ULOGA OMLADINSKO-EDUKACIJSKOG TURIZMA KAO NOVE TRŽIŠNE NIŠE U EU

Grljučić, Marina

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:699382

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ULOGA OMLADINSKO-EDUKACIJSKOG TURIZMA KAO NOVE TRŽIŠNE NIŠE U EU

Mentor:
prof.dr.sc. Lidija Petrić

Student:
univ.bacc.oec. Marina Grljušić
Matični broj: 2132451

SPLIT, Rujan, 2016.

Sadržaj:

1. UVOD 5
1.1. Problem istraživanja 5
1.2. Predmet istraživanja 8
1.3. Istraživačke hipoteze 9
1.4. Ciljevi istraživanja 10
1.5. Metode istraživanja 11
1.6. Doprinos istraživanja 12
1.7. Struktura diplomskog rada 12
2. OMLADINSKI TURIZAM 14
2.1. Pojam omladinskog turizma 14
2.2. Povijest razvoja omladinskog turizma 16
2.3. Glavna obilježja omladinskog turizma 17
2.4. Prijevozna sredstva i smještaj korišteni u omladinskom turizmu 19
2.4.1. Najčešće korišteni oblici smještaja u destinaciji 20
2.4.2. Prometna sredstva koja se koriste u omladinskom turizmu 21
2.5. Potražnja u svijetu i Europi 23
2.6. Trendovi koji uzrokuju rast u omladinskom turizmu 24
2.7. Podjela omladinskog turizma 25
2.7.1. Edukacijski turizam 26
2.7.2. Volontiranje 26
2.7.3. „Work and travel“ programi i međunarodne prakse 28
2.7.4. Kulturne razmjene 29
2.7.5. Sportski i avanturistički turizam 30
2.7.6. Odmorišni turizam 31
2.8. Primjeri međunarodnih programa koji potiču rast omladinskog turizma 31
2.8.1. The International Association for Exchange of Students for Technical Experience (IAESTE) 31
2.8.2. Association des Etats Généraux des Etudiants del ' Europe / Europski studentski forum (AEGEE) 32
2.8.3. Europska udruga studenata prava (ELSA) 33
2.8.4. Association internationale des étudiants en sciences économiques et commerciales (AIESEC) 33
2.8.5. World Youth Student & Education Travel Confederation (WYSETC) 34
2.8.6. Service Civil International (SCI) 35
2.8.7. Kulturna razmjena između sveučilišta 35

2.8.8. Work and Travel USA 35
2.8.9. Spain internship i Italy internship 36
3. EDUKACIJSKI TURIZAM KAO SEGMENT OMLADINSKOG TURIZMA 37
3.1. Pojam i podjela edukacijskog turizma 37
3.1.1. Škole stranih jezika 38
3.1.2. Školske ekskurzije 38
3.1.3. Programi razmjene studenata i studiranje u inozemstvu 39
3.2. Partnerstva među internacionalnim sveučilištima 41
3.3. Učinci međunarodnih obrazovnih programa 43
3.3.1. Učinci na zemlju domaćina 44
3.3.2. Učinci na studente 45
3.3.3. Učinci na domicilnu državu 46
3.4. Učinci edukacijskog turizma na destinaciju 46
4. ULOGA EU U PROMICANJU OMLADINSKO- EDUKACIJSKOG TURIZMA 48
4.1. OBZOR 2020. 49
4.2. Bilateralni sporazumi 49
4.3.CEEPUS 50
4.4.ERASMUS + ... 51
4.4.1.Mobilnost u svrhu učenja za pojedince 53
4.4.2. Suradnja za inovacije i razmjena dobre prakse 55
4.4.3. Potpora reformi politike 57
4.4.4. Aktivnosti programa Jean Monnet 57
4.4.5. Sport 60
5. ERASMUS + MOBILNOSTI ZA STUDENTE I OSOBLJE U USTANOVAMA VISOKOG OBRAZOVANJA(UVO) I STRUKOVNOG OBRAZOVANJA I OSPOSOBLJAVANJA 62
5.1. Opće informacije 62
5.2. Profil ERASMUS studenta 64
5.3. Potražnja za ERASMUS programom 65
5.4. Motivi odlaska na ERASMUS mobilnost 67
5.5. Motivi odabira ERASMUS destinacije 69
5.6. Utjecaj ERASMUS programa na turizam 70
6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE 72
6.1. Ciljevi i metodologija istraživanja 72
6.2. Rezultati istraživanja 73
6.3. Testiranje hipoteza 86

7. POTENCIJALI RASTA OMLADINSKO-EDUKACIJSKOG TURIZMA NA PRIMJERU ERASMUS + PROGRAMA 101
8. ZAKLJUČAK 103
SAŽETAK 105
SUMMARY 106
LITERATURA 107
POPIS SLIKA 113
POPIS TABLICA 114
POPIS GRAFOVA 114

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih „grana“ u svijetu s konstantnom tendencijom rasta te je u turistička kretanja uključeno više od milijarde ljudi. Dok se 80ih godina prošlog stoljeća uz turizam uvijek vezala riječ masovnost, početkom 21.stoljeća turizam se razvija u suprotnom smjeru. Sve važnija su individualna putovanja, jedinstveni sadržaji, neotkrivene lokacije kao i različite podjele turista. Suvremeni se turizam transformirao, unificirani masovni ili „hard“ turizam je prerastao u individualni ili „soft“ turizam, podređen potrebama tržišnog segmenta.[1] Jedan izrazito rastući segment turističke potražnje je omladinski turizam. Zbog percepcije da su mladi loši potrošači do sada mu se nije pridavala velika pažnja, no budući prema nekim istraživanjima i 20% potražnje opada na ovaj tržišni segment, u posljednje vrijeme privukao je pažnju kreatora turističke politike.

Iako je većina mladih, napose studenata bila uključena u jednu vrstu omladinskog turizma, bilo kao zaposlenici u turizmu ili kao turisti, ne postoji jednoznačna i precizna definicija ove vrste turizma. Tako se često koristi ona Vukonića i Čavlek, koji kažu da je riječ o „turizmu u kojem sudjeluju mladi ljudi“.[2] Budući je ova definicija sažeta te nije u potpunosti definiran pojam mladih, u obzir se uzimaju osobe između 15 i 29 godina , međutim nije uvijek moguće da je dobna granica jedini kriterij jer se u obzir mora uzeti i stil i način života, zaposlenje, brak ili vlastita obitelj.

Definicija omladinskog turizma koju koristi WYSETC (World Youth Student & Education Travel Confederation) glasi: “Omladinska putovanja uključuju sva nezavisna i samostalna putovanja za period manji od jedne godine koja ostvaruju dobne skupine između 16 i 29 godina starosti, a koji su motivirani, djelomično ili u potpunosti, željom za upoznavanjem novih kultura, razvoja životnog iskustva i/ili koristima od formalnih ili neformalnih mogućnosti učenja izvan njihovih uobičajenih okruženja”.[3]

[1] Hendija, Z. ,(2002): Promjene u suvremenom društvu, trendovi u suvremenom turizmu, Turizam, god. 50, br.1., Institut za turizam, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb, str. 90-91.
[2] Vukonić, B., Čavlek, N.(2001): Riječnik turizma, Masmedia, Zagreb, str. 258.
[3] Moisa C.O.; Conceptual Clarifications Regarding Youth Travel; The Young Economist Journal, str. 7., Raspoloživo na: http://econpapers.repec.org/article/aiorteyej/v_3a1_3ay_3a2010_3ai_3a14s_3ap_3a98-106.htm (1.9.2015)

Iako se ovaj oblik turizma ponekad zove i studentskim, ove dvije vrste turizma nisu istoznačnice zato jer svi mladi koji putuju ne moraju biti i studenti.

Omladinski turizam počinje se razvijati u 18. stoljeću kada su djeca bogatih aristokrata odlazila na tzv. Grand Tour putovanja kako bi proširili svoja znanja i stvorili temelje za daljnju naobrazbu.[4] Zahvaljujući kontinuiranom trendu rasta u 2013. godini broj turističkih putovanja mladih je iznosio 200 milijuna, dok će prema UNWTO-u taj broj do 2020. narasti na 300milijuna.[5] Kako je moguće vidjeti iz navedenih podataka, ali i iz predviđenog daljnjeg rasta ova nova tržišna niša će imati sve veću ulogu u rastu turističke potražnje.

Omladinski turizam ili putovanja mladih imaju više svojih podvrsta. Najčešće korištena podjela je na: edukacijski turizam, volontiranje, „work and travel", kulturne razmjene, sport, avanturistički turizam te „leisure tourism".[6] Iako je svaka od navedenih vrsta izrazito važna, u daljnjem istraživanju veća pažnja će biti posvećena edukacijskom turizmu jer je upravo on karakterističan za mlađu dobnu skupinu dok ostale navedene podjele mogu biti i dijelovi drugih tržišnih niša i njihovi korisnici su svi turisti, nevezano za dob.

Edukacijski turizam kao podvrsta obrazovnog turizma se razvio iz rastućeg trenda usvajanja novih znanja, ali i prenošenja svojih znanja na druge, kao i poboljšavanje vlastitih sposobnosti izvan učionica. U edukacijskom turizmu naglasak je stavljen na upoznavanje s kulturom i novim znanjima, ili i rad i primjena znanja usvojenih u učionici u životnim okolnostima.[7] Jednako, autori Demeter i Bratucu također tvrde da je glavni fokus ovih putovanja na aktivnostima koje uključuju posjete drugim državama radi učenja o različitim kulturama kao što su programi studentske razmjene i studijska putovanja; ili rad i razvijanje različitih vještina izvan učionice u različitom i novom okruženju kao što su mnogobrojne međunarodne prakse.[8] Moguće je uočiti također i razliku između putovanja gdje edukacija nije osnovni motiv, već se prilikom svog odmora gosti educiraju o pojedinom aspektu turističke ponude

[4] Menegelo, J.(2012): Omladinski turizam u Republici Hrvatskoj-stanje i trendovi. Diplomski rad. Split: Ekonomski fakultet.

[5] ITB world travel trends report: youth travel, UNWTOYSE Travel Confederation, raspoloživo na: https://www.wysetc.org/2013/12/13/itb-world-travel-trends-report-youth-travel/ (2.9.2015)

[6] Demeter, T., Bratucu G.,(2014): Typologies of youth tourism, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, br 7(56)

[7] Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela, raspoloživo na: http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (2.9.2015)

[8] Blogspot(2009): Educational tourism, raspoloživo na: http://educatiionaltourism.blogspot.hr/(2.9.2015)

[9] Europe Direct Split: Općenito o EU, raspoloživo na: http://www.edicsplit.eu/eu/opcenito-o-eu (3.9.2015)

npr. kulturnim znamenitostima, te putovanja gdje je edukacija glavni motiv putovanja i boravka u destinaciji.

Europska unija (EU) kao ekonomska i politička zajednica 28 zemalja članica[9] želi svojem stanovništvu, posebno mlađoj dobnoj skupini omogućiti što lakši pristup obrazovanju te brojnim edukacijama te potiče razmjene među samim zemljama članicama. Potaknuta uspjehom ERASMUS (European Union Student exchange programme) programa pokrenutog 1987. godine, zahvaljujući kojem je 3 milijuna studenata te 300 000 akademskih zaposlenika iskoristilo priliku za sudjelovanje u mobilnosti u 33 europske države,[10] EU je odlučila osigurati nastavak programa i njegovu proširenu verziju pod imenom ERASMUS +.

Erasmus+, program je EU-a u području obrazovanja, osposobljavanja, mladih i sporta za razdoblje 2014.−2020.[11] Studenti, vježbenici, naučnici, učenici, odrasli polaznici, mladi ljudi, dobrovoljci, profesori, učitelji, voditelji osposobljavanja, osobe koje rade s mladima, stručnjaci u organizacijama koje djeluju u području obrazovanja, osposobljavanja i mladih čine glavnu ciljnu skupinu Programa.[12] Ako se obrati pozornost na glavnu ciljnu skupinu ovog programa, mlade tj. omladinsku populaciju, moguće je uočiti da su oni bitni sudionici u obrazovno-edukacijskom turizmu.

Uzimajući u obzir ciljnu skupinu, jasno je da ERASMUS program razmjene nudi mogućnost pojedincima za profesionalni rast i razvoj te promjenu životnog okruženja, prilika je za učenje stranog jezika, upoznavanje novih kultura, povećanje samopouzdanja, otvaranje novih horizonta, razvoj akademskih i osobnih vještina te zasigurno omogućuje i brojna putovanja, nove događanje i osigurava ugodno provedeno vrijeme. [13] Navedeni motivi svakodnevno potiču sve više sudionika da iskoriste mogućnosti ERASMUS + putovanja, ali i na taj način povećava se utjecaj sudionika na porast turističkih kretanja kao i na destinaciju koja je njihovo odredište.

Važni faktori na koje je potrebno posvetiti pažnju u ovom istraživanju su zasigurno motivi radi kojih sami studenti postaju korisnici ERASMUS + programa, te motivi odabira same

---

[10] Breznik, K.,Gologranc, G.,(2014): Erasmus mobility on the institutional level, Managment, knowledge and learning international conference, Portorož,str.1361

[11] Uredba (EU) br. 1288/2013 europskog parlamenta i vijeća od 11. prosinca 2013. o uspostavi programa „Erasmus+" : programa Unije za obrazovanje, osposobljavanje, mlade i sport raspoloživo na: http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0050:0073:EN:PDF (2.9.2015)

[12] Europska komisija (2015): ERASMUS + vodič program,str 23.

[13] Lesjak M., Juvan E., Ineson M. Yap M, Axelsson E. (2015): Erasmus student motivation: Why and where to go? Springer Science Business Media, Dordrecht, str. 7

destinacije koja je odredište studentima. Iako u ovim studentima leži veliki potencijal koji može pomoći turističkom sektoru u najvećem broju slučajeva još nisu utvrđeni načini kako korisnike ERASMUS + programa „iskoristiti“ i nakon njihove mobilnosti.

Zahvaljujući globalizaciji, internacionalizaciji te sve većoj savjesti mlađih osoba o važnosti međunarodne razmjene radi studiranja ili obavljanja prakse, svakodnevno se bilježi sve veći broj turističkih dolazaka koje možemo evidentirati kao edukacijski turizam. Destinacije koje su odredišta ovim osobama trebaju uvidjeti svoju priliku u ovom novom rastućem trendu za svoju promociju, ali i povećani dotok novčanih sredstava.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja proizlazi iz samog problema istraživanja, dakle istražen je trend rasta omladinskog turizma, s posebnim osvrtom na edukacijski turizam kao njegovu podvrstu. Trend rasta kretanja mladih ljudi zasigurno potiču i mnogobrojni programi Europske unije. Dok neki od njih potiču mlade na volontiranje, drugi im osiguravaju olakšan odlazak na studiranje na drugo internacionalno sveučilište ili praksu u nekoj drugoj državi EU. Posebno značajan program je ERASMUS + koji financijski olakšava mladima studentske boravke i prakse te na taj način ima direktni utjecaj na rast turističkih kretanja. Na primjeru više sveučilišta te sudionika ERASMUS + programa istražen je utjecaj na sam porast turističkih dolazaka u destinaciju, motivi odluke za korištenjem ERASMUS + programa, motivi izbora destinacije od samih sudionika programa te njihov utjecaj na buduću promociju destinacije. Zahvaljujući uzorku koji je prikupljen u više različitih država, te na više sveučilišta moguće je bilo usporediti rezultati i motivi. Na samom kraju istaknuti su prijedlozi, na koji način ERASMUS + može i ubuduće još intenzivnije pridonijeti promicanju ove vrste putovanja, a time i omladinskog turizma, kao i njegovog utjecaja na atraktivnost destinacija.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju definiranog problema te predmeta istraživanja mogu se postaviti sljedeće hipoteze:

H1 Studenti ERASMUS + programa imaju pozitivan utjecaj na rast turističkih dolazaka u destinaciji

Prema podacima koji će biti prikazani ovim istraživanjem dokazat će se da ERASMUS + program ima pozitivan utjecaj na turistička kretanja jer je većina studenata koji su boravili u jednoj destinaciji iskoristila su mnogobrojne prilike da vikendom posjete obližnje gradove, regije ili susjedne države. Osim toga većini sudionika su došli u posjet prijatelji ili rodbina te su na taj način i oni pozitivno utjecali na trend rasta turističkih kretanja.

H2 Studenti ERASMUS + programa su promotori destinacije u kojoj borave

Studenti za vrijeme svog boravka u destinaciji među svojim prijateljima, a posebno koristeći društvene mreže promoviraju destinaciju u kojoj se trenutno nalaze. Promocija također ide i u suprotnom smjeru tako su i promotori i svoje domicilne države.

H3 Društvene mreže predstavljaju glavni oblik promidžbe destinacije u kojoj borave mladi posredstvom ERASMUS + programa

Gotovo svi mladi su danas korisnici mnogobrojnih društvenih mreža. Zahvaljujući ovoj činjenici i sudionici ERASMUS+ programa zasigurno su doprinijeli promidžbi destinacije, ali utvrditi će se da li je to bio i glavni oblik promocije.

H4 Odluka studenata o mobilnosti preko ERASMUS + programa uvjetovana je financijskim potporama EU

Iako su danas svima jasne prednosti privremenog boravka u inozemstvu i pozitivni učinci na osobni i profesionalni rast i razvoj, veliki broj studenata zbog nedostatka financijskih sredstava si ne može to priuštiti. Financijskom pomoći koju je moguće dobiti od EU privremeni boravak u drugoj državi je olakšan velikom broju studenata.

H5 Glavni motiv odlaska na razmjenu putem ERASMUS+ programa jest edukacija na odabranom sveučilištu

Iako je veliki broj motiva utjecao na odlazak studenata na razmjenu potrebni je utvrditi glavni, kako bi se znalo kako lakše pristupiti idućim generacijama koji su potencijalni korisnici ovog programa

H6 Studenti su pretežito zadovoljni boravkom na odabranom Sveučilištu

Nakon povratka s mobilnosti utvrditi će se zadovoljstvo studenata.

H7 Postoji pozitivna i signifikantna veza između atraktivnosti ponude destinacije i odluke studenata o odabiru Sveučilišta

H8 Studenti ocjenjuju pretežito pozitivno kvalitetu sadržaja ponude destinacije

Za vrijeme svog boravka studenti se koriste sadržajima koji su predviđeni za turiste koji se kraće zadržavaju u navedenoj destinaciji, ali i sadržajima koje koristi domicilno stanovništvo. Ovim istraživanjem će se utvrditi njihovo zadovoljstvo dostupnim sadržajima

1.4. Ciljevi istraživanja

Kako je općenito cijeli turistički sektor u porastu, tako i većina njegovih specifičnih oblika, u ovom slučaju omladinski turizam te njegova podvrsta edukacijski turizam, bilježi konstantan broj turističkih dolazaka. Cilj samog istraživanja je ukazati na izrazitu važnost ovog novog trenda te njegove prednosti. Budući da su uvijek financijska sredstva presudna prilikom odabira za dodatnom edukacijom u stranoj državi ili odluke za studiranje u inozemstvu, mladi koriste brojne programa i inicijative EU kako bi financijske lakše podnijeli boravak u drugoj državi. Jedan od programa EU koji potiče mlade na mobilnost je i ERASMUS +. Samo istraživanje će ukazati značaj ERASMUS+ programa za turizam; njegov utjecaj na turističke boravke, promociju destinacije, kao i samu motivaciju studenata pri odabiru pojedine destinacije za odredište mobilnosti.

Osim glavnog cilja kao sporedne ciljeve ističemo:

- Teorijski istražiti temeljne pojmove koji su sadržaj istraživanja (omladinski turizam, edukacijski turizam,)
- Utvrditi trendove putovanja mladih
- Prikazati programe koje mladi koriste u svijetu, a utječu na njihovu mobilnost
- Detaljno analizirati programe EU koji potiču studentska kretanja
- Empirijski istražiti stavove mladih o samim motivima odlaska na ERASMUS + mobilnost, njihovom dojmovima te njihovom utjecaju na promociju

1.5. Metode istraživanja [14]

Prilikom izrade rada i donošenja zaključka koristiti će se navedene metode

- Induktivna metoda je sistemska i dosljedna primjena induktivnog načina zaključivanja u kojem se na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, a od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva i fakata dolazi se do općih zaključaka.
- Deduktivnom metodom se iz općih stavova izvode posebni, pojedinačni, iz općih postavki se dolazi do konkretnih pojedinačnih zaključaka, a iz jedne ili više tvrdnji izvodi se neka nova tvrdnja koja proizlazi iz prethodnih tvrdnji.
- Metoda analize je raščlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove te izučavanje svakog dijela za sebe i u odnosu na druge, odnosno cjeline.
- Metoda deskripcije je postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- Metoda komparacije je postupak uspoređivanje istih ili srodnih činjenica, pojava, procesa i odnosa, odnosno utvrđivanja njihove sličnosti u ponašanju i intenzitetu i razlika među njima. Ova metoda omogućava istraživačima da dođu do raznih uopćavanja, novih zaključaka koji obogaćuju spoznaju.
- Metoda anketiranja je metoda kojom se na temelju anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja. Ova je metoda pouzdana u tolikoj mjeri u kojoj su mjeri pouzdane same informacije prikupljene tom metodom.

Empirijsko istraživanje i prikupljanje podataka se provelo na više sveučilišta u europskim gradovima, ovisno o zainteresiranosti studenata, iako je na početku istraživanja predviđen uzorak od 100 studenata, sama brojka na kraju istraživanja je bila i veća. Istraživanje je provedeno na sveučilištima u Austriji, Španjolskoj, Hrvatskoj, Poljskoj, Njemačkoj, Češkoj, Portugalu, Francuskoj, Sloveniji, Švedskoj, Grčkoj i Italiji, a istraživanje se provelo metodom anketiranja posredstvom anketnog upitnika koji je bio u elektronskom obliku. Istraživanje je provedeno na slučajnom uzorku, odnosno na uzorku gdje svaka jedinica populacije (osnovnog

[14] Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka, str. 323-366.

skupa) ima jednaku vjerojatnost da bude izabrana. Slučajni uzorak sastavlja se prema određenim principima, koji odgovaraju zakonu slučaja.[15] Pitanja su formulirana na način da u potpunosti odgovore na postavljene istraživačke hipoteze, te se na temelju prikupljenih podataka prihvate ili odbace. Dobiveni podaci su obrađeni u statističkom programu IBM SPSS Statistics 20 (programski paket namijenjen statističkoj analizi podataka).

1.6. Doprinos istraživanja

ERASMUS + program Europske unije će se koristiti u razdoblju 2014.-2020. godine. Kao nastavak ERASMUS programa, koji je imao veliki uspjeh, predviđa se da će imati veliku ulogu u promicanju mobilnosti mladih te njihovim kretanjima. Kako su studenti akademske godine 2014/2015 prvi mogli koristiti sredstva iz ovog programa tako će ovo biti jedan od prvih radova u kojem su obrađeni podaci prikupljeni na tom uzorku studenata. Na hrvatskom jeziku je zabilježen jako mali broj radova koji obrađuju tematiku omladinskog turizma, te edukacijskog turizma kao njegove podvrste dok istraživanja o ERASMUS + programu nisu zabilježena tako će ovaj rad približiti ovu tematiku hrvatskoj stručnoj i akademskoj javnosti. Nadalje zahvaljujući dostupnosti podataka o studentima s više različitih sveučilišta te iz više država napravljena je komparacija motiva odlaska na ERASMUS mobilnost, motivi odabira destinacije kao i sam utjecaj na promociju. Na samom kraju su predočene smjernice koje mogu biti od pomoći kreatorima turističke politike, ali ovaj rad može biti i pomoć autorima u daljnjim istraživanjima ove tematike.

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad se sastoji od osam dijelova, uključujući uvod i zaključak. U uvodu rada govori se o problemu i predmetu istraživanja, postavljene su hipoteze koje su kasnije kroz rad prihvaćene ili odbijene, zatim se govori nešto više o ciljevima rada, doprinosu i strukturi rada.

U drugom dijelu rada definiran je sam pojam omladinskog turizma njegova povijest, obilježja te je prikazan trend rasta ovog oblika turizma. Također su prikazani statistički podaci te primjeri brojnih programa koji potiču rast ove selektivne vrste turizma.

[15] Pivac, S., Rozga, A. (2006): Statistika za sociološka istraživanja; Filozofski fakultet Split, Split, str. 25.

U trećem dijelu definiran je teorijski pojam edukacijskog turizma kao segmenta omladinskog turizma te njegova struktura. Prikazani su primjeri edukacijskog turizma u svijetu kroz partnerstva na sveučilištima te utjecaj ove vrste turizma na samu destinaciju.

Četvrti dio pažnju posvećuje samoj ulozi EU u promicanju razvoja obrazovno-edukacijskog turizma te njenoj ulozi na porast studentske mobilnosti. Prikazani su programi EU koji su do sada imali ulogu na rast ovog oblika turizma te njihov utjecaj.

Peti dio rada je posvećen samom programu ERASMUS +, trenutno najvažnijem programu za poticanje mobilnosti. Prikazan je teorijski osvrt na navedeni program njegove ključne mjere i aktivnosti kao i profil studenta koji su korisnici navedenoga programa.

Šesti dio je empirijski dio rada gdje su analizirani podaci o ERASMUS + programu te njegovom utjecaju na turizam. Nadalje, prezentirani su podaci prikupljenim posredstvom anketnog upitnika te je provedeno testiranje istraživačkih hipoteza navedenih u prvom dijelu rada, gdje su, uz detaljno obrazloženje, navedene hipoteze prihvaćene ili odbačene.

Sedmi dio rada su preporuke autora kako se mogu iskoristiti rezultati samog istraživanja te smjernice i prijedlozi turističkim djelatnicima, ali i samim studentima o utjecaju samog ERASMUS + programa i prilikama koje nudi.

U osmom, završnom, dijelu rada donesen je zaključak na temelju ukupnog rada i na temelju rezultata istraživanja. Nakon zaključka, navedena je korištena literatura, sažetak na engleskom jeziku te popis slika, grafikona i tablica.

2. OMLADINSKI TURIZAM

2.1. Pojam omladinskog turizma

Turizam je gospodarska „grana“ koju je radi velikog obuhvata jako teško definirati. Prema Petrić najčešće korištena definicija pojma turizam je ona autora Hunzikera i Krapfa, a kasnije proširena UNWTO (United Nations World Tourism Organization), a koja podrazumijeva turizam kao skup odnosa i pojava proizašlih iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, izvan uobičajene sredine, ne dulje od jedne godine, ukoliko time boravkom nije zasnovano stalno prebivalište i ukoliko s tim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.[16] Ako uzmemo u obzir razmjere koje turizam danas obuhvaća jasno je da je tokom vremena došlo do brojnih podjela. Tako turistička kretanja možemo klasificirati prema njihovim vrstama ili specifičnim oblicima. Weber i Mikačić navode neke od kriterija za razvrstavanje i sukladno njima specifične oblike turizma kao: mobilnost (boravišni, tranzitni, kružna putovanja); obilježja turističkog prostora (primorski, otočki, planinski, itd.); način organizacije putovanja (individualni, grupni); sadržaj boravka (zdravstveni, lovni, ribolovni, kongresni, kulturni, itd.); dob i obiteljski status (dječji, turizam mladih, obiteljski, turizam treće dobi); duljina boravka (glavni odmor, 2. ili 3. odmor, izletnički).[17] Iako su ovi autori naveli neke od mogućih podjela, razvojem i širenjem turističkog tržišta svakodnevno dolazi do novih podjela, te oblika turističkih kretanja. Zasigurno najopsežnija je ona podjela na specifične ili selektivne oblike turizma.

Specifične oblike turizma moguće je definirati kao posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda svojim sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača.[18]

Svaki selektivni oblik turizma ima svoje karakteristike, tako i omladinski turizam sa svojim podvrstama koji će biti detaljnije biti predstavljen u ovom radu. Radi trenda rasta u posljednje vrijeme je privukao pažnju većeg broja autora te je tako moguće pronaći različite njegove definicije. Zasigurno jedna od općenitijih definicija je ona autora Vukonića i Čavleka, koji

[16] Petrić, L.(2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split ,str. 13.
[17] Weber, S., Mikačić, V.(1999): Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb,str. 70-77.
[18] EFZG(2014)Specifični oblici turizma, raspoloživo na: http://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fweb.efzg.hr%2Fdok%2FTUR%2FTurizam%25E2%2580%2593terminologija_klasifikacija_i_povijesni_razvoj.ppt&ei=BUNVKe1EIS3PIOZgZAC&usg=AFQjCNH32bgHwcEwHvfPZ7bVqRKrwdypyQ&bvm=bv.74649129,d.ZWU&cad=rjt(1.9.2015.)

kažu da je riječ o „turizmu u kojem sudjeluju mladi ljudi“.[19] Navedenoj definiciji nedostaju dobni kriteriji, tako se često u literaturi spominje da su mlade osobe u rasponu od 15 do 29 godina, ali nije uvijek moguće da je dobna granica jedini kriterij jer se u obzir mora uzeti i stil i način života, zaposlenje brak ili vlastita obitelj.

Definicija omladinskog turizma koju koristi WYSETC (World Youth Student & Education Travel Confederation) glasi: “Omladinska putovanja uključuju sva nezavisna i samostalna putovanja za period manji od jedne godine koja ostvaruju dobne skupine između 16 i 29 godina starosti, a koji su motivirani, djelomično ili u potpunosti, željom za upoznavanjem novih kultura, razvoja životnog iskustva i/ili koristima od formalnih ili neformalnih mogućnosti učenja izvan njihovih uobičajenih okruženja”.[20] Radi detaljnog opisa pojma omladinskog turizma, navedena definicija je često citirana u radovima koji se bave ovom tematikom.

Prema Tadeju promjeni stava odnosno povećanom interesu za putovanja mladih ljudi poseban je doprinos dala Svjetska turistička organizacija (UNWTO), koja je u studenom 1991. Godine u New Delhiju održala Međunarodnu konferenciju o omladinskom turizmu. Činjenica da prva konferencija nije održana u jednoj od razvijenih zemalja, već na području svijeta u razvoju, utjecala je da mnoge od tih zemalja postanu svjesne koliku privlačnost njihove egzotične destinacije imaju za mlade ljude iz zemalja razvijenog svijeta.[21]

Zahvaljujući globalizaciji, većem pristupu informacijama, lakšoj prometnoj povezanosti, ali i promjeni načina života sve veći broj ljudi još za vrijeme svog školovanja uviđa prilike koje im se pružaju izvan svoje države, a i povećava se njihov interes za istraživanjem novih stvari te krajeva koji im nisu bili dostupni. Čak je moguće reći da su mladi „pioniri“ koji se prvi susreću s novim, neistraženim destinacijama jer vole otkrivati nepoznato te na taj način otkrivaju turistička odredišta, koja nakon toga zahvaljujući promotivnim kanalima ostvaruju u budućnosti samo rast.

[19] Vukonić, B., Čavlek, N.(2001): Riječnik turizma, Masmedia, Zagreb, str. 258.
[20] Moisa C.O.; Conceptual Clarifications Regarding Youth Travel; The Young Economist Journal, str. 7., Raspoloživo na: http://econpapers.repec.org/article/aiorteyej/v_3a1_3ay_3a2010_3ai_3a14s_3ap_3a98-106.htm (1.9.2015)
[21] Čorak S., Mikačić V.; Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno; Zagreb: Institut za turizam, 2006, str. 269.

2.2. Povijest razvoja omladinskog turizma

Kao početke razvoja omladinskog turizma može se uzeti razdoblje od sredine 16. stoljeća pa sve do sredine 19. stoljeća kada su u većem broju putovali pripadnici aristokracije i imućnijih trgovaca. Ova putovanja, poznatija pod imenom „Grand Tour of Europe“ postala su neizostavni dio školovanja mladih aristokrata. Putovanja su trajala 2-4 godine, a obuhvaćala su uglavnom zemlje Mediterana – kolijevke civilizacije i kulture. Ova putovanja se često nazivaju „pretečom pravih turističkih putovanja“.[22] Prvo organizirano putovanje mladih smatra se višednevni izlet kojega je 1909. godine poduzeo s grupom svojih đaka njemački učitelj Richard Schirrmann. On je tada kao prenoćišta za svoju đačku grupu koristio seoske škole, kao prve privremene hostele. Posve zaokupljen idejom da čitavu Njemačku premreži takvim hostelima nije posustajao pa je 1912. godine u srednjevjekovnome dvorcu Altena u Sauerlandu otvorio prvi stalni hostel na svijetu.[23]

Ideja omladinskog turizma se brzo širila te je do 1913. godine otvoreno 83 hostela u kojima je ostvareno više od 20 tisuća noćenja, a do ljeta 1931. godine u Europi je bilo čak 12 omladinskih hostelskih asocijacija koje su okupljale ukupno 2.600 hostela.[24]
Omladinski turizam i u Hrvatskoj ima prilično dugu tradiciju. Već u doba Austro-Ugarske Monarhije 1908. Godine na Sušaku se javljaju prve srednjoškolske i studentske organizacije koje su se bavile putovanjima mladih.[25] Također i otok Pag duguje dio svojih početaka turizma mladim studentima iz Čehoslovačke koji su davne 1925. godine bili jedni od prvih posjetitelja na ovom otoku. Budući da tada na otoku još nisu postojali pravi smještajni objekti, studenti su bili smješteni u učionicama Pučke škole.[26] Ipak je tek 1938. godine neposredno prije Drugog svjetskog rata počelo ozbiljno bavljenje omladinskim turizmom u smislu organizacije hotelskog smještaja, te je tada u Dubrovniku sagrađen prvi omladinski hostel u jugoistočnoj Europi.

