

## Prethodno priopćenje / Preliminary communication

UDK/UDC 613.7 + 338.48 (497.5)

mr. sc. **Silvija Vitner Marković**<sup>1</sup>  
**Draženka Birikić**, univ. spec. oec.<sup>2</sup>

## PRIMJENA HIGIJENSKIH STANDARDA I ZDRAVSTVENA SIGURNOST U HOTELSKIM WELLNESS CENTRIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

### Application of Hygienic Standards and Health Protection in Hotel Wellness Centers in the Republic of Croatia

**SAŽETAK:** Wellness se pojavljuje posljednjih godina na svjetskom turističkom tržištu kao jedan od značajnih hotelskih proizvoda. Vrlo oštra konkurencija nameće postizanje i održavanje određene kvalitete hotelskih wellness centara. Kvaliteta i diferenciranost hotelske wellness ponude kao i higijenski standardi hotelskih wellness centara elementi su opstanka i konkurentnosti na svjetskom turističkom tržištu. Značajan broj hotelskih wellness centara u Republici Hrvatskoj ne odgovara svjetskim standardima na koje su zahtjevni inozemni turisti navikli. Cilj ovog rada je ukazati na nužnost izrade pisanih protokola kao obaveznog dijela u provedbi higijenskih standarda u wellness centrima u Republici Hrvatskoj, Hipoteze u ovom radu glase: H1 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje certifikate ISO 9001-2008; H2 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje definirane higijenske standarde u wellness centrima; H3 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje zapis o higijenskom održavanju wellness centara uz potpis odgovorne osobe. Navedeno ima za posljedicu ugrožavanje konkurentnosti hotelskih wellness centara u Republici Hrvatskoj na međunarodnoj razini. Jasna definicija i primjena higijenskih standarda povećava kvalitetu hotelskih wellness centara i utječe na zdravstvenu sigurnost korisnika usluga, a time i na ukupno ostvarene prihode hotela.

**Ključne riječi:** hotelski wellness centri, higijenski standardi, zdravstvena sigurnost, konkurentnost

**ABSTRACT:** During the course of the last few years wellness has appeared on tourist markets worldwide as one of the most significant hotel products. Strong competition imposes the achievement and maintenance of certain quality of hotel

<sup>1</sup> Veleučilište u Karlovcu, [svitner@vuka.hr](mailto:svitner@vuka.hr)

<sup>2</sup> Top terme Topusko, [drazenka@topterme.hr](mailto:drazenka@topterme.hr)

wellness centers. The existence and competitiveness of hotel wellness centers on global tourist markets depend not only upon their quality and specific distinctive features of their offer but also upon reached hygienic standards. Notable numbers of hotel wellness centers in the Republic of Croatia do not comply with demands of global standards that foreign tourists have been used to. The aim of this work is to point at the need for making and applying hygienic standards in Croatian hotel wellness centers. The hypothesis of this work is as follows: hygienic standards in Croatian hotel wellness centers have not been clearly defined although there are Regulations regarding safety and health protection in hotel wellness centers in the Republic of Croatia. Such a policy consequently endangers competitiveness of Croatian hotel wellness centers on an international level. Clear definition and the application of hygienic standards improve the quality of hotel wellness centers and positively influence safety and health protection of customers thus enhancing competitiveness on an international level and increasing total hotel revenue.

**Keywords:** hotel wellness center, hygienic standards, health protection, competitiveness

## 1. UVOD

Wellness turizam je pojam koji susrećemo u novije vrijeme, a podrazumijeva univerzalnu ponudu uvjeta i postupaka za postizanje optimalne tjelesne i duhovne dobrobiti pojedinca za što se uobičajeno koristi termin wellness. Riječ *wellness* složenica je dvaju pojmova: engl. *well-being* (hr. dobro biti) i engl. *fitness* (hr. biti u formi). Wellness ponuda se može realizirati u ugostiteljskim objektima koji nude wellness ponudu. Sve je više hotela shvatilo da je prevencija bolesti i wellness vrlo interesantan proizvod za sve veći broj potrošačkih segmenata globalnog turističkog tržišta. U tom smislu hoteli pojačano razvijaju potrebnu wellness infrastrukturu na bazi koje mogu ponuditi maštovite i potražnji prilagođene uslužne pakete. Wellness hoteli nude saune, solarije, sportske aktivnosti i masaže. Ambiciozniji wellness hoteli imaju u svojoj ponudi, također parne kupelji, whirlpooole i bazene. Ipak wellness hoteli zaostaju za klasičnim zdravstvenim i spa/wellness destinacijama ponajviše iz razloga što ne raspolažu prirodnim resursom (geotermalna voda) potrebnim za izgradnju tržišnog imidža. Vrlo oštra konkurencija nameće postizanje i održavanje određene kvalitete hotelskih wellness centara. Kvaliteta i diferenciranost hotelske wellness ponude kao i higijenski standardi hotelskih wellness centara elementi su opstanka i konkurentnosti na svjetskom turističkom tržištu. Značajan broj hotelskih wellness centara u Republici Hrvatskoj ne odgovara svjetskim standardima na koje su zahtjevni inozemni turisti navikli. Bez obzira na znatan porast broja wellness centara u Hrvatskoj unatrag dvije, tri godine, pojam “wellnessa” se koristi vrlo široko i bez kriterija. O kvaliteti wellness ponude u svijetu, za razliku od Republike Hrvatske, možemo govoriti jer postoje definirani standardi kvalitete, internacionalni od najveće međunarodne wellness i spa asocijacije – ISPA (engl. *International Spa Wellness Association*). Poznati su i europski spa standardi od Europske spa asocijacije - ESPA (engl. *Euro-*

