

Razvoj omladinskog turizma

Barać, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:748505>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-18**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije
Preddiplomski sveučilišni studij
Kultura i turizam

ANA BARAĆ

RAZVOJ OMLADINSKOG TURIZMA

Završni rad

Pula, srpanj, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije
Preddiplomski sveučilišni studij
Kultura i turizam

ANA BARAĆ

RAZVOJ OMLADINSKOG TURIZMA

Završni rad

JMBAG: 0303053293

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Selektivni oblici turizma

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina, Turizam

Mentor: Aljoša Vitasović

Pula, srpanj, 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana **Ana Barać**, kandidatkinja za prvostupnicu **Kulture i turizma** ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega 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 Završnog 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

U Puli, 10. srpnja 2019.



IZJAVA o korištenju autorskog djela

Ja, **Ana Barać**; dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom **Razvoj omladinskog turizma** 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.

Potpis

U Puli, 10. srpnja 2019.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA	3
1.1. Definicija turizma.....	3
1.1.1. Osnovna jedinica za proučavanje turizma	4
1.1.2. Motivi turističkog putovanja	5
1.1.3. Funkcije turizma	7
1.2. Selektivni oblici turizma.....	8
1.2.1. Definicija selektivnih oblika turizma	8
1.2.2. Klasifikacija selektivnih oblika turizma	9
1.2.3. Obilježja selektivnih oblika turizma	11
2. RAZVOJ OMLADINSKOG TURIZMA.....	12
2.1. Definicija omladinskog turizma.....	12
2.2. Omladinski turizam kroz povijest.....	13
2.3. Osnovne karakteristike i značaj omladinskog turizma.....	15
2.4. Podjela omladinskog turizma	17
2.4.1. Edukacijski turizam.....	18
2.4.2. Volontiranje.....	19
2.4.3. „ <i>Work and trave USA</i> “	20
2.4.4. Kulturne razmjene	21
2.4.5. Sportski i avanturistički turizam	21
2.4.6. Odmorišni turizam	22
2.5. Trendovi rasta i razvoja omladinskog turizma	23
2.6. Interesi za daljnji razvoj omladinskog turizma	24
2.7. Potražnja za omladinskim turizmom u svijetu i Europi	25
2.8. Programi i organizacije razvoja omladinskog turizma	26
2.9. SWOT analiza.....	29

ZAKLJUČAK.....	30
LITERATURA	31
POPIS SLIKA	34
SAŽETAK	35
SUMMARY	36

UVOD

Predmet istraživanja završnog rada obuhvaća teorijsku razradu tematike pod nazivom „*Razvoj omladinskog turizma*“. Općenito, turizam je u današnjem razvijenom svijetu sve popularnija „*aktivnost*“, a može biti domaći i međunarodni. Turizam je također i jedan od temeljnih izvora prihoda mnogih svjetskih država, kao i najvažnija grana gospodarstva. Stoga, turizam se može opisati kao putovanje u svrhu ugone, rekreacije ili posla, a u većini situacija je ograničenog trajanja, a često se povezuje s putovanjem izvan domicilne zemlje. Isto tako, može se odnositi i na putovanje na druge lokacije u tuzemstvu, kao i na lokacije izvan mjesta stanovanja. U odnosu na teorijske odrednice turizma, turisti se mogu predstaviti kao ljudi koji putuju, tj. odsjedaju u mjestima izvan uobičajenog mjesta na razdoblje ne dulje od jedne godine.

Današnje vrijeme obilježeno je intenzivnim rastom turizma, i to na sve dijelove svijeta, kao i diverzifikaciju različitih oblika. Stoga, došlo je do pojave selektivnih oblika turizma koji se javljaju zbog sve većih želja i preferencija turista, a djeluju u okviru turističke ponude. Selektivni turizam je generički i sintetički termin koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, a utemeljen je na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih dionika, uravnoteženom razvoju, kvalitetnoj razini i izvornom identitetu. Kao sastavni dio i selektivni oblik, omladinski turizam sve više se razvija u posljednjih nekoliko godina, a mladi ljudi iz godine u godinu čine sve veći udio u svjetskim turističkim kretanjima. Gledajući na svjetske trendove, može se reći kako se omladinski turizam razvija i na području Republike Hrvatske, a posebice u Zagrebu kao glavnom i najvećem gradu.

Razvoj omladinskog turizma utjecao je i na promjene u strukturi potražnje za brojnim proizvodima i uslugama, te je došlo i do prijelaza ekonomije usluge u ekonomiju doživljaja. Stoga, može se reći kako se u današnje vrijeme sve manje kupuju usluge i stvari, a sve više se kupuju doživljaji. Mladi su u današnje vrijeme sve važniji turisti, i to prvenstveno iz razloga jer ne donose samo značajan ekonomski doprinos turističkim destinacijama koje posjećuju, nego kroz putovanja uvelike razvijaju osobne vještine, uspostavljaju društvene i kulturne veze te stječu iskustvo.

Omladinski turizam nije samo važan kao tržišni segment, nego predstavlja i ključni pokretač inovacija i promjena u društvu. U odnosu na predmet, cilj samog istraživanja završnog rada je ukazati na veliku važnog omladinskog turizma kao novog trenda, te prikazati njegove prednosti.

Sukladno metodologiji izrade završnog rada proučit će se i analizirati termini i definicije koji imaju veliki značaj za analizu proučavane tematike. U tom slučaju, potrebno je naglasiti kako se metodologija istraživanja temelji na općoj metodologiji izrade, te je u skladu s tim potrebno koristiti posebne „*istraživačke i znanstvene pristupe, a to su kvalitativni, empirijski i racionalni pristup te metoda sekundarnog istraživanja*“¹. Naime, pomoću metode sekundarnog istraživanja analizirat će se podaci dostupni u stručnoj literaturi, dok će empirijski i racionalni pristup imati konačni utjecaj na zaključni dio završnog rada. U konačnici, prilikom istraživanja koristit će se istraživačke metode „*analize i sinteze, indukcije i dedukcije, generalizacije i konkretizacije, apstrakcije i klasifikacije*“².

Uz uvodni i zaključni dio, struktura rada sastoji se od još dva temeljna poglavlja. Nakon uvodnog dijela, u prvom poglavlju iznesene su opće i teorijske odrednice selektivnih oblika turizma, i to prvenstveno kroz definiciju turizma, te definiciju, klasifikaciju i obilježja selektivnih oblika. Nadalje, u drugom poglavlju analizirana je tematika razvoja omladinskog turizma kroz definicije, povijesni pregled, osnovne karakteristike i značaj, podjelu, trendove rasta, interese, potražnju te međunarodne programe i organizacije razvoja omladinskog turizma. U konačnici, iznesena su zaključna razmatranja, popis literature, popis vlastoručno izrađenih grafičkih priloga te sažetak s ključnim riječima na hrvatskom i engleskom jeziku.

¹ ZELENKA, R. (2007), *Klasifikacija znanosti u fokusu metodologije i tehnologije znanstvenoga istraživanja*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka., str. 225.

² Ibidem., str. 330.

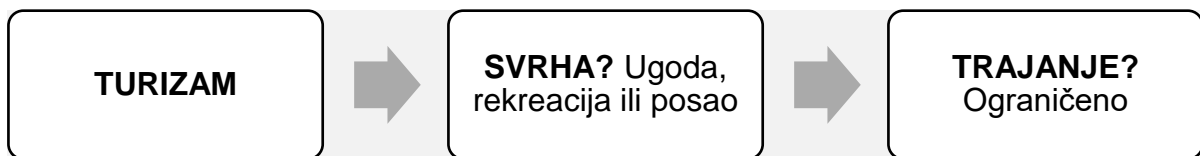
1. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Povijesno gledajući, razvoj turizma imao je značajan utjecaj na svjetske i društvene promjene. Prema tome, može se reći kako je druga polovica 20. stoljeća predstavila tzv. „prekretnicu“ od elitnog prema masovnom turizmu, dok je kraj 20. stoljeća obilježen razvojem selektivnih oblika turizma.

1.1. Definicija turizma

Turizam predstavlja putovanje u svrhu ugone, rekreacije ili posla, a u većini situacija je ograničenog trajanja. William F. Theobald je 1994. godine iznio mišljenje kako termin „turizam“ potječe od latinske riječi „tomare“ i grčke „tornos“ koje „približno označavaju kretanje u krug ili oko centralne osi“³. U nastavku teksta, na slici 1, grafički je prikazana definicija turizma.

Slika 1. Definicija turizma



Izvor: Prema: CROATIA LINK (2018), *Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela*. [Online] URL: <http://croatialink.com/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

Turizam predstavlja i „*ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost*“⁴. Naime, turizam se u jednoj od prvih definicija iz 1905. godine opisuje kao „*pojava modernoga doba, izazvana povećanom potrebom za odmorom i promjenom klime, probuđenim i njegovanim smislom za ljepote krajolika, radosti i užitak boravka u slobodnoj prirodi*“⁵. U današnje vrijeme, odnosno u većini zemalja svijeta, prihvaćena je opća definicija turizma sukladno kojoj „*turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od*

³ CROATIA LINK (2018), *Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela*. [Online] URL: <http://croatialink.com/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

⁴ ENCIKLOPEDIJA (2018), *Turizam*. [Online] URL: <http://www.enciklopedija.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

⁵ Ibidem.

jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju“⁶.

Turizam je postao poprilično popularna „aktivnost“ sve većeg broja ljudi i razvijenost svijetu, a može biti domaći i međunarodni. Danas je turizam jedan od temeljnih izvora prihoda mnogih država diljem svijeta, kao i jedna od najvažnijih gospodarskih grana.

1.1.1. Osnovna jedinica za proučavanje turizma

Osnovna jedinica za proučavanje turizma je „turist“, tj. svaka osoba koja na „putovanju izvan svojega mjesta stalnog boravka (domicila) provede najmanje 24 sata (ali ne dulje od jedne godine), a putovanje (koje ima obilježja povremenoga boravka) poduzima zbog odmora, razonode, rekreacije i relaksacije, obiteljskih, zdravstvenih, poslovnih, profesionalno – stručnih i sličnih razloga“⁷. Također, turist je i „dobrovoljni i privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativnom dugom i neučestalom kružnom kretanju“⁸. U nastavku teksta, na slici 2, grafički su prikazane osnovne karakteristike turista.

