

UTJECAJ I ZNAČAJ EDUKATIVNIH PUTOVANJA U MEĐUNARODNOM TURIZMU

Tanjić, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split / Sveučilište u Splitu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:228:347524>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-14**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University Department of Professional Studies](#)



SVEUČILIŠTE U SPLITU
SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Preddiplomski stručni studij Menadžment trgovine i turizma

IVA TANJIĆ

ZAVRŠNI RAD

**UTJECAJ I ZNAČAJ EDUKATIVNIH PUTOVANJA U
MEĐUNARODNOM TURIZMU**

Split, rujan 2022.

SVEUČILIŠTE U SPLITU
SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Preddiplomski stručni studij Menadžment trgovine i turizma

Predmet: Menadžment turističke destinacije

ZAVRŠNI RAD

Kandidat: Iva Tanjić

Naslov rada: Utjecaj i značaj edukativnih putovanja u međunarodnom turizmu

Mentor: Jelena Stupalo, predavač

Split, rujan 2022.

SADRŽAJ

1. UVOD	3
2. EDUKATIVNI TURIZAM	4
2.1. Općenito o edukativnom turizmu	4
2.2. Povijest edukativnog turizma	5
2.3. Činitelji edukativnog turizma	5
2.4. Vrste edukativnog turizma.....	7
2.4.1. Razmjene mladih.....	10
3. DOPRINOS OMLADINSKIH PUTOVANJA U MEĐUNARODNOM TURIZMU	11
3.1. Pojmovno određenje međunarodnog turizma.....	11
3.2. Omladinski turizam	13
4. UTJECAJ EDUKATIVNIH PUTOVANJA NA DESTINACIJU	18
4.1. Važnost edukativnih turista	18
4.2. Razvoj edukativnog turizma.....	19
4.3. Edukativni turizam kao rješenje produljenja sezone	21
5. PLAN RADA AGENCIJE ZA MOBILNOST I PROGRAME EU I ERASMUS+ MOBILNOST ZA STUDENTE	22
5.1. Općenito o Agenciji	22
5.2. Erasmus program osposobljavanja mladih.....	23
5.2.1. Erasmus+ program	24
5.3. Plan aktivnosti Agencije za mobilnost i programe EU	29
5.3.1. Study in Croatia.....	31
6. ZAKLJUČAK	33
LITERATURA	35

SAŽETAK

Utjecaj i značaj edukativnih putovanja u međunarodnom turizmu

Rad se temelji na istraživanju edukativnog studentskog putovanja pod Erasmus+Programom, kao i objašnjavanju definicije edukativnog i omladinskog turizma, koji dokazuju kako ova vrsta selektivnog oblika turizma može biti nešto što će razlikovati određenu regiju i destinaciju od konkurencije pa je itekako poželjno uvrstiti je u turističku ponudu jedne zemlje. Turizam mladih je jedna od najbrže rastućih tržišta, mladi ljudi probijaju granice, te postavljaju nove. Erasmus + program ljudima pomaže u dijeljenju znanja i iskustava unutar institucija i organizacija u različitim zemljama. U svrhu istraživanja utjecaja i značaja edukativnog turizma, provedena je analiza rada Agencije za mobilnost i programe Europske Unije, te je zaključeno kako je ponuda i kvaliteta sadržaja u destinaciji izrazito bitna za privlačenje ERASMUS studenata, te bi svi turistički subjekti trebali raditi na samoj kvaliteti sadržaja i atraktivnosti destinacije, poboljšanju i povećanju smještajnih kapaciteta, uvođenju besplatnih tečajeva stranih jezika i sl.

Ključne riječi: edukativni turizam, Erasmus + program, turizam i putovanja mladih, obrazovanje

SUMMARY

The influence and importance of educational travel in international tourism

The thesis deals with the research of an educational student excursions within the Erasmus + program, and explaining the definition of educational and youth tourism, that prove that such a selective form of tourism could be something that would differentiate a particular region and destination from it's competition so it is very important to include it in the tourism offer. Youth tourism is one of the fastest growing markets, young people push boundaries and experiment with a new. Erasmus+ is helping people share knowledge and experience at institutions and organisations in different countries. For the purpose of researching the impact and significance of educational tourism, an analysis of the work of the Agency for Mobility and Programs of the European Union was carried out, and it was concluded that the offer and quality of content in the destination is extremely important for attracting ERASMUS students, and that all tourism entities should work on the quality of content itself and the attractiveness of the destination, improving and increasing accommodation capacity, introducing free foreign language courses, etc.

Keywords: educational tourism, Erasmus + programme, youth travel, education

1. UVOD

U ovom radu predstaviti će se edukativni turizam kao jedan od oblika selektivne vrste turizma koji je usko vezan za mlade ljude i njihovo obrazovanje koji omogućava edukaciju o kulturama i drugim specifičnostima jedne turističke regije. Cilj je definirati ovu vrstu selektivnog turizma, njezinu povijest, činitelje, spomenuti koje su to vrste edukativnog turizma te prikazati obradu poslovanja agencije koja provodi Erasmus+Program. Najveću zaslugu za promociju, razvoj i istraživanje imaju upravo edukativni centri kao što su škole, fakulteti i različite organizacije. Na svjetskoj razini, samo se nekoliko poduzeća bavi ovom vrstom turizma; Elderhostel, Eartwatch i ACIS(American Council for International Studies).

Predmet ovog završnog rada razrada je edukativnih studentskih putovanja sa zaključkom važnosti ove vrste turizma, u pogledu obrazovanja i nezaboravnog iskustva, te činjenicom da je Hrvatska vrlo privlačna destinacija za mlade diljem Europe zbog svoje bogate kulturne baštine i velikog preduvjeta za razvoj edukativnog turizma.

Završni rad sastoji se od 6 cjelina. U uvodnom dijelu pojašnjavaju se ciljevi istraživanja, te strukturna obilježja rada. Druga sadržajna cjelina opisuje vrste edukativnog turizma i njegovu opću definiciju, povijesni razvoj kao i bitne činitelje razvoja edukativnog turizma. U trećem dijelu raspravlja se o njegovom doprinosu u međunarodnom turizmu. Četvrto poglavlje bavi se utjecajem edukativnih putovanja na destinaciju, njihovoj važnosti, razvoju, kao i nekim vidom rješenja produljenja sezone. U petom poglavlju obrađuje se plan rada Agencije za mobilnost i programe Europske unije i Erasmus+ mobilnost za studente. U zaključku se donosi sinteza svih informacija i činjenica posebice neophodnih osnova za razumijevanje zadane teme koji su predstavljeni po sadržajnim cjelinama.

2. EDUKATIVNI TURIZAM

2.1. Općenito o edukativnom turizmu

Edukativni turizam kao jedan od oblika selektivne vrste turizma usko je vezan za mlade ljude i njihovo obrazovanje. S porastom granice obrazovanja, mijenjaju se navike, želje i interese turista. Stoga je primjetno da mladi ljudi putuju i troše više nego što su to činili prethodnih godina, a da u isto vrijeme rade na svom obrazovanju i stjecanju novih iskustava i upoznavanju novih kultura i destinacija. Javlja se novi profil putnika posebnih interesa, a u njemu se naziru 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 poput *Study Abroad Vacation*, *Study Travel* i *Learning Vacations* koji označavaju ovaj turistički segment.

Edukativni turizam je najpopularniji među studentima te ga možemo promatrati kao turističku uslugu s dodanom vrijednošću. Turistička tržišta teže ka ekonomiji doživljaja, a edukativni turizam intenzivira taj osjećaj. Turistička se ponuda prvenstveno temelji na edukaciji, gdje se umrežavaju lokalne akademske zajednice koje turističkom proizvodu/usluzi daju dodatnu vrijednost kroz promicanje znanja, te se time osim stjecanja potrebnog znanja širi mreža poznanstava, razvijaju se odnosi koji donose obostranu korist.

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, studentske 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.“¹

Prema Bodgeru i Frostu² edukativni turizam čini putovanje radi učenja prema kontekstu i ambijentu. Navedeni autori postavljaju činjenice da je preferiranje renesansne umjetnosti,

¹ B. W. Ritchie, *Managing educational tourism*, Clevedon, Chel View Publications, 2003., str. 18.

² (Bodger, D.H., (2010.), *Educational Travel- Where does it lead?* (Preuzeto 29.07.2022.), na: <https://www.nottingham.ac.uk/ttri/pdf/conference/David%20Bodger.pdf>)

arhitekture i posjete kulturnim mjestima kao što je u njihovom primjeru Italija, mnogo efektivnije učenje na taj praktični način nego čitajući literaturu.

2.2. Povijest edukativnog turizma

Činjenica je da putovanje radi edukacije nije novi koncept. Mnogi obrazovani ljudi su uživali u povijesti u putovanjima radi učenja i edukacije. Kao primarne potrebe u povijesti, sklonište i hrana, dalje se ističe potreba za novim saznanjima i otkrićima, što je dovelo do Kristofora Columba koji je 1492. godine otkrio novi svijet, Ameriku. Kolumbo u svojim memoarima ističe: „što osoba više putuje, više uči“.

Sveti Augustin jedan je od onih pisaca koji smatraju da je putovati isto što i učiti. „Grand Tour“³, fenomen 16. stoljeća detaljno je opisan u mnogim izvorima. Čovjek koji je želio napredak i učenje u to vrijeme, morao je biti svjestan da mora proputovati Europu kako bi bliže upoznao kulturu raznih europskih zemalja. Putuje se kako bi se steklo novo znanje, upoznale nove kulturno-povijesne vrijednosti, ali i zabave i razonode. Kao što je opisano, učenje i upoznavanje novih krajeva i regija su dva osnovna elementa koja su još od davnina motivirala ljude iz cijelog svijeta da putuju. Od 16. Stoljeća, točnije od Grand Toura, ti motivi postaju izraženiji.

2.3. Činitelji edukativnog turizma

Edukativni turizam prema American Council for International Studies⁴, proširuje vidike studentima, motivira ih za daljnje usavršavanje (ERASMUS+ PROGRAM). Razni programi edukativnog turizma odlična su nadopuna tradicionalnom studiranju, jer je upravo to prilika da student izađe iz okvira učionice i uđe u realni svijet. Selektivne oblike turizma karakterizira fleksibilna ponuda, tržišna segmentacija, prilagodba tehnologije i distribucija. On teži ka ekološkoj o rijentiranosti i pronalazi relevantan način da se produlji sezonalnost.

³ Većina turističkih teoretičara pretečom turističkih putovanja smatra Grand Tour (veliko putovanje) koje su uglavnom poduzimali engleski plemići kao završnu fazu svog obrazovanja, a trajala je do osam godina

⁴ <https://www.acis.com/about> (Preuzeto 29.07.2022.)

Činitelji u edukativnom turizmu djelomično su isti kao i za svaki oblik selektivnog turizma, kod edukativnih studentskih putovanja mogu se istaknuti⁵:

- **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 pejzaž.
- **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 „blabla 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.

⁵ <https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-e6682d37e555df7b9812907fd3d19a4a.pdf>
(Preuzeto 29.07.2022.)

- **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.

