

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

KAKOVOST WELLNESS STORITEV
NA LUKSUZNIH KRIŽARKAH

Peter Reberšek

Koper, 2008

Mentor: pred. Aleksander Janeš

POVZETEK

Diplomska naloga je iz področja kakovosti turističnih storitev. Obravnava predvsem ozek del storitev, ki so povezane z wellnessom. Wellness je v Sloveniji dokaj nova panoga turističnih storitev, zato tudi to področje še ni dovolj obdelano. Povsem drugače pa je v svetu. To je eden izmed razlogov, zakaj sem se odločil za to tematiko. Wellness je svetovno turistično gibanje modernega časa. Motivi za to obliko turističnega udejstvovanja so: mir, vračanje nazaj k naravi, sprostitvev, prenova telesa, duše in duha, samoodgovornost za zdravje, informiranje o bolj zdravem in uspešnejšem načinu življenja. Z analizo ponudbe v wellness centru Lotus SPA ladij Princess in primerjavo s konkurenčnimi ponudniki, sem skušal prikazati stanje in stopnjo razvitosti wellnessa na luksuznih križarjenjih. Ugotovil sem, da so gosti večinoma zadovoljni, je pa potrebno dopolniti ponudbo, poglobljati strokovnost kadra, oblikovati bolj celostne programe in uvesti bolj specializirano obliko upravljanja in vodenja.

Ključne besede: wellness, wellness center Lotus SPA, standardi v turizmu, kakovost wellness storitev.

SUMMARY

Dissertation deals with quality of tourist services. It deals with one segment (piece) of this services which are connected to wellness. Wellness is in Slovenia rather new kind of tourist services and is not enough researched. But it is totally different in other tourist countries in the world. That is one of the reasons why I decided for this theme. Wellness is modern world movement in tourist branch. Motives for that kind of tourist involvement are: peace, return back to the nature, relaxation, renovation of body, sole and spirit, self responsibility for health, get some more information about healthy and successful way of life. With analysis of wellness offer wellness centre Lotus SPA on Princess ships and with comparison to competitive providers of wellness services we tried to show the state and level of development of wellness on luxury cruises. I came to conclusion that guests are mostly satisfied with services, but it is necessary to complete the offer, to deepen professionalism of employees, to create more holistically programs and to introduce more in specialized wellness management.

Key words: wellness, wellness centre Lotus SPA, standards in tourism, quality of wellness services.

UDK: [371.14(043.2)]

VSEBINA

| | |
|--|-----------|
| Uvod | 1 |
| 1.1 Opredelitev problema..... | 1 |
| 1.2 Namen in cilji diplomske naloge..... | 2 |
| 1.3 Predpostavke, hipoteze ter omejitve v diplomski nalogi..... | 2 |
| 1.4 Metodologija..... | 3 |
| 2 WELLNESS TURIZEM | 4 |
| 2.1 Definicija wellness turizma | 4 |
| 2.1.1 Zdrava prehrana..... | 6 |
| 2.1.2 Telesne aktivnosti..... | 6 |
| 2.1.3 Osebna sprostitev..... | 6 |
| 2.1.4 Duševne aktivnosti..... | 7 |
| 2.2 Razvoj wellness turizma v Sloveniji..... | 7 |
| 2.3 Posebnosti wellness turizma..... | 8 |
| 2.4 Zunanji vplivi na wellness turizem..... | 8 |
| 2.5 Management kakovosti in wellness storitve..... | 8 |
| 2.5.1 Kadri v wellness turizmu..... | 9 |
| 3 KAKOVOST TURISTIČNIH STORITEV S Poudarkom NA WELLNESS STORITVAH | 13 |
| 3.1 Splošno o kakovosti storitev..... | 13 |
| 3.2 Nekateri standardi kakovosti, ki se uporabljajo tudi v turizmu..... | 15 |
| 3.3 Posebnosti v zagotavljanju kakovosti wellness storitev..... | 15 |
| 3.4 Celovito obvladovanje kakovosti wellness turizma s pomočjo modela SERVQUAL..... | 17 |
| 3.5 Standardi odličnosti Lotus SPA..... | 18 |
| 4 PREDSTAVITEV LOTUS SPA CENTRA NA KRIŽARKAH PRINCESS | 22 |
| 4.1 Analiza prednosti in pomanjkljivosti wellness ponudbe flote Princess ter primerjava z drugimi ponudniki wellnessa na kopnem..... | 22 |
| 4.1.1 Okolje, narava in storitve..... | 22 |
| 4.1.2 Fizične aktivnosti..... | 23 |
| 4.1.3 Osebna sprostitev..... | 23 |
| 4.1.4 Duševne aktivnosti..... | 25 |
| 4.1.5 Zdrava prehrana..... | 25 |
| 4.2 Nadaljevanje skrbi za telo doma – izdelki za domačo nego | 26 |
| 5 RAZISKAVA ZADOVOLJSTVA GOSTOV LOTUS SPA CENTRA NA KRIŽARKI DIAMOND PRINCESS V ZVEZI Z WELLNESS PONUDBO | 27 |
| 5.1 O tržni raziskavi..... | 27 |
| 5.2 Razčlenitev hipotez..... | 28 |

| | |
|--|-----------|
| 5.3 Rezultati z interpretacijo..... | 28 |
| 5.4 Analiza hipotez na osnovi opravljene raziskave zadovoljstva..... | 40 |
| PREDLOG ZAGOTAVLJANJA KAKOVOSTI IN PESTROSTI STORITEV PRI NADALJNJEM RAZVOJU WELLNESSA..... | 42 |
| 6 Zaključek..... | 44 |
| Literatura..... | 46 |
| VIRI..... | 46 |
| PRILOGE..... | 48 |

PONAZORILA

| | |
|--|-----------|
| Slika .1 Ardellov model wellnessa..... | 5 |
| Slika .2 Človek vpliva na kakovost..... | 9 |
| Slika .3 Demingov krog..... | 15 |
| Slika .4 Diamond Princess..... | 22 |
| | |
| Graf .1 Spol anketirancev..... | 28 |
| Graf .2 Starost anketirancev..... | 29 |
| Graf .3 Izobrazba anketirancev..... | 30 |
| Graf .4 Ali se ljudje vračajo na križarjenje..... | 30 |
| Graf .5 Ali so ljudje prvič obiskali Lotus SPA..... | 31 |
| Graf .6 Na kakšen način ste izvedeli za križarjenje na ladjah Princess..... | 31 |
| Graf .7 Predhodno poznavanje wellness ponudbe..... | 32 |
| Graf .8 S kom anketirani preživljajo počitnice..... | 32 |
| Graf .9 Kaj menite o ponudbi in vsebini wellness programov..... | 33 |
| Graf .10 Ocena bazenske ponudbe..... | 34 |
| Graf .11 Ocena storitev, ki sestavljajo wellness ponudbo..... | 35 |
| Graf .12 Ocena zadovoljstva z zaposlenimi na recepciji..... | 35 |
| Graf .13 Ocena zadovoljstva z zaposlenimi v masažnem centru..... | 36 |
| Graf .14 Ocena zadovoljstva z zaposlenimi v frizerskih in lepotilnih salonih..... | 36 |
| Graf .15 Ocena zadovoljstva z osebjem alternativne medicine..... | 37 |
| Graf .16 Ocena zadovoljstva z osebjem fitnessa..... | 38 |
| Graf .17 Zadovoljstvo z zaposlenimi v bazenskem kompleksu..... | 38 |
| Graf .18 Ocena zadovoljstva s čistilnim in vzdrževalnim osebjem..... | 39 |
| Graf .19 Ocena zadovoljstva s tretmantskimi sobami..... | 40 |

UVOD

Beseda wellness je sestavljena iz dveh besed; well-being in fit-ness. Je način življenja, s pomočjo katerega dosežemo optimalno zdravje in odlično počutje. Z njim obrnemo svoje življenje v smer kakovosti in ga danes tesno povezujemo z različnimi oblikami turizma.

Za turizem lahko rečemo, da je interdisciplinarna dejavnost, saj zajema gostinstvo, hotelirstvo, turistično posredovanje in vse dopolnilne turistične dejavnosti. Sodobna turistična ponudba ne vsebuje več le storitev, ki so vezane na oddih in rekreacijo, ampak tudi na delo, izobraževanje, raziskovanje, itd. V ponudbo turističnih storitev se vedno znova dodajajo novi produkti, saj le tako lahko zagotovimo konkurenčnost na svetovnem turističnem tržišču.

Del sodobne turistične ponudbe na trgu so tudi wellness storitve in križarjenja z luksuznimi ladjami. Pod pojmom wellnessa se skriva široka paleta storitev, ki uporabniku omogoča sprostitev in dobro počutje. To tudi izhaja iz same besede. V okviru teh storitev je potrebno poudariti, da je pri trženju in ponudbi wellnessa pomembno, da so te storitve na najvišji ravni. Da pa lahko to zagotovimo, potrebujemo za to primerno usposobljen kader, zagotovljene standarde kakovosti ter okolje, ki zna živeti s tovrstnim turizmom in za turizem.

1.1 Opredelitev problema

Zaradi naraščanja povpraševanja po wellness programih želim temu primerno predstaviti wellness, ter ga bralcu te diplomske naloge približati na njemu zanimivo raven. Ker se tudi kar nekaj Slovencev odloča za luksuzna križarjenja na ladjah širom svetovnih morij, sem se odločil, da se predvsem osredotočim na storitve wellnessa, ki so tem gostom na voljo, na takih potovanjih.

Wellness vključuje dinamične povezave, medsebojno odvisnost in notranjo podporo telesnih, čustvenih, duhovnih in poklicnih razsežnosti celega človeka. Pozitiven način življenja prispeva k dobremu zdravju in splošnemu počutju ter dviga delovno storilnost.

V nalogi bom analiziral obstoječe stanje z vidika zagotavljanja kakovostnih storitev na področju wellnessa. S tržno raziskavo bom ugotavljal zadovoljstvo gostov v Lotus SPA centru na eni izmed ladij iz flote Princess.

In zakaj kakovost teh storitev. Kakovost je po mojem mnenju prevladujoč dejavnik pri trženju turističnih storitev, še posebej pa je pomembna v primerih tako elitne zvrsti turizma, zato je samoumevno, da mora biti v tem primeru, kakovost na najvišji ravni. V tem pogledu pa me zanima, kako se kakovosti storitev lotevajo v prej omenjenih wellness centrih. V tem pogledu me zanimajo tudi standardi kakovosti, pa tudi celovito obvladovanje kakovosti (TQM – Total Quality Management). Pri vsem tem se bom

osredotočal predvsem na kakovost ponudbe wellness storitev in nekoliko na samo trženje teh kakovostnih storitev.

1.2 Namen in cilji diplomske naloge

V diplomskem delu želim ugotoviti, kako s primernim zagotavljanjem kakovosti wellness storitev izboljšati kakovost ponudbe, zadovoljstvo gostov ter posledično tudi vzpodbuditi tržne mehanizme za še večji interes potencialnih strank za tovrstne storitve. Posledično bi s tem lahko dosegli boljši poslovni rezultat. Predvsem bi lahko bile določene ugotovitve in spoznanja v pomoč nekaterim domačim turističnim delavcem, ki se trudijo ponuditi, gostom prilagojene storitve wellnessa. Izkušnje in znanje sodelujočih v programih Lotus SPA so seveda tolikšne, da se jih da v praksi temeljito uporabiti.

Vsekakor pa lahko določena spoznanja, ki jih bom dobil na podlagi opravljene ankete med uporabniki storitev Lotus SPA pripomorejo tudi k izboljšanju ponudbe v samih teh centrih. Tudi odgovorni in vodilni v teh centrih se namreč zavedajo, da je potrebno ponudbo neprestano izboljševati, dopolnjevati in jo prilagajati v smislu kar največje prilagojenosti uporabniku storitve.

Cilji diplomske naloge so:

- Spoznati in ugotoviti kaj pomeni wellness, kot način sodobnega preživljanja prostega časa.
- Spoznati kaj pomeni zagotavljanje kakovosti v okviru ponudbe turističnih storitev in storitev wellnessa, kateri so temeljni standardi kakovosti, ki se jih uporablja tudi v turizmu ter wellnessu ter v čem se kakovost v turizmu razlikuje od kakovosti v ostalih proizvodnih in storitvenih dejavnostih.
- Ugotoviti zadovoljstvo uporabnikov wellness storitev v centrih Lotus SPA.
- Izoblikovati predloge za izboljšanje wellness storitev v teh centrih in posledično podati tudi nekaj usmeritev za ponudnike wellness storitev v naših centrih.

1.3 Predpostavke, hipoteze ter omejitve v diplomski nalogi

V diplomski nalogi bom poskušal potrditi naslednje trditve:

- Kakovost storitev je nujno potrebna, če želimo postati in ostati konkurenčni na svetovnem turističnem tržišču.
- Zagotavljanje kakovosti na področju wellnessa se v določeni meri razlikuje od zagotavljanja kakovosti v drugih dejavnostih. Prav tako se v določeni meri razlikuje zagotavljanje kakovosti wellness storitev na luksuznih potovanjih od zagotavljanja kakovosti »tradicionalne« turistične ponudbe.
- Uporabniki wellnessa v Lotus SPA so v povprečju zadovoljni s storitvami.

- Uporabniki si želijo še dodatnih storitev wellness ponudbe.
- Uporabniki storitev bi si želeli še višjo kakovost in tudi boljšo seznanjenost s samo ponudbo.

Omejitve:

- Zaradi široke ponudbe storitev v Lotus SPA in na splošno na ladjah flote Princess, se bom v diplomski nalogi omejil na zagotavljanje kakovosti wellness storitev.
- Nezdosten odziv gostov pri izvajanju ankete bi lahko predstavljal omejitev raziskave.
- Wellness ponudba je dokaj nova storitev na slovenskem trgu, zato primanjkuje literature iz tega področja ali je le-ta težko dostopna.

1.4 Metodologija

V diplomskem delu bom uporabil metodo tržnega raziskovanja. Uporabil bom sekundarne podatke organizacije kakor tudi objavljene propagandne publikacije. Najbolj razširjena metoda pridobivanja primarnih podatkov je metoda spraševanja - anketiranje. Zaradi pridobivanja določenih podatkov oziroma zaradi ugotavljanja zadovoljstva uporabnikov wellness storitev Lotus SPA centra bom izvedel raziskavo na terenu - anketiranje gostov. Anketo sem izvedel v času mojega dela na omenjeni ladji Princess. Posluževal se bom interneta, v pomoč mi bo tudi strokovna literatura s področja turizma, wellnesa in kakovosti storitev. Uporabil bom še naslednje metode:

- deskriptivno metodo, ki daje prednost opisu dejstev, pojava ali procesa,
- kompilacijsko metodo, ki temelji na povzemanju opazovanj, spoznanj, stališč, sklepov in rezultatov drugih avtorjev,
- SWOT analizo Lotus SPA centra flote Princess.

Izhodišče moje diplomske naloge povezuje tako teorijo kot tudi prakso na primeru ponudnika kakovostnih storitev wellnesa. Diplomsko delo bo predstavilo možnosti izboljšanja pozicioniranja wellness storitev na turističnem trgu in izboljšanje same kakovosti wellness storitev.

2 WELLNESS TURIZEM

Skozi zgodovinski razvoj so ljudje vedno bolj ali manj skrbeli za svoje zdravje in počutje. Dandanes je zdravje ena izmed temeljnih vrednot človeka in postaja tudi svetovni ideal. Zdravja pa ni lahko ohranjati, kaj šele pridobiti nazaj. Zato se je zanj potrebno potruditi, mu tudi prilagoditi svoj stil življenja in ga na ta način negovati. Ravno zaradi tega je tudi začel nastajati trend wellness turizma. To je zvrst turizma, ki posamezniku omogoči, da živi življenje, ki mu da kar največ zadovoljstva, zdravja in s tem povezane sreče.

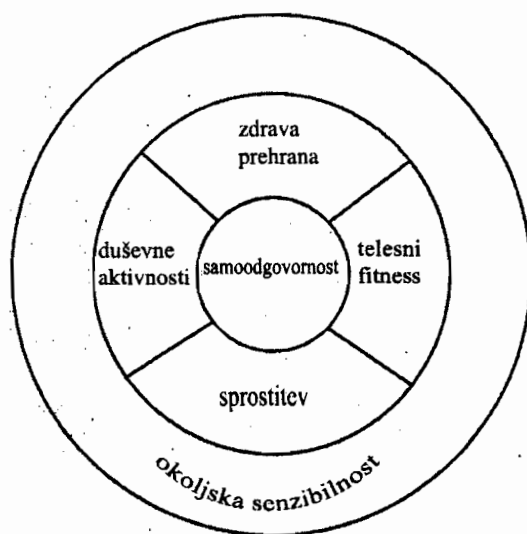
2.1 Definicija wellness turizma

Začetki wellness gibanja v svetu so povezani z upokojenim splošnim zdravnikom dr. Halbertom Dunnom. Dunn je pričel predavati o praktičnih in zdravju ugodnih temah v petdesetih letih v Washingtonu v ZDA. V istem desetletju je napisal članke, ki so govorili o, kot je sam zapisal, »visoki stopnji wellnessa«. Leta 1961 je bilo njegovih 29 predavanj zbranih in izdanih v knjigi z naslovom »Visoka stopnja wellnessa« (High Level Wellness). Dunnova predavanja in zapiski so poudarjali, da obstaja zelo tesna povezava med telesom, mislijo in duhom. Prepričan je bil, da imamo ljudje potrebo po osebni zadostitvi. Verjel je, da se zdravje lahko razširi izven meja modela tradicionalne medicine, kjer je končni cilj, ki ga je treba doseči »ne-bolezensko stanje« (Gojčič 2002, 111). Dunn je besedo wellness sestavil iz dveh besed: »well-being« in »fitness«.

Zanimivo definicijo wellnessa v Evropi je postavil Malich, ki pravi, da na kakovost bivanja - življenja vplivajo naslednji elementi: telesne zmožnosti, duhovna prožnost, duševna obremenjenost, pozitivna delovna naravnost, harmonično zasebno življenje in usklajenost z okoljem. Postavil jih je v obliko šesterokotnika, kjer je vsak element enakovreden drugemu (Gojčič 2002, 112).

