Ekonomske i društvene posljedice razvoja seks turizma u destinaciji

Božić-Bakušić, Jelena

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:776666

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET SPLIT

DIPLOMSKI RAD

EKONOMSKE I DRUŠTVENE POSLJEDICE RAZVOJA SEKS TURIZMA U DESTINACIJI

Mentor:
Prof.dr.sc.Lidija Petrić

Studentica:
Jelena Božić-Bakušić
Broj indeksa: 2142376

Split, rujan 2017.

Sadržaj

1. UVOD 4

1.1. Problem istraživanja 4

1.2. Predmet istraživanja 10

1.3. Istraživačke hipoteze 11

1.4. Ciljevi istraživanja 11

1.5. Metode istraživanja 12

1.6. Doprinos istraživanja 13

1.7. Struktura diplomskog rada 13

2. TEORIJSKE ODREDNICE TURIZMA 14

2.1. Psihološki pristup tumačenju turizma 14

2.1.1. Pristupi tumačenju ljudskih potreba kao pokretača turizma 14

2.1.2. Maslowljeva hijerarhija potreba 16

2.1.3. Motivacija 18

2.2. Sociološki pristup tumačenju turizma 22

2.3. Turizam kao ekonomski odnos i pojava 27

2.4. Pojavni oblici turizma 30

3. SEKS TURIZAM KAO POJAVNI OBLIK SUVREMENOG TURIZMA 33

3.1. Potreba za seksom – ishodište razvoja seks turizma 33

3.2. Definicija i povijesni kontekst nastanka seks turizma 34

3.2.1. Pretpostavke razvoja seks turizma 39

3.2.2. Vrste i pojavni oblici seks turizma 40

3.2.2.1. Legalne vrste 41

3.2.2.2. Ilegalne vrste 43

4. UČINCI SEKS TURIZMA NA DESTINACIJU 48

4.1. Društveni učinci seks turizma na destinaciju 48

4.1.1. Pozitivni učinci 48

4.1.2. Negativni učinci 49

4.2. Ekonomski učinci seks turizma na destinaciju 51

4.2.1. Pozitivni učinci 51

4.2.1.1. Direktni učinci 51

4.2.1.2. Indirektni učinci 52

4.2.2. Negativni učinci 52

5. POPULARNE DESTINACIJE I PROIZVODI SEKS TURIZMA 53

6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE 60

6.1. Razrada metode 60

6.2. Definiranje uzroka i provedba istraživanja 60

6.3. Rezultati istraživanja 61

ZAKLJUČAK 70

LITERATURA 89

POPIS SLIKA,TABLICA I GRAFIKONA 94

SAŽETAK 98

SUMMARY 98

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Turizam sam po sebi predstavlja putovanje uz koje dolaze mnoge druge kategorije zadovoljstva osobe koja putuje odnosno turista. Prema takvom pogledu, turizam se može definirati kao „skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“[1]. Sa druge strane, a shodno danoj definiciji turizma, „putovanje je povlastica onih osoba koje se mogu kretati s jednoga mjesta na drugo u uvjetima relativne slobode od dužnosti i obveza u svakodnevnom životu. Odnosno, putovanje se oduvijek smatralo sredstvom kojim se čovjek ispunjava znanjem i postaje mudriji.”[2]

Pri tome valja spomenuti godišnji odmor radnika koji se u moderno doba kod suvremenog čovjeka ne promatra kao prilika za pasivni fizički odmor tijela, nego kao prilika koju maksimalno treba iskoristiti (obzirom da se pruža jednom godišnje). Zbog toga slobodno vrijeme treba iskoristiti aktivno: za učenje, za promatranje novog i/ili do sada neviđenog, za nova iskustva, za psihički odmor u vidu odmaka od svakodnevne rutine, za relaksaciju i tome slično, a što za rezultat ima povećan broj putovanja u svijetu. Turist želi nova iskustva te različitosti od njegovog svakodnevnog okruženja i uobičajenih životnih okolosti.[3] Zbog ovakvog pogleda na korištenje slobodnog vremena, ali i zbog razvoja prometnica, nižih cijena prijevoza te nekih drugih čimbenika, uslijedila je popularizacija putovanja u svim dijelovima svijeta, a naročito putovanja u egzotične i turistima zanimljive destinacije.

Sve su izraženije promjene u potrebama potencijalnih turista rastom životnog standarda pri čemu turisti raspolažu sa sve više novca uz racioniranje slobodnog vremena, a novac i vrijeme su dva osnovna preduvjeta za uključivanje u turističke tokove.[4] To je uzrokovalo prilagodbu pojedinih destinacija turistima u smislu razvoja i pojeftinjenja mnogih kategorija turističke ponude kako bi

[1] Bakan, R., Teorija i organizacija ruralnog turizma, prema Hunziker,W; Krapf, K., (1942.).
[2] Štifanić, M., (2005.), Sociološki aspekti turizma, Društvena istraživanja Zagreb, Vol 14., Br. 4-5., str. 808.
[3] Geić, S., (2011.), Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 211.
[4] Ibidem., str. 211.

se povećala potražnja za tom ponudom, što je rezultiralo mnogim ekonomskim odnosno sociološkim učincima na promatrane destinacije. Danas je turističko putovanje sve dostupnije, te se sve više promatra kao sredstvo za opuštanje i obogaćenje iskustvima iz različitih dijelova svijeta. To je dovelo do njegovog razvoja, kao i do velikog priljeva novca u države. Povijest turizma pokazuje konzistentan slijed od sporadičnih putovanja do masovnih migracija uz logičnu diversifikaciju i disperziju na posebne i pojedinačne oblike, vrste i podvrste turizma od kojih svaka može slijedom vremena i društvenog razvitka te rasta i kvalitativnog razvitka ljudskih potreba imati identičan slijed.[5] Dakle, selektivni oblici turizma nastali su kao odgovor na masovni turizam koji je doveo do velikog zasićenja pojedinih destinacija u vidu prekomjernog broja ljudi na jednom mjestu, zagađivanja okoliša te u vidu prevelike infrastrukturne izgradnje. Nastanak seks turizma ne spada u ovu domenu jer je do njegova razvoja došlo zbog lošeg ekonomskog stanja u pojedinim zemljama. Naime, u nekim, posebice siromašnim državama trećeg svijeta, on je direktno ili indirektno potican s ciljem povećanja prihoda od turizma i poboljšanja ekonomskog stanja, na čemu počiva naoko paradoksalna veza između seks turizma i država.[6] To dovodi do zaključka da su ekonomski učinci seks turizma, bili oni direktni ili indirektni, veoma visoki i učinkoviti, te u tolikoj mjeri doprinose gospodarskom razvoju da su neke zemlje spremne legalizirati ovu vrstu turizma ili su je već legalizirale. Primjerice, iako je prostitucija na Tajlandu zabranjena, „procjenjuje se da veliki postotak BDP-a dolazi upravo od 6,4 milijuna dolara koliko se godišnje zaradi od prostitucije“[7]. Svi ekonomski učinci koji nastaju kao posljedica turističkog kretanja općenito mogu se preslikati na ekonomske učinke koji nastaju kao posljedica seks turizma. Shodno tome, direktni ekonomski učinci seks turizma ogledaju se kroz izravnu potrošnju seks turista u destinaciji kao što je potrošnja u ugostiteljstvu i hotelijerstvu, trgovini i prometu. Neizravni ekonomski učinci seks turizma podrazumijevaju učinke koji nastaju kod onih djelatnosti koji pomažu da se usluga seks turizma ostvari, odnosno konzumira proizvod seks turizma.

Sa psihološkog gledišta turističko putovanje ne predstavlja isključivo odmor od čovjekove svakodnevne rutine, nego predmet seže mnogo dublje u samu srž psiholoških uzroka ponašanja. Valja se svakako osvrnuti na činjenicu da bilo koja radnja svakog čovjeka izvire iz niza

[5] Ibidem. Str. 210.
[6] Ibidem. Str. 502-503.
[7] https://www.staputovanja.com/sve-o-putovanjima/q/novosti/691/Hoce-li-seks-turizam-u-Tajlandu-biti-uskoro-zabranjen (pristupljeno 05.04.2017.)

kompleksnih međusobno ovisnih i samim time povezanih uzročnika, tzv. motivatora. O tome koji će motivator, ovisno o prioritetnosti (hitnosti) zadovoljenja potreba pojedinca, u danom trenutku prevladavati, ovisi kakva odluka od strane pojedinca će biti donesena. Razumijevanje motivacije je ključ razumijevanja ponašanja turista, koji odgovara na pitanje zašto ljudi putuju.[8] Abraham Maslow je najčešće spominjan biheviorist koji se u ekonomskom području vrlo često citira obzirom na njegov doprinos razumijevanju uzročnika ponašanja ljudi. Iako se veći broj psihologijskih i drugih stručnjaka bavi problemom motivacije, Maslowljeva hijerarhija potreba ipak je imala značajniji doprinos na razumijevanje uzročnika razmišljanja, osjećanja i shodno tome ponašanja pojedinca. Maslowljeva teorija hijerarhije potreba polazi od pretpostavke da ljudi zadovoljavaju svoje želje i potrebe određenim redoslijedom, te da je iste moguće hijerarhijski definirati i postaviti.[9] Na prvom mjestu su fiziološke potrebe koje je neophodno zadovoljiti kako bi pojedinac mogao a) osjećati potrebu (veliku želju) za ispunjenjem sljedećeg stupnja potreba, te b) kako bi poduzeo akcije za ispunjenjem bilo kojih drugih potreba – ukoliko ima prirodnu želju za njima. Iako, želja za zadovoljenjem sljedeće potrebe ne znači uvijek i poduzimanje akcije za njenim ostvarenjem. Slijedi potreba za sigurnošću, zatim socijalne potrebe, potreba za poštivanjem samoga sebe te potreba za (samo)realizacijom odnosno za maksimalnim ispunjenjem vlastitog potencijala. Iako je na primjer moguće da pojedinac prije zadovoljenja potrebe za sigurnošću svjesno osjeća prisutnost potrebe za (samo)realizacijom i teži zadovoljenju te (više) potrebe, Maslow smatra da je ipak prethodno potrebno zadovoljiti svaku potrebu koja prethodi zadovoljenju željene potrebe na višem stupnju. U ovom slučaju, iako pojedinac osjeća potrebu za (samo)realizacijom, prvo je potrebno zadovoljiti potrebu za sigurnošću i svaku sljedeću potrebu koja prethodi (samo)realizaciji. Ovdje se obavezno postavlja pitanje o tome kojoj kategoriji ovih potreba pripada potreba za seksualnim odnosom, kao i pitanje o više postojećih uzroka za prakticiranjem seksualnog odnosa. Tako potreba za seksom može biti uzrokovana fiziološkim potrebama (prirodni nagon), može biti uzrokovana potrebom za pripadanjem (koja spada u domenu socijalnih potreba), ili pak potreba za poštivanjem samoga sebe. Pronalaženje uzroka potrebe za seksom je važno da bi se moglo doći do odgovora na pitanje o tome što motivira pojedince na seks turizam te što pojedince motivira na patološko devijantno ponašanje u seks turizmu. Obzirom da je seks turizam jedan od oblika turizma,

[8] Cooper, C., Fletcher, J. Et al., (2008) ., Tourism: principles and practice, Prentice Hall, Harlow, str.54

[9] Varga, M., (2011)., Upravljanje ljudskim potencijalima kroz motivaciju, str. 4. Dostupno na: www.hrcak.srce.hr/file/106238

potrebno je odgovor o motivaciji za seks turizmom pronaći u odgovoru na pitanje što je zajedničko motivaciji za bilo koji oblik turističkog putovanja, i potrebi za seksom. Odgovorom na ta dva pitanja će se moći doći do zaključka što je to što pojedinca motivira na seks turizam. Odgovor na to pitanje je vrlo važan, obzirom da se jedino na taj način može ukazati na patološko devijantno ponašanje u seks turizmu.

Najčešća podjela turizma je podjela na rekreacijski turizam, razonodni turizam, ‚doživljajni turizam, eksperimentalni turizam, te egzistencijalni turizam.[10] *Rekreacijski turizam* promatra putovanje kao oblik zabave i kao oblik bijega; *razonodni turizam* je ekstremizacija rekreacijskog, koji se prakticira kao terapija namijenjena otuđenim pojedincima; *doživljajni turizam* se razlikuje od potrebe koju nameće alijenacija i predstavlja odgovor na krizu vrijednosti tipičnu za društva u kojima se uočava potraga za autentičnosti; *eksperimentalni turizam* je tipičan za osobe koje ne pristaju na norme koje im nameće društvo i koji kreću u potragu kako bi otkrili i doživjeli drugačiji način života; dok *egzistencijalni turizam* podrazumijeva potpuno prihvaćanje novoga modela vrijednosti i pravila. Riječ je o svojevrsnoj konverziji, u kojoj nove vrijednosti imaju utjecaja i na "stari" život pojedinca. Čak i u ovoj raspravi autor uključuje pojam *fuzziness* (nejasnoća), jer ne uspijeva drugačije objasniti povezanost različitih modela turističkog iskustva,[11] a što se ogleda i u povezanosti turizma sa seksualnim iskustvom. Kada se seks turizam pokuša svrstati u bilo koju od upravo navedenih kategorija turizma, potrebno je nanovo se vratiti na već spomenuti odnos uzroka želje za turističkim putovanjem sa uzrokom želje za seksom. U pravilu se psihološko i filozofsko gledište zadovoljstva turističkim ponašanjem može objasniti kao potreba za konzumiranjem *užitka*, obzirom da su glavni motivi turističkog putovanja u velikom broju istraživanja „smanjenje napetosti, intelektualno obogaćivanje, intimnost s porodicom, egzotična pustolovina, upoznavanje sebe i otkrivanje vlastite osobnosti te bijeg".[12] Ciljevi turističkog ponašanja su "opuštajuća atmosfera, ugodni domaćini, zabava i razonoda, raznorazne kulturne aktivnosti, činjenica da mještani ne pokazuju neprijateljske stavove prema gostima, nepostojanje nekih posebnih atrakcija u svojoj regiji, nada da će se kući

[10] Štifanić, M., (2005.), Sociološki aspekti turizma, Društvena istraživanja Zagreb, Vol 14., Br. 4-5., str. 815., prema Cohen, E., (1974.), Who is a Tourist?: A Conceptual Clarification, The Sociological Review, Vol 22., No. 4., str. 527. – 555.
[11] Ibidem.
[12] Šuran, F., (2016.), Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup, Happy, obrt za pružanje usluga i izdavačku djelatnost, str. 45.

donijeti nešto od novih običaja i tradicija"[13] i tome slično. Ovakvim definiranjem psihološkog gledišta uzroka želje za turističkim putovanjem, i spajanjem te definicije sa uzrokom potrebe i želje za seksom, dolazi se do zaključka da je osjećaj užitka uzrok želje i za putovanjem i za seksom.

Obzirom na usku povezanost ove dvije kategorije, nimalo ne čudi razvoj seks turizma kao turističke kategorije, pri čemu se isti definira kao turističko putovanje sa direktnim ili indirektnim ciljem zadovoljavanja seksualne potrebe pojedinca (turista) neovisno o uzroku želje za zadovoljenjem potrebe te vrste, odnosno seks turizam je tržni odnos razmjene novca za uslugu.[14] UNWTO (engl. *United Nations World Tourism Organization*) pak seks turizam definira kao „putovanje organizirano unutar turističkog sektora ili izvan tog sektora ali pritom koristeći ekonomske i druge strukture sa primarnim ciljem sudjelovanja u komercijalnim seksualnim odnosima turista sa stanovnicima ciljane destinacije."[15] Iako je takav oblik turizma u najvećem broju zemalja zabranjen, postoje zemlje koje potiču razvoj seks turizma obzirom na njegovu financijsku dobrobit koju donosi takvim zemljama, ali i neke druge dobrobiti prepoznate od strane stanovnika takvih zemalja. Seks turizam ima svoje podoblike, od kojih su neki legalni, a neki ne. U legalne oblike spada swingerstvo, striptiz, erotika, dok u ilegalne oblike spada dječja prostitucija i prostitucija (s obzirom da u većini zemalja nije legalizirana, smatrat će se ilegalnim oblikom seks turizma).

Iako polemika oko pitanja opravdanosti seks turizma danas još uvijek predstavlja tabu temu u mnogim dijelovima svijeta, nesumnjivo je da je seks turizam danas u razvoju te da se sve veći broj ljudi upušta u ovakva iskustva. Stoga, neovisno o psihološkim ili nekim drugim uzrocima želje za turizmom sa ciljem seksualnog kontakta, nije nimalo začuđujući spoj turizma i seksa. Posebice kada se u obzir uzme da je u današnjem modernom društvu sve popularnije na putovanju doživjeti što je moguće novih iskustava, te pobjeći od rutine uživanjem u novim i drugačijim situacijama.

No ipak, najveći broj stručnih časopisa i druge turističke, sociološke i psihološke literature kao i literature za zaštitu prava čovjeka se hvata u koštac sa problemima koji proizlaze iz seks turizma.

[13] Ibidem, str. 45.
[14] Definicija autorice.
[15] UNWTO. Dostupno na: https://www.colegio-humboldt.edu.mx/Munch2012/committees/wto.html (02.03.2017.)

Takva literatura se manje fokusira na pitanje opravdanosti seks turizma i prihvaćenosti seks turizma u društvu, a više se fokusira na probleme koji proizlaze iz njega i koji ima negativne posljedice na određene članove društva. Primjerice, jedan od takvih problema je trgovanje ljudima, i to pretežito ženama i djecom. Istraživanja su pokazala da trgovanje ljudima više raste, kada raste popularnost seks turizma u destinacijama. Takvi problemi su usko vezani za rastuću popularnost seks turizma, a osim trgovanja ženama i djecom, tu su i problemi „prostitucije, pornografije, prinudnog rada, rada u domaćinstvu, prosjačenja, usvajanja, trgovine organima, distribucijom droge, oružanih sukoba, kriminalističkih radnji, masaža sa specijalnim završetkom, striptiz"[16] i slično. To znači da pitanje seks turizma sa sobom ne povlači pitanja o opravdanosti legalizacije seks turizma, nego povlači pitanja ilegalnih radnji. Navedeni problemi su oblici patološkog devijantnog ponašanja a na njegovo prisustvo se ponajprije nailazi u nerazvijenim zemljama svijeta (npr. Kenija).