Edukativni turizam kao oblik posebne vrste turizma, svojom praksom i obilježjima odmiče od masovnog turizma ili tzv. “hard“ turizma, a više se primiče “soft“ turizmu. Danas turizam također doživljava novu transformaciju od „soft“ turizma u „4M“ turizam kojeg karakteriziraju umjereni rast (moderate growth), multidiversifikacija (multidiversification), više zadaća (multitasking) i mobilna telefonija (mobile).⁶

Potražnja za ovakvim oblikom turizma je u konstantnom porastu. Služi kao bitan element za promociju destinacije, te je može razlikovati od konkurencije pa je itekako važno uvrstiti je u turističku ponudu jedne zemlje. Motivacija za znanjem i daljnjim usavršavanjem jedna je od bitnih značajki ove vrste turizma. Mladi iz SAD-a putuju u europske zemlje kako bi naučili drugi strani jezik, dok mladi iz Europe u SAD putuju kako bi usavršili engleski jezik i zaradili novčana sredstva za razgledavanje SAD-a.

Edukativni turizam ne određuju prvobitni činitelji turizma **3S**(Sea, Sun, Sand), već nastoje, u ovom slučaju pojačati svoje znanje teoretskom i praktičnom edukacijom.

2.4. Vrste edukativnog turizma

U području edukativnog turizma, možemo razlikovati tri podvrste koje se međusobno razlikuju⁷:

- **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

⁶ Ibid.

⁷ <http://www.monografias.com/trabajos29/turismo-educacional/turismo-educacional.shtml> (29.07.2022.)

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.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO), u studenome 1991. godine u New Delhiju održala je Međunarodnu konferenciju o omladinskom turizmu⁸, te je na taj način doprinijela povećanom interesu za putovanja osobito mladih osoba.

„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 lualice 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.“⁹

Sudeći prema statistici UNWTO-a bilježi se veliki porast studentskih putovanja, te su glavna emitivna tržišta Velika Britanija, Francuska i Njemačka.¹⁰

Iako je potrošnja studenata na studentskim putovanjima znatno manja od ostalih turista, oni se u prosjeku zadržavaju duže u destinaciji, od nekoliko tjedana do godine dana, tako da na ljetovanje potroše nešto više nego prosječan turist.

Karakteristike koje prema UNWTO označavaju porast studentskog turizma¹¹:

- mladi se rado vraćaju u destinaciju koju su već posjetili,
- mladi su turisti koji otkrivaju nove destinacije,

⁸ Woodside, A., (2008.) Tourism, Op.Cit. str 269

⁹ Woodside, A., (2008.) Tourism Managment: Analysis, Behaviour and Strategy, CABI, New York, str.203

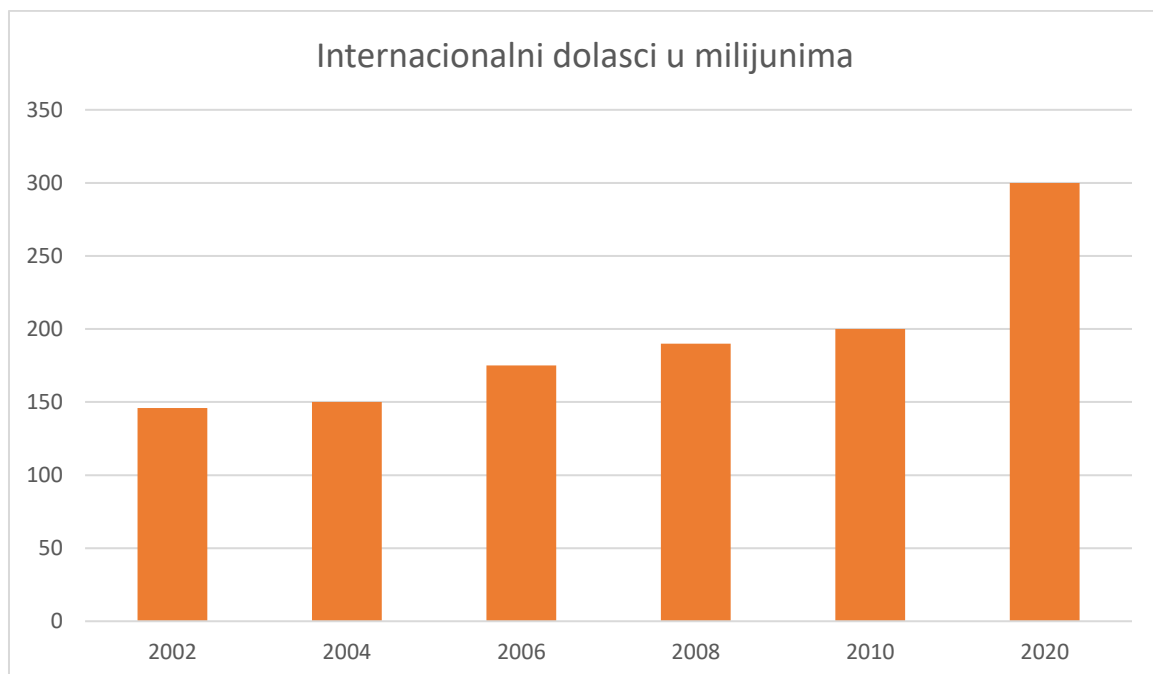
¹⁰ <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/> (Preuzeto 30.07.2022.)

¹¹ Ibidem, <http://www2.unwto.org/content/data>, (Preuzeto 30.07.2022.)

- mlađi rjeđe odustaju od ideje za putovanjem radi terorističkih napada, političkih problema, financijskih sredstava, mladi lakše koriste nove tehnološke trendove i rado doprinose destinaciji u koju putuju.

Postoji veliki broj podjela studentskog turizma, a najčešća je: volontiranje, Erasmus, Work & Travel program.¹² To su ujedno i najbolji izbori za mlade ljude koji žele putovati, upoznati nove kulture ali i zaraditi određena novčana sredstva. Dobna granica bazira se u dobi od 18-25 godina. Tu su još različite kulturne i sportske razmjene kao i projekti financirani iz Erasmus+ Programa (KA1 i KA2).

Slika 1. Trend povećanja omladinskih putovanja, source UNWTO



Izvor: Istraživanje ITB REPORT 2014./ WYSE Travel Confederation (Preuzeto 29.07.2022.)

Na slici 1. prikazan je grafikon¹³ iz kojeg se može očitati konstantni porast omladinskih putovanja na internacionalnoj razini u milijunima. 2020. godine broj internacionalnih omladinskih putovanja doseže 300 000 000. Omladinski i edukativni turizam su usko povezani, i ono raste brže nego bilo koja vrsta selektivnog turizma.

¹² <http://www.integraledu.hr/wat> (01.08.2022.)

¹³ Istraživanje ITB REPORT 2014./ WYSE Travel Confederation (Preuzeto 01.08.2022.)

S porastom broja mladih obrazovanih ljudi, povećava se broj mladih koji se odlučuju na ovakvu vrstu putovanja kada se nađu u situaciji da imaju slobodno vrijeme između završetka srednje škole i upisa na fakultet. Također, takvo ponašanje se nastavlja upisom na fakultet saznanjem o mogućnostima Erasmus+Programa.

2.4.1. Razmjene mladih

WTO (World Tourism Organization) od 1963. godine priznaje inozemne studente kao turiste, te tada odlučuje da inozemni studenti mogu provesti dio školovanja ili pak cijelo školovanje izvan svoje domicilne države. Postoji problem sa registriranjem studenata, radi činjenice da turist može biti svaka osoba koja boravi izvan mjesta stalnog boravka kraće od jedne godine. Iz toga razloga, 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.¹⁴

Inozemne studente najčešće privlače države engleskog govornog područja, dok posljednjih godina raste interes za Kinu i Njemačku zbog velikog porasta engleskih škola, poboljšanoj kvaliteti obrazovanja u drugim državama, boljoj promociji drugih država i dr.

Zadovoljni studenti su najbolja promocija ove vrste turizma jer će studenti koji su bili na razmjeni u drugoj državi većinom preporučiti budućim studentima da se odluče na isto. Stoga na taj način studenti i nakon razmjene imaju utjecaj na promociju ovakvog programa.

¹⁴ Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and UNESCO Institute for Statistics(2014): Raspoloživo na: http://www.keepeek.com/Digital-AssetManagement/oced/education/education-at-a-glance-2014_eag-2014-en#page345 (10.09.2022.)

3. DOPRINOS OMLADINSKIH PUTOVANJA U MEĐUNARODNOM TURIZMU

3.1. Pojmovno određenje međunarodnog turizma

Međunarodni turizam može se definirati kao ukupnosti odnosa receptivnog i emitivnog tržišta, te podrazumijeva prelazak nacionalnih granica i provođenja barem jednog noćenja u inozemstvu, ali s naglaskom u ne dužem trajanju od 12. mjeseci.

Turizam kao definicija prema Hunzikeru i Krapfu (1942.) je skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s istima nije povezana nikakva privredna djelatnost.¹⁵ Vremenom navedena definicija postaje prihvaćena unutar međunarodnog udruženja eksperata u turizmu – AIEST. Prema UNWTO turizam je skup aktivnosti osoba tijekom njihova putovanja i boravka u mjestu izvan njihova uobičajenog boravišta bez prekida i ne duže od godine dana, radi odmora, poslovnih i drugih razloga.¹⁶

Navedene su dvije determinante turizma: prostor izvan domicila i potrošnja sredstava turista zarađenih u domicilu, a potrošenih u mjestu turističkog boravka. Prema tome je turist svaka osoba koja u mjestu prebivališta provede najmanje jednu noć u smještajnom kapacitetu u svrhu odmora, rekreacije, zdravlja, sporta, religije, poslova, kako bi zadovoljio različite potrebe. Turistička se putovanja temelje na motivima zadovoljavanja određenih potreba, a osnovni motivi putovanja su odmor, bijeg od svakodnevnice, monotonije, želja za novim spoznajama i iskustvima, te zdravlje i rekreacija. Na konačnu odluku ne utječe samo jedan, već splet motiva koji različitim intenzitetom djeluju na ponašanje turista.¹⁷

Razvoj samog turizma odvijao se kroz razne faze koje su definirane prema Svjetskoj turističkoj organizaciji. Prvo razdoblje naziva se Rano doba i odnosi se na prve civilizacije: Grčka, Rim,

¹⁵ Gržinić J. (2014.) „Međunarodni turizam“ str.16

¹⁶ Gržinić J. (2014.) „Međunarodni turizam“ str.30

¹⁷ Alfier, Dragutin, Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka, zbornik radova Pedagoške akademije Humanističke vrijednosti turizma, Zadar 1977, p. 15; Goeldner et al., Tourism – Principles, Practices, Philosophies, JohnWiley&Sons, New York, Brisbane, Singapore, Toronto 2000, p. 14; Pirjevec, Boris, Ekonomska obilježja turizma, Golden Marketing, Zagreb 1998, p. 20. 7 Državni zavod za statistiku, Statistička izvješća – Turizam u 2008, br. 1380., Zagreb 2009, p. 15

Azija. Potom Srednje doba (od 5. do 14. stoljeća) u kojem su bila prisutna hodočašća i istraživačka putovanja. Slijedi Doba renesanse (od 14. do 18. stoljeća) kao važan događaj potrebno je istaknuti Grand Tour putovanje s kojim su započeta prva edukacijska putovanja u povjesti svijeta. Od godine 1750. do 1850. susrećemo se s razvitkom gradova, otkrivanjem parnog stroja odnosno s industrijskom revolucijom. Posljednja faza u razvoju turizma pripada Modernom turizmu, od samog razvoja različitih infrastruktura i prometa, do potrošnje i stvaranja masovnog turizma. Turistička ponuda i potražnja predstavljaju polove turizma i njihovim susretanjem te interakcijom nastaje makroekonomska aktivnost kojom se daje na važnosti turizmu u 4 razvojnim politikama zemalja.