pean Spa Association), te priznati standardi od Njemačkog wellness udruženja (njem. *Deutscher Wellness Verband*). U Hrvatskoj nema interesa, želje niti volje za pristupanjem međunarodnim wellness i spa asocijacijama. Hrvatski wellness je u začetcima svog razvoja. Razina svijesti o ulozi članstva hrvatskog wellnessa u međunarodnim asocijacijama je na niskoj razini te svoje potrebe razvoja trenutno hrvatski wellness zadovoljava unutar postojećih udruženja na nacionalnoj razini.

U Hrvatskoj još ne postoji adekvatnih procjena kvalitete wellnessa. Kvaliteta wellnessa se određuje ne samo na temelju kvalitete prostora i ugođaja, već i na temelju holističnosti i jedinstvene wellness filozofije svakog wellness centra, zatim na raznolikosti programa, vrste ponude, kvalitete wellness djelatnika, kvalitete produkata za rad i opreme, odnosa cijene i kvalitete usluge. Neizostavan element wellness kvalitete je i higijena i zaštita te zdravstvena sigurnost wellness korisnika.

## 2. POJMOVNO ODREĐENJE I PREGLED RAZVOJA WELLNESS TURIZMA

### 2.1. Pojmovno određenje wellness turizma

Wellness predstavlja pokret čija filozofija promovira stil života koji podrazumijeva niz aktivnosti usmjerenih održanju i unapređenju holistički shvaćenog zdravlja tj. izbor zdravog načina življenja, kroz svakodnevno vježbanje, kretanje, zdravu prehranu i opuštanje. Iako je pokret wellness star svega nekoliko desetaka godina, te ga mnogi opisuju kao kulturni trend, može se reći da je nastavak više tisuća godina stare kulture društvenog kupanja i drugih aktivnosti vezanih za očuvanje i unaprjeđenje ljudskog zdravlja tj. postizanje sklada duha i tijela.

Prema istraživanjima njem. *Deutscher Wellness Verband*, odnosno Njemačkog wellness udruženja, pojam wellnessa javlja se već u 17. st., kada se u engleskom jeziku koristio kao izraz za dobro zdravstveno stanje i osjećaj ugone.<sup>3</sup> Prvi put pojam wellness je razvijen od strane Halberta L. Dunna kao posebno zdravstveno stanje tijela, duha i uma na koji utječe i životni prostor, u knjizi *High Level Wellness* koji je na taj način spojio pojmove *well-being* i *fitness*.<sup>4</sup> H. Mueller i E. L. Kaufmann pokušavaju spojiti shvaćanje wellnessa u Sjevernoj Americi i u Europi, navodeći na zaključak da je wellness stanje zdravlja povezano usklađivanjem tijela, uma i duha, a kao temeljne elemente navode samoodgovornost, fizičko kretanje i relaksacijske aktivnosti, briga o tijelu, zdrava prehrana, meditacija, mentalne aktivnosti, obrazovanje, okolišna osjetljivost te socijalizacija.<sup>5</sup> Jasno je da je wellness složen pojam, koji uključuje elemente života, tjelesnog, mentalnog i duhovnog blagostanja i poseban odnos prema sebi, drugima i okolišu. Wellness kao koncept uključuje i uravnotežuje sve dimenzije života: blagostanja, sreće, holističke prakse, duhovna uvjerenja. Wellness

<sup>3</sup> Wellness & Fitness Udruga Hrvatske, www.wuh.hr, (24. 03. 2012.).

<sup>4</sup> Fitness portal, www.fitness.com.hr, (24. 03. 2012.).

