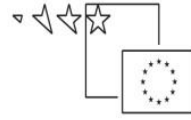




REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



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

# WELLNESS TURIZEM

SEBASTJAN REPNIK

Višješolski strokovni program: Gostinstvo in turizem  
Učbenik: Wellness turizem  
Gradivo za 2. letnik

**Avtor:**

Sebastjan Repnik, spec. management, dipl.org. v turizmu,  
org. posl. v gostinstvu  
Višja strokovna šola, Grm Novo mesto – center biotehnike  
in turizma



**Strokovna recenzentka:**

dr. Lea Kužnik, univ. univ. dipl. etnol. in kult. antrop., prof. soc.

**Lektorica:**

Anja Briški prof. slovenščine

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

338.48-6:615.8(075.8)

REPNIK, Sebastjan

Wellness turizem [Elektronski vir] : gradivo za 2. letnik /  
Sebastjan Repnik. - El. knjiga. - Ljubljana : Zavod IRC, 2011. -  
(Višješolski strokovni program Gostinstvo in turizem / Zavod IRC)

Način dostopa (URL): [http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti\\_dokumenti/Wellness\\_turizem\\_-Repnik.pdf](http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Wellness_turizem_-Repnik.pdf). - Projekt Impletum

ISBN 978-961-6857-18-5

258171904

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 132. seji dne 23.9.2011 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.01301-5/2011/11-2 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 ter 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

<b>PREDGOVOR .....</b>	<b>3</b>
<b>1 UVOD V WELLNESS .....</b>	<b>5</b>
1.1 KAJ JE WELLNESS .....	5
1.2 IZVOR WELLNESSA .....	5
1.3 RAZLIČNE OBLIKE WELLNESSA .....	7
1.4 EVROPSKI IN AMERIŠKI MODEL WELLNESSA .....	9
1.5 WELLNESS V SLOVENIJI .....	11
1.6 BREZMEJNOST WELLNESSA .....	12
<b>2 DRUŽBENI IN EKONOMSKI VIDIKI ZDRAVJA .....</b>	<b>15</b>
2.1 KAJ JE ZDRAVJE .....	15
2.2 PROMOCIJA ZDRAVJA .....	16
2.3 DRUŽBENI IN EKONOMSKI VIDIKI ZDRAVJA V SLOVENIJI .....	19
2.4 ZDRAVJE IN WELLNESS .....	21
<b>3 WELLNESS KOT TURISTIČNA DEJAVNOST - WELLNESS TURIZEM .....</b>	<b>25</b>
3.1 POMEN WELLNESS TURIZMA .....	26
3.2 RAZVOJ WELLNESS TURIZMA .....	27
3.3 POSEBNOSTI WELLNESS TURIZMA .....	28
3.4 POMEMBNOST KAKOVOSTI V WELLNESS TURIZMU .....	29
3.5 RAZVOJ WELLNESS TURISTIČNE PONUDBE .....	30
3.6 WELLNESS NA TURISTIČNEM TRGU .....	30
3.7 OBLIKOVANJE WELLNESS PROGRAMA .....	33
3.8 ORGANIZACIJA WELLNESS CENTRA IN PRIHODKOVNI MENEDŽMENT .....	34
<b>4 TRENDI V RAZVOJU WELLNESSA V TURIZMU .....</b>	<b>37</b>
4.1 MEDICINSKI WELLNESS V TURIZMU .....	37
4.1.1 Medicinski wellness v ZDA .....	38
4.1.2 Medicinski wellness v Evropi .....	39
4.1.3 Medicinski wellness v Sloveniji .....	40
4.2 ALTERNATIVNA MEDICINA IN WELLNESS V TURIZMU .....	41
4.2.1 Tradicionalna kitajska medicina .....	43
4.2.2 Tradicionalna tibetanska medicina .....	44
4.2.3 Ajurveda .....	45
4.2.4 Čakre .....	46
4.2.5 Radiestezijska .....	47
4.2.6 Zdravljenje s kristali .....	48
4.2.7 Celostni reiki .....	49
<b>5 WELLNESS TURIZEM V OKVIRU ZDRAVILIŠKEGA TURIZMA .....</b>	<b>51</b>
5.1 ZDRAVILIŠKI TURIZEM .....	51
5.2 SPECIFIČNOSTI ZDRAVILIŠKEGA TURIZMA .....	52
5.3 POMEN ZDRAVILIŠKEGA TURIZMA .....	53
5.4 OBLIKOVANJE ZDRAVILIŠKO-TURISTIČNE PONUDBE .....	54
5.5 RAZLIKA MED ZDRAVILIŠKIM IN WELLNESS TURIZMOM .....	55
5.6 ZDRAVILIŠKI IN WELLNESS TURIZEM V SLOVENIJI .....	57
5.6.1 Zgodovina zdraviliškega turizma v Sloveniji .....	57
5.6.2 Razvoj wellness-turistične ponudbe v samostojni Sloveniji .....	58
5.6.3 Najbolj značilne terapije Slovenskih naravnih zdravilišč .....	59
5.6.4 Status Slovensko naravno zdravilišče .....	61
5.6.5 Slovenska naravna zdravilišča .....	62
<b>6 WELLNESS KOT ŽIVLJENJSKI SLOG .....</b>	<b>65</b>
6.1 TELESNA AKTIVNOST .....	65

6.2	TELESNA PRIPRAVLJENOST .....	66
6.3	ZDRAVA PREHRANA .....	67
6.4	OSEBNA SPROSTITEV .....	67
6.5	DUŠEVNE AKTIVNOSTI.....	68
<b>7</b>	<b>LITERATURA in VIRI.....</b>	<b>69</b>

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Razlika med klasičnim in medicinskim wellnessom .....	37
Tabela 2: Razmejitvena merila med zdravstvenim in wellness turizmom.....	56
Tabela 3: SWOT analiza slovenskih naravnih zdravilišč .....	63

## KAZALO SLIK

Slika 1: Travisov model wellnessa.....	7
Slika 2: Ardellov model wellnessa.....	8
Slika 3: Pohodništvo po rdeče-skalnatem kanjonu v okolici spa centra v USA.....	10
Slika 4: Evropski spa center v Novem Vinodolskem .....	10
Slika 5: DNK.....	13
Slika 6: Logotip svetovne zdravstvene organizacije .....	15
Slika 7: Dejavniki zdravja.....	16
Slika 8: Model promocije zdravja .....	17
Slika 9: Svetovni dan zdravja.....	19
Slika 10: Prepoznavni znak Vzajemne, zdravstvene zavarovalnice .....	20
Slika 11: Model wellness – Zdravje za človekovo celovitost.....	22
Slika 12: Zadostna količina spanja je eno temeljnih načel zdravega življenja .....	23
Slika 13: Popolni wellness .....	23
Slika 14, Sproščanje v savni je ena klasičnih dejavnosti v Spa centrih .....	25
Slika 15: Rehabilitacija poškodbe v Spa centru.....	26
Slika 16: Prenovljen logotip Term Krka, nekdanje Zdravilišč Krka .....	26
Slika 17: Ostanki antičnega kopališča .....	27
Slika 18: Naslovnica knjige Kennetha Cooperja .....	28
Slika 19: Blagovna znamka lepotnih hotelov Taipei .....	31
Slika 20: Star beauty Resort, hotel, ki deluje v okviru verige lepotnih hotelov Taipei .....	32
Slika 21: Organigram wellness centra .....	35
Slika 22: Wellness center, College of New Rochelle, New York.....	38
Slika 23: Center medicinskega wellnessa Longevity na Portugalskem .....	40
Slika 24: Masaža na plaži, LifeClass hotels&spa .....	41
Slika 25: Izvajanje akupunkture.....	44
Slika 26: Elementi Ajurvede .....	46
Slika 27: Čakre.....	47
Slika 28: Kristali .....	48
Slika 29: Stopnje globoke sprostitve.....	49
Slika 30: Terme Olimia v Podčetrtku .....	53
Slika 31: Blejski vintgar, kot naravna danost .....	55
Slika 32: Razmejitve turizma s poudarkom na zdraviliškem turizmu .....	55
Slika 33: Razmejitev uporabnikov wellnessa do drugih gostov v zdravilišču.....	56
Slika 34: Zdravilišče Dobrna (danes Terme Dobrna) .....	57
Slika 35: Nekdanje Moravske toplice, danes Terme 3000.....	58
Slika 36: Promocijska podoba blagovne znamke european-spa .....	59
Slika 37: Voda je glavno zdravilno sredstvo v slovenskih zdraviliščih.....	60

Slika 38: Fango terapija.....	60
Slika 39: Morska voda, naravno mineralno zdravilno sredstvo .....	61
Slika 40: Logotip skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč (SSNZ).....	62
Slika 41: Termalna riviera v Termah Čatež.....	63
Slika 42: Odstotki skupin živil ob optimalni zdravi prehrani.....	67
Slika 43: Tai Chi ob morju, kot osebna sprostitev .....	67
Slika 44: Trening smeha.....	68



## PREDGOVOR

Spoštovani/a študent/ka Višje strokovne šole. V rokah držite učbenik, v katerega smo avtorji skušali vdahnuti dušo wellnessa – dobrega počutja. Namenjen je prav vam, ki se želite podrobneje spoznati z wellnessom v turizmu. Obravnavana snov je podana na plastičen, karseda razumljiv način, s poudarkom na praktičnih razlagah v obliki grafikonov, tabel, slik in primerov iz prakse. Najpomembnejši segmenti so odebeljeni oziroma barvno osenčeni. Prav tako so osenčene tudi uvodne besede poglavji in primeri iz prakse. Posebej je poudarjena interaktivnost, saj učbenik skozi svojo vsebino vodi do koristnih povezav za poglobljanje znanja, pridobivanje dodatnih informacij in izkušenj preko povezav na svetovnem spletu in tudi obširnem seznamom dodatne literature ob koncu. Vse to razširja primernost učbenika, ki je tako primeren tudi za nadobudne srednješolce, zlasti gostinsko turističnih smeri, ki iščejo informacije o wellnessu. Prav tako pa predstavlja nezanemarljivo pot do teoretičnih izhodišč in realnih podatkov, ki bodo koristili tudi študentom na višjih nivojih študija. Za hiter pregled vsebine smo ob koncu vsakega poglavja pripravili povzetek vsebine ter vprašanja, s katerimi lahko preverite uspešnost vašega učenja.

Tematika wellnessa v turizmu je obravnavana na dveh nivojih, ki ju loči tanka, včasih celo nevidna, ločnica. Govorimo o wellnessu kot načinu vsakdanjega življenja v strogi povezavi z našim zdravjem in trajnostnim ohranjanjem le-tega. Obravnavani so dejavniki, ki načenjajo naše zdravje, o katerem v tem učbeniku govorimo celostno. Torej ne zgolj o fizičnem zdravju našega telesa, temveč tudi o zdravju naše duševnosti. V učbeniku bomo spregovorili tudi o naših vsakodnevnih navadah in razvadah, ki se jih največkrat sploh ne zavedamo. Mnoge od njih škodujejo našemu zdravju, zato je prav, da na njih opozorimo in vam svetujemo, kaj lahko storite, da zmanjšate njihove negativne učinke. Drugi nivo pa nam bo kot turističnim ali bodočim turističnim delavcem pomagal kreirati, ustvariti, prodati in realizirati posamezne komponente wellnessa v dejavnosti turizma. Ta del obsega strokovno tematiko, ki umešča dejavnosti wellnessa v turistično ponudbo. Odgovarja na vprašanja, zakaj, za koga, kako in kje je smiselno razvijati wellness turistično ponudbo.

Začnimo pa z ogledom videa z naslovom Zakaj izbrati wellness, ki se nahaja na spletnem naslovu: [www.youtube.com/watch?v=DArgU-grlTg&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=DArgU-grlTg&feature=related).



# 1 UVOD V WELLNESS

Začnimo s spoznavanjem pojma *wellness* (angl. *wellness*). Odkrijmo izvor same besede, kot tudi začetke razvoja *wellnessa* v smislu turistične dejavnosti. Prvi zapis besede, in sicer v originalu kot »wealnesse«, izvira iz leta 1654. Besedo je v pismu zahvale, ker je njegova hčer »čudežno« ozdravela uporabil lord Wariston. Kasneje je pojem *wellness* ubesedil in definiral ameriški zdravnik Dr. Halbertom Dunnom, in sicer kot celovito metodo delovanja posameznika usmerjeno na sposobnosti samo zdravljenja (Reiki) v okviru pogojev, ki mu jih nudi njegovo življenjsko okolje. Dunn je v definiciji tudi prvič zapisal besedo »**wellness**«, kot jo poznamo danes.

## 1.1 KAJ JE WELLNESS

Wellness je pojem, ki opredeljuje zdrav način življenja in na prvo mesto postavlja **lastno odgovornost posameznika** za svoje zdravje, ter obenem podaja priporočila za bolj zdrav način življenja. Pojem *wellness* je močno povezan z zdravjem, saj zdravje obravnava iz holističnega – celostnega vidika in ne zgolj z vidika telesne aktivnosti. Wellness predstavlja ravnovesje med telesnim, umskim in duševnim stanjem človeka.

Wellness kot filozofija zdravega načina življenja se je razvil na osnovi dognanj ameriških družinskih zdravnikov, ki so pričeli raziskovati vplive nepravilnega življenjskega sloga ter zdravju škodljivih življenjskih navad in razvad na številna kronična obolenja, ki jih dandanes poznamo kot tipične bolezni sodobnega človeka oz. časa (stres, sindrom izgorevanja, povišan krvni tlak in holesterol, različne kronične želodčne težave, obolenja hrbtenice ...).

## 1.2 IZVOR WELLNESSA

V takrat novega pojma »*wellness*«, je dr. Dunn ugotavljal vpliv demografskih sprememb na zdravstveno stanje prebivalcev, pojav staranja in razmišljal, kako starejše ljudi ohraniti čim dlje zdrave, da bodo sposobni za aktivno prilagajanje na spremembe v družbi in dostojno življenje. Pojasnjeval je tudi, da pojem *wellness* obsega več kot le zgolj zdravstveno stanje (Gojčič, 2005, 29). Wellness je torej način delovanja in življenja, ki omogoča harmonijo med telesom, razumom in dušo (*body:mind:spirit*).

Sodobna znanost je ugotovitve dr. Dunna nadgradila in določila **osem osnovnih elementov** oziroma **prvin**, ki jih moramo poznati ko govorimo o pojmovanju *wellnessa*. Ti elementi so:

1. lastna odgovornost,
2. gibanje oz. fitnes,
3. skrb in nega telesa,
4. zdrava prehrana,
5. aktivnosti povezane s sproščanjem,
6. miselne aktivnosti oz. trening možganov,
7. senzibilnost do okolja,
8. razvijanje medsebojnih socialnih donosov.

Na nemškem govornem področju, kjer se je kot bomo videli kasneje začel razvijati evropski tip *wellnessa*, se nastanek besede *wellness* tolmači iz angleščine: »*well-being*« in »*fitness*«. »*Well being*« v okviru katerega je opredeljena **definicija zdravja** ki jo je po 2. svetovni vojni postavila Svetovna zdravstvena organizacija (*WHO-World Health Organisation*). Po tej definiciji se **zdravje** pojmuje kot ugodno stanje telesnega in duševnega počutja ter ugodnega socialnega stanja. Zdravje se glede na vsebino te definicije ne pojmuje zgolj kot **odsotnost bolezni**, kar je osnova ameriške razlage *wellnessa*, ampak se pojem zdravja obravnava v

mного širšem smislu z več elementi. Zdravje je namreč osnova za gibanje, ter ugodno počutje telesa in duha. Tako pridemo do sodobne besedne zveze **dobro počutje**, kar pa je v bistvu tudi dobesedni prevod angleške besedne zveze »*well-being*«, ki jo vsi tisti, ki uporabljate strokovno terminologijo s področja turizma zagotovo dobro poznate.

Pojem wellness pa se je v turizmu prvič pojavil šele leta 1989, in sicer v letakih avstrijskega zdravilišča Bad Hofgastein, v katerem so za svoj moto uporabili besedno zvezo »*magic wellness*.«

Priznana švicarska raziskovalka s področja wellnessa v turizmu Eveline Lanz Kaufmann je v svoji doktorski dizertaciji leta 1999 zapisala definicijo wellness turizma, ki velja še danes. Wellness turizem je definirala kot:

»Skupnost odnosov in pojavov, ki so posledica potovanja in bivanja (v specializiranih hotelih s strokovno in individualno obravnavo) oseb, katerih temeljni motiv je sprostitev ali krepitev zdravja.« Kaufmann (v: Gojčič 2005, 81, 82).

Če razširimo ugotovitve Kaufmanove, to pomeni, da so v specializiranih (ponavadi zdraviliških) hotelih s strokovno in individualno obravnavo zastopane naslednje sestavine turistične ponudbe wellnessa: telesni fitnes, zdrava prehrana, sprostitev in duševne aktivnosti, o katerih pa bomo podrobneje spregovorili v nadaljevanju.

Med pionirje razvoja wellnessa in predvsem fitnesa pa prav gotovo sodi tudi Jack LaLanne, ki mu mnogi pravijo kar oče fitnesa, čigar zgodbo bomo spoznali na praktičnem primeru.

Učimo se iz prakse!

Primer:

### **Jack LaLanne**

V tridesetih letih prejšnjega stoletja (1830) zdrava prehrana in športni slog življenja še nista bila na naslovnica trendovskih revij. Mama je opazila, da je Jack posebljanje najstniške nesamozavesti, zato mu je priskočila na pomoč. Na silo ga je odvela k Paulu Braggu, strokovnjaku za zdravo prehrano, in ta mu je prijateljsko svetoval, naj se odpove sladkarijam. Bragg je bil Jackov navdih. Začeli sta se notranja in zunanja preobrazba njegovega telesa. Leta 1932 je končal srednjo šolo in opravil tečaj za kiropraktika. Kmalu je odprl prvi klub za zdravo življenje. Povabili so ga k oddaji, v kateri naj bi z voditeljico Ealine ljudi prepričeval o pozitivnih učinkih pravilne prehrane in telesne aktivnosti. A Ealine je bila s slabo prehrano zasvojen veržna kadilka, toda privolila je v zmenek in jo je prepričal. Njegova oddaja, v kateri je za vadbo navduševal tudi ženske in otroke, je bila na sporedu vse do leta 1985, ko mu je bilo enainšestdeset let. Leta 1951 je postal Mister Amerike. Za svoj enainštirideseti rojstni dan je dvakrat preplaval dolžino mostu Golden Gate. Za svoj sedemdeseti rojstni dan pa je preplaval miljo in pol in pri tem vlekel čoln, na katerem je bilo sedemdeset njegovih prijateljev.

LaLanne je mednarodno slavo dosegel s svojim sokovnikom, s katerim je na tisoče ljudi spodbudil k spremembi prehranjevalnih navad. Tako rekoč do zadnjega dneva je vsak dan vadil v telovadnici in plaval. Zato je za vedno upravičen do vzdevka Oče fitnesa.

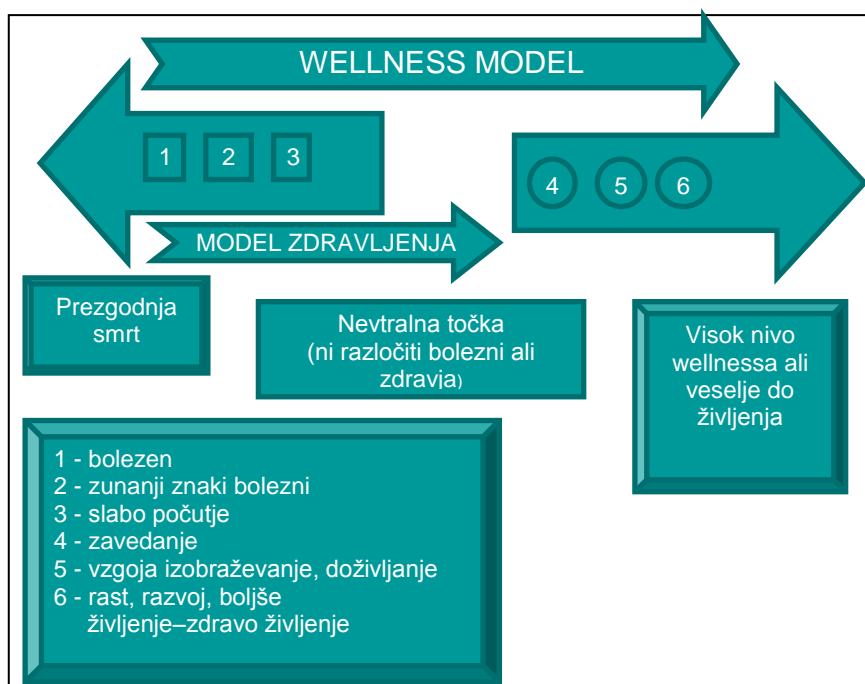
(Povzeto po članku Jack LaLanne – slovo šestindevetdesetletnega očeta fitnesa, revija Polet, str. 5, januar 2011, 11 št. 04).

Zapuščina Jacka Lalanne je močna blagovna znamka z njegovim imenom, ki pokriva raznovrstne izdelke in pripomočke za zdrav način življenja, vključno z danes svetovno znanim sokovnikom JackLaLanne. Več na: <http://www.jacklalanne.com/>

### 1.3 RAZLIČNE OBLIKE WELLNESSA

Z razvojem wellnessa so se razvile različne oblike oziroma modeli, ki določajo pot, po kateri mora hoditi vsak posameznik, da doseže stanje dobrega počutja in zdravja. Prvi wellness center v pravem pomenu je leta 1975 v ZDA odprl John Travis, zato ni čudno, da je prav on razvil tudi prvega izmed modelov oziroma oblik wellnessa, ki jih bomo spoznali v tem poglavju.

Travisov model wellnessa prikazuje slika 1.



Slika 1: Travisov model wellnessa  
Vir: Travis, Ryan (v: Gojčič, 2005, 30)

Travisov grafični prikaz **zdravstvenega kontinuumu** – vseživljenjskega ugodnega počutja prikazuje šest faz življenja posameznika. Če človek ne upošteva pravil zdravega življenja in v tem pogledu ne napreduje, ga čaka prezgodnja smrt. Če pa se zaveda pomena zdravega načina življenja in živi po pravilih vseživljenjskega wellnessa, se izobražuje in osebno raste, stopa po poti sreče in veselja do življenja, kar praviloma vodi k daljši življenjski dobi. Travisova pravila – področja vseživljenjskega dobrega počutja – wellnessa so naslednja:

1. **Samoodgovornost in ljubezen** – vsak posameznik se mora zavedati pomena zdravega načina življenja.
2. **Pravilno (globoko) dihanje**, ki zagotavlja telesu dovolj svežega zraka – kisika, ki skrbi za sprotno čiščenje in razstrupljanje telesa.
3. **Senzibilnost (občutljivost) čutil** – občutke, ki nam jih prinašajo naša čutila moramo zaznavati in se na njih pravilno odzivati ter jih ne zanemarjati.
4. **Zdravo prehranjevanje** – hrano zauživati v več dnevni obrokih in manjših količinah, zaužiti moramo dovolj vitaminov in mineralov ter manj maščob.
5. **Primerno gibanje** – potrebna je vsakodnevna rekreacija, ki telo razgiba in ne preobremeni.
6. **Odprtost, sprejemanje in izražanje čustev** – izogibajmo se prikrivanju čustev, prav tako se moramo naučiti sprejemati negativna in oddajati čim več pozitivnih čustev (emocij).

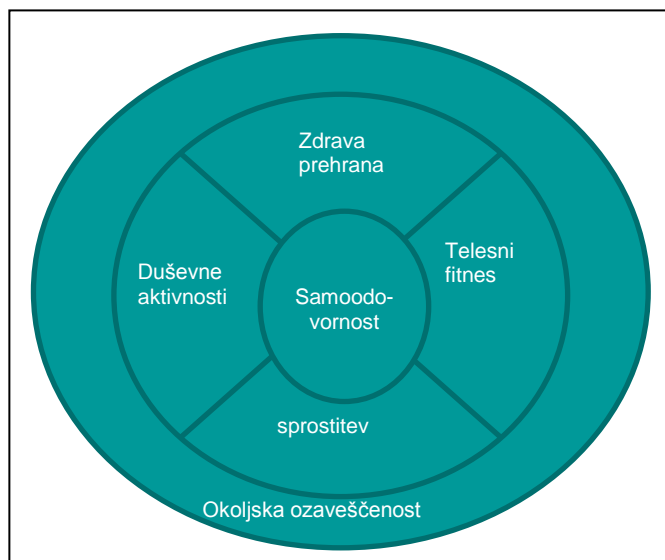
7. **Duševne aktivnosti** kot so: joga, meditacija ipd. so načini, preko katerih lahko dosežemo mentalno sproščenost oziroma duševni mir.
8. **Zadovoljstvo pri delu in igri** – službo (šolo) in delo dojemajmo kot nekaj pozitivnega, lepega, prav tako moramo poskrbeti tudi za kvalitetno druženje in zabavo v prostem času.
9. **Medsebojni pogovori in izmenjava mnenj** – bodimo čim bolj povezani z ljudmi iz naše okolice in se pred njimi ne bojmo izražati lastnih mnenj ter tudi drugim pustimo, da nam sporočijo svoja mnenja.
10. **Izpolnjujoča seksualnost** – skrbimo za kvalitetno spolnost, ki je v zadovoljstvo obeh partnerjev.
11. **Občutiti svoje življenje** – najti moramo samega sebe, početi stvari, ki nas veselijo in z našimi dejanji ne škodovati drugim.
12. **Duhovno zavedanje** – skrbeti moramo tudi za osebno duhovno rast in stalno stremeti k napredku na duhovni ravni.

Če posameznik želi doseči vseživljenjski wellness si mora postaviti naslednje cilje:

- ✚ Nenehno usklajevanje in upoštevanje dvanajstih pravil-področij vseživljenjskega wellnessa.
- ✚ Sprejeti wellness, kot način življenja.
- ✚ Zavedati se, da wellness ni zdravilo, temveč način, kako doseči trajno dobro (ugodno) počutje.

To so pravila, ki jih je postavil Travis. Sedaj pa bomo spoznali teoretični model, ki ga je postavil Ardell.

Ardellov model wellnessa prikazuje naslednja slika 2.



Slika 2: Ardellov model wellnessa

Vir: Ardell v Kaufmann (v: Gojčič, 2005, 32)

Prav tako kot Trevisov model vseživljenjskega wellnessa tudi Ardellov v središčno točko postavlja »samoodgovornost« **posameznika** za njegovo trajno zdravje oziroma dobro počutje. Podoben pomen tudi v tem modelu nosijo zdrava prehrana, duševne aktivnosti, telesni fitness oziroma gibanje in rekreacija ter tako duševna kot telesna sprostitiv. Dodan pa je tudi nov vidik in sicer okoljska ozaveščenost. Ta predstavlja pozitiven odnos posameznika do naravnega in kulturnega okolja. Vsak človek, ki živi po načelih wellnessa, mora namreč

spoštovati in skrbeti za naravno okolje, prav tako pa biti prijazen tudi do soljudi, jih spoštovati in biti z njimi v dobrem, pozitivnem odnosu.

Podobno kot Ardellov, tudi Hettlerjev model, ki ga predstavljamo v nadaljevanju, za doseganje vseživljenjskega wellnessa predvideva upoštevanje šestih načel oziroma področij. Ta so: **telesni fitnes in prehrana, čustvena inteligenca, socialni odnosi in okoljska ozaveščenost, duševni fitnes, duhovna zavest in življenjska filozofija, ter zadovoljstvo z delom in poklicem**

Hettler poudarja, da mora biti vseh šest področij **usklajenih in medsebojno uravnoveženih** z življenjskim slogom posameznika. To pa pomeni: če se nekdo zdravo prehranjuje, hkrati pa je nečloveški, se grdo vede do soljudi in namerno onesnažuje naravo, ne more dosežati vseživljenjske naravnosti k dobremu počutju – wellnessu.

Spoznamo lahko, da vsi modeli vseživljenjskega wellnessa na prvo mesto postavljajo zavedanje in »samoodgovornost« posameznika za njegov način življenja. Opazimo lahko tudi, da Ardellov in Hettlerjev model upoštevata tudi skrb za naravno okolje, kar je posledica človeškega spoznavanja o pomenu čistega okolja, medtem ko je Travisov model zgrajen bolj na odgovornosti do socialnega okolja. V nadaljevanju pa bomo spoznavali razlike med evropskim in ameriškim modelom wellnessa, ter kako in zakaj se turistična ponudba wellnessa v ZDA, razlikuje od ponudbe wellness turizma v Evropi.

#### 1.4 EVROPSKI IN AMERIŠKI MODEL WELLNESSA

Z razvojem pojma in s prenosom novih dognanj o wellnessu iz ZDA v Evropo sta se izoblikovala dva tipa wellnessa. In sicer ameriški in evropski tip, ki imata vsak svoje značilnosti.

V ZDA wellness razumejo kot promocijo zdravega načina življenja, v Evropi pa je pridobil predvsem turistično navdušenje, tako na strani ponudbe kot povpraševanja, na kar so vplivali številni dejavniki:

- ❖ drugačen način življenja,
- ❖ različna sistema osnovnega zdravstvenega zavarovanja in javnega zdravstva,
- ❖ drugačna prehrana – v ZDA predvsem nezdrava (hitra hrana-fast food),
- ❖ številni vreli termalne vode v Evropi, ob katerih so se razvili spa centri oziroma toplisce-terme, ki predstavljajo osnovo evropskega wellnessa, saj je večina terapij za osebe s sklenjenim zdravstvenim zavarovanjem brezplačna.

