vidika segmentiranja dopustniških motivov ter socio-demografskih značilnosti wellness turistov, wellness turistično ponudbo pa z vidika sedmih elementov wellness turizma.

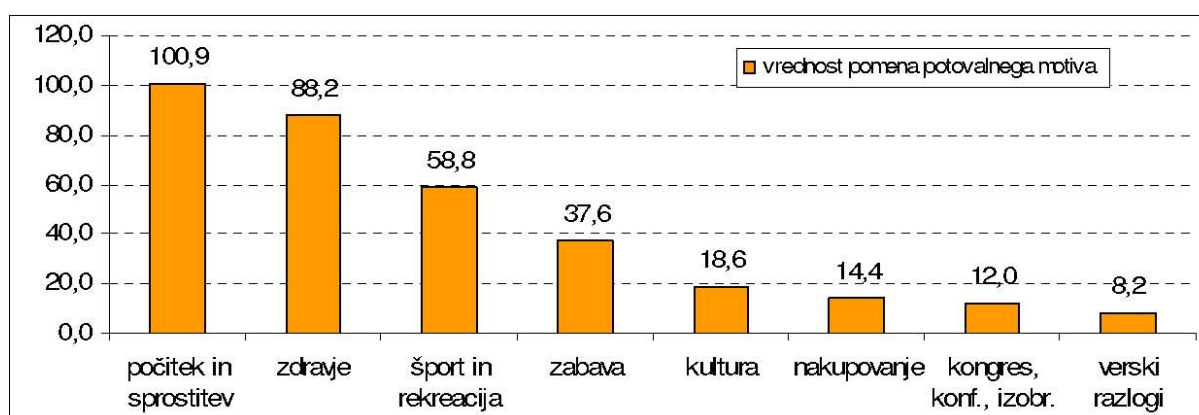
Pri opredeljevanju sestavin ponudbe slovenskih ponudnikov wellnessa izhajamo predvsem iz sestavin, ki opredeljujejo t.i. turizem dobrega počutja. Pri tem navajamo tudi primerjavo med slovenskimi in avstrijskimi hoteli ter raziskave iz študije. Ker je dokaj obsežno gradivo na razpolago študentom na spletu, smo dodali še vidik obravnave ponudbenega dela wellnessa z vidika zaposlenih v wellness hotelih.

Iz prejšnje obravnave izhaja namreč pomembna pomanjkljivost slovenskih wellness hotelov na področju zaposlenih, zato predstavljamo 101 napotek za zdravje zaposlenih v centrih za wellness, ki jih je objavil ameriški *Wellness Council of America*.

4.1 WELLNESS TURIST

4.1.1 Interes wellness turistov

Iz prej omenjene raziskave o turističnih trendih v Nemčiji, tovrstnih analiz namreč v Sloveniji še ne delajo, je razvidno, da se je wellness v zadnjih letih že dobro uveljavil v turizmu. Večina Nemcev že povezuje pojma wellness in turizem, saj ga pozna kar 95 %. Največ jih pod tem pojmom razume sprostitvev - 62 %, zadovoljstvo - 59 % oziroma oddih - 49 %. Wellness povezuje z zdravjem manj kot polovica anketirancev, t.j. le 45 %, kar pomeni, da ima wellness v turizmu bolj turistični prizvok kot pa zdravstveni. Verjetno je to posledica dosedanjega promoviranja wellness turizma predvsem kot »sprostitvev, lepoto, dobro počutje«.



Slika 18: Potovalni motivi gostov v slovenskih hotelih

Vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2008/WELLNESS_popr_6124.pdf (10. 4. 2010)

Iz Wellness Sensorja (GfK, 2009) je razvidno, da od 34,8 milijona nemških družin kar 43 % ocenjuje wellness kot pomemben (31 % ocenjuje wellness kot nepomemben), 30 % jih

razmišlja o dopustniškem wellnessu, le okoli 16 % pa jih že ima izkušnje z njim. V obdobju november 2007 – oktober 2008 je bilo na takšnem dopustu 6,3 % oziroma 2,2 milijona nemških družin, ki so za to obliko dopusta porabile 2,5 milijarde evrov.

Glede na to, da je Nemčija največji evropski turistični trg, je z vidika ocenjevanja turističnega potenciala za slovenski wellness turizem zelo pomembno dejstvo, da kar tri četrtine Nemcev preživi dopustniški wellness v okviru državnih meja, preostali pa se odpravijo na dopust v bližnje centre za wellness v Avstriji oziroma na Južnem Tirolskem.

Odločujoči **motivi** za dopustniški wellness so bili:

- 39,2 % fizična kompenzacija z vsakdanjikom
- 36,6 % nega in razvajanje
- 33,6 % lepa okolica
- 30,9 % si nekaj posebnega privoščiti
- 30,2 % psihična kompenzacija z vsakdanjikom
- 29,2 % zbrati novo moč
- 26,3 % druženje s pomembnimi ljudmi.

Manj pomembni **razlogi** za dopustniški wellness pa so bili:

- 10,5 % preprečiti obolenja
- 8,7 % spoznati nove ljudi
- 5,8 % sprememba telesne teže
- 5,4 % polepšati videz
- 3,5 % spremeniti življenjski stil

Ti podatki se ujemajo z ugotovitvami glede wellness turizma in izhajajo iz Tabele 2 »Struktura povpraševanja po posameznih vrstah zdravstvenega turizma«. Takšno razumevanje wellness turizma nima dosti skupnega z zdravstveno preventivo in zdravljenjem obolenj, saj se wellness turizem obravnava bolj kot turizem dobrega počutja kot pa turizem, ki bi porabnike spodbujal k morebitni spremembi življenjskega sloga. To je tudi razumljivo, saj gost svoj dopust plača v pričakovanju, da bo med dopustom užival in ne, da bi mu nekdo med dopustom še »pamet solil«.

4.1.2 Socio-demografske značilnosti turistov v wellnessu

Glede na socio- demografske značilnosti so se gosti wellnessa delili na štiri skupine:

- 29 % jih je bilo t.i. **sprostitev stresa (stress performers)**, starih med 35 in 49 let, njihov glavni cilj je hitra sprostitvev in počitek, ne da bi se morali za to, kar si lahko privoščijo, posebej potruditi. Pogosto potujejo sami.
- 25 % jih je bilo **aktivno usmerjenih v zdravje**, starejši od 50 let, ki so se zavedali pomena zdravja in so si ga želeli okrepiti, koristili so tudi storitve pasivnega wellnessa, vendar še več aktivnosti za krepitev telesa, uma in duha.
- 24 % jih je bilo **odgovornih staršev** z otroki, ki se obnašajo racionalno, težijo pa k skupni zabavi v bazenu oziroma skupnim telesnim aktivnostim in sprejemajo dopustniški wellness pragmatično.

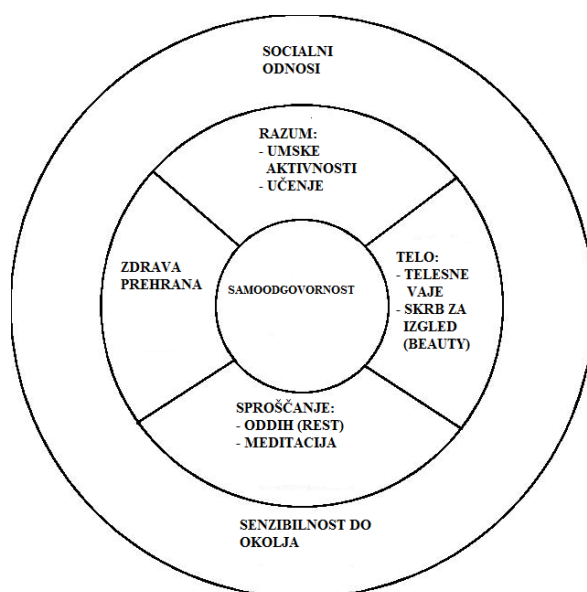
- 22 % jih je bilo **avtonomnih individualistov**, ki jih ne zanimajo lepota, masaže, fitnes in sprostitveni treningi, ampak jim zadostuje bazen s savno, mir in narava. Običajno potujejo v parih z osebnim avtomobilom, kar jim omogoča fleksibilnost in spontane odločitve.

4.2 PONUDBA WELLNESSA

4.2.1 Elementi ponudbe wellnessa

Izhajajoč iz Ardellovega modela wellnessa lahko vsebino turistične ponudbe obravnavamo z vidika:

- zagotavljanja zdrave prehrane in zdravih prehranjevalnih navad,
- omogočanja telesnega fitnesa in zagotavljanja aktivnosti za fizično krepitev,
- protistresnega delovanja, sproščanja in krepitev duševnih sposobnosti,
- odnosa do okolja ter
- krepitev umskih sposobnosti in večanja samoodgovornosti za zdravje.



Slika 19: Elementi wellnessa

Vir:

<http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/MARKET%20ANALYSIS%20OF%20HEALTH%20TOURISM%20SEGMENT%20HOTEL.PDF> (10. 4. 2010)

Wellness turizem je do sedaj izpostavljal predvsem ponudbo programov s področja sproščanja, protistresnega delovanja ter krepitev duševnih sposobnosti oziroma spiritualistični vidik z obredi očiščenja, prerojenja in preoblikovanja ter z izpostavljanjem osebnega zadovoljstva. Izpostavljen je bil predvsem potrošniški vidik gosta, t.j. da je »kralj«, in to v dobesednem pomenu besede.

Z vidika obravnave zdravja lahko ugotovimo, da je bil slogan zdraviliškega turizma »z naravo do zdravja« nadomeščen s sloganom wellness turizma »z zabavo do zdravja«. Zdravstveni vidik, ki je osnova filozofije wellnessa, je bil v takem wellness turizmu skorajda v celoti postavljen v drugi plan. Wellness turizem do sedaj še ni posvetil pozornosti številnim vsebinam wellnessa, ki predstavljajo tudi potencialne tržne priložnosti. Z večjo uveljavitvijo medicinskega wellnessa pa so postale bolj aktualne tudi njegove ostale vsebine.

4.2.2 Elementi wellnessa v turistični ponudbi

Te vsebine lahko razdelimo v naslednje sklope:

Zdrava prehrana in telesni fitnes:

- telesne vaje, vzdrževanje srčne kondicije in krepitev mišičnega tonusa,
- spodbujanje spremembe odnosa do fizičnih aktivnosti,
- zdrava prehrana, znanje o zdravi prehrani,
- telesno ravnovesje, harmonija,
- ugotavljanje in analiziranje zunanjih in notranjih sprememb telesa z ugotavljanjem znakov obolenj (nivo holesterola, krvni tlak),
- pozitivne zaznave in pričakovanje glede fizičnega zdravja,
- obravnava telesnih poškodb.

Druženje in čustveni odnosi

- učenje sposobnosti izražanja in obvladovanja čustev,
- spodbujanje pozitivnega pogleda na življenje, optimizem,
- spodbujanje pozitivne samopodobe, samozavedanja in samoobvladovanja,
- poudarjanje zadovoljstva in uživanja v življenju z drugačnim občutkom za ugodje,
- spodbujanje sproščenosti v izkazovanju čustev in medsebojnih odnosih,
- spodbujanje medsebojne komunikacije,
- učenje zavedanja in upoštevanja potreb drugih,
- partnerski odnosi,
- spodbujanje spremembe odnosa do okolja, promocija zdravega okolja,
- spodbujanje altruizma.

