

Darija Cvikl

Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Bled, Slovenija

Barbara Pajk

Šola za hortikulturo in vizualne umetnosti Celje, Slovenija

UDK 338.483.11

338.48-6:613.86

ŠUMSKI SELFNESS KAO NOVA GRANA TURIZMA U SLOVENIJI

FOREST SELFNESS AS A NEW BRANCH OF TURISM IN SLOVENIA

Apstrakt: Pored upravljanja šumama, Nacionalni šumarski program Slovenije obuhvata ekološke i socijalne funkcije, ali se u praksi takva vrsta vrednovanja ovih funkcija ne realizuje, osim uz retke izuzetke. Jedan takav izuzetak je grad Celje, koji delimično ispunjava ciljeve zahvaljujući 14 kilometara dugoj i uređenoj stazi kroz tzv. Gradsku šumu, ali i šume u kontekstu Puta učenja u turističkom području zvanom Celjska koča. U ovom članku, pomenuli smo i primer dobre prakse, koji je pokrenut ove 2014. godine, a koji sprovodi LTO Laufar Cer-kno.

Ideja za marketing antistres terapije u slovenačkim šumama je itekako prikladna, jer je skoro 60% Slovenije pokriveno šumama. Na osnovu korisnih efekata pojedinih vrsta šuma, postoje najmanje tri vrste, koje su zbog razprostranjenosti i zastupljenosti vrsta drveća pogodne za sprovođenje tzv. Selfness šumskih terapija, pošto pored terapijskih efekata promovišu strateški održivi razvoj, zasnovan na strategiji razvoja slovenačkog turizma, kako je i navedeno u Strategiji razvoja slovenačkog turizma 2012-2016.

S obzirom na činjenicu, da smo u sektoru turizma tokom poslednjih deset godina svedoci veoma pozitivnih trendova – kako u rastu broja turista i noćenja, tako i u rastu prihoda od turizma, u svetlu pozitivnih efekata promocije i prodaje, smisleno je da se definiše tržišni koncept za eksploataciju socijalnih funkcija šume, koje smo mi predstavili u članku. Tako smo uokviru tržišnog koncepta, obuhvatili definiciju

Abstract: Apart from the forest management, National Forest Programme in the Republic of Slovenia (NFP) entails the environmental and social functions, but in practice the policy evaluation of these features has not been implemented, aside from the very rare exceptions. One such exception is the city of Celje, which partially meets the objectives set, owing to the fourteen kilometer well-maintained trails through the so-called City Forest, i.e. the urban forest in the context of the Learning Route in the tourist region of Celjska Koča. In this paper, we tackled an example of good practice, launched this year (2014) and conducted by the LTO Laufar Cer-kno.

The idea to do marketing of anti-stress therapies in the Slovenian forests is quite appropriate, since almost 60% of Slovenia is covered by forests. Based on the beneficial effects of certain forest types, there are at least three of them, suitable for implementing the so-called Forest Selfness Therapies owing to the great spread and representation of tree species since they, along with the therapeutic effects, promote strategic sustainable development, based on the development strategy of Slovenia tourism, as stated in Slovenian Tourism Development Strategy 2012-2016.

Given the fact that over the last decade, we have had highly positive trends, both in the growing number of tourists and overnights as well as in tourism receipts, it is logical to define a marketing concept for exploiting the social functions of the forest which are presented

antistres terapije, pozicioniranje usluga na tržištu, definisanje pojedinačnih wellness proizvoda, segmentaciju ciljnih kupaca i sprovođenje efikasnog marketing miksa.

Eksploatacija šuma u Sloveniji u smislu promovisanja antistres terapija, definitivno je atraktivna tržišna niša u okviru koje Slovenija može značajno povećati svoje prihode od turizma u kontekstu održivog razvoja.

Ključne reči: upravljanje stresom, šumski selfness, drveće, turistički potencijal, marketing

Uvod

Šuma kao prirodno stanište, šuma kao važan izvor energije, šuma koja obnavlja i isceljuje, drveće kao osnovni element šume. Šuma koja leči.