Wellness gibanje se je v ZDA začelo pojavljati v sedemdesetih letih, še posebej močno pa je postalo, ko je ameriška vlada izdelala raziskave, v katerih so želeli odgovoriti na navidez preprosto vprašanje: »Zakaj nekateri državljani ne doživijo starosti preko 65 let?« Kot temelj raziskovanj so postavili dejstvo, da je moderna medicina do takrat že tako napredovala, da so bakterijske okužbe kot glavni vzrok umrljivosti v začetku prejšnjega stoletja v celoti izginile. Srčno-žilna obolenja, rak in kronične bolezni pa so postale glavni razlog umrljivosti. Rezultati raziskav so pokazali, da je glavni vzrok za prezgodnjo smrt v 50 % povezan z (nezdravim) življenjskim slogom. Manj kot četrtina vzrokov je bila povezanih z dedno zasnovano posameznika, manj kot petina pa z okoljem, v katerem so živeli posamezniki ter z učinkovitostjo zdravstvenega sistema. To pa so ravno tisti vzroki, za katere so pred opravljenimi raziskavami mislili, da so glavni povzročitelji zgodnjih smrti. Ugotovili so, da celotna družba in znanost živita v napačnem prepričanju glede vzrokov prezgodnje smrti. Ko se je izkazalo, da je najpogostejši vzrok za prehitro smrt nezdrav življenjski slog, se je razmahnilo tako imenovano »Gibanje wellness«.

V Evropi je bil razvoj wellnessa bistveno drugačen in se je razmahnil dobrih deset let kasneje. V osemdesetih letih so švicarska in nemška zdravilišča začela intenzivno dopolnjevati svojo dejavnost v smeri **preventivnega zdravstvenega turizma**, saj so zaradi zmanjševanja socialnih pravic in pravice do preventivnega zdraviliškega zdravljenja (zdravstvena reforma v Nemčiji) ostala brez nemških gostov z zdravstvenimi napotnicami.

Na nemške govornem področju, ki je ključen za razvoj wellness turizma v Evropi, se nastanek besede wellness tolmači iz angleščine in govori o ugodnem telesnem, duševnem ter tudi socialnem stanju. **Zdravje** se ne smatra samo kot **odsotnost bolezni** (osnova ameriškega wellnessa), ampak je osnova za ugodno počutje telesa in duha gibanje oziroma v smislu pregovora »Zdrav druh v zdravem telesu«, ki so ga oblikovali že starogrški misleci.

Na osnovi tega se je wellness na evropskih tleh razvil predvsem v **turizem dobrega počutja**. Evropski tip wellnessa je zato usmerjen na kratkotrajne učinke, ki zagotavljajo **zadovoljstvo gostov**, pri tem pa **zdravstveni vidik storitev** ni tako pomemben.



Slika 3: Pohodništvo po rdeče-skalnatem kanjonu v okolici spa centra v USA  
Vir: [http://www.gayot.com/lifestyle/spa/top10destinationspas/best-us-top10-destination-spas\\_01us.html](http://www.gayot.com/lifestyle/spa/top10destinationspas/best-us-top10-destination-spas_01us.html) (7. 6. 2011)



Slika 4: Evropski spa center v Novem Vinodolskem  
Vir: <http://www.novi.hr/en/photo-gallery> (7. 6. 2011)

Razlike med evropskimi in ameriškim spa centri, ki se kažejo ob obisku enih in drugih, so očitne. Nekatere orisuje naslednji praktični primer.

Učimo se iz prakse!

Primer:

### **Razlike med nemškimi in ameriškimi spa centri**

Nemški spa centri goloto dojemajo veliko bolj sproščeno kot ameriški. Golota pri vstopanju v savne in parne kopeli je vsakdanja praksa, zato je za obiskovalce najboljše, da se na to navadijo in sprostijo. V ameriških spa centrih je vzdušje veliko bolj formalno in kar se golote tiče precej bolj zadržano. Hoteli in spa centri v Nemčiji nimajo ločenih garderob, kot je to ponavadi urejeno v ZDA. Zato se gostje v nemških spa centrih sprehajajo v kopalnih plaščih.

Spa centri v Nemčiji so prijetni, vendar se ne vdajajo veličini razkošju, ki je značilno za ameriške. Ko pa govorimo o prostorih za savne in parne kopeli je situacija ravno obratna, saj so v tem elementu nemški centri mnogo bolj žlahtni od ameriških. Savne so bolj prefinjene, sobe so večje, temperaturni razpon savn je obsežnejši, tu so vroči in hladni potopni bazeni, prisotne so aromatične vonjave in vgrajeni posebni svetlobni efekti.

Dnevna vstopnica za obisk nemškega spa centra je v primerjavi z ameriško pravi drobiž oziroma cena zgolj ene terapije ali masaže. V Ameriki lahko preživite dan v zdravilišču celo tako, da se cel dan sprehajate od bazena do bazena, saj so pogostokrat večji kot plavalni bazeni v športno vodnih parkih. Dan v evropskih oz. nemških spa centrih pa gostom ponavadi mine ob tekanju od ene na drugo terapijo, savno ali masažo.

Dojemanje spa centrov se v obeh deželah nekoliko razlikuje. Spa hotelom v Evropi je ponavadi pridružen tudi lepotilni salon, kjer skrbijo za nego obraza in make up. Kar jih razlikuje od medicinskih oziroma wellness hotelov, kjer so v ospredju predvsem masaže in kuralne terapije, ki jih pacientom ponavadi predpišejo zdravniki. V Ameriki pa tovrstne prakse v spa centih ne poznajo ([www.spas.about.com](http://www.spas.about.com), 25. 1. 2011).

Razlike je glede na svoje bogate izkušnje opisala novinarka in raziskovalka Anitra Brown. Več informacij s področja ponudbe spa centrov najdete na spletni strani: [www.spas.about.com](http://www.spas.about.com).

## **1.5 WELLNESS V SLOVENIJI**

Wellness se je v Sloveniji začel uveljavljati ob koncu devetdesetih let prejšnjega stoletja. Torej nekaj let po tem, ko je Slovenija postala samostojna in neodvisna država. Najprej se je wellness začel pojavljati kot oblika turistične ponudbe in ne kot življenjski slog. Danes wellness turizem predstavlja veliko priložnost za razvoj slovenskega turizma. Ena takšnih je borza zdraviliškega in wellness turizma, o kateri si lahko več preberete na povezavi: <http://sl.spa-ce.si/zdraviliski-wellness-turizem/>.

Idejo oziroma filozofijo wellnessa lahko v Sloveniji koristimo in izkoristimo predvsem na dva načina:

- A) Kot splošno **naravnost k promociji zdravja**, ki pomaga izboljšati splošno raven zdravja Slovencev. Tu mislimo na zdravje v najširšem pomenu te besede torej: telesno, duševno in socialno zdravje.
- B) **Usmeritev (priložnost) v turizmu**, saj wellness predstavlja možnost za slovenske turistične ponudnike: zdravilišča in posamezne hotele z najmanj štirimi zvezdicami, ki oblikujejo privlačno in unikatno wellness ponudbo. Prav tako pa je to tudi priložnost za druge turistične ponudnike, ki delujejo na drugih področjih (turizem na podeželju, mestni turizem, EKO turizem ...), da obogatijo svojo ponudbo z upoštevanjem načel wellnessa. Prav tako pa to velja tudi za celotne turistične destinacije na skoraj celotnem področju Slovenije, saj je izjemno pozitivno dejstvo to, da imamo v naši državi praviloma odlično, ponekod prvinsko ohranjeno naravno okolje.

Iz navedenega se že samoumevno izrisujejo cilji, h katerim naj bi se v Sloveniji usmerili pri uvajanju wellnessa v vsakdanje življenje. Ti so pravzaprav podobni kot drugje po svetu. Cilji pri uvajanju oziroma razvijanju wellness turizma v Sloveniji pa se zaradi specifičnosti od drugih okolij vendarle nekoliko razlikujejo. Cilja pri uvajanju wellnessa v vsakdanje življenje pri nas sta predvsem dva:

1. Spodbuditi Slovence k aktivnejšem in bolj odgovornemu odnosu do zdravja.
2. Vključiti wellness storitve in izdelke v programe promocije zdravja.

Pri razvijanju wellness turizma pa bi se morali osredotočiti predvsem na naslednja področja:

- ✚ Povečati povpraševanje na slovenskem turističnem trgu (nove ciljne skupine gostov).
- ✚ Izboljšati strukturo in kakovost ponudbe za obstoječe ciljne skupine.
- ✚ Spodbuditi gradnjo novih prenočitvenih zmogljivosti in infrastrukturnih objektov.
- ✚ Spodbuditi strokovno pripravo podlag za oblikovanje turistične ponudbe celovitega wellnessa in ustreznih trženjskih programov.
- ✚ Spodbuditi povezavo in strokovno organiziranost turističnih ponudnikov wellnessa.

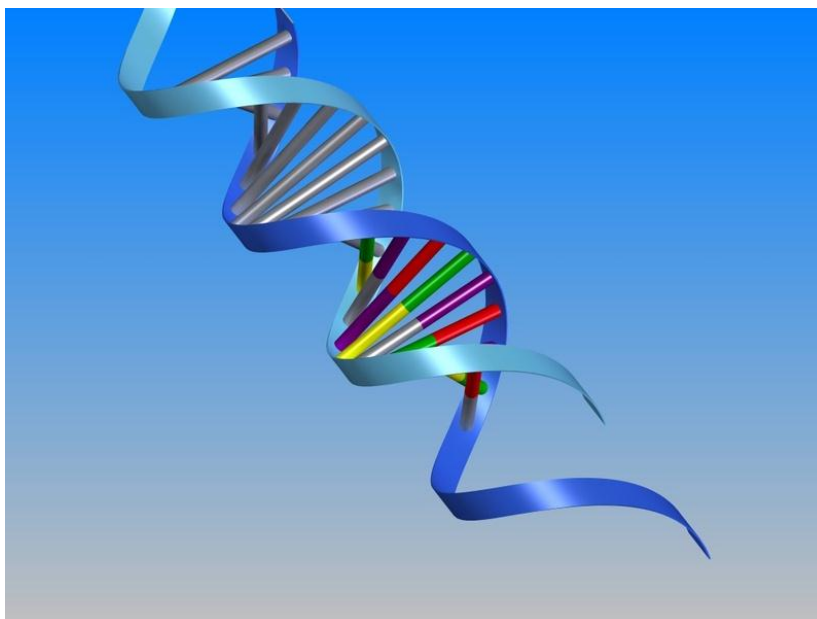
Idejo wellnessa je potrebno stalno širiti med prebivalci, ker se je večina, še ne zaveda v popolnosti. Nekateri, sicer redki posamezniki pa filozofijo dobrega počutja že vnašajo v svoje vsakdanje življenje. Obstajajo številni načini za uspešnejše in hitrejše širjenje wellnessa kot načina življenja med prebivalci, zlasti pomembni so naslednji štirje dejavniki oziroma subjekti:

- ◆ **Splošno okolje** oziroma družba, ki »živi wellness« in v katero vstopa vsak posameznik, je zagotovo eden najučinkovitejših načinov njegove promocije.
- ◆ **Mediji**, ki imajo praviloma pomemben vpliv na posameznika in njegovo zavedanje o tem, kaj je prav in kaj ne, oziroma kaj je zanj koristno in kaj ne, kaj potrebuje in kaj ne ...
- ◆ **Turistični ponudniki** so pomemben aspekt, saj turisti na dopustu dokaj hitro in učinkovito spoznajo prednosti zdravega načina življenja, ki se odraža v dobrem počutju – wellnessu.
- ◆ **Aktivnosti za zdravje**, katerih naj bi bilo v družbi čim več, kajti s povečevanjem števila aktivnosti, se povečuje tudi število aktivnih prebivalcev, ki se čedalje bolj zavedajo pomena zdravega načina življenja – filozofije wellnessa.

## 1.6 BREZMEJNOST WELLNESSA

Za wellness lahko rečemo, da je brezmejen, tako s stališča življenja posameznika, kot skozi strogo ekonomsko stališče. Pojavu brezmejnosti wellnessa je namenjen zadnji razdelek prvega poglavja našega učbenika.

Na neki točki v življenju človeka dobi vsaka celica telesnega organa »**ukaz**«, naj preneha z reprodukcijo. Biokemični cilj prizadevanja za wellness na ravni celice je težnja, da bi posamezne celice dobile surovine: beljakovine, vitamine in minerale, ki jih potrebuje za optimalno obnavljanje ter tako odložile »**ukaz**« o prenehanju reprodukcije za čim daljši čas. Včasih pa dobijo celice ali organi, ki sicer nimajo biokemičnega primanjkljaja, »**ukaz**« naj se začnejo množiti. Nastanejo abnormalne celice, kar okvari funkcije določenega organa. Najpogostejša oblika tovrstnih bolezni so rakave bolezni. V obeh primerih gre za »**ukaz**« oz. navodilo znotraj kode življenja, ki jo imenujemo DNK.



Slika 5: DNK

Vir: [www.biocentar.net/show.jsp?page=453930](http://www.biocentar.net/show.jsp?page=453930) (7. 6. 2011)

Naše povpraševanje po izdelkih in storitvah wellnesa spodbuja ena funkcija genetske kode, to je tista, ki povzroča staranje. To se sprva pojavlja kot gubice na koži, končno pa pomeni propad naših telesnih organov. Največji dolgoročni potencial in obljuba za uspeh industrije wellnesa se skriva v možnostih manipulacije genetske kode. Upamo namreč, da bo nekoč možno napovedati, kakšna je verjetnost, da bo nekdo zbolel za določeno boleznijo. Tako bo lahko zdravnik ali distributer na podlagi podatkov o nastanku določene bolezni predlagal ustrezno terapijo z vitamini ali prehranskimi dodatki. Na primer nekdo, ki je genetsko podvržen osteoporozi, bo že v mladosti lahko jemal kalcij in s tem preprečil zgodnje pojavljanje te bolezni ali pa se ji celo izognil.

Napredna tehnologija bo vitamine in dodatke zamenjala za genetske posege, ki bodo spremenili oziroma »popravili« problematične gene, ki vsebujejo možnost za razvoj določene bolezni – to naj bi se zgodilo v nekaj desetletjih. Za zdaj pa bo genetska koda in staranje, ki ga le-ta povzroča, še naprej poganjalo povpraševanje po izdelkih in storitvah wellnesa, ki so, za razliko od tehnologije »popravljanja« genov, že na trgu. Zadovoljni potrošniki si bodo želeli še naprej izgledati mlajši in se počutiti še bolj čili in zdravi.

V ekonomskem smislu lahko pomanjkanje wellnesa izrazimo v evrih in številu prebivalstva s slabimi življenjskimi navadami. Raziskava iz leta 2001 dokazuje, da se zdravo prehranjuje le 22,9 % Slovencev

([http://www.mz.gov.si/si/delovna\\_podrocja/javno\\_zdravje/sektor\\_za\\_krepitev\\_zdravja\\_in\\_zdrav\\_zivljenjski\\_slog/prehrana/](http://www.mz.gov.si/si/delovna_podrocja/javno_zdravje/sektor_za_krepitev_zdravja_in_zdrav_zivljenjski_slog/prehrana/), 23. 4. 2011). Za zdravljenje bolezni zapravimo več sto milijonov evrov na leto, več kot 50 % slovenske populacije sodi med klinično debele, zato resničnega stroška pomanjkanja wellnesa ne moremo izmeriti niti z milijoni evrov niti s številom potencialnih potrošnikov. Pri trženju wellnesa pa je, poleg ekonomske, pomembna tudi kategorija osveščanja o zdravem načinu življenja, zato pri trženju uporabljajte »zlato« sporočilo wellnesa:

**Vsakdo lahko prevzame nadzor nad svojim zdravjem in se poda na pot splošnega dobrega počutja do popolnega oziroma trajnostnega wellnesa.**

## POVZETEK

V samem začetku prvega poglavja in s tem tudi našega učbenika smo spoznali, da pojem wellness bolj kot vse drugo opredeljuje odgovornost posameznika za svoje zdravje ter predstavlja ravnovesje med telesnim, umskim in duševnim stanjem človeka. Dr. Dunn je bil tisti, ki je pojem prvič vpeljal tudi v znanstveno področje in mu dodal nove razsežnosti. Sodobnejši teoretiki (Travis, Ardell in Hettler) pa so njegovo teorijo zgolj še poglobljali. V vsakdanji praksi pa se je razvil angleški izraz »well-being«, ki ga lahko poslovenimo kot dobro počutje oziroma wellness.

Zlasti pomemben, tudi v gospodarskem in ekonomskem smislu, pa je wellness postal z razvojem turistične dejavnosti, t. i. wellness turizma. Ta se je tako, kot sama filozofija wellnessa, sprva razmahnil v ZDA, kasneje, morda še z večjim razmahom, pa tudi v Evropi. Ko govorimo o wellness turizmu, spoznamo, da se ameriški model bistveno razlikuje od evropskega. Medtem ko je v Ameriki v ospredju zdrava prehrana in gibanje, v Evropi govorimo predvsem o ponudbi spa oziroma termalnih centrov, t. i. toplic, kjer je ključnega pomena termalna voda.

V tem poglavju spoznavamo tudi različne vidike wellnessa v Sloveniji. Ugotovimo lahko, da je zavedanje stalnega dobrega počutja, torej wellnessa, v naši državi še na zelo nizki ravni, zato je potrebno z uporabo različnih sredstev povečati zavedanje o pomenu zdravja in predvsem wellnessa kot načina življenja med širšo slovensko populacijo.

V zadnjem delu raziskujemo brezmejnost wellnessa in spoznavamo delovanje našega telesa, ki deluje kot program, saj naše celice reagirajo na ukaz. Posebej problematičen je ukaz celicam, naj se nehajo razmnoževati, kajti to pomeni umiranje organizma. Delovanje po načelih wellnessa pa ta ukaz odmika v prihodnost, zlasti če se podamo na pot popolnega wellnessa, ki prinaša trajnostno dobro počutje.

---

Koristno je le trajno (wellness) znanje, zato je ponovimo!

### Vprašanja za preverjanje:

1. Razložite pojem wellness.
2. Obrazložite 3 elemente wellnessa po dr. Dunnu.
3. Katerim področjem daje wellness turizem kot samostojna zvrst turistične ponudbe poseben poudarek?
4. O čem govorijo trije modeli wellnessa?
5. Opišite razlike med Travisovim, Hettlerjevim in Ardellovim modelom wellnessa.
6. V čem se razlikujeta ameriški in evropski model wellnessa?
7. Kaj prinaša uvajanje wellnessa v vsakdanje življenje v Sloveniji?
8. O čem govori »zlato« pravilo wellnessa?

## 2 DRUŽBENI IN EKONOMSKI VIDIKI ZDRAVJA

*Jedro wellnessa je zdravje, oziroma, če karikiramo ne-zdravje ali bolezen v najširšem smislu te besede. Filozofija wellnessa se je razvila ravno zaradi zdravja ali povedano drugače boleznih pri ljudeh. Bolni ljudje se namreč slabo počutijo, stanje wellness pa je vrednota dobrega počutja. In kako bolje izkoristiti to potrebo po zdravljenju oziroma izboljšanju počutja, če ne ravno s turistično ponudbo wellness aktivnosti, ki zdravje krepijo in omogočajo boljše počutje oziroma vračajo zdravje. Wellness se v svojem bistvu sicer zavzema za trajno oziroma vseživljenjsko dobro počutje, kar pa potrebe po tovrstni turistični ponudbi ne zmanjšuje, saj je potrebno zdravje vseskozi krepiti, če želimo ohraniti vitalnost in dobro počutje. Zaradi tega je prav, da v poglavju, ki je pred nami, na zdravje pogledamo iz različnih zornih kotov, saj bomo tako lažje spredvideli širino pomena, ki ga ta prinaša v wellness turizem. Obenem nam bodo naša zavedanja pomagala vzpostavljati in graditi nove ter kvalitetne dejavnosti na zahtevnem področju wellness turistične ponudbe.*

### 2.1 KAJ JE ZDRAVJE

Vsekakor je najbolj eminentna in vplivna organizacija na področju zdravja Svetovna zdravstvena organizacija – World health organisation, krajše WHO. Več o tej organizaciji in o tematikah, ki jih znotraj nje obravnavajo na globalni ravni, si lahko preberete na spletni strani WHO: [www.who.int](http://www.who.int).



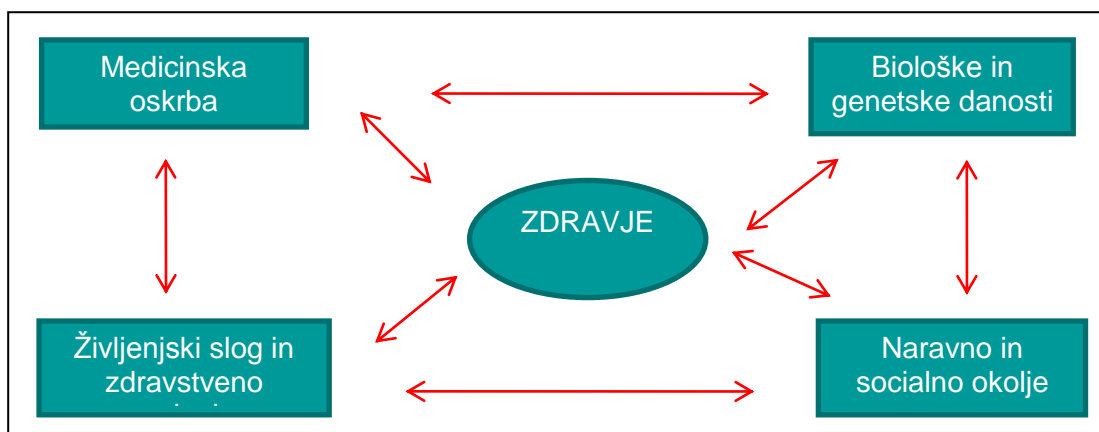
Slika 6: Logotip svetovne zdravstvene organizacije

Vir: <http://www.who.int/en/> (28. 2. 2011)

Kot vodilna organizacija, Svetovna zdravstvena organizacija, skrbi za razširjanje in utemeljevanje pojmov s področja zdravja. Osnovno definicijo le-tega smo spoznali že v prvem poglavju. Tukaj pa naj k temu dodamo elemente, ki posredno ali neposredno vplivajo na zdravje slehernega posameznika. Ti so:

- **Pojmovanje zdravja** je element, ki govori o tem, kolikšno pozornost posameznik posveča skrbi za zdravje in kako ga pojmuje.
- **Preventiva** so vse tiste dejavnosti, ki jih opravlja posameznik z namenom, da ohranja svoje zdravje in preprečuje bolezni, preden do njih pride.
- **Promocija zdravja** so vsi tisti dejavniki, ki spodbujajo ljudi k bolj zdravemu načinu življenja in v njih obujajo željo ter potrebo po bolj zdravem načinu življenja.
- **Zdravstvena politika** je pristop vsake državne oblasti k področju zdravja svojih prebivalcev. Nanaša se predvsem na razvoj državnega zdravstvenega sistema.
- **Okrnjeno zdravje** pomeni stopnjo zdravja, pri kateri se posameznik še vedno počuti zdravega, čeprav glede na definicijo zdravja ni povsem zdrav.
- **Dobro počutje** zajema stopnjo zdravja, pri kateri se posameznik počuti dobro in ima visoko željo do življenja.
- **Fitness** so vse rekreacijske in športne aktivnosti, ki jih posameznik sproža z namenom krepitve zdravja. To niso zgolj aktivnosti v fitness centih.

Kateri pa so dejavniki zdravja? Te nam prikazuje naslednja slika 7.



Slika 7: Dejavniki zdravja

Vir: Gutzwiller, v Kaufmann (v: Gojčič, 2005, 19)

Kot lahko vidimo na zdravje kot ekonomsko kategorijo vpliva več dejavnikov, in sicer: Naravno in socialno okolje, ki določa kakovostno raven življenja posameznika. Življenjski slog in zdravstveno vedenje predstavlja skrb vsakega posameznika za zdravje. Vemo, da si s slabimi navadami in razvadami, med katere v prvi vrsti spadata kajenje in pretirano uživanje alkohola, kvarimo zdravje. Prav tako na poslabšanje zdravja vpliva tudi hiter ritem življenja, stres in hitro pripravljena hrana. O našem zdravju oziroma trdnosti le-tega odločajo tako biološke kot genetske danosti, ki so nam prirojene. Poleg tega poznamo tudi mnoge dedne oziroma genske bolezni in, če jih imamo v genih, potem se jih s še tako zdravim načinom življenja ne moremo znebiti, lahko pa olajšamo bolečine in izboljšamo počutje kljub bolezni. Kot slednje pa imamo opraviti tudi z medicinsko oskrbo, katere kvaliteta izjemno niha od države do države. Precej dober pokazatelj kvalitete medicinske oskrbe je, na primer, število zdravnikov na 1.000 prebivalcev v neki državi.

## 2.2 PROMOCIJA ZDRAVJA

Izjemen pomen v današnjem svetu nosi promocija zdravja. Ljudje namreč zaradi hitrega življenjskega ritma na skrb za zdravje preprosto pozabljamo. Ker se načeloma počutimo v redu, se nam niti ne zdi potrebno, da bi morali za zdravje kaj posebej skrbeti. Ko pa se enkrat pojavi bolezen, svoje ravnanje največkrat obžalujemo, toda velikokrat poti nazaj ni oziroma je izjemno težka in tudi draga. Zato je zelo pomembno, da družba preko različnih načinov promocije zdravja celotni družbi in vsakemu posamezniku v podzavest vceplja skrb za zdravje in ga stalno opominja, kako izredno pomembna je ta zanj. Ker zdravljenje državljanov pomeni tudi izjemno velik strošek za državo velja pregovor: *Zdravi državljani – zdrava država*. Ta pa ne zajema zgolj zdravja kot takega, temveč se nanaša tudi na ekonomsko, finančno in področje kvalitete življenja.

**Osnovno načelo** strategije v promociji zdravja je, da mora imeti vsak posameznik enake možnosti za zdravje. Pomembna je povezanost zdravstvene politike in zdravstvenih institucij zunaj zdravstva, kar posledično zagotavlja družbene, socialne in ekonomske pogoje za zdravje vsakega posameznika.

Teoretiki so postavili tudi model promocije zdravja, ki obsega tri področja, ki se med seboj prepletajo, kar nazorno prikazuje slika 8 na naslednji strani.



Slika 8: Model promocije zdravja

Vir: Downie, Tannahill, 1996 (v: Gojčič, 2005, 27)

V promocijo zdravja se **filozofija wellnessa** aktivno vključuje oziroma z njo sovpada. Kot smo se naučili že v prejšnjih poglavjih, so glavni poudarki wellnessa na tem, da je vsak sam odgovoren za svoje zdravje, da je preventiva boljša od kurative, ter da je potrebno ljudi izobraževati, usmerjati in spodbujati, da bodo oblikovali aktiven življenjski slog. Promocijo zdravja zato gradimo preko številnih aktivnosti, če se osredotočimo le na najbolj bistvene, so to:

- ❖ **Zdrava javna politika**, pod katero spada krepitev demokracije, svoboda govora in odločanja, kvalitetna informiranost o državni politiki, itd.
- ❖ **Zdravo življenje**, pod katerim razumemo: samospoštovanje, premagovanje stresa, telesno aktivnost posameznika, itd.
- ❖ **Splošno zdravo okolje**, ki opredeljuje celoten spekter bivanja od doma, do šole, delovnega mesta, prometa, itd.

Našteli smo le glavna področja promocije zdravja, ki se v praksi dejansko uresničuje preko posameznih dnevnih, mesečnih, letnih ali večletnih projektov. Posamezni večji projekti nagovarjajo ljudi k zdravemu načinu življenja tudi preko medijev oziroma oglaševanja (reklamni spoti) na velikih panojih, prireditvah in podobno. Bolj generalno pa se promocija zdravja ne dotika zgolj telesnega-fizičnega zdravja posameznika, pač pa zajema širši vpliv, ki ga ima življenje v neki državi na posameznika. Svoboda govora in odločanja (volitve), svobodna izbira poklica in partnerja, neomejeno gibanje, odsotnost nasilja-varnost, itd. Tu pa že naletimo na osnovne pogoje za doseg zdravja, ki so obenem tudi osnovni pogoji za promocijo zdravja. Težko si namreč zamišljamo, na primer, skrb za izobraževanje posameznika v izrednih razmerah, kot je na primer vojna. Kajti v primeru vojnega stanja so za družbo mnogo bolj pomembni drugi dejavniki, ki pomenijo vzpostavitev »normalnega« stanja, v tem primeru miru. Zatorej je promocija zdravja smiselna in učinkovita le ob izpolnjenih osnovnih pogojih zdravja, kar pa je že tema naslednjega poglavja. Še prej pa si pogledimo primer iz prakse, kjer bomo spoznali eno izmed aktivnosti promocije zdravja.

Učimo se iz prakse!

Primer:

### Ljubljanski maraton



Logotip oglašuje 15. mednarodni ljubljanski maraton. To je ena v vrsti množičnih prireditvev, ki Slovence spodbujajo k bolj zdravemu načinu življenja. V slovenski prestolnici se vsako leto zbere množica tekačev, ki napolnijo mestne ulice in se na ta način poklonijo ideji zdravega načina življenja. Teka se vedno znova udeležijo tudi eminentne osebnosti, med katere sodi tudi predsednik vlade in na ta način pokaže, da si je kljub preobilici dela in veliki odgovornosti, ki jo nosimo vsak dan v življenju, potrebno vzeti čas zase in za svoje zdravje. Tovrstne prireditve so odlično orodje za promocijo zdravega načina življenja med ljudmi, da pa so tudi uspešne, potrjuje vsako leto večje število udeležencev. Organizatorji poleg organizacije trase in teka poskrbijo tudi za zabavo in prijetno vzdušje ([www.ljubljanskimaraton.com](http://www.ljubljanskimaraton.com), 2. 3. 2011). Ljubljana pa ni edino prizorišče tekaškega maratona v mestu. Zelo znan je, tek po ulicah New Yorka, ki en dan v letu ohromi ulice tega vele mesta, vsakodnevno hitenje in stres pa zamenjata sprostitvev in skrb za zdravje. Ta dogodek pa ima obenem tudi dobrodelni značaj.

