Održivi i edukativni turizam na primjeru "work and travel" programa

Prančević, Mirna

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:221278

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Image not found or type unknown *Repository / Repozitorij:*

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MIRNA PRANČEVIĆ

ODRŽIVI I EDUKATIVNI TURIZAM NA PRIMJERU *WORK AND TRAVEL* PROGRAMA

Diplomski rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MIRNA PRANČEVIĆ

ODRŽIVI I EDUKATIVNI TURIZAM NA PRIMJERU *WORK AND TRAVEL* PROGRAMA

Diplomski rad

JMBAG: 0303043323, redoviti student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Održivi turizam

Znanstveno područje: Područje društvenih znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv.prof.dr.sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, rujan 2020.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana, Mirna Prančević, kandidat za magistra poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

Mirna Prančević

U Puli, 25. rujna 2020. godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Mirna Prančević dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Održivi i edukativni turizam na primjeru work and travel programa koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 25. rujna 2020. godine

Potpis

Mirna Prančević

Sadržaj

1. UVOD 1

2. OBILJEŽJA SUVREMENOG TURIZMA 3

2.1 POJMOVNO ODREĐENJE „TURIZMA“ I „TURISTA 3

2.2 VRSTE I OBLICI TURIZMA 5

2.3 GLOBALIZACIJA TURIZMA 7

2.4 RAZVOJ TURIZMA U SVIJETU 8

2.5 RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ 12

3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA 16

3.1 KONCEPCIJA ODRŽIVA RAZVOJA 16

3.2 KONCEPCIJA ODRŽIVA TURIZMA 19

3.3 UPRAVLJANJE ODRŽIVIM TURIZMOM 22

3.3.1. OPĆI ETIČKI KODEKS 22

3.3.2. INDIKATORI ODRŽIVOG TURIZMA 24

3.3.3. ODRŽIVI TURIZAM U NEKOLIKO KORAKA 26

3.3.4. EKOLOŠKI PRIHVATLJIV TURIZAM 34

3.4 . OPERACIONALIZACIJA KONCEPCIJE ODRŽIVOG RAZVOJA U TURIZMU 35

3.4.1. PRIHVATNI KAPACITET 35

3.4.2. STRATEŠKO PLANIRANJE ODRŽIVOG RAZVITKA TURISTIČKE DESTINACIJE 37

4. EDUKATIVNI TURIZAM 39

4.1 POJAM EDUKATIVNOG TURIZMA 39

4.2 POVIJEST EDUKATIVNOG TURIZMA 42

4.3 ČINITELJI EDUKATIVNOG TURIZMA 42

4.4 VRSTE EDUKATIVNOG TURIZMA 44

4.4.1. RAZMJENE MLADIH 46

4.4.2. ERASMUS + ... 47
5. ODRŽIVI I EDUKATIVNI TURIZAM NA PRIMJERU WORK AND TRAVEL PROGRAMA 49
5.1 WORK AND TRAVEL PROGRAM – KONCEPTUALNI OKVIR 49
5.2. POKAZATELJI I CILJEVI WORK AND TRAVEL PROGRAMA 51
5.3. KORELACIJA S ODRŽIVIM TURIZMOM 53
5.4. KRITIČKI OSVRT NA PROVEDENO ISTRAŽIVANJE 55
5.5. KULTURNE RAZMJENE 56
6. ZAKLJUČAK 59
7. POPIS LITERATURE 61
SAŽETAK 63
SUMMARY 64
POPIS TABLICA 65

1. UVOD

Tema ovoga diplomskog rada je održivi i edukativni turizam na primjeru *Work and Travel* programa. Održivi i edukativni razvoj turizma bitna je komponenta bez koje je gotovo nemoguće nastaviti daljnji razvoj turizma. Upravo ta primjena održivosti i edukacije u turizmu je potrebna kako bi se postigla bolja kvaliteta života pojedinca, bilo da je riječ o turistu ili lokalnom stanovništvu te sadašnjim ili budućim generacijama.

Cilj je rada analizirati specifičnosti održivog i edukativnog turizma te njihove primjene na primjeru *Work and Travel* programa. Svrha je rada ukazati na važnost implementacije održivog i edukativnog turizma u smislu stjecanja novih znanja i kompetencija koje se mogu integrirati u buduće razvojne perspektive turizma.

Rad je oblikovan na način da se sastoji od pet međusobno povezanih poglavlja. U uvodu je data uvodna riječ, objašnjena je svrha i cilj istraživanja, struktura rada te znanstvene metode. U drugomu poglavlju, pod nazivom „Razvoj turizma“, definirani su pojmovi turizam i turist, vrste turizma i njegovi oblici te je opisan razvoj turizma u Hrvatskoj i svijetu. U trećemu poglavlju, pod nazivom „Održivi razvoj turizma“ govori o pojmu održivoga razvoja, o potrebi uvođenja koncepcije i upravljanja održivoga razvoja u turizmu, potom o tome što je opći etički kodeks te kakav je to ekološki prihvatljiv turizam. U četvrtomu poglavlju, pod nazivom „Edukativni turizam“ definiran je pojam edukativnoga turizma i kako je napredavao kroz povijest s obzirom na to što je prisutan od samih početaka turizma. Navedeni su i objašnjeni činitelji i vrste edukativnoga turizma na primjerima razmjene mladih i *Erasmus* + programu. U petomu poglavlju, pod nazivom „Održivi i edukativni turizam na primjeru *Work and travel* programa“ definirane su specifičnosti *Work and travel* programa te važnost kulturne razmjene za studente.

U znanstvenom istraživanju, formuliranju i prezentiranju rezultata istraživanja u ovom završnom radu koristit će se u odgovarajućim kombinacijama brojne znanstvene metode.

Najvažnije znanstvene metode u ovom radu: metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, komparativna metoda, metoda apstrakcije i konkretizacije, metode specijalizacije i generalizacije, metoda klasifikacije i deskripcije, te metoda ukazivanja prednosti i nedostataka.

2. OBILJEŽJA SUVREMENOG TURIZMA

2.1. POJMOVNO ODREĐENJE „TURIZMA“ I „TURISTA

Izrazi „turizam“ i „turist“ nastali su u 19. stoljeću te se i danas koriste. Obje riječi dolaze od engleske riječi *tour*, koja se u početku koristila samo za kružna putovanja. Prva izvedenica od *tour* – *tourist* te uvođenje termina „turist“ kojim su se označavale osobe koje su dijelom posjećivale kulturne znamenitosti, a dijelom tragale za užicima.

Postoje kriteriji za određenje pojmova „turist“ i „turizam.“ Prva je prostorna komponenta koja se ostvaruje kada osoba – turist krene na put, odnosno putovanje od točke A do točke B. Takvu osobu nazivamo putnikom. Svjetska turistička organizacija – UNWTO u svojoj definiciji navodi da se putovanje mora odvijati izvan uobičajenoga stalnog boravka.

Svrha je putovanja motivacija osobe koje putuje. To mogu biti odmor, sport, zdravstveni razlozi, posjeti prijateljima i slično. „Prema definiciji UNWTO-a u turiste se ne ubrajaju aktivni pripadnici oružanih snaga, putnici na dnevnim rutinskim putovanjima, putnici koji svakog dana putuju na posao, u školu, na studij, putnici u tranzitu, migranti , radnici na privremenom radu, nomadi, izbjeglice i prognanici te osobe iz diplomatskog kora i konzularni predstavnici.“ [1] Vremenska komponenta podrazumijeva izbivanje osobe iz uobičajene sredine dulje od 24 sata, ali maksimalno godinu dana. Osoba koja izbiva iz uobičajene sredine manje od 24 sata i ne ostvaruje noćenje naziva se izletnik ili jednodnevni posjetitelj. Turist je osoba koja izbiva iz uobičajene sredine dulje od 24 sata i pritom ostvaruje barem jedno noćenje. Bitno je naglasiti da putnik napušta samoinicijativno u okviru svog slobodnog vremena i dokolice. Putovanje je uvijek dvosmjerno jer se osoba uvijek vraća u svoju uobičajenu sredinu.[2]

[1] N. Čavlek, M. Bartoluci, D. Prebežac, O. Kesar i suradnici, Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb., 2011., str.25
[2] https://quizlet.com/510141769/osnove-turizma-i-uvod-u-turisticko-poslovanje-flash-cards/, (13.09.2020)

Prve definicije turizma nastojale su prikazati turizam kao migracijsku pojavu, a prema autoru Gliksamanu, turizam je bio putovanje iz mjesta stalnoga boravka do nekoga drugog mjesta. U literaturama, navedene su mnogobrojne definicije turizma jer se turizam sastoji od mnogo društvenih, ekonomskih i socijalnih funkcija koje su usko vezane za putnika i turista. Prisutne su definicije turizma kao ekonomske pojave, statičke definicije, nominalističke definicije, statičke definicije i univerzalne definicije turizma. Opće je poznata definicija iz polja univerzalne definicije turizma W. Hunziketa i K. Krapfa iz 1942. godine, koja se koristi i danas, a glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koji proističu iz putovanja i boravka stranca u jednom mjestu, ukoliko to ne znači stalno nastanjivanje i ukoliko se ne vezuje za obavljanje privredne djelatnosti.“[3]

Danas je u većini zemalja prihvaćena opća koncepcijska definicija turizma koju je predložio UNWTO, i koja se može ubrojiti u definicije s pozicije turističke potražnje, a glasi: „Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju (World Conference on the Measurement of the Economic Impacts of Tourism, Nice, 1999.).“[4]

„Pet temeljnih obilježja turizma uključuju:

- turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima (što uključuje i sudjelovanje u različitim nelukrativnim aktivnostima u turističkoj destinaciji)
- putovanja i boravak moraju se zbivati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba kreće, živi i radi, pa tako turizam inicira neke nove aktivnosti koje osobe ne prakticiraju u domicilu
- privremeni boravak u turističkom odredištu znači da se turizam zasniva na dvosmjernom, odnosno kružnom putovanju (domicil - turističko odredište - domicil) koje ima definiran vremenski interval u kojem se događa (ne dulji od 12 mjeseci)

[3] Ž. Jovičić, D. Jovičić, V. Jovičić, Osnove turizma – integralno-fenomenološki pristup, Zagreb, 2005., str. 10
[4] N. Čavlek, M.Bartoluci, D. Prebežac, O. Kesar i suradnici, op.cit. pod 1, str. 26.

- svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i/ili uz zapošljavanje
- u turističkom odredištu turisti troše, ali ne privrđuju.“[5]

Turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima. Svrha turističkog putovanja nikada se ne veže uz stalni boravak u destinaciji/ili uz zapošljavanje.

2.2. VRSTE I OBLICI TURIZMA

Turizam je složena društveno - ekonomska pojava. Moguće ga je analizirati prema različitim kriterijima koje određuju određene vrste turizma. Kriteriji koji se najčešće primjenjuju kod analiziranja turizma su geografski položaj turista i njegova potrošnja kako bi došli do utjecaja turizma u određenoj turističkoj destinaciji. UNWTO kroz Turističku satelitsku bilancu prati učinak turizma na gospodarstvo određene zemlje, te dijeli turizam na sljedeće vrste:[6]

- DOMAĆI TURIZAM

Uključuje turistička putovanja (i boravak) domicilnog stanovništva (rezidenta) u različite destinacije unutar granica vlastite zemlje (npr. putovanja državljana Hrvatske u turistička odredišta unutar Hrvatske).

- RECEPTIVNI TURIZAM ILI ULAZNI TURIZAM

Uključuje turiste nerezidente koji borave u promatranoj zemlji (npr. turisti iz Austrije u Hrvatskoj).

- EMITIVNI TURIZAM ILI IZLAZNI TURIZAM

Uključuje turistička putovanja rezidenta u druge zemlje (npr. turistička putovanja hrvatskih državljana u drugim zemljama).

- INTERNI (UNUTRAŠNJI) TURIZAM

To je kombinacija, ukupnost domaćeg i receptivnog turizma (prati se turistički promet, npr. svih hrvatskih i stranih državljana na području Hrvatske).

[5] Loc.cit.

[6] N. Čavlek, M. Bartoluci, D. Prebežac, O. Kesar i suradnici, Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, str. 36, 37

- NACIONALNI TURIZAM

Uključuje sva turistička putovanja domicilnog stanovništva (rezidenta) u zemlji i inozemstvu (npr. putovanja građana Hrvatske u turistička odredišta unutar vlastite zemlje i sva turistička putovanja u turističke destinacije izvan zemlje).

- MEĐUNARODNI TURIZAM

Uključuje kombinaciju, ukupnosti receptivnog i emitivnog turizma (na primjeru Hrvatske to bi značilo da se pod međunarodnim turizmom podrazumijevaju sva putovanja inozemnih i stranih turista u Hrvatsku te sva putovanja hrvatskih građana u inozemstvo).

- INTRAREGIONALNI TURIZAM

Podrazumijeva sva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju te iste regije (npr. turistička putovanja stanovnika jedne europske zemlje u drugu europsku zemlju; turistička putovanja Europljana unutar Europe).

- INTERREGIONALNI TURIZAM

Podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju, ali izvan te regije (npr. turistička putovanja Europljana izvan Europe).

Teoretičari turizma koriste se često različitim kriterijima podjele, najčešće ovisno o teoretsko-analitičkoj potrebi takve podjele. „Najčešće korišteni kriteriji su sljedeći:

- duljina trajanja turističkog boravka – obično se govori o izletničkom, vikend turizmu i boravišnom turizmu ili o kratkim i dugim turističkim putovanjima,
- prostor na kojem se turizam događa – urbani i ruralni turizam,
- dobna struktura turista – dječji, omladinski, obiteljski, turizam „treće dobi,“
- godišnje doba – najčešće se govori o ljetnom i zimskom turizmu, iako se neka od tih putovanja zbivaju u proljeće ili jesen,

- intenzitet korištenja prihvatnih kapaciteta – predsezonski, sezonski, posezonski, izvansezonski.“[7]

2.3. GLOBALIZACIJA TURIZMA

„Globalizacija je proces povezivanja industrijskih i financijskih aktivnosti na svjetskom tržištu. Kako u svjetskom gospodarstvu prevladava opći trend prema liberalizaciji, uza sve veći razvitak informatičke tehnologije, omogućuje da svako novo saznanje u jednom dijelu svijeta vrlo brzo dođe i u druga područja.“[8] Osam je megatrendova koji obilježavaju suvremeni turizam: globalizacija, demografske promjene, pristup informacijama, ekonomija doživljaja, orijentiranost na turista, održivost, slobodno vrijeme i *low cost* prijevoznici. Globalizacija omogućava međusobno povezivanje različitih društava, kulture i ekonomije. Utjecaj globalizacije sagledan je s pet temeljnih aspekata, a to su: gospodarstvo, tehnologija, kultura, ekologija i politika.

Tehnologija omogućava daljnju liberalizaciju u trgovini dobara i usluga te rastuću mobilnost u svijetu. Napredak u području znanosti i tehnologije doveo je do mnogih u promjena u turizmu. Suvremeni rezervacijski i distribucijski sustavi zbog isprepletenih informacijskih mreža pretvaraju svijet u veliko „globalno selo“, a najveći utjecaj imaju na promet i telekomunikacije. To je doprinijelo proširenju tržišta, odnosno stvaranju osjećaja nesigurnosti za ona poduzeća koja još nisu dovoljno konkurentna na tržištu. Proces konkurencije jača konkurenciju među destinacijama. Suvremeni turisti svjesni su kulture zemlje u koju putuju i njihovih normi ponašanja koje moraju poštovati.

Globalizacija je dovela do ujednačavanja putnika na putovanju. Omogućila je razvijanje pojma „globalni svjetski putnik“. Na području ekologije, globalizacija u turizmu donijela je brojne negativne posljedice kao npr: emisija stakleničkih plinova, onečišćenje zraka, vode i tla, buka i prometno zagušenje, ozonske rupe, smanjenje resursa vode, smanjenje obradivog tla, klimatske promjene, velike količine svih vrsta otpada itd. Na području politike globalizacija u turizmu je doprinijela većem značaju

[7] Ibidem, str. 37.
[8] L. Petrić, Osnove turizma, Split, Ekonomski fakultet u Splitu, 2003., str. 329.

međunarodnih turističkih organizacija, nužnosti globalne koordinacije i regulacije prometa putnika i održivom turizmu kao ideji vodilje.