Slika 2. Osnovne karakteristike turista



Izvor: Prema: STANKOVIĆ, M. (1985), „Sociološko istraživanje turizma“, *Revija za sociologiju*, Vol. 15, No. 1 – 2, str. 77.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira turista kao posjetitelja, odnosno kao osobu koja „putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha

⁶ UNWTO (2018), UNWTO *Tourism Definitions*. [Online] URL: <http://publications.unwto.org/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

⁷ <http://croatialink.com/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

⁷ ENCIKLOPEDIJA (2018), *Turizam*. [Online] URL: <http://www.enciklopedija.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

⁸ STANKOVIĆ, M. (1985), „Sociološko istraživanje turizma“, *Revija za sociologiju*, Vol. 15, No. 1 – 2, str. 77.

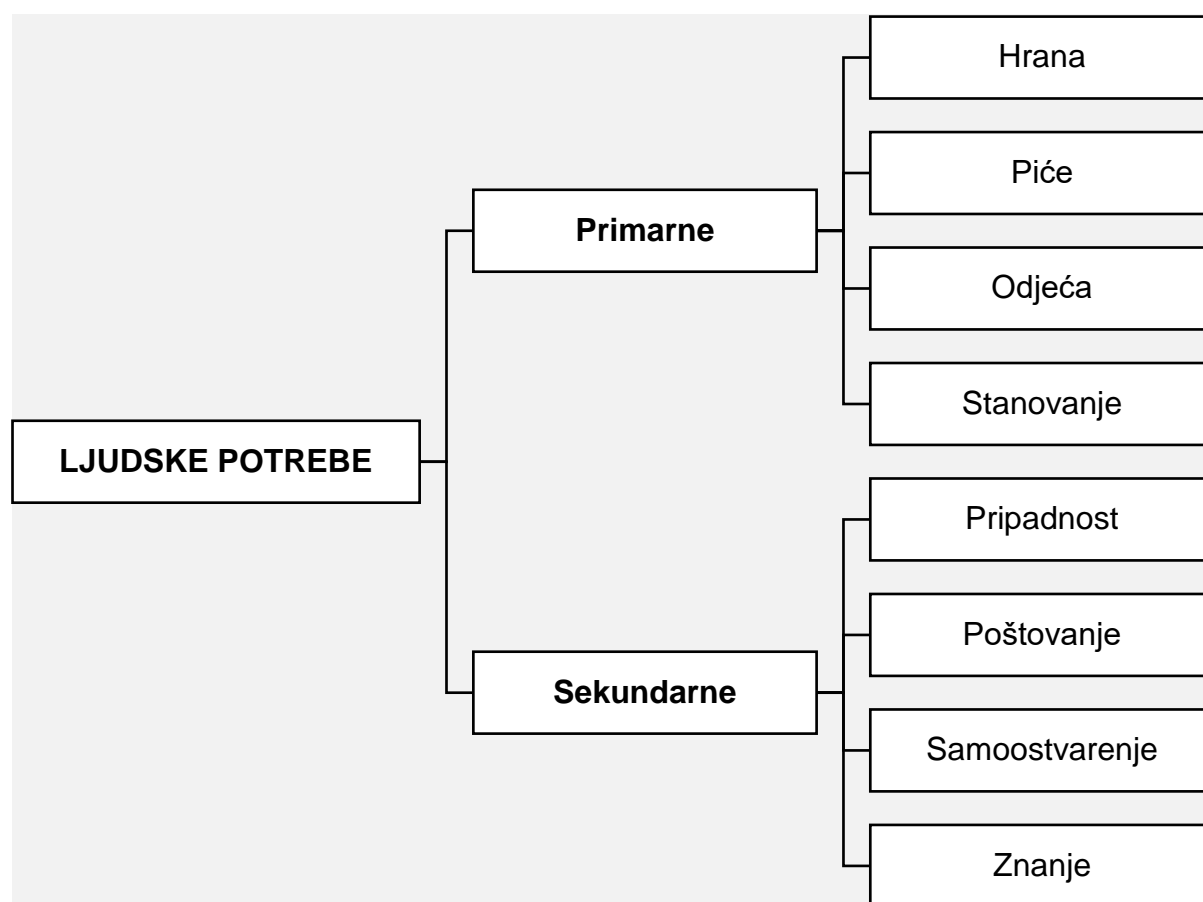
putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje⁹.

Fenomen putovanja oduvijek je privlačio ljude, a u „16. stoljeću putnik, odnosno turist postaje društveni oblik ponašanja jednog broja ljudi“¹⁰. U današnje vrijeme, turizam je postao sastavni dio života mnogobrojnih ljudi.

1.1.2. Motivi turističkog putovanja

Kako bi ljudi mogli svakodnevno i normalno obavljati poslove i radne zadatke, potrebno je prvenstveno zadovoljiti primarne potrebe koje se još mogu nazvati i egzistencijalnim. Naime, osim primarnih, ljudi imaju i sekundarne potrebe koje život čine kvalitetnijim, smislenijim i kompletnijim. U nastavku teksta, na slici 3, grafički su prikazane ljudske potrebe.

Slika 3. Ljudske potrebe



⁹ UNWTO (2018), UNWTO *Tourism Definitions*. [Online] URL: <http://publications.unwto.org/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

¹⁰ ŠTIFANIĆ, M. (2002), „Nastanak i razvoj sociologije turizma“, *Društvena istraživanja*, Vol. 11, No. 62, str. 861.

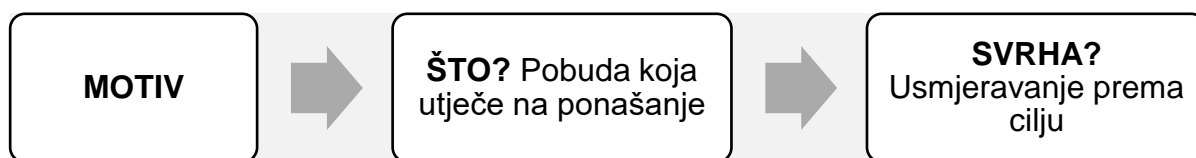
Izvor: Prema: RUŽIĆ, P. (2009), *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč., str. 85.

Općenito govoreći, potreba podrazumijeva „*osjećaj nedostatka, povezan sa sviješću da postoji neko sredstvo kojim se taj nedostatak može nadomjestiti*“¹¹. U svakoj od prethodno navedenih potreba moguće je pronaći i određene turističke potrebe, i to sukladno konzumaciji turističkih i ugostiteljskih usluga. Stoga, motivi dolaska turista se mogu podijeliti prema sljedećim stavkama:¹²

- pasivni odmor i opuštanje,
- zabava,
- prirodne ljepote,
- doživljaji,
- povoljne cijene,
- gastronomija,
- sport i rekreacija,
- kulturne znamenitosti, i
- blizina mjesta.

Motiv se može definirati i predstaviti kao „*pobuda koja čovjekovo ponašanje usmjerava prema određenom cilju*“¹³. U nastavku teksta, na slici 4, grafički je prikazana definicija motiva.

Slika 4. Definicija motiva



Izvor: Prema: RUŽIĆ, P. (2009), *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč., str. 85.

¹¹ RUŽIĆ, P. (2009), *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč., str. 85.

¹² IZTZG (2018), *Motivi putovanja turista u organiziranim skupinama*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

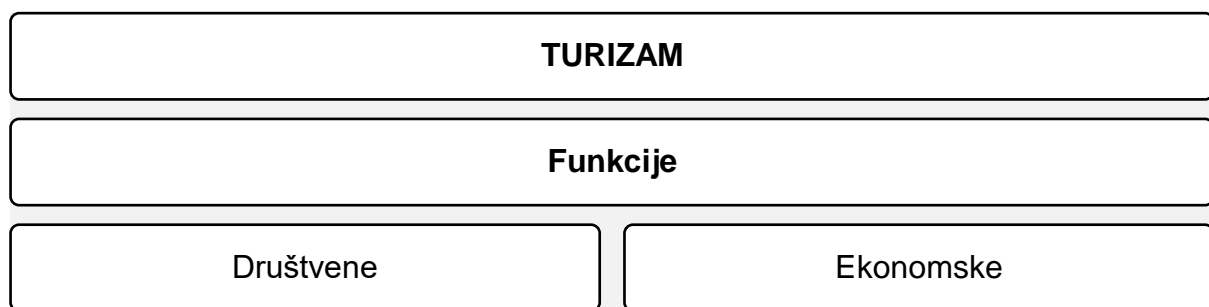
¹³ ENCIKLOPEDIJA (2018), *Motiv*. [Online] URL: <http://www.enciklopedija.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

Turistički motivi, odnosno pokretači za zadovoljavanje potreba predstavljaju unutarnje poticaje čovjeka za uključivanje u turističke tokove i zadovoljavanje određenih potreba.

1.1.3. Funkcije turizma

Zbog velikog niza koristi koje proizlaze iz razvoja turizma, može se reći da je turizam stekao status važne komponente brojnih nacionalnih gospodarstava. U nastavku teksta, na slici 5, grafički su prikazane funkcije turizma.

Slika 5. Funkcije turizma



Izvor: Prema: ENCIKLOPEDIJA (2018), *Turizam*. [Online] URL: <http://www.enciklopedija.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

U skladu s grafičkim prikazom, potrebno je naglasiti da „*društvene funkcije turizma pridonose humanističkim vrijednostima turizma (obogaćivanju čovjeka novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima) i povezuju se s izvornim motivima turističkih kretanja, koji nisu u vezi s postizanjem gospodarskih ciljeva, a dijele se na one s neposrednim i posrednim djelovanjem*“¹⁴. Nadalje, za razliku od društvenih funkcija, ekonomske su usmjerene prema postizanju konkretnih učinaka, kao što su:¹⁵

- turistička potrošnja,
- izvoz roba i usluga,
- izravne investicije,
- aktiviranje turističkih potencijala, i
- razvoj nedovoljno razvijenih područja.

¹⁴ ENCIKLOPEDIJA (2018), *Turizam*. [Online] URL: <http://www.enciklopedija.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

¹⁵ Ibidem.

Također, kod ekonomskih funkcija odvijaju se brojne faze turističke potrošnje i podrazumijevaju deset temeljnih funkcija.