<sup>5</sup> Smith, M., Puczko, L.: **Health and Wellness Tourism**, Oxford, Elsevier, 2009., str. 54.

turizam se definira kao „zbroj svih odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka ljudi čiji je glavni motiv sačuvati ili unaprijediti zdravlje. Oni borave u specijaliziranim hotelima koji osiguravaju određeni profesionalni *know-how* i individualiziranu brigu.“<sup>6</sup> Prestižni izvještaj *SRI Spas and the Global Wellness Market* objavljen 2010. godine na “Global Spa Summitu” pokazuje da wellness turizam predstavlja globalnu industriju čiji je godišnji promet vrijedan oko 106 milijardi američkih dolara.<sup>7</sup>

## 2.2. Razvoj wellnessa u Americi i Europi

Korijeni wellnessa dolaze iz SAD-a. Wellness se u Americi temelji na fitnessu, skidanju kilograma i ljepoti, uklanjanju posljedica nezdravog američkog načina života.<sup>8</sup> Wellness centri u SAD-u se nazivaju spa centrima. Jedna od podvrsta spa centara u SAD-u su hotelski spa centri koji se definiraju kao „spa centri smješteni u hotelima i resortima koji pružaju spa usluge koje se najčešće temelje na fitnessu, wellnessu i zdravoj prehrani.“<sup>9</sup>

Počeci razvoja wellnessa u Europi vežu se uz termalne izvore i tretmane s morskom vodom. Iako je Europa imala preduvjete za razvoj wellness turizma prije SAD-a, intenzivniji razvoj wellnessa u Europi počinje tek krajem 80-ih godina 20. st., kada je “kult zdravlja i psihofizičkih sposobnosti postao sinonim za modernog i uspješnog čovjeka.”<sup>10</sup> Do tog razvoja dovodi sve veća briga pojedinca o vlastitom zdravlju s jedne strane, a smanjivanje sredstava za financiranje boravka u toplicama od strane socijalnog osiguranja s druge strane. „Prema podacima ETM-a (*European Travel Monitora*) 15% cjelokupnih europskih turističkih kretanja danas čini odmor radi zdravlja.“<sup>11</sup> Unatoč činjenici da je tradicionalno tržište već relativno saturirano te da se javlja i dodatni broj novih revitaliziranih zdravstvenih i spa wellness destinacija, neke europske zemlje poput Švicarske i Italije, i dalje bilježe porast potražnje, neovisno o činjenici što su među najskupljima na tržištu. Popularnost zdravstvenih i spa/wellness destinacija u ovim zemljama pripisuje se s jedne strane visokoj i konzistentnoj kvaliteti ponude, a s druge strane dobro organiziranoj, strukturiranoj i zaokruženoj ponudi zdravstvenih i spa wellness sadržaja. U tom smislu može se konstatirati da će kvaliteta ponude kao i higijenski uvjeti i sigurnost korisnika biti odlučujući činitelj konkurentske borbe. Istodobno, kvaliteta ponude podrazumijeva vrhunsku zdravstvenu i/ili spa/wellness infrastrukturu, brojne programe i/ili uslužne pakete, visoko kvalitetnu uslugu, vrhunski osposobljeno, ali i maksimalno susretljivo osoblje, odnosno individualizirani pristup gostu korisniku usluge.

<sup>6</sup> Mueller, H., Kaufmann, E. L.: Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry, *Journal of Vacation Marketing*, 2001., no. 7(1), str. 7.

<sup>7</sup> Jakuš, S.: U susret 2. HTI konferenciji, *Stručna revija za ugostiteljstvo i turizam*, 2002., br. 3, str. 32.

<sup>8</sup> Choen, M., Bodeker, G. (ur.): *Understanding the global spa industry*, Oxford, Elsevier, 2008., str. 71.

<sup>9</sup> Ibidem, str. 111.

<sup>10</sup> Bartoluci, M., Čavlek, N.: *Turizam i sport-razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, 2007., str. 198.

<sup>11</sup> Wellness portal, [www.wellness.hr](http://www.wellness.hr) (25. 03. 2012.)

### 2.3. Razvoj wellnesa u Republici Hrvatskoj

Ozbiljnije shvaćanje i intenzivnije korištenje pojma wellness u Hrvatskoj počinje tek krajem 20. st., unatoč višegodišnjoj tradiciji toplica i zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Predispozicije za razvoj ponude wellnesa Hrvatska ima u velikom broju termalnih izvora te drugih ljekovitih činitelja poput klime, morske vode, ljekovitog blata. U Hrvatskoj se wellness najviše razvija u sklopu hotelske ponude. Wellness hoteli su uglavnom hoteli visoke kategorije s wellness centrima namijenjeni gostima za vikend ili višednevnim wellness aranžmanima te poslovnim ljudima.