Kao najvažnija organizacija za omladinski i studentski turizam ističe se Hrvatski ferijalni i hostelski savez koji se osniva 50-ih godina 20. stoljeća, čija je osnovna zadaća je bila

[22] Petrić,L. (2003): Osnove turizma. Ekonomski fakultet Split. Split
[23] Hrvatski ferijalni i hostelski savez: Veliki jubilej hrvatskih ferijalaca: 60 nam je godina tek!, Raspoloživo na : http://www.hfhs.hr/hr/izdvojeno/veliki-jubilej-hrvatskih-ferijalaca-60-nam-je-godina-tek-2849/5 (01.10.2010)
[24] Krešić D., Miličević K(2010):Kako osnovati i upravljati hostelom, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb str. 67.
[25] Čorak S., Mikačić V.(2006): Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, str. 271.
[26] Vukonić B.(2005): Povijest hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb, str. 114.

razvijanje omladinskog turizma i turističke kulture. Iako je ovaj oblik turizma prilično zapostavljen sve do izrade studije "Koncepcija dugoročnog razvoja omladinskog turizma u SR Hrvatskoj" iz 1987. godine, studijom je utvrđeno da je u to doba Hrvatska raspolagala sa 15 hostela i 57 dječjih odmarališta, koji su zajedno brojali oko 27 tisuća ležajeva, što je tada iznosilo 4,6 % ukupnog broja smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj.[27]

Sam početak Domovinskog rata utjecao je na pad turističke potražnje svih oblika turizma. Brojni smještajni objekti su uništeni, a i radi percepcije nesigurne države došlo je do stagnacije rasta turističkih kretanja. Početak 21. stoljeća je označio brojne promjene za omladinski turizam kako na globalnoj tako i na razini same Republike Hrvatske. Uviđa se važnost mladih kao bitnog turističkog segmenta, ulaže se u smještajne kapacitete za mlade, povećava se broj programa koji su njima prilagođeni kao i broj država koje svoje marketinške politike kreiraju s ciljem privlačenja ovog segmenta. Navedene činjenice su detaljnije obrazložene u samom nastavku ovog rada.

2.3. Glavna obilježja omladinskog turizma

Kada se govori o glavnim obilježjima omladinskog turizma prije svega možemo razlikovati određena opća obilježja koja se mogu primijeniti na većinu turista koji sudjeluju u omladinskom turizmu, kao i specifična obilježja koja su karakteristična za mlade samo s određenog geografskog područja ili određene dobne skupine.

Tako kao primjere specifičnih obilježja možemo uzeti činjenicu kako mladi iz SADa putuju u europske države provesti svoje ljetne praznike kako bi usavršili drugi strani jezik određene države, mladi iz Istočne Europe putuju u SAD tijekom ljetnih praznika kako bi osim turističkog razgledavanja zaradili određena novčana sredstva putem brojnih studentskih programa, niže dobne skupine mladih prilikom odabira destinacije većinom biraju one destinacije koje su poznate po zabavi, dok oni starijih dobnih skupina prilikom izbora destinacije, ako se radi o duljem boravku, imaju na umu i kakav će to utjecaj imati na njihovu profesionalnu budućnost.

Osim životne dobi (15-34 godine), razlikujemo veliki broj općih obilježja po kojima je turiste iz segmenta omladinskog turizma moguće razlikovati od ostalih turista. U nastavku će biti navedeni samo neki od njih.

[27] Čorak S., Mikačić V. (2006): Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, str. 271.

Motivi za putovanje

Za razliku od klasičnih turista, kod kojih je glavni motiv turističkog putovanja odmor i sudjelovanje u tzv. dokoličarskim aktivnostima, motivi putovanja mladih su mnogo raznovrsniji. Glavni motivi putovanja mladih, osim dokolice i razonode, uključuju i upoznavanje novih kultura i običaja, upoznavanje novih ljudi, duhovni razvoj, školovanje, zabava, osobni razvoj, profesionalni razvoj, učenje stranih jezika te doživljaj destinacije u kojoj borave kroz intenzivnu komunikaciju i kontakte s domicilnim stanovništvom.

Planiranje putovanja (mladih)

Mladi imaju ponešto drugačiji pristup planiranju i organizaciji turističkog putovanja. Njihova putovanja su najčešće vrlo detaljno isplanirana i pripremljena. Mladi putnici svoja putovanja planiraju detaljno i precizno zbog najčešće vrlo ograničenog proračuna koji im je dostupan za putovanje. S druge strane, njihov pristup planiranju itinerera turističkih putovanja je mnogo samostalniji od pristupa klasičnih turista. Oni su spremni na česte i iznenadne promjene putnih itinerera i imaju vrlo fleksibilan program putovanja. Stoga su njihova putovanja najčešće individualna, a vrlo rijetko se odlučuju na organizirana putovanja odnosno na unaprijed pripremljene programe od strane turističkih agencija ili tour operatora. Planiranje putovanja ovisi i o samoj motivaciji odlaska na navedeno putovanje. U slučaju dužeg boravka prije samog putovanja trebaju se uzeti u obzir i određene akademske obveze, te mogućnosti izostanka na predavanjima. Zato se najveći broj putovanja veže za vrijeme blagdana ili ljetnih praznika.

Trajanje turističkog putovanja

Ova turistička putovanja traju znatno duže od klasičnih turističkih putovanja. Dok klasična turistička putovanja uobičajeno traju između 7 i 14 dana, turistička putovanja u omladinskom turizmu uobičajeno traju nekoliko tjedana, a ponekad mogu potrajati i nekoliko mjeseci ili čak cijelu godinu.

Dolazak do destinacije

Mlade putnike karakterizira veća sklonost ka netradicionalnim vrstama prijevoza do željene destinacije. Dok tradicionalni turisti za dolazak do željene destinacije većinom koriste klasična prijevozna sredstva (prijevoz osobnim automobilom, autobusom ili zračni prijevoz) turisti mlađe dobi, uz ove vrste prijevoza, učestalo koriste i manje uobičajene tipove prijevoza kao što je npr. javni prijevoz, stopiranje, željeznički prijevoz, rent-a-car, a u posljednje

vrijeme izrazito je zastupljena opcija „bla bla car“ gdje pomoću mobilne aplikacije mladi mogu pronaći osobe koje putuju u destinaciju, te s njima podijeliti trošak prijevoza.

Smještaj u destinaciji

Važno obilježje mladih putnika je njihova sklonost jeftinijim vrstama smještaja. Brojna istraživanja su pokazala da su oni skloniji svoj ograničeni budžet za turističko putovanje trošiti na različite aktivnosti koje im se u destinaciji nude nego na smještaj u smještajnim objektima visoke kategorije. Stoga ovaj tip turista većinom odsjeda u hostelima, privatnom smještaju ili hotelima niže kategorije, kod rodbine ili prijatelja, kampovima ili sudjeluju u *couchsurfingu*- program preko kojeg je moguće dobiti besplatan smještaj u određenoj destinaciju samo je potrebno pronaći domaćina koji će vas ugostiti.

Aktivnosti u destinaciji

Ova kategorija turista mnogo je aktivnija od klasičnih turista, u intenzivnom je kontaktu s lokalnim stanovništvom te je, u odnosu na klasične turiste, sklonija svjesnom poduzimanju rizika tijekom sudjelovanja u različitim aktivnostima. Stoga mladi putnici češće sudjeluju u različitim vrstama fizički zahtjevnijih aktivnosti poput bungee jumpinga, paraglidinga, planinarenja, ekstremnog biciklizma i sl.[28]

2.4. Prijevozna sredstva i smještaj korišteni u omladinskom turizmu

Prijevoznim sredstvima, kao i korištenim vrstama smještaja u omladinskom turizmu zajednička je karakteristika cijena. Tako mladi na ovu stavku pokušavaju potrošiti što manje količine novca. Od ukupnog budžeta koji je u prosjeku 2600 američkih dolara, oko 40% se odnosi na trošak puta. Pri tome moramo uzeti u obzir da se radi o trošku prijevoza prilikom dolaska u destinaciju kao i o trošku unutar same destinacije. Ako podijelimo mlade s obzirom na njihovo geografsko porijeklo, najveći budžet imaju oni iz Sjeverne Amerike, 3300$, radi relativno velikih troškova prijevoza do destinacije, dok najmanji budžet pripada Europljanima s oko 2300$ po izletu. Naravno budžet ovisi u velikoj mjeri o izboru same destinacije tako najviše novca potroše oni koji putuju u Australiju, Novi Zeland, Sjevernu ili Južnu Ameriku jer je trošak dolaska do destinacije izrazito visok, dok oni koji posjećuju Europu ili

[28] Krešić D., Miličević K.(2010): Kako osnovati i upravljati hostelom, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb str. 10-11.

Mediteranske države imaju manje troškove. Na stavku smještaja u prosjeku opada 18% te su tako ove dvije stavke najveći dio budžeta omladinskog turizma.

2.4.1. Najčešće korišteni oblici smještaja u destinaciji

Istraživanjem koje je 2005. godine proveo UNWTO u suradnji s WYSETC-om utvrđeno je da čak 50% mladih putnika boravi u hostelima, dok njih oko 44% boravi u hotelima nižih cjenovnih razreda. Preostalih 6% boravi u privatnom smještaju, kod rodbine i prijatelja u kampovima te u drugim vrstama smještajnih kapaciteta. U tablici 1 su prikazani smještajni kapaciteti koje mladi putnici koriste tijekom svog turističkog putovanja prema istraživanju iz 2007godine.

Tablica 1. Vrste smještajnih objekata korištenih na zadnjem putovanju (2007 godina)

Vrsta smještajnog objekta	%*
Hotel	61,5
Hostel	47,6
Smještaj kod rodbine i prijatelja	36,1
Pansion	19,9
Soba u privatnom smještaju	18,9
Apartmani	11,5
Kampovi, Pokretni domovi	8,9
Ostalo	12,6

* Zbroj je veći od 100% jer se tijekom turističkog putovanja koristi više različitih vrsta smještajnih objekata.

Izvor: Youth Travel Accommodation International,Travel & Tourism Analyst, Mintel, 2009.

U nastavku će biti prikazana obilježja objekata koji su namijenjeni smještaju korisnika omladinskog turizma:

- Broj objekata namijenjenih smještaju turista mlađe životne dobi se sve više povećava. Najviše se povećava broj nezavisnih hostela kojih trenutno u svijetu ima oko 15 tisuća i koji čine oko dvije trećine svjetske hostelske ponude;

- Većina hostela je u privatnom vlasništvu ili su uključeni u hostelska udruženja kojima upravljaju neprofitne organizacije;
- Hosteli su obično smješteni u gradovima i raspolažu kapacitetima između 50 i 200 ležajeva;
- Prosječna starost hostela je znatno manja od starosti hotelskih smještajnih kapaciteta, a veliki broj ih je izgrađen u posljednjih 10-ak godina;
- Hosteli sve češće velike spavaonice pretvaraju u dvokrevetne ili trokrevetne sobe s vlastitim sanitarnim čvorovima kako bi se prilagodili novim tržišnim trendovima;
- Hostel u prosjeku zapošljava 15 osoba;
- U prosjeku jedan zaposlenik hostela opslužuje 8,5 soba;
- Prosječna dužina boravka gostiju u hostelu je 3,5 dana, najduži boravak se ostvaruje u hostelima u Australiji i Oceaniji, a najkraći u Europi;
- Internet je najvažniji izvor informacija o hostelskom smještaju kao i najvažniji prodajni kanal;
- Velika većina gostiju hostela svoj smještaj rezervira unaprijed;
- Prihodi ostvareni od smještajnih usluga predstavljaju najvažniji izvor poslovnih prihoda hostela dok pojedini hosteli značajan dio prihoda ostvaruju i od ugostiteljske djelatnosti;
- U prosjeku, cijena ležaja u klasičnoj dvokrevetnoj sobi u hostelu je oko 1,7 puta veća od cijene ležaja u velikim spavaonicama ali ovaj podatak varira u odnosu na regiju kao i u odnosu na vrstu hostela;
- Prosječna godišnja stopa iskorištenosti hostelskih smještajnih kapaciteta je nešto manja od 50%.[29]

2.4.2. Prometna sredstva koja se koriste u omladinskom turizmu

Promet je jedan izrazito važan čimbenik u turizmu jer omogućava dolazak do same destinacije kao i kretanje u toj destinaciji. Vodeće turistički receptivne zemlje svijeta odlikuje jako dobra prometna povezanost s emitivnim tržištima.

Postoje više vrsta čimbenika koji će utjecati na izbor prijevoznog sredstva, a u nastavku su nabrojani neki do njih:

- Izbor destinacije

[29] Krešić D., Miličević K.(2010): Kako osnovati i upravljati hostelom, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb str. 15-16

- Trajanje putovanja
- Način na koje je putovanje organizirano
- Razina raspoloživih informacija
- Dostupnost informacija
- Postojeće mogućnosti u prijevozu
- Dostupnost drugih vrsta prijevoza i informacija o njima
- Kupovna moć pojedinca
- Trošak prijevoza[30]

Kada govorimo o zastupljenosti pojedinih vrsta prijevoza u međunarodnom turizmu, prema istraživanju UNWTO-a iz 2007. godine 47% opada na zračni prijevoz, 42% na kopneni, 7% na vodeni i 4% na željeznički. Kada govorimo o omladinskom turizmu, mobilnost mladih prometnim sredstvima treba razmatrati u dva različita konteksta: mobilnost prilikom dolaska do same destinacije i mobilnost unutar destinacije. Mladi turisti prilikom dolaska do same destinacije u najvećem broju slučajeva preferiraju zračni promet (82 %) i željeznički promet (30 %). Ovaj zaključak je donesen prema anketi provedenoj 2003. godine na uzorku od više od 2 300 mladih iz različitih zemalja. Dominantnost zračnog prometa prilikom putovanja do destinacije je ponovno potvrđena 2007. godine u anketi provedenoj na više od 8 500 mladih iz različitih zemalja.[31]

Što se tiče mobilnosti mladih unutar same destinacije, prema anketi provedenoj 2007. godine čak 62,5 % mladih turista se izjasnilo da preferiraju prijevoz autobusom, na drugom mjestu je automobil sa 45 %, na trećem mjestu željeznički promet sa 42,5 % dok je zračni promet zastupljen sa 32,5 % na četvrtom mjestu. Mnogo manje zastupljeni su bicikli, mopedi i motocikli te sve druge vrste prometnih sredstava koje uključuju i vodeni promet. Važno je napomenuti i činjenicu da se ova prometna sredstva koriste unutar destinacije izvan velikih gradova. Pomoću ankete provedene 2003. godine ispitivala se mobilnosti studenata unutar jednog grada. Naime, u toj anketi hodanje je bio dominantan način transporta unutar destinacije (60 %), zatim tramvaj, podzemna željeznica ili lokalni autobus (54 %), te konačno,

[30] Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. (2011): Turizam-Ekonomske osnove i organizacijski sustavi, Školska Knjiga, Zagreb, str. 196.
[31] Richards G., Wilson J.; New Horizons in Independent Youth and Student Travel: Today's Youth TravellersTomorrow's Global Nomads; ISTC, ATLAS, str. 18., raspoloživo na: http://www.atlaseuro.org/pages/pdf/FINAL_Industry_Report.pdf(1.10.2015)

lokalni željeznički promet (42 %).[32] Kao što je moguće primijetiti, i u ovom istraživanju rezultat je veći od 100% iz razloga što se tokom jednog putovanja koristi kombinacije više vrsta prijevoznih sredstava.

2.5. Potražnja u svijetu i Europi

Brojne studije o turizmu naglašavaju kako segment omladinskog turizma sve više raste. Mladi ljudi iz cijelog svijeta sve više putuju, više troše te istražuju nove destinacije. Omladinski turizam je dugo bio okarakteriziran kao jako mali dio turističke industrije, a glavna obilježja su mu bila niska potrošnja i jeftine cijene. U posljednje vrijeme slika omladinskog turizma se promijenila. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) procjenjuje da omladinski turizam generira 182 milijarde US$ prihoda 2012. godine u turističkim prihodima. Broj međunarodnih turističkih dolazaka prelazi milijardu, a na omladinski turizam opada 20% ove brojke. Prosječan trošak putovanja iznosi 910 US$. UNWTO predviđa da bi se broj međunarodnih putovanja mladih ljudi mogao bi se povećati sa 200 milijuna putovanja godišnje koliko ih je zabilježeno u ovom trenutku na 300 milijuna do 2020. Najvažnije tržište u omladinskom turizmu je ono europsko koje predstavlja gotovo polovinu svjetskog tržišta sa 93 milijuna putovanja za turiste između 15 i 29 godina prema IPK International's European Travel Monitor iz 2011 godine. Dok se u Europi ostvaruje gotovo polovina svih putovanja, u omladinskom turizmu sudjeluje 23% mladih Europljana. Najveći dio Europljana ide na relativno kratka putovanja koja traju do 7 noćenja te troše u prosjeku 900 US$. Najveća 3 tržišta su Njemačka (17 milijuna putovanja), Francuska (7,9 milijuna) te UK (7.3 milijuna). [33] Prema The World Youth, Student and Educational Travel Confederation (WYSE) posebno značajnu ulogu imaju ona putovanja kojima su glavni motivi volontiranje, studiranje u inozemstvu ili radno iskustvo jer duže traju, ali su i ujedno skuplja.

Prema izvještaju IPK International i ITB Berlin iz 2015. godine, mladi u dobi od 15 do 24 godine su zaslužni za 54 milijuna turističkih putovanja te pri tome ostvarili 430 milijuna noćenja. Uspoređujući stanje iz 2007. s trenutnim promijenila su se preferirana odredišta. Tako su 2007. godine vodeće na europskom tržištu bile Španjolska, Francuska, Italija i Velika Britanija. Svaka od navedenih država je ostvarila pad od jedan do dva posto godišnje; tako od

[32] Richards G.; New Horizons II - The Young Independnet Traveller, WYSETC, str. 24., raspoloživo na: http://www.scribd.com(1.10.2015)
[33] ITB world travel trends report 2013/2014 raspoloživo na: http://wysetc.files.wordpress.com/2013/12/wttr_report_2014_web.pdf(2.10.2015)

2013. godine Njemačka postaje vodeća europska destinacija u omladinskom turizmu. Ovaj uspjeh Njemačka može zahvaliti svjetskom prvenstvu u nogometu 2006. godine kojemu su bili domaćini, a daljnjim ulaganjem u marketing privlače sve veći broj mlađe populacije. Porast u broju turističkih dolazaka također bilježe Švedska, Hrvatska i Nizozemska. Kada govorimo o najvažnijim gradovima koji su odredišta omladinskog turizma, na vodećim pozicijama su se smjestili London, Pariz, Copenhagen, Munich, Berlin i Amsterdam.

Kako se mijenjaju tržišta i trendovi u turizmu na globalnoj razini, tako dolazi i do promjena u omladinskom turizmu i ciljanih odredišta. Iako su Sjeverna i Zapadna Europa i dalje glavna odredišta, zabilježen je pad dolazaka koji su se preusmjerili u neke nove, neotkrivene i nepoznate destinacije.

Europa i Sjeverna Amerika, kao što je već navedeno, zadržale su poziciju tržišnog lidera u omladinskom turizmu, ali je došlo do značajnog rasta turističkih dolazaka na području JI Azije, Australije, kao i određenih dijelova Afrike što možemo pripisati boljoj prometnoj povezanosti te globalizaciji koja svakim danom čini sve dostupnijim i najudaljenije krajeve svijeta, a budući da su do sada bili neistraženi i nepoznati, predstavljaju izrazito zanimljive destinacije za turiste mlađe životne dobi. Koliko je bitan ovaj tržišni segment za udaljene destinacije potvrđuje i istraživanje Tourism Australia. Tako je 2009. godine od ukupno 5 milijuna turističkih dolazaka u Australiji, gotovo trećina ili 1.6 milijuna turista spadali u dobnu skupinu od 15-29 godina ili u omladinski turizam.

2.6. Trendovi koji uzrokuju rast u omladinskom turizmu

Brojni su trendovi, kao i karakteristike omladinskog turizma koji uzrokuju njegov kontinuirani rast. S porastom broja mladih obrazovanih ljudi, povećava se broj mladih koji se nađu u situaciji da imaju slobodno vrijeme između završetka srednje škole i upisa na fakultete, ili od kraja fakulteta do pronalaska željene stalne radne pozicije. Ovo vrijeme je idealna prilika za sudjelovanjem u omladinskom turizmu bilo da je to kraće putovanje u trajanju 7 dana ili duži boravak kao što je određena praksa ili volonterski program.

Anketa koju je proveo WYSE na uzorku od 34 000 mladih ljudi (do 35 godina) u 137 država, ukazuje na promjene koje se događaju na tržištu omladinskog turizma. Tako 45% ispitanika putuje na odmor, dok 38% ispitanika putuje radi edukacijskih razloga (učenje jezika, studiranje…), oko 15% ispitanih putuju radi radnog iskustva, a 5 % sudjeluju na volonterskim projektima. Pad onih kojima je glavni cilj odmor i putovanje može biti uzrokovan velikim

porastom nezaposlenih mladih ljudi koji koriste svoje slobodno vrijeme za „work and travel“, edukacijske ciljeve ili kulturno iskustvo. [34]

Što se tiče odabira same destinacije, Sjeverna i Južna Europa su i dalje glavne destinacijske regije, ali ostvaruju blagi pad, dok izrazit trend rasta bilježe Sjeverna i Južna Amerika, područje Azije i Pacifika te Afrika.

U nastavku će biti navedene samo neke od karakteristika koje UNWTO u svom izvješću „The power of youth travel“ iznosi kao razloge zašto omladinski turizam bilježi rast:

- Mladi su često bolji potrošači od ostalih turista;
- Mladi se rado opet vraćaju u destinaciju koju su već prije posjetili;
- Mladi rjeđe odustaju od svojih putovanja radi terorističkih napada, političkih i civilnih prepreka ili prirodnih katastrofa;
- Mladi su „pioniri“ koji otkrivaju nove destinacije;
- Mladi se ne suspržu od korištenja novih tehnologija;
- Mladi koriste kulturne prednosti njihovog putovanja i rado doprinose destinaciji koju su posjetili.[35]

2.7. Podjela omladinskog turizma

Omladinski turizam je izrazito širok pojam te kao takav ima veliki broj podjela. Na samom početku rada, istaknuto je kako je teško odrediti dobnu granicu za pripadnike omladinskog turizma, jednako je teško, ako ne i gotovo nemoguće, odrediti sve podjele kojima se razvrstava omladinski turizam. Većina podjela se preklapa te nije jasno definirana. U nastavku će biti prikazana podjela omladinskog turizma koja je najčešće korištena te su je u svojim radovima koristili Moisa[36], a potom Demeter i Bratucu[37].

Kao i sam turizam, omladinski turizam ima više oblika koji su prije svega određeni motivacijom mladih ljudi. Najpoznatiji oblici su edukacijski turizam, volonterski programi,

[34] ITB world travel trends report 2013/2014 raspoloživo na: http://wysetc.files.wordpress.com/2013/12/wttr_report_2014_web.pdf(2.10.2015)
[35] WYSE Travel Confederation; The power of youth travel, AM Reports; 2., raspoloživo na: http://www.wysetc.org/?page=PowerYouthTravel(5.10.2015)
[36] Moisă, C. (2010): Aspects of the youth traveldemand, Annales UniversitatisApulensis - Series Oeconomica,12(2), 575.str
[37] Demeter, T., Bratucu G.,(2014): Typologies of youth tourism, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, br 7(56)

„Work and Travel“ programi, kulturne razmjene, sportski i avanturistički turizam te odmorišni turizam.

2.7.1. Edukacijski turizam

Glavni motiv sudionika u edukacijskom turizmu je stjecanje novih znanja i vještina ili daljnje usavršavanje. Postoje brojni načini sudjelovanja u ovom obliku turizma, kao što su ljetne škole i kampovi, programi usavršavanja stranog jezika, programi razmjene studenata te samo studiranje u drugoj državi. Ovaj oblik turizma će biti detaljnije razrađen u sljedećem poglavlju.

2.7.2. Volontiranje

Volontiranje je prije svega bio pojam koji se nije mogao povezati s turizmom, a kod nas je definirano Zakonom o volonterstvu (NN 58/07). Volontiranjem se, u smislu ovoga Zakona, smatra dobrovoljno ulaganje osobnog vremena, truda, znanja i vještina kojima se obavljaju usluge ili aktivnosti za dobrobit druge osobe ili za opću dobrobit, a obavljaju ih osobe na način predviđen ovim Zakonom, bez postojanja uvjeta isplate novčane nagrade ili potraživanja druge imovinske koristi za obavljeno volontiranje ako ovim Zakonom nije drukčije određeno[38]. Razvojem brojnih specifičnih oblika turizma i odmicanjem od masovnosti javlja se još jedna vrsta turizma, a to je volonterski turizam. Volonter mora imati neki altruistični motiv, odnosno volonter turist mora imati altruističku aktivnosti tijekom odmora. Volonter turistom smatraju se: Oni turisti koji su, iz različitih razloga, tijekom svog boravka u drugoj destinaciji, uključivani u pomaganje ili ublažavanje materijalnog siromaštva nekih skupina u društvu, restauracija pojedinih sredina ili znanstvenog aspekta društva ili okoline. Samim početkom ovog oblika turizma smatra se početak 20. stoljeća kada je švicarski poduzetnik Pierre Ceresole, užasnut posljedicama Prvog svjetskog rata, osnovao Service Civil International (SCI), organizaciju volontera koji pružaju pomoć najpotrebnijima[39].

Iako ne postoje jasni podaci koliko je turista danas uključeno u volonterski turizam, jasno je da je ovaj trend u porastu, a procjenjuje se da godišnje volontira 1,6 milijuna turista. U

[38] Zakon o volonterstvu, raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/258/Zakon-o-volonterstvu(01.10.2015.)
[39] Tomazos, K., Butler, R.W.(2009): Volunteer tourism: the new ecotourism?,Anatolia: an International Journal of Tourism and Hospitality Research, br. 1, p.25-38.

Velikoj Britaniji 73% odraslih je sudjelovalo bar u jednoj volonterskoj aktivnosti u 2007. godini; u Australiji je 4,5 milijuna ljudi sudjelovalo u volonterskim akcijama 2006. godine, dok su u SAD-u volonteri osigurali besplatan rad za više od 40 tisuća neprofitnih organizacija.[40] Proučavajući brojna istraživanja moguće je primijetiti da značajan udio u volonterskom turizmu otpada na studente, zato jer su najčešće mjesta gdje se odvijaju volonterski projekti udaljeni i neistraženi krajevi koji privlače ovu dobnu skupinu.

Zadovoljstvo volonter turista ipak ovisi o sljedećim elementima: prilika za stjecanje novih vještina ili znanja, druženju, doživljaju novih stvari i doprinos isplativosti projekta. Europski volonteri turisti da bi sudjelovali u volonterskom turizmu, od projekata očekuju kratkoročne i dugoročne koristi za okoliš. U projektu mora biti uključen volonterski rad na način da se poboljša prirodni okoliš, da se uči o lokalnoj flori i fauni, te da im se omogući interakcija sa lokalnim stanovništvom. Za razliku od europskih volontera turista, američki volonteri turisti za sudjelovanje u volonterskom turizmu traže od projekta priliku za učenje i razvoj, te aktivno sudjelovanje u rješavanju problema lokalne zajednice. [41]

Većini turista koji volontiraju to nije jedini razlog dolaska već žele istražiti destinaciju i dulje se zadržati u njoj nego da su došli samo na godišnji odmor, a pri tome svojim boravkom pomažu i lokalnoj zajednici. Također razlikuju se projekti na kojima studenti volontiraju ovisno o njihovoj dobi. Prema istraživanju Tourism NT-a[42] provedenom u Australiji najčešći motiv volontiranja je pomoć djeci u školama (24%) ili izgradnja lokalne zajednice (12 %). Kada govorimo o razlici među dobnim skupinama, mlađe generacije (do 30 godina) se najčešće odlučuju za volontiranje u školama dok starije dobne skupine (30 godina i više) preferiraju izgradnju i pomoć lokalnoj zajednici te rad u bolnici.

Ne postoje točne statistike koje prikazuju dimenzije tržišta volonterskog turizma, međutim sva istraživanja kažu da je ovo tržište svakodnevno u porastu. Zabilježen je rast volonterskih projekata, kao i broj turista koji se u njih uključuju.

- Prema podacima iz 2004. godine više od 800 organizacija su nudile volontiranje u 200 različitih država;

[40] Moisă, C. (2010): Aspects of the youth travel demand, Annales Universitatis Apulensis - Series Oeconomica,12(2), str. 575
[41] Volonterski turizam i njegov razvoj kroz neprofitne organizacije na području Splita, raspoloživo na: http://e-lib.efst.hr/2011/2092158.pdf (05.10.2015.)
[42] Volonterski turizam, raspoloživo na: http:/www.tourismnt.com.au/Portals/3/docs/research/intl_volunteer_tourism.pdf(05.10.2015.)

- 2006. vrijednost volonterskog turizma je procijenjena na 150 milijuna US$;
- U 2008. godini prema istraživanju Turističkog marketinga u anketi provedenoj među 300 organizacija utvrđeno je da je tržište volonterskog turizma 1.6 milijuna godišnje čija potrošnja vrijedi £1.3 milijardi;
- 2008. godine tržište zapadne Europe je bilježilo rast 5-10%;
- U 2012. godini, 35% odraslih se izjasnilo da bi htjeli iskušati putovanje s uključenom komponentom volontiranja dok je 6% ispitanih to već učinilo.

Prema anketi GeckoGo's u nastavku su navedene preferenciju turista volontera:

- trajanje: 44% preferira putovanja duža od mjesec dana, dok njih 42 % se odlučuje za putovanja između dva tjedan i mjesec dana;
- destinacije: najtraženije su Peru (23%) i Brazil (14%);
- vrste projekta: 62% humanitaran rad, 56% zaštita okoliša, 56% podučavanje, 53% razvoj zajednice i 28% izgradnja.[43]

2.7.3. „Work and travel" programi i međunarodne prakse

„Work and travel" programi te međunarodne prakse su najbolji izbor za one mlade koji žele zaraditi određena novčana sredstva, putovati, ali i steći internacionalno iskustvo. Kada govorimo o „Work and travel" putovanjima, mladi koji putuju su većinom zaposleni u određenoj firmi tijekom ljetnih praznika (3 mjeseca). Tokom tog razdoblja imaju priliku za zaradom, putovanjima ili učenjem jezika. Nakon odrađena 3 mjeseca, u slučaju da se radi o SAD-u viza im vrijedi još mjesec dana koja mogu iskoristiti samo za putovanja ili odmor. Program je prvo počeo u SAD-a, ali danas njegove inačice nalazimo i u Australiji, Kanadi, Grčkoj, Španjolskoj, Francuskoj i Velikoj Britaniji.

Prema istraživanjima UNWTO-a 7% globalnog tržišta mladih je povezano putem ovog programa, a ovi turisti u prosjeku potroše 3200 američkih dolara, s tim da je 40% troška pokriveno radom u samoj destinaciji.[44]

[43] Volunteertourism, raspoloživo na: http://volunteertourismviews.wordpress.com/(15.9.2014.)
[44] UNWTO, World Tourism Barometer 2011 Raspoloživo na: http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2011_05.pdf (15.10.2015)

Programi međunarodnih praksi su izrazito rašireni te ih je moguće pronaći tj. obavljati praksu neovisno o godišnjem dobu ili o studijskom program kojeg završavate. Međunarodne prakse mogu biti u trajanju od mjesec dana pa sve do godine dana. Također postoje brojne opcije od onih koji imaju plaću, do praksi koje nisu plaćene, ali nude se razne kompenzacije kao smještaj ili hrana tokom obavljanja same prakse. Prakse je moguće pronaći na brojnim stranicama međunarodnih organizacija, koje će vam vjerojatno uz određenu naknadu rado biti posrednik prilikom odabira vaše željene prakse i destinacije. Neke od organizacija koji su poznati kao posrednici u pronalasku međunarodne prakse su Spain internship, Italy internship, AIESEC, IAESTE, Internships, Go abroad, Internship programs, Graduateland, Dream careers, Global internships i brojni drugi.

Prednosti odlaska na međunarodnu praksu su brojne. U nastavku će biti navedeni samo neke od prednosti:

- Učenje novih znanja i vještina;
- Priliku za usavršavanje komunikacijskih i vještina rada u timu;
- Stjecanje znanje direktno od ljudi koji su profesionalci u navedenoj struci;
- Stjecanje osjećanja odgovornosti;
- Prijelaz između škole akademskog obrazovanja u profesionalni život;
- Ostvarenje zadovoljstva doprinosom organizaciji svojim radom;
- Učenje novog jezika ili usavršavanje već postojećih vještina;
- Ostanak u organizaciji nakon završetka prakse;
- Međunarodno okruženje i nova poznanstva.

2.7.4. Kulturne razmjene

Kulturne razmjene možemo definirati kao razmjene pojedinaca između različitih država. Ovi programi omogućuju studentima različitih kulturoloških, religijskih, geografskih ili socio-ekonomskih pozadina da razviju bolje razumijevanje različitosti u njihovoj domicilnoj državi, ali i u svijetu. Na ovaj način je omogućena razmjena kultura te stjecanje novih jedinstvenih iskustava. Kulturne razmjene između mladih su počele nakon drugog svjetskog rata kada su promovirane razmjene kultura kako bi se izbjegli sukobi u budućnosti. Na početku su se te razmjene odvijale putem pisama, no danas razvojem tehnologije i komunikacijskih alata ovaj oblik razmjene je unaprijeđen i češće se odvija uživo, a rjeđe posredno raznim komunikacijskim alatima.

Danas se programi kulturne razmjene odvijaju na taj način da tokom programa mladi imaju priliku živjeti u drugoj državi u domicilnoj obitelji, kreći ili duži period te se na taj način upoznati s drugom kulturom.[45] Glavni cilj kulturne razmjene je da mladi uče od drugih kulturama ili zajedno s njima pronalaze konkretna rješenja problema.

2.7.5. Sportski i avanturistički turizam

Sportski i avanturistički turizam su izrazito bitna podvrsta omladinskog turizma te većina mladih, iako im možda nije jedan od glavnih motiva putovanja, najčešće sudjeluju i u ovim aktivnostima. Veliki broj mladih se odlučuje za vrijeme svog boravka u destinaciji na sudjelovanje u određenom sportskom događaju. Sportski turizam je jedan izrazito brzo rastući sektor turističke industrije, a njegov prihod se u Nacionalnoj sportskoj turističkoj strategiji procjenjuje na 600 milijardi američkih dolara godišnje.[46] Kada govorimo o sportskom turizmu, prema Rossu, ovaj oblik turizma potrebno je razmatrati prema njegovim dijelovima, aktivnom sportskom turizmu, sportskim događanjima i nostalgijskom sportskom turizmu.[47] Iz samih naziva pojedinog oblika turizma može se pobliže vidjeti njegovo značenje. Sportski događaji uključuju poznate manifestacije kao što su Olimpijske igre ili Svjetsko prvenstvo u nogometu, ali i manje poznata događanja utakmice lokalnih timova, regionalna natjecanja i turnire ili sveučilišna natjecanja. Aktivni sportski turizam, što je vidljivo i iz samog naziva, predstavlja pojedince ili grupe koji sami putuju te sudjeluju u sportskim događajima. Široki je raspon sportova u kojima mogu sudjelovati pojedinci od nogometa, košarke, rukometa, jedriličarenje, klizanja i brojnih drugih. Nostalgijski sportski turizam podrazumijeva posjete sportskim atrakcijama kao što su brojni sportski muzeji te građevine koje ostaju nakon OI i nogometnih prvenstava.