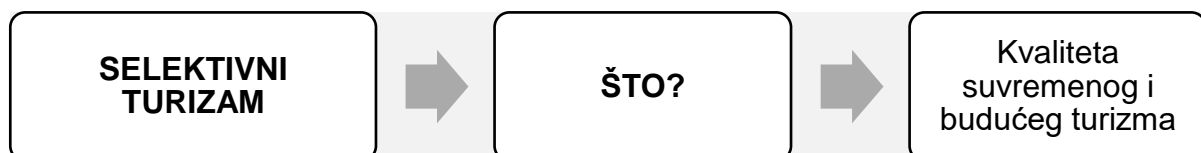
1.2. Selektivni oblici turizma

U današnje vrijeme, turisti tragaju za što boljim i kvalitetnijim odmorom, a isto tako i sve više sami istražuju te osmišljavaju putovanju. Isto tako, turisti su sve češće i u potrazi za nezagađenom prirodom koja pruža relaksaciju i odmor. Suvremeni turisti su dinamični potrošači koji očekuju rekreaciju, aktivan odmor i zabavu, a veća očekivanja turista nastala su kao rezultat stupnja obrazovanja, razvoja tehnologije i prethodnih iskustava.

1.2.1. Definicija selektivnih oblika turizma

Današnjim turistima nastoji se prilagoditi turistička ponuda, odnosno turistički proizvod, tvoreći u konačnici različite oblike turizma. Prema tome, može se reći kako dolazi i do stvaranja konkurentnosti na turističkom tržištu što također ima veliki utjecaj i na cjelokupno gospodarsko. Naime, uočavajući znakove negativnosti daljnjeg razvoja masovnog turizma, javila se potreba za pronalaženjem adekvatnog modela koji vodi prema održivom razvoju turizma. Stoga, selektivni turizam predstavlja *„sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području“*¹⁶. U nastavku teksta, na slici 6, grafički je prikazana definicija selektivnog turizma.

Slika 6. Definicija selektivnog turizma



Izvor: Prema: GEIĆ, S. (2011), *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split., str. 113

¹⁶ GEIĆ, S. (2011), *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split., str. 113.

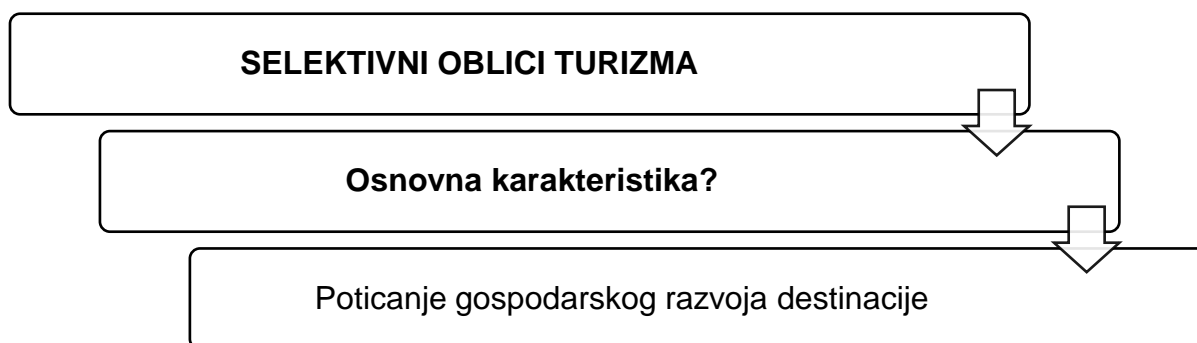
Održivi razvoj predstavlja „odnos između dinamičnih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek i većih dinamičnih ekoloških sustava koji se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži“¹⁷. Također, održivi razvoj se može definirati i kao proces brojnih promjena u kojemu su „iskorištavanje resursa, smjer ulaganja, orijentacija tehničkog razvoja i institucionalne promjene u međusobnom skladu te omogućavaju ispunjavanje potreba i očekivanja sadašnjih i budućih generacija“¹⁸.

Za razliku od navedenih teorijskih odrednica, cilj održivog razvoja je trojak, a obuhvaća gospodarsku „učinkovitost koja se očituje kroz gospodarski rast i razvoj, socijalni napredak kao društvenu održivost koja se postiže ostvarivanjem zadovoljavanja stupnja životnog standarda i odgovornost prema okolišu što podrazumijeva razvoj koji poštuje prihvatni kapacitet okoliša, tj. sposobnost okoliša da podnese onečišćenje i iscrpljivanje prirodnih izvora“¹⁹.

1.2.2. Klasifikacija selektivnih oblika turizma

Selektivni oblici turizma potiču održivi razvoj na receptivnom tržištu, tj. potiču razvoj cjelokupnog standarda koji je neophodan za zaštitu prirodnih resursa, kao i u svrhu povećanja sigurnosti turista u turističkoj destinaciji. Danas, „održivi razvoj postaje strateška odrednica selektivnih turističkih vrsta i ključni činitelj njihovog razvoja“²⁰. U nastavku teksta, na slici 7, grafički je prikazana osnovna karakteristika selektivnih oblika turizma.

Slika 7. Osnovna karakteristika selektivnih oblika turizma



¹⁷ ČRNJAR, M. (2002) *Ekonomika i politika zaštite okoliša*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka., str. 189.

¹⁸ Ibidem., str. 189.

¹⁹ HERCEG, N. (2013), *Okoliš i održivi razvoj*, Synopsis d.o.o., Zagreb., str. 59.

²⁰ DOP (2018), *Održivi razvoj*. [Online] URL: <http://www.dop.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

Izvor: Prema: DOP (2018), *Održivi razvoj*. [Online] URL: <http://www.dop.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

Prethodno prikazana karakteristika selektivnih oblika turizma očituje se u poticanju gospodarskog razvoja turističke destinacije, i to posebice malog gospodarstva. Navedena karakteristika traži „*pažnju*“ od administracije i svih tranzicijskih zemalja, i to iz razloga jer se veliki dio ekonomije temelji na malom i srednjem poduzetništvu. Jedna od prvih podjela selektivne oblike dijeli prema motivaciji i prema vanjskim učincima, a prema motivaciji podrazumijeva:²¹

- rekreativni turizam (zdravstveni turizam, bliže i dalje destinacije),
- kulturni turizam (religijski i kulturni svjetovni turizam),
- socijalni turizam (roditeljski turizam te turizam saveza i udruženja),
- sportski turizam (aktivni i pasivni),
- komercijalni turizam (kongresni i poslovni te izložbe i sajmovi), i
- politički turizam (političke manifestacije i diplomatska događanja).

U odnosu na prethodno navedenu podjelu prema motivaciji, selektivni oblici se mogu podijeliti i prema uzorcima i vanjskim učincima, a to su:²²

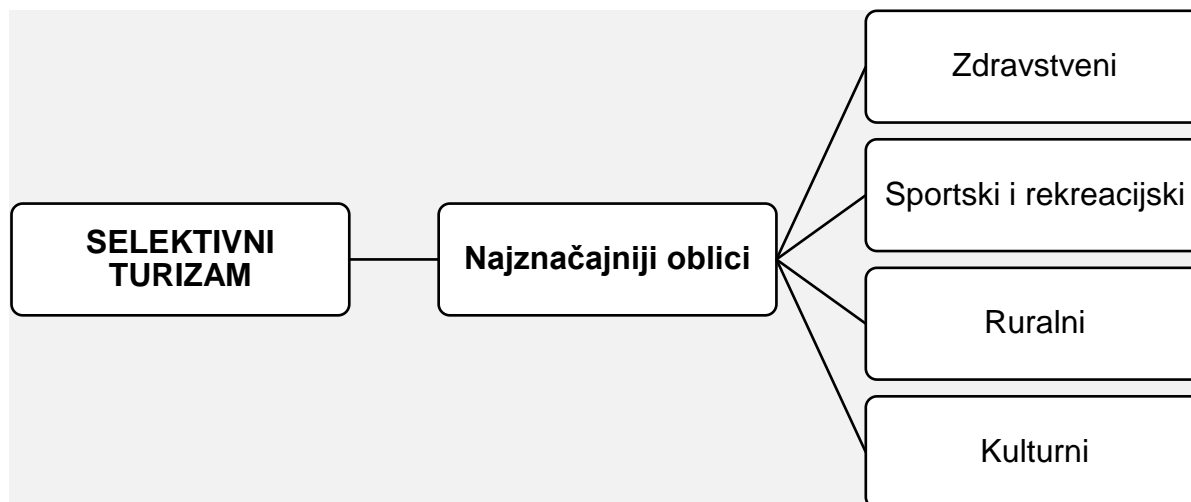
- podrijetlo (nacionalni i međunarodni turizam),
- trajanje boravka (kratki, tranzitni, rekreativni, duže trajanje i godišnji odmori),
- sezona (ljetni i zimski),
- broj sudionika (individualni, kolektivni, skupine, klubovi, obiteljski i masovni turizam),
- dob sudionika (mladi i ljudi treće dobi),
- prijevoz (automobilski, željeznički, pomorski, riječni, jezerski i avionski),
- smještaj (hoteli, kamping, sekundarni domicil i sl.),
- učinak na platnu bilancu (aktivni i pasivni),
- plaćanje (socijalni, štednje i krediti), i
- sociološki čimbenici (luksuzni, ekskluzivni, tradicionalni, socijalni i turizam mladih).

²¹ GEIĆ, S. (2011), *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split., str. 225.

²² Ibidem., str. 225.

U nastavku teksta, na slici 8, grafički su prikazani najznačajniji oblici selektivnog turizma.

Slika 8. Najznačajniji oblici selektivnog turizma



Izvor: Prema: GEIĆ, S. (2011), *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split., str. 231.

Današnji selektivni oblici turizma uvelike i značajno pridonose ekološkim pitanjima te upotpunjavaju ponudu novim sadržajima i vrstama suvremenog turizma.

1.2.3. Obilježja selektivnih oblika turizma

Osnovno obilježje selektivnih vrsta turizma je „*disperzija, odnosno diverzifikacija ponude i turističkih proizvoda*“²³, a veliki broj današnje ponude turističkih proizvoda uvelike je prilagođen manjih skupinama turista, tj. potrošača. U prethodno navedenom procesu realiziraju se određene stavke, a to su „*zadovoljenje potreba turista, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda*“²⁴. Naime, strateški razvoj proizvoda u ponudi selektivnih vrsta odvija se dinamički, a turistički proizvodi kratkog su vijeka. Također, strateška orijentacija menadžmenta turističkih proizvoda fokusira se na oblikovanju novih proizvoda, a ne na regeneraciji i oživljavanju onih starih. Stoga, u navedenoj „*strategiji razvoja ponude i strateškom menadžmentu proizvoda očituje se dominacija marketinške koncepcije razvoja*“²⁵. Na kraju, relativno

²³ LUKOVIĆ, T. (2008), „Selektivni turizam, hir ili znanstveno – istraživačka potreba“, *Acta turistica nova*, Vol. 2, No. 1, str. 57.