Šuma je okruženje u kojem lako možemo da se smirimo, štiti nas od buke urbanizacije. U šumi se susrećemo sa zvucima koji mogu imati i terapijski efekat, kao na primer: žubor potoka, šuštanje lišća i sl. (Mlakar Močilnik, Pirnat, 2010)

Slovenija je zemlja šuma, čak 58,4% teritorije pokriveno je šumom (prema podacima iz 2012. godine, to je površina od 1,184,526 ha). 70% šuma je od bukve, jele i bukve i hrasta i bukve. Najniži udeo šuma je u istočnoj Sloveniji, gde je, uglavnom u ravninama Prekomurja i u delovima pored Drave, udeo šuma do 25% ili od 25-50%. Oblasti sa udelom šuma od preko 90% su na Pohorju, Dolenjskem Kočevskem, u Postojni, Trnovskoj šumi i drugim oblastima koje leže na većim nadmorskim visinama. (http://www.zgs.si/fileadmin/zgs/main/img/CE/gozdovi_SLO/Karte/Gozdatost_KO.jpg)

Korišćenje prirodnih resursa šume, kao izvora zdravstvenog i wellness turizma, predstavlja jedan od alternativnih pristupa u oblikovanju wellness usluga u turizmu.

Kada je reč o neiskorišćenim resursima, novim metodama lečenja, a posebno o antistres tretmanima, Slovenija raspola-

in this paper. The latter covers the definition of anti-stress therapies, service positioning in the market, exemplifying individual selfness products, segmentation of target customers as well as implementation of an effective marketing mix.

Forest exploitation in Slovenia in terms of marketing the anti-stress therapies is definitely a niche market where Slovenia can significantly increase tourism receipts in the context of sustainable development.

Key words: stress management, forest selfness, trees, tourism potential, marketing

že bogatstvom prirodnih resursa, koji su potencijalnim gostima veoma zanimljivi. Ciljnim gostima – onima koji, pre svega, pate od povećane anksioznosti i prekomernog stresa – ovi resursi su preko potrebni.

Ovde je akcenat na aktuelnim pitanjima iz sfere antistres terapija. Većina populacije, inače, nije ni svesna da je pod stresom, sve do trenutka kada delovanje stresa prevaziđe početne faze i pređe u poslednju – fazu sagorevanja.

Stres je fiziološka, psihološka i bihejvioralna reakcija pojedinca na svaku promenu kojoj mora da se prilagodi. Stres može biti pozitivan, ukoliko se promene doživljavaju kao izazov. Štetno i opasno po zdravlje je kada osećamo, da ekološki zahtevi našeg okruženja prevazilaze naše sposobnosti. [...] Duži period izlaganja stresu može dovesti do hroničnog umora ili bolesti. (<http://www.institutsatori.si/Stres.pdf>)

Korišćenje prirodnih resursa za otklanjanje stresnih poremećaja kao izvora zdravstvenog turizma

Psihijatar i psiholog, Dernovšek i Gorenc, u svojoj knjizi navode da je 70 – 80% svih poseta lekaru, na neki način povezano sa stresom. Stres i stresni faktori nisu za sve

ljude isti i podjednako teško (ili lako) rešivi. Od odnosa između naših zahteva i zahteva životne sredine i sposobnosti rešavanja istih zavisi da li će dejstvo stresa biti štetno i destruktivno (negativan stres) ili ćemo ga savladati i proaktivno delovati (pozitivan stres). U savremenim uslovima života stres je prirodna i potrebna pojava. Problem se javlja kada je stresnih situacija previše, kad su previše česte, prejake ili predugo traju. U takvim situacijama, stres može dovesti do različitih poremećaja (Dernovšek, Gorenc, Jeriček Klanšček, 2012, 8).

Stresni poremećaj može se manifestovati kroz fizičke simptome, promene u ponašanju, mišljanju i osećanjima.

Stresni poremećaji su:

- Gastrointestinalni poremećaji: čirevi, dijareja, gubitak apetita, prekomerna potrošnja hrane, gorušica, mučnina, povraćanje.
- Poremećaji srčanog rada: visok krvni pritisak, abnormalni otkucaji srca.
- Poremećaji imunog sistema, reumatoidni artritis, dijabetes melitus, neke vrste raka, alergija.
- Tegobe u mišićnom sistemu: grčevi u mišićima, bolovi u vratu i leđima.
- Respiratorni poremećaji: česte prehlade, astme.
- Mentalni poremećaji: zloupotreba psihoaktivnih supstanci (supstance koje prvenstveno utiču na funkcionisanje centralnog nervnog sistema i na taj način utiču na funkciju mozga) koje dovode do zavisnosti, anksiozni poremećaji i depresija (Dernovšek, Gorenc, Jeriček Klanšček, 2012, 8).

Za bolje razumevanje stresa i načina na koji se nositi sa njim, neophodno je reći nešto više o stresorima (uzročnicima stresa) i efektima stresa. Oni su podeljeni u dve glavne grupe: fizički i psihološki stresori.

U fizičke stresore spadaju faktori sredine (npr. nekontrolisana buka smanjuje radnu efikasnost i motivaciju) i radni uslovi (npr. tempo rada, težina posla, broj radnih sati).