Usko povezan s sportskim je avanturistički turizam u kojem se sudionici više izlažu riziku te su nekad potrebne i posebne vještine. Većinom su mladi ti koji sudjeluju u avanturističkom turizmu. Prosječna potrošnja u avanturističkom turizmu je prema istraživanju iz 2012. godine

[45]Cultural exchange nws, Raspoloživo na: http://www.culturalexchange.nsw.edu. au/exchange_programs/about-culturalexchange/(5.10.2015)
[46] Commonwealth of Australia (2000): "Towards A National Sports Tourism Strategy" raspoloživo na: http://fulltext.ausport.gov.au/fulltext/2 000/feddep/SportTourismStrategy.pdf(20.10.2015)
[47] Ross D. S. ,(2001): Developing sports tourism: An eGuide for Destination Marketers and Sports Events, National Laboratory for Tourism and eCommerce

947 američkih dolara uz prosječan boravak od 10 dana.[48] Glavni oblici avanturističkog turizma u kojima sudjeluju mladi su planinarenje, alpinizam, biciklizam, rafting, ronjenje, snowboarding, paragliding i brojni drugi.

2.7.6. Odmorišni turizam

Odmorišni turizam je najraširenij oblik turizma. Gotovo svaki oblik omladinskog turizma jednim dijelom ili određeno vrijeme uključuje odmorišni turizam koji može biti provođenje praznika negdje, posjeti prijateljima ili obitelji.
Primarni motiv odmorišnog turizma je odmor od svakodnevnog života. Odmorišni turizam je često okarakteriziran kao boravak u lijepim ili luksuznim hotelima i hotelskim resortima, relaksacija uz plažu te korištenje vođenih turističkih tura. Korisnici ovog oblika turizma većinom jedu u restoranu ili koriste skuplje oblike prijevoza, a njihova potrošnja je veća od one u njihovom svakodnevnom životu. Iako su prethodno bile navedene sve opće karakteristike odmorišnog turizma one ne moraju biti pravilo. Tako i backpackeri koji su smješteni u hostelu mogu biti sudionici odmorišnog turizma sve dok je njihov glavni motiv odmor. Odmorišni turizam je većinom sezonski tako se veže ljeti uz priobalne države, a zimi uz kontinentalne.[49]

2.8. Primjeri međunarodnih programa koji potiču rast omladinskog turizma

U nastavku se obrazlažu primjeri programa i organizacija koji potiču rast omladinskog turizma te svih njegovih podvrsta. Kao što je već navedeno, teško je točno definirati koji program je dio koje podvrste omladinskog turizma jer se oni svi bar djelomično preklapaju.

2.8.1. The International Association for Exchange of Students for Technical Experience (IAESTE)

IAESTE je udruga za međunarodnu razmjenu studenata prirodnih i tehničkih znanosti. Cilj ove udruge je osigurati studentima stručno praktično iskustvo u inozemstvu s ciljem da kroz rad na aplikativnim projektima i u suvremenim tehnološkim postrojenjima renomiranih

[48] Demeter, T., Bratucu G.,(2014): Typologies of youth tourism, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, br 7(56)
[49] The definition of leisure traveler, raspoloživo na: http://traveltips.usatoday.com/definition-leisure-traveler-15302.html(15.10.2015)

stranih kompanija steknu praktično iskustvo koje je važno za produbljivanje i usavršavanje njihovog znanja.[50]

Na ovaj način studenti se uči međunarodnom razumijevanju i dobroj volji prema svim ostalim nacionalnostima, a upoznaju i nove kulture. S druge strane, poslodavci uzimanjem na praksu ovakvih studenata mogu dobiti visokokvalificirane i motivirane inozemne i domaće studente, a nakon povratka s prakse motivirane zaposlenike s radnim iskustvom.

Međunarodni IAESTE je mreža koja se sastoji od 55 punopravnih zemalja članica, 8 pridruženih zemalja članica i 23 pripravnice za pridruženo članstvo. IAESTE Croatia ima podružnice na Sveučilištu u Osijeku, Rijeci, Splitu i Zagrebu.

2.8.2. Association des Etats Généraux des Etudiants del ' Europe / Europski studentski forum (AEGEE)

AEGEE je studentska organizacija koja promiče suradnju, komunikaciju i integraciju među mladim ljudi u Europi. Djeluje kao nevladina, politički nezavisna i neprofitna organizacija, te je otvorena za studente bilo kojeg fakulteta. Danas broji 13 000 članova u oko 200 sveučilišnih gradova u 40 europskih država te je time najveća interdisciplinarna studentska udruga u Europi.

AEGEE je osnovana 1985.godine u Parizu, a promiče ideju ujedinjene Europe u praksi. Široko rasprostranjena studentska mreža pruža idealnu platformu u kojoj mladi volonteri iz 40 europskih zemalja mogu raditi zajedno na prekograničnim aktivnostima kao što su konferencije, seminari, razmjene, tečajeve, ljetne škole, Case Study putovanja i sastanci radnih skupina. [51]
Ova organizacija ima sličnu misiju i ciljeve kao i većina drugih, a to je poticanjem studentske mobilnosti prevladati nacionalne razlike, umanjiti predrasude i poticati demokraciju i ljudska prava. Udruga je imala značajnu ulogu prilikom stvaranja programa Erasmus. Rezultat toga je razmjena više od milijun Erasmus studenata.

[50] IAESTE, raspoloživo na: http://www.iaeste.hr/?page_id=12 (15.10.2015.)
[51] AEGEE, raspoloživo na: http://public.carnet.hr/aegee-zg/about.html(1510.2015.)

2.8.3. Europska udruga studenata prava (ELSA)

ELSA je međunarodna, neovisna, nestranačka, neprofitna organizacija koju vode studenti i to za studente. Sastoji se od studenata i nedavnih diplomanata koji su zainteresirani za postizanje akademske i osobne izvrsnosti pored studija na matičnim sveučilištima. ELSA nudi studentima Pravnih fakulteta savršenu platformu za razvijanje postojećih vještina, stjecanje novih znanja i upoznavanje kolega studenata i pravnih stručnjaka diljem Europe.

Pet studenata prava iz Austrije, Mađarske, Poljske i Zapadne Njemačke osnovali su ELSA-u 1981. Danas je ELSA najveća svjetska neovisna organizacija studenata prava i zastupljena je na gotovo 300 pravnih fakulteta u 42 zemlje diljem Europe s članstvom od više od 30 000 studenata i mladih pravnika.[52] Budući pravnici mogu zahvaljujući ovoj studentskoj udruzi sudjelovati u više različitih aktivnosti koje će im kasnije pomoći u lakšem zapošljavanju. Prije svega su to razne akademske aktivnosti koje obuhvaćaju organizaciju tribina i okruglih stolova na fakultetu, simulacija suđenja, natjecanja u pisanju radova s tematikom pravne struke itd. Osim brojnih aktivnosti na matičnom sveučilištu studentima na raspolaganju stoji i program razmjene studentskih praksi zahvaljujući kojemu studenti diljem Europe mogu obavljati praksu u pravnoj struci. Ova udruga za svoje korisnike organizira I brojne seminare, konferencije te studijske posjete.

2.8.4. Association internationale des étudiants en sciences économiques et commerciales (AIESEC)

AIESEC je najveća međunarodna studentska organizacija koja broji preko 86000 članova, djeluje u 124 države i teritorija te ima preko milijun alumnija i preko 350 konferencija godišnje.
AIESECova vizija je mir i ispunjenje ljudskih potencijala koje pokušava postići putem razvitka liderskih vještina i poduzetničkog načina razmišljanja kod studenata i mladih ljudi pružajući im mogućnost odlaska na volonterske i stručne prakse te rad u timovima i na projektima.

U prosjeku se godišnje ostvari oko 20000 volonterskih i stručnih praksi dok je prošle godine ostvareno preko 26000 praksi. AIESEC kao organizacija službeno je nastao 1948. godine

[52] ELSA, raspoloživo na: http://elsa.org/ (15.10.2015.)

nakon Drugog svjetskog rata od strane studenata kako bi se mladim ljudima pružila mogućnost da odu na praksu u druge države, razviju interkulturalni dijalog i internacionalnu toleranciju, kako bi se spriječili daljnji međunarodni sukobi na osnovi nacionalne netolerancije. S razmjenama se počelo već 1930. godine, što je nažalost stagniralo za vrijeme rata. S vremenom se AIESEC proširio te je povećao svoje područje rada te omogućio studentima s neekonomskih sveučilišta mogućnost odlaska na praksu na njihovom području. Trenutno je sjedište AIESEC-a International u Rotterdamu u Nizozemskoj.

AIESEC u Hrvatskoj djeluje od 1953. godine. Danas je u Republici Hrvatskoj aktivno 5 lokalnih odbora AIESEC-a u Osijeku, Rijeci, Splitu, Varaždinu i Zagrebu, na čelu s Nacionalnim odborom AIESEC-a Hrvatske smještenim u Zagrebu. AIESEC Hrvatska godišnje organizira 4 nacionalne konferencije te nekoliko lokalnih i regionalnih konferencija, također broji oko 300 aktivnih članova i 600 alumnija. [53]

Kao najveća svjetska studentska organizacija može se očekivati da je njen utjecaj na razvoj studentskog turizma izrazito bitan. Zahvaljujući velikom broju studenata volontera koji su članovi studentske organizacije, ali i studenata koji su posredstvom organizacija ostvarili studentsku razmjenu AIESEC polako ostvaruje svoje ciljeve, liderstvo i stvaranje poduzetničkih vještina. Osim utjecaja na same pojedince koji sudjeluju u studentskoj praksi, onih koji organiziraju projekte razne tematike, ova udruga ima veliki utjecaj i na razvoj lokalne zajednice.

2.8.5. World Youth Student & Education Travel Confederation (WYSETC)

WYSETC je jedna od vodećih organizacija u omladinskom turizmu namijenjena pružanju usluga mladim turistima i studentima. Ova organizacija broji preko 600 članova u 120 zemalja koji godišnje uslužuju preko 10 milijuna mladih i studenata diljem svijeta. Jedna od najpoznatijih organizacija koja je član WYSETC-a je i International Student Identity Card (ISIC) Association. ISIC iskaznicom koju izdaje ova organizacija godišnje se ostvari preko 40 tisuća popusta u više od 120 država, a njome se koristi oko 4,5 milijuna studenata.

[53] AIESEC, raspoloživo na: http://hr.aiesec.org/about/(15.10.2015)

Članovi WYSETC organizacija rade zajedno na specijaliziranim područjima koje uključuju studiranje i rad u inozemstvu, putovanje u svrhu učenja stranih jezika, a pomaže i u organizaciji omladinskog smještaja, programa za dadilje, putnog osiguranja i dr.[54]

2.8.6. Service Civil International (SCI)

SCI je volonterska organizacija posvećena promociji mira organizirajući međunarodne volonterske projekte za ljude svih dobnih skupina i profesionalnih pozadina. Organizacija se sastoji od 45 branši i velikog broja partnerskih organizacija. Tijekom godina SCI je doprinio razvoju volontiranja u svijetu te iz godine u godinu sve veći broj volontera sudjeluje u društvenim projektima. Radeći skupa ovi volonteri pomažu drugima, a samim time potiču i svoj osobni razvoj. SCI pruža različite volonterske opcije kao što su kratkotrajni i dugotrajni projekti volontiranja, ali i mogućnost sudjelovanja na lokalnim treninzima i seminarima.[55] Teme projekata su različite: mir, migracije, klimatske promjene, ljudska prava, edukacija, volontiranje i brojne druge.

2.8.7. Kulturna razmjena između sveučilišta

Sveučilište Victoria (VU) iz Australije te sveučilište Texas at El Paso (UTEP) iz SAD-a su razvili 2006. godine partnerstvo koje potiče kulturnu razmjenu. VU/UTEP partnerstvo potiče program internacionalnog obrazovanja kroz razmjene studenata i osoblja, kao i ideja i kurikularnih programa. Ovaj program počiva na kulturnom aspektu obrazovanja, a najveća prednost za studente se nalazi u internacionalnom okruženju. Razmjenom međukulturalnih vještina dolazi do osobnog i profesionalnog razvoja sudionika navedenog programa.

2.8.8. Work and Travel USA

Work and Travel USA je program kulturne razmjene studenata koji omogućuje studentima iz cijelog svijeta da tijekom ljetnih mjeseci borave u Americi i obavljaju, zajedno s američkim studentima i studentima drugih zemalja širom svijeta, poslove sezonskog karaktera kod poslodavaca širom Amerike. Program Work and Travel USA je predstavljen od strane

[54] YSE Travel Confederation; The power of youth travel, AM Reports; 2; str. 34., raspoloživo na: http://www.wysetc.org/?page=PowerYouthTravel(01.11.2015)
[55] Service civil international, Raspoloživo na: http://www.sciint.org/ (15.11.2015)

američke Vlade kao program kulturne razmjene koji ima cilj studente iz drugih zemalja upoznati s kulturom, načinom života i rada u Americi, te im omogućiti susrete i druženja s američkim studentima kao i sa studentima iz cijelog svijeta. Ovaj Program se smatra i obrazovnim zato što stranim studentima omogućuje da nauče i usavrše engleski jezik. Sudionici ovog programa imaju osiguranu dozvolu za rad (radnu vizu) u trajanju od maksimalno 4 mjeseca, kao i turističku vizu u trajanju od 1 mjeseca (u sklopu radne vize).[56]

2.8.9. Spain internship i Italy internship

Navedene stranice su online posrednici u pronalasku prakse između studenta i poslodavca. Kako je studentima najveći problem nakon kraja obrazovnog ciklusa pronaći posao u struci radi nedostatka iskustva, praksa je pravi izbor. Prednost ovih stranica je što se preko njih praksa može odraditi u određenoj europskoj državi prema preferenciji kandidata te se na taj način, osim iskustva u struci, može poboljšati i znanje engleskog jezika, kao i jezika države u kojoj se obavlja praksa. Ovi posrednici nude mogućnost obavljanja prakse u području edukacije, turizma, hotelijerstva, informatike, marketinga i poslovne ekonomije.

[56]Viking travel, Raspoloživo na: http://vikingtravel.hr/work-and-travel (15.11.2015)

3. EDUKACIJSKI TURIZAM KAO SEGMENT OMLADINSKOG TURIZMA

3.1. Pojam i podjela edukacijskog turizma

Edukacija i turizam su povezani dugi niz godina, a putovanja s ciljem povećanja razine znanja ili otkrića novih stvari i činjenica, traju već stoljećima. Prilikom definiranja samog pojma edukacijskog turizma treba uzeti u obzir više činjenica. Prema Ritchiu, edukacijski turizam može poprimiti široki dijapazon značenja od učenja za vrijeme putovanja do putovanja kojemu je cilj učenje.[57] Prema tome, možemo konstatirati da postoje dvije vrste učenja, neformalno koje se odvija tokom putovanja ili formalno koje je ujedno bilo i cilj samog putovanja. Što se tiče same motivacije, edukacija može biti primarni, ali i sekundarni motiv putovanja. Wood često u svojem radu iznosi dvojbu je li osobe kojima je glavni motiv putovanja edukacija, a ne same turističke aktivnosti, trebamo kategorizirati kao pripadnike edukacijskog turizma.[58] Iako im glavni motivi nisu određene turističke aktivnosti već edukacija; školski izleti, škole jezika ili razmjene studenata, vrše utjecaj na samu destinaciju te ujedno i na turistička kretanja. Ritchie u svojoj publikaciji iz 2003. godine pokazuje poveznicu između turizma i edukacije, uzimajući pri tome u obzir eksterno okruženje. Prema njemu edukacijski turizam se sastoji od edukacijskih putovanja (edu-tourism) i edukacijskog turizma odraslih i omladinskog edukacijskog turizma. Za prvu grupu naglasak je stavljen na turizam, edukacija je bitna, ali ne i krucijalna. Primjeri druge grupe mogu biti škole jezika, školski izleti ili programi razmjene. U ovim grupama glavni motiv je edukacija, dok je turizam na drugoj poziciji.[59] Prema navedenim istraživanjima u edukacijskom turizmu sudjeluju osobe kojima je edukacija primarni ili sekundarni motiv.

Kao najopsežniju definiciju edukacijskog turizma možemo koristiti onu Ritchia iz 2003. godine koji kaže: „Edukacijski turizam može obuhvaćati turističke aktivnosti poduzete od strane onih koji ostvaruju noćenje, ali i aktivnosti poduzete na izletima kojima je učenje ili edukacija primarni ili sekundarni motiv njihovog boravka. Ovo može uključivati edukacijska putovanja i studijske grupe, međunarodna i domaća studentska putovanja uključujući škole

[57] Ritchie, B. W. (2003). Managing educational tourism. Clevedon, UK: Channel View Publications, str 18.
[58] Wood, C., (2001): Educational tourism, special Interest Tourism: Contexts and Cases, Brisbane, str 188-211.
[59] Pawlak A.,(2013): Demand side of international students tourism market Case of Umeå – Sweden, Department of Geography and Economic History, str 25.

stranih jezika, školske ekskurzije i programe razmjene. Edukacijski turizam može biti formalno organiziran ili organiziran kao individualno putovanje.“ [60]

Kao što je vidljivo, iz navedene definicije sudionici omladinskog turizma mogu biti mladi, ali i starije dobne skupine. Kako se u ovom radu edukacijski turizam kategorizira kao podvrsta omladinskog turizma, tako će u nastavku detaljnije biti razrađene samo one vrste koje se odnose na mlade, a to su brojne škole jezika, programi razmjene među mladima, školski izleti ili ekskurzije te studiranje u inozemstvu.

3.1.1. Škole stranih jezika

Kako se povećavao opseg globalizacije i internacionalizacije znanje stranih jezika je sve više dobivalo na značaju. Osim povećanog broja škola u svakoj državi, raste broj škola koji su prilagođeni za strane studente te nude usavršavanje jezika. Posebno poznate su ove škole u državama engleskog govornog područja koje nude priliku stranicama za vrijeme praznika usavršiti znanje jezika. Najčešće se radi o intenzivnim tečajevima jezika koji se održavaju svakodnevno po više sati u sklopu programa ubrzanog učenja stranog jezika. Osim samih tečajeva škole nude i pripreme za polaganje ispita znanja engleskog jezika kao što je TOFEL ili pripremu jezika za upis na sveučilište u državi engleskog govornog područja. Slični programi se nude i u državama španjolskog, njemačkog te francuskog govornog područja.
Prema Španjolskom institutu za turističku statistiku[61] 2010. godine više od 700 000 stranaca je putovalo u Španjolsku radi učenja, od toga je 37% Francuza, Nijemaca i državljana SAD-a. Od siječnja do srpnja 2011. Taj broj se povećao za 18% dok se njihova potrošnja povećala za impresivnih 49%.

3.1.2. Školske ekskurzije

Učeničke ekskurzije su tip grupnog putovanja mladih turista na koje se obično odlazi na kraju osnovne i srednje škole. Prema anketi Student Youth Travel Association (SYTA), čak 40 % aktivnih članova tog udruženja turoperatora orijentiranih na omladinski turizam je usredotočeno na pružanje usluga organizacije učeničkih ekskurzija. Također i najveći udio

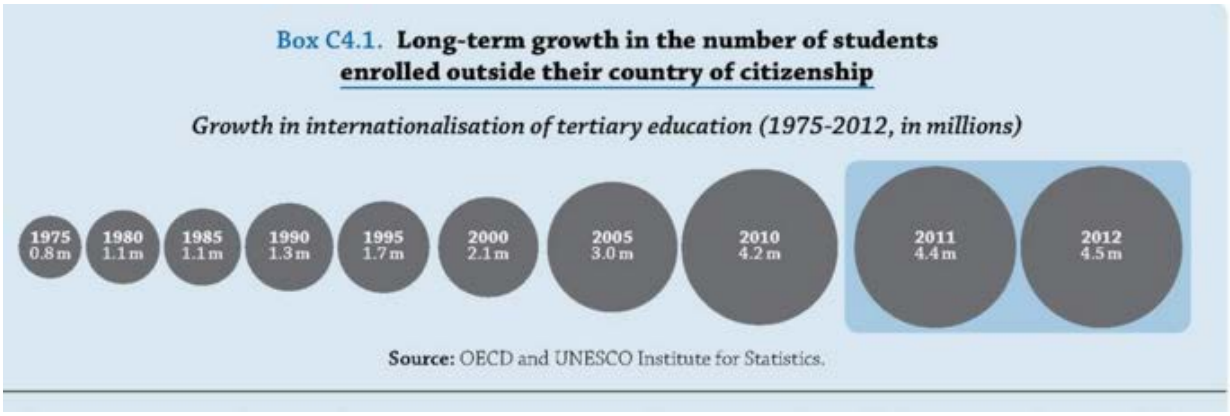
[60] Ritchie, B. W. (2003): Managing educational tourism. Clevedon, UK: Channel View Publications. Str. 18
[61] WYSE Travel Confederation; The power of youth travel, AM Reports; 2; str. 11., Raspoloživo na: http://www.wysetc.org/?page=PowerYouthTravel (15.11.2015.)

prihoda svih turoperatora SYTA udruženja otpada pretežito na srednjoškolska putovanja, od kojih je najviše zastupljena učenička ekskurzija na kraju školovanja.[62]

Prilikom izbora destinacije za đačke i studentske ekskurzije, najvažniju ulogu imaju roditelji, jer su ujedno oni ti koji financiraju putovanje. Prilikom izbora u obzir se uzima atraktivnost destinacije, prometna dostupnost, ali i cijena pojedinog aranžmana.

3.1.3. Programi razmjene studenata i studiranje u inozemstvu

WTO (World Tourism Organization) od 1963. godine priznaje inozemne studente kao turiste. Inozemni studenti mogu provesti dio svog školovanja izvan svog mjesta boravka ili cijelo svoje školovanje. Nažalost, studenti koji odluče cijelo svoje školovanje provesti izvan svog mjesta boravka često nisu zabilježeni u turističkim statistikama. Razlog za ovo izuzeće je što turist može biti samo osoba koja boravi izvan svog mjesta stalnog boravka kraće od 365 dana. Radi navedene činjenice, studenti koji su dio programa studentskih razmjene statistički se ubrajaju u turizam, dok oni koji cijelo svoje studiranje provedu u drugoj državi ne mogu biti registrirani kao turisti. Broj studenata koje odluče provesti svoje studiranje izvan domicila je izrazito velik uz jaku tendenciju rasta. Tako OECD[63] prikazuje promjenu koja se dogodila od 1975. kada je izvan domicila boravilo 800 tisuća studenata, do 2012. kad se taj broj popeo na 4,5 milijuna. Na slici 1. dat je prikaz kretanja broja internacionalnih studenata.



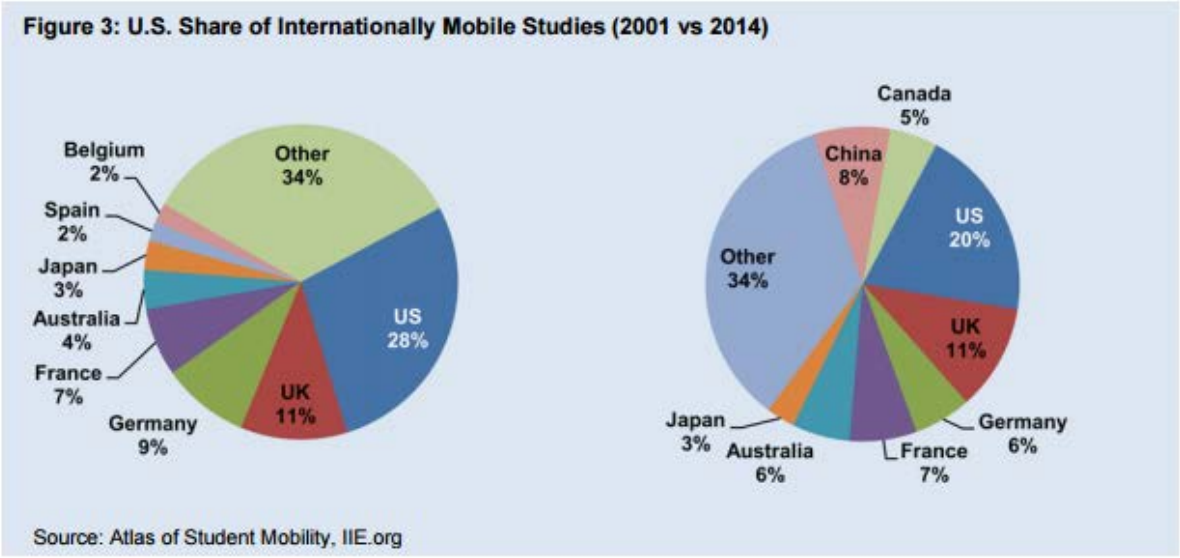
Slika 1. Kretanje broja internacionalnih studenata

Izvor: : http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/education-at-a-glance- 2014_eag-2014-en#page345

[62] Menegelo J., (2012): Omladinski turizam u Republici Hrvatskoj-stanje i trendovi Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, str. 35

[63] Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and UNESCO Institute for Statistics(2014): Raspoloživo na: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/education-at-a-glance- 2014_eag-2014-en#page345 (15.11.2015)

Kada govorimo o državama koje najčešće privlače inozemne studente, to su najčešće one engleskog govornog područja, iako se tokom godina njihovi omjeri mijenjaju, što je razvidno iz slike 2.



Slika 2. Omjeri međunarodnih studenata po državama

Izvor: http://trade.gov/topmarkets/pdf/Education_Top_Markets_Report.pdf

2001. godine SAD su privlačile 28% međunarodnih studenata, dok je do 2014. taj broj pao na 20%. Razloge ovog pada možemo pripisati rastu Kine i Njemačke, ali i rastu engleskih škola u ne-engleskom govornom području, poboljšanoj kvaliteti obrazovanja u drugim državama, boljoj promociji drugih sveučilišta, troškovima rasta obrazovanja u SAD-u i brojnim drugima.

Osim cijelog studiranja izvan domicila, studenti svih članica EU mogu provesti do godine dana na studijskom boravku na sveučilištu u drugoj članici. Pri tome imaju ista prava kao i na svome matičnom sveučilištu. Većina razmjena u europskim državama se odvija u sklopu programa ERASMUS o kojemu će biti više riječi u nastavku. Osim studenata iz Europskih država, i studentima s drugih kontinenata, se zahvaljujući brojnim potpisanim sporazumima, omogućava boravak u EU u trajanju od jednog semestra ili godine dana. Navedenim programima se omogućava poboljšanje znanja stranih jezika, olakšano zapošljavanje nakon kraja studiranja, razmjena kultura i iskustva.

Prema istraživanju koje je proveo Bhandari 2009. godine, šest država je ugostilo više od 60% studenata koji su odlučili provesti dio svog studiranja u drugoj državi. Pri tome 20% opada na SAD, 13% Velika Britanija, Francuska 8%, a Australija, Njemačka i Kina po 7%. Posebno zanimljiva činjenica je da se povećao broj studenata koji žele dio svog studiranja provesti u Japanu, Maleziji, Singapuru, Južnoj Koreji ili Tajlandu.[64]

3.2. Partnerstva među internacionalnim sveučilištima

Svako sveučilište želi svojim korisnicima pružiti što je više moguće novih znanja i vještina. Ta znanja se mogu pružiti na matičnom sveučilištu ili raznim oblicima suradnje s drugim međunarodnim sveučilištima. Oblici suradnje mogu biti brojni pa tako WTO najčešće promiče sljedeće načine poboljšanja akademske mobilnosti i širenja znanja:

- *Preko granična ponuda (Cross-border supply)*- Ovaj oblik može uključivati učenje na daljinu (e-learning) ili franšizing kolegija ili diploma. Ne mora biti nužno selidba korisnika ili pružatelja usluge u mjesto pružanja.
- *Studiranje u inozemstvu (Consumption abroad)*- U ovom slučaju se korisnik seli u državu pružatelja usluge, te ovaj oblik predstavlja klasičnu studentsku mobilnost.
- *Poslovna prisutnost (Commercial presence*)- Pružatelji usluga pružaju određene vrste usluga u drugoj državi u suradnji s lokalnim institucijama.
- *Prisutnost fizičkih osoba* - Ovaj oblik uključuje osobe kao što su profesori ili znanstvenici koji privremeno putuju u drugu državu kako bi pružili obrazovne usluge.[65]

Glavni razlozi internacionalizacije sveučilišta za privatna sveučilišta je profit, za javna pomoć lošije razvijenim državama, dok je za studente stjecanje novih znanja i vještina te usavršavanje jezika. Brojni su primjeri u svijetu sveučilišta koja su sklopila partnerstva ili pružaju dvojne diplome.

Ovdje će biti navedeni neki koje su istraživali Altbach i Knight;

[64] Bhandari, R., Belyavina, R. Gutierrez, R. (2011): Student Mobility and the Internationalization of Higher Education: National Policies and Strategies from Six World Regions, A Project Atlas Report, Institute of International Education, New York, str. 85

[65] Altbach P.G, Knight J.,(2007): The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities ,Journal of Studies in International Education Jane, Raspoloživo na: http://jsi.sagepub.com/content/11/3-4/290(01.11.2015)

- Srednji Istok je izrazito rastuće područje s velikim potencijalom. Poljska je iskoristila tu priliku te osniva novi privatni medicinski institut. Studenti će studirati 3 godine u Izraelu te će se potom sljedeće 3 godine usavršavati u Poljskoj, a na kraju samog studija vratiti na praksu u Izrael.
- Saudijska Arabija želi osnovati nova sveučilišta radi privlačenja stranih ulagača. Tako uz pomoć sveučilišta u Arizoni i UNESCO-a želi pokrenuti Prince Sultan Private University.
- Harvard planira osnovati novo sveučilište u Ujedinjenim Arapskim Emiratima.
- Kada govorimo o Aziji i Pacifiku, Vijetnam predvodi brojne aktivnosti. Cilj vijetnamske vlade je da na njihovom sveučilištu pola profesora bude s lokalnog područja dok drugu polovicu čine međunarodnu predavači.
- Australija, Kina, Egipat i SAD su povećali svoje djelovanje na području obrazovanja i u Tajlandu. Sveučilište Južni Novi Wales iz Australije namjerava osnovati sveučilište i u Singapuru. U Singapuru i brojne druge države nude svoje obrazovne programe, kao što su University of Chicago Graduate School of Business, Shanghai Jiaotong University, Stanford University, the German Technische Universität München i Technische Universiteit Eindhoven iz Nizozemske.
- Iako je Indija poznata kao država iz koje veliki broj studenata putuje u inozemstvo radi obrazovanja, partnerstvo su sklopili Caparo Group Britanska firma i Carnegie Mellon University iz SAD-a o otvaranju novog međunarodnog sveučilišta na tom području.
- U Europi rusko sveučilište Moscow International Slavic Institute ima svoje programe koji se odvijaju u Bugarskoj. Također nudi i dvojne diplome; tako ruska Higher School of Economics ima dvojni program s Londonskom School of Economics.
- The University of Indianapolis iz SAD-a aktivno sudjeluje u Grčkoj već jedno desetljeće. Kao primjer dobre suradnje može se prikazati i Laureate Education privatna firma koja posjeduje udjele na više sveučilišta te na taj način uspješno surađuju Universidad Europa de Madrid u Španjolskoj, Les Roches i Glion Hotel School u Švicarskoj i L'ecole Superieur du Commerce Exterieur de Paris u Francuskoj.[66]

[66] Altbach P.G, Knight J.,(2007): The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities ,Journal of Studies in International Education Jane, Raspoloživo na: http://jsi.sagepub.com/content/11/3-4/290(01.11.2015)

Osim navedenih primjera postoji još veliki broj sveučilišta koji međusobno surađuju, kao i međunarodnih obrazovnih programa. Na taj način se povećava kvaliteta samog obrazovanja, a utjecaj koji ovi programi imaju na turizam je nemjerljiv; od ekonomskih učinaka, do promocije i rasta turističkih kretanja.

3.3. Učinci međunarodnih obrazovnih programa

Samo sudjelovanje u međunarodnom obrazovnom sustavu ima veliki utjecaj na sve sudionike. Tako ovi programi ostvaruju utjecaje na same studente, domicilnu državu i državu domaćina. Kako je Velika Britanija(VB) druga država po broju međunarodnih studenata i vodeća u Europi CRAC (Careers Research & Advisory Centre) je proveo istraživanje o utjecaju međunarodnog obrazovanja na sve njegove sudionike na tom području. Kao jedan od razloga provedenog istraživanja navodi se i izraziti rast sudionika u posljednjim desetljećima. Na slici 3. je vidljiva promjena te rast međunarodnih studenata u razdoblju od 1963. do 2012..

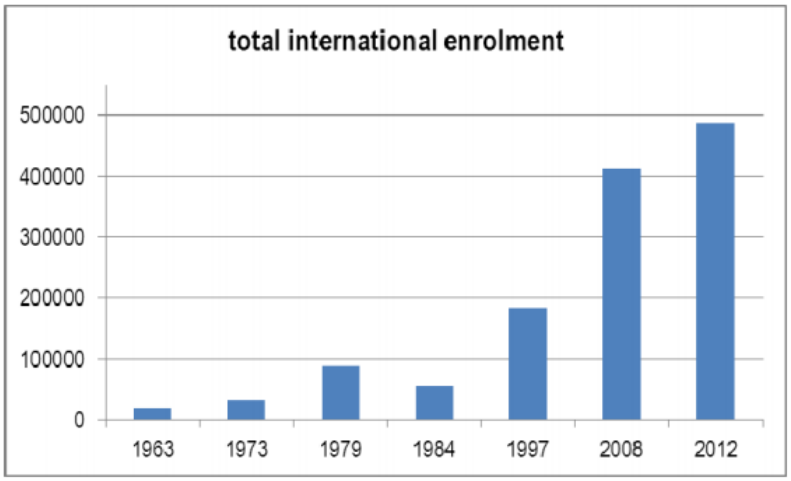


Figure 1 Illustrative trend in total international student enrolments in UK HE

Slika 3. Broj međunarodnih studenata u UK-u

Izvor: : http://jsi.sagepub.com/content/11/3-4/290

Tako je u akademskoj godini 2011/2012 u Ujedinjenom Kraljevstvu studiralo 435 235 studenata od kojih 132 550 iz EU država i 302 680 iz država izvan EU.[67] U nastavku će biti

[67] The Wider Benefits of International Higher Education in the UK (2013), Department for Business, Innovation and Skills, London, str 3

prikazane vrste učinka međunarodnih obrazovnih programa prema CRAC-ovom istraživanju u Ujedinjenom Kraljevstvu.