Wellness so v začetku razumeli kot individualno usmerjen koncept »zdravi življenjski stil« s poudarkom na samoodgovornosti. Ardell je razvil enega najpopularnejših modelov wellnessa. V središče faktorjev (telesni fitness, prehrabena zavestnost, reševanje stresa in socialna zavestnost/ekološka pozornost) je postavil samoodgovornost. Po desetih letih (1986), ko je model obnovil, je postavil v središče socialne ter podjetniške norme in pravila kot najvplivnejše faktorje obnašanja, naravnosti in osebnih vrednostnih sistemov (Gojčič 2003, 7).

Slika .1 Ardellov model wellnessa.



Vir: povzeto po Ardell v Gojčič 2002, 114.

Za wellness lahko rečemo, da pomeni kakovost življenja in vključuje dinamične interakcije, medsebojno odvisnost in notranjo podporo telesnih, intelektualnih, čustvenih, družbenih, duhovnih in poklicnih razsežnosti celotnega človeka. Pozitiven način življenja prispeva k wellnessu, razsežnosti zdravja pa vplivajo nanj, vendar je učinek wellnessa večji kot je vsota njegovih »vplivov« in »prispevkov« (Gojčič 2003, 8).

Gojčičeva (2003, 16) pravi, da je wellness skupnost odnosov in pojavov, ki so posledica potovanja in bivanja oseb s temeljnim motivom po sprostitvi ali krepitvi svojega zdravja. Gostje bivajo v specializiranem hotelu z ustrezno strokovno in individualno obravnavo, kjer so z obširnim številom storitev zastopane naslednje temeljne sestavine wellness ponudbe: telesni fitnes, zdrava prehrana, osebna sprostitvev in duševne aktivnosti.

Za sedanjí čas je značilno, da wellness turizem dobiva vse večji pomen. To je predvsem posledica tega, da se ljudje v vse večji meri zavedajo posledic nezdravega življenja. Zdravje ljudi, je kot posledica nezdrave prehrane, stresnega okolja, kajenja, onesnaženosti in premalo gibanja vse bolj ogroženo. In wellness kot način življenja, ljudem omogoča, da si zopet pridobijo izgubljeno energijo, ter na ta način ohranijo ali si povrnejo nazaj zdravje, ki postaja za ljudi ena izmed največjih vrednot sedanjega časa.

Wellness, kot ena izmed sodobnih oblik preživljanja prostega časa, je sestavljena iz štirih komponent, ki skupaj tvorijo celoto. Brez te celote ne moremo govoriti o pravem

wellnessu. Zato vsi ponudniki tovrstnega turizma težijo k temu, da uporabniku storitve omogočijo celostno storitev. Te temeljne sestavine wellnessa so (Gojčič 2002, 125–137):

2.1.1 Zdrava prehrana

Zdrav način življenja in pravilen režim prehrane sta osnova za zdravje. Človeški organizem nima potreb po nekih posebej določenih živilih, temveč morajo ta živila le vsebovati določeno kemično energijo in na ta način zagotavljati potrebno količino hranljivih snovi. Uravnotežena prehrana mora vsebovati hranljive snovi v takih količinah in razmerjih, ki človeškemu organizmu zagotavljajo kar najboljše delovanje. S pravilno prehrano lahko ohranjamo ali krepimo zdravje, preprečujemo obolenja in izboljšamo ali celo pozdravimo bolezni ali bolezensko stanje. Hrana je sestavljena iz šestih tipov hranil: beljakovin, maščob, ogljikovih hidratov, mineralov, vitaminov in vode. Številne študije razlagajo, da obstaja povezava med stopnjo smrtnosti oz. bolezensko pogostostjo in prehranjevalnimi navadami. Med glavne rizike prehranjevanja v industrijskih državah prištevamo srčne bolezni, rak, visok krvni tlak, diabetes, debelost,..., predvsem pa nezumno prehranjevanje z visoko vsebnostjo maščob, preveliko konzumiranje soli, premalo balastnih snovi, kajenje in alkoholizem.

2.1.2 Telesne aktivnosti

So sestavina wellnessa, ki jo avtorji razlagajo kot obliko pozitivnega zdravja in je povezana z dobrim počutjem. Pri fitnessu lahko govorimo o telesnem, duhovnem in duševnem fitnessu. V ospredju je telesni fitness, ki je opisan kot proces treninga s psihičnimi in motoričnimi lastnostmi kot so hitrost, moč, vzdržljivost, gibanje in koordinacija. Telesni fitness je manj intenziven od vrhunškega športa, optimira se v prostem času, različnih športih in tudi pri bolnikih, ki potrebujejo fitness kot obliko rehabilitacije. Telesna aktivnost je pomembna tudi zato, ker da človeku energijo. Ni toliko pomembna vrsta telesne aktivnosti, saj vsaka že najmanjša aktivnost pomeni izboljšanje splošnega počutja ljudi. Vadbo za izboljšanje telesne pripravljenosti delimo na: urjenje vzdržljivosti, moči, hitrosti, skladnosti in gibčnosti.

2.1.3 Osebna sprostitve

Stres ni pojav, ki bi bil v preteklosti neznan, saj so tudi ljudje v kameni dobi doživljali stresne situacije. Je pa res, da je stopnja stresa dandanes veliko višja kot nekoč. Stres nastane, ko je oseba resnično obremenjena in postanejo neke psihične ali socialne zahteve previsoke. Sprostitve je tako edina oblika reševanja stresnih situacij in tako omogoča tudi preprečevanje psihičnih in telesnih motenj. Poznanih je več sprostitvenih tehnik in metod, skupno vodilo pa jim je, da morajo normalizirati življenjske funkcije kot so: srčni utrip, krvni tlak in dihanje. Glavne sprostitvene tehnike so:

- Urjenje dihanja pomeni zavestno dihanje, pri čemer poskušamo ugotoviti, kje se dihanje »zatika«, ali dihamo kratko, površno, hlastno ali prisiljeno. Osredotočimo se na različne dele telesa in poskušamo dihati navznoter, v celotno telo, ne le v pljuča ali trebušno prepono.
- Sprostitev mišic je zasnovana na kontrastih. Mišice izmenoma napenjamo ali sproščamo.
- Spremenjeno držo pogosto uporabljamo podzavestno, ko iztegnemo roke kvišku, povesimo glavo ali spremenimo položaj pri sedenju. Zatem pa znova zavzamemo staro napeto držo. Večjo in daljšo sprostitev bomo dosegli, če bomo držo spreminjali zavestno in ponavljali vaje toliko časa, da nam preide sproščena drža v navado in jo telo sprejme za svojo.
- Masaža spada med najbolj poznane in najstarejše metode za sproščanje. Masaža lahko spodbuja ali pomirja, odpravlja napetost ali blaži bolečine. Poznamo več vrst masaže. »Navadna« masaža z enakomernimi tekočimi gibi v smeri krvnega obtoka skrbi za boljšo prekrvavljenost mišic in kože. Masaža s pritiskanjem na določene točke (akupresura) lajša bolečine.
- Koncentracija je bistveni element pri metodah, ki delujejo na temelju avtosugestije. Pri avtogenem treningu se človek popolnoma osredotoči (koncentrira) na določen cilj, ki ga želi doseči, da npr. postanejo določeni deli telesa topli in teži. S tem se mišice bolje prekrvavijo in hkrati tudi sprostijo.

2.1.4 Duševne aktivnosti

Zdravstveno in ostale oblike izobraževanja in samoizobraževanja ter kulturna ponudba in možnosti lastnega kulturnega udejstvovanja so sestavni deli programa duševnih aktivnosti, ki se vključujejo v wellness izdelek. Zdravstveno izobraževanje mora udeležencem pokazati pot k zdravstvenemu samozavedanju in pokazati postopke, s katerimi bodo preizkusili življenjske napotke v sistemu promocije zdravja.

2.2 Razvoj wellness turizma v Sloveniji

V Sloveniji se wellness razvija predvsem v povezavi z zdraviliškim turizmom. Večinoma se pojavlja v okoljih, ki so se že v preteklosti ukvarjala s podobnimi dejavnostmi, čeprav lahko rečemo, da slovenska turistična podjetja na trgu svetovnega wellnessa ne nastopajo organizirano. Slovenski wellnes je šele v začetni fazi, saj še nimamo izdelane neke strategije razvoja te dejavnosti.

Značilnost slovenskega wellness turizma je dejstvo (Gojčič 2003, 17), da posamezni programi, ki jih ponudniki nudijo, ne vsebujejo vseh štirih temeljnih sestavin wellnessa kot so zdrava prehrana, telesni fitness, duševne aktivnosti in sprostitev. To je posledica pomanjkanja formalne oblike organiziranja wellness ponudnikov, s tem pa

tudi pomanjkanja kriterijev, ki bi v Sloveniji definirali, kdo je lahko wellness ponudnik oziroma kakšne pogoje mora izpolnjevati.

2.3 Posebnosti wellness turizma

Wellness (lahko rečemo tudi turizem dobrega počutja), je kot pozitivna komponenta optimalnega zdravja koristen vsem. Ne samo tistim, ki menijo, da so zdravi, ampak tudi tistim, ki so zboleli. Ne samo posameznikom, ampak tudi za družbo oz. skupnost kot celoto. Dokazano je, da prispeva k hitrejšemu okrevanju, upočasnjuje bolezen ali izboljšuje počutje in samozavest tudi prizadetih oseb. Hkrati pa prispeva k ugodnejši zdravstveni in socialno-ekonomski sliki družb.

Za tovrstni turizem je pomembno, da so vse storitve ponujene na visoki ravni. To je pomembno predvsem zaradi tega, ker je struktura gostov v večini takšna, da to zahteva. Problem slovenskega tržišča wellness turizma je to, da storitve wellnessa niso natančno ločene od storitev drugih zdraviliških ponudb. Zaradi tega je včasih struktura teh storitev preveč tesno prepletena s storitvami zdraviliškega turizma.

Wellness turizem ima veliko prostora za nove ideje in razvojne priložnosti, zahteva pa predvsem individualen pristop. Wellness, kot tudi zdraviliški turizem sta neodvisna od sezon in klimatskih razmer ter predstavljata uspešen način raznolike ponudbe v turizmu. Zdraviliški turizem že igra eno bistvenih vlog v slovenskem turizmu, saj približno tretjina vseh turistov v Sloveniji obiše slovenska zdravilišča.

2.4 Zunanji vplivi na wellness turizem

Po mojem mnenju, sta najpomembnejša kriterija, ki vplivata na to, v kolikšni meri se wellness storitve razvijajo in v kolikšni meri jih ljudje sprejemajo, kakovost celotne ponudbe in kadri, ki pri izdelavi in nudenju teh storitev sodelujejo.

2.5 Management kakovosti in wellness storitve

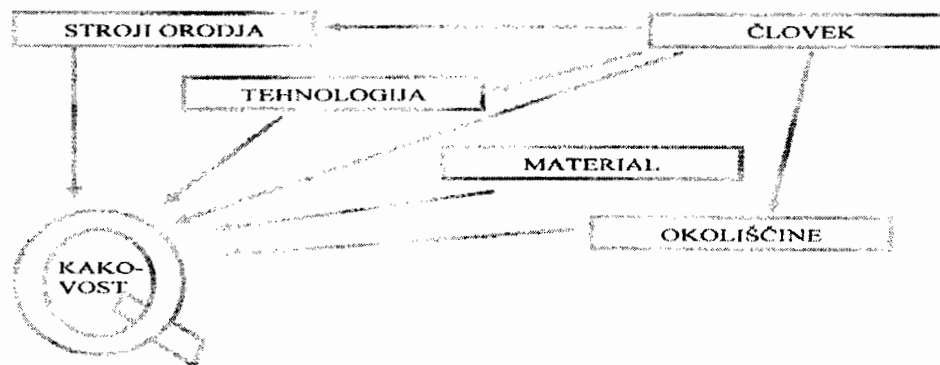
Ko govorimo o kakovosti storitev na področju wellness storitev, se moramo zavedati nekaterih dejstev:

- Kakovost ni odvisna samo od neke zakonodaje in regulativ, prav tako kakovosti ni na osnovi inšpekcijskih pregledov in druge prisile. Na ta način se kakovost v turizmu ne ustvarja. Poudariti je potrebno predvsem le pomen svetovanja za razvoj kakovosti in to gre z roko v roki izobraževanjem kadrov.
- Izobraževanje o managementu kakovosti je temelj kakovostne storitve in ljudem, ki to področje poznajo omogoča, da kakovost tudi spremljajo in ocenjujejo.
- Kakovosti, brez ustrezne vzpodbude in stimulacije kadrov ne moremo pričakovati.

- Kakovost ni odvisna od kontrole, informacij, ki jih dobimo na tej osnovi, služijo le kot vodilo odpravljanja storjenih pomanjkljivosti. Težava pa nastopi predvsem takrat, ko odgovorni ljudje na te dobljene informacije ne reagirajo.
- Kakovost je neprekinjen proces, se ne začne in konča v določeni fazi ustvarjanja ponudbe, ampak živi tudi po koncu faze potrošnje v obliki nadaljnega sodelovanja z uporabniki storitev.

Pri vodenju kakovosti so nam v pomoč lahko standardi iz skupine SIST ISO 9000. Za področje turizma je to podskupina SIST ISO 9004-2. Vendar pa to, da nekdo ali neko podjetje poseduje ta standard ne pomeni, da je tudi sicer v podjetju s kakovostjo vse v najlepšem redu. Saj lastništvo tega standarda pomeni le, da se posluje v skladu s poslovnikom kakovosti, pri tem pa ni opredeljeno, ali je ta poslovnik resnično naravnana na doseganje kakovosti. Za kakovost lahko rečemo, da je popolnoma odgovoren človek. To je razvidno tudi iz naslednje slike.

Slika .2 Človek vpliva na kakovost.



Vir: Andrejčič in Rekar 1997, 154.

Vsa sredstva predstavljena na tej sliki vplivajo na kakovost, vendar je dejstvo, da ima človek pri vsaki od njih neko vlogo. Nekdo bo sicer dejal, da je za slabo kakovost recimo kriv neprimeren ali slab uporabljen material. Pri tem pa potem ne smemo pozabiti, da tak material ni prišel sam od sebe v ta proces, saj ga je izbral, z njim delal in ga izoblikoval le človek. Material sam od sebe torej ni kriv in enako bi lahko bilo z vsemi komponentami predstavljenimi na sliki. Iz tega izhaja dejstvo, da je človek glavna komponenta uspeha, ki ima v wellness storitvah še prav posebno mesto. O kakovosti storitev wellnessa bo več govora v naslednjih poglavjih.

2.5.1 Kadri v wellness turizmu

Kot je razvidno že iz podpoglavja o kakovosti storitev, so kadri oziroma kot lahko tudi rečemo človeški viri, eden izmed temeljnih dejavnikov uspeha v dejavnosti. Pri tem

je zlasti pomembno to kar opredeljuje uspešen kadrovski management v turistični dejavnosti (Jereb 1997, 65):

- usmerjenost k gostu (guest orientation),
- usmerjenost k učinkovitosti (storilnost),
- hitro ukrepanje in reagiranje v vseh situacijah,
- dolgoročna strategija razvoja,
- učinkovito upravljanje človeških virov,
- neprekinjeno prizadevanje za izboljšanje.

Pri kadrih v wellness turizmu je pomembno, da vsi zaposleni med seboj sodelujejo in komunicirajo, oz. da so pri delu povezani. Ne moremo govoriti o uspešnem kadrovskem managementu, če vsak od teh, ki pri tem sodeluje, oz. je član nekega tima, ne pozna pomembnosti kakovosti za uspeh v panogi. Lahko bi rekli, da je uspešnost odvisna od najšibkejšega člana v tej verigi. Zato ni pomembno ali je to direktor ali nek portir. Zato je ključnega pomena nenehno dodatno usposabljanje in motiviranje zaposlenih v teh centrih.

Pri razvoju kadrov imajo pomembno mesto razvojni plani, saj se na njihovi osnovi organizira celoten proces pridobivanja novih kadrov, usposabljanje obstoječega kadrovskega potenciala, spremlja pa se lahko tudi trenutno stanje in se tako ocenjuje ali je trenutno stanje zadovoljivo ali ne.

3 KAKOVOST TURISTIČNIH STORITEV S Poudarkom NA WELLNESS STORITVAH

Eden ključnih dejavnikov, ki vplivajo na poslovno uspešnost turistične storitve in podjetja na sploh, je kakovost njihovih storitev. Kakovost vpliva na dobičkonosnost podjetja prek različnih kriterijev, med katerimi so zlasti pomembni zvestoba kupcev, produktivnost ter zadovoljstvo in lojalnost zaposlenih. Skrb managementa mora biti namenjena predvsem doseganju visoke ravni kakovosti turističnih storitev in wellness se glede tega ne razlikuje od drugih. Glede kakovosti storitev pravi Snoj (1992, 37):

»Kakovost storitev je nedoločen, subjektiven in varljiv koncept, ki pa je hkrati bistven za uspešen marketing storitev. V zvezi s kakovostjo je marketing zlasti pomemben pri ugotavljanju in vplivanju na pričakovanja odjemalcev v zvezi z objekti menjave pri oblikovanju njihovih zahtev v standarde kakovosti, pri ponujanju kakovosti za doseganje konkurenčnih prednosti na ciljnih tržiščih ter pri razširjanju zavedanja o konceptu kakovosti.«

Zadovoljstvo gosta s storitvijo je ključnega pomena za njegov končni vtis o kakovosti turističnega izdelka. Za uspešno upravljanje je pomembno poznati sestavine kakovosti, ki so ključnega pomena za zadovoljstvo gostov.

3.1 Splošno o kakovosti storitev

Kakovost je kompleksen pojem, ki ga je težko natančno opredeliti in definirati, saj gre za dinamično kategorijo, ki jo je potrebno stalno spremljati in preverjati. Tako se razumevanje kakovosti skozi čas spreminja in je odvisno od družbeno-ekonomskih značilnosti okolja. Pogosto uporabljena definicija označuje kakovost kot »skladnost z zahtevami«, kar pomeni, da je potrebno za vsako storitev ali izdelek opredeliti zahteve (Marolt 1994, 2).