U Hrvatskoj razvoj wellnesa u kontinentalnom i planinskom djelu zaostaje za onim u primorskim destinacijama i to zbog orijentacije hrvatskog turizma prema primorskom dijelu. Prema Hrvatskoj gospodarskoj komori u Hrvatskoj ima 68 wellness centara, a prema brošurama i katalozima dostupnim putem Interneta ima ih preko 80.<sup>12</sup>

Tablica 1. Ponuda wellness centara u Republici Hrvatskoj

Kategorija hotela	Postotak hotela koji imaju wellness	Prosječna površina wellness centra (m <sup>2</sup> )	Upravljanje wellness centrom
5*****	100%	1.427	56% hotelski menadžment 44% najam
4****	67%	923	92% hotelski menadžment 8% najam
3***	17%	1.259	89% hotelski menadžment 11% najam

Izvor: HGK i Horwath Consulting

Prema Tablici 1 svi hoteli u Hrvatskoj s 5 zvjezdica u svojoj ponudi imaju wellness ponudu, 56% takvih wellness centara nalazi se u sklopu hotela i vođeni su od strane hotelskog menadžmenta, dok ih je 44% dano u najam. Prosječna površina wellness centara u hotelu s 5\* iznosi 1427 m<sup>2</sup> i veća je u odnosu na hotele sa 4\* i 3\*. Tek 67% hotela u Hrvatskoj sa 4\* posjeduje wellness ponudu i wellness centri su u vrlo visokom postotku u vlasništvu hotela i vođeni su od strane hotelskog menadžmenta.

Tablica 2. Pokazatelji poslovanja wellness centara u Republici Hrvatskoj

Pokazatelji prema kategoriji hotela	Godišnji broj korisnika	Godišnji prihod wellnesa po hotelu	Potrošnja po korisniku	Dnevni prihod wellnesa	Udio godišnjeg prihoda wellnesa u ukupnom prihodu hotela
5*****	6.776	€ 156.240	€ 23,06	€ 465,00	1,8%
4****	5.801	€ 74.073	€ 12,77	€ 235,15	2,2%
3***	36.177	€ 404.105	€ 11,17	€ 1.342,54	12,4%

Izvor: HGK i Horwath Consulting

<sup>12</sup> Gračanin, M.: Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske, **Zbornik radova Stručni kadrovi u turizmu i sportu**, Međimursko Veleučilište u Čakovcu, Čakovec, 2010., str. 222, dostupno na <http://hrcak.srce.hr/file/83384>.

Iz Tablice 2 vidljivo je da je godišnji broj korisnika u hotelskim wellness centrima najviši u hotelima s 3 zvjezdice, no potrošnja po korisniku u hotelu s 3 zvjezdice duplo je manja nego u hotelu s 5 zvjezdica. Udio godišnjeg prihoda wellness centra u ukupnom prihodu hotela u hotelima s 3 zvjezdice iznosi 12,4%, dok u hotelima s 5 zvjezdica prihod wellness centra iznosi 1,8% od ukupnog prihoda hotela.

Wellness industrija u Hrvatskoj je u brojčanom smislu u ekspanziji. Bez obzira na znatan porast broja wellness centara u Hrvatskoj unatrag dvije, tri godine pojam "wellnessa" se koristi vrlo široko i bez kriterija. Vrlo oštra međunarodna konkurencija nameće dostizanje određene kvalitete wellness usluga, obzirom da tržište wellnessa postaje tržište visoko sofisticiranih kupaca wellness usluga, gdje je isključivo kvaliteta i diferenciranost wellness ponude element opstanka i konkurentnosti na turističkom tržištu. Postizanje kriterija kvalitete osigurat će hotelskim wellness centrima u Hrvatskoj mogućnost profiliranja ponude i time omogućiti da postanu prepoznatljiv segment wellness turizma. Wellness industrija donosi velike profite i podiže ukupan prihod od turističke usluge kako u samom hotelu tako i u destinaciji. Wellness industrija u Hrvatskoj treba stvoriti jedinstven i prepoznatljiv, na međunarodnom tržištu konkurentan proizvod, koristeći dosadašnje spoznaje i zamke razvoja wellness industrije. Većina wellness centara u Republici Hrvatskoj ne odgovara svjetskim standardima na koje su inozemni konzumenti navikli. U ovom radu razmatrat će se jedan od segmenata kvalitete ponude wellness centara, a to je svakodnevno održavanje higijene hotelskog wellness centra, što povlači za sobom i sigurnost korisnika usluga u wellness centrima. Uz dobru ponudu, ono što daje kvalitetu i dodanu vrijednost wellness centru je uz kvalitetno i obrazovano osoblje i svakodnevno održavanje higijene, za koju je opet zaduženo odabrano osoblje wellness centra.

