Motivacija i ponašanje backpackera u volonterskom turizmu

Kružić, Rosela

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:585862

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

Rosela Kružić

MOTIVACIJA I PONAŠANJE BACKPACKERA U VOLONTERSKOM TURIZMU

Diplomski rad

Pula, rujan 2019.

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

MOTIVACIJA I PONAŠANJE BACKPACKERA U VOLONTERSKOM TURIZMU

Diplomski rad

Rosela Kružić

JMBAG: 0303045702, redovna studentica

Studijski smjer: Interdisciplinarni studij kulture i turizma

Kolegij: Motivacija i ponašanje turista

Mentor: doc. dr. sc. Iva Slivar

Sumentor: doc. dr. sc. Tamara Floričić

Pula, rujan 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD……..…1
2. KORIJENI DANAŠNJEG BACKPACKERA…….……3
   2.1. Grand Tour…..…….……3
   2.2. Pokret hostela za mlade……4
   2.3. Hiking……...……4
   2.4. Rođenje modernog backpackera……..……..…5
      2.4.1. “The Hippie Trail”…….…….5
      2.4.2. Turistički vodiči…….……6
3. TKO JE BACKPACKER……7
   3.1. Formiranje i modifikacija definicije……7
   3.2. Profiliranje backpackera……...…9
   3.3. Karakteristike putovanja i kupovno ponašanje……..…9
   3.4. Motivacija……10
   3.5. Element životnog stila……11
4. VOLONTIRANJE…….……..13
   4.1. Volonterski turizam…….……13
      4.1.1. Pojam i karakteristike volonterskog turizma……14
      4.1.2. Koncept volonterskog turizma……..……16
      4.1.3. Volonterski projekti i radni kampovi……...….17
   4.2. Interakcija volontera s lokalnom zajednicom……..18
      4.2.1. Utjecaj na lokalnu zajednicu……...……..19
         4.2.1.1. Pozitivni ekonomski učinci……...20
         4.2.1.2. Negativni ekonomski učinci……..…20
         4.2.1.3. Pozitivni sociokulturni učinci……21
         4.2.1.4. Negativni sociokulturni učinci……..…23
      4.2.2. Samoostvarenje……24
         4.2.2.1. Autentičnost iskustva……25
         4.2.2.2. Interkulturalna razmjena i učenje……..25
5. PRIMJERI MEĐUNARODNIH VOLONTERSKIH PROGRAMA NAMIJENJENIH BACKPACKERIMA……..…27
   5.1. Worldpackers – online platforma……..……..27

5.2. HelpX – online platforma…..…….…28
5.3. Workaway – online platforma…….…29
5.4. AIESEC volonterska praksa……29
6. PRIMJER VLASTITE VOLONTERSKE PRAKSE UNUTAR AIESEC ORGANIZACIJE……30
7. ISTRAŽIVANJE MOTIVACIJE I PONAŠANJA BACKPACKERA U VOLONTERSKOM TURIZMU…….32
7.1. Rezultati istraživanja……...32
7.2. Kritički osvrt……....49
8. ZAKLJUČAK…….....50
9. LITERATURA……51
10. POPIS PRILOGA……53

1. UVOD

Svake godine sve je više putnika s velikim ruksacima koji zainteresirano istražuju mjesta diljem planeta. Backpacking kultura putovanja izuzetno je popularna, ponajprije u SAD-u i zapadnoj Europi, ali se danas proširila po cijelom svijetu. Zanimljiv je to način putovanja jer omogućuje da se posjeti više zemalja a da se ne potroši puno novca. Sve rute i itinerare koje inače kreira agencija, pojedinac oblikuje sam prema vlastitim preferencijama. Uz činjenicu da je jeftinije, većina se odlučuje za ovu vrstu putovanja jer im pruža slobodu, izazov i potpuno nov način za upoznavanje zemlje u koju putuju. Backpacking je puno više od običnog putovanja; to je stil života i način pogleda na svijet. Ovakav oblik putovanja pojedinca uči neovisnosti; uči preživjeti u povremeno teškim uvjetima daleko od zone komforta. A jednom kad se otkrije kako preživjeti u ovom čudnovatom svijetu, tada se može prihvatiti njegova razlika, diveći se njegovom bogatstvu i neprestanoj raznolikosti.

Predmet ovog rada je ispitati motivaciju, profil i ponašanje backpackera u okviru volonterskog turizma. Svrha rada je istražiti ovaj relativno uski tržišni segment s ciljem definiranja preporuka za poboljšanje za sve relevantne dionike. Metode koje su korištene jesu induktivna i deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, metoda deskripcije, metoda specijalizacije, metoda uzoraka te statistička metoda.

U drugom poglavlju zadire se u korijen današnjeg backpackera. Vraća se u razdoblje Grand tour putovanja koji su preteča ponašanja današnjih backpackera. Kronološki se navodi pokret hostela za mlade na početku 20. stoljeća, pa se vraća na kraj 19. stoljeća „pješačkih klubova“ poznatijih kao hiking među mladim Nijemcima koji redovito odlaze na izlete u ruralna područja. Na kraju poglavlja, procvat modernog backpackera određuje se stazom hipija „The hippie trail“ te rođenjem turističkih vodiča 1970. godine.

Treće poglavlje definira i profilira backpackera kroz pet potpoglavlja. Ulazi dublje u temu i proučava kupovno ponašanje i motivaciju ovih putnika. Ovo poglavlje bavi se psihološkom analizom backpackera.

U četvrtom poglavlju dodaje se segment volontiranja pa se definira volonterski turizam te volonterski projekti i kampovi. Interakcija volontera s lokalnom zajednicom ima učinak na lokalno stanovništvo, ali i na njih same pa se istražuju oba elementa.

U petom poglavlju navodi se nekoliko primjera međunarodnih organizacija namijenjenih backpackerima, dok se u šestom poglavlju iznosi iskustvo vlastite volonterske prakse unutar AIESEC programa.

U posljednjem, sedmom poglavlju iznose se rezultati provedenog istraživanja motivacije i ponašanja backpackera u volonterskom turizmu. Nakon prikaza rezultata uz pomoć grafikona slijedi kritički osvrt.

2. KORIJENI DANAŠNJEG BACKPACKERA

2.1. Grand Tour

Preteča ponašanja današnjih backpackera može se povezati s pripadnicima bogate europske elite (poglavito iz zapadne i sjeverne Europe) koji u potrazi za umjetnošću, kulturom i korijenima zapadne civilizacije putuju Europom (osobito Italijom, Francuskom i Španjolskom). Grand Tour, veliki obilazak, predstavljao je kombinaciju svojevrsne obrazovne institucije i rituala zrelosti, odnosno proći Grand Tour se smatralo esencijalnim za dobivanje statusa pripadnika društvene elite, isto kao što se Grand Tour smatrao ključnim za obrazovanje likovnih umjetnika. Iako je prvotno ovaj običaj bio povezan prvenstveno uz Britansko plemstvo i bogataše, slična putovanja poduzimali su i bogati ljudi iz protestantske sjeverne Europe, a u drugoj polovici 18. stoljeća priključuju im se i putnici iz Južne Amerike, SAD-a i ostalih krajeva svijeta.[1] Tradicija se uskoro proširila na sve veći krug srednjeg sloja građanstva, prvenstveno s razvojem željeznice.

2.2. Pokret hostela za mlade

Pokret mladih uslijedio je kao reakcija na oštre uvjete urbanog života u europskim gradovima u devetnaestom stoljeću.[2] Mladi počinju provoditi sve više vremena istražujući netaknutu prirodu. Za razonodu takve „lutajuće mladeži" pojavljuju se udruge poput YMCA[3] i YWCA da bi ponudili niz kulturnih aktivnosti i smještaj za mlade diljem zemlje i inozemstva.[4].

Prvi „Youth Hostel Association" (YHA) hostel sagrađen je u Njemačkoj 1910. godine. Danas su hosteli za mlade (YHA) najveći svjetski lanac smještaja s 5300 hostela u sedamdesetak zemalja, s 36 milijuna noćenja godišnje.

---

[1] http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela, pristup: 26.09.2018.

[2] Toxward, S: *Backpackers expactations and satisfications: a case study of Northland, New Zeland,* Lincoln University of Canterbury, str. 12, dostupno: https://researcharchive.lincoln.ac.nz/bitstream/handle/10182/1600/toxward_mprtm.pdf;sequence=5, pristup: 26.09.2018.

[3] Young Men's Christian Association, https://www.ymca.org.uk/about/history-heritage, pristup: 26.09.2018.

[4] Loker-Muprhy, L., Pearce, P.: Young budget travelers: backpackers in Australia, James Cook University, Australia, 1995., str. 822, dostupno: https://www.academia.edu/24655265/Young_budget_travelers_Backpackers_in_Australia, pristup: 01.10.2018.

2.3. Hiking

Pješačenje po označenim stazama, planinarenje, drugim riječima hiking, još jedan je povijesni faktor koji je pogodovao suvremenim backpackerskim putovanjima. U 19. stoljeću, naročito na Njemačkom govornom području, došlo je do širenja pješačkih klubova (društva?), poznatijih kao „zavičajni i lutajući" klubovi. Ti su klubovi otvorili planinsku zemlju gdje su obilježili staze, izgradili domove za smještaj i osvježenje, pa čak i objavljivali karte i vodiče za pješake.[5]

Prijelazom 19. na 20. stoljeće mladi, osobito Nijemci, redovito su odlazili na izlete u ruralna područja. Takvi izleti postaju sve rjeđi nakon Prvog svjetskog rata, u tijeku urbanizacije i važnosti zanatskih udruga i cehova koji su djelovali kao značajna organizacijska mreža.[6]

Nakon rata Velika depresija je efektivno promijenila smisao putovanja tijekom čitavog desetljeća. Zbog veće nezaposlenosti i manjka radnih mjesta, „život na cesti bio je više opstanak nego užitak".[7]

2.4. Rođenje modernog backpackera

Od pedesetih godina 20. stoljeća postepeno dolazi na svijet moderni backpacker. U nastavku bit će predstavljeni „The Hippie Trail" i turistički vodiči koji su imali značajnu ulogu u oblikovanju današnjeg backpackera.

2.4.1. „The Hippie Trail"

Sredinom pedesetih do kasnih sedamdesetih godina prošlog stoljeća mnogi su iskoristili priliku lutati područjem nekadašnje Perzije. Brojni američki hipiji, želeći otići što dalje od kapitalističkog Zapada, tražili su mjesta „ljubavi i slobode".[8] Put traga za ljubavlju obično je započeo u europskim

[5] Loker-Muprhy, L., Pearce, P.: *Young budget travelers: backpackers in Australia*, James Cook University, Australia, 1995., str. 822, dostupno: https://www.academia.edu/24655265/Young_budget_travelers_Backpackers_in_Australia, pristup: 01.10.2018.
[6] Loker-Muprhy, L., Pearce, P.: Young *budget travelers: backpackers in Australia*, James Cook University, Australia, 1995., str. 822, dostupno: https://www.academia.edu/24655265/Young_budget_travelers_Backpackers_in_Australia, pristup: 01.10.2018.
[7] Ibid., str. 822.
[8] Radeska, T: *The Hippie Trail, once a symbol of freedom and enlightenment, today is synonymous with war and danger*, 2017, dostupno: https://www.thevintagenews.com/2017/09/06/the-hippie-trail-once-a-symbol-of-freedom-and-enlightenment-today-is-synonymous-with-danger-and-war/, pristup: 01.10.2018.

prijestolnicama, najčešće u Londonu i Amsterdamu, i nastavio je prema Njemačkoj, Austriji, Mađarskoj, Jugoslaviji, Grčkoj i Turskoj, a odande do Bliskog istoka. Zadnja je stanica obično bio Nepal, s produženim boravkom u Indiji, a mnogi su išli još dalje u Tajland i Vijetnam.[9]

Mladi hipiji iz SAD-a mogli bi priuštiti ovakvo putovanje jer je u usporedbi s troškovima života kod kuće bilo relativno jeftino. Izuzevši europske gradove, cijeli put od Jugoslavije do Nepala za Amerikance je bio po izrazito niskim cijenama i mogli su priuštiti skromno življenje dok su putovali.[10] Važno je spomenuti kako je u to vrijeme bilo puno sigurnije autostopirati, a mnogi su putovali u Volkswagen kombiju koji je postao simbolom hipi pokreta.

Neki su prihvatili volonterske pozicije s Mirovnim Korpusom[11] ili razvojnim projektima koje je sponzorirala Europa, a skloni su provoditi mnogo više vremena s lokalnim stanovništvom od prosječnog turista.

The Hippie Trail predstavljao je alternativni put svile na kojoj su, umjesto svile i začina, sloboda i ljubav bili konačni dobici - svojevrsno hodočašće za one koji su se osjećali ugušenim rastom materijalizma.[12] The trail (trag) je značio traženje sebe i duhovnog prosvjetljenja kroz korištenje različitih vrsta droga ili istraživanje različitih oblika religije.[13] Također, bio je to bijeg od „zlog Zapada“ u „humaniji“ dio svijeta.

---

[9] Radeska, T: *The Hippie Trail, once a symbol of freedom and enlightenment, today is synonymous with war and danger,* 2017, dostupno: https://www.thevintagenews.com/2017/09/06/the-hippie-trail-once-a-symbol-of-freedom-and-enlightenment-today-is-synonymous-with-danger-and-war/, pristup: 01.10.2018.

[10] Ibid

[11] Program dragovoljnog rada za promoviranje mira i prijateljstva u svijetu koji doprinose društvenom, ekonomskom i ljudskom razvoju zemalja domaćina, dostupno: https://www.peacecorps.gov/about/, pristup: 01.10.2018.

[12] Radeska, T: *The Hippie Trail, once a symbol of freedom and enlightenment, today is synonymous with war and danger,* 2017, dostupno: https://www.thevintagenews.com/2017/09/06/the-hippie-trail-once-a-symbol-of-freedom-and-enlightenment-today-is-synonymous-with-danger-and-war/, pristup: 01.10.2018.

[13] *From the ancient explorers to Hippies,* 2011, dostupno: https://southeastasiabackpacker.com/the-evolution-of-the-backpacker/, pristup: 01.10.2018.

2.4.2. Turistički vodiči

Golemu promjenu backpacking poprima stvaranjem turističkih vodiča. Od njihovog rođenja 1970. godine kao pola tuceta spojenih listova s jednom spajalicom i bez korica, vodiči su mijenjali svoj oblik na preko sto stranica savjeta o svemu, od biljnih lijekova do grčevitih prava.[14] Stekli su gotovo kultni status s backpackerima koji su stalno slali pisma o svojim putovanjima i nevoljama te su postali poznatiji kao „Biblija Istoka".

Ubrzo nakon toga, došla je još jedna knjiga koja je uvelike utjecala na način kako ljudi putuju svijetom, ponajviše jugoistočnom Azijom i Australijom, a to je Lonely Planet budući mega brend tvoraca Tonyja i Maureen Wheeler koji su putovali preko Europe u Aziju i Australiju 1972., sastavljajući prvu takvu knjigu „Across Asia on the cheap".[15] Od ilustracija do korisnih informacija, ta je verzija bila privlačna i inovativna pojava mladoj generaciji da ih natjera staviti ruksake na leđa i krenuti u pothvat otkrića neviđenog dijela svijeta. Uvodni dio knjige navodi „sve što trebate učiniti je odlučiti otići i najteži dio je gotov" i time uistinu potiče i nagovara čitatelja na ostvarivanje novog i drugačijeg životnog iskustva koje, kako stoji u knjizi, nije komplicirano i nije skupo kako izgleda na prvu.

[14] *From the ancient explorers to Hippies,* 2011, dostupno: https://southeastasiabackpacker.com/the-evolution-of-the-backpacker/, pristup: 01.10.2018.
[15] Ibid.

3. TKO JE BACKPACKER

Zbog promjena u tipu i stilu putovanja posjetitelja u svijetu, sve je veći interes za backpacker turiste. Kako bi se razumjelo ponašanje i motivacija za ovaj stil putovanja potrebno je utvrditi tko je backpacker i kako je taj stil putovanja definiran.

Izraz „backpacker“ nije nužno učestao ili međunarodno prepoznat. Zbog varijacija u definiciji, backpackeri su često opisuju kao „neovisni turisti“ ili „turisti niske potrošnje“.