Tablica 1. Međuodnos turizma i globalizacije

TURIZAM	GLOBALIZACIJA
Kretanje populacije (turisti, zaposlenost u turističkoj industriji)	Kretanje populacije (imigracija i sl.)
Kretanje ideja (nove kulturne vrijednosti, razvoj poslovanja u turističkoj industriji	Kretanje ideja (nove tehnologije i sl.)
Kretanje kapitala (inovacije u turističkoj industriji, inozemna ulaganja, dobit)	Kretanje kapitala (ubrzano kretanje)
Potreba širenja novih tehnologija (otvoreni prodor)	Spore nove tehnologije
Stare civilizacije (ograničenja pojedinih društvenih skupina)	Vremensko-prostorna kompresija
Snažan rast u proteklih 100 godina	Vremensko-prostorna kompresija
Putovanja za svakog, razvoj svjetske turističke kulture	Svjetska turistička kultura
Turizmu je potrebna lokalna kultura ili imidž (diferencijacija između pojedinih destinacija)	Svjetska kultura

Izvor: E. Koncul, Ekonomika i turizam, Zagreb, Mikrorad, 2009., str. 285.

U Tablici 1. dana je usporedba kategorije turizma i globalizacije te se uočava da je globalizacija turizma zapravo jedan od podsustava opće globalizacije, a može se također uočiti da globalizacija turizma razvija svoje specifičnosti.

2.4. RAZVOJ TURIZMA U SVIJETU

Turizam u svijetu počeo se razvijati kada je čovjek dosegnuo određeni stupanj civilizacije i razvoja, kada je počeo živjeti u organziranim zajednicama.[9] Upravo to se poklapa s pojavom novca kao sredstva plaćanja te razvoja trgovine za što su uvelike

[9] L.Petrić, Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003., str. 5.

zaslužni Sumerani. Tadašnja putovanja bila su uglavnom radi trgovine, kulturnih i zdravstvenih potreba. Kinezi i Japanci u trećemu tisućljeću prije Krista putuju radi trgovine, ali također počinju putovati i radi zabave. To je uključivalo razne posjete Egiptu radi obilaženja egipatskih piramida i drugih spomenika. Razvijaju se prometni putovi kao što su „Put svile“ od Kine do Crnog mora, „Jantarski put“ od Baltika do Sredozemlja i „Put soli“ od Hadramuta do Arabije i male Azije. Ti prometni putovi razvili su se zahvaljujući razvoju trgovine. Osim trgovaca, počinju putovati i liječnici, državni činovnici, zabavljači i dr.

U antičko doba započinju putovanja iz zadovoljstva a ne samo iz potrebe društva. Primjerice putovanja u antičkoj Grčkoj motivirana su sportskim događanjima – igrama, najpoznatije Olimpijske igre koje su započele održavati se 776. godine pr. Kr. U rimskom amfiteatru Circus Maximus i Areni u Puli održavale su se priredbe prvenstveno radi zabave i razonode gledatelja. Radi odmora, zabave i zdravlja putovalo se u tada poznata mjesta za odmor – Rodos, Mala Azija, Egipat, Varaždinske i Rimske toplice. Za ovakva su putovanja koristili već vrlo razgranatu mrežu cesta, prvoga i drugog reda. Ceste su bile pod državnom upravom, a za sigurnost se brinula vojska. Postojali su javni uredi koji su služili za dijeljenje informacija vezanih za putovanja. U tim uredima mogli su rezervirati mjesta u kočijama, kupiti karte za javni prijevoz i uplatiti smještaj i prehranu za putovanje. Postojali su kao i danas pisani itinerari i vodiči za različite pravce kretanja.

U srednjem vijeku, Crkva počinje organizirati hodočašća vjernika u svetišta što se smatra počecima masovnog putovanja. Organizatori za putovanja brinu o cjeloukupnom putovanju, od početka do kraja putovanja, organizirajući im smještaj, prehranu i sl. Uz ceste se grade sve više mjesta za prenoćišta, kako bi putnici na usputnim stanicama mogli prenoćiti.

U 16. stoljeću razdoblje humanizma i renesanse u Europi smatra se procvatom kulturnog i duhovnog stvaralaštva što pokreće tadašnju elitu na putovanja. U 18. i 19. st. putuju ugledni tadašnji intelektualci koji su svojim romantičnim opisima krajolika i lokalnog stanovništva obogatili svjetsku kulturnu baštinu. Od sredine 16. st. do sredine 19. st. putuju većinom mladi pripadnici plemićkih obitelji, aristrokacije i bogatih trgovaca, a motiv za putovanja bili su školovanje i obrazovanje. Takva putovanja trajala su od dvije do četiri godine, a poznata su pod nazivom *Grand Tour*

of Europe. Takva putovanja većinom su obuhvaćala zemlje Mediterana, poznate pod nazivom kolijevke civilizacije i kulture. Ova putovanja smatramo „pretečom“ pravih turističkih putovanja, a opisano razdoblje nazivamo predturističkom epohom.

Osnovne karakteristike turističke epohe sljedeće su:

- putovanja dobivaju na masovnosti, putuju sve više predstavnici ostalih slojeva društva, a ne samo aristrokati,
- između turista i ambijenta sve više dolazi do aktivnog međuodnosa,
- svi osnovni čimbenici turizma snažno razvijaju i djeluju stvarajući masovnu, društvenu potrebu za turističkom rekreacijom,
- sezona postaje pretežno ljetna, kupališna,
- uloga države je aktivna i
- turizam postaje snažan ekonomski čimbenik i djeluje kao posljedica i čimbenik turističkog gospodarskog razvoja.

Turistička epoha razdoblje je koje počinje sredinom 19. st., a možemo ga uvjetno podijeliti na nekoliko razdoblja:

- od 1845. do 1875. god. – u turističkim putovanjima prevladava aristrokracija, posjeti banjama, lječilištima i kulturnim centrima,
- od 1875. do 1910. god. – u turističkim putovanjima sudjeluje i burdžoazija, javljaju se prva turistička mjesta i kapital se počinje interesirati za rastući fenomen turizma,
- nakon 1910. god. – jačanje borbe za prava radnika (skraćivanje radnog vremena, godišnji odmori, veće plaće itd.), u turistička putovanja se uključuju i obični slojevi građana,
- nakon 2. svjetskog rata dolazi do nagle i burne ekspanzije turističkih putovanja, a turizam postaje predmetom interesa brojnih znanstvenika, disciplina, a posebno ekonomske teorije i prakse.[10]

Kada govorimo o razvoju suvremenog turizma važno je istaknuti njegovog začetnika Thomasa Cooka. Naime, on je 1841. god. koristeći se prometno-tehničkim dostignućem proveo organizacijsku, ekonomsku i tehničku revoluciju putovanja

[10] Ibidem

organiziravši i oglasivši u tisku putovanje željeznicom od mjesta Loughborougha do Leicestera na izlet. Povod takvog putovanja bila je skupština antialkoholičarskog društva. Na toj je skupštini sudjelovalo oko 500 osoba te se smatra prvim organiziranim putovanjem. Motiviran postignutim poslovnim uspjehom 1845. god. osniva prvu putničku agenciju te u narednim godinama organizira mnogobrojna putovanja i izlete, pa čak i put oko svijeta. Tada se počinju otvarati turističke agencije diljem svijeta, slijedeći njegov primjer. Izum parnoga stroja, on počinje biti dominantno prijevozno sredstvo koje dovodi do većeg povećanja broja turista. Osim željezničkoga prometa, uvelike se počeo koristiti i brodski prijevoz. Nijemac Karl Beadecker započeo je pisanje turističkih vodiča za pojedine zemlje, a upravo njegovi vodiči i danas služe za primjer dobro pisanog vodiča.

Industrijska je revolucija obilježila početak 20. st. te upravo to razdoblje donosi revolucionarne promjene, osobito brojna tehničko-tehnološka dostignuća. Fordova tekuća vrpca dovela je do masovnosti proizvodnje automobila, čime automobil postaje pristupačan širem broju ljudi. Razvoj automobilske industrije dovodi do izgradnje cestovne infrastrukture. Osim automobila, značajnu ulogu u razvoju turizma ima i autobus. Prva komercijalna zračna linija ostvarena je između Pariza i Londona 1919. god., čime je ostvareno povezivanje ljudi i zemalja. Početak 20. st. osim industrijske revolucije, obilježila je sindikalna radnička borba u kojoj su radnici stekli pravo na plaćeni godišnji odmor i veće plaće. Veća masovnost i učestalost putovanja doprinijeli su snažnijem utjecaju turizma na gospodarski razvoj, stoga 20. st. nazivamo stoljećem turizma.

Razvojem masovnog turizma, razvijaju se mnogi nerazvijeni krajevi, ali se pojavljaje niz negativnih posljedica u pogledu narušavanja prirode, zagađenja okoliša, te ekoloških, sociooloških i drugih promjena. Negativne posljedice dovode do pojave zahtjeva za razvojem turizma u skladu s načelima održivog razvoja. Upravo to uvjetuje razvoju brojnih novih selektivnih oblika turizma, što se nastavlja i u 21. st. Na razvoj suvremenog turizma utječe globalizacija. Turizam sve više poprima globalna obilježja i uključuje se u globalne procese.

2.5. RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ

Turizam se u Hrvatskoj pojavljuje sredinom 19. stoljeća. Upravo zbog preporuka liječnika, koji su izrazito hvalili termalne izvore, vodu, morski zrak, bogati su društveni slojevi sve više počeli ljetovati u hrvatskim toplicama.[11] Najčešći gosti bili su gosti iz Austro-Ugarske Monarhije. Upravo su tada toplice u unutrašnjosti Hrvatske bilježile veći turistički promet od naših primorskih odredišta. Bilo je to doba zdravstvenog ili lječilišnog turizma.

Tablica 1. Broj turista u nekim kupališnim turističkim mjestima 1897. i 1910. godine

Mjesto	1897. god.	1910. god.
Krapinske toplice	444	5137
Varaždinske toplice	933	1222
Lipik	2024	3051
Topusko	758	4511
Ukupno	4159	13921

Izvor: E. Čokonaj, Z. Pepeonik, V. Robotić, Turistička geografija Hrvatske, Meridijan, Zagreb, 2003., str. 84.

Kupališni turizam započinje uspostavom prvih parobrodskih linija (Trst – Kotor, 1837. god.) i gradnjom željezničkih pruga (Budimpešta – Rijeka, 1873.god.). Turisti su se tada većinom odlučivali za bliža turistička odredišta. Razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj pratimo od 1844. godine, kada je izgrađena *Villa Angiolina* u Opatiji, te se ona smatra prvim hotelom u Hrvatskoj. Iste je godine sagrađen hotel Kvarner u Opatiji i hotel Imperijal u Dubrovniku. Danas je u *Villi Angiolini* sjedište Hrvatskog muzeja turizma. Opatija je 1889. godine proglašena lječilištem.

U to vrijeme počinju se osnivati društva za uređenje i poljepšavanje mjesta, za izgradnju kupališta, za prijevoz putnika itd. Jedna od prvih takvih organizacija, bilo je Društvo za poljepšavanje mjesta osnovano 1864. godine na Krku. Kao najstarije

[11] Sečan, M.: Komparacija zdravstvenog turizma Republike Austrije i Republike Hrvatske, završni rad, 2015.

društvo za razvoj turizma izdvaja se Higijeničko društvo koje je osnovano 1868. godine na Hvaru. Bitno je naglasiti da su ta društva bila neprofitnog karaktera te predstavljaju začetke društvene organizacije turizma.

Tablica 2. Broj turista u nekim primorskim turističkim mjestima 1897. i 1910 god.

Mjesto	1897. god.	1910. god.
Kraljevica	336	1517
Crikvenica	641	5072
Selce	20	262
Novi Vinodolski	374	832
Ukupno	1371	7683

Izvor : E. Čokonaj, Z. Pepeonik, V. Robotić, Turistička geografija svijeta, Meridijani, Zagreb, 2003., str. 84.

Nakon Prvoga svjetskog rata turistički promet neprestano raste. Hrvatska prvi put premašuje sto tisuća turista 1926. godine. Razvoj turizma tada počinje privlačiti sve veći broj domaćih i stranih investitora, među kojima su najbrojniji Česi. Upravo oni počinju graditi mnogobrojne hotele, gostionice, prenoćišta te dječja igrališta. I dalje su među mnogobrojnim gostima prevladavali bogatiji slojevi društva. Među stranim gostima su prevladavali Česi, Slovaci, Talijani, Mađari, Austrijanci, Englezi i Nijemci. Rekordna godina bila je 1938. godine, a najposjećenije odredište bio je Dubrovnik s 53 441 gostiju.

Tijekom Drugoga svjetskog rata više od 80 % sadržaja je razoreno te su prekinuta sva turistička kretanja. Nakon toga započinje spora obnova uništenih turističkih sadržaja. Povodom gospodarske reforme 1965. godine, turizam zauzima vodeću poziciju u gospodarskom razvoju te se u sljedećih deset godina izgradilo mnogo turistički smještajnih objekata. U razdoblju od 1968. do 1988. godine hrvatski turizam bilježi eksponencijalni rast i veliki broj turistički smještajnih jedinica, kampova i apartmana. Tako Hrvatska postaje najrazvijenija turistička republika bivše Jugoslavije.

U tom razdoblju se više forsirala masovnost gostiju u odnosu na kakvoću turističkih usluga. Stoga hrvatska obala postaje vrlo jeftino turističko odredište. [12]

[12] Prema: Adriatic sunshine - Lonely planet: Croatia Top Destination in 2005!

Nakon Domovinskog rada rata turizam se počeo oporavljati od velikosrpske agresije pa je u turističkoj sezoni 1996. godine zabilježen blagi rast u odnosu na najbolju ratnu turističku sezonu 1994. godine. Postupno se vraćaju inozemni turisti, najviše iz istočnoeuropskih zemalja, ali sezona traje svega 2 mjeseca. Povratkom turista polako raste i zanimanje stranih ulagača, a ulaskom stranog kapitala jača uloga destinacijskoga menadžmenta te marketinški napori promoviranja Hrvatske kao cjelovite i jedinstvene destinacije. Porastom turističkih dolazaka i ostvarenih noćenja rastu i prihodi od turizma, ali i udio prihoda u ukupnom bruto domaćem proizvodu Republike Hrvatske.

Tijekom 2011. godine u prvih deset mjeseci u Hrvatskoj se bilježi ukupno oko 11,1 milijun dolazaka turista što u odnosu na prethodnu godinu predstavlja rast od 8,2 %. Broj domaćih turista u tome razdoblju iznosi oko 1,4 milijuna što znači rast od 2,3 %. Stranih turista je u istom razdoblju bilo oko 9,7 milijuna što je rast od 9 % u odnosu na 2010. godinu.

Tablica 3. Dolasci i noćenja turista u Hrvatsku od 2014. – 2019. godine (milijuni)

	2014	2015	2016	2017	218	2019
Domaći turisti	1,2	1,3	1,5	1,8	2,1	2,4
Inozemni turisti	11,9	12,4	13,7	15,9	16,6	18,3

Izvor: DZS (2019): *Dolasci i noćenja turista u 2018. godini*, God. LV, ZAGREB, 2/2019., Br. 4.3.2., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm, (16.09.2020.)

Hrvatsku je 2014. godine posjetilo i u njoj boravilo 13 100 000 turista koji su ostvarili 73 600 000 noćenja. Te iste godine Hrvatska je od turizma zaradila 7 500 000 000 eura. Ovi pokazatelji pokazali su kontinuitet rasta u razdoblju od 2014. – 2019. godine gdje je Hrvatska istaknuta kao vrlo atraktivna destinacija zbog snažnog rasta noćenja i dolaska turista. Prema podacima sustava *eVisitor*, rekordna godina u Hrvatskoj bila je prošla godina kada je ostvareno 20,7 milijuna dolazaka i 108,6

milijuna noćenja. Od toga su strani turisti ostvarili 18,3 milijuna dolazaka i 94,8 milijuna noćenja, a poraste bilježe i domaći turisti u dolascima te u noćenjima za 8 posto u odnosu na 2018. godinu. U toku promatranog razdoblja dolasci i noćenja inozemnih i domaćih turista u Hrvatsku rasli su prosječno po stopi od 13%, Hrvatskoj turističkoj zajednici bio je cilj ponavljanje rekordne godine 2019. u novoj turističkoj godini 2020., međutim zbog situacije s pandemijom uzrokovane s Covid-19, sigurno će se dogoditi pad turističke aktivnosti.

3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

U ovom će poglavlju biti riječi o konceptualnom okviru održivog turizma, njegovu razvoju i svim bitnim komponentama koje ga određuju kao snažnu buduću perspektivu razvoja turizma.