### **3. ZAKONSKA REGULATIVA ZDRAVSTVENE SIGURNOSTI U HOTELSKIM WELLNESS CENTRIMA**

Zdravstvena sigurnost u hotelskim wellness centrima definirana je nizom propisa koji se primjenjuju u Republici Hrvatskoj, a podrazumijevaju mjere za sigurnost korisnika usluge (klijenata) kao i djelatnika u procesu rada. To podrazumijeva prvenstveno zdravstveno stanje djelatnika koji pružaju usluge u wellness centru. Prema Zakonu o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti (NN 79/07) djelatnici wellness centara jedanput godišnje trebaju obavljati liječnički pregled u nadležnoj epidemiološkoj službi s ciljem zdravstvenog nadzora nad zaraznim bolestima i isključenjem potencijalnog rizika od kliconoštva od nekih zaraznih bolesti. Prema istom Zakonu, čl. 37 „osobe koje obavljaju poslove u proizvodnji i prometu sredstava za održavanje osobne higijene te fizičke osobe koje samostalno obavljaju djelatnost pružanja njega ili uljepšavanja lica i tijela kao i osobe koje obavljaju poslove unošenja boja i stranih tijela u kožu i sluznice moraju imati potrebna znanja o sprečavanju zaraznih bolesti“. U tijeku je donošenje provedbenog propisa (Pravilnika) s definiranim sadržajem i

satnicom za ovu obveznu edukaciju koju će provoditi epidemiološka služba nadležnog Zavoda za javno zdravstvo.

Oprema, prostor, pribor i sredstva za rad u wellness centrima, također, utječu na zdravstvenu sigurnost te su mjere za osiguranje istoga propisane različitim propisima. Zakon o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti propisuje obvezne opće, posebne, sigurnosne i ostale mjere za sprečavanje i suzbijanje zaraznih bolesti. U opće mjere koje se primjenjuju u hotelima i hotelskim wellness centrima spadaju:

1. osiguravanje zdravstvene ispravnosti hrane, predmeta koji dolaze u dodir s hranom i predmeta opće uporabe te sanitarno-tehničkih i higijenskih uvjeta proizvodnje i provjera istih;
2. osiguravanje zdravstvene ispravnosti vode za piće te sanitarna zaštita zona izvorišta i objekata, odnosno uređaja koji služe za javnu opskrbu vodom za piće;
3. osiguravanje zdravstvene ispravnosti kupališnih, bazenskih voda, voda fontana i drugih voda od javno zdravstvenog interesa;
4. osiguravanje sanitarno-tehničkih i higijenskih uvjeta na površinama, u prostorijama ili objektima;
5. osiguravanje sanitarno-tehničkih i higijenskih uvjeta odvodnje otpadnih voda, balastnih voda te odlaganje otpadnih tvari;
6. osiguravanje provođenja dezinfekcije, dezinsekcije i deratizacije (DDD) kao opće mjere na površinama, prostorima, prostorijama ili objektima, koje se provode radi održavanja higijena, te smanjenja, zaustavljanja rasta i razmnožavanja ili potpunog uklanjanja prisustva mikroorganizama, štetnih člankonožaca (Arthropoda) i štetnih glodavaca.

Pravilnikom o načinu provedbe obvezatne DDD (NN 35/07 čl. 2) definiraju se mjere preventivne dezinfekcije, dezinsekcije i deratizacije koje se kao obvezatne DDD mjere provode u građevinama, postrojenjima, prostorima, prostorijama i u djelatnostima na području ugostiteljstva, turizma, obrta i usluga. Provođenje obvezatnih DDD mjera obvezne su osigurati pravne i fizičke osobe koje obavljaju djelatnost osobnim radom kao i pojedinci vlasnici, posjednici ili nositelji upravljanja objektima – korisnici obvezatnih DDD mjera. U posebne mjere za sprečavanje i suzbijanje zaraznih bolesti uz ranije navedeni zdravstveni nadzor nad zaposlenima i zdravstveni odgoj osoba, također se ponovno ubrajaju provođenje preventivne i obvezne DDD kojih su hoteli i wellnessi također obveznici u provedbi. Nadzor nad mjerama DDD kao općim mjerama za sprečavanje i suzbijanje zaraznih bolesti provodi nadležna sanitarna inspekcija Ministarstva zdravlja, a nadzor nad mjerama DDD kao posebnim mjerama za sprečavanje i suzbijanje zaraznih bolesti provode epidemiološka služba nadležnog Zavoda za javno zdravstvo (izrada programa posebnih mjera DDD i stručni nadzor nad provedbom istih) te nadležna sanitarna inspekcija (upravni nadzor). Ukoliko se u wellness centru pružaju usluge prehrane na njega se primjenjuju kao i za hotele Zakon o hrani (NN 46/07), Pravilnik o higijeni hrane (NN 99/07, 27/08) te ostali provedbeni propisi iz područja zdravstvene ispravnosti hrane. U svakodnevnom

radu djelatnici u wellnessu pružaju kvalitetu usluga u skladu sa standardima i kategorizacijom hotela, odnosno wellnessa. Temeljni zahtjev bez kojeg je nemoguće provoditi djelatnost, kvalitetno je poštivanje ranije navedenih nacionalnih zakona i propisa.