Nedostatak kontrole (stepen fleksibilnosti radnog vremena i tempo rada), interpersonalni konflikti koji se mogu javiti u odsustvu radnih resursa, nedovoljno jasne operativne funkcije, nepoštovanje interesa ili uočavanje nepravde, kao i sukob na relaciji posao-porodica, najčešći su izvori psiholoških stresora.

Prisilna adaptacija emocionalnih reakcija predstavlja mehanizam emocionalnog iskustva pojedinca, koji je usklađen sa zahtevima određene profesije. U takvim okolnostima, pojedinci katkad moraju da glume i suzbijaju stvarne emocije da bi pokazali one, prikladnije trenutnoj situaciji. Sve to iziskuje značajan kognitivni i fiziološki napor, koji na duži rok uzrokuje stres. (http://sl.wikipedia.org/wiki/Stres_na_delovnem_mestu)

Postoje različiti nivoi primene antistres terapija: fizički nivo, nivo razmišljanja, nivo emocija i ponašanja.

Sve osnovne tehnike relaksacije stresa u telu (energetske vežbe za smirivanje i opuštanje, vežbe koje regulišu hormon stresa – kortizol, disanje, ishrana i antistres pića, kao i druge tehnike koje koristimo da bismo uspostavili ravnotežu i oslobodili emocionalnu napetost) imaju zajednički imenitelj, a to je pribegavanje prirodnoj sredini, gde je sagledavanje sebe i svojih unutrašnjih osećanja najefikasnije.

Stoga je razumljivo da *wellness*, koji spada u turističke aktivnosti, iako je sada mnogo više način života, u poslednjih deset godina pokazuje snažan porast i napredak, kao jedna od turističkih usluga.

Prema istraživanju (*“Strani turisti prema mesecu anketiranja, vrsti objekata, vrsti opštine, zemlji prebivališta i motiva za dolazak na odmor u Sloveniju”*) koje je 2012. godine sproveo Republički zavod za statistiku Slovenije, došlo se zaključka da je jedan od glavnih na listi motiva za dolazak na odmor u našu zemlju, bila briga za zdravlje i *wellness* usluge. Drugo istraživanje, na osnovu kojeg su dobijeni podaci o motivima za

dolazak stranih gostiju na odmor, pokazalo je, da su u julu i avgustu, opštine sa razvijenim termalnim i zdravstvenim turizmom u Sloveniji dobile veoma visoku prosečnu ocenu (od 4.0 do 4.7, na skali od 1-5).

Danas, kada turizam kao jedna od retnih industrija raste (podsetimo da je u 2011. bilo 983 miliona međunarodnih turističkih dolazaka u svetu, sa rastom od 4,6% u odnosu na 940 miliona 2010. godine, bez naznake značajnog pada trenda), neophodno je razmišljati, pre svega, o primeni adekvatnih marketinških strategija.

U Strategiji slovenačkog turizma 2012 – 2016 (Tomlin, Vučković, 2013, 17) navodi se da „je upravo održivi razvoj strateški temelj, koji zahteva dalje korake i projekte, prema kojima će nas međunarodna stručna zajednica, a i šire zajednice, prepoznati kao odličnu, zelenu, aktivnu i zdravu destinaciju, koju posećuju sa velikim zadovoljstvom.“

To znači da moramo podići svest ljudi o resursima kojima raspolazemo, a zatim i osmisliti projekte, zasnovane na zdravlju i tzv. „zelenim rešenjima“. Šuma je jedna od alternativa koju treba razraditi, posebno u pogledu lekovitih dejstava antistres terapija.

U naučnoj raspravi pod nazivom „Značaj zvučnog snimka šume za njegovu estetsku ulogu“ (Mlakar Močilnik, Pirnat, 2010), ističe se terapijski efekat zvučne slike šume, koja je testirana na 428 ispitanika. 55% ispitanika izjavilo je da zvuci šume deluju na čoveka umirujuće. Prema njihovim saznanjima, šuma je okruženje, u kome se čovek lakše smiri, jer nas štiti od buke urbanizacije. U šumi se susrećemo sa zvucima, koji takođe mogu imati terapijski efekat, npr. žubor potoka, šuštanje lišća, itd. Takvi perceptivni kanali postaju posebno važni za slepe i slabovide osobe, kojima su druga čula osetljivija.