Zagotavljanje kakovosti je, po Ishikawi (1989, 70-71), bistvena sestavina obvladovanja kakovosti. Po njegovem so prav zaradi zagotavljanja kakovosti oz. načela, »kakovost je prva«, Japonska podjetja v preteklosti vedno zmagovala v primerjavi z zahodnim svetom, kjer so vodili podjetja po načelu »dobiček je prvi« in se v skladu s tem zavzemali le za kratkoročne cilje organizacije. Zagotavljanje kakovosti pomeni zagotoviti kakovost storitve tako, da jo potrošnik kupi in se k nakupu podobne storitve tudi vrne. Zaupanja si podjetje od svojih uporabnikov ne pridobi takoj - čez noč. Za to je včasih potrebnih tudi več let. Kupec bo zadovoljen s storitvijo, ko bo le-ta kakovostna in v današnjih časih vse bolj odločilno, tudi cenovno ugodna. Kakovost vključuje funkcionalnost skozi vso njegovo predvideno življenjsko dobo, zagotovljen ustrezen servis ob morebitni okvari in hitro dostopne rezervne dele.

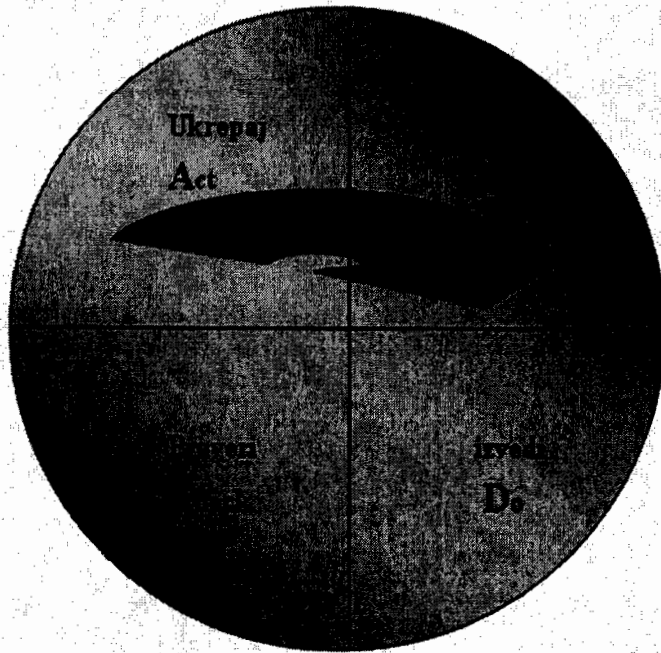
Podjetje mora ugotavljati potrebe po uporabi statističnih metod. Te koristijo pri razvoju trgovanja in razvoju izvedbenih procesov, nadzoru izvedbe procesa,

preprečevanju neskladnosti, analizi problemov, ugotavljanju tveganja, ugotavljanju vzrokov neskladnosti, določanju mejnih vrednosti, pri napovedovanju, overjanju, merjenju in vrednotenju lastnosti. Čim bolj postajajo managerski problemi kompleksni, tem večja je potreba za uporabo pomagal, ki pojasnijo pomembne odnose in povezave ter najpomembnejše izmed njih tudi natančno predstavijo. Za izpolnitev te potrebe uporabljamo kot pomoč za odločanje različne pripomočke, od grafičnih do čisto kvantitativnih. Informacije v obliki kart, diagramov in grafikonov, so osnovni korak pri analizah velikega števila podatkov (Potočnik et al. 1998, 158).

Pri načrtovanju kakovosti ima pomembno vlogo tudi *benchmarking*. To je stalen proces merjenja lastnih proizvodov, storitev ali prakse, primerjanje teh vrednosti z najboljšim v panogi, konkurenco ali standardom ter ukrepanje (Pivka 2000, 98).

V tem pogledu načrtovanja kakovosti ima pomembno mesto tudi procesni pristop zagotavljanja kakovosti. Leta 1920 je Walter Shewhart prvič razvil cikel P-D-C-A, ki ga je kasneje propagiral W. Edwards Deming, ki je bil Shewhartov študent. Zato je tudi večkrat označen kot Demingov cikel. Koncept P-D-C-A je prisoten na vseh področjih našega poklicnega in zasebnega življenja in se nenehno uporablja, formalno ali neformalno, zavestno ali podzavestno. Vsaka aktivnost, enostavna ali zapletena, se ravna po tem vzorcu brez konca. V okviru sistema ravnanja kakovosti je P-D-C-A dinamičen cikel, ki je lahko razvit znotraj vsakega procesa podjetja ali organizacije in za sistem procesov kot celoto. Zelo je povezan s planiranjem, uvajanjem, obvladovanjem in nenehnim izboljševanjem realizacije storitve in tudi drugih procesov sistema ravnanja kakovosti. Vzdrževanje in nenehno izboljševanje zmožnosti procesa se lahko doseže s konceptom P-D-C-A na vseh ravneh v organizaciji. To se nanaša na strateške procese na visoki ravni, kot sta planiranje sistema ravnanja kakovosti ali vodstveni pregled in tudi na enostavne operativne aktivnosti, izpeljane kot del procesov za realizacijo storitve (Pivka 2000, 176).

Slika .3 Demingov krog.



Vir: Peljhan, 2003, 47.

3.2 Nekateri standardi kakovosti, ki se uporabljajo tudi v turizmu

Standardi kakovosti so posledica razvoja kakovosti poslovanja, ki so se preko začetne kontrole in nadzora kakovosti storitve razvili do danes naprednega sistema celovitega zagotavljanja kakovosti. Zaradi neenotnega tolmačenja pojma kakovosti je predvsem v opredelitvi celotne kakovosti poslovanja prihajalo do zmede, ki je botrovala potrebi po uvedbi enotnega mednarodno veljavnega standarda. Že v šestdesetih letih prejšnjega stoletja so se pojavili prvi standardi, ki so bili namenjeni predvsem vojaški in letalski industriji, vendar so predstavljali osnovo, na kateri so nadgrajevali sistem do uporabnosti v skoraj vseh panogah. Standardi so dinamična kategorija, ki se v skladu s spremembami okolja razvija in prilagaja trenutnim razmeram. Zaradi težnje po natančnosti in doslednosti so se nekateri standardi razvijali v določeni smeri glede potrebe posamezne panoge tako, da je danes poznanih več standardov, ki pa so v bistvu stranske veje bolj znanih in mednarodno močno uveljavljenih standardov.

Tudi v turistični dejavnosti imajo pomembno mesto ISO standardi iz skupine 9000. Tu gre za standarde ISO 9001 in pa posebej za storitvene dejavnosti razvite standarde ISO 9004.

3.3 Posebnosti v zagotavljanju kakovosti wellness storitev

Kakovost je ključnega pomena tako v proizvodni kot storitveni dejavnosti. V turizmu lahko opredelimo kakovost kot sposobnost turističnega proizvoda ali storitve, da zadovolji potrebe oziroma pričakovanja gostov (Cvikl 2001, 311).

Za kakovostno ponudbo wellness storitev je potrebno stalno opazovanje in analiziranje pričakovanj odjemalcev, da bi lahko dobili informacije o (ne)zadovoljstvu odjemalcev s ponudbo. V strokovni literaturi srečujemo številne modele kakovosti storitev, s katerimi lahko postavljamo standarde in merimo odjemalčeva pričakovanja. Prevladujeta dve osnovni skupini modelov. V prvo skupino sodijo tisti, ki se osredotočajo na odjemalčevo vrednotenje kakovosti pred izvajanjem storitve, v drugo skupino pa sodijo modeli, ki so usmerjeni v ocenjevanje posameznih dejavnikov storitev in vrednotenje izbranih značilnosti storitev. V ospredju so naslednji štirje modeli kakovosti storitev (Cvikl 2001, 311–316):

- Meyere/Mattmüllerjev model: Avtorja sta razložila kakovost kot kompleksen konstrukt kontinuiranega storitvenega procesa, v katerem je mogoče razmejiti štiri sklope, ki so pomembni tako za ponudnika kot za odjemalca storitve. Za vsakega izmed teh sklopov sta pomembna dva vidika njegovega vpliva na storitveni proces: »kaj« in »kako«. Model temelji na starejših modelih kakovosti storitev. Prednost je v tem, da že vključuje pogosto spregledani dejavnik, to je, odjemalca storitev. Štirje sklopi tega modela so:
 - potencialna kakovost ponudnika storitve;
 - potencialna kakovost odjemalca storitve;
 - kakovost storitvenega procesa;
 - kakovost izida storitvenega procesa.
- Grönroosov model: S tem modelom avtor razloži, kako odjemalci doživljajo kakovost določene storitve. V Grönroosovem modelu ima posebno mesto tudi imidž ponudnika storitve, kar je prednost modela, saj le-ta vpliva na odjemalčeva pričakovanja kot na njegovo dožemanje tehnične in procesne kakovosti. Procesne kakovosti ni moč meriti z objektivnimi merili in je podvržena subjektivni oceni odjemalca. Odjemalec je sposoben ovrednotiti doživeto storitev, medtem ko mu je težje ovrednotiti pričakovano storitev. Po njegovem mnenju odjemalci ocenjujejo storitveni proces z dveh vidikov:
 - tehnična kakovost (izgled, urejenost, zmogljivost tehnične opreme, računalniški sistemi, know-how);
 - procesna kakovost (stiki z odjemalci, odnos do odjemalcev, delovna klima, obnašanje, poslovna kultura ponudnika storitev).
- Müllerjev model: Obravnava kakovost storitev z vrednotenjem odjemalčevih pričakovanj o kakovosti, ki se začne že v prednakupni fazi. Avtor v modelu podrobneje predstavi značilnosti obnašanja odjemalca v fazi uporabe storitev. Model v veliki meri upošteva in odraža zapletenost koncepta kakovosti storitev. V tej fazi je mogoče razmejiti značilnosti obnašanja odjemalca v tri zaporedne procese njegovega odzivanja na kakovost storitve:

- vrednotenje zaznane kakovosti storitve;
 - ugotavljanje razkoraka med zaznano in pričakovano kakovostjo storitve;
 - reakcije odjemalca v obnašanju, upošteva je izkušnje s konkretno storitvijo in njenim ponudnikom.
- Model SERVQUAL: Trenutno najbolj uveljavljen model kakovosti storitev je model SERVQUAL, znan pod imenom »model petih razkorakov«, ameriških avtorjev Parasuramana, Zeithamla in Berryja (1990). Model je zastavljen tako, da meri razkorak med doživeto in pričakovano kakovostjo storitve.

3.4 Celovito obvladovanje kakovosti wellness turizma s pomočjo modela SERVQUAL

Kakovost storitev je v tem modelu definirana kot ocena odjemalcev storitev, ki je izid primerjave njihovih pričakovanj v zvezi s kakovostjo storitev z dejanskim doživetjem ob doživeti storitvi. Model meri doživeto kakovost storitve zanjo pa velja, da je za podjetje ugodno, če le-ta preseže odjemalčeva pričakovanja kakovosti. Ponudniki morajo najprej ugotoviti, kakšna so odjemalčeva pričakovanja.

Avtorji navajajo pet temeljnih razkorakov (po Cvikl 2001, 316-321):

- Razkorak 1: Razkorak med pričakovanji odjemalcev in percepcijo managementa: Ta razkorak se pojavi, če management ponudnika storitev ne pozna dovolj pričakovanja odjemalcev ali če ga napačno oceni. Ponudnik storitev mora čim boljše poznati pričakovanja odjemalcev. Do teh spoznanj lahko pride s tržnimi raziskavami, s komunikacijo z odjemalci in s komunikacijo nižjih ravni managementa (npr. receptorji, maserji, zdravniki).
- Razkorak 2: Razkorak med percepcijo managementa in standardi kakovosti: Ta razkorak se pojavi, kadar managerji sicer vedo, kaj odjemalci želijo, vendar niso sposobni ali pripravljeni vzpostaviti sistema, ki bi jim želeno tudi zagotovil. Razlogi za to:
 - nezadostna odločnost zagotoviti visoko kakovost storitve (doseganje najvišjega dobička danes lahko vodi k slabšemu dobičku ali celo izgubi v prihodnosti);
 - nesposobnost objektivne ocene možnega (management se sprijazni z določenim problemom, misleč, da ga ni mogoče rešiti);
 - nezadostna standardizacija posameznih nalog (potrebno je zagotoviti takšne kakovostne standarde, ki ustrezajo pričakovanjem odjemalcev);
 - slabo definiranje ciljev storitvenega procesa.
- Razkorak 3: Razkorak med standardi kakovosti in izvedbo storitve: Pojavi se v trenutkih interakcije med kontaktnim osebjem in odjemalcem storitve. V pretežni meri so razlogi za to subjektivne narave, izvirajo pa iz osebnostnih

značilnosti in motiviranosti osebja. Temu razkoraku se je mogoče izogniti z ustreznim kadrovanjem, izobraževanjem in izpopolnjevanjem, z nadzorovanjem in ustreznim motiviranjem osebja.

- Razkorak 4: Razkorak med izvedbo storitev in zunanjim komuniciranjem: Ponudnik storitve v zunanjem komuniciranju s potencialnimi odjemalci (v oglaševanju in promociji) obljublja nekaj, česar ni sposoben zagotoviti.
- Razkorak 5: Razkorak med pričakovano in doživeto kakovostjo storitve: Ta razkorak je posledica vseh prej navedenih razkorakov in se pojavlja pri odjemalcu storitev. Pričakovana kakovost storitve je ta, ki jo odjemalec storitve pričakuje od ponudnika, doživeta kakovost storitve pa je tista, ki jo dejansko dobi oziroma doživi in je podvržena subjektivni oceni posameznika.

3.5 Standardi odličnosti Lotus SPA

Vsi Lotus SPA centri imajo vpeljano politiko 100 % zagotovila zadovoljstva za vse storitve v vsakem izmed zdraviliških centrov Lotus SPA. Ponašajo se z bogatenjem življenja vseh gostov z vrhunskimi terapijami, ki negujejo dobro počutje na vsaki ravni. Če med terapijo osebje centra ne zadovolji pričakovanj glede storitve, gost dobi ali vrnjen denar ali pa drugo nadomestno storitev brezplačno.

Kot vodilni ponudnik za nego v križarski industriji, postavljajo visoko nominalno vrednost, da lahko zagotovijo vpeljevanje najvišje stopnje storitve v vsa njihova prizadevanja, oskrbo in vzajemno delovanje z vsakim gostom. Izvajanje in vzdrževanje odjemalsko osredotočene filozofije je sestavni del vsakodnevnih dejanj in se odraža na kakovosti blagovne znamke in ohranjanju zadovoljstva gostov za posamezne partnerje na križarjenju. Poleg vpeljane Politike zagotovila zadovoljstva, si prizadevajo za naslednje:

- strokovno vodenje in delovanje zdravilišča, salona in fitness prostorov,
- vzpostavljanje prvorazrednih standardov in poslovne politike,
- spremljanje in pregled stanja prostorov in opreme, da se zagotovi najvišja kakovost izvajanja,
- opredelitev, merjenje in sledenje operativnimi spremenljivkam, ki gojijo zadovoljstvo.

Kot vsa podjetja, ima tudi to, za zaposlene postavljene cilje, ki gojijo tako strokovno rast kot tudi ekonomsko učinkovitost. Nikakor pa ne odobravajo osebne ali poslovne donosnosti na račun kateregakoli gosta. Niti v enem trenutku ne sme biti gostovo doživetje ogroženo ali razvrednoteno, tudi če spoštovanje Kodeksa ravnanja negativno vpliva na dohodek. Kajti le zadovoljstvo gosta, vzpodbuja zvestobo centru Lotus SPA in Princess Cruise Lines, zato je potrebno izkoristiti vsako priložnost za

razvoj pozitivnih odnosov, ki lahko vodijo do ponovnih obiskov in priporočil ostalim potnikom.

Sam priročnik Standardi odličnosti Lotus SPA 2006 (Standards of Excellence Lotus SPA 2006) je predloga, ki podrobno opredeljuje vsak proces, zato da se lahko zagotovi izpolnitev pričakovanj, vključno z učinkovitimi tehnikami usposabljanja, doseganje ciljev, smernic in postopkov, veljajo pa na vseh ladjah iz flote Princess oz. v vseh SPA centrih. Namen teh standardov je (Standards of Excellence Lotus SPA 2006, 2): »zagotavljati legendarno storitev, izredno vrednost in dosledna dejanja, da se zagotovi spomina vredna izkušnja vdajanja užitkom, lepote in dobrega počutja«. Zagotoviti je potrebno strokovno vodenje pri odrejanju kakovostnih izdelkov in storitev za osebno nego gostov, z osredotočenjem na razvijanju doživiljenjskega odnosa z njimi preko razumevanja in uresničevanja njihovih potreb. Podjetniška kultura je zavezana k nenehnemu usposabljanju, izobraževanju, odprti komunikaciji in spoštovanju, ob zagotavljanju finančne stabilnosti z dobičkonosnim delovanjem za stalno rast.

Da se lahko ti standardi dnevno uporabljajo je potrebno naslednje (Standards of Excellence Lotus SPA 2006, 3):

- strokovno upravljanje in vodenje SPA centra, salona in fitnesa,
- prvorazredna oskrba za vsakega gosta že od prvega kontakta do konca njegovega bivanja v wellness centru in morebitno spremljanje,
- vključevanje t.i. C.R.U.I.S.E. načel v vsa medsebojna delovanja z gosti,
- vzpostavitev prvorazrednih standardov in politik delovanja,
- spremljanje in nadzor stanja naprav in opreme do najvišje kakovosti delovanja,
- opredelitev, meritev in spremljanje operativnih spremenljivk, ki gojijo zadovoljstvo,
- cilji za izboljšave na osnovi gosta,
- veščine za zadovoljitev gosta vključene v module usposabljanja zaposlenih.