3.1. Formiranje i modifikacija definicije

Cohen je prvi pisao o novoj klasifikaciji putnika koja se počela javljati 1960-ih i 1970-ih godina, mladi ljudi koji masovno putuju zbog jeftinih međunarodnih cijena letova. Formirao je ovu analizu 1972. godine, razlikujući „tipične“ turiste – masovne turiste koji traže standardizirane sadržaje i atrakcije – i individualističke i neinstitucionalizirane turiste koje opisuje kao istraživače i skitnice.[16] Dok istraživači lutaju s redovitih turističkih staza, još uvijek preferiraju svoj udoban smještaj i pouzdani prijevoz, te družiti se u ograničenoj mjeri sa zajednicama domaćina. Za razliku od istraživača, skitnice traže uzbuđenje potpune neobičnosti i izravan kontakt s novim i različitim narodima. Skitnica uranja u svakodnevni život zajednice domaćina. Ona je, dakle, istinski pobunjenik turističkih objekata i potpuno je suprotna masovnim turistima.

Prototip skitnice temeljio se na Nijemcu s kojim se Cohen sastao 1968. godine., a radi se o snalažljivom, samodostatnom, štedljivom pojedincu koji je sam putovao s Atlantske obale Brazila, preko Amazone, do visoravni Perua. Kako Cohen (2003, p. 45) kasnije bilježi „izvorna skitnica možda je bila ideal koji je privukao mnogo mladih, ali samo su rijetki u tome uspjeli.“[17]

Cohen (1973) prozvao je sve prethodnike najranijih skitnica kao dobro obrazovane Viktorijanske mladiće koji putuju na svoju Grand Tour avanturu i obrazovanje, njemačka mladež usmjerena na prirodu početkom dvadesetog stoljeća, te oni koji putuju na radni odmor.[18] Adlet (1985) i McCullough (1992) proširuju ove rane korijene kako bi uključili vjerske hodočasnike, obrtničke

[16] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 06.10.2018.

[17] Ibid.

[18] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 06.10.2018.

putnike koji su služili naukovanje diljem Europe i obične obrtnike koji su proputovali između gradova u sezonskom lovu na posao. Adler (1985, str. 338) ukazuje izvorno, „spremnost na skitanje dugo se promatrala kao znak spremnosti raditi“. Međutim, primjećuje da je termin kasnije bio degradiran – „označava socijalnu marginalnost i skitnju“ .[19]

Cohen (1973., str. 100) je vrlo brzo promijenio svoju definiciju skitnice od izvorne koju je 1972. predložio, prekidajući prototip u četiri potkategorije, od potpunog pustolova (izvorna, individualna skitnica) i putujućeg hipija "odustajanje od puta zbog utočišta u drogama"), do povremene masovne skitnice (osoba studentske dobi u potrazi za dalekim zemljama, ali koja štiti skitničke turističke ustanove smještaja, prijevoza i hrane) i suputnik (kratkoročni hipiji, modeliranje ponašanja na svojim jezgrovitim kolegama prije povratka u "stvarni život").[20] Vogt i Riley, međutim, omekšavaju Cohenov izraz "skitnica". Vogt prihvaća lutalicu, "romantičniji, manje pogrdan pojam" koji se odnosi na "zapadnu srednjoškolsku publiku koja se bavi rekreacijskim putovanjem“ (1976., str. 27).

Pearce je prvi put predstavio pojam backpackera 1990. godine, ističući njegovu već raširenu upotrebu u australskoj turističkoj industriji niske potrošnje. On (1990, str. 1) tvrdi: "Backpacking je najbolje definiran društveno, a ne ekonomskim ili demografskim terminima. Biti backpacker je pristup putovanju i odmoru, a ne kategorizaciji utemeljenoj na dolarima koji su potrošeni ili u dobi ".[21] Pearce vjeruje da su backpackeri prvenstveno definirani:

- preferencija za niskobudžetni smještaj,
- društvene interakcije s drugim putnicima,
- neovisnost i fleksibilnost u planovima,
- sklonost za duža, a ne kraća putovanja, i
- naglasak na putovanja koja su neformalna i participativna[22]

[19] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 06.10.2018.
[20] Ibid.
[21] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 06.10.2018.
[22] Ibid.

3.2. Profiliranje backpackera

Backpackeri su putnici s niskim budžetom kojima putovanje obično traje dulje od prosjeka, bez puno prtljage, te takav tip turista ima avanturističke i kulturne svrhe. Najveća skupina backpackera između je 25 i 35 godina. Mnogi tradicionalni backpackeri koji su putovali u 1960ima i 1970ima nastavili su ovakav oblik putovanja te je to rezultiralo većom dobnom granicom u backpackingu danas, uključujući i 60+ backpackere (Mintel, 2003).

Većina backpackera su zapadnog podrijetla (Zapadna Europa, Sjeverna Amerika, Australija i Novi Zeland). Općenito, backpackeri imaju relativno visoku razinu obrazovanja, a njihovo putovanje često se vidi kao bijeg iz normalnog života; nakon stjecanja diplome, braka / razvoda, prije mijenjanja radnih mjesta ili prije odlaska.[23] Maoz i Bekerman (2010) pojasnili su da su backpackeri u prijelaznoj fazi života, poput „gap year“. Backpackeri imaju jasnu razumno etičku turističku ideologiju, u nekim slučajevima čak i anti-turističke ideologije, budući da je njihovo ponašanje putovanja orijentirano na kulturu i autentičnost za razliku od masovnih turista. Welk ističe pet elemenata ideologije backpackera: putovanja na niskom budžetu; upoznati različite ljude; biti slobodan, neovisan i otvoren; organizirati svoje putovanje pojedinačno i samostalno; i putovati što je dulje moguće "[24] Backpackeri su fleksibilni i nezavisni po prirodi, sami uređujući svoju rutu umjesto da rezerviraju putovanje od strane putničke agencije ili turoperatora, i oni uglavnom mogu stupiti u kontakt s lokalnim ljudima. Tako su samoorganizirani i općenito traže veći broj destinacija, tako putuju rutom s više odredišta umjesto odabira jednog odredišta.[25]

3.3. Karakteristike putovanja i kupovno ponašanje

Većina izleta ima prosječnu dužinu od šezdeset dana, iako duljina, naravno, ovisi o profesiji, prihodima, i stilu putovanja. Može se reći da su izleti backpackera obično dulji od ukupnog prosjeka, budući da je europski izlazni turizam prosječno trajao 9,2 noćenja u razdoblju od 2007. do 2009. godine (Conrady i Buck, 2010). Backpackeri obično koriste niskobudžetni smještaj (70%

[23] Van Vaals, F: Future of backpacking, Leeuwarden, 2013, dostupno: http://toerismenoordnederland.nl/wp-content/uploads/The-Future-of-Backpacking.pdf, pristup: 10.10.2018.
[24] Ibid.
[25] Van Vaals, F: Future of backpacking, Leeuwarden, 2013, dostupno: http://toerismenoordnederland.nl/wp-content/uploads/The-Future-of-Backpacking.pdf, pristup: 10.10.2018.

od backpackera), dok će 19% putnika ga koristiti i samo 8% turista.[26] Niskobudžetni smještaj uglavnom se sastoji od hostela, gost kuća i domova prijatelja.

Backpackeri poduzimaju širi spektar aktivnosti od prosječnih putnika jer žele zadovoljiti svoje motive putovanja (opisano je kasnije). Njihove su aktivnosti prilično slične onima koje turisti poduzimaju općenito, poput kulturnih razgledavanja (84,5%), pješačenje (86,5%) i sjedenje u kafićima (68,4%), s nekim specifičnijim aktivnostima kao što je promatranje divljih životinja i prirode (64,9%), pasivne aktivnosti kao što su druženje (63,8%), a čak i ekstremne sportove (33,2%). Također noćni klubovi (58,7%), kao i trgovine.[27]

Informacije se prikupljaju unaprijed putem Interneta, putem drugih osoba, vodiča, putničkih agencija, prethodnog iskustva, novina / časopisa, turoperatora, brošura, TV-a i preko zračnih prijevoznika. Informacije se također prikupljaju tijekom putovanja od pružatelja smještaja i ostalih backpackera. U usporedbi s ostalim turistima (9% u 2009. godini (Conrady i Buck, 2010)), stopa backpackera koji koriste vodiče su visoki. Sedamdeset posto backpackera koristilo je vodiče 2002. godine, gdje je Lonely Planet najpopularniji (Richards i Wilson, 2004).

Na pitanje da li su backpackeri etični turisti ili ne, Hannam i Ateljevic (2008) objašnjavaju da backpackeri nisu u potpunosti u skladu s vlastitim modelom etičkog turističkog ponašanja, iako ih to automatski ne označava kao neetične turiste. Također pod tim kontekstom postoje velike razlike, a neki backpackeri nalaze se blizu etičkog modela, dok drugi ne. Unatoč tome, backpackeri su etičniji od prosječnih turista, usvajajući turističku ideologiju borbe protiv rasta turizma s ciljem očuvanja tradicionalnih stilova života.[28]

3.4. Motivacija

Backpackeri su nezavisni putnici i imaju visoku razinu adaptacije i niski (ali rastući) volumen rasta.[29] Kako se nazivaju lutalicama, oni žele lutati na međunarodnoj razini i žele interakciju i spajanje s lokalnom zajednicom. Backpackeri su upravljani alocentričnim motivima, što znači da

[26] Van Vaals, F: Future of backpacking, Leeuwarden, 2013, dostupno: http://toerismenoordnederland.nl/wp-content/uploads/The-Future-of-Backpacking.pdf, pristup: 10.10.2018.
[27] Ibid.
[28] Van Vaals, F: Future of backpacking, Leeuwarden, 2013, dostupno: http://toerismenoordnederland.nl/wp-content/uploads/The-Future-of-Backpacking.pdf, pristup: 10.10.2018.
[29] Ibid.

traže mjesto različito od svog domaćeg okruženja. Samoaktivacija i doživljavanje novih stvari u većini slučajeva igraju ulogu u putničkim motivima putnika.

Nekoliko autora suglasno je da su motivacije za backpackere "istraživati druge kulture", doživljavajući uzbuđenje i "povećanje znanja" (Richards i Wilson, 2004), i "bježanje od svakodnevnog života", dodao Hannam i Ateljevic (2008). Richard i Wilson (2004) to potvrđuju navodeći "motiviranost za istraživanje kulture" i "traženje znanja i uzbuđenja" kao najvažnijih putnih motiva za backpackere. Stoga se može reći da ovdje dominiraju kulturni i interpersonalni motivatori. Želja za kulturnim iskustvima raste kad ljudi skupljaju više iskustva. Iskusniji putnici iskazali su interes za samorazvojem kroz prirodu i interakcijom lokalaca, dok manje iskusni putnici naglašavaju stimulaciju, romantiku, sigurnost, nostalgiju i samoostvarenje.[30] Međutim, Pearce priznaje da su te četiri dominantne putničke motivacije - novost, odnos, samorazvoj i bijeg / opuštanje - ostale konstantne kroz putničku karijeru ljudi.

Dodatna studija ukazuje na to da "kako se više ljudi kreće prema Maslowovoj hijerarhiji potreba, neupadljiva potrošnja će zamijeniti dominantnu potrošnju utemeljenu statusom poslijeratnih godina".[31] Pisci smatraju da će, u nadolazećem "iskustvenom gospodarstvu", dobro obrazovani, dobro putovani ljudi biti više zabrinuti za iskustvo nego na materijalnim posjedima. Muller (1997, str. 306) slaže se, navodeći da bi se mnogim boomerima "ekonomski uspjeh i prosperitet mogli činiti šupljima. Oni će sve više shvatiti da se samo-ispunjenje i zadovoljavajući, smisleni život može postići s drugim, lakše dostupnim, ugodnijim, manje materijalističkim planovima ".

3.5. Element životnog stila

Turizam je čvrsto smješten u segmentu studija o ponašanju potrošača. Postoji značajan odnos između životnih stilova pojedinaca i njihovog ponašanja kao potrošača u turizmu na slobodnim putovanjima.[32] Dvije su glavne metodologije: segmentacija na temelju pojedinaca (stav, mišljenje,

[30] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 23.10.2018.

[31] Ibid.

[32] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 23.10.2018.

interesi [AOI[33]]) ili segmentacija u odnosu na ispitivanje proizvoda koje pojedinci koriste - njihov "stil potrošnje".[34]

Nekoliko je istraživača segmentiralo turiste u različite skupine životnog stila definirane njihovim stavovima, interesima i mišljenjima kako bi odredili njihove preferirane motive putovanja, iskustva, aktivnosti i putne stilove. [35] Međutim, većina njih koristi neznatno različite nomenklature i AIO osobine, koje međutim teško mogu usporediti usporedive analize. No, jedna je studija preispitala demografske i psihografske podatke sastavljene od strane nacionalnih istraživačkih baza Boomersa u četiri zemlje: Sjedinjene Države (76 milijuna ljudi), Kanada (8 milijuna), Australije (5 milijuna) i Novom Zelandu (1 milijun) i otkrili da postoji velika sličnost među segmentima u pojedinim zemljama, isto kao i različitosti.[36] Posebne podskupine boomera privlače određene putne stilove i iskustva, karakterizirane sličnim obrazovanjem, socioekonomskim statusom i motivacijom (Cleaver i sur., 2000, str 276).

Ova teza sugerira da stariji backpackeri također odgovaraju parametrima životnog stila određenog baby boomera. Oni su dobro obrazovani i relativno dobro financijski potkovani. Putuju zbog otkrivanja - da upoznaju nove ljude i nauče nove stvari i da zadovolje svoju znatiželju. Oni odbacuju konvencionalnu ideju umirovljenja i percipiraju sebe kao mlađe od svoje kronološke dobi.[37] Kao što Silvers kaže (1997., str. 303), "danas će gotovo polovica odraslog života biti potrošena u dobi od 50 godina. Danas su pedesete uistinu srednja točka, a ne krajnja.“

[33] Area of interest – područje interesa

[34] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 23.10.2018.

[35] Ibid.

[36] Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y, pristup: 23.10.2018.

[37] Ibid.

4. VOLONTIRANJE

Volontiranje, aktivnost koja se poduzima po slobodnoj volji korisna je drugima i osobi koja se njome bavi, a nije prvenstveno motivirana financijskim postignućem. Volonterski rad definira se kao djelatnost u interesu ljudi, djelatnost koja nije motivirana financijskim interesom, djelatnost koja se odvija na lokalnoj i/ili nacionalnoj razini, djelatnost koja je dragovoljna, djelatnost koja je miroljubiva, djelatnost koja je utemeljena na osobnoj motivaciji i slobodi izbora, djelatnost koja potiče aktivnu građansku ulogu na dobrobit zajednice, djelatnost koja potiče razvoj ljudskih potencijala, djelatnost koja poboljšava kvalitetu življenja na načelima solidarnosti, koja je osnova razvoja partnerskih odnosa između sudionika sustava blagostanja, te poticaj samoorganiziranju ljudi pri rješavanju problema.[38]

Volontiranje je, prije svega, način i stil života, usko vezan uz čovjekov sustav vrijednosti. Kroz sudjelovanje u volonterskim aktivnostima koje doprinose poboljšanju života u zajednici, ljudi stvaraju osjećaj odgovornosti za zajednicu i osvještavaju cijeli niz vrijednosti – toleranciju, solidarnost, zajedništvo, interkulturalno razumijevanje, mir, ljubav, ravnopravnost rodova/spolova, vrijednosti nenasilne komunikacije, zaštite okoliša te osobnog i društvenog razvoja.[39] Volontiranje nudi alternativu ustaljenoj podjeli rada i ograničenoj definiciji osobe uobičajenoj u zapadnom industrijaliziranom društvu, pruža ljudima mogućnost da rade za zajednicu, istovremeno razvijaju svoje vještine te usvajaju nove. Osim što je usko povezano sa sustavom čovjekovih vrijednosti, njegove su glavne karakteristike usredotočenost na zajedničko dobro, intrinzična motivacija te aktivno sudjelovanje i doprinos u vidu vještina, vremena, energije i znanja.[40]

4.1. Volonterski turizam

U ovoj vrsti turizma sudjeluju turisti koji iz različitih razloga provode odmor volontirajući na organizirani način, što obično uključuje pomaganje u ublažavanju materijalnog siromaštva pojedinih društvenih grupa, obnavljanju određenih ambijenata ili istraživanju raznih aspekata društva i životne sredine.[41] To može biti pomoć na uklanjanju šteta nastalih zbog velikih prirodnih

[38] Russo i dr.: *Volontiranje: ključ uspjeha u svijetu rada,* 2007., str. 14
[39] Begović, H: *O volontiranju i volonterima/kama,* 2006., str. 7
[40] Ibid., str. 7
[41] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 109

nepogoda, u obrazovanju djece i odraslih, stvaranju kvalitetnijih uvjeta za život ljudi s posebnim potrebama, prisustvovanje u projektima zaštite prirodne i kulturne baštine, itd.

