

Edukacija za rad u velnes turizmu – studija slučaja

Education for work in wellness tourism – case study

Marko Koščak, Fakultet za turizam, Brežice

Ivana Mišković, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Romana Romanov, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Vladimir Holodkov

SAŽETAK

Ključne reči:

turizam,
ljudski resursi,
edukacija,
Srbija,
Slovenija

Popularizacija putovanja koja za motiv imaju prevenciju bolesti svojstvenih modernom čoveku, rezultirala je izuzetno dinamičnim razvojem velnes turizma u svetu. Kao jedan od najbrže rastućih segmenata turističke industrije, velnes turizam dostiže za gotovo 50% višu godišnju stopu rasta od očekivane stope rasta celokupne svetske turističke ekonomije. Kao uslužna delatnost u kojoj ljudski faktor igra najvažniju ulogu, velnes industrija iz godine u godinu omogućava veliki broj novih radnih mesta. Kako bi ta radna mesta bila popunjena adekvatno obučanim i motivisanim kadrovima, neophodno je sprovesti određene izmene u obrazovnim sistemima, kako na nivou formalnog obrazovanja, tako i u oblasti neformalne edukacije. Utvrđivanje načina na koji se edukacija kadrova za rad u velnes industriji realizuje u Srbiji i u Sloveniji, i šta je u toj sferi neophodno promeniti kako bi ove dve države bile konkurentne na svetskom velnes tržištu, jeste cilj istraživanja sprovedenog u okviru međunarodnog projekta bilateralne prekogranične saradnje dva fakulteta sa sedištimama u Novom Sadu i u Brežicama. Rezultati studije upućuju na to da je praksa velnes turizma daleko otvorenija za inovacije u odnosu na obrazovne institucije, kao i da je, u cilju kvalitetne pripreme mladih za zapošljavanje, neophodno uspostavljanje prisnije saradnje fakulteta sa liderima u spa i velnes turizmu.

ABSTRACT

Keywords:
Wellness tourism,
Human resources,
Education,
Serbia,
Slovenia

Popularisation of travels aiming to prevent illnesses of a modern man has resulted in an exceptionally dynamic development of wellness tourism in the world. As one of the fastest growing segments of tourism industry, wellness tourism reaches an annual growth rate that is almost 50% higher than the expected growth rate of the overall global tourism economy. As a service industry in which the human factor plays the most important role, the wellness industry provides a large number of new jobs each year. However, new working positions should be filled by adequately trained and motivated workers. It is therefore necessary to innovate the existing education systems, both in the field of formal and informal education. Finding out how wellness industry workers are trained in Serbia and Slovenia and what kind of changes should be made in that field in order for both of these countries to be competitive on a global market were the main goals of the study conducted as a part of the cross-border cooperation between the

Faculty of Sport and Tourism from Novi Sad and Faculty of Tourism in Brežice. The results of the study indicate that the practice of wellness tourism is far more open for innovations in comparison with universities. The study has also shown that, in order to secure quality education of future professionals, it is necessary to establish a closer cooperation between the universities and the leaders in spa and wellness industry..

TIMS Acta (2018) 12, 89-96

Uvod

Povećano interesovanje za zdravim načinom života i potražnja za putovanjima koja za motiv imaju prevenciju različitih bolesti svojstvenih modernom čoveku, za veoma kratko vreme, doprinelo je da velnes turizam postane jedan od najbrže rastućih segmenata turističke industrije. Kao planetarni fenomen i deo zdravstvenog turizma, beleži najdinamičniji rast u odnosu na ostale segmente te privredne grane (Smith & Puczkó, 2008; Gustavo, 2010). Ovu tvrdnja potvrđuju i podaci novijeg datuma prema kojima globalna velnes industrija ostvaruje godišnji rast prihoda od oko 12,1% (Global Wellness Institute, 2017), što je za gotovo 50% više od očekivane stope rasta globalne turističke ekonomije. Specifičnost ovog turističkog sektora ogleda se, između ostalog, i u činjenici da velnes turisti, u proseku, na putovanjima ostvaruju i do 130% veću potrošnju u odnosu na prosečnu turističku potrošnju (The Global Wellness Tourism Economy, 2013).