3.3.1. Učinci na zemlju domaćina

Učinke na zemlju domaćina možemo podijeliti na one ekonomske, ali i ostale učinke.

„Dodatni izvoz"(additional exports)

Studenti koji su završili svoje studiranje (alumniji) u UK-u većinom će preporučiti svoje sveučilište idućim generacijama. Na taj način i nakon svog odlaska iz destinacije imaju utjecaj na promociju i pomažu svojem sveučilištu domaćinu.

Indirektni ekonomski utjecaj

Nakon svog povratka u svoj domicil, alumniji će i dalje imati ekonomski utjecaj na destinaciju. Dok su prilikom svog studiranja osiguravali direktan priljev novčanih sredstava radi pokrivanja troškova studija, smještaja kao i ostalih životnih troškova, alumniji često potiču poslovnu suradnju s UK te na taj način nastavljaju doprinos u ekonomskom smislu.

Profesionalna povezanost

Za vrijeme studiranja stječu se brojni kontakti, koji su najčešće u onoj struci kojom će se budući studenti u svojoj karijeri baviti. Trenutni kolege nakon završetka studija često postaju budući poslovni partneri. Iako ne žive u istoj državi odvijaju se brojne poslovne suradnje.

Ponašanja potrošača

Za vrijeme svog studija određeni broj studenata stječe navike i lojalnost prema proizvodima koji se proizvode u državi domaćinu, u ovom slučaju UK. I nakon studija nastavlja se potrošnja određenog proizvoda ili usluge.

Migracije

Postoji mogućnost nakon završetka studija u zemlji domaćina, da će pojedini studenti tu ostati i raditi radi dobivenog posla ili partnera koji živi u zemlji domaćina.

Ambasadori

Za vrijeme studiranja formiraju se stavovi o vrijednostima i kulturi zemlje domaćina. Nakon povratka u svoj domicil pojedinci će utjecati na poboljšanje veza svoje države s državom gdje su studirali.

Promicanje povjerenja

Prilikom studiranja javlja se osjećaj povjerenja u zemlju domaćina. Tako alumniji potiču svoje partnere na suradnju s zemljom domaćinom.

Utjecaj zemlje domaćina prilikom izgradnje novih poslovnih ideja

Nakon povratka u domicil svaki student sa sobom je donio vrijednosti i ideje koje je stekao za vrijeme studiranja, a koje će zasigurno biti ugrađene u nove poslovne projekte.

3.3.2. Učinci na studente

Učinci na studente, koji su odlučili svoje studiranje provesti u drugoj državi, su izrazito veliki te će u nastavku biti navedeni samo neki koji su korišteni u istraživanju.

Napredak ili promjena u karijeri

Jedan od glavnih razloga odlaska na studij u inozemstvo je bolja kvaliteta studiranja, mogućnost lakšeg zapošljavanja u svojoj državi nakon povratka ili napretka u trenutnoj. Većinom se boravkom u drugom okruženju uviđaju nove prilike i mogućnosti koji se mogu primijeniti nakon povratka.

Usavršavanje engleskog jezika

Kako je danas u poslovnom svijetu u svim međunarodnim firmama službeni jezik komunikacije engleski te se smatra da njegovo znanje mora biti na izrazito visokoj razini, samo usavršavanje jezika je česti razlog izbora studiranja u zemljama engleskog govornog područja.

Kozmopolitizam i osjećaj multikulturalnosti

Najčešći razlog izbora velikih multikulturalnih gradova za vrijeme svog studiranja za studente iz manjih mjesta predstavlja izazov i novo iskustvo. Navikavanje na ovakvu okolinu u budućnosti će zasigurno imati prednost za profesionalnu karijeru pojedinca.

Osobni rast i nova iskustva

Osim akademskog usavršavanja za vrijeme svog studija, studenti će se susresti s velikim brojem situacija koje se zasigurno ne bi dogodile da su ostale živjeti u svojoj državi. Ta nova iskustva doprinose njihovom osobnom rastu i razvoju.

Socijalne prednosti i poveznice

Socijalne prednosti i poveznice se najčešće manifestiraju u stvaranju velikog broja novih prijateljstava kako s studentima koji žive u državi studija tako i s brojnim drugim međunarodnim studentima.

3.3.3. Učinci na domicilnu državu

Ulaganje u pojedince i društveni razvoj

Nakon studija u drugoj državi svaki pojedinac se vraća s profesionalnim karakteristikama i vještinama koje će pomoći rastu i razvoju njegove države. Osim toga veze koje su stečene tokom studiranja kako će pomoći državi u kojoj je studij završen od velike su koristi i državi u kojoj alumni živi.

Multiplikativni efekti

Osim utjecaja na njihovom profesionalnom području , alumni mogu doprinijeti svojoj državi i na druge razne načine. Jedan od primjera je volontiranje i učenje o zemlji domaćina ili drugim kulturama s kojim su se sreli za vrijeme studiranja.

3.4. Učinci edukacijskog turizma na destinaciju

Utjecaj edukacijskog turizma kao dijela omladinskog turizma je izrazito velik. Kao što je moguće primijetiti iz prethodnih poglavlja, trend rasta ovog selektivnog oblika turizma je zabilježen posljednjih desetljeća te se očekuje nastavak ovog trenda. Prije svega, najveći utjecaj se može primijetiti u broju turističkih dolazaka. Kako je već rečeno u ovom radu, studenti koji samo dio svog studija provedu na drugom sveučilištu bilježe se kao turisti, dok oni koji cijelo svoje studiranje provedu u drugoj državi najčešće su izuzeti u statističkim podacima. Unatoč tome i studenti koji provode vrijeme cijelog svog studiranja u drugoj državi idu na izlete ili provode svoje praznike u drugim državama te ih smatramo turistima. Također velikom broju studenata obitelj i prijatelji dolaze u posjet za vrijeme boravka. Edukacijski turisti imaju i ekonomski utjecaj na destinaciju jer su značajni potrošači. Njihova potrošnja je veća od potrošnje prosječnog turista iz razloga što ostvaruju duži boravak tijekom kojeg moraju platiti smještaj, hranu, ali u određenom broju slučaja i troškove studiranja ako im to

sveučilište traži. Studenti imaju i veliki utjecaj na promociju destinacije u kojoj se trenutno nalaze. Radi razvoja informacijskih tehnologija i informatičke pismenosti studenata, studenti koji su sudionici omladinsko- edukacijskog turizma predstavljaju besplatne promotore destinacije za vrijeme svog boravka u destinaciji, ali i nakon povratka kući putem „word of mouth“. Ova promocija može potaknuti njihove prijatelje na turistički posjet ili također na odabir studija u istoj destinaciji. Mladi imaju i tendenciju povratka u destinaciju koju su već jednom posjetili, prema tome iako su danas posjetitelji s nižim novčanim primanjima, u budućnosti će zasigurno narasti njihova platežna moć. Osim samih studenata, na razvoj destinacije utječe i izgradnja novih međunarodnih sveučilišta. Taj utjecaj je posebno vidljiv ako se sveučilišta osnivaju u suradnji više država jer ovaj oblik suradnje doprinosi njihovoj kvaliteti, ali i potražnji za sveučilištem. Edukacijski turizam ima i socijalni utjecaj na destinaciju. Povećanjem broja studenata koji dolaze iz svih krajeva svijeta, osim ostvarivanja prijateljstava s lokalnim stanovništvom, povećava se multikulturalnosti i „open minded“ pristup, kako domaćeg stanovništva, tako i samog studenta koji studira izvan svog matičnog sveučilišta. Nakon prikazanih brojnih prednosti ovog oblika turizma na destinaciju i samog turista, u narednim poglavljima će biti prikazan utjecaj same EU te njenih programa na poticanje omladinsko-edukacijskog turizma.

4. ULOGA EU U PROMICANJU OMLADINSKO- EDUKACIJSKOG TURIZMA

Europska unija (EU) kao ekonomska i politička zajednica 28 zemalja članica želi svojem stanovništvu, posebno mlađoj dobnoj skupini omogućiti što lakši pristup obrazovanju te brojnim edukacijama te potiče razmjene među samim zemljama članicama. Zahvaljujući programima koje je poticala dugi niz godina veliki broj mladih se odlučio iskoristiti priliku za mobilnošću i studiranjem u drugoj državi.

Kada se govori o "mobilnosti mladih" u kontekstu Europske unije, pojam akademske mobilnosti također se može definirati u kontekstu širem od samog studiranja: odnosi se i na boravak u nekoj drugoj zemlji radi radne prakse, rada u zajednici ili dodatne izobrazbe u kontekstu cjeloživotnog učenja. U Europskoj uniji akademska mobilnost nije važna samo u kontekstu prava slobodnog kretanja koje pripada svim europskim građanima nego ona pridonosi i ostvarivanju političkih ciljeva Europske unije, kao što su njegovanje osjećaja pripadnosti Europi kod građana, promicanje socijalne i profesionalne integracije te osiguravanje konkurentnosti europskoga gospodarstva u globaliziranom okruženju. Prema Europskoj povelji kvalitete za mobilnost izgradnja "Europskog prostora znanja" prioritet je Europske unije, dok upravo kroz obrazovanje Europljani mogu steći zajedničke kulturne reference koje će biti osnova europskoga građanstva i ujedinjene Europe u političkom smislu. Također, Povelja naglašava da su, u kontekstu međunarodnoga gospodarstva temeljenog na znanju, otvorenost prema stranim kulturama i sposobnost rada i obrazovanja u višejezičnim sredinama nužni za konkurentnost europskoga gospodarstva. Preduvjet je takvih sposobnosti međusobno otkivanje raznolikosti zemalja Europe te povećanje međusobnih kontakata i razmjene znanja i iskustava među građanima Europe. Konkretno, u području visokog obrazovanja Povelja preporučuje državama članicama EU-a da svaki student u visokom obrazovanju dobije priliku provesti razdoblje svog studija u inozemstvu kroz studijsku razmjenu, program izobrazbe ili radnu praksu.[68] Europska Unija je u razdoblju 2007. do 2013. godine programima: Cjeloživotno učenje, Mladi na djelu, Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink te Programi suradnje s industrijaliziranim državama u području visokog obrazovanja, ostvarila veliki utjecaj na mobilnost mladih te samim time i na omladinsko-edukacijski turizam. 2014. počinje se s primjenom programa ERASMUS+ koji je objedinio do sada sve

[68] Važnost međunarodne mobilnosti studenata, str. 17-2, raspoloživo na: http://www.iro.hr/userdocs/File/Publikacije/Vaznost_medjunarodne_mobilnost.pdf (15.11.2015)

navedene manje programe. Trenutno na području EU najveći direktni ili indirektni utjecaj na omladinsko- edukacijski turizam imaju program ERASMUS +, OBZOR 2020, bilateralni sporazumi i stipendije među sveučilištima te CEEPUS.

4.1. OBZOR 2020.

Obzor 2020. novi je program Europske unije za istraživanje i inovacije za razdoblje od 2014. do 2020.godine. Obzor 2020. će doprinijeti ostvarivanju ciljeva ključnih strateških dokumenata Europske unije vezanih za istraživanje, tehnologijski razvoj i inovacije, Europa 2020. i Unija inovacija te izgradnji Europskog istraživačkog prostora.

Misao vodilja novog okvirnog programa je nuđenje rješenja i odgovora na gospodarsku krizu, investiranja u buduće poslove i razvoj, rješavanja pitanja građana EU o njihovoj materijalnoj sigurnosti, općoj sigurnosti i okolišu, kao i jačanja globalne pozicije EU u istraživanjima, inovacijama i tehnologijama. Struktura Obzora 2020. temelji se na tri glavna prioriteta: Izvrsna znanost, Industrijsko vodstvo i Društveni izazovi.[69] Svaki od navedenih prioriteta imaju svoje podjela a za ovaj rad je posebno zanimljiv prioritet Izvrsna znanost. Kao što je vidljivo već i iz samog naziva cilj je povećanje izvrsnosti europskog znanstvenog potencijala, osiguravanje kontinuiranog priljeva vrhunskih svjetskih istraživača u Europu i omogućavanje pristupa vrhunskim istraživačkim infrastrukturama. Time se želi osigurati dugoročna konkurentnost europskog istraživačkog prostora na svjetskom tržištu kao i prepoznavanje Europe kao atraktivnog mjesta za istraživački rad. Kao posebnu aktivnost koju je bitno istaknuti je **Marie Sklodowska-Curie akcije** koja će omogućiti znanstvenicima i istraživačima usvajanje znanja i vještina u vrhunskim istraživačkim grupama uz uvjet mobilnosti usmjerene na razvoj istraživačke karijere. Samom ovom akcijom, kao što je vidljivo, potiče se mobilnost visoko obrazovanih mladih ljudi i njihovo daljnje napredovanje u profesionalnoj karijeri.

4.2. Bilateralni sporazumi

Bilateralni sporazumi sveučilišta su programi koji omogućuju studiranje izvan svog matičnog sveučilišta i pri tome dobivanje stipendije. Glavni uvjet je državljanstvo zemlje u kojoj je prebivalište. Tako kada se govori o primjeru Hrvatske bilateralni program akademske mobilnosti je program stipendiranja državljana Republike Hrvatske i stranih državljana

[69] Obzor 2020, Raspoloživo na: http://www.obzor2020.hr/obzor2020/sto-je-obzor-2020 (01.12.2015)

temeljem međunarodnih bilateralnih ugovora i programa suradnje koje je Republika Hrvatska sklopila s drugim zemljama. Hrvatski se državljani mogu prijaviti na natječaje za stipendije koje periodički raspisuju sljedeće zemlje: Austrija, Australija, Bugarska, Crna Gora, Francuska, Grčka, Japan, Kanada, Kina, Mađarska, Makedonija, Njemačka (Bavarska), Poljska, Ruska Federacija, SAD (Program Fulbright), Slovačka, Švicarska, Turska, Ujedinjeno Kraljevstvo (British Scholarship Trust). [70]

U sklopu bilateralnog programa akademske mobilnosti dodjeljuju se dvije vrste stipendija

- odlazne stipendije (stipendije koje partnerske zemlje dodjeljuju hrvatskim državljanima)
- dolazne stipendije (stipendije koje Republika Hrvatska dodjeljuje stranim državljanima).

Bilateralne stipendije se dodjeljuju na temelju provedenih natječaja. Ove stipendije mogu se dobiti za razdoblje studija ili cjelokupni studij, postdoktorski ili istraživački boravak, ljetne jezične tečajeve ili semestar učenja hrvatskog jezika za strane studente.

4.3.CEEPUS

CEEPUS je program akademske razmjene studenata i profesora srednje i istočne Europe te se odvija na temelju višestranog Ugovora o uspostavljanju suradnje u području obrazovanja i usavršavanja u sklopu Srednjoeuropskog programa razmjene za sveučilišne studije sklopljenog u Budimpešti 1993. godine. Hrvatska je potpisala Ugovor CEEPUS 1995. godine, a uz Hrvatsku u programu tradicionalno sudjeluju sljedeće države: Albanija, Austrija, Bugarska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Češka, Mađarska, Makedonija, Poljska, Rumunjska, Slovačka, Slovenija i Srbija. U akademskoj godini 2009./2010. programu je pristupilo i Sveučilište u Prištini na Kosovu, a u akademskoj godini 2011./2012. Moldavija. Dana 1. svibnja 2011. godine na snagu je stupio ugovor CEEPUS III na razdoblje od sedam godina. Posebitost ovog međunarodnog ugovora je da svaka zemlja primateljica plaća troškove svoje kvote razmjene (INCOMING mobility), a to znači da su stipendije prilagođene potrebama i uvjetima života u određenoj zemlji i uključuju smještaj, prehranu i određeni

[70] Bilateralni programi, Raspoloživo na: http://www.mobilnost.hr/hr/sadrzaj/sudjelovanje/obrazovanje-i-osposobljavanje/erasmus-visoko-obrazovanje/bilateralni-programi/ (01.12.2015)

novčani iznos, a studenti su oslobođeni plaćanja školarine. Nacionalni CEEPUS ured zemlje primateljice osigurava smještaj, stipendiju i prehranu, a visokoškolska institucija primateljica brine se za realizaciju stručnog dijela programa. Hrvatske visokoškolske ustanove u akademskoj godini 2011./2012. sudjeluju kao koordinatori u četiri mreže te kao partneri u 57 mreža.[71]

4.4.ERASMUS +

Erasmus+ program je EU-a u području obrazovanja, osposobljavanja, mladih i sporta za razdoblje 2014.−2020.[72] Glavni sudionici ovog programa su uglavnom mlade osobe te oni koji rade s mladima, te ih prema ERASMUS + vodiču možemo klasificirati na :

- za projekte u području visokog obrazovanja, glavne su ciljne skupine: studenti (kratak ciklus, prvi, drugi ili treći ciklus), nastavnici i profesori u sustavu visokog obrazovanja, zaposlenici ustanova visokog obrazovanja, voditelji osposobljavanja i stručnjaci u poduzećima;
- za projekte u području strukovnog obrazovanja i osposobljavanja, glavne su ciljne skupine: naučnici i studenti u strukovnom obrazovanju, stručnjaci i voditelji osposobljavanja u strukovnom osposobljavanju, zaposlenici organizacija za početno strukovno obrazovanje, voditelji osposobljavanja i stručnjaci u poduzećima;
- za projekte u području školskog obrazovanja, glavne su ciljne skupine: ravnatelji škola, nastavnici i školsko osoblje, učenici u predškolskom, osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju;
- za projekte u području obrazovanja odraslih, glavne su ciljne skupine: članovi organizacija za obrazovanje odraslih, voditelji osposobljavanja, osoblje i učenici u sustavu obrazovanja odraslih;
- za projekte u području mladih, glavne su ciljne skupine: mladi u dobi od 13 do 30 godina, osobe koje rade s mladima, osoblje i članovi organizacija aktivnih u području mladih;
- za projekte u području sporta, glavne su ciljne skupine: stručnjaci i volonteri u području sporta, sportaši i treneri[73]

[71] MZOŠ, Raspoloživo na: http://public.mzos.hr/Default.aspx?sec=2093 (01.12.2015)
[72] Uredba (eu) br. 1288/2013 Europskog parlamenta i vijeća. o uspostavi programa „Erasmus+" : programa Unije za obrazovanje, osposobljavanje, mlade i sport Raspoloživo na: http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0050:0073:EN:PDF (01.12.2015)

Organizacija koja je zaslužna za provedbu samog programa je Europska komisija koja upravlja proračunom i kontinuirano određuje prioritete, ciljeve i kriterije za program. Osim toga, ona vodi i prati opću provedbu, praćenje i ocjenjivanje programa na europskoj razini. Europska komisija također snosi opću odgovornost za nadzor i koordinaciju struktura zaduženih za provedbu programa na nacionalnoj razini. Na nacionalnoj razini za provedbu programa su odgovorene Nacionalne agencija kojima Europska komisija povjerava zadaće provedbe. Osim navedenih svoje zadaće u posebnim dijelovima programa imaju i Mreža EURYDICE kojoj je cilj doprinijeti boljem razumijevanju obrazovnog sustava, Službe za potporu e-twinningu koje pomažu učiteljima i školama koje sudjeluju u projektima, Nacionalni uredi za ERASMUS+, Mreža stručnjaka za reformu visokog obrazovanja (HERE), Mreža euroguidance, Nacionalni europass centri te ostale službe koje služe kao podrška provedbi ERASMUS + programa.

U nastavku će biti prikazane države koje mogu sudjelovati u svim aktivnostima ERASMUS + programa, dok na dijelu aktivnosti mogu sudjelovati i ostale partnerske države izvan EU.

PRIHVATLJIVE DRŽAVE

U programu Erasmus+ mogu sudjelovati sljedeće države:

DRŽAVE SUDIONICE U PROGRAMU

Sljedeće države mogu sudjelovati u svim aktivnostima programa Erasmus+:

Države članice Europske unije[6]			
Belgija	Grčka	Litva	Portugal
Bugarska	Španjolska	Luksemburg	Rumunjska
Češka Republika	Francuska	Mađarska	Slovenija
Danska	Hrvatska	Malta	Slovačka
Njemačka	Italija	Nizozemska	Finska
Estonija	Cipar	Austrija	Švedska
Irska	Latvija	Poljska	Ujedinjena Kraljevina

Države sudionice izvan EU-a		
bivša jugoslavenska republika Makedonija	Island Lihtenštajn	Norveška Turska

Slika 4. Države sudionice ERASMUS programa

Izvor: ERASMUS + vodič program

[73] Europska komisija(2015): ERASMUS + vodič program, str 23.

ERASMUS + program se sastoji od 3 mjere i 2 aktivnosti. Kada govorimo o mjerama to su Mobilnost u svrhu učenja za pojedince, Suradnja za inovacije i razmjena dobre prakse te Potpora reformi politike dok su aktivnosti program Jean Monnet i one vezane uz sport.

4.4.1.Mobilnost u svrhu učenja za pojedince

Mobilnost sa svrhom učenja za pojedince je najvažnija mjera koja potiče omladinsko-edukacijski turizam te se svake godine povećava broj mladih koji koriste navedenu priliku. Postoji više načina kako se potiče mobilnost mladih. U nastavku će biti prikazani te ukratko objašnjeni projekti kojima se može poticati mobilnost mladih, uz izuzetak mobilnosti za studente i osoblje u ustanovama visokog obrazovanja i strukovnog obrazovanja i osposobljavanja, jer će njima biti posvećeno naredno poglavlje ovoga rada te će na samom kraju rada biti i provedena anketa na već navedenom uzorku.

4.4.1.1. Europska volonterska služba

EVS - Europska Volonterska Služba (European Voluntary Service) dio je programa Erasmus+ koji mladim Europljanima omogućuje da daju svoj doprinos svijetu i pritom steknu nova znanja i vještine. EVS omogućuje mladim osobama da izraze svoju osobnu predanost kroz neplaćeni volonterski rad, u stranoj državi, unutar Europe i šire. Na taj način razvija se međusobna suradnja, solidarnost i tolerancija, što pridonosi jačanju društvene povezanosti unutar Europske unije i afirmacije aktivnog građanstva. Kroz sudjelovanje u volonterskim aktivnostima mladi imaju priliku razviti socijalne vještine i na taj način doprinijeti vlastitom obrazovnom i profesionalnom razvoju, a njihovo iskustvo učenja formalno je priznato kroz dokument Youthpass. EVS obuhvaća široki spektar područja u koja se volonteri mogu uključiti: kulturu, mlade, sport, socijalnu skrb, civilnu zaštitu, zaštitu okoliša, umjetnost itd. Uspješan EVS projekt zahtjeva usku suradnju između najmanje 3 ključna sudionika: (1) organizacije domaćina koja je osmislila projekt, (2) volontera i (3) organizacije koja šalje volontera. Organizacije izvode niz poslova i uloga: od pripreme volontera za projekt i život u stranoj zemlji do primanja volontera i pronalaska smještaja. EVS aktivnosti mogu se izvoditi pojedinačno ili u grupi.[74] Sudionici EVS-a su mlade osobe od 17 do 30 godina, a na projektu istovremeno može radi od 1 osobe pa do 30 ljudi. Budući da se radi o volonterskim aktivnostima, volonterima su pokriveni svi troškovi tako su organizacije sudionice odgovorne

[74] Europska volonterska služba (EVS), Raspoloživo na: http://www.pariter.hr/?page_id=801 (01.15.2015)

za plaćanje troškova života, smještaj i lokalni prijevoz volontera ali u slučaju bilo kakve pomoći ili administrativne podrške za vrijeme trajanja projekta trebaju biti na raspolaganju volonterima. Budući da projekti traju od 2 tjedna do 12 mjeseci, volonteri imaju na raspolaganju dovoljno vremena da osim boravka u destinaciji gdje se odvijaju njihove djelatnosti posjete i okolna mjesta i države. EVS volonteri imaju multiplikativan utjecaj na turizam budući da istodobno troše novčana sredstva unutar same destinacije, imaju utjecaj na promociju, ali doprinose i razumijevanju međukulturalnih razlika. Osim projekata do 30 ljudi EVS organizira i velika događanja europske volonterske službe na kojima sudjeluje bar 30 volontera, a cilj je podržati europska ili događanja na svjetskoj razini u području mladih, kultura i sporta. Kao primjere velikih događaja možemo uzeti Europska sportska prvenstva, Europske glavne gradove mladih ili Svjetske sastanke na vrhu za mlade.

4.4.1.2. Razmjene mladih

Razmjenama mladih omogućuje se skupinama mladih ljudi iz različitih zemalja da se sastaju i zajedno žive do 21 dan. Za vrijeme razmjene mladih, sudionici zajednički provode program rada (mješavine radionica, vježbi, rasprava, igranja uloga, simulacija, aktivnosti na otvorenom itd.) koji su osmislili i pripremili prije razmjene. Razmjenama mladih omogućuje se mladim ljudima da: razvijaju kompetencije; postanu svjesni društveno važnih tema/tematskih područja; otkrivaju nove kulture, navike i načine života, uglavnom putem suradničkog učenja; jačaju vrijednosti kao što je solidarnost, demokracija, prijateljstvo itd. Postupak učenja u okviru Razmjene mladih odvija se na temelju metoda neformalnog obrazovanja. Razmjene mladih temelje se na transnacionalnoj suradnji između dvaju ili više organizacija sudionica iz različitih zemalja i izvan Europske unije.[75] Razmjene mladih su čest odabir studenata, ali i đaka jer u određenim slučajevima projekti traju samo 5 do 7 dana te nisu ograničeni samo na vrijeme praznika. Nakon sudjelovanja na prvom programu mladi uviđaju koristi od iskustva koje su stekli te se većinom ubrzo prijave i na idući projekt. Motivi su raznoliki od posjeta nove države, upoznavanja mladih iz drugih krajeva do raznih oblika edukacija koje pruža EU putem programa.

[75] European Commision (2014): Erasmus plus programme guide, str 73.

4.4.1.3. Združeni diplomski studiji Erasmus Mundus

Programe Erasmus Mundus združenih diplomskih studija provodi međunarodni konzorcij visokih učilišta u suradnji s drugim dionicima, te se nastava održava u najmanje dvjema državama zastupljenih u konzorciju. Završetkom Erasmus mundus studija student stječu 60, 90 ili 120 ECTS bodova. Takvi programi odlikuju se kvalitetom, inovativnošću te studentima omogućavaju veću zapošljivost.[76] Za vrijeme programa studenti dobivaju stipendije koje su dovoljne za pokrivanje njihovog cijelog troška studiranja. Budući da se sam studij odvija u najmanje dvjema državama, sudionici i dobitnici stipendija ovoga programa su zasigurno bitni za omladinsko-edukacijski turizam.

4.4.1.4. Zajmovi za diplomske studije Erasmus

Postoji još jedna opcija kojom EU želi potaknuti mlade na mobilnost, a to je uz pomoć zajmova. Studenti diplomskog studija koji žele završiti cijeli studij u drugoj državi, sudionici u programu, mogu zatražiti zajam koji će im pomoći u pokrivanju troškova. Zajmovima za diplomske studije Erasmus+ potencijalnim studentima diplomskih studija omogućit će se pristup zajmovima kojima će se podržati njihovi studiji u inozemstvu za vrijeme razdoblja provedbe programa Erasmus+. Zajmovi iznose do 12 000 EUR za jednogodišnji diplomski studij i do 18 000 EUR za dvogodišnji diplomski studij te mogu obuhvaćati troškove života i školarine u bilo kojoj od 33 države sudionice u programu Erasmus+.[77]

4.4.2. Suradnja za inovacije i razmjena dobre prakse

Iako druga mjera ne potiče mobilnost direktno kao prva mjera, a samim time nema tako veliki direktan utjecaj na obrazovno-edukacijski turizam, zahvaljujući raznim mjerama i strategijama, ima indirektni utjecaj na turizam. I ova mjera kao i prethodna ima više oblika:

- Transnacionalna strateška partnerstva usmjerena na razvoj inicijativa u jednom ili više područja obrazovanja, osposobljavanja i mladih i promicanje inovacija, razmjene iskustva i znanja između različitih vrsta organizacija uključenih u obrazovanje,

[76] ERASMUS mundus, Raspoloživo na: http://www.mobilnost.hr/hr/sadrzaj/sudjelovanje/obrazovanje-i-osposobljavanje/erasmus-visoko-obrazovanje/erasmus-erasmus-mundus-zdruzeni-diplomski-studiji/(01.05.2015)
[77] European Commision (2014): Erasmus plus programme guide, str 102.

osposobljavanje i mlade ili u drugim mjerodavnim područjima. [78] Ova mjera potiče i određene oblike mobilnosti, ako mobilnost doprinosi ostvarenju samih ciljeva partnerstva;

- udruženja znanja između ustanova visokog obrazovanja i poduzeća čiji je cilj poticanje inovacija, poduzetništva, kreativnosti, zapošljavanja, razmjene znanja i/ili multidisciplinarnog poučavanja i učenja. Udruženja znanja su transnacionalna i uključuju najmanje šest neovisnih organizacija iz barem tri države sudionice u programu, od čega barem dvije ustanove visokog obrazovanja i barem dva poduzeća;
- udruženja sektorskih vještina kojima se podupire izrada i pružanje zajedničkih kurikuluma, programa i metoda učenja i poučavanja za strukovno obrazovanje, koji se temelje na dokazima o trendovima u određenom sektoru gospodarstva i vještinama koje su potrebne za rad u jednom ili više poslovnih sektora.[79] Sektori u kojima je zabilježena razlika između članica te su potrebna udruživanja da bi se doprinijelo daljnjem razvoju onih članica koje zaostaju su proizvodnja i inženjerstvo, trgovina, informacijska i komunikacijska tehnologija, ekološke tehnologije i inovacije kulturni i kreativni sektor, zdravstvo i turizam. Kao što je vidljivo, jedan od oblika udruživanje je turizam, te se pomoću ove mjere potiče njegov razvoj. Udruženja sektorskih vještina moraju obuhvaćati najmanje tri države sudionice u programu;
- projekti jačanja sposobnosti kojima se podupire suradnja s partnerskim državama u područjima visokog obrazovanja i mladih. Cilj je projekata jačanja sposobnosti podržati organizacije/ustanove i sustave u njihovom postupku modernizacije i internacionalizacije. U određenim prihvatljivim partnerskim državama aktivnosti u području mobilnosti podupiru se ako pridonose ciljevima projekta. Projekti jačanja sposobnosti transnacionalni su projekti suradnje koji se temelje na višestranim partnerstvima, u prvom redu između ustanova visokog obrazovanja (UVO) iz država sudionica u programu i prihvatljivih partnerskih država koji se financiraju iz navedenih instrumenata. Oni mogu uključivati i partnere izvan akademske zajednice u cilju poboljšanja veza sa društvom i poslovnim sektorom te jačanja sustavnog učinka projekata.[80]
- platforme za IT potporu, kao što su e-Twinning, Europska platforma za obrazovanje odraslih (EPALE) i Europski portal za mlade, koje omogućuju virtualni prostor za

[78] Op. cit str. 104
[79] European commision (2014): Erasmus plus programme guide, str. 105
[80] Op cit str. 106

suradnju, baze podataka s mogućnostima, zajednice prakse i druge online usluge za učitelje, voditelje osposobljavanja i praktičare u području školskog obrazovanja i obrazovanja odraslih te za mlade ljude, volontere i osobe koje rade s mladima u Europi i izvan nje.[81] Razvojem informacijskih tehnologija svaki projekt mora imati dobro razvijenu informatičku pozadinu. Na taj način se omogućava lakša provedba projekta, ali i samo praćenje rezultata.

4.4.3. Potpora reformi politike

Kao što je vidljivo iz samog naslova ove mjere, cilj reforme politike je osposobljavanje mladih za donošenje politika, inicijative za inovacije u području politika, potpora europskim alatima politika, suradnja s međunarodnim organizacijama za jačanje učinka i vrijednosti politika u području obrazovanja, osposobljavana i mladih. Ova mjera je izrazito bitna jer od kreiranja same politike počinju sve ostale inicijative koje ostvaruju svoj utjecaj na mlade, a nakon toga na njihovu mobilnost, a samim time i na turizam.