Da bi se vsa načela standardov odličnosti lahko udeležila v praksi je vpeljan etični kodeks kot sestavni del standardov odličnosti. Njegova glavna načela so naslednja (Standards of Excellence Lotus SPA 2006, 3):

- spodbujati iskreno in etično ravnanje,
- spodbujati skladnost z veljavno zakonodajo in vladnimi pravili in uredbami,
- utrditi kodeks ravnanja in predanost odličnosti,
- zagotoviti strokovno vodenje in delovanje centra, salona in fitnesa,
- vzpostaviti prvorazredne standarde in politike delovanja,
- ravnati s sodelavci in ostalimi kolegi spoštljivo, pošteno in v dobri veri ter zavzemati se za pogoje zaposlitve, ki ščitijo pravice in dobrobit vseh zaposlenih,

- osebni interesi ne smejo prevladati nad interesi strank, zaposlenih ali poslovnih partnerjev,
- vedno se je potrebno vesti na odkrit, časten in spoštljiv način,
- obnašati se do vseh oseb pošteno, ne glede na dejavnike kot so rasa, vera, spol, invalidnost, starost ali nacionalno poreklo,
- pomagati kolegom in sodelavcem pri njihovem poklicnem razvoju in jih podpirati pri upoštevanju tega kodeksa,
- niti direktor, niti uradna oseba in niti zaposleni ne smejo izkoriščati nikogar s pomočjo manipulacije, prikrivanja, zlorabe ali posebnih informacij, napačnim prikazovanjem materialnih dejstev ali kakršnekoli nepoštene prakse.

Prav tako so sestavni del teh standardov načela C.R.U.I.S.E. (Courtesy - Uslužnost, Respect - Spoštovanje, Unfailing In Service, – Zanesljivost storitve, Excellence – odličnost).

Glede na to, da gre za dejavnost, ki skrbi za lepoto, dobro počutje in zdravje, mora tako izgledati tudi osebje. Prav tako je pomemben stik z gostom, potreben je primeren način komuniciranja tako v neposrednih stikih kot tudi pri komuniciranju preko telefona. V ta namen so napisana tudi določila glede zunanjega izgleda delavcev ter načina komuniciranja.

Določena so tudi nekatera pravila, kako ravnati v primeru reklamacije. Pogostokrat je gostu pomembnejše kako se lotimo problema, ki nastane, kot pa sam problem. Vsak problem je lahko priložnost za izboljšanje storitve. Postavljena so tudi visoki standardi glede čistoče in higiene v vseh prostorih. Pri tem se uporabljajo t. i. USPH standardi (United States Public Health Standards). Vsak član ekipe se mora stalno truditi za vzdrževanje temeljite čistoče in vabljivega zdraviliškega okolja. Ne samo, da absolutno spoštovanje pravil prispeva k glavnemu cilju, to je zagotavljanja edinstvenega doživetja gostu, ampak pomeni tudi zagotovilo varnosti tako gostov kot osebja.

V smislu trženja tako samih storitev kot tudi kozmetičnih in ostalih izdelkov za nego je potrebno uporabljati posvetovalni odnos. S prevzemanjem svetovalne vloge se lahko zadovoljijo potrebe gostov, ne da bi pri tem bili zaposleni vsiljivi ali prodajali izdelke, ki jih gost ne potrebuje. Prav tako se istočasno uveljavijo kot strokovnjaki za zdravje in dobro počutje. Celoten odnos med kupcem in prodajnim osebjem mora temeljiti na zaupanju. Strokovnjaki za odličnost križarske flote Princess poudarjajo naslednje prednosti takega pristopa:

- izpolnjen Lotus Spa obrazec, ki mu ga ponudi zaposleni je smernica za vse nadaljnje postopke, prav tako pa lahko utrdi zaposlenega kot strokovnjaka na svojem področju,
- razvije se dolgoročen odnos, kar ima za posledico bodoče rezervacije storitev,
- večje zadovoljstvo gosta privede do povečanih nagrad oz. napitnin,

- povečana prodaja izdelkov vodi k povečani proviziji,
- zadovoljni gosti priporočijo storitve prijateljem, svojcem in ostalim gostom na križarjenju,
- zaposleni hkrati postane dragocena delovna sila za podjetje.

Ena izmed zanimivosti sistema standardov odličnosti Lotus SPA so t.i. kartice pohval in pripomb. Program je oblikovan tako, da ponuja upravljalno orodje, ki omogoča vodji, da obravnava konstruktivne pripombe neposredno z gostom in člani skupine. Te kartice so postavljene na pult recepcije. Ob koncu terapije terapevt ponudi gostu kartico za pohvale in pripombe, če bi ta rad kaj vpisal in s tem tudi dobil 10 % popust za prihodnjo terapijo. Kartica za pritožbe in pripombe je bila oblikovana brez določenih polj za ime in številko sobe, zato da se vzpodbudi gosta k pisanju. Ko je vpis narejen in je kartica vrnjena na pult, pa se goste vpraša:

- Ali bi radi vnovčili 10 % popust pri naslednji terapiji?
- Ali bi radi, da vas vodja kontaktira zaradi razprave o kakšnih komentarjih ali zadevah?

Če je odgovor pritrdilen oseba na recepciji zapiše gostovo ime in številko sobe na kartico ter jo odnese do vodje. Če gost pokaže, da bi se rad pogovoril, mora vodja kontaktirati gosta, ko bo ta imel čas, da se pogovorita in razrešita morebitne težave. Cilj tukaj je zagotoviti 100 % zadovoljstvo in če je gost izrazil skrb, je odgovornost vodje, da popravi zadevo in naredi karkoli je potrebno, da obrne izkušnjo v pozitivno smer. To vključuje brezplačne terapije, popuste in, če je potrebno, vračilo denarja. Vodja in/ali pomočnik vsak dan ažurira razpredelnico, kjer se vpisujejo komentarji s kartic z osnovnim komentarjem, ukrepom in rešitvijo.

4 PREDSTAVITEV LOTUS SPA CENTRA NA KRIŽARKAH PRINCESS

Ladjarska flota Princess predstavlja enega izmed vodilnih ponudnikov vrhunskih križarjenj. Vsak gost, ki obiše eno izmed ladij Princess je edinstven, s svojevrstnimi pričakovanji in zahtevami. Zato je celotna ponudba postavljena na visoko raven. Celotna flota je sestavljena iz 17 ladij, katerih značilnost je ekskluzivnost in visoka kakovost.

Slika .4 Diamond Princess.



4.1 Analiza prednosti in pomanjkljivosti wellness ponudbe flote Princess ter primerjava z drugimi ponudniki wellnessa na kopnem

4.1.1 *Okolje, narava in storitve*

Po večini gre pri ponudnikih wellness storitev za tradicionalna mondena turistična mesta, s stoletno zdraviliško in turistično tradicijo. Pogosto imajo obmorski wellness ponudniki na voljo blago mediteransko klimo, slanico (Aqua madre), solinsko blato (fango), morsko voda in termomineralno vodo. S temi naravnimi faktorji pomagajo zdraviti kronične revmatološke in degenerativne bolezni, kožne bolezni, bolezni dihal in kronična ginekološka obolenja. Vsi faktorji telo pomirjajo, ga obnavljajo in krepijo. Seveda pa je del tega mogoče dobiti tudi v Lotus SPA centrih Princess. Po drugi strani pa imajo wellness centri, ki so locirani v notranjosti pogosto prednost zaradi okolja. Gre ponavadi za lokacije v okoljih, ki zaradi svojih naravnih danosti pomenijo odlično izhodišče za wellness ponudbo.

Glede namestitvenih zmogljivosti ne moremo reči, da bi imeli Lotus SPA centri slabše pogoje, kvečjemu so na višjem nivoju. Obstoječa ponudba je enako konkurenčna tako obmorskim kot kontinentalnim ponudnikom. Prostori v katerih so beauty center, fizerski salon, fitnes so zelo lepi, moderno urejeni ..., edina pomanjkljivost je v tem da gre za ladjo, kjer pač ni vedno možno zapustiti okolja ali ga spremeniti. Dolgoročno je lahko to za osebje in goste moteče. Ob tem pa želim povedati, da marsikdo ne ve, da je možno z zvočnimi vibracijami zdraviti, tudi profesionalni glasbeniki ne; šum valov in morske vode, piš vetra, lahko vplivajo na telo in počutje zelo blagodejno.

Prednost Lotus SPA centrov je tudi v vrhunski opremljenosti z opremo in kadri, ki z njo rokujejo.

4.1.2 Fizične aktivnosti

Ponudba fizičnih aktivnostih je v obravnavanih centrih odlična. Možne so številne telesne aktivnosti, seveda ne v naravnem okolju, kar za nekatere predstavlja pomanjkljivost. V centrih ponujajo plavanje v bazenih z vodo z dodatki mineralov ter v morski vodi. Na voljo je vodna telovadba, jutranja telovadba, odbojka in drugi športi v dvorani, vodeni jutranji jogging, vodeno kolesarjenje na sobnih kolesih, sodoben fitness center, aqua jogging, raztegovanje hrbtenice, sproščanje hrbtenice po Jacobsonu, vaje za dihanje in stopala, »body stiling«, aerobika/step aerobika, hip hop za otroke, latino step, mama – ata – otrok vaje, thai-bo aerobika...

Glede tovrstne ponudbe lahko rečem, da razen aktivnosti, ki se lahko izvajajo samo v naravnem okolju, ponujajo Lotus SPA centri vso možno rekreacijo. V tem pogledu so popolnoma konkurenčni drugim ponudnikom wellnessa.

Prednost Lotus SPA centrov Princess je tudi v strokovno usposobljenih vaditeljih. Možen je tudi najem osebnega trenerja, ki skrbi za celoten program vadbe v času bivanja na ladji, prav tako pa skrbi za načrt nadaljevanja vadbe, ko gost zapusti ladjo. Osebni trener lahko naredi načrt vadbe, ki najbolj ustreza posamezniku in njegovim potrebam.

4.1.3 Osebna sprostitvev

Tretmaji za zdravje, sprostitvev in nego telesa, ki se odvijajo, so:

- **Masaže:** klasična ročna masaža, refleksna masaža stopal, limfna drenaža, masaža z vročimi kamni, tajska masaža, masaža obraza in lasišča, aromamasaža. Nekatere najbolj uporabljene masaže so: **Refleksna masaža stopal:** Temelji na pritiskih na določene točke na rokah in nogah. Uporablja se za sprostitvev in za vzpostavitev harmonije med telesnimi funkcijami. Uporabljamo jo v preventivne namene ali kot terapija pri akutnih in kroničnih boleznih. **Masaža z vročimi kamni:** Toplota vročih kamnov prodre tudi do globlje ležečih mišic. Telo lepo in enakomerno segrejejo. Posebej je priporočljiva za ljudi z visoko stopnjo občutljivosti na pritisk. **Tradicionalna tajska masaža:** Je masaža za dolgo življenje, ki zmanjšuje napetost, odpravlja stres in pozitivno vpliva na celotno telo. Masaža se izvaja na tleh, pri čemer se pritiskom na akupresurne točke uravnava življenjska energija ter vzpostavlja ravnotežje med energijo telesa, uma in duha. **Masaža hrbta proti stresu:** Odpravlja stres in ponavljajoče bolečine v vratnem, ledvenem in prsnem delu hrbtenice ter tako pripomore k boljšemu zdravju in počutju.
- **Nega telesa:** blatna terapevtska obloga iz morske trave in alg, kozmetična blatna obloga, blatna kopel, kopel z algami, aromatična kopel, podvodna masaža, whirlpool s slanico ali morsko vodo, inhalacije s slanico in eteričnimi

- olji, pedikura, manikura, depilacija, presoterapija, elektrogym, elektrotonifikacija, analiza strukture telesa in predpis individualne diete;
- Nega obraza: nega obraza (klasična nega obraza, maska in masaža obraza, oblikovanje in barvanje obrvi, barvanje trepalnic, make up), ročna masaža in maska obraza, La therapy hydralift, elemis facial, limfna drenaža obraza, antiaging nega, diatermokoagulacija (odstranjevanje kožnih izrastkov, drobnih žilic in bradavic), specialistični pregled in predpis terapije;
 - Antistresni programi (kopel talaso, whirlpool (slanica ali morska voda), ročna masaža, aromaterapija, refleksna masaža stopal s kopeljo, pitje zdravilnih čajev);
 - Anticelulitni programi (pregled pri specialistu, diagnostika telesne strukture s predpisano dieto, obloga z algami in morsko travo, ionithermie, , whirlpool (slanica ali morska voda), presoterapija ali elektrogym, dermotonija telesa, Thalaxion, limfna drenaža, pitje čajev, vodeni fitness program);
 - Shujševalni programi (pregled pri specialistu, diagnostika telesne strukture s predpisano dieto, kopel HBS (herbal bath synergie), whirlpool (slanica ali morska voda), elektrotonifikacija telesa, detoksifikacija telesa, ročna masaža telesa, pitje čajev, vodeni fitness program);
 - Programi za obraz (program za obraz – Penta ali Liftpelle ali Hidrapelle, dermotonija obraza, akupunktura, ročna masaža obraza, vratu ali dekolteja, ionoforeza s specifičnim serumom);
 - Programi za tonifikacijo telesa in obraza (dermotonija telesa, dermotonija obraza, elektrotonifikacija telesa, pressoterapija, limfna drenaža, ročna masaža obraza vratu in dekolteja, solarij);
 - Antirevmatični programi (pregled pri specialistu, blatna obloga – velika, ročna masaža, protibolečinska elektroterapija);
 - Respiratorni program (posvet pri zdravniku, inhalacije, dihalne vaje, aroma masaža, Shiatsu masaža obraza in lasišča, mehanska masaža (masažni stol), pitje čaja);
 - Holistični tretmaji in medicinske storitve: kratek zdravstveni pregled, celoten zdravstveni, pregled ali tretma, bio-vital kontrola, akupunktura, osnovni homeopatski pregled, fizioterapija, elektroterapija, nežna manualna terapija, holistični pulsing, inhalacije, nutricionistični posvet;
 - Ponudba kopeli: **Mlečna kopel:** Primerna je za suho in občutljivo kožo ter sončne opekline, kateri vrača volnost in prožnost. Koža je ogledalo duše, zato priporočamo kopel po napornem, utrujajočem dnevu za popolno duhovno in telesno sprostitvev. Kopel vsebuje mlečno sol, kolagen in eterično olje geranije, ylang - ylang, bergamotke, pethoulije. **Sprostitutvena kopel:** Za vse, ki žive

stresno, saj pomirja, spodbuja in ustvarja notranjo harmonijo telesa. Ugodno vpliva na razpoloženje in čustva. Kopel vsebuje kopalno sol in eterično olje geranije, ylang - ylang, bergamotke, pethoulije. **Kopel za čiščenje in osvežitev telesa:** Izboljša presnovo in pospešuje odvajanje telesu škodljivih snovi. Zelo dobro vpliva na dihala in dihalni center. Daje občutek sproščenosti, poveča vitalnost in dobro počutje. Kopel vsebuje kopalno sol in eterično olje evkaliptusa, rožmarina, pomaranče, grenivke.

- Od sprostitvenih tehnik je na voljo tudi yoga.

Na ta način je ponudba storitev zagotovo namenjena vsem in vsakdo lahko najde kaj primerne zase. Pestrost ponudbe je takšna, da je to gotovo ena izmed prednosti Lotus SPA centrov v primerjavi z ostalimi wellness centri.

4.1.4 Duševne aktivnosti

Za dobro počutje gostov so na voljo številne zabavne prireditve, ki se odvijajo na ladji. Ladje razpolagajo s prostori v katerih se odvijajo vsak večer zabave, plesi, koncerti, gledališki nastopi in podobno. Na ladjah so tudi diskoteke, kjer je mogoča zabava do jutranjih ur. Prednost potovanja z ladjo je predvsem v tem, da so vse te zabave že vključene v ceno križarjenja, kar v primerjavi s ponudbo na kopnem ni slučaj.

4.1.5 Zdrava prehrana

Zdrava prehrana je sestavni del wellness ponudbe. Tega se zavedajo tudi v ladjarski floti Princess. Zato so gostom na voljo številne jedi, ki so po svoji sestavi zelo primerne za ohranjanje zdravega načina življenja.

Prehranjevalne potrebe ljudi so danes različne, nekateri so zagovorniki vegetarijanske prehrane, spet drugi imajo kakšne druge zahteve, zato je zelo pomembno, da je gostom na voljo hrana za vse okuse. Hrana mora biti pestra in hranilno ustrezna. Dovolj mora biti sveže zelenjave in sadja, ter živil iz polno vrednih žitaric. Vse to so dejavniki, ki se jih v obravnavanem okolju zavedajo in jih poskušajo tudi upoštevati.

Bistveno pri vsem tem pa je, da zdravo pripravljena hrana ne izgubi svojega čara zaradi okusa ali izgleda. Hrana mora ostati sveža skozi celotno potovanje. Pri tem je zelo pomembno, da kuharji, ki pripravljajo hrano poznajo načela zdrave prehrane. Iz tega vidika, bi bilo zelo priporočljivo kuharsko osebje dodatno izobraževati in jim omogočiti obisk seminarjev s tovrstno tematiko.

Zaradi pestrosti in raznolikosti gostov so na voljo kuhinje iz vsega sveta, tako da lahko resnično rečem, da lahko najde vsakdo hrano, ki mu najbolj ustreza. A se žal, večina gostov največkrat poslužuje hitro pripravljene hrane.

4.2 Nadaljevanje skrbi za telo doma – izdelki za domačo nego

Da gosti po končanem razvajanju na ladji ne bi ostali brez možnosti nadaljevanja določenih tretmajev doma, ponujajo v Lotus SPA centrih Princess tudi določene izdelke vrhunske kakovosti za domačo nego.

Vonji eteričnih olj, ki jih pridobivajo iz korenin, cvetov, listov, trav, semen ali lesa, delujejo neposredno na živčevje in s tem tudi na človekove občutke. Dišavna olja lahko vzbujajo občutek sreče, nas navdajajo z energijo, lahko pa tudi sproščajo, vzbujajo spolno slo ali povečajo zmožnost koncentracije. Z vsem tem hkrati vplivajo na našo lepoto in izžarevanje. Zaradi tega so gostom na voljo različne dišavne kopeli, ki so enake kakovosti kot tiste, ki se uporabljajo na samih potovanjih.