Miselne oziroma intelektualne aktivnosti

- spodbujanje sodelovanja v ustvarjalnih aktivnostih,
- spodbujanje vseživljenjskega učenja,
- spodbujanje sodelovanja v intelektualnih izzivih,
- organiziranje kulturnih dogodkov,
- zagotavljanje možnosti branja,
- spodbujanje uporabe zahtevnejših tehnik razmišljanja.

Duševnost in spiritualizem

- spodbujanje razmišljanj o smislu življenja, etiki in vrednotah,
- spodbujanje sposobnosti dajanja in sprejemanja ljubezni, radosti, miru,
- spodbujanje obredov, ritualov in iger,
- spodbujanje harmonije telesa in duha,

- nudenje podpore pri iskanju izpopolnitve in zadovoljstva,
- spodbujanje zaznavanja širine vesolja in globin življenja.

4.2.3 Minimalni standardi ponudbe wellnessa

V turistični ponudbi wellnessa so do sedaj prevladovalе vsebine, ki so se nanašale predvsem na dobro počutje gostov: savna, solarij, parna kopel, počivališče, lepotilni salon (kozmetika), masaže, zaprti bazen, bazen na prostem oziroma termalni in masažni bazen. Naprave za fitnes, telovadnica (telovadba, joga, tai či), prostor za sproščanje (avtogeni trening, meditacija) ter medicinski center s prostorom za terapije (masaže, dihalne vaje, blatne obloge, zeliščne kopeli) pa so nekako že presegali pričakovanja gostov.

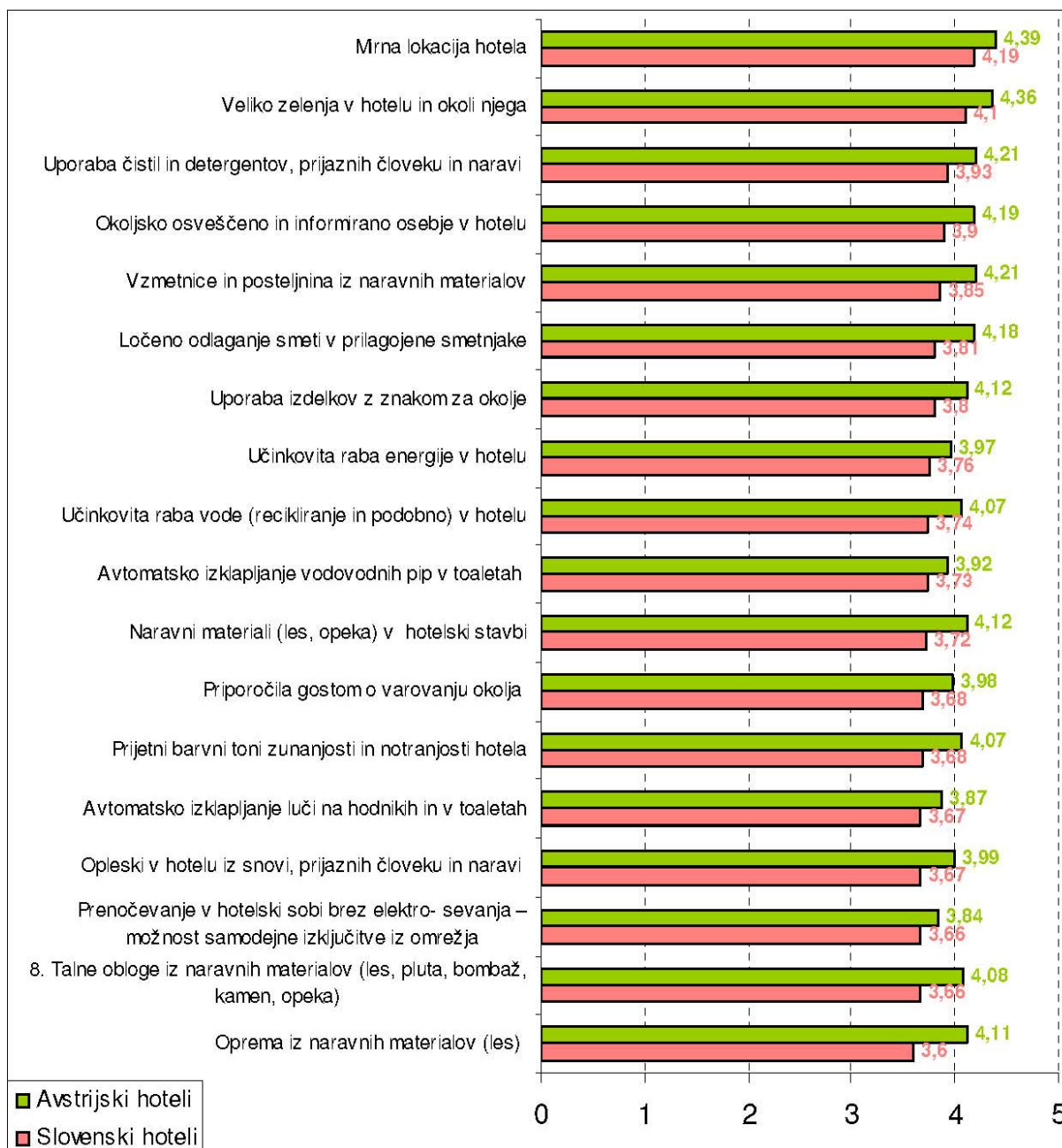
Minimalne standarde opremljenosti običajno določajo združenja za wellness. Nikakor ne moremo opredeliti kot ponudnika wellnessa nekoga, ki ima eno savno in manjši bazen, pa še to po možnosti v kleti. Savne, kopeli, masaže in obloge ponujajo številni turistični ponudniki že kar v okviru nastanitvenega dela kot dopolnitev bivalnih pogojev. Nekateri hoteli imajo že danes opremljene kopalnice z masažnimi kadmami in ter z masažnimi tuš kabinami, ki so hkrati savne oziroma kar s samostojnimi savnami. Nekateri hoteli ponujajo masaže telesa in kopeli nog kar v sobah, hotelski hodniki pa so opremljeni z masažnimi stoli oziroma že kar pri recepciji oziroma na plaži ponujajo masažo.

Tabela št. 6: Primerjava ponudbe med slovenskimi ponudniki wellnessa

Storitve za sprostitev	Medicinski wellness	Wellneški hoteli	Drugi hoteli z wel. ponudbo	Druga nast. wel. ponudba	Tur. termalnodož. centri
Velikost prostorov	801080 m ²	402000 m ²	10850 m ²	/	1550 m ²
Povpr. velikost prostorov	369 m ²	435 m ²	121 m ²	/	28 m ²
Sprostitvene masaže	9 (630)	17 (136)	21 (130)	/	3 (19)
Število enot za masažo	9 (241)	17 (119)	21 (113)	/	3 (12)
Povpr. štev. enot za masažo/cent	14	8,1	3,6	/	1,6
Število maserjev	641	116	113	/	12
Povpreč. število maserjev/center	15,7	7,2	3,6	/	1,6
Sprostitvene kopeli	8 (118)	14 (18)	10 (15)	/	2 (12)
Število enot za kopeli	8 (214)	14 (18)	10 (14)	/	2 (1)
Povpr. štev. enot za kop./center	5,8	2,9	2,1	/	1,0
Obloge	9 (25)	12 (18)	11 (13)	/	/
Medij pri oblogah				/	/
Število enot za obloge	9 (112)	12 (110)	12 (15)	/	/
Povpr. štev. enot za obloge/center	5,3	3,7	2,4	/	/
Število zaposlenih pri oblogah in kopelih	09	014	03	/	/

Vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/Microsoft_Word_-_ANALIZA_IN_ZAKLJUČNO_POROČILO_-_konnÄna_verzija_za_splet_8233.pdf.pdf

(10. 4. 2010)



Slika 20: Razlike v oceni elementov ponudbe med avstrijskimi in slovenskimi hoteli

Vir:

http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2008/WELLNESS_popr_6124.pdf

(10. 4. 2010)

Podatki na Sliki 18 potrjujejo ugotovitve Lanz Kaufmanove (Kaufman, Stettler 2004) iz začetka tega desetletja o pomembnosti posameznih elementov ponudbe wellnessa:

- mirna, sproščujoča atmosfera – 99 %
- atraktivna okolica – 98 %
- brezplačne dodatne storitve – 97 %
- plavalni bazen – 95 %
- nabor zdravstvene ponudbe – 91 %
- dolg obratovalni čas ponudbe – 90 %
- fleksibilni pavšali – 89 %
- razpoložljivost zdravstvenega osebja – 88 %

- prostor in sobe za nekadilce – 88 %
- kompetentnost zaposlenih – 87 %
- masažna kad – 83 %
- šport, fitnes, telovadba – 82 %
- informacije, pojasnila – 81 %
- parna kopel – 81 %
- individualno svetovanje – 80 %
- zdrava prehrana – 78 %
- savna – 77 %
- joga, meditacija, sprostitvev – 63 %
- nasveti po obravnavi za domov - 63 %
- lepotilna ponudba – 58 %
- medicina in fizioterapija – 53 %
- kultura, predavanja, razprave – 40 %.

Mirna ter sproščujoča atmosfera ter atraktivna lokacija sta z vidika gosta po pomenu izstopajoča elementa ponudbe wellnesa. Vendar je takšnih lokacij, ki bi bile primerne za razvoj turizma, vse manj. Zato poskušajo to nadomestiti z ureditvijo mirne in sproščujoče atmosfere znotraj hotela in spremljajoče ponudbe ter s številnimi preusmeritvenimi dejavniki, ki odvrtaajo pozornost gostov od pogleda skozi hotelsko okno. Pogled na Špik ali na Triglav iz počivališča v centru za wellnesa je nekaj čisto drugega, kot pogled na železniško progo in cesto.

4.3 ZAPOSLENI V WELLNESS TURIZMU

Turizem omogoča zaposlitve in delo vedno pomembnejšemu delu svetovnega prebivalstva. Pri obravnavi wellnesa turizma je zato potrebno upoštevati ne le, ali so zaposleni kvalificirani za izvajanje storitev wellnesa, ampak tudi zagotovljenost zdravih delovnih pogojev na delovnem mestu, urejenost odnosov med zaposlenimi in do vodstva ter ali je njihovo delovno okolje zdravo oziroma ne škodi njihovemu zdravju.

4.3.1 Novi kadrovski profil

Vprašanja zdravja pri wellnesa turizmu ne moremo obravnavati samo z vidika ponudbe oziroma vpliva kakovosti storitev ter posrednega vpliva na zdravje turistov, ampak tudi z vidika odnosov med gostom in zaposlenim. Od zaposlenih v wellnesa turizmu se pričakuje, da so naklonjeni wellnesu oziroma zdravemu načinu življenja, njihov delodajalec pa jim je dolžan zagotoviti usposabljanje, izobraževanje ne le s področja storitev, ampak tudi glede njihovega zdravja.

Wellnesa turizem ponuja nove možnosti zaposlitve, hkrati pa zahteva drugačno usposobljenost in izobrazbo. Wellnesa hotelu nič ne koristi, če ima sodobno urejen center za wellnesa ter usposobljene terapevte za izvajanje raznovrstnih storitev wellnesa, če jih nihče v hiši ne zna gostu na pravi način ponuditi. Strokovna kompetenca se ne zahteva samo od izvajalcev posameznih storitev, ampak tudi od tistih, ki gostom svetujejo in ponujajo wellnesa ter ga spremljajo med terapevtskimi postopki. Gost v okviru storitev wellnesa pričakuje bolj individualno obravnavo od prijave do odjave, počutje med bivanjem pa mu je prav tako pomembno kot kakovost storitev. Kakovost storitve je le v tretjinskem deležu odvisna od

strokovne usposobljenosti oziroma kvalifikacije, enako pomembna sta tudi veselje do dela in pripravljenost na medsebojno sodelovanje.