Sukladno navedenome međunarodni turizam možemo tretirati kao alat za poboljšanje i unaprijeđenje odnosa država, naroda i ekonomija u globalnom okruženju. Najveći rast međunarodni turizam doživljava 60-tih i 80-tih godina zahvaljujući turističkoj ponudi koja je nastala kao posljedica izgradnje hotelsko-turističkih objekata.¹⁸ Danas međunarodni turizam možemo promatrati kao kretanja intraregionalnog i interregionalnog karaktera. Generalno gledajući turizam posjeduje dva izrazito važna segmenta zbog kojih i jest svjetski fenomen. Riječ je o moći revitalizacije turizma nakon događaja koji usporavaju njegov razvoj (nakon svjetskih ratova, kriza, epidemija i dr.), te potom o posjedovanju moći transformacije. Globalno tržište mijenja se iz dana u dan, te je potrebno pratiti i prilagođavati se najaktualnijim trendovima, radi opstanka i daljnjeg održivog razvoja.

Turizam kao globalni fenomen uspješno prati trendove, te se konstantno prilagođava tržištu odnosno potražnji, zahtjevima i očekivanjima potrošača kroz što se očituje moć transformacije i prilagodbe. Prethodno spomenuti Moderni turizam usko se veže za masovni turizam, koji je nedizajniran, neelastičan, neprilagodljiv, i dugoročno gledano neodrživ. Zbog svega navedenog očito je da postoji potreba za novim pristupom i novom filozofijom turizma za bolji turizam u budućnosti. Potrebe i želje turista postaju sve subjektivnije i zahtjevnije s naglaskom na individualni pristup, pa se sukladno time razvijaju različite vrste turizma koje odgovaraju novim zahtjevima i poboljšavaju ekonomske i druge učinke. Takve vrste nazvane su selektivnim oblicima turizma koje su rezultat promjena zahtjeva tržišta i na koncu promjene svijesti potrošača. Kao potpuna suprotnost masovnom turizmu, selektivni turizam fokusira se na turista pojedinca, te svaki selektivni oblik turizma svoju ponudu prilagođava potrebama pojedinaca istražujući njihove želje i potrebe. Kako turizam više ne obilježava masovno kretanje u smislu

¹⁸ Gržinić J. (2014.) „Međunarodni turizam“ str. 30

odmora, opuštanja, te kupanja jednom godišnje realizirano pomoću unificiranih paket aranžmana, međunarodni turizam doživljava značajne promjene. U međunarodnom turizmu nude se različite vrste putovanja, a turistička potražnja temelji se na doživljaju i učenju, individualiziranom pristupu putovanjima i rezervacijama.

3.2. Omladinski turizam

Broj se putnika u svijetu svake godine povećava, no još uvijek značajan broj ljudi ne može priuštiti odlazak na godišnji odmor. Toj kategoriji pripada i dio mlade populacije, ograničene društveno - ekonomskim statusom, no za razliku od drugih dobnih skupina, mladi su manje osjetljivi na rizike poput terorizma, prirodnih katastrofa, kriminala, epidemija, političkih kriza i drugih problema.¹⁹ Kultura se putovanja stječe u ranoj fazi života, stoga ju je potrebno razvijati već tijekom djetinjstva i adolescencije. Roditelji, profesori i poslodavci su prepoznali vrijednost putovanja i njihov značaj za osobnu izgradnju mladih ljudi, a turistička putovanja postaju redovita praksa obrazovnih institucija i tvrtki. Unatoč demografskom trendu starenja populacije, mladi čine 30–35 % svjetske populacije, te imaju sve značajniju ulogu u turizmu.²⁰

Putovanja pomažu u izgradnji osobne ličnosti mladih ljudi ali i svim ostalim kategorijama putnika. Osim toga, putovanjima proširujemo vidike, obogaćujemo osobna iskustva, stvaramo novu bazu informacija, poštujemo različitosti, te se kulturno uzdižemo. Uistinu se može reći da su putovanja jedina ta koja plaćamo, a nakon konzumacije postajemo bogatije osobe.

Temeljne uvjete poduzimanja turističkog putovanja čine slobodno vrijeme i raspoloživa sredstva. Mladi imaju više slobodnog vremena, kao i želju za uzbuđenjima i otkrivanjem novih mjesta i kultura, no istodobno, uglavnom imaju ograničene prihode koji diktiraju način organizacije putovanja. Najčešći izvori sredstava za financiranje putovanja su roditelji i rodbina, vlastita ušteđevina, vaučeri i putnički čekovi te različiti načini uštede (last minute, stopiranje, spavanje u šatorima, putovanje i spavanje s više osoba i sl.).²¹

Iako ne postoji općeprihvaćeno stajalište, jednostavnu i razumnu definiciju omladinskog turizma nude Vukonić i Čavlek, percipirajući ga kao turizam u kojem sudjeluju mladi ljudi.²²

¹⁹ Ibid., p. 315.

²⁰ Moisa, Claudia, Factors influencing the evolution of youth travel, Management and Marketing Journal, god. 8, br. 2., 2010, p. 308-316, http://www.mnmk.ro/documents/2010ed2/13_Moisa%20Alba%20Iulia%20FFFF.pdf. (Posjećeno: 02.08.2022.)

²¹ Ibid., p. 315

²² Vukonić, Boris; Čavlek, Nevenka, Riječnik turizma, Masmedia, Zagreb 2001, p. 258.

U tom kontekstu ni pojam mladi nije potpuno definiran, pa se mladima smatraju osobe između 15 i 29 godina starosti, no koncept „mladih“ nije moguće vezati isključivo uz dob, jer ovisi i o stilu života, te prihvaćanju ozbiljnijeg ili odraslog načina života, koji podrazumijeva stalno zaposlenje, brak i vlastitu obitelj. WYSE Travel Confederation pod omladinskim turizmom podrazumijeva omladinska putovanja koja uključuju sva nezavisna i samostalna putovanja dobne skupine između 16 i 26 godina starosti, na razdoblje manje od 1 godine, motivirana djelomično ili u potpunosti željom za upoznavanjem novih kultura, razvojem životnog iskustva i/ili koristima od formalnih ili neformalnih mogućnosti učenja izvan uobičajenih okoliša.²³ Brojne studije o turizmu naglašavaju kako segment omladinskog turizma sve više raste. Prema studiji UNWTO-a broj mladih putnika raste 3–5 % godišnje, a potrošnja 8 %.

Destinacije koje uoče važnost turizma mladih i u isti budu ulagali i prilagođavali svoje turističko tržište prema ovoj dobnoj skupini zasigurno će osigurati pozitivan razvoj same destinacije i turizma. Također, razvijanjem ponude za mlade, destinacije povećavaju svoju prepoznatljivost na svjetskom tržištu, što ujedno sa sobom nosi atraktivnost i konkurentnost na svjetskoj razini. Marketinški gledano razvijen je niz ponuda kao mogućnost za putovanje mladih ljudi. Počevši od Au Pair programa (čuvanje malene djece u inozemstvu), Erasmus + programa mobilnosti, studentskih letova, volonterskih putovanja pa sve do sportskih putovanja i odlaska u inozemstvo radi posla.

Unatoč ograničenjima, prvenstveno nedostatku financijskih sredstava, mladi u Hrvatskoj grade vlastite putničke karijere. Tijekom života čak 83,2 % ih je izvan stalnog prebivališta putovalo 15 i više puta. Izvan Hrvatske njih 18,4 % je putovalo 7-9 puta a 38,9 % više od 15 puta. Na turistička putovanja 56,6 % mladih odlazi 1-2 puta godišnje, a 30,7 % 3-5 puta godišnje. Neovisno putuju li unutar ili izvan Hrvatske, na putovanju provedu 1-2 tjedna.²⁴ Nažalost, Hrvatska ne obrađuje posebno turistička putovanja mladih, stoga nije poznato koliki udio mladi čine u ukupnom turističkom prometu. Važnu ulogu u poticanju turističkih kretanja mladih imaju vlade i obrazovne institucije. Međutim, tek trećina vlada prepoznaje putovanja mladih kao posebno tržište, a četvrtina razvija i nudi proizvode namijenjene mladima.

²³ Krešić, Damir; Miličević, Katarina, Kako osnovati i upravljati hostelom, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb 2010, p. 9-10

²⁴ Kušen, Zrnka; Gečević, Dražen, Novi horizonti: Istraživanje nezavisnih putovanja mladih i studenata u Republici Hrvatskoj, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb 2008, p. 20-23

Hrvatska pripada državama koje nisu prepoznale pozitivne strane razvoja omladinskog turizma. Vlada i državne institucije potpuno su zanemarile mlade kao potencijalno turističko domaće i inozemno tržište. Dosadašnje su inicijative poduzimali Hrvatski ferijalni i hostelski savez, te ogranci međunarodnih organizacija.

Turistička potražnja za omladinskim turizmom je vrlo složena, jer mladi imaju različite motive putovanja, poput istraživanja (83 %), uzbuđenja (74 %) ili učenja (69 %).²⁵ Stoga se unutar ovog turističkog tržišta definiraju nove tržišne niše: „backpacking“ ili putovanje s naprtnjačom, studentska putovanja, učenje jezika, profesionalizacija, radno iskustvo, volonterski programi, kulturne razmjene, sportski te avanturistički turizam.²⁶ Backpacking obuhvaća niskobudžetna i nezavisna putovanja koja karakteriziraju putovanja s vrlo malo prtljage. Unatoč predrasudama, backpackeri su poželjni gosti, što potvrđuju popularne backpacking destinacije poput Australija, Novog Zelanda i Tajlanda. Backpackeri putuju češće i dulje od ostalih turista, troše više, posjećuju egzotičnije i manje poznate lokacije, imaju visoku stopu ponovnog posjeta, te vrlo bitno, doprinose smanjenju sezonalnosti jer putuju izvan glavne sezone zbog nižih cijena.²⁷ Primarna je zadaća studentskih putovanja unaprijediti obrazovni proces, a obuhvaća studiranje u inozemstvu, učenje stranih jezika, tečajeve i sl. Programi sadrže edukativne i zabavne sadržaje, a naglasak je na interakciji studenata. Osim obrazovanja, mladima je omogućeno stjecanje radnog iskustva u inozemstvu putem različitih programa „work and travel“ u organizaciji međunarodnih tvrtki i organizacija. Društveni angažman mladih i želja za pomaganjem u rješavanju problema u turističkim destinacijama također je motiv za putovanje. Spajanje volonterskog rada i turističkog putovanja je izvrstan primjer odgovornog i održivog turizma. Smještaj i prijevoz čine osnovu svakog turističkog putovanja. Pri odabiru smještaja, mladima je najvažniji kriterij cijena. Biraju smještajne objekte nižeg cjenovnog razreda i niže razine smještajnih usluga. Čak 41 % mladih u svijetu osigura smještaj kod rodbine i prijatelja, 32 % u backpacker hostelima, 30 % u hotelima i 21 % u hostelima za mlade. U Hrvatskoj mladi prednost daju hostelima (26,5 %), a slijede hoteli (23,5 %) te smještaj kod rodbine i prijatelja.²⁸ Niža razina usluga podrazumijeva manje dodatnih sadržaja u smještajnom objektu, dok kvaliteta usluge mora biti na zadovoljavajućoj razini u skladu s propisima. Niskobudžetni

²⁵ Richards; Wilson, op.cit., p. 17

²⁶ Moisa, Claudia, Aspects of youth tourism demand, *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, god. 12, br. 2., 2010, p. 575 – 582, <http://oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1220102/08.pdf>. (Posjećeno: 03.08.2022.)