4.4.4. Aktivnosti programa Jean Monnet

Aktivnostima programa Jean Monnet promiče se izvrsnost u poučavanju i istraživanju u području studija o Europskoj uniji diljem svijeta.[82] Same aktivnosti ovog programa mogu se podijeliti na više područja kao što su:

- **Akademski moduli, katedre, centri izvrsnosti** u cilju produbljivanja poučavanja u studijima o europskim integracijama koji su ugrađeni u službeni kurikulum ustanove visokog obrazovanja te u cilju provedbe, praćenja i nadzora istraživanja sadržaja EU-a, uključujući druge obrazovne razine, kao što su obrazovanje odraslih i obavezno obrazovanje. Cilj je tih aktivnosti također osigurati poučavanje o pitanjima europskih integracija za buduće stručnjake u područjima za kojima postoji potražnja na tržištu rada te istovremeno poticati, savjetovati i voditi mlade generacije učitelja i istraživača u područjima projekata europskih integracija

[81] Ibidem str. 107
[82] Jean Monnet, Raspoloživo na: https://eacea.ec.europa.eu/erasmus-plus/actions/jean-monnet_en (01.12.2015)

- **Dijalog o politici s akademskim svijetom**, koji se podupire putem:

  a) mreža za jačanje suradnje između raznih sveučilišta u Europi i svijetu, poticanja suradnje i stvaranja platforme za razmjenu znanja s javnim dionicima i službama Komisije i vrlo važnim predmetima EU-a

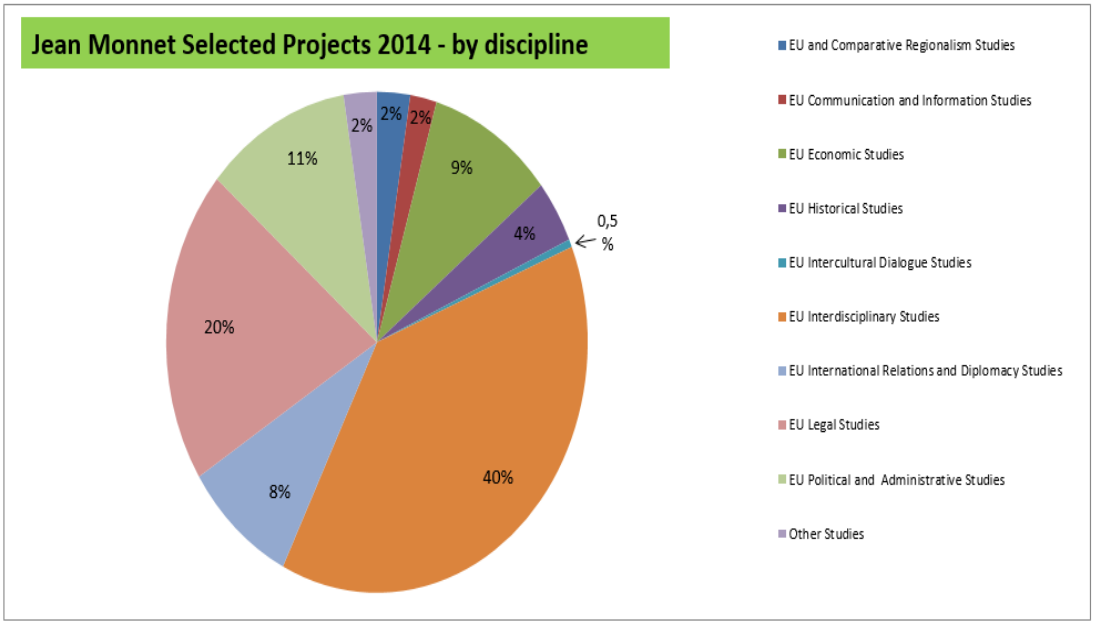
  b) projekata za inovacije i uzajamno poticanje i širenje sadržaja EU-a namijenjenog za promicanje rasprava, razmišljanja o pitanjima EU-a i za povećanje znanja o EU-u i njegovim procesima

- **Potpora ustanovama i udrugama**, za organizaciju i provedbu zakonskih aktivnosti udruženja koja se bave studijima i pitanjima o EU-u te za objavu činjenica o EU-u široj javnosti uz poticanje aktivnog europskog građanstva. Aktivnostima programa Jean Monnet osiguravaju se operativna bespovratna sredstva za određene ustanove koje ostvaruju cilj od europskog interesa
- **Studije i konferencije** u cilju pružanja novih zaključaka i konkretnih prijedloga donositeljima politika na temelju kritičnih, neovisnih akademskih stajališta i u cilju razmišljanja o postojećim pitanjima EU-a, posebno putem velikih međunarodnih konferencija o političkim temama u kojima sudjeluju donositelji politika, predstavnici civilnog društva i akademici najviše razine.[83]

Kada govorimo o utjecaju programa Jean Monnet na obrazovno-edukacijski turizam, najveći utjecaj ima aktivnost studije i konferencije. Većinom su motivi odlaska na konferencije edukacijskog tipa, a njihovi sudionici mogu biti odrasli, ali i mlađe dobne skupine.

Naredne slike prikazuju podjelu odobrenih projekata 2014 godine.

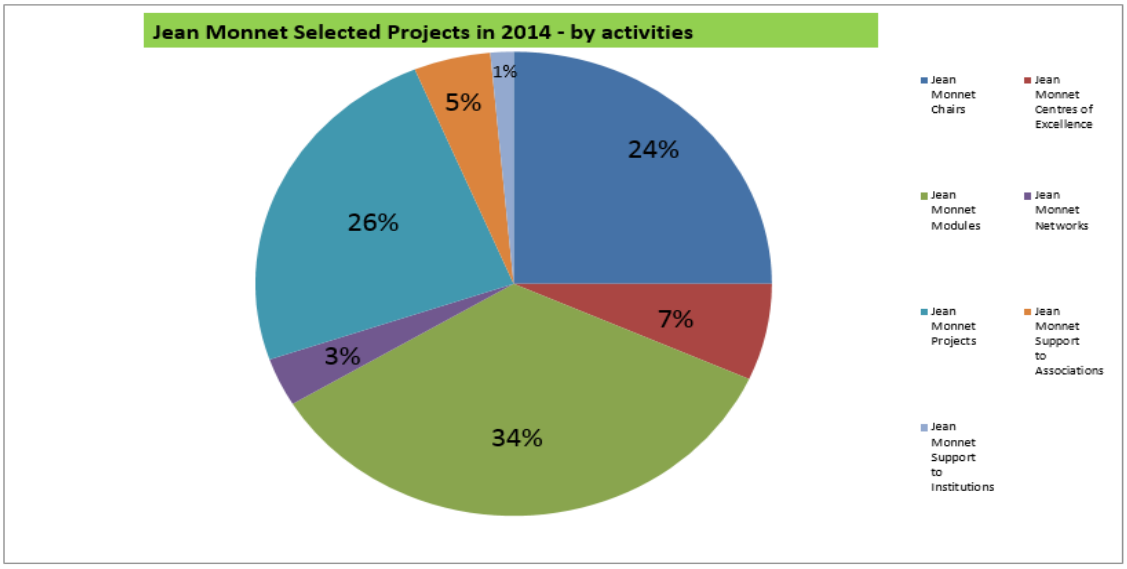
[83] Program Jean Monnet, Raspoloživo na: http://www.mobilnost.hr/hr/sadrzaj/erasmus-opce-informacije/program-jean-monnet/ (05.12.2015)



Slika 5. Jean Monnet projekti

Izvor: https://eacea.ec.europa.eu/erasmus-plus/library/jean-monnet-activities-statistics-for-selection-2014_en

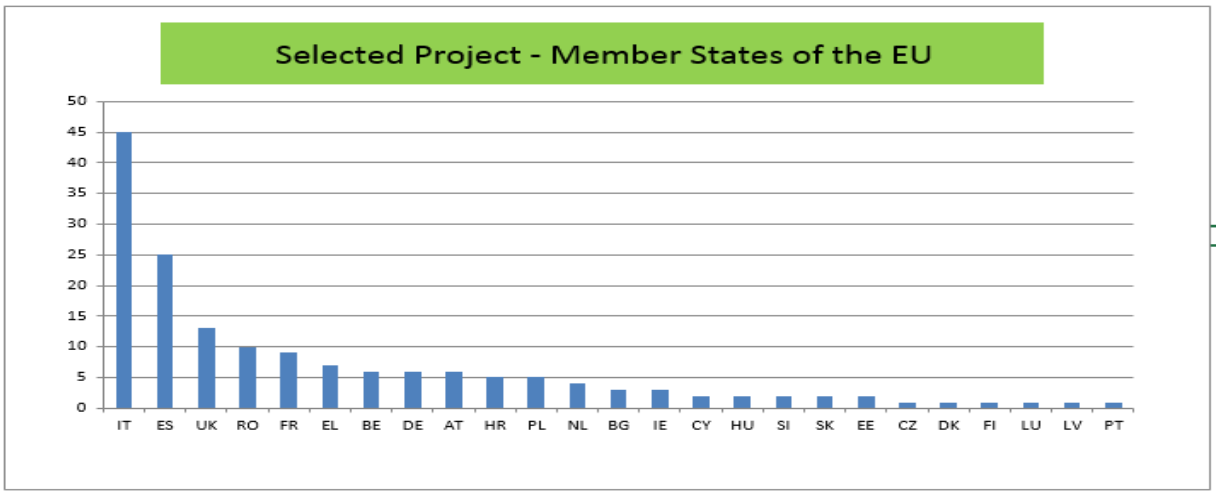
Kao što je moguće vidjeti iz slike 5, najveći dio ,40% otpada na interdisciplinarne studije, a s 20% ga slijede EU pravni studiji.



Slika 6. Jean Monnet aktivnosti

Izvor: https://eacea.ec.europa.eu/erasmus-plus/library/jean-monnet-activities-statistics-for-selection-2014_en

Kada govorimo o aktivnostima, više od polovice otpada na 34% modula, 24 % na vođenja, a 26% na projekte.



Slika 7. Izabrani projekti po državama

Izvor: https://eacea.ec.europa.eu/erasmus-plus/library/jean-monnet-activities-statistics-for-selection-2014_en

Na slici 7 je moguće primijetiti da se najveći broj projekata odnosi na Italiju 45, slijedi je Estonija s 25 te Velika Britanija na trećem mjestu s 13. Nakon Brexita, tj. izlaska Velike Britanije iz Europske Unije, teško je predvidjeti daljnji razvoj situacije no zasigurno će biti značajnih promjena i u ovoj domeni.

4.4.5. Sport

Sport i turizam su izrazito povezani, te je sport čest dio većine selektivnih oblika turizma. I sama EU je uvidjela važnost sporta i njegovu poveznicu s mladima tako je i sport dio ERASMUS + programa. Pri tome EU u sklopu ovog programa potiče dva oblika sporta i sportskih aktivnosti:

- **suradnička partnerstva**, čiji je cilj promicanje integriteta sporta, podupiranje inovativnih pristupa provedbi načela EU-a o dobrom upravljanju u sportu, strategija EU-a u području socijalne uključenosti i jednakih mogućnosti, poticanje sudjelovanja u sportovima i tjelesnoj te podupiranje provedbe smjernica EU-a o dvojnim karijerama sportaša[84]
- **neprofitna europska sportska događanja**, prilikom kojih su određene organizacije zadužene za pripremu, organizaciju i praćenje određenog događanja. Uključene

[84] European commision (2014): Erasmus plus programme guide, str. 180

aktivnosti se mogu sastojati od aktivnosti osposobljavanja za sportaše i volontere tijekom priprema za događanje, svečanosti otvaranja ili zatvaranja, popratne aktivnosti uz sportsko događanje te provedbu aktivnosti koje slijede nakon toga kao što su ocjenjivanje ili evaluacija.

Kada govorimo o sportskim događanjima, jedan primjer je Europski tjedan sporta koji je po prvi put organiziran 2015. godine te je trajao od 7. do 13. rujna.

Europski tjedan sporta usmjeren je na poticanje sudjelovanja u sportu i tjelesnim aktivnostima te podizanje svijesti o njihovim brojnim dobrobitima. Tjedan sporta namijenjen je svima bez obzira na dob, podrijetlo ili tjelesnu pripremljenost te okuplja pojedince, tijela javne vlasti, sportski pokret, organizacije civilnog društva i privatni sektor. Lokalnim inicijativama Tjedan sporta potiče Europljane da redovito budu aktivni im omogućava više vježbanja u svakodnevnom životu.[85]

[85] Europski tjedan sporta, Raspoloživo na: http://www.europski-tjedan-sporta.hr/o-europskom-tjednu-sporta/ (15.12.2015)

5. ERASMUS + MOBILNOSTI ZA STUDENTE I OSOBLJE U USTANOVAMA VISOKOG OBRAZOVANJA(UVO) I STRUKOVNOG OBRAZOVANJA I OSPOSOBLJAVANJA

5.1. Opće informacije

Kao što je vidljivo već iz naslova samog poglavlja, jedan, a za potrebe ovog rada najvažniji dio ERASMUS + programa je mobilnost osoblja i studenata.

Mobilnost osoblja može poprimiti dva oblika:

- Razdoblja poučavanja: ovom se aktivnošću omogućuje nastavnom osoblju UVO-a ili osoblju iz poduzeća da poučavaju u partnerskom UVO-u u inozemstvu. Mobilnost osoblja može se odvijati u bilo kojem području studija/akademskoj disciplini.
- Razdoblja osposobljavanja: ovom se aktivnošću podržava stručno usavršavanje nastavnog i nenastavnog osoblja UVO-a u obliku osposobljavanja u inozemstvu (osim konferencija) i razdoblja promatranja/traženja zaposlenja/osposobljavanja u partnerskom UVO-u ili u drugoj relevantnoj organizaciji u inozemstvu.[86]

Značaj prilike za dodatno proučavanja ili osposobljavanja uviđa sve veći broj nastavnog i nenastavnog osoblja. Tako prema izvještaju Europske komisije iz 2014. godine u akademskoj godini 2012. – 2013. više od 52 600 akademskog i administrativnog osoblja primilo je sredstva za poučavanje ili osposobljavanje u inozemstvu.[87] Od iskustva koje steknu nemaju koristi samo stipendisti, nego se unaprjeđuje i kvaliteta poučavanja te učenja u njihovim matičnim institucijama kad se vrate.

Kao što mobilnost osoblja ima dva oblika, tako i mobilnost studenata možemo podijeliti na:

- razdoblje studiranja u inozemstvu u partnerskoj ustanovi visokog obrazovanja (UVO): Studenti koji se odluče na studiranja na drugom sveučilištu moraju biti minimalno upisani na drugu godinu preddiplomskog studija. Ovaj oblik studiranja može trajati od minimalno tri do maksimalno dvanaest mjeseci za svaku razinu studija. Za vrijeme trajanja razmjene ERASMUS studenti moraju ispunjavati sve svoje obveze (dolasci na predavanja, polaganje ispita…) kao i svi drugi redovni studenti tog sveučilišta. Erasmus+ studentima ne smije se naplaćivati školarina na inozemnim ustanovama kao

[86] ERASMUS + vodič, str. 35
[87] ERASMUS ponovno obara rekorde, Raspoloživo ne: http://www.ra-sb.hr/erasmus-ponovno-obara-rekorde/ (15.12.2015)

niti bilo kakve druge naknade koje se ne naplaćuju niti matičnim studentima. Prilikom povratka na svoje sveučilište studentima se priznaju predmeti položeni u partnerskoj ustanovi, ako su u skladu sa studentovim studijskim programom na matičnom sveučilištu. Za vrijeme trajanja mobilnosti studenti ostvaruju financijsku potporu koja im olakšava život izvan mjesta domicila te pokriva dio troškova. Visina financijske potpore ovisi o standardu države gdje se odvija studentska mobilnost tako možemo razlikovati tri kategorije. Detaljnu podjelu država po kategorijama možemo vidjeti na slici 8.

Programske zemlje su podijeljene u sljedeće tri skupine:

Financijska potpora eur/mjesečno		
Skupina 1 Programske zemlje s višim troškovima života	Austrija, Danska, Finska, Francuska, Irska, Italija, Lihtenštajn, Norveška, Švedska, Ujedinjeno Kraljevstvo	460
Skupina 2 Programske zemlje sa srednjim troškovima života	Belgija, Hrvatska, Češka, Cipar, Njemačka, Grčka, Island, Luksemburg, Nizozemska, Portugal, Slovenija, Španjolska, Turska	410
Skupina 3 Programske zemlje s nižim troškovima života	Bugarska, Estonija, Mađarska, Latvija, Litva, Malta, Poljska, Rumunjska, Slovačka, Makedonija	360

Slika 8. Kategorije za financijsku potporu

Izvor: ERASMUS + vodič

*Slika se odnosi na potporu koju dobivaju Hrvatski studenti

Studenti koji ne ostvare pravo na financijsku potporu nazivamo „ERASMUS zero grant“, navedeni studenti ne trebaju plaćati školovanje na sveučilištu kojemu vrše svoj studijski boravak, ali ne primaju financijska sredstva kao pomoć prilikom boravka. Za studente s posebnim potrebama, ili koji imaju loš socijalni status osigurana su dodatna financijska sredstva koja dobivaju za vrijeme mobilnosti.

- stručna praksa (zapošljavanje) u inozemstvu u poduzeću ili na nekom drugom relevantnom radnom mjestu.

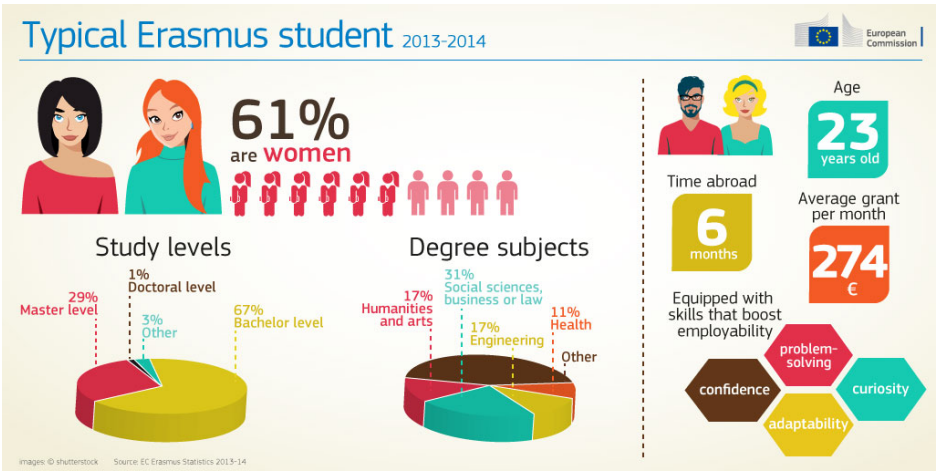
  Studenti koji se odluče za stručnu praksu, mogu biti i na prvoj godini preddiplomskog studija, a trajanje same prakse je od dva do dvanaest mjeseci. Student ima pravo odlaska na stručnu praksu, na svakoj razini studija (preddiplomski, diplomski, postdiplomski). Za vrijeme obavljanja prakse student ima radno vrijeme 6 do 8 sati dnevno. Kao i za vrijeme razdoblja studiranja u inozemstvu i studenti na stručnoj

praksi ostvaruju financijsku potporu kako bi im bio olakšan boravak za vrijeme boravka izvan svog prebivališta.

Kako su upravo ERASMUS studenti koji studiraju inozemstvu najzaslužniji za porast omladinsko- edukacijskog turizma na području EU u nastavku rade će biti posvećena pažnja detaljnoj analizi njihove potražnje i motivima odlaska na studij u drugu državu.

5.2. Profil ERASMUS studenta

Profil prosječnog ERASMUS studenta nije lako odrediti budući da na to utječu brojni faktori kao što je država prebivališta, država u kojoj se odvija studentska mobilnost, financijske mogućnosti studenta, studijski smjer i slično. U nastavku će biti prikazan tipičan profil ERASMUS studenta u generaciji 2013/2014 prema posljednjem istraživanju i izvješću Europske komisije.[88]



Slika 9. Profil ERASMUS studenta

Izvor: http://ec.europa.eu/education/tools/statistics_en.htm

ERASMUS student ima 23 godine, te je odlučio provesti 6 mjeseci na studentskoj razmjeni. Prosječna financijska potpora je 274 Eura te karakteristike koje ga obilježavaju, a pomoći će mu u budućem zapošljavanju su znatiželja, mogućnost prilagodbe, usmjeren je na rješavanje problema te ima određenju razinu smjelosti. Također 2013/2014 godine 61% ERASMUS studenata su bile žene, 67% studenata je bilo na preddiplomskom, 29% na diplomskom te 1%

[88] Izvještaj Europske komisije, Raspoloživo na: http://ec.europa.eu/education/tools/statistics_en.htm (15.12.2015)

na postdiplomskom studiju, te su ERASMUS studenti najvećim djelom studenti prava, medicine, društvenih, ekonomskih, tehničkih i umjetničkih usmjerenja.

Također zanimljivi podaci o samoj motivaciji ERASMUS studenata su prikazani u Studiji utjecaja ERASMUS programa koju je provela Europska komisija na uzorku od 56 733 studenata.[89] Prema navedenom istraživanju glavni motivi odabira ERASMUS programa su mogućnost privremenog boravka u drugoj državi, poboljšanje znanja jezika te razvijanje vještina, ali i povećana mogućnost zapošljavanja u inozemstvu nakon same mobilnosti. U samoj studiji su uspoređeni podaci ERASMUS alumnija i studenata koji nisu sudjelovali u studentskoj mobilnosti. Tako se 40% ERASMUS alumnija nakon diplome bar jednom preselilo u drugu državu u usporedbi s 23% kod studenata koji nisu sudjelovali u studentskoj mobilnosti, također 93% ERASMUS studenata (73% studenata koji nisu sudjelovali u studentskoj mobilnosti) bi moglo razmotriti mogućnost preseljenja u drugu državu. Za vrijeme ove ankete, 33% ERASMUS alumnija je imalo životne partnere različite nacionalnosti, gotovo tri puta više nego studenti koji nisu sudjelovali u studentskoj mobilnosti (13%).

Ako razmotrimo gore navedene podatke gledajući sa strane industrije turizma, možemo vidjeti kako ERASMUS ima direktan utjecaj. ERASMUS alumniji koji više ne žive u svojoj državi već su se radi posla ili životnog partnera preselili u drugu državu, zacijelo redovito dolaze u posjet svojoj rodbini i prijateljima te tako utječu na rast turističkih kretanja. Njihova promocija države u inozemstvu i preporuke svojim novim prijateljima ili obitelji partnera potiče daljnji rast turizma.

5.3. Potražnja za ERASMUS programom

Od samih početaka ERASMUS programa davne 1987.godine potražnja za ovim programom se kretala uzlaznom putanjom, a do 2014. godine broj studenata koji su bili dio ERASMUS programa je premašio 3 milijuna.
1987. godine 3244 studenta iz 11 država su proveli studijsko razdoblje koristeći ERASMUS program. Tijekom 2013/2014 akademske godine 34 države su sudjelovale u programu: 28 članica EU, Irska, Lihtenštajn, Norveška, Švicarska i po prvi put Makedonija. Imajući na

[89] Erasmus Impact Study: Key findings, EuropeanCommission, Raspoloživo na: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-534_hr.htm (10.06.2016)

raspolaganju budžet od 580 milijuna eura 2013/2014 godine 272 000 studenata i preko 57 000 nastavnog osoblja je provelo dio svog obrazovanja u inozemstvu koristeći ERASMUS program.[90]



Slika 10. ERASMUS program 1987.-2014.

Izvor: Erasmus Facts, Figures & Trends The European Union support for student and staff exchanges and university cooperation in 2013-2014

Slika 10 prikazuje konstantan rast studenata koji sudjeluju u ERASMUS programu. Dok je za prvi milijun studenata bilo potrebno razdoblje od 1987. godine do 2003. godine, ERASMUS studenti su postigli zbirni broj od dva milijuna u 2009. godini, dok je taj broj narastao na 3 milijuna već za 4 godine tj. u 2013. godini što potkrepljuje činjenicu da se svakodnevno sve veći broj studenata odlučuje sudjelovati u studentskoj mobilnosti.

Prema izvještaju Europske komisije iz 2014. godine najviše studenata je iz Španjolske, 37 235 studenata, a slijede Francuska, Njemačka, Italija i Ujedinjeno Kraljevstvo. Iste države su ujedno i primile najveći broj studenta, samo što je poredak promijenjen, tako je na prvom mjestu Španjolska s 39 277 studenata, a slijede je Njemačka, Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo i Italija. Prilikom usporedbe omjera veličine studentske populacije i onih koji su

[90] Erasmus Facts, Figures & Trends The European Union support for student and staff exchanges and university cooperation in 2013-2014(2014), European Commision, str. 14

se odlučili za sudjelovanje u ERASMUS programu vodeće države su Luksemburg, Lihtenštajn, Latvija, Litva i Španjolska.[91]

5.4. Motivi odlaska na ERASMUS mobilnost

Najčešći glavni motivi odlaska na Erasmus mobilnost su većinom isti kod svih studenata, a to su: mogućnost života u inozemstvu, upoznavanja novih ljudi, učenja ili poboljšanja znanja stranog jezika, prilika za razvoj „soft“ vještina kao što su poduzimanje inicijativa, prilagodljivost i proaktivnost te ulaganje u buduću karijeru. Naravno, ne treba izuzeti iz ove liste i putovanja, mogućnost zabave, ali i dostupnost samih ERASMUS financijskih sredstava. Istraživanja imaju fokus na različite motive ovisno o samom istraživaču i tematici istraživanja. U studiji Europskog parlamenta „Poboljšanje sudjelovanja u ERASMUS programu“ u dole navedenoj tablici prikazana ja prosječna ocjena koju su ERASMUS studenti dali najvažnijim motivima. Ocjene u tablici se većinom podudaraju i s drugim istraživanjima.

Tablica 2. Motivi ERASMUS studenata

Motiv	**Prosječna ocjena ERASMUS studenata**
Mogućnost života u inozemstvu	4,71
Mogućnost učenja/poboljšanja stranog jezika	4,60
Mogućnost razvoja „soft“ vještina	4,52
Prednosti za budući posao	4,14
Prednosti za budući posao vani	4,06
Prilika za drugačiji način obrazovanja i tehnike učenja	4,09
Mogućnost studijskog programa na stranom jeziku	3,99
Mogućnost izbora institucije u inozemstvu	3,33
Trajanje perioda razmjene je bilo prikladno	
Mogućnost ERASMUS stipendije	3,53
Kvaliteta institucije domaćina	3,30
Promocija ERASMUS programa 3,29	3,29

[91] Erasmus Facts, Figures & Trends The European Union support for student and staff exchanges and university cooperation in 2013-2014(2014), European Commision, str. 15

Druge financijske pomoći	2,96

Izvor: Improving the participation in ERASMUS programe[92]

U svom znanstvenom radu grupa autora sa slovenskog sveučilišta je došla do sličnih rezultata istraživanja. Tako su na uzorku od 360 ERASMUS studenata odredili da su najvažniji razlozi korištenja ovog programa: iskustvo nečeg novog (4,7), osobni rast (4,6), učenje o drugim kulturama (4,5), upoznavanje novih ljudi (4,5), mogućnost boravka jedan semestar vani (4,4), poboljšanje jezičnih vještina(4,3) te iskustvo europskog identiteta(4,0)[93]

Detaljnije istraživanje na ovu tematiku je provela i Europska komisija. U svojem istraživanju utjecaja ERASMUSA Europska Komisija je napravila regionalnu podjelu te ocijenila koji motivi korištenja prevladavaju u pojedinom dijelu Europe. Tako za studente na sjeveru Europe najvažniji motivi su upoznavanje novih ljudi i budući utjecaj na karijeru u svojoj državi, u Južnoj Europi studentima je najvažnije učenje jezika, „soft" vještina i budući utjecaj na karijeru u inozemstvu, u Istočnoj Europi glavni motivi su poboljšanje jezičnih vještina te budući utjecaj na karijeru u svojoj državi, a za studente koji su u Zapadnoj Europi najvažnije je iskustvo življenja u inozemstvu i upoznavanje novih ljudi[94]

Prema različitim glavnim motivima moguće je vidjeti s kojim trenutno problemima se susreće određeni dio Europe te kako ovaj program može pomoći pri njihovom rješavanju. Tako za studente Južne Europe jedan od glavnih motiva je razvoj jezičnih vještina. Opći je stereotip da studenti iz Španjolske i Italije imaju problema s engleskim jezikom jer smatraju da znanje njihovog materinjeg jezika je dovoljno ili učenje jezika nije toliko bitan do njihovog obrazovnog sustava. Koristeći ERASMUS program oni pokušavaju popraviti ove nedostatke. Također u dijelu Europe koji je više bio pogođen gospodarskom krizom i trenutno vlada velika nezaposlenost, glavni motiv odlaska je veća mogućnost zapošljavanja u svojoj državi ili inozemstvu radi razvoja novih vještina tokom korištenja ERASMUS programa. Prema istraživanjima, postotak studenata koji su sudjelovali u ERASMUS programu, a nisu uspjeli pronaći posao nakon diplome, je gotovo upola manji od njihovih kolega koji nisu bili sudionici ERASMUS programa.

[92] Improving the participation in ERASMUS programe(2010), Directorate-general for internal policies, European Parlament, str.56
[93] Lesjak M., Juvan E., Ineson M. Yap M, Axelsson E. (2015): Erasmus student motivation: Why and where to go? Springer Science Business Media, Dordrecht, str. 10
[94] The Erasmus Impact Study Regional Analysis(2016): Publications Office of the European Union, Luxembourg, str.14

5.5. Motivi odabira ERASMUS destinacije

Kada govorimo o izboru destinacije u kojoj studenti žele biti za vrijeme destinacije motivi prilikom donošenja odluke su različiti, ali kao i prilikom motiva ERASMUS programa većina ih se ponavlja. Prije odabira same destinacije (u daljnjem tekstu na destinaciju se misli kao grad gdje je smješteno sveučilište u kojemu se odvija ERASMUS mobilnost), studenti najčešće uzimaju u obzir 3 faktora kao što su: karakteristike države u kojoj će boraviti, brand ili popularnost samog grada u kojem je smješteno sveučilište kao i kvalitetu samog sveučilišta u navedenoj destinaciji.

U svom istraživanju o motivima odabira destinacije ERASMUS boravka autori sa slovenskog sveučilišta su koristili dalje navedene motive koje su ERASMUS studenti rangirali. Tako kao najvažniji motivi su istaknute bogate kulturne atrakcije(4,1), sigurnosti (4), neistražene destinacije (3,9), kulturno, povijesno i umjetničko bogatstvo(3,8), ponuda događaja (3,6), visok životni standard (3,6) , noćni život (3,5), laka dostupnost (3,4), niski životni troškovi (3,4), održivost i okoliš(3,1), popularnost (2,8), Sličan jezik i životni stil (2,3)[95]
Izbor ERASMUS destinacije možemo usporediti i s izborom destinacije koristeći turističke motive. Tako se u većini literature koriste „pull“ faktori ponude i „push“ faktori potražnje.
Kim u svom radu navodi da većina studenata prilikom donošenja odluke o destinaciji gdje će provesti svoj odmor je potaknuta nevidljivim faktorima potražnje kao što su odmor, istraživanje i sl. ali je privučena opipljivim faktorima ponude kao što su prirodne atrakcije, sport i rekreacija te zabava i noćni život.[96] Ako ovu činjenicu primijenimo na izbor destinacije ERASMUS studenata, veliki broj studenata želi jedan semestar ili cijelu akademsku godinu provesti na drugom sveučilištu. Motivi koji ih potiču na to su raznovrsni, od odmora i zabave, učenja novih jezika do stjecanja novih prijatelja i edukacije, a upravo su destinacije te koje svojom ponudom privlače studente da upravo tamo borave za vrijeme ERASMUS programa. Stoga zasigurno ne iznenađuje činjenica koja je bila navedena u prethodnom dijelu ovog rada da je Španjolska, koja je jedna od najvažnijih turističkih destinacija, ujedno i omiljen izbor ERASMUS studentima. Prilikom izbora same destinacije, osim atrakcija koje privlače

[95] Lesjak M., Juvan E., Ineson M. Yap M, Axelsson E. (2015): Erasmus student motivation: Why and where to go? Springer Science Business Media, Dordrecht, str. 11
[96] Kim, K. (2008): Analysis of structural equation model for the student pleasure travel market: Motivation, involvement, satisfaction, and destination loyalty, Journal of Travel & Tourism Marketing, 24(4),str. 297–313.

ERASMUS studente prirodnim i kulturnim ljepotama, veliko značenje ima standard i životni troškovi, koji su često i jedan od ograničavajućih čimbenika prilikom izbora destinacije. Motivi odabira destinacije su raznovrsni, ali upravo njihovim detaljnim istraživanjem na razini svake regije ili grada, moguće je privući veći broj studenata te na taj način povećati broj turističkih kretanja, a time i prihode destinacije.

5.6. Utjecaj ERASMUS programa na turizam

ERASMUS kao dio omladinsko-edukacijskog turizma ima izrazito veliki utjecaj na turizam koji se manifestira u više različitih oblika. Kao što je već detaljnije rečeno i potkrijepljeno brojevima u prijašnjim dijelovima rada, broj ERASMUS studenata se svake godine povećava, a ovo povećanje se odražava i na rast turističkih kretanja. ERASMUS financijska potpora koju ostvaruje veći broj ERASMUS studenata te uobičajena financijska sredstva koja inače troše u mjestu svoga prebivališta, sada se prelijevaju u državu te destinaciju gdje se obavlja studijski boravak te se na taj način potiče gospodarstvo navedene destinacije. Osim toga, smještaj koji se tijekom turističke sezone u mediteranskim destinacijama koristi za smještaj turista, zimi u velikom brojem slučajeva pruža smještaj ERASMUS studentima, na taj način vlasnici kapaciteta ostvaruju dodatna sredstva koja im omogućuju daljnja ulaganja u turizam.

ERASMUS studenti često se odluče provesti svoj studijski boravak i u destinacijama koje nisu toliko turistički poznate radi nižih životnih troškova, na taj način pomažu i otkrivanju novih turističkih destinacija. Ne treba zanemariti ni činjenicu da gotovo trećina sudionika ERASMUS programa ima partnera kojeg je upoznala za vrijeme boravka u drugoj državi što rezultira promocijom obje države te učestalim turističkim posjetima.

ERASMUS program utječe i na promociju destinacije u kojoj se odvija studijski boravak ili stručna praksa. Studenti upoznaju lokalnu kulturu, tradiciju, običaje, posjećuju turističke atrakcije te na taj način postaju jako dobri promotori destinacije, svojim poznanicima za vrijeme trajanja razmijene, ali i nakon povratka u domicil. Promocija se odvija i putem društvenih mreža te na taj način ima jako veliki doseg. Prema Baruatah svijet se trenutno nalazi u revoluciji društvenih mreža koje su koriste za svakodnevnu komunikaciju. Jedna od najvažnijih prednosti društvenih mreža je širenje znanja i informacija između različitih

skupina.[97] Društvene mreže su u jako kratkom roku postale izrazito bitan oblik promocije jer su dostupne velikom broju korisnika, bez ulaganja novčanih sredstava, informacije su pravovremene i uvijek dostupne a njihov doseg je izrazito velik. Koristeći društvene mreže za vrijeme trajanja ERASMUS boravka, a uzimajući u obzir njihove prednosti, studenti doprinose promociji destinacije.

Dodatan doprinos ERASMUS programa turizmu zasigurno ima i ESN (Erasmus student network). ESN je studentska udruga, neprofitna studentska volonterska organizacija koja okuplja studente svih fakulteta željnih druženja sa studentima iz cijele Europe.

ESN djeluje na razini Europe i postoji u svim članicama EU i njihovim gradovima gdje postoji mogućnost sudjelovanja u ERASMUS programima. Članovi ESN-a na lokalnoj razini pružaju osnovnu pomoć međunarodnim studentima kao što su administrativni problemi, pronalazak smještaja ili adaptacija u prvim danima boravka u destinaciji. No ESN ima i utjecaj na turizam jer članovi udruge organiziraju i jednodnevne izlete i višednevna putovanja, sportske, kulturne i zabavne događaje, natjecanja na razini regija Europe te brojne druge aktivnosti koji potiču međunarodne studente na turistička kretanja, ali i na promociju destinacije.

[97] Baruah T. D.,(2012): Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections, International Journal of Scientific and Research Publications, 2(5), str. 1-3.

6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

6.1. Ciljevi i metodologija istraživanja

Ciljevi istraživanja provedenog u ovom radu na studentima korisnicima ERASMUS + programa na području Europske unije su analiza stavova i preferencija ovakvih tipova turista, definiranje njihovih motiva te sam utjecaj na promociju destinacije, a u svrhu potvrde ili odbacivanja hipoteza postavljenih u uvodnom poglavlju. Metodologija koja se koristila prilikom prikupljanja podataka je bila anketno istraživanje. Rezultati ovog anketnog istraživanja će u kombinaciji s teorijskim istraživanjem predstavljenim u prethodnim poglavljima utjecati na potvrdu ili odbacivanje hipoteza.