S obzirom na rastuću popularnost ove vrste putovanja, koju karakteriše izuzetno visok stepen zavisnosti od ljudskog faktora, procenjuje se da upravo velnes industrija obezbeđuje 27,5 miliona radnih mesta u svetu (Global Wellness Institute, 2015), kao i da će taj broj u 2018. godini dostići oko 2,8 miliona. Projekcija daljeg rasta na globalnom nivou nagoveštava potrebu za još oko 400 000 novih velnes i spa-terapeuta i oko 70 000 iskusnih spa-menadžera do 2020. godine (Global Wellness Institute, 2017). Međutim, ovaj izvanredan rast, u praksi, nije praćen adekvatnim obimom i kvalitetom ponude specijalizovanih programa za obuku ljudskih resursa, što se identifikuje upravo na tržištu rada. Potreba za stručnim kadrovima u velnes industriji, bez obzira na to da li je reč o kadrovima koji pružaju usluge kao maseri, velnes treneri, kozmetičari ili velnes menadžeri, podjednako je alarmantna. Čak 95% lidera u velnes industriji obuhvaćenih istraživanjem Globalnog velnes instituta (*Global Wellness Institute - GWI*) 2014. godine istaklo je da, u praksi, nailazi na ozbiljne probleme kod pronalaženja i regrutacije kadra koji poseduje odgovarajuću kombinaciju formalnih kvalifikacija i radnog iskustva, dok 52% ispitivanih lidera veruje da će se ti problemi javljati i u budućnosti, ili čak postati i izraženiji (Global Spa & Wellness Summit LLC, 2014).

Kao tri najveća izazova savremene velnes industrije u procesu regrutacije personala, *GW* izdvaja:

1. **Neposredovanje adekvatne kombinacije „tvrdih” i „mekih” veština (*hard and soft skills*) kod mladih kandidata, te strasti i razumevanja za velnes filozofiju.** Dugo i nepredvidivo radno vreme i putovanja do/od posla zbog česte izolovanosti banja i velnes centara od gradova iz kojih zaposleni dolaze, brže dovodi do sindroma izgaranja u odnosu na kolege koje rade u drugim turističkim sektorima.
2. **Većina postojećih školskih i studijskih programa obuhvata samo određene segmente znanja i veština koje su, zaista, potrebne za pružanje sve šireg asortimana usluga u velnes industriji.** Postojeći programi formalnog i neformalnog obrazovanja samo delimično pokrivaju potrebe poslodavaca, te se treninzi u najvećem broju slučajeva sprovode tokom procesa rada, što je, u većini slučajeva, dostupno samo osobama koje su već u radnom odnosu.
3. **Izuzetno mali broj kompanija ulaže dovoljno pažnje, vremena i novca u obuku ljudskih resursa i treninge na svim nivoima.** Ovo je posebno izraženo kada su u pitanju treninzi za napredovanje u hijerarhiji kompanije, od operativnih ka upravljačkim pozicijama (Global Spa & Wellness Summit LLC, 2014).

Prema procenama Globalnog velnes instituta, samo oko 4000 studenata u svetu trenutno pohađa neki od studijskih programa usko fokusiranih na menadžment u velnesu, dok se, sa druge strane, procenjuje da između 130 i 180 000 menadžera obavlja taj posao u velnes centrima širom sveta. Ova disproporcija jasno ukazuje na činjenicu da, u ovom sektoru, postoji veći broj potencijalnih radnih mesta nego studentskih mesta na specijalizovanim studijskim programima. Kao dodatna otežavajuća okolnost navodi se i činjenica da su takvi studijski programi u celom svetu relativno novi i neprepoznati, kako od strane mladih, tako i od strane poslodavaca, te da je potrebno intenzivnije raditi na

njihovoj popularizaciji i povezivanju sa industrijom (Global Spa & Wellness Summit LLC, 2014). Cilj ovog rada je da se utvrdi da li aktuelni modeli edukacije u oblasti turizma na teritoriji Republike Slovenije i Republike Srbije zadovoljavaju potrebe tržišta rada za stručnim kadrovima u oblasti velnesa.

Metodologija

Studija je realizovana u okviru kratkoročnog bilateralnog projekta prekogranične saradnje koji je finansiran od strane Pokrajinskog sekretarijata za nauku i tehnološki razvoj AP Vojvodine (broj rešenja 114-451-1962/2014-01). U realizaciji istraživanja su učestvovali zaposleni sa Fakulteta za turizam iz Brežica (Republika Slovenija) i zaposleni sa Fakulteta za sport i turizam iz Novog Sada (Republika Srbija). Za potrebe ovog istraživanja korišćena je kvalitativna istraživačka metoda – polustrukturisani intervju.

Istraživanjem su obuhvaćene banje u kojima se pružaju usluge velnesa i hoteli koji pripadaju banjskim kompleksima, a uzorak je bio nameran, i činili su ga stručnjaci zaposleni na upravljačkim pozicijama u sledećim srpskim banjama: Banja Junaković, Apatin; Banja Rusanda, Melenci; hoteli „Premier Aqua” i „Termal” u Vrdniku; Banja Kanjiža i hotel „Aqua Panon”, Kanjiža. Na teritoriji Slovenije istraživanjem su obuhvaćene Rimske Terme, Terme Krka (kojima pripadaju hoteli: „Strunjan”, „Dolenjske Toplice” i „Šmarješke Toplice”) i Terme Čatež.