3.1. KONCEPCIJA ODRŽIVA RAZVOJA

Pojam održivog razvoja *Sustainable Development* nastao je u 19. stoljeću u šumarstvu, a odnosilo se na mjeru pošumljavanja šuma. Pod time se podrazumijevalo da se u vremenskoj jedinici smije posijeći samo onoliko šume koliko će ponovno narasti u određenom vremenu. Svjetska konferencija okoliša i razvoja održana pod pokroviteljstvom UN-a u Rio de Janeiru 1992. godine prihvatila je i usvojila sljedeće dokumente: Agenda 21, Deklaracija o okolišu i razvoju, Okvirna konvencija o klimatskim promjenama, Konvencija o biološkoj raznolikosti i Globalni dogovor o šumama.

Najvažaniji od tih dokumenata je Agenda 21. Agenda 21 opsežan je plan budućih djelovanja i pokriva gotovo sva pitanja održivog razvoja o kojima se raspravljalo na skupu što uključuje oko 100 različitih područja. Neka od najvažnijih područja su: klimatske promjene, onečišćenje mora, uništenje šuma, ljudski resursi, poljoprivreda itd. Agenda se vodila s ciljem da treba integrirati razvoj i zaštiti okolinu. Kako bi se to ostvarilo treba podržati s dodatnim financijskim izvorima, njihovom lakšom dostupnošću, ekološki zdravim tehnologijama te jačanjem ekoloških institucija u državama u razvoju. Koncepcija održivoga razvoja temelji se na različitim polazištima, dok pojedini autori naglašavaju načelo održivoga razvoja kroz antropocentrično stajalište, drugi naglašavaju načelo ekološke održivosti kroz ekocentrično stajalište. Godine 2002. održan je Svjetski summit o održivom razvoju u Johannesburgu. Na njemu je sudjelovalo više od 21 000 sudionika iz 191 države.

Cilj summita bio je utvrditi što se učinilo u proteklom radoblju od Konferencije UN-a o okolišu i razvoju te ojačati globalnu obvezu prema održivom razvoju. Na summitu su usvojena dva dokumenta: Politička deklaracija i Plan provedbe. Politička

deklaracija je dokument u kojem šefovi država i vlada preuzimaju obvezu u ispunjavanju ciljeva održivoga razvoja. Deklaracija naglašava 3 stupa održivog razvoja – gospodarski, socijalni i okolišni. Odlučeno je da treba doprinijeti u iskorijenju siromaštva, promjeni obrazaca proizvodnje i potrošnje, zaštiti i upravljanju prirodnim resursima te osnaživanju uloga žena. Plan provedbe je okvir za provedbu obveza usvojenih na Konferenciji iz Rija. „Obuhvaća 11 poglavlja: uvod, iskorijevanje siromaštva, mijenjanje neodrživih obrazaca potrošnje i proizvodnje, zaštita i upravljanje prirodnim resursima kao bazom za gospodarski i društveni razvoj, održivi razvoj u globalizirajućem svijetu, zdravlje i održivi razvoj, održivi razvoj u malim otočnim državama u razvoju, održivi razvoj za Afriku, ostale regionalne inicijative, sredstva provedbe, te institucionalni okvir za održivi razvoj.“ [13]

Danas je postalo uobičajeno gledati na razvoj turizma kroz prizmu održivosti, stoga su nam poznati pojmovi „alternativno“, „zeleno“ i „eko“. O održivom razvoju turizma trebalo bi se govoriti samo ako su razvojni procesi usmjereni na povećanu ekološku odgovornost, socijalnu toleranciju i gopodarsku izdašnost. „U središtu turističkog razvoja nalazi se čarobna peterokutna piramida. Kutne točke ciljnog sustava su sljedeće:

- materijalno blagostanje: dohodak, stvaranje vrijednosti, smanjenje dispariteta, itd.
- subjektivno dobar osjećaj: samosvojnost, sloboda, samoostvarenje, kulturni identitet, adaptibilnost, itd.
- zadovoljstvo gostiju: optimalno zadovoljenje različitih potreba gostiju, segmentiranje gostiju, itd.
- zaštita prirode i resursa: biološka različitost, zaštita resursa, raznovrsnost krajolika itd.
- Kulturna raznolikost: kulturno stvaranje, njegovanje domaće kulture, zaštita kulturnih dobara, gostoljubivost itd.“[14]

Ovih 5 kutnih točaka ciljnoga sustava imaju dugoročno usmjerenje na buduće generacije, odnosno prvo na oblikovanje razvoja i generacijski ugovor i itd. Svi sudionici u turizmu sa svojim aktivnostima utječu na razvoj održivog turizma.

[13] M. Črnjar, K. Črnjar, Menadžement održivoga razvoja, Rijeka, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci Glosa, 2009., str. 93.
[14] H. Muller, Turizam i ekologija, Zagreb, Masmedia, 2004., str. 44.

Ključni sudionici s različitim ulogama i aktivnostima su: turisti koji sa svojim ponašanjem izravno utječu na održivost, zaposlenici u turizmu na izravan i neizravan način utječu na održivost, poduzeća (u okviru osnovnih, ali i povezanih djelatnosti u turizmu), javne službe i domicilno stanovništvo ima iznimno bitnu ulogu u očuvanju održivosti turističke destinacije.

Problem održivosti u turizmu ogleda se na globalnoj razini, a ne samo na pojedinoj turističkoj destinaciji ili turističkoj regiji. Tijekom zasjedanja 70. Glavne skupštine UN-a 154 čelnika država i vlada usvojilo je odvažan i ambiciozan Dnevni red do 2030. za održivi razvoj, zajedno s 17 ciljeva održivog razvitka (SDG-a) koji imaju za cilj, između ostalog, - stati na kraj siromaštvu, zaštititi planet i osigurati prosperitet za sve.

Na temelju ove univerzalne, integrirane i transformativne vizije, UNWTO usmjerava svoje napore i neumorni rad na doprinos kroz tehničku pomoć i izgradnju kapaciteta za postizanje navedenih globalnih ciljeva. UNWTO surađuje s vladama, javnim i privatnim partnerima, razvojnim bankama, međunarodnim i regionalnim financijskim institucijama, agencijama UN-a i međunarodnim organizacijama kako bi pomogao u postizanju SDG-a, stavljajući naglasak na ciljeve 8,12 i 14, u kojima se obilježava turizam.

Promicati održivi, inkluzivni i održivi gospodarski rast, puno i produktivno zapošljavanje i pristojan rad za sve. Turizam je jedna od pokretačkih sila globalnog gospodarskog rasta, a trenutno upošljava 1 od 11 radnih mjesta širom svijeta. Dajući pristup decentnim radnim mogućnostima u turističkom sektoru, društvo, osobito mladi i žene mogu imati koristi od poboljšanih vještina i profesionalnog razvoja. Doprinos sektora u stvaranju novih radnih mjesta prepoznat u cilju kako bi se osmislila i implementirala politika za promicanje održivog turizma koji stvara radna mjesta i promiče lokalnu kulturu i proizvode".

Osiguravanje održivih obrazaca potrošnje i proizvodnje Turistički sektor koji usvaja održivu potrošnju i proizvodnju (SCP) može imati značajnu ulogu u ubrzavanju globalnog pomaka prema održivosti. Kako bi se to ostvarilo, kao što je navedeno u Cilju 12.b gdje je neophodno "Razviti i implementirati alate za praćenje utjecaja održivog razvoja za održivi turizam koji stvara radna mjesta, potiče lokalnu kulturu i proizvode". Program održivog turizma (STP) 10-godišnjeg okvira programa održivog

uzorka potrošnje i proizvodnje (10YFP) ima za cilj razviti takve prakse SCP-a, uključujući resursne učinkovite inicijative koje rezultiraju poboljšanim ekonomskim, socijalnim i ekološkim ishodima.

Očuvati i održivo koristiti oceane, mora i morske resurse za održivi razvoj temeljni je cilj održivog turizma. Obalni i pomorski turizam, najveći turistički segmenti, posebno za male otočne zemlje koje se razvijaju (SIDS), oslanjaju se na zdrave morske ekosustave. Razvoj turizma mora biti dio integriranog upravljanja obalnim područjem kako bi se očuvali i sačuvali krhki ekosustavi i kako bi služio kao sredstvo za promicanje plave ekonomije u skladu s ciljem 14.7 kako bi do 2020. godine mogli povećati ekonomske prednosti SIDS-a i LCD-a kroz održivo korištenje morskih resursa, uključujući održivo upravljanje ribarstvom, akvakulturom i turizmom".[15]

3.2. KONCEPCIJA ODRŽIVA TURIZMA

Održivi je razvoj ekonomski, društveni i politički proces i kao takav traži bitne promjene u shvaćanju razvoja i njegovog utjecaja na ekosustave. Uvelike je turizam zaslužan za spoznaju o potrebi održivog razvoja jer je najzainteresiraniji za održivost svih resursa koji su temelj njegova razvoja i održivosti.

Koncepcija održivog razvoja turizma razvijena je iz koncepcije održivoga razvoja, razvila se kao reakcija na sve izraženije ekološke i sociokulturne probleme. S tim problemima je suočeno cijelo čovječanstvo, a osobito urbana područja. Primjena koncepcije održivog razvoja jest da se unište resursi na temelju kojih se turizam počeo razvijati na određenom području, kako bi se zadovoljile potrebe sadašnjih naraštaja, ali isto tako i budućih.

Sve dok je turizam bio relativno brojčano malen i nesrazmjerno raspoređen te se tada shvaćao kao „ pasivna turistička dokolica“, utjecaj takvog turizma nije činio veliki problem. Kada je turizam poprimio masovne razmjere, kada su se mase počele kretati u turističke destinacije, tada je nastala promjena vladanja turista – kada se turizam iz pasivnog pretvorio u aktivni te turisti počinju uništavati prirodu i prirodna bogatstva. Turizam tada dobiva negativna obilježja kao npr:

[15] Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske

- ekspanzivna obilježja: zahtijevaju i rabe velike prostore (kamping, nautički avioturizam),
- agresivna obilježja: prodor sve većeg broja turista u zaštićena područja ("divlje" kampiranje) i
- destruktivna obilježja: potpuno obezvrijeđivanje, preobražavanje prirodnog prostora.

Utjecaji turizma dijele se na fizički utjecaj na okoliš (degradacija tla, vode, atmosfere, korištenje prirodnih resursa), socijalni i kulturni utjecaj (miješanje ljudi različitih kultura) i ekonomski utjecaj (pomoću razvoja turizma želi se ubrazati ekonomski razvoj, povećati broj zaposlenih). Turizam iako ima sve gospodarske, socijalne, kulturne i ekološke prednosti, ugrožava kakvoću okoliša, možda više nego bilo koji drugi sektor.

Osobito veliki problem predstavlja povećanje gustoće broja stanovnika tijekom ljetnih mjeseci, pa tako npr. gustoća stanovanja u Monaku u ljetnim mjesecima raste 765 %, a na Malti 383 %. To je golemi pritisak na prostor, turističke djelatnosti koje ugrožavaju okoliš kao npr. prekomjerni posjeti zaštićenim područjima, planinarenje, vožnja automobilom po prirodi itd.

„Izravni pritisci turizma na okoliš su sljedeći":

- iscrpljivanje prirodnih resursa, pod čime se podrazumijeva zauzimanje najkvalitetnijeg prostora na kopnu i na moru, povećanje potrošnje pitke vode i plodova mora, destrukcije izazvane požarima i sl.,
- vizualna degradacija prostora proizašla iz izgradnje na neodgovarajući i neprihvatljiv način,
- onečišćenje voda (mora i slatkih voda) otpadnim vodama te utjecaj plovila, pretovara tereta i nesreća na kakvoću mora i voda,
- neodgovarajuće zbrinjavanje komunalnog i drugog otpada,
- povećano onečišćenje zraka i buka zbog povećanja prometa jer većina gostiju dolazi privatnim vozilima; prometna je zagušenost,
- oštećivanje prirodne i kulturne baštine zbog prekobrojnih turista te zbog skupljanja endemičnih biljnih i životinjskih vrsta,

- stvaranje monokulture i napuštanje tradicionalnih djelatnosti (poljoprivrede, ribarstva) praćeno je koncentracijom stanovanja i aktivnosti u intenzivnim turističkim područjima,
- ugrožavanje lokalnog načina života i sociokulturnog identiteta,
- nekontrolirana (i često nezakonita) izgradnja kuća za odmor, te
- nestašica pitke vode, osobito na otocima.“[16]

Razvijanje turizma traži kvalitetan i čist okoliš, a koji svojim razvojem ugrožava isti. Rješenje stoga tražimo u održivom razvoju turizma. Ciljevi održivog turizma su mnobrojni, ali neki od najvažnijih su zadovoljiti potrebe i unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva, očuvati njihov sociokulturni identitet te sačuvati resurse kako bi ih i budući naraštaji mogli koristiti. Upravo tim ciljevima se doprinosi blagostanju čovječanstva u cjelini.

„Suština održivog turizma je dovođenje u sklad ukupne lokalne situacije s regionalnim i nacionalnim interesima, objektivizacija privlačne snage resursa i planiranih turističkih aktivnosti s pozicije tržišta i profita turističkog proizvoda, te uvažavanje zadanih ograničenja u sferi okoliša te socio – kulturnog i ekonomsko – političkog aspekta.

Osnovna načela održivog razvoja turizma su sljedeća:

- menadžment i planiranje potrebno je usmjeriti k adekvatnom korištenju resursa u turizmu,
- koncept održivog razvoja nije „anti razvojni“ koncept, ali ističe limite razvoja u skladu s čime je potrebno i razvijati turizam,
- naglasak je na dugoročnom promišljanju razvoja turizma,
- menadžment održivog razvoja turizma vodi računa ne samo o problemu zaštite okoliša, već i o ekonomskim, društvenim, kulturnim, političkim i drugim pitanjima,
- potrebno je voditi računa o jednakosti i pravdi među generacijama ljudi,
- svi zainteresirani subjekti iz okoline trebaju biti konzultirani, uključeni u donošenju odluka i informirani o problemima održivog razvoja turizma,
- neophodna je realna procjena mogućnosti primjene održivog razvoja u praksi i mogućih dosega u budućem razdoblju,

[16] M. Črnjar, K. Črnjar, op.cit., str. 41.

- poduzeća trebaju iskoristiti tržišne prednosti primjene održivog razvoja zbog mogućih sukoba oko korištenja resursa nužni su ustupci i kompromisi i
- pri procjeni koristi i troškova održivog razvoja turizma treba uvažiti sve individue i skupine na koje tako promišljen razvoj ima utjecaj.“[17]

3.3. UPRAVLJANJE ODRŽIVIM TURIZMOM

„Održivi turistički razvoj zadovoljava potrebe turista i njihovih domaćina i unapređuje razvojne mogućnosti, ostvaruje upravljanje resursima na način da ekonomske, socijalne i estetske potrebe budu zadovoljene, a da se u isto vrijeme održi kulturološki integritet, ekološki procesi, biološka raznolikost te sustavi na kojima počiva život.“[18]

Strategija politike održivog turizma treba biti usmjerenja ka praćenju razvoja, unapređenju razvoja turizma, obrazovanju radne snage, pobošljanju kvalitete usluge, pobošljanju svijesti o turizmu kod lokalnog stanovništva, korištenju prirodnih i kulturnih resursa na održivi način te atraktivnijem pružanju doživljaja turistima. Važna područja djelovanja politike održivog razvoja su: uspješno gospodarenje, atraktivnost lokacije, smanjenje konflikata i ojačanje turističkog gospodarstva. Stoga u procese planiranja i odlučivanja treba uključiti najvažnije aktere u turizmu a to su: turoperatori, institucije za zaštitu kulturne baštine, turisti i lokalna zajednica.

3.3.1. OPĆI ETIČKI KODEKS

Svjetska turistička organizacija (WTO) na Generalnoj skupštini 2001.godine donijela je Globalni etički kodeks za turizam, u kojem se treći, četvrti i peti članak odnose neposredno na održivi razvoj turizma (Tablica 2.). Ovi članci sadrže komponente koje definiraju turizam kao čimbenik održivog razvoja te ga segmentiraju

[17] M. Črnjar, Ekonomika i politika zaštite okoliša, Rijeka, Glosa, 2002., str. 327.
[18] Institut za turizam, Priručnik za upravljanje i razvijanje regija, destinacija i proizvoda, Zagreb, Odraz, 2006., str. 1.

u domenu održivosti, očuvanja okoliša i društveno odgovornog ponašanja dionika turizma.