Prav tako pa so gostom ekskluzivno na voljo izdelki narejeni na osnovi soli in morskih alg in trav. V kombinaciji z vodo razstrupljajo (detoksificirajo) telo. Soli so naravni kristali, ki vsebujejo različne minerale, ki sproščajo in zdravijo človeško telo. Magnezij je pomemben element v encimih, ki nadzorujejo kožni metabolizem in ima antialergijski učinek na koži; žveplo in vodik sta vitalna elementa za trdnost kože, bromidi so že stoletja znani po svojem sproščujočem učinku na živčevje, kalcij pa pomaga pri izgradnji nohtov in kosti, prispeva k koaguliranju krvi in pomaga pri celjenju ran in kožnih raztrganin. Oblika soli, toplotna prevodnost in ostale lastnosti (običajno v vodni raztopini) so v pomoč pri prekrvavitvi, odstranjujejo odmrle celice s kožne površine (npr. z grobo aplikacijo soli in malo vode direktno na kožo) in pospešujejo metabolizem kože. Zaradi omenjenega se celotno telo počuti sproščeno. Dokazano je, da te soli sproščajo bolečine v mišicah in sklepih (kot posledico artritisa in revme) ter pomagajo pri zdravljenju psoriaze (luskavice) in ekcemov. Vendar pa je prav zaradi intenzivnih učinkov, ki jih ima takšna kopalna na cirkulacijo krvi, priporočljiv posvet z zdravnikom za osebe, ki trpijo zaradi visokega pritiska, nosečnosti, kožnih poškodb, raznih alergij na morske sadeže in zdravil. Preparati, kot zmes prahu morskih trav in alg, so že dolgo znani po svojih terapevtskih učinkih na človekovo telo. Njihova elastičnost in plastičnost omogoča terapevtom enostaven nanos in raztegovanje okoli telesa ter tako res učinkovite maske. To je mineralna zmes, ki vsebuje sestavine z visokim terapevtskim potencialom in učinkovito absorpcijo. Visoka sposobnost zadrževanja temperature omogoča zelo počasen, progresiven in enakomeren prenos toplote na telo. Material je zelo uporaben tako za pakiranje v embalažo za vsakodnevne domače tretmaje z namenom čiščenja in hranjenja kože, prav tako pa tudi za dermopeloidne terapije. Sprošča bolečino in pospešuje cirkulacijo ter tako sprošča celotno telo.

Seveda pa so na voljo tudi številne druge zdravilne in lepotilne učinkovine, kreme za obraz, geli, olja, tudi čaji, vitamini in dodatki k prehrani. Tudi pri nakupu izdelkov za domačo nego velja, da se posveča največja pozornost kakovosti izdelkov in pa seveda tudi same prodaje.

5 RAZISKAVA ZADOVOLJSTVA GOSTOV LOTUS SPA CENTRA NA KRIŽARKI DIAMOND PRINCESS V ZVEZI Z WELLNESS PONUDBO

Wellness je del turističnih storitev, ki jih turistični ponudniki intenzivno tržijo v zadnjih letih. Kljub temu, da je ta ponudba marsikje še v začetni razvojni fazi, dobiva vse večji pomen. Zato je pomembno ugotoviti na kaj bo potrebno biti pozoren pri nadaljnjem razvoju. Glede na to, da je bila raziskava izvedena v specifičnem okolju, na križarjenju z luksuzno ladjo, bo imela verjetno predvsem pomen za tega ponudnika, čeprav sem mnenja, da lahko da raziskava neke okvirne smernice tudi za druga turistična okolja, tudi slovenska.

5.1 O tržni raziskavi

Če hočemo gostom ponuditi kar najboljšo storitev, je potrebno vsaj deloma poznati trenutno situacijo, ki vlada na tem področju. Poznati moramo prednosti, oz. pozitivne lastnosti, ki jih pri nujenju storitev že imamo. Prav tako pa ne moremo mimo pomanjkljivosti. Te pomanjkljivosti je najlažje odpraviti tako, da nam gosti sami povedo, kaj jih najbolj moti in pri čem vidijo največ pomanjkljivosti.

Pomembno je vedeti, kako so uporabniki storitev zadovoljni s samo kakovostjo in vsebino storitve. Potrebno je ugotoviti na katerih področjih lahko svojo storitev izboljšamo, da bi v prihodnosti pri tem bili bolje ocenjeni. Ugotoviti pa je potrebno tudi zakaj z določeno storitvijo gostje niso zadovoljni. Potrebno je najti vzrok in ga poskušati odpraviti. Ne pomaga namreč odpravljati nekega domnevnega problema, če ne vemo zakaj je nastal.

V času mojega dela na eni izmed ladij iz flote Princess, konkretno Diamond Princess, sem se odločil, da bi za namen te diplomske naloge izvedel anketiranje o zadovoljstvu z wellness ponudbo. Anketiranje je bilo izvedeno ob pomoči drugih zaposlenih v wellness centru in ob soglasju odgovornih. Vprašalniki so bili oddani med naključno izbrane goste wellness centra. Oddanih je bilo 110 vprašalnikov v angleškem jeziku, seveda pa vsi gosti pri tem niso želeli sodelovati. Uporabil sem samo pravilno izpolnjene, teh je bilo 104. Menim, da je to število zadovoljivo in da podatki lahko pripomorejo pri raziskavi tega področja.

Pri analizi rezultatov so nam v zadnjem času v veliko pomoč računalniki in programska oprema namenjena za te primere. Sam sem pri analizi uporabil programsko orodje Excel, ki s svojimi vgrajenimi vmesniki za statistično analizo omogoča za uporabnike enostavno delo. Najpomembnejša statistična veličina je bila povprečna vrednost, dokaj pomemben pa je tudi standardni odklon. Večinoma je šlo za vprašanja, pri katerih je šlo za ocenjevanje trditev, postavljena je bila petstopenjska Likertova lestvica, pri kateri pomeni ocena 1 zelo slabo oceno, 2 slabo, 3 zadovoljivo, 4 dobro, 5 pa najboljšo.

Orodje Excel, katero sem uporabil za prikaz rezultatov sam, nam nudi možnost grafičnega prikaza rezultatov. To možnost je dobro izkoristiti, saj je v večini primerov grafični prikaz rezultatov bolj nazoren, kot pa uporaba samih števil.

5.2 Razčlenitev hipotez

Pred izpeljavo same ankete sem imel sam, kot tudi drugi zaposleni v Lotus SPA centru, izoblikovano mnenje o storitvah wellnessa, ki so v ponudbi. Glede na to, da mi rezultati podobnih anket, ki so se morebiti o tem že delali, niso bili poznani, ni nujno, da bi te predpostavke bile pravilne. Zaradi tega sem tudi izoblikoval hipoteze tako, kot sem pričakoval, da se bodo uresničile.

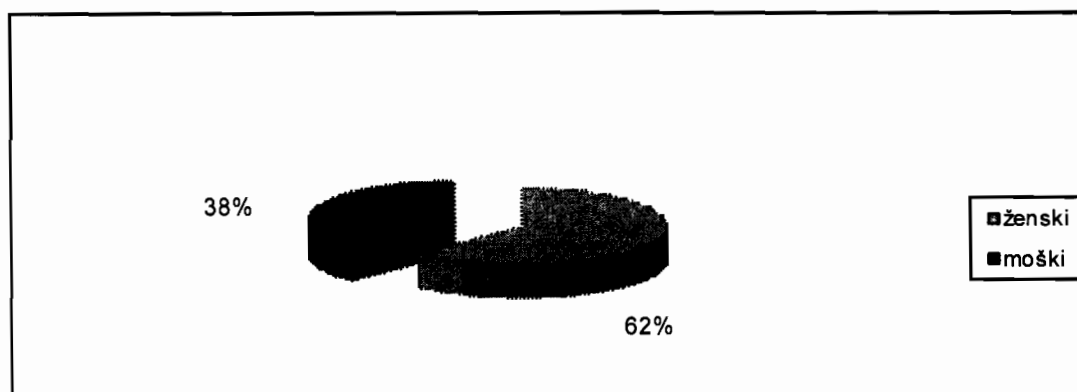
Hipoteze so naslednje:

- največ uporabnikov storitev wellnessa je starih nad 40 let,
- starejši ljudje bolj skrbijo za svoje zdravje,
- bolj izobraženi bolj skrbijo za svoje zdravje,
- ljudje, ki se odločijo za uporabo wellness storitev so v povprečju zadovoljni s storitvami,
- uporabniki si želijo še dodatnih storitev wellness ponudbe,
- uporabniki storitev bi si želeli še višjo kakovost in tudi boljše seznanjenost s samo ponudbo.

5.3 Rezultati z interpretacijo

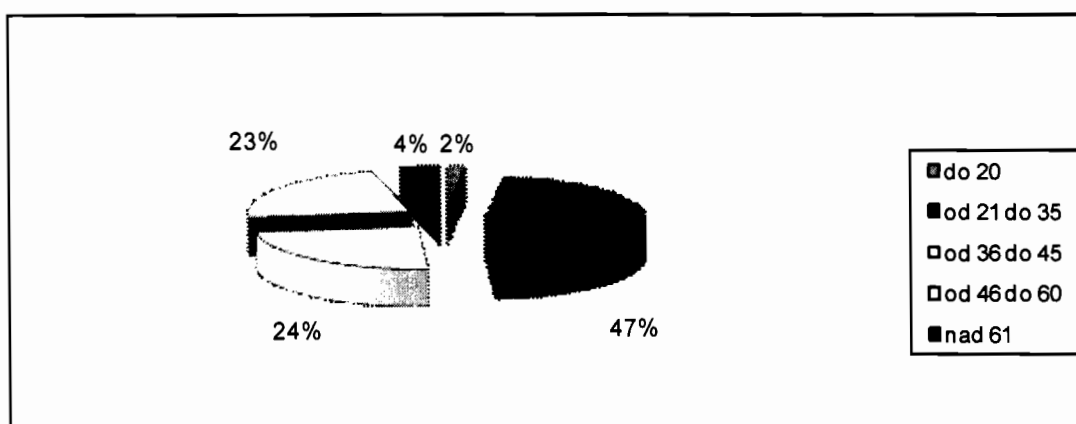
Pri prvih treh vprašanjih me je predvsem zanimala struktura gostov, ki so odgovarjali na vprašalnik. Na ta način je razvidno, da je na vprašalnike odgovorilo več žensk kot moških. Vprašalnike sem razdelil med 110 gostov, vrnilo pa jih je 104. Od tega 65 žensk in 39 moških. Vendar pa iz tega ne moremo sklepati, da bi te storitve uporabljale večinoma ženske, dejstvo je namreč da na tovrstnih potovanjih wellness storitve uporabljajo pari.

Graf .6 Spol anketirancev



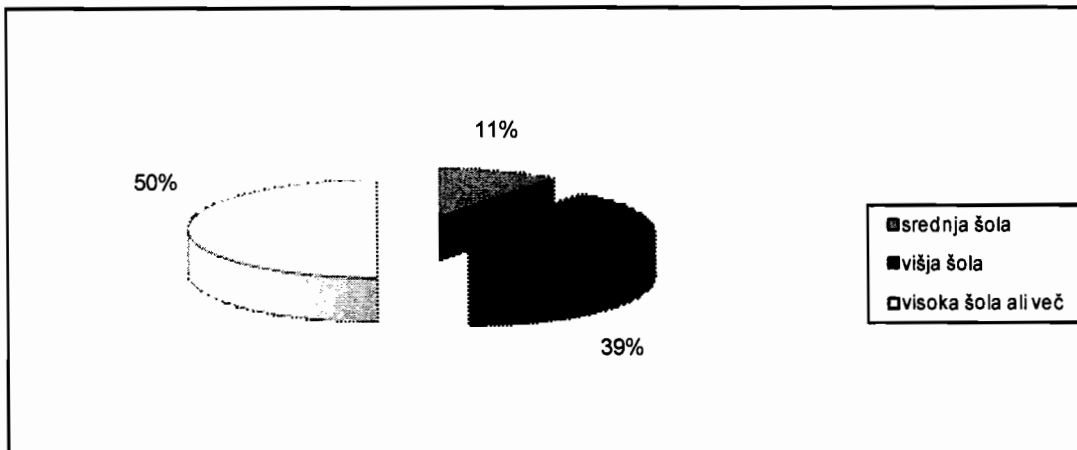
Iz vprašanja o starostni strukturi gostov je razvidno, da je največ anketiranih starih med 20 in 35 let, čeprav v celotni populaciji gostov na križarjenju ne predstavljajo največjega deleža. Pričakovano je manj mlajših gostov, čeprav je podatek o obisku starejših gostov nekoliko manj pričakovan. Deloma je morebiti tak rezultat posledica dejstva, da so mlajši nekoliko bolj dovzetni za tovrstna anketiranja. Moja uvodna hipoteza je tudi bila, da se pomena zdravja bolj zavedajo starejši od 40 let. Vidimo, da lahko to hipotezo deloma ovržem, saj so ti gosti šele na drugem oz. tretjem mestu.

Graf .7 Starost anketirancev



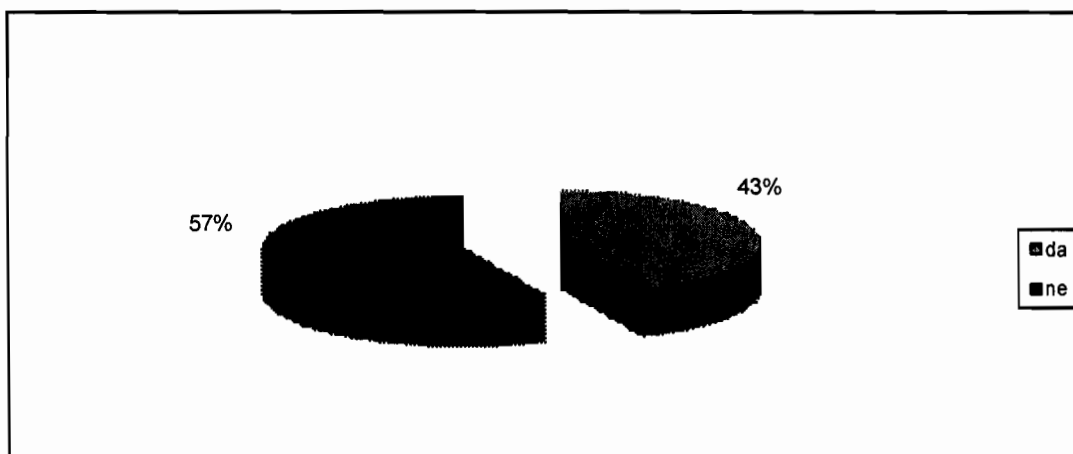
Iz izobrazbene strukture gostov je razvidno, da se pomena zdravja, rekreacije in pa tudi sprostitve bolj zavedajo izobraženi ljudje. Po drugi strani je to deloma posledica tudi dejstvo, da se križarjenj bolj udeležujejo izobraženi, finančno dobro preskrbljeni gostje. Prav tako pa gre za goste, ki so sicer v življenju bolj podvrženi stresu in se tudi zato vse več poslužujejo storitev, ki skrbijo za sproščanje. Kljub temu, da je cenovna politika tovrstnih križarjenj vse ugodnejša, pa nižje izobraženi kadri na slabše plačanih delovnih mestih seveda nimajo toliko možnosti za tovrsten oddih. Hipoteza, da se izobraženi ljudje bolj zavedajo pomena zdravja je popolnoma potrjena in to nas po svoje lahko kar malo žalosti, saj bi tudi ostali morali imeti možnost za občasno uživanje v življenju. Med obiskovalci ni bilo nobenega, ki ne bi imel dokončane vsaj srednje šole. Vzrok je verjetno v starostni meji, kajti koriščenje wellness storitev je dovoljeno samo po dopolnjenem 18. letu. Pri razumevanju tega vprašanja pa nastaja tudi določena dilema, kako so posamezni obiskovalci zaradi različnosti izobraževalnih sistemov po svetu razumeli te stopnje. A dejstvo ostaja, da so bolj izobraženi bolj dovzetni za te storitve.

Graf .8 Izobrazba anketirancev



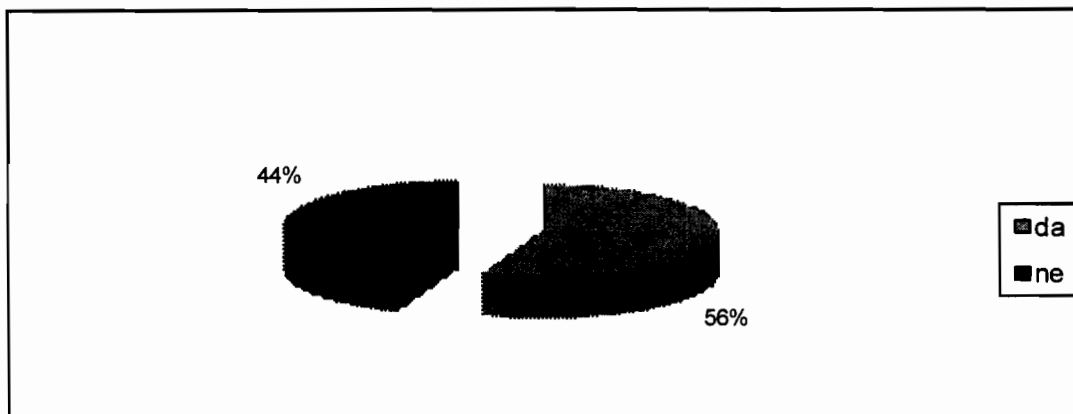
Pri vprašanju ali so se anketirani prvič udeležili tovrstnega križarjenja na obravnavani ladijski floti Princess je večina vprašanih odgovorila da ne. Za ladjarja je to vsekakor dobro, saj pomeni nedvomno dejstvo, da so anketirani s samimi storitvami zadovoljni. Dejstvo da se ljudje vračajo je najbolj zanesljiv odgovor na vprašanje zadovoljstva.