U navedenim banjama i hotelskim kompleksima je, sa unapred odabranim sagovornicima i u njihovom radnom okruženju, urađeno ukupno 11 intervjua, koji su u proseku trajali oko 45 minuta. Svi intervjui su snimani, a audio zapisi su nakon toga transkribovani i podvrgnuti kvalitativnoj analizi. Prilikom transkripcije intervjua i kasnijeg dvostrukog kodiranja (kodiranja vršenog od strane dva nezavisna koderi), istraživački materijal je podeljen u dve osnovne grupe. U prvu grupu su svrstani materijali koji sadrže iskaze ispitanika povezanih sa kodom „**trenutno stanje u edukaciji**”, koji se odnose na prikaze i opise trenutno aktuelnih modela edukacije kadrova koji rade u sektoru pružanja velnes usluga, dok je druga grupa izdvojenog materijala povezana sa kodom „**smernice za unapređenje edukacije**”. U ovu grupu su uvršteni delovi materijala sa iskazima koji ukazuju na ono što stručnjaci iz prakse smatraju ključnim faktorima za unapređenje modela edukacije mladih koji će se baviti velnes turizmom u budućnosti.

Rezultati istraživanja

Kako bi rezultati istraživanja bili interpretirani na adekvatan način, neophodno je, na samom početku, istaći određene razlike koje su uočene u stepenu razvijenosti velnes tržišta u dve posmatrane administrativne celine – države. Prvenstveno, razlike se uočavaju u nejednakom stepenu ekonomskog razvoja i životnog standarda u Srbiji i u Sloveniji, što ima izuzetno veliki uticaj na razlike u zrelosti dvaju turističkih tržišta. Niža ekonomska moć potrošača u Srbiji svakako uslovljava i niži stepen potražnje za velnes uslugama, koje se u toj zemlji, još uvek, često smatraju luksuzom. Velnes, kao stil i kultura življenja, u osnovi ima medicinsko-zdravstveni aspekt, za koji se na ovim prostorima još uvek čvrsto vezuje, neretko koristi i kao sinonim. Aspekt rekreacije, kao i psihološki, sociološki i društveni aspekti, nisu uvek prepoznati na tržištu Srbije. Imajući u vidu činjenicu da je velnes zapravo sinergija koja se može realizovati na višem ekonomskom stepenu razvoja društvene zajednice, kao i da ekonomski razvoj uslovljava i stepen razvijenosti i primene velnesa, shvatanje ovog pojma u državama u kojima je vršeno komparativno istraživanje nije u potpunosti isto. Iz odgovora stručnjaka se može zaključiti da velnes tržištem u Srbiji još uvek dominira medicinski aspekt, što često predstavlja kočnicu u njegovom razvoju kao oblika odmorišnog (*leisure*) turizma. Razvoj kočica i to što država ne pokazuje dovoljno interesovanja da podrži velnes u pogledu razvoja infrastrukture i urbanističko-prostornog planiranja, ali i o podizanju opšte svesti o njegovoj ulozi u zaštiti javnog zdravlja. U Sloveniji, pak, uloga koju mnoge terme vrše je edukacija šire javnosti, informisanje i pružanje pomoći osobama koje žele i nameravaju da promene svoj životni stil. Korisnici velnes usluga u Sloveniji su osvešćeni pojedinci ili grupe ljudi kojima se pruža podrška u nastojanju da promene loše navike i način života. Među njima se mogu pronaći pripadnici gotovo svih društvenih i ekonomskih slojeva, što je, prema mišljenju eksperata, rezultat opšte društvene svesti i ulaganja velikih napora države da se nivo javnog zdravlja podigne na viši nivo.