U ovom etičkom kodeksu je izrazito bitan članak 3. koji definira aktivnosti ponašanja dionika turizma u zajednici. Tu je determinirano kako svi sudionici turističkog razvoja trebaju biti u mogućnosti štititi prirodni okoliš da bi se kreirao zdrav, stalan i održiv razvoj zajednice i destinacije. U ovom slučaju je bitan angažman nacionalnih i lokalnih javnih tijela, a posebice onih usmjerenih na turizam da putem davanja prednosti održivosti potiču sve oblike turističkog razvoja koji već sada pridonose štednji oskudnih prirodnih resursa da bi se na taj način postigla učinkovitost poslovanja i zaštita okoliša. Naglasak je na prostornoj diverzifikaciji kretanja turista, a posebice onih koji putem svog plaćenog godišnjeg odmora dolaze u određene destinacije provoditi svoj odmor, kao što se javila i potreba ravnomjernijeg rasporeda polaznika s ciljem smanjenja pritiska turističkih aktivnosti na okoliš koji mogu donijeti negative efekte. U tom smislu potrebno je unaprijed programirati postojeću turističku infrastrukturu i kreirati novu da bi se zaštitila prirodna baština, ekosustavi i bioraznolikost pojedinih destinacija. Na taj način bi se prirodni turizam obogatio te bi se unaprijedio njegov položaj.

Člankom 4. se definira položaj turističkih resursa i ciljevi njihove zaštite kao zajedničke baštine čovječanstva te im se dodjeljuju posebna prava kojima ih se nastoji zaštititi. U tom smislu potrebno je razviti održive turističke politike koje je potrebno implemetirati uz poštivanje umjetničke, arheološke i kulturne baštine s ciljem njihove zaštite i prijenosa budućim generacijama. Naglasak je na posebnom očuvanju kulturno – povijesnih spomenika, svetišta i muzeja, kao i arheoloških lokacija, koje trebaju biti otvorene za turiste, ali i zaštićene u smislu održivog okoliša i minimizacije zagađenja. Na taj način se osigurava značajan pristup javnoj imovini bez ikakvog ugrožavanja.

Članak 5. ovog dokumenta definira turizam kao djelatnost koja je od koristi zemljama i zajednicama domaćinima. Tu se naglasak stavlja na poveznici lokalnog stanovništva i turističke djelatnosti, gdje isto treba sudjelovati u razvoju turizma ravnopravno s gospodarskim, društvenim i kulturnim koristima. Potrebno je primjenjivati učinkovitu turističku politiku na način da se stanovništvu posjećenih destinacija podignu egzistencijalni uvjeti na značajan životni standard te da

doprinose zadovoljenju njihovih potreba. Cilj planiranja, projektiranja i poslovanja turističkih naselja i smještaja treba biti da ih se, koliko je god moguće, integrira u lokalno gospodarstvo i društveno tkivo. Poseban je naglasak stavljen na problematiku razvoja otočnih područja te ranjivih ruralnih regija, kojima turizam predstavja izazov u razvoju, s obzirom da u takvim sredinama često dolazi do propadanja gospodarske djelatnosti.

Navedeni članci opisuju podrobno determinirane komponente koje ukazuju na smjerove daljnjeg razvoja turizma u lokalnim zajednicama i destinacijama. Primjenom ovih članaka i donesenog dokumenta kreira se prioritetna prilika za razvoj održivog turizma zajednice.

3.3.2. INDIKATORI ODRŽIVOG TURIZMA

Radi lakšeg praćenja i usporedbe podataka o održivom razvoju, međunarodna zajednica je utvrdila nekoliko grupa pokazatelja ili indikatora održivog turizma. Da bi pokazatelj bio relevantan mora biti specifičan, mjerljiv, upotrebljiv, fleksibilan, dostupan i rentabilan. Postoji još mnogo kriterija, ali oni moraju jasno definirati cilj koji se pokazateljima želi postignuti te odrediti tko i kako će se koristiti ti pokazatelji. Vrste indikatora održivog turizma su ekonomski, socio-kulturni i ekološki.

Ekonomski indikatori turizma osiguravaju da razvoj turizma bude ekonomski efikasan i da se resursima upravlja na način da se njima mogu uspješno koristiti i buduće generacije. On se odnosi na sva djelovanja turizma usmjerena na gospodarske ciljeve. Ti se ciljevi odnose na doprinos turizma BDP-u, rast dohotka od turističke potrošnje, investicije u turizmu, turistički multiplikator, sezonalnost, efikasnost rada, zaposlenost i prekomjernu gopodarsku ovisnost o turizmu. Određeni faktori utječu na doprinos turizma nacionalnoj ekonomiji primjerice: raspoloživost resursa (rad, kapital, tehnologija), društvena i politička stabilnost (neodvojivost proizvodnje od potrošnje), ponašanje i navike (zaposlenici, lokalno stanovništvo) i investicije (raspoloživa financijska sredstva za investicije u turizmu). Istraživanja ekonomskih učinaka istražuju se putem turističke potrošnje.

Turističku potrošnju definiramo kao dio osobne potrošnje turista namijenjene putovanju i boravku izvan mjesta stalnog boravaka radi zabave, razonode, odmora, itd. Turist boraveći u turističkoj receptivnoj zemlji kupuje različite robe i usluge, plaća ih deviznim sredstvima, tj. u nacionalnoj valuti zemlje u kojoj se nalazi. Na taj se način stimulira profitabilnost privrede, podiže se životni standard lokalnog stanovništva u turističkoj destinaciji te doprinosi ostvarenju deviznog priljeva koji ima značaj za samu državu, a posebice za lokalnu zajednicu. S obzirom na to da sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije nastavljaju cirkulirati i time dalje utječu na gospodarska zbivanja to nazivamo turistički multiplikator.

Socio-kulturni indikatori turizma ukazuju na smanjenje socijalnih razlika između turista i lokalne zajednice. Odnosi se na turiste, osobito na njihovo ponašanje i interakciju s lokalnim stanovništvom, migracijska kretanja, problematiku radne snage, kulturnu raznolikost, kriminal i sigurnost u turizmu. Omogućava razvoj kulture i tradicionalnih vrijednosti lokalne zajednice kroz doprinos jačanju lokalnog identiteta.

Turist po dolasku u turističku destinaciju prvo se susreće s lokalnom zajednicom. Kontakt s lokalnim stanovništvom iznimno je bitan jer je to jedan od najboljih načina upoznavanja kulture, načina života, tradicije, običaja, itd. Ponašanja turista na putovanju razlikuju se od ponašanja u njihovom domicilu te će u turističkoj destinaciji predstavljati samo dio svoje kulture. Kako se turizam razvija, tako izaziva promjene i stavove kod lokalnog stanovništva. Postoje različiti stavovi lokalnog stanovništva naspram turista i njihovih želja, a najviše ovisi o tome da li lokalno stanovništvo ovisi o prihodima koje ostvaraju od turizma.

„Irridex je model stresa u odnosu na razvoj turizma koji se sastoji od pet razina:“

- euforija – posjetitelj je dobrodošao, malo je formalnog razvoja,
- apatija – posjetitelj uzeo zdravo za gotovo, kontakti postali komercijalni,
- iritacija – mještani brinu o turizmu, ulažu napore u poboljšanju infrastrukture,
- antagonizam – otvoreno neprijateljstvo od strane lokalnog stanovništva, pokušaj da se ograniče štete i tijekovi turizma i
- završna razina – domaća populacija je zaboravila da je upravo ono što su nekad smatrali svojom posebnošću privuklo turiste, no tijekom razvoja turizma

stvari su se promjenile. Društveni utjecaji i promjene nisu sveobuhvatne, pa turisti danas odlaze na druge destinacije. [19]

Promjene uzrokovane turističkim razvojem kod lokalnog stanovništva mogu biti pozitivne, ali i negativne. Neke od pozitivnih promjena su mogućnost zapošljavanja, poboljšanje infrastrukture, upoznavanje kulture turista, podizanje životnog standarda, a negativne su prometne gužve, kriminal, nesvladiv prihvatni kapacitet te netolerancija na vjerskoj, rasnoj ili političkoj osnovi.

Ekološki indikator održivoga razvoja zasniva se na usklađivanju turističkoga razvoja s očuvanjem i održavanjem ekoloških procesa, biološke raznolikosti i bioloških resursa. Kod ove vrste indikatora javljaju se konflikti koji su posljedica demografske ekspanzije, nekontrolirane urbanizacije, primjene kemijskih i drugih sredstava u poljoprivredi te snažnog razvoja industrijske proizvodnje, te prometa. Navedeno rezultira iscrpljivanjem prirodnih resursa (vode, tla, mora, šuma i dr.), zagađenjem (emisija štetnih plinova, krutog otpada i smeća, ispuštanju otpadnih voda i dr.) i fizičkim učincima razvoja turizma i turističkih aktivnosti (izgradnja turističke infrastrukture i ostalih kapaciteta uzimanjem prostora uz more, na moru i na kopnu). Kako bi se djelovalo u skladu s načelima održivog razvoja važno je da lokalno stanovništvo budu upućeno i educirano kako bi mogli primjenjivati ta načela.

3.3.3. ODRŽIVI TURIZAM U NEKOLIKO KORAKA

Održivi turizam može se predstaviti sljedećim citatom:

„Održivi turistički razvoj zadovoljava potrebe turista i njihovih domaćina štiteći i unapređujući razvojne mogućnosti. Želi ostvariti upravljanje resursima na način da ekonomske, socijalne i estetske potrebe budu ostvarene tako da se održi kulturološki integritet, osnovni ekološki procesi, biološka raznolikost te sustavi na kojima počiva život.“ [20]

Održivi turizam u deset koraka određuje pristup pomoći razvoju dugoročnih rješenja za turističke destinacije s prirodnim i kulturnim vrijednostima. Teži prema

[19] C. Cooper, Ekonomija turizma – načela i praksa, Split, Ekokon, 2008., str. 179.
[20] Institut za turizam, Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Odraz, 2004., str. 1.

potpori razvoja turističkog gospodarstva kao osiguravanju potrebne zaštite kulturne i prirodne baštine.

„Održivi turizam u deset koraka osmišljen je za turoperatore, menadžere zaštite okoliša i baštine, lokalne inicijative te sve druge zainteresirane za turističke destinacije i pripadajuće turističke proizvode.“ [21] Turoperatori korake mogu primjenjivati kako bi poboljšali svoje turističke proizvode ili identificirali ih za nove proizvode, također za izgradnju boljih odnosa s lokalnom zajednicom. Lokalne vlasti pomoću koraka mogu razviti planove lokalnog ili regionalnog razvoja turizma kako bi ostvarili određene projekte u niši održivog razvoja turizma. Turističke organizacije korake koriste za identificiranje mogućnosti za razvoj turizma koji se zasniva na prirodnim i kulturnim resursima, te su zadužene da se politika održivog turizma provodi.

Održivi turizam u deset koraka je prikazan u nastavku.

1. Korak – Što želimo postići?

- definirati svoj smjer
- shvatiti kontekst

Jasno definirani smjer pomoći će da ostvarite cilj vaših aktivnosti. Smjer može biti jednostavan, ali može imati i oblik izjave o misiji, viziji ili svrsi projekta. Prilikom izrade izjave treba posvetiti duže vrijeme kako bi bili sigurni da je ona realna, jasna i vremenski ostvariva.

Smjer rada treba sadržavati što želite postići kratkoročno i dugoročno, koja je nužnost projekta i vremenska komponenta u kojoj djelujete.

Primjeri smjerova razvoja:

- Regionalni – želimo identificirati i shvatiti potencijal za turistički razvoj regije uz uvjet osnaživanja razvoja lokalne zajednice i zaštite prirodnih i kulturnih vrijednosti,
- Popis zaštićene nacionalne baštine – uključiti pitanja razvoja turizma u Plan upravljanja lokalitetima s popisa zaštićene nacionalne baštine,

[21] loc.cit.

- Ekosmještaj – izraditi plan razvoja ekosmještaja koji će pridonijeti zaštiti vrijednosti kulturne i povijesne baštine u destinaciji.[22]

Kako bi shvatili shvatili kontekst regije, destinacije ili projekta potrebno je definirati okruženje u obliku pisanog pregleda. Pregled treba obuhvatiti društvene uvjete, ekonomsko okruženje, trenutnu političku klimu te prirodno i kulturno okruženje.

2. Korak – Tko je, tko bi mogao ili trebao biti uključen?

- identificirati sudionike (zainteresirane strane, interesne skupine)
- uzeti u obzir kako i kada konzultirati i uključiti predstavnike dionika
- pronaći načine kako razviti dobre odnose

Od velike važnosti u ovom koraku jest saznati zainteresirane i odgovorne za pitanja turizma, okoliša i baštine destinacije ili regije. Potrebno je popisati sve potencijalne sudionike. Oni bi mogli biti: posjetitelji, lokalne zajednice, autohtono stanovništvo (starosjedioci), turoperatori i poduzetnici, turističke organizacije, institucije za upravljanje okolišem i parkovima prirode, lokalne, regionalne i druge vlasti te institucije za upravljanje kulturnim i povijesnim naslijeđem. Sudionike možete identificirati prilikom razgovora s njima, proučavajući izvještaje ili da javno tražite pojedince ili organizacije.

Nakon identificiranja sudionika, potrebno je konzultiranje i uključivanje predstavnika dionika. Ovisno o zahtjevima dionika, neke će trebati imati u vidu za buduće korake, dok će drugi biti uključeni u procese konzultiranja. Prilikom konzultiranja treba odabrati tehnike konzultiranja. To mogu biti: javni sastanci, intervjui, prezentacije, istraživanja, fokus grupe, konferencije, radionice i mnogi drugi oblici među tehnika. Odabir tehnike ovisit će o kontekstu, ciljanoj skupini, te ljudskim i finacijskih mogućnostima.

Nakon konzultiranja i uključivanja dionika dolazimo do potrebe kako razviti dobre odnose s dionicima. Potrebno je identicirati voditelja projekta, ključne osobe i partnerstva. Voditelj projekta bi bila osoba koja bi koordinirala aktivnosti i povezivala

[22] ibidem, str. 9.

ljude. Ključne osobe bi bile zainteresirane strane ili interesne skupine. Razvijanja partenerstva bi bio efikasan način pribavljanja resursa s područja održivog turizma.

3. Korak – Što nam je poznato?

- identificirati postojeće izvore informacija i dokumenata relevantnih za vaš projekt
- locirati i obraditi postojeće informacije o trenutačnim i potencijalnim turističkih tržištima
- odrediti kapital baštine, njezinu vrijednost i tematiku

U ovom koraku bitne su informacije, te će njihovo prikupljanje omogućiti osnovu za odlučivanje. Prilikom pretraživanja dolazi se do dosta informacija koje već postoje, zato je bitno pronaći ih. Informacije je potrebno tražiti u knjigama, člancima, brošurama, izvještajima, bilješkama i dr.

4. Korak – Što čini vašu regiju, destinaciju ili proizvod posebnim?

- identificirati što je posebno u vašoj regiji, destinaciji ili proizvodu
- posebnosti ili vrijednosti po kojima vas prepoznaju
- potencijal tih vrijednosti za daljnje korištenje u turističkog interpretaciji

Ključni su resursi u turizmu prirodne i kulturne baštine. Njihova jedinstvena kvaliteta čini veliki dio turističkih atrakcija, odnosno čine glavnu atrakcijsku osnovu. Vrijednost atrakcijske osnove je ključno za turistički proizvod te njihovu promociju i interpretaciju. Najbolji izvori prirodne i kulturne baštine su lokalni, regionalni ili nacionalni popisi baštine.

5. Korak – Koja su glavna problemska pitanja?

- identificiranje i razumijevanje glavnih problemskih pitanja i tema koje utječu na regiju, destinaciju ili proizvod

Kako bi identificirali problemska pitanja, korisno je razmotriti sljedeće:

- doživljaje posjetitelja/korisnika
- stavove lokalne zajednice
- načine upravljanja i utjecaje na prirodu i baštinu

- pitanja infrastrukture
- pitanja tržišta i marketinga
- treninge i izgradnju ljudskih potencijala
- strateški i resursni kontekst
- zakonodavstvo i dozvole.[23]

Primjer pitanja i potpitanja za doživljaje posjetitelja/korisnika: koji su obrasci kretanja posjetitelja (pr. gdje posjetitelji ulaze, a gdje izlaze, nastaju li gužve, okupljaju li se na određenim mjestima, koja je prosječna duljina boravka turista i dr.) i koja su otvorena pitanja interpretacije (pr. kakva je kvaliteta interpretacije i vrijednosti baštine, jesu li zastupljene različite perspektive i dr.).