Moderan način života karakterišu brze promene, povećan nivo stresa, manjak kretanja, a uz to nam prete i ekološki faktori. Kao rezultat svega toga javljaju se brojni psihosomatski poremećaji, psihološki

stresovi, depresija, hronični umor itd. Prirodno okruženje, kao što su šume, a i pojedinačna stabla, mogu u velikoj meri doprineti eliminisanju ili ublažavanju tegoba. Sve je veći broj istraživanja koja potvrđuju pozitivne efekte drveća i šuma na ljudsko zdravlje i blagostanje. Od 1989. do 2008. godine urađeno je nekoliko studija (Mlakar Močilnik, Pirnat, 2010 prema Bell et al., 2005), koja pokazuju da šuma deluje antidepresivno, zvuci šume umirujuće i harmonično, kao neiscrpn izvor za obnavljanje potrošene i nefokusirane pažnje.

Šumski *selfness* – Presentacija ekološke i socijalne funkcije šume u skladu sa smernicama Nacionalnog šumarskog programa Slovenije

Šuma je ekosistem, koji se sastoji ne samo od drveća sa svojim šumskim zalihama, nego i od određenih abiotičkih činilaca u uzajamnom dejstvu biocenoze, gde baza gradi drveće, a ispod njih je fitocenoza žbunja, penjačica i zeljastih biljaka. Ne smemo zaboraviti ni na razgrađivače i životinje.

Šume se najčešće dele na: listopadne, četinarske i mešovite šume. Za šumu kao stanište, najvažnija je podela po slojevitosti (do 20 cm je sloj mahovine, do 1m su lekovite biljke, do 5 m žbunje i do 40 m drveni sloj).

Važno je znati da neki šumski ekosistemi mogu imati ograničenu upotrebu u svrhu *wellness-a*, kao na primer, mediteranske makije zbog svoje neprohodnosti, ariš zbog brdovitog staništa, močvarna i priobalna šuma zbog insekata i hidroloških karakteristika zemljišta, šume sa aktivnom funkcijom odbrane ili degradirane šume zbog susnežice, požara, oštećenja od insekata, itd.

Nacionalni šumarski program uzima u obzir to da upravljanje šumama obuhvata ekološki i društveni vidik tj. njihovu funkciju. Na žalost navedene funkcije se još ne realizuju, jer je fokus upravljanja šumama

na šumskim zalihama, prirastu, gajenju, kao i zaštiti šuma, šumskoj tehnici, šumskoj divljači i lovstvu, odnosno razvoju šume kao prirodnom elementu pejzaža.

Pored gore navedenog problema, postoji i problem integracije navedenih ekoloških i društvenih funkcija šume kod vlasnika šuma.

Funkcija šume kao okruženja koje je pogodno za razvoj različitih oblika turizma i koje predstavlja objekat kulturnog nasleđa, delimično se realizuje. Međutim, funkcija šume kao okruženja koje doprinosi kvalitetu života, a posebno zdravlju svih stanovnika, na žalost se ne ostvaruje, osim delimično na području Celja (Gradska šuma sa uređenim stazama u dužini od 14 km na južnoj periferiji grada i tzv. Pečovnik, šumoviti predeo u turističkom regionu, oko „Celske kočee“). Rekreativni turizam i uloga šuma ponekad se nalaze u ponudi turističkih operatera kao posebna grana *wellness-a*, iako *wellness* kao kategorija nije definisan u nacionalnom šumarskom programu.

Šuma posetiocima nudi, pre svega, mogućnosti za bavljenje fizičkim aktivnostima, mentalnu relaksaciju i blagostanje, zdravu ishranu, a ponekad negu tela. Patris Bouchardon (2000, 146) smatra da je drvo čoveku kao terapijsko ogledalo. Tokom kontakta čoveka sa drvetom, njegova energija isprovocira ljudski odgovor u vidu rezonance i polja svesti.

Šumski selfness – novi zeleni turistički trend u Sloveniji

Pobednik konkursa za najinovativniju ideju u turizmu u Sloveniji je LTO Cerkno sa projektom „Šumski selfness“. Konkurs je raspisan od strane javne agencije SPIRIT Slovenija – Sektor za turizam i Ministarstva za ekonomski razvoj i tehnologiju. Autori nagrađenog projekta su Borut Pirih, Minca Slakonja i Polona Kavčič. Projekat se zasniva na primeni elemenata postojeće selfness ponude na tržištu u prirodnom okruženju, sa

prirodnim materijalima i lokalnim proizvodima.