Iskazi ispitanika povezani sa kodom „Trenutno stanje u edukaciji” se odnose na prikaze i opise aktuelnih modela edukacije kadrova koji rade u sektoru velnes usluga. Oni su, većinom, odgovori na pitanje „Na koji način se u vašoj banji vrši edukacija zaposlenih?”. Nedostatke postojećih obrazovnih programa, znanja i veštine koje su u banjama deficitarne i načine na koje se edukacija vrši u praksi, ispitanici su opisali u sledećim iskazima:

Tabela 1. Iskazi ispitanika u okviru koda „Trenutno stanje u edukaciji“

Banja Junaković	„Kada je našim zaposlenima potrebna edukacija, mi to organizujemo kod nas, u banji. Svi zaposleni su u obavezi da prolaze kurseve masaže, balneologije i fizioterapije. Često se organizuju i razni kursevi od strane Udruženja banja, koji traju po 7 dana.“
Banja Rusanda	„Naši maseri pohađaju kurseve koje organizuje Zdravstveni klaster. Već nekoliko puta su išli na obuku za šijacu masaže. Spremačice nam takođe pohađaju kurseve i treninge, bile su na kursu koji su držale njihove kolegice iz Hajata. Mislim da je i to vrlo važno. U ustanovi kao što je banja, postoji potreba, sa jedne strane, za stručnjacima za marketing, a sa druge strane za tehničkom podrškom i po standardima opremljeni prostori gde se sprovodi velnes. Tu su i izvođači usluga. Kod nas taj deo rade viši fizioterapeuti koji su išli na različite dodatne kurseve. To nam je najlakše da organizujemo. Mislim da u Srbiji nema organizovane obuke usmerene na velnes. U ovom trenutku, edukacije (dopunske i specifične) se najčešće vrše unutar samih banja.“
Hotel „Premier Aqua“ Vrdnik	„Za sada, takve obuke radi Zdravstveni klaster. Oni organizuju različite treninge i razvijaju spa-turizam. Za sada, pokrивamo sve segmente ponude prvenstveno medicinskim osobljem i turizmolozima koji osmišljavaju programe timski, zajedno sa lekarima.“
Hotel „Aqua Panon“ Kanjiža	„Znanja koja se stiču školovanjem su neprimenljiva u praksi. Mnogi završavaju fakultete za turizam, ali imaju problem prihvatanja obaveza. Ja sam uveo sistem da prođu svako radno mesto u hotelu: čistačica, restoran, bazen, velnes program... dve nedelje. Imaju nakon toga test i sedam dana rade na recepciji sa mentorom. Od 50 ljudi ostalo je 4. Za velnes je potrebno uvesti sličan model kao za fitnes programe. Strukovne studije uz dobru praksu. Praksa je važna. Znanja su neprimenljiva u praksi. Ne postoji ni smer recepcija.“
Banja Kanjiža	„Obuke vršimo u samoj banji, a organizuju ih i stručna udruženja i klasteri.“
Hotel „Termal“ Vrdnik	„Mi pratimo obuke koje organizuju udruženja i klasteri, ali su one, nekako, više teorijske i informativne prirode. Često idemo u Mađarsku, imamo sa njima saradnju i to nam dosta koristi u praksi.“
Rimske Terme	„Nedostaju znanja na koji način prići gostu (tzv. „meki“ pristup), koji pristup treba da primeni osoblje u termama, ako hoće uspešno prodavati svoje proizvode. Više prakse u sistemu edukacije !!! U Sloveniji trenutno edukaciju za rad u velnesu ima strukovna škola za turizam i ugostiteljstvo na Bledu, oni imaju specijalizovan program za velnes.“

U velnes sektoru u obe zemlje postoji potreba za ljudskim resursima sa svim nivoima stručnog obrazovanja, od srednje škole do fakulteta i posle diplomskih studija. Ispitanici iz Srbije su jednoglasni u iskazima vezanim za trenutno aktuelne modele edukacije, koji se mahom svode na obuke unutar samih banja, prenošenjem znanja sa iskusnijih na mlađe kolege – početnike u ovom poslu. U pogledu daljeg razvoja velnesa, ispitanici očekuju da će se ponuda studijskih programa za ovakve obrazovne profile pojaviti u njihovoj zemlji u skorijoj budućnosti, a neki od njih su se već i povezali sa obrazovnim institucijama koje pokazuju inicijative za kreiranje obrazovnih profila za potrebe savremenog velnesa u širem smislu.

Iskazi slovenačkih kolega nešto su optimističniji u pogledu postojeće ponude edukacije, ali ukazuju na određene nedostatke, najpre na nedovoljno praktične nastave: „U Sloveniji nema dovoljno kadrova, pogotovo onih koji bi imali kombinaciju odgovarajuće edukacije i određenog iskustva, a praksa trenutno pokazuje da se na ovim mestima najčešće nalaze ekonomisti, koji imaju, nažalost, manjak odgovarajućih znanja iz turizma i velnesa.“

Druga grupa odabranog materijala koja je povezana sa kodom „**Smernice za unapređenje edukacije**“ upućuje na stavove stručnjaka o mogućim opcijama za unapređenje sistema edukacije mladih za ulazak u velnes industriju. Najveći broj ispitanika je naveo neophodnost uvođenja stručne prakse na sve nivoe studija. U razgovorima su se ispitanici često pozivali na projekte prekogranične saradnje u kojima su učestvovali i iz kojih nose pozitivna iskustva (Tabela 2).