Ljudje pa se poleg tekaških radi udeležujejo tudi drugih prireditvev, kjer so v ospredju gibanje, rekreacija in zdravje. Zelo popularna kolesarska prireditev v Sloveniji je na primer Maraton Franja, ki ima še daljšo zgodovino kot ljubljanski tekaški maraton. Več informacij o vseh omenjenih prireditvah lahko najdete na naslednjih spletnih straneh:

[www.ljubljanskimaraton.si](http://www.ljubljanskimaraton.si)

[www.franja.org](http://www.franja.org)

<http://www.ingnycmarathon.org>

Če želimo doseči pozitiven učinek same promocije zdravja, moramo v prvi vrsti zagotoviti osnovne pogoje za doseganje zdravja, ki so naslednji: **mir** (odsotnost vojne in vsakršnega nasilja v okolju), **urejeno bivališče** (toplo suho okolje z dovolj prostora za vse člane družine, zagotovljena tekoča pitna voda, elektrika, ipd.), **dostop do izobraževanja** (da se lahko izobražuje vsak, ki si to želi), **hrana** (odsotnost lakote oz. pomanjkanja), **dohodek** (dovolj velik dohodek, ki omogoča mesečni prihranek oziroma možnost potrošnje za ne nujne dobrine – sprostitvev, dopustovanje – wellness), **socialna pravičnost in enakost** (razumevanje med ljudmi brez izključevanja posameznikov ali skupin posameznikov iz družbe), **urejeno okolje** (predvsem splošno urejeno okolje). To so osnovni dejavniki, ki pogojujejo naše zdravje. V kolikor eden od njih ni izpolnjen, je s tem močno ogroženo naše zdravje in mnogokrat tudi preživetje. Zato ob neizpolnjevanju enega ali več osnovnih pogojev zdravja, promocija zdravja kot taka izgublja na moči, učinku in v primeru lakote in pomanjkanja hrane tudi na pomenu. Ko pa so vsi pogoji izpolnjeni, potem je promocija zdravja smiselna in zaželeno ter jo lahko izvajamo z namenom **seznanitve** ljudi z zdravim načinom življenja. S tem pa želimo dosežati tudi nekatere cilje promocije zdravja, predstavljene v nadaljevanju.

Namen promocije zdravja se zrcali zlasti v naslednjih dveh točkah:

1. Seznanitev ljudi z zdravim načinom življenja.
2. Usposobiti ljudi za zdravo življenje s pomočjo zdravstvene vzgoje.

Poglavitno je torej, da ljudi ozavestimo oziroma jih vsaj seznanimo z zdravim načinom življenja, kajti tako dvigujemo veselje do življenja, stopnjo aktivnosti posameznika in v končni fazi tudi kvaliteto življenja. Da pa bi to dosegli, moramo ljudi tudi usposobiti za zdrav način življenja, oziroma, jih podučiti, kaj je za njih dobro in kaj ne. To področje pa pokriva **sistem zdravstvene vzgoje**. Namenu promocije zdravja pa sledijo tudi cilji, ki jih želimo dosežati v okviru zdravstvene vzgoje in se nanašajo zlasti na:

- povezavo fizičnih, duševnih in socialnih vidikov zdravja,
- stalno poviševanje kvalitete zdravje in zmanjševanje tveganja,
- aktivno delovanje na področju zdravstvene vzgoje, preventive in zdravstvenega varstva.

Glavni in merljivi cilj vseh teh aktivnosti je zmanjšati število ljudi s tveganim življenjskim slogom in velikim številom slabih – nezdravih vsakdanjih navad (hitra hrana, premalo gibanja, kajenje, ipd.).



Slika 9: Svetovni dan zdravja

Vir:

[http://www.primorska.info/novice/3220/letosnji\\_svetovni\\_dan\\_zdravja\\_posvecen\\_resevanju\\_i\\_zrednih\\_razmer](http://www.primorska.info/novice/3220/letosnji_svetovni_dan_zdravja_posvecen_resevanju_i_zrednih_razmer) (15. 5. 2011)

V okviru promocije zdravja so bili identificirani tudi dejavniki tveganja, ki, kot pove že njihovo ime, povečujejo tveganje za poslabšanje zdravja. Te dejavnike delimo na dve skupini, in sicer:

- ✚ **biološki dejavniki**, ki so ponavadi gensko pogojeni, spol (biološki dejavniki pri moških in ženskah se razlikujejo), zvišan krvni tlak, zvišan krvni sladkor, zvišan holesterol, itd. Glavna lastnost vseh teh dejavnikov je, da jih s preventivnimi programi ne moremo popolnoma preprečiti.
- ✚ **dejavniki tveganja**, ki izhajajo iz nezdravega življenja: kajenje, zloraba mamil in alkohola, debelost, telesna neaktivnost, itd.

Značilno za te dejavnike je, da na njih lahko vplivamo z zdravstvenimi projekti, preventivo in ustrezno politiko preprečevanja oziroma zmanjševanja tveganja (boj proti drogam, visok davek na alkohol ...).

Sedaj, ko smo pregledali generalne temeljne vidike promocije zdravja, je čas, da se osredotočimo na zdravstveno stanje v naši državi, kajti dandanes (še vedno) večinski del povpraševanja po wellness storitvah v Sloveniji prihaja z domačega trga, katere značilnosti moramo zaradi tega še toliko bolje poznati.

### 2.3 DRUŽBENI IN EKONOMSKI VIDIKI ZDRAVJA V SLOVENIJI

V prvi vrsti se moramo vprašati, **kdo** v naši državi zagotavlja delovanje **zdravstvenega sistema** in uresničevanje ciljev **zdravstvenega varstva**. Kaj hitro lahko ugotovimo, da so to **podjetja**, ki mesečno odvajajo finančne prispevke v državno zdravstveno blagajno. Posledično torej lahko ugotovimo, da **država** skrbi za sistem zdravstvenega varstva. Ne smemo pa se omejiti zgolj na kurativni sistem, na primer obisk pri zdravniku, ko smo enkrat že bolni. Pomembne so tudi aktivnosti kot so npr. razvoj zdravju neškodljivih tehnologij ter ukrepi za varovanje in krepitev zdravja v podjetjih pri zaposlenih, ki jih spodbujajo poslovni subjekti sami ali pa jih k temu nagovarja država preko subvencij za razvoj ali katerih drugih inštrumentov.

V Sloveniji imamo sistem **primarnega zdravstvenega varstva**, ki zagotavlja osnovno zdravstveno oskrbo vsem državljanom. Omogoča, da je zdravstvena dejavnost dostopna vsem.

Znotraj sistema se uresničujejo temeljne **zdravstvene politike**: politika izboljševanja zdravja, politika zmanjševanja razlik v možnostih za varovanje zdravja različnih skupin prebivalstva in politika povečanja osebne odgovornosti za zdravje. Na žalost smo velikokrat priča nekorektnemu izvajanju aktivnosti v okviru teh politik. Sistem tudi zagotavlja določene **pravice**, med drugim pravico do zdravega življenja, pravico do stalnega dvigovanja kakovosti zdravstvenega varstva in pravico do raziskav na področju zdravstvenega varstva. Sistem zdravstvenega varstva deluje odgovorno in izhaja iz načela, da je zdravje prebivalcev osnova za njihov družbeni, socialni in ekonomski razvoj. Najpomembnejši organizaciji v sistemu zdravstvenega varstva v Sloveniji sta Ministrstvo za zdravje o katerem lahko več preberete na njihovih spletnih straneh: [www.mz.gov.si](http://www.mz.gov.si) in Vzajemna največja javna zdravstvena zavarovalnica o kateri lahko več preberete na spletni strani: [www.vzajemna.si](http://www.vzajemna.si).



Slika 10: Prepoznavni znak Vzajemne, zdravstvene zavarovalnice

Vir: <http://24ur.com/novice/slovenija/vzajemna-pod-lupo-pooblascenke.html> (14. 6. 2011)

Stanje zdravja v državi nam prikazuje **bolezenska slika**, oziroma statistika bolezni, ki smo jim podvrženi Slovenci. Kakovost zdravja v državi pa se meri s primerjavo podatkov z drugimi državami, največkrat z državami Evropske unije, katere članica je tudi naša država. Tako smo na primer po pojavu kroničnih bolezni nad evropskim povprečjem. Dobro pa se je zavedati, da je celoten družbeni in ekonomski razvoj Slovenije odvisen od tega, koliko in na kakšen način se bo politika vključevala v promocijo zdravja skozi pripravo razvojnih strategij in uresničevanjem le-teh. Ponudniki wellness storitev pa lahko nastopijo kot motivatorji za pripravo in usmeritev strategij ter si s tem, poleg državnega, zagotovijo tudi lastni razvoj, saj smo spoznali že v prejšnjem poglavju, da je politika zdravstvenega varstva močan dejavnik na strani povpraševanja predvsem po storitvah zdravstvenega turizma (medicinski wellness).

Velik dejavnik tveganja za zdravje v Sloveniji predstavlja tudi nezdrava prehrana. Povprečna prehrana Slovencev ima naslednje negativne značilnosti: je neuravnotežena, prebogata s kalorijami (maščobe), vsebuje preveč soli in sladkorja ter premalo zelenjave in sadja, polnozrnatih žitnih izdelkov, preveliko količino mesa in mesnih izdelkov, mleka in mlečnih izdelkov ter premalo svežih rib. Tveganja, ki se pojavljajo kot posledica tovrstne prehrane, so zlasti *debelost* ter *zvišan krvni tlak*, ki predstavlja povečano nevarnost za možgansko kap.

Številne raziskave so pokazale, da kar 80 % zdravja sodi v sklop, na katerega **ne morejo** vplivati zdravniki, temveč nanj mnogo bolj vplivajo razmere in okolje, v katerih človek živi in deluje – **življenjski slog**. Obenem pa je splošno znano tudi, da na zdravje ljudi najbolj neugodno od vseh dejavnikov v okolju, o katerih smo v tem poglavju že govorili, vplivata slab ekonomski položaj in slaba izobraženost. In glede na to, da zlasti ekonomski položaj večine Slovencev v zadnjih letih nazaduje, to niso nič kaj dobri obeti za izboljšanje splošne

zdravstvene slike naše države, kar pa več kot očitno v sistem zdravstvenega varstva prinaša nove obremenitve, s katerimi se bo moralo vodstvo naše države intenzivneje spopasti v prihodnjih letih (reforma zdravstvenega sistema, itd.). Ena glavnih organizacij, ki skrbi za javno zdravstveno varstvo v Sloveniji, je Zavod za zdravstveno varstvo, zato je prav, da se s primerom iz prakse seznanimo z njihovo dejavnostjo.

Učimo se iz prakse!

Primer:

#### **Zavod za zdravstveno varstvo**

Dejavnost Zavoda za zdravstveno varstvo Ljubljana je v prvi vrsti namenjena zmanjševanju pojavljanja ter širjenja nalezljivih in drugih bolezni, pa tudi razvad in poškodb. To dosegamo s preventivnim ukrepanjem, ki obsega opozarjanje, svetovanje, vzgojo in izobraževanje.

*Preventivno ukrepanje*, ki je pravzaprav središčna os delovanja zavoda, je za preprečevanje obolenj izjemnega pomena. Zato nas vizija vodi v smeri osveščanja celotne populacije oz. specifičnih ciljnih skupin. Usmerjeni smo k popularizaciji zdravega življenjskega sloga kot ene pomembnejših preventivnih zdravstveno/higienskih metod.

Verjamemo, da je zavestna in dejavna vloga posameznika ključna za ohranjanje lastnega zdravja oz. zdravja drugih. Odkrito zastopamo idejo aktivnega in pozitivnega pristopa k uvajanju odgovornega vedenja ter izboljševanja zdravstveno higienskih pogojev dela in bivanja. Preventivni ukrepi, ki preprečujejo nastajanje in širjenje bolezni, poškodb in zastrupitev, vodijo k zmanjševanju števila teh pojavov.

S programi želimo doseči vse starostne skupine, posebej pa se obračamo k otrokom in mladini. Vzgoja mladih je namreč ključnega pomena za zdrav življenjski slog v nadaljnjih življenjskih obdobjih. Glede na hitro staranje populacije nismo brezbrizni do problemov starostnikov.

Povezovanje z drugimi institucijami, na primer zdravstvenimi domovi, zavodi, društvi in nenazadnje zdravstvenim inšpektoratom, visoko vrednotimo. Zavedamo se namreč, da lahko svojo vizijo uresničimo le na način povezovanja in sodelovanja z drugimi. V tem duhu se odpiramo tudi v mednarodni prostor ([http://www.zzv-lj.si/index.php?page=static&item=185&get\\_treerot=5](http://www.zzv-lj.si/index.php?page=static&item=185&get_treerot=5), 2. 3. 2011).

Več o aktivnostih zavoda najdete na njihovi spletni strani: <http://www.zzv-lj.si>.

## 2.4 ZDRAVJE IN WELLNESS

Tematiko tega poglavja začnemo s temeljno tezo povezanosti zdravja in wellnesa, ki se glasi:

»Sozvočje temeljnih sestavin wellnesa omogoča ljudem, da krepijo in ohranjajo zdravje ter živijo kakovostno. Vendar brez zavestne odločitve za spremembo nezdravih navad in razvad to ni mogoče.«

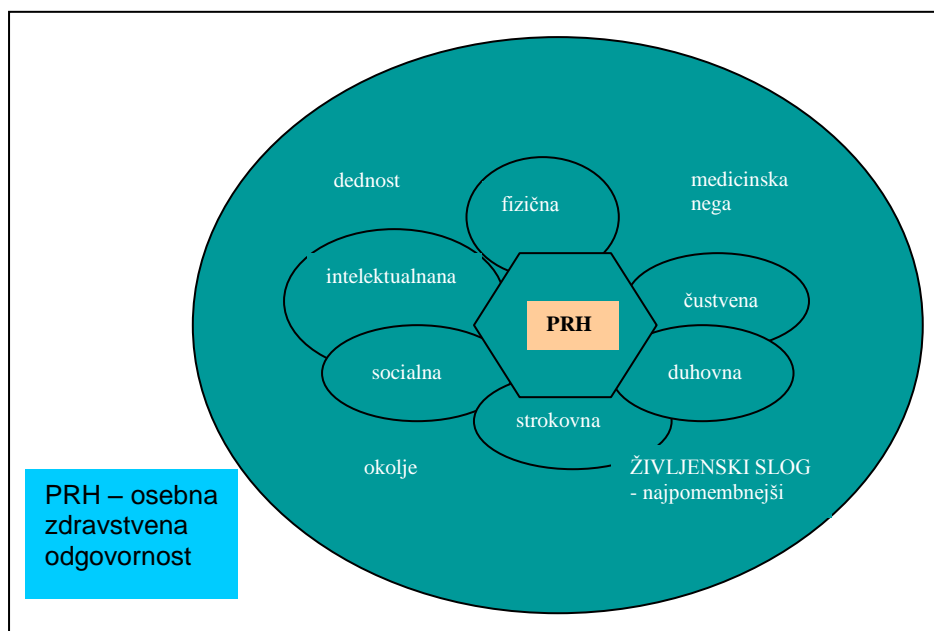
Popolni wellness, ki hkrati pomeni tudi popolno zdravje in predstavlja približek popolne osebnosti, je sestavljen iz šestih temeljnih področji. To so:

1. **Področje telesa**, ki je povezano s stopnjo vadbe npr. v dihalnih sistemih. Obravnava se kot telesna vzdržljivost in vključuje tudi prehrano ter elemente preventivnih aktivnosti, ki jih izvajamo v izogib boleznim oz. poslabšanju fizičnega / telesnega zdravja oz. počutja.
2. **Umsko področje** oziroma sposobnost mišljenja ter posameznikovo razumevanje samega sebe in svojega okolja, ki omogoča sprejemanje odločitev in reševanje problemov.

3. **Čustveno področje** se nanaša zlasti na čustva in občutje ljubezni, ki nagradijo posameznika, da se lahko bolje spoprime s stresom in problemi vsakdanjega življenja.
4. **Družbeno področje** označuje sposobnost posameznika za navezovanje stikov z drugimi ljudmi.
5. **Duhovno področje**, človeška duševnost oz. duh z zavedanjem pomena življenja. To področje imenujemo tudi področje duhovne uglastitve, saj se nanaša na odsotnost psiholoških / psihičnih bolezni oziroma različnih psihoz.
6. **Poklicno področje** predstavlja pomembnost delovnega mesta v povezavi z osebnim zadovoljstvom in splošnim dobrim počutjem zaposlenih. Nanaša se predvsem na poklicno izpolnitev.

T.R. Thomas je v svojem delu *Zdravje za človekovo celovitost* (1993) v skladu s temeljnimi področji popolnega wellnessa izdelal model, ki ga je poimenoval *Zdravje za človekovo celovitost*. V svojem modelu je opredelil določevalce oziroma lahko bi rekli tudi faktorje zdravja, kar nazorno prikazuje slika 11.

V jedro modela je Thomas s soavtorji postavil posameznikovo odgovornost za zdravje (PRH-Personal Health Responsibility), ki se izraža preko šestih področji (glej slika 11).



Slika 11: Model wellness – Zdravje za človekovo celovitost  
Vir: Thomas (v Gojčič, 2005, 40)

Thomas razlaga tudi človekovo celovitost, ki je po njegovem mnenju tisto, kar lahko naredimo kljub svojim omejitvam glede na svojo telesno, umsko, čustveno, družbeno, duhovno in poklicno plat. Je proces nečesa, kar posameznik misli, čuti. **Človeška celovitost se kaže tudi skozi mnenje, da je človek najboljše, kar je lahko in hkrati je postopek ki pomeni gradnjo nekoga od tam, kjer je, do tam, kjer želi biti.**

Na ta način imajo tudi bolniki enake možnosti, da postanejo celovita človeška bitja. In to je bistvena vrednota wellnessa. Popolni wellness je torej dosegljiv, če upoštevamo tri Thomasova načela, ki so: **Želeti, da si zdrav. Verjeti, da si lahko zdrav. Sposobnost sprejemati odločitve glede lastnih, ustaljenih navad in njihovih sprememb ter se žrtvovati za svoje lastno zdravje.**

Da pa bi lahko zaživali v smislu popolnega wellnessa, moramo najprej spoznati načela zdravega življenja, ki jih navajamo v nadaljevanju.

- Ne kadite.
- Izogibajte se alkoholu.
- Telovadite (aerobno) najmanj trikrat tedensko.
- Jejte vsaj trikrat na dan.
- Izberite prehrano revno z maščobami in brez holesterola.
- Uživajte prehrano bogato z zelenjavo in sadjem.
- Sladkor uporabljajte v majhnih količinah.
- Sol uporabljajte v majhnih količinah.
- Spite vsaj 7-8 ur dnevno.
- Naučite se uporabe veščin za nadzor stresa.



Slika 12: Zadostna količina spanja je eno temeljnih načel zdravega življenja

Vir: <http://zlataleta.com/kako-do-boljsega-spanca/> (14. 6. 2011)

To so osnovni dejavniki, ki človeškemu telesu omogočajo, da ostaja zdravo, zato jih moramo upoštevati, v kolikor želimo ohranjati trajno zdravje in dobro počutje. V kolikor pa ga izgubimo in si ga želimo povrniti, je ena izmed možnosti, da obiščemo enega izmed centrov dobrega počutja. Slika 11 prikazuje promocijo sproščujočega bivanja v enem izmed wellness centrov v Sloveniji.



Slika 13: Popolni wellness

Vir: <http://www.bohinj-park-hotel.si/hotel/wellness> (11. 5. 2011)

## POVZETEK

Poglavje, ki je za nami, nam z drugega zornega kota osvetljuje povezavo med zdravjem in wellnessom. Zdravje oziroma poslabšanje le-tega, je namreč podlaga za aktivnosti wellnessa, ki zdravje oziroma dobro počutje poskušajo ljudem vrniti, ko ga izgubijo. Turističnim ponudnikom wellnessa pa se ni potrebno bati, da bo posel usahnil, ko bodo vsi ljudje zdravi in bodo živeli popolni wellness, kar je sicer možno le v teoriji, kajti še vedno bodo obstajale potrebe po spoznavanju in dopolnjevanju osnovnih pogojev ter aktivnosti, ki smo jih prav tako spoznali v tem poglavju. Povpraševanje po wellness turističnih storitvah bo vedno obstajalo, ker je zdravje ljudi izjemno krhko in ga moramo ljudi preko različnih aktivnosti ohranjati vsak dan. Na kar pa največkrat večina od nas hitro pozabi. Zato je temeljnega pomena tudi promocija zdravja. Preko le-te države poskušajo svoje državljane ozavestiti glede skrbi za svoje zdravje. Tega poslanstva se lotevajo na različne načine, eden najbolj prijetnih in popularnih načinov pa so vsekakor množične rekreacijske prireditve, ki nas na prijazen in prijeten način opomnijo na pomembnost gibanja na rekreacijskem nivoju in na pozitivne učinke, ki jih le-to prinaša človeškemu telesu. Del drugega poglavja smo namenili tudi pregledu zdravja in zdravstvenega varstva v Sloveniji, ter pogojem, ki jih moramo zadovoljiti, če želimo doseči človekovo celovitost, kar je kot pravi Thomas, možno doseči le preko zdravja. Zaključek poglavja je namenjen pregledu načel zdravega načina življenja, ki jih moramo upoštevati, če želimo zaživeti v smislu popolnega wellnessa.

Koristno je le trajno (wellness) znanje, zatorej ponovimo!

### Vprašanja za preverjanje:

1. Kateri dejavniki vplivajo na zdravje posameznika in kako?
2. Pojasnite dejavnike, ki vplivajo na zdravje kot ekonomsko kategorijo.
3. Razložite in narišite model promocije zdravja, ki ga predstavljata Downie in Tannahill.
4. Opredelite aktivnosti promocije zdravja.
5. Kateri so osnovni pogoji, preko katerih lahko dosežemo zdravje?
6. Kakšno vlogo ima primarno zdravstveno varstvo v Sloveniji?
7. Kaj predstavlja pojem popolni wellness?
8. Naštejte načela zdravega življenja, ki nam omogočajo življenje v popolnem wellnessu.

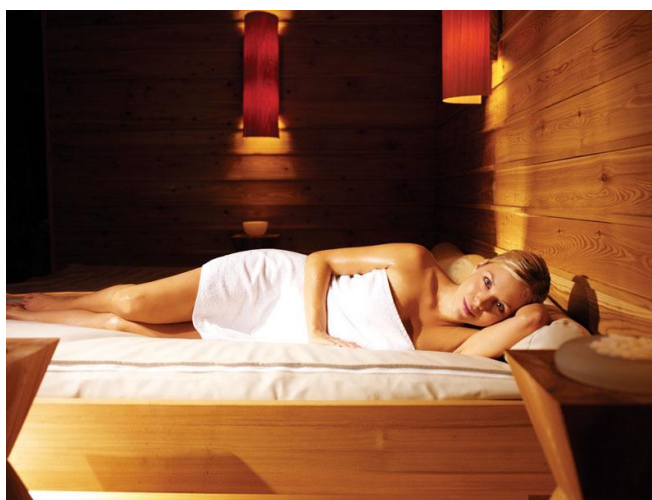
### 3 WELLNESS KOT TURISTIČNA DEJAVNOST - WELLNESS TURIZEM

*Tretje poglavje je namenjeno podrobnemu spoznavanju wellnessa kot turistične dejavnosti, v katerem bomo nanizali nekaj uporabnih nasvetov bodisi za tiste, ki wellness centre obiskujejo kot turisti, kot tudi za tiste, ki se z wellness turizmom ukvarjajo ali se želijo ukvarjati na profesionalnem oz. poklicnem področju, kar je eden od temeljnih ciljev našega učbenika.*

Wellness se kot oblika turistične ponudbe že več kot 20 let uspešno uveljavlja v evropskem turizmu. V Sloveniji se wellness pojavlja v okviru zdraviliškega turizma, ki je med ostale sorodne turistične dejavnosti umeščen kot posebna oblika zdravstvenega turizma. Kot smo spoznali v uvodnem delu wellness izvira iz Združenih držav Amerike, kjer pa tradicija zdraviliškega turizma ni razvita. V ZDA so se z wellnessom kot prihodkovno dejavnostjo ukvarjajo predvsem lepotni centri, kot vir zaslužka ga s pridom izkoriščata tudi kozmetična in prehranska industrija. Spa centri oziroma tako imenovane toplice pa so se v Ameriki začele razvijati mnogo kasneje kot v Evropi. Res pa je, da je kljub boljši komplementarnosti dejavnosti v ZDA, vsebinska povezanost wellnessa in turizma najmočnejša prav na evropskem kontinentu.

Zaradi množice različnih ponudb in razlik v povpraševanju oziroma željah gostov na sodobnem turističnem trgu pogosto prihaja do nejasnosti tako na strani ponudbe kot povpraševanja. Tako je izjemno težko določiti »čiste« oz. prave wellness ponudnike, kot tudi prave wellness goste oziroma potrošnike, saj je v današnjih spa termalnih centrih poleg klasičnih wellness storitev na voljo še cel kup dopolnilnih dejavnostih, ki pri nekaterih ponudnikih izgubljajo prizvok dopolnilne in postajajo glavne dejavnosti ponudbe. Torej lahko rečemo, da so dejavnosti zamenjale strani in so sedaj aktivnosti wellnessa tiste, ki glavno ponudbo dopolnjujejo. Enako velja za goste turiste, saj pri nekaterih glavni motiv za obisk wellness centrov predstavljajo prav te aktivnosti. Spet drugi pa jemljejo wellness aktivnosti kot odličen dodatek k osnovni ponudbi, na primer smučarskih centrov.

Na ta način prihaja do zmede in nasičenosti na trgu, zato se določeni ponudniki namensko opredeljujejo kot zdraviliški-spa ponudniki in v svoji ponudbi poudarjajo predvsem termalne aktivnosti, torej tiste povezane z zdravilno vodo in aktivnosti v njej – terme. Na primer Terme Krka, pod katerih okrilje spadajo Šmarješke Toplice, Dolenjske Toplice in druge.



Slika 14, Sproščanje v savni je ena klasičnih dejavnosti v Spa centrih  
Vir: [www.slovenia.info/?wellness=1803&lng=1](http://www.slovenia.info/?wellness=1803&lng=1) (14. 6. 2011)



Slika 15: Rehabilitacija poškodbe v Spa centru  
Vir: [www.termecatez.si/.../center/zdravljenje/](http://www.termecatez.si/.../center/zdravljenje/) (14. 6. 2011)

Jasno ločnico med strogo wellness dejavnostmi in medicinsko rehabilitacijskimi aktivnostmi v Spa centru je običajno težko določiti, saj lahko na primer terapija z masažo spada tako v eno kot drugo skupino. Sliki 14 in 15 pa nam prikazujeta klasično wellness dejavnost, ter klasično zdravljenje po poškodbi, ki se odvijata v Spa centrih.

### 3.1 POMEN WELLNESS TURIZMA

Razvoj wellness turistične dejavnosti v Evropi je pripomogel k poenotenju različnega razumevanja zdraviliškega in medicinskega-rehabilitacijskega turizma. Tako so gostje lahko natančneje ločili med turistično-zdraviliškimi centri in centri namenjeni rehabilitaciji. Prav to natančnejše ločevanje pa je pripomoglo k obstoju zdraviliško-turističnih centrov in njihovem nadaljnjem razvoju. Pogosto se je namreč dogajalo, da so gostje zaradi slabega razlikovanja ponudbe »pomotoma« dopustovali pri bolj rehabilitacijsko usmerjenih zdraviliških centrih, kjer so se počutili kot v bolnici, kar je sprožalo negativne občutke. Zato ni čudno, da je povpraševanje po wellness storitvah začelo upadati. Z natančnejšo ločitvijo obeh vrst ponudnikov, pa je popularnost wellness turizma znova porasla.

Posledično je prav wellness turizem v zadnjem desetletju postala najhitreje rastoča turistična dejavnost v evropskem prostoru, ki so ji strokovnjaki nadeli laskavi naziv **mega trend**. Tako ponudba kot povpraševanje sta dosegala letno rast preko 10%, kar je izjemno veliko. Vendar kot nobena druga dejavnost tudi dejavnost wellness turizma ni mogla in ne more rasti v neskončnost. V zadnjih letih se je ta trend razvoja ustalil in zato lahko danes govorimo o stagnaciji wellness turistične ponudbe. Obenem pa se moramo zavedati, da dandanes skorajda ni investicije v turistično infrastrukturo, namestitvene zmogljivosti – hotele, ipd., ki ne bi predvidevala dodatnih wellness, spa oziroma zdraviliških dejavnosti, ki jih, kot rečeno, v Sloveniji imenujemo terme. Slika 16 prikazuje prenovljen logotip, ki je del posodobljene blagovne znamke podjetja Terme Krka. Ta poslovna skupina se je namreč še pred nekaj leti tržila pod blagovno znamko Zdravilišča Krka.