Zato je na področju wellness turizma že nastala nova skupina poklicev:

- svetovalec za wellenss,
- svetovalec za zdravo prehrano,
- svetovalec za življenjski slog,
- menedžer za wellness,
- trener za wellness,
- svetovalec za fitnes,
- svetovalec za sproščanje,
- komunikacijski svetovalec,
- terapevt za upravljanje s stresom ipd.

4.3.2 Odnos delodajalca do zaposlenega v wellness turizmu

Od zaposlenih v wellness turizmu se pričakuje, da so naklonjeni wellnesu, od njihovih delodajalcev pa, da jim zagotovijo wellness pogoje dela. Zato v nadaljevanju podajamo nasvete, priporočila oziroma poti do zdravja, ki jih *Wellness Council of America* (WELCOA, 2007), eden izmed največjih in najbolj spoštovanih ameriških organizacij za dajanje verodostojnih informacije v povezavi z zdravim delovnim mestom, ponuja delodajalcem s področja storitev wellnesa ter jim predlaga, kako naj promovirajo zdrav način življenja.

V ZDA so namreč prepričani, da wellness pomeni živeti preudarno. Nasveti so usmerjeni na prehrano, na skrb za ustrezno telesno težo, na stres, na družinske odnose, na varnost in na finančni wellness. Gre za splošne ideje, ki pomagajo izboljšati zdravje in dobro počutje zaposlenih. Nekatere od teh pri nas enako oziroma še ostreje ureja zakonodaja, zato se nam zdijo že samoumevni, pa smo jih kljub temu pustili v gradivu zaradi celovitosti predstavitve obravnave zdravja za zaposlene v wellness turizmu.

PREHRANA IN PRIMERNA TELESNA TEŽA

1. Spodbujajte zaposlene k zajtrku.
2. Promovirajte zdravo prehrano.
3. Priporočajte telesne aktivnosti.
4. Spodbudite razpravo o primerni telesni teži.
5. Zagotovite jim pitno vodo.
6. V bližini delovnega mesta zagotovite zdravo prehrano.
7. Opozorite pred škodljivimi vplivi shujševalnih diet.
8. Opozorite na škodljivost hitro pripravljenih obrokov z visoko vsebnostjo maščob.
9. Priporočajte uživanje multivitaminov.
10. Zagotovite preverjanje holesterola.
11. Ozaveščajte o nujnosti zaužitja zadostne količine kalcija.
12. Informirajte zaposlene o vsebini hrane v avtomatih za prigrizke.
13. Naučite zaposlene uživati sadje in zelenjavo.

UPRAVLJANJE S STRESOM (*STRES MANAGEMENT*)

14. Razdelite elektronske predstavitve o gospodarjenju s časom.
15. Bodite družinam prijazno podjetje.
16. Zagotovite informacije zaposlenim, ki trpijo zaradi depresije.
17. Omogočite masažo.
18. Zagotovite čas za sprostitev (t.i. zeleno sobo).
19. Pomagajte zaposlenim pri izogibanju nevarnostim med dopustom.
20. Povabite strokovnjaka za medsebojne odnose na razgovor z zaposlenimi.
21. Izboljšajte jim zmožnosti razumevanje in pomnjenja.
22. Organizirajte tečaj o razreševanju konfliktov.
23. Zagotovite informacije o varstvu otrok.
24. Zagotovite stalno usposabljanje in izobraževanje.
25. Zagotovite dovolj časa za organizacijske spremembe.
26. Zagotovite timsko delo.
27. Uporabljajte telefon in osebni razgovor.

DRUŽINA IN VARNOST

28. Zaradi izboljšanja prometne varnosti organizirajte kolesarski rodeo.
29. Promovirajte varnost v bazenih/kopališčih.
30. Opravite razgovor o požarni varnosti.
31. Zagotovite opremo in sredstva za osebno zaščito.
32. Organizirajte tečaj varne vožnje.
33. Preprečujte nasilje v družini.
34. Prakticirajte redne vaje raztezanja telesa.
35. Spodbujajte varno sončenje.
36. Opozarjajte na posledice prekomernega uživanja alkohola.
37. Pomagajte pri varnosti otrok (zaposlenih).
38. Omogočite jim seznanjanje z informacijami o zdravju.
39. Zagotovite opremo za varno hojo (svetlobni odbojniki, ...).
40. Pomagajte staršem pri osveščanju otrok o alkoholu.
41. Oblikujte seznam za varno potovanje.
42. Omogočite varno rekreacijo.
43. Povečajte požarno ozaveščenost.
44. Pomagajte pri izboljšanju varnosti na domu.
45. Organizirajte akcijo o uporabi varnostnega pasu.
46. Nalepite informacije o pitju alkohola in varni vožnji.
47. Ne pozabite na varnost živil.
48. Bodite pozorni na raven hrupa.
49. Spodbujajte varno uporabo orožja.
50. Organizirajte tečaje o starševstvu.
51. Informirajte o opozorilnih znakih za rakavimi obolenji.
52. Zagotavljajte ozaveščenost zaposlenih
53. Skrbite za redno umivanje rok.
54. Zagotovite informacije o varstvu starejših.

FINANČNI WELLNESS

55. Sponzorirajte tečaje o finančnem načrtovanju.
56. Povabite finančnega strokovnjaka na razgovor z zaposlenimi.

57. Omogočite razgovor o dedovanju nepremičnin.
58. Sponzorirajte zunanjega strokovnjaka za osebne proračune.
59. Informirajte o plačevanju davkov.
60. Pomagajte zaposlenim razvozlati njihova kreditna poročila.
61. Izkoristite plačilni dan za posredovanje svojih zamisli in predlogov (e-pošta).
62. Pomagajte zaposlenim pri usklajevanju denarja za poroko.
63. Zagotovite nasvete za varno spletno poslovanje.
64. Informirajte zaposlene o trikih, ki jih uporabljajo trgovine za spodbujanje potrošnje.
65. Izobrazite zaposlene o obrestih.
66. Pogovarjajte se o varčevanju.
67. Prepričajte se, da zaposleni vedo, kako kupiti avto.
68. Odkrijte varne poti za življenje brez kreditov.

NAČRTOVANJE ZDRAVJA

69. Priporočajte mamografijo.
70. Spomnite se pomembnih datumov.
71. Preverjate izgubo sluha.
72. Opozorite na pomen branja za zdravje.
73. Zagotovite informacije o spolno prenosljivih boleznih.
74. Zagotovite informacije o načrtovanju družine.
75. Spodbujajte razmišljanje o posledicah dejanj in odločitev.
76. Spodbujajte k pregledu prostate.
77. Spodbujajte k samopregledovanju.
78. Spodbujajte odvajanje od kajenja.
79. Izpeljite tečaj o pomenu ergonomije na delovnem mestu.
80. Promovirajte zobno higieno.
81. Spodbujajte cepljenje proti gripi.
82. Zagotovite napotke telesne aktivnosti.
83. Zagotovite natančne informacije o uporabi alternativne medicine.
84. Spodbujajte zaposlene.
85. Uporabite internet pri pospeševanju zdravja.
86. Naučite se imena sodelavcev.
87. Preverjate svojo e-pošto.
88. Uporabite življenjske izkušnje kot priložnosti za učenje.
89. Spodbudite osebno skrb za svoje zdravje.
90. Oblikujte napotke za učinkovito komunikacijo z zdravnikom.

PROMOCIJA ZDRAVJA

91. Ponujajte zdravo prehrano (zdravi prigrizki).
92. Sposobnost pomnjenja zaposlenih spodbujajte z zabavnimi kvizi.
93. Vključite zaposlene v proces odločanja.
94. Za spodbujanje odnosa do zdravja oblikujte »rumene strani«.
95. Z zdravstvenimi nasveti opremite beležke, pisala, papirnate kozarce.
96. Bodite digitalni (elektronsko poslovanje).
97. Imejte prijatelja, pripeljite prijatelja, ustvarite prijatelja.
98. Izberite mnenjskega voditelja, ki bo vaš ambasador wellnesa.

KOT ZAKLJUČEK

99. Prelomite uveljavljene stereotipe o zdravju (wellnessu).
100. Promovirajte restavracije za nekadilce.
101. Skrbite za prijazno okolje in bodite na razpolago zaposlenim.

Iz teh elementov izhaja nekoliko drugačen odnos menedžmenta do zaposlenih v obratih wellnessa, kot smo ga navajeni pri nas ter tudi nekoliko drugačen pristop k obravnavanju vprašanja zdravja oziroma wellnessa z družbenega vidika. Z vidika vpliva teh elementov na kakovost pa je potrebno izpostaviti (Cvikl, Rumbak, 2009), da je hotelska storitev v prvi vrsti pokazatelj organizacijske kulture, ta pa je predvsem pokazatelj odnosa menedžmenta do zaposlenih. Kljub gospodarski krizi pa pri naših hotelirjih še nismo zasledili npr. finančnega wellnessa, saj si le redki menedžerji prizadevajo za dvig plač v turizmu.

POVZETEK:

Raziskave kažejo, da v Nemčiji, kjer je v evropskem prostoru najbolj razvit wellness turizem, povezuje wellness z zdravjem manj kot polovica anketirancev, t.j. le 45 %, kar pomeni, da ima wellness v turizmu bolj turistični kot pa zdravstveni prizvok. Tudi iz motivov za izbor dopustniškega wellnessa izhaja, da so najpomembnejši lepa narava, atraktivna okolica ter ponudba programov sprostitve in razvajanja.

Največji segment wellness turistov predstavljajo t.i. sprostitelji stresa (*stress performers*), stari med 35 in 49 let. V strukturi gostov jih je okoli 29 %, vendar omogočajo centrom za wellness najboljši zaslužek, ker si tudi največ privoščijo. Z vidika wellness turizma pa lahko ugotovimo, da številne elementi wellnessa v turistični ponudbi še niso prisotni oziroma še ni dovolj velikega povpraševanja po njih, tako da lahko wellness turizem opredelimo kot turizem dobrega počutja.

Na wellness turizem pa lahko gledamo tudi kot na nove možnosti zaposlitve, tako z vidika povečanega obsega povpraševanja, kot tudi povpraševanja po novih profilih kadrov ter novih znanjih. Vendar hkrati wellness postavlja v nekoliko drugačen položaj delodajalca, saj predvidevamo, da bo tudi do nas počasi prodrlo razmišljanje o skrbi za zdravje zaposlenih, ki je že prisotno v ZDA.

VPRAŠANJA ZA RAZMISLEK:

- Opredelite vodilne motive za dopust ter storitve wellnessa, ki so predmet povpraševanja tipičnega turista.
- Kateri od elementov wellnessa je najpomembnejši v ponudbi wellness turizma? Utemeljite odgovor.
- Kakšen je po predstavah turista tipičen wellness hotel? Opišite vsaj tri značilnosti.
- Po katerih kadrih povprašuje wellness turizem?
- Iz 101 napotka za bolj zdravo življenje zaposlenih opredelite za vas pet najpomembnejših (brez upoštevanja napotkov za finančni wellness).

