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 socijne funkcije, ali se u praksi takva vrsta vrednovanja ovih funkcija ne realizuje, osim uz retez izuzetka, jedan takav izuzetak je grad Celje, koji delimično ispunjava ciljeve zahvaljujući 14 kmakom dužoj i uređenoj stazi kroz tzv. Gradsku šumu, a i šume u kontekstu puta učenja u turističkom području zvanom Celjska koča. U ovom članku, pomenuli smo i primjer dobre prakse, koji je pokrenut ove 2014. godine, a koji sprovođi ITO Laujar Cerkno.

Idea za marketing anti-stres 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 razprostranjeności i zastupljenosti vrsta drveća pogodne za sprovodjenje tzv. Selfness šumski terapije, pošto pored terapijskih efekata promovišu strateški održivi razvoj, zasnovan na strategiji razvoja slovenačkog turizma, kako je i navecano u Strategiji razvoja slovenačkog turizma 2012-2016.

S obzirom na činjenicu, da smo u sektoru turizma tokom poslednjih deset godina svedoci veoma pozitivnih trenutaka - kako u rastu broja turista i noćenja, tako i u rastu prihoda od turizma, u svetu pozitivnih efekata promocije i prodaje, smiselno je da se dejinište tržišni koncept za eksploataciju socijalnih funkcija šume, koje smo mi predstavili u članku. Tako smo u okviru tržišnog koncepta, obuhvatili dehinitivu

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 Celiska Koča. In this paper, we tackled an example of good practice, launched this year (2014) and conducted by the ITO Laujar Cerkno.

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 decades, 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 marketinga mixa.

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

**Ključne reči:** upravljanje stresom, šumski sećnost, 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 leći.

Šuma je okruženje u kojem lako možemo da se smirimo, štititi nas od buke urbanizacije. U šumi se susrećemo sa zvučima koji mogu imati i terapeutski efekat, kao na primer: žužor 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 ravnica Prekomurja i u delovima pored Drave, udeo šuma do 25% ili od 25-50%. Oblasti sa udelem šuma od preko 90% su na Pohorju, Doljenjskom Kočevskem, u Postojni, Trnovskoj šumi i drugim oblastima koje leže na većim nadmorskim visinama. (http://www.zgs.si/fileadmin/zgs/main/img/CE/gozdivi_SLO/Karte/Gozdnatost_KC.jpg)

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

Kada je reč o neiskorišćenim resursima, novim metodama lečenja, a posebno o antistres tretmanima, Slovenija raspoložuje bogatstvom prirodnih resursa, koji su potencijalnim gostima veoma zanimljivi. Ciljinim gostima – onima koji, pre svega, pate od povećane anksioznosti i prekomernog stresa – ovi resursi su preko potrebni.

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

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. Ġetino 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 način povezano sa stresom. Stres i stresni faktori nisu za sve

Stresni poremećaji može se manifestovati kroz fizičke simptome, promene u ponašanju, mišljenju i osećanjima.

Stresni poremećaji su:
- O Gastrointestinalni poremećaji: čirevi, dijareja, gubitak apetita, prekomerna potrošnja hrane, gorušica, mučnina, povraćanje.
- O Poremećaji srčanog rada: visok krvni pritisak, abnormálni otkucaj srca.
- O Poremećaji imunog sistema, reumatoidni artritis, dijabetes melitus, neke vrste raka, alergija.
- O Tegobe u mišićnom sistemu: grčevi u mišićima, bolovi u vratu i leđima.
- O Respiratorni poremećaji: česte prehlade, astme.
- O 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, anksioznog poremećaja 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, najčešće su izvori psiholoških stresora.


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

Sve osnovne tehnike relaksacije stresa u telu (energetske veže za smirivanje i opuštanje, veže koje regulišu hormon stresa – kortizol, disanje, ishrana i antistres pića, kao i druge tehnike koje koristimo da bismo uspostavili ravnotežu i oslobodi li 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 prebiivališta i motiva za dolazak na oamor u Sloveniju") koje je 2012. godine sprovede Repubčički 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 doble veoma visoku prosečnu ocenu (od 4.0 do 4.7, na skali od 1-5).

Danas, kada turizam kao jedna od retkih 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 naznačenog pada trenda), neophodno je razmišljati, pre svega, o primeni adekvatnih marketinških strategija.