Graf .9 Ali se ljudje vračajo na križarjenje



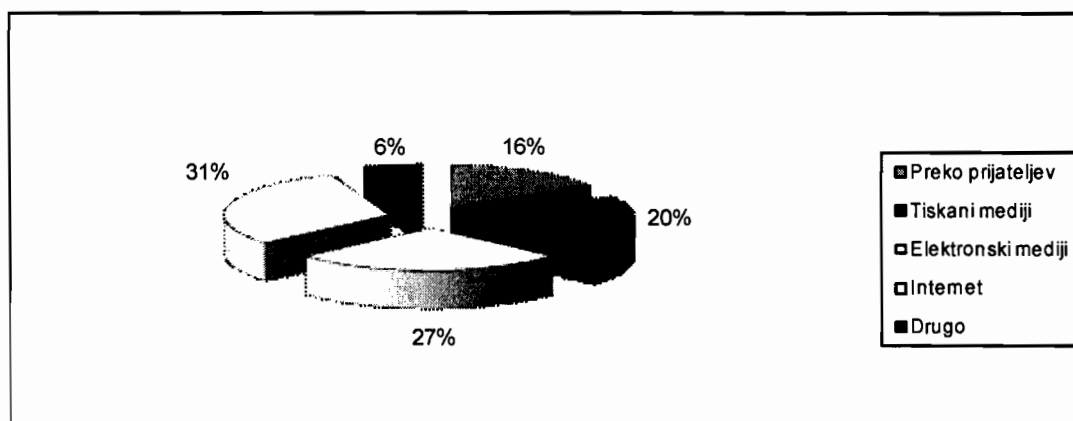
Anketirane sem tudi povprašal ali so prvič obiskali Lotus SPA. To vprašanje se razlikuje od prejšnjega, kajti Lotus SPA centri se nahajajo tudi na kopnem v nekaterih luksuznih hotelih. Glede na to, da je velik del anketiranih pri prejšnjem vprašanju odgovorilo, da so že križarili, je nekoliko presenetljivo, da je zmeren delež gostov Lotus SPA obiskalo prvič. Podatki dokazujejo med drugim tudi to, da se za tovrstne vrhunske storitve večkrat in ponovno odločajo finančno močnejši ljudje. Drugi pa se jih poskušajo udeležiti vsaj enkrat.

Graf .10 Ali so ljudje prvič obiskali Lotus SPA



Glede na to, da svojo ponudbo oglašujejo na različnih krajih in na različne načine, je zanimivo tudi videti ali tovrstno oglaševanje doseže svoj namen. Iz odgovorov pa je razvidno, kako zelo pomembno je vsem segmentom nameniti dovolj veliko pozornost, saj so viri različni in obenem po pomembnosti homogeni. Tudi gostu, ki pride na križarjenje je potrebno ponuditi pravo storitev, saj se precej reklame dela kar »od ust do ust«. Precej jih je namreč za ponudbo slišala od prijateljev ali znancev, ki so že križarili s floto Princess. Kljub temu pa ne smemo zanemariti pomena drugih sredstev informiranja, saj predstavljajo pomemben vir informacij za vsakega gosta. Predvsem internet je sredstvo sedanjosti in prihodnosti ter omogoča izvrsten način promocije celotne ponudbe.

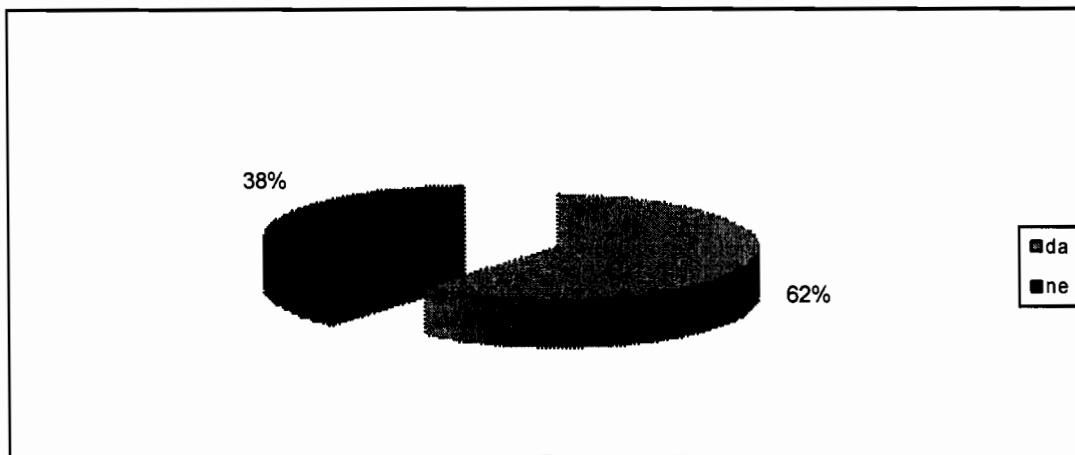
Graf .11 Na kakšen način ste izvedeli za križarjenje na ladjah Princess



Pri naslednjem vprašanju me je zanimalo, ali ljudje že preden potovanjem preverijo kaj bo moč početi na potovanju. Zanimalo me je, ali so se predhodno seznanili s ponudbo wellnessa. Večji del vprašanih je tovrstno ponudbo preveril in spoznal pred samim križarjenjem. Če bi vprašane tudi povprašali na kak način so se seznanili s ponudbo bi po vsej verjetnosti videli, da ima veliko vlogo internet, saj je celotna

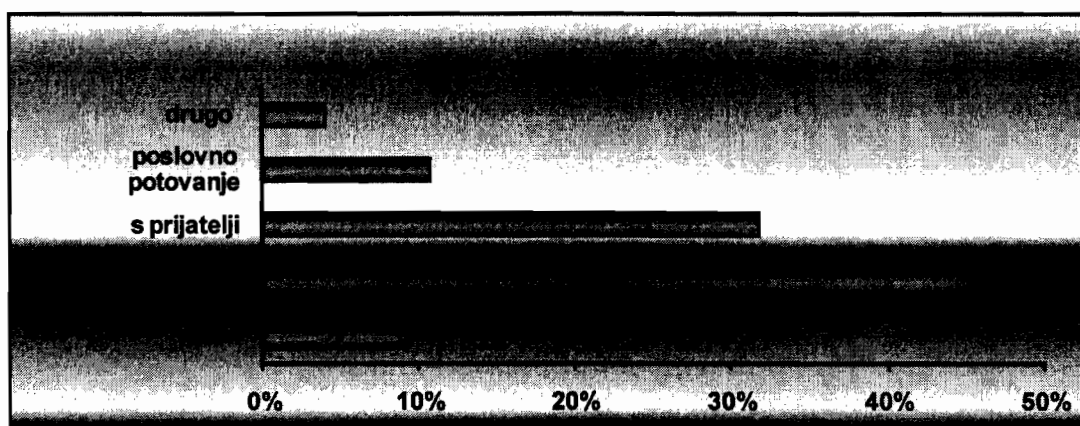
ponudba dobro predstavljena na spletni strani obravnavanega ladjarja, kjer je možno wellness storitve tudi rezervirati vnaprej.

Graf .12 Predhodno poznavanje wellness ponudbe



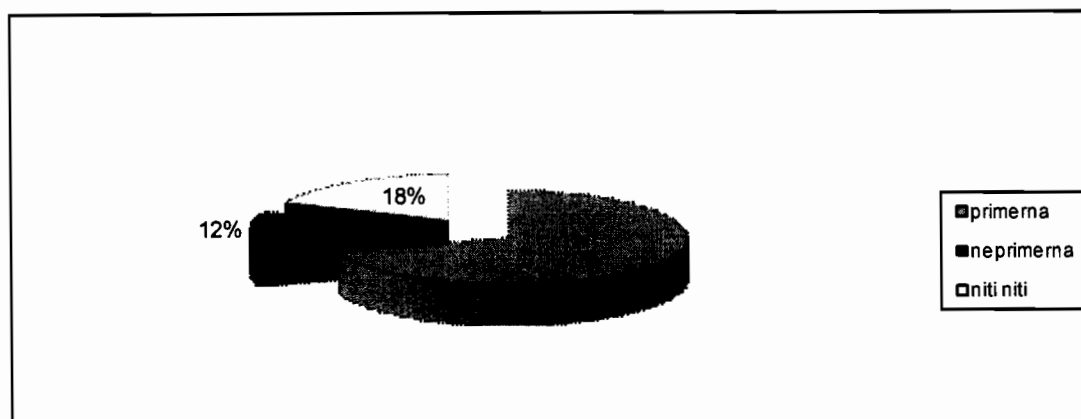
Kot sem pričakoval so tovrstna križarjenja zelo primeren kraj za počitnice družin in zakonskih parov. Večina vprašanih namreč potuje skupaj z družino ali partnerjem. Manj je drugih gostov, dokaj presenetljivo je kar nekaj bilo tudi potovanj v poslovne namene, kot sem kasneje izvedel je šlo v tem primeru za eno izmed evropskih podjetij, ki je za svoje najpomembnejše poslovne partnerje priredilo križarjenje. Zato je slika verjetno nekoliko popačena in ne daje realne slike o siceršnji strukturi obiskovalcev.

Graf .13 S kom anketirani preživljajo počitnice



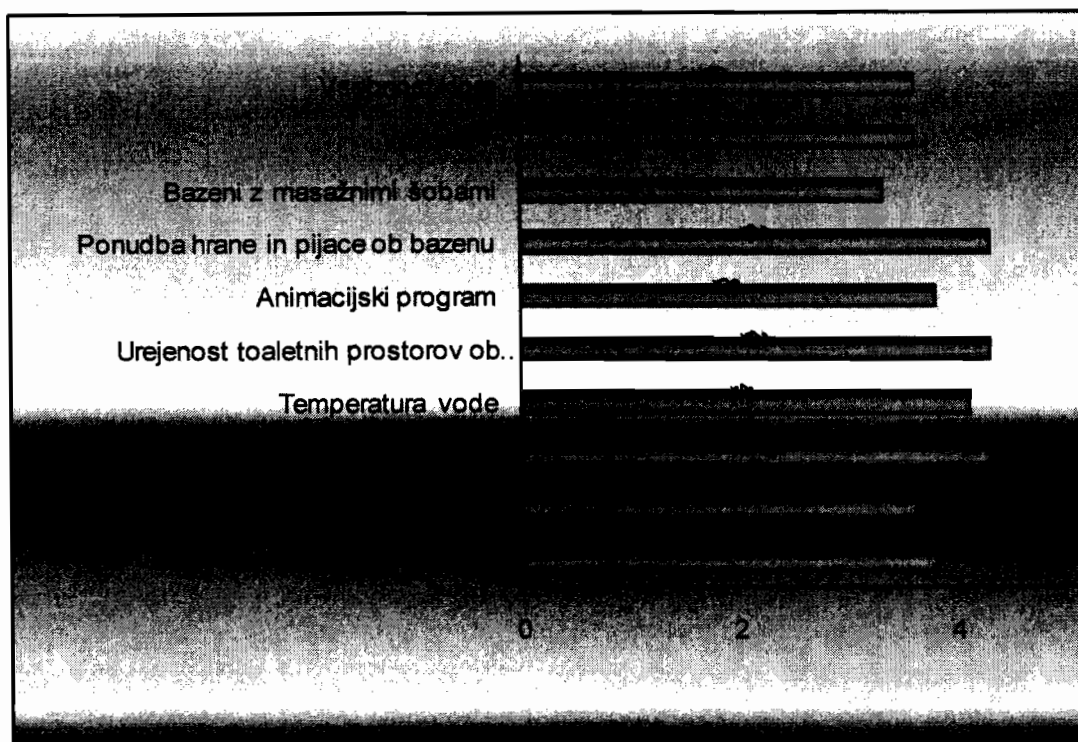
Večina vprašanih se strinja, da je obseg in vsebina ponudbe wellnessa primerna. Nekaj udeležencev je izrazilo mnenje da je dolžina posameznega programa predolga ali prekratka, nekateri pa se ne strinjajo s samim programom. Iz pripisanih komentarjev nekaterih anketirancev je razbrati, da želijo podaljšati storitve. Tudi tukaj je za ladjarja razveseljivo dejstvo, da lahko uvodno hipotezo potrdim, saj so ljudje večinoma res zadovoljni s samim programom. Izrazili so tudi željo po daljših storitvah.

Graf .14 Kaj menite o ponudbi in vsebini wellness programov



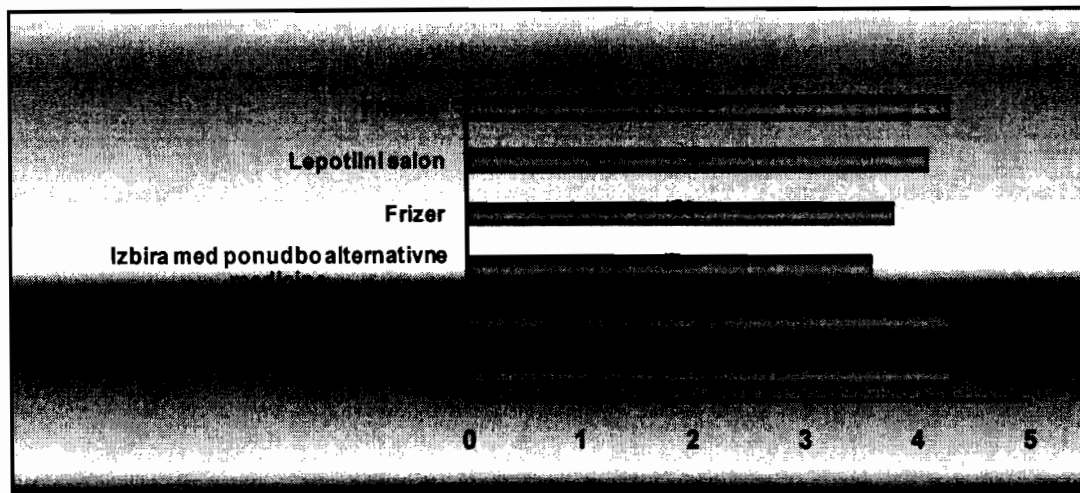
Bistveni del ankete pa je predstavljal ocenjevanje storitev v zvezi z wellness ponudbo na križarjenju z eno izmed ladij flote Princess. Kot prvo me je zanimalo kaj gostje menijo o sami bazenski ponudbi. Glede na to, da gre za luksuzna križarjenja, kjer mora biti kakovost na najvišjem nivoju sem pričakoval dobre rezultate. Gostje so tovrstne storitve ocenjevali s pomočjo Likertove lestvice, kjer je ocena 1 pomenila, da so gostje z določeno storitvijo ali delom storitve popolnoma nezadovoljni. Ocena 5 je pomenila popolno zadovoljstvo s storitvijo. Na podlagi tega sem potem izračunal povprečno vrednost ocene odgovora za posamezen parameter. Moje osebno mnenje je, da v primeru tovrstnega ocenjevanja pomeni vsaka povprečna ocena, ki je večja od 3,5 zadovoljiv rezultat. V našem primeru so gostje najboljše ocenili ponudbo hrane in pijače ob bazenih, urejenost toaletnih prostorov ob bazenu ter tudi ponudbo ležalnikov. Razen bazenov z masažnimi šobami so tudi vsi ostali ocenjevani parametri dobili povprečno oceno večjo kot 3,5, kar pomeni, da so gostje v povprečju s to ponudbo zadovoljni. Bo pa seveda potrebno poskrbeti, da bi tudi parametri, ki jih trenutno gostje niso ocenili kot najboljše dobili v prihodnje boljše ocene. Vsekakor je potrebno težiti k popolnosti. Je pa vsaj v primeru velikosti vodnih površin težko kaj dosti spremeniti, saj na ladjah tovrstne spremembe seveda niso tako enostavne kot na kopnem.

Graf .15 Ocena bazenske ponudbe



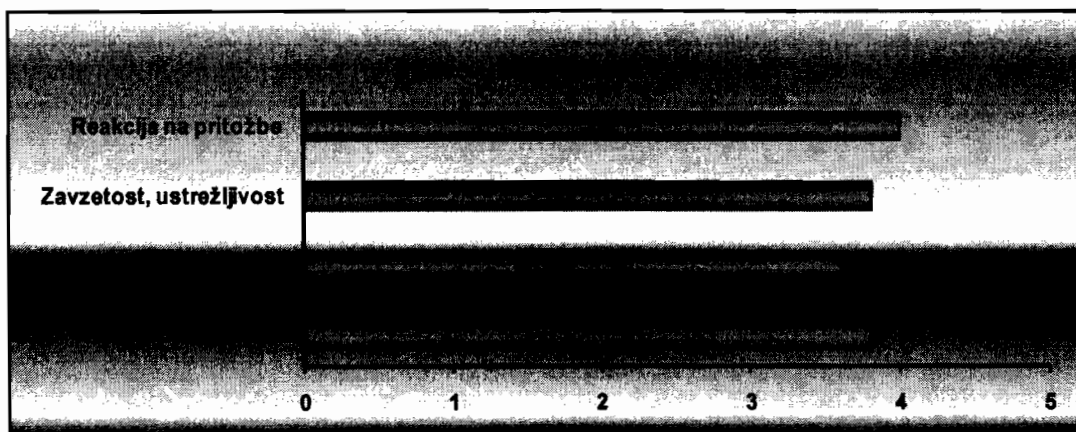
Seveda pomeni wellness celovito storitev skrbi za telo, zato so pomembni vsi elementi, ki tako storitev sestavljajo. Gre za storitve iz področja nege telesa, skrbi za zdravje in podobno. Anketiranci so s pomočjo Likertove lestvice ocenjevali parametre kot je razvidno iz Grafa 5.10. Tudi v tem primeru lahko rečem, da je večina povprečnih ocen zadovoljujoča, vsi parametri so dobili povprečne ocene večje od 3,5. Posebej pa me veseli, da so dokaj visoko povprečno oceno 4,3 dobile masaže, na katerih sem v času svojega dela na ladji deloval tudi sam. Nekoliko nižjo oceno je dobila ponudba alternativne medicine na samem potovanju, resnici na ljubo je potrebno priznati, da je tovrstnemu področju verjetno res posvečena premajhna pozornost, saj ljudje tovrstno medicino ne poznajo oz. ji posvečajo premalo pozornosti. Sicer je mogoče najti ponudbo alternativnih zdravil in dodatkov.