PRIPOROČENI SPLETNI NASLOVI ZA SAMOSTOJNI ŠTUDIJ:

- http://www.oeaw.ac.at/vid/publications/VYPR2007/Yearbook2007_Data-Trends_Buber_pp309-326.pdf
- http://ec.europa.eu/health/ph_information/documents/ebs_248_en.pdf
- <http://www.telusplanet.net/public/ksgibson/teachwell/dimensions.htm>
- http://www.cognis.com/NR/rdonlyres/3BE09E03-8E04-49FD-B56F-E1E8EB6D7A85/0/05_CC_Worldwidetrends_e_Sept07_ffcf.pdf

5 ZDRAVSTVENO-PREVENTIVNI IN REHABILITACIJSKI TURIZEM

Pojem wellness se je pojavil na angleškem govornem območju že pred 300 leti, vendar lahko ugotovimo, da so wellness poznali že stari Grki, Rimljani, Arabci, Indijci, Kitajci in drugi narodi, le da ga niso tako imenovali. V Sloveniji je na področju zdravstvenega turizma najpomembnejši zdraviliški turizem, zato tej temi posvečamo v gradivu posebno pozornost.

Ker zdravilišča zaposlujejo več kot petino vseh zaposlenih v slovenskem turizmu, se bodo študenti z veliko verjetnostjo po končanem študiju srečevali z zdraviliškim turizmom. Interes za izgradnjo novih zdraviliških centrov, ki se komercialno imenujejo terme, je bil v zadnjih letih prisoten na različnih koncih Slovenije. Zato izpostavljamo tudi postopek oblikovanja zdraviliške ponudbe, opišemo različne vrste naravnih zdravilnih dejavnikov ter vrste zdraviliške turistične ponudbe.

V wellness turizmu ima veliko vlogo tudi poznavanje ajurvede, 5.000 let stare indijske vede o zdravem načinu življenja. Številni elementi wellnessa so neposredno primerljivi z ajurvedo, prav tako tudi z razumevanjem zdravja z vidika tradicionalne kitajske in tibetanske medicine.

Namen tega poglavja ni le predstavitev ljudskih zdravilstev, ampak spodbuda študentom, da bi se odločili za samostojno raziskovanje njihovih vsebin. Izkušnje iz sedemdesetih let prejšnjega stoletja namreč kažejo, da je ta tema še vedno zelo privlačna za zahodne evropske in ameriške študente. Internet nam danes ponuja številne možnosti pridobivanja informacij, tako da lahko tudi na ta način pridobimo koristne napotke za bolj zdrav način življenja. Eden od ciljev predmeta Wellenss turizem je namreč tudi pridobitev naklonjenosti študenta do zdravega načina življenja.

5.1 ZDRAVILIŠKI IN SPA TURIZEM

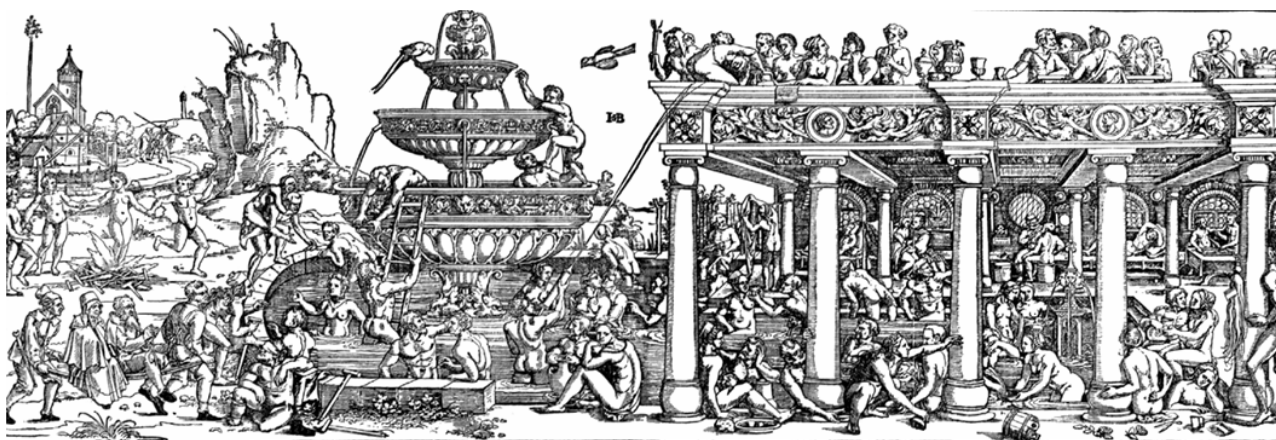
5.1.1 Razlika med spa in zdraviliščem

V slovenskem turizmu ima trenutno najpomembnejšo vlogo zdraviliški turizem, ki se angleško poimenuje tudi spa turizem. Pri tem poimenovanju bi lahko izhajali iz latinskega izreka »*sanus per aquam*«, ki pomeni »z vodo do zdravja«, vendar je pravilneje izvor angleškega poimenovanja zdraviliškega turizma vezati na znano belgijsko zdravilišče Spa. To zdravilišče je znano že iz rimskih časov, v času britanskega imperija pa je slavo evropskih zdravilišč poneslo po celem svetu. Ker gre hkrati tudi za zaščiteno blagovno znamko v Belgiji, se je pri promociji zdraviliškega turizma v Belgiji bolj smiselno sklicevati na latinski izvor pojma.

Do vsebinske razlike med zdraviliškim in spa turizmom prihaja zaradi različnega razumevanja zdravilišč v posameznih državah. Tudi v evropskem prostoru obstaja velika razlika v razumevanju zdraviliškega turizma, saj lahko poleg spa turizma obravnavamo še t.i. germanski vidik ter romanski vidik zdraviliškega turizma.

Možnosti obravnave zdraviliškega turizma:

- zgodovinski vidik - blagoslovljen izvor oz. posebno mesto, ki je bilo znano po tem, da so naravne izvirske vode prinašale olajšanje in ozdravitev vrste bolezni; te vode so vsebovale močne duhovne povezave ter mističnost;
- tradicionalni vidik - centri zdravljenja in okrevanja, ki temeljijo na naturoterapiji in hidroterapiji pod medicinskim nadzorom, hkrati pa se z druženjem in zabavo spodbujata rekreacija in sprostitvev;
- sodobni vidik - centri za ustvarjanje telesnega in čustvenega ugodja (*well-being*) z uporabo vode (termalne, mineralne in morske), ki omogoča sprostitvev, rehabilitacijo in lajšanje zdravstvenih težav. Poleg naturopatije lahko ponuja tudi storitev integrirane medicine ter komplementarnih terapij ter programe s področja upravljanja s stresom, sproščanja in lepote. Pri načrtovanju zdravilišča oziroma spa je potrebno upoštevati naravne danosti in posebnosti lokacije.



Slika št. 21: Wellness pri Rimljanih, H. Pratzel: Wellness Part of Health Resort Medicine, 25

Vir: <http://www.ismh->

[direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm](http://www.ismh-direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm) (10. 4. 2010)

5.1.2 Naravni zdravilni dejavniki

Osnovna značilnost zdraviliškega turizma, ki ga hkrati tudi razlikuje od ostalih zvrsti zdravstvenega in wellness turizma, je koriščenje naravnih zdravilnih dejavnikov na mestu izvora. Vodi za kopeli se lahko doda npr. 35 g/liter soli, vendar to še vedno ni morje oziroma *talasso center*. Če jo ogrejemo npr. na 35° C, to ni termalna voda, in če se pitni vodi dodajo različni minerali in CO₂, to še ne bo slatina oziroma pitna mineralna voda.

Naravni zdravilni dejavniki imajo status naravnega zdravilnega sredstva, zato za priznanje njihovih zdravilnih lastnosti velja enak postopek kot za ostale »zdravilne učinkovine«, ki se uporabljajo v zdravstvu. V postopku strokovnega preizkusa se ugotavlja, katere njihove lastnosti spodbujajo določene samozdravilne sposobnosti v organizmu ter njihovi morebitni stranski učinki.

Naravni dejavnik mora biti sanitarno in higiensko neoporečen in ne sme biti škodljiv za zdravje. Vendar je potrebno tudi pri uporabi naravnih zdravilnih dejavnikov upoštevati določene omejitve pri uporabi, kot je to značilno za vsa zdravilna sredstva, pred uporabo pa se

priporoča tudi posvetovanje z zdravnikom. Tako pri vzhodnih sosedih Madžarih uporaba naravnih zdravilnih dejavnikov brez predhodnega razgovora pri zdravniku ni dovoljena. Te omejitve ne veljajo za kopališki turizem, pa kljub temu lahko v našem največjem pomurskem zdravilišču ob vstopu v bazen zasledimo opozorilo o omejenem času kopanja na 30 minut.

Za naravne zdravilne dejavnike je značilno, da delujejo na človeško telo v obliki kemičnih reakcij glede na kemično sestavo (mineralizacijo), s toplotnim učinkom glede na višino temperature (izo-, homeo- in hipertermala voda), z hidrostatičnim učinkom potopa telesa v tekočino, z mikroorganizmi, z elektroprevodnostjo, z radiacijo in mehanično. Vsi ti učinki pogosto niso znanstveno dokazljivi. Večina termalnih voda je fosilnega izvora, na svoji poti prehajajo skozi različne zemeljske plasti in različna časovna obdobja, zato vsebujejo različno pominsko informacijo. Na severni polobli so zdravilne vode običajno desnosučne.

Zaradi težje dokazljivosti dejanskih zdravilnih učinkov se naravnim zdravilnim dejavnikom pogosto pripisuje t.i. placebo učinek. Ta je pogosto prisoten pri ljudskih zdravilih in terapevtskih postopkih v tradicionalni ljudski medicini. Vendar so šele najnovejše raziskave npr. v nanotehnologiji in ugotovitve kvantne fizike potrdile večtisočletne trditve indijskih in kitajskih modrecev o pretoku vseživljenjske energije prane oziroma či, o stalnem prehodu majhnih delcev iz vesolja skozi naš organizem, o različni intenzivnosti sevanja posamezne barve, o skladnosti bioenergetskega valovanja posameznih organov in možganov ter o različnih energetskih pasovih, ki obdajajo človeško telo.

Vse naravne zdravilne dejavnike lahko razvrščamo po starogrškem oziroma ajurvedskem principu »ogelj, voda, zemlja, zrak« ali pa po kitajskem »les, ogenj, zemlja, kovina, voda«. Vendar se v zdraviliškem turizmu v zadnjih letih največ pozornosti posveča termalni vodi. Zdravilišča so se tako preimenovala v terme (lat. topla voda). O termalni vodi govorimo takrat, kadar stalna temperatura vode na izviru znaša več kot 20° C. Razvrstitev termalnih voda je odvisna od temperature: hipo-termalna, homeo- ali izo-termalna ter hiper-termalna.

Kadar je delež raztopljenih trdnih snovi v litru vode večji od 1000 mg, gre za mineralne vode. Te so lahko termo-mineralne vode ali pa pitne mineralne vode, pri nas bolj znane kot slatine. Na romanskem govornem področju pa se med mineralne pitne vode uvrščajo tudi tiste, kjer delež trdnih snovi ne dosega 1 grama/liter, saj se večji poudarek daje zdravilnosti.