Volonterski rad na putovanju i specifičan doživljaj koji turisti ostvaruju ima i svoju kovanicu „volunturizam". Inače, korijeni suvremenog volonterstva nalaze se u altruističkim i misionarskim pokretima iz 19. stoljeća.[42]

4.1.1. Pojam i karakteristike volonterskog turizma

Nastanak ove vrste turizma viđen je kao neizbježna posljedica „nemirnog" društva koje je postalo zasićeno homogenom prirodom tradicionalnog turističkog proizvoda, zbog čega se i traže alternativna iskustva.

Nekoliko činitelja imalo je utjecaj na nagli razvoj volonterskog turizma u svijetu:

- brojnost volonterskih projekata;
- promocija različitih destinacija;
- opseg ciljanih tržišta;
- vrsta uključenih aktera (dobrotvorne organizacije, turoperatori, razne privatne agencije i sl.), i
- sve veća konkurentnost unutar ovog sektora.[43]

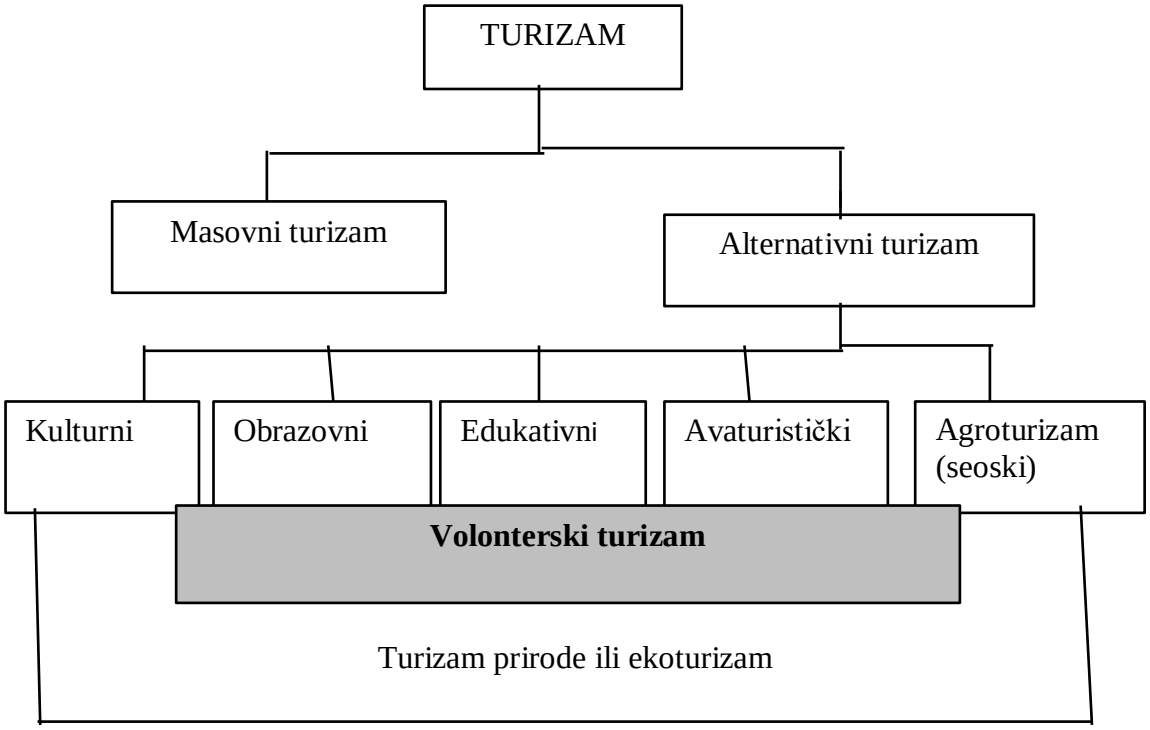
Generalno se volonterski turizam smatra oblikom alternativnog turizma, koji općenito podrazumijeva turističke aktivnosti koje su svojim karakterom i opsegom održive, tj. ne ugrožavaju kapacitet nosivosti receptivne regije i njen prirodni i društveni ambijent. Također, u odnosu na konvencionalni doživljaj, ovdje je potrošačka komponenta („potrošački doživljaj") od manjeg utjecaja na ukupnu satisfakciju turista, a daleko veći, pa i presudan značaj ima realizacija glavnog cilja putovanja („vrhunski turistički doživljaj").[44]

Volonterski turizam se karakterizira kao „benigni" i etički, ali i kao plemenit način turističkog putovanja jer poštuje standarde održivosti, a služi i kao katalizator mira, razumijevanja i suradnje među ljudima. Sadrži sve dimenzije održivosti na razini turističke destinacije u koje ulaze socio-

[42] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 110.
[43] Ibid.
[44] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 110.

kulturna, ekološka i gospodarska. Reakcija na prepoznavanje negativnih utjecaja masovnih turističkih kretanja, možemo ga sa sigurnošću smatrati njihovom suprotnošću i reći da je to humaniji turizam u kome su čovjek, kultura i priroda a ne profit u središtu pažnje.[45] Volonterski rad, kao suština sadržajnog i inspirativnog turističkog boravka, nudi mogućnost neposrednog druženja s pripadnicima lokalnih zajednica (i drugim volonterskim turistima), bliski susret s tuđom kulturom i načinom života, stjecanje novih poznanstava, obogaćivanje znanja, vještina i iskustva. Volonterski turisti očekuju doživljaj koji je koristan ne samo za njihov osobni razvoj već i za receptivnu državu. Takav doživljaj čine tri komponente – ekoturizam, međunarodno volontiranje i „ozbiljna dokolica". Sve dimenzije održivosti, na nivou destinacije (socio– kulturna, ekološka i ekonomska), prisutne su kod volonterskog turizma zbog čega se on i percipira kao suprotnost masovnom turizmu, tj. kao oblik alternativnog turizma.[46]

Tablica 1. Prikaz volonterskog turizma



Izvor: vlastita izrada prema: Rabotić, B.: Selektivni oblici turizma, 2013., str. 111.

[45] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 110.
[46] http://visokaturisticka.edu.rs/skripte/selektivni_novo/predavanje7.pdf, 25.10.2018.

4.1.2. Koncept volonterskog turizma

Koncept volonterskog turizma nužno je diferencirati prema sljedećim faktorima:

- dužina posjete (volonterskog rada);
- razina uključenosti u projekt (od pasivnog do aktivnog);
- vještine i kompetencije sudionika u odnosu na određeni projekt,
- stupanj usredotočenosti projekta na samorealizaciju sudionika i doprinos lokalnoj zajednici[47]

Kako su u središtu koncepta volonterskog turizma dva glavna elementa – turist i projekt u kojem se on angažira, spomenuti autori predlažu jednostavnu tipologiju volonterskog turista − od „plitkog“ ili površnog do „dubokog“.

S jedne strane „plitki volonterski turist“ prvobitno je fokusiran na osobnu korist, primjerice, poželjna točka u životopisu te sudjeluje u programima kratkog trajanja za koje nisu potrebne vještine i kvalifikacije, pa je i njegov doprinos lokalnoj zajednici minimalan. Takvom turistu destinacija je važnija od projekta, više ga zanima gdje će raditi nego što će raditi.[48]

Na drugoj strani nalazi se „duboki volonterski turist“ čiji je motiv altruizam osobni interes, a ne sekundarni značaj. On posjeduje konkretne vještine i kvalifikacije koje mogu biti korisne za realizaciju volonterskog projekta. Njegovo angažiranje je dosta dugo, često i šest mjeseci, zbog čega daje neposredan i opipljiv doprinos lokalnoj zajednici.

Između ove dvije krajnosti nalazi se „srednji volonterski turist“, kojem su jednako važni i altruizam i osobni motivi i koji sudjeluje u projektu dva do četiri mjeseca, daje konkretan doprinos ali se trudi i da sebi priušti dovoljno vremena za razgledavanja, izlete i druge turističke aktivnosti.[49] U nastavku je u tablici prikazana navedena tipologija volonterskog turista.

[47] Callanan, Thomas: *Volunteer Tourists' Motivation and Satisfication*, 2005.
[48] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 114
[49] Ibid., str. 115

Tablica 2. Tipologija volonterskog turista

	Plitak	**Srednji**	**Duboki**
Važnost destinacije	Važna u odlučivanju	Jednako važni i destinacija i projekt	Projekt važniji od destinacije
Vrijeme boravka	Kratko, obično manje od 4 tjedana	Srednje, obično manje od 6 mjeseci	Duže, 6 mjeseci, ili kraći intenzivni projekti
Fokus doživljaja – altruizam ili osobni interes	Osobni interes važniji	Osobni interes ima sličnu važnost kao altruizam	Altruistički motivi važniji
Vještine/kompetencije sudionika	Nude minimalne vještine/kompetencije	Mogu ponuditi opće vještine	Nude tehničke, tj. stručne vještine i iskustvo
Aktivna ili pasivna participacija	Obično pasivnije prirode	Mješavina pasivnog i aktivnog sudjelovanja	Obično aktivnije prirode
Razina doprinosa lokalnoj zajednici	Minimalan neposredni doprinos	Umjerena razina neposrednog doprinosa	Visoka razina neposrednog doprinosa

Izvor: vlastita izrada prema: Rabotić, B: Selektivni oblici turizma, 2013., str. 115

4.1.3. Volonterski projekti i radni kampovi

U svijetu se svake godine otvori oko 2000 volonterskih kampova, najviše u zemljama Latinske Amerike, Afrike i Azije.[50] Iako boravak u njima traje od dva do četiri tjedna, pojedini projekti zahtijevaju znatno duži boravak, višemjesečno angažiranje, a kampovi su međunarodnog karaktera te se grupa najčešće sastoji od dvadesetak članova. Oni rade bez novčane naknade, ali imaju osiguran smještaj (znatno skromniji od udobnosti kakvu očekuju „standardni“ turisti).

[50] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 116

Volonterski turisti vole aktivnosti na otvorenom, što boravak na odredištu podrazumijeva, jer obično uključuje kampiranje, vožnje čamcem, šetnje kroz šumu, pecanje, planinarenje i sl. [51] Život u kampu kombinacija je rada i raznih društvenih aktivnosti koje se ostvaruju van radnog okruženja, primjerice obilazak atrakcija, odlazak u muzej, posjet lokalnoj upravi, školama i sl.

Analiza projekata koje nude volonterske organizacije pokazuje da se mnogi programi kreiraju s ciljem poboljšanja uvjeta života lokalne zajednice – rad u sirotištima, staračkim domovima, klinikama za invalide, bolnicama.[52] Volonterski rad u oblasti edukacije također je tražen zbog nedostataka stručnog kadra u pojedinim sredinama. Ekološki projekti podrazumijevaju aktivnosti na zaštiti prirode, posebnih prirodnih jedinka i divljeg životinjskog svijeta.

Neke od uobičajenih većih ili manjih projekata u kojima sudjeluju volonterski turisti:

- gradnja, rekonstrukcija ili renoviranje zgrada, igrališta i sl.,
- projekti vezani uz okruženje kao što je čišćenje plaža, jezera, rijeka, sadnja drveća, raščišćavanje šumskih puteva, itd.,
- društveni projekti, rad s djecom i osobama s posebnim potrebama (organizacija raznih aktivnosti, edukacija i sl.),
- festivali, volonteri obavljaju fizičke poslove u realizaciji događaja kao što su postavljanje ili uklanjanje dekoracija, čišćenje i sl.,
- arheološki projekti (pomoć kod arheoloških iskopavanja, prenošenje i čišćenje predmeta i sl.) te
- obrazovni projekti, volonteri sudjeluju u radionicama, diskusijama ili predavanjima na određenu temu (ekologija, politika, društvena integracija i sl.)[53]

4.2. Interakcija volontera s lokalnom zajednicom

Interakcija volontera s lokalnom zajednicom vodi vrlo važnu ulogu, obzirom da utječe na lokalnu zajednicu, ali i na pojedinca. U nastavku su detaljnije obrađeni svi pozitivni i negativni učinci na lokalnu zajednicu, kao i utjecaj na samog volontera.

[51] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 116.
[52] Ibid.
[53] Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 118.

4.2.1. Utjecaj na lokalnu zajednicu

Gursoy, Jurowski i Uysal (2002, 79) tvrde da kvaliteta života lokalnog stanovništva u destinaciji dobiva značaj tek nakon razvoja turizma te zajednice. Popularnost odredišta ne određuju samo atrakcije već i lokalno stanovništvo.[54] U kontekstu teorije društvenih razmjena, Wang i Pfister (2011, 91) povezuju odnos domaćina prema turizmu na procjenu koristi i troškova. Ovo gledište znači kada je dobit veća od troškova, mještani će vjerojatno podržati razvoj turizma. Kao rezultat toga, ključno je utvrditi utjecaj turizma na odredište domaćina, posebno negativne utjecaje kako bi se smanjili troškovi i povećala gostoljubivost stanovnika prema razvoju turizma.[55]

Posljedice zajednice rezultiraju razvoj turizma u mnogim područjima. Gee, Mackens & Choy (1989); Gunn (1988); Gursoy, Chen & Yoon (2000); McIntosh & Goeldner (1990); Murphy (1985) (u Gursoy i sur., 2002, 80); Andereck i sur. (2005, 1057) smatraju da su posljedice obično kategorizirane u ekonomske, sociokulturne i ekološke učinke. Ipak, gospodarstvo i socio-kulturni utjecaji prepoznaju se kao najvažniji. Kao što je navedeno u Wearing (2001, 149) volunturizam treba razvijati gospodarski razvoj i društveno okruženje područja kako bi destinacija postala uspješna. Istodobno, Wearing (2001, 160) ističe da lokalne zajednice trebaju biti glavni korisnici volonterskog turizma.

Sofield i sur. (2004, u Lyons & Wearing 2008, 24) također zagovaraju da je turistička industrija pomogla razvoju gospodarstva i revitalizaciji najmanje razvijenih zemalja u svijetu. "Volontiranje donosi prednosti ne samo individualnom volonteru nego i važnije, pridonosi širim gospodarskim i društvenim ciljevima društva" (Lyons & Wearing 2008, 26). Zapravo, od 1970-ih godina istraživanja u turističkim studijama usmjerena su na korištenje turizma kao implementacije razvoja gospodarstva u zemljama u razvoju. Na taj se način promatraju pozitivni i negativni utjecaji turizma na gospodarske i socio-kulturne aspekte. U svakom odjeljku će se istražiti opći utjecaji na turizam prije utjecaja volonterskog turizma na zajednice domaćina.

[54] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 04.11.2018.
[55] Ibid.