Slika 16: Prenovljen logotip Term Krka, nekdanje Zdravilišče Krka  
Vir: [www.termekrka.si/](http://www.termekrka.si/) (14. 6. 2011)

Wellness dejavnosti torej postajajo skorajšnja nuja vsakega večjega turističnega centra v Evropi, predvsem zato, ker gostje posvečajo čedalje večjo pozornost dopustniškim oblikam, povezanim z zdravjem. Razmerje med količino povpraševanja po strogo zdraviliško-rehabilitacijskih dejavnostih in bolj turističnih wellness dejavnostih je sedaj približno enako, čeprav so še nedavno nazaj turistične wellness dejavnosti v povpraševanju predstavljale zgolj majhen delež. Na drugi strani pa wellness turizem postaja samostojna zvrst turistične ponudbe, ki je usmerjena predvsem v dobro počutje gostov, njihovo razvajanje in sproščanje s poudarkom na skrbi za zunanji videz in splošno ugodje. Wellness turistične dejavnosti na ta način sledijo bolj kratkoročnim učinkom za zdravje in omogočajo bolj pasiven odnos do zdravja kot takega, kar pa je delno v nasprotju z wellness filozofijo zdravega načina življenja, ki poudarja kakovost bivanja na daljše časovno obdobje oziroma skozi celotno življenje posameznika. Kot smo se naučili v prejšnjem poglavju, je jedro wellness filozofije posameznikova **odgovornost** za svoje dobro počutje, saj naj bi vsak dan živel na način, da izboljšuje svoje počutje in v končni fazi tretmajev v termalnih centrih ne bi niti potreboval. Toda upoštevanje filozofije wellnessa v hitrem življenjskem ritmu, ki nam ga narekuje današnje okolje, vedno ni mogoče. Glavne ovire na poti k boljšemu počutju se skrivajo v prehrani, saj pojemo preveč industrijsko predelane hrane in zaužijemo premalo vitaminov in mineralov, obenem povečujemo tudi količino popite vode iz plastenk, namesto da bi pili naravno vodo. Res pa je tudi, da je naravna voda ponekod že toliko onesnažena, da je za pitje oporečna. Tudi gibanje smo si spričo pomanjkanja časa močno omejili. K slabemu počutju prispeva tudi vedno bolj pogost stres, kot posledica hitrega življenja, saj je glavni motiv našega delovanja postal zaslužek in ne dobro počutje ter zdravju koristne aktivnosti. Sodobna medicina nam sicer omogoča dvakrat daljšo življenjsko dobo, kot je bila denimo v času Rimljanov, toda razlogi za umrljivost so dandanes bistveno drugačni, kot so bili nekdaj.

### 3.2 RAZVOJ WELLNESS TURIZMA

Razvoj wellness turizma sloni na spoznanjih **medicine in balneologije** (o kateri bomo podrobneje spregovorili v poglavju o zdraviliškem turizmu), ki izvirata iz starega veka, ter novih pojavih, kot so: **fitnes, javno zdravstvo, dobro počutje in turistični razvoj**. Kopališča z masažami so se že v **Antiki** (1000 pr. n. š. do 500 n. š.) pojavljala kot pripomoček za dobro počutje. **Stara umetnost zdravljenja** izvira iz 4. stol. pr. n. š. in predpisuje določila glede načina življenja in obravnave okolice (**vode, svetlobe, zraka**), vsebujejo tudi napotke glede primerne hrane, pijače, količine gibanja in miru (počitka) ter razmerja med spanjem in budnostjo. Obenem stara umetnost zdravljenja opozarja tudi na pomembnost iztrebkov in izločkov pa tudi čustev za zdravo in polno življenje. To pa so v bistvu zametki holistične oz. celostne obravnave človeka oz. njegovega zdravja – dobrega počutja.



Slika 17: Ostanki antičnega kopališča

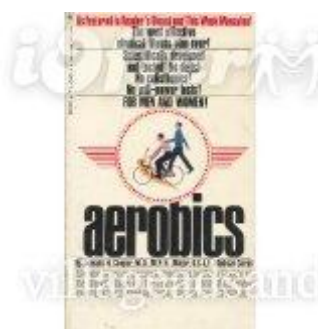
Vir: <http://lovepositionsiu.ednevnik.si/?w=zuzzu68&thisy=2008&thism=8&thisd=4> (14. 6. 2011)

Kultura kopanja je bila po padcu rimskega cesarstva, v katerem je bila spoštovana in razvita, odrinjena in zapostavljena. Tako se je znova uveljavila šele v srednjem veku. Širšo uveljavitev je pridobila v 18. in 19. stol., ki sta poznana po razvoju modernega turizma s sprostitvenim in doživljajskim značajem. Oblikovala so se zdravilišča in postala središče družabnega življenja evropskih aristokratov.

Na začetku 20. stol. se je klasična zdraviliška kura povezala s spoznanji **medicinske doktrine in turističnim razvojem**. Do druge svetovne vojne so zdravilišča obiskovali le višji sloji, nato pa so, z gospodarskim razvojem, postala dostopna širokemu krogu ljudi. Obenem so se razmahnila tudi množična potovanja, ki jih je kot piše Gojčič (2005, 83) pospeševala **rastoča blaginja**. Posledično se je **podaljševal prosti čas** ljudi (predvsem ob koncih tedna, počitnice). Pomemben faktor ekspanzije množičnih potovanj je bila tudi **rastoča motorizacija** in s tem povezana mobilnost ter **povečana urbanizacija** in padanje kakovosti okolja. Tudi **moderna tehnologija** je v dobršni meri spremenila življenjski slog ljudi, vendar ne vedno v pozitivno smer. Kot negativni dejavnik je nastopil **stres**. Po drugi strani pa so potovanja postala **socialna norma** (pravilo) za preživljanje počitnic in obvezna sestavina življenjskega sloga moderne civilizacije.

**Po drugi svetovni vojni** je bila v posameznih evropskih državah uvedena socialna zakonodaja. S tem so zdravilišča pričela **izgubljati počitniški značaj**. Posledično se je spremenila struktura zdraviliških gostov. Goste iz visokih socialnih položajev so čedalje bolj intenzivneje nadomeščali tisti, ki so spadali v srednji in nižji socialni sloj.

Če se eksplicitno ozremo k razvoju wellnesa po drugi svetovni vojni v ZDA, je tu, kot piše Gojčič, pomembna osebnost postal **Kenneth Cooper** (ameriški zdravnik), ki je s svojo **knjigo z naslovom Aerobics leta 1968 uvedel moderno gibanje fitness**. S tem je medicinsko utemeljil **ново gibanje ali filozofijo o zdravju na temelju aerobike, teka, rekreacije**, ki pravzaprav temelji na **življenjskem slogu**. Tako so ljudje v športu kot aktivnosti znova našli **smisel**. Fitness in športnost sta postala nova življenjska usmeritev (Gojčič, 2005, 83). Kot pa smo se že naučili v poglavjih, ki so za nami, so zlasti v ZDA (pa tudi drugod po svetu) v tistem času številni spoznavali koristnost gibanja za zdravje in ga vsak na svoj način predstavljali množicam. Zato ni čudno, da je gibanje oziroma wellness filozofija, ravno takrat doživela velik razmah. Na podlagi združitve filozofije gibanja in turizma pa vznikne nova turistična dejavnost – **wellness turizem**, katerega značilnostim in posebnostim se bomo posvetili v poglavju, ki je pred nami.



Slika 18: Naslovnica knjige Kennetha Cooperja  
Vir: <http://lifestylemagazine.biz/.../> (14. 6. 2011)

### 3.3 POSEBNOSTI WELLNESS TURIZMA

Kot turistični delavci se moramo zavedati, da so gostje, ki si želijo wellness ponudbe, drugačni od običajnih. So razgledani, izjemno dobro osveščeni glede wellness ponudbe in

njene kakovosti, zato so njihova pričakovanja na splošno mnogo višja kot pri klasičnih turistih v turističnih destinacijah, ki jim wellness aktivnosti pomenijo zgolj dopolnilne oziroma dodatne sprostitevne dejavnosti, njihov glavni motiv za obisk pa se skriva drugje, bodisi v želji po ogledu naravnih znamenitosti, obisku prireditvev, udejstvovanje v igralnicah, ipd. Turisti, ki izberejo wellness dejavnosti kot glavni motiv za obisk, od gostitelja pričakujejo višji nivo poznavanja storitev in vsebine wellness filozofije, zdrave prehrane, kakovostnega in čistega okolja, hkrati si želijo bolj osebne, torej individualne obravnave. Veliko tega se v šoli ne moremo naučiti, zato je v prvi vrsti pomembno, da se kot študenti zavedamo, da za uspešno delo v dejavnostih wellness turizma potrebujemo tudi srčno naklonjenost wellnessu.

Posebno pomembna za ponudnike wellness turizma je tudi **okoljska ozaveščenost**, saj deluje kot pomembna poslovna naravnost določenega turističnega ponudnika in njegova primerjalna prednost. Pri turistih je eden od pomembnih dejavnikov pri izbiri turističnega ponudnika, hkrati pa je pozitivna okoljska naravnost sestavina vsakdanjega življenja privržencev wellnessa.

Kot smo glede na množičnost in raznovrstnost dejavnikov že sprevideli, je wellness turizem skozi razvoj dosegel tudi izjemno **kompleksnost**, ki jo, kot pravi Gojčič (2005, 84-86), opredeljujemo v okviru naslednjih dejstev:

1. Gostje povprašujejo po **nematerialnem, kompleksnem svežnju storitev**, ki jim mora ustrezati kot celota.
2. **Kakovost je vprašanje zaupanja**, ker se gostje odločijo za nakup, ne da bi bili prepričani o ponujeni kakovosti.
3. **Zadovoljstvo gostov je težko preverjati**, ker so pri ponujanju in kasneje pri izvedbi storitev **udeleženi različni akterji**.
4. **Morebitne napake (nezadovoljstvo gosta) je težko oziroma skoraj nemogoče popravljati**, ker se izvajanje in ponujanje storitev izvaja hkrati.
5. Turistične wellness storitve so največkrat **osebne storitve**, zato je potrebno **osebno obravnavanje uporabnika**.
6. Ponujanje in izvajanje storitev wellnessa je lahko **prostorsko in časovno strnjeno**, posledice so lahko prevelike ali premajhne zmogljivosti.
7. **Osebje** je pri izbiranju in izvajanju wellness storitev zelo pomembno, zato je **izobraževanje zaposlenih ključnega pomena**.
8. **Zadovoljstvo gostov** je odvisno tudi od zunanjih **okolščin v okolju**, kot so vreme ali snežna odeja, na katere pa največkrat ni mogoče vplivati.

### 3.4 POMEMBNOST KAKOVOSTI V WELLNESS TURIZMU

Kakovost je definirana kot **razlika med pričakovano in dejansko prejeta storitvijo, ki jo zazna uporabnik**. Iz navedenega v prejšnjem razdelku se že kristalizira pomen kakovosti storitev za wellness uporabnike oziroma goste. Kakovost pa je pomembna tudi s stališča same organizacije zaradi **povečanja dobička, povišane produktivnosti, zniževanja stroškov, krepitve ugleda in doseganja konkurenčnega položaja**.

**Organizacija** kot taka mora biti **predana filozofiji kakovosti**, kar pomeni, da so **elementi kakovosti vključeni v vizijo razvoja**. Z vidika uporabnika pa predstavlja kakovost pomembno **soočenje s storitvijo** (trenutek resnice) med izvajalcem in uporabnikom storitve, ko izvajalci prepričajo uporabnika o koristnosti določene storitve. Napake pri soočenju oziroma ob izvajanju storitve s stališča kakovosti **ni mogoče popraviti**. Pomembno je, da je **zaznana kakovost večja od pričakovanj uporabnika**, saj se s tem **povečuje njegovo zadovoljstvo**. Če bo storitev izvedena kvalitetno na najvišji možni ravni, bo gost spregledal

morebitne pomanjkljivosti in na primer o morebitnem slabem vremenu v času njegovega obiska razmišljal objektivno, ter bil generalno zadovoljen.

Izjemen pomen pri doseganju kakovosti storitev pa nosijo **zaposleni**. Zato se moramo v slehernem trenutku zavedati tega dejstva. Pomembno je, da zaposleni čutijo **osebno pripadnost ideji wellnessa**, da so **strokovnjaki na svojem področju**, predvsem pa, do so **visoko motivirani in zadovoljni!** To pa dosegamo tako, da stalno spodbujamo potrebno **izobraževanje in krepimo samozavest** zaposlenih.

Sedaj, ko smo opredelili pomembnost kakovosti v wellness turistični ponudbi je čas, da pregleđamo dejavnike, ki vplivajo na razvoj tovrstne turistične ponudbe.

### 3.5 RAZVOJ WELLNESS TURISTIČNE PONUDBE

Ko govorimo o razvoju, moramo sprva ugotoviti, kdo so akterji, ki vplivajo na odločitve o izbiri za postavitev wellness turistične ponudbe v določeno okolje. V prvi vrsti so to **turistične organizacije**, ki učinkujejo kot neprizadeti osebni svetovalci in sooblikovalci javnega mnenja. Pomembno vlogo igrajo **zdravstveni delavci**, še posebej pa osebni zdravniki ter drugi zdravstveni strokovnjaki. Posebej močan mnenjski in finančni vpliv na razvoj wellness turistične ponudbe imajo **predstavniki alternativno-komplementarne medicine** in zdravstvene zavarovalnice ter **zdravstvena politika**, ki z akcijami vpliva na področje promocije zdravja ter s tem posredno na ponudbo wellness turizma. Podobno kot na vseh drugih področjih imajo velik vpliv **mediji**, zlasti tiskani in televizija. Mnogokrat je pomemben dejavnik razvoja **kozmetična in prehrabena industrija**, lekarne, drogerije, frizerji. Vsi ti subjekti si namreč želijo svoje dejavnosti umestiti v wellness center. Nezanemarljiv vpliv pa imajo tudi **različne skupine** ljudi, družinski člani, prijatelji, znanci, predstavniki organizacij za fitness, športna združenja, ipd.

Vse te akterje za oblikovanje wellness turistične ponudbe lahko označimo kot zunanje okoljske dejavnike, ki jih lahko opredelimo kot **gospodarstvo** (realni prihodek, potrošništvo, stres na delovnem mestu, prilagodljivi in krajši delovni čas, konkurenca, povečana mobilnost in potovalne izkušnje, naraščanje stroškov v zdravstvu), **družbo** (zdrav življenjski slog, sprememba vrednot, daljša življenjska doba, skrb za kakovost življenja), **politiko in pravo** (ustrezna zakonodaja na področju turizma), **ekološko / naravno okolje** (poslabšanje okoljskih razmer, večja mobilnost, ki škoduje naravnemu okolju) **in tehnologijo** (napredek medicine in informacijske tehnologije).

Vsi do sedaj obravnavani dejavniki in tudi nekateri, ki bodo sledili v nadaljevanju, nas pripeljejo do enega samega zaključka. Celotna turistična in s tem tudi wellness ponudba nastaja zaradi potreb, ki pomenijo povpraševanje. Ko ta dva faktorja združimo, dobimo prodajo. Prodaja pa se v današnjem modernem poslovnem svetu odvija na tako imenovanem trgu. V primeru turističnega trga gre ponavadi za globalni trg, saj svetovni splet omogoča globalno povezavo med ponudbo in povpraševanjem. O vsem tem govori naslednje poglavje.

### 3.6 WELLNESS NA TURISTIČNEM TRGU

V uvodu tega poglavja si najprej zastavimo vprašanje, kaj sploh je wellness turistični trg. To je naravno, institucionalno in tehnično oblikovan **stik ponudnikov izdelkov in storitev wellnessa**, ki jih oblikujejo **integralni turistični produkti wellnessa** ter **povpraševalcev po izdelkih in storitvah**, ki jih integralni turistični produkti, kot so **telesni fitness, zdrava prehrana, sprostitvev in duševne aktivnosti, sestavljajo**. Vse to z namenom, da bi **zadovoljil osnovni motiv** oziroma **potrebo po ohranitvi in krepitvi zdravja**.

Če povzamemo, imamo na eni strani povpraševanje po wellness turistični ponudbi, na drugi pa ponudbo, ki skuša to povpraševanje v čim večji meri zadovoljiti. Zaradi dobrega razumevanja moramo pojma turistična ponudba in turistično povpraševanje poznati.

**Turistična ponudba je, kot sta zapisala Hunziker in Krapft, tista količina turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljene prodati pri dani ravni cen in / ali pri danem stanju deviznih tečajev. Sestavljajo jo izdelki in storitve različnih gospodarskih in negospodarskih dejavnosti ter naravne in kulturne dobrine, ki vplivajo na kakovost ponudbe in ceno izdelkov ter storitev. Turistična ponudba je odvisna od ravni cen, stanja konkurence in količine turističnega povpraševanja (v: Gojčič, 2005, 89).**

Turistično ponudbo pa je možno klasificirati na različne načine. Kaufmanova (1999) je določila delitev glede na tipe hotelov, ter za merilo uporabila številčnost in raznolikost wellness storitev. Tako je prišla do naslednje razdelitve:

- ❖ **Sprostitutveni hotel** – osrednjo vlogo igra ponudba sprostitutvenih nalog in vadbe (meditacija, avtogeni trening, joga ...). Pogosto je ponudba dopolnjena s termalnim kopališčem.
- ❖ **Športni hotel** – prevladujejo športne naprave, pomembno vlogo igra kopališče, ponudba posebne prehrane ter športno-medicinska oskrba.
- ❖ **Dietni hotel** – osrednji pomen je ponudba (zdrave, dietne) prehrane. Npr. Pri shujševalnih dietah se lahko kombinirajo programi za prehrano in gibanje. Nekateri hoteli tega tipa ponujajo tudi medicinsko oskrbo.
- ❖ **Seminarski hotel** – pomembno mesto zavzemajo programi seminarjev in dodatnega izobraževanja. Vsebina seminarjev je obogatena z različnimi elementi, med drugim tudi s ponudbo nekaterih storitev wellnessa.
- ❖ **Lepotni (beauty) hotel** – osnovni ponudbeni element je lepota in telesna nega. Lepotni programi so povezani s ponudbo prehrane in gibanja ter pozitivno vplivajo na telesno počutje, zmanjševanje teže in zaznavanje lepote telesa.
- ❖ **Zdraviliški hotel** – prevladuje medicinska ponudba, ki temelji na uporabi naravnih zdravilnih sredstev in je povezana s kopališčem ter s posebno ponudbo prehrane (diete). V zdraviliškem hotelu je izrazita individualna zdraviliška oskrba, ki temelji na zdraviliškem bivanju in zadovoljevanju različnih medicinskih potreb, ki so osrednjega pomena. Terapija obsega programe gibanja, predavanja in je namenjena trajnemu preprečevanju funkcijskih motenj.
- ❖ **Wellness hotel** – ponuja najobširnejšo ponudbo. Pri izdelavi individualnih programov v wellness hotelih sta gostom zagotovljena individualna obravnava in izobraževanje ob pomoči medicinskega, strokovnega osebja. Kompleksna ponudba, sestavljena iz elementov vseh prej navedenih tipov hotelov, je dodatno nadgrajena in vsebuje: **gibanje, prehranjevanje, sprostitve, duševne aktivnosti, kopališke aktivnosti in dejavnosti lepote nege.**



Slika 19: Blagovna znamka lepotnih hotelov Taipei

Vir: <http://www.beautyhotels.com.tw/en-us/index.asp> (14. 6. 2011)



Slika 20: Star beauty Resort, hotel, ki deluje v okviru verige lepotnih hotelov Taipei  
Vir: [http://www.beautyhotels.com.tw/en-us/star\\_beauty\\_resort.asp](http://www.beautyhotels.com.tw/en-us/star_beauty_resort.asp) (14. 6. 2011)

Na drugi strani turističnega trga (nasproti ponudbe) pa se, kot smo že ugotovili, pojavlja **povpraševanje** po turističnih storitvah, zlasti v primeru zdravilišča lahko uporabimo tudi besedo dobrinah. Kot piše Gojčič (2005, 99) povpraševanje opredeljujeta dve definiciji:

»**Turistično povpraševanje označuje tisto količino turističnih dobrin, ki jih turist želi dobiti pri dani ravni cen in pri danem stanju deviznih tečajev.**« Oziroma, kot pravi Kasper: »je turistično povpraševanje pripravljenost turistov, da dobijo ponujeno količino turističnih dobrin oziroma jih zamenjajo za neko količino denarja.«

Če malo razmislimo, hitro ugotovimo, da stvar pri turističnem povpraševanju ni tako preprosta kot pri turistični ponudbi, saj ko govorimo o potencialni ponudbi in ko želimo ugotoviti količino povpraševanja in meriti količino dobrin, se ponavadi znajdemo v težavah. Posledično je znano dejstvo, da lahko povpraševanje zgolj ocenjujemo in predvidevamo, zato še zdaleč ni tako fiksna kategorija, kot je ponudba. Pot od želje posameznika po turistični potrošnji, ki se sicer izkazuje kot **potencialno povpraševanje**, do dejanske odločitve za izvedbo je običajno precej dolga. Vprašati se moramo, na podlagi česa se pojavi turistično povpraševanje, oziroma kdaj se posamezniki odločimo postati turisti. To se zgodi, ko se pojavijo **potrebe** (npr. po rekreaciji izven domačega kraja), ki nekega posameznika dovolj motivirajo za to, da jih bo zadovoljil. Pri posamezniku pa morajo obstajati tudi **motivi, notranje vzpodbude ali drugi vzgibi**, ki jih delimo na: **telesne** (fizične)  **motive**, npr. ohranitev telesnega zdravja, **duševne** (psihične)  **motive**, npr. krepitev duševne zmogljivosti, **družbene motive**, npr. družbeni stiki, **kulturne motive**, npr. spoznavanje drugih dežel in ljudi, ter **statusne in prestižne motive**, npr. želja po priznanju.

V turizmu je še posebej pomembno tudi **presenečenje**, kar pomeni, da gost dobi nekaj več, česar ni pričakoval. Pri tem je pomembna **inovativnost**. Je pa res, da lahko vpliv presenečenja vključimo šele takrat, ko se je posameznik odločil, da določeno turistično potrebo zadovolji preko ponujenih turističnih aktivnosti, torej takrat, ko je že prišlo do realizacije neke turistične potrebe.

**Povpraševanje po wellnesu** pa lahko opredelimo kot: **pripravljenost turistov**, da za **določeno količino denarja** dobijo izbran **celovit izdelek**, ki zajema **temeljne sestavine wellnesa** (zdravo prehrano, telesno gibanje, duševne aktivnosti in sprostitve), zato da **zadovoljijo temeljni motiv po ohranitvi in krepitvi zdravja**.

Ko smo govorili o turistični ponudbi smo spoznali razdelitev Kaufmannove, ki je wellness turistično ponudbo razdelila po tipih hotelov. Podobno pa se je lotila tudi razdelitve **wellness turističnega povpraševanja**, le da je tu pripravila segmentacijo uporabnikov oziroma potrošnikov wellness storitev. Določila je naslednje tipe (v: Gojčič, 2005, 101, 102):

1. **Uporabniki wellness storitev v najširšem smislu**, za katere je pomembna zlasti osebna oskrba in strokovnost storitev, prav tako pa so radi dobro informirani. Sprejemajo obširno ponudbo wellnesa, ki jim je v splošnem zelo pomembna in jo tudi izkoriščajo. Želijo si posebnega poudarka na sprostitveni in kulturni ponudbi, pomembne so tudi brezplačne storitve (kopalni plašči, sušilniki za lase, dodatni manjši obroki, ipd.).
2. **Samostojni uporabniki infrastrukture**, zanje je pomembna predvsem wellness infrastruktura (parna kopel, savna, bazen, ipd.), velik pomen pripisujejo tudi uživanju / razvijanju ter dodatnim brezplačnim storitvam. Cenijo tudi nekoliko hitrejši ali kasnejši obratovalni čas naprav oz. storitev (zgodnje jutranje ali pozno večerno kopanje v bazenu ...).
3. **Intenzivni zdravstveni gostje**, se predajajo predvsem intenzivni zdravstveni oskrbi (zdravljenje, rehabilitacija). Zanje sta pomembni krepitev in ohranjanje zdravja ter strokovnost opravljenih storitev, ki največkrat posegajo na strogo medicinsko področje. Želijo tudi individualno obravnavo in svetovanje, med elementi wellnesa naj prevladuje zdrava prehrana in aktivno športno udejstvovanje.
4. **Nezahtevni počitniški gostje**, katerih najpomembnejši motiv je počitek in sprostitve. Za slednje so zelo pomembne narave lepote v okolici in prijetna klima.

To so torej tipi in značilnosti gostov, ki jih pričakujemo kot porabnike wellness turistične ponudbe. Naslednja točka, ki jo moramo, kot ponudbniki wellness turističnih storitev doseči, pa je kvaliteten wellness turistični program.

### 3.7 OBLIKOVANJE WELLNESS PROGRAMA

Sedaj smo se že naučili, da je uporabnik wellness storitev izjemno **zahteven in senzibilen gost**, ki zahteva visoko kakovost posameznih izdelkov in storitev v medsebojni kombinaciji obojih, kar poleg teoretičnih ugotavljajo tudi praktične raziskave, izvedene preko anket in intervjujev gostov in izkušenj wellness turističnih ponudnikov.

Vse to izhaja iz dejstva, da si vse več uporabnikov želi oblikovati svoj wellness program po lastnih, individualnih potrebah in pričakovanjih. Želijo si možnosti kombinacije delnih izdelkov in storitev ali že obstoječe programe obogatiti še s kakšno dodatno storitvijo ali celo celotnim programom.

Intenzivno širjenje storitev in izdelkov wellnesa ter vključevanje novih področij zahteva, da z gosti komunicirajo široko izobraženi strokovnjaki za svetovanje, za katere je v tujini že uveljavljen izraz *bio-vital managerji*, ki lahko za goste ob prepoznavanju njihovih potreb, želja in pričakovanj izmed množice različnih storitev izberejo najprimernejšo kombinacijo. Na ta način se bistveno poveča zadovoljstvo gostov oziroma uporabnikov wellnesa.

Wellness programi oziroma sočasna uporaba različnih storitev wellnesa za turistične ponudnike predstavlja pomembno informacijsko, izobraževalno in spodbujevalno funkcijo. Ta

pa bistveno vpliva na to, kako bodo gostje znanje, vedenje in, predvsem preko različnih duševnih in duhovnih aktivnosti, spremenjen življenjski slog s svojih počitnic prenesli v vsakdanje življenje.

K takšnemu ravnanju wellness turistične ponudnike spodbuja že temeljno poslanstvo turizma, ki se glasi: »**Zadovoljiti goste, jih pritegniti in jim ugajati.**« V wellness turizmu pa so pričakovanja in zahteve gostov še večje, saj ti še toliko bolj cenijo osebni stik in pristnost.

Učimo se iz prakse!

Primer:

### **Wellness program**

Program zdravja (8 dni, 7 polnih penzionov)



Vrelci termalne vode, zdravilni postopki, terapije ter strokovno osebje, zagotavljajo kakovostne zdravstvene storitve.

Terapije po nasvetu zdravnika

Program vključuje:

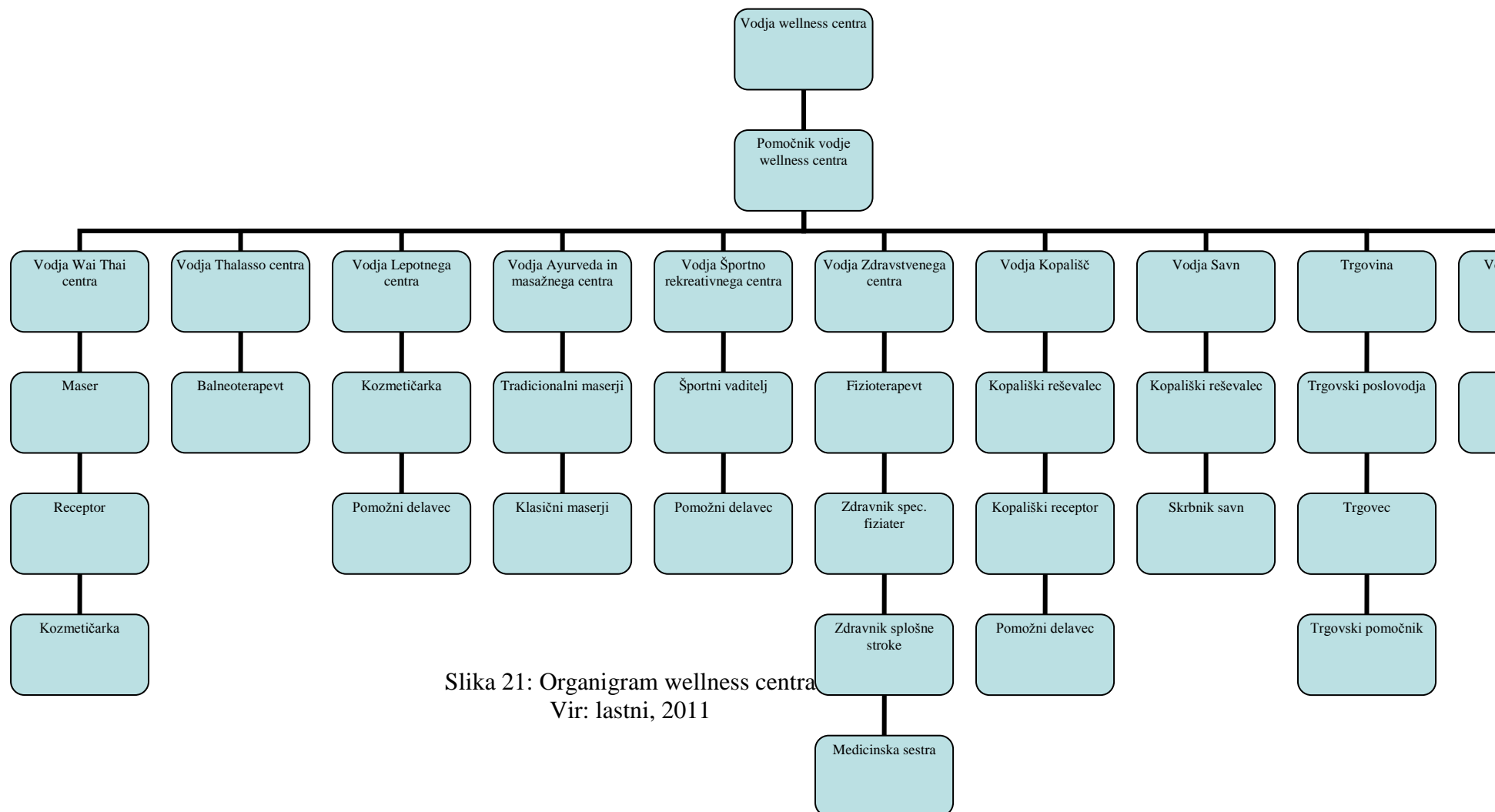
- 7x polni penzion
- začetni in zaključni pregled pri specialistu fizikalne in rehabilitacijske medicine z mnenjem
- neomejeno kopanje in savnanje v hotelih Wellness Park Laško in Zdravilišče Laško po nasvetu zdravnika
- 1 x dnevno vstop v fitness po nasvetu zdravnika
- 10 % popust na nego
- 10 % popust na terapije po nasvetu zdravnika
- Dnevno ponudbo animacije, sprostitev in rekreacije

<http://www.thermana.si/hoteli/hotel-wellness-park-lasko/medicina?id=748> (14. 6. 2011).