Oslanjajući se na iskaze i stavove sagovornika, pojmu velnesa se mora pristupati holistički. Koncept velnes filozofije svi ispitanici, a posebno oni iz Slovenije, jasno povezuju sa okruženjem same banje, tj. prirodnim i kulturnim atraktivnostima destinacije, čiji se potencijali mogu povezati sa velnes uslugama i ponuditi u okviru kreativno osmišljenih paketa, namenjenih savremenom gostu. Stoga, potrebno je sagledati potrebe i za edukacijom specijalizovanih velnes animatora, rekreatora i edukatora, čiji bi zadatak bio proširivanje velnes usluge na prostor izvan samih banjskih i hotelskih objekata, te uključivanje boravka u prirodi u sve faze procesa terapije.

Tabela 2. Iskazi ispitanika u okviru koda „Smernice za unapređenje edukacije“

Banja Rusanda	„Na Balkan Spa Samitu sam čula divne stvari, oni razmišljaju da na nivou Balkana, sa Turskom i Slovenijom, organizuju jednog dana nekakav Spa univerzitet. To bi bilo idealno rešenje za edukaciju kadrova koji će raditi u velnesu i imati specifična znanja koja se u praksi traže. Velnesu se treba okrenuti i on treba da uđe u edukaciju. Jako malo ljudi zna koliko je to specifično. Lični velnes u svakodnevnom životu dovodi do homeostaze koja utiče na prevenciju bolesti. To je higijena života na kraju krajeva. Trebalo bi samo standardizovati te edukacije.“
Hotel „Aqua Panon“ Kanjiža	„Trebalo bi razvijati i javno-privatno partnerstvo kao što je u Sloveniji i Hrvatskoj urađeno, jer privatno preduzetništvo daje veću šansu da se razvijaju novi projekti, uvode inovacije i prate svetski trendovi.“
Rimske Terme	„Odgovarajuće obrazovanih kadrova u Sloveniji nema, pogotovu onih koji bi imali i praktična iskustva i na tome bi trebalo težiti u budućim edukacijskim šemama, znači povezivanje teoretskih i praktičnih znanja u velnesu. Nedostaje i prodajno-marketingških specijalista, koji bi razumeli potrebe tržišta, trendova u velnesu, te odgovarajuće upravljali vlastitom ponudom i produktima. Potrebni su nam i tzv. „tester“i, ljudi koji testiraju pojedine nove proizvode, koji su uglavnom spoljni saradnici, a po potrebi i unutrašnji kadrovi.“
Terme Krka	„Medicinski kadar treba dodatno školovanje na području znanja jezika, komunikacijskih sposobnosti i rešavanja konfliktnih situacija.“
Terme Čatež	„Javlja se potreba za znanjem o holističkom, celovitom pristupu čoveku, pre svega onih koji se bave menadžmentom. Nažalost, trenutno se smatra da je velnes trošak.“

Ovo ukazuje na to da su istraživanjem identifikovane potrebe i za novim znanjima i obrazovnim profilima koji do sada nisu dovođeni u direktnu vezu sa turizmom, pa ih samim tim i nema u kurikulumima fakulteta. Pored aktivnosti koje se mogu sprovoditi u okruženju banje (i izbeći apsolutnu zavisnost tretmana od infrastrukture i opreme), ispitanici velnes dovode u direktnu vezu i sa ishranom. Ona čak može biti, i u mnogim slučajevima jeste, glavni nosilac velnes programa, što je jedan od trenutno najaktuelnijih trendova u svetu. Takođe, velnes se uspešno zasniva i na jogi, vežbama disanja, psihološkim vežbama, ajurvedi i sl. Sve banje iz kojih dolaze ispitanici (posebno oni iz Srbije) imaju velike, ali još uvek nedovoljno iskorišćene potencijale za razvoj svih ovih aktivnosti. Slovenačke banje imaju u ponudi velnes programe zasnovane na ajurveda terapijama, dok nijedna od srpskih banja koje su obuhvaćene istraživanjem to nema, ili nije spomenuto.