²⁷ City of Cape Town, *Backpacking and Youth Tourism Investigative Study*, 2010. <http://www.capetown.gov.za/en/tourism/Documents/Final%20Draft%20CoCT%20Backpacking%20Study%20180809.pdf>. (Posjećeno: 03.08.2022.)

²⁸Kušen; Gečević, op. cit., p. 24.

smještaj nude hosteli, hoteli niže kategorije (2 i 3 zvjezdice), privatni smještaj u kućanstvima kod rodbine i prijatelja, te kampovi. Prema podacima Ministarstva turizma Hrvatska je u 2010. godini raspolagala s 593 hotela (većina 3 i 4 zvjezdice), s 44 hostela, 116 kuća za odmor, 595 449 kućanstava i 231 kampom.²⁹ S druge strane omladinski hosteli objekti su namijenjeni mladima, odnosno putnicima koji njeguju određeni stil putovanja. U Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji drugih vrsta smještajnih objekata hostel je smještajni objekt u kojem se usluge smještaja pružaju pretežno mladim gostima, a mogu se pružati i usluge prehrane i pića.³⁰ Smještajne jedinice su sobe i spavaonice, uglavnom više krevetne sa zajedničkim sanitarijama. Međutim, standard hostelskog smještaja raste. Usluge hotela su niže cjenovne kategorije i manjeg komfora u usporedbi s hotelom. Ključne razlike između hotela i hotela su: niža cijena hostelskog smještaja, neformalniji pristup u komunikaciji i ophođenju s gostima u hostelu, više zajedničkih prostorija u hostelu i povećan stupanj socijalizacije.³¹

Znatan je postotak mladih koji samostalno organiziraju putovanja, dakle rezerviraju smještaj, prijevoz i druge aktivnosti ovisno o vlastitim željama. Razvoj suvremenih tehnologija, osobito Interneta uvelike je olakšao planiranje putovanja. Za 71 % ispitanika Internet je prvi izvor informacija, slijede iskustva rodbine i prijatelja (70 %), turistički vodiči, prijašnji boravak, novine i časopisi.³² Najpoznatije online platforme za rezervaciju hostelskog smještaja su Hostelworld.com i Hostelseurope.com. Nude smještaj u hostelima i drugim niskobudžetnim smještajnim objektima te povoljne paket-aranžmane, informacije o destinacijama, komentare i iskustva drugih putnika. Ovakve web stranice pojednostavljuju organizaciju putovanja, a zahvaljujući opširnosti informacija putnik gotovo nema nepoznanica o odredištu. Pružatelji usluga smještaja se lakše povezuju s potencijalnim kupcima na globalnom tržištu. Prednosti online rezervacije i prodaje iskoristili su i ostali pružatelji turističkih usluga (hoteli i ostale vrste hotelijerskih i ugostiteljskih objekata, prijevoznici, kulturne institucije i dr.)

Na svjetskoj razini najčešći načini putovanja u destinaciju su zračni prijevoz (82 %) i željeznički prijevoz (30 %).³³ U Hrvatskoj su putovanja avionom slabije zastupljena u odnosu na cestovni promet, u kojem najveći dio zauzima autobusni prijevoz (78,2 %), a zatim slijede vlak i

²⁹ Europska komisija, Calypso Study on Social Tourism Croatia, 2010, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/country_reports/calypso_country_report_croatia_en.pdf. (Posjećeno: 04.08.2022.)

³⁰ Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji drugih vrsta smještajnih objekata, Narodne novine, br.49., 2005.

³¹ Krešić; Miličević, op. cit., p. 25-26.

³² Richards; Wilson, op. cit., p. 20.

³³ Richards; Wilson, op. cit., p. 28.

automobil.³⁴ Odabir prijevoznog sredstva je uvjetovan udaljenošću destinacije. Prvi izbor mladih u Hrvatskoj je Europa (35,7 %), slijede egzotične destinacije Srednja i Južna Amerika, Australija, Azija i Pacifik. Omiljene domaće destinacije su Dubrovnik, Zadar, Zagreb, Istra i Split.³⁵

Prijevoznici, pružatelji smještaja i druge tvrtke nude mladim putnicima različite pogodnosti, a najčešće se radi o popustima na redovnu cijenu usluga i proizvoda. Nekoliko omladinskih organizacija je kreiralo iskaznice namijenjene mladim putnicima koje im omogućuju povoljniji smještaj, prijevoz, kupnju, ulaznice za kulturne ustanove, rekreaciju, sport i sl. Vjerojatno najpoznatije su EURO < 26 i ISIC Međunarodna studentska iskaznica. Europska mladežna iskaznica EURO < 26 omogućuje oko 100 000 popusta, a mogu je nabaviti mladi od 14 do 30 godina. EURO < 26 je pod pokroviteljstvom Vijeća Europe i Europskog parlamenta i već ju ima oko 4 milijuna korisnika u 40 zemalja koje su udružene u European Youth Card Association. U Hrvatskoj je nositelj projekta mladežne iskaznice Hrvatski ferijalni i hostelski savez pod pokroviteljstvom Vlade Republike Hrvatske.³⁶ ISIC iskaznica je proizvod ISIC Association, koja je članica World Youth Student and Educational Travel Confederation, neprofitne organizacije koja ujedinjuje različite svjetske servise za putovanja mladih. Iskaznica vrijedi u 120 zemalja i ima više od 4 500 000 članova godišnje.³⁷ U Hrvatskoj se uz EURO < 26 i ISIC može koristiti iskaznica Hrvatskog ferijalnog i hostelskog saveza, hi.euro iskaznica za osobe od 14 do 30 godina.³⁸

³⁴ Kušen; Gečević, op. cit., p. 25.

³⁵ Ibid., p. 19-23.

³⁶ Europska mladežna iskaznica, <http://www.euro26.hr/emz.php>. (Posjećeno: 04.08.2022.)

³⁷ SIC studentska iskaznica, <http://www.isic.hr/program/9/o-nama.html>. (Posjećeno: 04.08.2022.)

³⁸ HFHS, <http://www.hfhs.hr/hr/clanstvo/>. (Posjećeno: 04.08.2022.)

4. UTJECAJ EDUKATIVNIH PUTOVANJA NA DESTINACIJU

4.1. Važnost edukativnih turista

Edukativni turizam kao selektivni oblik turizma suparnik je masovnom turizmu te predstavlja budućnost turizma. Osobe koje upravljaju destinacijama vide edukativni turizam kao sredstvo gospodarskog rasta i razvoja koji nudi više mogućnosti i održiv razvoj turizma.

Edukativni turisti su važni za ekonomski napredak zemlje, njihova potrošnja povećava prihode gospodarstva, otvaraju se nova radna mjesta, izgrađuje se infrastruktura pojedine zemlje te se potiče kulturna razmjena između domicilnog stanovništva i gostiju. Velik je broj radnih mjesta otvorenih zbog turizma. Ti poslovi nisu povezani samo s turističkim sektorom, već obuhvaćaju i edukacijski sektor, zdravstvo, sektor komunikacija i poljoprivredni sektor. Mnogo turista putuje s ciljem proživljavanja kulture destinacije kroz gastronomiju i različitu tradiciju. S obzirom da turisti troše vlastiti novac, trgovine, trgovački centri, restorani i država imaju velike koristi od toga. Organizatori događaja zarađuju putem prodaje autorskih prava za medije, najma izložbenih prostora, prodaje darova i kotizacija.

S obzirom da se u prošlosti hrvatski turizam koncentrirao na sunce i more, uvođenje selektivnih oblika turizma predstavlja dobar način da se hrvatska istakne i po drugim atraktivnim opcijama koje se mogu ponuditi turistima da bi se produžila sezona. Hrvatski turizam može profitirati ukoliko usmjeri veći dio sredstava u ovaj oblik selektivnog turizma, te bi na taj način doveo Hrvatsku da se što bolje pozicionira na globalnoj turističkoj karti. Edukativni turisti u Hrvatskoj motiviraju razmjenu ideja, osobni razvoj, globalno povezivanje, poboljšavaju percepciju i razumijevanje domicilnih studenata te potiču efikasno učenje i konkurentniju atmosferu. Unatoč tome što edukativni turisti pozitivno utječu na destinaciju, postoje i negativni utjecaji. Pojedini studenti ne mare za okoliš u receptivnoj destinaciji, rade probleme te mogu negativno utjecati na kulturu destinacije.

Edukativni turizam može pridonijeti napredovanju u karijeri, a rezultat toga su bolje plaćeni radnici te veća davanja prema državi. Poduzeća traže radnike koji svojim stručnim znanjem i vještinama mogu ispuniti očekivanja tržišta rada. Studenti tijekom ili nakon završetka fakulteta moraju razviti menadžerske vještine, znanje stranih jezika, biti upoznati s različitim kulturama i posjedovati vještine prodaje i marketinga. Također, moraju poboljšati svoje vještine da bi bili sposobni natjecati se s konkurentima na tržištu rada. Ponudom što kvalitetnijih resursa i većeg

broja opcija, sveučilišta i destinacije postaju interesantniji međunarodnim studentima.³⁹ Ulaganjem u edukaciju, ulaže se u napredak države u cjelini jer će se kroz život pojedinaca cijelo ulaganje vratiti višestruko.

Sama promjena percepcije na ulaganje u edukaciju može imati direktne koristi na gospodarstvo jer će taj novac ostati u državi ako se pametno upravlja sveučilištima, radi na povećanju zadovoljstva studenata i razvoju potencijalne budućnosti, sigurnost u „bolje sutra“ je zagarantirana.