Kot zdravilna mineralna pitna voda s priznanim statusom naravnega zdravilnega dejavnika je v Sloveniji znan le Donat Mg iz Rogaške Slatine. Kot namizna mineralna pitna voda pa je najbolj poznana Radenska Tri srca. Zaradi vsebnosti ogljikovega dioksida in kiselkastega okusa se te vode imenujejo slatine. Pogosto vsebujejo večje količine CO₂ in drugih plinov (npr. radioaktivni radon, po čemer so bile nekoč poimenovale Atomske toplice) tudi termalne vode.

Poleg temperature je za ugotavljanje zdravilnih lastnosti pomembna vsebnost in razmerje med posameznih minerali (kalcij, magnezij, železo, litij, žveplo – sulfati, jod, fluor, silicij), mikroelementi in plini (radon, CO₂), kemičnih spojin ter drugih sestavin (soda bikarbona, slanica, parafin, sulfati, ilovica, šota).

NARAVNI ZDRAVILNI DEJAVNIKI

termalna voda (21°C, pH) /Og+Vo/

mineralna voda (1.000 mg/l – Na, K, Ca, Mg, Cl, P, S) /Vo+Sp/

termomineralna voda (Cr, Fe, J, Co, Cu, Mn, Mo, Zn, Se, Br, F, Si) /Og+Vo+Sp/

klima (Heidi), plini (Ra, U) /Zr+Sp/

morska voda, sol (37 : 300 g/l), slanica, /Vo+Sp/ solinsko blato, /Ze/ alge (25.000 vrst)

šota, blato (peloidi organskega oziroma anorganskega izvora) /Ze/

Slika 22: Naravni zdravilni dejavniki

Vir: Lasten

5.1.3 Vrste zdraviliške turistične ponudbe

Zdraviliški turizem se izvaja v toplinah oziroma termah, kar je trenutno najbolj popularna oblika v Sloveniji, v slatinskih zdraviliščih, v *talasso-centrih*, v termalnih kopališčih, v klimatskih zdraviliščih, v naftnih, blatnih in žvepljenih zdraviliščih, v Kneippovem centru oziroma v spa centru.

V slovenskem turizmu se običajno pojem zdraviliški turizem nanaša le na tistih 15 naravnih zdravilišč, ki so vključena tudi v javno zdravstveno mrežo. To so predvsem toplice oziroma terme, slatinska zdravilišča in *talasso-centri*. Ostale oblike zdraviliškega turizma v slovenskem turizmu nimajo pomembnejše vloge, saj se jih ostali ponudniki, predvsem zaradi morebitne navezave na negativni učinek besedne zveze »zdravje : bolezen«, poskušajo izogniti v širokem loku. Zato se tudi vsa zdravilišča tržijo kot terme, v tujini pa tudi kot »spa center«, »health resort«, »Kurort« oziroma »Heilbad«, čeprav med temi izrazi in slovenskim razumevanjem zdravilišč obstajajo precejšnje razlike.

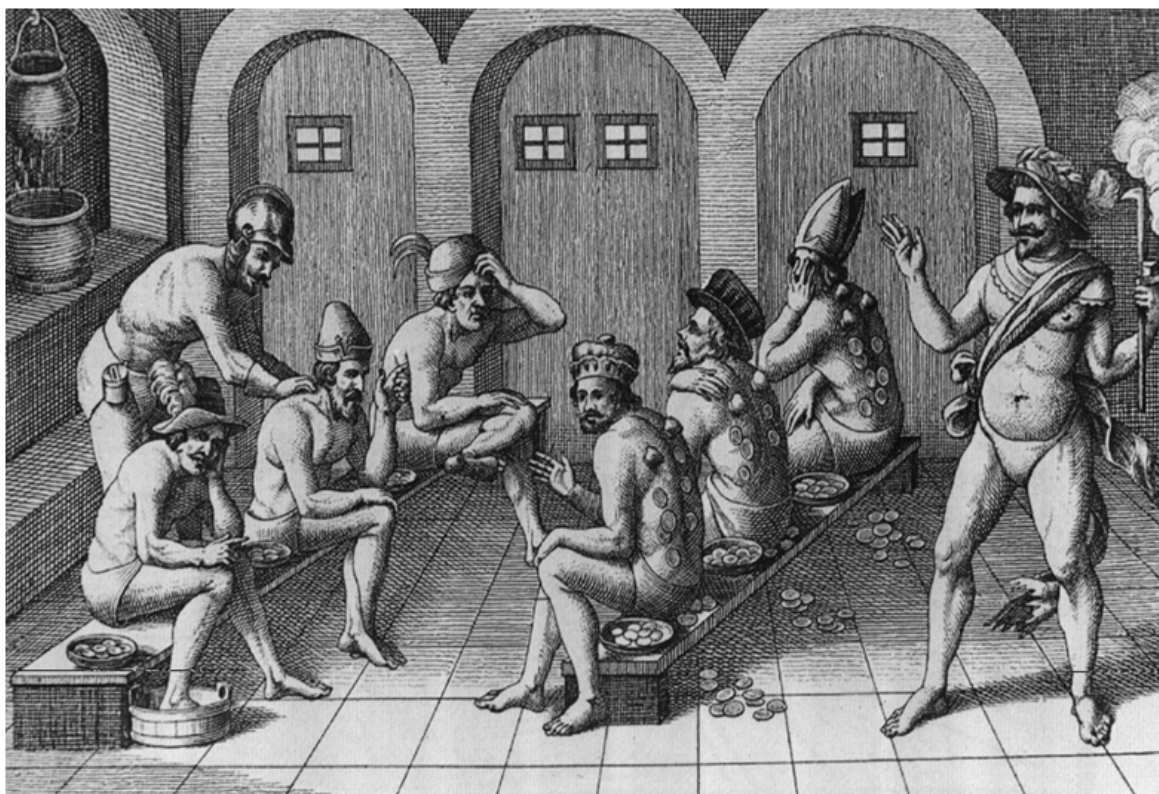
Slovenija danes nima praktično nobenega tržno uspešnega klimatskega zdravilišča, na katerih je svoj turistični razvoj gradila Švica. Zgodba o deklici Heidi je ponesla sloves švicarskih zdravilišč vse do Japonske. Francija ima zelo dobro razvite številne *talassocentre* ob atlantski obali in Sredozemlju, ime njihovega najbolj znanega zdravilišča Vichy pa je danes sinonim za kakovostno kozmetiko. Enako ime kot kozmetična linija Avon nosi tudi reka, ki obkroža edine angleške terme Bath, kjer le z ogledom starorimskih term letno zaslužijo toliko kot vsa naša zdravilišča z vstopi v bazene.

Kot smo že navedli, je Anglija v času imperija ponesla slavo angleških zdravilišč po celem svetu, ime najbolj znanega belgijskega zdravilišča Spa pa je postalo sinonim za zdravilišče na angleškem govornem področju. Ker pa so po prvi in drugi svetovni vojni v svoja zdravilišča, podobno kot v Skandinaviji in pred desetletjem po domovinski vojni na Hrvaškem natrpali

vojne invalide, imajo spa centri v teh državah še danes precej negativen imidž. Tisti redki spaji, ki so se v Veliki Britaniji temu izognili, pa so bili namenjeni le bogatejšemu sloju in plemstvu, zato je zdraviliški turizem potonil v pozabo.

Na nemškem govornem področju se je ohranila večstoletna tradicija zdraviliškega turizma, njihova normativna ureditev in opredelitev zdravilišč in zdravilnih dejavnikov pa se uporablja tudi pri opredeljevanju naravnih dejavnikov pri nas. Slovenija je kot edina bivša republika Jugoslavije v začetku 60. let po vzoru takratne švicarske ureditve sprejela zakon o naravnih zdravilnih dejavnikih in zdraviliščih, ki velja in se uporablja še danes. Poleg 325 zdravilišč delujejo v Nemčiji številni Kneippovi zdraviliški centri, ki nadaljujejo tradicijo zdravljenja po naravni poti, ki jo je razvil J. S. Kneipp. Knajpanje je zelo priljubljeno tudi pri sosednjih Avstrijcih, katerih zdravilišča so bila v preteklosti vzorčni model razvoja številnih slovenskih zdravilišč. Vendar razvoj slovenskih zdravilišč v zadnjem desetletju nakazuje preusmeritev s t. i. germanskega na romanski tip ponudbe zdravilišč, kjer je večji poudarek na počutju, sproščanju in uživanju kot pa na klasični medicinski rehabilitaciji.

Osrednja značilnost vseh evropskih zdravilišč ostaja naturopatija, to je poudarjanje hidroterapije, raznovrstnih masaž in zdravljenja s hrano ter zelišči. Za pridobitev naziva zdraviliškega zdravnika mora npr. v Nemčiji splošni zdravnik opraviti tritedenski tečaj, nato pa šest mesecev prakticirati v zdravilišču, pri nas pa se zahteva končanje ustrezne specializacije. To se zahteva zato, ker so slovenska zdravilišča ena redkih v evropskem prostoru, ki so ohranila neposredno navezavo z javnim zdravstvom.



Slika 23: Wellness v srednjem veku, H. Pratzel: Wellness Part of Health Resort Medicine, 29

Vir: <http://www.ismh->

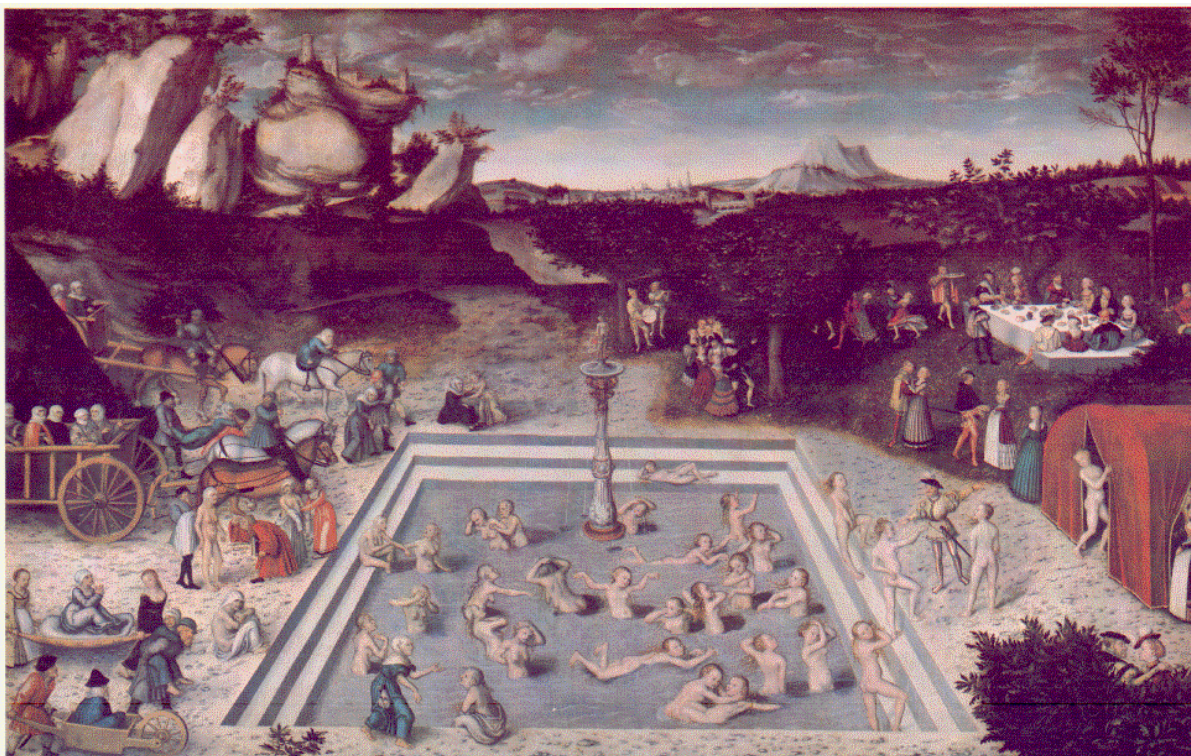
[direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm](http://www.ismh-direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm) (10. 4. 2010)

5.1.4 Postopek oblikovanja zdraviliške ponudbe

Praksa kaže, da poteče od odkritja naravnega zdravilnega dejavnika, pridobitve statusa naravnega zdravilnega dejavnika, izgradnje ustrezne zdraviliško-turistične infrastrukture ter do izpolnitve vseh kadrovskih, tehničnih in organizacijskih zahtev približno deset let. Postopek ni samo dolgotrajen, ampak je povezan z relativno visokimi stroški.