Potrebno je identificirati područje konflikta jer u protivnom mogu se kasnije pojaviti i biti prepreka u projektu. Od velike važnosti je sagledavanje konflikta, pa se navodi pitanje "Koji se problem nalazi iza problema?".

Ključ upravljanja konfliktima i njihovo rješavanje obuhvaća sljedeće:

- osigurati da u proces budu uključene sve strane
- zadržati otvorenu i dobru komunikaciju
- prilagodljivost i agilnost
- izgraditi konsenzus većine sudionika.[24]

6. Korak – Analiza

- analizirati, razjasniti i definirati prioritete
- pripremiti kratak sažetak zaključaka vaše analize

Svrha korištenja analize proizlazi iz boljeg razumijevanja čimbenika određene situacije. Također analiza pomaže u daljnjem identificiranju prioriteta.

Ključne analitičke metode uključuju sljedeće:

- analizu tržišta – analitički sažetak koji govori kako se regija, destinacija ili pak proizvod uklapaju u tržište, kako se nosi s konkurencijom, pomaže pri

[23] ibidem, str. 28.
[24] ibidem, str. 36.

inteligentnom pozicioniranju vašeg proizvoda na tržište, uključuje procjenu kretanja na tržištu

- analizu zaštite baštine – ili analiza stanja, ovu metodu koriste konzervatorski stručnjaci kako bi ocijenili lokalitete i prirodne znamenitosti zbog trenutačnog stanja koji mogu podnijeti direktne i indirektne utjecaje turističkih aktivnosti
- SWOT analizu (snage, slabosti, prilike, opasnosti) – dio strateškog i poslovnog planiranja

Moguća pitanja za SWOT analizu

SNAGE	**PRILIKE**
Je li vaša turistička destinacija popularna? Kojim se aspektima okoliša i baštine dobro upravlja? Jesu li zaposlenici koji rade na menadžmentu turizma i baštine obrazovani? Koje su jake strane vaših zaposlenika ili drugih ljudi uključenih u proces?	Postoji li mogućnost promoviranja vaših prirodnih i kulturnih dobara turistima? Postoje li osobe u lokalnoj zajednici zainteresirane za rad u menadžmentu turizma i baštine? Može li turizam pridonijeti boljoj iskorištenosti slabo korištene infrastrukture baštine?
SLABOSTI	**OPASNOSTI**
Postoje li fizičke prepreke ili drugi faktori koji otežavaju menadžment posjetitelja? Jesu li neki čimbenici problem za marketing? Što se može napraviti bolje? Postoje li nedostaci u treningu i kapacitetima?	Što je opasno za vrijednosti baštine, destinacije ili regije? Što je opasno za fizičko stanje lokaliteta baštine? Što je opasno za održivost poslovnog sektora? Koje očite opasnosti proizlaze iz analize potencijalnih rizika?[25]

- analizu situacije – opis konteksta u okviru kojeg se turizam odvija, uključuje najvažnije faktore, sezonske i geografske komponente, te funkcionalne odnose, uključuje analizu potreba i vrijednosti, razumijevanje što funkcionira dobro, a što ne
- analizu troškova i dobiti – mjeri učinke ekonomije, društva i zaštite okoliša i radi izvještaje o tome, najjednostavnije da se u tablicu popišu svi troškovi i koristi
- analizu prioriteta – prioritete odrediti prema važnosti i hitnoći, idealno bi bilo napraviti unutar radne skupine dionika.

[25] Ibidem, str. 39.

7. Korak – Načela i ciljevi aktivnosti

- sastaviti jasno pisanu izjavu o načelima ili ciljevima prema kojima će se usmjeravati buduće aktivnosti
- dobiti potporu za ta načela ili ciljeva od strane svih ključnih partnera ili sudionika

Načela su najbolji način za usmjevanje budućih aktivnosti. Mogu se izraziti putem naputaka, protokola ili izjava.

Ciljevi su najčešći način prilikom planiranja. To je izjava o vodilji projekta. Cilj mora biti jasan, mjerljiv, ostvariv i vremenski određen.

Primjeri dobrih ciljeva mogu biti: razviti dobru komunikaciju između turoperatora i lokalnog stanovništva, osigurati edukativne materijale na svim lokalitetima, povećati svoj udio na tržištu s 3% na 6% u razdoblju od tri godine i dr.

8. Korak – Koje su vaše ideje i opcije?

- detaljno razraditi ideje
- raditi na idejama s ključnim sudionicima
- tražiti odgovore o opcijama s partnerima i ključnim dionicima

U ovom koraku je vrijeme da se sve ideje prezentiraju i iskaže njihova izvedivost. Srodne ideje treba povezati kao pakete za iduće aktivnosti. Ako se nakon prezentiranja ne jave jasne ideje, potrebno ih je razviti u raspravi ili fokus grupi. Jasne i izvedive ideje treba predstaviti zainteresiranim i relevantnim dionicima. Potrebno je testirati ideje na tržištu, te se odlučiti za optimalnu opciju. Optimalna opcija treba sadržavati pojašnjenje i podatke koje ste prikupili prilikom testiranja. Nakon toga dolazi proces suglasnosti za opciju, gdje se traži formalna i neformalna suglasnost dionika. Nužno ih je dokumentirati.

9. Korak - Provedba

- razviti aktivnosti za primjenu ideja
- ideju treba predstaviti na jasan i logičan način
- razviti metode praćenja i ocjenjivanja

Za svaki cilj treba postaviti sljedeća pitanja:

- Što treba napraviti (predložena aktivnost ili strategija)?
- Tko je odgovoran, koga bi trebalo uključiti?
- Trajanje provedbe i rokovi?
- Koji su potrebni resursi?
- Kako će se nadzirati ova aktivnost ili strategija?

Dodatni čimbenici koje je važno uzeti u obzir su:

- strategija za političku potporu – uzeti u obzir lobiranje ciljeva i aktivnosti
- komunikacija – uključivanje svih aktera i aktivnosti, posvetiti dovoljno vremena i resursa u komunikaciji
- jačanje kapaciteta – specifična znanja i vještina koje se mogu steći putem projekta
- povezivanje – osmisliti način kako povezati različite aktivnosti za što bolji kumulativni efekt
- određivanje faza – procijeniti koje su faze djelotvorne, kako bi odlučili daljnji smjer
- utjecaji – plan aktivnosti kako će projekt utjecati na sudionike.

Prilikom provedbe planova od velike je važnosti stalna provjera i izvještavanje o napretku. Sve planove je nužno nadgledati. To se najčešće postiže pomoću mjerenja, indikatora, monitoringa, izvještavanja, ocjenjivanje te pregleda.

10. Korak – Smjernice

- kratka izjava u obliku smjernica kako bi prikazali ključne vrijednosti, ključne teme i područja razvoja te rezultate dogovora i sporazuma

Zadnji korak je zaključak ili kratki pregled svih koraka. Po mogućnosti ga treba sažeti što kraće.

3.3.4. EKOLOŠKI PRIHVATLJIV TURIZAM

Danas se sve više susrećemo s pojmom ekoturizam ili ekološki prihvatljiv turizam, osobito kada se raspravlja o ekološkim vrijednostima okoliša kao jednom od bitnih čimbenika razvoja turizma. Ekoturizam čine turisti koji su žele upoznati prirodne i kulturne baštine, specifična i čista prirodna područja, a da su pri tome i sami orijentirani na zaštitu okoliša u kojem se kreću i borave. Ekoturizam je vrsta selektivnog oblika turizma i održivog turističkog razvoja.

„Ekoturizam se zasniva na ova četiri načela:

1. Okruženje – ekoturizam uključuje prirodna područja, zaštićena područja i/ili mjesta koja izazivaju zanimanje u biološkom, ekološkom ili kulturološkom smislu.

2. Koristi od očuvanja resursa – ekoturizam mora donijeti koristi o očuvanju resursa. Turizam koji ne donosi neki oblik koristi u očuvanju resursa ne može se smatrati ekoturizmom. Ekoturizam ne smije izazivati negativne utjecaje i s njime se mora pravilno upravljati.

3. Koristi za lokalno pučanstvo – ekoturizam mora donijeti gospodarske, kulturološke i društvene koristi lokalnom pučanstvu. One mogu poprimiti oblik povećanje zaposlenosti i poduzetničkih mogućnosti, ili mogu isto tako predstavljati način jačanja specifičnih kulturoloških osobina ili vrijednosti. Najmanje što se od ekoturizma očekuje, jest da mora donijeti koristi za društveni i gospodarski razvoj na lokalnoj razini.

4. Turistički doživalj – ekoturizam treba uključivati sastavnice obrazovanje i tumačenje prirodnih i kulturoloških aspekata pojedinog mjesta, turističkog odredišta. Posjetitelji trebaju naučiti ponešto o kulturnim dostignućima mjesta koje posjećuju, uvažavati tu kulturu, te razviti razumijevanje za prirodu i prirodne provese koji se odvijaju na toj lokaciji.“[26]

S obzirom da je turizam u 21. stoljeću jedna od najzačajnijih gospodarskih grana, prijeko je potrebno da se turizam razvija kao ekološki, ekonomski i socio-kulturološki turizam jer ne treba zaboraviti na negativne ekološke utjecaje koje turizam, osobito

[26] M. Črnjar, K.Črnjar, op.cit., str. 43.

masovni turizam, ima na okoliš. Primjerice posljedice nekih aktivnosti su vidljive tek nakon mnogo godina, kada je već prekasno za djelovanje. Poznato je da kredit koji daje priroda kad tada dođe na naplatu. Politika turizma stoga usmjerava svoje djelatnosti na postizanje ekološke ravnoteže, obzirno korištenje okoliša, održavanje harmonije u prirodnom prostoru te štedljivo korištenje oskudnih dobara.

3.4. OPERACIONALIZACIJA KONCEPCIJE ODRŽIVOG RAZVOJA U TURIZMU

3.4.1. PRIHVATNI KAPACITET

Operacionalizacija koncepcije održivog razvoja u turizmu obuhvaća utvrđivanje prihvatnog potencijala (kapaciteta) turističke destinacije. Prihvatni kapacitet turističke destinacije važan je za realizaciju održivog razvoja turizma same turističke destinacije kako bi se održala ravnoteža između ekonomskog i drugog interesa turista, ali i organizatora i lokalnog stanovništva.

„Prihvatni kapacitet turističke destinacije definira se kao maksmalni broj turista koji neće negativno djelovati na fizički okoliš kao ni na lokalno stanovništvo i njegove interese.“ [27] Drugim riječima, utvrđivanje prihvatnog potencijala je zapravo maksimalno utvrđivanje turističke aktivnosti u određenoj turističkoj destinaciji a da se ne nanese šteta prirodnom, izgrađenom i socio-kulturnom okruženju. Svaka turistička destinacija, svaka turistička atrakcija u destinaciji ima ograničeni broj posjetitelja koje može primiti u određenom vremenu. To omogućava veće ostvarenje zadovoljavajuće kvalitete lokalne zajednice.

Utvrđeni tipovi prihvatnog potencijala su:

- fizički prihvatni potencijal – fizički ograničeni prostor za smještaj turista, količina potrebnog zemljišta za izgradnju potrebnih objekata za smještaj turista. Na fizički aspekt prihvatnog potencijala bitno utječu prostorni planovi,
- psihološki prihvatni potencijal – broj turista koji ne remeti kvalitetu njihovog pojedinačnog turističkog doživljaja,

[27] Loc.cit.

- biološki ili ekološki prihvatni potencijal – broj turista koji ne ugrožava ravnotežu ekosustava, odnosi se na turističke aktivnosti koje štete okolišu,
- društveni prihvatni potencijal – broj turista koji lokalnom stanovništvu ne pogoršava kvalitetu života.

Svaki od navedenih tipova prihvatnog potencijala ima svoju granicu, koju je potrebno utvrditi.

Formula prihvatnog potencijala u turizmu je sljedeća[28]:

TCC=f (Ecol, Phys, Econ) (TC, RA, Pol)

Prihvatni potencijal u turizmu (TCC) funkcija je:

- ekološkog sustava (Ecol),
- fizičke infrastrukture i razvijenosti objekata za turizam (Psyh),
- ekonomskih karakteristika (Econ),
- karakteristika turista (TC),
- prihvatljivosti razvoja turizma za lokalno stanovništvo (RA) i
- politike donošenja menadžerskih odluka (Pol).[29]

Prihvatni potencijal nije nepromjenjiva apsolutna vrijednost, već njegova vrijednost varira u trenutku postavljenih menadžerskih ciljeva na određenom području i ciklusa turističke destinacije.

Utvrđivanje granice prihvatljivih promjena zahtijeva koordinaciju svih subjekata zainteresiranih za razvoj turizma na promatranom području i odvija se u devet koraka:

- utvrđivanje problema prisutnih u promatranom području,
- definiranje i opis turističkih aktivnosti,
- odabir indikatora promjena,
- pregled postojećih uvjeta,
- specificiranje standarda u svezi korištenja resursa i poželjnog standarda društvenog okruženja,

[28] Birkić. D.: Održivi turistički razvoj priobalne destinacije, Opatija 2016.,str.161
[29] D. Magaš, J. Smolčić, Metodološki aspekti utvrđivanja prihvatnog potencijala turističkih područja, Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžement, 1999., str. 102.

- utvrđivanje alternativa,
- pregled potrebnih aktivnosti u okviru svake alternative,
- procjena alternativa i odabir najpogodnije i
- primjena odabrane alternative u nadziranje promjena.

Prihvatni potencijal ima za cilj kvantificiranje mogućnosti korištenja određenog područja u turističke svrhe. Metoda utvrđivanja granica prihvatljivih promjena pomiče fokus istraživanja od toga koji obim korištenja je prihvatljiv, prema analizi kolike su promjene prirodnog i društvenog okruženja izazvane tim korištenjem prihvatljive.[30]

3.4.2. STRATEŠKO PLANIRANJE ODRŽIVOG RAZVITKA TURISTIČKE DESTINACIJE

Proces planiranje održivog razvitka turizma razlikuje se od onog u drugim djelatnostima jer ima obvezu uvažavanja društvenih i ekoloških faktora. Prostor je temeljni turistički resurs, stoga odnos između prostora i turizma ima veoma veliko značenje. Kako bi se spriječili konflikti u odnosu turizma i prostora, potrebno je planirati razvoj turizma sektorski, primjerice turističke atrakcije kao prostornu kategoriju, koje su osnovni razlog svakog turističkog putovanja. Iz toga se može zaključiti da su turističke atrakcije podjednako bitno za razvoj turizma, ali i za racionalno korištenje i očuvanje prostora. Stvaranje funkcionalne klasifikacije turističkih atrakcija preduvjet je za njihovu valorizaciju, racionalno korištenje, identifikaciju, evidenciju i djelotvornu zaštitu.

Definiranje optimalno prihvatnog kapaciteta temelj je dugoročne perspektive razvoja turističke destinacije, što za posljedicu može imati smanjenje priljeva turista u turističku destinaciju. Stoga strateško planiranje za cilj ima usaglašavanje ciljeva i resursa poduzeća u odnosu na promjene u turističkom okruženju.

Strateško planiranje razvitka turističke destinacije odvija se u nekoliko koraka:

[30] Ibidem, str. 105.

- analiza situacije, odnosno snimanje stanja u okruženju – dobiva se podloga za procjenu proizvoda i usluga koje treba dalje podržavati i razvijati, a koje treba smanjiti ili izbaciti,
- definiranje ciljeva i zadataka – određuju smjer razvoja destinacije u budućnosti
- oblikovanje strategija,
- tržišno pozicioniranje – od presudnog značaja za postizanje željenog imidža destinacije, kako bi se razlikovali od konkurencije,
- definiranje marketinškog miksa,
- implementacija i monitoring.

Veoma je važno postaviti poslovni model određene turističke destinacije i elemente modela kao što su: odabir ciljnog tržišta, privlačenje novih tržišta, troškovi proizvodnje, prodajne cijene, stvaranje sustava vrijednosti, odnos ljudskih resursa i gostiju, organizacije, te upravljanje i funkcioniranje destinacije.