4.2. Razvoj edukativnog turizma

Kvalitetnijim pristupom, promoviranjem te boljom dostupnošću i infrastrukturom se podiže status edukacijske ustanove i samim tim privlače se strani studenti jer ih takvo okruženje motivira i inspirira za istraživanje i razvoj, sto bi Hrvatskoj osiguralo da pridobije više edukativnih turista. Edukacijski turizam pomaže pri kulturnoj integraciji te ga se treba promatrati kao tvorevinu koja se odupire kulturnim nesporazumima, etnocentrizmu i ksenofobiji. Studenti su tijekom boravka u drugoj zemlji izloženi raznovrsnim vrijednostima kolektivismu i individualizmu, jednakih prava te meritokracije što ih čini lobistima društvenih promjena u domicilnim zemljama.⁴⁰

Važno je uključiti edukacijski turizam u lokalne i nacionalne strategije planiranja turizma. Političke smjernice bi trebale podržavati ovakav oblik selektivnog turizma te osigurati primjenu pomoću povezivanja turista i lokalnog stanovništva.

Broj institucija i projekata razmjene trebao bi se povećavati kako bi studenti na razmjeni i profesori potakli rast akademskih postignuća i standarda u razvijenim zemljama i zemljama u razvoju. Ulaganje u sveučilište i upoznavanje studenata sa ponudama i pogodnostima koje imaju tijekom studija (studentska menza, povrat poreza, besplatan ured itd.) moraju se bolje prezentirati studentima. Pojedine edukacijske institucije su počele poboljšavati postupak razvijanja izraženije institucionalne samostalnosti, povodom čega su počele donositi promjene u pojedinim edukacijskim aspektima i kurikulumu, koji se u pojedinim situacijama mogu protumačiti kao tvorci kvalitete i moralnosti. Mnoge edukacijske institucije su konsolidirale klasične načine rada koji su neučinkovito izvršavali aktivnosti te izgubili svaki smisao svoje funkcije, pogodujući narušavanju kvalitete.⁴¹

³⁹ Voleva I., 2020

⁴⁰ Smith A., 2012

⁴¹ Vasquez-Martinez C., R. et al., 2013

Slika 2. Piramida razvoja edukativnog turizma s naglaskom na razvojne i ulagačke potencijale



Izvor: izrada autora prema Vasquez-Martinez C., R. et al., 2013.

Da bi edukativno-turističko iskustvo bilo što kvalitetnije, turisti trebaju doživjeti razliku od klasičnog kvalifikacijskog okvira, a turistički doživljaj mora biti prikladan edukaciji. U takvim situacijama mogu se razviti pokazatelji koji reflektiraju razvoj globalne percepcije (kognitivni pokazatelji), globalne misli (afektivni pokazatelji) i globalne kompetencije (pokazatelji ponašanja).⁴² Inicijative poput dostupnosti kvalitetnijih studentskih usluga, više prilika za privremeni ili trajni radni odnos po završetku studija, ponude statusa trajnog ili privremenog stanovnika (permanent or temporary residence) te određene marketinške inicijative posredstvom studenata koji su završili studij i institucijskih suradnja, povećati će brojnost inozemnih studenata. U Hrvatskoj je slabo zastupljena suradnja s Indijom, Kinom i drugim zemljama jugo-istočne Azije što se može smatrati neiskorištenim potencijalom te se trebaju uložiti veći naponi da se privuku studenti iz tih područja koji skupno imaju preko 2 milijarde. Programi mobilnosti bi trebali ciljati pojedine osobe, neovisno o godinama ali treba prilagoditi ponudu dobnoj skupini. Dobar glas daleko se čuje.

⁴² McGladdery C., A., Lubbe B., A., 2017

4.3. Edukativni turizam kao rješenje produljenja sezone

Poticanjem studenata na putovanje unutar granica države, stvaraju se preduvjeti i okruženje za produljenje sezone.⁴³ Edukativni turizam destinacijama može usavršiti edukativni turistički proizvod. Prvo se mora analizirati tržište te što će se podučavati o pojedinom području. Zatim, treba se posvetiti efikasnijem korištenju sadržaja, posebice izvan sezone. Potrebno je prepoznati želje turista u pojedinom dijelu sezone te ispunjavanjem očekivanja možemo stvoriti brend destinacije koja privlači turiste izvan glavne sezone. Poboljšanjem turističkih proizvoda i usluga povećava se broj turista izvan glavne sezone. Pozornost se treba usmjeriti prema dijelu godine u koji se misli privući turiste te prilagoditi strategiju da se što ravnomjernije rasporede turisti kroz cijelu godinu. Odgovarajuća kombinacija edukativne prakse i čimbenika turizma omogućuje djelomičnu revitalizaciju klasičnog edukativnog procesa, pojačava se interes studenata za isti, jača želja za ostvarivanjem boljih rezultata te za usvajanjem pojedinih socijalnih vještina. S obzirom da se edukativni turizam u sveučilišnom pogledu odvija izvan sezone, može se utvrditi da je edukativni turizam dobra opcija za produljenje sezone.

Preduvjet za uspješnu provedbu strategije je podudaranje segmenata koji utječu na potrebe turističkog tržišta te proizvoda i usluga u destinacijama. Važno je uspostaviti stabilan priljev gostiju kroz diversifikaciju tržišta, proizvoda i usluga te kroz okolišna i strukturalna rješenja.⁴⁴ Edukacijski turizam drži dominantnu poziciju na razini selektivnih oblika turizma kao što su rekreacijski, gastronomski i rehabilitacijski (medicinski). Edukacijski turizam jača turistički potencijal regije, grada ili mjesta s edukativnim potencijalom razvoja. Putovanje povezano s edukacijskim turizmom ima važan emocionalni utjecaj na sveukupni edukacijski proces, osobito na razvoj raznovrsnih iskustava i znanja, u usporedbi s klasičnom edukacijom.

⁴³ Zatssepina M., B., et al., 2020.

⁴⁴ ĆorlukaG., 2019

5.PLAN RADA AGENCIJE ZA MOBILNOST I PROGRAME EU I ERASMUS+ MOBILNOST ZA STUDENTE

5.1.Općenito o Agenciji

Agencija za mobilnost i programe Europske Unije (AMPEU)⁴⁵ javna je ustanova u sustavu Ministarstva znanosti i obrazovanja. Ova agencija provodi i promovira programe Europske unije i druge međunarodne programe u području znanosti, obrazovanja, osposobljavanja, mladih i sporta. Svoje aktivnosti temelji na viziji i misiji te strateškim i pravnim dokumentima na europskoj i nacionalnoj razini te odredbama ugovora s Europskom komisijom.

Agencija za mobilnost i programe Europske Unije u 2022. godini želi zadržati profesionalan i kvalitetan pristup poslovanju, te kvalitetan organizacijski okvir za provedbu nacionalnih i europskih politika. Tijekom 2022. godine Agencija će svojim korisnicima i mogućim prijaviteljima osigurati potrebne edukacije za uspješnu prijavu na natječaje te će dio resursa usmjeriti na daljnju digitalizaciju poslovanja te osnaživanje potencijalnih prijavitelja i korisnika u kontekstu pripreme i provedbe svih dostupnih projektnih formata. Unatoč poteškoćama koje je sa sobom donijela pandemija virusa COVID-19, cilj je zadržati visokokvalitetan i profesionalan pristup poslovanju, uz potporu i suradnju nadležnih tijela, te otvorenu suradnju sa svim partnerima.

U nastavku će se opisati rad agencije za programe Europske Unije i mobilnost koja putem svojih organizacija aktivnosti promovira informiranost građanima i studentima kako bi bili svjesni kakve prilike i pogodnosti putovanja i edukacija nude u kompletu. Uz javne natječaje za dodjelu financijske potpore za sudjelovanje u programima mobilnosti potiču se edukativna studentska putovanja koja su bazirana na razmjeni studenata i projektima mladih.

Također u ovom radu će se istaknuti nekoliko programa koji se provode putem aktivnosti transnacionalne suradnje između nacionalnih agencija koje provode program Erasmus+. Bitno je istaknuti kako među temeljne djelatnosti Agencije spada informiranje i savjetovanje o programima iz njezina portfelja, što je čini središnjom točkom odnosno polazištem za informiranje o međunarodnim mogućnostima na području formalnog i neformalnog učenja.

⁴⁵ <http://mobilnost.hr/>(Preuzeto 07.09.2022.)

Aktivnosti i usluge informiranja i savjetovanja besplatne su. Agencija ulaže u obrazovanje i usavršavanje studenata i mladih ljudi, unaprjeđenje sustava obrazovanja, znanosti i rada s mladima te u njihovu internacionalizaciju, i to provedbom programa i ostalih navedenih aktivnosti. Putem informiranja i promoviranja svojih programa i mreža, Agencija također objavljuje javne natječaje za dodjelu financijske potpore kako bi mladi mogli sudjelovati u programima mobilnosti koji mogu biti povezani sa studentskom razmjenom, različitim projektima (KA2) ili stručnom praksom.

Agencija za mobilnost i programe EU kao javna ustanova u RH koja od svog osnutka 2007. godine, može se reći uspješno promovira i informira građane o svojim programima u području znanosti, obrazovanja, osposobljavanja, mladih i sporta. Kroz izrazito predan rad kroz godine, Agencija ide u korak s vremenom, te nastoji poboljšati digitalni sustav što je izrazito važno u današnje vrijeme kako bi korisnicima pružili bolje razumijevanje i korištenje sustava. Novčana sredstva EU, kojih ima u velikim količinama, zbog sporosti administracije često se ne iskoriste maksimalno. Očigledno koristan način privlačenja što više korisnika iz RH u europski prostor obrazovanja, Agencija kroz besplatna savjetovanja, informiranje i financijske potpore mladima daje poticaj da dobre ideje pretvaraju u uspješne projekte.

5.2. Erasmus program osposobljavanja mladih

U nastavku će se govoriti nešto više o Erasmus programu kao najvećem programu za obrazovanje i osposobljavanje mladih koje studentima omogućuje da studiraju u inozemstvu. Također podržava pojedince i institucije visokog obrazovanja zainteresirane za učenje u drugim zemljama. Erasmus utječe na sposobnost pojedinca da prihvati različita gledišta i kulture, time student postaje samostalan i kulturološki osvješten.

Kao i sve razmjena studenata ima svoje prednosti i nedostatke, ali zasigurno ima više onih pozitivnih strana. Iskustva studenata koji su studirali u inozemstvu možemo nazvati iskustvima koji uvelike utječu na njihov život. Uz prilike usavršavanja stranih jezika i učenja novih, oni stvaraju međukulturalno iskustvo, razvijaju se i postaju zreliji, samopouzdaniji, prilagodljiviji, te u njima raste znatiželja za učenjem, postaju bolji u rješavanju bilo kakvih problema i razvijaju bolje komunikacijske i prezentacijske vještine. Odlaskom u svijet pojedinac mijenja vlastitu percepciju svoje okoline i pogled na svijet zbog svih novih sadržaja i podražaja koje doživljava.