Graf .16 Ocena storitev, ki sestavljajo wellness ponudbo



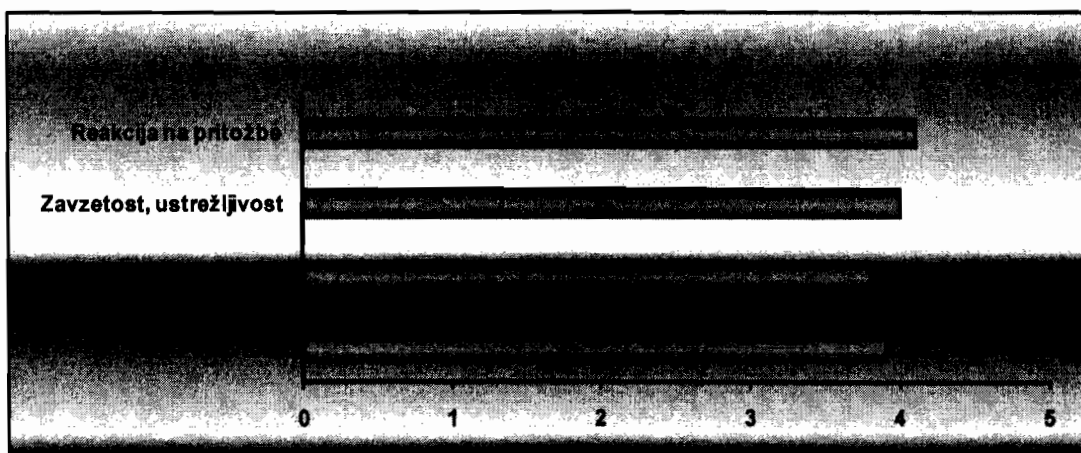
Zaposleni predstavljajo najtesnejši stik z gosti, zato je pomembna njihova prijaznost, strokovnost, ustrezljivost, hitrost reagiranja na morebitne pripombe. Sam kodeks kakovosti zaposlene spodbuja k temu, da morajo delovati čim bolj naravnano k gostu in k njegovemu zadovoljstvu. Kot prvo prikazujem, kako so anketiranci ocenili nekatere parametre dela zaposlenih na recepciji oz. v sprejemnem centru wellnessa. Anketirani so se strinjali, da se zaposleni večinoma trudijo biti kar se da pripravljeni pomagati v primeru kakšnih težav ali pripomb. Tudi zavzetost in prijaznost zaposlenih je bila dokaj dobro ocenjena, nekoliko slabšo oceno je dobila strokovnost. Pri tem moram povedati, da na ladji delajo ljudje iz različnih okolij, zaradi različnosti šolskih sistemov se dejansko lahko pojavi pomanjkanje strokovnega znanja pri posameznikih. Zato bi bilo morebiti dobro, da se zaposleni bolj udeležujejo dodatnih izobraževanj in neformalnih usposabljanj. Pa vendar vseeno povprečna ocena tudi tega dejavnika še vseeno ni zaskrbljujoča, terja pa nek ukrep.

Graf .17 Ocena zadovoljstva z zaposlenimi na recepciji



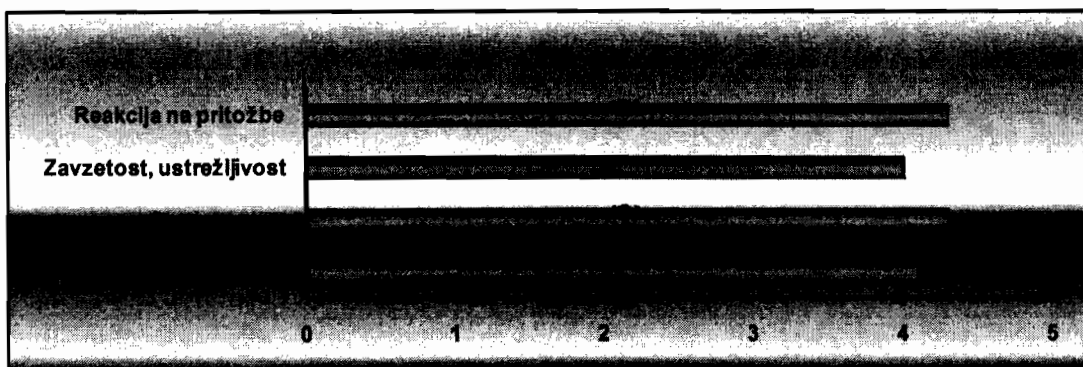
Kot naslednje so anketirani ocenjevali zaposlene na masažah, kar sem kot je že bilo omenjeno delal tudi sam. Tudi v tem primeru lahko podam splošno oceno, da so anketirani v povprečju zadovoljni s storitvami in zaposlenimi. Tudi tukaj je bila najbolj ocenjena zavzetost in reagiranje na pritožbe, kar dokazuje, da se zaposleni v wellness centru resnično trudijo svoje storitve čim boljše opravljati. Tudi tukaj pa lahko podam oceno, da bo potrebno še več delati na strokovnosti zaposlenih delavcev, vsekakor je dejstvo, da znanje najhitreje zastara, še posebej če se ga ne obnavlja, na voljo pa so številni tečajji in neformalna izobraževanja, ki bi zaposlenim omogočila dvig kakovosti opravljanja storitev. Zaposleni bi se jih morali redno udeleževati.

Graf .18 Ocena zadovoljstva z zaposlenimi v masažnem centru



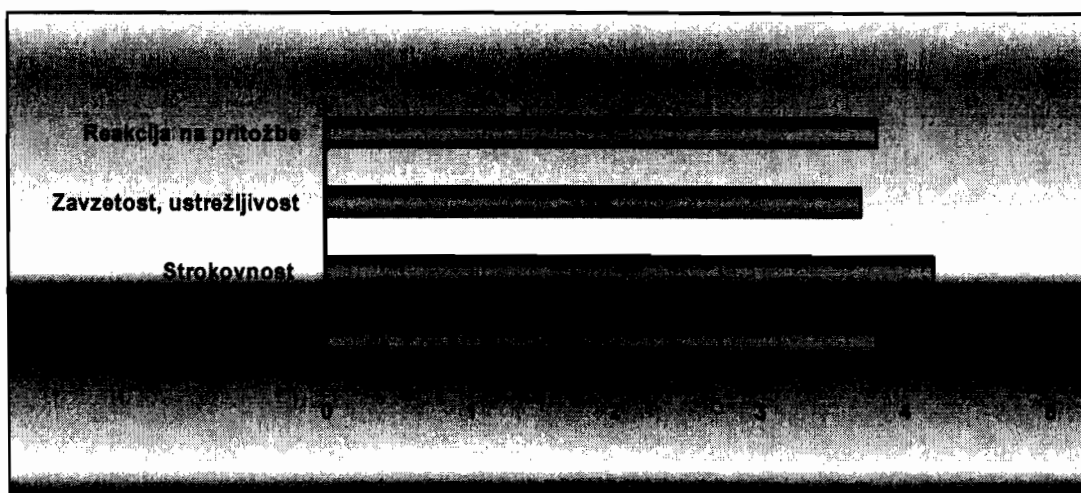
Wellness pa seveda ne pomeni samo skrbi za zdravje ampak tudi lepoto in negovano telo. Zato imajo pomembno mesto tudi zaposleni v frizerskih in lepotilnih salonih. Ljudje se pridejo v te salone razvajat, ponavadi je tudi samo vzdušje bolj sproščeno in zato ljudje ponavadi tovrstne storitve boljše ocenjujejo. Tudi v tem primeru je tako, saj je celoten sklop parametrov dobil najboljše povprečne ocene. Še posebej se to izraža v primeru strokovnosti, ki je sicer bila v ostalih primerih ponavadi najbolj »na udaru«.

Graf .19 Ocena zadovoljstva z zaposlenimi v frizerskih in lepotilnih salonih



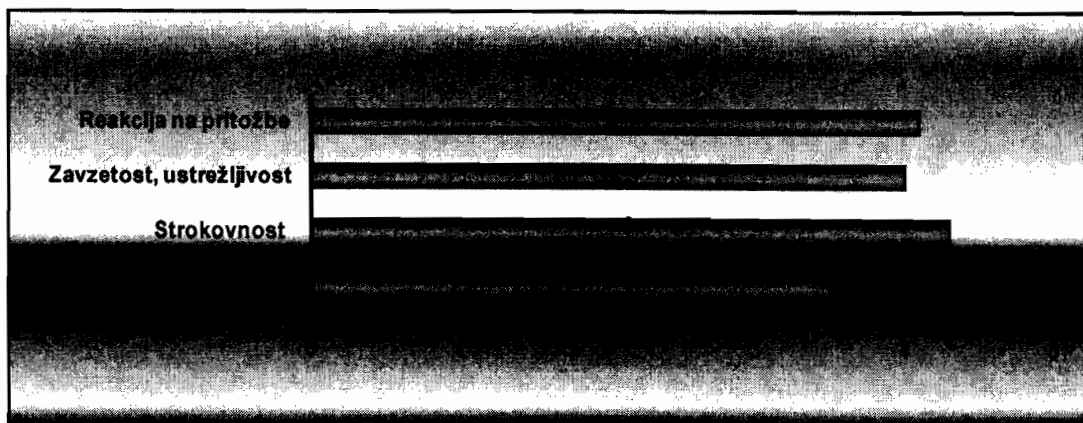
Naslednji sklop ocenjevanja zaposlenih so predstavljali zdravniki alternativne medicine (akupunkturisti). Tudi v tem primeru velja, da akupunkturisti izhajajo iz različnih okolij. Že na splošno je iz vsakdanjega sveta bolj kot ne znano, da akupunkturisti pogosto niso najboljše ocenjeni, to je zelo kompleksno področje, zato bi seveda bilo potrebno ugotoviti zakaj prihaja do tega. Tudi v primeru akupunkturistov, zaposlenih na eni izmed ladij iz flote Princess, pa lahko dam oceno, da so dobili najslabše ocene med vsemi zaposlenimi, ki so jih anketiranci ocenjevali. Najverjetneje je vzrok v samem strahu gostov pred iglami, nepoznavanje te stroke s strani gostov ali kot posledica nepriznavanja s strani moderne medicine. Vendar ocene vsekakor niso zaskrbljujoče, saj so bili vsi parametri ocenjeni s povprečno oceno več kot 3,5.

Graf .20 Ocena zadovoljstva z osebjem alternativne medicine



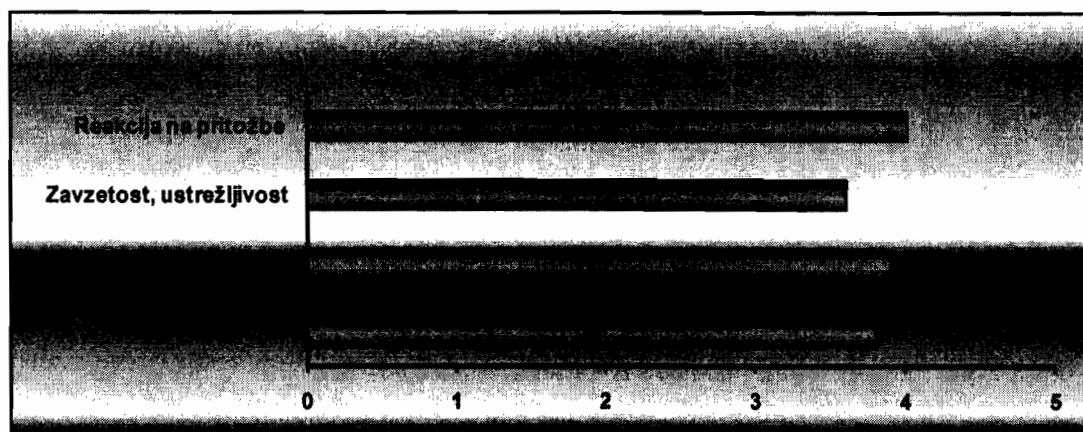
Zanimalo me je tudi delovanje Fitnessa. Gre za poseben del wellness storitev. Ljudje se za masaže in druge storitve odločajo zaradi razvajanja. Pri fitnessu je drugače. Potek vaj narekuje tempo, izvajajo se ob določenih urah, prijaznost je na zelo nizkem nivoju. Vzrok je verjetno v tem, da se mora individualna oseba prilagoditi skupini, kjer izvajanje storitev postavi gosta v podrejen položaj. Komur ne paše lahko enostavno odide. Je pa med drugim fitness dobil visoko oceno pri strokovnosti, saj se redno izvajajo tudi seminarji o zdravi prehrani ter detoksifikaciji telesa in so ti seminarji zelo obiskani. Omenil bi še, da zagretost in volja gostov do fitness storitev tekom potovanja upade. Vzrok tiči v utrujenosti gostov, saj le-ti ob zasidranju ladje obiščejo raznorazne ekskurzije na kopnem.

Graf .21 Ocena zadovoljstva z osebjem fitnessa



Ena izmed osnov wellnessa so seveda tudi bazeni. Samo bazensko ponudbo so anketiranci ocenjevali že na začetku. Zanimalo me je pa tudi, kako ocenjujejo same zaposlene, ki delajo na tem področju. Tu gre tako za reševalce, kot tudi vse, ki delajo na gostinski ponudbi ob samih bazenih. V povprečju lahko rečem, da so anketiranci zadovoljni z njimi, pa čeprav same ocene dajejo slutiti, da se da še marsikaj izboljšati. V tem sklopu najbolj izstopa zavzetost zaposlenih, zato bo v primeru teh delavcev potreben morebiti kak motivacijski ukrep, morebiti pa je v resnici šlo le za slab dan katerega izmed zaposlenih in je posledično celoten sklop nekoliko slabše ocenjen.

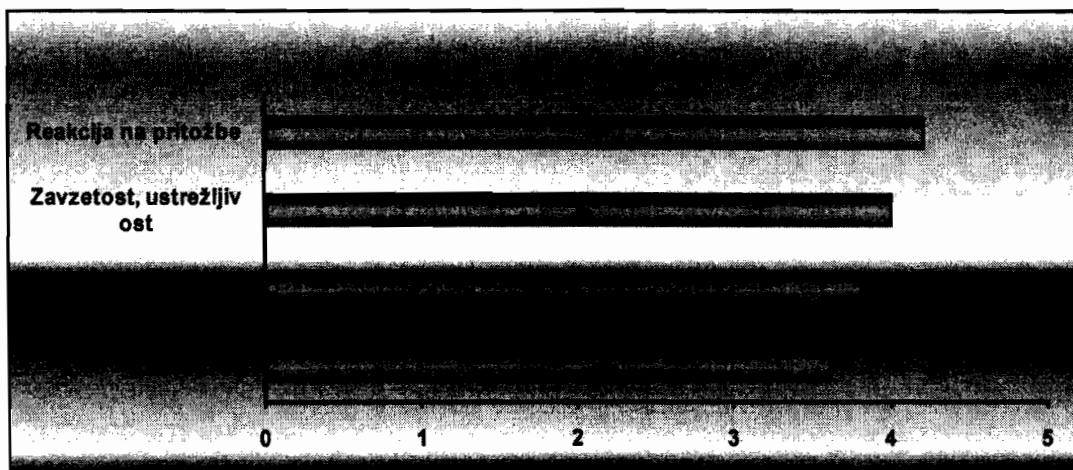
Graf .22 Zadovoljstvo z zaposlenimi v bazenskem kompleksu



Še tako majhen detajl je v primeru luksuznih potovanj pomemben in zato ni niti čistilno in vzdrževalno osebje nepomembno. Prav nasprotno, čistoča marsikdaj vpliva na to kako gostje sprejemajo in vidijo kakovost storitev. Ker je wellness že v osnovi nekaj kakovostnega, vrhunskega, mora biti tudi čistoča in higiena na najvišjem nivoju. V okviru tega pa niso nepomembni niti vzdrževalci. Povprečne ocene teh delavcev so zadovoljujoče, vsekakor pa ne moremo reči, da se ne da nič narediti, da bi bilo še boljše. Kot ponavadi je najbolje ocenjena zagnanost za delo, reagiranje na pritožbe, najslabše

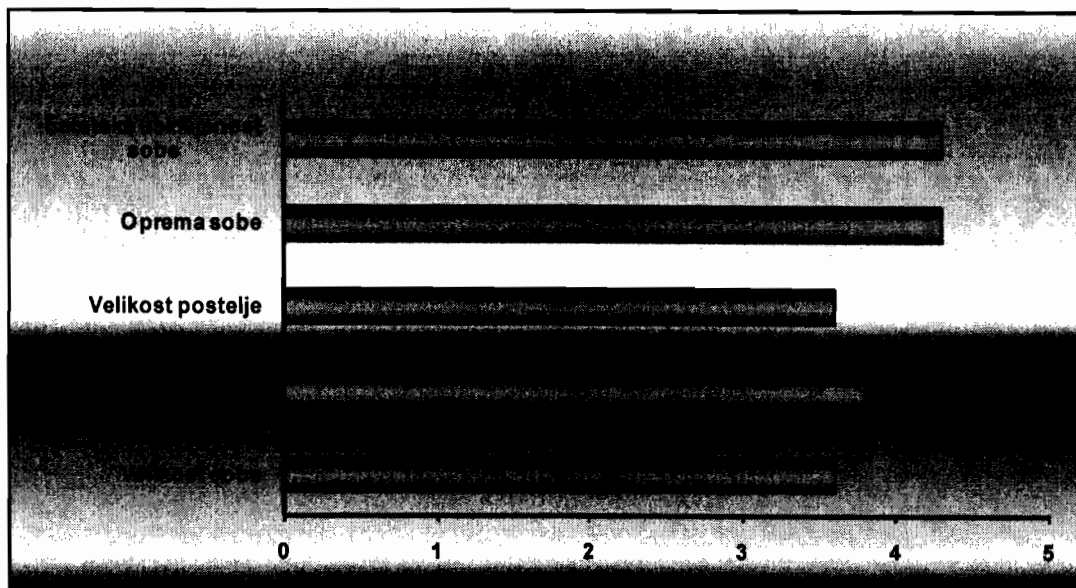
pa prijaznost. To bi bilo vsekakor potrebno spremeniti, kajti ni primerno, da delavci na tovrstnih potovanjih ne bi bili prijazni. Morebiti je to posledica dejstva, da gre za delovno silo, ki je ponavadi nekoliko slabše izobražena ali slab kontakt z gosti. Na žalost nisem imel možnosti preveriti tega vprašanja, da bi lahko ovrgel ali potrdil mojo domnevo.

Graf .23 Ocena zadovoljstva s čistilnim in vzdrževalnim osebjem



Čeprav nekoliko izven samega konteksta wellness ponudbe, pa me je zanimalo tudi kako gostje ocenjujejo sobe, v katerih se opravljajo wellness storitve na ladji. Predvsem zaradi tega, ker je celotno zadovoljstvo vsekakor zelo pomembno. Dovolj je, da eden izmed dejavnikov izstopa v negativnem smislu, pa celotno storitev gostje že slabše ocenjujejo. Po drugi strani pa te sobe le niso tako nepomembne. Kako bi naj pričakovali, da se bo gost udobno in sproščeno počutil, če je soba majhna, premalo osvetljena, postelja prekratka in podobno. Zaradi omejenosti s prostorom je velikost sob omejena in je na tem področju težko karkoli narediti. Zato je nekoliko pričakovano, da je ta dejavnik bil nekoliko slabše ocenjen, pa vendar ne slabo. No vendarle lahko tudi v povprečju rečem, da so gosti s tretmantskimi sobami zadovoljni, zadovoljni pa so tudi s kakovostjo opreme v sobi.