Da pa lahko s svojo ponudbo presežemo pričakovanja naših gostov, moramo poskrbeti za dobro organizacijo naše ponudbe. Prav tako je pomemben tudi nadzor nad stroški, zato v naslednjem poglavju govorimo o tipični organizaciji wellness centra in prihodkovnem menedžment.

### **3.8 ORGANIZACIJA WELLNESS CENTRA IN PRIHODKOVNI MENEDŽMENT**

V wellness centru moramo, podobno kot v drugih organizacijah, zagotoviti pogoje za delovanje v smislu kadrovske organiziranosti. Potrebno je določiti vrhovnega menedžerja, njegovega pomočnika in vsa ostala delovna mesta pod njimi. Vsakemu delovnemu mestu je potrebno naložiti tudi določene odgovornosti, medtem ko je generalno oziroma splošno odgovoren vrhovni vodja. Tipična organizacijska struktura wellness centra je predstavljena na naslednji sliki 21. Seveda pa imajo nekateri wellness centri še dodatne oddelke, spet drugi so manjši, kar pomeni, da so posamezni oddelki, ki so prikazani na sliki, združeni.



Slika 21: Organigram wellness centra  
Vir: lastni, 2011

Tudi najbolj vrhunska organizacija wellness centra pa ne more funkcionirati, če ni zadoščeno tudi prihodkovni plati poslovanja. Govorimo o zelo enostavni enačbi. Naše poslovanje bo ekonomsko uspešno, če bodo **ustvarjeni skupni prihodki presegati odhodke**. V prilogah (tabela 1 in tabela 2) podajamo vzorec tabel prihodkov in odhodkov v tipičnem wellness centru. Seveda pa je potrebno točne preglednice z vsemi prisotnimi prihodki in odhodki sestaviti za vsako strukturo posebej.

Poleg sprotnega mesečnega, včasih tudi tedenskega spremljanja prihodkov in odhodkov, je pomembno tudi načrtovanje poslovnega izida ter vestno pregledovanje opravljenega poslovanja. Vse to izkazujejo različna, finančna, **kontrolinška poročila**. Osnovni namen letih je načrtovanje poslovanja v prihodnjih letih, pri katerem je najpomembnejša napoved prihodkov za eno leto oziroma nekaj let naprej. To je povezano s planiranjem povečanja obsega poslovanja. Znano je namreč pravilo, da podjetje, ki stagnira, v bistvu propada, zato je izjemnega pomena stalno povečevanje prihodkov oziroma širjenje poslovanja. Pri tem je jasno, da obstoječa infrastruktura ne dopušča povečevanja v nedogled, zato je potrebno predvidevati, kdaj bomo dosegli maksimalno možno izkoriščenost obstoječih kapacitet in na podlagi tega planirati investicije. V prilogah (tabela 3) smo pripravili vzorec dela finančnega, kontrolinškega poročila za tipični wellness center. Tudi v tem primeru pa poudarjamo, da je potrebno izdelati poročilo z vsemi komponentami za vsak wellness center posebej.

## POVZETEK

Tretje poglavje obravnava ekonomsko koristnost wellness turizma. Govorimo pa tudi o pomenu wellness turizma, ki ga prinaša v lokalno okolje, kjer se pojavlja. Sledimo razvoju wellness turistične ponudbe. Sprva kot dejavnosti, ki se je strogo omejevala na rehabilitacijske aktivnosti gostov, do danes, ko wellness turistična ponudba postaja klasična dopustniška dejavnost. Predvsem v Evropi, kjer temelji na toplih mineralnih vodnih vrelicah, ob katerih so se razvili spa centri oziroma terme, kot jih imenujemo v Sloveniji. V tem poglavju spoznavamo tudi razlike, ki wellness goste ločujejo od običajnih turistov. Le-ti so ponavadi mnogo bolj kot običajni gostje nagnjeni k okoljski ozaveščenosti, ki je eden od pomembnejših elementov, katerim se mora wellness turistična ponudba ustrezno prilagoditi. Predvsem pa mora biti v ospredju kakovost vsake dejavnosti posebej in tudi celotnega paketa. V nadaljevanju govorimo o razvoju wellness turistične ponudbe z vidika ustvarjalcev le-te, predstavljamo tudi dejavnike okolja, ki vplivajo na razvoj tovrstne ponudbe. Poglavje nas seznanja tudi z wellness turističnim trgom, kjer se srečujeta povpraševanje po wellness turističnih storitvah in wellness turistična ponudba. Srečamo se z razdelitvijo wellness hotelov na strani ponudbe in motivov gostov na strani povpraševanja. Ob koncu sledi predstavitev osnovnih načel organizacije tipičnega wellness centra ter prihodkovni menedžment, preko katerega ocenjujemo poslovno smiselnost in uspešnost naše ponudbe.

Koristno je le trajno (wellness) znanje, zato je ponovimo!

### Vprašanja za preverjanje:

1. Na podlagi česa so se razvila t. i. množična potovanja?
2. Zakaj lahko govorimo o posebnostih wellness turizma?
3. Razložite pomen kakovosti storitev v wellness turizmu s stališča organizacije.
4. Kaj oz. kdo vpliva na razvoj wellness turistične ponudbe v neki destinaciji?
5. Kakšno vlogo pri oblikovanju wellness turistične ponudbe igra tehnologija?
6. Predstavite tipe wellness hotelov po klasifikaciji Kaufmanove.
7. Katere so značilnosti samostojnih uporabnikov infrastrukture (po Kaufmannovi), ki povprašujejo po wellness storitvah?
8. S kakšnim namenom pripravljamo kontrolinška poročila?

## 4 TRENDI V RAZVOJU WELLNESSA V TURIZMU

Četrto poglavje našega učbenika govori o trendih, ki se oz. so se pojavljali ob intenzivnem razvoju wellnessa, zlasti wellnessa kot turistične dejavnosti. Kot bomo videli, so trendi na nek način podobni vzrokom za nastanek ideologije wellness in jih danes poznamo kot izjemno diferencirane in specifične oblike ponudbe. V grobem je moč ločiti medicinski wellness in ponudbo wellnessa, ki jo spodbujajo alternativne oblike zdravljenja ter vzhodno azijske filozofije. Poznavanje mini ali letnih trendov nam kot turističnim ponudnikom omogoča, da smo »prvi na trgu«, s čimer lahko izkoristimo pozitivne učinke konkurenčne prednosti. Medtem ko nam dalj trajajoči trendi omogočajo »specializacijo« naše ponudbe, preko katere si ravno tako lahko pridobimo določeno prednost pred konkurenco. Zato so trendi skoraj vsakodnevni dejavniki, ki jih nikakor ni pametno zanemarjati. Medicinski wellness je pojav, ki je bil sprva trend, dandanes pa je samostojna zvrst v okviru wellness turizma.

### 4.1 MEDICINSKI WELLNESS V TURIZMU

Medicinski wellness se pojavlja kot odgovor na pasivno obliko splošne wellness turistične ponudbe, kjer so poudarjene aktivnosti **uživanja in razvajanja**, preko katerih dosegamo dobro počutje. Turistična ponudba medicinskega wellnessa pa spodbuja bolj **aktiven odnos in skrb za zdravje** v času potovanja turistov, zato ga uvrščamo med zdravstveno-medicinsko orientirano turistično dejavnost, ki ne sledi zgolj kratkoročnim učinkom izboljšanja telesnega počutja in zdravja, kar ponavadi prinaša povprečni oddih oziroma dopust, ki ga turisti preživijo v klasičnih turističnih destinacijah z bolj vsakdanjimi oblikami aktivnosti.

**Razliko** med **klasičnim-sprostitvenim** in **medicinskim wellnessom** lahko dojamemo na praktičnem primeru **tajske masaže**, ki sicer kot nepisano pravilo predstavlja obvezni del vsake wellness turistične ponudbe. Za lažjo predstavitev smo izdelali spodnjo preglednico (tabela 1).

Tabela 1: Razlika med klasičnim in medicinskim wellnessom

TAJSKA MASAŽA	
Klasična wellness ponudba	Medicinska wellness ponudba
Od 10 vrst/stopenj se izvaja zgolj prva, ki obsega sproščanje in ustvarjanje prijetnega telesnega počutja	Izvaja se vseh 10 stopenj masaže, tudi masaže na višji medicinski stopnji, ki zahtevajo poznavanje človeške anatomije
Ne zahteva medicinske izobrazbe	Medicinska izobrazba s področja anatomije človeka je nujna
Izvedba takšnih masaž je namenjena odpravljanju energetske blokade, s katerim ustvarimo nemoten potek energije po telesu.	Masaža na višji stopnji ima daljše zdravstvene učinke, v primeru napačnega izvajanja masaže lahko pride do poškodb in zdravstvenih težav

Vir: lastni, 2011

Dejavnosti medicinskega wellnessa predstavljajo poizkus zapolnitve tržne niše med zdravjem in zdravljenjem. Do nedavnega so turistični ponudniki dajali večji poudarek turizmu dobrega počutja, manj pa trajnemu ohranjanju in krepitvi zdravja, kar je, kot smo se naučili v prejšnjem poglavju poslanstvo wellness turizma. Enako kot pri klasičnem wellnessu pa se tudi pri medicinski obliki le-tega pojavljajta dva modela, in sicer ameriški in evropski model, ki ju bomo spoznali v nadaljevanju, kot tudi značilnosti razvoja te dejavnosti v Sloveniji.

#### 4.1.1 Medicinski wellness v ZDA

Dejavnosti medicinskega wellnessa izvirajo iz ZDA, kjer se je uveljavil izraz »medical wellness«. Pot tem pojmom gre razumeti predvsem ponudbo **spa centrov** (termin spa je, kot smo se že naučili, povezan z dejavnostmi zdravljenja z vodo, t.i. balneoterapija). Medicinski wellness se odvija v spa centrih (ang. spa resorts), ki so se ponekod razvili v prava mesta. Tu je vse povezano s pitjem in kopanjem v mineralni vodi.



Slika 22: Wellness center, College of New Rochelle, New York

Vir: <http://www.topboxdesign.com/the-wellness-center-college-of-new-rochelle-in-new-york-united-states/the-wellness-center-college-of-new-rochelle-design-exterior-2/> (14. 6. 2011)

Izraz »spa« sicer izvira iz istoimenske vasice Spa v Belgiji, ki jo dandanes mnogi bolj kot po ponudbi spa centrov poznajo po dirki F1, ki vsako leto tja privablja na tisoče obiskovalcev. Izvor besede pa sega še bolj v zgodovino. V času, ko je bilo tudi območje današnje Belgije del rimskega imperija so namreč uporabljali besedo »*spargere*«, kar bi prevedeno iz latinskega jezika pomenilo *potresti*, *razpršiti*. Podobno kot se je razvijalo poimenovanje, se je razvijala tudi sama dejavnost wellnessa, v novejšem času medicinskega wellnessa, ki pomeni nadgradnjo osnovne wellness filozofije z različnimi metodami klasične in alternativne medicine.

Medicinski wellness v **ZDA** se v obliki turistične ponudbe posveča zlasti: **izboljševanju zdravja posameznika, promoviranju popolnega wellnessa, strogo medicinski obravnavi**, ki na podlagi zdravniške diagnoze priporoči pacientu **primerno obliko terapije**, ter **ponudbi**, ki vključuje **različne storitve** s področja **klasične in alternativne medicine, kozmetične in lepotne nege, sproščanja, telesne in duševne aktivnosti ter zdrave prehrane**.

Med najbolj značilne terapije medicinskega wellnessa v Združenih državah Amerike spadajo: zdravljenje z vodo (spa), zeliščne obloge, aromamasaža z vročimi kamni, pedikura z morskim rastlinjem, meditacija, itd.

Učimo se iz prakse!

Primer:

**Medical wellness association – Zveza medicinskega wellnessa**



Zveza medicinskega wellnessa je bila ustanovljena kot multidisciplinarna organizacija v ZDA z namenom promocije in spodbujanjem razvoja programov, strokovnega področja, infrastrukture in storitev medicinskega wellnessa. Vizija organizacije je biti oziroma postati prepoznavni vodilni subjekt vključevanja strokovnjakov in programov medicinskega wellnessa. Je vodilna strokovna organizacija na področju medicinskega wellnessa, ki postavlja visoke standarde, ki jih uvaja v medicinski wellness in skrbi za razvoj te dejavnosti. Glavni cilji organizacije so naslednji:

- Postavljati, promovirati in razvijati programe in storitve medicinskega wellnessa.
- Promocija različnosti in uvajanje različnih segmentov medicinskega wellnessa.
- Ustvarjati nova sodelovanja in pogoje za združevanje medicine in wellnessa.
- Biti vodilna strokovna in izobraževalna organizacija na področju medicinskega wellnessa.
- Razvijati standarde, smernice in primerne programe medicinskega wellnessa.
- Skrbeti za napredek in uveljavljanje medicinskega wellnessa, odličnost in prepoznavnost.
- Dosegati mrežno sodelovanje in priložnosti za strokovni razvoj.
- Okrepiti in podpirati partnerje ter različnost članstva.
- Sodelovati in biti dober partner obstoječim kvalitetnim ponudnikom in organizacijam medicinskega wellnessa.

V organizaciji medicinskega wellnessa kot partnerji sodelujejo številne ustanove (šole, fakultete, podjetja ...), kjer razvijajo medicinski wellness. Vpliv organizacije se iz ZDA čedalje bolj širi tudi v druge države.

Ta primer naj nam služi za dojetje razsežnosti dejavnosti, ki jo pokriva medicinski wellness. Več informacij pa boste našli na uradni spletni strani Zveze medicinskega wellnessa: <http://www.medicalwellnessassociation.com/>

#### 4.1.2 Medicinski wellness v Evropi

Medicinski wellness v evropskem prostoru je povezava najboljšega na področju klasične in alternativne medicine, ideologije wellnessa in različnih daljnovzhodnih metod zdravljenja.

Bistvene značilnosti turistične ponudbe medicinskega wellnessa v **evropskem prostoru** so naslednje: **ponudniki oblikujejo svoje storitve** v kombinaciji s **poudarki klasične in alternativne medicine**, medicinski wellness predstavlja **klasično metodo zdravljenja različnih bolezni in poškodb**, ter **nepriprtega dobrega počutja** na podlagi **preventive, kurative in rehabilitacije**.

Med ekonomske cilje razvoja medicinskega wellnessa kot turistične ponudbe pa lahko štejemo: Doseganje čim **večjega dobička**, ki ga nosilci ponudbe dvigujejo skozi različne zdravstvene storitve in ne zgolj dnevne oskrbe. Želje po čim večjem številu **samoplačnikov** ter stalno stremenje k vsebinsko bolj **kakovostni** in raznoliki **ponudbi**, kot se pojavlja na področju splošnega turističnega wellnessa.

Posledično se pojavlja ostra konkurenca na trgu evropskega medicinskega wellnessa. Na eni strani ponudbe se na tržišču pojavljajo klinike z vrhunsko medicinsko stroko in ustreznimi specialisti klasične (šolske) medicine, na drugi strani pa specializirani centri za wellness z zdravstvenim poudarkom, ki so nameščeni pri oziroma ob turističnih ponudnikih (zdravilišča, hoteli, ipd.).



Slika 23: Center medicinskega wellnessa Longevity na Portugalskem  
Vir: <http://www.longevitywellnessresort.com/gallery-en.html> (14. 6. 2011)

#### 4.1.3 Medicinski wellness v Sloveniji

Medicinski wellness je mlada oblika zdravstvenega turizma v Sloveniji. Odvija se predvsem v zdraviliščih, njegova glavna značilnost pa je prisotnost zdravnika in usposobljenost zdravstvenega osebja. To komponento ponudbe gostje v slovenskih zdraviliških oz. spa centrih praviloma že pričakujejo. Tako kot drugod po Evropi tudi pri nas ta zvrst turizma omogoča združitev **zdravstvene** in **turistične dejavnosti**. Na ta način se skuša vplivati na **trajne spremembe življenjskih navad** gostov, kar je od nekdaj eno od ključnih poslanstev zdravilišč.

Kot potencialne uporabnike medicinskega wellnessa v Sloveniji lahko opredelimo vse tiste, ki jih pestijo težave s hrbtenico, držo, sklepi, revmatičnimi obolenji, srčno žilnimi boleznimi, tiste, katerih kvalitetno zdravstveno stanje ogroža diabetes, visok krvni tlak, prekomerna telesna teža ali so jih, kot posledica stresnega načina življenja, doletele različne druge zdravstvene težave.

Ponudba medicinskega wellnessa v Sloveniji temelji na **balneološki tradiciji**, **tradicionalnih postopkih zdravljenja** in rehabilitacije v naravnem okolju, **celostni obravnavi človeka in njegovih potreb**, **kombiniranju ugotovitev** uradne medicinske stroke in različnih filozofij,

metod in postopkov zdravljenja, ki prihajajo z bližnjega in daljnega vzhoda (ajurveda, tradicionalna kitajska medicina, idr.).

Učimo se iz prakse!

Primer:

### **Medicinski in fizioterapevtski center Terme Portorož**

»Terme Portorož & Medical Wellness center so priznано slovensko naravno zdravilišče, center zdravja, lepote in dobrega počutja, kjer združujemo dolgoletno tradicijo talaso terapije s sodobnimi medicinskimi znanji.

Edinstvene so po uporabi petih lokalnih naravnih zdravilnih dejavnikov, ki jih uporabljamo v sprostitvene, lepote in terapevtske namene: solinskem blatu – fangu, slanici – Acqua madre, klimi, morju in termomineralni vodi.

Vse terapije, ki jih nudimo v našem centru Terme & Wellness LifeClass, blagodejno vplivajo na zdravje, lepoto in dobro počutje vsakogar. Pri izbiri najprimernejših terapij, tako preventivnih kot kurativnih, ali pri resnejših trenutnih in preteklih zdravstvenih težavah vam bodo strokovno pomagali naši zdravniki, ki so opravili specializacije iz več področij (fizikalne medicine in rehabilitacije, dermatologije, ortopedije, akupunkturo, balneologije, itd.).

Fizikalna terapija je pomemben del splošne medicinske terapije in rehabilitacije. Cilj fizioterapije je vzdrževanje splošne telesne kondicije in povrnitev maksimalne gibljivosti ter odprava bolečin za čim bolj kakovostno življenje. Da pa to dosežemo, je potreben individualen pristop, natančna diagnoza, določitev čim bolj usmerjene in smiselne terapije ter tesno sodelovanje zdravnika, terapevta in pacienta« ([www.lifeclass.net/si/terme-wellness-lifeclass/medicinski-fizioterapevtski-center](http://www.lifeclass.net/si/terme-wellness-lifeclass/medicinski-fizioterapevtski-center)).

Opisan primer kaže na to, da se dejavnost medicinskega wellnessa tudi v Sloveniji uspešno razvija. Iz predstavitve lahko jasno sledimo uvajanjem teoretičnih smernic v prakso, preko upoštevanja lokalnih zdravilnih učinkov, ter vključevanje klasične medicinske stroke v ponudbo wellnessa kot turistične dejavnosti.



Slika 24: Masaža na plaži, Lifeclass hotels&spa

Vir: <http://www.lifeclass.net/si/galerija/hoteli-lifeclass> (14. 6. 2011)

## **4.2 ALTERNATIVNA MEDICINA IN WELLNESS V TURIZMU**

Kot smo se spoznali že v prejšnjem razdelku je v turistično ponudbo wellnessa aktivno vključena tudi alternativna medicina, o kateri bomo v naslednjih vrsticah spregovorili še bolj natančno.

Alternativna medicina se podobno kot tradicionalna – vzhodna medicina (kitajska, tibetanska, ajurveda ...) pojavlja kot nasprotje klasični medicini. Za razliko od te, ki je bolj usmerjena na

samo mesto bolezni oziroma poškodovani del telesa, alternativna medicina zajema celotno človeško osebnost, tako telesno kot tudi duhovno stran. Gre za tehniko, ki se kombinira s temeljnim, klasičnim medicinskim zdravljenjem.

Kljub izjemnemu napredku klasične medicine in mnogih uspehah, ki jih ta znanost vsakodnevno dosega se, kot odgovori na vprašanje, zakaj nekateri ljudje kljub vsemu prisegajo na alternativno obliko zdravljenja, pojavljajo določeni vzroki. Najpomembnejši med njimi je prav gotovo **čas**. Čas v smislu, da si alternativni praktiki vzamejo dovolj (več) časa in prisluhnejo človeku. Po drugi strani so alternativne praktike usmerjene k **sočutnosti**, zato ljudje alternativne zdravnike občutijo in doživljajo kot skrbne, čuteče, kajti tovrstni zdravilci se ne zanimajo zgolj za bolezen pacientov, ampak veliko pozornost posvetijo tudi njihovi osebnosti. Osnovna alternativna praksa je **dotik**, ki že sam po sebi pomeni osebno-intimno obravnavo, ki si je želijo mnogi posamezniki. Posebno veljavo nosita tudi **avtoriteta** in **karizma**, ki obkrožata praktike alternativne medicine, saj jim ljudje tudi zaradi teh dveh dejavnikov brez večjih težav slepo sledijo.

Alternativna medicina se v praksi pojavlja v štirih oblikah in sicer kot: fizikalne terapije, psihološke terapije, paranormalne terapije in paranormalne diagnostike. Da bi jih nekoliko bolje spoznali, v nadaljevanju predstavljamo vsako od teh oblik posebej.

**Fizikalne terapije** temeljijo na naravnem zdravljenju (prehrana in dieta, zdravljenje s solmi), zdravljenju z zelišči (zeliščarstvo, aromaterapija), homeopatiji, refleksologiji, vzhodnjaških terapijah (akupunktura), terapijah z vajami in gibanjem (joga) in senzoričnih terapijah (terapija z barvami, glasbo in likovna terapija).

**Psihološke terapije**, med katerimi je najbolj znana tehnika psihoterapija, ki se lahko pojavlja kot hipnoterapija. Tu so še terapije, kot so avtogeni trening, meditacija, ipd. Poznani pa sta tudi behavioristična terapija in humanistična psihologija.

**Paranormalne terapije**, med katere uvrščamo svetišča z zdravilno močjo, karizmatško zdravljenje, zdravljenje z rokami, radiestezijo, itd.

**Paranormalne diagnostike** sestavljajo metode kot so branje z dlani, astrologija, numerologija, ipd.

Alternativna medicina lahko turistični ponudbi prinese številne koristi, saj le-to obogati. Alternativni zdravilci se poleg tega pri zdravljenju pogosto naslanjajo na naravne in kulturne vire, ki jih nudi določeno okolje. Mnogi turistični ponudniki so uvideli te dejavnike in organizirali podporne dejavnosti (zdrava hrana v hotelski restavraciji, ureditev prostora za izvajanje terapije ali sprehajalnih poti v okolici ...). S stališča ekonomije je pojav dejavnosti alternativne medicine dobrodošel zlasti na tistih turističnih destinacijah, ki jih obiskujejo prehodni, enodnevni gostje. Znano je namreč, da prisotnost alternativnega zdravljenja pogosto vpliva na podaljšanje dobe bivanja v destinaciji, v kolikor so v kraju na voljo tudi namestitvene zmogljivosti.

Tradicionalna, vzhodna ali azijska filozofija zdravljenja se od uradne, klasične, nekateri ji pravijo tudi šolska medicina, razlikuje predvsem v naslednjih treh elementih:

1. Izhaja iz povsem drugačnih civilizacij in kultur: obstaja velik razkorak med zahodno in vzhodno kulturo, ideologijo in nenazadnje civilizacijo.
2. Uporablja drugačno terminologijo.
3. Izhaja iz drugačnih medicinskih predpostavk.

Sloves, ugled in priznanje v zahodnem svetu so si pridobile predvsem naslednje tri šole alternativne medicine: tradicionalna kitajska medicina, tradicionalna tibetanska medicina ter ajurveda. Vse tri igrajo pomembno vlogo tudi pri razvoju wellnessa kot turistične ponudbe.

Tradicionalno kitajsko medicino je zahodni (evropski) svet sprejel zelo pozno, saj je bila s strani Svetovne zdravstvene organizacije (WHO) priznana in priporočena šele leta 1979.

#### 4.2.1 Tradicionalna kitajska medicina

Tradicionalna kitajska medicina je zaradi svojih disciplin, kot so: akupunktura, zeliščarstvo, masaže, prehrana in sproščujoča telovadba izjemno zanimiva za zdravstveni turizem in ima s stališča trženja in povpraševanja velik potencial.

Tradicionalna kitajska medicina svojo prepoznavnost in koristnost za človeški organizem ter potencial za razvoj zdravstvenega turizma gradi na svoji **tradiciji**, saj obstaja skoraj toliko časa, kot sodoben človek, torej več kot 4.000 let, znanje pa se podobno kot pri religijah prenaša iz roda v rod. Za zdravljenje je najpomembnejša empirična metoda, ki vsebuje preventivne, diagnostične, terapevtske in rehabilitacijske vede, kot so: patologija (smer medicine, ki se ukvarja s preučevanjem bolezni človeškega organizma), kirurgija, ipd. Podobne smeri oziroma specializacije sicer pozna tudi sodobna klasična medicina. Obe veji medicine pa se bistveno razlikujeta v samem pristopu k zdravljenju bolezni.

Tradicionalna kitajska medicina namreč obravnava človeka kot celoto – človeško telo je sestavljeno iz organskih sfer (srce, vranica, pljuča, ledvice in jetra), ki so medsebojno povezane z omrežjem ožilja, po katerih se pretaka *biopotencial* (Qi – spada med življenjsko pomembne postavke človeškega telesa, kamor uvrščamo še kri in druge telesne tekočine). Od njegovega delovanja je odvisno delovanje celotnega organizma. Moteno gibanje energije oz. biopotenciala pomeni začetek bolezenskih težav ali motenj v delovanju posameznih funkcionalnih sistemov.

Po filozofiji tradicionalne kitajske medicine se v notranjih organih človeškega telesa nahaja **duša**. Pojav bolezni je posledica nepravilnega delovanja notranjih organov, ki so povezani z drugimi deli telesa kot so npr. oko, nos, itd. To pa pomeni, da se bolezni pojavljajo tudi na površini telesa. Zelo pomembna pa je tudi povezanost človeka z naravo in odvisnost človeka od njenih danosti (voda, kisik, hrana, toplota, svetloba). Zato morebitne spremembe danosti naravnega okolja neposredno-direktno in posredno-indirektno vplivajo na človeka in njegovo zdravje ter dobro počutje. Zaradi tega vpliva se je človek dolžan aktivno prilagajati naravnim spremembam, tako da nenehno krepi svoj organizem, ga utrjuje in s tem preprečuje vdor zunanjih škodljivih dejavnikov v telo, s čimer ohranja stabilno stanje v organizmu.

Steber tradicionalne kitajske medicine je filozofija taoizma – sestavljena iz **jina** in **janga** (dva sistema oz. pola, ki se po pomenu izključujeta, a hkrati dopolnjujeta). Dvopolni sistem pa dopolnjuje **teorija o petih elementih** – les, ogenj, zemlja, kovina in voda, ki se sicer ločujejo eden od drugega, vendar so hkrati med seboj tudi tesno povezani in tvorijo stabilno celoto. Tradicionalna kitajska medicina se naslanja na osem temeljnih metod zdravljenja. To so: potenje, bruhanje, odvajanje, čiščenje, zmanjševanje, uravnavanje, ogrevanje in krepitev. Če vzamemo za primer akupunkturo, kot eno najbolj razširjenih in poznanih disciplin tradicionalne kitajske medicine, lahko ugotovimo, da ta postopek temelji na metodah dodajanja in odvzemanja.

Na svetovnem spletu si je možno ogledati številne video posnetke in oddaje o akupunkturi, enega izmed njih si lahko ogledate preko naslednje povezave:  
<http://vizita.si/clanek/alternativno/s-tradicionalno-kitajsko-medicino-do-vecne-mladosti.html>, 23.2.2011.



Slika 25: Izvajanje akupunkture

Vir:

[http://www.provitalis.info/index.php?option=com\\_content&task=view&id=43&Itemid=50](http://www.provitalis.info/index.php?option=com_content&task=view&id=43&Itemid=50)  
(23. 12. 2010)

#### 4.2.2 Tradicionalna tibetanska medicina

Osnovo tradicionalne tibetanske medicine predstavlja ajurveda, ki jo bomo bolje spoznali v naslednjem razdelku, poleg tega pa vsebuje tudi nekatere elemente tradicionalne kitajske medicine. V zdravstveni turizmu to smer alternativne medicine vključujemo predvsem zaradi izjemnega **pomena duhovnosti**, ki se skriva v njej. Ta smer alternativne medicine posveča posebno pozornost in obravnavo letnim časom. V wellness centrih, ki ponujajo elemente tradicionalne tibetanske medicine se lahko prepustimo različnim obrednim kopelim, ponujajo pa tudi refleksologijo, več vrst masaž in akupunkturo, ki jo izvajajo s pomočjo kristalov ob souporabi zelišč ter mineralov.