No, kako bi djelatnik bio siguran da sve mjere zaštite i sigurnosti provodi u skladu sa zakonskim zahtjevima i zahtjevima korisnika usluga, a poslodavac kao odgovorna osoba imao instrumente za uspostavu kvalitetnog sustava sigurnosti u uslužnoj djelatnosti, prepoznaju se razni međunarodni standardi (ISO norme) koji predstavljaju dokumentirani postupak poslovanja s ciljem upravljanja kvalitetom, odnosno sigurnošću, npr. ISO 9001 Sustav upravljanja kvalitetom; ISO 14001 Sustav upravljanja okolišem; ISO 22000 Sustav upravljanja sigurnošću hrane; OSHAS 18001 Sustav upravljanja sigurnošću i zdravljem. U svezi osiguranja higijenske i zdravstvene ispravnosti u procesu rada iz ponude wellnessa mogu se svakodnevni postupci definirati kroz tzv. dobru higijensku praksu (DHP), dobru proizvođačku praksu (DPP), standardne operativne procedure (SOP) i standardne operativne procedure čistoće (SSOP). To podrazumijeva pisane radne upute za pojedini postupak u procesu rada (tzv. postupnik), evidencijske liste za nadzor i potvrdu obavljanja procedure u skladu s radnom uputom. Za djelatnika to predstavlja olakšanje u radu na način da u svakom trenutku može pročitati pojedinu radnu uputu, a svojim potpisom na evidencijskoj listi radnik potvrđuje da je proces odradio u skladu s uputom. Odgovorna osoba za nadzor rada svojim potpisom potvrđuje sukladnost procesa s postavljenim standardom u wellnessu ili hotelu za koji se opredijelila uprava. Kako navedeni dobrovoljni standardi u osnovi predstavljaju dodatnu razinu kvalitete, a time i sigurnosti, neki elementi iz tih sustava implementirani su i u zakonske zahtjeve. Tako prema citiranom Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hotela u prilogu 13. „Posebni standard: wellness“ predviđa se u obvezne elemente wellnessa općenito pretpostaviti: točka 3. „higijensko-zdravstveni uvjeti u wellnessu u skladu s važećim zakonima te posjedovanje dokumentacije o dnevnom praćenju higijenskih uvjeta u wellnessu“. Na ovaj način su već do sada hoteli bili obvezni voditi dnevnu evidenciju o praćenju temperature i koncentracije kloro bazenske vode. Mnogi objekti danas imaju Plan higijenskog održavanja u svezi uporabe sredstava za čišćenje pojedinih dobavljača koji uz sredstva u svojoj usluzi nude i pisani plan načina uporabe sredstava kao i površine za tretiranje pojedinim sredstvom, te edukaciju djelatnika za pravilnu uporabu njihovih sredstava. Budući su procesi pravilnog čišćenja, pranja i dezinfekcije opreme, pribora, prostora temeljni u prevenciji zaraznih bolesti temeljiti i učinkoviti, Plan higijenskog održavanja predviđet je za dokumentirano provođenje ovih djelatnosti svakodnevno na pojedinom radnom procesu u paleti wellness usluga.

#### **4. ANALIZA REZULTATA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA**

Priloženi podaci o utvrđivanju postojećeg stanja u pogledu primjene higijenskih standarda (standardni operativni postupci čišćenja i održavanja - SSOP, standardne



operativne procedure - SOP) wellness centara u hrvatskim hotelskim wellness centrima u ovom radu dobiveni su pomoću metode anketiranja i metode intervjua. Za potrebe anketiranja jedinice izbora su hrvatski hoteli koji u svom sastavu imaju wellness centre. Jedinice ispitivanja bile su osobe u hotelima nadležne za održavanje higijene poput glavne domaćice, voditelja wellness centra, direktora hotela ili menadžera kvalitete u hotelu. U reprezentativni uzorak, na osnovu broja zvjezdica hotela, odabrano je 30 hotela koji posjeduju wellness ponudu s 5, 4 i 3 zvjezdice. Anketni upitnik popunio je 21 hrvatski hotel, 5 hotela s 5 zvjezdica, 12 hotela sa 4 zvjezdice i 4 hotela s 3 zvjezdice, što čini povrat od 66%. Anketiranje se provodilo u razdoblju od početka ožujka do kraja travnja 2012. godine. Cilj ovog rada je ukazati na nužnost izrade pisanih protokola kao obaveznog dijela u provedbi higijenskih standarda u wellness centrima u Republici Hrvatskoj, a što je i novost u zakonskom propisu RH prema Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hotela, u prilogu 13., točki 3. Svrha ovog istraživanja je potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze u radu koje glase: H1 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje certifikate ISO 9001-2008; H2 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje definirane higijenske standarde u wellness centrima; H3 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje evidenciju tj. zapis o higijenskom održavanju wellness centara uz potpis odgovorne osobe.