4.2.1.1. Pozitivni ekonomski učinci

S obzirom na pozitivne ekonomske učinke kao što su mogućnosti zapošljavanja, porezni prihod, ekonomska raznolikost, turizam je široko priznat kao "potencijalna ekonomska baza".[56] Swarbrooke (2004, 61) navodi brojne gospodarske učinke turizma, uključujući stvaranje novih radnih mjesta, povećanje prihoda lokalnog gospodarstva, jačanje lokalne djelatnosti, stvaranje i ograničavanje drugih industrijskih aktivnosti grada. Prema tome, turizam je industrija koja stvara mogućnosti zapošljavanja. Kao takav, smatra se da turizam poboljšava kvalitetu gospodarskog života. Poznato je da zemlje trećeg svijeta mogu "financirati svoj razvoj i smanjiti svoj inozemni dug" zahvaljujući turizmu. Tako se vjeruje da je turizam jedan od snažnih poticaja.[57]

Pored navedenih pozitivnih utjecaja, vjeruje se kako turisti volonteri nude veću ekonomsku korist zajednici. Razlog tome je da kada volunturisti izravno stupaju u kontakt s lokalnim stanovnicima, njihove injekcije na resurse manje procure.[58] Volonterski turizam, dakle, pristupa najboljoj strategiji siromašnima. Broad (2003, Holmes & Smith 2009, 58) dalje pokazuje da je lokalno gospodarstvo steklo više profita od troškova volonterskih turista na odredištu. Što je još važnije, ekonomska korist od volunturizma uglavnom se vidi iz kuta novca kojeg plaćaju volunturisti za vođenje razvojnih projekata u zemlji domaćinu. Također, većina lokalnog osoblja je zaposlena za rad u tim razvojnim projektima.[59]

4.2.1.2. Negativni ekonomski učinci

Zajedno s pozitivnim učincima na gospodarski razvoj, turizam je donio neke nedostatke na području domaćina. Davis Smith i sur. 2005; Sherraden i sur. 2008 (u Holmes & Smith 2009, 58) tvrde da međunarodni turizam može biti štetniji od dobrog ili čak i pogoršati postojeće probleme. Negativni gospodarski utjecaj turizma na zajednicu smatra se oportunitetnim troškovima. Ti su

[56] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 04.11.2018.
[57] Ibid.
[58] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 04.11.2018.
[59] Ibid.

oportunitetni troškovi često poznati kao nisko plaćeni poslovi, sezonski i potreba za ulaganjem u skupu infrastrukturu koja može biti potrebna samo za dio godine.[60]

Postojala je pretpostavka da će volontiranje biti korisno za zajednice domaćina više ili manje. Holmes i Smith (2009, 15) sumnjaju u značajan doprinos voluntourista jer volonterski turizam naglašava putovanje i odvija se u ograničenom vremenu. Kada volonterski turisti posjete odredište, lokalne zajednice moraju uvoziti specijalizirane robe i usluge posebnim potrebama turista kroz uvoz.[61] To dovodi do smanjenja profita zajednicama domaćina. Praksa volonturista također može rezultirati padom mogućnosti zapošljavanja domaćina u odredištu (Holmes & Smith 2009, 58), jer plaćene zaposlenike mogu zamijeniti turisti. Što je još važnije, vjerojatno će se razvijati ekonomska ovisnost jer stanovnici počinju računati na pomoć volontera .[62]

4.2.1.3. Pozitivni socio-kulturni učinci

Razvoj turizma stvara sve veći broj restorana, prirodnih i kulturnih znamenitosti i mogućnosti za rekreaciju na otvorenom. Osim toga, zbog napretka turizma, poboljšane su usluge zajednice, prirodni parkovi, rekreacijski sadržaji, kulturna baština. Putovanje je najbolji most za povezivanje ljudi, ideja, ideologija, kultura zemlje i između zemalja.[63] Obogaćivanje društvenih tkanina, kulturoloških vrijednosti i samopoštovanja dopune su kulturnim utjecajima.[64]

Volonterski turizam se smatra novim načinom za postizanje održivog razvoja u lokalnoj zajednici, ne samo ekonomski, već i društveno, tj. naglašavanjem različite kulture u turizmu, voluntourizam je sredstvo očuvanja i kulturne imovine.[65] U međuvremenu, lokalni ljudi također razvijaju svoj ponos i priznanje svoje kulture i okoliša kada slave kulturne događaje za turiste. McIntosh i Zahra (2008, 178) provode studiju o volonterskim turistima i mještanima u autohtonoj zajednici na Novom Zelandu. Rezultati su pokazali da domaćini percepciju voluntourizma smatraju pozitivnom

[60] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 04.11.2018.
[61] Ibid.
[62] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 12.11.2018.
[63] Ibid.
[64] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 12.11.2018.
[65] Ibid.

kulturnom razmjenom. Maori član zajednice Awatapu priznao je da su volonterski turisti pomogli djeci razviti svoj identitet kulture i ponos u svojoj kulturi Maori. Nadalje, djeca Maori, volunturiste su promatrali kao pozitivne "uzorke" kroz njihove interakcije i razgovore.[66]

Još jedan važan doprinos volunturizma je da se kvaliteta života pojedinaca ili domaćinstva poboljšava kroz turističke projekte volontera, npr. obrazovanje i zdravlje. Kambodžanski je stanovnik zapamtio da su dobrovoljci turisti pomogli u obnovi vrtića iz stare kuće (Sin 2010, 986). Sin je također spomenuo i drugi slučaj u Sjevernom Vijetnamu gdje je projekt voluntourista udvostručio kapacitet dječjeg vrtića te je stoga više djece bilo u mogućnosti pohađati školu. Volunturizam je cijenjen kao altruizam (Ingram u Bensonu 2011, 215, Mustonen 2007, 105). Čin voluntuurista opisan je u Realgapu (2009 u Fee & Mdee 2011, 225):

„Kao i u mnogim zemljama u razvoju, Gana ima velik broj napuštene djece i siročadi. Briga i pažnja koju ova djeca trebaju često ne primaju zbog nedostatka osoblja i državnih sredstava, a volonteri su u stanju značajno promijeniti život živopisnih siročadi nudeći im ljubav i pažnju koja mnogima nedostaje.“

Navedeni citat donosi osjećaj brižnosti i ljubavi kojeg je volunturizam donio lokalnoj zajednici te tako izravno utjecao na siromaštvo i nedostatak pažnje slanjem empatije potrebitima.

U kontekstu volonterskog turizma, sociokulturni se utjecaj percipira kao glavna dimenzija budući da se odlučivanje o volonterskom putovanju mora uključiti u zajednicu domaćina (Brown 2005, Ingram 2011, 215). Intenzivna interakcija između domaćina i gosta, izloženost lokalnim kulturama i međukulturalna iskustva predstavljaju glavne prednosti očekivanja turista volontera (Wearing, 2001). Stoga, zauzvrat, vjeruje se da domaćin zajednice ima veće šanse za otkrivanje i predstavljanje svoje lokalne kulture gostima. Na taj se način međusobno razumijevanje, uvažavanje i prijateljstvo grade između volonterskih turista i zajednice (Brown & Lehto 2005, u Holmes & Smith 2009, 59). Ministarski sastanak APEC-a (2000.) izjavljuje važnost kulturnog razumijevanja i uvažavanja u razvoju turizma. Skupština konferencije "prepoznaje i vrednuje mnoge neekonomske pogodnosti koje pruža turizam, osobito poticanje međukulturnog razumijevanja, promicanje lokalnih i autohtonih kultura, umjetnosti i baštine, naglašavanje potrebe očuvanja društvenog i kulturnog tkiva i integriteta zajednice domaćina"

[66] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 12.11.2018.

4.2.1.4. Negativni socio-kulturni učinci

Socio-kulturni aspekt turizma dobio je posebnu pozornost u raspravi o održivom turizmu. Prema Swarbrookeu (1999, 69), socijalni utjecaj održivog turizma smatra se fokusom na domaćinu. Ovaj je učinak često nevidljiv i događa se polako s vremenom, ali jednom kada se to i dogodi, bilo bi malo ili nimalo mogućnosti da nastupi promjena. Prisutnost turizma u zajednici domaćina utjecat će na navike stanovnika, dnevne rutine, društvene živote, vjerovanja i vrijednosti koje mogu rezultirati psihološkim trenjem domaćina (Dogan, Andereck i sur., 2005, 1058).

Druga studija Ap i Cromption (1993); McCool i Martin (1994.) (u Andereck i sur., 2005, 1057) pokazuje da se problemi negativnog socio-kulturološkog učinka turizma mogu uklopiti u problem s gomilanjem prometa i parkiranja, povećanjem kriminala te napetosti turista i stanovnika. Autori navode i više negativnih utjecaja koji su dokazali mnogi prethodni studiji, a to su: utjecaj na tradicionalne obiteljske vrijednosti, kulturnu komercijalizaciju, zločin, drogu, degradaciju morala, alkohol, povećana prostitucija, kockanje, gomila javnih objekata i resursa.[67]

Osim toga, turizam pridonosi uništavanju autentičnosti odredišta. Razlog tome je da organizacije domaćina imaju tendenciju komercijalizacije turističkih proizvoda i usluga kako bi se zadovoljile očekivanja turista.[68]

Što se tiče volonterskog turizma, jedan negativan vidljiv utjecaj je smanjenje ljudskih kapaciteta odredišnih zajednica. Zadaće i vještine koje bi stanovnici trebali prakticirati i razvijati izvode dobrovoljni turisti (Holmes & Smith 2009, 58). U istraživanju dviju zajednica u Sjedinjenim Državama i Meksiku, McGehee i Andereck (2008, Holmes & Smith, 2009) istražuju da "dobronamjerne, ali pogrešne akcije dobrovoljaca mogu vrijeđati dostojanstvo lokalnih stanovnika i stvoriti probleme ovisnosti".

Zbog činjenice da volonterski turisti i lokalni stanovnici u zajednicama domaćina imaju različite životne uvjete, uzrokuje se sukob u brižnom odnosu između domaćina i gostiju. Wearing i Grabowski (2011, 205) izvješćuju da bi bilo više problema od pomaganja koje je stvorila nezrelost volontera. Do određene mjere, siromaštvo se mijenja volonterskim turizmom i kao posljedica, povećava se snaga neravnoteže između domaćina i gostiju. Većina volontera dolaze iz razvijenijih regija, što može rezultirati nadređenim stavom gledanja i iskorištavanju članova posjećenih

[67] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 23, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 12.11.2018.
[68] Ibid.

društava prema klasi povlastica.[69] Sin (2010, 988) navodi kako su singapurski dobrovoljni turisti htjeli su brendirane madrace, ali kambodžanska domaćica kupila ih je slamnate jer je drugačiji madrac preskup. Kada dođe do kvarova u odnosima između lokalnih zajednica i turista, turistička industrija može na svom vrhuncu izblijediti i samouništiti se.[70]

4.2.2. Samoostvarenje

Iako većina volonturista kontinuirano izražava želju da pomogne onima manje sretnim kao glavnim motivatorom za sudjelovanjem u dobrovoljnim odmorima, ta su se iskustva također razvila u graditelje životopisa i prilike za poboljšanje profesionalnog iskustva. Studenti i profesionalci sada smatraju da je međunarodno iskustvo volonterskog turizma tehnika napredovanja koja bi ih mogla gurnuti ispred konkurenata na svom području.

Osobni razvoj, u smislu samoostvarenja i ispunjenja, također je potencijalna prednost volonterskog odmora. Davatelji programa i prošli sudionici opisuju svoja iskustva kao da donose visoku razinu osobnog zadovoljstva kroz služenje zajednicama i organizacijama domaćina na smislen način.[71] Coghlan i Gooch pronašli su dokaze "velikog osjećaja osnaživanja i neovisnosti, povećanja samosvijesti i duhovnog razvoja" među volonterima (2011, str. 722). Većina sudionika opisuje ova putovanja kao promjenu života, podupire tvrdnje da oni koji se odluče volontirati i raditi u inozemstvu umjesto jednostavno konvencionalnih turističkih aktivnosti dobivaju veći osjećaj osobnog identiteta.

[69] Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 23, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1, pristup: 12.11.2018.

[70] Ibid.

[71] Garrison, H: *A Critical Analysis of Volunteer tourism and the Implications for Developing Communities,* Western Kentucky University, *2015, dostupno: https://digitalcommons.wku.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1565&context=stu_hon_theses, pristup: 12.11.2018.*

4.2.2.1. Autentičnost iskustva

Kritike na tradicionalni turizam tvrde da ovi (tradicionalni) turisti ne doživljavaju pravu kulturu zajednica koje posjećuju, niti se bave istinskim interakcijama s lokalnim pojedincima (Zahra & McIntosh, 2007). Glavne aktivnosti na koje većina turista odluče provesti svoje vrijeme i novac često su povezane s eksploatacijom, s jasnim motivima da se upravo susreću s tipičnim turističkim očekivanjima umjesto da pružaju realistične prikaze kulture. Iako se takvo ponašanje očekuje u zajednicama koje se jako oslanjaju na turizam kao glavni dio svojeg gospodarstva, pozivani su putnici koji se bave autentičnijim aktivnostima koje bi mogle imati i pozitivan utjecaj na zajednice (Raymond & Hall, 2008).

Mnogi znanstvenici smatraju da je voluntourizam rješenje tih problema, jer kombinacija usluga i turizma stvara idealno, istinsko iskustvo. Palacios, koji je djelovao kao volonter, utvrdio je da sudionici projekata nikad nisu bili jednostavni turisti dok su bili u nazočnosti domaćina podržavajući uvjerenja da će više vremena provoditi s članovima domaćinske zajednice daje prednost autentičnosti i dugotrajnim odnosima.[72] Ovi odnosi mogu poslužiti kao polazište za brojne pogodnosti, kako Dykhius objašnjava, "da interakcije s članovima lokalne zajednice promiču međusobno razumijevanje, interakcija s putničkim vršnjacima potiče prijateljstvo i radi s članovima obitelji promovira povezivanje" (2010, str 16, Brown, 2005). Volonterski turizam može stvoriti okruženje autentičnosti koja vodi do većeg razumijevanja, dakle obostrano korisnog iskustva volontera i članova zajednice.

4.2.2.2. Interkulturalna razmjena i učenje

Vjeruje se da su odnosi između volontera i lokalnih stanovnika doveli do vjerodostojnijih i osnažujućih iskustava, a ističu se i kao način poticanja međunarodnog razumijevanja. Interkulturalno obrazovanje je korisno u osobnom rastu, profesionalnom napredovanju i

[72] Garrison, H: *A Critical Analysis of Volunteer tourism and the Implications for Developing Communities,* Western Kentucky University, *2015, dostupno: https://digitalcommons.wku.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1565&context=stu_hon_theses, pristup: 12.11.2018.*

potencijalno korisnim u preobrazbi stavova o socijalnim problemima. Sveučilišta i poslodavci s globalnim mentalitetom naglašavaju važnost međunarodnog iskustva zbog jedinstvenog znanja stečenog tim mogućnostima. Takve su prednosti usko povezane s osobnim i profesionalnim razvojem, jer programi koji omogućuju progresivno transkulturalno razumijevanje turista i zajednica domaćina imaju transformativni potencijal sudionika.[73]

Volonterski turizam ide daleko izvan tradicionalnog turizma u pružanju međunarodnog okruženja za učenje. Volunturistički programi tvrde da nude višu razinu međukulturalne razmjene kroz svoj humanitarni i uslužno orijentirani okvir. Jedinstvena priroda putovanja i projekata osigurava okruženje koje omogućuje učenje o različitim kulturama, a time i dodatno razvijanje globalnog građanstva.[74] Ravmond i Hall citiraju glavnog izvršnog direktora globalnih volontera koji čvrsto vjeruju da "volonterska služba potiče nadu i prijateljstvo, od kojih su oboje ključni voditi mir".[75] Što više ljudi volontira diljem svijeta i sklapa prijateljstva s lokalnim ljudima, to će biti mirniji svijet.[76] Mnogi odražavaju slične ideje, vjerujući da je međunarodno razumijevanje prvi korak ka globalnoj razini mirnog društva.

[73] Garrison, H: *A Critical Analysis of Volunteer tourism and the Implications for Developing Communities,* Western Kentucky University, *2015, dostupno: https://digitalcommons.wku.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1565&context=stu_hon_theses, pristup: 12.11.2018.*

[74] Ibid.

[75] Garrison, H: *A Critical Analysis of Volunteer tourism and the Implications for Developing Communities,* Western Kentucky University, *2015, dostupno: https://digitalcommons.wku.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1565&context=stu_hon_theses, pristup: 12.11.2018.*

[76] Ibid.

5. PRIMJERI MEĐUNARODNIH VOLONTERSKIH PROGRAMA NAMIJENJENIH BACKPACKERIMA

5.1. Worldpackers – online platforma

Worldpackers je zajednica utemeljena na suradnji i iskrenim odnosima dostupnim onima koji traže duboko kulturno iskustvo. Putem online platforme povezuju se putnici koji žele razmjenjivati svoje vještine za smještaj - s mnogobrojnim domaćinima iz cijelog svijeta. Zajednica je osnovana od strane dvojice svjetskih putnika, koji bi učestalo razmijenjivali svoje vještine za smještaj. Namijenjena je svakome putniku koji voli uštedjeti na smještaju te doživjeti značajno, lokalno iskustvo.