Zato je v zadnjih letih ne le pri nas, ampak tudi pri naših sosedih, vse bolj prisotna praksa, da se ob vrtini termalne vode zgradi kopališko-nastanitveni kompleks s ponudbo različnih bazenskih atrakcij, savn, masaž in kozmetičnih storitev, s kongresnim in spa centrom, z zdravniško in zobozdravstveno ambulanto.

V Sloveniji je postopek verifikacije zdravilišča, kot se uradno imenuje ugotovitev statusa zdravilišča, v pristojnosti Ministrstva za zdravje. Poteka po določilih zakona, ki velja že od leta 1964, in pravilnika iz leta 1972. Pri naših severnih sosedih je postopek ustanovitve zdravilišča reguliran že skorajda več kot sto let. Za zdravilišče se še vedno zahteva obstoj strokovno dokazanega in neškodljivega naravnega zdravilnega dejavnika ter njegovo lokalno uporabo, zdraviliški zdravnik ter ustrezna oprema.



Slika 24: Wellness turizem včeraj, H. Pratzel: Wellness Part of Health Resort Medicine, 46

Vir: <http://www.ismh->

[direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm](http://www.ismh-direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm) (10. 4. 2010)

5.1.5 Slovenska zdravilišča



Slika 25: Zaščitni znak slovenskih naravnih zdravilišč

Vir: www.terme-giz.si (10. 4. 2010)

Slovenska zdravilišča so v zadnjem desetletju doživela zelo hiter razvoj, hitrejšega kot ostala turistična ponudba Slovenije. Pri tem je pomembno vlogo odigrala tudi ohranitev statusa zdravilišč v javnem zdravstvu ter nemoten in neomejen dostop do koriščenja številnih naravnih zdravilnih dejavnikov.

Slovenijo lahko s 87 termalnimi izvori glede na velikost države uvrščamo ob bok "termalno razvitim" državam, kot so Madžarska, Islandija oz. Japonska. Večina teh izvorov je namenjenih zdraviliško turistični dejavnosti in le manjši del za izkoriščanje geotermalne energije.

Zdravilišča ustvarjajo na račun "klasičnega" zdraviliškega zdravljenja in ostalih zdravstvenih storitev v povprečju še vedno eno četrtno letnega prihodka, kar predstavlja v strukturi prihodkov skoraj enkrat večji delež kot n.pr. prihodek od prodaje vstopnic za bazene. Izgradnja termalnih bazenskih kompleksov je bila osnovna značilnost razvoja ponudbe slovenskih zdravilišč v zadnjem desetletju, saj se je razpoložljiva površina termalnih vodnih površin (cca 41.000 m²) v tem obdobju več kot podvojila.

Na pomen zdravja kot vodilnega motiva za obisk slovenskih zdravilišč kažejo tudi rezultati raziskave, ki je leta 2004 financirala Slovenska turistična organizacija, izvedena pa je bila v 13 zdraviliščih. Med glavnimi razlogi za obisk zdravilišč je bilo 50,6 % povezanih z zdravljenjem oz. ohranjanjem zdravja:

- | | | |
|-----------------------|----------|--|
| - zdravljenje | - 26 % | (37,4 % pri domačih, 8,8 % pri tujih gostih) |
| - ohranjanje zdravja | - 24,6 % | (18,8 % pri domačih, 33,5 % pri tujih gostih) |
| - šport in rekreacija | - 4,4 % | (5,1 % pri domačih, 3,2 % pri tujih gostih) |
| - posel | - 1,7 % | (1,4 % pri domačih, 2,2 % pri tujih gostih) |
| - sprostitev | - 43,3 % | (37,3 % pri domačih, 52,3 % pri tujih gostih). |

Vendar je bil pomen sprostitve vodilni motiv pri tujih gostih (52,3 %) in drugi po pomenu pri domačih gostih (37,3 %), kar kaže na to, da so zdravilišča uspešno prilagodila svojo ponudbo spremembam na trgu povpraševanja po zdravstvenem turizmu. Relativno nizek odstotek pomena športa in rekreacije (4,4 %) pa kaže na to, da se wellness tudi v Sloveniji razume

predvsem kot turizem dobrega počutja, manj pa kot turizem gibanja, telesnih aktivnosti in skrbi za zdravje.

5.2 AJURVEDA

Wellness turizem je v evropskem prostoru omogočil drugačen pristop k obravnavi medsebojne soodvisnosti telesa, razuma in duše. Medtem ko se zahodna medicina ukvarja predvsem z zdravljenjem telesa, so zdravilišča že od nekdaj ponujala nekaj tudi za »za dušo« ter se pri tem sklicevala na tradicijo Rimljanov in starogrškega odnosa do zdravja. Z wellness turizmom se na nek način ponovno obuja povezanost s starodavnimi kulturami, zato je bila obravnava vzhodnjaške tradicionalne ljudske medicine, med katere spada tudi ajurveda, za študente vedno zelo zanimiva tema.

Ajurvedo je z vidika zdravstvenega turizma potrebno izpostaviti tudi zato, ker je danes nekdanja »flower power« generacija eden od najpomembnejših segmentov povpraševanja po storitvah wellness turizma. Poleg tega je definicija zdravja po wellnessu skoraj identična z definicijo zdravja po ajurvedi, zato se je ajurvedska medicina dokaj hitro uveljavila v wellness turistični ponudbi.

5.2.1 Ajurvedska medicina

Ajurveda je tradicionalni sistem zdravljenja, ki se že več kot 5000 let prakticira v Indiji. Starodavni indijski modreci so na osnovi opazovanja vesolja in življenja na zemlji razvili sistem zdravljenja, ki temelji na spletu petih »velikih« elementov: eter, zrak, ogenj, voda in zemlja. Na osnovi poznavanja njihovega medsebojnega delovanja so opisali tri vitalne energije, ki se imenujejo doše. Te tri doše uravnavajo vse fiziološke in psihološke procese v telesu in umu, so dinamične sile, ki določajo rast in propad. V sanskrtu se doše imenujejo vata (elementa ogenj in voda), pita (elementa zrak in eter) in kapa (elementa vode in zemlje).

Vede pojasnjujejo, da so vsa živa bitja pravzaprav duhovna in da v materialnem svetu prehajajo skozi različna telesa zaradi želja iz preteklih življenj, in sicer skladno z zakonitostmi, ki jih s skupnim imenom imenujemo karma.

Po ajurvedi zdravje ni samo odsotnost bolezni, ampak je ravnovesje med telesom, umom in zavestjo, kar je osnovni princip razumevanja zdravja tudi po filozofiji wellnessa. Ker ajurveda izpostavlja pomen hrane za zdravje, se je v turistični ponudbi pod pojmom ajurveda poleg različnih tehnik in metod obravnave telesa uveljavila predvsem povezava ajurvede s hrano in prehranjevalnimi navadami.

Ajurvedska tradicija omogoča razumevanje, katera hrana je ustrezna in pripomore k uravnovešenju vsakega posameznika, kako jo ustrezno pripraviti in skuhati, kako se izogniti kombinacijam, ki v telesu ustvarjajo strupe, katere prehranjevalne navade negovati in katerim se raje izogniti, da dosežemo čim večjo prehransko vrednost tega, kar uživamo.

Po ajurvedi je poznavanje lastne konstitucije prvi korak pri ugotavljanju morebitnih neravnotežij, ki povzročajo različne vrste bolezni. Princip zdravega življenja je po ajurvedi ohranjanje doš v ravnotežju. Prevladujoča doša določa nagnjenost k določenim bolezenskim

stanjem, zato lahko posameznik na osnovi poznavanja lastnosti, ki jih ima takšen tip človeka, ustrezno prilagodi svoje ravnanje, prehranjevanje in način življenja.

Poleg doš, ki so v bistvu energije, saj preveč ali premalo energije, napačna vrsta energije ter neustrezen čas ali prostor, pustijo negativne posledice v našem telesu, se v ajurvedi pojavlja tudi pojem agni, ki zajema spremembe v telesu in umu ter pokriva celotna zaporedja kemičnih povezav v telesu in duhu. Dobesedno pa pomeni biološki ogenj, ki uravnava metabolizem in določa dolžino življenja.

Ajurveda omogoča tudi drugačen pogled na bolezen, ki je tudi po tibetanskem in kitajskem verovanju božji dar. Bolezen nam ponuja možnost za samopreoblikovanje, za spremembo načina mišljenja, čutenja in zaznavanja, prehranjevanja in nasploh, da drugače poskrbimo zase. Ajurveda vidi vzrok vseh bolezni v neravnovesju elementov, zato jih poskuša uravnati ter tako preprečiti bolezen oziroma jo pozdraviti. Presežek določene hrane, snovi, dejavnosti ali čustva vznemiri došo in lahko začne bolezenski proces.

Osnovna principa zdravljenja po ajurvedi sta »podobno povečuje podobno« in »določena lastnost zmanjšuje njeno nasprotje«. Ti načeli sta podobni staremu alkimističnemu in sodobnemu homeopatskemu načelu »kakor zgoraj, tako spodaj« ter srednjeveškemu zdravilstvu, da se podobno zdravi s podobnim.

5.2.2 Ajurveda in turizem

Ajurveda je bila zadnja leta pravi modni trend v wellness turizmu, tako da si danes skorajda ne moremo predstavljati ponudnika wellnesa, ki ne bi ponujal ajurvedskih masaž oziroma v kuhinji upošteval ajurvedskih principov pripravi hrane. Jogo, ki je v bistvu tudi ena od starodavnih ved, v wellness turizmu obravnavamo predvsem kot zanimive telesne vaje z neposrednim učinkom na pretok energije v telesu, tantra, ki predstavlja metodo kontroliranja pretoka energije, pa kot vaje za sproščanje.

Vede pojasnjujejo, da so vsa živa bitja pravzaprav duhovna in da v materialnem svetu prehajajo skozi številna različna telesa zaradi želja iz preteklih življenj in sicer skladno z zakonitostmi, ki jih s skupnim imenom imenujemo karma. Sodobna znanstvena dognanja o nanodelcih, stalnem procesu delitve celic in njihovem propadanju, potrjujejo filozofijo soodvisnosti reda in nereda, zdravja in bolezni. Vendar se turist s takšnimi razmišljanji ne obremenjuje, privlačijo ga čudovite plaže v indijski Goi, ajurvedski centri in ašrami v Kerali ter sprostitevni programi ob vznožju Himalaje.