Razvijene destinacije seks turizma kao što je primjerice Amsterdam su legalizirale prostituciju, ali unatoč tome se i u Amsterdamu nailazi na brojne dileme i to u socijalnom, moralno-etičkom i drugim aspektima. Neke od poznatijih destinacija seks turizma, osim Amsterdama, su i: Tajland, Dominikanska Republika, Kambodža, Filipini, Kolumbija, Indonezija, Španjolska, Brazil i dr., što znači da svaka od njih vrlo intenzivno koristi marketinške aktivnosti kako bi se pozicionirale na tržištu. Marketing koristi činjenicu da seks turizam nije ispravan niti neispravan, nego da isključivo ovisi o stavu promatrača, i na taj način promovira destinacije seks turizma.

Pojedine institucije i organizacije na svjetskoj razini rješavaju probleme koji proizlaze iz seks turizma uz pomoć raznih sredstava, kao što su Konvencija za suzbijanje trgovine ljudima, Konvencija o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena, Deklaracija o eliminaciji nasilja nad ženama, Konvencija MOR-a o prinudnom radu i mnoge druge. Već spomenut UNWTO je svjetska organizacija koja se bavi etičkim i socijalnim pitanjima o odgovornosti u turizmu diljem svijeta, a naročito pitanjima djece unutar kategorije seks turizma odnosno zaštite ljudskih prava uopće, a koja su u uskoj vezi sa seks turizmom. UNWTO navodi da su najčešći uzroci koji promoviraju seks turizam u destinacijama „tolerancija/prihvaćanje prostitucije od vlasti, pristanak na uključivanje maloljetne djece u prostituciju, veći stupanj nekažnjavanja kriminala u

[16] Arhin, A., (2013.), Trgovina ljudima u svrhu radne eksploatacije: struktura i dinamika pravnog okvira u Republici Srbiji, Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, Vol 34., No. 2., str. 1019-1042.

destinaciji, niže cijene (zbog niže potrošnje zainteresiranih turista), privatnost, fizička privlačnost određenih etničkih grupa, tropski i topli krajevi“[17] i dr. To su ujedno pitanja po kojima UNWTO predlaže i provodi aktivnosti za suzbijanje ovakvih problema.

U konačnici, seks turizam, neovisno o negativnim i ilegalnim posljedicama koje takva priroda turizma nosi sa sobom, destinacijama donosi visoke prihode i sve veće prihvaćanje takvog oblika turizma od strane rezidenata. Osim toga, donosi i sve veću odbojnost prema istom zbog problema koje seks turizam nosi sa sobom. Iako se financijske dobrobiti seks turizma ogledaju kroz poreze, zdravstvene usluge, prodaju specijaliziranih potrepština, suvenira i opći rast turističke ponude i potražnje u takvim destinacijama, seks turizam sa sobom nosi mnoge indirektne učinke. Sva ta pitanja su se detaljno prikazala, pojasnila i istražila u diplomskom radu, a naročito oblici i posljedice patološkog devijantnog ponašanja sa jedne, a ekonomski aspekti sa druge strane.

1.2. Predmet istraživanja

Iz problema istraživanja možemo definirati i predmet istraživanja, a to je istražiti uzroke seks turizma te definirati posljedice odnosno ekonomske i društvene učinke koje ima na destinaciju. Nadalje, predmet istraživanja se ogleda u definiranju seks turizam, njegovih podoblika kao i njegovu povijesnom prikazu.

U radu se provelo anketiranje kojem je svrha otkriti stavove i mišljenja zajednice o seks turizmu, a koje će pomoći pri prihvaćanju odnosno opovrgavanju postavljenih hipoteza.

[17] UNWTO. Dostupno na: https://www.colegio-humboldt.edu.mx/Munch2012/committees/wto.html (02.03.2017.)

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja definiraju se sljedeće hipoteze:

H_1: Ekonomski učinci seks turizma u destinaciji se percipiraju kao pretežito pozitivni.

H_2: Društveni učinci seks turizma na destinaciju se percipiraju kao pretežito negativni.

H_3: Percepcija ispitanika jest da se legalizacijom prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećavaju ekonomski učinci seks turizma u destinaciji.

H_4: Omladinska populacija percipira seks turizam kao negativnu pojavu u destinaciji.

1.4. Ciljevi istraživanja

Ciljevi istraživanja se ogledaju u sljedećem:

- Definirati pojam i oblike seks turizam,
- Istražiti uzroke seks turizma,
- Prikazati učinke seks turizma na društvo destinacije,
- Prikazati učinke seks turizma na ekonomiju i gospodarstvo destinacije,
- Analizirati probleme koji proizlaze iz seks turizma,
- Istražiti stavove i mišljenja mladih o seks turizmu.

1.5. Metode istraživanja

Metode koje su se koristile u ovom radu su sljedeće[18]:

- **Metoda prikupljanja sekundarnih podataka**: prikupljanje svih relevantnih izvora i stručne literature koja je u vezi sa predmetom i problemom diplomskog rada.
- **Metoda deskripcije**: postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- **Komparativna metoda:** postupak uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, pojava procesa i odnosa, odnosno utvrđivanje njihove sličnosti u ponašanju i intezitetu među njima.
- **Metoda indukcije:** sistemska i dosljedna primjena induktivnog načina zaključivanja u kojem se na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu.
- **Metoda dedukcije**: sustavna i dosljedna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih stavova izvode posebni, pojedinačni zaključci.
- **Metoda anketnog ispitivanja**: postupak kojim se na temelju anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja. Putem anketnog upitnika ispitali su sestavovi studentske populacije u Republici Hrvatskoj. Anketa se provela na uzorku omladinske populacije, koja živi u Republici Hrvatskoj. Anketni upitnik je sastavljen od zatvorenih pitanja, te pitanja s Likertovom ljestvicom. Podatci su se prikupljali isključivo korištenjem Interneta, s naznakom da je istraživanje anonimno i da će se rezultati koristiti samo u svrhu izrade diplomskog rada. S obzirom na nemogućnost točnog određivanja broja ispitanika, postavljena je donja granica od 50 ispitanika. Podatci iz anketnih upitnika uneseni su u računalni statistički program SPSS.

[18] Zelenika, R. (1998.), Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str.323.-366.

1.6. Doprinos istraživanja

Istraživanje koje se provelo u sklopu ovog diplomskog rada je doprinijelo osvjetljavanju učinaka seks turizma destinacije, te ukazalo stavove populacije po pitanju seks turizma. Istraživanje je ukazalo na patološko devijantno ponašanje te objasnilo ekonomske posljedice seks turizma u svijetu, što pomaže u razumijevanju načina na koji seks turizam utječe na gospodarsko blagostanje pojedinih zemalja. Osim toga, istraživanje je doprinijelo razumijevanju direktnih i indirektnih učinaka seks turizma, te razumijevanju njegovih pozitivnih i negativnih posljedica.

1.7. Struktura diplomskog rada

Sadržaj diplomskog rada je sastavljen od sedam cjelina. Prvu i zadnju cjelinu čine uvod i zaključak, te se u njima čitatelju daju najvažnije informacije o hipotezama, ciljevima, načinima provedbe istraživanja, te rezultatima istraživanja diplomskog rada. Druga cjelina bavi se teorijskim odrednicama turizma, pa objašnjava psihološki i sociološki pristup tumačenju turizma, turizmom kao ekonomskim odnosima pojava te pojavnim oblicima turizma. Treća cjelina se bavi seks turizmom kao pojavnim oblikom suvremenog turizma, pa obrađuje teme kao što su potreba za seksom kao ishodište razvoja seks turizma, zatim se definira seks turizam i stavlja ga se u povijesni kontekst, objašnjavajući pretpostavke njegovog razvoja, te vrste i pojavne oblike. Četvrta cjelina govori o učincima seks turizma u destinaciji, odnosno o društvenim i ekonomskim učincima, i sa aspekta pozitivnih i negativnih (direktnih i indirektnih) učinaka. Peta cjelina bavi se popularnim destinacijama i proizvodom seks turizma. U šestoj cjelini koja se bavi empirijskim istraživanjem ispituju se stavovi omladinske populacije u Republici Hrvatskoj o seks turizmu, te se opisuje metoda istraživanja, definira se uzorak ispitanika, opisuje provedba istraživanja te daje prikaz njegovih rezultata.

Nakon zaključka u kojem se sažimaju svi najvažniji zaključci iz rada, daje se popis literature, slika, tablica i grafikona, kako bi čitatelj imao bolji pregled ovog rada te kako bi mogao jednostavnije pratiti njegov sadržaj. Slijedi sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku te prilozi.

2. TEORIJSKE ODREDNICE TURIZMA

2.1. Psihološki pristup tumačenju turizma

Svaki čovjek, odnosno turist ima svoje potrebe koje teži zadovoljiti kroz turističko putovanje. Psihologija turističkog ponašanja bavi se proučavanjem razloga koji se nalaze u osnovi procesa i ponašanja turista.[19] Kod ovog pristupa tumačenja turizma važno je spomenuti ljudske potrebe koje pokreću sve čovjekove odluke, pa tako i one turističke. Svaka turistička potreba nastaje iz nekog nezadovoljenja, nekakve žudnje za promjenom, iz nečega što u svakodnevnom životu nema ili ne može biti zadovoljeno. Također, ovdje valja spomenuti motivaciju koja je ključna kako bi se turistička potreba zadovoljila.

2.1.1. Pristupi tumačenju ljudskih potreba kao pokretača turizma

Potreba je potencijal ili spremnost za odgovaranje na određeni način u određenim danim okolnostima.[20] Ljudske potrebe nastaju kao posljedica nedostajanja nečega što ljudskom tijelu i psihi daje ravnotežu. Ljudske potrebe možemo podijeliti na primarne i sekundarne potrebe. Primarne potrebe su osnovne potrebe koje mora zadovoljiti svaki pojedinac kako bi normalno živio i funkcionirao. To su potreba za hranom, vodom, disanjem, spavanjem i razmnožavanjem. Sekundarne potrebe su potrebe za sigurnošću, moći, samopoštovanjem, promjenama i ostale, a pristunost tih potreba ovisi o samom pojedincu. Potrebe postoje još od nastanka čovječanstva, i uvijek se teži tome da se zadovolje. Zbog svoje specifičnosti, mnogi autori i znanstvenici pokušali su objasniti i istražiti ljudske potrebe. Svaki od njih ima drugačiji stav o ljudskim potrebama i na različite načine ih definiraju. Neke od njih su[21]:

- Maslowljeva hijerarhija potreba (obrađena kao zasebna cjelina)
- Teorija trostupanjske hijerarhije – razvio ju je Alderfer, a bazične elemente čine:

[19] Šuran, F., (2016.), op.cit., str. 38.
[20] Larsen, R. J. i Buss, D. M., (2008.), Psihologija ličnosti, Naklada Slap, str. 338.
[21] Buble, M., (2006.), Osnove menadžmenta, Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb, str. 340. – 341.

Egzistencijalne potrebe – čine prvu razinu u hijerarhiji potreba, a odnose se na različite oblike materijalnih i fizioloških potreba koje se zadovoljavaju plaćom i drugim oblicima kompenzacija, uvjetima rada i sl. Stupanj zadovoljavanja tih potreba ovisan je o tome kako pojedinac to percipira u odnosu na ono što dobivaju drugi.

Potrebe povezanosti – uključuju sve one faktore koji su s aspekta pojedinca bitni, a odnose se na njihovu vezanost za obitelj, suradnike, prijatelje i drugo.

Potrebe rasta i razvoja – uključuju sve one potrebe koje se nalaze u osnovi stvaralačkog djelovanja pojedinca. Njihovim zadovoljavanjem potiče se korištenje ljudskih potencijala te stvara u pojedinca osjećaj cjelovitosti i punoće.

- Teorija motivacije postignuća – za razliku od prethodnih teorija koje su uglavnom usmjerene na zadovoljavanje više ili manje biološki zasovanih potreba, ova teorija je usmjerena na motivaciju za rad. Suština teorije je da ističe ljudsku potrebu za postignućem, a to znači težnju za uspjehom. Ta je težnja rezultat dviju sila – prva je želja za uspjehom, a druga je želja da se izbjegne neuspjeh. Stoga je i motivacija uvjetovana individualnom procjenom vjerojatnosti postizanja uspjeha i neuspjeha.
- Teorija motivacije uloga – John Miner u svom proučavanju motivacije razvija koncept u kojem potrebe promatra s aspekta različitih tipova poslova, odnosno uloga. Važnost ove teorije je u tome što je ukazala na različite motive za one zaposlenike koji imaju ključnu ulogu u poduzeću.

Čovjekove su potrebe brojne i raznovrsne, a uvijek zavise od brojnih faktora i situacija u kojima se čovjek nalazi. Ukupnost potreba i njihova hijerarhija, kako ih svaki čovjek osjeća, može se promatrati i definirati kao skup čovjekovih potreba.[22]

Unutar tog skupa nalaze se i turističke potrebe. Turističke potrebe su raznolikog sadržaja i strukture, a zadovoljavaju se dobrima koja omogućuju raznovrsne oblike rekreacije, putovanjem, promjenom boravka na područjima izvan domicila itd., ali i drugim čovjekovim aktivnostima.[23]

Ovdje valja spomenuti alijenaciju. Ona nastaje kada se čovjek osjeća otuđenim, odvojenim od svijeta jer ne radi ono što voli i što želi, ne uživa u tome. Upravo na temelju ovog pojma nastoji

[22] Dulčić, A. i Petrić, L., (2011.), Upravljanje razvojem turizma, MATE d.o.o., Zagreb, str. ?.
[23] Ibidem.

se u nekim radovima objasniti pojam turističkih potreba, pa se kaže da one nastaju iz želje otuđenog čovjeka da ponovno pronađe sebe i uspostavi ravnotežu koju je izgubio.[24]

Hedonizam, s druge strane, je osnovna pokretačka snaga i osnovna čovjekova potreba.[25] U turističkoj literaturi hedonizam se često promatra kao izvor poticaja razvoja turizma, kao izbor užitaka i traženje uvijek novih turističkih sadržaja.[26] Nadalje, hedonizam valja promatrati kao zajedničko ishodište svih ljudskih potreba pa tako i turističkih, samo što se u turizmu nastoji konzumirati što više kvalitetnijih užitaka, što onda često dovodi do iskrivljavanja i nepoštivanja društvenih normi ponašanja.[27]

2.1.2. Maslowljeva hijerarhija potreba

Maslowljeva hijerarhija potreba je vjerojatno najpoznatija teorija objašnjenja motivacije, što se možda može pripisati njenoj jednostavnosti i intinuitivnoj privlačnosti.[28] „Unutar Maslowljevog modela, ljudske su aktivnosti utemeljene u određene, prepoznatljive i predvidljive aspekte, akcije. Ova teorija je utemeljena na bihevioristočkoj tradiciji psihologije, što je suprotnost kognitivnom pristupu, koji ističe koncepte iracionalnosti i nepredvidljivosti ponašanja. Može se reći da Maslowljeva teorija potreba i motivacije zaista upućuje da se ljudi u svom ponašanju ne ograničavaju na biološke potrebe već ih nadmašuju, što ih razlikuje od drugih vrsta.“[29]

Kao što možemo vidjeti na Slici 1., Maslowljeva hijerarhija potreba sastoji se od:

- Fizioloških potreba: potrebe za vodom, hranom, zrakom, spavanjem;
- Potreba za sigurnošću: podrazumijeva zdravstvenu sigurnost, financijsku sigurnost, obiteljsku sigurnost, imovinsku sigurnost;
- Potreba za ljubavlju i pripadanjem: potrebe za prijateljstvom, potrebe za intimnošću i ljubavne partnere, potreba za obitelj;

[24] Petrić, L., (2003.), Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, Split, str. 57.
[25] Dulčić, A. i Petrić, L., (2011.), op.cit., str. 15.
[26] Petrić, L., (2003.), op.cit., str. 57.
[27] Ibidem.
[28] Cooper, C,, Fletcher, J., (2005.), op.cit., str.42.
[29] Ibidem., str. 43.

- Potreba za poštovanjem: ogleda se u samopoštovanju i poštovanju od drugih, što pridnosi samopouzdanju i osjećaju vrijednosti;
- Potreba za (samo)aktualizacijom: potreba za samoostvarivanje, to jest potreba za osobnim razvojem koja doprinosi kreativnosti, moralnosti, donošenju odluka i rješavanju problema.



Slika 1. Maslowljeva hijerarhija potreba

Izvor: http://www.istrazime.com/psihologija-licnosti/samoaktualizacija-ideal-psiholoskog-razvoja/ (22.05.2017)

Ova teorija nalaže da se prvo trebaju zadovoljiti osnovne potrebe kako bi se zadovoljile „više“ potrebe na vrhu piramide koje nisu neophodne za funkcioniranje života svakog čovjeka. Na toj osnovi Maslow je razvio dvije temeljne postavke te teorije:[30]

- Pojavljivanje neke potrebe obično je uvjetovano prethodnim zadovoljavanjem neke druge „važnije“ potrebe,
- Nijedna potreba ili želja ne mogu se promatrati izolirano, jer je svaka povezana sa stanjem zadovoljavanja ili nezadovoljavanja drugih potreba.