Po prepričanjih tradicionalne tibetanske medicine se vse kar se dogaja v makrokozmosu, dogaja tudi v človeku. Makrokozmos oziroma okolje, ki nas obdaja, je sestavljeno iz petih prvin oziroma elementov: zemlje, vode, zraka, ognja in etra. Na zdravje človeškega telesa in duše pa poleg teh osnovnih elementov vpliva tudi pet agregatov: telo, čustva, (ob)čutenja, volja in zavest ter pet dihov: dih navzdol/izdih, dih izenačevanja toplote, prežemajoči dih, dih navzgor/vdih in dih, ki zadržuje življenje.

Tibetanska medicina uči, da je človeško telo sestavljeno iz sedemindvajsetih različnih delov. Med tem je pet organov čutenja, to so: nos, ušesa, oči, jezik in koža, ki človeku dajejo pet sposobnosti: vid, voh, sluh, okus, zaznavanje, šesta sposobnost pa je duševnost. Zaradi tega se diagnosticiranje v tibetanski medicini začne s podrobnim pregledom teh petih človeških organov.

Ena izmed tudi v turizmu najbolj uporabnih tehnik tradicionalne tibetanske medicine pa je meditacija. To je tehnika sproščanja, ki jo uporabljajo za doseganje samospoštovanja, samozavedanja in samouresničevanja.

### 4.2.3 Ajurveda

Ajurveda v dobesednem prevodu pomeni znanost življenja (*ajur*-življenje, *veda*-znanost, znanje). Ajurveda je sistem zdravljenja, katerega začetki so se razvili v Indiji pred več kot 5.000 leti. Od takrat dalje se znanje širi preko ustnega izročila. Začetniki te prvine tradicionalne medicine so bili jasnovidci, ki so opazovali temelje življenja in jih povezali v sistem. Znanje o življenju t.i. Ajurvedsko znanje so zapisali v obliki **suter** – jedrnatih poetičnih verzov v jeziku sanskrt, za katerega je značilno, da je zvočen jezik, ki odseva na dveh ravneh: v zunanjem znanju, ki ga predajajo učitelji, in v notranjem znanju ali intuiciji, ki je posledica izkušenj in uporabe tega jezika v življenju.

Podobno kot tradicionalna tibetanska medicina tudi ajurveda uči, da je kozmos sestavljen iz petih elementov: eter-duša, zrak, ogenj, voda in zemlja. Vendar po tej filozofiji našeti elementi predstavljajo pet stanj energije, ki jih vsak dan doživljamo v telesnem, duševnem in čustvenem življenju. Po ajurvedi zdravje ni samo odsotnost bolezni, ampak ravnovesje med telesom, umom in zavestjo. Posebej izpostavljen je pomen hrane za zdravje, zato se v sodobni turistični wellness ponudbi v okviru ajurvede poleg različnih tehnik in metod obravnave človeškega telesa uveljavlja v obliki močne povezave s hrano in prehranjevalnimi navadami.

#### Ajurvedska tradicija nas uči:

- Razumevanja, katera hrana je ustrezna in pripomore k homeostazi posameznika (Človek je tisto, kar jé).
- Kako hrano pravilno pripraviti, kako doseči kombinacijo razstrupljanja telesa.
- Prehranjevalnih navad na način, kako doseči čim večjo prehrambeno vrednost tega, kar zaužijemo.
- Poznavanja lastne konstitucije, saj je le to prvi korak pri ugotavljanju neravnotežij, ki povzročajo različne bolezni.

Ajurveda opisuje popolnoma zdravega človeka kot: »**Popolnoma zdrav človek je zadovoljen človek, srečno bitje, polno energije, z bleščečimi lasmi, bistrimi očmi, sijočo poltjo in prijetnim vonjem vsega telesa.**«

V ajurvedskem zdravljenju se uporablja zelišča, pančakarma, sirodara, masaža, obdelava točk ali marma (podobno akupresuri), terapija s kristali in dišavami, glasba, petje, meditacija, joga in uravnotežanje energij.

Dejavnosti v okviru ajurvede zadnja leta v wellness turizmu postajajo modni trend. In že smo priča diferenciranju ponudbe. Tako dandanes ajurveda v zdravstvenem turizmu že predstavlja posebno zvrst. V okviru teh dejavnosti je turistu omogočeno, da si sam obnavlja in pridobiva energijo elementov, ki mu jih primanjkuje: npr. zraka z vonjanjem rastlin, ognja z izpostavljanjem jutranjemu soncu, vode s pitje čiste vode, etra z opazovanjem neba in zvezd ter zemlje z boso hojo po zemlji.

Ajurveda pa vpliva tudi na naše vsakdanje življenje in ne le na turistično ponudbo, saj jo lahko obravnavamo kot skupek nasvetov, s katerimi si pomagamo pri izbiri najbolj primerne lokacije za hišo, določimo razporeditev prostorov in ugotovimo, kateri minerali in barve nam najbolj ustrezajo. Največje bogastvo ajurvede pa se skriva v nasvetih, ki jih ponuja v okviru kulinaričnih užitkov in smernic, katera hrana je za vsakega posameznika najbolj primerna.



Slika 26: Elementi Ajurvede

Vir: <http://www.bioteka.lt/?p=640> (13. 5. 2011)

Ajurvedske nasvete že upoštevajo mnogi načrtovalci turističnih objektov in destinacij pri načrtovanju in izgradnji turističnih objektov, v primerih ko se odločajo o izbiri lokacije in razporeditvi posamezne ponudbe, opremljanju objektov (izbira ustrezne barve in primernih materialov), postavitvi objektov glede na strani neba, določanju razporeditve terapevtskih luči (npr. v bio savni), izbiri vonjav in barv v restavraciji, razporeditvi inventarja, izbiri kuhinjske opreme in tehnologiji priprave hrane.

V nadaljevanju pa bomo spoznali še enega izmed ključnih elementov tradicionalne vzhodne medicine, to so čakre.

#### 4.2.4 Čakre

V tradicionalnem jeziku sanskrt ta izraz pomeni *kolo*. Čakre pa lahko opišemo tudi kot energijske vrtince. Poznamo sedem glavnih čakrer, ki povezujejo subtilna-namišljena telesa v človeškem organizmu, preko katerih v fizično telo prehaja v prana (prevedeno iz kitajskega jezika je to univerzalna energija či oz. organska energija). Razporeditev čakrer povzema barvni spekter svetlobe, ki nastane ob mavrici.

Čakre so energetski centri, ki vplivajo na vitalnost, moč in strast (1. čakra), inspiracijo, ustvarjalnost 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 in inteligenco (7. čakra).

Z vidika wellness turistične ponudbe, ki je namenjena predvsem sprostiti in dobremu počutju, je pomembno upoštevati vpliv posameznih barv na počutje in telo, pri ponudbi različnih tehnik in metod sproščanja pa pomen posameznih **manter** – skrivnostnih energij, ki jih prinašajo različni zvoki.

V okviru medicinskega wellnessa je pomembno poznavanje vpliva posameznih čakrer na telesne organe, telesne sisteme in žleze. Kajti kaj hitro se zgodi, da z napačno terapijo ali napačno izvedbo terapije dosežemo nasprotni učinek od zelenega, ali pa učinka ni, kar pa na promocijo wellnessa kot turistične dejavnosti vpliva izjemno negativno.



Slika 27: Čakre

Vir: <http://altera.si/unlimitpages.asp?id=14> (23. 2. 2011)

#### 4.2.5 Radiesteziija

Osnovno načelo prakse radiesteziije je: »**Vsaka misel je energija.**«

Radiesteziija je paranormalna sposobnost (izven čutne zaznave, telepatija, pogled v prihodnost, čutenje aure, zdravilne moči) specialista radiesteziije, da iz univerzalnega kozmičnega polja prikliče informacijo, ki jo zabeleži radiestezijski instrument – nihalo v obliki simbola.

Beseda radiesteziija izhaja iz grške besede, ki pomeni občutljivost in latinskega izraza za žarčenje. To je splošno ime za iskanje sevanj izven elektromagnetnega polja z **nihalom**, velikokrat imenovanim s preprostimi besedami *bajalica*, *L antenami* in **biotenzorjem**. Radiesteziija je zelo stara veda, njene osnove pa so se do danes zgolj minimalno spremenile, tako so še dandanes v uporabi nihala enake oblike, kakršna so našli v grobnicah starega Egipta.

Mnogo držav je radiosteziijo priznalo kot uradno vedo, v nekaterih državah pa je njen pomen izjemen, saj morajo pred gradnjo javnih objektov k gradbenemu dovoljenju obvezno predložiti potrdilo o radiestezijskem pregledu zemljišča. Tak zakon velja na primer v Švici.

Veda govori o tem, da **vsako dejanje ali dogodek pusti energetski informacijski zapis**. Sposoben radiesteziist vam tako lahko s pomočjo nihala, ki zaznava energetski informacijski zapis, odgovarja na vprašanja. **Radiesteziijo se sicer uporablja pri iskanju vode, rudnin, nafte, izgubljenih predmetov, izginulih oseb**, kot tudi pri **diagnosticiranju, uravnavanju energetskega stanja človeka, ugotavljanju koristnosti zdravil, čajev, vode, živil in odkrivanju sevanj** (Hartmanova mreža ...).

## 4.2.6 Zdravljenje s kristali

Zdravljenje s kristali je terapija, ki govori o tem, da je vsak kamen ubran z določenim žarkom in ima posebno vlogo, oddaja vibracije, ki imajo zdravilne moči. Dragocenejši kot je kamen, močnejše energijsko polje ustvari in bolj nas polni s kozmičnimi močmi, ki sevajo v naše okolje.

Kamni lahko pritegnejo pozitivne energije in preženejo negativne, njihove zdravilne energije pa sprejemamo tako, da jih nosimo v obliki nakita ali jih imamo blizu telesa. Za zdravljenje lahko uporabljamo obdelane in neobdelane kamne, ki pa se po svoji zdravilni moči ločijo. Zglajen in obdelan granat, denimo, je bolj blagodejen kot neobdelan. Kamne, ki si jih izberemo, nosimo v tesnem stiku s kožo, da lahko telo vsrkava njihove zdravilne lastnosti.

Metode zdravljenja s kristali, katere kristaloterapevti med seboj sicer pogosto kombinirajo, so naslednje: **priprava zdravilnih napitkov** iz vode, v katero za nekaj časa položimo ustrezen kristal, **priprava masažnih olj**, obogatenih z vibracijo kristalov, **polaganje barvno ustreznih kristalov na čakre** (kot smo se že naučili, so čakre energetski centri našega telesa, poznamo sedem osnovnih čakrer), **masaža s kristali** in **pritiskanje ustreznih kristalov na refleksne točke**, **zdravljenje s kristalno energijsko palico**, **metoda dveh kamenih strel**.



Slika 28: Kristali

Vir: <http://www.mychi.si/index.php?option=content&task=view&id=92> (13. 5. 2011)

Poleg tega je možno v kristale zavestno vtisniti tudi določene informacije (npr. s pomočjo računalnika in energijske naprave). V nadaljevanju pa navajamo primer delovanja terapije polaganje barvno ustreznih kristalov na čakre.

Učimo se iz prakse!

Primer:

**Terapije, polaganje barvno ustreznih kamnov na čakre**

**ZDRAVILNI KAMEN:**

AMETIST je prozoren kristal v barvnih odtenkih od svetlo do temno vijoličaste.

**ZDRAVILNA METODA:**

Ta kamen polagamo na ČELNO čakro.

**ZDRAVILNE LASTNOSTI:**

- naravno pomirjevalo, lajša fizične čustvene in psihične strese,
- pomaga pri premagovanju želje po prekomernem vdajanju alkoholu in hrani,
- blaži glavobole in pomaga preprečevati nespečnost in nočne more,

**UPORABA:**

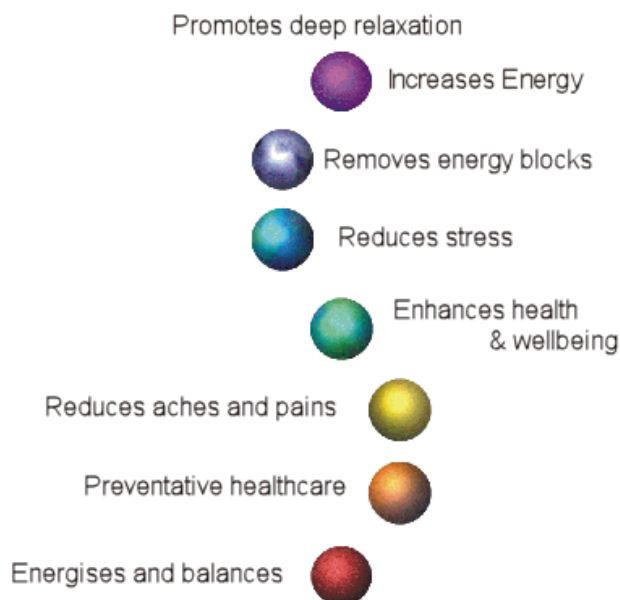
Ta kamen uporabite za premagovanje jeze, strahu in zaskrbljenosti ter za blaženje žalosti in potrnosti.

#### 4.2.7 Celostni reiki

Je sistem zdravljenja s polaganjem rok in dotikom na človeška ali živalska telesa, kar naj bi prineslo olajšanje in blažilo bolečine. Človeški dotik namreč izžareva toploto in prinaša zdravje. Izraža pa tudi skrb in ljubezen. Npr. kadar psa ali mačko nekaj boli, si obliže boleče mesto – v to dejanje žival žene nagib. Človek si v takem primeru na to mesto podzavestno položi dlan. To je osnova za vse zdravilske tehnike z dotikom. Živo telo, bodisi človeško ali živalsko, izžareva toploto in energijo. Ta **energija je življenjska sila**, za katero obstajajo različni izrazi, kot so: mana, orenda, ruah, či ...

Pri energiji življenjske sile, ki ji pravimo **reiki**, ima človek, ki je uglašen za reikijskega zdravilca, odprte in očiščene vse telesne energetske kanale. Tak človek prejema več **življenjske energije**, ki jo lahko daje svojim pacientom. Za zdravljenje samega sebe pa se poveže z virom vesoljne energije imenovane *či* oziroma *ki*. Ko se z iniciacijo naše srce odpre za brezpogojno ljubezen, pridobimo sposobnost, da pridemo v stik s svojo dušo. Duša pa ima dostop do vseh informacij, ki so za naše zdravje in življenje potrebne, da lahko živimo tako kot hočemo. S pomočjo reiki energije vplivamo na naše misli, čustva in s tem spreminjamo informacije v celicah, ki pripeljejo do ozdravitve.

**S pomočjo reikija lahko** vzpostavimo povezavo božansko – zemeljsko, naše srce odpremo za ljubezen, celostno zdravimo naše telo, povečamo energijo v telesu, vzpodbujamo naravne obrambne sposobnosti organizma, razstrupljamo naše telo in obenem sproščamo energijske blokade, spodbujamo samozdravljenje in duhovni razvoj, izboljšamo psihofizično stanje, izboljšamo imunski sistem, sproščamo mišice in živčne napetosti, povečamo samozaupanje in samozavest, lajšamo bolečine in stres, pomladimo naš organizem, povečamo kreativnost, olajšamo izvedbo zelenih sprememb v življenju, pridobimo moč za prenos energije na daljavo, z energijsko podporo lajšamo obdobja po morebitni operaciji ali poškodbi (<http://www.pesem-duse.com/reiki-tecaj,48.html>, 6. 4. 2011).



Slika 29: Stopnje globoke sprostitve

Vir: <http://whitewolve.com/alternative/reiki/reiki2.html> (15. 5. 2011)

Več o reikiju najdete na zgornji spletni strani, na video portalu pa si lahko ogledate tudi video vsebine (<http://www.youtube.com/watch?v=xpT5MrD44wM>, 6. 4. 2011).

## POVZETEK

V tem poglavju smo spoznali različnost turističnega produkta wellnessa, ki je nastal kot posledica uvajanja treh različnih vej medicine. V prvi vrsti govorimo o klasični medicini, ki se uspešno uveljavlja v wellness turizmu. Klasična medicina je izgrajena na teorijah, ki se osredotočajo le na fizični del bolezni. V tem pa se bistveno razlikuje od alternativne medicine, ki v zdravljenje vključuje celostno osebnost, tako človeško telo kot duševnost. Iz razlik izhaja tudi različnost pojavljanja teh dejavnosti v turizmu. Najbolj razkošno se v turistične dejavnosti wellnessa komponirajo elementi klasične medicine v wellness centrih v ZDA. Tudi v evropskih termalnih centrih je prisotnost strokovnjaka medicinske stroke že močno uveljavljena. Tem smernicam uspešno sledimo tudi v Sloveniji. Trženje dejavnosti alternativne in tradicionalne vzhodne medicine v turizmu pa je nekoliko težje, saj uspehi tovrstnega zdravljenja niso znanstveno dokazljivi, prav tako nekatere prakse, ki izhajajo iz teh filozofij zdravljenja, niso točno opredeljene in jih vsak posamezni zdravilec ali terapevt izvaja po svoje. Vendar kljub temu so se uveljavile nekatere dejavnosti, kot so akupunktura – njene koristi je spoznala tudi klasična medicina, joga, meditacije, aromaterapija, različne vrste masaž. Tovrstne terapije so v prvi vrsti namenjene sproščanju človeškega telesa in duha, kar pa je eno izmed glavnih poglavji filozofije wellnessa, zato ni čudno da se tako dejavnosti alternativne kot tradicionalne medicine dandanes uspešno integrirajo v storitve kot tudi v infrastrukturo wellness turizma, saj čedalje številčnejši načrtovalci turističnih wellness objektov pri snovanju upoštevajo priporočila tradicionalnih medicinskih dejavnosti. Dejavnosti, kot so radiestezijska, zdravljenje s kristali in celostni reiki že segajo iz okvirja wellness turizma v vsakdanje življenje. Njihove dobrohotne učinke izkorišča vse več ljudi, zato jih na kratko predstavljamo tudi v našem učbeniku.

---

Koristno je le trajno (wellness) znanje, zatorej ponovimo!

### Vprašanja za preverjanje:

1. Pojasnite razliko med klasičnim-sprostitvenim in medicinskim wellnessom.
2. Kaj opredeljuje pojem SPA?
3. Pojasnite razlike v turistični ponudbi medicinskega wellnessa v ZDA in Evropi.
4. Opišite medicinsko ponudbo wellnessa v Sloveniji.
5. Zakaj se mnogi odločajo za uporabo alternativnih oblik medicine?
6. Razložite pojma paranormalna diagnostika in paranormalna terapija.
7. V čem se razlikuje klasična medicina od tradicionalnih filozofij zdravljenja?
8. Opišite filozofijo tradicionalne tibetanske medicine.
9. Kako lahko za izboljšanje počutja v vsakdanjem življenju uporabimo tehnike ajurvede, reikija in zdravljenja s kristali?

## 5 WELLNESS TURIZEM V OKVIRU ZDRAVILIŠKEGA TURIZMA

*Kot smo že ugotovili, je, ko govorimo o turistični wellness ponudbi, dilema, kdaj je wellness turizem tudi zdraviliški, stalno prisotna. V tem poglavju bomo nanizali še nekaj dodatnih dejstev s področja wellness turizma. Bolj obširno pa bomo spregovorili o zdraviliškem turizmu na splošno ter posebej o razvoju le tega v Sloveniji. Ker se wellness turizem pri nas v veliki meri razvija v okviru zdraviliškega turizma, je to za poznavalce wellnessa in vse tiste, ki to, tudi preko prebiranja našega učbenika, želite postati, zagotovo edinstvena priložnost. Pričakovati je namreč, da se bo vse več slovenskih zdravilišč začelo aktivno ukvarjati prav z wellnessom, nekatera zdravilišča pa to že počnejo, saj je nekdaj klasičnih zdraviliških gostov, katerih rehabilitacijo pokriva javni zdravstveni sistem, vse manj.*

### 5.1 ZDRAVILIŠKI TURIZEM

Zdraviliški turizem spada med **najstarejše oblike turizma**, saj se je začel razvijati skupaj z **balneologijo** (znanost o kopelih, zdravilnih vodah in njihovi kemični sestavi ter učinku na človeški organizem, izraz izvira iz latinskih besed balneo-kopati in logos-raziskovati). Zdraviliški turizem je sicer v nekoliko drugačni obliki kot danes, obstajal že v času **Rimljanov**. Takrat so bogati obiskovali terme zaradi toplih vrelov, počitka, zabave in posla. Zdraviliški turizem je skupek ponudbe **naravnih termalnih in mineralnih voda, zdravilnega blata, zdravilnega podnebja**, ipd.

Zdraviliški turizem definirajo kot:

Skupnost odnosov in pojavov, ki s spremembo kraja spodbujajo, stabilizirajo in vzpostavljajo telesno, duševno in socialno dobro počutje z uporabo zdravstvenih storitev.

Iz definicije sledi, da gre pri zdraviliškem turizmu za povezavo pomembnih značilnosti, kot so: bivanje zunaj kraja domovanja, učinkovanje naravnih zdravilnih sredstev ter motiv gosta, ki je povezan z zdravjem. Ta definicija obenem temelji tudi na **definiciji turizma**, ki jo je kot uradno postavila Svetovna turistična organizacija (UNWTO-World Tourism Organization).

Zdraviliški turizem je **stabilna oblika turizma**, kajti zdravljenje je nujna potreba vsakega posameznika in obsega naslednja področja oziroma dejavnosti: **kurativni rehabilitacijski, preventivni zdraviliški turizem, zdraviliški turizem kot del drugih oblik turizma** (počitniški, seminarski, igralniški turizem ...) in **medicinski wellness** (medical wellness).

Če se spomnimo Kaufmannove definicije wellness turizma, o kateri smo govorili v prvem poglavju, ugotovimo, da med ponudbo wellness turizma in zdraviliškega turizma sicer obstajajo fizične razlike, ki pa jih pogosto zelo težko prepoznamo. Zato je pomembno, da se zavedamo filozofije obeh tipov turizma, ki pa ni enotna. Zaradi tega ti dve vrsti turizma tudi ločujemo. **Zdraviliški turizem** deluje in učinkuje na podlagi različnih **naravnih zdravilnih sredstev**, ki so specifična in jih ne moremo prenesti v druga okolja. **Wellness turizem** pa gradi svojo ponudbo na **holistični, torej celostni obravnavi** zdravja in temelji na visoki kakovosti storitev, individualni obravnavi posameznika, raznolikosti, kreativnosti, novih kulturah in filozofijah ter uživanju oz. hedonizmu.

Z zdravilišči pa je povezan tudi pojem zdraviliškega kraja, kajti nobeno zdravilišče se ne more nahajati v kraju oziroma destinaciji, ki že sama po sebi nima zdravilnih učinkov. Zato je Mednarodno združenje za balneologijo in klimatologijo – **FITEC** (Federation Internationale du Thermalisme Et du Climatisme) določilo **minimalne pogoje oz. standarde** za proglasitev nekega kraja ali ustanove z nazivom **zdravilišče**. Ti pogoji so usmerjeni v naslednje elemente:

1. Okolje zdravilišča je **sprostitutveno-rekreacijsko območje**, kjer so vzpostavljeni določeni predpisi.
2. **Infrastruktura**, kjer je poudarek na neoporečni oskrbi z naravnimi zdravilnimi sredstvi.
3. Značilno **arhitekturno in namensko oblikovanje objektov**, kjer so osrednji zdraviliški objekt, klinični objekti in naprave, sanatoriji ter terapevtske naprave.
4. Posebej predpisana **logistična infrastruktura**, ker mora biti zdravilišče odmaknjeno od glavnih prometnih poti.
5. Prisotnost ustreznih **zdravstvenih strokovnjakov**.
6. **Bivalno okolje**, ki ustreza bolnikom in preventivnim gostom.
7. **Možnost prehranjevanja** (normalna in dietna prehrana).

Glede na že napisano lahko ugotovimo, da je zdravstveni turizem dejavnost s posebnimi značilnostmi, ki se razlikujejo od ponudbe klasičnih turističnih destinacij. Te posebnosti predstavljamo v nadaljevanju.

## 5.2 SPECIFIČNOSTI ZDRAVILIŠKEGA TURIZMA

Specifičnosti zdraviliškega turizma, oziroma, kot jih imenuje Planina, posebnosti zdraviliškega turizma, ki so naslednje (v: Gojčič, 2005, 77):

1. Glavni del ponudbe in povpraševanja na trgu zdraviliškega turizma predstavljajo **zdravstvene storitve**.
2. Ponudba je odvisna od potreb po zdravstvenih storitvah in od razpoložljivih finančnih sredstev, **ne** toliko **od cene** zdravstvenih storitev (cenovna elastičnost tovrstnega povpraševanja je bistveno manjša kot pri klasičnih turističnih storitvah).
3. Zdraviliško turistična **ponudba je izrazito toga** (visoki stroški za izgradnjo infrastrukture in opreme, omejenost na termalno območje).
4. **Nekoč** so bila **sredstva zdravstvenega zavarovanja osnovni vir financiranja** stroškov zdraviliškega zdravljenja, **dandanes delež pada** na račun individualnega, samostojnega plačevanja zdraviliških gostov, ki gredo v zdravilišče tudi na dopust, oziroma brez zdravniške napotnice, ki omogoča brezplačno koriščenje storitev.
5. **Povprečna doba bivanja** v zdraviliščih **je bistveno daljša** kot v klasičnih turističnih destinacijah. Zlasti zaradi tega, ker dobo bivanja pacientom predpišejo zdravniki, ta pa je praviloma daljša od tiste, ki jo ljudje namenjamo dopustu.
6. **Sezonska nihanja so manjša** iz enakega vzroka, kot smo ga ugotovili v prejšnji točki. Sezonskost, namreč, s strani zdravstva predpisanem zdravljenju ni vpliven faktor.
7. **Izkoriščenost zmogljivosti je vse večje**, kar izhaja iz togosti in visokih stroškov vzdrževanja zdraviliške turistične infrastrukture. Tržniki se namreč kljub stalnemu povpraševanju s strani zdravstva napotenih gostov trudijo napolniti zdraviliške hotele s tržnimi gosti, oziroma gosti, ki bivanje plačajo sami. Obenem pa je posamezno zdravilišče tudi specializirano za zdravljenje določenih bolezni ali poškodb, zato ponudba običajno zaostaja za povpraševanjem, ni pa nujno.

Značilnosti in specifičnosti zdraviliškega turizma pa ne raziskujejo zgolj slovenski teoretiki, pač pa tudi drugi strokovnjaki po svetu. S. E. Spivack je identificiral pomembnost in specifičnosti zdraviliškega turizma in ugotovil, da zdraviliški turizem pomaga državam in krajem **oblikovati in dopolnjevati splošno turistično ponudbo** in izboljšuje **položaj destinacij** na stalno spreminjajočem se turističnem trgu. Zajema *goste* z **višjim socialno ekonomskim statusom**, zato lahko prispeva k **večji** povprečni **porabi** na gosta. Zdravstveni turizem ima poleg dejavnosti križarja **največji delež stalnih gostov**, ki znaša tudi do 69 %. Te dejavnosti omogočajo hitro **obnavljanje obstoječih zmogljivosti**, kar pozitivno vpliva na **ekonomski položaj okolja** ali države. Zdraviliški turizem **spodbuja zaposlovanje** lokalnega prebivalstva in s tem izboljšuje socialno-ekonomski položaj območja ali države. Lahko

prispeva tudi k **vzdrževanju značilnosti okolja** in ohranjanju naravnih virov (kot so naravni vrelci, jezera, morja) in pripomore k **zmanjševanju zdravstvenih stroškov**, ki v državni strukturi BDP neprestano naraščajo.



Slika 30: Terme Olimia v Podčetrtku

Vir: <http://www.terme-olimia.com/si/hotels/gallery/?id=224> (14. 6. 2011)

Ob napisanem se moramo zavedati, da je vsako okolje, kjer preučujemo zdraviliški turizem, specifično. Spivack je preučeval ponudbo zdraviliškega turizma v Ameriki, zato nekatere navedene značilnosti ne veljajo popolnoma tudi za naše razmere, oziroma je njihova pomembnost bistveno manjša. Kolikšen pa je pomen zdraviliškega turizma? O tem govorimo v nadaljevanju.

### 5.3 POMEN ZDRAVILIŠKEGA TURIZMA

Pomen lahko opredeljujemo z različnih zornih kotov. Enega od njih opisuje Gojčičeva, ki piše: »Zdraviliška turistična ponudba zaradi svoje heterogenosti zagotavlja najboljšo izkoriščenost zdravilnega sredstva, izkoriščenost zdraviliško-turističnih objektov in dopolnilnih objektov v zdravilišču ali zdraviliškem kraju. Na drugi strani pa je zaradi svojih osnovnih značilnosti – **nepremičnosti in potrebi po velikih vloženi osnovnih sredstvih relativno tvegan dejavnik razvoja**«.

**Nepremičnost zdraviliško turistične ponudbe** se izraža v vezanosti zdravilišč na naravna zdravilna sredstva, ki ponavadi sicer niso omejena. Niso pa tudi neomejena. Nenadne klimatske spremembe, ki so za enkrat sicer redke, toda z globalnim onesnaževanjem okolja vse pogostejše lahko zdravilišču v hipu vzamejo zdravilno sredstvo in tako povsem razvrednotijo obstoj ter smisel zdraviliške dejavnosti in infrastrukture, ki pa praviloma predstavlja velik vložek. **Velika investicijska sredstva** so namreč potrebna za izgradnjo in opremo prenočitvenih in zdravstvenih zdraviliških zmogljivosti.

Nemški teoretik Maschke je definiral **področja**, ki jih zajema **zdraviliško-turistična ponudba**. Ta so: **zdravstvene storitve** (kopeli, inhalacije, masaže, itd.), **prenočitvene zmogljivosti**, ki so temeljni del ponudbe zdravilišč oz. zdraviliških krajev, **prehrana gostov**, **športno-rekreacijski objekti**, **ustvarjanje zdraviliške klime** (zdraviliški park, predavanja strokovnjakov), ter **posebne prireditve** (kulturne in športne prireditve, zabavni programi, kongresi ...).