4. EDUKATIVNI TURIZAM

4.1. POJAM EDUKATIVNOG TURIZMA

Edukativni je turizam jedan od oblika selektivnog turizma. Selektivni turizam obilježava novu kvalitetu suvremenog turizma. [31] Alternativni turizam prema Krippendorfu označava niz različitih vrsta putovanja, pustolovna, ali i obrazovna, pješačenje ili pojedinačna putovanja svjetskih putnika. To su putovanja koja nisu shematska i bezlična.

Turisti koji su koristili turističke aranžmane Thomasa Cooka izazivali su mnoge reakcije, osobito elite u 19. stoljeću kada su ih susretali na putovanjima. Alternativni se turizam u 19. stoljeću definirao kao turizam usklađen s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućuju svojim gostima uživanje u vrijednosnim interakcijama. Poticanje i razumijevanje alternativnog turizma temeljilo se na mnogim podubama u vrednovanju na primjerima devaluacija/evaluacija, negacija/afirmacija, neutralizacija/idealizacija iz čega je zapravo i nastao pojam alternativni odnos selektivni turizam.

Alternativni turizam krajem osmadesetih godina 19. stoljeća smatram je simbolom turizma budućnosti. Iz toga razloga je održan seminar pod naslovom „Teoretske perspektivne alternativnih oblika turizma“. Organizator seminara bila je Međunarodna akademija za studij turizma, a na seminaru su sudjelovali mnogi znanstvenici i stručnjaci tadašnjega doba, iz različitih područja djelovanja. Glavna tema seminara bila je kako odrediti definiciju alternativnog turizma o čemu prisutni nikako nisu mogli postići jednoglasnu suglasnost. Svjetska turistička organizacija u Alžiru održala je seminar o alternativnom turizmu na kojem su se pristutni složili da se pojam alternativni turizam zamjeni s pojmom odgovorni turizam. Smatrali su da je odgovorni turizam pogodan za označavanje svih oblika turizma koji poštuje goste, prirodno, izgrađeno i kulturno okruženje te interese svih uključenih strana u turizam: gostoprimce, goste, posjetitelje, turističke organizacije, turiste, turističke djelatnike, vlade i dr. Uz koncept odgovorni turizam usko je vezan koncept održivog turizma.

[31] S. Geić, Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 225

Jedan od selektivnih oblika turizma je edukativni turizam koji posebice vežemo uz mlade ljude i njihovo obrazovanje. Pojam je nastao jer se pojavio trend kod putovanja mladih ljudi da troše i putuju više nego prethodnih godina, istražuju nove destinacije, a u isto vrijeme da rade na svom obrazovanju i stjecaju raznih iskustava. Upravo ti trendovi utječu na rastuće tražište među mladim ljudima. Kako raste razina obrazovanja mladih ljudi, mijenjaju se njihove navike, želje, interesi i sl. Tako je nastao novi profil putnika koji ima posebne interese, a tu izviru dva glavna motiva: istraživanje i edukacija.

Pojam edukativni turizam potječe iz engleskog naziva *Educational travel* i označava turistički segment u kojem je glavni motiv učenje. Postoje još mnogobrojni pojmovi koji označavaju ovaj turistički segment kao što su *Study Abroad Vacation, Study Travel* i *Learning Vacations*.

Edukativni turizam možemo promatrati kao turističku uslugu s dodanom vrijednošću, osobito kod mladih ljudi. Turistička tržišta teže ka ekonomiji doživljaja, a edukativni turizam kao vrsta selektivnog turizma intenzivira taj osjećaj. Turistička se ponuda prvenstveno temelji na edukaciji, gdje se tada umrežavaju lokalne akademske zajednice koje turističkom proizvodu i/ili usluzi daju dodatnu vrijednost kroz promicanje znanja. Time se osim stjecanja novih znanja i vještina šire mreže poznanstava, razvijaju se odnosi koji donose obostranu korist. Kroz umrežavanje prilikom korištenja ponuda i usluga lokalne zajednice dolazi do komunikacijsko-distribucijskog kanala. Ti kanali su moćni sustavi onlajn i oflajn promocije receptivne turističke destinacije. Ekonomija doživljaja ovisi o vremenu, fizičkom mjestu, lokalnoj kulturi i tradiciji. Ti doživljaji intenziviraju pristup lokalnog stanovništva prema putniku.

„Edukativni turizam govori o mjestima kako bi se obogatile interakcije putnika s njima. Ono spaja diskurzivnu pripovijest s interdisciplinarnom, prostornom istragom i postavlja znanstvenu analizu pojedinih mrežnih stranica i događaja unutar globalnih konteksta ili okvira i produbljuje svjetonazore putnika. Obrazovno putovanje povećava sposobnost ljudi da uče o svijetu koji ih okružuje tako da ih proučava kako dekodirati mjesta vizualno, kako vidjeti odnose između mjesta i kako pronaći evoluciju društva i kulture.“

Edukativni se turizam temelji na edukaciji te pritom koristi informacije posebnih mjesta, događaja pomoću kojih želi proširiti vidike na svijet i njegovu povijest.

Primjerice današnje suvremene tvrtke nastoje neprekidno napredovati u svom području, a to najbolje rade tako da poboljšaju svoje programe kroz različite seminare, konferencije, cjeloživotno učenje i dr. Upravo to daje edukativnom turizmu njegovu širinu i opseg.

Kao jednu od najopsežnijih definicija edukativnog turizma može primjeniti onu Ritchia iz 2003. godine koji govori: „Edukativni 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 edukativna putovanja, studijske grupe, međunarodna i domaća studentska putovanja uključujući škole stranih jezika, školske eskurzije i programe razmjene. Edukativni turizam može biti formalno organiziran ili organiziran kao individualno putovanja.“[32]

Edukativni turizam prema Bodgeru i Frostu čini putovanje radi učenja prema ambijentu i kontekstu. Oni pretpostavljaju da je preferiranje renesansne umjetnosti, arhitekture, posjećivanje kulturnih mjesta mnogo značajnije učenje na praktični način nego samo pasivno čitanje literature.

„Istraživanje kulturoloških krajolika razlikuje se prema mnogim znanstvenim istraživanjima i bilo kojeg kolegija temeljenog na kampusu na dva načina. Trandisciplinarnog istraživanja – čitanje kulturnih krajolika zahtijeva interpretativne vještine disciplina s vizualnim orijentacijama poput povijesti umjetnosti. No, proučavanje kultorooloških krajolika također mora biti trandisciplinarno. Edukativni turizam mora koristiti znanja i metodologije različitih disciplina – geografija, geologija, arheologija, intelektualna, politička, vjerska i društvena povijest, povijest umjetnosti i arhitekture. Potrebno je pričati priče o krajolicima, gradskim gradovima, umjetničkim djelima, arheološkim nalazištima, lokalnim tržištima, festivalima i ritualima. Tradicionalni tečajevi povijesti često podučavaju povijest u diskretnim jedinicama poput renesanse i reformacije. Putnici, međutim, shvaćaju prošlost u prezentaciji i stoga moraju razumjeti višestruke slojeve koji su doprinijelo različitim epohama krajolika s kojima se susreću.“[33]

[32] B. W. Ritchie, Managing educational tourism, Clevendon, Chanel View Publications, 2003., str. 18.
[33] C. Wood, Educational tourism – special Interest Tourism, Brisbane, 2001., str. 190.

4.2. POVIJEST EDUKATIVNOG TURIZMA

Putovanje radi edukacije i obrazovanja nije nikakav novi koncept. Prva su putovanja u povijesti bila upravo radi edukacije i učenja. Tijekom povijesti primarne potrebe su bile sklonište i hrana, a upravo kao treća primarna potreba se isticala potreba za novim saznanjima i otkrićima. Upravo je to dovelo Kristofora Columba da 1492. godine otkrije novi kontinent, Ameriku. Poznati pisac Sveti Augustin smatrao je da je putovati isto što i učiti.

Fenomen 16. stoljeća je bio *Grand Tour* koji je naglašavao da čovjek koji želi napredovati i učiti, morao je biti svjestan da mora proputovati Europu kako bi pobliže upoznao različite kulture europskih zemalja. Putovanja su od velike važnosti kako bi se steklo novo znanje, nove kulturno-povijesne vrijednosti, ali i kako bi se zabavili i pobjegli od svakodnevnog života.

Učenje, upoznavanje novih krajeva i različitih kultura bili su osnovni elementi u povijesti koji su motivirali ljude iz cijelog svijeta da putuju. Od *Grand Toura* ti motivi postaju sve izraženiji.

4.3. ČINITELJI EDUKATIVNOG TURIZMA

Edukativni turizam prema *American Council for International Studies*, proširuje vidike studentima, motivira ih za daljnje usavršavanje, zapravo daje život lekcijama u učionici. Razni programi edukativnog turizma odlična su nadopuna tradicionalnom studiranju, jer upravo to je prilika da student izađe iz okvira učionice i uđe u realni svijet. Selektivne oblike turizma karakterizira fleksibilna ponuda, tržišna segmentacija, prilagodba tehnologije i distribucija. Selektivni oblik turizma teži k ekološkoj orijentiranosti i pronalazi relevantan način da se produlji senzonalnost.

„Činitelji u edukativnom turizmu djelomično su isti kao i za svaki oblik selektivnog turizma:

- Društvo – istaknule bi se vrijednosti norme, kao i društveni poredak i socijalna kultura. Slobodno vrijeme svakog pojedinca te kulturno – povijesna baština koja je izgrađena od strane društva iz koje će se vršiti edukacija.
- Okolina – geografski položaj, klima, flora, fauna i pejsaž.
- Država – zakonodavstvo, međunarodni gospodarski i politički odnosi koji su itekako bitni radi sklapanja različitih ugovora za edukativna putovanja.
- Motivi za putovanje – motivi putovanja mladih ljudi, studenata su raznovrsniji nego motivi klasičnih studenata. Osim dokoličarenja i razgledavanja, izrazito su jaki motivi edukacija, upoznavanje novih kultura, običaja i ljudi. Također potrebno je istaknuti doživaljaj destinacije u kojoj borave kroz intenzivnu komunikaciju s lokalnim stanovništvom.
- Planiranje putovanja – mladi ljudi imaju ponešto drugačiji pristup kada je u pitanju organizacija turističkog putovanja. Edukativna putovanja su inače izrazito organizirana i pripremljena, razlog tome je ograničenost novčanih sredstava.
- Trajanje putovanja – ova turistička putovanja znaju trajati znatno duže od klasičnih turističkih putovanja. Dok klasična putovanja traju između 7 i 14 dana, edukativna studentska putovanja traju nekoliko tjedana, mjeseci do najviše godinu dana.
- Dolazak do destinacije – klasični turisti kao prijevoz do destinacije koriste većinom osobne automobile, zrakoplova i autobuse dok studenti uz ove oblike prijevoznih sredstava preferiraju javni prijevoz, željeznicu, *rent a car* pa i stopiranje. Potrebno je istaknuti opciju koja je u posljednje vrijeme izrazito popularna, a to je *Bla bla car*. Preko mobilne aplikacije mladi mogu pronaći osobe koje putuju u destinaciju i na temelju toga podijeliti troškove prijevoza.
- Smještaj u destinaciji – kod biranja smještaja potrebno je istaknuti sklonost jeftinijem smještaju. Brojna istraživanja pokazuju kako su mladi skloni potrošiti više novčanih sredstava na aktivnosti u destinaciji nego na smještaj. Stoga se odlučuju za jeftinije varijante.
- Aktivnost u destinaciji – kategorija studenata kao turista je mnogo više aktivnija od onih klasičnih turista. U intenzivnom su kontaktu s lokalnim

stanovništvom, pa kao prijevozna sredstva biraju bicikle i sudjeluju u mnogim fizičkim aktivnostima kao što su bungee jumping, paragliding, planiranje, biciklizam i sl.

Jedna od bitnih značajki edukativnog turizma je zapravo želja i motivacija za znanjem i daljnjim usavršavanjem. Činitelji ovog selektivnog oblika turizma žele prije svega zadovoljiti svoje specifične ciljeve kako bi obogatili svoje znanje kroz teoriju, ali i praktičnu edukaciju.

Odličan primjer je činjenica kako mladi iz SAD-a putuju u europske zemlje kako bi naučili drugi strani jezik, dok primjerice mladi iz Europe putuje u SAD tijekom ljetnih praznika kako bi usavršili engleski jezik, zaradili novčana sredstva za razgledavanje SAD-a.

Edukativni turizam kao oblik selektivnog turizma, svojom praksom i obilježjima odmiče od masovnog turizma ili tzv. “hard“ turizma, a više se primiče “soft“ turizmu. Edukativni turizam je odličan primjer za dobru promociju same turističke destinacije, a važno je naglasiti da je potražnja za ovakvim oblikom turizma u konstantnom porastu. Upravo ova vrsta turizma može razlikovati destinaciju ili regiju od konkurencije.

4.4. VRSTE EDUKATIVNOG TURIZMA

U području edukativnog turizma, možemo razlikovati tri podvrste koje se međusobno razlikuju:

- **Istraživački turizam –** dijeli se u dvije skupine: profesionalni istraživači i studenti koji pišu istraživački rad. Profesionalni istraživači pripadaju kategoriji kojima za putovanje primarni razlog posao ili rad te se na taj način profesionalno usavršavaju, dok studenti koji pišu istraživački rad putuju kako bi napisali svoj rad, a on može biti završni, diplomski ili istraživački rad.
- **Studentski turizam –** dijeli se također u dvije skupine, formalna i neformalna studentska putovanja, što ovisi o samom cilju studenta.

- **Turizam daljnje edukacije –** u ovu skupinu pripadaju osobe koje nisu u skupini akademskih građana, a to su zaposleni i umirovljenici.

Povećanom interesu za putovanja osobito mladih osoba važan doprinos je donijela Svjetska turistička organizacija (UNWTO), kada je u studenome 1991. godine u New Delhiju održala Međunarodnu konferenciju o omladinskom turizmu, koji je usko vezan uz edukativni turizam.

„Uz edukativni turizam, može se reći da je omladinski turizam jako usko vezan. Sve do prije desetak godina u društvu se omladinski turizam marginalizirao, te kao takav nije privlačio pozornost stručne i znanstvene javnosti. Zbog predrasuda smatran je neprofitabilnom tržišnom nišom putovanja. Sudionici omladinskog turizma mlađi su ljudi koji nemaju ekonomsku samostalnost i koji putuju svijetom nastojeći sa što manje novca vidjeti i doživjeti što više, te su spremni prilagoditi se i niskoj kvaliteti turističke ponude ako je ona jamstvo niske cijene. Marginalizacija turizma mladeži potvrđuje i broj bibliografskih jedinica o toj temi, koji je sve do početka 90- tih godina prošlog stoljeća bio više nego skroman i orijentiran na "driftere", odnosno mlade lutalice koji putuju zbog održavanja poznanstava i obiteljskih veza, društvenog priznanja i prestiža, te više od svega, želje za osobnim razvojem i odnosno učenjem i upoznavanjem samoga sebe, te drugih ljudi i kultura."[34]

U velikom povećanju edukativnog turizma su studentska putovanja. Prema statistici UNWTO-a navodi se da će ove godine porasti broj studentskih putovanja do 300 milijuna. Glavna emitivna tržišta su Velika Britanija, Francuska i Njemačka. Potrošnja studenata na studentskim putovanjima je znatno manja od ostalih turista, ali upravo oni se odlučuju na duža putovanja, od nekoliko tjedana do godine dana. Kako se povećava broj mladih obrazovanih ljudi, povećava se i broj mladih koji se odlučuju na ovakvu vrstu putovanja.

Karakteristike koje prema UNWTO označavaju porast studentskog turizma:

- mladi se rado vraćaju u destinaciju koju su već posjetili,
- mladi su turisti koji otkrivaju nove destinacije,
- mlađi rjeđe odustaju od ideje za putovanjem radi terorističkih napada, političkih problema, financijskih sredstava,

[34] A. Woodside, Tourism Management, New York, CABI, 2008., str. 203.

- mladi lakše koriste nove tehnološke trendove i rado doprinose destinaciji u koju putuju.[35]

Postoji veliki broj podjela studentskog turizma, a najčešća je: volontiranje, *Erasmus*, *Work & Travel program*. To su ujedno i najbolji izbori za mlade ljude koji žele putovati, upoznati nove kulture ali i zaraditi određena novčana sredstva. Teško je odrediti dobnu granicu, ali bazira se u dobi od 18-25 godina.