Turističke potrebe možemo svrstati u potrebe za pripadnjem (sklapanje prijateljstava, uspostavljanje boljih odnosa sa bližnjima i obitelji), ili potrebe za poštovanjem (divljenje od

[30] Maslow, A. H., Motivacija i ličnost, Nolit, Beograd, 1982. Preuzeto iz: Buble, M., (2006.), Osnove menadžmenta, Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb, str. 340.

strane drugih zbog mogućnosti odlaska na putovanje i slično). Međutim, u zemljama najvišeg stupnja gospodarske razvijenosti turističke potrebe su već u rangu primarnih ljudskih potreba, što znači da se ljudi radije odriču izdataka iz domene kulture, sporta, tehničke opreme, automobila i sl. nego da odustanu od turističkog putovanja.[31]

2.1.3. Motivacija

Motivi su unutrašnja stanja koja pobuđuju ili usmjeravaju ponašanje prema određenim predmetima ili ciljevima.[32] Također, motivi se zasnivaju na potrebama.[33] Svaka potreba koja se zadovoljava ima svoj motiv iznad te potrebe koju se želji zadovoljiti, a to je dostizanje veće pozicije na Maslowljevoj piramidi. Motivacija se u najopćenitijem smislu manifestira kao svaki utjecaj koji izaziva, usmjerava i održava ciljno ponašanje ljudi,[34] a može biti definirana kao proces aktivacije organizma u cilju ostvarenja određenih ciljeva, zavisno od okolišnih uvjeta[35].

Na motivaciju utječu brojni faktori od kojih Porter i Miles posebno naglašavaju tri sljedeće grupe:[36]

1. Individualne karakteristike: potrebe, vrijednosti, stavovi i interesi koje imaju pojedinci. Razlikuju se od osobe do osobe, što utječe i na razlikovanje njihovih motiva za provedbu radnih zadataka – neki su motivirani novcem, neki sigurnošću posla, neki izazovnošću zadataka itd.
2. Karakteristike posla: označuju određene atribute posla, kao što su kompleksnost, autonomnost, zahtjevnost i drugo.
3. Organizacijske karakteristike: označuju pravila i procedure, personalnu politiku, praksu menadžmenta i sustav nagrada kojima se pridonosi efikasnosti poduzeća.

[31] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 33.
[32] Larsen, R. J. i Buss, D. M., (2008.), op.cit., str. 338.
[33] Ibidem.
[34] Buble, M., (2006.), op.cit., str. 336.
[35] Šuran, F., (2016.), op.cit., str. 39.
[36] Porter, W. L., Miles, E. R., Motivation and Management, u: McGuire, J. (ur.) Contemporary Management: Issues and Viewpoints, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New York, 1974., str,.547., preuzeto iz: Buble, M., (2006.), op.cit., str. 336. – 377.

Mnogo znanstvenika se pita što motivira ljude za turističkim putovanjem, a mnogi od njih se slažu da su „glavni motivi koji pokreću ljude na turistička putovanja bijeg od rutine svakodnevnice, odnosno odmor, rekreacija izvan uobičajene sredine, očuvanje zdravlja i želja za novim doživljajima“[37]. Ipak, odmor i rekreacija izvan uobičajene sredine se u biti veže uz određenu glavnu aktivnost i niz sporednih aktivnosti na odmoru, pa u skladu s tim možemo zapravo tvrditi da na konačnu odluku utječe splet motiva koji manjim ili većim intenzitetom djeluju na ponašanje turista, odnosno način zadovoljavanja njihovih turističkih potreba.[38]

S obzirom na način života i doba u kojem živimo, veoma je važno neprestano istraživati i otkrivati motive koji potiču ljude da posegnu za turističkim putovanjem. Razlogu tomu je taj što se trendovi, odnosno životi ljudi neprestano mijenjaju, a u skladu s time i motivi koji ih potiču na turističko putovanje. Stoga je potrebno da turistička industrija bude u koraku s tim promjenama kako bi oblikovala svoje proizvode i usluge te pružila baš ono što turistu treba. To se postiže istraživanjem mnogih psiholoških i sociološkim čimbenika koji tjeraju pojedinca da ode na turističko putovanje, istraživanjem razloga zbog kojeg je odabrana određena turistička destinacija i slično.

U kontekstu motivacije važno je spomenuti push i pull faktore. Push faktori su oni psiho-socijalni čimbenici koji pojedince guraju na odmor i koje valja proučiti prije ostalih jer je psihološki faktor smatran poveznicom emotivnog faktora.[39] Dakle, ti faktori podrazumijevaju bijeg od stvarnosti i problema, traženje sebe, potragu ga fizičkim i psihičkim odmorom te težnju da se zadovolje određene potrebe. S druge strane, pull faktori su čimbenici koji se naknadno pojavljuju i koji guraju osobe da se odabere određeni tip odmora umjesto nekog drugog.[40] Tu veliku ulogu imaju reklame i marketing, a veliki utjecaj imaju saznanja i iskustva poznanika koji su posjetili neku destinaciju.

Kao što je već u radu spomenuto, prema dosadašnjim istraživanjima, glavni razlozi putovanja su: smanjenje napetosti, intelektualno obogaćivanje, intimnost s porodicom, egzotična pustolovina, upoznavanje sebe i otkrivanje vlastite osobnosti te bijeg.[41] Ciljevi turističkih putovanja s druge

[37] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), op.cit., str. 35.
[38] Pirjevec, (1998.,), preuzeto iz: Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., i suradnici, (2011.), op.cit., str. 35. – 36.
[39] Šuran, F., (2016.), op.cit., str. 42.
[40] Ibidem., str.43.
[41] Ibidem., str. 44.

strane su: posjete rodbini ili prijateljima, ljepota krajolika, opuštajuća atmosfera, ugodni domaćini, prisutnost mora i plaže, zabava i razonoda i ostali.[42] Na temelju navedenog može se zaključiti kako je glavni razlog i motiv koji tjera pojedinca na turističko putovanje užitak i zadovoljstvo, a opet sve ovisi o individualcu i njegovim stavovima, percepciji i stečenim navikama.

Mnogi autori razvijali su studije motivacije u turizmu i pokušali objasniti zašto ljudi putuju. Neke od njih objasnit će se u nastavku:[43]

1. Dann (1982.) ističe da u analizi motivacije postoji sedam aspekata koje valja razmatrati ako se traži sveobuhvatan pristup motivaciji, a to su:

    - Putovanje je odgovor na ono što je željeno a nedostaje. Ovaj pristup ističe da su turisti motivirani željom da iskuse sadržaje koji su različiti od onih dostupnih u domicilnom, kućnom okruženju.

    - Odredišna privlačnost mora odgovarati motivima koji potiču na putovanje. Ovdje valja uočiti razliku između individualne motivacije turista koja znači poticanje, od odredišne atrakcije koja znači privlačenje prema nekom odredištu ili atrakciji.

    - Motivacija kao percepcija, fantazija. Ovo je podskup prvih dviju motivacijskih točaka, a upućuje na motivaciju turiste da putuje kako bi na taj način potvrdio kulturu ponašanja koja se očekuje od njega u ambijentu u kojem živi.

    - Motivacija inicirana konkretnom svrhom putovanja. Klasifikacija svrhe je široka, a uključuje brojne kategorije kao svrhe puta, kao motivacije za putovanje.

    - Motivacijske tipologije. Pristup tipologiji interno se dijeli na: *bihevioristične* pristupe tipologije kao što su motivatori «želja za suncem, želja za lutanjem», te tipologije koje se fokusiraju na sadržaj turističkog dobra.

    - Motivacija i turistička iskustva. Ovaj pristup je povezan s raspravama koje se odnose na autentičnost turističkih sustava, i ovisi o tipologiji turističkih iskustava.

[42] Ibidem., str. 45.
[43] Cooper, C,, Fletcher, J., (2005.), op.cit., str.43-46.

- Motivacija kao autodefinicija i značenje. Ovaj pristup inače ističe način na koji turisti precipiraju svoju situaciju iz koje izvode turističku motivaciju, što je dodatni element za razumijevanje njihovog ponašanja.

2. McIntosh, Goeldner i Ritchie (1995.) analiziraju motivaciju koristeći se sa četiri kategorije motivatora:

- Fizički motivatori: u koje uključuju rekreaciju tijela i duha, putem zdravstvenog tretmana, sporta i drugih doživljaja i užitaka. Ova grupa motivatora je vezana uz one aktivnosti koje smanjuju napetost čovjeka.

- Kulturalni motivatori: su oni koji potiču želju da se vidi i nauči više i drugim kulturama, da se dozna nešto o stanovništvu zemlje odredišta koje se posjećuje, njihovom životnom stilu , glazbi, umjetnosti, itd.

- Interpersonalni motivatori: ova grupa motivatora uključuje želju da se upoznaju novi ljudi, posjete prijatelji ili rođaci, te da se potraže nova i drugačija iskustva.

- Motivatori statusa i prestiža: uključuju želju turiste za nastavak obrazovanja. Ovi motivatori su vezani uz želju turiste da bude priznat i okružen pažnjom od ostalih, kako bi učvrstio osobni ego.

3. Stanly Plog (1974.) je razvio teoriju na primjeru američke populacije koja ide za tim da klasificira nekoliko serija međusobno povezanih psihografskih tipova. Ovi tipovi mogu se pozicionirati između dvije krajnosti:

- Psihocentrični tip, tj. oni tipovi turista čiji se psihološki profil može izvesti iz «ego-centrizma», tj stanja pojedinaca koji se brinu ili usredotočuju na životne probleme koji ih mogu snaći na putovanju. Ovi putnici su konzervativni u svojim putnim uzorcima i odlukama, preferiraju sigurna odredišta i često se vraćaju na ona odredišta koja poznaju, u kojim su ranije boravili.

- Alocentrični tip turiste izvodi se iz korijena „allo“ što znači „variran u formi“. Ovi pojedinci se avanturisti i motivirani su da putuju/otkrivaju nova odredišta. Oni se

rijetko vraćaju na isto mjesto dva puta, zbog toga ih tržišno istraživanje etiketira kao „lutalice“.

Dakle, može se zaključiti da je motivacija u turizmu primarno povezana s potrebama koji potiču pojedinca da ode na turističko putovanje, a te potrebe su temeljene na osnovi područja gdje pojedinci žive, njihovim stavovima i mišljenjima, kulturi, percepciji itd. Potrebe zapravo dovode do turističkog putovanja, međutim nisu direktno s njim povezane, već kroz razne motivacije potiču pojedinca da posegne za turističkim putovanjem.

2.2. Sociološki pristup tumačenju turizma

Sociologija proučava društveni život, ljudske skupine i društvo, a područje proučavanja odnosi se na naše ponašanje kao društvenih bića.[44] Sociologija se bavi raznim društvenim pitanjima i pojavama, od toga kako se ljudi ponašaju u određenim situacijama, do toga zašto su donijeli neku odluku. „Prema Bergeru (1963.), zadaća sociologije je istražiti pretpostavke koje se uzimaju zdravo za gotovo, a sociološko gledište je odredio kao prepoznavanje općeg u pojedinačnom. Htio je istražiti na koji način utječu različite kategorije u koje spadaju pojedinci (poput klase, dobi, spola, obrazovanja...) na njihovo ponašanje, odabire, razmišljanja.“[45]

Doprinos sociologije proučavanju turizma kao društvenog procesa započeo je slijedeći primjer drugih društvenih znanosti. Potaknut ne samo činjenicom učestalosti istaživanja i analiza drugih studijskih područja već i zbog nezadovoljavajućih rezultata sa sociološke perspektive, budući da su se u središtu pozornosti nalazile dimenzije koje nisu bile socijalnog karaktera.[46]

Već oko dva desetljeća sociologija turizma usredotočuje se na odnos turizma te društvenih uvjeta i prirodnih bogatstva, što utječe da se manje zapostavljaju sociokulturni fakotori turizma, tj. oni koji ga stvaraju unutar područja u kojem se turizam pojavljuje, te onih koji ga privlače. Kao posljedica toga sustavnije se vrednuje značenje koje sociološki analizira turističku pojavu i

[44] Relja, R., Sociologija turizma 1., uvodno predavanje. (ppt)
[45] Galaksija, dostupno na: http://www.galaksija.hr/tekst/Sociologija/1132, (27.05.2017.)
[46] Šuran, F., (2016.) op. cit., str. 58.

proces koji su mu najviše svojstveni, a to je susretanje osoba različitih kvalifikacija, sposobnih za komunikaciju i uzajamnu kulturnu razmjenu s ciljem da se uoče važne promjene koje se pojavljuju tijekom vremena, ponekad toliko neprimjetne, a s druge strane toliko brze i značajne, jer sa sobom donose velike promjene za lokalno stavnovištvo i okoliš.[47]

Koliko je važan sociološki pristup turizmu govori i Cohen, koji kaže da sociološki pristup turizmu danas u mogućnosti da nam predstavi i da sustavno obradi analizu svih potreba i motiva koji potiču turiste, goste, organizatore i lokalno stanovištvo, te njihove posljedice.[48]

Kada govorimo o sociologiji turizma, veoma je važno spomenuti slobodno vrijeme turista, jer bez slobodnog vremena ne bi bilo ni turizma. Nekada su samo putovali bogatiji ljudi koji su imali više slobodnog vremena, no s razvojem društva i zahvaljujući borbama za bolja prava čovjeka, danas mogućnost za turističko putovanje ima veliki broj ljudi. S obzirom na smanjeni broj radnih sati, sa 70 radnih sati tjedno (krajem 19. stoljeća) na 40 radnih sati tjedno (kraj 20. stoljeća), postavlja se pitanje kako kvalitetno iskoristiti slobodno vrijeme i godišnji odmor. Odgovor leži u tome da se kvalitetno korištenje slobodnog vremena odvija u području dokolice. Mnogi smatraju da su slobodno vrijeme i dokolica jedno te isto, međutim, postoji razlika među njima. Svaka dokolica je slobodno vrijeme, ali svako slobodno vrijeme nije dokolica.[49] Dakle, slobodno vrijeme podrazumijeva svo ono vrijeme koje ostalo nakon što su se ispunile radne obaveze, dok dokolica podrazumijeva kvalitetno i aktivno provedeno slobodno vrijeme, ispunjenom brojnim aktivnostima koje pružaju zadovoljstvo. Joffre Dumazedier dokolicu definira kao „skup aktivnosti kojim se pojedinac po svojoj volji može potpuno predati, bilo da se odmara ili zabavlja, bilo da povećava nivo svoje obaviještenosti ili svoje obrazovanje, bilo da se dobrovoljno društveno angažira ili da ostvaruje svoju slobodnu stvaralačku sposobnost pošto se oslobodi svoji profesionalnih, obiteljskih i društvenih obaveza.“[50]

Pri razmatranju načina ponašanja pojednica u slobodnom vremenu, odnosno dokolici, ne mogu se zanemariti ni čimbenici poput društvene skupine kojoj pojedinac pripada, životni stil, količina

[47] Štifanić, M., (2002.), Sociologija turizma, Adamić, Rijeka, str. 10-11.
[48] Cohen, (1996.), preuzeto iz: Štifanić, M., (2002.) op.cit., str. 15.
[49] Ilšin, (2000.), preuzeto iz: Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), str. 291.
[50] Ibidem.

prihoda i dr. Može se reći da su aktivnosti u dokolici određene subjektivnim i objektivnim čimbenicima.[51]

Tablica 1. Čimbenici aktivnosti u dokolici

Subjektivni čimbenici	Objektivni čimbenici
Društveni položaj, obrazovanje, sposbnosti, stečene navike itd.	Kulturno naslijeđe uže i šire okoline, aktualna ponuda i dostupnost određenih sadržaja itd.

Izvor: Ilšin, (2000.), preuzeto iz: Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2001.) str. 292.

Nadalje, slobodno vrijeme čovjek može provoditi na dva načina, produktivno i neproduktivno. Produktivno ponašanje znači da čovjek svoje slobodno vrijeme provodi kvalitetno i da ga maksimalno iskoristi kako bi doprinio svom društvenom, ali i razvoju sebe kao ličnosti. S druge strane, neproduktivno ponašanje dovodi do toga da pojedinac stagnira sa svojim razvojem, upadajući u kolotečinu dosade koja iscrpljuje, dovodeći u opasan položaj slobodno vrijeme koje stekao. Aktivna turistička dokolica može djelomično kompenzirati posljedice suvremenog načina rada i života. Međutim, ona nije svemoćna i ne može u cijelosti riješiti probleme otuđenosti rada i dokolice.[52]

Iako sociolozi često kreću s istraživanjem određenog posebnog lokaliteta odnosno destinacije, sociološka istraživanja turizma nastoje istražiti godišnji odmor u njegovoj cijelosti, tj. u njegovim motivacijama, ponašanju i značenju.[53] Nakon što se shvati značenje koje godišnji odmor ima kao faktor opuštanja jasno je da on poprima vrlo bitnu ulogu unutar strogo kontroliranih struktura, te unutar slobodnog vremena.[54]

Veliki doprinos u istraživanju sociologije turizma imao je Erik Cohen. On definira sociologiju turizma kao posebnu specijalnost koja se bavi proučavanjem turističkih motiva, uloga, odnosa i

[51] Ibidem., str. 292.
[52] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), op.cit., str. 292.
[53] Štifanić, M., (2002.), Sociologija turizma, op.cit., str. 42.
[54] Urbain, (1997.), preuzeto iz: Štifanić, M., (2002.), Sociologija turizma, str. 44.

institucija te njihovog utjecaja na turiste i društvo koje ih prima.[55] Cohen smatra da definicija turista[56] iz 1963. godine koju je definirala IUOTO (International Union of Official Travel Organization), a 1968. godine priznao WTO (World Tourist Organization) može biti korištena samo u statističke, zakonske i industrijske svrhe, dok za sociološke svrhe nije relevantna jer je previše široko definirana i teorijski oskudna. Iz tog razloga, a kako bi ujedno i ukazao na to kako se turist može razlikovati od običnog putnika, Cohen daje svoju definiciju turista: „Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promijene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju.“[57] Cohen suvremenom turistu pridaje mnoga obilježja, a jedno od njih „sastoji se u izvanrednom bujanju raznovrsnih oblika turizma, u rasponu od kratkih izleta do putovanja oko svijeta, od ljetovanja pored mora do pravih ekspedicija u gotovo nepoznate dijelove svijeta“[58], „od organiziranih putovanja s čvrsto utvrđenim itinerarom do dokonog, individualiziranog istraživanja ili kretanja neutabanim putovima“[59].