Ajurveda je doživela ponoven razcvet šele po odhodu Angležev, danes pa ga doživlja kot posebna zvrst v okviru zdravstvenega turizma. Turist si lahko sam obnavlja in pridobiva energijo elementov, ki mu morebiti primanjkujejo: etra z opazovanjem neba in zvezd, zraka z vonjanjem rastlin, ognja z izpostavljanjem jutranjemu soncu, vode s pitjem čiste vode ter zemlje z boso hojo po zemlji.

Ajurvedo pa lahko obravnavamo tudi kot nabor praktičnih znanj oziroma nasvetov, kako si lahko izberemo najbolj primerno lokacijo hiše in kakšna naj bo razporeditev prostorov, kateri minerali in barva nam najbolj ustrezajo, katera hrana je najbolj primerna ipd. V prostem času se namreč zelo radi ukvarjamo še s keltsko filozofijo in zdravilstvom, z astrologijo, mineralogijo, nabiramo zelišča ipd., kar vse pa se da tudi zelo dobro tržiti v turizmu.

Načrtovalci turističnih objektov že upoštevajo znanja ajurvede pri načrtovanju in izgradnji turističnih objektov (določitev lokacije in razporeditev posamezne ponudbe po principih vastu), pri opremljanju objektov (izbira ustrezne barve na strani neba in primernih materialov), pri določanju razporeditve »terapevtskih« luči (npr. v bio savni), pri izbiri barv in vonjav v restavraciji ter pri razporeditvi kuhinjske opreme in pripravi hrane.

Ajurveda ponuja dober vpogled v to, katera hrana bo ustrezala in uravnovesila vsakega posameznika, kako jo ustrezno pripraviti in skuhati, kako se izogniti kombinacijam, ki v telesu ustvarjajo strupe, katere prehranjevalne navade negovati in katerim se izogniti, da bi dosegli večjo prehransko vrednost tega, kar uživamo. Po ajurvedi hrana ni namenjena samo hranjenju in negi telesa, ampak vpliva tudi na um in zavest (kot pravi naš izrek: »Človek je tisto, kar jé«).

5.2.3 Čakre

Čakre (v sanskrtu pomeni ta izraz kolo) so energijski vrtinci, ki povezujejo naša subtilna telesa in preko katerih prehaja v fizično telo prana (po kitajsko univerzalna energija či oziroma organska energija). Razporeditev čaker v telesu povzema barvni spekter svetlobe, ki nastane ob mavrici oziroma ob prehodu svetlobe skozi prizmo ter energetski naboj posameznega barvnega spektra oziroma frekvenco barve.

Čakre lahko obravnavamo tudi kot duhovna središča, ki vplivajo na vitalnost, moč in strast (1. čakra), ustvarjalnost, inspiracijo in čutnost (2. čakra), ego, moč in identiteto (3. čakra), ljubezen, sočutje in človečnost (4. čakra), sposobnost komuniciranja in odprtost (5. čakra), modrost in intuicijo (6. čakra) ter na zavedanje ter inteligenco (7. čakra).

Največ poudarka je na sedmih glavnih čakrah, od katerih je pet dvojnih. Število sedem očitno ni bilo izbrano naključno, saj jo srečujemo praktično v vseh starodavnih civilizacijah, od majske srečne številke sedem, do judovske teorije o nastanku sveta v sedmih dneh, sedmih vidnih planetov ipd.

Z vidika wellnesa kot sprostitve in dobrega počutja je v turistični ponudbi je pomembno upoštevati vpliv posameznih barv na počutje in telo, pri ponudbi različnih tehnik in metod sproščanja pa pomen posameznih manter. Za medicinski wellness je pomembno predvsem poznavanje vpliva posameznih čaker na telesne organe, telesne sisteme in žleze.

Tabela 7: Čakre

Čakra	barva	žleza	organ	Telesni sistem	mantra
Korenjska	rdeča	nadledvična	ledvice	mišičje, arterije	lam
Križnična	oranžna	reprod.org.	D.črevo,želodec,sp.o.	Reprodukcijski s.	Wam
Pleksus	rumena	t.slinavka	vranica,žolč,jetra	prebav.t.,živčevj	ram
Srčna	zelena	priželjc	srce, sp.pljuča	krv.obt.parasimp.živ.	Yam
Grlna	modra	ščitnica	grlo, zg.pljuča	dihala	ham
Tretje oko	indiga	epifiza	oči,nos,grlo	vene, okostje	ksam/om
Temeska	vijolična	hipofiza	možgani,živčevje	osrednje	aum
Eterska	ciklamna	žleze/meridijani	akup.tč.,refl.tč.stopal	sistem meridianov	

Vir: Prirejeno po: Kozjek, 2003, 52

5.3 TRADICIONALNA KITAJSKA IN TIBETANSKA MEDICINA

Kitajska je bila dolgo časa zaprta za zahodni svet, zato se je v wellness turizmu prej uveljavila indijska ajurveda. Še manj dostopen pa je bil Tibet, vendar živi po svetu veliko Tibetancev, ki so zahodnemu svetu prenesli starodavna znanja s področje tradicionalne tibetanske medicine.

Danes je Kitajska prisotna skoraj na vsakem koraku, saj so poceni izdelki s Kitajske dobredno preplavili cel svet. Kitajska pa postaja vedno bolj vplivna in se uvršča med vodilne gospodarske sile, brez katere si ne moremo več predstavljati razvoja zahodnoevropskega gospodarstva. Kljub večji odprtosti Kitajska še vedno »skriva« številna znanja s področja starodavne kitajske medicine, ki jo lahko po starosti postavimo ob bok indijski ajurvedi oziroma starogrški medicini.

Kitajska postaja tudi vse bolj turistična velesila, zato se bo verjetno v naslednjih letih zelo okrepil tudi njen vpliv na razvoj zdravstvenega turizma.

5.3.1 Tradicionalna kitajska medicina

Kitajska medicina ne obravnava človeškega telesa zgolj kot stroja, ki bi deloval neodvisno od volje in energije, ki se imenuje »či«. V telesu se či pretaka po različnih centrih in vpliva na določene telesne, umske in duševne funkcije. Univerzalna življenjska energija či se pretaka po telesu po štirinajstih energetskih kanalih, imenovanih meridiani ter v 24-urnem ciklusu. Moteno gibanje energije oziroma biopotenciala pomeni začetek bolezenskih težav ali motenj v delovanju posameznih funkcionalnih sistemov. Ko univerzalna energija v našem telesu oslabi ali je na določenih mestih premočna, je či neuravnovešen in nastopi bolezen.

Popolno zdravje razumejo kot splet našega dobrega fizičnega, duhovnega in duševnega počutja oziroma enako kot to izhaja iz wellnessa. Vendar wellness turizem pod vplivom zahodne kulture daje večji poudarek še vedno telesu. Zato je za nas nepredstavljivo, da bi vso telesno energijo upravljale tri polarnosti: pozitivna/električna (jang, t.j. nebeška sila), negativna/magnetna (jin, t.j. energija iz središča zemlje) ter nevtralna. Tudi na feng šui, kitajsko vedo o energiji prostora, ki poudarja pretok življenjske energije či, še vedno gledamo bolj v povezavi z urejanjem vrta ter opremljanjem stanovanja kot z neposrednim vplivom na naše počutje in zdravje.

Kitajska medicina nekoliko drugače kot indijska oziroma zahodnoevropska obravnava tudi sistem »velikih« elementov, saj jih pozna pet (zemlja, voda, ogenj, kovina in les), ki predstavljajo dinamične procese spreminjanja. Pozna in obravnava pet polnih notranjih organih (jetra, srce, vranica, pljuča in ledvice) ter pet votlih notranjih organov (žolčnik, tanko črevo, želodec, debelo črevo in sečni mehur), precej drugače pa obravnava energetsko povezavo med posameznimi deli telesa in organi. Tako npr. dobredno razlaga naš ljudski izrek, da "nekoga ne želimo videti, ker nam gre na jetra" z neposredno povezavo med očmi in jetri. Iridologija, diagnostična metoda, ki temelji na vpogledu v očesno šarenico, dejansko potrjuje pravilnost takšnega razmišljanja.

Na Kitajskem mora zdravnik po študiju moderne medicine še enako obdobje študirati tradicionalno medicino, vmes pa si kot »bosonogi« zdravnik pridobiva prakso na terenu. Študij traja torej skoraj dvanajst let. Na Tibetu pa se začne šolanje zdravnika že v otroških

letih, zato tujec te medicine praktično ne more v celoti enakovredno »naštudirati«. V Indiji traja šolanje zdravnika ajurvede približno pet let oziroma podobno kot pri nas, s tem da se od našega zdraviliškega zdravnika zahteva še končanje specializacije.

Med tem ko je pri nas bolezen nekaj slabega, negativnega in zbuja odpor, je odnos Kitajcev do pojava bolezni drugačen. Za njih, podobno kot v Indiji, je bil to v starem veku božji dar, ker jih je opozarjal na napake. V stari Kitajski so ljudje plačevali zdravniku zato, da so bili zdravi, če pa so zboleli, je moral stroške njihove ozdravitve kriti zdravnik. Ker je bil takrat med bolnikom in zdravnikom prepovedan telesni stik, so razvili posebne diagnostične metode, ki so se izkazale kot zelo uspešne predvsem pri ugotavljanju kroničnih obolenj, manj pa pri akutnih obolenjih in poškodbah. Ker se tudi zdravstveni turizem ukvarja predvsem z zdravljenjem bolezni, ki so posledica načina življenja, postaja kitajska medicina vse bolj zanimiva.

Kitajska medicina je zanimiva za zdravstveni turizem tudi zato, ker njeno osnovo sestavljajo akupunktura, zeliščarstvo, masaže, prehrana in sproščujoča telovadba. Pri določanju oblike in vsebine zdravljenja izhaja iz ugotavljanj motenj v gibanju biopotenciala (či) in s tem povezane motnje v delovanju posameznih organskih sistemov, zato se velika pozornost daje opazovanju, spraševanju in zunanemu videzu bolnika. Gre za t.i. mehke metode diagnosticiranja, ki so zelo primerne tudi za wellness turizem. Tudi sproščujoča telovadba (tai či oziroma či gong) ne zahteva velikega telesnega napora, tako da je kot rekreacija namenjena sproščanju in dihalnim vajam.

5.3.2 Tradicionalna tibetanska medicina

Med tem ko sta ajurveda in tradicionalna kitajska medicina že prisotni v ponudbi našega zdravstvenega turizma, predstavlja tibetanska medicina večjo neznanko. Osnovo tibetanske medicine predstavlja ajurveda, vključuje pa tudi elemente tradicionalne kitajske medicine. V obravnavo zdravstvenega turizma jo vključujemo predvsem zaradi duhovnega vidika, ki je značilen za to medicino.

Medtem ko posveča ajurveda veliko pozornost stranem neba, kitajska medicina pa pretoku energije, posveča tibetanska medicina več pozornosti letnim časom. V centrih za wellness, ki že ponujajo tibetansko medicino, izstopajo obredne kopeli, refleksologija, masaže in akupunktura, terapije s pomočjo kristalov, z uporabo zelišč ter mineralov.