Na ovu tendenciju skrenuo je pažnju ispitanik iz Slovenije (Terme Čatež): „U program velnes ponude svakako bi trebalo uključiti zdrav način ishrane gde bi lekar morao oblikovati za svakog gosta poseban program ishrane koji odgovara njegovom zdravstvenom stanju. Ajurveda programi koji su sve više traženi podrazumevaju programe ishrane koji se kreiraju individualno za svakog korisnika, u skladu sa njegovim potrebama i zdravstvenim stanjem.“

Kod velnes programa slovenačkih banja primećuje se trend usmeravanja terapije na psihičko zdravlje korisnika, uz argument da je fizičko zdravlje direktno

uslovljeno mentalnim zdravljem. U srpskim banjama ispitanici nisu spominjali ovakve vidove lečenja, niti kombinovanje psihoterapija sa fizičkim aktivnostima. Da je u Sloveniji ovaj trend prepoznat, najbolje govori iskaz ispitanika (Terme Čatež): „Javlja se potreba za znanjem o holističkom, celovitom pristupu čoveku. Primarno obrazovanje za oblast velnesa bi trebalo da bude i iz područja neuro-nauke, psihologije, kulturologije i nauke o ponašanju (bihejviorizam). Zaposleni će morati da svakom gostu pristupe individualno i da njihove potrebe i zahteve rešavaju pojedinačno. Potrebno je imati različite pristupe gostima. Pristup deci, na primer, mora biti potpuno drugačiji od pristupa odraslim osobama.“ Trend individualnog pristupa svakom gostu, uz otvorenost ka alternativnim vidovima lečenja, takođe je praksa u slovenačkim banjama, što se zaključuje iz iskaza (Terme Čatež): „Velnes bi trebalo da bude zasnovan na individualnim, pojedinačnim tretmanima u kojima bi svakako bila uključena zapadna medicina i lekari različitih specijalnosti, ali i alternativna medicina, tradicionalna kineska medicina, biorezonanca, terapija zvukom, nutricionizam i slično.“

U kontekstu savremenih trendova, zaključuje se da pod velnes uslugama ne bi trebalo podrazumevati samo masaže, kozmetičke tretmane, korišćenje bazena i drugih aktivnosti koje se vezuju za infrastrukturu banja i usluge koje pruža isključivo medicinsko osoblje. Inovativni načini pružanja velnes usluga od banjskog osoblja zahtevaju kreativnost, snalažljivost, iskustvo i prevazilaženje tradicionalnog poimanja velnesa kao

vida lečenja unutar banjskog kompleksa, u potpunosti zavisnog od raspoložive infrastrukture i opreme. Analizom stavova stručnjaka koji prate svetske trendove, dolazi se do zaključka da velnesu treba pristupati holistički, tj. shvatati ga kao fenomen koji zadire daleko dublje u telo i u duh čoveka koji je odlučio da uvede pozitivne promene u svoj život. Počevši od promena u načinu ishrane, preko kretanja i aktiviranja „uspavanih“ mišića, pa sve do promene načina razmišljanja i poimanja samog sebe. Naravno, sve to je trajan i zahtevan proces koji čovek ne može voditi i kontrolisati sam. Potrebne su adekvatno obučene i iskusne osobe koje će, koristeći savremenu tehničku opremu i preparate, dijagnostifikovati probleme, osmisliti proces lečenja/terapije, obogatiti taj proces dodatnim aktivnostima koje ga mogu zabaviti ili edukovati, pratiti proces izlečenja i na kraju, ispratiti sa osmehom i savetima kako da taj dobar osećaj zadrži što duže. Kako je u svim sferama turizma i medicine na prvom mestu presudan ljudski faktor, adekvatno obrazovanje stručnih kadrova trebalo bi da bude prioritet svake države koja polaže nade u razvoj velnes turizma.

Pored znanja i veština neophodnih za osmišljavanje i pružanje samih velnes usluga, banjsko osoblje bi u svojim redovima trebalo da ima i osobe koje se bave marketingom i praćenjem svetskih trendova u cilju kreiranja inovativnih paketa usluga, što pokazuje i iskaz (Rimske Terme): „Više prakse u sistemu edukacije u velnesu, povezivanje teoretskih i praktičnih znanja. Velnesu nedostaje i prodajno-marketinških specialista, poznavaoaca trendova u velnesu.“

Zaključak

Zaključak koji se nameće nakon izvršene analize rezultata ovog istraživanja, jeste da je potrebno ukazati na ključne preporuke za unapređenje procesa edukacije ljudskih resursa u velnes industriji. Naime, da bi se jaz u edukaciji i u potrebama velnes industrije premostio, neophodan je sveobuhvatniji pristup koji podrazumeva podjednako učešće više aktera. Saradnja i partnerstva između više stejkholdera koji učestvuju u procesu edukacije kadrova jedini je način da taj sistem funkcioniše kako bi trebalo. Prema preporukama *GWl*, u ovaj proces moraju biti uključena tri ključna aktera, a to su: Menadžeri velnes centara, vlasnici/investitori velnes centara (lideri u velnes industriji) i institucije koje se bave edukacijom kadrova na svim nivoima (Global Spa & Wellness Summit LLC, 2014). S obzirom na to da će sve češći motivi putovanja biti zdravlje, blagostanje i duhovnost, može se zaključiti