Anketno istraživanje provedeno je na uzorku od 135 ispitanika iz 28 različitih država koji su bili na studentskoj razmjeni u 12 europskih država. Anketa je provedena putem Interneta u studenom i prosincu 2015. godine.

Rezultati anketnog istraživanja detaljno su obrađeni u programskom paketu SPSS – Statistical Package for Social Sciences.138 Osim osnovne deskriptivne analize rezultata, također je korištena naprednija metoda traženja korelacije u odgovorima ispitanika. Naime, korištenjem Spearmanovog testa korelacije tražila se povezanost između različitih odgovora, npr. postoji li povezanost između motiva studenata učenje novog jezika i poboljšanja znanja engleskog jezika i sl. Također je primijenjen i Mann-Whitney U test kako bi se ispitalo postojanje razlike u rangovima rezultata između dvije nezavisne varijable. Detaljna analiza ankete dana je u sljedećim podpoglavljima.

6.2. Rezultati istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 135 ispitanika. Kao što je moguće vidjeti iz tablice 3, 50 ispitanika (37%) je muškog, dok je 85 ispitanika (63%) ženskog spola.

Tablica 3. Pregled spolne strukture ispitanika ERASMUS + programa

		Frekvencija	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
	Muško	50	37.0	37.0	37.0
	Žensko	85	63.0	63.0	100.0
	Ukupno	135	100.0	100.0	

Izvor: Vlastita izrada

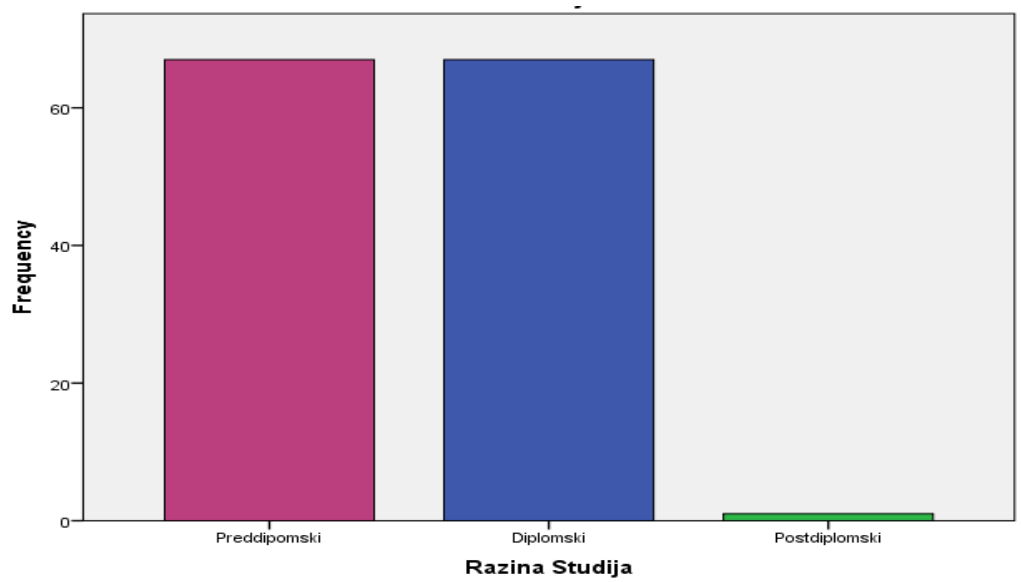
Tablica 4. Pregled spolno-dobna struktura ispitanika ERASMUS + programa

		Dob								
		19	20	21	22	23	24	25	26 i više	**Ukupno**
Spol	**Muško**	1	3	2	6	18	13	2	5	50
	Žensko	1	5	16	19	23	10	8	3	85
Ukupno		2	8	18	25	41	23	10	8	135

Izvor: Vlastita izrada

U tablici 4 je prikazana spolno-dobna struktura ispitanika. Najviše ispitanih, čak 30,4 % ima 23 godine. Samo dvije ispitane osobe imaju 19 godine, budući da korisnici ERASMUS programa moraju biti upisani u drugu godinu preddiplomskog studija. U nastavku će biti prikazana razina studija studenata na grafu 1.

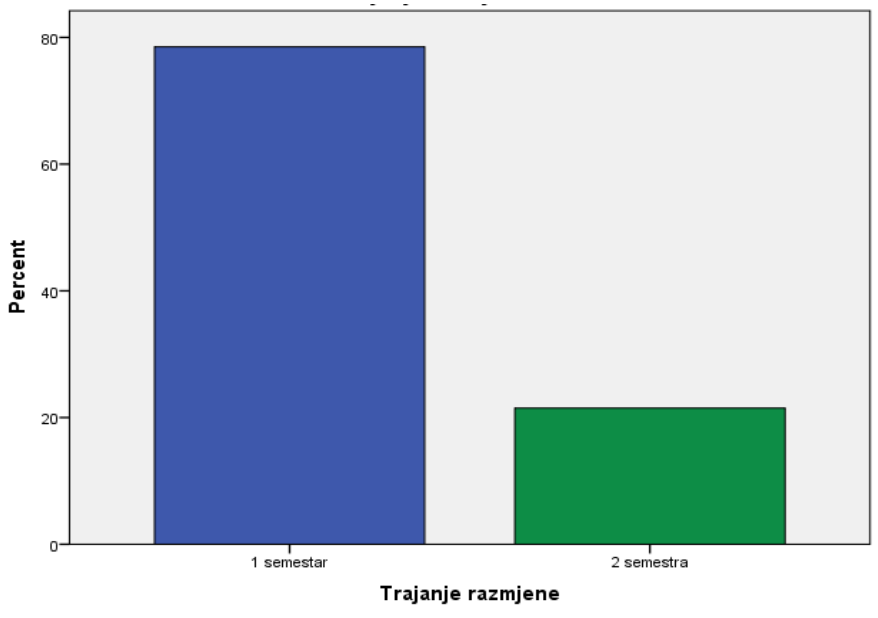
Graf 1. Pregled razine studija ispitanika ERASMUS + programa



Izvor: Vlastita izrada

Na grafu 1 prikazana je razina studija studenata. Kao što je vidljivo iz grafa, jednaki broj, 67 ispitanika je na preddiplomskom i diplomskom studiju, dok je samo 1 ispitanik na postdiplomskom studiju.

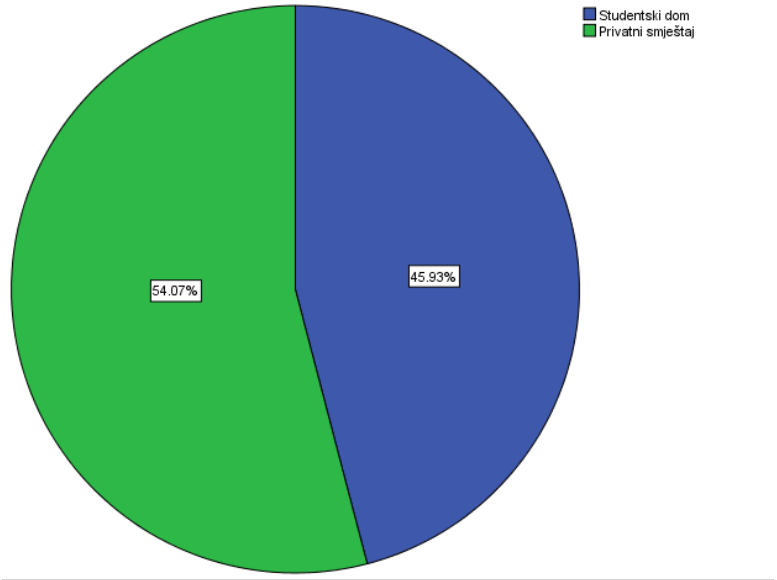
Graf 2. Pregled trajanje studentske razmjene



Izvor: Vlastita izrada

Graf 2 prikazuje pregled trajanje studentske razmjene. Iako imaju pravo na studentsku mobilnost u trajanju 12 mjeseci ili 2 semestra, većina ispitanika, točnije 78,5% ili 106 ispitanika se odlučila za jedan semestar, dok je 21,5% ili 29 ispitanika bilo 2 semestra na studenskoj razmjeni.

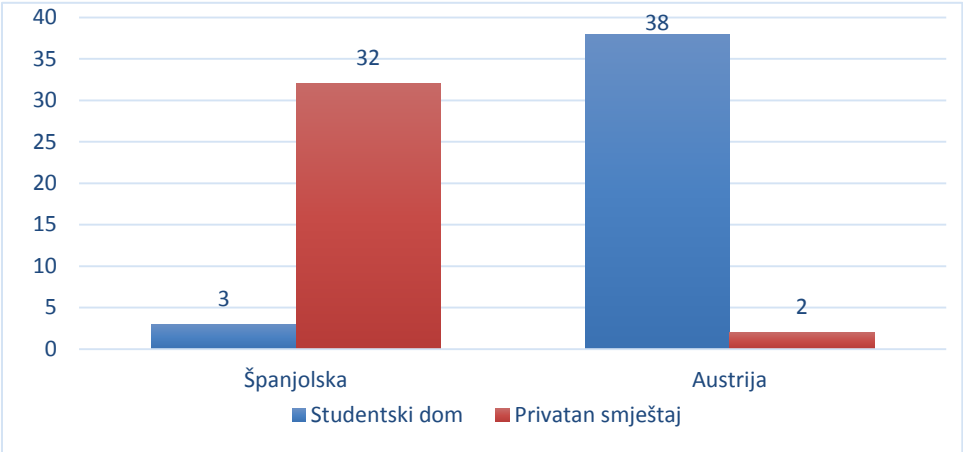
Graf 3. Pregled vrste smještaja ispitanika ERASMUS + programa



Izvor: Vlastita izrada

Na grafu 3 je vidljivo da se za vrijeme trajanja ERASMUS-a, 45,93% studenata odlučilo za smještaj u studentskom domu, dok je 54,07% studenata bilo u privatnom smještaju.

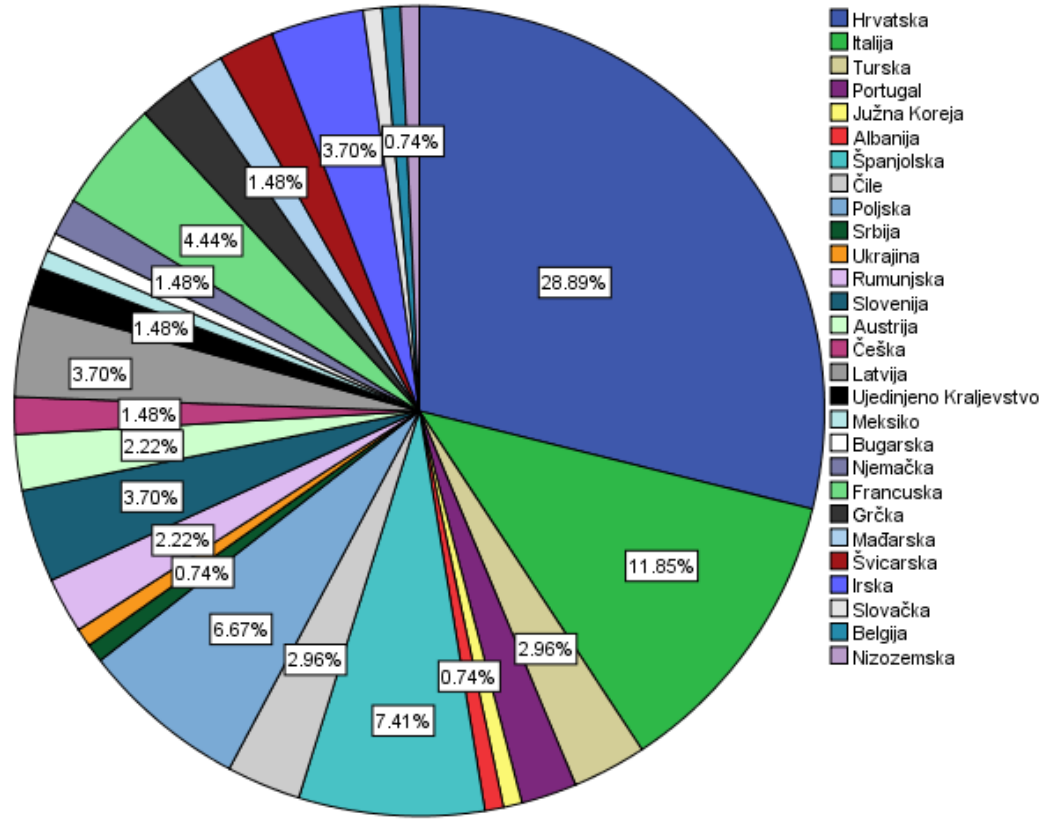
Graf 4. Pregled vrste smještaja ispitanika ERASMUS + programa koji su boravili u Španjolskoj i Austriji



Izvor: Vlastita izrada

Iako je na prethodnom prikazu, ukupan omjer studenata koji su tijekom svojeg studiranja u inozemstvu bili smješteni u privatnom smještaju ili u studentskim domovima gotovo jednak, ako promotrimo svaku državu zasebno brojke se mijenjaju. Na Grafu 4 jasno je vidljivo da u Austriji većina studenata, 38 od 40 ispitanika je boravila u studentskim domovima. U Španjolskoj je rezultat suprotan, 33 od 35 ispitanika je boravilo u privatnom smještaju. Glavni razlog radi kojeg dolazi do ovakvih razlika je životni standard u ovim dvjema državama i različita ponuda smještajnih kapaciteta.

Graf 5. Pregled država prebivališta studenta ERASMUS + programa



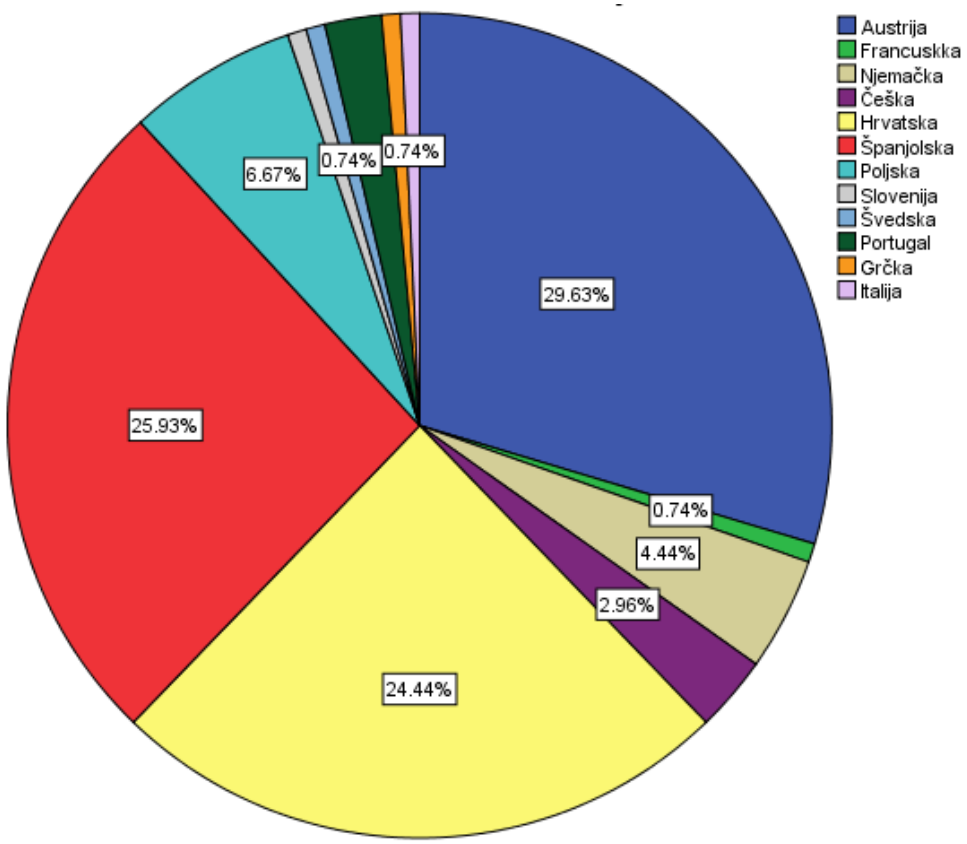
Izvor:

Vlastita izrada

U ovom istraživanju sudjelovalo je 135 ispitanika s prebivalištem u 28 država. Od toga 28,89% Hrvatska , nadalje Italija (11,85%), Španjolska (7,41%), Francuska (4,44%), Irska, Latvija i Slovenija (3,7%), Turska i Čile po 2,96%, Portugal, Rumunjska, Austrija, Grčka i Švicarska po 2,22%, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Mađarska i Njemačka po 1,48% te

Južna Koreja, Albanija, Srbija, Ukrajina, Meksiko, Bugarska, Slovačka, Belgija i Nizozemska po 0,74% .

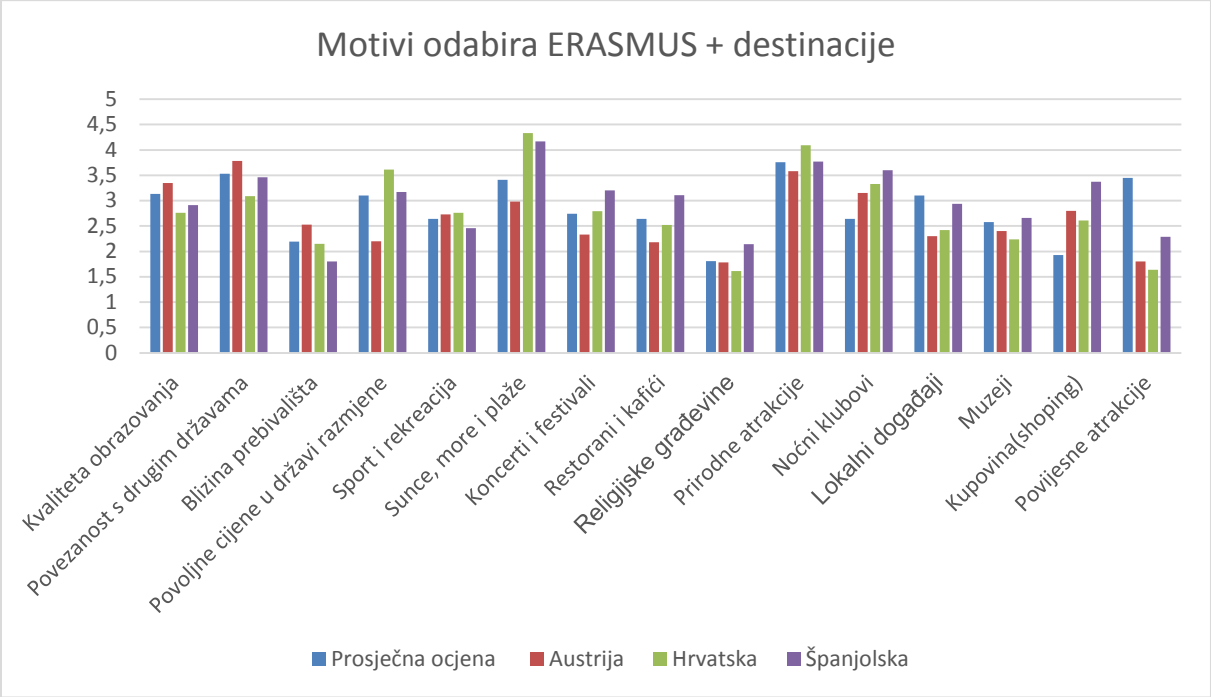
Graf 6. Pregled država u kojima su boravili studenti ERASMUS + programa za vrijeme studijskog boravka



Izvor : Vlastita izrada

Graf 6 nam prikazuje u kojim državama su ispitanici proveli studijski boravak. Ispitivanje je provedeno u 12 zemalja: 29,63 % ispitanika je boravilo u Austriji, u Španjolskoj (25,93%), u Hrvatskoj (24,44%), u Poljskoj (6,67%), u Njemačkoj (4,44%), Češkoj (3%), Portugalu (2,2%) te Francuskoj, Sloveniji, Švedskoj, Grčkoj i Italiji po 0,74%.

Graf 7. Analiza prosječnih ocjena glavnih motiva prilikom odabira destinacije, u kojoj su boravili studenti, za vrijeme ERASMUS + studijskog boravka



Izvor : Vlastita izrada

Graf 7 prikazuje usporedbu motiva odabira destinacije studenata koji su proveli svoj boravak u Španjolskoj, Austriji i Hrvatskoj, budući da najveći broj ispitanika ima prebivalište u navedenim državama, te prosječnu ocjenu svih studenata. Iako je većina motiva ocjenjena gotovo podjednakim ocjenama u svim državama, u određenim slučajevima su vidljiva odstupanja. Studenti koji su boravili u Španjolskoj i Hrvatskoj većinom su davali približno iste ocjene, dok se ocjene studenata u Austriji razlikuju. Ovu činjenicu možemo pripisati različitim geografskim karakteristikama, kao i životnom standardu u Austriji, budući da su najveće razlike u ocjenama motiva povoljne cijene u državi razmjene te sunce, more i plaže. Glavni motiv odabira Španjolske i Hrvatske je bio „sunce, more i plaže“ (prosječna ocjena 4,12 odnosno 4,25), a glavni motiv odabira Austrije kao destinacije su bile „prirodne atrakcije“ s prosječnom ocjenom 3,55.

Tablica 5. Korelacija ocjena glavnih motiva prilikom odabira destinacije, u kojoj su boravili studenti, za vrijeme ERASMUS + studijskog boravka

Correlations

			Povoljne cijene u državi razmjene	Sunce, more i plaže	Koncerti i festivali	Noćni klubovi
Spearman's rho	**Povoljne cijene u državi razmjene**	Correlation Coefficient	1.000	.165	.360**	.301**
		Sig. (2-tailed)	.	.055	.000	.000
		N	135	135	135	135
	Sunce, more i plaže	Correlation Coefficient	.165	1.000	.270**	.077
		Sig. (2-tailed)	.055	.	.002	.372
		N	135	135	135	135
	Koncerti i festivali	Correlation Coefficient	.360**	.270**	1.000	.467**
		Sig. (2-tailed)	.000	.002	.	.000
		N	135	135	135	135
	Noćni klubovi	Correlation Coefficient	.301**	.077	.467**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.372	.000	.
		N	135	135	135	135

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor : Vlastita izrada

U tablici 5 je vidljivo, koristeći Spearmanov koeficijent, da studentima kojima je jedan od glavnih motiva odabira destinacija bio sunce more i plaža, također je bio i motiv koncerti i festivali što dokazuje pozitivna statistička korelacija u iznosu od 0,270 pri razini signifikantnosti od 1%. Studentima kojima je jedan od glavnih motiva odabira destinacije bio povoljne cijene u državi razmjene, također je bio i motiv koncerti i festivali te noćni klubovi što dokazuje pozitivna statistička korelacija u iznosu od 0,36 odnosno 0,301 pri razini signifikantnosti od 1%

Tablica 6. Korelacija prosječnih ocjena glavnih motiva sudjelovanja u ERASMUS + programu

			Učenje novog jezika	Poboljšanje znanja engleskog jezika	Upoznavanje novih ljudi	Kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu
Spearman's rho	**Učenje novog jezika**	Correlation Coefficient	1.000	.222**	.198*	.243**
		Sig. (2-tailed)	.	.010	.021	.005
		N	135	135	135	135
	Poboljšanje znanja engleskog jezika	Correlation Coefficient	.222**	1.000	.219*	.199*
		Sig. (2-tailed)	.010	.	.011	.020
		N	135	135	135	135
	Upoznavanje novih ljudi	Correlation Coefficient	.198*	.219*	1.000	.325**
		Sig. (2-tailed)	.021	.011	.	.000
		N	135	135	135	135
	Kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu	Correlation Coefficient	.243**	.199*	.325**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.005	.020	.000	.
		N	135	135	135	135

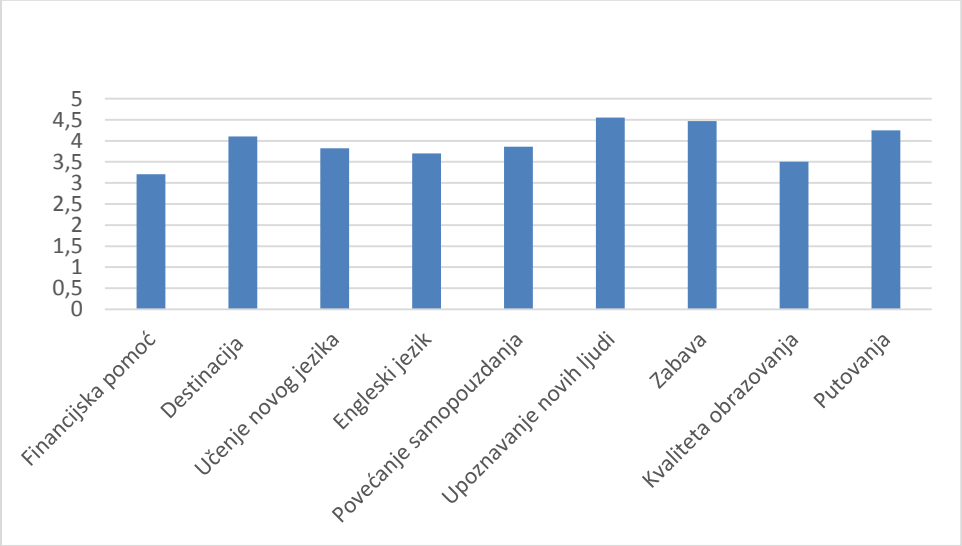
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Izvor : Vlastita izrada

U tablici 6 je vidljivo, koristeći Spearmanov koeficijent, da studentima kojima je jedan od glavnih motiva odlaska na ERASMUS bio učenje novog jezika, također je bio i poboljšanje znanja engleskog jezika te kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu što dokazuje pozitivna statistička korelacija u iznosu od 0,22 odnosno 0,243 pri razini signifikantnosti od 1%.

Graf 8. Analiza prosječnih ocjena glavnih motiva sudjelovanja u ERASMUS + programu



Izvor : Vlastita izrada

Graf 8 prikazuje analizu prosječnih ocjena glavnih motiva radi kojih su se ispitanici odlučili na studijski boravak u inozemstvu. Najviše prosječne ocjene su dobili motivi: upoznavanje novih ljudi (4,55), zabava (4,47), putovanja za vrijeme ERASMUS-a (4,25), atraktivnost ponude destinacije (4,10) te povećanje samopouzdanja (3,86).

Tablica 7. Ispitivanje povezanosti motiva odluke o odlasku na ERASMUS + boravak i varijable spol ispitanika

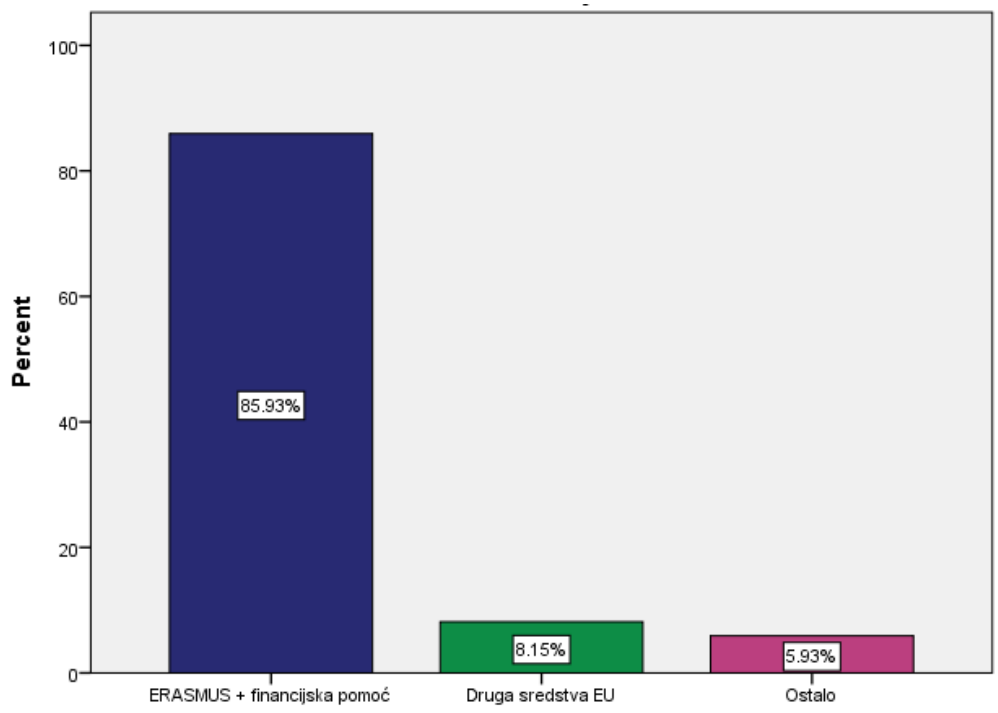
Test Statistics[a]									
	ERASMUS + financijska pomoć	**Atraktivnost ponude destinacije**	**Učenje novog jezika**	**Poboljšanje znanja engleskog jezika**	**Povećanje razine samopouzdanja**	**Upoznavanje novih ljudi**	**Zabava**	**Kvaliteta obrazovanja**	**Putovanja za vrijeme ERASMUS-a**
Mann-Whitney U	1824.000	1905.500	1973.000	2117.500	2062.500	1885.000	2020.000	2027.000	1981.500
Wilcoxon W	5479.000	5560.500	5628.000	3392.500	3337.500	5540.000	5675.000	3302.000	5636.500
Z	-1.405	-1.065	-.722	-.036	-.298	-1.317	-.550	-.463	-.710
Asymp. Sig. (2-tailed)	.160	.287	.470	.971	.766	.188	.582	.644	.478

a. Grouping Variable: Spol

Izvor : Vlastita izrada

U tablici 7 je korišten Mann-whitney U test kako bi se ispitalo postojanje razlike u rangovima rezultata između dvije nezavisne varijavble (muški i ženski spol) prilikom odabira glavnih motiva odluke o odlasku na ERASMUS + boravak, te je dokazano da nema statistički značajne razlike, odnosno na muški i ženski spol jednako djeluju motivi prilikom donošenja odluke o odlasku na ERASMUS + program.

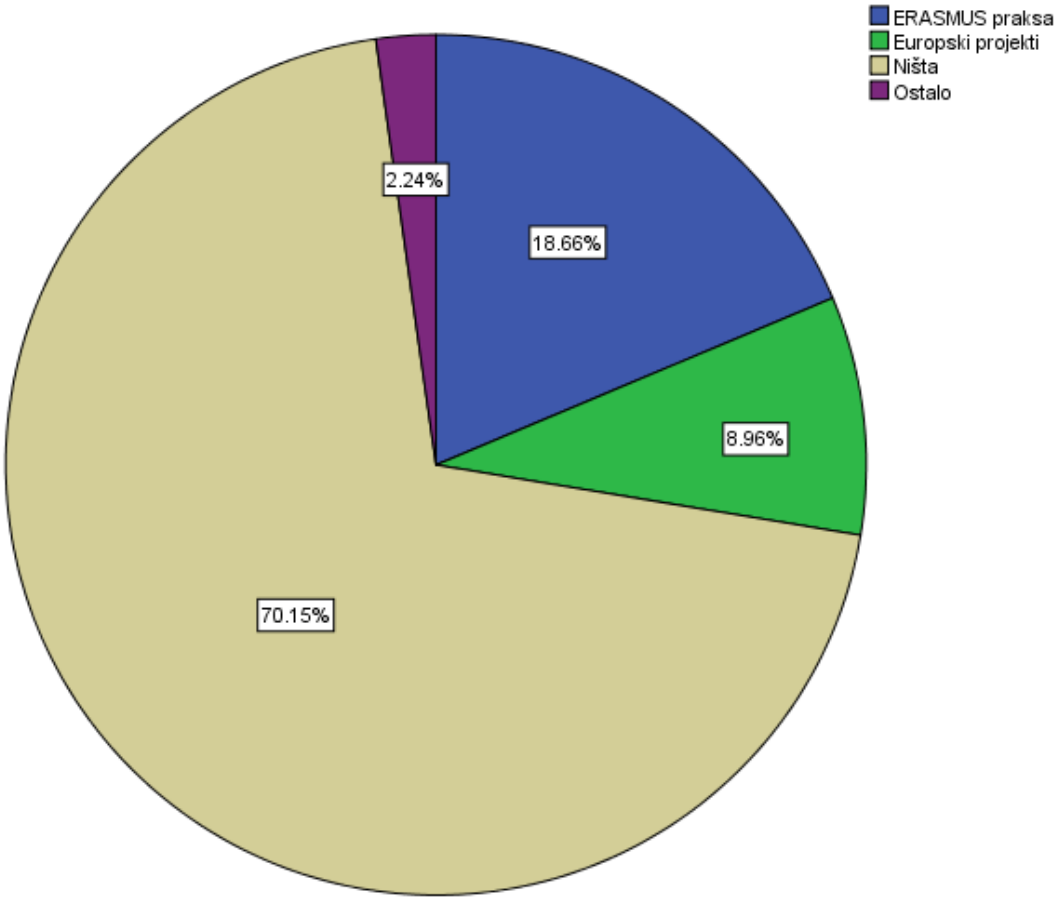
Graf 9. Načini/vrste financiranja ERASMUS + studenata za vrijeme trajanja studentske razmjene



Izvor : Vlastita izrada

Na grafu 9 su prikazane vrste financiranja studenata za vrijeme trajanja studentske razmjene. 85,93% studenata su bili korisnici ERASMUS + financijske pomoći, 8,15% studenata je koristilo druga sredstva EU, dok je 5,93% studenata koristilo ostale načine financiranja.

Graf 10. Pregled studentskih programa na kojima su sudjelovali ispitani studenti, uz ERASMUS + studijski boravak



Izvor : Vlastita izrada

Na grafu 10 je moguće vidjeti koje sve programe su ispitanici koristili osim ERASMUS + studijskog boravka. Tako je 18.66% studenata bilo na ERASMUS praksi, zatim 8,96% studenata je sudjelovalo na europskim projektima, 2,24% na drugim projektima, dok 70,15% ispitanih studenata nije sudjelovalo u ostalim programima.