Nakon obrade dostavljenih anketa autori ovog rada došli su do sljedećih rezultata. Prosječna površina wellness centra u hotelima s 5\* obuhvaćeni ovim istraživanjem iznosi 2 840 m<sup>2</sup>, a prosječan broj radnika na poslovima čišćenja i održavanja iznosi 4,2 što znači da radnik u prosjeku skrbi za 676 m<sup>2</sup>. Prosječna površina wellness centra u hotelima s 4\* obuhvaćeni ovim istraživanjem iznosi 809 m<sup>2</sup>, a prosječan broj radnika na poslovima čišćenja i održavanja iznosi 3,1 što znači da jedan radnik u prosjeku skrbi za 260 m<sup>2</sup>. Prosječna površina wellness centra u hotelima s 3\*<sup>13</sup> obuhvaćeni ovim istraživanjem iznosi 7400 m<sup>2</sup>, a prosječan broj radnika na poslovima čišćenja i održavanja iznosi 5 što znači da jedan radnik u prosjeku skrbi za 1480 m<sup>2</sup>.

**Tablica 3. Prosječni pokazatelji površina i broja radnika na održavanju higijene u wellness centrima obuhvaćenih istraživanjem**

Kategorija hotela	Prosječna površina wellness centra (m <sup>2</sup> )	Prosječan broj djelatnika na održavanju higijene	Prosječni m <sup>2</sup> za čišćenje na jednog djelatnika
5*****	2 840	4.2	676
4****	809	3.1	260
3***	7 400	5	1 480

Izvor: Obrada autora

<sup>13</sup> Hoteli s tri zvjezdice obuhvaćeni ovim istraživanjem su hoteli u sklopu toplica, u svom sastavu imaju bazene i whirlpoole, zbog toga su površinom veći.

Analizom dobivenih podataka uočljivo je da je situacija nepovoljna tj. da mali broj radnika na poslovima čišćenja i održavanja higijene skrbi za vrlo velike površine u wellness centrima. Tako, na primjer, u hotelima s 5 zvjezdica jedan zaposlenik na poslovima čišćenja i održavanja skrbi za 676 m<sup>2</sup>, a u hotelima s 3 zvjezdice jedan zaposlenik skrbi za čak 1480 m<sup>2</sup>, što je prema samostalnim procjenama autora neprihvatljivo s higijenskog aspekta. U hotelima sa 4 zvjezdice na jednog radnika otpada 260 kvadrata, što je prema samostalnim procjenama autora prihvatljivo s higijenskog aspekta.

Međunarodna norma ISO 9001:2008 definira zahtjeve za sustave upravljanja kvalitetom i usmjerena je na djelotvornost sustava u ispunjavanju zahtjeva kupaca. Da bi sustav bio djelotvoran potrebno je pratiti i analizirati zahtjeve kupaca, definirati i kontrolirati procese te provoditi kontinuirano poboljšanje. Certifikat mogu dobiti ona poduzeća koja dokažu da su sposobna dosljedno ispunjavati zahtjeve kupaca i da teže k povećanju zadovoljstva kupca kroz djelotvornu primjenu sustava, uključujući procese koji se odnose na kontinuirana poboljšanja sustava i na postizanje usuglašenosti sa zahtjevima kupaca. Na pitanje da li hotel posjeduje certifikat ISO 9001-2008, 55% ih je odgovorilo da ne posjeduje, a 45% da posjeduje ISO certifikat upravljanja kvalitetom. Kvaliteta gledana s aspekta gosta predstavlja stupanj zadovoljenja zahtjeva, odnosno usklađenosti sa zahtjevima gosta. Gost je spreman platiti kvalitetu i zbog toga bi viša cijena trebala biti garancija za visoku kvalitetu. Stupanj kvalitete hotela i hotelskog wellness centra je propisana kategorijom hotela i označena je brojem zvjezdica. Kada gost bira uslugu, polazi od kategorije hotela, birajući onu kategoriju koja će mu pružiti uslugu koju on želi i koju može platiti. Kvaliteta proizvoda je cilj u strategiji hotela, a jedan od instrumenata za ostvarivanje postavljenog cilja je propisivanje standarda. Propisani standardi uvode se u dnevno poslovanje svih dijelova hotela. Standardne operativne procedure su precizne smjernice koje kronološkim redom ustanovljuju točan i nužan način postupanja u određenoj radnoj aktivnosti. Svaki zaposlenik mora slijediti propisane standarde, pri čemu je dozvoljena i mogućnost njihove male prilagodbe uz obavezno pismeno utvrđivanje od strane direktora.