U cilju boljeg određenja turizma odnosno turističke funkcije, Cohen želi obratiti pozornost na dva aspekta putničke funkcije, s obzirom da definicija turista koja je usvojena na konferenciji UN-a turista definira kao posjetitelja umjesto putnika, dok se općenito gledano, turista uklapa u kategoriju putnika. „Prvi aspekt, aspekt kretanja podrazumijeva putovanja u uskom smislu tog pojma koje je obično izvjesne dužine. U nedostatku boljeg izraza, ovaj aspekt se naziva 'putničkom' komponentom. Drugi aspekt, aspekt boravka, podrazmijeva provođenje vremena u određenom mjestu koje nije naše vlastito, posjećivanje zemalja, ili institucija u tijeku određenih, obično relativno kratkih, vremenskih razdoblja.“[60]

[55] Cohen, E., (1984.), The sociology of tourism: approaches, issues, and findings, Department of Sociology and Social Anthropologgy, Hebrew University of Jerusalem, Jerusalem, Israel, str. 373.
[56] Turist je privremeni posjetitelj koji provede najmanje 24 sata u destinaciji zbog odmora, rekreacije, studiranja, religije, posla, obitelji.
[57] Cohen, E., (1974.), Tko je turist? Pojmovno razjašnjenje, Sociological Review, Vol 22 No 4, str. 55.
[58] Simposon, T., (1968.), Prvi turisti prelaze Južni pol, Antartic, Tom 5, str. 202-203; i Banks, M., (1972.), Turisti na zamrznutom sjeveru, Geographical Magazine, Tom 45. Br. 2, str 83-84, preuzeto iz: Cohen, E., (1974.), op.cit., str. 48.
[59] Cohen, E., (1972.), Prema sociologiji međunarodnog turizma, Social Research, Tom 39. Br. 1., str. 164-182 na str, 169-177, preuzeto iz: Cohen, E., (1974.), op.cit., str. 48.
[60] Cohen, E., (1974.), op.cit., str. 52.

Nadalje, u cilje uočavanja osobina po kojima se turist razlikuje od ostalih vrsta puntika, Cohen izdvaja šest dimenzija turističke funkcije:[61]

1. Turist je privremeni putnik s fiksnim mjestom boravka u kojem je njegova stalna adresa čak i za vrijeme putovanja: ova ga okolnost razlikuje od nomada, lutalice, hobosa i drugih vrsta stalnih putnika.
2. Turist je dobrovoljni putnik, koji kreće na put po svojoj vlastitoj slobodnoj volji te je u stanju okončati svoje putovanje kad god mu se prohtije i slobodan je vratiti se u mjesto svoga stalnog boravka. Ova ga okolnost razlikuje od nedobrovoljnih ili prisilnih putnika, poput izgnanika, izbjeglice itd.
3. Turist je putnik na turneji, kružnom putovanju, tako da je točka njegova polaska ujedno i njegovo konačno odredište. Ova ga okolnost razlikuje od emigranta, koji polazi na jednosmjerno putovanje, od jednog prebivališta do drugoga.
4. Turist kreće na relativno dugo putovanje, a ne tek na kratki put ili izlet. Ova okolnost razlikuje turista od običnog izletnika.
5. Turist je putnik na neučestalom putovanju ili takvo putovanje, u najmanju ruku, poduzima rijetko za razliku od redovnih putovanja kod kojih postoji navika.
6. Turist je putnik čija je svrha putovanja neinstrumentalna, to jest njegov put nije sredstvo za postizanje drugog cilja već je sam sebi svrha. Najčešće neinstrumentalne svrhe turističkog putovanja spominjane u literaturi jesu zadovoljstvo, rekreacija i kultura.

Tu se sada postavlja pitanje treba li svaku vrstu neinstrumentalno motiviranog putovanja smatrati turizmom?[62] Cohen smatra da bi trebalo, a mišljenje autorice rada se slaže s navedenim. Razlog tome je taj što turističko putovanje podrazumijeva bijeg od svakodnevnice, stresa, rutine, upoznavanje nečeg novog itd. što doprinosi zadovoljstvu potreba pojedinca i svakog turista. To zadovoljstvo proizlazi iz poduzimanja raznih aktivnosti koje nisu uključene u njihovu svakodnevnicu, jer se za njih nema vremena, a potrebne su kao promjena kako bi se zadovoljile turističke potrebe.

[61] Ibidem., str. 53-54.
[62] Ibidem., str. 54.

2.3. Turizam kao ekonomski odnos i pojava

Turizam danas označava vrlo složenu društvenu i ekonomsku pojavu, koja se manifestira u velikom broju vrsta i oblika i ima mnogostruke društvene i ekonomske funkcije. Turizam kao društvena pojava odražava se putovanjima što ih poduzima sve veći broj stanovnika u svijetu, radi privremene promjene mjesta stalnog boravka, a u svrhu odmora, razonode, liječenja kulture, edukacije, sporta, kongresa, vjerskih i drugih raloga, koji nisu direktno vezani uz obavljanje gospodarske djelatnosti odnosno uz zaradu.[63]

Kao ekonomska pojava, turizam se sastoji od velikog broja različitih i međusobno povezanih aktivnosti ekonomskog i neekonomskog značaja, koje su neposredno ili posredno vezane uz masovne turističke migracije, time što zadovoljavaju specifične potrebe turista i u fazi putovanja i za vrijeme njihova privremenog boravka i života izvan stalnog prebivališta.[64] S druge strane, turizam kao ekonomski odnos može se definirati kao skup svih odnosa koji nastaju dok se turističko putovanje odvija i dok turist boravi u turističkoj destinaciji. Dio je društvenih, ekonomskih i uopće proizvodnih odnosa konkretnog društva.[65]

Značenje turizma u svjetskoj ekonomiji, ali i u gospodarskoj ekonomiji svake države je neupitno. Bez obzira na sve što se dogodilo u prošlosti, brojni ratovi, zarazne bolesti, prirodne katastrofe i razne prijetnje, turizam je uvijek držao konstantu i nikakve promjene nisu u tolikoj mjeri utjecale na njegov razvoj. U prilog tome govori i činjenica da je WTTC (World Travel and Tourism Council) naglasio sljedećim podatcima značaj turizma za svjetsko gospodarstvo:[66]

- Direktni doprinos turizma svjetskom GDP-u 2016. godine bio je 2.306 milijardi USD (3,1% GDP-a), 2017. godine bi trebao porasti za 3,8%, dok bi do 2027. godine trebao narasti na 3.357,1 milijardi USD, odnosno 3,5% svjetskog GDP-a.

[63] Koncul, N., (2009.), Ekonomika i turizam, Mikrorad d.o.o., Zagreb, str. 9-10.
[64] Alfier, D., (1982.), Ekonomika turizma, u Stipetić, V., (ed) et al., Ekonomika Jugoslavije, Posebni dio, Zagreb, Informator, preuzeto iz: Koncul, N., (2009.), op.cit., str. 10.
[65] Petrić, L., Ekonomika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 9.
[66] WTTC, Travel and tourism economic impact 2017 world, https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf (26,07.2017.)

- Ukupni doprinos turizma svjetskom GDP-u 2016. godine bio je 7.613,3 milijarde USD (10,2% GDP-a), ove godine trebao bi porasti za 3,6%, a do 2027. godine narasti na 11.512,9 milijarde USD, odnosno 11,4% svjetskog GDP-a.

- 2016. godine u svjetskom turizmu bilo je 108,741,000 direktno zaposlenih (3,6% ukupno zaposlenih). 2017. godine ta brojka bi trebala rasti za 2,1%, te godišnje 2,2% do 2027. godine kada bi broj direktno zaposlenih u turizmu trebao iznositi 138,086,000, to jest 4% ukupno zaposlenih u svijetu.

- Broj indirektno zaposlenih osoba u turizmu 2016. godine iznosio je 9,6 % odnosno 292,220,000 zaposlenih. 2017. godine taj broj trebao bi porasti na 297,896,000 zaposlenih, odnosno za 1,9%. Na godišnjoj razini do 2027. godine rast bi trebao iznositi 2,5%, pa se očekuje da će 2017. ta brojka iznositi 381,700,000 zaposlenih.

- Investicije u turizmu 2016. iznosile su 806,5 milijarde USD odnosno 4,4% ukupnih investicija. 2017. godine investicije bi trebale narasti za 4,5%, a do 2027. godine trebale bi narasti na 1.307,1 milijarde USD (5% ukupnih investicija).

Mnogi su autori pokušali objasniti turizam kao gospodarsku aktivnost i djelatnost, međutim turizam se ne može u potpunosti poistovjetiti s time jer turizam predstavlja skup aktivnosti koje utječu na mnoge sektore u gospodarstvu, bilo direktno ili indiretno. Također, turizam kao djelatnost zbog svoje kompleksnosti se ne može nazvati djelatnošću jer se ne može na taj način rabiti za istraživanje utjecaja na gospodarstvo, već to samo određuje njegov karakter u gospodarstvu. Razni autori su, nadalje, „nastojali stvoriti dojam da je turizam 'samostalna gospodarska grana' vrijedna usporedbe svojih učinaka s učincima 'ostalih' gospodarskih grana kao što su poljprivreda, industrija, građevinarstvo, trgovina, promet itd. Na tragu toga, svojedobno se u domaćoj literaturi koristilo pojmom 'granske ekonomike' u sklopu koje su se istraživali utjecaji i učinci pojedinih gospodarskih grana u okviru nacionalnog gospodarstva pa je turizam dobio svoju inačicu – ekonomika turizma.“[67] Ekonomika turizma je znanstveno utemeljena disciplina čije je mjesto u općoj ekonomskoj teoriji zasluženo i argumentirano, a odnosi se na dio znanosti koji opisuje, analizira, objašnjava i dovodi u vezu pojavu i odnose u

[67] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), op.cit., str. 241.

turizmu s gledišta njihovih ekonomskih učinaka i odraza.[68] Tako se jedno od glavnih područja proučavanja ekonomike turizma mora pozabaviti slijedećim pitanjima:[69]

- Koje mehanizme alokacije primjeniti u emitivnim područjima i u destinaciji?
- Kako turizam, u usporedbi s drugim djelatnostima i industrijama, konkurira za rijetke resurse?
- Kakva je konkurencija za korištenjem resursa, a isto tako i na tržištu, među dobavljačima u turizmu?
- Jesu li u korištenje određenih resursa u turizmu uključeni značajni oportunitetni troškovi ili drugim riječima, cijena za korištenje resursa za turizam, znači propuštenu priliku, da se isti utroše za „drugu najbolju" alternativu.

Što se tiče statistike u turizmu i praćenja odnosno mjerenja njegovih ekonomskih učinka, ne postoji jedinstvena metodologija koja bi omogućila prikaz i utvrđivanje svih traženih podataka iz razloga što je funkcioniranje svake države drugačije i postoje brojne razlike među njima. Međutim, na globalnoj razini usuglašen je samo osnovni paket klasifikacija i definicija potrebnih za sastavljanje uniformiranog i metodološki konzistentnog statističkog sustava za potrebe turizma pod nazivom Turistička satelitska bilanca (TSA).[70] Prema definiciji UNWTO-a, TSA (Tourism Sattelite Account) je skup definicija i klasifikacija integriranih tablica te organiziranih na logičan i konzistentatn način, koji omogućava pregled svih ekonomskih učinaka turizma, na strani ponude i na strani potražnje.[71]

Zbog svojih brojnih ekonomskih učinaka, turizam je jako važan za ekonomski sustav svake države/destinacije, jer obuhvaća skoro svaki segment funkcioniranja nacionalnog gospodarstva, a ima ekonomske učinke. Ti učinci mogu se podijeliti na direktne, indirektne i inducirane:[72]

[68] Vukonić i Čavlek, (2001.), preuzeto iz: Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), op.cit., str. 241.
[69] Koncul, N., (2009.), op.cit., str. 11.
[70] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), op.cit., str. 244.
[71] http://statistics.unwto.org/content/tsarmf2008 (10.6.2017.)
[72] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i suradnici, (2011.), op.cit., str. 263.

Direktni ekonomski učinci odnose se na ukupnost inicijalne turističke potrošnje ostvarene u gospodarskim djelatnostima koje izravno apsorbiraju turističku potrošnju, a to su ponajprije ugostiteljstvo, turističko posredništvo, promet i trgovina na malo.

Indirektni ekonomski učinci odnose se na ukupnost svih troškova (sirovina, poluproizvoda, proizvoda i usluga) nastalih u procesu formiranja turističke usluge.(npr. usluge noćenja u hotelu).

Inducirani ekonomski učinci odnose se na one ekonomske učinke koji su nastali kao rezultat povećane kupovne moći lokalnog stanovištva i javnog sektora na turistički receptivnom području.

2.4. Pojavni oblici turizma

Pojavni oblici i sadržaji suvremenog turizma najuže su vezani za kompleks turističkih potreba i turističkih motiva koji utječu na stvaranje različitih segmenata turističke potražnje.[73] Oni predstavljaju skup odnosa i pojava vezanih za aktivnosti grupa osoba koje putuju i borave u mjestima izvan uobičajene sredine radi nekih posebnih razloga ili obilježja nacije.[74]

Čitajući raznu literaturu može se zaključiti kako autori najčešće dijele turizam prema: duljini boravka u destinaciji, vrsti posjećene destinacije, mobilnosti turista, aktivnostima koje se poduzimaju na putovanju, načinu organizacije putovanja i slično.

Turizam se može dijeliti i ovisno o porijeku turista. Stoga prema tim kriterijima razlikujemo: domaći turizam – turisti putuju i borave unutar svoje zemlje; ulazni turizam (inbound) – turisti iz Njemačke putuju u Hrvatsku; izlazni turizam (outbound) – stanovnici Hrvatske odlaze u Njemačku. Također, turizam se može podijeliti na domaći i međunarodni turizam, s aspekta tokova kretanja. Nacionalni turizam obuhvaća turistička kretanja stanovnika pojedine nacije,

[73]Geić, S., (2007.), Organizacija i politika turizma – kulturološko-ekologijski i sociogospodarski aspekti, Sveučilište u Splitu, Split, str. 178-179.
[74] Ibidem., str. 181.

unutar zemlje i izvan nje, dakle domaći i izlazni turizam, dok s druge strane, međunarodni se turizam odvija među pojedinima zemljama, što znači da obuhvaća i ulazni i izlazni turizam.[75]

Prema S. Weber i V. Mikačić (1998.), osnovni kriteriji za razvrstavanje pojavnih oblika turizma su:[76]

- Duljina boravka u destinaciji: veliki turizam (glavni odmor), mali turizam (kratki odmori), izletnički turizam;
- Način organizacije putovanja: individualni turizam, organizirani turizam;
- Mobilnost turista: mobilni turizam, tranzitni turizam, kružna putovanja, nautički turizam;
- Sadržaj boravka: zdravstveni turizam, lovni i ribolovni turizam, sportski turizam, rekreacijski turizam, kongresni turizam, kulturni turizam, naturizam, poticajni 'incentive' turizam, vjerski turizam, ekoturizam;
- Obilježja turističkog prostora: primorski turizam, kontinentalni turizam, planinski turizam, gradski turizam, seoski turizam;
- Obiteljski status: dječji turizam, omladinski turizam, obiteljski turizam, turizam treće dobi;
- Prema sezoni boravka tuista: zimski turizam, ljetni turizam;
- Prema ekonomskim veličinima: komerijalni turizam, socijalni turizam.

Cohen npr. dijeli turizam s obzirom na ponašanje turista, odnosno na rekreacijski, zabavni, doživljajni, eksperimentalni i egzistencijalni turizam. S druge strane, Smith govori o pet vrsta turizma, gradeći klasifikaciju na karakteristikama destinacije i motivima turista, a to su:[77]

- Etnički turizam – egzotični običaji dalekih naroda i plemena,

[75] Petrić, L., (2003.), op.cit., str. 14.
[76] Geić, S., (2007.), op.cit., str. 182-184.
[77] Smith, A., (1952.), istraživanje prirode i uzroka bogatvstva naroda, I. svezak, Kultura, Zagreb, str. 407. Preuzeto iz: Dulčić, A. i Petrić, L., (2011.), op.cit., str. 5.

- Kulturni turizam – ruralna društva, njihov folklor, seoski običaji i tradicije,
- Povijesni turizam – muzeji, katedrale, povijesna baština različitih kultura,
- Ekološki turizam – područja čiste prirode,
- Rekreacijski turizam – masovni ljetovališni turizam.

Gore navedene vrste turizma, uz još neke poput kruzing turizma, planinskog turizma, avanturističkog turizma, kongresnog turizma, pustolovnog turizma i ostale, možemo svrstati pod selektivne oblike turizme.[78] Tako ih Geić dijeli unutar dvije podjele: prema motivaciji te prema vanjskim učincima. Prema motivaciji dijele se na: rekreativni turizam, kulturni turizam, socijalni turizam, komercijalni turizam i politčki turizam. S druge strane, prema vanjskim učincima dijele se prema: podrijetlu, trajanju boravka, sezonama, broju sudionika, dobu sudionika, vrstama prijevoza i smještaja, učincima na platnu bilancu, načinu plaćanja i sociološkim kategorijama.

Može se zaključiti kako su se razvojem turizma razvijali i razni njegovi oblici koji su poprimili karakteristike koje ih razlikuju od drugih vrsta putovanja. S obzirom na masovnost turizma koja je prijetila uništenju određenih destinacija zbog prevelike zasićenosti turistima u kratkom vremenskom periodu, pojava ostalih oblika turizma je dobra stvar za turizam i njegove učinke na okoliš, rezidente i samu destinaciju. Razlog tomu je taj što omogućava diversifikaciju i disperziju na razne destinacije i u različite vremenske periode, što doprinosi dugotrajnom očuvanju karakteristika neke destinacije odnosno održivom razvoju turizma.

[78] Geić, S. (2011), op.cit., str. 225.