Studiranje u stranoj okolini sa sobom nosi izazove s kojima se treba suočiti i koji ih naposljetku dovedu do savladavanja svih prepreka, koje sa sobom nose posebnu draž studiranja jer time pojedinac stječe samopouzdanje i pomiče vlastite granice što je jako pozitivno jer je rad na sebi najbolja investicija. Jezična barijera studentima može uvelike otežavati boravak u stranoj zemlji, jer se zbog te barijere teško mogu sporazumijevati i pratiti nastavu, što u većini slučajeva dovodi do nelagode i povećane želje za vraćanjem u matičnu zemlju. Upravo zbog svoje raznolikosti, studentska razmjena odnosno Erasmus ima svoju najljepšu stranu, a radi se o tome da većina studenata nakon Erasmusa dožive nezaboravno iskustvo, svatko na svoj unikatan način. Čak i oni koji su pružali otpor na početku vremenom prihvate okolinu i steknu iskustvo za cijeli život.

Obrazovanje je proces koji nema kraja jer vodi prema nepresušnoj želji za uvijek novim horizontima i razumijevanjem. Moglo bi se reći da studentska razmjena u suštini nema nedostataka koji se ne mogu vremenom pretvoriti u pozitivne stavke i da je potrebno poticati što više studenata na doživljavanje ovog iskustva koji bi uistinu mnogima mogao uljepšati život.

5.2.1. Erasmus+ program

Erasmus + je program Europske Unije koji je nastao 2014. godine u svrhu podrške obrazovanja, obuke, mladih i sporta, kao i podupiranju zapošljavanja europskih građana. S ukupnim proračunom od 28,4 milijarde eura za razdoblje od 2021. do 2027. godine program Erasmus+ podupire projekte s ciljem boljeg obrazovanja i uključivijeg društva, te stjecanje vještina budućnosti. U programu je do danas sudjelovalo i sudjeluje oko 115.000 hrvatskih građana svih generacija, iz ustanova predškolskog i ranog odgoja i obrazovanja, osnovnih i srednjih škola, učeničkih domova, visokih učilišta, organizacija koje rade s mladima i mnogih drugih, njih ukupno oko 2.000.⁴⁶

Kada je Erasmus 1987. godine pokrenut, uključivao je samo 11 zemalja te je tada bio namijenjen studentima i profesorima u visokom obrazovanju. Danas uključuje 27 članica Europske unije te šest zemalja blisko povezanih s ovim programom – Sjevernu Makedoniju, Norvešku, Lihtenštajn, Island, Srbiju i Tursku. Erasmus+ kroz suradnju s organizacijama diljem Europe i svijeta omogućava njihov institucionalni razvoj i unaprjeđuje javnu politiku u ovim područjima.

Prilike pod okriljem Erasmusa do sada je iskoristilo više od 12 milijuna ljudi, neovisno o njihovu podrijetlu, dobi, stupnju obrazovanja ili sposobnostima. Kako bi se ublažio utjecaj

⁴⁶ <https://ampeu.hr/35-godina-erasmusa> (07.09.2022.)

nepredviđenih okolnosti poput pandemije, omogućeno je virtualno učenje te kombinirane mobilnosti u fizičkom i *online* obliku. Svoju solidarnosti program pokazuje i u ratnoj krizi u Ukrajini nudeći niz mjera i mogućnosti s ciljem potpore i pomoći ukrajinskim studentima, učiteljima, odgojiteljima i mladima.

Inspiriran pozitivnim iskustvima dosadašnjih korisnika, Erasmus+ je u aktualnom provedbenom razdoblju do 2027. godine dodatno obogaćen novim prioritetima kojima je cilj stvoriti održiviju, digitalno pismeniju i aktivniju europsku generaciju te tako dodatno pridonijeti stvaranju istinskog europskog identiteta.

Program Erasmus+ nudi mogućnosti u raznim područjima⁴⁷:

- u području **odgoja i obrazovanja** otvoren je djeci, učenicima i zaposlenicima odgojno-obrazovnih ustanova poput dječjih vrtića, škola, učeničkih domova i centara za odgoj i obrazovanje
- u području **strukovnog obrazovanja i osposobljavanja** otvoren je učenicima, vježbenicima, pripravnicima i zaposlenicima srednjih strukovnih i umjetničkih škola
- u **visokom obrazovanju** otvoren je studentima te nastavnom i nenastavnom osoblju visokih učilišta
- u području **obrazovanja odraslih** otvoren je zaposlenicima i odraslim polaznicima ustanova za obrazovanje odraslih poput pučkih učilišta, gradskih knjižnica, muzeja, nevladinih udruga, poduzeća i sl.
- u području **mladih** otvoren je udrugama, neformalnim skupinama mladih, javnim tijelima i drugim vrstama organizacija
- u **sportu** podupire javna tijela nadležna za sport i sportske organizacije radi promicanja sportskih vrijednosti i obrazovanja u sportu i putem sporta te suzbijanja nasilja, rasizma, diskriminacije i netolerancije.

Erasmus+ zamijenio je 7 ranijih programa: Program za cjeloživotno učenje (s potprogramima Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius i Grundtvig), Mladi na djelu te 5 programa međunarodne suradnje (Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink i program suradnje s industrijaliziranim državama i teritorijima). Program po prvi put uvodi i podršku području

⁴⁷ <https://ampeu.hr/> (07.09.2022.)

sporta.

Erasmus+ sastoji se od sljedećih aktivnosti:

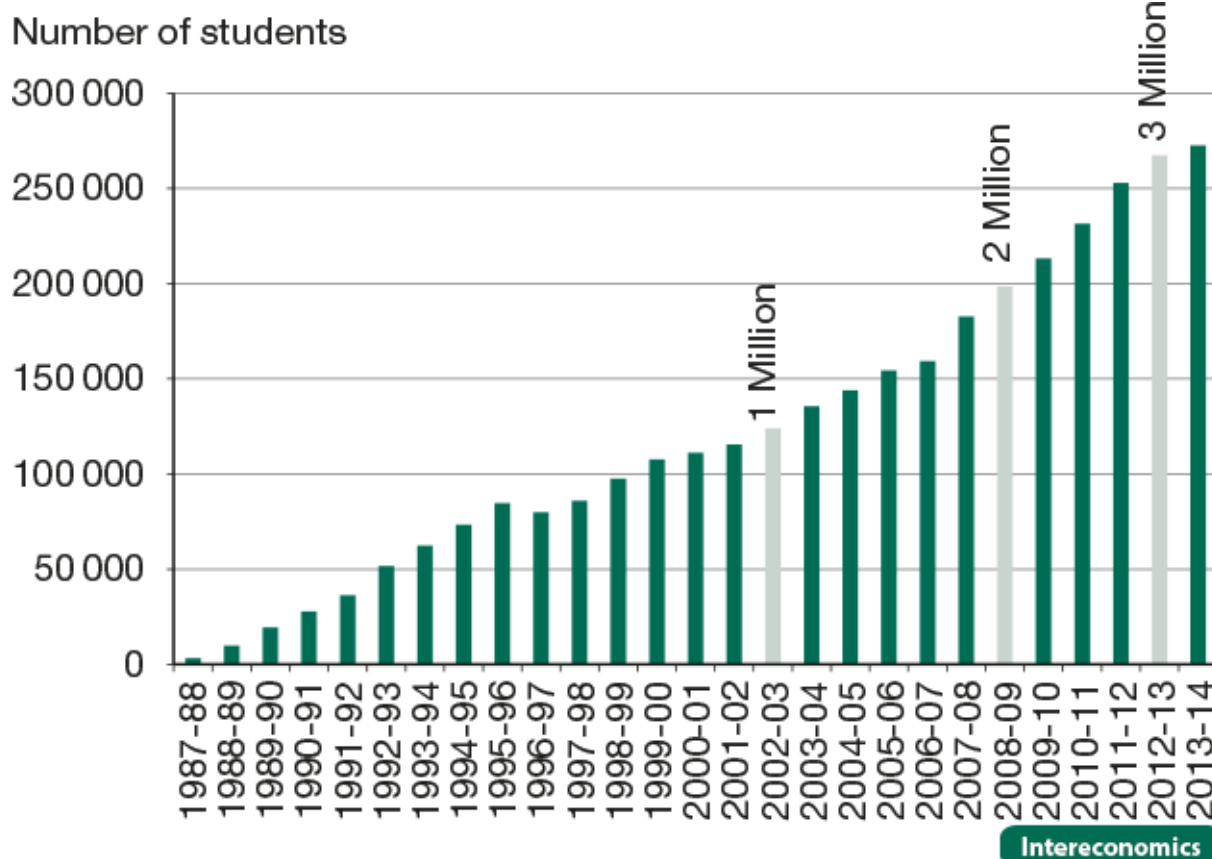
- Ključna aktivnost 1 – Mobilnost u svrhu učenja za pojedince
- Ključna aktivnost 2 – Suradnja za inovacije i razmjenu dobre prakse
- Ključna aktivnost 3 – Podrška reformi politika
- Aktivnosti Jean Monnet (akademski moduli, katedre, centri izvrsnosti, dijalog o politici s akademskim svijetom, potpora ustanovama i udrugama, studije i konferencije)
- Sport (suradnička partnerstva, neprofitna europska sportska događanja pr. Europski tjedan sporta)

Europska komisija provela je zanimljivo istraživanje⁴⁸ o motivaciji na uzorku od 56 733 studenata. Prema istraživanju glavni motivi odabira Erasmus+ Programa su mogućnost privremenog boravka u drugoj zemlji, učenje jezika te povećana mogućnost zapošljavanja u inozemstvu. 93% studenata bi moglo razmotriti preseljenje u drugu državu, dok se 40% Erasmus studenata preselilo u drugu državu u usporedbi s 23% studenata koji nisu sudjelovali u programu mobilnosti. Studenti koji su se preselili u drugu državu, redovito posjećuju svoju rodbinu i na taj način povećavaju turistička kretanja. A njihovom odsutnošću promovira se razvoj destinacije i život u inozemstvu preko njihovih prijatelja, rodbine i društvenih mreža. Tako da je to još jedan razlog povećanja edukativnih studentskih putovanja u zadnjih nekoliko godina.

Od 1987. godine broj studenata koji studiraju ili se usavršavaju u inozemstvu postupno se povećavao, premašivši brojku od tri milijuna u akademskoj godini 2011. - 2012. U akademskoj godini 2013./2014. u inozemstvo je otišlo 272.500 studenata. (pogledati Sliku 3).

⁴⁸ http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-534_hr.htm (Preuzeto 07.09.2022.)

Slika 3. Erasmus+ Program od 1987. do 2014.



Izvor:<https://www.intereconomics.eu/contents/year/2018/number/6/article/the-european-single-market-at-25.html> (Preuzeto 07.09.2022.)