²⁴ Ibidem., str. 57.

²⁵ Ibidem., str. 57.

neelastično turističko tržište ponude postaje znatno elastičnije te ostvaruje partnerske oblike bazirane na zadovoljenju potražnje turista.

2. RAZVOJ OMLADINSKOG TURIZMA

Prvenstveno, kada se govori o omladinskom turizmu, potrebno je naglasiti da se u njega ubraja „*skupina ljudi (turista) koji se nalaze u dobi od 15 do 35 godina*“²⁶. Mnogi ljudi u današnje vrijeme smatraju kako bi u navedenoj podjeli trebalo računati samo ljude do 30 godina, no moderni način života podrazumijeva činjenicu da se mladi sve duže obrazuju, odnosno sve kasnije stupaju u brak te je zbog toga dobna granica pomaknuta na 35 godina. Naime, tu se nalaze pretežno ljudi „*visokog stupnja obrazovanja i studenti koji žele proširiti vlastite horizonte i uz klasičnu dokolicu koja je sastavni dio svakog odmora žele nešto novo naučiti i upoznati*“²⁷.

Pripadnici omladinskog turizma, za cilj imaju, uz odmor, upoznati i lokalne kulture i običaje, školovati se i doživjeti destinaciju putem interakcije s domaćim stanovništvom.

2.1. Definicija omladinskog turizma

Jedna od općenitih definicija navodi kako je omladinski turizam u „*kojem sudjeluju mladi ljudi*“²⁸. U nastavku teksta, na slici 9, grafički je prikazana općenita definicija omladinskog turizma.

Slika 9. Općenita definicija omladinskog turizma



Izvor: Prema: VUKONIĆ, B., ČAVLEK, N. (2001), *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb., str. 258.

Vidljivo je kako navedenoj definiciji nedostaju određeni dobni kriteriji, no dobna granica ne predstavlja jedini uvjet jer je potrebno u obzir uzeti i način te stil života,

²⁶ EKONOMSKI PORTAL (2018), *Omladinski turizam – Why not Croatia?*. [Online] URL: <http://ekonomskiportal.com/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

²⁷ Ibidem.

²⁸ VUKONIĆ, B., ČAVLEK, N. (2001), *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb., str. 258.

zaposlenje i bračno stanje. Jedna od definicija navodi kako „*omladinska putovanja uključuju sva nezavisna i samostalna putovanja za period manji od jedne godine koja ostvaruju dobne skupine između 16 i 29 godina starosti, a koji su motivirani, djelomično ili u potpunosti, željom za upoznavanjem novih kultura, razvoja životnog iskustva i/ili koristima od formalnih ili neformalnih mogućnosti učenja izvan njihovih uobičajenih okruženja*”²⁹. U današnje vrijeme je prihvaćena činjenica kako su studenti i mladi ljudi na turističkom tržištu zapravo niša koja bilježi najveći rast. Osim ekonomske koristi, turističke destinacije koje posjećuju mladi ljudi postaju dinamičnije te kao takve u konačnici privlače i druge turiste. U nastavku teksta, na slici 10, grafički su prikazane osnovne koristi omladinskog turizma.

Slika 10. Osnovne koristi omladinskog turizma



Izvor: Prema: ECON PAPERS (2018), *Conceptual Clarifications Regarding Youth Travel*. [Online] URL: <https://econpapers.repec.org/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

Naime, zbog sve veće svjetske globalizacije, većeg pristupa informacijama, promjeni načina života i boljoj prometnoj povezanosti, sve veći broj mladih uviđa prilike koje im se pružaju izvan države stanovanja. Mladi se u većini situacija „*prvi*” susreću s novim, odnosno s neistraženim turističkim destinacijama, i to iz razloga jer vole otkrivati nepoznato.

2.2. Omladinski turizam kroz povijest

Povijesno gledajući, razdoblje razvoja omladinskog turizma veže se za vremenski period od sredine 16. pa sve do sredine 19. stoljeća. U to vrijeme, većinom su putovali pripadnici imućnijih trgovaca i aristokrati. U to vrijeme, omladinska putovanja bila su poznatija pod nazivom „*Grand Tour of Europe*“, a samim time postala su i obvezni dio školovanja mladih pripadnika aristokracije. Navedena putovanja su trajala u prosjeku od 2 do 4 godine, a većinom su obuhvaća zemlje Mediterana,

²⁹ ECON PAPERS (2018), *Conceptual Clarifications Regarding Youth Travel*. [Online] URL: <https://econpapers.repec.org/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

odnosno zemlje kolijevke civilizacije i kulture. U nastavku teksta, na slici 11, ilustrativno su prikazane zemlje povijesnog omladinskog turizma.

Slika 11. Ilustrativni prikaz zemalja povijesnog omladinskog turizma



Izvor: TRIP SAVVY (2018): *The Grand Tour of Europe Revisited*. [Online] URL: <https://www.tripsavvy.com/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

Prvo omladinsko putovanje podrazumijevalo je višednevni izlet, a proveden je 1909. godine u pratnji učitelja Richarda Schirmanna koji je na putovanje poveo grupu učenika. Naime, omladinska putovanja nazivaju se i tzv. „*pretečom pravih turističkih putovanja*“³⁰, a u to vrijeme Schirmann je za svoju grupu učenika koristio seoske škole, i to kao privremene hostele za noćenje i odmor. Schirmann nije odustajao od ideje da u Njemačkoj otvori mreže hostela te je u skladu s tim 1912. godine u dvorcu „*Altena*“ koji se nalazi u Sauerlandu otvorio prvi stalni hostel.

U to vrijeme, ideja omladinskog turizma se znatno i brzo proširila, te je u periodu od 1912. do 1913. godine otvoreno čak 83 hostela, a do 1931. godine na području Europe otvoreno je preko 2600 hostela.

³⁰ PETRIĆ, L. (2013), *Osnovne turizma*, Ekonomski fakultet Split, Split., str. 71.

Što se tiče područja Hrvatske, može se reći kako omladinski turizam ima dugu tradiciju, i to iz razloga jer su u doba Austro – Ugarske otvorene studentske organizacije kojima je temeljni cilj bio organizacija putovanja mladih. Nadalje, 1938. godine je u Dubrovniku izgrađen prvi omladinski hotel na području jugoistočne Europe, što je predstavljalo početak bavljenja omladinskim turizmom.

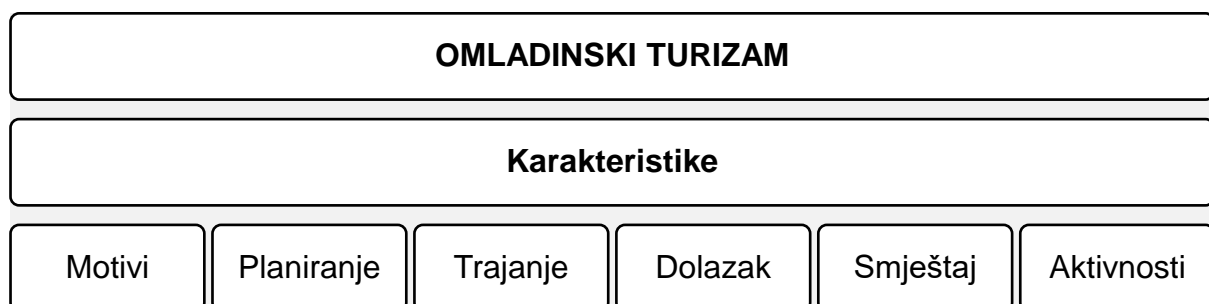
Naime, 50 – ih godina prošloga stoljeća, osnovana je organizacija za omladinski i studentski turizam pod nazivom „Hrvatski ferijalni hostelski savez“, a osnovna zadaća im je bila razvijanje turističke kulture i omladinskog turizma. U konačnici, može se reći kako je Domovinski rat uvelike utjecao na pad turističke potražnje, a također su i brojni smještani objekti uništeni.

Početak 21. stoljeća donio je brojne promjene vezane za omladinski turizam, te se sve više ulaže u smještajne kapacitete i povećava se broj programa.

2.3. Osnovne karakteristike i značaj omladinskog turizma

U osnovne karakteristike omladinskog turizma svrstavaju se opća obilježja koja se mogu primijeniti na većinu turista, a također su karakteristična i za mlade s određenog područja ili određenih dobnih skupina. U nastavku teksta, na slici 12, grafički su prikazane karakteristike omladinskog turizma.

Slika 12. Karakteristike omladinskog turizma



Izvor: Prema: EKONOMSKI PORTAL (2018), *Omladinski turizam – Why not Croatia?*. [Online] URL: <http://ekonomskiportal.com/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

Osnovni i glavni motivi putovanja kod mladih, „osim dokolice i razonode, uključuju i upoznavanje novih kultura i običaja, upoznavanje novih ljudi, duhovni razvoj, školovanje, zabavu, osobni razvoj, profesionalni razvoj, učenje stranih jezika te

doživljaj destinacije u kojoj borave kroz intenzivnu komunikaciju i kontakte s domicilnim stanovništvom³¹.

U odnosu na navedene motive, kod mladih je „*pristup planiranju itinerera turističkih putovanja mnogo samostalniji od pristupa klasičnih turista*“³². Sukladno prethodno navedenoj tvrdnji, može se reći da su mladi spremni na iznenadne i česte promjene te imaju poprilično fleksibilan plan putovanja. Stoga, njihova su putovanja u većini situacija individualna, ali se također se odlučuju i na unaprijed pripremljene programe. Također, „*planiranje putovanja ovisi i o samoj motivaciji odlaska na navedeno putovanje, a u slučaju dužeg boravka prije samog putovanja potrebno je uzeti u obzir i određene akademske obveze, te mogućnosti izostanka na predavanjima*“³³.

Nadalje, omladinska putovanja traju znatno duže od klasičnih putovanja. Primjerice, klasična turistička putovanja uobičajeno traju između 7 i 14 dana, a turistička putovanja u omladinskom turizmu uobičajeno traju do nekoliko tjedana, no ponekad čak mogu potrajati i nekoliko mjeseci, ili čak cijelu godinu.