da, generalno gledano, postoji potreba da se u školama, već od najranijeg uzrasta dece, sprovodi obrazovanje koje će učiniti da velnes vremenom postane deo kulture jednog naroda i deo svakodnevnog načina života. To je od posebne važnosti za države koje imaju izuzetno veliko prirodno bogatstvo termalnih i lekovitih voda, lekovitog blata i vazdušnih struja, kao što su Srbija i Slovenija. Obe države imaju dugu i prepoznatu balneološku tradiciju koja datira još iz razdoblja Rimskog carstva, te je velika šteta da ti potencijali budu marginalizovani i u svesti ljudi neadekvatno poimani.

Potreba za dodatnom i uže usmerenom edukacijom mladih u oblasti velnes turizma postoji na celom istraživačkom prostoru, ali ispitanici većinom nisu u potpunosti sigurni kako bi to, u praksi, trebalo da bude realizovano. Ono u čemu su svi jednoglasni, jeste da u postojeći sistem obrazovanja mora biti uvedeno više praktične nastave, koja se pri zapošljavanju i radu pokazuje ključnom. Predlog za rešavanje ovog problema koji su dali sagovornici je tesna i aktivna saradnja obrazovnih institucija i banja koje pružaju velnes usluge.

Slovenija, kao značajno razvijenija destinacija kada je u pitanju velnes turizam, se (za sada) većinom oslanja na osoblje koje dolazi iz oblasti medicine, rekreacije i turizma. Dopunsko licenciranje i sticanje znanja kroz različite kurseve i jednokratne obuke pokazuje se dovoljnim za trenutni obim i potrebe tražnje. Međutim, uz očekivani povećani obim tražnje, koji, prvenstveno u Srbiji, mora biti uslovljen povećanjem životnog standarda i opšte svesti stanovništva, pojaviće se realna potreba da se određeni fakulteti ili njihovi studijski programi preorijentišu i usmere na velnes kao životni stil za koji ima prostora u svakom segmentu života.

Veoma je važno istaći i činjenicu da pravna regulativa u Srbiji (prvenstveno zvanična klasifikacija zanimanja) još uvek ne prepoznaje, tj. ne navodi stručnjake iz oblasti velnesa u popisu zanimanja, što dovodi do problema kod dodeljivanja izlaznih zvanja na fakultetima, ali i u procesu zapošljavanja (Tomka i dr., 2015). Ispitanici koji su zaposleni u srpskim banjama jednoglasni su po pitanju stava da je prvenstveno država ta koja bi trebalo da prepozna interes stvaranja novih studijskih programa u funkciji prakse. Trenutno, studenti ne žele da se usmeravaju na zanimanja koje država nije akreditovala. Problem velnesa u Srbiji je i taj što ne postoje strateška dokumenta koja regulišu status velnesa kao privredne grane, već se ova delatnost tretira kao sporedna (sekundarna), dok je turizam stavljen u primarni fokus. Sa druge strane, velnes turizam se u Sloveniji razvija uz

punu podršku države i jedan veoma savremen, holistički pristup. Poimanje velnesa u Sloveniji zahvata znatno širu sliku i fokusira se na psihofizički balans pacijenata, te ponuda spa-centara u ovoj zemlji ima daleko šire okvire od samih tretmana i masaža. Na primer, najnovija ponuda Terma Olimje, koja je još uvek kuriozitet u regionu, pored upotrebe termalnih voda obuhvata i program pod nazivom *selfnes (selfness)*, odnosno brigu čoveka o samom sebi. Ovaj inovativni koncept se zasniva na ideji da stručnjaci podučavaju klijente tehnikama uspostavljanja harmonije tela i duha, te načinima na koje mogu sami sebi pomoći i kod kuće, nakon završenog banjskog tretmana (Mišković, 2018). Zapravo, terapija se sastoji od sveobuhvatne analize psihofizičkog stanja čoveka i kreiranja strategije za promenu svakodnevnih navika, načina ishrane i ciljano vežbanje, ali i podsticanje pozitivnih misli i primenu tehnika pravilnog disanja. Po dolasku u Olimje, klijente očekuje detaljan pregled lekara specijalista, potom procena opšteg zdravstvenog stanja i kreiranje personalizovane terapije koja se ne fokusira samo na saniranje simptoma, već zadire u otkrivanje njihovih uzroka. Koncept *selfnes* terapije je kreiran u skladu sa strategijom razvoja Terma Olimje, kao deo njene turističke ponude, koja za osnovni cilj ima unapređenje kvaliteta života primenom psiholoških i fizikalnih vežbi (Terme-Olimia, 2018).