3. SEKS TURIZAM KAO POJAVNI OBLIK SUVREMENOG TURIZMA

3.1. Potreba za seksom – ishodište razvoja seks turizma

Danas seks nije samo sredstvo razmnožavanja. Njegove se mogućnosti i varijante ne mogu ograničiti ni mehanikom seksualnog odnosa između žene i muškarca ni neposrednom potrebom za preživljavanjem gena ili vrsta. Biološka potreba prenošenja gena seksualnim odnosom razvila se tijekom stotina tisućljeća u psihološku sposobnost ljudi da osjete seksualnu želju i dožive vrhunac kao posebno intenzivan oblik tjelesnog i emocionalnog užitka.[79]

Tijekom povijesti i razvoja društva potreba za seksom je uvijek postojala, te je svako društvo razvilo svoju vrstu seksualnosti prema kojoj su ponašanja bila usmjerena. Potreba za seksom različito se tumačila, međutim uvijek je postojala. Općenito se smatra da su ljudi jedina zemaljska vrsta koja može upravljati svojom seksualnošću[80], i normalno je da i muškarci i žene osjećaju biološku sklonost seksu.

Ljudi su uvijek prakticirali seks, međutim ne uvijek iz moralnih razloga. Mnogi su muškarci imali žene i djecu, a uvijek su nalazili ljubavnice s kojima bi kratili vrijeme i zadovoljavali svoje seksualne potrebe. Usprkos ekonomskim i političkim ograničenjima te konvencionalnim moralnim pravilima, možemo eksperimentirati našom seksualnošću, dorađivati je ili potpuno odvojiti o njene reproduktivne funkcije.[81]

Seksualno ponašanje ovisi o različitim čimbenicima, kao što su stres, stil života, stavovi, zadovoljstvo i dostupnost partnera, zdravstveni razlozi itd. Puno čimbenika i varijabli može utjecati na samu seksualnu motivaciju. Seks je važan za opstanak čovjeka, ali je u jednu ruku i izvor moći. Dok su prije ljudi konzumirali seks samo kako bi zadovoljili svoje seksualne želje i potrebe, razvojem društva seks je prerastao u nešto više. Razvojem društva i stjecanjem

[79] McNair, B., (2004.), Striptiz kultura: Seks, mediji i demokratizacija žudnje, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, str. 2.
[80] Ibidem., str. 3.
[81] Ibidem., str. 3.

ravnopravnosti, žene, ali i muškarci počinju putovati kako bi zadovoljili svoje seksualne nagone jer su usamljeni, nemaju adekvatnog partnera ili su željni novih iskustava. Također, seksualnost je postala privlačna kapitalističkom poduzetništvu zbog svojih zabavnih i rekreacijskih aspekata, transformacije seksualne žudnje i obećanja seksualnog užitka uz pomoć različitih proizvoda, npr. seksualnih pomagala, mode i sredstava za uljepšavanje te svih seksom zasićenih proizvoda umjetnosti i popularne kulture.[82] Postavlja se pitanje zašto je biološka potreba za seksom postala psihološki i emocionalno složena i zašto je razmnožavanje postalo sredstvo za stjecanje mnogobrojnih užitaka i boli? McNair kaže kako živimo u svijetu mnogostrukih seksualnosti i perverzija u kojem su se mnogi elementi života promijenili i udaljili od „prirodnog stanja“ u nekoj dalekoj pretpovijesti koje, bez obzira na to, cijenimo i čuvamo kao elemente suvremenog života i uzimamo ih zdravo za gotovo.[83]

Seks kao potreba razvojem društva dosegao je razinu koja mu je omogućila da se više ne gleda kao primarna potreba koja je potrebna za opstanak čovječanstva, već se počinje koristiti na razne načine. Seks postaje sredstvo zarade, trgovanja, kreće se na put kako bi se pobjeglo od dosadnih lokalnih ljudi i doživjelo novo seksualno iskustvo koje pobuđuje užitak i stvara zadovoljstvo. Potreba za seksom nije više zatvorena unutar 4 zida, ne podrazumjeva više intimnost među partnerima, već se seks prakticira na razne načine i na raznima mjestima, sve u svrhu zadovoljenja seksualne potrebe.

3.2. Definicija i povijesni kontekst nastanka seks turizma

Za bolje razumijevanje pojma seks turizma prvo ćemo objasniti što je seksualnost.

Seksualnost je prirodna potreba svakog čovjeka koja se razvija tokom cijelog njegovog životnog vijeka. Seksualnost je skup osjećaja, ponašanja, stavova, vrijednosti koje se dovode u vezu sa seksualnom željom i identitetom, to jest postojanjem svakog ljudskog bića kao spolnog i rodnog, te seksualnog.[84] Freud na seksualnost gleda kao jaku psihološku snagu te smatra da se

[82] Ibidem., str. 6.
[83] Ibidem, str. 4.
[84] https://hr.wikipedia.org/wiki/Seksualnost (20.6.2017.)

seksualnost razvija još od samog rođenja, dok je, kako bi prikazao stanje ljudske psihe, Miller prikazivao bez ustručavanja seksualne scene u svojim djelima.

Seks turizam podrazumijeva svako turističko putovanje koje je ostvareno kako bi se zadovoljila seksualna potreba bez obzira na to što je uzrok seksualnoj potrebi. Kao što smo već naveli, UNWTO definira seks turizam kao „putovanje organizirano unutar turističkog sektora ili izvan tog sektora ali pritom koristeći ekonomske i druge strukture sa primarnim ciljem sudjelovanja u komercijalnim seksualnim odnosima turista sa stanovnicima ciljane destinacije."[85] Seks turizam zbog svoje specifičnosti i problematike možemo definirati i kao putovanje kojem je glavni cilj uključivanje u seksualno komercijalne odnose[86] (tržišna razmjena). S obzirom na: a) temeljnu prirodu seksualnih potreba, b) složene načine na koje društva nastoje upravljati seksualnim radom, c) poimanje turizma kao razdoblja društvene neodgovornosti izvan ograničenja "doma", d) osobne posljedice odluka koje naknadno nastaju uključivanjem u komercijalne seksualne aktivnosti, i e) prirodi seks turizma, te širih društvenih, ekonomskih i zdravstvenih posljedica koje proizlaze iz njega, ne začuđuje da je seksualni rad zaokupio umove znanstvenika i zainteresiranost šireg dijela publike.[87] Nadalje, Kibicho smatra kako veza između turizma i seksa ne bi trebala biti iznenađujuća jer je potreba za seksom sasvim prirodna i normalna u ljudskom životu. Ako ljudi mogu konzumirati seks u svome domu, onda je za očekivati da su uključeni u seksualne aktivnosti i za vrijeme odmora.

Iako su seks turizam, prostitucija i homoseksualnost već dugo vremena tabu tema, oni zapravo postoje još od davnina. Erotika, prostitucija i sloboda seksualnosti provlače se kroz razne povijesne knjige, mitove i legende koje čitamo ili smo čitali, a da nismo ni svjesni što nam zapravo govore. Malo je poznato da su u staroj Grčkoj mladi Atenjani između 12. i 18. godine životu morali imati odraslog ljubavnika, jer u suprotnom ne bi imali poštovanje. Zeus, vladar Olimpa, bio je oženjen svojom sestrom Herom, a djecu je imao s drugom sestrom Demetrom. „Najdojmljivije slike čovjekova prijašnjeg idiličnog prirodnog stanja smještene su na otocima: u domovini plemenitog divljaka, prvobitnim lokacijama rajskog vrta. To su u pravilu mediteranski ili tropski otoci, a mitologija koja ih okružuje je uglavnom seksualna."[88]

[85] UNWTO, op.cit.
[86] Clift, S., Carter, S.(2000), Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion, Pinter, London, str. 6.
[87] Kibicho, W.(2009)., **Sex Tourism in Africa: Kenya's Booming Industry**, Ashgate Publishing Limited, Farnham,
[88] Horvat, B. (1999), Turizam u sociokulturološkoj perspektivi: čitanka s izborom tekstova, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, str. 174.

Ne postoje nikakvi zapisi ni dokazi koji bi nam mogli reći od kada seks turizam zapravo postoji, no analizom povijesti seksualnosti možemo doći do određenih zaključaka.

Prvi zapis koji možemo uzeti u obzir kaže da godine 180. prije Krista jedan zakon određuje za prostitutke trajno ropstvo i zatvaranje u posebne četvrti. Određena dozvola – licencia stupri – omogućava im da se bave svojom profesijom, ali ih doživotno baca u sramotu i građansku smrt.[89]

S pojavom židovstva počinje se stvarati zanimljiva mješavina seksualnih stavova. U prvih pet knjiga Staroga zavjeta, koje su temeljni izvor židovskoga zakona, postoje pravila o seksualnom ponašanju: preljub je zabranjen u Deset Božjih zapovijedi, dok se homoseksualne aktivnosti strogo osuđuju.[90] U Židova je Mojsijev zakon oduvijek zabranjivao prostituciju kćerima Izrelovim, ali ju je dopuštao strankinjama. Kršćanstvo pak priznaje da prostitutke imaju dušu, koju je iskupila Isusova krv.[91]

U staroj Grčkoj djevojčice nisu imale nikakva prava već su ih očevi udavali za koga su oni htjeli, i to jako rano, između 12. i 15. godine kako bi sačuvali njihovu plodnost. Nadalje, postojalo je prihvaćanje određenih oblika muške homoseksualnosti. Homoseksualni odnosi između odraslog muškarca i adolescenta nakon puberteta bili su široko prihvaćeni, i zbivali su se u edukacijskom odnosu u kojem je muškarac bio odgovoran za dječakov moralni i intelektualni razvoj.[92]

Tijekom vladavine velikih dinastija, plemkinje su se gotovo uvijek udavale u pubertetu kako bi se osiguralo potomstvo. Međutim, bilo je i puno situacija gdje se plemići prisiljavali služavke na seksualni odnos, a nezakonita rođena djeca ostala bi sa svojoj braćom i sestrama iz valjanog braka. Stoga od 9. stoljeća Crkva nastoji sputati ta pretjerivanja institucijom viteštva.[93] To je ograničilo nasilje, ali nije sigurno da je smanjilo količinu seksualnosti.

Tijekom 14. i 15. stoljeća seksualno nasilje se povećalo. Tome su pridonijeli mnogobrojni karnevali, bordeli i kupališta jer se muškarci nisu mogli kontrolirati nakon ispijenih čaša alkohola.

[89] Knibiehler, Y.(2004), **Seksualnost kroz povijest**, AGM, Zagreb, str. 172.
[90] Masters,W. H., Johnson, V. E., Kolodny, R. C.(2006), **Ljudska seksualnost**, Naklada Slap, Jastrebarsko, str. 9.
[91] Knibiehler, Y.(2004), op.cit., str. 172 - 173.
[92] Ibidem. str. 20.
[93] Ibidem. str. 23.

Od 16. stoljeća seksualnost je doživjela može se reći mali pad, jer se mlade okreće obrazovanju i šalje ih se u razne internate. Nastavnici iz crkvenih redova nastojali su naučiti mlade kako da kontroliraju svoje seksualne potrebe do braka koji je svakako nastupao u ranijoj dobi.

Sve te običaje nije nimalo ugrozila pojava prenosive bolesti, sifilisa, koja je pristigla u Španjolsku preko posade Kolumba. S obzirom na to da su je uglavnom prenosile prostitutke, u 16. stoljeću došlo je do zatvaranja velikog broja bordela.

Zapadne su monarhije nastojale pojavu prostitucije popratiti policijskim mjerama. S vremena na vrijeme uhićuju djevojke, javno ih bičuju, obilježavaju užarenim željezom. Muškarce, klijente ili makroe, ne uznemiravaju. Luj Sveti prvi je iskušao apsolutnu zabranu. Dao je zatvoriti sve javne kuće, domogao se njihove imovine i poslao prostitutke u samostane Kćeri Božjih. Bio je to potpun promašaj. Pokazalo se da nije moguće kontrolirati tajnu prostituciju te je kralj na kraju odobrio ponovno otvaranje bordela i tako, prema riječima nekih svjedoka, potvrdio korisnost makroa i svodnica. Od XVI. stoljeća strah od sifilisa ponovno budi želju za kontrolom. Luj XIV. donijet će represivne mjere, koje su opet usmjerene ponajprije na djevojke i opet jednako uzaludne. Procvat prostitucije zapravo je povezan sa širenjem gradova i razvojem trgovine. To je posao koji funkcionira prema zakonima ponude i potražnje.[94]

„Riječi se u jeziku ne pojavljuju slučajno, one označuju nove pojmove, nov senzibilitet. Riječ erotika, koja je postojala u grčkom i u latinskome, u francuskome se pojavljuje tek krajem 16. stoljeća. Riječi erotizam i pornografija javljaju se krajem 18. stoljeća (pornograf 1746., erotizam 1794., pornografija 1803.), iz pera istoga pisca, Retifa de la Bretonnea. One označuju početak novog načina doživljavanja napetosti između želje i zabrane u odnosima spolova. Sve civilizacije nastoje zadržati seksualnost unutar stanovitih granica, kao da žele spriječiti povratak ljudskih bića k animalnosti. U svim vremenima i na svim mjestima postojala su pravila i norme. Ona izražavaju nastojanje da se potvrdi i usavrši put razvoja čovjeka u ljudsko biće.“[95] Također, djevojčice koju se ranije udavala od 12. godine, od 18. stoljeća udaju poslije 20.-te godine.

Sredinom devetnaestoga stoljeća, početkom viktorijanskog doba, u Europi se ponovno pojavila uzdržanost i čednost, premda ovoga puta bez sprege s vjerskim pravilima. Premda je glavna struja viktorijanstva bila antiseksualna – pornografija je po prvi put zabranjena zakonom upravo

[94] Masters,W. H., Johnson, V. E., Kolodny, R. C.(2006), op.cit., str. 26.
[95] Knibiehler, Y.(2004), op.cit., str.115.

u ovo vrijeme – postojala je i druga strana medalje. Seksualno "podzemlje" pornografskog tiska i slika naširoko je cvjetalo. Prostitucija je bila raširena diljem Europe, a 1860. godine je legalizirana i regulirana zakonom u britanskom parlamentu.[96]

Krajem Prvog svjetskog rata, nakon mnogih revolucionarnih promjena, žene su se osamostalile i stekle ekonomske i socijalne slobode, što je doprinjelo njihovu uključivanju u seks industriju.

Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do pojave kontracepcijskih pilula koja seks čine sigurnijim, što omogućava siugrnije upuštanje u seksulane odnose i prije braka, „a tijekom 70-tih i 80-tih godina televizija preuzima značajnu ulogu u seksualnoj revoluciji jer se sve više počinje baviti seksulanim temema koje su prije bile zabranjene, a filmovi postaju sve više otvoreniji prema seksu. Također, tih godina pojavljuje se i kućni video, a pornografski uradci su bili među najprodavanijima.“[97]

Vjeruje se da krajem 20. i početkom 21. stoljeća nije došlo do seksualne revolucije, nego do ponavljanja događaja i procesa koji su se prvi put zbili prije više od stotinu godina.[98] Elaine Showalter (1992.) uočila je sličnosti između antipornografskih kampanja jednog krila feminističkog pokreta krajem 20. stoljeća i puritanskih kampanja protiv prostitucije na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće.[99] Dakle u oba slučaja, žene su upozoravale jedna drugu na moguće seksualne opasnosti od strane muškaraca. Avedon Carol smatra da antipornografske feministkinje krajem 20. stoljeća zastupaju „upravo ona stajališta o ženama i seksualnosti na kojima su se temeljile tradicionalne kampanje društvenog puritanizma:žene su aseksualne, muškarci su požudni; žene su žrtve, muškarci su nasilni; seksualno zlostavljanje je opasno i protudruštveno, a represija je nužan preduvjet društvene stabilnosti“.[100]

Nadalje, homoseksualnost se prvi puta pojavila krajem 19. stoljeća kao poseban stil i način života, da bi potom nestala i pojavila se ponovno u drugoj polovici 20. stoljeća. Dakle, povijest se ponavlja.

[96] Masters,W. H., Johnson, V. E., Kolodny, R. C.(2006), op.cit., str. 12 - 13.
[97] Prema: Ibidem, str. 19.
[98] McNair, B., (2004.), op.cit., str. 17.
[99] Ibidem.
[100] Carol, A., (1995.). preuzeto iz: McNair, B., (2004.), op.cit., str. 17 – 18.

Sveukupno gledajući, može se reći kako je povijest seksa oduvijek postojala, te je doprinijela boljem razumijevanju seks turizma i razumijevanju seksualnih sloboda kojima danas svjedočimo. Bilo je razdoblja kada se seks nastojao suzbiti, naročito među mladima, no seksualna želja je uglavnom bili jača. Pokušalo se suzbiti seks u toj mjeri da su čak postojale zabrane da se uopće spominje, no bilo je i poticanja seksa te seksualnog ponašanja. Niti razne spolno prenosive bolesti nisu uspjele spriječiti da seks dođe do ove razine na kojoj se nalazi danas. Ljudi o seksu pričaju otvoreno, nije više tabu tema, a mediji i tehnologija imaju veliku ulogu u tome jer doprinose otvorenosti seksu kroz razne priloge, internetske stranice koje su lako dostupne itd.

3.2.1. Pretpostavke razvoja seks turizma

Uzroci koji su doprinijeli razvoju seks turizma mogu se ogledati su slijedećem:

Siromaštvo – zbog nedostatka novca i života u neimaštini mnogi su prisiljeni ući u seks turizam, odnosno prodavati svoje tijelo i usluge kako bi zaradili nešto novca za sebe i svoju obitelj. Mnogi su prisiljeni ići toliko daleko da prodaju vlastitu djecu kako bi pronašli put izlaska iz siromaštva.

Zlostavljanje i diskriminacija – postoje mnogi pojedinci koji diskriminiraju žene i njihovu vrijednost te ih zlostavljaju. Kako bi pobjegle od pakla u kojem žive, mnoge žene se odaju prostituciji kako bi zaradile i pokušale pobjeći od svojih partnera. Također, ovakve životne situacije ih tjeraju da se prijave na oglase koje im obećavaju brda i doline, a u biti ih vode u drugu vrstu zarobljeništva zvanu trgovanje ženama.

Nezaposlenost – još jedan od uzroka razvoja seks turizma koji je usko povezan sa siromaštvom. Nedostatak poslova, a višak radne snage tjera žene na bavljenje seksualnim uslugama kako bi se osjećale donekle korisnima i vrijednima, te kako bi zaradile novac.