U šumskom *selfness-u*, kao što nam ukazuje engleski pojam, fokus je na introspektivi našeg unutrašnjeg delovanja, i pored fizičkog blagostanja, koji nudi *wellness*, fokus je i na ličnoj ispunjenosti. *Selfness* nije slovenački pronalazak, ali šumski selfness, koji se prepliće sa prirodom i izvodi na licu mesta, jeste. Lokalna turistička organizacija (LTO) Laufar Cerkno je nagrađena priznanjem „Snovallec“, koju za ostvarenje novih originalnih ideja dodeljuju putem javne Agencije Spirit i Ministarstva ekonomije. Šumskog *selfness-a* dosetila se grupa od četvoro mladih iz turističke zajednice LTO Laufar Cerkno i njihov projekat predstavlja novi zeleni trend u slovenačkom turizmu, zasnovan na korišćenju prirodnih resursa i lepote Cerkljanske pokrajine, bez štetnog uticaja na prirodu. Ideja je sjedinjena sa osnovnim smernicama održivog razvoja. To je prvi *selfness* program u Sloveniji, koji se odvija u „zagrljaju“ Cerkljanskih šuma, sa prirodnim materijalima i lokalnim proizvodima. Program se zasniva na organizovanim izletima po uređenim planinarskim stazama, sa stručno vođenim terapijama u idiličnim kolibama u prirodi.

Isceľjujuća terapija obuhvata:

- prezentovanje energija koje pojedine vrste stabala imaju, kao i vežbe za prenos energije (slika 1),
- vođenu meditaciju, vežbe kretanja i vežbe relaksacije pod krošnjama drveća i na zelenim pašnjacima (slika 2),
- tehnike uspešnog prevazilaženja svakodnevnog stresa,
- zvučne vođene terapije i odmor u visećim mrežama (slika 3),
- predstavljanje refleksoterapije stopala, šetnja preko borovih iglica, razbijanje fizičkih blokada i izgradnja energetskog balansa (slika 4),
- korpu sa ukusnim specijalitetima – degustaciju lokalnih, prirodnih i organskih proizvoda,

- detoksikaciju tela oblogama od lokalne braon gline i relaksaciju na krevetima napravljenim od bala sena,
- zdravo i ukusno kulinarsko iznenađenje,
- opuštanje umornih nogu i stimulisanje cirkulacije krvi u nogama kupkom od sena (slika 4). (Slakonja, 2014)

Slika 1. Grljenje drveća



Izvor: Tavčar, 2014

Slika 2. Sedeća meditacija



Izvor: Tavčar, 2014

Slika 3. Odmor u šumi

Izvor: Tavčar, 2014

Slika 4. Kupka za stopala od sena

Izvor: Tavčar, 2014

Minca Slakonja (Slakonja, 2014), koja vodi program šumskog *selfness-a*, kaže da učesnici programa uče tehnike pomoću kojih mogu da se nose sa stresom, jačaju svo-

je zdravlje i održavaju vitalnost. Učesnici terapije su dali veoma pozitivne komentare na program. Tako, na primer, Giacomo (18 godina) iz Arizone, SAD, kaže: „Vrlo dobar

i opuštajući program, u kojem si izložen drugačijim iskustvima u odnosu na ona koja nude drugi. Najviše mi se svidela hrana, koja je na prvi pogled nešto posebno, a istovremeno je zdrava i ukusna, čak i nama, vegetarijancima. Moja lična ocena programa je da je služi za isceljenje tela, uma i duše.“

Šumski *selfness* i neke njegove usluge kao preteča novog tipa opuštanja

U *wellness* šumske proizvode/usluge, uzimajući u obzir održivost i trajnost, spadaju:

- šumske staze i putevi namenjeni bezbednom kretanju kroz šumu po neravnom ili ravnom terenu,
- prirodna mahovina sa mekom mahovinom, koja pruža nizak nivo opterećenja, za udobno kretanje i refleksologiju stopala, hodanje po suvom lišću ili palim iglicama, mekoj šumskoj travi i sl.,
- obeležene čulne staze sa različitim šumskim organskim i neorganskim materijalima, za kretanje po suvom, rosnom ili vlažnom terenu,
- meditacija u blizini odabranih stabala, uz psihološku pripremu, u svrhu povećanja blagostanja i fokusiranje na drveće koje poseduje energiju (npr. bukva utiče na prevazilaženje straha, stidljivosti i daje samopouzdanje, bor vraća energiju, mulj smanjuju zamor, itd.), dodirivanje i grljenje drveća,
- upotreba smole i ulja za masaže, kupke i kozmetičke preparate,
- dodirivanje i mirisanje šumskog zemljišta, biljnih ostataka, drveća i zeljastih biljaka, lišća, cveća, voća, pečurki itd.,
- branje šumskih plodova u ograničenim količinama (određeno Pravilnikom o zaštiti šuma, čl. 43). Pojedinač dnevno može ubrati do 2 kg pečuraka, kestena, borovnica, malina, kupina, šumskih jagoda, brusnica i mahovine,

a maksimalno do 1 kg divljeg belog luka; kao i branje druge 'divlje' hrane u ograničenim količinama za sopstvenu potrošnju (na primer žirova, lekovitog bilja i sl.)