Na prikazanoj slici može se vidjeti konstantan rast studenata koji sudjeluju u Erasmus+Programu u razdoblju od 1987. do 2014. godine. Izvještaj Europske komisije govori da je najviše studenata u 2014. godini iz Španjolske, nakon toga slijede Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo i Italija. Također, iste zemlje po identičnom poretku su primile najviše studenata dok je prilikom usporedbe omjera veličine studentske populacije i onih koji su se odlučili za Erasmus+Program predvode Luksemburg, Lihtenštajn, Latvija, Litva i Španjolska.⁴⁹

Program je osmišljen s ciljem podupiranja razvoja Europskog prostora visokog obrazovanja. Uključuje i ljetne ili zimske škole i jezične tečajeve. Jedna od vrlo važnih obilježja Erasmus + programa je višejezičnost, koja je ujedno i jedan od temelja ovog programa. Znanjem stranih jezika posjedujemo vještine koje doprinose boljem plasmanu na tržištu rada. Jedan od posebnih ciljeva je upravo promicanje jezične raznolikosti i učenje jezika, zbog prisutnosti nedostataka jezičnih kompetencija. Tržište rada će zasigurno prepoznati i valorizirati pojedince koji su

⁴⁹ http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/repository/education/library/statistics/erasmus-plus-facts-figures_en.pdf (Preuzeto 07.09.2022.)

jezično kompetentni, te upravo zbog toga ovaj program ima za cilj razvijati višejezičnost i jezičnu kompetenciju mladih ljudi. Jezična potpora dostupna je za jezik kojim se sudionici koriste pri učenju, stručnoj praksi ili volontiranju u inozemstvu u okviru aktivnosti dugoročne mobilnosti, uglavnom se nudi putem mrežne jedinice potpore programa Erasmus + jer su prednosti e-učenja jezika pristupačnost i fleksibilnost. Program Erasmus+ ima još jedan važan cilj, a to je promicanje jednakosti i uključenosti olakšavanjem pristupa sudionicima koji dolaze iz nepovoljnih sredina i koji su u nepovoljnijem položaju u usporedbi s vršnjacima kad god taj nepovoljni položaj ograničava ili sprječava sudjelovanje u internacionalnim aktivnostima.

U 2022. godini nastavlja se provedba druge godine novog programa Erasmus+ koji obuhvaća razdoblje od 2021. do 2027. godine u skladu s višegodišnjom financijskom perspektivom Europske Unije . Budžet za Republiku Hrvatsku za 2022. godinu iznosi više od 36 milijuna EUR, odnosno više od 245 milijuna kuna za područja obrazovanja, osposobljavanja i mladih.

Mjesečna financijska potpora iz Erasmus+ za programske države raspodijeljena je u tri kategorije, ovisno o državi u koju student odlazi. Financijska sredstva osigurava Agencija za mobilnost i programe Europske unije, odnosno Europska komisija. Također studenti mogu otići na mobilnost i o vlastitom trošku, odnosno bez financijske potpore (tzv. zero-grant studenti) te imaju ista prava i obveze kao studenti koji primaju potporu. Program je orijentiran i prema društvenoj uključenosti studenata slabijeg socioekonomskog statusa. Odabrani studenti za studijski boravak imaju pravo na dodatnu financijsku potporu u iznosu od 200 € mjesečno, dok studenti s posebnim potrebama ostvaruju pravo na povećan iznos financijske potpore zbog mogućih povećanih troškova kod realizacije mobilnosti (URL 10). Studenti koji odlaze na Erasmus+ mobilnost izuzeti su od plaćanja naknada za školarinu, registraciju, ispite i pristup laboratorijima i knjižnicama na ustanovi primatelju (URL 11).

Proučavanjem Erasmus Programa vidljivo je kako sam Program veoma pozitivno utječe na intelektualni rast i razvoj svakog pojedinca koji kroz razmjenu stiču nova poznanstva, kao i povećanje kulturološke osvještenosti. Pokazuje se visok stupanj zadovoljstva mobilnošću što dovodi do povećanja kompetencija što rezultira većoj zaposlenosti. Povratne informacije su korisne, ali s obzirom na to da mogu biti subjektivne, ne bi se trebale upotrebljavati kao glavno mjerilo za procjenu kvalitete mobilnosti. Potrebna su poboljšanja u području prijave i izvješćivanja kako bi sudjelovanje u Programu bilo manje složeno i privlačnije za korisnike, što bi se trebalo riješiti u aktualnom provedbenom razdoblju do 2027. godine koji ima cilj

stvoriti digitalno pismeniju europsku generaciju. Proračun od 28,4 milijarde eura za razdoblje od 2021. do 2027. donijeti će koristi pojedincima, institucijama i društvu u cjelini te samim tim doprinjeti zapošljavanju, rastu i konkurentnosti te povećanju socijalne uključenosti. Također, stipendije za potporu mobilnosti pojedinca trebale bi se prilagoditi troškovima života i boravka u zemlji domaćinu kako bi se povećala mogućnost sudjelovanja Erasmus+ Programu.

5.3. Plan aktivnosti Agencije za mobilnost i programe EU

Višegodišnji program rada (2022.-2027.) te jednogodišnji plan aktivnosti (2022.) uključuju programe Erasmus+, Europske snage solidarnosti (ESS), mrežu Eurodesk u području mladih te aktivnosti Radne skupine za strukovno obrazovanje.

Glavne aktivnosti za razdoblje 2022. – 2027. uključuje rad na horizontalnim prioritetima (uključivanje i raznolikost, održivi razvoj, digitalizacija, itd.), komunikacijske i informacijske aktivnosti, aktivnosti praćenja i potpore, edukativne aktivnosti usmjerene zainteresiranoj javnosti, aktivnosti usavršavanja i osposobljavanja radnika Agencije i vanjskih ocjenjivača. Višegodišnji program rada strateškog je karaktera te je upotpunjen jednogodišnjim planom aktivnosti. Aktivnosti agencije u 2022. godini usredotočit će se ponajprije na informiranje i educiranje javnosti o dostupnim aktivnostima, popularizaciju mobilnosti (posebice *on-line* učenja), promicanje primjera dobre prakse te na intenzivnu podršku i praćenje projekata, tematskih savjetovanja i *desk monitoringa*. Niz promotivnih i edukativnih aktivnosti fokusirat će se na Europsku godinu mladih te na obilježavanje 35 godina programa Erasmus. Također, tijekom 2022. godine Agencija će se usmjeriti na doradu obrazaca, procedura, prijevoda i informativnih materijala izrađenih u 2021. godini.

Planirane aktivnosti u 2022. godini uključuju sljedeće⁵⁰:

- kampanju informiranja i savjetovanja prijašnjih, ali i novih korisničkih skupina, uključujući i promociju novog programa
- nastavak rada vanjskih stručnjaka – ambasadora Erasmus+ u području obrazovanja i osposobljavanja
- osposobljavanje vanjskih ocjenjivača, akreditatora, ambasadora i trenera

⁵⁰ https://ampeu.hr/files/Plan_rada_Agencije_2022.pdf (Preuzeto 07.09.2022.)

- ugovaranje projekata s korisnicima u okviru Poziva za dostavu projektnih prijedloga za 2022.godinu
- isplate financijskih potpora
- analizu završnih izvješća projekata odobrenih 2018., 2019., 2020., 2021. godine i time zaključivanje dijela projekata
- posjete korisničkim organizacijama radi provjera na licu mjesta (*on-the-spot checks*)
- posjete korisničkim organizacijama radi praćenja projekata (*monitoring visits*)
- posjete višegodišnjim korisničkim organizacijama u području visokog obrazovanja i osposobljavanja te mladih radi opsežne provjere internog sustava provedbe programa Erasmus+
- Praćenje rezultata Programa u analizi izvješća sudionika mobilnosti (tzv. *Participant Reports*).

Aktivnosti osposobljavanja i suradnje (TCA) su mehanizam nacionalnih agencija (NA) koji omogućava poboljšanje kvalitete i učinka programa Erasmus+ s pomoću osposobljavanja i aktivnosti umrežavanja u područjima obrazovanja i osposobljavanja te području mladih.

Aktivnosti osposobljavanja i suradnje odvijaju se u obliku osposobljavanja konkretnih i tematskih seminara, studijskih posjeta, konferencija, radionica, i aktivnosti za jačanje i razvoj partnerstava. Ove aktivnosti omogućavaju stvaranje i širenje mreže kontakata i suradnje s drugim organizacijama. U novom programu aktivnosti osposobljavanja i suradnje dobivaju jaču stratešku važnost u odnosu na protekle godine te se naglašava snažniji utjecaj svih nacionalnih agencija pri njihovu planiranju, bilo da je riječ o slanju sudionika ili pak organizaciji i suorganizaciji aktivnosti. U tom smislu, osmišljene su dugoročne transnacionalne aktivnosti (LTA).

Aktivnosti transnacionalne suradnje usmjerene su na nove prioritete Programa: digitalizaciju, uključenost i raznolikost te zelene prakse (okoliš i klimatska akcija). U području strukovnog obrazovanja, dvije planirane aktivnosti usmjerene su na teme akreditacije i učinka Programa. U području odgoja i općeg obrazovanja, ciljevi su usmjereni na nove korisnike u Programu, ali i na iskusne korisnike.

Područje obrazovanje odraslih fokusirat će se na poticanje sudjelovanja u Programu malih i nedovoljno zastupljenih organizacija, kao i na aktivnosti koje podržavaju provedbu visokokvalitetnih projekata, posebno u Ključnoj aktivnosti 1.

Planira se organizacija jednog središnjeg događaja, tematskog seminara s panel-raspravama, prezentacijama stručnjaka, edukacijama i radnim skupinama za različite ciljne skupine, najmanje jedanput na godinu do 2027. godine. Prva aktivnost bit će organizirana u hibridnom formatu u posljednjem tromjesečju 2022. godine u Hrvatskoj.

Od 2023. godine ovo događanje bit će nadopunjeno dodatnim aktivnostima kao što su studijski posjeti, seminari umrežavanja i e-platforma *Howspace*. Agencija za mobilnost i programe EU-a organizirat će ovu aktivnost zajedno s finskom, talijanskom, rumunjskom i malteškom nacionalnom agencijom. S njima će se dogovarati o načinu rotacije u organizaciji aktivnosti planiranim u razdoblju do 2027. godine.

Spomenute aktivnosti zasigurno će utjecati na cjelokupni turizam, kako u Hrvatskoj tako i u inozemstvu. Sve veći naglasak na digitalizaciji programa i sveukupnom poboljšanju u IT sektoru, uvelike može pomoći studentima diljem svijeta da se povežu, a Hrvatskoj pomoći da inozemnim studentima postane sve dostupnija i privlačnija destinacija za obrazovanje i intelektualno usavršavanje. Zbog mogućeg dobrog plasmana Hrvatske u svijetu obrazovanja i mladih ljudi koji mogu potaknuti na putovanje ne samo strane studente nego i kategorije ostalih turista koji će Hrvatsku gledati kao destinaciju koju vrijedi posjetiti i istraživati. Kako bi sve to postigli potrebno je raditi na aktivnostima u destinaciji koje su značajne za mlade ljude koji i pored učenja žele i neku vrstu zabave i rekreacije, također potrebno je svim potencijalnim studentima osigurati smještaj te zbog toga treba raditi na povećanju smještajnih kapaciteta. Hrvatska na taj način može popraviti svoju konkurentsku poziciju na turističkom tržištu.

Preko Erasmus+ Programa Agencija povećava međunarodnu mobilnost i suradnju s trećim zemljama, čime se jača uloga Europske Unije. Aktivnosti agencije pridonose promicanju vrijednosti i interesa oko zajedničkih međunarodnih prioriteta poput rasta radnih mjesta, upravljanje mirom i sigurnošću. Agencija promiče veći angažman mladih koji je bitan da bi se izgradilo društvo koje se temelji na uzajamnom povjerenju međukulturnom razumijevanju, što uveliko doprinosi međunarodnom turizmu u cjelini.