Potražnja za seksualnim uslugama – da nema potražnje za seksualnim uslugama, ne bi bilo ni seks turizma. One osobe koje koriste bilo kakvi oblik seks turizma traže uvijek i iznova „novu i svježu robu“. Zbog toga dolazi do trgovanja ženama i djecom koja ne znaju što ih čeka, a nemaju

izbora osim raditi to što im se zada jer su prisiljeni. Također, usamljenost i seksualna žudnja muškaraca i žena te stalni poriv za seksualnim užitkom održavaju seks turizam na životu.

Slobodno vrijeme – razvoj društva i socijalnih sloboda, te pojava godišnjih odmora i više slobodnog vremena kojeg imaju radnici na raspolaganju također utječe na razvoj turizma jer su stvoreni preduvjeti da se krene na turističko putovanje s ciljem stvaranja novih seksualnih iskustava za onih koji su ih željni, te za one koji svoje seksualne potrebe ne mogu zadovoljiti u vlastitom domu.

Mediji – u razvoju seks turizma veliku ulogu imali su mediji. Razvojem društva i socioekonomskih sloboda polako se kroz medije počinju provlačiti seksualni sadržaji koji su lako dostupni svima, te se seks počinje koristiti i u nekim promidžbama. To sve utječe na percepciju seksa kao nečega što je dobro i lako dostupno, ali se ne sagledava druga strana priče, jer je svima najbitnija zarada.

3.2.2. Vrste i pojavni oblici seks turizma

Seks turizam ima nekoliko svojih vrsta i pojavnih oblika, te će se za početak objasniti općenita podjela seks turizma.

Dakle, seks turizam možemo podijeliti na:

- Female seks turizam (ženski seks turizam),
- Male seks turizam (muški seks turizam),
- Homoseksualni seks turizam.

Female seks turizam (ženski seks turizam) predstavlja putovanje od strane ženske osobe, s djelomičnim ili potpunim ciljem ostvarivanja seksualne aktivnosti.[101] Žene ovdje ne koriste striptiz klubove, barove i druga mjesta i načine za upoznavanje partnera, već odlaze na putovanja

[101] Geić, (2008.), op.cit., str. 501.

s ciljem da ostvare seksualni odnos s rezidentima destinacije u koju putuju. Procjenjuje se da oko 600 tisuća žena potegne na put iz tih razloga.[102] Ovakav tip seks turizma karakterističan je za usamljene žene, žene koje nisu zadovoljne svojim načinom života i kojima je dosadno u brakovima, a najčešće ga prakticiraju žene srednje dobi. Postojao je i prije, međutim sredinom 60-ih godina intenzivirao se jer se tada pojavio prvi veći val feminizma.

Male seks turizam (muški seks turizam), za razliku od female seks turizma, podrazumijeva muškarce koji dolaze u klasične segmente seks industije, odnosno striptiz klubove, barove, organizirane ture kako bi upoznali partnericu s kojom bi se mogli upustiti u seksualnu avanturu. Ova vrsta turizma oduvijek postoji i svima je poznata, međutim mnogi je ne shvaćaju kao vrstu turizma.

Homoseksualni seks turizam je tek u svojim začecima, te uključuje žene (lezbijski seks turizam) i muškarce koji odlaze na turističko putovanje kako bi sa osobama istog spola ostvarili seksualnu aktivnost. Ova vrsta turizma jako je popularna u Lesbosu u Grčkoj, Bangkoku i Pattayi na Tajlandu (lezbijski seks turizam), te u Grčkoj, San Franciscu i sjeveroeuropskim metropolama (homoseksualni turizam).[103]

U mnogim država postoji neki oblik seks turizma koji je ilegalan i zabranjen, država ga ne dopušta i ne podržava. Međutim, postoje i oblici seks turizma koji su, iako nemaju nikakvu podršku, legalni jer se njihova konzumacija ne kosi s etičkim i moralnim vrijednostima, te se ne plaćaju kako bi se pružila seksualna usluge. Te vrste obrađene se u nastavku.

3.2.2.1.Legalne vrste

U legalne vrste seks turizma ubrajaju se swingerstvo, striptiz, erotika i galebarenje.

Swingerstvo je oblik seks turizma u kojem sudjeluju bračni parovi. Ovim asocijalnim i patološkim oblicima ponašanja turizam služi kao paravan, a društvo ih tolerira kao dio slobodnog

[102] Juričić, A., Top svjetska odredišta za seks turizam, http://www.novilist.hr/Zivot-i-stil/Top-svjetska-odredista-za-seks-turizam (20.6.2017.)
[103] Geić, (2008.), op.cit., str. 502.

čovjekovog izbora. U tom smislu se sve češće organiziraju i kruzerska putovanja za turiste homoseksualne i lezbijske orijentacije, koja se sve brojnija, no često služe kao paravan prostituciji.[104] Razlikujemo dvije vrste swingerstva, soft i hard. Soft swingerstvo ne uključuje penetraciju, osim između partnera. Većina swingeraša se odlučuje za ovu vrstu jer ne uključuje seks s drugom osobom. Hard swingerstvo podrazumijeva razmjenu partnera u kojoj je sve dopušteno i ovu vrstu konzumiraju oni koji već imaju puno iskustva u swingerstvu u kojima je to način života.

Swingerstvo je zapravo tajna želja mnogih parova, te se oni koji se upuste u to nekada ne znaju nositi sa svime što swingerstvo nosi, pa dolazi do prekida veze. Stoga je ovdje zapravo najbitnija komunikacija među partnerima, informiranost kao i hrabrost.

Striptiz je naziv za erotski ili egzotični ples tokom kojeg izvođač, najčešće praćen muzikom, djelomično ili u potpunosti sa sebe skida odjeću na zavodljiv ili seksualno stimulirajući način pred publikom, najčešće u za to specijaliziranim objektima kao što su striptiz klubovi.[105] Ryan i Martin u svom članku navode kako je striptiz zaboravljena vrsta seks turizma koja unutar svojih izazova i primjera općenito shvaća muško – ženske odnose.[106] S obzirom na to da su snimljena dva filma o striptizu, Striptease 1996. i Show Girls 1995., još uvijek ne postoji dovoljan broj literature o njemu. Striptiz ima određena ograničenja koja skrivaju ženstvenost, a jačaju muškost. Priroda tih ograničenja podrazumijeva da turist može tražiti ispunjenje svojih užitaka, opuštanje, relaksaciju i samopouzdanje, dok žena od svega koga može imati samo ekonomsku korist u vidu zarade. Striptiz klubovi su uglavnom smješteni na mjestima koja nisu frekventna. Turisti u striptiz klubovima su flâneur. To znači da promatraju, žive kroz interakciju sa ženama, razgovaraju s njima, plaćaju pića, pružaju im život.[107] Sve u svemu, striptiz se često povezuje s prostitucijom, međutim, striptiz klubovi su legalni, ima ih svugdje u svijetu, čak i u Hrvatskoj. Striptizete i striperi su legalno zaposleni u tim klubovima, a posjećuju ih oni željni seksualne zabave i alkohola u isto vrijeme.

[104] Geić, S., (2008.), op.cit., str. 502.
[105] https://sh.wikipedia.org/wiki/Striptiz (24.6.2017.)
[106] Ryan, C., i Martin, A., (2001.), Tourist and strippers, Annals of Tourism Research, Elsevier Science Ltd., Grat Britain, Vol. 28, No. 1., str. 140.
[107] Ibidem., str 144.

Erotika je naziv za umjetnička djela, uključujući književnost, fotografiju, film, kipove i slike, koja imaju erotski stimulirajući ili seksualno uzbuđujući karakter. U modernom svijetu se pod time podrazumijeva i prikaz ljudske anatomije i seksualnosti sa umjetničkim aspiracijama, koje takva djela razlikuju od komercijalne pornografije.[108]

Erotika se provlači kroz razne dijelove našeg života, i u većini slučajeva ju ne prepoznajemo jer se provlači kroz razna djela kako je već navedeno, a može biti i sastavni dio glume i raznih plesova.

Galebarenje je posebna umjetnost zavođenja žena, i to isključivo strankinja. To je tehnika koja se prenosi s koljena na koljeno, a prakticira se uglavnom ljeti. Za biti galeb, treba imati šarma, strpljenja, duhovitosti i ono najbitnije, voljeti žene. ''Galebarenje je društveni fenomen koji je posebno poznat diljem Dalmacije zbog otvaranja granica socijalističke Jugoslavije Zapadu koji domicilnom stanovištvu postaje sinonim napretka i liberalnih stavova. Zapadu je Dalmacija sinonim za zabavu, opuštanje, prirodnost, avanturu, bijeg od otuđenosti zapadnog svijeta. Dobio je ime po manevru kojeg galeb izvodi kada lovi ribu, tj. strmoglavo se obrušava na svoj plijen, tako i mladići u Dalmaciji 'pikiraju' strane djevojke jer znaju kako imaju jako malo vremena da je osvoje.''[109] Mnoge turistkinje su dolazile na odmor radi galebova, znale su se tu roditi i velike ljubavi, međutim, zadnjih godina galebarenje je gotovo izumrlo. Nema više galebova kao što ih je nekada bilo, a očito nema ni zainteresiranosti od strane današnjih mladića da nastavu tu tradiciju.

3.2.2.2. Ilegalne vrste

Prostitucija je velik moralni, društveni, socijalni, zdravstveni i ekonomski problem, te jedan od najstarijih oblika devijantnog ponašanja.[110] Iako postoje razne podjele i tumačenja prostitucije, prostitucija se definira kao da je ona ponašanje u kojem određena vrsta ljudi daje svoje tijelo

[108] https://sh.wikipedia.org/wiki/Erotika (24.6.2017.)
[109] http://www.narodni-list.hr/posts/109325003 (24.6.2017.)
[110] Zorko, T., (2006.), Ženska prostitucija u Zagrebu između 1899. i 1934. godine, God. 38., br. 1., 1.- 372., Zagreb, str.223.

drugima na uživanje za materijalnu korist.[111] Prostitucija je najstariji zanat i postoji od samih početaka razvoja društva. Prostitucija je uglavnom rasprostanjena u zemljama Trećeg svijeta, odnosno u siromašnim zemljama, gdje se žene okreću prodaji svoga tijela kako bi zaradile za život. Kako se razvijalo društvo, s njim se razvila i prostitucija te se raširila diljem svijeta te danas uz sebe veže mnoge socijalne, zdravstvene i druge probleme, kao i devijantno ponašanje.

Najveći razlog pojave prostitucije je ekonomski razlog. Zbog nezaposlenosti i siromaštva mnoge žene su se okrenuli prodaji svoga tijela i seksualnih usluga kako bi zaradile novac i osjećale se vrijednima. Naravno, razlozi mogu biti i socijalne prirode (npr. zapostavljenost u društvu i od strane obitelji). Nadalje, djevojke obično teže za boljim i luksuznijim životom, a prostitucija im to omogućava. Ono što je zanimljivo jest to da je istraživanje američkog sociologa I.W. Thomasa pokazalo da je Chleagu oko 50% svih prostitutki otpadalo na kućne pomoćnice, koje su dobro smještene i hranjene, ali tretirane kao niža klasa, koju se ne poštuje.[112]

Prostitucija je u nekim zemljama legalizirana, kao u Nizozemskoj i Njemačkoj, te se odvija u relativno uređenim uvjetima. Međutim, državne vlasti ipak zatvaraju pojedina mjesta gdje se odvija prostitucija kako bi suzbili kriminal, iako to oni koji se bave prostitucijom shvaćaju drugačije. Nadalje, pokušavaju kontrolirati prostituciju kroz medicinske kontrole ili dozvole, međutim ne uviđaju da je najveći problem nasilje koje se vrši nad žrtvama i njihovo fizičko kao i psihičko povređivanje. U većini zemalja prostitucija je zabranjena i ilegalna te države ulažu sve napore kako bi se borili protiv toga, iako mi to donosi velike prihode, i ima veliki udio u BDP-u.

Terensko istraživanje u devet zemalja došlo je do zaključka da je 60-75% žena u prostituciji bilo silovano, 70-95% fizički napadnuto, a 68% njih zadovoljava kriterije za posttraumatski stresni poremećaj u istom stupnju kao što to imaju ratni vojni veterani koji traže pomoć i žrtve mučenja od strane države. Iznad svega tog šokantnog nasilja, razarajuće su posljedice na javno zdravlje i uključuju mnoštvo ozbiljnih i fatalnih bolesti, uključujući HIV/AIDS.[113]

Kod prostitucije treba spomenuti i **trgovanje ženama** koje se pojavilo krajem 19.stoljeća, a sve u svrhu seksualnog iskorištavanja i prostitucije. U to vrijeme taj fenomen je bio poznat kao

[111] Ibidem.
[112] Kuvačić, I., (1976.), Ljudske potrebe i društvene vrijednosti, Revija za sociologiju 1976. god. VI. Br. 1. (ožujak): 7 – 15, Odsjek za sociologiju, Filozofski fakultet Zagreb, Zagreb, str. 9.
[113] Kolarec, Đ.; Bego, A., (2008), Uzroci prostitucije i trgovanja ženama: rasprave u Hrvatskoj i svijetu, Centar za žene žrtve rata – Rosa, Zagreb, str. 12.

'trgovina bijelim robljem', a radilo se o trgovanju mladim ženana za rad u uvjetima sličnim ropstvu u bordelima Zapadnih kolonija i velikim gradovima.[114] Trgovanje ženama danas ulazi u sferu organiziranog kriminala, a sve zbog lake zarade novca. Uzroci trgovanja ženama ne leže samo u onima koji žele zaraditi, već i u samim ženama koje pristaju na to. Neki od uzroka su: siromaštvo, nezaposlenost, nasilje nad ženama, diskriminacija, velika potražnja za seksualnim uslugama, velika zarada na trgovanju, želja za boljim životom, socijalna nesigurnost itd. Sami problem trgovanja ženama dosta je kompleksan, a ta kompleksnost proizlazi iz velikog broja faktora na globalnoj razini koji se stalno mijenjaju.

Proces trgovanja ženama odvija se u nekoliko faza. Prva faza je regrutacija u kojoj se žrtve trgovanja vrbuju putem primamljivih oglasa za posao, agencija za zapošljavanje ili poznanika, momaka, a u nekim slučajevima i otmicom. Žrtvama se obično nudi dobar i privlačan posao u inozemstvu s velikom zaradom u kratkom roku. Nakon toga slijedi faza transporta, kojoj je prethodila izrada dokumenata i nabavljanje vize i/ili dozvole za rad u inozemstvu. Sama žrtva najčešće ne sređuje sama sve te dokumente već trgovac. U fazi transporta žrtve još uvijek vjeruju da idu u bolju budućnost te da će raditi posao koji im je obećan. Nakon toga slijedi dolazak na odredište, gdje se ženama, žrtvama trgovanja u svrhu seksualnog iskorištavanja slama otpor uporabom sile. Često žene tada bivaju fizički zlostavljanje i silovane od strane trgovaca i njegovih pomoćnika. Nakon što se žrtvi slomi otpor, ona je stavljena u dužničko ropstvo te biva prisiljena baviti se prostitucijom sve dok ne otplati dug trgovcu. Često taj dug raste iz dana u dan i nemoguće ga je otplatiti.[115]

Žene su svjesne opasnosti kojima se izlažu, no želja za boljim životom nadvladava sve prepreke i opasnosti. S druge strane, tu su muškarci koji konstantno odlaze u na mjesta gdje žene kojima se trgovalo rade, njihova požuda je nepresušna, te otuda proizlazi stalna potreba za novim i svježim ženama. Veliki problem je to što ti muškarci gledaju na te žene kao na robu odnosno stvari koje će im pružiti toliko iščekivano zadovoljstvo, a ne kao na osobe koju prevarene i zlostavljane, osobe koje imaju svoju vrijednost i žrtve su okrutnosti u svijetu. Oni putuju zbog ostvarenja seksualnih užitaka i fantazija, ne obraćajući pažnju na to da su te žene prisiljene biti tu njima na usluzi, ne uzimajući u obzir njihovo pravo na slobodu kretanja i slobodu odlučivanja.

[114] Ženska soba – centar za seksualna prava. Dostupno na: http://zenskasoba.hr/ (24.6.2017.)
[115] Ibidem.

Stotine tisuća tih žena svake je godine iskorišteno u prostituciji. Od procijenjenih 600 000 do 800 000 ljudi godišnje prodanih preko granica, 80% žrtava su žene, a do 50% maloljetnici.[116]

Tu dolazimo do **dječje prostitucije** koja je najekstremnija forma seks turizma. To je kombinacija gnusne socijalne činjenice i sociopatološkog ponašanja klijentele, koja se povezuje i s turizmom. Razvoj i globalni marketinški sustav doveo je do tragedije da čak roditelji prodaju vlastitu djecu u svrhu ostvarivanja profita za seksualnu industriju. Sve to rezultira da su stotine tisuća žena i djece uključene u seks trgovinu, a turistička industrija odabrala je marketinšku strategiju koja se zasniva na principu 'klijenti su bitni' te im se treba ispuniti svaka želja, što producira servilnost i podložnost viđenu u kolonijalnim vremenima.[117]

Dječja prostitucija manifestira se kao seksualno trgovanje ljudima, gdje je dijete oteto ili je prevarom uključeno u trgovinu djecom i ženama, te se kako bi preživio upušta u seksualne odnose. Ova vrsta prostitucije većinom je povezana s pedofilijom i dječjom pornografijom. Istraživanja pokazuju kako je oko 10 milijuna djece uključeno u prostituciju, a najviše se ovaj problem manifestira u Aziji i Južnoj Americi. Ono što je zajedničko s običnom prostitucijom je to što su djeca u većini slučajeva prisiljena baviti se ovim zbog lošeg ekonomskog stanja u obitelji. No, postoje i ekstremni slučajevi gdje su roditelji prodali vlastitu djecu kako bi popravili svoje imovinskog stanje, što je nazamislivo i nehumano.