- posmatranje i slušanje šumskih životinja, naročito cvrkut ptica;
- fizička aktivnost u svrhu pripreme drveća pod kontrolisanim uslovima ili sadnje mladih sadnica.

Boravak u šumi treba blagotvorno da utiče na čoveka, a šuma, pri tom, treba da ostane što duže netaknuta, uz mogućnost samoobnove. O prirodi, šumama i drveću uvek moramo razmišljati, jer to je važan deo našeg nasleđa, simbol snage, mudrosti, plodnosti i života. Očuvane šume sa raznovrsnim stablima za Slovence znače bogatstvo vredno življenja.

Stručnjak za *wellness*, mr Slavka Gojčič kaže: „*Selfness* znači da čovek prima pravo, ali i odgovornost, da sam odlučuje o svom životu, da sam kontroliše svoje zdravlje i blagostanje, a to znači, da je akt donošenja odluke u rukama pojedinca i aktivno orijentisan na način da promenite životne navike, koje vas održavaju vitalnim i unapređuje vaše fizičko, mentalno i duhovno zdravlje i blagostanje.”

Strategija implementacije šumskog *selfness-a* na tržište

U oblasti marketinga, važno je:

1. Definisati antistres terapije u skladu sa uticajem slovenačkih šuma. To znači da je neophodno uspostaviti saradnju sa stručnjacima iz oblasti *wellness-a*, biotehnike, psihijatrije, komunikacije, pedagogije i andragogije. Takav stručni tim treba da definiše antistres pakete i sprovede u delo programe koji će se izvoditi u slovenačkim šumama kao prirodnim staništima.
2. Pozicionirati terapeutsko-lekovite destinacije na teritoriji Slovenije. Potrebno je

prilagoditi i zakonsku regulativu, kako bi izvođenje lekovitih tretmana u šumskim područjima bilo dozvoljeno. U tom smislu, ograničenja ne bi bila velika i odnosa bi se na korišćenje šume za šetnju i u tranzitne svrhe. Reč je o projektu koji zahteva minimalna ulaganja, ako oduzmemo ulaganja u stručnost i stručni nadzor u obavljanju antistres usluga.

3. Definirati pojedinačne *wellness* proizvode i njihov brend (Slovenija bi, u okviru terapijskog dejstva šume, mogla imati jedinstven vlastiti brend na tom području). Nosioци antistres terapija i projekti koji bi se praktikovali, moraju odrediti pre svega sledeće: koju potrebu, ljudi koji su pod stresom, najradije zadovoljavaju u šumi. Na osnovu takve studije bi se, uzimajući u obzir prirodne faktore na određenoj lokaciji, definisali pojedinačni proizvodi (antistres paketi *wellness* usluga). Naravno, zbog tržišne prepoznatljivosti potrebno je definisati nazive pojedinačnih usluga, robne marke i sl. Od presudne važnosti je da stručnjaci za komunikaciju utvrde najpogodnije komunikacijske kanale, putem kojih će antistres terapije uspešno biti implementirane na tržište kod krajnjih korisnika usluga.
4. Segmentirati ciljne korisnike. Ko su ciljni korisnici? Kako ih segmentirati i na koji način dopreti do njih? Odgovori na ova pitanja su veoma važni za nosioce usluga antistres terapija. Kada su u pitanju terme ili *wellness* centri, segmentacija tržišnih korisnika vrši se na osnovu postojeće baze korisnika usluga. Slična je situacija i kada je u pitanju seoski turizam. U slučaju da se formira novi pravni subjekt, neophodno je formirati bazu korisnika antistres *wellness* usluga. U prvom redu potrebno je definisati profil korisnika pomoću izvedenog sondiranja tržišta za traženi profil korisnika. Zatim je potrebno odrediti tip korisnika: domaći i/ili strani gosti, pravni subjekti i/ili fizička

lica, turisti i/ili domaćinstva, starosna dob korisnika i slično.

5. Sprovesti efektivan marketinški miks kombinacijom internet marketinga i klasičnog marketinga. Neophodno je utvrditi adekvatnu strategiju određivanja cena usluga, koja uzima u obzir troškove neophodne za realizaciju svakog paketa usluga, ponudu i tražnju, kao i ponudu konkurenata. Poseban značaj i dodatna vrednost antistres terapije nalazi se pre svega u načinu izvođenja usluge. Dodatna vrednost usluge mora biti jasno definisana i mora se razlikovati od drugih *wellness* antistres terapija.