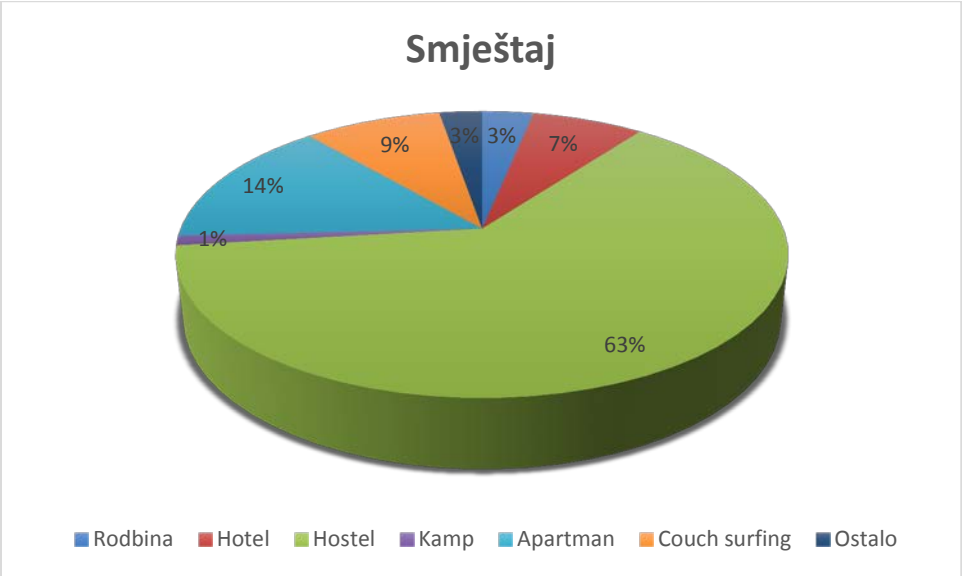
Graf 11. Pregled prijevoznih sredstava kojima su se koristili studenti za vrijeme ERASMUS + boravka



Izvor : Vlastita izrada

Na grafu 11 su prikazana prijevozna sredstva koja su studenti najčešće koristili za vrijeme trajanja razmjene i putovanja. Najveći broj studenata je koristio autobus (47%), zatim vlak (22%), avion (14%), ostala prijevozna sredstva (10%) te automobil (7%).

Graf 12. Pregled vrsta smještaja gdje su odsjedali studenti za vrijeme ERASMUS + boravka



Izvor : Vlastita izrada

Na grafu 12 je prikazan smještaj koji su studenti najčešće koristili za vrijeme putovanja. Najveći broj studenata je koristio hostel (63%), apartman (14%), couch surfing (9%), hotel (7%), odsjeo kod rodbine (3%), ostalo (3%) te kamp (1%).

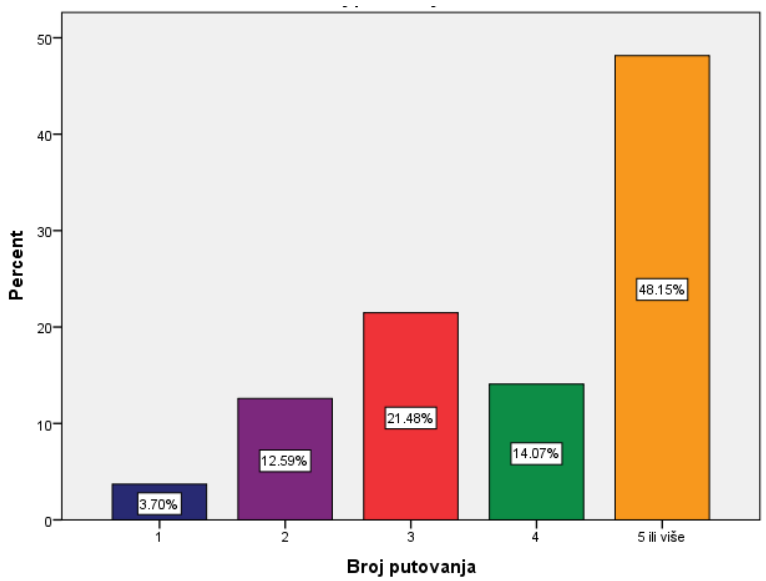
6.3. Testiranje hipoteza

U uvodnom poglavlju postavljeno je osam hipoteza.
Prva hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H1 Studenti ERASMUS + programa imaju pozitivan utjecaj na rast turističkih dolazaka u destinaciji

Kao što je detaljno prikazano u poglavlju 5.3., broj korisnika ERASMUS programa eksponencijalno raste, te je do 2014. godine taj broj dosegao više od 3 milijuna korisnika. Rastom korisnika ovog programa se povećava i broj putovanja koje pojedinci poduzimaju za vrijeme svoga studijskog boravka, ali i destinacija koje bilježe rast broja dolazaka. Na povećani broj korisnika ERASMUS programa ima i ERASMUS financijska pomoć o kojoj je više rečeno u poglavlju 5.1. Prema rezultatima vlastitog anketnog istraživanja, detaljno prikazanima na grafu 13 i grafu 14, studenti za vrijeme svoga studijskog boravka najčešće putuju 5 i više puta te većinom posjete više država.

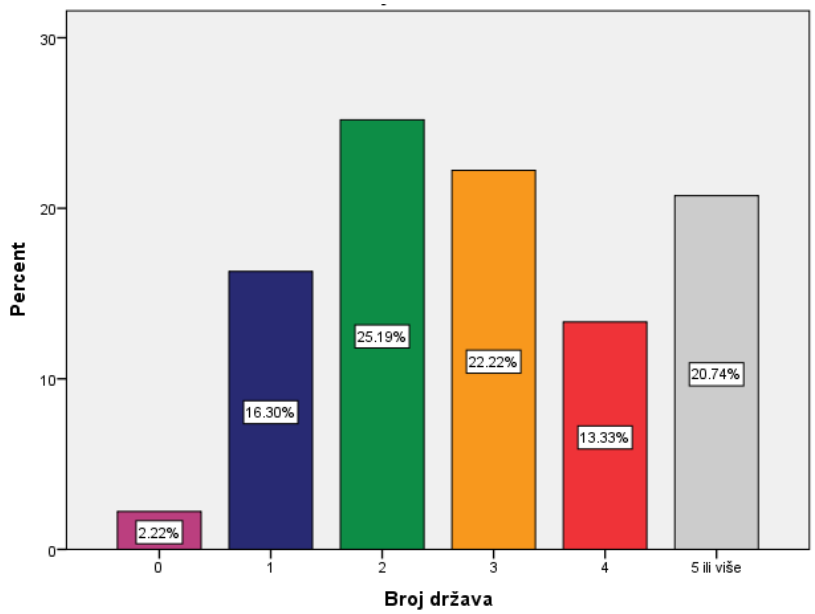
Graf 13. Broj Putovanja ERASMUS + studenata za vrijeme njihovog studija u inozemstvu



Izvor : Vlastita izrada

Graf 13 pokazuje na koliko putovanja su studenti bili za vrijeme svog studijskog boravka. Prema zabilježenim odgovorima 3,7% ispitanih studenata su bili na jednom putovanju, na dva putovanja 12,59% studenata, tri putovanja 21,48% studenata, na četiri putovanja 14,07% studenata te na 5 ili više putovanja, što je ujedno bio i najčešći odgovor, 48,15% ispitanih studenata.

Graf 14. Broj država

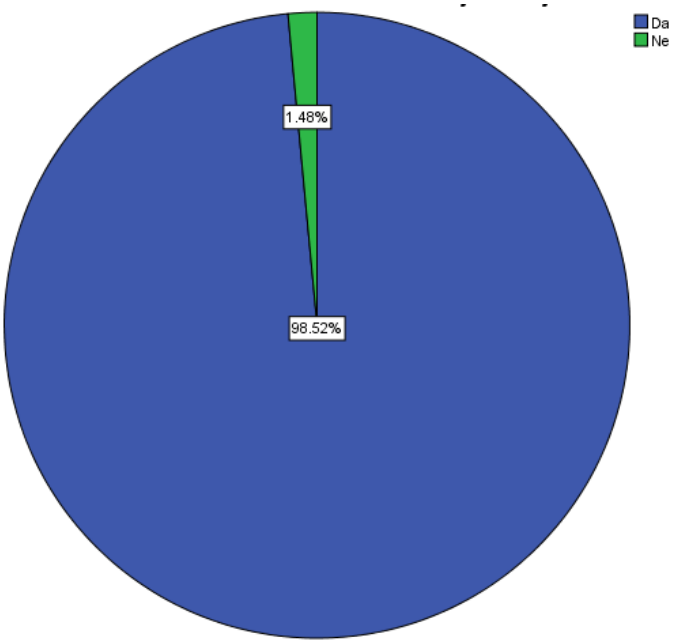


Izvor : Vlastita izrada

Na grafu 14 je prikazan broj država koje su posjetili studenti za vrijeme svog studijskog boravka. Tako je 2,22% ispitanih boravilo samo u državi studija, jednu državu je posjetilo 16,30% studenata, dvije države 25,19% studenata, tri države 22,22% studenata, četiri države 13,33% studenata te za posjetiti 5 ili više država za vrijeme svoga studijskog boravka se odlučilo 20,74% ispitanih studenata.

ERASMUS studenti će destinaciju u kojoj su proveli svoj studijski boravak rado posjetiti i u budućnosti, a za vrijeme trajanja boravka ih posjećuje njihova rodbina i prijatelji te i na taj način doprinose porastu turističkih kretanja u destinaciji. U nastavku rada, na grafu 15 i grafu 16 su prikazani detaljni rezultati vlastitog istraživanja o navedene dvije činjenice.

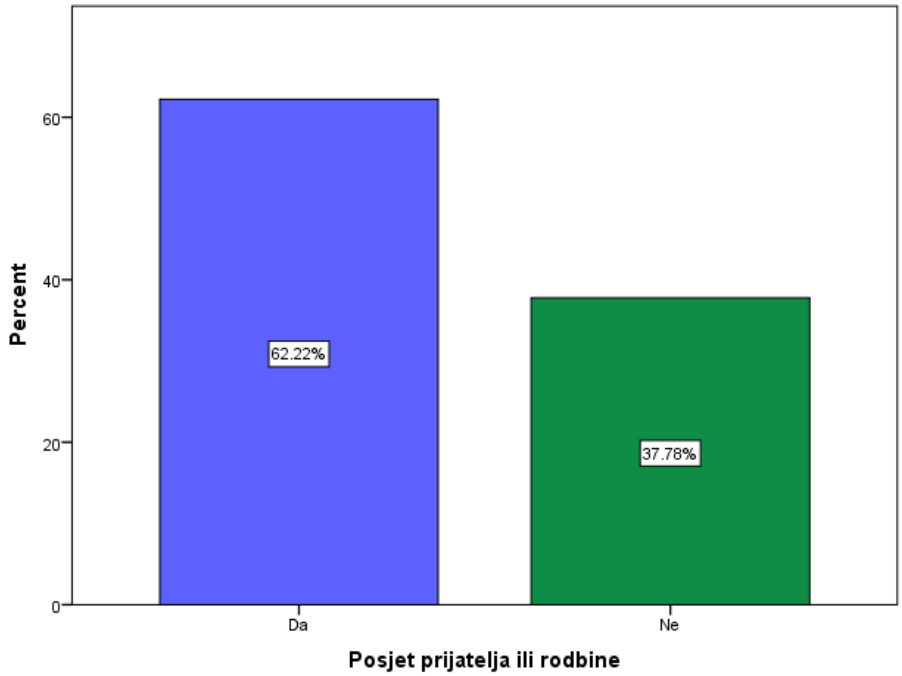
Graf 15. Iskazana želja za povratkom u destinaciju razmjene ERASMUS + studenata



Izvor : Vlastita izrada

Prema rezultatima vlastitog istraživanja, prikazanima na grafu 15, 134 ispitanika (98,52%) se žele u budućnosti vratiti u destinaciju gdje su boravili za vrijeme svojeg ERASMUS boravka dok samo 1 ispitanik (1,48) se ne žali opet vratiti.

Graf 16. Posjet prijatelja ili rodbine za vrijeme trajanja ERASMUS + boravka



Izvor : Vlastita izrada

Za vrijeme studijskog boravka 62,22% ispitanih su posjetili rodbina ili prijatelji dok 37,78% nisu posjetili njihovi prijatelji i rodbina, kao što je vidljivo na grafu 16.

Autori istraživanja provedenog u Pragu su dobili slične rezultate. Tako 96% ispitanih ERASMUS studenata, su putovali za vrijeme svojeg studijskog boravka, u državi gdje su studirali ili su posjetili susjedne države. 75,4% ispitnih studenata bi se opet vratio u Prag, a 88,1% ispitanih bi preporučilo navedenu destinaciju obitelji i prijateljima.[98]

Uzevši sve navedene činjenice i rezultate vlastitog anketnog istraživanja u obzir, može se zaključiti da studenti ERASMUS + programa imaju pozitivan utjecaj na rast turističkih dolazaka u destinaciji te se *hipoteza H1 može prihvatiti.*

Druga hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H2 Studenti ERASMUS + programa su promotori destinacije u kojoj borave

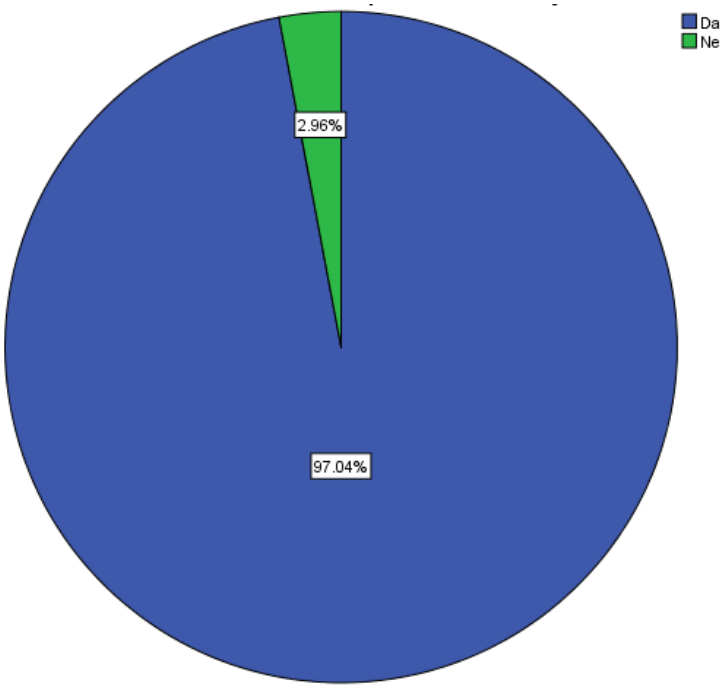
[98] Durovic M., Lovrentjev S.,(2015): ERASMUS students – The New Tourism Force, The Macrotheme Review,4(5), str.3.

Studenti se za vrijeme svog boravka u destinaciji upoznaju s običajima, lokalnom kuhinjom, kulturom, povijesnim i prirodnim atrakcijama te turističkom ponudom destinacije u kojoj su smješteni te na taj način postaju i promotori navedene destinacije.

Prema istraživanju provedenom u Pragu na uzorku od 126 ERASMUS studenata 94,4% ispitanih studenata su izjavili da su upoznati s lokalnom hranom i festivalima, 97,6% studenata je posjetilo najvažnije kulturne znamenitosti a 91,3% studenata su bili u restoranu s tradicionalnom hranom. Za vrijeme posjeta obitelji i prijatelja 69% studenata je imalo ručak u tradicionalnom restoranu, 69% studenata je također izjavilo da su njihovi posjetitelji kupili suvenire, dok je 98,4% ispitanih studenata vodili u razgledavanje svoje posjetitelje i pokazali im turističke znamenitosti.[99]

Studenti destinaciju promoviraju rodbini i prijateljima koji ih posjete, ali navedenu destinaciju promoviraju i poznanicima koji ih nisu posjetili, najčešće putem društvenih mreža. Nakon svog povratka u svoj domicil svoju promociju nastavljaju među svojim poznanicima. U vlastitom istraživanju ERASMUS + studentima se postavilo pitanje jesu li preporučili destinaciju u kojoj su proveli ERASMUS boravak svojoj rodbini i prijateljima. Na grafu 17 su prikazani odgovori.

Graf 17. Preporuka destinacije ERASMUS + studenata rodbini ili prijateljima



Izvor : Vlastita izrada

[99] Durovic M., Lovrentjev S.,(2015): ERASMUS students – The New Tourism Force, The Macrotheme Review,4(5), str.4.

U vlastitom istraživanju provedenom na 135 studenata, 97,04% ispitanih je preporučilo destinaciju rodbini i prijateljima dok 2,96% ispitanih studenata nije preporučilo destinaciju u kojoj su proveli ERASMUS boravak svojim najbližima, kao što je vidljivo na grafu 17.

Uzevši u obzir navedena istraživanja, može se zaključiti da su studenti ERASMUS + programa promotori destinacije u kojoj borave te se *hipoteza H2 prihvaća*.

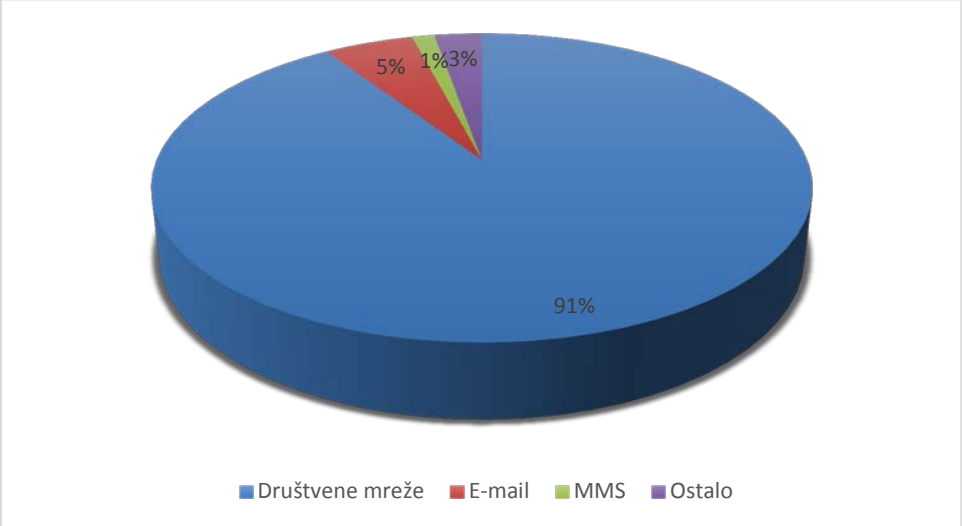
Treća hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H3 Društvene mreže predstavljaju glavni oblik promidžbe destinacije u kojoj borave mladi posredstvom ERASMUS + programa

Prema podacima iz 2015. godine 2,14 milijarde ljudi su korisnici društvenih mreža. Najčešći korisnici društvenih mreža su mlađe osobe tako među populacijom od 18 do 30 godina, 90% mladih su korisnici društvenih mreža.[100] Prednosti društvenih mreža prilikom promidžbe su brojne o kojima je više rečeno u poglavlju 5.6.

Za vrijeme svog studijskog boravka ispitanici koji su sudjelovali istraživanju za potrebe ovoga rada su također sudjelovali u promidžbi destinacije dijeleći fotografije destinacije sa svojim prijateljima. Kao najviše korišteni oblik promidžbe su bile korištene društvene mreže a detaljne informacije su prikazane na grafu 18 .

Graf 18. Najčešće korišteni oblik promidžbe



Izvor : Vlastita izrada

[100] Pew Research Center (2015): Social media usage 2005-2015, raspoloživo na: http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/ (10.08.2016)

Na grafu 18 je prikazano na koji način su studenti najčešće podijelili fotografije sa svojim prijateljima i rodbinom, te na taj način sudjelovali u promidžbi destinacije. 91% ispitanih je koristilo društvene mreže, 5% ispitanih e-mail, 1% MMS dok je 3% ispitanih koristilo ostale načine dijeljenja fotografija.

Ako se uzme u obzir navedeno istraživanje i navedene činjenice u radu, može se zaključiti da društvene mreže predstavljaju glavni oblik promidžbe destinacije u kojoj borave mladi posredstvom ERASMUS + programa te se *hipoteza H3 prihvaća.*

Četvrta hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H4 Odluka studenata o mobilnosti preko ERASMUS + programa uvjetovana je financijskim potporama EU

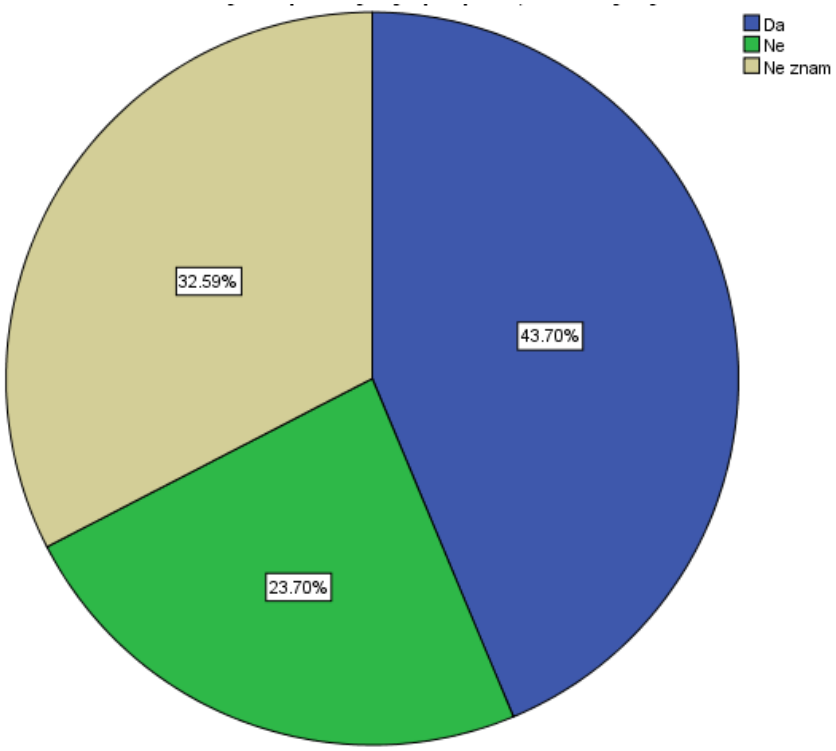
Iako su danas svima jasne prednosti privremenog boravka u inozemstvu i pozitivni učinci na osobni i profesionalni rast i razvoj, veliki broj studenata zbog nedostatka financijskih sredstava si ne može to priuštiti. Financijskom pomoći koju je moguće dobiti od EU privremeni boravak u drugoj državi je olakšan velikom broju studenata, same razine financijske pomoći su detaljnije obrazložene u poglavlju 5.1.

U svojem istraživanju utjecaja ERASMUS programa Europska Komisija je provela istraživanje na uzorku od 71,368 ERASMUS studenata. Prema rezultatima istraživanja za 68% ispitanih studenata u Istočnoj Europi financijska pomoć je jedan od glavnih razloga odlaska u inozemstvo na studij. Izostanak financijske pomoći je spriječio 53% studenata u Južnoj Europi te 51% studenata u Istočnoj Europi da sudjeluju u ERASMUS programu.[101]

Što se tiče vlastitog anketnog istraživanja došlo se do sličnih rezultata. Rezultati istraživanja su prikazani na grafu 19.

[101] The Erasmus Impact Study Regional Analysis(2016): Publications Office of the European Union, Luxembourg, str.14

Graf 19. Odustajanje od ERASMUS + boravka u slučaju izostanka ERASMUS + financijske potpore

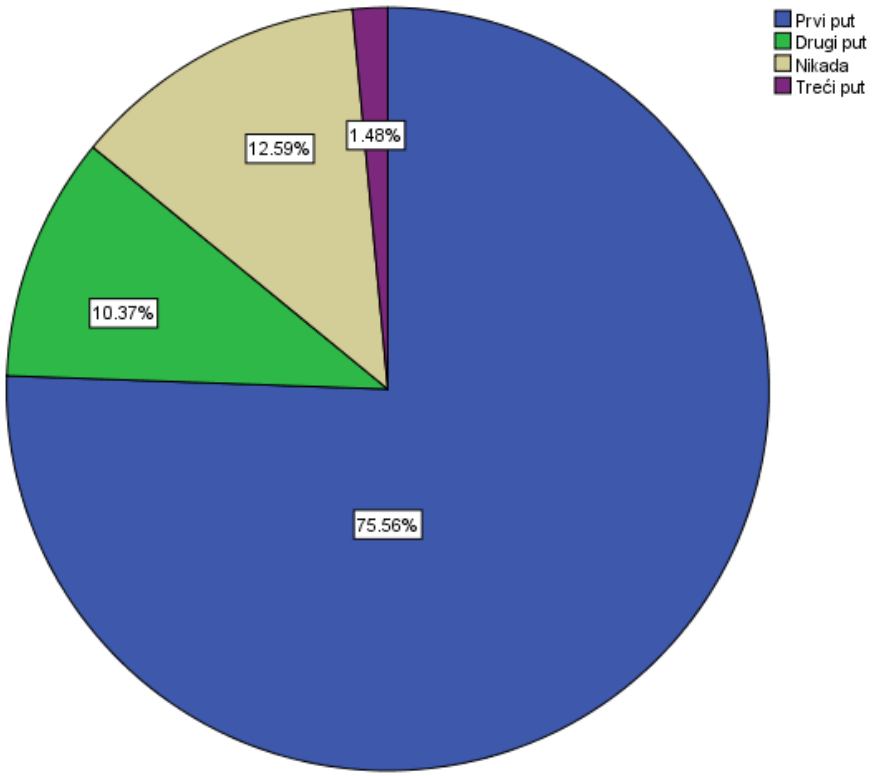


Izvor : Vlastita izrada

Graf 19 prikazuje koliko je mobilnost ispitanika bila uvjetovana ERASMUS + financijskom potporom. Tako bi u slučaju nepostojanja financijske potpore 43,7% studenata odustalo od studijskog boravka, nadalje 23,7% studenata bi ostali pri svojoj odluci dok 32,59% ispitanih ne zna koja bi bila njihova odluka u slučaju da nisu dobili ERASMUS + financijsku potporu.

U daljnjem nastavku rada neodlučni studenti se neće računati, budući da je pozitivan odgovor uvelike premašio negativan odgovor kao činjenica da je mobilnost studenata bila uvjetovana ERASMUS + financijskom potporom.
Na idućem prikazu je moguće vidjeti da pojedini studenti su više puta koristili financijsku pomoć.

Graf 20. Pregled korištenje sredstava ERASMUS programa



Izvor : Vlastita izrada

Graf 20 prikazuje koliko puta su ispitanici koristili sredstva iz ERASMUS programa. 75,56% ispitanika su prvi put koristili sredstva, drugi put je financijsku pomoć koristilo 10,37% ispitanih, treći put 1,48%, a 12,59% ispitanika nisu nikad bili korisnici ERASMUS financijske pomoći.

Uzevši u obzir vlastito istraživanje, kao i istraživanje Europske komisije, može se zaključiti da odluka studenata o mobilnosti preko ERASMUS + programa je uvjetovana financijskim potporama EU te se *hipoteza H4 prihvaća*.

Peta hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H5 Glavni motiv odlaska na razmjenu putem ERASMUS+ programa jest edukacija na odabranom sveučilištu

Prilikom odluke o odlasku na razmjenu putem ERASMUS + programa utjecaj ima veliki broj motiva. Poglavlje 5.4 ovog rada je posvećeno motivima odlaska na ERASMUS + mobilnost

te su prikazana istraživanja Europskog Parlamenta i Europske Komisije. Fokus i motivi u istraživanju ovise o samom istraživaču i tematici istraživanja.

Što se tiče vlastitog anketnog istraživanja došlo se do podataka navedenih u tablici 8.

Tablica 8. Analiza prosječnih ocjena glavnih motiva za sudjelovanje u ERASMUS + programu

Motivi	Uzorak	Minimum	Maksimum	Prosječna Ocjena
ERASMUS + financijska pomoć	135	1	5	3,21
Atraktivnost ponude destinacije	135	1	5	4,10
Učenje novog jezika	135	1	5	3,82
Poboljšanje znanja engleskog jezika	135	1	5	3,70
Kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu	135	1	5	3,50
Povećanje razine samopouzdanja	135	1	5	3,86
Upoznavanje novih ljudi	135	1	5	4,55
Zabava	135	1	5	4,47
Putovanja za vrijeme ERASMUS-a	135	1	5	4,25

Izvor : Vlastita izrada

U tablici 8 su navedeni motivi koje su studenti mogli rangirati, od nevažnih (1) do najvažnijih (5), za odlaska na studijski boravak putem ERASMUS+ programa. Studenti su motive rangirali sljedećim redom: upoznavanje novih ljudi (4,55), zabava (4,47), putovanja za vrijeme ERASMUS-a (4,25), atraktivnost ponude destinacije (4,10), povećanje razine samopouzdanja (3,86), učenje novog jezika(3,82), poboljšanje znanja engleskog jezika (3,70), kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu (3,50) te ERASMUS + financijska pomoć (3,21%).

Uzevši u obzir prethodne rezultate istraživanja, kao i rezultate vlastitog anketnog istraživanja, može se zaključiti da glavni motiv odlaska na razmjenu putem ERASMUS+ programa nije edukacija na odabranom sveučilištu te se *hipoteza H5 može odbaciti.*

Šesta hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H6 Studenti su pretežito zadovoljni boravkom na odabranom Sveučilištu

Studenti za vrijeme trajanja studentske mobilnosti su obvezni ispunjavati sve obveze kao i redovni studenti sveučilišta. Na taj način su upoznati sa kvalitetom sveučilišta i svim sadržajima koje sveučilište nudi.

Na sveučilištu u Ostravi u Republici Češkoj je provedeno istraživanje na uzorku od 200 studenata, koji su završili svoj studijski boravak u inozemstvu, sa ciljem utvrđivanja njihovog zadovoljstva boravkom kao ERASMUS studenata. Prema rezultatima istraživanja studenti su bili izrazito zadovoljni (90% ispitanika) i preporučili bi isto iskustvo prijateljima ili kolegama.[102]

U vlastitom anketnom istraživanju studenti su ocjenjivali zadovoljstvo boravka na odabranom sveučilištu gdje su boravili za vrijeme studentskog boravka. U tablici 9 su prikazani rezultati.

Tablica 9. Pregled prosječnih ocjena elemenata zadovoljstva boravka studenata na sveučilištu

Elementi zadovoljstva	Uzorak	Minimum	Maksimum	Prosječna Ocjena	Standardna devijacija
Organizirane akademske aktivnosti	135	1	5	3,43	1,22
Kurikulum	135	1	5	3,48	1,09
Infrastruktura	135	1	5	3,66	1,15
Profesori	135	1	5	3,72	0,91
Zabava i rekreacija	135	1	5	3,81	1,27
Aritmetička sredina prosječnih ocjena	135	1	5	**3,62**	

Izvor : Vlastita izrada

U tablici 9 su navedeni elementi sveučilišta koje su studenti mogli vrednovati ocjenama od nezadovoljan (1) do izrazito zadovoljan (5). Studenti su elemente ocijenili prosječnim ocjenama: organizirane akademske aktivnosti 3,43, kurikulum 3,48, infrastruktura 3,66, profesori 3,72 te zabava i rekreacija 3,81. Aritmetička sredina svih prosječnih ocjena je 3,62 (4-zadovoljan) što prikazuje da su studenti zadovoljni boravkom na odabranom sveučilištu.

[102] Jaškova M., Heczkova l., (2010): ERASMUS mobility: students motivation and satisfaction, Faculty of Economics, VŠB–Technical University of Ostrava, str. 9

Budući da standardna devijacija u nijednom slučaju nije zabilježena veća od 1 ($1{,}27 \approx 1$) moguće je primijetiti i da nema velikih odstupanja od aritmetičke sredine.

Uzevši u obzir vlastito istraživanje i navedene činjenice može se zaključiti da su studenti pretežito zadovoljni boravkom na odabranom sveučilištu te se *hipoteza H6 može prihvatiti.*

Sedma hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H7 Postoji pozitivna i signifikantna veza između atraktivnosti ponude destinacije i odluke studenata o odabiru Sveučilišta

Atraktivnost ponude destinacije je izrazito bitna prilikom odluke odabiru sveučilišta, a najvažniji motivi, koje velikim djelom možemo poistovjetiti s ponudom destinacije, prilikom odabira destinacije su obrazloženi u poglavlju 5.5.

U vlastitom anketnom istraživanju studenti su rangirali najvažnije motive odabira ERASMUS destinacije koji su prikazani u tablici 10.

Tablica 10. Pregled prosječnih ocjena glavnih motiva prilikom odabira destinacije, u kojoj su boravili studenti, za vrijeme ERASMUS + studijskog boravka

Motivi	Uzorak	Minimum	Maksimum	Prosječna Ocjena
Kvaliteta obrazovanja	135	1	5	3,13
Prometna povezanost s drugim državama	135	1	5	3,53
Blizina prebivališta	135	1	5	2,19
Povoljne cijene u državi razmjene	135	1	5	3,10
Sport i rekreacija	135	1	5	2,64
Sunce, more i plaže	135	1	5	3,41
Koncerti i festivali	135	1	5	2,74
Restorani i kafići	135	1	5	2,64
Religijske građevine	135	1	5	1,81
Prirodne atrakcije	135	1	5	3,76
Noćni klubovi	135	1	5	2,64
Lokalni događaji	135	1	5	3,10
Muzeji	135	1	5	2,58
Kupovina(shopping)	135	1	5	1,93
Povijesne atrakcije	135	1	5	3,45

Izvor : Vlastita izrada

U tablici 10 su navedeni motivi koje su studenti mogli rangirati, od nevažnih (1) do najvažnijih (5), prilikom odabira destinacije u kojoj su proveli studijski boravak. Kao najvažniji motivi su označeni: prirodne atrakcije (3,76), prometna povezanost s drugim državama (3,53), povijesne atrakcije (3,45), sunce, more i plaže (3,41) te kvaliteta obrazovanja (3,13).

Kako bi utvrdili povezanost između prosječne ocjene motiva atraktivnosti ponude destinacije i prosječne ocjene motiva odluke studenata o odabiru sveučilišta, dobivenih na temelju odgovora ispitanika na navedeno pitanje postavljeno u anketnom upitniku, testirani su dobiveni rezultati, koristeći Spearmanov koeficijent korelacije.
Rezultati testiranja su prikazani u tablici 11.

Tablica 11. Korelacija motiva atraktivnost ponude destinacije i kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu prilikom odluke studenta o odabiru sveučilišta

Correlations

			Atraktivnost ponude destinacije	**Kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu**
Spearman's rho	**Atraktivnost ponude destinacije**	Correlation Coefficient	1.000	.300**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	135	135
	Kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu	Correlation Coefficient	.300**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	135	135

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor : Vlastita izrada

Iz tablice 11 je vidljivo da postoji statistički značajna i pozitivna povezanost između atraktivnosti destinacije i odabira sveučilišta prema Spearmanovom koeficijentu korelacije koji iznosi 0,3, pri razini signifikantnosti 1%. Ova korelacija nam pokazuje da studenti kojima je bitna atraktivnost destinacije jednak značaj pripisuju i kvaliteti obrazovanja na internacionalnom sveučilištu.