5.3.1. Study in Croatia

Sustavnim promicanjem visokog obrazovanja Republike Hrvatske u inozemstvu nastoji se povećati dolazna studentska mobilnost, a inicijativa Study in Croatia jedan je od alata kojim

Republika Hrvatska radi na privlačenju većeg broja stranih studenata i internacionalizaciji hrvatskog sustava visokog obrazovanja. Radna skupina za promociju visokih učilišta RH u inozemstvu zadužena je za usmjeravanje aktivnosti promocije visokog obrazovanja u inozemstvu, a operativna provedba inicijative te poslovi vezani uz održavanje portala u nadležnosti su Agencije za mobilnost i programe EU.

Aktivnosti koje se provode u okviru inicijative Study in Croatia uključuju: zajedničko sudjelovanje na međunarodnim sajmovima visokog obrazovanja, prisutnost na društvenim mrežama, izradu promotivnih materijala, planiranje zajedničke promocije hrvatskog visokog obrazovanja, pripremu brošura, prezentacija i *webinara* te prije svega informativno-promotivne aktivnosti kojima se želi povećati vidljivost Republike Hrvatske kao poželjne destinacije za studij za strane studente. Zajednička promidžba provodi se u suradnji s drugim tijelima: visokim učilištima, ministarstvima, sektorskim agencijama, stranim partnerima, itd.

Jedna od važnijih aktivnosti koje se provode u okviru inicijative Study in Croatia je i zajedničko sudjelovanje u međunarodnim sajmovima visokog obrazovanja. U 2022. godini planira se sudjelovanje na međunarodnim konferencijama i sajmovima visokog obrazovanja s ciljem promocije hrvatskog visokog obrazovanja i povećanje vidljivosti hrvatskih visokoškolskih ustanova u inozemstvu.

Tijekom 2022. godine planira se nastavak informativno-promotivnih aktivnosti i kampanja putem društvenih mreža i na YouTubeu, kojima će se nastojati povećati vidljivost RH kao poželjne destinacije za studij. Tu je i organizacija edukacija, radionica i treninga s ciljem educiranja djelatnika visokih učilišta u području marketinga i privlačenja stranih studenata.

Moglo bi se reći da je jedan od ključnih pokazatelja fleksibilnosti sveučilišta uvođenje i provedba novih studijskih programa, te je to potencijalni izvor konkurentske prednosti. Međutim, u Hrvatskoj postoji prejak uloga vlade i državnih tijela, procesi donošenja odluka su presloženi, predugo traju što predstavlja nedostatak.

6. ZAKLJUČAK

U ovom radu dokazuje se važnost edukativnog turizma kao turizma budućnosti koji se sve više razvija i prilagođava zbog potreba za putovanjem i društvenim razvojem te obrazovanjem. Dokazuje nam da studiranje u inozemstvu ima veliki utjecaj na privatni i poslovni život svakog pojedinca koji se odluči na ovakav vid turizma. Kroz edukativni turizam stječu se nova znanja i iskustva, nova poznanstva kao i mogući poslovni partneri, upoznaju se nove kulture i tradicije, otklanjaju se strahovi i barijere, te se razvijaju intelektualne kompetencije.

Kako se iz godine u godinu bilježi rast broja mladih koji se kreću izvan granica svojih zemalja, tržište se zbog toga konstantno mijenja i tjera turoperatore da poduzimaju nove inicijative, da usavršavaju svoje poslovanje kako bi uvijek bili u korak sa zahtjevima klijenata. Nove generacije sa sobom nose i veći tehnološki napredak i nove zahtjeve koje treba ispuniti, što je vrlo pozitivno jer možemo primjetiti kako je potreba za znanjem u današnje vrijeme velika i sve veći broj ljudi shvaća moć znanja i vještina. Studenti su glavni pokretači edukativnih putovanja, oni potiču rast i razvoj omladinskog turizma, jer svojim primjerom i dobrim iskustvima potiču druge studente da se upuste u isto.

Važno je istaknuti kako nam edukativni turizam pruža poboljšanje i usavršavanje stranog jezika. Učenje jezika jedan je od glavnih izbora u obrazovanju i vještina koja nas čini komunikativno neograničenima, što nam Europska Unija omogućava putem navedenog Erasmus programa i mnogih drugih programa, te na taj način potiče promicanje omladinsko-edukativnog turizma kroz studentska putovanja. Kroz takva iskustva stječemo nove mlade, obrazovane ljude koji u budućnosti lakše pronalaze adekvatne poslove.

Hrvatska je vrlo privlačna destinacija za mlade diljem Europe zbog svoje bogate kulturne baštine i zbog toga ima preduvjet za razvoj edukativnog turizma. Studenti koji dolaze u Hrvatsku mogli bi biti dobri promotori destinacije, dok studenti koji odlaze iz Hrvatske mogu biti još bolji promotori kao dobri studenti željni usvajanju novih znanja i spoznaja. Erasmus+ Program samo je jedna od opcija koja nudi takvu vrstu spoznaja, studenti se vraćaju puni novih iskustva i poznanstava što itekako pridonosi njihovom daljnjem obrazovanju. Erasmus+ Program jedan od najvažnijih projekata Europske Unije, što je istaknuto i u Agenciji za

mobilnost i programe EU, ali bez obzira na to, još uvijek postoji velika količina studenata koji nisu dovoljno informirani o svim pogodnostima ovog projekta.

Stoga, temeljem provedene analize ove vrste putovanja i analize rada Agencije možemo zaključiti kako je utjecaj i značaj edukativnih putovanja u međunarodnom turizmu izrazito velik, te da studenti koji borave u određenoj destinaciji imaju veliki utjecaj u promociji te destinacije radi razvoja informacijskih tehnologija i informatičke pismenosti, također imaju ekonomski utjecaj na destinaciju jer je njihova potrošnja veća od potrošnje prosječnog turista iz razloga što ostvaruju duži boravak u destinaciji. Pri povratku u matičnu zemlju prenose svoja iskustva drugim studentima, te na taj način predstavljaju besplatne promotore. Ima i socijalni utjecaj na destinaciju jer povećanjem broja studenata koji dolaze iz svih krajeva svijeta, osim ostvarivanja prijateljstava s lokalnim stanovništvom, povećava se multikulturalnosti, kako domaćeg stanovništva, tako i samog studenta koji studira izvan svog matičnog sveučilišta. Ponuda i kvaliteta sadržaja u destinaciji je izrazito bitna za privlačenje ERASMUS studenata, te bi svi turistički subjekti trebali raditi na samoj kvaliteti sadržaja i atraktivnosti destinacije, poboljšanju i povećanju smještajnih kapaciteta, uvođenja besplatnih tečajeva stranih jezika i sl.

LITERATURA

Knjige:

1. Gržinić J. (2014.) „Međunarodni turizam“, str. 16-30.
2. Wood, C. (2001): Educational tourism-special Interest Tourism: Contexts and Cases, John Wiley, Brisbane, str. 188-211.

Internet:

1. Bodger, D.H., (2010.), Educational Travel - Where does it lead? <https://www.acis.com/about>, [preuzeto 29.07.2022.]
2. Edukativni turizam prema American Council for International Studies, dostupno na: <https://www.acis.com/about>, [preuzeto 29.07.2022.]
3. Činitelji u edukativnom turizmu dostupno na: <https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-e6682d37e555df7b9812907fd3d19a4a.pdf>, [preuzeto 29.07.2022.]
4. Vrste edukativnog turizma, dostupno na: <http://www.monografias.com/trabajos29/turismo-educacional/turismo-educacional.shtml>, [preuzeto 29.07.2022.]
5. Glavna emitivna tržišta prema UNWTO, dostupno na: <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/>, [preuzeto 30.07.2022.]
6. Ibidem, karakteristike porasta edukativnog turizma prema UNWTO, dostupno na: <http://www2.unwto.org/content/data>, [preuzeto 30.07.2022.]
7. Podjela edukativnog turizma, dostupno na: <http://www.integraledu.hr/wat>, [01.08.2022.]
8. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and UNESCO Institute for Statistics (2014), dostupno na: http://www.keepeek.com/DigitalAssetManagement/oecd/education/education-at-a-glance-2014_eag-2014-en#page345, [preuzeto 10.09.2022.]
9. Moisa, Claudia, Factors influencing the evolution of youth travel, Management and Marketing Journal, god. 8, br. 2., 2010, p. 308-316, dostupno na: http://www.mnmk.ro/documents/2010ed2/13_Moisa%20Alba%20Iulia%20FFF.pdf, [preuzeto 02.08.2022.]

10. Moisa, Claudia, Aspects of youth tourism demand, Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, god. 12, br. 2., 2010, p. 575 – 582, dostupno na: <http://oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1220102/08.pdf>, [preuzeto 03.08.2022.]
11. City of Cape Town, Backpacking and Youth Tourism Investigative Study, 2010., dostupno na: <http://www.capetown.gov.za/en/tourism/Documents/Final%20Draft%20CoCT%20Backpacking%20Study%20180809.pdf>, [preuzeto 03.08.2022.]
12. Europska komisija, Calypso Study on Social Tourism Croatia, 2010, dostupno na: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/country_reports/calypso_country_report_croatia_en.pdf, [preuzeto 04.08.2022.]
13. Europska mladežna iskaznica, dostupno na: <http://www.euro26.hr/emz.php>, [preuzeto 04.08.2022.]
14. SIC studentska iskaznica, dostupno na: <http://www.isic.hr/program/9/o-nama.html>, [preuzeto 04.08.2022.]
15. HFHS, dostupno na: <http://www.hfhs.hr/hr/clanstvo/>, [preuzeto 04.08.2022.]
16. Definicija Agencije za mobilnost i programe EU, dostupno na: <http://mobilnost.hr/> [preuzeto 07.09.2022.]
17. Brojke sudjelovanja hrvatskih građana u Erasmus programu, dostupno na: <https://ampeu.hr/35-godina-erasmusa>, [preuzeto 07.09.2022.]
18. Područja u kojima je prisutan Erasmus program, raspoloživo na: <https://ampeu.hr/>, [preuzeto 07.09.2022.]
19. Istraživanje Europske Komisije o motivaciji studenata, dostupno na: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-534_hr.htm [preuzeto 07.09.2022.]
20. Erasmus+ Program od 1987. do 2014., dostupno na: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/repository/education/library/statistics/erasmus-plus-facts-figures_en.pdf, [preuzeto 07.09.2022.]
21. Planirane aktivnosti Agencije za 2022. godinu, dostupno na: https://ampeu.hr/files/Plan_rada_Agencije_2022.pdf, [preuzeto 07.09.2022.]

POPIS SLIKA

Slika 1. Trend povećanja omladinskih putovanja, source UNWTO	9
Slika 2. Piramida razvoja edukativnog turizma s naglaskom na razvojne i ulagačke potencijale	20
Slika 3. Erasmus+ Program od 1987. do 2014.	27