Sledeći korak odnosi se na kanale distribucije kojima se antistres programi nude potencijalnim kupcima. To mogu biti direktni i indirektni kanali.

U slučaju kada se marketinški projekat započinje bez podrške već postojećeg kapitala i bez upotrebe već uhodanih kanala distribucije, potrebno je uspostaviti, pre svega, direktni marketing (npr. kroz elektronsku poštu, klasičnu poštu i sl.). Gosta treba privući novim sadržajima, i stvoriti kod njega potrebu za novom *wellness* uslugom.

U već postojećem direktnom marketingu, svaki gost se tretira kao potencijalni nosilac novih usluga. Sa onim gostima koji se već nalaze u bazi razvijenih *wellness* centara, komunikacija se ostvaruje putem direktnih marketinških kanala: telefonom, faksom, elektronskom poštom.

U slučaju kada su ustanovljeni i indirektni kanali distribucije, antistres programi i terapije koje se izvode u slovenačkim šumama postaju sastavni deo ponude posrednika (npr. domaćih i stranih agencija, elektronskih veb posrednika, kao što su različite internet agencije, globalni distributivni sistemi i provajderi itd).

Promocija kao treći element marketing miksa koji će ovde biti pomenut, odnosi se na sve aktivnosti neophodne za privlačenje pažnje i zadržavanje interesovanja gostiju za nove sadržaje antistres terapija. U ovom tre-

nutku, usled nepovoljne ekonomske situacije u zemlji, jedan od većih problema predstavlja manjak sredstava u budžetu namenjenom za promociju. Iz tog razloga se, kao "jeftinija", a podjednako efikasna opcija – ukoliko je prate originalnost ideje i odličan sadržaj – nameće opcija internet marketinga.

Za izvođenje marketing antistres paketa u slovenačkim šumama obavezno se uzimaju u obzir i rezultati dobijeni merenjem svake preduzete tržišne aktivnosti. Jedino je ličnom prodajom moguće na licu mesta i odmah pribaviti povratnu informaciju. Taktike odnosa s javnošću podrazumevaju razne

publikacije (E-vesti, kupone itd), pozitivne afirmacije na web sajtovima (samostalno ili kao gost na stranom provajderu), kao i korišćenje komentara najboljih blogera u oblasti turizma i *wellness-a*. Takođe, neophodno je organizovati događaje, poput specijalizovanih turističkih sajmova, dana otvorenih vrata i sl.

Vlada RS (Republike Slovenije) je u 2012. godini identifikovala turizam kao jedan od najvažnijih sektora za stvaranje novih radnih mesta koji ima pozitivan uticaj na regionalni razvoj (Tabela 1).

Tabela 1. Podaci o turizmu za Sloveniju i svet u 2011. godini i rejting za godinu 2022.

| | 2011 | | Rejting za godinu 2022 | |
|---|--|---|--|---|
| | Slovenija | Svet | Slovenija | Svet |
| BDP (direktan doprinos) | 3,5 % | 2,8 % | 3,3 % | 3,0 % |
| BDP (ukupni doprinos) | 12,9 % | 9,1 % | 12,4 % | 9,8 % |
| Broj radnih mesta (direktno) | 33.000 (3,9 % od ukupnog broja zapošljavanja) | 98.031.500 (3,3 % od ukupnog broja zapošljavanja) | 34.000 (3,9 % od ukupnog broja zapošljavanja) | 120.427.000 (3,6 % od ukupnog broja zapošljavanja) |
| Broj radnih mesta (ukupno) | 111.000 (13,2 % od ukupnog broja zapošljavanja) | 260.093.000 (8,7 % od ukupnog broja zapošljavanja) | 115.000 (13,0 % od ukupnog broja zapošljavanja) | 327.922.000 (9,8 % od ukupnog broja zapošljavanja) |
| Priliv od turizma (učešće u ukupnom izvozu) | 8,8 % | 5,3 % | 7,0 % | 4,3 % |
| Investiranje (učešće u svim investicijama) | 9,9 % | 4,9 % | 10,7 % | 5,1 % |

Izvor: Podatki o turizmu, Strategija razvoja slovenskega turizma 2012 – 2016, str.19

Činjenica je da slovenački turizam, u poslednjih deset godina, pokazuje izrazito pozitivan trend u oblasti broja turista i noćenja, kao i u prihodima ostvarenim od turizma. Prema oceni Slovenačkog turističkog i pu-

tujućeg saveza, Slovenija od turizma godišnje stvara 12% BDP-a. Jedan od osnovnih principa slovenačkog turističkog brenda je *zeleni turizam*.