UNICEF izvještava da je od 1982. oko 30 milijuna djece palo kao žrtve trgovine ljudima.[118] Američko državno ministarstvo procijenilo je da se između 700 000 i 2 milijuna žena trguje svake godine diljem svijeta i da čak 50 000 žena i djece prodaju u Sjedinjene Američke Države godišnje, primarno iz zemalja Latino Amerike, bivšeg sovjetskog saveza i Jugoistočne Azije. Osim toga procjenjuje se da se između 100 000 i 300 000 djece godišnje iskorištava od strane seks industrije samo u Sjedinjenim Državama[119], dok je na Filipinima taj broj oko 100 000 djece godišnje.

Mnoga istraživanja pokazuju da su najčešća meta trgovaca ljudima djeca koja imaju 12 godina i manje, jer se u tom slučaju lakše prilagođavaju onome što moraju raditi te zbog svoje nevinosti. Dječja prostitucija uglavnom se teško otkriva jer se djeci izrađuju lažni dokumenti koji skrivaju

[116] Kolarec, Đ.; Bego, A., (2008), op.cit., str. 12.
[117] Geić, S., (2008.), op.cit., str. 505.
[118] http://www.nexus-svjetlost.com/vijesti/u-pozadini-vijesti/item/930-seksualna-trgovina-najmladima-djeca-u-raljama-prostitucije (pristupljeno 22.6.2017.)
[119] Territo, L., i Kirkham, G.(2010), International Sex Trafficking of Women & Children: Understanding the Global Epidemic, Looseleaf Law Publications, New York, str. 1.

njihove godine, te ih se odijeva da izgledaju starije nego što jesu. Prostitutke koje ostanu trudne tijekom svoje 'karijere' svoju djecu, nažalost, ne mogu izvući iz tog svijeta, već se ona, ne svojom voljom, već u ranoj mladosti upuštaju u dječju prostituciju.

Iako postoje mnoge udruge, zakoni i konvencije koje se bore protiv trgovine djecom i ženama, te ih nastoje zaštiti na razne načine, u tome ne uspijevaju dovoljno jer su problemi današnjice, kao i neravnomjerno raspoređeno nacionalno bogatstvo jači. Iako živimo u 21. stoljeću i cjelokupno društvo napreduje, vidljivo je kako svi problemi nisu lako rješivi. Prvenstveno, do trgovine ljudima i djecom dolazi najviše zbog prevelikog siromaštva i neimaštine u pojedinim zemljama. Kako bi preživjeli, pojedinci su spremi prodati ili poslati članove svoje obitelj u seksualno ropstvo jer ne postoji drugi izlaz za bolji život. Zato međunarodne, ali i nacionalne institucije trebaju raditi da bogatstva unutar države rasporede jednako, kao i širom svijeta. Jer sve dok budu postojale ekonomske nejednakosti, diskriminacija i osjećaj manje vrijednosti i nepoželjnosti, dotle će postojati i svi već navedeni problemi.

4. UČINCI SEKS TURIZMA NA DESTINACIJU

4.1. Društveni učinci seks turizma na destinaciju

4.1.1. Pozitivni učinci

Seks turizam može doprinijeti:

Osjećaju zajedništva lokalnog stanovništva - seks turizam može utjecati na lokalno stanovništvo da se ujedini u svojim razmišljanjima i stavovima o toj pojavi u destinaciji. Ukoliko imaju ista razmišljanja i žele nešto poduzeti u vezi seks turizma, bilo pozitivno ili negativno, njihovo zajedništvo može uvelike pomoći pri tome jer snaga mase naspram pojedinca je neusporediva.

Pobljošanju infrastrukture – zbog pojave turizma u destinaciji osobe u lokalnoj vlasti mogu poticati obnovu i restrukturaciju pojedinih objekata u destinaciji koji su lošem stanju te im je potrebna obnova kako bi se stekle adekvatne koristi tih objekata te iskoristili na najbolji mogući način.

Učenju o kulturama i običajima drugih populacija – turisti koji pristižu mogu sa sobom donijeti dio svoje kulture i običaja sa sobom, što lokalnom stanovništvu može biti zanimljivo. Na taj način mogu imati uvid u to kako izgledaju druge kulture i običaji, kako oni to prikazuju i koliko se ponose time.

Razvijanju prijateljstava – iako su seks turisti možda drugačija vrsta turista od ostalih, ipak se mogu razviti prijateljstva među njima i lokalnim stanovnicima jer razlozi iz kojih oni pristupaju u seks turizam nemaju veze s tim kakve su oni osobe i kako se odnose prema osoboma s kojima su u prijateljskim i obiteljskim odnosima.

4.1.2. Negativni učinci

U negativne učinke seks turizma možemo ubrojiti:

Porast kriminala – "kriminalitet u turističkoj sezoni očituje se u porastu broja kaznenih djela koja se inače pojavljuje tijekom cijele godine. Najizraženiji je u kaznenim djelima protiv imovine, gdje su na prvom mjestu krađe i teške krađe. Kaznena djela razbojničkih krađa, razbojništva i prijevare, kao i kaznena djela protiv spolne slobode i spolnog ćudoređa također imaju svoj utjecaj na stanje sigurnosti pogotovo ako su žrtve ovih kaznenih djela strani državljani."[120] Nadalje, pojam turistički kriminalitet obuhvaća sva krivična djela koja u turističkoj sezoni vrše turisti ili su počinjeni na njihovu štetu, štetu ugostiteljsko – turističkih organizacija ili općedruštvenih dobara koja se koriste u turizmu.[121] Dakle, seks turizam dovodi do porasta krađa u destinaciji jer seks turisti sa sobom zasigurno nose vrijedne stvari i novac koji su na meti kriminalnih osoba. Oni najčešće provaljuju u objekte gdje su turisti smješteni, ili ako su lopovi dobro istrenirani, potajno potkradaju turiste u prolazu ili dok provode vrijeme s njim. Ovdje spadaju seksualni prijestupi, odnosno oduzimanje spolne slobode pojedinaca i prisila na seksualni odnos.

Širenje zaraznih bolesti – iako su danas tehnologija i medicina znatno napredovali u odnosu na prijašnje godine, i dalje postoji velika opasnost širenja zaraznih i spolno prenosivih bolesti. Postoje mnogi načini i oblici zaštite prilikom seksualnog odnosa, međutim malo je onih koji koriste zaštitu i time riskiraju svoje i tuđe zdravlje. Mnogi pojedinci ni ne znaju da imaju neku zaraznu ili spolnu bolesti te na taj način dovode u opasnost i svog seksualnog partnera. Najveće bolesti su sifilis i HIV. "Sifilis je kronična zarazna bolest uzrokovana spirotehom Treponema pallidum podporodice pallidum. Spada u klasične spolno prenosive bolesti te zahvaća različita tkiva i organe."[122] Najčešće se prenosi nezaštićenim spolnim kontaktom s osobom koja je u ranom stadiju bolesti. HIV je virus koji uzrokuje AIDS. Spada u porodicu Retrovirusa, a

[120] Policijska uprava primorsko – goranska, Sigurnost u turizmu. Dostupno na: http://visitlosinj.hr/Resources/attachmentsUpload/sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf (2.8.2017.).
[121] Kurtović, A. (1991.), Znanstveno istraživanje turističkog kriminaliteta. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, XXVIII/1-2, str. 292.
[122] https://www.krenizdravo.rtl.hr/zdravlje/spolne-bolesti-zdravlje/sifilis-uzroci-simptomi-dijagnoza-i-lijecenje (2.8.2017.)

ulaskom u ljudski organizam napada specifičnu vrstu bijelih krvnih stanica.[123] Najčešće se prenosi nezaštićenim spolnim odnosom, a osobe koje nose ovaj virus u sebi mogu godinama živjeti u neznanju jer nemaju nikakve simptome virusa. Otkriva se testiranjem.

Osjećaj manje vrijednosti – seks turizam zbog svoje delikatnosti i svega što nosi sa sobom može kod lokalnog stanovništva izazvati osjećaj manje vrijednosti za razliku od lokalnog stanovništa neke destinacije koja turizam razvija npr. na kulturi svog područja. Lokalni stanovnici zbog priljeva prostitutki koje polugole šetaju gradom, ili možda zbog velikog broja objekata koji pružaju seksualne usluge osjećaju se manje vrijednima pitajući se zašto se baš u njihovom području odvijaju takve stvari.

Porast infrastrukture i narušavanje izgleda destinacije – seks turizam može dovesti do povećanja izgradnje infrastrukture što može dovesti do mijenjanja izgleda destinacije i narušivanja njenog identiteta. Investitori mogu vidjeti priliku za zaradu jer seks turisti moraju negdje i odsjesti, pa kreće gradnja smještajnih objekata, ali i ugostiteljskih objekata, koji neplanskom gradnjom mogu u potpunosti uništiti izgled destinacije.

Migracije lokalnih stanovnika – zbog osjećaja nesigurnosti i zbog brige za sebe i svoju obitelj mnogi stanovnici sele u druge destinacije jer se u svojoj više ne osjećaju dobrodošlo niti sigurno. Također, razlog odlasku iz destinacije može biti i priljev velikog broja seks turista, kao gužva i buka koji ometaju stanovnike u obavljanju njihovih svakodnevnih djelatnosti.

Uništavanje tradicionalnih vrijednosti u destinaciji – pojava seks turizma u destinaciji može ugroziti te do temelja iskorijeniti neke tradicijske običaje u destinaciji. Turisti koji ne podržavaju seks turizam i o njemu imaju negativno mišljenje mogu zbog postojanja istog izabrati da ne posjećuju određenu destinaciju, što dovodi do toga da rezidenti nemaju kome pokazati svoju tradiciju i običaje, čime se gubi tradicijska vrijednost.

[123] http://www.zzjzdnz.hr/hr/zdravlje/spolnost-i-zdravlje/532 (2.8.2017.)

4.2. Ekonomski učinci seks turizma na destinaciju

Ekonomski učinci seks turizma dijele se na pozitivne i negativne.

4.2.1. Pozitivni učinci

Pod pozitivne ekonomske učinke seks turizma možemo svrstati: porast broja zaposlenih osoba, porast životnog standarda i povećana osobna potrošnja, rast investicija, rast BDP-a, prihodi od poreza.

Rast BDP-a može biti i direktan i indirektan učinak. Direktni učinci proizlaze iz potrošnje seks turista na proizvode i usluge koji su izravno povezani s njihovom dolaskom u destinaciju, a to su hrana i smještaj. Indirektni učinci odnose se na svu onu potrošnju koja nije direktno povezana sa seks turizmom, ali je neophodna kako bi se seks turizam mogao odvijati.

4.2.1.1. Direktni učinci

Rast investicija – seks turizam može potaknuti investicije u destinaciji na način da zbog povećanja broja osoba koje borave u destinaciji investitori prepoznaju priliku za posao te se upuštaju u izgradnju smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta. Također, zbog većeg priljeva novca investitori ulažu u nove projekte što dovodi do rasta investicija.

Porast broja zaposlenih – seks turizam može dovesti do rasta broja direktno zaposlenih osoba. Te su osobe uglavnom zaposlene u smještajnim i ugostiteljskim objektima te imaju posao isključivo zbog seks turista koji borave u destinaciji.

Prihodi od poreza – prihodi od poreza koji nastaju potrošnjom seks turista direktno se slijevaju u gospodarstvo destinacije, ali i države u kojoj se destinacija nalazi. Veći broj turista znači i veći prihod.

4.2.1.2. Indirektni učinci

Porast životnog standarda i povećana osobna potrošnja mogu biti posljedica seks turizma. Ukoliko lokalno stanovništvo na neki način, bilo radom u ovom sektoru, iznajmljivanjem smještaja i slično ima novčanu, odnosno ekonomsku korist, to utječe na njegov standard. Ako se poveća njegov životni standard, povećava se i njegova osobna potrošnja.

4.2.2. Negativni učinci

U negativne ekonomske učinke seks turizma mogu se ubrojiti: porast cijena proizvoda i usluga, porast troška zdravstvene zaštite, rast cijena nekretnina

Porast cijena proizvoda i usluga posljedica je povećanje potraženje za istima. Ukoliko dođe do povećanja broja ljudi koji borave u destinaciji normalno je da raste i potražnja proizvodima i uslugama. Zbog porasta potražnje, raste i cijena, jer je više ljudi zainteresirano za jedan proizvod ili uslugu, koju je sada teže nabaviti. To je zakon potražnje.

Porast troška zdravstvene zaštite – zdravstvena situaciju u destinaciji je nesigurna, lokalnom stanovištvu prijete razne zarazne bolesti, što od nezaštićenih spolnih odnosa, što od turista koji dolaze iz raznih krajeva svijeta i sa sobom nehotice nose razne bolesti. Stoga se zbog toga moraju izdvajati veće količine novca za sustav zdravstvene zaštite, što je dodatno opterećenje za državnu blagajnu.

Rast cijena nekretnina – pojava seks turizma u destinaciji može dovesti do rasta cijena nekretnina zbog raznih investitora koji se bore za što bolji objekt na što boljoj lokaciji kako bi imali što veću poslovnu i ekonomsku dobit te nastavili svoj poslovni uspjeh.

5. POPULARNE DESTINACIJE I PROIZVODI SEKS TURIZMA

Seks turizam je vrlo lukrativna industrija koja se još tamo od šezdesetih godina širi svijetom.[124] Mnoge zemlje ne sprječavaju njegov razvoj jer ima veliki udio u BDP-u. Među najpoznatije i najpopularnije destinacije seks turizma spadaju Tajland, Amsterdam, Kenija, Brazil, Kuba, Dominikanska Republika, Filipini, Kambodža, Kolumbija i ostale.

Tajland je zemlja koja prednjači u seks turizmu. Tome u prilog govori činjenica da ova zemlja zaradi više od 6,4 milijuna dolara godišnje od seks turizma. Seks turizam, a posebice prostitucija je na Tajlandu lako dostupna i javna, te pružateljice seks usluga čak zavode muškarce ne bi li ih privukle k sebi.

Niz istraživača s odsjeka političkih znanosti na bankokškom sveučilištu Chulalongkorn procijenilo je da u Kraljevini Tajland djeluje 2,8 milijuna prostitutki od čega je 20 000 muško, a čak 800 000 maloljetnika! Znatan je i udio tzv. "lady-boysa" – transseksualaca, odnosno muškaraca koji su uspjeli ili planiraju promijeniti spol. Njihov je broj teško i procijeniti jer su često savršeno kamuflirani. Teško je procijeniti i broj seks – turista, ali ako se zna da zemlju godišnje posjeti 16 milijuna stranaca i da je od njih 35% više muškaraca, te da prostitutke dnevno upražnjavaju pola milijuna mušterija, od kojih je 80% lokalaca, o tome se broju da spekulirati.[125]

Studije pokazuju da većina seks – turista u svojoj domovini nikad nije niti bi spavala sa prostitutkom. No Tajland je "drugdje", Tajland je bijeg. Oni ovdje, zbog drugačijeg načina izvođenja njihovog posla i zbog njihove samostalnosti, ležernosti, motiviranosti i egzotičnosti, prostitutke ne doživljavaju prostitutkama.[126]

Iako je seks turizam glavni izvor prihoda i mnogi žive od njega, državne vlasti nastoje iskorijeniti seks turizam. Tajland je zemlja sa pregršt prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti, te žele postići da bude turistima prepoznatljiv po tome, a ne po seks turizmu. Nastoje postići da

[124] http://pogledaj.to/drugestvari/trgovinu-seksom-zamjenjuje-uredan-biznis/ (3.8.2017.)
[125] Rostuhar, D. Seks turizam na Tajlandu. Dostupno na: http://www.rostuhar.com/hrv/tajland.html. (3.8.2017.)
[126] Ibidem.

Tajland postane kvalitetna destinacija koja ima što za ponuditi znatiželjnim turistima koji uživaju u prirodnim i kulturnim dobrima. Mada će to teško postići.

Amsterdam je najpoznatija destinacija seks turizma u Europi. Tu se seks turizam odvija u relativno uređenim uvjetima, u četvrti poznatoj pod nazivom *red light district*. "Tu se nalazi otprilike tristo prozora kojima su "izložene" prostitutke a svake godine ih je sve manje. Veliki je udarac na biznis bio kad je gradska uprava odlučila zatvoriti čak pedesetak prozora. Službeno objašnjenje je bilo da se bore protiv kriminala, prvenstveno protiv trgovine ljudima i svodništva. Naime, u Nizozemskoj jest legalizirana prostitucija, ali prostituke bi trebale raditi same za sebe, moraju biti državljanke neke od zemalja članica Europske unije i ne smiju se prostituirati na ulici."[127] Od 2007. godine prozori su smanjeni za 23%, te su ti prostori prodani privatnim ili javnim kompanijama (oko 150,000 eura je dano vlasniku tog prozora kao finanacijska kompenzacija).[128]

U listopadu 2000. godine skinuta je zabrana na bordele koja je bila na snazi od 1911. godine, a u siječnju 2001. godine bavljenje prostitucijom izjednačeno je s drugim profesijama. Na prostituciju se gleda kao na pravo žene da sa svojim tijelom čini što želi.[129]

Legalizirane i dekriminalizirane industrije prostitucije su jedan od korijena trgovanja ženama u svrhu seksualne eksploatacije. Jedan od argumenata za legalizaciju prostitucije u Nizozemskoj je bio taj da će legalizacija pomoći ukidanju eksploatacije očajnih imigrantkinja koje su prodane zbog prostitucije. Vlada Nizozemske se hvali da je najbolja u politici i programima protiv trgovanja ljudima, pa ipak je cinički uklonila svaku zakonsku prepreku svodništvu, podvođenju i bordelima.[130]

[127] Net.hr, (2010.), Naj destinacije za seks – turizam, nekad i sad. Dostupno na: http://net.hr/magazin/putovanja/naj-destinacije-za-seks-turizam-nekad-i-sad/. (3.8.2017.)
[128] Matias, A., Nijkamp, P. i Romão, J. (2016.), Impact Assessment in Tourism Economics. Springer International Publishing, Switzerland, str. 254.
[129] Centar za žrtve rata – Rosa. (2007.), Uzroci prostitucije i trgovanja ženama – rasprave u Hrvatskoj i svijetu. Centar za žrtve rata – Rosa, Zagreb, str. 39.
[130] Ibidem., str 47.