Danas, „*mlade karakterizira velika sklonost prema netradicionalnim vrstama prijevoza do određene turističke destinacije*“³⁴. Tradicionalni turisti pretežno koriste klasična prijevozna sredstva, kao što je primjerice prijevoz osobnim automobilom, autobusom ili zračni prijevoz, dok mladi, uz prethodno navedene vrste prijevoza, koriste i manje uobičajene tipove prijevoza kao što su:

- javni prijevoz,
- stopiranje,
- željeznički prijevoz, i
- „rent – a – car“, i
- „bla bla car“.

Značajna karakteristika mladih je također i velika sklonost jeftinijim vrstama smještaja, a budžet koriste na razne aktivnosti koje im se nude u određenoj turističkoj

³¹ EKONOMSKI PORTAL (2018), *Omladinski turizam – Why not Croatia?*. [Online] URL: <http://ekonomskiportal.com/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

³² Ibidem.

³³ Ibidem.

³⁴ BUFFA, F. (2015), „Young Tourists and Sustainability. Profiles, Attitudes, and Implications For Destination Strategies“, *Sustainability*, Vol. 11, No. 7, str. 14042.

destinaciji. Prema tome, „mladi većinom odsjedaju u hostelima, privatnom smještaju ili hotelima niže kategorije, kod rodbine ili prijatelja, kampovima ili sudjeluju u couchsurfingu – program preko kojeg je moguće dobiti besplatan smještaj u određenoj destinaciji“³⁵.

Na kraju, može se reći da su mladi u intenzivnom kontaktu s lokalnim stanovništvom, te su u odnosu na klasične turiste, „skloniji svjesnom poduzimanju rizika tijekom sudjelovanja u različitim aktivnostima“³⁶. Također, mladi sudjeluju i u raznim vrstama fizičkih aktivnosti, kao što su „bungee jumping“, ekstremni biciklizam i planinarenje.

U nastavku teksta, na slici 13, grafički je prikazan značaj omladinskog turizma.

Slika 13. Značaj omladinskog turizma



Izvor: Prema: IZTZG (2018), *Kako osnovati i upravljati hostelom*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

Cjelokupni „značaj omladinskog turizma je dugi niz godina bio neopravdano zanemarivan kako od znanstvene tako i od stručne javnosti“³⁷. U današnje vrijeme, turistička struka, kao i cjelokupna javnost, prepoznaje važnost i značaj omladinskog turizma za globalno turističko gospodarstvo. Putovanja u sklopu omladinskog turizma ne poduzimaju se samo zbog dokoličarskih motiva, nego je važno naglasiti kako iskustva stečena tijekom putovanja doprinose osobnom razvoju te mogu biti korisna za kasniji profesionalni razvoj.

2.4. Podjela omladinskog turizma

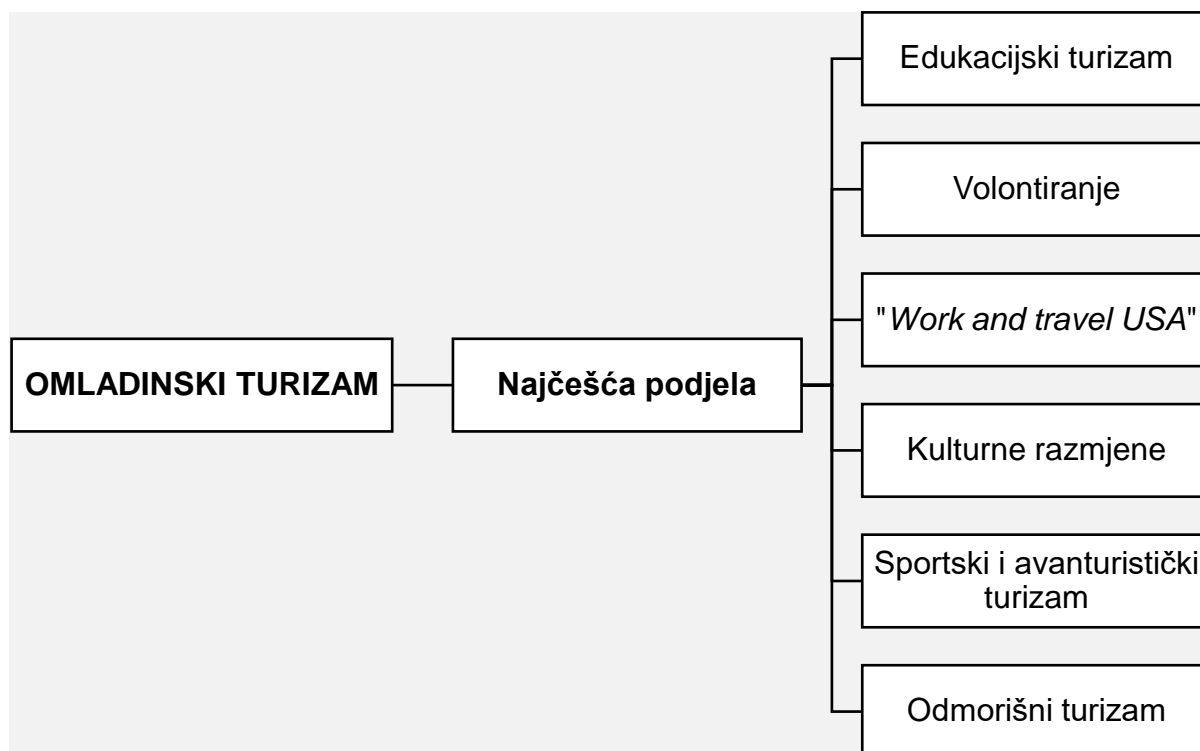
Omladinski turizam je znatno širok pojam i sukladno tome ima veliki broj podjela, a većina podjela se „preklapa“ te nije jasno definirana. U nastavku teksta, na slici 14, grafički je prikazana najčešća podjela omladinskog turizma.

³⁵ IZTZG (2018), *Kako osnovati i upravljati hostelom*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

³⁶ Ibidem.

³⁷ Ibidem.

Slika 14. Najčešća podjela omladinskog turizma



Izvor: Prema: WYSETC (2018), *Tapping into power of youth travel for sustainable tourism*. [Online] URL: <https://www.wysetc.org/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

U nastavku teksta završnog rada, odnosno u narednim potpoglavljima, definirat će se i predstaviti svaka pojedina vrsta omladinskog turizma.

2.4.1. Edukacijski turizam

Edukacijski turizam razvio se iz „*rastućeg trenda usvajanja novih znanja, ali i prenošenja znanja na druge, kao i poboljšavanja sposobnosti izvan učionica*“³⁸. U edukacijskom turizmu fokus je stavljen na upoznavanje s kulturom, odnosno na upoznavanje s novim znanjima, kao i na rad te primjenu znanja usvojenih u učionici. Sukladno tome, definicija edukacijskog turizma navodi „*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*“³⁹. Prema tome, edukacijski turizam može uključivati:

³⁸ CROATIA LINK (2018), *Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela*. [Online] URL: <http://croatialink.com/>, posjećeno: 20. studenog 2018.

³⁹ RITCHIE, B. W. (2003), *Managing Educational Tourism*, UK: Channel View Publications, Clevedon., str. 18.

- studijske grupe i putovanja,
- domaća i međunarodna studentska putovanja,
- škole stranih jezika,
- programe razmjene i ekskurzije.

U odnosu na navedene odrednice, važno je naglasiti kako edukacijski turizam može biti formalno organiziran ili organiziran kao individualno putovanje.

2.4.2. Volontiranje

Termin „*volonter*“ označava osobu koja besplatno obavlja određenu službu, što dovodi do zaključka kako volontiranje označava besplatnu službu. Naime, volonterstvo i volontiranje su diljem svijeta „*definirani na različite načine i imaju različite dimenzije, ali se može slobodno reći kako je u svojoj najširoj definiciji volonterski rad neplaćeno, nekarijerističko, neprofitno i slobodno izabrano djelovanje koje se javlja u različitim oblicima*“⁴⁰. U današnje vrijeme, Republika Hrvatska prihvatila je definiciju volonterstva koja navodi kako se volontiranjem „*smatra dobrovoljno ulaganje osobnog vremena, truda, znanja i vještina kojima se obavljaju usluge ili aktivnosti za dobrobit druge osobe ili za opću dobrobit, a obavljaju ih osobe bez postojanja uvjeta isplate novčane nagrada ili potraživanja druge imovinske koristi*“⁴¹.

Prvenstveno, volontiranje predstavlja dobrovoljnu aktivnost i slobodu izbora. Prema tome, može se reći kako sloboda predstavlja osnovnu težnju ljudske civilizacije, kao i temeljno obilježje demokracije. Osim prethodno navedenog, volonterstvo u sebi sadrži i „*potencijal izgradnje suosjećanja i solidarnosti s drugima i drugačijima*“⁴².

Gledajući s turističkog aspekta, većina turista koji dolaze volontirati u određenu zemlju žele također i istražiti destinaciju te se dulje zadržati u njoj nego da su došli na godišnji odmor. Pri tome, odnosno prilikom volontiranja, turisti svojim boravkom pomažu i lokalnoj zajednici. Naime, volonterske aktivnosti se u većini situacija provode putem organizacija civilnog društva te ustanova socijalne i zdravstvene skrbi.

⁴⁰ EUROPA.EU (2018), *Što je volontiranje?*. [Online] URL: <https://europa.eu/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

⁴¹ Ibidem.

⁴² Ibidem.

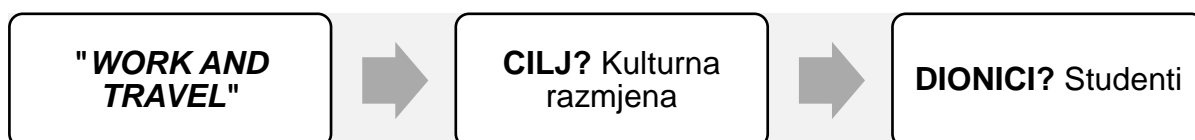
2.4.3. „Work and trave USA“

Program pod nazivom „Work and Trave USA“ „omogućuje studentima iz cijelog svijeta da tijekom ljetnih mjeseci borave u Americi i obavljaju, zajedno s američkim studentima i studentima drugim zemalja širom svijeta, poslove sezonskog karaktera kod poslodavaca širom Amerike“⁴³. Navedeni program također se smatra i obrazovnim, i to iz razloga jer stranim studentima u konačnici omogućuje učenje i usavršavanje engleskog jezika.

Vlada Sjedinjenih Američkih Država (SAD) pomaže sudionicima prilikom pronalaska poslova, te im osigurava i dozvolu za rad, tzv. „radnu vizu“ u trajanju od maksimalno 4 mjeseca, kao i turističku vizu u trajanju od 1 mjeseca, a nalazi se u sklopu radne vize.