Vsa ta področja dajejo zdraviliško-turistični ponudbi razsežnosti, ki jih v drugih dejavnostih srečamo le redkokdaj. Gre za celostno ponudbo zdraviliškega kraja oziroma destinacije. Povpraševanje po tovrstnih storitvah pa nastaja tako na podlagi same turistične ponudbe, kot tudi kakovosti in turistične privlačnosti okolja, oziroma stopnje vplivnosti zdravilnega sredstva. Obenem mora biti zdraviliško-turistična ponudba kompleksna in prilagojena potrebam in željam specifičnih gostov, katerih glavni motiv je nesporno **zdravje** oziroma natančneje **ohranitev zdravja** v smislu preventivnega bivanja, okrevanja po poškodbi ali bolezni ter izboljšanja ali krepitve zdravja.

#### 5.4 OBLIKOVANJE ZDRAVILIŠKO-TURISTIČNE PONUDBE

Vprašanje, ki se pojavlja kar samo po sebi je, kako glede na vse to (napisano v prejšnjih razdelkih) oblikovati zdraviliško-turistično ponudbo.

Vsako zdravilišče posebej mora ugotoviti in razdelati motive gostov na posamezne specifike. Kot smo ugotovili v prejšnjem poglavju je glavni motiv gostov v zdravilišču povezan z zdravjem. Vseeno pa to ni dovolj uporaben podatek. Za kvalitetnejšo pripravo moramo poznati specifične potrebe gostov oziroma se specializirati. Na primer na poškodbe sklepov, revmatične bolezni, srčno žilne težave ali probleme dihalnega sistema. Na ta način definiramo tako obstoječe, kot tudi ciljne skupine gostov oziroma določimo tržne segmente.

Pri kreiranju ponudbe pa si lahko pomagamo tudi z že obstoječimi razdelitvami gostov v zdraviliščih. Kasper (1999) na primer goste deli na sledeče skupine:

- 1) **Zdraviliški gostje v ožjem pomenu** – njihov osnovni motiv za bivanje je zdravljenje.
- 2) Gostje, katerih osnovni motiv obiska je **oddih in dopust**.
- 3) **Prehodni zdraviliški gostje** so tisti obiskovalci, ki v zdravilišče pridejo z namenom **udeležbe na seminarjih, kongresih** in podobnih dogodkih, za katere vemo, da jih prireja vse več zdravilišč, prav tako je tovrstnim dogodkom prilagojena infrastruktura (kongresne dvorane, itd.).

Pri oblikovanju zdraviliško-turistične ponudbe pa je ob potrebah posameznih ciljnih skupin gostov potrebno upoštevati tudi dejavnike okolja naravnih zdravilišč. Te dejavnike delimo v dve skupini, in sicer na **dejavnike širšega in ožjega okolja** zdravilišč.

**Za dejavnike širšega okolja zdravilišč je značilno, da dolgoročno in strateško** vplivajo na delovanje zdravilišč (zdravilišča navadno ne morejo vplivati nanje). V to skupino uvrščamo: **Gospodarske dejavnike**, ki vplivajo na ponudbo in povpraševanje v zdraviliščih. **Politično-zakonodajne** dejavnike, katerih vpliv se kaže preko zakonov in drugih uradnih aktov, ki določajo politiko države in destinacije (v primeru Slovenije, po navadi občine). **Tehnološke dejavnike**, ki označujejo tehnično opremljenost zdravilišč in razvoj novih zdraviliških storitev. O tem se običajno odloča na ravni destinacije, posamezno zdravilišče največkrat ni dovolj finančno močno, da bi izpeljalo večje investicije, zato je potrebna podpora državnih inštitucij v regiji in drugih gospodarskih subjektov. Zdravilišče pa je praviloma pobudnik tovrstnih projektov. **Demografski dejavniki** se nanašajo na povprečno starost prebivalstva v državi. Starejše kot je prebivalstvo, več zdraviliških dejavnosti praviloma potrebujemo v neki državi. **Dejavniki naravnega okolja** predstavljajo naravne zdravilne danosti nekega kraja. **Socialno-kulturni dejavniki** pa določajo obnašanje, zunanji videz in druge značilnosti gostov, povezane s kulturo, kateri pripadajo in statusom, ki ga imajo.

**Dejavnike ožjega okolja** so tisti, na katere zdravilišče **lahko vpliva**, saj se **neposredno dotikajo poslovanja in delovanja** zdravilišča. Kot tovrstne dejavnike opredeljujemo:

**Uporabnike**, kupce oz. potrošnike zdraviliških storitev, takrat ko gre za samoplačniške goste. **Konkurente**, tako obstoječe kot potencialne, ter **dobavitelje**, od katerih smo dnevno odvisni, saj od njih kupujemo artikle, ki jih nudimo gostom.



Slika 31: Blejski vintgar, kot naravna danost  
Vir: <http://www.bled.si/default.asp?id=19> (14. 6. 2011)

Pot do kvalitetne zdraviliško-turistične ponudbe je torej izjemno zahtevna. Podlago za njen nastanek morajo v prvi vrsti ustvarjati naravne danosti. Za njen razvoj pa je potrebno korektno vedenje do vseh subjektov v bližnjem okolju, ter dobro poznavanje dejavnikov, na katere sicer ne moremo vplivati, vedno pa se jim lahko prilagodimo. Če pomislimo na značilnosti, ki določajo wellness turistično ponudbo, bomo ugotovili, da se tovrstna ponudba le minimalno razlikuje od zdraviliško-turistične ponudbe. Vendar moramo kot poznavalci wellnessa te razlike nazorno poznati. Zato naslednje poglavje posvečamo prav tej tematiki.

## 5.5 RAZLIKA MED ZDRAVILIŠKIM IN WELLNESS TURIZMOM

Kot rečeno wellness počitnice močno spominjajo na zdraviliške počitnice. V zdravilišču lahko gostje preživljajo preventivne počitnice, ki jih financirajo zdravstvene zavarovalnice, pa tudi wellness počitnice, ki jih financirajo sami. Zato oba tipa gostov uvrščamo med zdraviliške goste, kajti oboji zahtevajo podobno ponudbo. Razlike med njimi pa je moč sprevideti zlasti preko motivov obiska in načinov plačila storitev. Naslednja preglednica (slika 32) nam podaja različne segmente turizma s poudarkom na zdravstvenem in wellness turizmu.



Slika 32: Razmejitve turizma s poudarkom na zdraviliškem turizmu  
Vir: Kaufmann 1999, (v: Gojčič, 2005, 102)

Še bolj specifične razlike med zdravstvenim in wellness turizmom ter promocijo zdravja pa lahko razberemo in naslednje tabele 2.

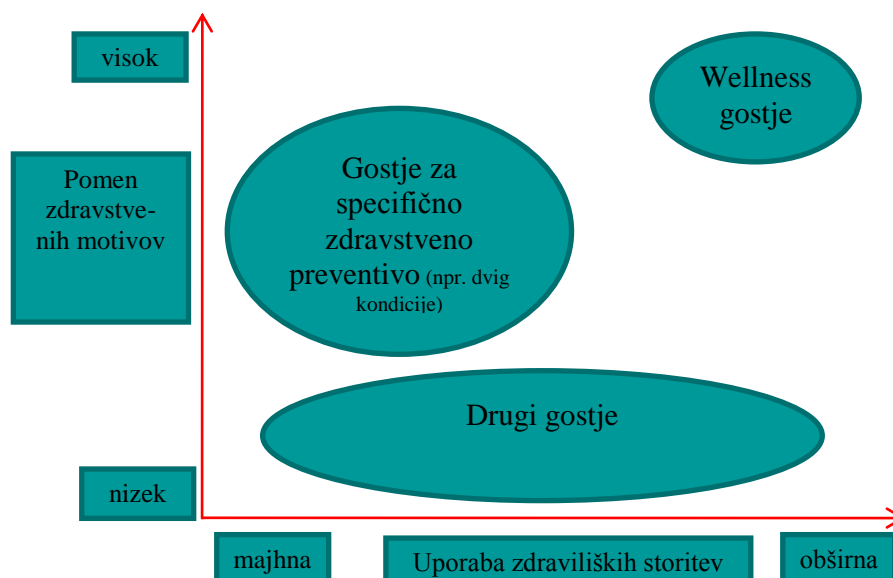
Tabela 2: Razmejitvena merila med zdravstvenim in wellness turizmom

Merila	Zdravstveni turizem	Wellness turizem
Gost	Bolan	Zdrav
Motivi	Zdravljenje, lajšanje, blažitev, sekundarna in terciarna preventiva	Promocija zdravja, primarna preventiva
Cilji	Zdravnik bolnikom posebej definira cilje.	Gibanje, prehrana, sprostitvev, duševne aktivnosti
Ponudba	V ospredju je medicinska oskrba.	Gibanje, prehrana, sprostitvev, duševne aktivnosti
Odločitve	Zdraviliško mnenje	Samostojna ponudba, prostovoljnost
Dolžina bivanja	Po navadi najmanj 3 tedne	Pogosto samo ob koncih tedna ali 1 do največ 2 tedna
Financiranje	Večinoma iz osnovnega oziroma dodatnega zavarovanja	Prevladujejo samoplačniki ali delno dodatno zavarovanje

Vir: Kaufmann 1999, (v: Gojčič, 2005, 103)

**Preventivni zdraviliški turizem**, kamor spada tudi **wellness turizem** je namenjen zadovoljevanju **motivov gostov**, ki želijo **primarno ohraniti ali okrepiti svoje zdravje s ciljem pozitivnega vpliva na njihov življenjski slog in vedenje**. V nasprotju s tem sta **zdravljenje in rehabilitacija** namenjena predvsem bolnikom, čeprav se delno navezujeta na zdravstveno preventivo, vendar na sekundarni ravni (zgodnje odkrivanje in obravnavanje bolezni) in terciarni ravni (preprečevanje napredovanja bolezni). Glede na te ugotovitve lahko definiramo različne tipe gostov in jih razdelimo po vrsti povpraševanja po zdraviliških storitvah. Določimo lahko naslednje skupine: **uporabniki wellnesa, gostje za specifično zdravstveno preventivo, drugi gostje**.

Slika 33 nazorno prikazuje to razdelitev.



Slika 33: Razmejitev uporabnikov wellnesa do drugih gostov v zdravilišču

Vir: Kaufmann 1999, (v: Gojčič, 2005, 104)

Ko smo se nadrobno seznanili z razlikami med zdraviliškimi in wellness gosti, si v nadaljevanju pogledajmo stanje zdraviliškega in wellness turizma v Sloveniji.

## 5.6 ZDRAVILIŠKI IN WELLNESS TURIZEM V SLOVENIJI

Zdraviliški turizem v Sloveniji ima bogate korenine. Nekaj mlajši, a zato nič manj perspektivnejši z vidika razvoja, pa je tudi wellness turizem. Pa pojdemo lepo po vrsti.

### 5.6.1 Zgodovina zdraviliškega turizma v Sloveniji

Začetki razvoja wellnessa in zdraviliškega turizma v Sloveniji segajo v **srednji vek (476-1492)**. Najbolj pa se je zdraviliška dejavnost razmahnila v istem obdobju kot v drugih državah po Evropi, v času Rimljanov. Ti so se, kot smo v našem učbeniku že omenili, navduševali nad kopanjem v zdravilnih vreclih. V času **rimskega imperija** so na območju Slovenije izkoriščali **tople vrelece** (Rimske Toplice, Laško, Dobrna, Rogaška Slatina). Zato ni čudno, da med **najstarejša slovenska zdravilišča** spadajo tista, ki so nastajala ob starorimskih prometnicah od **Petovie (današnjega Ptuja)** čez **Celeio (danes Celja)** do **Emone (Ljubljane)**. Glede teh aktivnosti je ohranjenih kar nekaj arheoloških in drugih dokazov.

V **Zdravilišču Dobrna** so našli celo zahvalni kamen rimskega podžupana, takrat imenovanega območja Celeie. **Dolenjske Toplice** so v dokumentih Henrika Istrskega omenjene že leta 1228. Iz **Rimskih Toplic** izhajajo prve kemijske analize vode in datirajo v leto 1777. Že prej pa so vrelece uporabljali Rimljani. Tudi **Valvasor** (vitez in srednjeveški zgodovinar) in **Anton Aškerc** v svojih knjigah in drugih pisnih dokumentih omenjata v zdravilno moč naravnih vrelecev.



Slika 34: Zdravilišče Dobrna (danes Terme Dobrna)

Vir: [http://www.termes-](http://www.termes-dobrna.si/modules.php?op=modload&name=Galerija&file=index&do=showgall&gid=16)

[dobrna.si/modules.php?op=modload&name=Galerija&file=index&do=showgall&gid=16](http://www.termes-dobrna.si/modules.php?op=modload&name=Galerija&file=index&do=showgall&gid=16) (15. 5. 2011)

Konec 19. stol. so zdravilišča v Evropi postala središče kulturnega in družabnega dogajanja. Enako je veljalo tudi za slovenska zdravilišča, ki so v tem času doživela pravo renesanso v razvoju (prvi slatinski vreleci v Radencih, Šmarjeških Toplicah, Laškem, Portorožu, Bledu, Čatežu ...).

Leto **1957** pa pomeni nekakšno prelomnico. To letnico namreč označujemo kot začetek **organiziranega poslovnega sodelovanja zdravilišč**.

V drugi polovici 20. stol. pa so v slovenskem podzemlju začeli iskati **nafto in zemeljski plin**. Teh dveh elementov sicer niso našli v omembe vrednih količinah, pač pa je iz globokih vrtnin začela pritekati mineralna voda. Na teh mestih so nastajala nova slovenska zdravilišča, ki so se, ne glede na to, da nimajo stare rimske tradicije izjemno hitro razvila in uveljavila. Tu mislimo zlasti na **Moravske Toplice-Terme 3000 (naftna voda), Lendavo, Ptuj, Atomske Toplice-Terme Olimia in Zreče**.



Slika 35: Nekdanje Moravske toplice, danes Terme 3000

Vir: <http://www.sava-hotels-resorts.com/si/destinacije/moravske/> (15. 5. 2011)

### 5.6.2 Razvoj wellness-turistične ponudbe v samostojni Sloveniji

**Leto 2002** označujemo za **prelomnico razvoja wellness turistične ponudbe v Sloveniji**, saj se je tega leta pojem wellness prvič uporabil v **turističnem katalogu Slovenske turistične organizacije**, v katerem so se predstavili nekateri slovenski wellness turistični ponudniki v nemškem, angleškem in italijanskem jeziku.

Takrat programi v ponudbi niso vsebovali vseh štirih elementov wellnessa, ki jih sedaj že dobro poznamo. Vzrok neuporabe je bil v največji meri zamenjava oz. nepoznavanje pojmov wellness in wellness turizem ter pomanjkanje formalne oblike organizacije wellness ponudnikov.

Wellness storitve so v svojo ponudbo najprej začeli vključevati v zdraviliščih ter v nekaterih hotelih višjih kategorij predvsem na slovenski obali. Še vedno pa je bilo prisotnih veliko neznank, saj ponudniki na začetku niso razlagali pojma wellness v pravem pomenu, torej kot življenjske filozofije, zato ni čudno da tudi gostov niso informirali o tem, kakšna je vsebina posameznih storitev. Ponudba je bila v začetku usmerjena predvsem na **telesne aktivnosti in zdravo prehrano**, manjši poudarek pa je bil na področju **osebne sprostitve in duševnih aktivnosti**.

Dandanes pa je prisotna **številna in kvalitetna ponudba zdraviliških storitev**, zaradi česar prihaja do **prepletanja posameznih ciljnih skupin gostov** (zdraviliški gostje, wellness gostje). Slovenska turistična organizacija (STO) na svoji spletni strani (slovenia.info), ki je obenem uradna stran slovenskega turizma, pod kategorijo wellness predstavlja skromno število triintridesetih ponudnikov, in sicer:

- Wellness ob obali – 17 ponudnikov,
- Wellness v gorskem svetu – 19 ponudnikov,
- Wellness hoteli – 13 ponudnikov,

- Medicinski wellness in lepotne klinike – 12 ponudnikov,
- Druga nastanitvena ponudba wellness – 7 ponudnikov ([www.slovenia.info](http://www.slovenia.info), 5. 4. 2011).

Ob tem je potrebno dodati, da prikazani podatki veljajo za april 2011, saj se na portal Slovenske turistične ponudbe dnevno vpisujejo novi ponudniki in da se nekateri ponudniki pojavljajo v več kategorijah.

V letu 2004 je bil pod okriljem Ministrstva za gospodarstvo RS in Slovenske turistične organizacije ustanovljen grozd ponudnikov wellnessa, ki ga sestavlja štirinajst članov, med katerimi je deset ponudnikov storitev wellness in štiri inštitucije. Namen grozda je predvsem izdelava standardizacije posameznih wellness storitev, s čimer bi se izognili neprijetnostim in nejasnostim glede izvajanja wellness storitve in ne bi prihajalo do zavajanja gostov. Standardi se nanašajo predvsem na osnovne elemente ponudbe, kot so: **ureditev prostora, kjer poteka storitev, časovna dolžina storitve, uporabljeni materiali, izobrazba izvajalcev storitev, odnos terapevta oz. izvajalca storitve do gosta, ipd.**

Grozd pa je le eden od načinov povezovanja wellness ponudbe. V praksi poznamo tudi mednarodne povezave. Ena takih je na primer blagovna znamka European Spa World (ESW), ki je nastala v okviru evropsko turističnega razvojno trženjskega projekta med Avstrijo, Slovenijo in Madžarsko. K tej povezavi je z namenom oblikovanja **evropske regije zdravja in dobrega počutja brez meja** do sedaj pristopilo že preko osemdeset ponudnikov, predvsem spa storitev. Med njimi so tudi nekatera slovenska naravna zdravilišča in hotelski ponudniki, ki se na tovrsten način vključujejo v mednarodne povezave. Več o blagovni znamki European spa world najdete na spletni strani: [www.european-spa.com](http://www.european-spa.com).



Slika 36: Promocijska podoba blagovne znamke european-spa  
Vir: <http://www.european-spa.com/main.cfm?pagesID=3> (5. 4. 2011)

### 5.6.3 Najbolj značilne terapije Slovenskih naravnih zdravilišč

**Ponudba wellnessa v slovenskih naravnih zdraviliščih (SNZ) temelji na: dolgoletni in bogati balneološki tradiciji, tradicionalnih postopkih zdravljenja in rehabilitacije, kvalitetnem naravnem okolju in celostnem obravnavanju človeka in njegovih potreb.**

Zamisel wellnessa pa se tudi pri slovenskih ponudnikih dopolnjuje z različnimi filozofijami, metodami in postopki z bližnjega ali daljnega vzhoda (ajurveda, tradicionalna kitajska medicina, joga, tai-chi, itd.), ki jih prav tako vključujejo v svojo ponudbo in o katerih smo obširneje spregovorili v prejšnjih poglavjih.

Najbolj ključen zdravilni dejavnik v slovenskih naravnih zdraviliščih pa je **voda**. Zato so slovenska naravna zdravilišča znana predvsem po **balneologiji**. Po številu izvirov glede na velikost spada Slovenija z sedeminosemdesetimi **termalnimi izviri** med najbogatejše države z **naravnimi in umetnimi izviri balneološko zanimivih in uporabnih vod**. Na visoko kakovost voda v slovenskih zdraviliščih in številne zdravilne učinke le-te kažejo tako znanstvene analize (ugotovljene so visoke vrednosti mineralnih in drugih zdravilnih snovi v vodi), kot tudi sloves, ki so si ga pridobile nekatere vode. Med svetovno znane pitne vode tako sodijo na primer Radenska (Kraljevi vrelec, Tri srca) in voda iz Rogaške Slatine (Donat Mg in Tempel).

Med mineralne vode, ki jih t. i. mineralna zdravilišča ponavadi uporabljajo v bazenih, spadajo tiste, ki iz podzemlja privrejo na dan s temperaturo nad 20°C. Voda s temperaturo nad 60°C pa se uporablja za **termomineralne** kopeli, po katerih so posebno znane Terme 3000 (Moravci) in Terme Lendava, ter tudi nekatera druga slovenska naravna zdravilišča.

Druga vrsta izvirov oziroma zdravilišč na Slovenskem so **akratoterme**. Značilnost tovrstnih vodnih vrelov je manjša količina mineralov ter višja temperatura na izviru, najmanj 20°C, v nekaterih primerih pa voda dosega temperaturo tudi do 70°C.



Slika 37: Voda je glavno zdravilno sredstvo v slovenskih zdraviliščih

Vir:

[http://www.termedobrna.si/modules.php?op=modload&name=Galerija&file=index&do=show\\_gall&gid=20](http://www.termedobrna.si/modules.php?op=modload&name=Galerija&file=index&do=show_gall&gid=20) (15. 5. 2011)

Vzporedno z balneologijo potekajo v Sloveniji sorodni postopki zdravljenja in rehabilitacije. Zlasti obmorska zdravilišča so znana po **talasoterapiji**. Ta metoda **uporabe morske vode, morskega blata (fanga) in morske klime v zdravilne namene** je uradno ime dobila leta 1869. Ime talasoterapija izhaja iz grške besede *thalasos*, ki jo lahko prevedemo kot morje oziroma val, sicer pa začetki tovrstnega zdravljenja segajo že v čas Rimljanov. Najbolj poznani so zdraviliški centri v Portorožu (Lifeclass) in Strunjanu (Talaso Strunjan-Zdravilišča Krka).



Slika 38: Fango terapija

Vir: <http://www.baden-baden.de/imperia/md/images/bilderbbt/parksundgaerten/beauty-wellness/fango.jpg> (14. 6. 2011)

#### 5.6.4 Status Slovensko naravno zdravilišče

V Sloveniji **zdraviliško-zdravstveno dejavnost** kot **preventivno** ter **specialistično** ambulantno in **bolnišnično rehabilitacijo s souporabo naravnih zdravilnih sredstev** opredeljuje **Zakon o zdravstveni dejavnosti** (1992), skupaj z drugimi podzakonskimi akti: »Po določitih tega zakona naravno zdravilišče opravlja zdravstvene storitve medicinske rehabilitacije bolnikov, poškodovanih in rekonvalescentov (osebe po nekem dogodku, npr. operacija) z uporabo naravnih zdravilnih sredstev ob uporabi diagnostičnih, fizioterapevtskih in drugih terapevtskih metod in sredstev.«

Pod pojmom zdravilišče pa gre razumeti zdravilišča, ki so vključena v slovenski javno zdravstveni sistem. Za pridobitev statusa naravnega zdravilišča pa mora zdravilišče izpolnjevati naslednje pogoje: **verifikacija naravnega zdravilnega sredstva, definirane indikacije in kontraindikacije**, ter **izpolnjene strokovne in tehnične zahteve glede opreme in kadrov**.

Verjetno ste ob tem vsi pomislili na to, kako je definirano naravno zdravilno sredstvo, oziroma kaj to sploh je. **Naravna zdravilna sredstva** so sredstva ki, **imajo status pomožnega zdravilnega sredstva, so klinično preizkušena, so v neoporečnih kontrolnih raziskavah dokazana terapevtska sredstva in izpolnjujejo pogoje za razglasitev naravnega zdravilnega sredstva, glede na raziskave oziroma mnenja strokovnjakov o lastnostih in vplivu na zdravstveno stanje bolnikov**.

Med **najpomembnejše skupine naravnih mineralnih zdravilnih sredstev** v Sloveniji spadajo:

- ◆ termalna, termomineralna, in mineralna voda,
- ◆ morska voda in morska slanica,
- ◆ blato organskega (šota iz Ljubljanskega barja) in anorganskega (bentonit, ki ga kopljejo v Zaloški Gorici v bližini Žalca in je vulkanskega izvora) izvora,
- ◆ klima, aerosoli in plini,



Slika 39: Morska voda, naravno mineralno zdravilno sredstvo

Vir: [www.najnaj.si/slike/details.php?image\\_id=232...](http://www.najnaj.si/slike/details.php?image_id=232...) (14. 6. 2011)

### 5.6.5 Slovenska naravna zdravilišča

V Sloveniji trenutno deluje *petindvajset termalno zdraviliških centrov*, od katerih jih ima osemnajst status naravnega oziroma klimatskega zdravilišča. Vsa delujejo tudi na področju javne zdravstvene mreže. petnajst zdravilišč je vključenih v **Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč**. Pogoj za članstvo v skupnosti je priznan status naravnega zdravilišča, o katerem smo govorili v prejšnjem razdelku.

Glavni cilji Skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč, ali krajše SSNZ, ki uspešno deluje že petdeset let, so **skupne trženjske aktivnosti, izobraževanje in izmenjava informacij** (predvsem znotraj branže).



Slika 40: Logotip skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč (SSNZ)

Vir: <http://www.slovenia-terme.si/o-ssnz/> (30. 3. 2011)

Več informacij o Skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč, ki je organizirana kot gospodarsko interesno združenje-GIZ in ki uspešno razvija blagovno znamko slovenske terme in zdravilišča, najdete na spletni strani skupnosti: [www.slovenia-terme.si](http://www.slovenia-terme.si).

Slovenska zdraviliška ponudba obsega tudi **šest termalno-rekreativnih centrov**, ter **tri klimatska zdravilišča** (eno od njih je Bled z alpsko klimo). Slovenska naravna zdravilišča zaposlujejo več kot **tritisoč ljudi** z različnih področij: **zdravstva, gostinstva, hotelirstva, ekonomije, tehničnih dejavnosti, športa, kulture**, itd. **Delež oskrbnih dni**, ki jih v slovenskih naravnih zdraviliščih opravijo za goste, ki so napoteni na zdraviliško zdravljenje preko **zdravstvenega zavarovanja – ZZZS znaša 15 % vseh realiziranih prenočitev**.

Najpomembnejši trg je **domači trg**. Velik delež prenočitev pa ustvarijo tudi gostje s tujih trgov predvsem **avstrijski, nemški in italijanski**. Torej iz tisti, ki so od Slovenije najmanj oddaljeni. Relativno kratko razdaljo imenujemo tudi »vozna razdalja«, ki omogoča udoben dostop po cestnih povezavah z osebnim avtomobilom ali avtobusom. Konkurenco slovenskih zdraviliščem predstavljajo zdravilišča iz **Madžarske, Češke in Slovaške**.

Temeljna **usmeritev** slovenskih zdravilišč so **vodna termalna zabavišča**, s čimer podaljšujejo sezono, iščejo nove ciljne skupine gostov in ponujajo nadomestilo za počitnice na morju. Za **poslovanje** slovenskih zdravilišč v zadnjih dvajsetih letih, torej odkar Slovenci živimo v samostojni državi, lahko rečemo, da so poslovni rezultati v zdraviliščih **nad povprečjem** dejavnosti gostinstva in turizma v Sloveniji. Slovenska naravna zdravilišča so bila prva, ki so se odzvala na **povečano skrb za zdravje**. V večini zdravilišč so v zadnjih v svojem imenu oziroma nazivu zamenjali izraz »zdravilišče« z izrazom »**terme**«.



Slika 41: Termalna riviera v Termah Čatež

Vir: [http://old.termo-giz.si/sl/informacija.asp?id\\_meta\\_type=2](http://old.termo-giz.si/sl/informacija.asp?id_meta_type=2) (15. 5. 2011)

Sedaj pa si pogledjmo tabelo 3, v kateri so predstavljene prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti slovenskih naravnih zdravilišč v obliki SWOT analize.

Tabela 3: SWOT analiza slovenskih naravnih zdravilišč

S – prednosti	W – slabosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Kakovost in raznolikost naravnih virov, ki so osnova za oblikovanje medicinskega wellnessa.</li> <li>-Dolgoletna zdraviliška tradicija na področju preventivnega zdravljenja (programi MPO, itd.).</li> <li>-Visoka raven izvajanja zdravstvenih storitev.</li> <li>-Zdraviliški strokovnjaki z bogato zdraviliško doktrino.               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Velika in raznolika ponudba sodobne termalno-rekreacijske ponudbe.</li> <li>-Dobra organiziranost in povezanost zdraviliškega turizma.</li> <li>-Visok delež vračajočih se gostov.</li> </ul> </li> <li>-Velika kompatibilnost z drugimi oblikami turizma (športnim, seminarskim, zdravstvenim, kulturnim).</li> <li>-Individualno obravnavanje, ki se vedno bolj uveljavlja.</li> <li>-»Osvajanje« novih ciljnih skupin (mladi, mlade družine, itd.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pomanjkanje strokovnjakov za alternativna področja turistične ponudbe wellnessa.</li> <li>-Slaba prepoznavnost in neorganiziranost slovenskih ponudnikov wellnessa.</li> <li>-Slabo poznavanje trendov in premajhna kreativnost pri oblikovanju in širjenju wellness programov.</li> <li>-Velike razlike v kakovosti in raznolikosti wellness ponudbe med zdravilišči in drugimi turističnimi ponudniki wellnessa.</li> <li>-Slabo sodelovanje krajevnih ponudnikov storitev za dobro počutje telesa, duha in duše.</li> <li>-Pomanjkanje ustreznih standardov za uvrstitev med ponudnike wellnessa.               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pomanjkanje ustreznih standardov pri izvajanju wellness storitev.</li> </ul> </li> <li>-Slabo poznavanje pričakovanj, potreb in želja potencialnih gostov.</li> <li>-»Mešanje« posameznih ciljnih skupin gostov.</li> </ul>
O – priložnosti	T – nevarnosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Daljšanje povprečne življenjske dobe prebivalstva.</li> <li>-Splošna težnja k hedonizmu, lepoti, mladosti in naravnosti.</li> <li>-Bližina ciljnih trgov (Avstrija, Nemčija, Italija).               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sorazmerno neokrnjena narava.</li> <li>-Varnost in mir.</li> </ul> </li> <li>-Relativno ugodno razmerje med kakovostjo in ceno, pri splošni ponudbi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Slaba prepoznavnost na tujih trgih.</li> <li>-Pomanjkanje ustreznih nastanitvenih zmogljivosti višje kakovosti.</li> <li>-Neustrezno razmerje med ceno in kakovostjo – nezadovoljstvo gostov.</li> <li>-Velika konkurenca drugih srednjeevropskih ponudnikov (Madžarska, Češka, Slovaška, itd.).</li> </ul>

## POVZETEK

To poglavje namenjamo zdraviliškemu turizmu kot posebnosti evropskega in zlasti slovenskega turističnega prostora oziroma dejavnosti. Seveda pa moramo tudi na zdraviliško turistično dejavnost gledati kot na del obsežnejšega wellness turizma. Prehod iz wellness v zdraviliški turizem je blag, za laika morda celo neopazen. Vendar kot zavestni turistični delavci in ponudniki wellness turističnih dejavnosti moramo vsako prehodno točko oziroma ločnico natančno poznati. Rdeča nit našega učbenika, povezanost wellness turizma z zdravjem in zdravja s tovrstnim turizmom, je posebej izražena tudi v začetku tega poglavja.