Worldpackers također šalje osobne poruke e-pošte korisnicima na temelju njihovog profila (vještine, jezici, popis želja, domaćini koje su posjetili), te:

- većina domaćina traži ispomoć (u prosjeku) 2 tjedna, 25 sati tjedno s 2 dana odmora (i često uključenim obrocima), moguće je ostati s domaćinom od 2 tjedna do 3 mjeseca
- worldpackeri imaju domaćine u više od 92 zemlje i preko 65.000 registriranih korisnika,
- svi domaćini potvrđuju da je sigurnost najvažnija,
- volonteri / domaćini mogu ostaviti recenzije nakon razmjene,
- svaki domaćin nudi volontersku poziciju koja korisnicima omogućuje da vide točno ono što će od njih zahtijevati,
- putem Worldpackera može se putovati besplatno ili platiti 50$ putovanje po putovnoj potvrdi,
- worldpackeri pružaju putnicima 24/7 podršku, svi korisnici dobivaju svog osobnog stručnjaka za putovanja prije, tijekom i poslije putovanja[77]

Iskustvo razmjene vještina primjerice uključuje:

- priprema caipirinhasa u Rio de Janeiru
- pozdravljanje gostiju na recepciji u švedskom selu
- zen vrtlarstvo u Japanu
- glazbenik u Koraljnom Zaljevu, Ningaloo Reef

[77] Craig, C: *Exchange your skills for free accomondation with worldpackers,* 2018, dostupno: https://www.ytravelblog.com/free-accommodation-worldpackers/, pristup: 18.11.2018.

- učitelj tjelesnog u školi u Gani i dr.[78]

5.2. HelpX – online platforma

Razmjena pomoći, tj. HelpX, pokrenuo je u travnju 2001. godine Englez Rob Prince. Prošao je veliki put kroz Australiju i Novi Zeland kroz par godina, tijekom kojeg je radio na nekoliko mjesta za smještaj, a ponekad i za obroke. Ta su mjesta bila obično farme ili domovi za backpackere. Ponekad je koristio casual sustav gdje vlasnici farmi traže pomoć stavljanja obavijesti na oglasne ploče hostela.[79] Postoje i sheme za izradu knjižica koje navode takva mjesta. No, ostvarivanje najboljeg načina da mnogi potencijalni pomagači pronađu odgovarajuće domaćine bilo je putem internet platforme koja do tad nije još nije postajala te ju je odlučio sam razviti. [80]

HelpX je postupno rasao godinama, kako po broju domaćina i pomoćnika, tako i kontinuiranim daljnjim razvojem, dodavanjem novih značajki i konstantnih poboljšanja. Danas, HelpX je prvenstveno kulturna razmjena za ljubitelje radnog odmora koji bi željeli za vrijeme putovanja u inozemstvo ostati s lokalnim ljudima i steći praktično iskustvo. U tipičnom aranžmanu, pomagač radi prosječno 4 sata dnevno i prima besplatan smještaj i obroke za svoje napore. Drugi mogu očekivati 6 sati dnevno u zamjenu za obroke, vlastitu sobu, a ponekad i druge pogodnosti kao što su besplatna uporaba interneta, jahanje, kajak, bicikli, lokalni izleti, joga ili predavanja na engleskom jeziku itd., dok bi vam drugi mogli dopustiti da jednog dana napunite 8 sati, a kasnije uzmite cijeli dan.[81] Pomoćnici često žive s obiteljima domaćinima i od njih se očekuje da se pridruže i pružaju ruku pomoći sa svakodnevnim aktivnostima.

5.3. Workaway – online platforma

Workaway također nudi širok raspon volonterskih projekata širom svijeta u humanitarnim, konzervatorskim i nastavnim područjima. Nakon registracije u sustav članovi mogu:

- kontirati tisuće domaćina u više od 170 zemalja,
- stvoriti jedinstveni profil koji govori o pojedinčevim vještinama i entuzijazmu za pomoć,
- izraditi vlastiti prilagođeni popis domaćina kako bi spremili sve svoje omiljene domaćine,

[78] Craig, C: *Exchange your skills for free accomondation with worldpackers,* 2018, dostupno: https://www.ytravelblog.com/free-accommodation-worldpackers/, pristup: 18.11.2018.
[79] Dostupno: https://www.helpx.net/about.asp, pristup: 19.11. 2018.
[80] Dostupno: https://www.helpx.net/about.asp, pristup: 19.11. 2018.
[81] Ibid.

- dobiti i ostaviti povratne informacije domaćinu kako bi izgradili svoj profil,
- kontaktirati ostale članove kako biste pitali za njihov boravak s domaćinima,
- upoznati istomišljenike putnike na putu s "Meet up" funkcijom i sl.[82]

5.4. AIESEC volonterska praksa

AIESEC je međunarodna organizacija mladih ljudi koja omogućuje mladima da rade na svom osobnom i profesionalnom razvoju kroz članstvo i projekte ili prakse diljem svijeta te potiče studente da posvećuju svoje vrijeme volontiranju, doprinosu zajednici, razvoju multikulturalnosti i socijalne osjetljivosti, a time i razvoju vlastite osobnosti. Način na koji se to želi postići jest odlaskom na AIESEC-ovu međunarodnu volontersku praksu, koja je najintenzivnije iskustvo koje ova studentska udruga nudi. Praksa je dostupna u 113 zemalja svijeta u kojima postoji AIESEC te omogućava studentima da se razvijaju kao pojedinci te steknu vrijedno iskustvo koje im može pomoći i u profesionalnom smislu (primjerice, praksa vrlo često uključuje rad s djecom i podučavanje jezika, što je idealno za studente humanističkih fakulteta).[83] Trajanje je prakse u većini slučajeva 8 tjedana. Praksa obično uključuje sudjelovanje na raznolikim projektima, rad u udrugama, školama, vrtićima, sirotištima itd. Teme su najčešće vezane uz multikulturalnost, toleranciju, ekologiju, ljudska prava i slično te, kao što je spomenuto, često uključuju držanje radionica za djecu i mlade.[84] Studentima je omogućen besplatan smještaj te su ponekad uključeni i obroci.

Obzirom da je autorica i sama sudjelovala u volonterskoj praksi u okviru AIESEC-a, sljedeće poglavlje kreirano je kako bi uvelo čitatelja u svijet volonterskih putnika.

[82] dostupno: https://www.workaway.info/information-for-travellers.html, pristup: 19.11.2018.
[83] dostupno: https://profitiraj.hr/aiesec-hocu-na-praksu/, pristup: 20.11.2018.
[84] Ibid.

6. PRIMJER VLASTITE VOLONTERSKE PRAKSE UNUTAR AIESEC ORGANIZACIJE

Inicijativa AIESEC-a je aktivirati mladež kroz svojih 17 ciljeva održivog razvoja koji su prikazani u nastavku na slici 1.

Slika 1. 17 ciljeva održivog razvoja



Izvor: https://aiesec.org/global-volunteer, pristup: 06.12.2018.

Svojim dolaskom u Damiettu 1. prosinca 2017. godine, autorica je postala dio osmog AIESECovog cilja „pristojan rad i ekonomski rast“. Raspoređen kroz šest aktivnih tjedana, projekt „Explore Egypt“ sadržavao je nekoliko glavnih aktivnosti kao što su - obilazak najatraktivnijih lokaliteta diljem zemlje, dokumentiranje sveukupnog iskustva i predstavljanje Egipta putem društvenih mreža. U šest tjedana sa trinaest multinacionalnih volontera iz istog projekta, i preostalih sedamdesetak raspoređenih po drugim projektima, moguće je bilo istražiti Aleksandriju, Ain-Sokhnu, Cairo i Gizu, Bijelu i Crnu pustinju, Luxor, Aswan, Fayoum, Dahab, Sharm-el-Sheikh, Mount Sinai i Hurghadu.

Obzirom da su zapadnjački mediji unatrag godinu dana vrlo aktivno upozoravali na nestabilnu situaciju u Egiptu, a i Ministarstvo vanjskih i europskih poslova s objavom 20. prosinca 2017.

slovi „Preporučuje se izbjegavati sva putovanja koja nisu nužna“,[85] te uz to i navodi da „ treba biti oprezan u svakom trenutku i slijediti savjete lokalnih vlasti, posebice imajući u vidu da je bilo prijetnji i državljanima zapadnih zemalja, institucijama i tvrtkama objavljenih na web stranicama i društvenim medijima“[86], evidentno je kako glasovi sa svih strana zaustavljaju veliku većinu pa poduzmu putovanje u Egipat. Projekt „Explore Egypt“ upravo dokazuje suprotno i osim njegovih iznimnih prirodnih i antropogenih atrakcija, prikazuje Egipat kao pouzdanu i sigurnu zemlju za putovanja. Sastav volontera baš je zato multinacionalan (Brazilci, Kolumbijka, Meksikanac, Indijac i Hrvatica), kako bi se što šire u svijetu pročulo i uvjerilo da Egipat niti jednim svojim segmentom ne zaslužuje toliko drastičan pad turizma.

Ipak, strepnja putovanja Egiptom javila se još 2011. godine. Nakon rekordnih 14 milijuna turističkih dolazaka 2010., samo godinu kasnije zemlja bilježi značajan pad od 37% manje posjetitelja, dok se u 2014. broj turista smanjuje dodatnih 25% , čemu u prilog idu teroristički napadi na Sinajskom području.[87] Međutim, situacija je postepeno počela izgledati obećavajuće u 2017., kada je United Nations World Tourism Organization označila Egipat kao „drugu najbrže rastuću turističku destinaciju 2017.“[88]

Budući da su nemiri u zemlji još relativno nedavni, i dalje veliki broj ljudi odbija putovati na područje Egipta. Međutim, zahvaljujući mnogobrojnim inicijativama i projektima koji su danas aktualni, ali i prije svega doprinosu domaćina, ova zemlja polagano kroči u zaslužen status atraktivne turističke destinacije. Projekt „Explore Egypt“ dio je te priče i osim svoje glavne zadaće, radu na boljitku turizma, pruža volonteru jednu novu dimenziju osvješćivanja sebe i svoje okoline, pokazuje kako sagledavati situacije iz nekog novog kuta gledišta, donosi multikulturalno okruženje koje navelike poboljšava interkulturalnu kompetenciju i uklanja etnocentrističke poglede, ali najbitnije od svega – uči skromnosti i zahvalnosti.

[85] http://www.mvep.hr/hr/konzularne-informacije/informacije-o-putovanjima/opce-informacije/egipat,29.html, pristup: 10.12.2018.
[86] http://www.mvep.hr/hr/konzularne-informacije/informacije-o-putovanjima/opce-informacije/egipat,29.html, pristup: 10.12.2018
[87] Egyptian streets: *Tourism of Egypt Set to Soar in 2018,* dostupno: https://egyptianstreets.com/2018/03/29/tourism-in-egypt-set-to-soar-in-2018/, pristup: 10.12.2018.
[88] Ibid.

7. ISTRAŽIVANJE MOTIVACIJE I PONAŠANJA BACKPACKERA U VOLONTERSKOM TURIZMU

Na temelju obrasca koji je izrađen na web stranici Google Docs (https://docs.google.com/forms/d/1RKmxYhsEMNr4XSJisFUwTyPiL81ubBAxGziGGYsR3ys/edit?ts=5c812aa8, 19.04.2019.), predstavit će se podaci dobiveni iz spomenutog istraživanja.

Upitnik je bio sastavljen od ukupno četrnaest pitanja višestrukog odabira, te je svrha bila istražiti profil putnika volontera, odnosno backpackera u volonterskom turizmu. Osim toga, pitanja se temelje i na istraživanju projekta na kojem su ispitanici radili. Upitnik je izrađen na engleskom jeziku radi dostupnosti široj masi te je podijeljen na desetak grupa preko Facebooka koje se temelje na volontiranju u inozemstvu, na putovanjima općenito te grupe razmjene obrazaca. U nastavku se donosi detaljna analiza svakog odgovora.

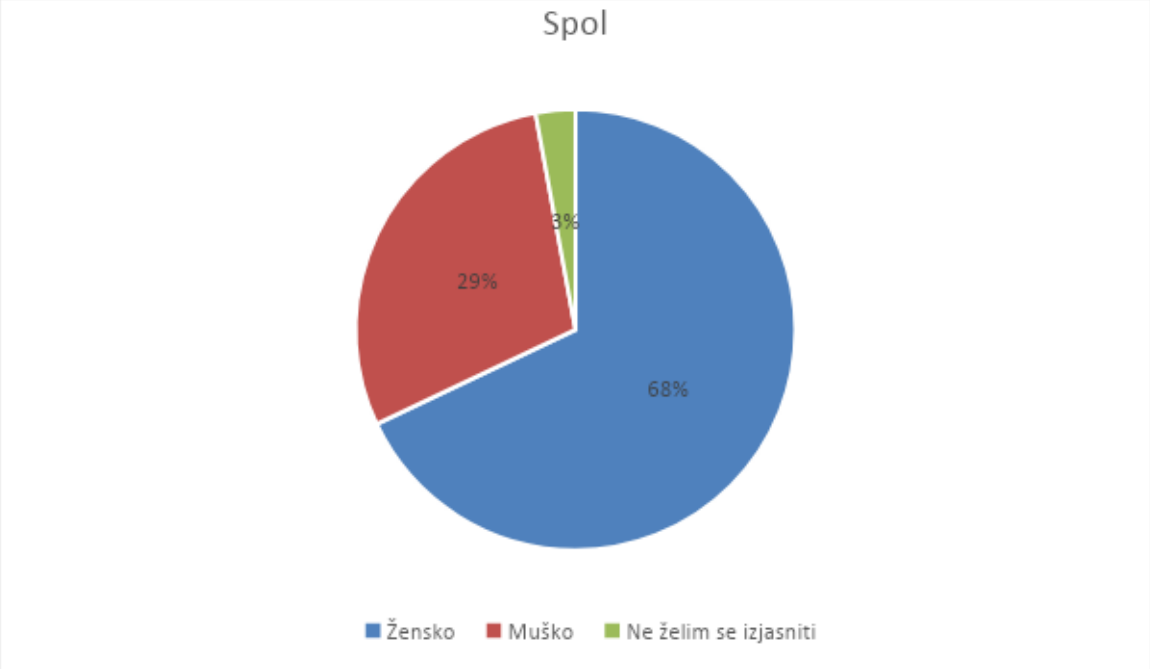
7.1. Rezultati istraživanja

Uzorak upitnika veličine je od 104 ispitanika, od kojih je, sukladno prvom pitanju, 70 žena, 30 muškaraca, te troje se ne želi izjasniti, što je vidljivo iz tablice ispod. Uvjet za ispunjavanje upitnika bilo je prethodno iskustvo volontiranja u inozemstvu, odnosno volontiranja kao oblika putovanja, što je navedeno u uvodnom dijelu. Ako je ispitanik volontirao više puta, odabire jedno iskustvo na temelju kojeg daje odgovore.

Tablica 3. Spol ispitanika

	Muški - N	Ženski - N	ne želim reći - N
Spol ispitanika	30	70	3

Grafikon 1. Spol ispitanika



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

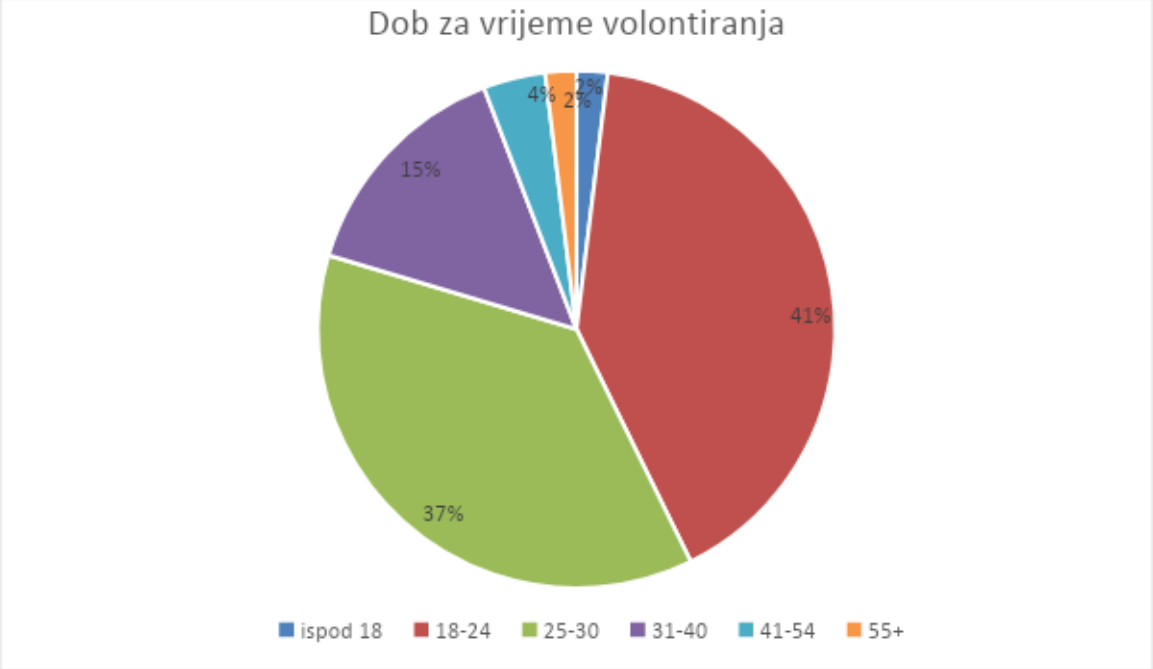
Upitnik je poslan u Facebook grupe otprilike podjednake zastupljenosti oba spola, međutim iz grafa je vidljivo kako je ženska populacija brojnija.