Nadalje, „Work and Travel Group“ pruža studentima i mladima od 18 do 35 godina „upoznavanje s različitim kulturama, stjecanje iskustava i vještina, kao i usavršavanje stranih jezika, kroz programe kulturne razmjene, stručne prakse“⁴⁴ i radnih programa u Americi i diljem svijeta. U nastavku teksta, na slici 15, grafički je prikazan cilj „Work and Travel“ programa.

Slika 15. Cilj „Work and Travel“ programa



Izvor: Prema: VIKING TRAVEL (2018), *Što je to Work and Travel USA program?*. [Online] URL: <http://vikingtravel.hr/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

Program pomaže „studentima istaknuti se iz mase“⁴⁵, te predstavlja način za dobivanje nove perspektive, i to ne kao turista, nego kao „aktivnog sudionika u svakodnevnom životu“⁴⁶.

⁴³ VIKING TRAVEL (2018), *Što je to Work and Travel USA program?*. [Online] URL: <http://vikingtravel.hr/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ INTEGRAL EDU (2018), *Work and Travel USA Program pomaže studentima istaknuti se iz mase*. [Online] URL: <http://www.integraledu.hr/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

2.4.4. Kulturne razmjene

Kulturne razmjene se mogu definirati i predstaviti kao „*razmjene pojedinaca između različitih država*“⁴⁷. Programi kulturnih razmjena „*omogućuju studentima različitih kulturoloških, religijskih, geografskih ili socio – ekonomskih pozadina da razviju bolje razumijevanje različitosti u njihovoj domicilnoj državi, ali i diljem svijeta*“⁴⁸. Sukladno tome, može se reći da je omogućena razmjena pojedinih kultura, odnosno omogućeno je stjecanje novih i jedinstvenih iskustava.

U današnje vrijeme, kulturne razmjene među mladima počele su u razdoblju nakon Drugog svjetskog rata, odnosno u vrijeme kada su promovirane razmjene kultura s ciljem izbjegavanja daljnjih sukoba u budućnosti. U samom početku, razmjene su se odvijale putem pisama, no razvojem tehnologije razmjene su uvelike poboljšane. Prilikom provedbe programa kulturne razmjene, „*mladi imaju priliku živjeti u drugoj državi u domicilnoj obitelji, kraći ili duži period, te se imaju priliku upoznati s drugom kulturom*“⁴⁹.

Osnovi cilj kulturnih razmjena podrazumijeva učenje mladih o drugim kulturama, i to od drugih kultura s kojima pronalaze i rješenja pojedinih, tj. konkretnih problema današnjice.

2.4.5. Sportski i avanturistički turizam

Sportski i avanturistički turizam predstavljaju vrlo važnu odrednicu i sastavnicu omladinskog turizma, i to iz razloga jer većina mladih tijekom svojih putovanja sudjeluju u sportskim i avanturističkim aktivnostima diljem zemlje i svijeta. Veliki broj mladih se tijekom putovanja odlučuje na sudjelovanje u pojedinom sportskom događaju.

⁴⁶ Ibidem.

⁴⁷ DICTIONARY (2018), *Cultura Exchange*. [Online] URL: [ps://www.dictionary.com/](https://www.dictionary.com/), posjećeno: 24. studenog 2018.

⁴⁸ CIEE (2018), *Cultural Exchange*. [Online] URL: <https://www.ciee.org/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

⁴⁹ Ibidem.

Danas su turizam i sport „postali dvije vrlo popularne, globalne, društvene aktivnosti koje su se izrazito razvile od 20. stoljeća do danas“⁵⁰, te u konačnici predstavljaju i dio globalne kulture. Stoga, može se reći da „sport obuhvaća turističke aktivnosti, a turizam se, s druge strane, barem jednim dijelom, zasniva na sportu i rekreaciji“⁵¹. Važnu poveznicu između sporta i turizma osigurali su društveno – ekonomski odnosi, i to iz razloga jer su putovanja, kao i samo bavljenje sportom, postali dostupni velikom broju ljudi, a navedeni pristup postao je način tzv. „životne filozofije“. Sportski turizam može se promatrati s raznih aspekta, a to su:

- aktivni sportski turizam,
- sportska događanja, i
- nostalgijski sportski turizam.

Aktivni sportski turizam obuhvaća pojedince, tj. grupe, koji sami putuju i sudjeluju u određenom sportskim događajima, dok se sportska događanja mogu klasificirati primjerice kao nogometna, košarkaška, rukometna i brojna druga. Nostalgijski sportski turizam uključuje posjete sportskim atrakcijama, kao što su sportski muzeji i građevine koje ostaju nakon sportskih događanja.

Za razliku od sportskog, avanturistički turizam se u „posljednjem desetljeću razvija vrtoglavom brzinom i postaje jedno od vodećih područja prihoda, ali i interesa današnje turističke industrije“⁵². U avanturističkom turizmu se sudionici više izlažu riziku, a većinom su to mladi koji imaju još i dodatne vještine.

2.4.6. Odmorišni turizam

Odmorišni turizam je u današnje vrijeme jedan od najraširenijih oblika turizma, a gotovo svaki oblik omladinskog turizma uključuje također i odmorišni turizam – posjete prijateljima i obitelji te provođenje praznika.

⁵⁰ PETROVIĆ, M., KNEZOVIĆ, D., TODOROVIĆ, M. (2017), „Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva“, *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, Vol. 7, No. 1, str. 85.

⁵¹ Ibidem., str. 85.

⁵² SWARBROOKE, J., BEARD, C., LECKIE, S., POMFRET, G. (2003), *Adventure Tourism: The New Frontier*, Butterworth – Heinemann/Elsevier Science, Oxford., str. 15.

2.5. Trendovi rasta i razvoja omladinskog turizma

Općenito, „*evolucija posredničkih platformi, ulaganje u inozemna tržišta sa stvarnom potrebnom i u novi val izgradnje hotela i smještajnih jedinica te ponuda sveobuhvatnog aranžmana karakteristike su turističkog sektora budućnosti*“⁵³. Trendovi u turizmu utječu na svaki segment turističke djelatnosti, pa i na poslovanje sve manjih ili većih ugostiteljskih i turističkim poduzeća. Naime, kako bi se u današnje vrijeme opstalo na sve većem globalnom, odnosno konkurentnom tržištu, potrebno je slijediti turističke trendove, odnosno pratiti što je trenutno najpopularnije. Danas sve više „*potencijalnih gostiju razmišlja o tome kako će njihovo putovanje utjecati na okoliš, pa se odlučuju putovati na najmanje štetne načine, što ne znači samo način na koji se putuje, nego i povjerenje prema određenom turističkom poduzeću*“⁵⁴. Shodno tome, mladi sve više istražuju koliko je štetan njihov ekonomski, društveni i ekološki utjecaj na okružje u kojemu se kreću.

U današnje vrijeme su vidljivi brojni trendovi i karakteristike omladinskog turizma koji uzrokuju njegov kontinuirani rast. Sukladno tome, može se reći da se s porastom broja „*mladih obrazovanih ljudi, povećava i broj mladih koji se nađu u situaciji da imaju slobodno vrijeme između završetka srednje škole i upisa na fakultete, ili od kraja fakulteta do pronalaska željene stalne radne pozicije*“⁵⁵. Prethodno navedeno vrijeme predstavlja idealnu priliku za sudjelovanje u omladinskom turizmu, neovisno o tome radi li se o kraćem putovanju u trajanju 7 dana ili dužem boravak kao što je primjerice određena praksa ili volonterski program. Naime, omladinski turizam bilježi kontinuirani rast i razvoj zbog sljedećih odrednica:

- mladi su često bolji potrošači od ostalih turista,
- mladi se rado vraćaju u turističku destinaciju koju su već prije posjetili,
- mladi rjeđe odustaju od svojih putovanja zbog primjerice terorističkih napada, političkih i civilnih prepreka ili prirodnih katastrofa,
- mladi su tzv. „*pioniri*“ koji otkrivaju nove turističke destinacije,
- mladi se ne susprežu od korištenja novih i naprednijih tehnologija, i

⁵³ HR TURIZAM (2018), *Aktualni trendovi u turizmu na koje treba obratiti pažnju*. [Online] URL: <http://hrturizam.hr/>, posjećeno: 25. studenog 2018.

⁵⁴ Ibidem.

⁵⁵ WYSETC (2018), *Tapping into power of youth travel for sustainable tourism*. [Online] URL: <https://www.wysetc.org/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

- mladi koriste kulturne prednosti putovanje te na taj način doprinose turističkoj destinaciji.

Danas, Sjeverna i Južna Europa te Sjeverna i Južna Amerika, područje Azije i Pacifika i Afrika predstavljaju glavne turističke destinacije mladih.

2.6. Interesi za daljnji razvoj omladinskog turizma

Što se tiče interesa za daljnji razvoj omladinskog turizma, može se reći da se „sklonost mladih da putuju temelji na cijelom nizu različitih motiva, a glavni motivi mladih za odlazak na turističko putovanje su odmor, zabava i dokolica te se mladi putnici po tim motivima ne razlikuju previše od turista ostalih dobnih skupina“⁵⁶.

Osim prethodno navedenih uobičajenih motiva, postoje i motivi koji su specifični za turiste mlađe dobi, a to su „želja za upoznavanjem novih kultura i običaja, školovanje, rad i volontiranje u inozemstvu te učenje stranih jezika i sl.“⁵⁷. U nastavku teksta, na slici 16, grafički su prikazani interesi za daljnji razvoj omladinskog turizma.

Slika 16. Interesi za daljnji razvoj omladinskog turizma

INTERESI	Kulture i običaji	Odmor, zabava i dokolica	Posjeti
Studiranje	Zaposlenje	Volontiraje	Učenje jezika

Izvor: Prema: IZTZG (2018), *Kako osnovati i upravljati hostelom*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

Naime, vidljivo je da osnovne uvjete poduzimanja turističkog putovanja čine slobodno vrijeme i raspoloživa sredstva. Prema tome, „mladi imaju više slobodnog vremena,

⁵⁶ IZTZG (2018), *Kako osnovati i upravljati hostelom*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

⁵⁷ Ibidem.

*kao i želju za uzbuđenjima i otkrivanjem novih mjesta i kultura, no istodobno, uglavnom imaju ograničene prihode koji diktiraju način organizacije putovanja*⁵⁸.