V nadaljevanju spoznavamo, da zdraviliški turizem spada med najstarejše turistične dejavnosti. Voda, oziroma vodna terapija – balneoterapija, je zadržala svoj zgodovinski sloves in pomen vse do današnjih dni, s to razliko, da je bila nekdanj dostopna izbrancem, danes pa je na voljo mnogo širšemu krogu ljudi.

Tudi za zdraviliški turizem, podobno kot za wellness turizem, velja, da ga določajo posamezne specifike. Najpomembnejša je seveda ta, ki izhaja že iz imena, da se glavčina povpraševanja in posledično tudi ponudbe ustvarja preko zdravstvenih storitev. Pomembno pa je tudi naravno okolje in ohranjanje le-tega, saj lahko zdraviliško m dejavnost uspešno uveljavimo le v primerno čistem naravnem okolju, z vsaj enim izrazitim naravnim zdravilnim faktorjem. Seveda pa vse to ni dovolj za kreiranje kvalitetne ponudbe, h kateri moramo dodati tudi danes neizogibne elemente splošne turistične ponudbe.

Ob koncu poglavja spremljamo razvoj wellnessa kot zdraviliške turistične ponudbe v Sloveniji. Hitro lahko ugotovimo, da zdravstvena turistična dejavnost nad wellness turizmom prevladuje. Zato govorimo o zdraviliški ponudbi z elementi wellnessa. Poseben pomen za razvoj zdraviliške dejavnosti pa ima status naravnega zdravilišča. Slovenska naravna zdravilišča so povezana v grozd, ki je eden stebrov zdraviliškega in tudi celotnega slovenskega turizma. Analiza SWOT, ki smo jo pripravili ob koncu, pa nam pokaže, da je opravljenega že veliko, vsekakor pa razvojnih aktivnosti ne sme zmanjkati tudi v prihodnosti.

Koristno je le trajno (wellness) znanje, zatorej ponovimo!

### Vprašanja za preverjanje:

1. Opredelite zdraviliški turizem kot stalno obliko turizma.
2. Pojasnite kratico FITEC.
3. Kaj opredeljujejo minimalni pogoji oz. standardi za proglastitev nekega kraja ali ustanove z nazivom zdravilišče in kakšen je njihov pomen?
4. Zakaj lahko govorimo o posebnostih zdraviliškega turizma, kot jih imenuje Planina?
5. Kako prisotnost zdraviliško turistične ponudbe vpliva na kraj, v katerem deluje?
6. Tudi različni dejavniki okolja vplivajo na zdravilišče v nekem kraju, pojasnite kako!
7. Opredelite razlike med zdraviliškim in wellness turizmom.
8. Zakaj wellness ponudba v slovenskih naravnih zdraviliščih ni prišla oz. ne pride do izraza?
9. Po čem slovijo slovenska naravna zdravilišča in kako se prilagajajo spremembam povpraševanja na trgu?
10. Kaj nekemu zdravilišču v Sloveniji prinaša status slovenskega naravnega zdravilišča?
11. Kaj lahko ugotovimo ob SWOT analizi slovenskih naravnih zdravilišč?

## 6 WELLNESS KOT ŽIVLJENJSKI SLOG

*Če združimo razmišljanje in znanje, ki smo ga pridobili v prvem poglavju, ki nas je podrobno seznanilo z gibanjem / idelologijo wellnessa in drugim poglavjem, ki pojem zdravja osvetljuje iz različnih zornih kotov, smo že na pragu novega življenjskega sloga, katerega osnovni element je wellness s ciljem trajnega dobrega počutja. Za vas kot turistične ponudnike wellness storitev in tiste, ki to želijo postati, je ključnega pomena, da se seznanite z novim življenjskim slogom, saj so ga kot način sprejeli že mnogi ljudje oziroma potrošniki, ki z motivom doživetja in občutenja dodatnih prvin v obliki različnih aktivnosti wellnessa nastopajo kot turisti. Spoznali smo namreč, da so wellness gostje, specifični, izobraženi in si v wellness turistični ponudbi želijo nadgradnje svojih pričakovanj v obliki presežkov. Prav tako je dejstvo, da se število t. i. wellness turistov iz leta v leto povečuje, kar prinaša tržno priložnost za ponudnike teh storitev. Predpogoj za kvalitetno ponudbo pa je vsekakor znanje in nazorno poznavanje želja in potreb gostov, ki že ali pa bodo kmalu življenjski slog wellness sprejeli kot temeljno življenjsko vrednoto.*

Življenjski slog wellnessa ljudje sčasoma ponotranijo, oziroma, lahko bi rekli da se ga privadijo na način, da postane njihov življenjski slog. Tu pridemo do točke, kjer je trajno dobro počutje in zdravje cilj, wellness pa metoda, kako ta cilj dosega vsak dan znova in znova. Zatorej lahko govorimo o življenjskem slogu wellness, ki ga sestavljajo naslednje temeljne sestavine:

1. telesna aktivnost,
2. telesno pripravljenost,
3. zdrava prehrana,
4. osebna sprostitev,
5. duševne aktivnosti.

V nadaljevanju bomo vsaki izmed njih namenili nekaj več pozornosti.

### 6.1 TELESNA AKTIVNOST

Telesno aktivnost pogosto imenujemo tudi fitness. Je fizična sposobnost in kot smo že spoznali ena od sestavin zdravja. Deli se na naslednja tri področja: **telesni, duševni in duhovni fitness**. Telesni fitness obsega trening, ki uri psihične in motorične sposobnosti, kot so hitrost, moč, vzdržljivost, gibanje in koordinacija. Je manj intenziven kot vrhunski šport, izvaja se v prostem času, zajema različne športe in je primeren tudi za bolnike, ki potrebujejo rehabilitacijo.

Pod telesno aktivnost seveda uvrščamo tudi vrhunski šport, ki pa nima zgolj pozitivnih lastnosti. Pri intenzivnem treningu se pojavljajo tudi negativni učinki športa, ki se izražajo kot nekoliko povečana nevarnost za nenadno srčno kap, kronično vnetje sklepov, poškodbe mišic, kosti, itd. Največkrat pa šport na človeka in celotno družbo vpliva pozitivno, predvsem v smislu promocije zdravja, zdrave prehrane, odvajanja od kajenja in alkohola. Zato je danes cenjena multifunkcionalnost športa. Najbolj blagodejno pa šport vpliva na človeško telo, saj velja naslednja teza.

**Vsaka ura intenzivnega ukvarjanja s športom »zasluži« dve uri življenja, če je posameznik športno aktiven najmanj 3-4 ure na teden.**

## 6.2 TELESNA PRIPRAVLJENOST

Dobra telesna pripravljenost je možna le preko stalne, redne telesne aktivnosti, ki je edina dejavnost, ki daje telesu več energije, kot jo le-to porabi. Telesu ustreza vsaka aktivnost: npr. hitra hoja, s katero dosežemo učinek fitnesa, telo se po obremenitvi okrepi in postane odpornejše, obenem se izboljša tudi duševno počutje, o čemer smo prav tako že govorili.

S športno medicinskega vidika delimo vadbo za izboljšanje telesne pripravljenosti na:

- **Urjenje vzdržljivosti**, ki pozitivno vpliva na dejavnost srca in krvnega obtoka. Vzdržljivost lahko urimo s tekom, hojo, plavanjem, kolesarjenjem, dinamično vrsto telovadbe, plesom ali nekaterimi vrstami borilnih veščin.
- **Urjenje moči** krepi in povečuje mišice. Med tovrstnimi aktivnostmi so najbolj učinkovite bodybuilding, plavanje in tudi nekatere vrste borilnih veščin.
- **Urjenje hitrosti**, s katerimi povečujemo zmožnost za hitro premikanje. Med aktivnosti urjenja hitrosti spadajo aktivnosti, kot so ples, nekatere vrste borilnih veščin, vse igre z žogo, itd.
- **Urjenje skladnosti** prispeva k natančnejšemu in zanesljivejšemu gibanju. Aktivnosti za izboljšanje skladnosti našega gibanja so vse vrste telovadbe, plavanje, ples, vse vrste borilnih veščin ...
- **Urjenje gibčnosti** nam pomaga razvijati prožnost mišic, kit in sklepov. Uporabne aktivnosti za tovrstno izboljšanje telesne pripravljenosti so vse vrste telovadbe, bodybuilding, tek, hoja, plavanje, kolesarjenje, vse vrste borilnih veščin ...

Učimo se iz prakse!

Primer:

### **Borilne veščine**

Borilne veščine se v grobem delijo na:

- Veščine udarjanja: karate, kung fu, taekwondo, boks ...
- Veščine metanja: aikido, judo, jiujitsu ...
- Veščine imobilizacije: san shou, wrestling ...
- Veščine z orožjem: kobudo, kenjitsu, tudi kung fu ...

Mnoge borilne veščine pa poleg samega fizičnega treninga učijo tudi:

- kako ustvariti harmonijo med umom in telesom,
- različnih sprostitev tehnik,
- tehnik za samokontrolo.

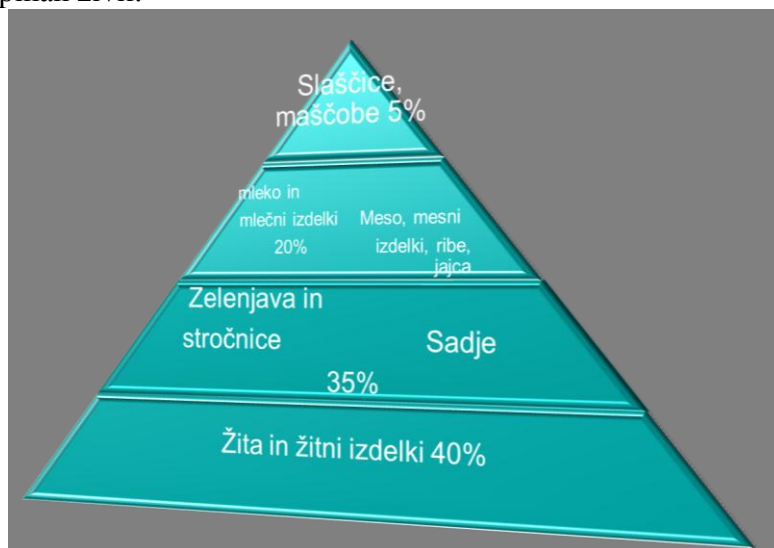
Borilnih veščin se lahko naučite v kakšnem izmed številnih klubov borilnih veščin v Sloveniji. Njihovo popularnost, zlasti boksa, pa je pri nas dvignil Dejan Zavec z zavidljivimi uspehi na svetovni ravni.

Dobro telesno pripravljenost pridobimo s kombiniranjem različnih dejavnosti. Vse pa imajo na človeški organizem podoben vpliv. Osnovni procesi, ki se zgodijo v telesu ob stalni telesni aktivnosti, so: srce se poveča in postane močnejše, dihanje postane globlje in močnejše, skozi mišice teče več krvi, sklepi in kosti se okrepijo, pospeši in izboljša se prebava, izboljša se spanje, okrepi se imunski sistem, možgani so bolj prekravljeni, izboljša se splošno počutje.

### 6.3 ZDRAVA PREHRANA

Zdrav življenjski slog in **pravilen način prehrane** sta **osnova** za zdravje. Organizem ima potrebo po kemični energiji in po življenjsko potrebnih hranilnih snoveh. Normativi predstavljajo ogrožje **varovalne prehrane**, ki pa se jih ne moremo vedno držati, ampak moramo upoštevati še vrsto drugih zakonitosti.

Naslednja slika 42 predstavlja odstotkovno optimalno uravnoteženost zdrave prehrane po posameznih skupinah živil.



Slika 42: Odstotki skupin živil ob optimalni zdravi prehrani

Vir: Trček, 1995 (v: Repnik, 2003, 10)

Iz piramide sklepamo, da naj bi uravnotežena prehrana vsebovala 50 % do 70 % ogljikovih hidratov, 15 % do 20 % beljakovin, 5 % do 10 % energijskega vnosa pa naj bi prispevale maščobe.

### 6.4 OSEBNA SPROSTITEV

Osebna sprostitvev je pomembna zlasti, ko govorimo o stresu, ki vsakodnevno napada naše telo, zdravje in dobro počutje. Osebna sprostitvev predstavlja obrambo pred stresom in v kolikor želimo spoznati vidike osebne sprostitvev, se moramo najprej seznaniti s pojmom **stresa**.

Kaj je torej stres? **Stres** je tako pozitivno kot negativno stanje, ki ga lahko razdelimo v tri stopnje: **alarmna reakcija, odpor, izčrpanost**.



Slika 43: Tai Chi ob morju, kot osebna sprostitvev

Vir: [http://www.flickr.com/photos/ric\\_w/781222173/](http://www.flickr.com/photos/ric_w/781222173/) (15. 5. 2011)

## 6.5 DUŠEVNE AKTIVNOSTI

Duševne aktivnosti se nanašajo na **odgovornost** za lastno **kakovost življenja** in napore, ki jih zato vlagamo. V pozitivnem smislu predstavljajo dobro duševno počutje in **osebno rast**.

SMEH = HRANA ZA WELLNESS.



Slika 44: Trening smeha

Vir: <http://www.smeh.org.rs/?q=galerija> (15. 5. 2011)

Zaključimo lahko, da je **duševna aktivnost** vsaka dejavnost v življenju, ki se je lotimo z namenom, da bi spoznali in se naučili nekaj novega. Duševne aktivnosti vsebujejo tudi sprejemanje kulturne podobe, kot so koncerti, literarni večeri, razstave, aktivnosti za sproščanje lastne domišljije in ustvarjalnosti (ročna dela, slikanje, kuhanje) in so zato sestavni del wellnesa kot načina življenja.

### POVZETEK

V zadnjem poglavju smo spoznali wellnes kot življenjski slog. Osnovne sestavine novega življenjskega sloga so: telesna aktivnost, telesna pripravljenost, zdrava prehrana, osebna sprostitiv in duševne aktivnosti. Le če upoštevamo in v svoj način življenja vključimo vse te elemente, lahko rečemo, da živimo življenjski slog wellnes. To poglavje nas kot (bodoče) turistične ponudnike wellnesa seznanja tudi s tem, na kakšen način nekateri ljudje živijo že danes, večina pa jih na pot novega življenjskega sloga šele stopa. To pa pomeni, da moramo natančno poznati vse elemente in pri ljudeh turistih uvideti tiste točke, na katerih so pri uresničevanju vseživljenjskega wellnesa šibki, ter jim preko aktivnosti v okviru naše wellnes turistične ponudbe pomagati k uspehu. Le tako si bomo zagotovili priznanje in povpraševanje po naši ponudbi. V kolikor pa se z wellnes turizmom ne želite ukvarjati, upamo da ste v našem učbeniku, ki se tukaj zaključuje, našli veliko koristnega za vsakdanje življenje in vaše dobro počutje.

Koristno je le trajno (wellnes) znanje, zato jej ponovimo!

### Vprašanja za preverjanje:

1. Kaj opredeljuje nov življenjski slog wellnes?
2. Na praktičnem primeru opišite, kako lahko na naše življenje vpliva športno medicinski vidik vadbe za telesno pripravljenost.
3. K čemu pripomore stalna telesna aktivnost v našem telesu?
4. Kako lahko izboljšamo lastne prehranjevalne navade, smislu zdrave prehrane?
5. Na praktičnem primeru razložite tri stopnje stresa.

## 7 LITERATURA in VIRI

Altera. *Čakre energetski centri človeka* (online). 2011. (citirano 23. 2. 2011). Dostopno na naslovu: <http://altera.si/unlimitpages.asp?id=14>.

Alternative Lifestyle. *Reiki* (online). 2011. (citirano 15. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://whitewolve.com/alternative/reiki/reiki2.html>.

Ardell, D. B. *High Level Wellness: An alternative to doctors, Drugs and Disease*. Berkeley California: Ten Speed Press, 1977.

Baden-Baden. *Fango / Natural fango* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.baden-baden.de/imperia/md/images/bilderbbt/parksundgaerten/beauty-wellness/fango.jpg>.

Beauty Hotels Taipei *Home* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.beautyhotels.com.tw/en-us/index.asp>.

Beauty Hotels Taipei *Star Beauty Resort* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: [http://www.beautyhotels.com.tw/en-us/star\\_beauty\\_resort.asp](http://www.beautyhotels.com.tw/en-us/star_beauty_resort.asp).

Biocentar.net. *Uvod u frekvencijsko liječenje*. (online). 2011. (citirano 7. 6. 2011). Dostopno na naslovu: [www.biocentar.net/show.jsp?page=453930](http://www.biocentar.net/show.jsp?page=453930)

Bioteka. *Bioteka.it* (online). 2011. (citirano 13. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.bioteka.lt/?p=640>.

Bled. si. *Blejski vintgar* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.bled.si/default.asp?id=19>.

Bohinj Park Hotel. *Wellness* (online). 2011. (citirano 11. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.bohinj-park-hotel.si/hotel/wellness>.

Downie, R. S. in Tannahill, C. *Health Promotion: Models and Values*. 2. Izd. Oxford USA: Oxford University Press, 1996.

Društvo Pesem duše. *Reiki tečaj* (online). 2011. (citirano 6. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.pesem-duse.com/reiki-tecaj,48.html>,

European Spa. *European spa* (online). 2011. (citirano 5. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.european-spa.com/>.

Flickr.com. *Photos* (online). 2011. (citirano 15. 5. 2011). Dostopno na naslovu: [http://www.flickr.com/photos/ric\\_w/781222173/](http://www.flickr.com/photos/ric_w/781222173/).

Gayot. *Top 10 destinations Spas in the US*. (online). 2011. (citirano 7. 6. 2011). Dostopno na naslovu: [http://www.gayot.com/lifestyle/spa/top10destinationspas/best-us-top10-destinationspas\\_01us.html](http://www.gayot.com/lifestyle/spa/top10destinationspas/best-us-top10-destinationspas_01us.html).

Gojčič, S. *Wellness: Zdrav način življenja, Nova zvrst turizma*. Ljubljana: GV Založba, 2005.

Gutzwiller, F., et al. *Sozial - und Präventivmedizin - Public Health*. Bern: Hans Huber Verlag, 1996.

Jack Lalanne – slovo šestindevetdesetletnega očeta fitnesa. *Revija Polet*: magazin dela in slovenskih novic, 2011, št. 4, str. 4.

Kasper, H. *Service marketing management*. New York. Wiley, 1999.

Kaufmann, L. E. *Wellness-Tourismus in der Schweiz – Qualitätsanforderungen an die Hotellerie*. Bern: Berner Studien zu Freizeit und Tourismus (FIF), 1999.

Lifeclass Hotels&Spa. *Hoteli lifeclass* (online). 2011. (citirano 22. 2. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.lifeclass.net/si/galerija/hoteli-lifeclass>.

Lifeclass Hotels&Spa. *Medicinski in fizioterapevtski center* (online). 2011. (citirano 22. 2. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.lifeclass.net/si/terme-wellness-lifeclass/medicinski-fizioterapevtski-center>.

Lifestylemagazine.biz. *Aerobics-kenneth-cooper-1973-physical-fitness-5ec11* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://lifestylemagazine.biz/.../>.

Ljubljanski maraton. *Maraton Ljubljana* (online). 2011. (citirano 2. 3. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.ljubljanskimaron.si/>.

Longevity wellness resort *Gallery* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.longevitywellnessresort.com/gallery-en.html>.

Lovepositionsiu.ednevnik.si. *29/06/08 – , Jingle bells... ali izlet na okupirano območje* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://lovepositionsiu.ednevnik.si/?w=zuzzu68&thisy=2008&thism=8&thisd=4>.

Maraton Franja. *Domov* (online). 2011. (citirano 2. 3. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.franja.org/domov.html>.

Maschke, M. *Erfolgreiche und weniger erfolgreiche Angebotsform im Kurwesen der Bundesrepublik Deutschland. Von der traditionellen Badekur zu modernen Formen des Gesundheits-turismus*. St. Gallen: Editions Aiest, 1989.

Medical Wellness Association. *Mission* (online). 2011. (citirano 22. 2. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.medicalwellnessassociation.com/visions.htm>.

Ministrstvo za zdravje RS. *Prehrana* (online). 2011. (citirano 23. 4. 2011). Dostopno na naslovu: [http://www.mz.gov.si/si/delovna\\_podrocja/javno\\_zdravje/sektor\\_za\\_krepitev\\_zdravja\\_in\\_zdrav\\_zivljenjski\\_slog/prehrana](http://www.mz.gov.si/si/delovna_podrocja/javno_zdravje/sektor_za_krepitev_zdravja_in_zdrav_zivljenjski_slog/prehrana),

Mrzlikar, H. *Prehrana zdravega in bolnega otroka*. Ljubljana: Kmečki glas, 1997.

MYCHI, Center za dušo in duha. *Tehnike zdravljenja in čiščenje kristalov* (online). 2011. (citirano 13. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.mychi.si/index.php?option=content&task=view&id=92>.

Najnaj.si *Valovi morja* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: [www.najnaj.si/slike/details.php?image\\_id=232....](http://www.najnaj.si/slike/details.php?image_id=232....)

Novi Spa Hotel & Resort. *Photo Gallery*. (online). 2011. (citirano 7. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.novi.hr/en/photo-gallery>.

Planina, J. *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997.

Primorska.info. *Letošnji svetovni dan zdravja posvečen reševanju izrednih razmer* (online). 2011. (citirano 15. 5. 2011). Dostopno na naslovu: [http://www.primorska.info/novice/3220/letosnji\\_svetovni\\_dan\\_zdravja\\_posvecen\\_resevanju\\_i\\_zrednih\\_razmer](http://www.primorska.info/novice/3220/letosnji_svetovni_dan_zdravja_posvecen_resevanju_i_zrednih_razmer).

Provitalis. *Akupunktura* (online). 2011. (citirano 22. 2. 2011). Dostopno na naslovu: [http://www.provitalis.info/index.php?option=com\\_content&task=view&id=43&Itemid=50](http://www.provitalis.info/index.php?option=com_content&task=view&id=43&Itemid=50).

Repnik, S. Diplomsko delo: *Analiza prehrane v slovenskih naravnih zdraviliščih*. Portorož: Turistica, 2003.

Slovenia.info. *Wellness center Balnea-Terme Dolenjske Toplice* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: [www.slovenia.info/?wellness=1803&lng=1](http://www.slovenia.info/?wellness=1803&lng=1).

Slovenska zdravilišča. *Ponudba* (online). 2011. (citirano 30. 3. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.slovenia-terme.si/ponudba/>.

SPACE, Meet in Spas of central Europe. *Dobrodošli na SPA-CE* (online). 2011. (citirano 10. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://sl.spa-ce.si/zdraviliski-wellness-turizem>.

Spas about.com. *Spas nudity – The Truth revealed* (online). 2011. (citirano 25. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://spas.about.com/od/spaetiquettebasics/a/spanudity.htm>.

Svetovna zdravstvena organizacija. *Home* (online). 2011. (citirano 28. 2. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.who.int/en>.

Terme Čatež. *Zdraviliško zdravljenje* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: [www.terme-catez.si/.../center/zdravljenje/](http://www.terme-catez.si/.../center/zdravljenje/).

Terme Dobrna. *Galerija* (online). 2011. (citirano 15. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.terme-dobrna.si/modules.php?op=modload&name=Galerija&file=index&do=showgall&gid=16>.

Terme Dobrna. *Galerija* (online). 2011. (citirano 15. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.terme-dobrna.si/modules.php?op=modload&name=Galerija&file=index&do=showgall&gid=20>.

Terme-GIZ. *Foto-video* (online). 2011. (citirano 15. 5. 2011). Dostopno na naslovu: [http://old.terme-giz.si/sl/informacija.asp?id\\_meta\\_type=2](http://old.terme-giz.si/sl/informacija.asp?id_meta_type=2).

Terme Krka. *Slovensko* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.terme-krka.si/si/>.

Terme Olimia. *Fotogalerija Vas lipa* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.terme-olimia.com/si/hotels/gallery/?id=224>.

Terme 3000, Moravske toplice. *Galerija* (online). 2011. (citirano 15. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.sava-hotels-resorts.com/si/destinacije/moravske/>.

The Ing New York City Marathon. *The Ing New York City Marathon* (online). 2011. (citirano 2. 3. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.ingnycmarathon.org>.

Thermana.si *Medicina* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.thermana.si/hoteli/hotel-wellness-park-lasko/medicina?id=748>.

Thomas, T. R., et al. *Fitness and Health Promotion*. Oregon, USA: Eddy Bowers Publishing, 1993.

Topboxdesign.com. *The Wellness Center, College of New Rochelle in New York, United States* (online). 2011. Dostopno na naslovu: <http://www.topboxdesign.com/the-wellness-center-college-of-new-rochelle-in-new-york-united-states/>.

Travis, J. W. in Ryan, R.S. *The Wellness Workbook*. Berkeley California: Ten Speed Press, 1988.

Vizita.si. *S tradicionalno kitajsko medicino do večne mladosti* (online). 2011. (citirano 23. 2. 2011). Dostopno na naslovu: <http://vizita.si/clanek/alternativno/s-tradicionalno-kitajsko-medicino-do-vecne-mladosti.html>.

Zakon o zdravstveni dejavnosti. *Uradni list Republike Slovenije* 9 (1992) 0100-45/92.

Zavod za zdravstveno varstvo Ljubljana. *Poslanstvo in vizija* (online). 2011. (citirano 2. 3. 2011). Dostopno na naslovu: [http://www.zzv-lj.si/index.php?page=static&item=185&get\\_treeroot=5](http://www.zzv-lj.si/index.php?page=static&item=185&get_treeroot=5).

Zlataleta.com. *Kako do boljšega spanca?* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://zlataleta.com/kako-do-boljsega-spanca/>.

Youtube.com. *Relaxation - REIKI - Mind Body Soul* (online). 2011. (citirano 6. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.youtube.com/watch?v=xpT5MrD44wM>.

Youtube.com. *Why choose Wellness?* (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.youtube.com/watch?v=DArgU-grlTg&feature=related>.

24ur.com. *Vzajemna pod lupo pooblaščenke*. (online). 2011. (citirano 14. 6. 2011). Dostopno na naslovu: <http://24ur.com/novice/slovenija/vzajemna-pod-lupo-pooblascenke.html>.

## PRILOGE

Tabela 1: Prihodki v tipičnem wellness centru (v Eur)

MESEC	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	Maj	Jun.	Jul.	Avg.	Sept.	Okt.	Nov.	Dec.	Skupaj
<b>PRIHODKI (skupaj)</b>													
<b>WELLNESS (skupaj)</b>													
Wai Thai													
Thalaso													
Lep. Center													
Masažni center in ajurveda													
Športno rek. Center													
Zdrav. Center													
Kopališče													
Savne													
Trgovina													
<b>NAJEMNINE</b>													
<b>POSLOVNI PRIHODKI</b>													
Finančni prihodki													
Izredni prihodki													

Vir: lastni, 2011

Tabela 2: Odhodki v tipičnem wellness centru (v Eur)

MESEC	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	Maj	Jun.	Jul.	Avg.	Sept.	Okt.	Nov.	Dec.	Skupaj
<b>ODHODKI (skupaj)</b>													
<b>STROŠKI DELA (skupaj)</b>													
Plače													
Prispevki													
Drugi stroški dela													
<b>STROŠKI MATERIALA</b>													
Hrana													
Pijača													
Voda													
Energija (elektrika, gorivo za ogrevanje, drugi stroški energije)													
Trgovsko blago													
Čistilna sredstva, Material za vzdrževanje													
Potrošni material, drugi stroški materiala													
<b>STROŠKI STORITEV (skupaj)</b>													
Pranje perila													
Čiščenje													
Vzdrževanje													
Komunala													
Varovanje													
Internet, telefon													
Plačilni promet													
Zavarovanje													
Promocija													
Izobraževanje													
<b>POSLOVNI ODHODKI</b>													
Finančni odhodki													
Izredni odhodki													

Vir: lastni, 2011

Tabela 3: Vzorec kontrolniškega poročila za tipični wellness center

LETO	Preteklo leto 2010				Tekoče leto 2011				Naslednje leto 2012			
VRSTE PRIHODKOV	Realizacija	Plan	Indeks	Razlike	Realizacija	Plan	Indeks	Razlike	Realizacija	Plan	Indeks	Razlike
PRIHODKI (skupaj)												
WELLNESS (skupaj)												
Wai Thai												
Thalaso												
Lep. Center												
Masažni center in ajurveda												
Športno rek. Center												
Zdrav. Center												
Kopališče												
Savne												
Trgovina												
NAJEMNINE												
POSLOVNI PRIHODKI												
Finančni prihodki												
Izredni prihodki												

Vir: lastni, 2011

## 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'