Na pitanje da li u wellness centru postoji jasna definicija i primjena higijenskih standarda (standardni operativni postupci čišćenja i održavanja wellness centra/SOP, SSOP - radna uputa), 55% ispitanika je odgovorilo da posjeduje jasnu definiciju i primjenu higijenskih standarda kao i da posjeduju pisani plan higijenskog održavanja s navedenim parametrima, no na žalost na pitanje da li postoji evidencija tj. zapis o higijenskom održavanju - čišćenja, pranja i dezinfekcije pribora, opreme i prostora uz potpis odgovorne osobe, tek 43% ih je odgovorilo da to posjeduje, a 57% da ne posjeduje evidenciju tj. zapis o higijenskom održavanju uz potpis odgovorne osobe. Autori ovog rada postigli su osnovni cilj ovog rada, ukazali su na nužnost izrade higijenskih standarda u hotelskim wellness centrima i evidencije tj. zapisa o higijenskom održavanju wellness centara uz potpis odgovorne osobe.

## 5. ZAKLJUČAK

Wellness usluge nezaobilazne su u ponudi hotelske usluge. Preduvjet kvalitete u ponudi usluga wellnessa predstavlja provođenje zakonskih propisa u svezi zdravstvene sigurnosti korisnika i djelatnika. Novi standardi u upravljanju kvalitetom prepoznaju se kao tržišna usluga, a u pojedinim segmentima implementiraju se i u nove zakonske propise. U svakodnevnom radu u wellnessu higijensko-zdravstveni uvjeti u skladu s važećim zakonima predstavljaju preduvjete za kvalitetan i siguran kako za djelatnike wellness centra tako i za korisnike usluga istog.

Zaključci istraživanja su sljedeći: 55% anketiranih wellness centara odgovorilo je da ne posjeduje, a 45% da posjeduje ISO certifikat upravljanja kvalitetom. 55% anketiranih hotelskih wellness centara je odgovorilo da posjeduje jasnu definiciju i primjenu higijenskih standarda, ali nažalost evidenciju tj. zapis o higijenskom održavanju (čišćenja, pranja i dezinfekcije pribora, opreme i prostora uz potpis odgovorne osobe) ne posjeduje čak 57% anketiranih hotelskih wellness centara. Prema prethodno navedenom autori ovog rada mogu potvrditi dvije postavljene hipoteze: H1 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje certifikat ISO 9001-2008 i H3 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje zapis o higijenskom održavanju wellness centara uz potpis odgovorne osobe. Međutim, autori nisu dokazali hipotezu H2 - većina hotela (više od 50%) ne posjeduje definirane higijenske standarde, jer je istraživanje pokazalo da 55% anketiranih hotelskih wellness centara posjeduje jasnu definiciju higijenskih standarda.

Dokumentacija o dnevnom praćenju higijenskih uvjeta u wellnessu kao i DPP, DHP, SOP, SSOP u pisanom obliku nejednako su zastupljeni u trenutnoj praksi wellnessa u Republici Hrvatskoj. Na osnovu dosadašnjih propisa očekuje se da će i to biti obvezno u radu te predmet nadzora od strane nadležne sanitarne inspekcije. Za hotele i za korisnika hotelske i wellness usluge dokumentirani sustav predstavlja garanciju za kvalitetu, pa time i tržišnu konkurentnost.

## Literatura

1. Bartoluci, M., Čavlek, N.: **Turizam i sport-razvojni aspekti**, Školska knjiga, Zagreb, 2007.
2. Choen, M., Bodeker, G. (ur.): **Understanding the global spa industry**, Oxford, Elsevier, 2008.
3. Fitness portal, [www.fitness.com.hr](http://www.fitness.com.hr), (24. 03. 2012.)
4. Gračanin, M.: Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske, **Zbornik radova Stručni kadrovi u turizmu i sportu**, Međimursko Veleučilište u Čakovcu, Čakovec, 2010., str. 216-223
5. Jakuš, S.: „U susret 2. HTI konferenciji“, **Stručna revija za ugostiteljstvo i turizam**, Zagreb, br. 3., 2012., str. 32-35.
6. Kojić, D.: Ekscentričnost postala svakodnevnica, **Ugostiteljstvo i turizam**, br. 55 (2), 2007, str. 56-59.
7. Mueller, H., Kaufmann, E. L.: Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry, **Journal of Vacation Marketing**, 2001., no. 7(1), str. 5-17.
8. **Pravilnik o načinu provedbe obvezatne DDD**, NN 35/07

9. **Pravilnik o temeljnim zahtjevima za uređaje koji proizvode optičko zračenje te uvjetima i mjerama zaštite od optičkog zračenja**, NN 204/03, 91/07
10. Smith, M., Puczko, L.: **Health and wellness tourism**, Oxford, Elsevier, 2009.
11. Wellness & Fitness Udruga Hrvatske, [www.wuh.hr](http://www.wuh.hr), (24. 03. 2012.)
12. Wellness portal, [www.wellness.hr](http://www.wellness.hr), (24. 03. 2012.)
13. **Zakon o zaštiti od neionizirajućih zračenja**, NN91/10
14. **Zakon o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti**, NN 79/07
15. **Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli**, NN 62/09