Na temelju rezultata prethodnih istraživanja, kao i provedenog testiranja možemo zaključiti da postoji pozitivna i signifikantna veza između atraktivnosti ponude destinacije i odluke studenata o odabiru sveučilišta te se *hipoteza H7 može prihvatiti.*

Osma, i posljednja, hipoteza postavljena u ovom radu je sljedeća:

H8 Studenti ocjenjuju pretežito pozitivno kvalitetu sadržaja ponude destinacije

Kvaliteta sadržaja i ponuda destinacije je izrazito bitna kako bi destinacija bila prepoznatljiva i zanimljiva ERASMUS studentima, ali i svim ostalim turistima. Veliki je broj sadržaja koji mogu utjecati na ponudu destinacije, a na svim turističkim subjektima je da rade na samoj kvaliteti sadržaja. U vlastitom anketnom istraživanju ERASMUS studenti su mogli ocijeniti kvalitetu pojedinih sadržaja u destinaciji u kojoj su boravili za vrijeme svoga boravka. U nastavku, u tablici 12, su prikazani detaljni rezultati istraživanja.

Tablica 12. Pregled prosječnih ocjena elemenata kvalitete ponude destinacije ERASMUS + boravka

Elementi ponude	Uzorak	Minimum	Maksimum	Prosječna ocjena	Standardna devijacija
Religijske građevine	135	1	5	3.04	1.227
Kupnja(shopping)	135	1	5	3.15	1.237
Muzeji	135	1	5	3.24	1.168
Ostalo	135	1	5	3.41	1.260
Noćni klubovi	135	1	5	3.43	1.123
Festivali i koncerti	135	1	5	3.67	1.043
Restorani i kafići	135	1	5	3.72	1.041
Lokalni događaji	135	1	5	3.77	1.079
Sport i rekreacija	135	1	5	3.90	1.002
Povijesne atrakcije	135	1	5	4.04	1.032
Sunce more i plaže	135	1	5	4.20	1.057
Prirodne atrakcije	135	1	5	4.33	.922
Aritmetička sredina prosječnih ocjena	135			**3,66**	

Izvor : Vlastita izrada

U tablici 12 su navedeni elementi ponude destinacije koje su studenti mogli vrednovati ocjenama od nedovoljno kvalitetna (1) do odlična kvaliteta (5). U nastavku su rangirani elementi od onih s najvećom prosječnom ocjenom do onih s najmanjom ocjenom: prirodne atrakcije (4,33), sunce ,more i plaže (4,2), povijesne atrakcije (4,04), sport i rekreacija (3,9), lokalni događaji (3,77), restorani i kafići (3,72), festivali i koncerti (3,67), noćni klubovi (3,43), ostala ponuda (3,41), muzeji (3,24), kupnja (3,15) te religijske građevine (3,04) Aritmetička sredina svih prosječnih ocjena je 3,66 (4-vrlo dobar) što prikazuje da su studenti procijenili vrlo dobrom kvalitetu sadržaja destinacije.

Budući da standardna devijacija u nijednom slučaju nije zabilježena veća od 1 ($1{,}26 \approx 1$) moguće je primijetiti i da nema velikih odstupanja od aritmetičke sredine.

Uzevši u obzir rezultate vlastitog anketnog istraživanja, može se zaključiti da studenti ocjenjuju pretežito pozitivno kvalitetu sadržaja ponude destinacije te se *hipoteza H8 može prihvatiti.*

7. POTENCIJALI RASTA OMLADINSKO-EDUKACIJSKOG TURIZMA NA PRIMJERU ERASMUS + PROGRAMA

ERASMUS + program donosi brojne prednosti za studente, ali i sve turističke subjekte. Iako broj ERASMUS + studenata svake godine raste, veliki broj studenata, nije informiran koje sve koristi u budućnosti može imati od privremenog boravka na inozemnom sveučilištu, a koje su već obrazložene u prethodnim poglavljima. Uz financijsku podršku programa Europske Unije studentima se olakšava njihov boravak na inozemnom sveučilištu, a po povratku u svoju zemlju prebivališta, zahvaljujući stečenim kvalifikacijama i vještinama, olakšan im pronalazak posla nakon kraja studija. Studenti također poboljšaju svoje jezične vještine, sklapaju nova prijateljstva i dobiju cjeloživotne obveze.

Rijetki su turistički subjekti i kreatori turističke politike, koji su uočili kolike su prednosti privlačenja pripadnika omladinsko-edukacijskog turizma u njihovu, a nadasve ERASMUS studenata. Prije svega, ERASMUS studenti borave u destinaciji jedan ili dva semestra, te većina studenata krajem mjeseca lipnja završava svoj studijski boravak, to znači da u destinaciji borave izvan „srca“ turističke sezone. ERASMUS studenti mogu popuniti smještajne kapacitete turističkim subjektima izvan glavne sezone, ali je izrazito bitno da se navedeni kapaciteti oglašavanju na engleskom jeziku i stranicama koje posjećuju budući ERASMUS studenti. Kako prilikom pronalaska smještaja ERASMUS studentima pomažu studentske udruge i sveučilište, suradnjom turističke zajednice ili udruge iznajmljivača i sveučilišnih udruga se uvelike može olakšati pronalazak smještaja ERASMUS studentima.

Turistička zajednica osim pomoći budućim ERASMUS studenima može od studenata dobiti savjete koji turistički sadržaji nedostaju, koje aktivnosti bi trebalo poboljšati za privući u destinaciju pripadnike omladinsko-edukacijskog turistima, ali i dobiti „besplatnu“ radnu snagu. Nakon studijskog boravka, studenti se često odlučuju i za stručnu praksu u istoj destinaciji. Budući da primaju financijsku pomoć iz ERASMUS + programa, poslodavac im nije dužan platiti praksu. Na ovaj način turistička zajednica bi mogla dobiti studente sa znanjem više stranih jezika, koji su spremni odraditi praksu u njihovim prostorijama, poboljšati kvalitetu turističkih ureda i pomoći turističkim zajednicama prilikom promocije na različitim tržištima i jezicima.

Kao što je već navedeno u prethodnim paragrafima ERASMUS studenti ne borave u destinaciji za vrijeme ljetne turističke sezone te se često njihove pritužbe odnose na nedostatak sadržaja u destinaciji. Suradnjom ESN-a, studentskih udruga, turističke zajednice i klubova mladih mogu se organizirati događaji koji će poboljšati ponudu destinacije, a biti zanimljivi turistima i lokalnom stanovništvu: besplatni tečajevi jezika, festivali tradicionalne hrane, tematske zabave i slično.

ERASMUS studenti imaju veliki utjecaj u promociji destinacije za vrijeme njihovog boravka, ali i nakon povratka kući. Organiziranjem besplatnih turističkih vodiča, koji bi ih na početku njihovog boravka u destinaciji, upoznali s lokalnom tradicijom, kulturom i običajima moguće je povećati znanje ERASMUS studenata o samoj destinaciji. Na taj način će i njihov „word of mouth“ imati veći značaj jer će znati više turističkih informacija o samoj destinaciji.

ERASMUS studentima se kvaliteta njihovog boravka u destinaciji može povećati organiziranjem izleta od kojih najčešće većina nije dostupna izvan turističke sezone ili popustima u određenim teretanama, kafićima restoranima i slično. Određeni ugostiteljski objekti su već prepoznali ovu mogućnost te su najčešće popunjeni tijekom cijele godine internacionalnim studentima.

Prednosti koje destinacija može imati od ERASMUS studenata su brojne, a samo neke su navedene u ovom poglavlju. Najbitnije je da turistički subjekti uvide koje sve kratkoročne, ali i dugoročne koristi destinacija može imati privlačenjem pripadnika omladinsko- edukacijskog turizma.

8. ZAKLJUČAK

U ovom radu je detaljno obrađen pojam omladinskog turizma i njegova uloga kao nove tržišne niše na području Europske unije. Zbog percepcije da su mladi loši potrošači do sada mu se nije pridavala velika pažnja, no budući prema nekim istraživanjima i 20% potražnje opada na ovaj tržišni segment, u posljednje vrijeme privukao je pažnju kreatora turističke politike, a samim time i autorice ovog rada.

Iako sam omladinski turizam možemo podijeliti na više vrsta kao što je: odmorišni, sportski, studentski programi i projekti, volonterski te edukacijski, najveći dio rada je posvećen edukacijskom turizmu jer upravo ova vrsta omladinskog turizma bilježi izrazito veliki rast. Europska unija svojim programima, kao što su OBZOR, CEEPUS, ERASMUS i brojni bilateralni sporazumi potiče promicanje omladinsko-edukacijskog turizma.

ERASMUS + je upravo najvažniji program Europske Unije, zahvaljujući kojem se veliki broj mladih, odluči provesti dio svog studija u drugoj državi u internacionalnom okruženju. U više istraživanjima, koja su prikazana u radu, navedeni su i najvažniji motivi koji potiču mlade na sudjelovanje u ERASMUS + programu, kao i motivi izbora ERASMUS + destinacije.

Osim raznih vrsta sekundarnih istraživanja, provedeno je i vlastito anketno istraživanje na ERASMUS + studentima kojim se ispitalo 135 ispitanika koji su proveli svoj ERASMUS + studijski boravak u 12 različitih država Europske unije. Anketa međunarodnih ispitanika je provedena online anketnim upitnikom. Istraživanje je provedeno u više različitih država kako bi se mogli usporediti odgovori ispitanika. Rezultati ankete su obrađeni u programskom paketu SPSS te se došlo do određenih zaključaka koji su utjecali na prihvaćanje tj. odbijanje hipoteza postavljenih u ovom radu.

Nakon provedenog istraživanja došlo se do glavnih zaključaka o utjecaju omladinsko-edukacijskog turizma, s posebnim naglaskom na ERASMUS + programa:

- Studenti koji su korisnici ERASMUS + programa imaju pozitivan utjecaj na rast turističkih dolazaka u destinaciji. Osim pozitivnog utjecaja na destinaciju u kojoj borave, veliki broj studenata je za vrijeme svojeg studijskog boravka posjećuje i druge države. Za vrijeme ERASMUS + boravka studente posjećuju rodbina i prijatelji, a veliki broj studenata se opet želi vratiti u destinaciju i nakon kraja studijskog boravka.

- Studenti ERASMUS + programa za vrijeme svog boravka u destinaciji upoznaju lokalne atrakcije, kulturu i običaje te postaju promotori destinacije u kojoj borave. Studenti rado preporučuju destinaciju razmjene svojoj obitelji i prijateljima te postaju „lokalni turistički vodiči“ za svoje najbliže, za vrijeme njihove posjete.

- Budući da 90% mladih koristi društvene mreže svakodnevno, navedene imaju veliki utjecaj prilikom promidžbe same destinacije. Tako društvene mreže predstavljaju glavni oblik promidžbe destinacije u kojoj borave i mladi posredstvom ERASMUS + programa.

- Veliki broj studenata koji koristeći ERASMUS + program privremeno studiraju u inozemstvu, primaju ERASMUS financijsku pomoć. Financijskom pomoći koju je moguće dobiti od EU privremeni boravak u drugoj državi je olakšan studentima, te se povećava broj studenata koji se odlučuju na mobilnost. Može se zaključiti da je odluka studenata o mobilnosti preko ERASMUS + programa uvjetovana financijskim potporama EU.

- Prilikom odluke o odlasku na ERASMUS + mobilnost i boravku na drugom sveučilište glavni motivi odluke su zabava, učenje novog jezika, upoznavanje novih ljudi te putovanja za vrijeme trajanja studijskog boravka.

- Prilikom boravka na sveučilištu gdje borave za vrijeme studijskog boravka studenti mogu se upoznati sa ponudom akademskih aktivnosti, kurikulumom, profesorima, infrastrukturom samog sveučilišta, ali i ponudom zabavnih i rekreacijskih sadržaja. Studenti su pretežno zadovoljni svim ponuđenim sadržajima.

- Prilikom odluke o izboru sveučilišta na kojemu će boraviti za vrijeme trajanja studentskog boravka, značajnu ulogu ima i sama atraktivnost i ponuda destinacije u kojoj je smješteno sveučilište.

- Za vrijeme svog boravka studenti se koriste raznim sadržajima u destinaciji. Sadržajima koji su predviđeni za turiste koji se kraće zadržavaju u navedenoj destinaciji, ali i sadržajima koje koristi domicilno stanovništvo. Studenti su zadovoljni ponudom sadržaja koja im je dostupna u destinaciji gdje provode svoj ERASMUS + studijski boravaka.

SAŽETAK

Diplomski rad se sastoji od osam dijelova, uključujući uvod i zaključak. U uvodu rada je definiran problem i predmet istraživanja, postavljene su hipoteze koje su kasnije kroz rad prihvaćene ili odbijene, zatim se govori nešto više o ciljevima rada, doprinosu i strukturi rada.

U drugom dijelu rada definiran je sam pojam omladinskog turizma njegova povijest, obilježja te je prikazan trend rasta ovog oblika turizma. Također su prikazani statistički podaci te primjeri brojnih programa koji potiču rast ove selektivne vrste turizma.

U trećem dijelu definiran je teorijski pojam edukacijskog turizma kao segmenta omladinskog turizma te njegova struktura. Prikazani su primjeri edukacijskog turizma u svijetu kroz partnerstva na sveučilištima te utjecaj ove vrste turizma na samu destinaciju.

Četvrti dio pažnju posvećuje samoj ulozi EU u promicanju razvoja omladinsko-edukacijskog turizma te njenoj ulozi na porast studentske mobilnosti. Prikazani su programi EU koji su do sada imali ulogu na rast ovog oblika turizma te njihov utjecaj.

Peti dio rada je posvećen samom programu ERASMUS +, trenutno najvažnijem programu za poticanje mobilnosti. Prikazan je teorijski osvrt na navedeni program njegove ključne mjere i aktivnosti kao i profil studenta koji su korisnici navedenoga programa.

Šesti dio je empirijski dio rada gdje su analizirani podaci o ERASMUS + programu te njegovom utjecaju na turizam. Nadalje, prezentirani su podaci prikupljenim posredstvom anketnog upitnika te je provedeno testiranje istraživačkih hipoteza navedenih u prvom dijelu rada, gdje su, uz detaljno obrazloženje, navedene hipoteze prihvaćene ili odbačene.

Sedmi dio rada su preporuke autora kako se mogu iskoristiti rezultati samog istraživanja te smjernice i prijedlozi turističkim djelatnicima, ali i samim studentima o utjecaju samog ERASMUS + programa i prilikama koje nudi.

U osmom, završnom, dijelu rada donesen je zaključak na temelju ukupnog rada i na temelju rezultata istraživanja. Nakon zaključka, navedena je korištena literatura, sažetak na engleskom jeziku te popis slika, grafikona i tablica.

Ključne riječi: omladinsko-edukacijski turizam, programi EU, ERASMUS +

SUMMARY

This thesis is divided into eight parts including introduction and conclusion. In the introduction the following has been defined: the research problem and the research subject, hypotheses of the research which, are in the following part of this thesis, accepted or rejected, something more about research goals, contribution of the thesis and finally the structure of the thesis itself.

In the second part of the thesis the term „youth tourism“ is defined, together with its history, main characteristics and growing trends of this type of tourism. In this section dana on the topic are presented as well as examples of programmes that affect the growth of this selective type of tourism.

In the third part of the thesis the term „educational tourism“ is defined as a segment of youth tourism and examples of educational tourism presented. Also its impacts on a tourist destination have been explored.

In the fourth part of the thesis attention is paid to the significance and the role of the EU in promoting development of youth-educational tourism and in the growth of student mobility. In this part EU programs aimed at enhancement of this type of tourism are presented.

The fifth part of the thesis is dedicated to ERASMUS + program, currently the most important program for promoting mobility. A review of this program has been given, key mesures and activities as well as profile of students participating this program so far.

In the sixth part of the thesis, the results of the author’s own survey research conducted on the ERASMUS + population are presented accompanied by a detailed analysis. This part also contains the testing of the hypotheses, with conclusions.

The seventh part of this thesis presents the autor's recommendations on how to use the results of the research as well as some proposals to tourism stakeholders and students, about the potentials given by ERASMUS + programs.

In the eight and final part of the thesis, the conclusions based on the research are presented. The conclusion is followed by literature, summary in English, list of photos, graphs and tables.

Key words: youth-educational tourism, EU programs, ERASMUS +

LITERATURA

1. AEGEE, raspoloživo na: http://public.carnet.hr/aegee-zg/about.html (1510.2015.)
2. AIESEC, raspoloživo na: http://hr.aiesec.org/about/(15.10.2015)
3. Altbach, P. G., & Knight, J. (2007): The internationalization of higher education: Motivations and realities. Journal of Studies in International Education, 11(3), str. 290–305.
4. Altbach P.G, Knight J.,(2007): The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities ,Journal of Studies in International Education Jane, Raspoloživo na: http://jsi.sagepub.com/content/11/3-4/290(01.11.2015)
5. Altbach P.G, Knight J.,(2007): The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities ,Journal of Studies in International Education Jane, Raspoloživo na: http://jsi.sagepub.com/content/11/3-4/290(01.11.2015)
6. Baloglu, S., & Uysal, M. (1996): Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 8(3)str. 32–38.
7. Baruah T. D.,(2012): Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections, International Journal of Scientific and Research Publications, 2(5), str. 1-3.
8. Bhandari, R., Belyavina, R. Gutierrez, R. (2011): Student Mobility and the Internationalization of Higher Education: National Policies and Strategies from Six World Regions, A Project Atlas Report, Institute of International Education, New York, str. 85
9. Bilateralni programi, Raspoloživo na: http://www.mobilnost.hr/hr/sadrzaj/sudjelovanje/obrazovanje-i-osposobljavanje/erasmus-visoko-obrazovanje/bilateralni-programi/ (01.12.2015)
10. Blogspot(2009): Educational tourism, raspoloživo na: http://educatiionaltourism.blogspot.hr/ (2.9.2015)
11. Bracht, O., Engel, C., Janson, K., Over, A., Schomburg, A., & Teichler, U. (2006): The professional value of ERASMUS mobility. Kassel, Germany: International Centre for Higher Education Research, University of Kassel.
12. Breznik, K.,Gologranc, G., Erasmus mobility on the institutional level (2014): Managment, knowledge and learning international conference, Portorož,str.1361

13. Brooks, R., & Waters, J. (2009): International higher education and the mobility of UK students. Journal of Research on International Education,vol 8(2), str. 191–209.
14. Commonwealth of Australia (2000): "Towards A National Sports Tourism Strategy" raspoloživo na: http://fulltext.ausport.gov.au/fulltext/2000/feddep/SportTourismStrategy.pdf (20.10.2015)
15. Cultural exchange nws, Raspoloživo na: http://www.culturalexchange.nsw.edu.au/exchange_programs/about-culturalexchange/(5.10.2015)
16. Daly, A. (2011): Determinants of participating in Australian university student exchange programmes. Journal of Research in International Education, 10(1),str. 58–70.
17. Demeter, T., Bratucu G.,(2014): Typologies of youth tourism, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, 7(56)
18. Doyle, S., Gendall, P., Meyer, L. H., Hoek, J., Tait, C., McKenzie, L., & Loorparg, A. (2010): An investigation of factors associated with student participation in study abroad. Journal of Studies in International Education, 4(5),str. 47–492.
19. Duffy, M. E., Farmer, S., Ravert, P., & Huittinen, L. (2003): Institutional issues in the implementation of an international student exchange program. Journal of Nursing Education, 42(9),str. 399–405.
20. Durovic M., Lovrentjev S.,(2015): ERASMUS students – The New Tourism Force, The Macrotheme Review,4(5), str.4.
21. Education counts(2010): The impact of international students on domestic students and host institutions, raspoloživo na: https://www.educationcounts.govt.nz/publications/international/the_impact_of_international_students_on_domestic_students_and_host_institutions (2.9.2015)
22. Ekonomski portal(2013), Why not Croatia?, raspoloživo na: http://ekonomskiportal.com/omladinski-turizam-why-not-croatia/(1.9.2015)
23. ELSA, raspoloživo na: http://elsa.org/ (15.10.2015.)
24. Erasmus Facts, Figures & Trends The European Union support for student and staff exchanges and university cooperation in 2013-2014(2014), European Commision, str. 14-15
25. Erasmus Impact Study: Key findings, EuropeanCommission, Raspoloživo na: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-534_hr.htm (10.06.2016)

26. The Erasmus Impact Study Regional Analysis(2016): Publications Office of the European Union, Luxembourg, str.14
27. ERASMUS mundus, Raspoloživo na: http://www.mobilnost.hr/hr/sadrzaj/sudjelovanje/obrazovanje-i-osposobljavanje/erasmus-visoko-obrazovanje/erasmus-erasmus-mundus-zdruzeni-diplomski-studiji/(01.05.2015)
28. ERASMUS ponovno obara rekorde, Raspoloživo ne: http://www.ra-sb.hr/erasmus-ponovno-obara-rekorde/ (15.12.2015)
29. European commision (2014): Erasmus plus programme guide
30. Erasmus Student Network Survey. (2010): International Student Exchange Erasmus Student Network EValue-ate your exchange, raspoloživo na: http://www.ESN.org/content/esnsurvey (3.9.2015)
31. Europa u Hrvatskoj: Što EU nudi mladima, raspoloživo na: http://mei.multilink.hr/eu-za-mlade.html (2.9.2013)
32. Europe Direct Split,Općenito o EU, raspoloživo na: http://www.edicsplit.eu/eu/opcenito-o-eu (3.9.2015)
33. Europska komisija(2015): ERASMUS + vodič program, str 23.
34. Europska volonterska služba (EVS), Raspoloživo na: http://www.pariter.hr/?page_id=801 (01.15.2015)
35. Europski tjedan sporta, Raspoloživo na: http://www.europski-tjedan-sporta.hr/o-europskom-tjednu-sporta/ (15.12.2015)
36. Findlay, A. M., King, R., Geddes, A., Smith, F., Stam, A., Dunne, M., & Ahrens, M. (2010): Motivations and experiences of UK students studying abroad: BIS Research Paper br. 8. Dundee, England: University of Dundee.
37. Gerner, M. E., & Perry, F. (2000): Gender differences in cultural acceptance and career orientation among internationally mobile and non-internationally mobile adolescents. School Psychology Review, 29(2), str.267–283.
38. Gonza ´lez, C. R., Mesanza, R. B., & Mariel, P. (2011): The determinants of international student mobility flows: An empirical study on the Erasmus programme. Higher Education, 62(4),str. 413–430.
39. Hendija, Z.,(2002) Promjene u suvremenom društvu, trendovi u suvremenom turizmu, Turizam, god. 50, br.1., Institut za turizam, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb, str. 90-91.

40. IAESTE, raspoloživo na: http://www.iaeste.hr/?page_id=12 (15.10.2015.)
41. Improving the participation in ERASMUS programe(2010), Directorate-general for internal policies, European Parlament, str.56
42. ITB world travel trends report: youth travel, UNWTOYSE Travel Confederation raspoloživo na: https://www.wysetc.org/2013/12/13/itb-world-travel-trends-report-youth-travel/ (2.9.2015)
43. Izvještaj Europske komisije, Raspoloživo na: http://ec.europa.eu/education/tools/statistics_en.htm (15.12.2015)
44. Jaškova M., Heczkova l., (2010): ERASMUS mobility: students motivation and satisfaction, Faculty of Economics, VŠB–Technical University of Ostrava, str. 9
45. Jean Monnet, Raspoloživo na: https://eacea.ec.europa.eu/erasmus-plus/actions/jean-monnet_en (01.12.2015)
46. Kim, K. (2008): Analysis of structural equation model for the student pleasure travel market: Motivation, involvement, satisfaction, and destination loyalty, Journal of Travel & Tourism Marketing, 24(4),str. 297–313
47. Kim, S. S., Lee, C. K. (2002): Push and pull relationships. Annals of Tourism Research, 29(1),str. 257–260.
48. Kim, K., Oh, I., Jogaratnam, G. (2006): College student travel: A revised model of push motives. Journal of Vacation Marketing, 13(1),str. 73–85
49. Lesjak M., Juvan E., Ineson M. Yap M, Axelsson E.(2015): Erasmus student motivation: Why and where to go? • Springer Science Business Media, Dordrecht, str 7.
50. Lukosius, V., Festervand A.T.,(2013):Marketing Study Abroad Programs: A student recruitment model, American Journal of Business Education, 6(5), str. 483-494
51. Lesjak M., Juvan E., Ineson M. Yap M, Axelsson E. (2015): Erasmus student motivation: Why and where to go? Springer Science Business Media, Dordrecht, str. 10-11.
52. Mazzarol, T., Soutar, G. N. (2002):‘‘Push-pull’’ factors influencing international student destination choice. International Journal of Educational Management, 16(2),str. 82–90.
53. Menegelo, J.(2012): Omladinski turizam u Republici Hrvatskoj-stanje i trendovi. Diplomski rad. Split: Ekonomski fakultet.

54. Messer, D., & Wolter, S. C. (2007): Are student exchange programmes worth it? Higher Education, 54(5),str. 647–663.
55. Moisa C.O.; Conceptual Clarifications Regarding Youth Travel; The Young Economist Journal, Raspoloživo na: http://econpapers.repec.org/article/aiorteyej/v_3a1_3ay_3a2010_3ai_3a14s_3ap_3a98-106.htm (1.9.2015)
56. MZOŠ, Raspoloživo na: http://public.mzos.hr/Default.aspx?sec=2093 (01.12.2015)
57. Obzor 2020, Raspoloživo na: http://www.obzor2020.hr/obzor2020/sto-je-obzor-2020 (01.12.2015)
58. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and UNESCO Institute for Statistics(2014): Raspoloživo na: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/education-at-a-glance- 2014_eag-2014-en#page345 (15.11.2015)
59. Pawlak A.,(2013): Demand side of international students tourism market Case of Umeå – Sweden, Department of Geography and Economic History, str 25.
60. Pew Research Center (2015): Social media usage 2005-2015, raspoloživo na: http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/ (10.08.2016)
61. Pivac, S., Rozga, A. (2006): Statistika za sociološka istraživanja; Filozofski fakultet Split, Split, str. 25.
62. Program Jean Monnet, Raspoloživo na: http://www.mobilnost.hr/hr/sadrzaj/erasmus-opce-informacije/program-jean-monnet/ (05.12.2015)
63. Pyvis, D., & Chapman, A. (2007): Why university students choose an international, raspoloživo na: http://www.ttra.com/pub/uploads/GenderDifferences.htm (3.9.2015.)
64. Ritchie, B. W. (2003): Managing educational tourism. Clevedon, UK: Channel View Publications, Str. 18.
65. Ross D. S. (2001): Developing sports tourism: An eGuide for Destination Marketers and Sports Events, National Laboratory for Tourism and eCommerce
66. Service civil international, Raspoloživo na: http://www.sciint.org/ (15.11.2015)
67. Split turizam (2012) :Omladinski turizam najpropulzivniji oblik turizma, raspoloživo na: http://split-turizam.com/vijesti/omladinski-turizam-najpropulzivniji-oblik-turizma/ (1.9.2015)

68. Teichler, U. (2004): Temporary study abroad: The life of ERASMUS students. European Journal of Education, 39(4),str. 395–408.
69. The definition of leisure traveler, raspoloživo na: http://traveltips.usatoday.com/definition-leisure-traveler-15302.html(15.10.2015)
70. The Erasmus Impact Study Regional Analysis(2016): Publications Office of the European Union, Luxembourg, str.14
71. The Guardian(2012): Erasmus at 25: what is the future for international student mobility?,raspoloživo na: http://www.theguardian.com/higher-education-network/blog/2012/may/21/erasmus-programme-and-student-mobility(2.9.2015)
72. The Wider Benefits of International Higher Education in the UK (2013), Department for Business, Innovation and Skills, London, str 3.
73. Tourism and more (2010), Educational tourism, raspoloživo na: http://www.tourismandmore.com/tidbits/educational-tourism/ (1.9.2015.)
74. Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela, raspoloživo na: http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (2.9.2015)
75. UNWTO, World Tourism Barometer 2011, raspoloživo na: http://tourlib.net/wto/UNWTO_Baromet er_2011_05.pdf (15.10.2015)
76. Uredba (EU) br. 1288/2013 europskog parlamenta i vijeća od 11. prosinca 2013. o uspostavi programa „Erasmus+" : programa Unije za obrazovanje, osposobljavanje, mlade i sport raspoloživo na: http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0050:0073:EN:PDF (2.9.2015)
77. Van Hoof, H. B., & Verbeeten, M. J. (2005). Wine is for drinking, water is for washing: Student opinions about international exchange programs. Journal of Studies in International Education, 9(1), str. 42–61.
78. Važnost međunarodne mobilnosti studenata, str. 17-2, raspoloživo na: http://www.iro.hr/userdocs/File/Publikacije/Vaznost_medjunarodne_mobilnost.pdf (15.11.2015)
79. Viking travel, Raspoloživo na: http://vikingtravel.hr/work-and-travel (15.11.2015)
80. Volunteertourism, raspoloživo na: http://volunteertourismviews.wordpress.com/(15.9.2014.)

81. Wood, C., (2001): Educational tourism, special Interest Tourism: Contexts and Cases, Brisbane, str 188-211.
82. Wordpress (2012): Youth tourism, raspoloživo na: https://youthtourism.wordpress.com/2012/04/01/youthtourism/ (2.9.2015)
83. WYSE Travel Confederation; The power of youth travel, AM Reports; 2; str. 11., raspoloživo na: http://www.wysetc.org/?page=PowerYouthTravel (15.11.2015.)
84. WYSETC(2014): Youth travel industry following global tourism growth trend and exceeding forecasts for 2014, raspoloživo na: https://www.wysetc.org/2014/11/11/youth-travel-industry-following-global-tourism-growth-trend-and-exceeding-forecasts-for-2014/ (2.9.2015)
85. YSE Travel Confederation; The power of youth travel, AM Reports; 2; str. 34., raspoloživo na: http://www.wysetc.org/?page=PowerYouthTravel (01.11.2015)
86. Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka, str. 323-366.

POPIS SLIKA

Slika 1. Kretanje broja internacionalnih studenata…….....……..……39
Slika 2. Omjeri međunarodnih studenata po državama……...…….40
Slika 3. Broj međunarodnih studenata u UK……43
Slika 4. Države sudionice ERASMUS programa…….52
Slika 5. Jean Monnet projekti……..…….58
Slika 6. Jean Monnet aktivnosti……....58
Slika 7. Izabrani projekti po državama…….59
Slika 8. Kategorije za financijsku potporu…….……. 62
Slika 9. Profil ERASMUS studenta……. 63
Slika 10. ERASMUS program 1987.-2014…….. 65

POPIS TABLICA

Tablica 1. Vrste smještajnih objekata korištenih na zadnjem putovanju (2007 godina)…..…20
Tablica 2. Motivi ERASMUS studenata……..….66
Tablica 3. Pregled spolne strukture ispitanika ERASMUS + programa……...72
Tablica 4. Pregled spolno-dobna struktura ispitanika ERASMUS + programa……..….72
Tablica 5. Korelacija ocjena glavnih motiva prilikom odabira destinacije, u kojoj su boravili studenti, za vrijeme ERASMUS + studijskog boravka……..…78
Tablica 6. Korelacija prosječnih ocjena glavnih motiva sudjelovanja u ERASMUS + programu……...79
Tablica 7. Ispitivanje povezanosti motiva odluke o odlasku na ERASMUS + boravak i varijable spol ispitanika……81
Tablica 8. Analiza prosječnih ocjena glavnih motiva za sudjelovanje u ERASMUS + programu……...95
Tablica 9. Pregled prosječnih ocjena elemenata zadovoljstva boravka studenata na sveučilištu ……...96
Tablica 10. Pregled prosječnih ocjena glavnih motiva prilikom odabira destinacije, u kojoj su boravili studenti, za vrijeme ERASMUS + studijskog boravka……...…97
Tablica 11. Korelacija motiva atraktivnost ponude destinacije i kvaliteta obrazovanja na internacionalnom sveučilištu prilikom odluke studenta o odabiru sveučilišta…….98
Tablica 12. Pregled prosječnih ocjena elemenata kvalitete ponude destinacije ERASMUS + boravka……..99

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Pregled razine studija ispitanika ERASMUS + programa……....73
Graf 2. Pregled trajanje studentske razmjene……73
Graf 3. Pregled vrste smještaja ispitanika ERASMUS + programa…….74
Graf 4. Pregled vrste smještaja ispitanika ERASMUS + programa koji su boravili u Španjolskoj i Austriji……....74

Graf 5. Pregled država prebivališta studenta ERASMUS + programa…….75
Graf 6. Pregled država u kojima su boravili studenti ERASMUS + programa za vrijeme studijskog boravka……..……..76
Graf 7. Analiza prosječnih ocjena glavnih motiva prilikom odabira destinacije, u kojoj su boravili studenti, za vrijeme ERASMUS + studijskog boravka……...…77
Graf 8. Analiza prosječnih ocjena glavnih motiva sudjelovanja u ERASMUS + programu..80
Graf 9. Načini/vrste financiranja ERASMUS + studenata za vrijeme trajanja studentske razmjene……82
Graf 10. Pregled studentskih programa na kojima su sudjelovali ispitani studenti, uz ERASMUS + studijski boravak……83
Graf 11. Pregled prijevoznih sredstava kojima su se koristili studenti za vrijeme ERASMUS + boravka……...84
Graf 12. Pregled vrsta smještaja gdje su odsjedali studenti za vrijeme ERASMUS + boravka……..84
Graf 13. Broj Putovanja ERASMUS + studenata za vrijeme njihovog studija u inozemstvu..86
Graf 14. Broj država……..86
Graf 15. Iskazana želja za povratkom u destinaciju razmjene ERASMUS + studenata……...87
Graf 16. Posjet prijatelja ili rodbine za vrijeme trajanja ERASMUS + boravka……..88
Graf 17. Preporuka destinacije ERASMUS + studenata rodbini ili prijateljima……..89
Graf 18. Najčešće korišteni oblik promidžbe…….. 90
Graf 19. Odustajanje od ERASMUS + boravka u slučaju izostanka ERASMUS + financijske potpore …….91
Graf 20. Pregled korištenje sredstava ERASMUS programa…….. 92