Zaključak

S obzirom na to da su stresni faktori učestali pratioci svakodnevnog života, logično je obratiti pažnju na sveprisutnije turističke usluge koje korisnicima nude opuštajuće terapije u sklopu *wellness-a*, a u najnovije vreme i *selfness-a*.

Slovenački tim mladih preduzetnika oformio je novu frazu (*selfness*) i turističku uslugu u sklopu nagrađenog projekta „Šumski selfnes“ i time otvorio nove mogućnosti razvoja turističkih usluga.

Slovenija je država, koja zbog svog geografskog položaja i prirodnih resursa, nudi idealno okruženje za upražnavanje šumskog *selfness-a*, a ujedno sledi zacrtane smernice održivog razvoja, koje je Vlada Republike Slovenije navela u svom strateškom dokumentu Strategija turizma RS 2012-2016. Štaviše, šumski *selfness* zadovoljava ekološku i društvenu funkciju šuma, a to su ciljevi na koje je takođe usmeren i Nacionalni šumarski program Slovenije.

Dobro postavljena strategija implementacije šumskog *selfness-a* na šire tržište, prepoznatljivost brenda šumskog *selfness-a* i njegovih antistres paketa, mogu značajno uticati na povećanje prihoda od turizma u Sloveniji.

Izvori i literatura

Bouchardon, P. (2000). Zdravilna energija dreves. Ljubljana. Ara.

Dernovšek, M. Z, Gorenc, M in Jeriček Klanšček, H. (2012). Ko te stresa stres: kako prepoznati in zdraviti stresne, anksiozne in depresivne motnje. Ljubljana : Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

Dvornik, Z. (2014). [Online]. Stres. Inštitut Satori. Dostupno internetnom linku: <http://www.institutsatori.si/Stres.pdf>.

Geister, I. et al. (1999). Izbrana življenjska okolja rastlin in živali v Sloveniji. Ljubljana: Modrijan.

Košutnik, D, Skok, I. in Hostnik, R. (2013). Celjski mestni gozd v Pečovniku. Ljubljana: Zavod za gozdove Slovenije.

Kotar, M. in Batič, F. (2005). Zgradba, rast in donos gozda na ekoloških in fizioloških osnovah. Ljubljana: Zveza gozdarskih društev Slovenije : Zavod za gozdove Slovenije.

Mlakar Močilnik, J. in Pirnat, J. (2010). Pomen zvočne podobe gozda za njegovo estetsko vlogo. V strokovni reviji Gozdarski vestnik, letnik 68, št. 3, str. 178-189.

Slakonja, M. (2014). Gozdni selfness – globinska sprostitelj za ravnovesje telesa, uma in duha. [Usmeni izvor i napomene].

Statistični urad Republike Slovenije (2014). [Online]. Sklenitve in razveze zakonskih zvez, Slovenija, 2012 – končni podatki. Dostupno internetnom linku: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5583.

Tavčar, B. (2014). Grafički material.

Tomin Vučkovič, M. et al. (2013). Strategija razvoja slovenskega turizma, junij 2012-2016; partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma. Ljubljana: RS Vlada Republike Slovenije.

Uradni list RS, št. 114/2009. [Online]. Pravilnik o varstvu gozdov. Dostupno internetnom linku: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=95789>.

Urad vlade za komuniciranje. (2014). [Online]. Priročnik znamke Slovenije. Dostupno internetnom linku: http://www.ukom.gov.si/fileadmin/ukom.gov.si/pageuploads/dokumenti/Programi_in_porocila/prirocnik-znamka-slovenije.pdf.

Veselič, Živan et al. (2014). Nacionalni gozdni program in razvoj gozdov v Sloveniji. V strokovni reviji Gozdarski vestnik, letnik 72, št. 2, str. 76-94.

Zavod za gozdove Slovenije. (2014). [Online]. Delež gozda po GGE (%). Dostupno internetnom linku: http://www.zgs.si/fileadmin/zgs/main/img/CE/gozdovi_SLO/Karte/Gozdnatost_KO.jpg.

Zavod za gozdove Slovenije. (2014). [Online]. Splošni podatki in dejstva o gozdovih v Sloveniji. 2014. Dostupno internetnom

linku: <http://www.zgs.si/slo/gozdovi-slovenije/index.html>.

Wikipedia. 2014. Stres na delovnem mestu. [Online]. Dostupno internetnom linku: http://sl.wikipedia.org/wiki/Stres_na_delovnem_mestu.