U Strategiji slovenačkog turizma 2012 – 2016 (Tomin, Vučković, 2013, 17) navodi se da „je upravo održivi razvoj strateški temelji, 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 poseduju sa velikim zadovoljstvom.“

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

U naučnoj raspravi pod nazivom „Značaj zvučnog snimka sume za njegov estetsku ulogu“ (Mlakar Močlnik, Pirnat, 2010), ističe se terapeutski efekat zvučne slike sume, koja je testirana na 428 ispitanika. 55% ispitanika izjavilo je da zvuci sume deluju na čoveka umirujuće. Prema njihovim saznanjima, suma je okruženje, u kome se čovek lakše smiri, jer nas štiti od buke urbanizacije. U sumi se susrećemo sa zvucima, koji takođe mogu imati terapeutski efekat, npr. žubor potoka, šustanje 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 sume, a i pojedinačna stabla, mogu u velikoj meri doprineti eliminisanju ili ublažavanju tegoba. Sve je veći broj istraživanja koja potvrđuju pozitivne efekte drveća i sume na ljudsko zdravlje i blagostanje. Od 1989. do 2008. godine urađeno je nekoliko studija (Mlakar Močlnik, Pirnat, 2010 prema Bell et al., 2005), koja pokazuju da suma deluje antidepressivno, zvuci sume umirujuće i harmonično, kao neiscrpni izvor za obnavljanje potrošene i nefokusirane pažnje.

Šumski selfness – Prezentacija ekološke i socijalne funkcije sume 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 nij je fitocenoza žbunja, penjačica i seljastih biljaka. Ne smemo zaboraviti ni na razgrađivače i životinje.

Šume se najčešće dele na: listopadne, šetinarske i mešovite sume. Za šumu kao stanište, najvažnija je podelna po slojevitetosti (do 20 cm je sjen mahovine, do 1 m 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 mreže zbog svoje neprohodnosti, ariš zbog br dovitog staništa, močvarna i priobalna suma 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 zaliham, prirastu, gajenju, kao i zaštiti šuma, šumskoj tehni, 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 koja je pogodna za razvoj različitih oblika turizma i koje predstavlja objekt 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 (Gradiska šuma sa uređenim stazama u dužini od 14 km na južnoj periferiji grada i tzv. Pečovnik, šumoviti predeo u turističkom regionu, oko „Celjske koče“). 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 ITO 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 nagrđenog projekta su Borut Pirih, Minca Slakonja i Polona Kavčič. Projekat se zasniva na primeni elemenata postojeće selfness po- nunde na tržištu u prirodnom okruženju, sa prirodnim materijalima i lokalnim proizvodima.

U šumskom selfness-u, kao što nam ukazuje engleski pojam, fokus je na introspektivni 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 pre- plića sa prirodom i izvodi na licu mesta, jeste. Lokalna turistička organizacija (ITO) Laufar Cerkno je nagrađena priznanjem „Snovalc“, koju za ostvarenje novih originalnih ideja dodeljuju putem javne Agencije Spirit i Ministarstva ekonomije. Šumskog selfness-a došetila se grupa od četvero mladih iz turističke zajednice ITO Laufar Cerkno i njihov projekat predstavlja novi zeleni trend u slovenačkom turizmu, zasnovan na korišćenju prirodnih resursa i lepote Cerkljanse pokrajine, bez štetnog uticaja na prirodu. Ideja je sjedinjena sa osnovnim smernicama odvrigog razvoja. To je prvi selfness program u Sloveniji, koji se odvija u „zagrliju“ Cerkljaniskih 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.

Isceljujuća terapija obuhvata:
- prezentovanje energija koje pojedine vrste stabala imaju, kao i vežbe za prenos energije (slika 1),
- vođenu meditaciju, vežbe kretanja i vež- be relaksacije pod krošnjama drveća i na zelenim pašnjacima (slika 2),
- tehničke uspešnog prevazilaženja svakodnevnog stresa,
- zvučne vođene terapije i odmor za 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,
o detoksikaciju tela oblogama od lokalne braon gline i relaksaciju na krevetima napravljenim od bala sena,
o zdravo i ukusno kulinarsko iznenađenje,
o opuštanje umornih nogu i stimulisanje cirkulacije krvi u nogama kupkom od sena (slika 4). (Slakonja, 2014)

**Slika 1. Grijenje drveća**

![Image](image1.png)

**Izvor:** Tavčar, 2014

**Slika 2. Sedeća meditacija**

![Image](image2.png)