4.4.1. RAZMJENE MLADIH

WTO (World Tourism Organization) priznaje inozemne studente kao turiste od 1963. godine. Tada je odlučeno da inozemni studenti mogu provesti dio školovanja ili pak cijelo školovanje izvan svoje domicilne države. Veliki je problem što studenti često nisu zabilježeni u turističkim statistima, iz razloga što turist može biti osoba koja boravi izvan svog mjesta stalnog boravka kraće od jedne godine, odnosno ne više od 365 dana. Radi te činjenice, studenti koji dio svog školovanja provedu kao dio programa studentske razmjene statistički se ubrajaju u turiste, dok oni koji provedu cijelo školovanje izvan domicilne države ne bivaju registrirani kao turisti. Broj studenata koji se odlučuju na razmjenu, iz godine u godinu je sve veći.

Prema statistici OECD - a (Organization for Economic Cooperation and Development) navedeno je da je 1975. godine izvan domicila boravilo 800 tisuća studenta, dok se 2012. godine taj broj popeo na 4,5 milijuna studenata. Iz godine u godinu bilježi tendenciju rasta[36].

Inozemne studente najčešće privlače države engleskog govornog područja, dok se njihovi omjeri mijenjanju svake godine. Primjerice 2001. godine SAD je privlačilo 28 % međunarodnih studenata, dok je do 2014. godine taj broj pao na 20 %. Razlog ovakvog pada može se pripisati rastu interesa za Kinu i Njemačku te rastu engleskih škola, poboljšanoj kvaliteti obrazovanja u drugim državama, boljoj promociji drugih država i dr.

[35] http:// www2.unwto.org/content/data (08.06.2020.)
[36] Prema www.oecd.org (13.09.2020)

Prema istraživanju koje je provedeno u Bhandari 2009. godine, čak šest država je ugostilo više od 60 % studenata koji su odlučili provesti dio školovanja studirajući u drugoj državi. Taj omjer opada 20 % na SAD, 13 % Velika Britanija. 8 % Francuska, a Australija, Njemačka i Kina po 7 %. Zanimljiva je činjenica da se svake godine povećava broj studenata koji dio školovanja žele provesti studirajući u Japanu, Singapuru, Južnoj Koreji, Maleziji ili pak u Tajlandu.[37]

Važno je naglasiti da studenti koji su bili na razmjeni u drugoj državi će većinom preporučiti budućim studentima da odlaze na razmjenu. Na taj način i nakon razmjene studenti imaju utjecaj na promociju ovakvog programa. Zadovoljni studenti su najbolja promocija.

4.4.2. ERASMUS +

Erasmus + je program Europske Unije u području obrazovanja, osposobljavanja, mladih i sporta za razdoblje 2014. – 2020. godine. Ovaj program koriste većinom mlade osobe, te oni koji rade s mladima, a prema *ERASMUS* vodiču klasificirani su na sljedeći način:

- za projekte u području visokog obrazovanja, glavne su ciljne skupine: studenti (kratak ciklus, prvi, drugi ili treći ciklus), nastavnici i profesori u sustavu viskog obrazovanja, zaposlenici ustanova visokog obrazovanja, voditelji osposobljavanja i stručnjaci u poduzećima
- za projekte u području strukovnog obrazovanja i osposobljavljavanja, 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

[37] 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

- 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.[38]

Europska komisija je organizacija koja je zadužena za provedbu programa te ona upravlja proračunom i određuje prioritete, ciljeve i kriterija za prijavu na program. Također, osim toga vodi i prati program te ga ocjenjuje na europskoj razini, snosi opću odgovornosti za nadzor i koordinaciju zaduženih za provedbu programa.

Erasmus + je program koji se sastoji od tri mjere:

- Mobilnost u svrhu učenja za pojedinca,
- Suradnja za inovacije i razmjena dobre prakse,
- Potpora reformi politike.

Najvažnija mjera je Mobilnost sa svrhom učenja za pojedince jer potiče na edukativni turizam te se iz godine u godinu povećava broj mladih koji koriste mjeru.

Aktivnosti programa:

- program Jeana Monneta (akademski moduli, katedre, centri izvrsnosti, dijalog o politici s akademskim svijetom, potpora ustanovama i udrugama, studije i konferencije)
- aktivnosti vezane uz sport (suradnička partnerstva, neprofitna europska sporska događanja pr. Europski tjedan sporta)

[38] Europska komicija, Erasmus + vodič program, 2005., str. 23.

5. ODRŽIVI I EDUKATIVNI TURIZAM NA PRIMJERU WORK AND TRAVEL PROGRAMA

5.1. WORK AND TRAVEL PROGRAM – KONCEPTUALNI OKVIR

Work and Travel program program je kulturne razmjene studenata koji omogućuje studentima iz cijeloga svijeta da tijekom ljetnih mjeseci borave u Americi i obavljaju, zajedno s američkim studentima i studentima drugih zemlja iz cijeloga svijeta, poslove sezonskog karaktera kod poslodavaca širom Amerike.

Program je predstavljen od strane 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 sa studentima iz Amerike, ali i cijelog svijeta. Vlada SAD-a je dala dozvolu tzv. sponzoru koji će biti odgovaran za radne vize i studente u vremenu trajanja programa, do najviše četiri mjeseca. Sponzori su ovlašteni posrednici pri osiguravanju svih dokumenata potrebnih za rad studenata, na osnovu tih dokumenata studenti dobivaju J-1 vizu, dozvolu za rad i socijalni broj. Program može trajati maksimalno četiri mjeseca, a minimalno 2,5 mjeseca. Datume programa propisuje Američka ambasada za svaku zemlju posebno, prema kalendaru nastavnih obveza u pojedinoj zemlji. Datumi trajanja za hrvatske studente su u razdoblju od 10.6. do 10.10. svake godine.

Poslovi za *Work and Travel* studente početnički su poslovi za koje studenti ne trebaju imati iskustvo i nude ga najčešće kompanije u uslužnim djelatnostima: restorani, hoteli, golf klubovi, zabavni parkovi, nacionalni parkovi, trgovački centri i dr.

Ovaj se program smatra i edukativnim zato što stranim studentima omogućuje da nauče, ali i usavrše engleski jezik. Studenti tijekom programa stječu radno isksustvo, usavršavaju engleski jezik, te stječu prijatelje iz cijeloga svijeta. *Work and Travel* program je namijenjen studentima koji svoje ljetne praznike žele provesti na drugačiji način: radeći, putujući, učeći i zabavljajući se po SAD-u.

Uvjeti za prijavu na *Work and Travel* program:

- redovan ili izvanredan student koji redovno polaže ispite,

- osoba ima između 18 i 29 godina,
- hrvatska putovnica i državljanstvo,
- znjanje engleskog jezika je na konverzacijskom nivou (osnovno znanje),
- dobre komunikacijske vještine,
- prihvaćanje radne obveze u razdoblju od minimalno 2,5 mjeseca,
- obvezu da će se student vratiti u svoju zemlju po završetku programa.

Opcije *Work and Travel* programa (agencija sunčana vura)[39]:

- *INDEPENDENT PLACEMENT*

Program u kojem sam student pronalazi posao, sponzor provjerava poslodavca na osnovu podataka o kompaniji koje dostavi student te šalje dokumente za vizu.

U program je uključeno: obrada podataka, testiranje engleskog jezika, zdravstveno osiguranje, dokumenti za vizu, orijentacijski sastanak prije puta te 24/7 podrška za hitne slučajeve.

Cijena programa: 970 eura

- *PREMIUM PROGRAM*

Program u kojem agencija pronalazi studentu posao, organizira razgovor s poslodavcem te predaje dokumente za vizu.

U program je uključeno: obrada aplikacije, testiranje engleskog jezika, ponuda poslova, intervju s poslodavcem, zdravstveno osiguranje, dokumenti za vizu, SEVIS (obvezna uplata za bazu podataka pri Američkoj ambasadi), orijentacijski sastanak prije puta) te 24/7 podrška za hitne slučajeve.

Cijena programa: 1235 eura

- SUNČANI *WORK & TRAVEL* PAKET

U sunčanom *Work and Travel* paketu student mora samo prikupiti dokumente za prijavu, ispuniti aplikaciju i organizirati transfer od zračne luke do smještaja. Posao,

[39] http://www.work-and-travel-agencija.info/#vrste (23.09.2020.)

smještaj, prijavu za vizu i avionsku kartu organizira mu agencija, u ovom slučaju Sunčana Vura.

U program je uključeno: obrada aplikacije, testiranje engleskog jezika, ponuda poslova, intervju s poslodavcem, pronalazak smještaja, aviokarta sa svim pristojbama i davanjima, zdravstveno osiguranje, apliciranje za vizu, dokumenti za vizu, SEVIS, orijentacijski sastanak prije puta te 24/7 podrška za hitne slučajeve.

Kompanija s ponudom posla šalje studentu i prijedloge smještaja s adresom i kontaktima. Troškove smještaja studenti snose sami i podmiruju ih po dolasku u SAD. Studenti dijele smještaj u hostelima, stanovima, studentskim ili privatnim kućama.

Razgovor za posao odvija se na dva načina:

- *Skype* intervju
- sajam poslova

Sajmovi poslova organiziraju se nekoliko puta godišnje. Na sajam dolazi više od stotinu kompanija koje uživo obavljaju razgovor sa studentima. To je ujedno i dobra prilika da studenti upoznaju ostale kandidate i stvore kontakte.

Prednosti odlaska na *Work and Travel* program:

- učenje novih znanja i vještina (edukativna komponenta),
- prilika za usavršavanje komunikacijskih vještina i vještina rada u timu,
- stjecanje osjećaja samoodgovornosti i multikulturalnosti,
- međunarodno okruženje i nova poznanstva (socijalne prednosti),
- učenje novog jezika ili usavršavanje postojećih vještina,
- osobni rast i nova iskustva.

5.2. POKAZATELJI I CILJEVI WORK AND TRAVEL PROGRAMA

Work and Travel program je osmišljen i implementiran od strane Vlade SAD – a sa mnogobrojnim ciljevima. Ovaj program prmarno omogućuje studentima koji sudjeluju na kulturnoj razmjeni i borave u SAD – u da upoznaju američko društvo,

njihov način života, kulturnu baštinu, ponašanja i ophodnje s ljudima, religijska i moralna uvjerenja, način poslovanja i sve druge društvene i kulturne komponente Amerikanaca. Dakle, primarni je cilj ovoga programa upoznati studente iz drugih zemalja s kulturom, načinom života i rada u Americi, te im omogućiti susrete i druženja s američkim studentima kao i sa studentima iz cijelog svijeta.

Studenti koji sudjeluju u Work and Travel programu odlučuju se na ovo putovanje jer su željni novih iskustava, a sudjelovanjem u programu ih stječu, produbljuju nove spoznaje, stvaraju nove društvene i poslovne kontakte te šire svoje kulturne perspektive van domene svoje zemlje. Ovaj program tako studentima daje jedan sveouhvatan uvid u američki kulturni i poslovni način života.

Stoga se ovim programom razmjene postiže nekoliko temeljnih ciljeva:

- Fluktuacija studenata na međunarodnoj razini,
- Upoznavanje kulture, rada i načina života u Americi
- Stvaranje kontakata i veza sa studentima iz cijeloga svijeta
- Kreiranje novih radnih navka i stjecanje iovativnih vještina i kompetencija u radu specifičnih za američko društvo
- Stjecanje učinkovite obrazovne komponente
- Sponzorstva programa omogućuju studentima potencijalnu suradnju s njima
- Razvoj poslovnih vještina popot timskog rada, fleksibilnosti, snalažljivosti, suradnje i kompromisa
- Stjecanje edukativnih kompetencija i sudjelovanje u američkim specifičnim edukacijskim programima
- Snažna podloga za razvoj edukativnog turizma gdje je SAD destinacija odabira.
- Stjecanje potencijalnih veza za život i rad u SAD – u u budućim životnim perspektivama
- Stvaranje poslovnih kontakata s poslodavcima u SAD - u

Definiranim ciljevima ovoga programa mogu se implementirati dalje smjernice za strateški razvoj ovoga programa, kao i strategije koje se primjenjuju da bi ovaj program mogao sve više zaživjeti među studentima.

Do sada je u Work and Travel Programu sudjelovalo više od 5.000 studenata. Isti su posjetili više od 74 ametrička grada, radili su na više od 1.200 poslova te je odobreno 5.000 radnih viza (Experience – Work and Travel, 2020.). Sukladno navedenim pokazateljima, vidljiv je kako Work and Travel program ima značajnu perspektivu te da se studenti odlučuju na ovu opciju s ciljem provedbe života u novoj sredini, stvaranja novih društvenih i poslovnih kontakata, stjecanja novih kulturnih i društvenih spoznaja, sudjelovanja u edukativnom američkim programima te razvoj novih poslovnih vještina.[40]

Ova program strateški omogućuje u tijeku obrazovnog statusa programa studentima da putuju, rade i obrazuju se u novoj, inovativnoj i snažno društveno razvijenoj sredini gdje će steći napredna i globalna iskustva koja mogu implementirati u svojim budućim životnim perspektivama.

5.3. KORELACIJA S ODRŽIVIM TURIZMOM

Održivi turizam koncept je posjeta negdje kao turista i pokušaja pozitivnog utjecaja na okoliš, društvo i gospodarstvo. Turizam može uključivati primarni prijevoz do općeg mjesta, lokalni prijevoz, smještaj, zabavu, rekreaciju, prehranu i kupovinu. Može se povezati s putovanjima u slobodno vrijeme, poslom i onim što se naziva VFR (posjet prijateljima i rođacima). Sada postoji široki konsenzus da bi razvoj turizma trebao biti održiv; međutim, pitanje kako to postići ostaje predmet rasprave.

Bez putovanja nema turizma, pa je pojam održivog turizma usko povezan s konceptom održive mobilnosti. Dva relevantna razmatranja su oslanjanje turizma na fosilna goriva i učinak turizma na klimatske promjene. 72% emisija CO2 u turizmu dolazi od prijevoza, 24% od smještaja i 4% od lokalnih aktivnosti (Peeters et. al., 2004.). Zrakoplovstvo čini 55% tih prijevoznih emisija CO2 (ili 40% ukupnog turizma). Međutim, uzimajući u obzir utjecaj svih emisija stakleničkih plinova, kondenzacijskih staza i induciranih oblaka cirusa, samo zrakoplovstvo može predstavljati i do 75% klimatskog utjecaja turizma (Peeters et. al, 2004).

[40] http://www.work-and-travel-agencija.info/ (23.09.2020.)

Budući da bez putovanja nema turizma, program Work and Travel na ovaj način stvara snažne korelacijske veze s održivim turizmom te doprinosi njegovoj održivosti. Studenti na ovaj način putuju i vide jedan novi svijet, stječu edukaciju o novom i inovativno načinu života, a sve zajedno popratno bez njihovih negativnih utjecaja na okoliš, ekosustave, bioraznolikost i društvo u koje putuju, odnosno u SAD. Time studenti postaju savjesni i odgovorni putnici koji, osim stjecanja osobnih iskustava, doprinose i zaštiti okoliša te kreiranju partnerstva s lokalnim stanovništvom te staraju doprinos zajednici jer djeluju društveno odgovorno.

Prilikom razmjene studenti razvijaju svijest o američkoj implementaciji društveno odgovornog ponašanja, kako u provedbi privatnog vremena u SAD – u, tako i u provedbi vremena na poslu. Inozemni studenti uče od američkih studenata način ponašanja koji je prihvatljiv za američko društvo, lokalni okoliš i ekologiju, ali i cjelokupnu njihovu zajednicu. Ovim programom studenti stječu iskustva koja doprinose razvoju održivog turizma, među kojima se ističe izdvajanje selektivnog otpada, racionalno korištenje vode i energetskih resursa u osobnom životu, stvaranje pozitivnih kontakata s društvom i lokalnm zajednicom. Studenti prilikom posjete SAD – u uvijek konzumiraju lokalna autohtona jela, koja su proizvedena u domaćoj proizvodnji jer uvoz hrane uzrokuje veliki ekonoski i društveni trošak, pa je konzumacija američke domaće hrane prednost i za kulturološki napredak, ali i za napredak održivog turizma grada u kojem sudjeluju na razmjeni.

U toku ove razmjene često se omogućuje američkim studentima posjeta prirodi, zaštićeni područjima i divljim životinjama koje tamo žive. Time se omogućuje prirodnim ekosustavima da ostanu prirodni. Time studenti u razmjeni stječu edukaciju o američkim atrakcijama divljeg života u prirodi gdje uviđaju koristi za razvoj i opstanak prirodnog načina života.