Po njihovem prepričanju naj bi živo človeško telo sestavljalo 27 delov: pet prvin (elementov) - zemlja, voda, zrak, ogenj in eter; pet agregatov - telo, čustva, (ob)čutenja, volja in zavest; pet dihov - dih navzdol/izdih, dih izenačevanja toplote, prežemajoči dih, dih navzgor/vdih in dih, ki vzdržuje življenje; pet organov čutenja - nos, ušesa, oči, jezik in koža; šest sposobnosti - vid, voh, sluh, okus, zaznavanje/percepcija in presojanje ter duševnost ali umske sposobnosti. K temu je dodan še element podzavest.

Izpostaviti velja tudi pri nas vedno bolj priljubljeno meditacijo kot tehniko sproščanja. Meditacija je starodavna metoda doseganja samospoštovanja, samozavedanja in samouresničevanja. Meditacija ni koncentracija, ampak metoda sproščanja, prakticira pa se pred skoraj vsakim zdravstvenim tretmajem, povezanim s pretokom energije. Na meditacijo se navezuje tudi vizualizacija, ki obsega zavestno ustvarjanje miselnih podob za doseganje duhovne preobrazbe in je primerna tako za individualne kot tudi skupinske terapije.

Morebiti največ nerazumevanja v zahodnem svetu povzročajo mantre. Mantrе so sanskrtski zlogi, besede ali besedne zveze, ki človeka popeljejo v višje stanje zavesti, če jih ponavlja med meditacijo ali se osredotoča nanje. Najstarejša mantra oziroma univerzalna mantra je sanskrtska beseda »Om«. Pri Tibetancih je najbolj priljubljena mantra »Om Mani Padme Hum« (pravilno se izgovori »om ma ni pe me hung«). V zahodnem krščanskem svetu smo se navajeni obračati k Bogu z molitvijo, priprošnjami in priporočili. Morebiti tudi zato cerkev odkriva vse večje možnosti za vključitev v wellness turizem, saj so ponekod v Nemčiji verski obredi v cerkvah postali sestavni del wellness programov. Pri nas se turistični ponudniki zadovoljijo npr. z barvanjem velikonočnih pirhov.



Slika 26: Azijski wellness (japonski onsens), H. Pratzel: Wellness Part of Health Resort Medicine, 28

Vir: http://www.ismh-direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm (10.4.2010)

POVZETEK:

Zdraviliški in spa turizem sta si po vsebini enaka, razlike med obema so pogojene z družbenim okoljem, kjer sta nastala oziroma se razvijala. Zdraviliški turizem je namreč z naturopatijo značilnost Srednje Evrope, ki je ohranila še dokaj visoko stopnjo socialne varnosti na področju zdravja.

Osnovna značilnost zdraviliškega turizma so naravni zdravilni dejavniki, ki se uporabljajo na kraju samem. V Sloveniji so zdravilišča delno še vezana na javno zdravstveno mrežo, kar jim omogoča ohranjanje dokaj visokega nivoja usposobljenosti zaposlenih. Zdraviliški turizem se zato smatra kot turizem z najvišjo dodano vrednostjo na zaposlenega, proizvod zdraviliškega turizma pa najbolj kompleksna oblika turističnega proizvoda pri nas.

Tradicionalna zdravilstva Daljnega vzhoda so se že uspešno vključila v turistično ponudbo wellnessa. Pri tem velja izpostaviti tudi duhovni vidik te ponudbe, ki ga poudarja tradicionalna tibetanska medicina.

VPRAŠANJA ZA RAZMISLEK:

- Ocenite vpliv razlik v razumevanju zdraviliškega in spa turizma na oblikovanje turistične ponudbe wellnessa.
- Pripravite ponudbo za wellness program, zdraviliški/spa program in medical wellnessa.
- Ocenite možnost uveljavitve enega izmed naravnih zdravilnih dejavnikov (po prosti izbiri) v turistični ponudbi zdraviliškega turizma.
- Opredelite pomen energetskega vrtinca (čakre), ki bi lahko bil pomemben z vidika intelekta.
- Poskusite samostojno izvesti mantro »Om« in opišite občutke ob tem.
- Na spletu poiščite opis telesne vaje »tai či«.

PRIPOROČENI SPLETNI NASLOVI ZA SAMOSTOJNI ŠTUDIJ:

- <http://www.experienceispa.com/>
- http://www.termegiz.si/sl/informacija.asp?id_meta_type=1&id_informacija=9&view=Splosno
- <http://www.cfwest.com/documents/CanmoreHealthandWellnessSectorProfileExecutiveSummaryandConclusions.pdf>.

6 LITERATURA

Canmore Economic Development Authority. *Health and Wellness Sector Profile* (online). 2008. (Citirano 10. 4. 2010) Dostopno na naslovu:

<http://www.cfcwest.com/documents/CanmoreHealthandWellnessSectorProfileExecutiveSummaryandConclusions.pdf>.

CATI. *Wellness ponudba v Sloveniji: skriti gost*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija, 2004.

Cvikl, H. in Rumbak, R. *Primerjalna analiza standardov kakovosti v izbranih evropskih državah*. Management, izobraževanje in turizem, 2009, str 10-13.

FOCUS. *Der Markt für Fitness und Wellness – Daten, Fakten, Trends* (online). 2005. (Citirano 10. 4. 2010) Dostopno na naslovu:

http://www.medialine.de/media/uploads/projekt/medialine/docs/service/bestellung_download/deutsch/marktinformationen/marktanalysen/2005/06_2005_ma_fitness_wellness.pdf,

FOCUS. *Der Markt der Gesundheit – Daten, Fakten, Trends* (online). 2005. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu:

http://www.medialine.de/media/uploads/projekt/medialine/docs/bestellung_download/marktanalysen/2005/ma_gesundheit_200511.pdf

FOCUS. *Der Markt der Gesundheit – Daten, Fakten, Trends* (online). 2007. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu:

http://www.medialine.de/media/uploads/projekt/medialine/docs/bestellung_download/marktanalysen/2007/foc_ma_gesundheit_200712.pdf.

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen - FUR. *ReiseAnalyse - Urlaubsreisetrends 2020*. Kiel: FUR, 2009.

GDI für Wirtschaft und Gesellschaft. *Perspektivstudie Gesundheitsmarkt und Gesundheitsstandort Liechtenstein* (online). 2008. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu:

http://www.bewussterleben.li/fileadmin/dateien/Downloads/PerspektivstudieFL_Final.pdf.

GfK Panel Services Deutschland. *Wellness Sensor 2009 - Was deutsche Wellnessurlauber wirklich wollen* (online). 2009. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu:

http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/consumerscope/aktuellestudien/2009/wellnesssensor_2009.pdf.

Gojčič, S. *Wellness*. Ljubljana: GV Založba, 2005.

Gouvion C. *SPA*. München: Knesebeck Verlag, 2007.

Kaufmann L.E., Settler J. *Aktuelle Entwicklungen im deutschsprachigen Wellnesshotel-Markt* (online). 2005. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu:

http://www.lanzkaufmann.ch/doc/pub_tjb_lanz_stettler.pdf.

Kozjek D. *Od geologije do kristaloterapije*. Kranj: samozaložba. 2003.

Lauprecht C.A. *Medical & Mental Wellness - Gefahren und Potentiale* (online). (Citirano 10. 4.2 010). Dostopno na naslovu: http://www.reded.at/bilder/d13/Medical_Wellness.pdf.

Lorenz Tourismusberatung. *Wellness- und Gesundheitstourismus – Aktueller Marktüberblick* (online). 2007. (Citirano 10. 4. 2010) Dostopno na naslovu: http://www.potsdam.ihk24.de/produktmarken/starthilfe/anlagen/pdfs/Lorenz_Wellness-_und_Gesundheitstourismus.pdf.

MG - Ministrstvo za gospodarstvo RS. *Sklep o določitvi simbolov za označevanje kategorije in obliki označevalnih tabel za posamezno vrste kategoriziranih nastanitvenih obratov* (online). 2008. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: [:http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Oznacevalne_table_z_grafiko-3-bez_obrazlozitve.pdf](http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Oznacevalne_table_z_grafiko-3-bez_obrazlozitve.pdf) .

MG-Ministrstvo za gospodarstvo RS. *Primerjalna analiza sistemov kategorizacije nastanitvenih obratov v Sloveniji, Nemčiji, Švici in na Hrvaškem – hoteli* (online). 2009. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Primerjalna_analiza_kategorizacije-7.4.09.pdf.

Miller J.W. *Wellness – The History and Development of a Concept* (online). 2005. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: <http://wellness.indianachamber.com/index.php/wellness-movement>.

Morrison J.H. *Knjiga o ajurvedi, vodnik za dobro počutje*. Ljubljana: Gnosis-Quatro d.o.o., 2003.

Mueller H, Kaufman L.E. *Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry* (online). 2001. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/MARKET%20ANALYSIS%20OF%20HEALTH%20TOURISM%20SEGMENT%20HOTEL.PDF> .

National Wellness Institute. *Six Dimensions of Wellness* (online). (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://www.scopexcel.com/scope_studies/aging_the_possibilities/meeting_summaries/resources_assembly_six_dimensions_of_wellness.pdf.

Nefiodow L.A. *Trendanalyse der Gesundheitssysteme* (online). 2005. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: <http://www.luxlorsan.eu/menupublic/pdf/interv%20nefiodow.pdf>

Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V. *Wellness - Zahlen, Daten, Fakten* (online). 2006. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: <http://www.muensterland-tourismus.de/downloads/Muensterland-Service/Mitglieder/Downloadcenter/Mafo-Rundschau/19Wellness.pdf>.

Nowlis, M. *Hotel classifications vs. customer expectations* (online). 2007. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: <http://tourismintelligence.ca/2005/01/13/hotel-classifications-vs-customer-expectations/>.

Pratzel G. H. *Wellness part of Health Resort Medicine* (online). 2005. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://www.ismh-direct.net/upload/ismh/document/nemz_balneo_konf_2005_eloadasok.htm.

Schmieke M. *Vastu, izvor feng šuija*. Notranje Gorice: Založba Quatro, 2003.

Slovenska turistična organizacija. *Strategija razvoja turističnega proizvoda wellness v Sloveniji* (online). 2004. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/STRATEGIJA_WELLNESS_5126.pdf.

Slovenska turistična organizacija. *Analiza turistične wellneške ponudbe v Sloveniji* (online). 2009. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/ANALIZA_IN_ZAKLJUUKÄNo_POROOÄILO_-_konnÄna_verzija_za_splet_8123.pdf.

Slovenska turistična organizacija. *Vpliv ekoloških elementov na povpraševanje po wellneških storitvah* (online). 2008. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2008/WELLNESS_popr_6124.pdf.

The Gallup Organisation. *Flash Eurobarometer 291 - Survey on the attitudes of Europeans towards tourism* (online). 2010. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_291_en.pdf.

Tuan L. *Das Tibetische Geheimnis von Jugend und Vitalität*. München: Atlantis, 1999.

Weil A. *Spontano zdravljenje – povečajmo naravno obrambno sposobnost telesa*. Ljubljana: DZS, 1998.

Wellness Council of America. *101 WAYS TO WELLNESS* (online). 2007. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: http://www.welcoa.org/wwp/pdf/101_Ways_To_Wellness.pdf.

World Health Organization. *Mental health: strengthening mental health promotion* (online). 2007. (Citirano 10. 4. 2010). Dostopno na naslovu: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs220/en/>

Zakon o naravnih zdravilnih sredstvih in o naravnih zdraviliščih. Uradni list Socialistične Republike Slovenije, 36 (1964). Str. 192.

Projekt **Impletum**

Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11

Konzorcijski partnerji:



Operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja in prednostne usmeritve Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.