Graf .24 Ocena zadovoljstva s tretmantskimi sobami



Pri zadnjem vprašanju so bili anketiranci zaproseni naj poskusijo sami zapisati kake svoje predloge, pripombe ali opazke. Odziv pri tem vprašanju je bil dokaj skop, saj je bilo podanih le 36 odgovorov. Večino odgovorov pa lahko strnem v zahtevo po še višjem standardu drugih križarskih storitev, večji prostor za izvajanje fitness storitev, več zabave namenjene srednji generaciji, cenejše wellness storitve, pojavila pa se je tudi želja po bolj ugodnih cenah potovanj.

5.4 Analiza hipotez na osnovi opravljene raziskave zadovoljstva

- Največ uporabnikov storitev wellnessa je starih nad 40 let: to hipotezo moram ovreči, saj se je izkazalo, da je bilo največ obiskovalcev starih med 21 in 35 let.
- Starejši ljudje bolj skrbijo za svoje zdravje: glede na starostno strukturo obiskovalcev te hipoteze ne morem potrditi, saj razen starejših od 61 let in mlajših od 21 let ne izstopa nobena populacija.
- Bolj izobraženi bolj skrbijo za svoje zdravje: glede na rezultate pa je res razvidno, da velik delež uporabnikov storitev predstavljajo bolj izobraženi, to je tudi sicer na splošno trend wellnessa. To hipotezo torej potrjujem.
- Ljudje, ki se odločijo za uporabo wellness storitev so v povprečju zadovoljni s storitvami: to hipotezo potrjujem na osnovi ocenjevanja posameznih dejavnikov zadovoljstva. Razen enega dejavnika, to je ocene bazenov z masažnimi šobami, so bili vsi drugi ocenjeni s povprečno oceno več kot 3,5, kar sem si postavil za mejo, ko določen dejavnik ocenim kot zadovoljiv.
- Uporabniki si želijo še dodatnih storitev wellness ponudbe: glede na zadnje vprašanje iz ankete je vsekakor razvidno, da ponudba ni popolna, gostje si vedno želijo še več in zato tudi potrjujem hipotezo.

- Uporabniki storitev bi si želeli še višjo kakovost in tudi boljše seznanjenost s samo ponudbo: to da si gostje želijo več je nedvomno, saj bi sicer ocene bile verjetno še boljše. Tudi to, da si gostje želijo boljše seznanjenost s ponudbo je dejstvo, saj sem ugotovil, da gostje wellness ponudbe na ladji ne poznajo dovolj, saj jih je večina odgovorila da jo poznajo le srednje dobro.

PREDLOG ZAGOTAVLJANJA KAKOVOSTI IN PESTROSTI STORITEV PRI NADALJNJEM RAZVOJU WELLNESSA

V tem poglavju se nebi osredotočal samo na ponudbo wellnessa na ladjah Princess, ampak predvsem gledano širše, mogoče bi lahko rekli da predvsem na področje wellnessa v Sloveniji, ki je šele v začetni fazi razvoja.

Za razvoj wellness centra je potrebno neprestano dodajanje in izboljševanje wellness ponudbe, kvalitativno, kvantitativno in celostno. Potrebno je nuditi programe, v katerih so enakovredno zastopane vse komponente wellnessa (ambient, zdrava prehrana, osebna sprostitvev, fizične aktivnosti, duševne aktivnosti z izobraževanjem in informiranjem). Gostje so velikokrat že dobro poučeni o tretmajih, ki se v hotelu izvajajo (kako potekajo, kaj zajemajo, kakšne učinke povzročajo), o prehrani, o fizičnih aktivnostih idr, pa vendar jih je potrebno tudi med samim bivanjem vedno znova seznanjati s ponudbo. Poleg tega se želijo naučiti nekaj novega o svojem telesu, kako ravnati, da bi si izboljšali kakovost življenja, ki je večinoma polno stresa. Menim, da se v primeru slovenskih ponudnikov wellnessa nudijo programi, ki so usmerjeni zelo enostransko, npr. sestavljeni so iz elementov, ki so del samo enega ali dveh komponent wellnessa – osebna sprostitvev in fizične aktivnosti.

Za wellness pakete se oblikujejo popolni tretmaji, kot je osebna sprostitvev, ki vzbuja vse nadaljnje komponente wellnessa, pripravi se temu primerna hrana, ki se lahko individualno prilagaja bodisi po posvetu z vodjo strežbe, še boljše pa bi bil strokovnjak s področja prehrane, ki bi svetoval o načinu sestave prehranjevanja v času bivanja v hotelu in potem, ko se gostje vrnejo v vsakodnevni ritem življenja, fizične aktivnosti, ki morajo biti organizirane in v programih točno opredeljene (v različnih programih se vključujejo različne fizične aktivnosti) ter duševne aktivnosti, ki prav tako vzbujajo wellness (sprostitvev, prenova življenske energije in duha, polnitev z energijo. Celotna ponudba storitev in odnos morata imeti isti cilj in namen – to je zadovoljnega wellness gosta, to naj bi bila tudi politika in moto vodenja in upravljanja hotela. Ne pa, kakor je opaziti velikokrat, v prvi vrsti ustvarjanje čim večjega prometa, ponudba pa se ne izboljšuje, zadovoljstvo strank je na drugem mestu, zaposleni morajo delati, saj so zato tudi plačani.

Potrebno je poglobljanje znanja in strokovnosti pri posameznih obstoječih storitvah (ayurveda, akupunktura, refleksna masaža stopal, shiatsu). V Sloveniji alternativna medicina ni uradno priznana (to so t. i. alternativne metode) kot uradna oblika zdravljenja. Dovoljene pa so in se izvajajo (shiatsu masaža, tuina masaža, ayurveda svetovanje in masaža, tajska masaža, refleksna masaža stopal, akupunktura in akupunkturna masaža, kristaloterapija, aromaterapija, akupresurna masaža, bioenergijska zdravljenja, higieniki, dihalne vaje, joga, tai chi, homeopatija, kiropraktika, manualna medicina). Z uvajanjem teh oblik (z izobraževanjem kadrov do

največjih možnih strokovnosti), ki temeljijo na sproščanju energijskih blokad in uravnoteženju energije, bi lahko dali wellness centrom globlji smisel. V zvezi s temi tehnikami bi se lahko prirejela predavanja in tečaji, povabili bi se mojstri, ki imajo dolgoletno delovno prakso in dobre rezultate svojih strank.

6 ZAKLJUČEK

Wellness je vsekakor eden izmed produktov, ki imajo tako v Sloveniji kot svetu veliko možnosti uspeha. Wellness storitve se danes večinoma ponujajo na območjih, kjer je bil v preteklosti doma zdraviliški turizem. Vsekakor pa ni potrebno, da bi bil wellness omejen na zdraviliška področja. Tudi druga turistična središča imajo vse možnosti za razvoj. Lep primer tega so luksuzna križarjenja, ki sem jih obravnaval v tem diplomskem delu. Še posebej imajo velike možnosti razvoja območja, kjer jim to dopušča dokaj neokrnjena narava z velikimi možnostmi različnih rekreativnih dejavnosti. Eno izmed takih območij je tudi ozemlje skoraj celotne Slovenije. Zavedati pa se je potrebno, da je za obstoj na turističnem zemljevidu potrebno ponuditi veliko več kot le zdrav zrak. Konkurenca je prehuda, da bi se dalo preživeti le od nekaj mesečnega zimskega ali letnega izkupička. Zato so se začele intenzivno razvijati nove storitve.

Seveda pa bo pri nadaljnjem razvoju potrebno upoštevati nekaj načel in dejstev. Kot prvo in verjetno najpomembnejše dejstvo je, da je potrebno gostom ponuditi kar se da kakovostno in izvirno storitev. Kakovost storitev je v veliki meri odvisna od materialnih možnosti. Finančna sredstva, ki jih turistična podjetja namenjajo za razvoj turističnih kapacitet so dokaj velika. Pa vendar ta v določenih primerih še vedno ne zadostujejo za izpolnitev vseh potreb. Vso infrastrukturo je potrebno vzdrževati in posodabljati. To pomeni celoten del namenjen rekreaciji in športu, gostinski del, sprostitevni del, kot tudi prenočitveni del kapacitet. Za nekatera področja pa je potrebno tudi širše sodelovanje. Pri tem mislim na področje prometne infrastrukture. Slabo vzdrževane in zastarele cestne povezave nikakor ne nudijo možnosti nadaljnega razvoja. To je vsekakor velik zaviralni dejavnik na bolj oddaljenih področjih in poskrbeti bo potrebno, da se to spremeni.

Ko govorimo o kakovosti storitev, ne moremo mimo enega dejavnika. To so kadri. Kadri so temelj ponudbe. Od njih je odvisen razvoj kot tudi izvedba storitev. Znanje je in bo tudi v prihodnosti eden najpomembnejših proizvodnih dejavnikov in lahko vsekakor pomeni tudi eno izmed konkurenčnih prednosti ponujene storitve na trgu. Konkurenca na trgu zahteva vse več ustvarjalnosti delavcev v turizmu. To znanje se potem širi do drugih sodelavcev in v končni fazi vpliva na celoten odnos do porabnikov storitev. Znanje pa lahko postane konkurenčna prednost slovenskega turizma na splošno le v primeru, če se bo z njim ustrezno ravnalo. Pri tem je potreben celovit pristop, pri čemer je potrebno vzpostaviti mehanizme za merjenje obstoječega znanja, mehanizme za odpravljanje ovir pri razvoju znanja, kot tudi mehanizme za podajanje znanj. Merjenje obstoječega znanja je potrebno zaradi tega, ker šele takrat, ko vemo kaj imamo in pri čem so težave, lahko pristopimo k razvoju novih znanj.

Sklep

Eden izmed dejavnikov razvoja pa je vsekakor tudi varstvo okolja. V večini še dokaj neokrnjena narava nam v Sloveniji zaenkrat ponuja idealne možnosti za razvoj. Gostje to cenijo in se tudi zaradi tega radi vračajo. Zdravo okolje je tudi pogoj za zdravo prehrano, ki je pomemben element v vsebini wellnessa. Brez zdrave prehrane tudi ni možno zdravo življenje.

Iz obravnavanega primera wellnessa centrov Lotus SPA bi se lahko slovenski ponudniki marsikaj naučili. Gre za centre kjer je kakovost na prvem mestu in to je razvidno tudi iz raziskave, saj je bila večina dejavnikov zelo dobro ocenjena, verjetno precej bolje, kot če bi podobno anketo izvajali v katerem izmed slovenskih centrov.

LITERATURA

- Andrejčič, Radovan in Jovo Brekić, Gabrijel Devetak, Jože Florjančič, Janez jereb, Jože Jesenko, Tone Ljubič, Franc Pauko, Vladislav Rajkovič, Marijana Rebernik, Marjan Rekar, Marjan Tkalčič in Drago Vuk. 1997. *Management v turizmu*. Kranj: Moderna organizacija.
- Brezovec, Alenka. 2000. *Marketing v turizmu*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
- Cvikl, Helena. 2001. Modeli kakovosti storitev. *Naše gospodarstvo* 47 (3/4): 310–321.
- Gojčič, Vekoslava. 2005. *Wellness*. Ljubljana: GV založba.
- Gojčič, Vekoslava. 2003. *Wellness v turizmu – študijsko gradivo*. Bled: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem.
- Gojčič, Vekoslava. 2002. *Model tržne verifikacije wellness storitev v ponudbi turističnih podjetij na slovenskem trgu*. Magistrsko delo, Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
- Ishikawa, Kaoru. 1989. *Kako celovito obvladovati kakovost: japonska pot*. Ljubljana: Tehniška založba Slovenije.
- Marolt, Janez. 1994. *Menedžment in tehnologija zagotavljanja kvalitete*. Kranj: Moderna organizacija.
- Moutinho, Luiz. 2000. *Strategic management in tourism*. New York: CABI.
- Peljhan, Jure. 2003. *Uporaba celovitega obvladovanja kakovosti v slovenskih podjetjih: Izsledki empirične raziskave*. Magistrsko delo, Ekonomska fakulteta Ljubljana.
- Pivka, Marjan. 2000. *Management kakovosti*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Potočnik, Edvard, Tomaž Babnik, Fedor Černe, Uroš Gunčar, Marko Kiauta, Rajko Novak, Marjan Pivka in Jernej Potočnik. 1998. *ISO 9001: iz teorije v prakso*. Ljubljana: Taxus.
- Senečič, Josip. 1993. *Marketing u turizmu*. Zagreb: Školska knjiga.
- Snoj, Boris. 1992. *Storitve v menjalnih procesih in model primerjalne analize njihove kakovosti na primeru zdravilišč Republike Slovenije*. Doktorska disertacija, Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.

VIRI

- Princess cruises. 2006. *Lotus SPA standards of excellence*. Interni dokumenti, Princess Cruises.
- Slovenski inštitut za standardizacijo. 2003a. ISO 9000. Napotki za procesni pristop v sistemu vodenja kakovosti. [Http://www.sist.si/slo/g3/napotki_pristop.pdf](http://www.sist.si/slo/g3/napotki_pristop.pdf) (2. 2. 2008).
- Slovenski inštitut za standardizacijo. 2003b. ISO 9000. Napotki glede zahtev za dokumentacijo ISO 9000:2000. [Http://www.sist.si/slo/g3/napotki_dokumentacija.pdf](http://www.sist.si/slo/g3/napotki_dokumentacija.pdf) (2. 2. 2008)
- Princess cruises. 2008. Lotus Spa & fitness FAQ. http://www.princess.com/learn/onboard/activities/lotus_spa_fitness/faq/index.html (10. 2. 2008).

PRILOGE

| | |
|--|-----------|
| Priloga 1 Anketni vprašalnik..... | 49 |
| Priloga 2 Garancija zadovoljstva..... | 53 |

Priloga 1 Anketni vprašalnik

QUESTIONNAIRE

We are kindly asking you to spare a moment of your time to evaluate our offer and your satisfaction with the staff. Your answers will help us improve our services.

1. *Gender:*

- Male*
- Female*

2. *Age:*

- To 20*
- 21 - 35*
- 36 - 45*
- 46 - 60*
- Above 61*

3. *Education:*

- Secondary school*
- College*
- Institution of higher education*

4. *Is it your first time on a trip such as this one?*

- Yes*
- No*

5. *Is this your first time as a guest in the Lotus SPA?*

- Yes*
- No*

6. *How did you learn about the trip?*

- Friends*
- Press media*
- Electronic media*
- Internet*
- Other*

7. *Were you familiar with our wellness offer before your start of the trip?*

- Yes*
- No*

8. Who is accompanying you on this trip?

- No one
- Family
- Friends
- I'm on a business trip
- Other

9. How do you find the offer and the content of the wellness programme?

- Suitable
- Unsuitable
- Neither suitable nor unsuitable

10. Evaluate individual criteria (neatness) from 1 to 5, where 1 means the lowest level of satisfaction and 5 the highest level of satisfaction.

The swimming pool complex

| Criteria | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Size of water surfaces | | | | | |
| Crowd | | | | | |
| Number of deck chairs | | | | | |
| Water temperature | | | | | |
| Neatness of toilette rooms at the swimming pool | | | | | |
| Animation programme | | | | | |
| Food and beverages offered at the swimming pool | | | | | |
| Swimming pools with massage jets | | | | | |
| Whirlpool | | | | | |
| Chlorine content | | | | | |

Offered wellness services

| Criteria | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|
| Sauna, pools | | | | | |
| Massages | | | | | |
| Selection of alternative medicine | | | | | |
| Hairdresser | | | | | |
| Beauty salon | | | | | |
| Fitness | | | | | |

Wellness centre staff

| Criteria | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Employees at the centre's reception | | | | | |
| Kindness | | | | | |
| Professionalism | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| <i>Commitment, helpfulness</i> | | | | | |
| <i>Reaction to complaints</i> | | | | | |
| <i>Employees at the massage department</i> | | | | | |
| <i>Kindness</i> | | | | | |
| <i>Professionalism</i> | | | | | |
| <i>Commitment, helpfulness</i> | | | | | |
| <i>Reaction to complaints</i> | | | | | |
| <i>Hairdressers, Beauty salons</i> | | | | | |
| <i>Kindness</i> | | | | | |
| <i>Professionalism</i> | | | | | |
| <i>Commitment, helpfulness</i> | | | | | |
| <i>Reaction to complaints</i> | | | | | |
| <i>Alternative medicine (acupuncture)</i> | | | | | |
| <i>Kindness</i> | | | | | |
| <i>Professionalism</i> | | | | | |
| <i>Commitment, helpfulness</i> | | | | | |
| <i>Reaction to complaints</i> | | | | | |
| <i>Fitness</i> | | | | | |
| <i>Kindness</i> | | | | | |
| <i>Professionalism</i> | | | | | |
| <i>Commitment, helpfulness</i> | | | | | |
| <i>Reaction to complaints</i> | | | | | |
| <i>Cleaners and the maintenance crew</i> | | | | | |
| <i>Kindness</i> | | | | | |
| <i>Professionalism</i> | | | | | |
| <i>Commitment, helpfulness</i> | | | | | |
| <i>Reaction to complaints</i> | | | | | |
| <i>Swimming pool staff</i> | | | | | |
| <i>Kindness</i> | | | | | |
| <i>Professionalism</i> | | | | | |
| <i>Commitment, helpfulness</i> | | | | | |
| <i>Reaction to complaints</i> | | | | | |

Treatment rooms

| <i>Criteria</i> | <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| <i>Room size</i> | | | | | |
| <i>Room lighting</i> | | | | | |
| <i>Bed size</i> | | | | | |
| <i>Room equipment</i> | | | | | |
| <i>Aesthetic harmonisation of a room</i> | | | | | |

11. In case you have any suggestions on how to improve our services,
please write them down.

Thank you for your time, effort and patience!

Priloga 2 Garancija zadovoljstva