Kreiranjem edukacijskih programa u sklopu Work and Travel programa na taj se način stvara direktna poveznica s održivim turizmom, kako zemlje iz koje student dolazi, tako i destinacije u SAD u koju student putuje. Oni svojim boravkom i djelovanjem u SAD – u na taj način vrše direktne pozitivne utjecaje na aktualno stanej turizma, ali i doprinose stvaranju perspektiva i razvoja održivog turizma u SAD – u.

5.4. KRITIČKI OSVRT NA PROVEDENO ISTRAŽIVANJE

Uvaženi ekonomisti diljem svijeta predviđaju nastavak međunarodnog turističkog rasta, gdje turistički promet ovisi o destinaciji koju turisti posjećuju. Kao jedna od najvećih i najbrže rastućih svjetskih industrija, ovaj kontinuirani rast može staviti veliki negativni efekt na preostala biološki raznolika staništa i autohtone kulture, koja se često koriste za potporu masovnom turizmu. Turisti koji promiču održivi turizam osjetljivi su na ove opasnosti i nastoje zaštititi turističke destinacije i zaštititi turizam kao industriju.

Održivi turisti mogu na mnogo načina smanjiti utjecaj turizma: informiranje o kulturi, politici i ekonomiji posjećenih zajednica, predviđanje i poštivanje lokalnih kultura, očekivanja i pretpostavki, podržavanje integriteta lokalnih kultura favoriziranjem poduzeća koja čuvaju kulturnu baštinu i tradicionalne vrijednosti, podrška lokalnim gospodarstvima kupnjom lokalnih dobara i sudjelovanjem u malim lokalnim poduzećima, očuvanje resursa traženjem tvrtki koje su ekološki svjesne i korištenjem najmanje moguće količine neobnovljivih resursa

Odredišta i turističke operacije sve više podržavaju i slijede "odgovorni turizam" kao put ka održivom turizmu. Odgovorni turizam i održivi turizam imaju identičan cilj kao i održivi razvoj. Stupovi odgovornog turizma stoga su isti kao oni održivog turizma - integritet okoliša, socijalna pravda i gospodarski razvoj. Glavna razlika između njih dvoje je u tome što se u odgovornom turizmu od pojedinaca, organizacija i poduzeća traži da preuzmu odgovornost za svoje postupke i učinke svojih postupaka. Ova promjena u naglasku dogodila se jer neki dionici smatraju da je postignut nedovoljan napredak u ostvarivanju održivog turizma. To je dijelom i zbog toga što su svi očekivali da se drugi ponašaju održivo.

Naglasak na odgovornosti u odgovornom turizmu znači da su svi uključeni u turizam - vlada, vlasnici proizvoda i usluga i operatori, prijevoznici, komunalne službe, nevladine organizacije i organizacije sa sjedištem u zajednici, turisti, lokalne zajednice, industrijske udruge - odgovorni za postizanje ciljeva odgovornog turizma.

Program Work and Travel u SAD – u predstavlja snažnu i učinkovitu perspektivu razvoja održivog turizma u SAD – u jer omogućuje inozemnim

studentima dolazak u SAD, upoznavanje njezine kulture, društva, rada i života, paralelno potičući iste na društveno odgovorno ponašanje. Edukacijama i obrazovnim radionicama, kao i u procesu rada tijekom razmjene studenti stječu nezaboravna i inovativna iskustva u odnosu prema društvu, američkom stanovništvu, lokalnoj zajednici i poduzetnicima, ali i prema američkom okolišu i prirodi. Konzumacijom američkih domaćih jela izvorno doprinose održivosti američkog gastro turizma jer na taj način doprinose manjem uvozu hrane i održivosti autohtonosti američkih specijaliteta.

Upoznavanjem sa bogatstvom američke prirodne baštine stječu spoznaje o važnosti održavanja širirodne bioraznolikosti i učinkovite ekologije ovog područja. Svim navedenim implementacijama ponašanja prilikom provedbe Work and Travel programa na taj se način stječu praktična i djelotvorna iskustva u promicanju značaja održivosti turizma i edukacijskog selektivnog obliak turizmau SAD – u.

5.5. KULTURNE RAZMJENE

Procesi kulturne razmjene stari su koliko i sama kultura. Svaka se svjetska kultura oblikovala u neprestanom procesu uzimanja i davanja. Kultura je fenomen koji se konstantno razvija, ona je živući identitet. Ona je dinamični model, a pokuša li je se ukalupiti u statički oblik, prestat će postojati kao izvor inspiracije[41]. Identitet predstavlja karakteristike koje izabiru ljudi sami, a koje su drukčije od nekih drugih karakteristika nekih drugih ljudi. Može se reći da je kulturni identitet izraz čovjekovog mjesta u svijetu.

Kulturne razmjene mogu se definirati kao razmjene pojedinaca između različitih država svijeta. Glavni je cilj kulturnih razmjena da mladi iz iskustva uče o drugim kulturama ili zajedno s njima pronalaze konkretna rješenja problema. Takvi programi omogućuju studentima različitih kultoroloških, religijskih, geografskih ili socio-ekonomskih pozadina da razviju bolje razumijevanje različitosti u svijetu u odnosu na njihovu domicilnu državu. Na takav se način

[41] Tomljenović R.,dr.sc. Boranić Živoder S., Akcijski plan razvoja kulturnog turizma; Ministrastvo turizma RH; str 5.

omogućava razmjena kultura te stjecanje jedinstvenih iskustava. Kulturne razmjene započele su se razvijati nakon Drugoga svjetskog rata kako bi se pomovirale različite kulture i na taj način smanjile mogućnosti novih sukoba u budućnosti. Prvo su se odvijale preko pisama, a razvojem tehnologije i komunikacije sve češće se odvija upravo uživo. Studenti tijekom programa odlaze živjeti u drugu državu na kraći ili duži period te se na taj način upoznaju s drugom kulturom i njihovim načinom života.

Hrvatska ima niz potencijalnih mogućnosti za ostvarenje kulturnih razmjena s ciljem kvalitetnog funkcioniranja na turističkom tržištu. Tako brojni dionici kulturnih razmjena, od kojih se primarno ističu studenti i poslovni ljudi postaju integralni dio kulturne turističke ponude te su inkorporirani u istu.

Kulturni razmjenama kreiraju se preduvjeti za ostvarenje suradnje i partnerstva primarno kulturnih, a potom i različitih namjena u cilju afirmacije i očuvanja identiteta i svekolikog razvoja. Danas se tako omogućuje prioritetno studentima sveučilišta, učenicima srednjih škola i članovima drugih oblika obrazovanja da procesima kulturne razmjene steknu međunarodna i regionalna kulturna iskustva. Osim toga, omogućuje se zaposlenicima iz javnog i privatnog sektora da procesom kuturne razmjene te održavanjima kongresa i poslovnih susreta u kulturne svrhe steknu značajno kulturno iskustvo te time doprinesu razvoju javnog i privatnog sektora u smislu kulture. Na taj način stječu se nova kulturna znanja i iskustva te se istima približavaju originalni i jedinstveni kulturni pristupi mjesta koje posjećuju.

U Hrvatskoj godišnje prosječno 2.500 studenata sudjeluje u međunarodni razmjenama, gdje na taj način stječu kvalitetu međunarodne akreditacije, kvalitetu studiranja te mogućnost međunarodnog priznavanja diplome. Osim toga, isti su u mogućnosti upoznati kulturu odredišta u koje putuju te steći nova i jedinstvena kulturna iskustva koja potom mogu primijeniti u svom daljnjem obrazpovanju.

Druga je domena procesa kulturne razmjene značajna u poslovanju javnog javnog i privatnog sektora, gdje se kompetentne djelatnike šalje na kulturne izlete, ture i dugoročnija putovanja s ciljem stjecanja kulturnog iskustva koje je značajno za njihove poslovne partnere. Na taj način se produbljuje stečena kulturna

perspektiva polaznika razmjene, a isti potom pristupaju kulturi na drukčiji i inovativan način.

Povećanjem izdvajanja novčanih sredstava u ovu svrhu poboljšala bi se ponuda same države te bi se privuklo još više turista kako stranih tako i domaćih.

6. ZAKLJUČAK

U suvremeno doba globalnih promjena na turističkom tržištu koje je pod svakoddnevnim utjecajem razvoja novih inovaija, tehnologija, ali i marketinških prilika razvoja destinacija, turizam više nema status globalnog fenomena kao nekad, sa ponudom jedinstvenog proizvoda sunca i mora. Turizam je danas postao usko specijalizirana gospodarska djelatnost, razvijajući svoje selektivne oblike sukladno speifičnim i personaliziranim zahtjevima turista te dobivajući tako na važnosti na svim emitivnim i receptivnim tržištima.

Sve snažniji gospodarski razvoj nacionalnih zemalja pod utjecajem globalizacijskih procesa, zbog porasta općeg blagostanja i raspodjele bogatstva, omogućuje stanovništvu sve više vremenske dokoličce za turistička putovanja, odmor i razonodu, kao i odvajanje zasebnijeg dijela svog osobnog dohotka za turističke svrhe da bi se zadovoljile njihove turističke potrebe.

Pojam održivog turizma nastao je kao potreba da se posveti veća pažnja okolišu te da se resursi koriste racionalno. Sve većim razvojem turizma dolazi do veće eksploatacije okoliša i resursa te se tu javlja pitanje razvoja turizma. Razvoj je bitan, ali je bitno i kakav je razvoj. Resursi, obnovljivi i neobnovljivi ograničeni su, a eksploatiraju se na način kao da su neograničeni. Upravo se tada održivi turizam zalaže da se resursi koriste na način da ih i buduće generacije mogu koristiti na isti način.

Održivi turizam ima tri glavne razine, a to su: gospodarska, društvena i ekološka. Gospodarska razina uključuje učinkovitost gospodarstva i povećanje potrošnje dobara na racionalan način koj je društveno odgovoran. Društvena razina uključuje očuvanje kulturne baštine, putem kojeg dionici turizma, u ovom slučaju turoperatori, unaprjeđuju kvalitetu života lokalne zajednice, te potporu društvenim institucijama. Ekološka pak razina vodi brigu za čist okoliš, smanjivanje negativnog utjecaja na okoliš, očuvanje prirodnih resursa, te poticanje biološke proizvodnje.

U današnje vrijeme masovnog turizma sve se češće dovodi do uništavanja prirodnih bogatstava i ljepota destinacije, stoga je bitno što više pažnje posvetiti očuvanju prirode na temelju koncepta održivog razvoja. Iako turizam ovisi o okolišu,

zbog nedostatka znanja, odgovornosti i dugoročnog planiranja, često rezultira neekološkim razvojem za područje zajednice i mjesta. Masovni turizam potrebno je sagledavati alternativnim pristupima koji ekološki odgovaraju i pomažu području, a isti se može učinkovito alternativno razvijati u smjeru kulturnog turizma.

Danas su kulturne razmjene značajan i integralan dio kulture i edukativnog turiza, koje su kao takve inkorporirae u dmenu održivog turizma. Studenti su najčešće pokretači edukativnog turizma kroz koji potiču rast i razvoj edukativnih studentskih putovanja. Upoznavanje novih kultura, stjecanje novih prijatelja, poboljšanje stranog jezika, neke su od prednosti edukativnih studentskih putovanja. Stjecanjem novih kulturoloških znanja pohađanjem različitih edukacija u procesima razmjene studenti pstaju bogatiji u svojim budućim razvojnim perspektivama. Proširenje vidika studenata u današnje vrijeme je izrazito bitno kada konkurencija obrazovanja raste. Upravo su edukativna putovanja jedna od bitnih stavki kako bi se kriteriji povećali i razlikovali od ostalih studenata prilikom potrage za budućim poslom.

7. POPIS LITERATURE

KNJIGE

1. Birkić. D.: Održivi turistički razvoj priobalne destinacije, Opatija 2016.
2. Cooper C., *Ekonomija turizma – načela i praksa*, Split, Ekokon, 2008.
3. Čavlek N., M. Bartoluci, D. Prebežac, O. Kesar i suradnici, *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Plana turs, 2011.
4. Črnjar M., *Ekonomika i politika zaštite okoliša*, Rijeka, Glosa, 2002.
5. Črnjar M., K. Črnjar, *Menadžement održivoga razvoja*, Rijeka, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci Glosa, 2009.
6. Institut za turizam, *Priručnik za upravljanje i razvijanje regija, destinacija i proizvoda*, Zagreb, Odraz, 2006.
7. Jovičić Ž., D. Jovičić, V. Jovičić, *Osnove turizma – integralno-fenomenološki pristup*, Zagreb, Plana turs, 2005.
8. Magaš D., J. Smolčić*, Metodološki aspekti utvrđivanja prihvatnog potencijala turističkih područja*, Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžement, 1999.
9. Muller H., *Turizam i ekologija*, Zagreb, Masmedia, 2004.
10. Peeters P., Gössling S., Ceron J.P., Dubois G., Patterson T., Richardson R.B., Studies E.: The Eco-efficiency of Tourism, Princenton Hall, USA, 2004.
11. Petrić L., *Osnove turizma*, Split, Ekonomski fakultet u Splitu, 2003.
12. Wood C., *Educational tourism – special Interest Tourism*, Brisbane, 2001.
13. Woodside A., *Tourism Management*, New York, CABI, 2008.

OSTALI IZVORI

1. Državni zavod za statistiku, Dolasci i noćenja turista u 2018. godini, God. LV, ZAGREB, 2/2019., Br. 4.3.2., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm, pristupljeno 16.09.2020.
2. Europska komisija, Erasmus + vodič program, 2005, https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/programme-guide_hr, (10.06.2020.)

3. Experience – Work and Travel, O nama, dostupno na https://experience-workandtravel.hr/ (18.09.2020.)
4. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Globalni etički kodeks za turizam, 2001., https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/101213-unwto-kodeks.pdf, (09.04.2020.)
5. Tomljenović R.,Boranić Živoder S., Akcijski plan razvoja kulturnog turizma; Ministrastvo turizma RH, 2015.
6. UNWTO, Data, http:// www2.unwto.org/content/data (Preuzeto 08.06.2020.)
7. Work and travel agencija, http://www.work-and-travel-agencija.info/ (23.09.2020.)
8. Work and travel agencija, http://www.work-and-travel-agencija.info/#vrste (23.09.2020.)

SAŽETAK

Diplomski rad obrađuje problematiku održivog i edukativnog turizma na primjeru Work and travel programa gdje se razmatra njihova poveznica.Cilj istraživanja je objasniti tematiku održivog i edukativnog turizma i uklopiti u work and travel program. Svrha istraživanja u radu je ukazati na važnost implementacije edukativngo turizma za stjecanje daljnjih iskustava, znanja i kompetencija u turizmu, ali i za sam razvoj dionika turizma koji se orijentira na kulturni segment razvoja te kreira održivost.

Danas su kulturne razmjene značajan i integralan dio kulture i edukativnog turiza, koje su kao takve inkorporirae u dmenu održivog turizma. Studenti su najčešće pokretači edukativnog turizma kroz koji potiču rast i razvoj edukativnih studentskih putovanja. Upoznavanje novih kultura, stjecanje novih prijatelja, poboljšanje stranog jezika, neke su od prednosti edukativnih studentskih putovanja. Stjecanjem novih kulturoloških znanja pohađanjem različitih edukacija u procesima razmjene studenti pstaju bogatiji u svojim budućim razvojnim perspektivama.

Ključne riječi: održivost, edukativni turizam, Work and Travel, edukacija, kultura

SUMMARY

This thesis deals with the issue of sustainable and educational tourism on the example of work and travel programs where their link is considered. The aim of the research explains the topic of sustainable and educational tourism and removes work and travel programs. The purpose of the research is to point out the importance of the implementation of educational tourism for gaining further experience, knowledge and competencies in tourism, but also for the development of tourism stakeholders who focus on the cultural segment of development and create sustainability.

Today, cultural exchanges are a significant and integrated part of culture and educational tourism, which as such are corporations in the domain of sustainable tourism. Students are most often the initiators of educational tourism through which they encourage the growth and development of educational student travel. Getting to know new cultures, making new friends, improving a foreign language are some of the benefits of educational student travel. By acquiring new cultural knowledge by attending various educations in exchange processes, students become richer in their future development perspectives.

Keywords: sustainability, educational tourism, Work and Travel, education, culture

POPIS TABLICA

Naziv **Broj tablice**

Tablica 1. Međuodnos turizma i globalizacije 8

Tablica 2. Broj turista u nekim primorskim turističkim mjestima 1897. i 1910 god. 11

Tablica 3. Dolasci i noćenja turista u Hrvatsku od 2014. – 2019. godine (milijuni) 13