Na drugo pitanje „koja je bila vaša dob za vrijeme volontiranja?“ (tablica 4) dvoje se izjasnilo kako su imali manje od 18 godina, 42 ispitanika je bilo između 18 i 30 godina, 38 je imalo 25-30 godina, 15 ljudi je odgovorilo kako su bili u dobi od 31 do 40 godina, 4 zabilježena odgovora pripadaju dobnoj skupini između 41 i 54 godine, te su dvije osobe odgovorile kako su volontirale u dobi 55 i više godina.

Tablica 4. Dob za vrijeme volontiranja

	18 i manje - N	18-24 - N	25-30 - N	31-40 - N	41-54 - N	55 i više - N
Dob	2	42	38	15	4	2

Grafikon 2. Dob za vrijeme volontiranja



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

Iz grafa je vidljivo kako je većina ispitanika volontirala u dobi između 18 i 30 godina, međutim, 14% je ispitanika bilo u dobi 31-40 godina što ukazuje na sve veći broj ljudi u zreloj dobi koji odlučuju putovati svijetom i volontirati. Također 4% ispitanika je u dobi 41-54 godina, a 2% ih je iznad 55 za vrijeme volontiranja te se iz navedenog može zaključiti kako je trend volontiranja u sklopu putovanja namijenjen svim dobnim skupinama, odnosno sve dobne skupine mogu postati volonteri u inozemstvu. Na to ukazuje i 2% mlađih od 18, dakle ovo je pitanje dalo odgovor kako ne postoje ograničenja u vidu dobi, backpacker u volunturizmu može postati svatko bez obzira na dob.

Treće pitanje „što vas je potaklo na volontiranje u inozemstvu“ donosilo je više mogućih odgovora, a rezultati su prikazani u nastavku (tablica 5 i grafikon 3).

Tablica 5. Motivacija za volontiranje u inozemstvu

	Upoznati se i naučiti o lokalnoj kulturi - N	Veliki interes za volonterski projekt - N	Napuštanje zone komforta, želja za promjenom svakodnevne rutine - N	Jeftini način putovanja - N
Motivacija	34	26	39	17

Grafikon 3: Izvor motivacije za volontiranje u inozemstvu



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

Najveći zabilježeni broj odgovora pripisuje se napuštanju komfortne zone (39), nadalje upoznavanje i učenje o novoj kulturi (34), izniman interes za volonterski projekt (26), te je na kraju jeftini način putovanja (17). Iz ovog je vidljivo kako je osnovni motivator backpackera želja za promjenom svakodnevice, upuštanje u nešto posve drugačije od dosadašnjeg te kroz takvo

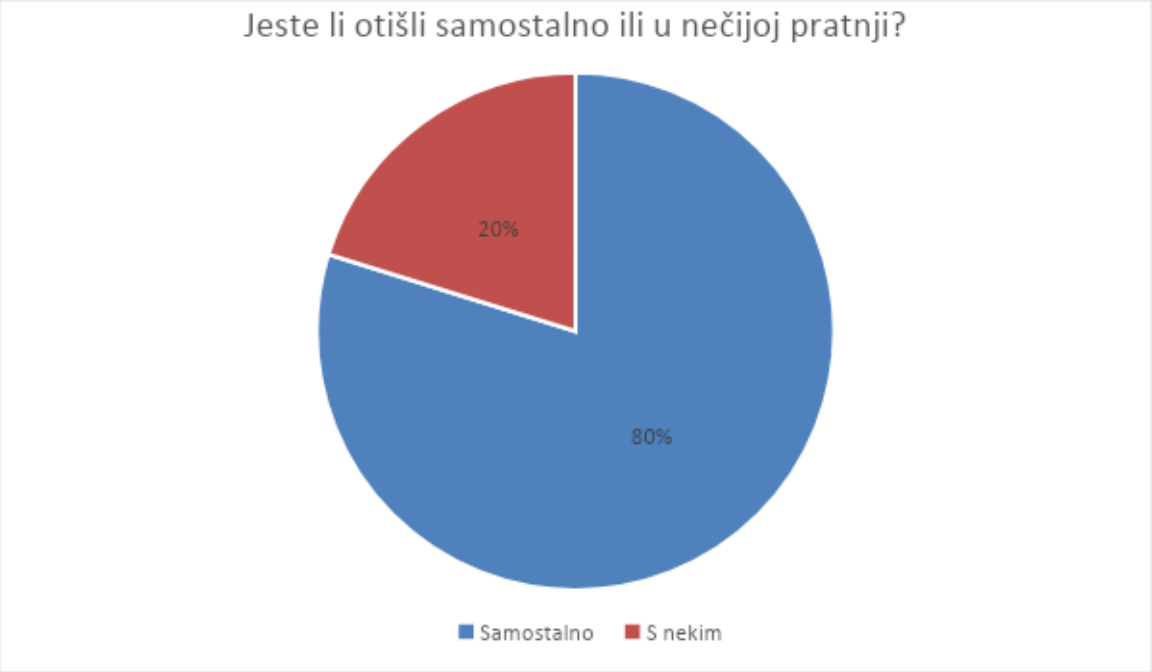
intenzivno iskustvo naučiti o novim kulturnim obrascima. Ovakav način učenja pojedincu otvara svijest o „različitom“ te dovodi do jačanja interkulturalne kompetencije

Na četvrto pitanja „jeste li išli sami ili u pratnji nekoga“, 83 osobe otišle su same, dok je 21 otišla u pratnji nekoga (tablica 6).

Tablica 6. Odlazak na putovanje

	Samostalno - N	Sa nekim - N
Odlazak	83	21

Grafikon 4: Odlazak na putovanje



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

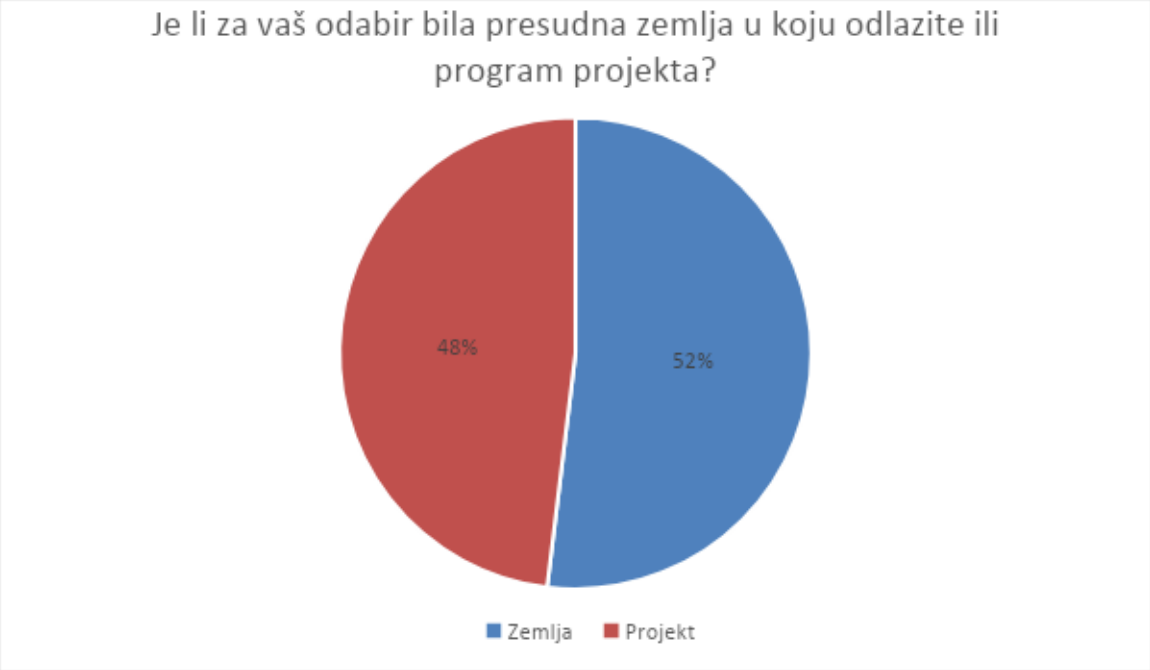
Iščitati se može kako je 80% ispitanika otišlo na putovanje bez ičije pratnje. Tek 20% njih otputovalo je u pratnji neke osobe, čime se zapravo rezultati na ovo pitanje nadovezuju se na rezultate iz prethodnog. Kako bi pojedinac izašao iz zone komforta i promijenio svakodnevicu, najbolje će to učiniti daleko od sigurnosti, prepušten sebi i svojoj hrabrosti.

Iz petog pitanja cilj je bio saznati jesu li se sudionici upitnika pri odabire svoje destinacije povodili samom destinacijom ili programom projekta (tablica 7). Destinacija, odnosno zemlja održavanja projekta privukla je 54 osobe, dok je program projekta prevladao u odabiru kod njih 50.

Tablica 7. Način odabira volonterskog projekta

	Zemljom - N	Projektom - N
Uvjetovanje odabira	54	50

Grafikon 5: Način odabira volonterskog projekta



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

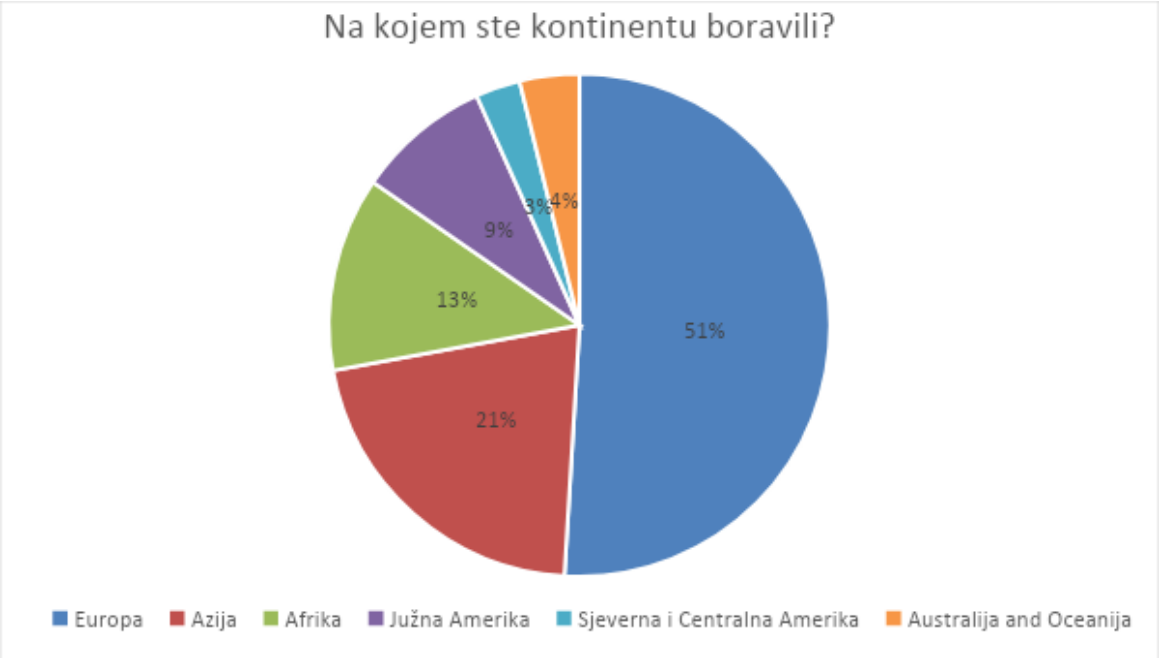
S obzirom da je 52% ispitanika dalo odgovor kako im je pri odabiru volonterskog projekta destinacija vodila glavnu ulogu, a 48% program projekta, za nijansu rezultati pokazuju kako su ispitanici prvobitno otišli zbog destinacije, a tek poslije zbog samog volonterskog projekta. Budući da su odgovori dosta podjednaki, i dalje je izražena velika želja za odlazak u zemlju zbog programa projekta, no ipak se u većini prvo odabire zemlja a potom projekt.

Iz šestog pitanja saznalo se na kojem su kontinentu volontirali ispitanici (tablica 8). 53 osoba odgovorila je Europa, 22 njih Azija, u Africi 13, devetero u Južnoj Americi, troje u Sjevernoj i Centralnoj Americi, te četvero u Australiji i Oceaniji.

Tablica 8. Kontinent odlaska

	Europa - N	Azija - N	Afrika - N	Južna Amerika - N	Sjeverna i Centralna Amerika - N	Australija i Oceanija - N
Kontinent	53	22	13	9	3	4

Grafikon 6: Kontinet odlaska



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

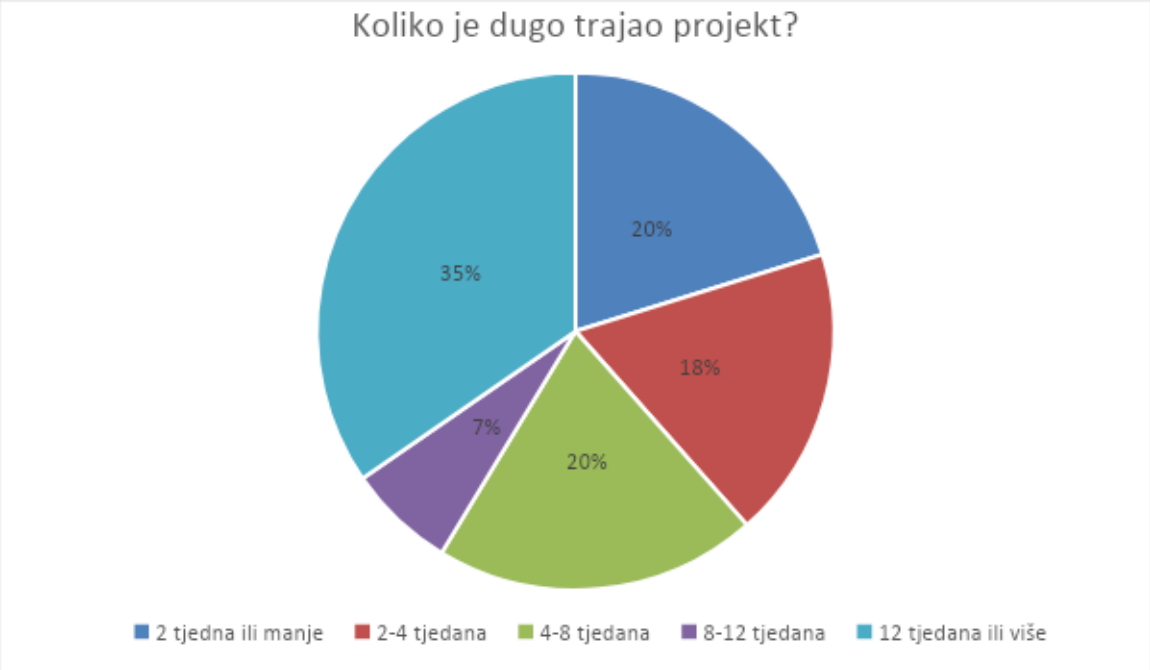
Dominacija u datim odgovorima pripisuje se Europi (51%), što je više od pola ispitanika. Azija zauzima drugo mjesto s 21%, a slijedi Afrika s 12%. Najmanje odgovora zabilježeno je za volontiranje u Južnoj Americi (9%,) Australiji i Oceaniji (4%), te Sjevernoj i Centralnoj Americi (3%). Može se zaključiti kako Europa obiluje najatraktivnijim projektima, odnosno destinacijama sudionicima upitnika.

Na sljedeće, sedmo, pitanje „koliko je trajao projekt“, 36 ispitanika odgovorilo je „više od 12 tjedana“, 21 odgovora je za 4-8 tjedana, 21 je odgovorilo manje od dva tjedana, također 19 njih 2-4 tjedana, te je 7 zabilježenih odgovora za 8-12 tjedana (tablica 9).