**Izvor:** Tavčar, 2014
Minca Slakonia (Slakonia, 2014), koja vodi program šumskog selfness-a, kaže da učesnici programa uče tehnike pomoću kojih mogu da se nose sa stresom, jačaju svoje zdravlje i održavaju vitalnost. Učesnici terapije su dali veoma pozitivne komentare na program. Tako, na prime, 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 sviđela 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, spađaju:

o šumske staze i putevi namenjeni bezbednom kretanju kroz šumu po neravnom ili ravnom terenu,

o 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.,

o obeležene čulne staze sa različitim šumskim organskim i neorganskim materijalima, za kretanje po suvom, rosnom ili vlažnom terenu,

o meditacija u blizini odabranih stabala, uz psihološku pripremu, u svrhu povećanja blagostanja i fokusiranje na drveće koje posede energiju (npr. bukva utiče na prevazilaženje straha, stidljivosti i daje samopouzdanje, bor vraća energiju, mulj smanjuje zamor, itd.),

o dodirivanje i grljjenje drveća,

o upotreba smole i ulja za masaže, kupke i kozmetičke preparate,

o dodirivanje imiranješumskogzemljišta, biljnih ostataka, drveća i zeljastih biljaka, lišća, cveća, voća, pečurki itd.,

o branje šumskih plodova u ograničenim količinama (određeno Pravilnikom o zaštiti šuma, čl. 43). Pojedinac dnevno može ubrati do 2 kg pećuraka, kestenja, borovnica, malina, kupina, šumskih jagoda, brusnice i mahovine, a maksimalno do 1 kg divljeg belog luk; kao i branje druge divljih hrane u ograničenim količinama za sopstvenu potrošnju (na primer žirova, lekovitog bilja i sl.)

o posmatranje i slušanje šumskih živctinja, naročito cvrkut ptica;

o 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 nasleda, simbol snage, mudrosti, plodnosti i života. Očuvane šume sa raznovrsnim stablima za Slovence znače bogatstvo vredno življenja.

Stručnjak za *wellness*, mr Slavka Gojić kaže: „*Selfness* znači da čovek prima pravo, ali i odgovornost, da sam odlučuje o svom životu, da sam kontroluše 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 unapređuju 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, biotehničke, 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 odnosi bila 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. Definisati pojedinačne wellness proizvode i njihov brend (Slovenija bi, u okviru terapeutskog dejstva šume, mogla imati jedinstven vlastiti brend na tom području). Nosioći antistres terapija i projekti koji bi se praktikovali, moraju odrediti pre svega slijedeće: 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 najpoznatije komunikacijske kanale, putem kojih će antistres terapije uspješno biti implementirane na tržište kod krajnjih korisnika usluga.


5. Sprovedi efektivni 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, koje se antistres programi nude potencijalnim kupcima. To mogu biti direktni i indirektni kanali.

U slučaju kada se marketinški projekt 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 pri- vući 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 direktni 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 interesa 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 “jeftini ja”, 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 preduzeće tržišne aktivnosti. Jedino je ličnom prodajom moguće na licu mesta i odmah pribaviti povratnu informaciju. Tak-tike odnosa s javnošću podrazumijevaju razne publikacije (E-vesti, kupone itd.), pozitivne afirmacije na web sajtovima (samostalno ili kao gost na stranom prevajderu), kao i korišćenje komentara najboljih blogera u oblasti turizma i wellness-a. Takođe, neophodno je organizirati 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 reting za godinu 2022.**

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2011</th>
<th>Rejting za godinu 2022</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Slovenija</td>
<td>Svet</td>
</tr>
<tr>
<td>BDP (direktan doprinos)</td>
<td>3,5 %</td>
<td>2,8 %</td>
</tr>
<tr>
<td>BDP (ukupni doprinos)</td>
<td>12,9 %</td>
<td>9,1 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Broj radnih mesta (direktno)</td>
<td>33.000 (3,9 % od ukupnog broja zaposljavanja)</td>
<td>98.031.500 (3,3 % od ukupnog broja zaposljavanja)</td>
</tr>
<tr>
<td>Broj radnih mesta (ukupno)</td>
<td>111.000 (13,2 % od ukupnog broja zaposljavanja)</td>
<td>260.093.000 (8,7 % od ukupnog broja zaposljavanja)</td>
</tr>
<tr>
<td>Priliv od turizma (učešće u ukupnom izvozu)</td>
<td>8,8 %</td>
<td>5,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Investiranje (učešće u svim investicijama)</td>
<td>9,9 %</td>
<td>4,9 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

*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 vremenu i selfness-a.

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

Slovenija je država, koja zbog svog geografskog položaja i prirodnih resursa, nudi idealno okruženje za upražnjavaњe šumskog selfness-a, a ujedno i zvratne smernice održivog razvoja, koje je Vlada Republike Slovenije navela u svom strateškom dokumentu Strategija turizma RS 2012-2016. Stavši, 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