Važnu ulogu u daljnjem razvoju omladinskog turizma imaju „vlade i obrazovne institucije”⁵⁹, no tek jedna trećina vlada prepoznaje putovanja mladih kao posebno tržište, dok tek četvrtina razvija i nudi proizvode koji su namijenjeni mladima.

2.7. Potražnja za omladinskim turizmom u svijetu i Europi

Gledajući na svjetskoj razini, vidljivo je da kako „*potražnja za turističkim proizvodom omladinskog turizma u zadnjem desetljeću raste mnogo brže od potražnje za drugim oblicima turizma*”⁶⁰. Prema podacima UNWTO – a, „*na omladinski turizam otpada oko 20 – 25% svjetskog turističkog tržišta*”⁶¹. Mogućnosti mladih da putuju diljem svijeta ograničene su prvenstveno bogatstvom i stupnjem njihovog obrazovanja. Stoga, „*istraživanja pokazuju da je sklonost prema putovanjima izrazito povezana s razinom formalnog obrazovanja odnosno da su osobe s višom razinom formalnog obrazovanja u prosjeku sklonije putovanjima*”⁶². Iz navedenog, može se zaključiti da mladi putnici iz razvijenih zemalja svijeta, i to s obzirom na razinu životnog standarda i veći stupanj formalne naobrazbe, imaju i veću sklonost prema putovanjima te zbog toga trenutno predstavljaju najvažniji izvor potražnje za omladinskim turizmom.

Također, važno emitivno tržište omladinskog turizma predstavlja i regija Australije te Oceanije. Nadalje, potrebno je „*naglasiti i veliki tržišni potencijal zemalja koje trenutno karakteriziraju visoke stope gospodarskog rasta kao što je to slučaj s Indijom, Kinom ili Brazilom*”⁶³. Naime, ubrzani gospodarski rast u prethodno navedenim zemljama podiže razinu životnog standarda, kao i stupanj formalnog obrazovanja mladih.

U odnosu na svjetsko tržište, „*razvijene zemlje Europske unije trenutno predstavljaju najvažnije emitivno tržište omladinskog turizma, i to iz razloga jer se sveukupni tržišni potencijal europskih zemalja procjenjuje na oko 70 – 80 milijuna turista koje je*

⁵⁸ KLARIN, T., GUSIĆ, A. (2013), „Kultura putovanja mladih u Hrvatskoj i omladinski turizam“, *Liburna*, Vol. 2, No. 1, str. 57.

⁵⁹ Ibidem., str. 58.

⁶⁰ IZTZG (2018), *Kako osnovati i upravljati hostelom*. [Online] URL: <http://www.iztsg.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

⁶¹ Ibidem.

⁶² Ibidem.

⁶³ Ibidem.

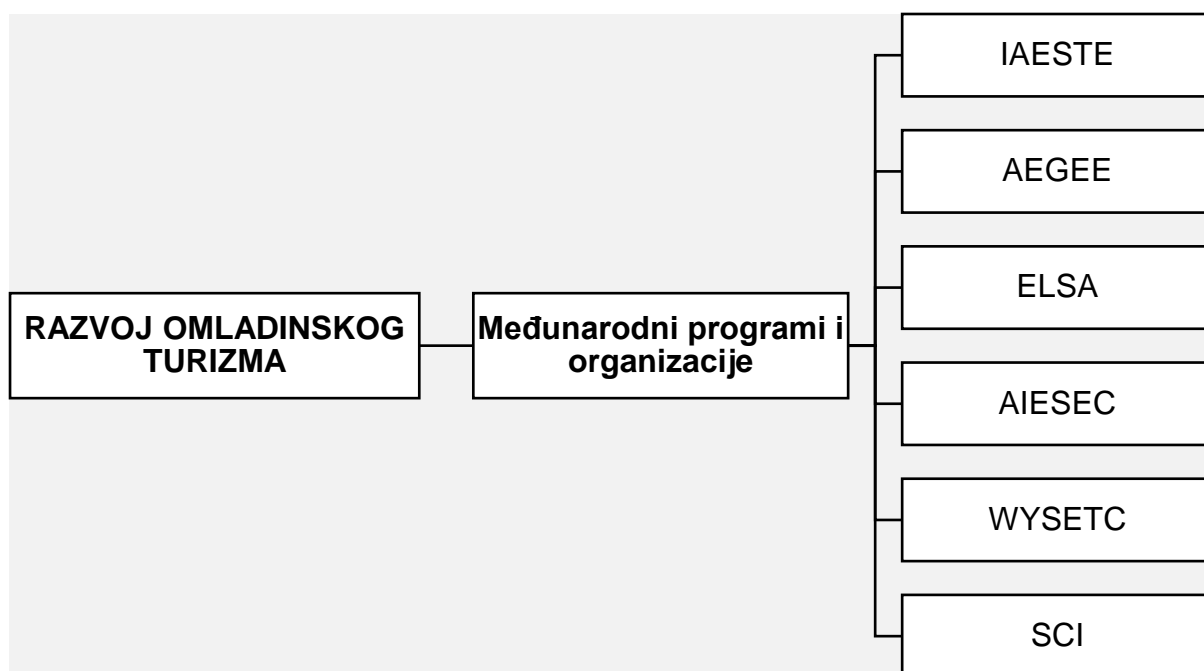
*moguće podijeliti na dvije osnovne skupine*⁶⁴. Osnovne skupine turista obuhvaćaju primarno i sekundarno tržište, a mladi putuju zbog kombinacije različitih motiva.

Najvažnija emitivna tržišta omladinskog turizma u na području Europe su Njemačka, Velika Britanija, Italija, Španjolska, Francuska, Nizozemska i Švicarska. Također, važno je naglasiti da su najčešća odredišta mladih europskih putnika mediteranske zemlje (Francuska, Italija, Španjolska i Grčka).

2.8. Programi i organizacije razvoja omladinskog turizma

U ovom poglavlju rada predstaviti će se i analizirati pojedini međunarodni programi i organizacije koji imaju veliki utjecaj na razvoj omladinskog turizma, kao i svih njegovih podvrsta. U nastavku teksta, na slici 17, grafički su prikazani međunarodni programi i organizacije razvoja omladinskog turizma.

Slika 17. Međunarodni programi i organizacije razvoja omladinskog turizma



Izvor: Prema: IZTZG (2018), *Kako osnovati i upravljati hostelom*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.

„*The International Association for Exchange of Students for Technical Experience*“ (IAESTE), predstavlja udruhu za međunarodnu razmjenu studenata prirodnih i

⁶⁴ WYSETC (2018), *Tapping into power of youth travel for sustainable tourism*. [Online] URL: <https://www.wysetc.org/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

tehničkih znanosti. Shodno tome, cilj udruge je „osigurati studentima stručno praktično iskustvo u inozemstvu s ciljem da kroz rad na aplikativnim projektima i u suvremenim tehnološkim postrojenjima renomiranih stranih kompanija steknu praktično iskustvo koje je važno za produbljivanje i usavršavanje njihovog znanja“⁶⁵.

„Association des Etats Généraux des Etudiants de l' Europe“ (AEGEE) studentska je organizacija koja za cilj ima promicati suradnju, komunikaciju i integraciju među mladim ljudima na području Europe, a djeluje kao nevladina, tj. kao politički nezavisna i neprofitna organizacija (otvorena je za studente bilo kojeg fakulteta).

„The European Law Students' Association“ (ELSA) međunarodna je, tj. „neovisna, nestranačka, neprofitna organizacija koju vode studenti, a sastoji se od studenata i diplomanata koji su zainteresirani za postizanje akademske i osobne izvrsnosti pored studija na matičnim sveučilištima“⁶⁶. Naime, navedena organizacija nudi studentima Pravnih fakulteta platformu za:

- razvijanje postojećih vještina,
- stjecanje novih znanja, i
- upoznavanje kolega studenata i pravnih stručnjaka diljem Europe.

„Association internationale des étudiants en sciences économiques et commerciales“ (AIESEC) je najveća međunarodna studentska organizacija čija temeljna vizija podrazumijeva „mir i ispunjenje ljudskih potencijala koje pokušava postići putem razvitka leaderskih vještina i poduzetničkog načina razmišljanja kod studenata i mladih ljudi pružajući im mogućnost odlaska na volonterske i stručne prakse te rad u timovima i na projektima“⁶⁷. Kao najveća svjetska studentska organizacija, AIESEC ima veliki utjecaj na razvoj studentskog turizma.

„World Youth Student & Education Travel Confederation“ (WYSETC) jedna je od vodećih organizacija na području omladinskog turizma, a namijenjena je prvenstveno pružanju usluga studentima te mladim turistima. Članovi organizacije „rade zajedno

⁶⁵ IAESTE (2018), *Povijest IAESTE International*. [Online] URL: <http://www.iaeste.hr/>, posjećeno: 30. studenog 2018.

⁶⁶ ELSA (2018), *About*. [Online] URL: <https://elsa.org/>, posjećeno: 30. studenog 2018.

⁶⁷ AIESEC (2018), *About us*. [Online] URL: <https://aiesec.org/>, posjećeno: 30. studenog 2018.

na specijaliziranim područjima koje uključuju studiranje i rad u inozemstvu, putovanje u svrhu učenja stranih jezika, a pomaže i u organizaciji omladinskog smještaja i sl.“⁶⁸.

I na kraju, „*Service Civil International*“ (SCI) je volonterska organizacija iznimno posvećena promociji mira, i to organizirajući međunarodne volonterske projekte za ljude svih dobnih skupina i profesionalnih pozadina.

⁶⁸ WYSETC (2018), *Tapping into power of youth travel for sustainable tourism*. [Online] URL: <https://www.wysetc.org/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

2.9. SWOT analiza

Slika 18. SWOT analiza omladinskog turizma u Republici Hrvatskoj

<p style="text-align: center;">SNAGE</p> <p>- turistička tradicija, identitet, sadržaji, manifestacije, poduzetničke inicijative, baština, imidž, razvedenost obale, kvaliteta mora i plaža, očuvana bioraznolikost, bogata kulturna i povijesna baština, razvijena svijest o putovanjima i istraživanju kod mladih, ...</p>	<p style="text-align: center;">SLABOSTI</p> <p>- slaba valorizacija atrakcija (prirodne i kulturne), loša promocija izvan turističke sezone, neusklađenost obrazovnog i turističkog sektora, nedovoljna ponuda izvan sezone, ...</p>
<p style="text-align: center;">PRILIKE</p> <p>- rast emitivnih tržišta, dobri uvjeti za daljnji razvoj omladinskog turizma, dobra ponuda i daljnji razvoj diferenciranih proizvoda, bolja strana ulaganja nakon ulaska u EU, ...</p>	<p style="text-align: center;">PRIJETNJE</p> <p>- nedostatak koordinacije za daljnji razvoj omladinskog turizma, politička nestabilnost, loše makroekonomsko okruženje, ...</p>

Izvor: Samostalna izrada autorice.