Tablica 9. Trajanje projekta

	2 tjedana ili manje - N	2-4 tjedana - N	4-8 tjedana - N	8-12 tjedana - N	12 tjedana ili više - N
Trajanje projekta	21	19	21	7	36

Grafikon 7. Trajanje projekta



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

Najviše odgovora (35%) zabilježeno je u najdužem trajanju, a to je više od 12 tjedana. Iz toga se može zaključiti kako volonterski turisti preferiraju ostati duže u destinaciji te i tako živjeti u njoj. U suprotnom 20% ostaje kraće od dva tjedana, te je njihovo putovanje na jednom odredištu puno kraće. Najmanje, 7% turista volontiraju između 8 i 12 tjedana, što ukazuje da uglavnom projekti traju kraće od dva mjeseca ili duže od tri mjeseca.

Nadalje, u osmom pitanju saznaje se program projekta. Na prvom mjestu je rad u hostelu s 26%, dok drugo mjesto zauzima rad s djecom (25%). 9.6% volontera radi na jačanju lokalne zajednice, 8.7% sudjeluje u zaštiti prirode, 5.8% brinu o životinjama, a posljednje mjesto s 4.8% dijele projekti fotografije, umjetnost, pisanja članaka i sl., project kulturna razmjene te vrtlarstvo i rad na izgradnji ili popravcima. 10.6% volontera odgovorilo je kako je njihov projekt bio nešto drugo (grafikon 8).

Tablica 10. Program projekta

	Rad s djecom - N	Rad u hostelu - N	Vrtlarstvo, popravci - N	Briga o životinjama - N	Jačanje lokalne zajednice - N	Kulturna razmjena - N	Zaštita prirode - N	Fotografija, video, pisanje, umjetnost - N	Drugo - N
Program projekta	26	27	5	6	10	5	9	5	11

Grafikon 8. Program projekta



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

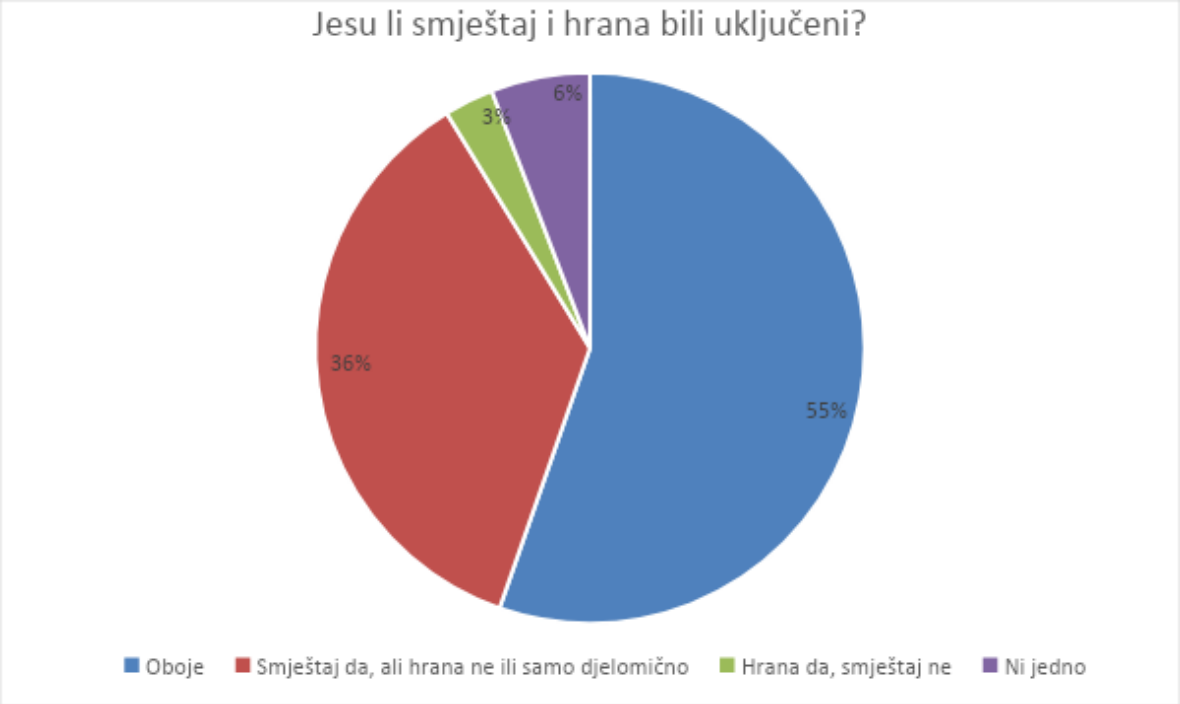
Iz grafa je vidljivo kako su najpopularniji projekti rada u hostelu i rad s djecom. Za ovakav tip projekta u pravilu nije potrebno posebno predznanje pa se svatko može prijaviti i priključiti, dok primjerice za umjetničke projekte fotografije, pisanja , izrada videa ili vrtlarstvo te rad na popravcima ipak treba imati određene vještine pa je i manji broj ispitanika sudjelovao na ovakvim projektima.

Na deveto pitanje, jesu li smještaj i hrana bili uključeni, 57 ih je odgovorilo kako jesu, 37 kako je smještaj bio uključen, ali ne i hrana, odnosno samo neki od obroka, kod šestero niti jedno niti drugo nije bilo osigurano, dok je kod troje hrana bila besplatna, a smještaj nije (tablica 11).

Tablica 11. Smještaj i hrana

	Oboje - N	Soba da, ali hrana ne ili djelomično - N	Hrana da, soba ne - N	Niti jedno - N
Smještaj i hrana	57	37	3	6

Grafikon 9. Smještaj i hrana



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

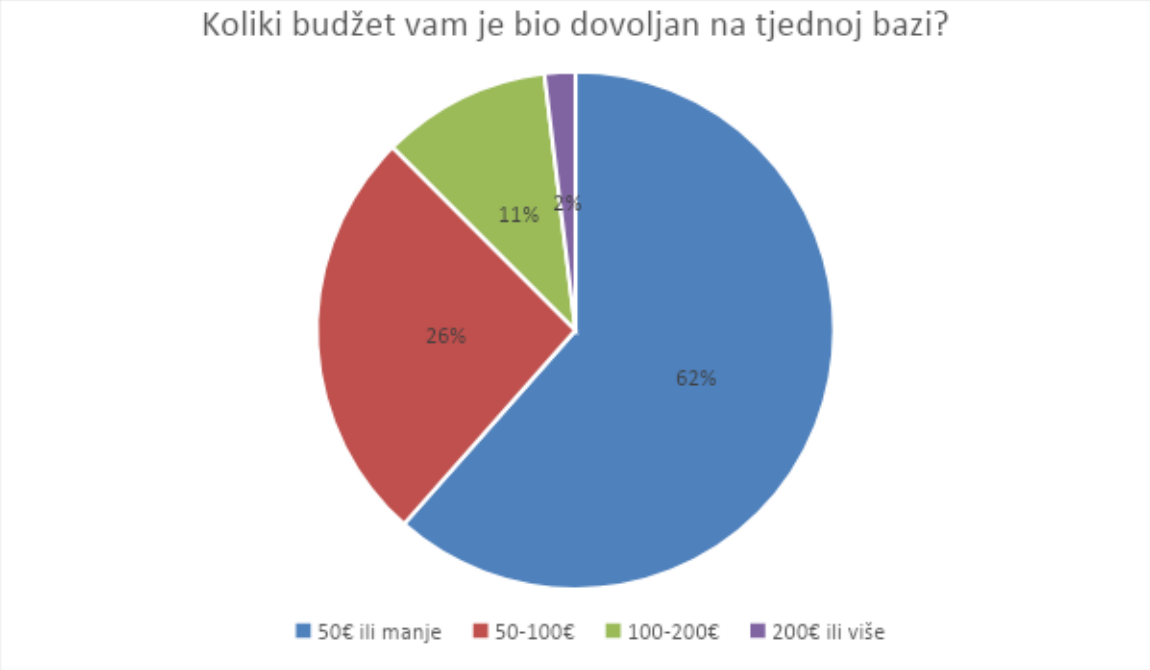
Većina programa volonterima je osigurala i smještaj i hranu (55%), kod nekih je smještaj bio osiguran, ali hrana nije, ili samo 1-2 obroka (36%). Tek 6% trebalo je odvojiti vlastita sredstva za smještaj i hranu, a 3% morali su snositi troškove smještaja, dok im je hrana bila besplatna. Rezultati pokazuju kako je volonterima u većini slučajeva osiguran smještaj, a i hrana u zamjenu za rad.

Deseto pitanje daje odgovor na pitanje koliki je budžet bio potreban na osnovi od tjedan dana. Većina je odgovorila (61) kako im je bilo dovoljno 50€ ili manje, između 50 i 100€ trošilo je 27 volontera. U tjedan dana jedanaestero volontera trošilo je 100-200€, dok je tek dvoje potrošilo preko 200€ (tablica 12).

Tablica 12. Tjedni budžet

	50€ ili manje - N	50-100€ - N	100-200€ - N	200€ ili više
Tjedni budžet	64	27	11	2

Grafikon 10. Tjedni budžet



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

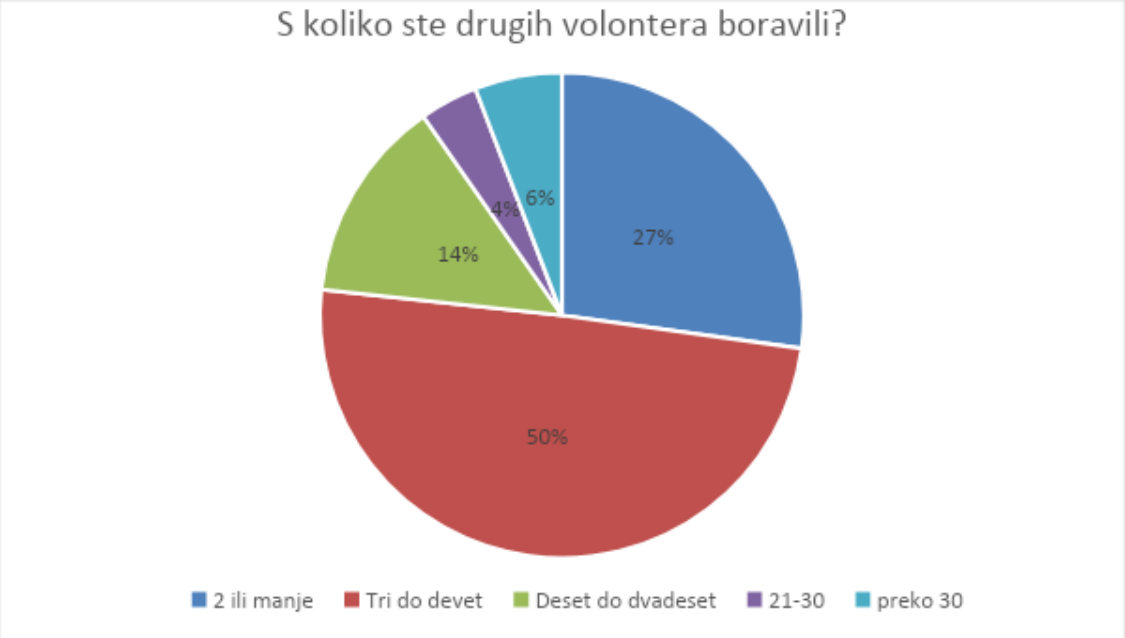
Na tjednoj razini 61% volontera dovoljno je bilo 50€ ili manje što vraća na prethodno pitanje visoke stope uključenosti smještaja i hrane pa je volonterima dovoljna minimalna svota za vlastite potrepštine. Također 26% ne troše više od 100€ tjedno pa se može zaključiti kako backpackeri u volonterskom turizmu uistinu putuju na budžetu.

Iz jedanaestog pitanja saznaje se koliko je drugih volontera sudjelovalo u projektu ispitanika. Najveći broj (51) odgovorio je kako su boravili s 3-9 drugih osoba, s dvoje ili manje osoba boravilo njih 28, četrnaestero ispitanika označilo je odgovor 10-20, njih šestero preko 30 te su 4 osobe odgovorile kako je u istom projektu sudjelovalo 21-30 osoba (tablica 13).

Tablica 13. Broj volontera u projektu

	2 ili manje - N	3-9 - N	11-20 - N	21-30 - N	Preko 30 - N
Broj volontera	28	51	14	4	6

Grafikon 11. Broj volontera u projektu



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

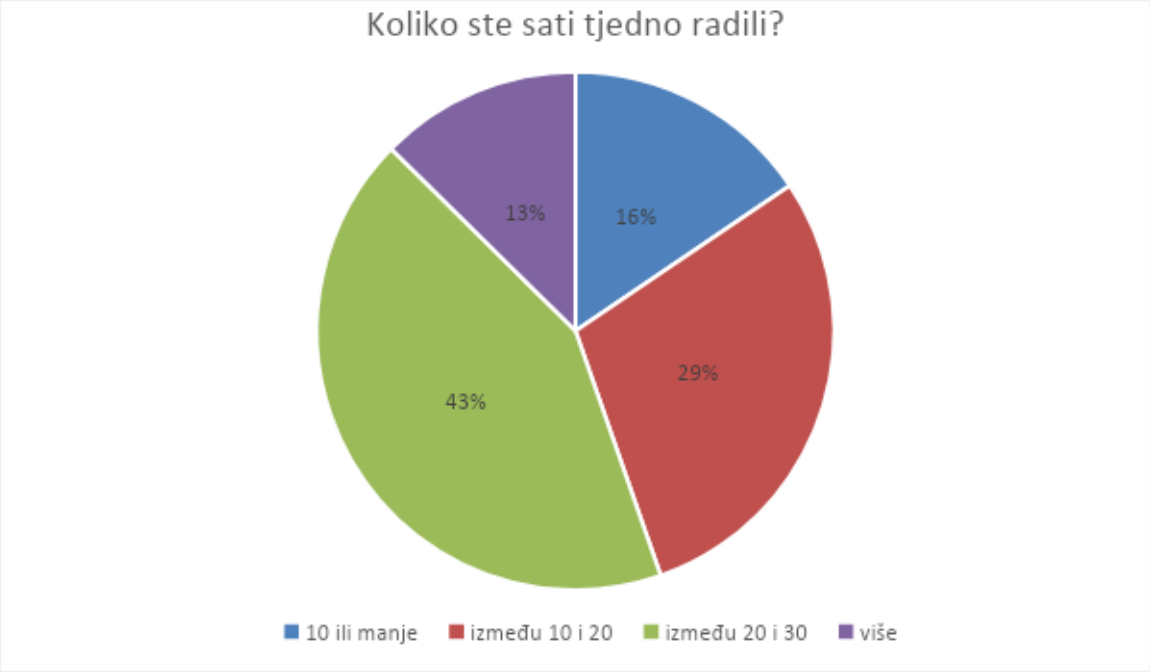
Iz grafa je vidljivo kako je gotovo polovica odgovora (49%) zabilježena brojkom 3-9, a slijedi s 27% 2 ili manje, dakle uglavnom se radi o projektima u kojima je potreban manji broj sudionika, tek 4% ispitanika boravi s 21-30 osoba, odnosno 6% s preko 30 osoba.

Dvanaesto pitanje, koliko sati tjedno se radilo, ima 4 moguća odgovora. 10 ili manje sati odgovorilo je 16 osoba, 10-20 sati 30 osoba, 20-30 sati 44 osoba, te preko 30 sati 13 osoba (tablica 14).

Tablica 14. Broj radnih sati u tjednu

	10 ili manje - N	10-20 - N	20-30 - N	više
Radni sati	16	30	44	13

Grafikon 12. Broj radnih sati u tjednu



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

Budući da se radi o volonterskom radu, radni dan se u pravilu svodi na manji broj sati pa se isto može potvrditi dobivenim odgovorima. 43% volontera radilo je između 20 i 30 sati tjedno, njih 29% 10-20 sati, manje od 10 sati 15%, dok je više od 30% sati radilo 13% ispitanika. Obzirom da se radi o različitim projektima tako i svaki iziskuje drugačiji raspored rada. Za zaključiti je svakako da fokus nije samo na rad obzirom na veliki dio tjedna koji ostaje na slobodno vrijeme.