Primer *selfnes* koncepta predstavlja jedan od ključnih karakteristika razvoja velnes turizma u Sloveniji koji ga diferencira u odnosu na zemlje u okruženju (Hrvatska, Mađarska, Austrija i sl.). *Selfnes* programi u Termama Olimje su koncipirani tako da prate pojedinca prilikom otkrivanja najboljeg u njemu samom i podstiču ga na uspostavljanje ravnoteže između fizičke, emocionalne i duhovne sfere života. To svakako podrazumeva da zaposleni u ovoj banji sa gostima uspostavljaju ličan i partnerski odnos poverenja, što je od ključnog značaja za postizanje rezultata. Upravo taj individualni pristup svakom klijentu je neophodan da bi on stekao poverenje, mogao da se opusti, osluškuje svoje telo, prihvati ga onakvim kakvo jeste i zaista pokuša da mu pomogne. Uvođenjem *selfness* koncepta, Terme Olimje su istovremeno menjale i svoju organizacionu kulturu. Menadžment banje je uvideo neophodnost promene svesti i kod svojih zaposlenih, s obzirom na to da upravo oni moraju delovati proaktivno i od njih mora poći inicijativa za inovacijama.

Kako su medicina, turizam, stilovi života i briga o zdravlju oblasti koje se konstantno menjaju, između ostalog i pod uticajem mode i popularnih trendova,

ovakvo istraživanje bi trebalo ponoviti nakon tri do pet godina i uporediti rezultate. Takođe, geografski prostor istraživanja trebalo bi proširiti na zemlje regiona, Bosnu i Hercegovinu, Hrvatsku, Crnu Goru, Makedoniju, pa čak i Mađarsku, Bugarsku, Austriju i ostale, kako bi se izradila sveobuhvatna komparativna studija i prepoznali najbolji primeri u praksi.

IZJAVA

Autori su svojim izjavama potvrdili nepostojanje bilo kakvog sukoba interesa.

NAPOMENA

Ovaj rad predstavlja deo rezultata istraživanja u okviru kratkoročnog bilateralnog projekta prekogranične saradnje *Razvoj studijskih programa u oblasti turizma* koji je finansiran od strane Pokrajinskog sekretarijata za nauku i tehnološki razvoj AP Vojvodine (broj rešenja 114-451-1962/2014-01).

LITERATURA

- Global Spa & Wellness Summit LLC. (2014). *Spa Management Workforce & Education: Addressing Market Gaps*. Global Wellness Institute.
- Global Wellness Institute. (2013). *The Global Wellness Tourism Economy*. Miami: Global Wellness Institute.
- Global Wellness Institute. (2015). *The Global Wellness Tourism Economy*. Miami: Global Wellness Institute.
- Global Wellness Institute. (2017). *Global Wellness Economy Monitor*. Miami: Global Wellness Institute.
- Gustavo, N. (2010). A 21st-Century Approach to Health Tourism Spas: The Case of Portugal [Special section]. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17, 127-135.
- Mišković, I. (2013, May 24). *Bookiraj.com*. Preuzeto sa *Bookiraj.com*: <http://www.bookiraj.com/2013/05/terme-olimje-slovenija/#more-7466>
- Smith, M., & Puczkó, L. (2008). *Health and wellness tourism*. Elsevier Ltd.
- Terme-Olimia, (2018). *Wellness-zdravlje*. Preuzeto 05 25, 2018 sa Terme-olimia: <http://www.terme-olimia.com/rs/wellness-zdravlje/se-17951>
- Tomka, D., Cvetičanin, P., Jegdić, V., Marković, J., Radenković Šošić, B., Zubanov, V., ... Tomka, G. (2015). *Kreiranje predloga politike zapošljavanja i radnog angažovanja u turizmu*. Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.

Datum prijave: 10.04.2018.

Datum prihvatanja: 13.06.2018.

Kontakt

Marko Koščak, Univerzitet u Mariboru,
Fakultet za turizam, Brežice
Cesta prvih borcev 36, Brežice, Slovenia
E-mail: marko.koscak@um.si

Ivana Mišković, Fakultet za sport i turizam,
Radnička 30a, Novi Sad
E-mail: ivana.miskovic@tims.edu.rs

Romana Romanov, Fakultet za sport i turizam,
Radnička 30a, Novi Sad
E-mail: romana.romanov@tims.edu.rs

Vladimir Holodkov
E-mail: parents021@gmail.com