ZAKLJUČAK

Razvoj turizma imao je veliki i značajan utjecaj na svjetske i društvene promjene, a predstavlja putovanje u svrhu ugone, rekreacije ili posla. Naime, turizam je u većini situacija ograničenog trajanja, a osnovna jedinica za proučavanje turizma je „*turist*“. Zbog niza koristi koje proizlaze iz razvoja turizma, potrebno je naglasiti da je turizam stekao status važne komponente gospodarstva čije se funkcije mogu promatrati kroz društveni i ekonomski aspekt.

S druge strane, selektivni oblici potiču održivi razvoj na receptivnom turističkom tržištu, a isto tako povećavaju i sigurnost turista u turističkoj destinaciji. Današnji selektivni oblici turizma značajno pridonose ekološkim pitanjima, odnosno upotpunjavaju ponudu novim sadržajima i vrstama.

Omladinski turizam je turizam u kojemu sudjeluju mladi ljudi koji imaju visoki stupanj obrazovanja i studenti koji žele proširiti vlastite horizonte i uz klasičnu dokolicu koja je sastavni dio svakog odmora žele nešto novo naučiti i upoznati. Naime, u osnovne karakteristike omladinskog turizma svrstavaju se opća obilježja koja se mogu primijeniti na većinu turista, a također su karakteristična i za mlade s određenog područja ili određenih dobnih skupina. Omladinska putovanja traju znatno duže od klasičnih putovanja, a značajna karakteristika mladih je također i velika sklonost jeftinijim vrstama smještaja.

S porastom broja mladih obrazovanih ljudi, povećava se također i broj mladih koji se nađu u situaciji da imaju slobodno vrijeme između završetka srednje škole i upisa na fakultete, ili od kraja fakulteta do pronalaska željene stalne radne pozicije. Osnovni motivi koji služe kao pokretači omladinskog turizma su želja za upoznavanjem novih kultura i običaja, školovanje, rad i volontiranje u inozemstvu te učenje stranih jezika.

LITERATURA

Knjige:

1. ČRNJAR, M. (2002) *Ekonomika i politika zaštite okoliša*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.
2. GEIĆ, S. (2011), *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split.
3. HERCEG, N. (2013), *Okoliš i održivi razvoj*, Synopsis d.o.o., Zagreb.
4. PETRIĆ, L. (2013), *Osnovne turizma*, Ekonomski fakultet Split, Split.
5. RITCHIE, B. W. (2003), *Managing Educational Tourism*, UK: Channel View Publications, Clevedon.
6. RUŽIĆ, P. (2009), *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč.
7. SWARBROOKE, J., BEARD, C., LECKIE, S, POMFRET, G. (2003), *Adventure Tourism: The New Frontier*, Butterworth – Heinemann/Elsevier Science, Oxford.
8. VUKONIĆ, B., ČAVLEK, N. (2001), *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb.
9. ZELENKA, R. (2007), *Klasifikacija znanosti u fokusu metodologije i tehnologije znanstvenoga istraživanja*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.

Članci:

1. BUFFA, F. (2015), „Young Tourists and Sustainability. Profiles, Attitudes, and Implications For Destination Strategies“, *Sustainability*, Vol. 11, No. 7, str. 14042 – 14062.
2. KLARIN, T., GUSIĆ, A. (2013), „Kultura putovanja mladih u Hrvatskoj i omladinski turizam“, *Liburna*, Vol. 2, No. 1, str. 53 – 72.
3. LUKOVIĆ, T. (2008), „Selektivni turizam, hir ili znanstveno – istraživačka potreba“, *Acta turistica nova*, Vol. 2, No. 1, str. 51 – 74.
4. PETROVIĆ, M., KNEZOVIĆ, D., TODOROVIĆ, M. (2017), „Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva“, *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, Vol. 7, No. 1, str. 81 – 89.

5. STANKOVIĆ, M. (1985), „Sociološko istraživanje turizma“, *Revija za sociologiju*, Vol. 15, No. 1 – 2, str. 75 – 82.
6. ŠTIFANIĆ, M. (2002), „Nastanak i razvoj sociologije turizma“, *Društvena istraživanja*, Vol. 11, No. 62, str. 859 – 577.

Internetski izvori:

1. AIESEC (2018), *About us*. [Online] URL: <https://aiesec.org/>, posjećeno: 30. studenog 2018.
2. CIEE (2018), *Cultural Exchange*. [Online] URL: <https://www.ciee.org/>, posjećeno: 24. studenog 2018.
3. CROATIA LINK (2018), *Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela*. [Online] URL: <http://croatialink.com/>, posjećeno: 20. studenog 2018.
4. DICTIONARY (2018), *Cultura Exchange*. [Online] URL: <ps://www.dictionary.com/>, posjećeno: 24. studenog 2018.
5. DOP (2018), *Održivi razvoj*. [Online] URL: <http://www.dop.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.
6. ECON PAPERS (2018), *Conceptual Clarifications Regarding Youth Travel*. [Online] URL: <https://econpapers.repec.org/>, posjećeno: 21. studenog 2018.
7. EKONOMSKI PORTAL (2018), *Omladinski turizam – Why not Croatia?*. [Online] URL: <http://ekonomskiportal.com/>, posjećeno: 21. studenog 2018.
8. ELSA (2018), *About*. [Online] URL: <https://elsa.org/>, posjećeno: 30. studenog 2018.
9. ENCIKLOPEDIJA (2018), *Motiv*. [Online] URL: <http://www.enciklopedija.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.
10. ENCIKLOPEDIJA (2018), *Turizam*. [Online] URL: <http://www.enciklopedija.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.
11. EUROPA.EU (2018), *Što je volontiranje?*. [Online] URL: <https://europa.eu/>, posjećeno: 24. studenog 2018.
12. HR TURIZAM (2018), *Aktualni trendovi u turizmu na koje treba obratiti pažnju*. [Online] URL: <http://hrturizam.hr/>, posjećeno: 25. studenog 2018.
13. IAESTE (2018), *Povijest IAESTE International*. [Online] URL: <http://www.iaeste.hr/>, posjećeno: 30. studenog 2018.

14. INTEGRAL EDU (2018), *Work and Travel USA Program pomaže studentima istaknuti se iz mase*. [Online] URL: <http://www.integraledu.hr/>, posjećeno: 24. studenog 2018.
15. IZTZG (2018), *Kako osnovati i upravljati hostelom*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 21. studenog 2018.
16. IZTZG (2018), *Motivi putovanja turista u organiziranim skupinama*. [Online] URL: <http://www.iztzg.hr/>, posjećeno: 20. studenog 2018.
17. TRIP SAVVY (2018): *The Grand Tour of Europe Revisited*. [Online] URL: <https://www.tripsavvy.com/>, posjećeno: 21. studenog 2018.
18. UNWTO (2018), *UNWTO Tourism Definitions*. [Online] URL: <http://publications.unwto.org/>, posjećeno: 20. studenog 2018.
19. VIKING TRAVEL (2018), *Što je to Work and Travel USA program?*. [Online] URL: <http://vikingtravel.hr/>, posjećeno: 24. studenog 2018.
20. WYSETC (2018), *Tapping into power of youth travel for sustainable tourism*. [Online] URL: <https://www.wysetc.org/>, posjećeno: 24. studenog 2018.

POPIS SLIKA

Slika 1. Definicija turizma.....	3
Slika 2. Osnovne karakteristike turista	4
Slika 3. Ljudske potrebe.....	5
Slika 4. Definicija motiva	6
Slika 5. Funkcije turizma	7
Slika 6. Definicija selektivnog turizma	8
Slika 7. Osnovna karakteristika selektivnih oblika turizma	9
Slika 8. Najznačajniji oblici selektivnog turizma	11
Slika 9. Općenita definicija omladinskog turizma.....	12
Slika 10. Osnovne koristi omladinskog turizma	13
Slika 11. Ilustrativni prikaz zemalja povijesnog omladinskog turizma	14
Slika 12. Karakteristike omladinskog turizma	15
Slika 13. Značaj omladinskog turizma	17
Slika 14. Najčešća podjela omladinskog turizma	18
Slika 15. Cilj „ <i>Work and Travel</i> “ programa.....	20
Slika 16. Interesi za daljnji razvoj omladinskog turizma	24
Slika 17. Međunarodni programi i organizacije razvoja omladinskog turizma..	26
Slika 18. SWOT analiza omladinskog turizma u Republici Hrvatskoj	29

SAŽETAK

Mladi ljudi oduvijek su bili pri samom vrhu brojnih inovacija i promjena, pa tako čine i sastavni dio turističkih kretanja. U današnje vrijeme, turističko tržište nalazi se pred sve većim i konkretnijim izazovima, a omladinski turizam čini važan segment tržišta te resurs dostojan promjena i daljnjih inovacija. Omladinski turizam čini i stvara novu ekonomiju u kojoj društvo, kultura, posao, zabava i obrazovanje imaju važan dio u lancu vrijednosti. Na razvoj omladinskog turizma utječu brojni faktori, kao i brojni motivi među mladima koji se kreću od primarnih i sekundarnih potreba. Mladi se sve više uključuju u turistička kretanja, i to unatoč činjenici što nemaju percepciju da su njihova putovanja potpuno turistička. Omladinski turizam podrazumijeva mnogobrojne specifičnosti koje ga razlikuju od ostalih selektivnih oblika turizma.

Ključne riječi: mladi ljudi, omladinski turizam, kretanja, izazovi, razvoj

SUMMARY

Young people have always been at the top of numerous innovations and changes, so they are also an integral part of tourist movements. Today, the tourism market is facing ever – increasing and more concrete challenges, and youth tourism is an important market segment and a resource worthy of change and further innovations. Youth tourism is also creating a new economy in which society, culture, work, entertainment and education play an important part in the value chain. There are numerous factors influencing the development of youth tourism as well as numerous motivations among young people who move from primary and secondary needs. Young people are increasingly involved in tourism, despite the fact that they have no perception that their travel is completely tourism. Youth tourism implies a number of specifics that distinguish it from other selective forms of tourism.

Keywords: young people, youth tourism, movements, challenges, development