Nadalje, u trinaestom pitanju, saznaje se na koji su način volonteri provodili svoje slobodno vrijeme. 54 odgovora zabilježena su istraživanjem okolnih područja, druženje s ostalim volonterima u kampu odgovorilo je 25 osoba, devetnaestero ih koristi slobodno vrijeme za upoznavanje lokalnog stanovništva, dok petero preferira odmor (tablica 15).

Tablica 15. Slobodno vrijeme

	Istraživanje okolnih područja – N	Druženje s ostalim volonterima u kampu - N	Upoznavanje lokalnog stanovništva - N	Odmaranje
Slobodno vrijeme	54	25	19	5

Grafikon 13. Provođenje slobodnog vremena



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

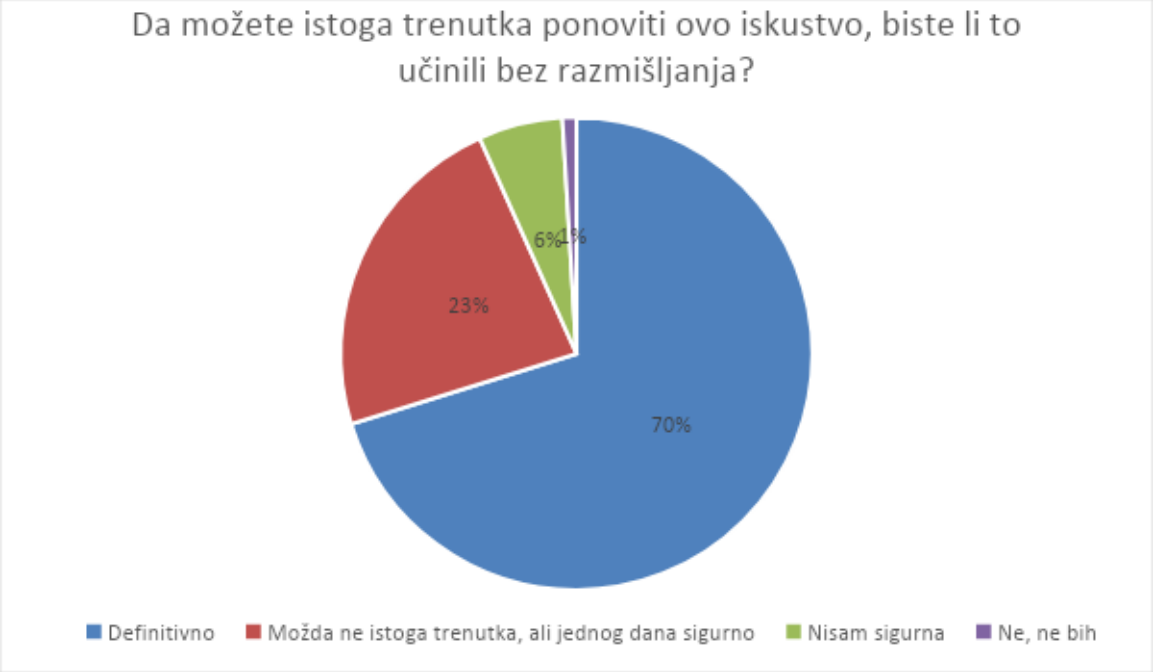
Više od polovice (52%) ispitanika odgovorilo je kako slobodno vrijeme koristi za istraživanje okolnih područja, dakle koriste priliku volontiranja u inozemstvu za dodatna putovanja i upoznavanje nove zemlje. Lokalno stanovništvo upoznava 19% ispitanika, što ukazuje na interes za lokalnom kulturom, dok 19% ispitanika upoznava i druži se s ostalim sudionicima projekta. Njih 5% odabire odmor.

Posljednje pitanje, bi li ispitanici odmah ponovili ovo iskustvo kada bi mogli, donosi većinski odgovor. 73 ispitanika svakako bi to učinili, 24 njih tvrde kako možda ne bi odmah, ali sigurno jednog dana, šestero nisu sigurni, dok samo jedna osoba ne bi ponovila ovo iskustvo (tablica 16).

Tablica 16. Ponavljanje iskustva

	Definitivno, odmah - N	Možda ne odmah, ali jednog dana sigurno	Nisam siguran/na	Ne bih ponovio/ponovila
Ponavljanje iskustva	73	24	6	1

Grafikon 14. Ponavljanje iskustva



Izvor: vlastita izrada prema upitniku

Vidljivo je kako bi 70% ispitanika odmah ponovilo ovo iskustvo, dok 23% možda ne odmah, međutim jednog dana sigurno. Tek 6% nije sigurno, a 1% ne bi ponovilo. Datim odgovorima može se zaključiti kako je ispitanicima volontiranje u inozemstvu donijelo jedno pozitivno iskustvo koje bi većina ponovila odmah, bez razmišljanja.

7.2. Kritički osvrt

Ovo istraživanje provedeno je unutar, ali i izvan Republike Hrvatske, stoga se dati odgovori temelje na ispitanicima diljem svijeta. Upitnik je podijeljen unutar nekoliko hrvatskih facebook grupa čija je orijentacija ka jeftinim i ugodim putovanjima. Također, dijeli se i u grupe namijenjene ispunjavanju akademskih upitnika, ali i u one namijenjene upravo backpackerima. Uz to, poslan je i relevantnim ljudima individualno. Treba samo napomenuti kako su svi ispitanici kao kriterij volontirali u inozemstvu, a ako su to učinili u više navrata, odabrali su jedno iskustvo na temelju kojeg su zabilježili odgovore.

Evidentno je kako su većina ispitanika žene i to mlađe dobi 18-30 godina. Obzirom da je volontiranje u drugoj zemlji jedan veliki iskorak za pojedinca, potraga za nečim novim, nesvakidašnjim, zapravo potkrjepljuje njihov odabir da se ovom pothvatu podvrgnu sami. Odlazak u nepoznato stvara velik broj izazova za svakoga. Ispočetka može doći do suočavanja s mnogobrojnim strahovima, ali upravo tada osoba raste. Na kraju shvaća kako je napuštanje zone komforta dovelo do novih spoznaja o svijetu, ali i samome sebi. Putovanje s ruksakom i volontiranje u drugoj zemlji suživot je s lokalnom zajednicom. To je svakodnevno učenje o novoj kulturi, to je utjecaj na tu novu kulturu s vlastitom, još ako su na istom mjestu volonteri iz različitih zemalja, to je višestruko učenje o svačijoj kulturi te uvažavanje i prihvaćanje drugih. Takvim se odnosom grade, ne samo nova prijateljstva, već tolerancija, odnosno harmonija u različitostima.

Na posljednje pitanje upitnika, „ako biste mogli ponoviti ovo iskustvo odmah sada, biste li to napravili bez razmišljanja“ 73/104 osobe složile su se „definitivno“ te izrazile zadovoljstvo svog iskustva. Treba nadodati kako 24 osobe možda ne bi otišle odmah istoga trena, ali jednoga dana svakako. Ovakvi uvjerljivi rezultati dovode do novih pitanja za daljnja istraživanja.

Za daljnja istraživanja na ovu temu, ispitala bi se razmišljanja i osjećanja backpackera nakon povratka u komfortnu zonu. Bilo bi zanimljivo istražiti smatraju li da ih je volontiranje u inozemstvu promijenilo kao osobe i na koje sve načine. Također, dobro bi bilo saznati je li ih takvo iskustvo potaknulo na planiranje nekog novog pothvata. Obzirom na opće zadovoljstvo backpackera u volonterskom turizmu i njihovu strast prema novom i nesvakidašnjem, te željom da se uključe i na posljetku pomognu, ovi pojedinci ostavljaju uvjerljiv utisak. Baš takvi pojedinci spremni su unijeti djelić utopije i svojom slikom biti dobar primjer svima oko sebe, jer svijet treba što veći broj baš takvih, tolerantnih, skromnih ljudi otvorenog uma.

7. ZAKLJUČAK

Danas je backpacking vrlo popularan ne samo među mlađom populacijom, već svakim pojedincem željnim nekonvencionalnog putovanja u potrazi za nečim drugačijim. Backpackeri svojim se profilom uvelike razlikuju od ostalih turista, prvenstveno duljinom putovanja, fleksibilnošću i neovisnosti u planovima, preferencijom za niskobudžetni smještaj, naglaskom na avanturizam te kulturnu i društvenu interakciju. Njihovi glavni motivi su bijeg od svakodnevnog života, učenje i istraživanje novih kultura.

Volonterski rad, kao suština sadržajnog i inspirativnog turističkog boravka, backpackerima nudi mogućnost alternativnog oblika putovanja uz neposredna druženja s pripadnicima lokalnih zajednica (i drugim volonterskim turistima), bliski susret s drugačijom kulturom i načinom života, stjecanje novih poznanstava, obogaćivanje znanja, vještina i iskustva. Upravo zato volontiranje i putovanje, odnosno volonterski turizam, pruža backpackerima iskustvo za kojim tragaju. Pritom treba naglasiti kako volonterski turisti prilikom putovanja potražuju iskustvo koje ne doprinosi samo njihovom vlastitom razvoju, već i razvoju lokalne zajednice u kojoj borave.

Istraživanjem, ustvrdili su se glavni motivi, profil i ponašanje backpackera u volonterskom turizmu. Dobiveni su odgovori na pitanja koja do sad nije bilo moguće pronaći u literaturi, ali time su se otvorila nova pitanja koja se nadovezuju na posljednje pitanje istraživanja, obzirom da je upravo posljednje pitanje pokazalo razinu zadovoljstva nakon završetka volonterskog programa. Zbog toga bi se istražila njihova percepcija i misli nakon volontiranja, način na koji je volontersko iskustvo utjecalo na njihov sadašnji život, i element motivacije za djelovanje na nekom novom projektu.

Vođeni opuštenim i otvorenim ponašanjem pri autentičnom iskustvu volontiranja u drugoj zemlji, motivirani novim kulturama i nekonvencionalnom svakodnevicom, backpackeri promiču međusobno razumijevanje, potiču prijateljstvo te promoviraju toleranciju i povezivanje.

8. LITERATURA

Knjige:

- Begović, H: *O volontiranju i volonterima/kama,* Zagreb, 2006.
- Callanan, Thomas: *Volunteer Tourists' Motivation and Satisfication*, 2005.
- Rabotić, B: *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013.
- Russo i dr.: *Volontiranje: ključ uspjeha u svijetu rada,* Split, 2007.

Radovi:

- Garrison, H: *A Critical Analysis of Volunteer tourism and the Implications for Developing Communities,* Western Kentucky University*, 2015, dostupno: https://digitalcommons.wku.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1565&context=stu_hon_theses*

- Loker-Muprhy, L., Pearce, P.: Young budget travelers: backpackers in Australia, James Cook University, Australia, 1995., str. 822, dostupno: https://www.academia.edu/24655265/Young_budget_travelers_Backpackers_in_Australia

- Markward, A: *Backpackers: The Next Generation?,* Auckland University of technology, 2008, dostupno: https://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Nguyen T., Nguyen H: The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects, Lauera University of applied science, 2012, str. 18, dostupno: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45517/Nguyen_Thao.pdf?sequence=1

- Toxward, S: *Backpackers expactations and satisfications: a case study of Northland, New Zeland,* Lincoln University of Canterbury, str. 12, dostupno: https://researcharchive.lincoln.ac.nz/bitstream/handle/10182/1600/toxward_mprtm.pdf;sequence=5

Web izvori:

- AIESEC, https://profitiraj.hr/aiesec-hocu-na-praksu
- Craig, C: *Exchange your skills for free accomondation with worldpackers,* 2018, dostupno: https://www.ytravelblog.com/free-accommodation-worldpackers/
- Egyptian streets: *Tourism of Egypt Set to Soar in 2018,* dostupno: https://egyptianstreets.com/2018/03/29/tourism-in-egypt-set-to-soar-in-2018/,
- *From the ancient explorers to Hippies,* 2011, dostupno: https://southeastasiabackpacker.com/the-evolution-of-the-backpacker/
- Helpx, dostupno: https://www.helpx.net/about.asp
- Radeska, T: *The Hippie Trail, once a symbol of freedom and enlightenment, today is synonymous with war and danger,* 2017, dostupno: https://www.thevintagenews.com/2017/09/06/the-hippie-trail-once-a-symbol-of-freedom-and-enlightenment-today-is-synonymous-with-danger-and-war/
- Van Vaals, F: Future of backpacking, Leeuwarden, 2013, dostupno: http://toerismenoordnederland.nl/wp-content/uploads/The-Future-of-Backpacking.pdf
- Workaway, dostupno: https://www.workaway.info/information-for-travellers.html
- http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela
- http://visokaturisticka.edu.rs/skripte/selektivni_novo/predavanje7.pdf
- http://www.mvep.hr/hr/konzularne-informacije/informacije-o-putovanjima/opce-informacije/egipat,29.html,

9. POPIS PRILOGA

POPIS SLIKA

Slika 1. 17 ciljeva održivog razvoja.....28

POPIS TABLICA I GRAFIKONA

Tablica 1. Prikaz volonterskog turizma.....14

Tablica 2. Tipologija volonterskog turista.....16

Tablica 3. Spol ispitanika.....30

Tablica 4. Dob za vrijeme volontiranja.....31

Tablica 5. Motivacija za volontiranje u inozemstvu.....33

Tablica 6. Odlazak na putovanje.....34

Tablica 7. Način odabira volonterskog projekta.....35

Tablica 8. Kontinent odlaska.....36

Tablica 9. Trajanje projekta.....37

Tablica 10. Program projekta……..……38

Tablica 11. Smještaj i hrana.....40

Tablica 12. Tjedni budžet.....41

Tablica 13. Broj volontera u projektu.....42

Tablica 14. Broj radnih sati u tjednu.....43

Tablica 15. Slobodno vrijeme.....44

Tablica 16. Ponavljanje iskustva.....45

Grafikon 1. Spol ispitanika.....31

Grafikon 2. Dob za vrijeme volontiranja.....32

Grafikon 3: Izvor motivacije za volontiranje u inozemstvu.....33

Grafikon 4: Odlazak na putovanje.....34

Grafikon 5: Način odabira volonterskog projekta.....35

Grafikon 6: Kontinet odlaska.....36

Grafikon 7: Trajanje projekta.....37

Grafikon 8: Program projekta……..……39

Grafikon 9. Smještaj i hrana.....40

Grafikon 10. Tjedni budžet.....41

Grafikon 11. Broj volontera u projektu.....42

Grafikon 12. Broj radnih sati u tjednu.....43

Grafikon 13. Provođenje slobodnog vremena.....44

Grafikon 14. Ponavljanje iskustva.....46

SAŽETAK

Backpacking kultura danas je raširena u cijelome svijetu. Od Grand toura, preko pokreta hostela za mlade, do „Hippie traila“, današnji backpacker formirao se desetljećima. Ovaj rad profilira backpackera, istražuje njegovo kupovno ponašanje te ga stavlja u kontekst volonterskog turizma. Budući da je glavna odlika backpackera duže putovanje s nižim budžetom, ali i upoznavanje lokalne kulture, volontiranje vodi bitnu ulogu. Interakcija s lokalnom zajednicom vrlo je važan element volonterstva jer ima obostrani utjecaj. Kako bi se dobila još detaljnija slika backpackera, provedeno je istraživanje koje se sastoji od 14 pitanja. Dobiveni odgovori daju jasniji uvid u profil backpackera, njegovu motivaciju prije poduzimanja putovanja, ponašanje za vrijeme, ali i nakon putovanja.

KLJUČNE RIJEČI:

Backpacker, backpacking, volontiranje, volonterski turizam, putovanje, motivacija, ponašanje, profil, lokalna zajednica, lokalna kultura, interakcija

SUMMARY

Nowdays, backpacking culture has spread globally. From Grand Tour, across Youth hostel movement, to „Hippie Trail“, the backpacker as we know today has been forming for decades. This paper profiles backpackers, illustrating their buying behaviour as well as placing them within the volunteer tourism context. Volunteering plays a significant role, since the main characteristic of backpacking is long period of travel with low cost, which implies ones opportunity get familiar with the local culture. Indicated interaction serves to benefit both backpacker and the locals. Research containing 14 questions has been conducted to specify the backpacker's profile even further. Answers I gathered helped to clearly understand the backpackers motivation before the travel, as well as behaviour during and after the travel experience.

KEY WORDS:

Backpacker, backpacking, volunteering, volunteer tourism, travel, motivation, behaviour, profile, local community, local culture, interaction