Kenija – prema Sindigi (1995.) i Nduneu (1996.) Afričko društvo prihvaća seks turizam i trgovinu seksom, koji su već duže vrijeme socijalni problem. Kada su se na Azijskom kontinentu uvele restrikcije, u kombinaciji s nedostatkom kontrole u Africi, Afrika je postala tražena destinacija za seks turiste.[131]

U priobalju Kenije, razlozi za ulazak u seksualnu razmjenu su od nezaposlenosti do popuštanja tradicionalnih afričkih veza. Vanbračno dijete i silovanje su drugi ključni razlozi zašto žene napuštaju ruralna područja te dolaze u velike gradove gdje su anonimne te ulaze u trgovinu seksom kako bi preživjele. Strogim konsenzusom utvrđeno je da je siromaštvo jaka pokretaška sila za širenje seks trgovine u Africi, te je u većini slučajeva upravo siromaštvo glavni razlog za ulazak u trgovinu seksom.[132]

S druge strane, u suvremenom društvu Kenije, trgovina seksom pruža dobar standard prihoda za manji broj sati te neki stupanj samostalnosti (za neke seksualne radnike). Međutim, ta trgovina je također povezana s nasiljem, kriminalom, stigmatizacijom, smanjenim građanskim slobodama i rizikom od bolesti.[133]

Ono što najviše utječe na ljude da se bave seks turizmom je nezaposlenost, koja nije samo u Keniji razlog ulaska u seks turizam. Zbog neusporedive razine nezaposlenosti u Keniji, koja turizam ne može zaposliti sve ljude koji žele raditi, te iz tog razloga, suočeni sa surovom stvarnošću, mnogi traže način da izvuku neke korist iz turizma do te mjere da se uključuju u trgovinu seksom.[134]

Prema podacima UNICEF-a iz 2006. godine, tada se više od 15.000 djece između 12 i 18 godina bavilo prostitucijom.[135] Za tu djecu nitko ne brine, te su prepuštena sama sebi, što često dovodi do njihova zlostavljanja. Zbog želje za preživljavanjem i želje za životom, upuštaju se u seks

[131] Kibicho, W.(2009), op.cit., str. 2.
[132] Ibidem., str. 22.
[133] Ibidem., str. 23.
[134] Ibidem., str 36.
[135] http://mondo.rs/a44391/Info/Svet/Seks-turizam-cveta-u-Keniji.html (3.8.2017.)

turizam, što je nezamislivo. Šokantan je podatak da čak neki odrasli ljudi plaćaju djeci od 8-9 godina za seksualne usluge.[136]

Formalni zakoni imaju velike posljedice na trgovinu seksom, bez obzira što je to ilegalna aktivnost. Zakoni koji se odnose na trgovinu seksom su se oblikovali kroz različita nasljedstva zakona koji su postojali u Europi tijekom 18. stoljeća. Tako u Keniji zakon o trgovini seksom ima mješoviti pravni sustav, koji se sastoji od međusobno povezanih različitih pravnih tradicija – sustav običajnog prava od njegovog Engleskog kolonizatora i Afričkih običajnih zakona.[137]

Nadalje, u svrhu zaštite djece, Kenija je ratificirala Konvenciju o Pravima djece u srpnju 1990. godine. Kako bi uskladili svoje zakonodavstvo s međunarodnim obvezama, Sabor Kenije je donio Dječji zakon 2002. godine, koji definira dijete kao svaku osobu koja ima manje od 18 godina. Ovaj zakon bi trebao štititi djecu od svih oblika seksualnog iskorištvanja – dječjeg rada, trgovine seksom i pornografije.[138]

Brazil poznat po karnevalu, lijepim ženama i prelijepim plažama, poznat je i po seks turizmu, posebice zadnjih godina. S obzirom na veliku prisutnost siromaštva, ta činjenica zapravo i ne iznenađuje. Problem je to što se i u ovoj zemlji to u velikoj mjeri prenosi na djecu koja su u vrlo ranoj dobi prisiljena preživjeti. „Na glavnim turističkim destinacijama kao što su Rio de Janeiro i Salvador, seksualno iskorištavanje, trgovina ženama i dječja prostitucija su veliki problemi. Prema UNICEF-u, postoji 250.000 djece prisiljene na prostituciju u Brazilu."[139]

Žene se bore svakodnevno protiv seksualnog zlostavljanja, nasilja u obitelji i emocionalnog zlostavljanja. U São Paulu, prema Ujedinjenim narodima, jedna žena je napadnuta svakih 15 sekundi. Nedavno smo vidjeli slučaj seksualnog zlostavljanja u podzemnoj željeznici; feminističke skupine su nakon toga savjetovale žene kako da se brane. Nadalje, prema

[136] Net.hr, Siromašna očajna djeca prisiljena zadovoljavati seks-turiste. Dostupno na: http://net.hr/danas/svijet/potresan-dokumentarac-siromasna-ocajna-djeca-prisiljena-zadovoljavati-seks-turiste/ (3.8.2017.)
[137] Kibicho, W.(2009), op.cit., str. 42.
[138] Ibidem., str. 50.
[139] https://www.libela.org/prozor-u-svijet/4976-zivjeti-poput-brazilki/ (3.8.2017.)

izvješću vlade iz 2011. utvrđeno je da je 43 posto svih žena pretrpjelo neku vrstu nasilja u svojim domovima. Mnoge žrtve, čak i one s visokim obrazovanjem, boje se prijaviti zlostavljanje.[140]

2018. godine u Brazilu bi se trebao otvoriti "Erotika Land" – prvi tematski seks park. Biti će veoma slikovit kada su u pitanju seks sadržaji, pa je tako najavljen autodrom s automobilčićima u obliku spolnih organa, 7D kino sa vibrirajućim sjedištima, nudistička regija i bazen, te striptiz klub koji će izgledati kao Voz, a čije ime govori sve – Voz zadovoljstva. U samom parku seks neć biti dozvoljen, već će oni koji se žele prepustiti seksualnom užitku i zadovoljstvu morati posjetiti neki od motela u blizini.[141]

"Iako se svake godine održava poznati karneval koji se promovira i u turistički svrhe, te velika pažnja javnosti posvećuje obliku trbuha i grudi u Brazilu, a brazilske se ljepotice iskorištava u turističke svrhe i objektivizira žene na bilo koji način, Brazil je vrlo licemjerno kritizirao druge zato što su željeli promovirati Brazil kao destinaciju za seks turizam. Na primjer, nedavno je brazilska Turistička zajednica zamolila *Adidas* da prestanu prodavati majice zbog svojih seksualnih konotacija. Jedna od njih imala je poruku "I Heart Brazil", gdje je srce bilo na stražnjici žene koja nosi tange. Druga majica prikazivala je djevojku u bikiniju sa sloganom "Lookin' for Score". Nakon toga, iz Adidasa su rekli kako majice neće više prodavati."[142] Ovo možemo povezati s promoviranjem seks turizma. Iako se tražili Adidas da povuče sporne majice iz prodaje, karneval svake godine otvoreno poziva na seks. Golišave plesačice s vrlo malo odjeće na sebi koja pokriva samo najintimnije dijelove tijela veoma otvoreno i provokativno poziva na seks. A ta slika putuje širom svijeta.

Mnoge zemlje kroz razne reklame, spotove, plakate promoviraju seks i seksualne usluge bez imalo okolišanja, pozivajući turiste da posjete njihovu zemlju i upuste se u seksualne odnose.

Ako je vjerovati turističkoj literaturi, svi su Karipski otoci „rajevi". Bali, Seišeli i južnopacifički otoci – svi su „otoci ljubavi"; navodni „promiskuitet" ili „permesivnost" njihovih stanovnika postali su jedan od glavnih mamaca u prodaji – koju službene vlasti prešutno toleriraju. Jezik njihovih reklama otvoreno je seksualan; one pozivaju turiste da dopuste da budu zavedeni,

[140] Ibidem.
[141] https://www.putujsigurno.rs/vesti/otvara-se-prvi-seks-tematski-park-erotikaland-brazil (3.8.2017.)
[142] https://www.libela.org/prozor-u-svijet/4976-zivjeti-poput-brazilki/ (3.8.2017.)

pozivaju ih da uživaju „neiskvarenoj ljepoti“ otoka s „posebnim zadovoljstvom posjedovanja“. Tako se tropski otoci nude muškim šovinistima sa Zapada kao mjesto za provod.[143]

Svaki plakat, reklama ili slično gdje se pokazuje razgolićeno žensko tijelo koje mami muške uzdahe, iako mu to možda nije bila svrha, predstavlja poziv na seks. Možda tu reklamu mnogi ne percipiraju na takav način, međutim njihova podsvijest govori drugačije. Prije nekoliko godina u Hrvatskoj smo imali situaciju da je tadašnja premijerka Republike Hrvatske povukla je reklamni video Hrvatske turističke zajednice jer smatrala da je prikazivanje osunčane stražnjice previše seksistički. S druge strane, ima vlasti koje namjerno, isključivo s ciljem privlačenja seks turista, promoviraju svoju zemlju kao seks destinaciju, a sve u svrhu zarade i profita.

Trenutačno živimo u svijetu gdje najveću ulogu u promidžbi seks turizma ima internet koji je danas lako dostupan svima, a internetski sadržaji mogu se pregledavati bez ikakvih prepreka. U toj situaciji lako je slati seksističke poruke koje jednostavno dolaze do ciljane skupine potrošača bez imalo prepreka, a ujedno se privlače i oni potrošači kojima sigurno nije primarni cilj iskusiti takvu vrstu turističkog putovanja, ali ih isto zanima što takva vrsta turizma nudi.

Postoje mnogi proizvodi, odnosno paketi putovanja koji stoje seks turistima na raspolaganju. Neki od primjera su razna krstarenja poput gay, nudističkog ili swinger krstarenja. Gay krstarenje ima elemente običnog krstarenja, osim što na krstarenje polazite sa svojim gay partnerom. Kod nudističkih krstarenja uplovljavate u najskrivenije uvale gdje se možete kupati u potpunoj slobodi. Kod swingerskih krstarenja brod pruža sigurnost i diskreciju, ali i okruženje istomišljenika koji uživaju u razmjeni partnera. U Hrvatskoj se prije nekoliko godina otvorila prva turistička agencija za swingere, Open Mind Holidays, koja u svojoj ponudi ima razne pakete smještaja i krstarenja za svoje klijente. Turističke agencije koje također imaju ponudu ovih krstarenja su Katarina line i Adriagate.

Prva kompanija u svijetu koja je organizirala lezbijsko krstarenje bila je američka kompanija Olivia 1990. godine. Gay welcome, europska stranica za gay putovanja u svojoj ponudi ima razne gay pakete, od krstarenja do hotela specijaliziranih za homoseksualce. Krstarenja se odnose na razne destinacije u Europi, a imaju i krstarenje koje obuhvaća dalmatinsku obalu (ove

[143] Horvat, B. (1999), op.cit., str.155.

godine Dubrovnik – Brač – Split). Jedan primjer gay krstarenja je ono koje se održava 2.9.2017. - 9.9.2017. na relaciji Atena – Paros – Mykonos. Na putovanju svaki put pristaje u drugu luku, zaljev ili otok tako da je raznovrsnost na nivou, a cijena putovanja je 895€ po osobi.

U proizvode seks turizma spadaju i brojni paketi koji se prodaju zaljubljenim parovima za vrijeme Valentinova, tzv. Ljubavni paketi. Također, u ovu skupina spadaju i organizirana vjenčanja te medeni mjeseci na kojima se parovima pružaju razne usluge.

Na stranici Islands (http://www.islands.com/) mogu se pronaći savjeti i ponuda za romantična putovanja, kao i za medeni mjesec. Ako se netko odluči otići na Bahame za medeni mjesec, trenutno u ponudi imaju Breezes Bahamas Resort and Spa koji za 1.930$ nudi 5 noćenja u luksuznom apartmanu s pogledom na ocean, puni pansion, piće dobrodošlice i svježe voće, majice za nju i njega, ponuda svih sportova s uključenom opremom te sve potrebne takse uključene u cijenu.

6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

6.1. Razrada metode

Kako je već navedeno u uvodnom dijelu rada, u svrhu otkrivanja stavova omladinske populacije o seks turizmu u destinaciji, korištena je metoda anketnog ispitivanja putem Interneta. Anketa se sastojala od 23 pitanja, podijeljena u dvije skupine. Prva skupina je obuhvaćala pitanja zatvorenog tipa, dok se druga skupina odnosila na pitanja s Likertovom ljestvicom, odnosno na stupanj slaganja s određenom izjavom. U prvoj skupini anketirane osobe morale su odgovoriti na pitanja o dobi, spolu, razini obrazovanja te upoznatosti sa pojmom seks turizma. U drugoj skupini su se morali izjasniti u kolikoj mjeri se slažu s određenom izjavom vezanom za ekonomske i društvene učinke seks turizma u destinaciji.

6.2. Definiranje uzroka i provedba istraživanja

Anketiranje je provedeno u Republici Hrvatskoj među osobama koje imaju više od 18, a manje od 35 godina, . Prikupljeno je 119 odgovora što je veoma prihvatljiv broj prikupljenih odgovora na kojima se mogu temeljiti zaključci vezani za stavove omladinske populacije. Svi prikupljeni odgovori su važeći, te su ispitanici odgovorili na sva pitanja. Istraživanje je provedeno u razdoblju od 4.7.2017. do 18.7.2017. Anketni upitnik sastavljen je u Google Docs te je podijeljen na internetskim stranicama i društvenim mrežama. S obzirom da broj ispitanika nije dovoljan da bi se odnosio na cjelokupnu populaciju, ovo istraživanje smatra se pilot istraživanjem.

6.3. Rezultati istraživanja

Prvi dio rezultata odnosi se na općenita obilježja ispitanika koja prikazuje njihovu dob, spol, stečeno zvanje te upoznatost s pojmom seks turizma.

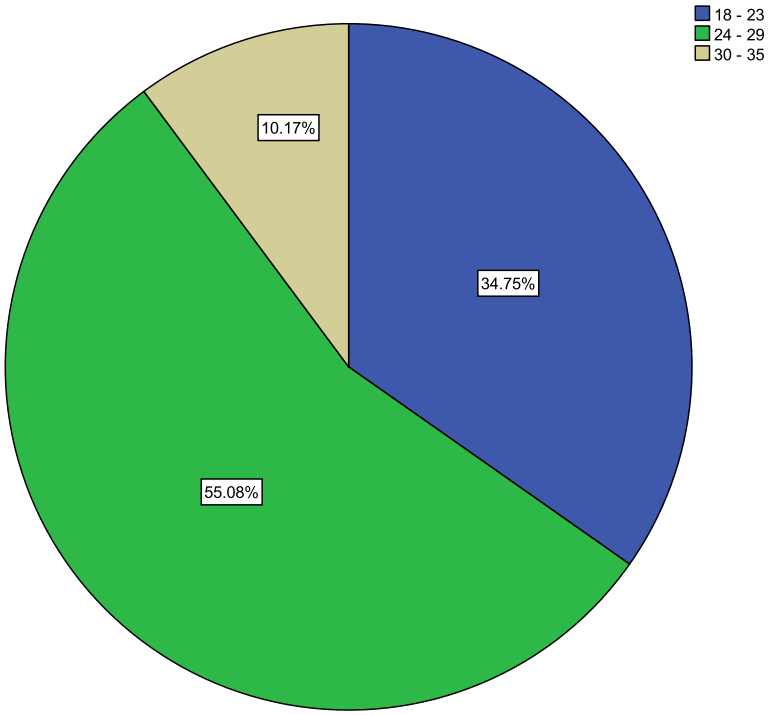
U Tablici 2. i pripadajućem grafikonu 1. vidljivo je da je u istraživanju sudjelovalo 34,75% ispitanika u dobi od 18-23 godine, 55,08% ispitanika u dobi od 24-29 godina te 10,17% ispitanika u dobi od 30-35 godina starosti.

Tablica 2: Dob ispitanika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 23	41	34.7	34.7	34.7
	24 - 29	65	55.1	55.1	89.8
	30 - 35	12	10.2	10.2	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 1: Dob ispitanika



Izvor: Istraživanje autora

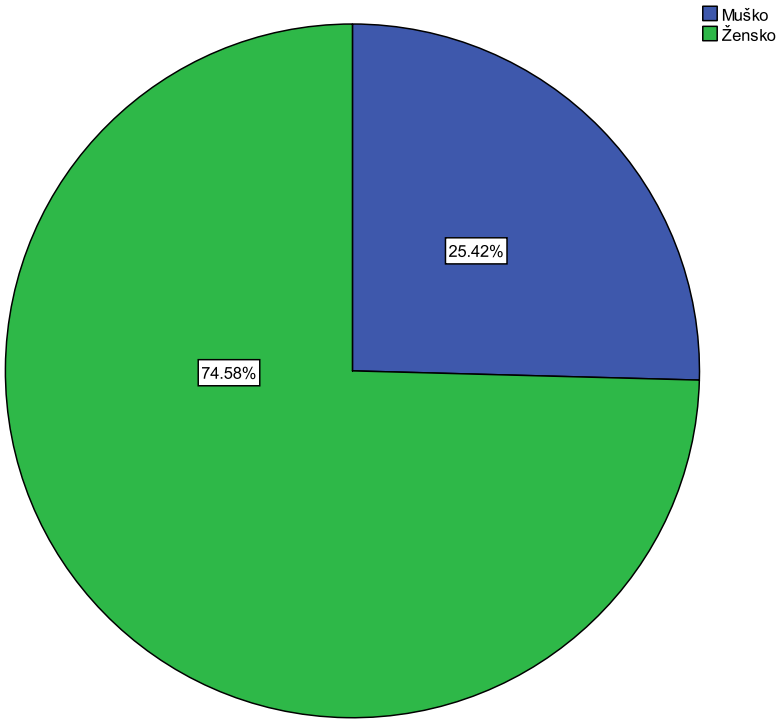
U istraživanju je sudjelovalo 74,58% ispitanika ženskog spola te 25,42% ispitanika muškog spola, što je prikazano niže.

Tablica 3: Spol ispitanika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muško	30	25.4	25.4	25.4
	Žensko	88	74.6	74.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 2: Spol ispitanika



Izvor: Istraživanje autora

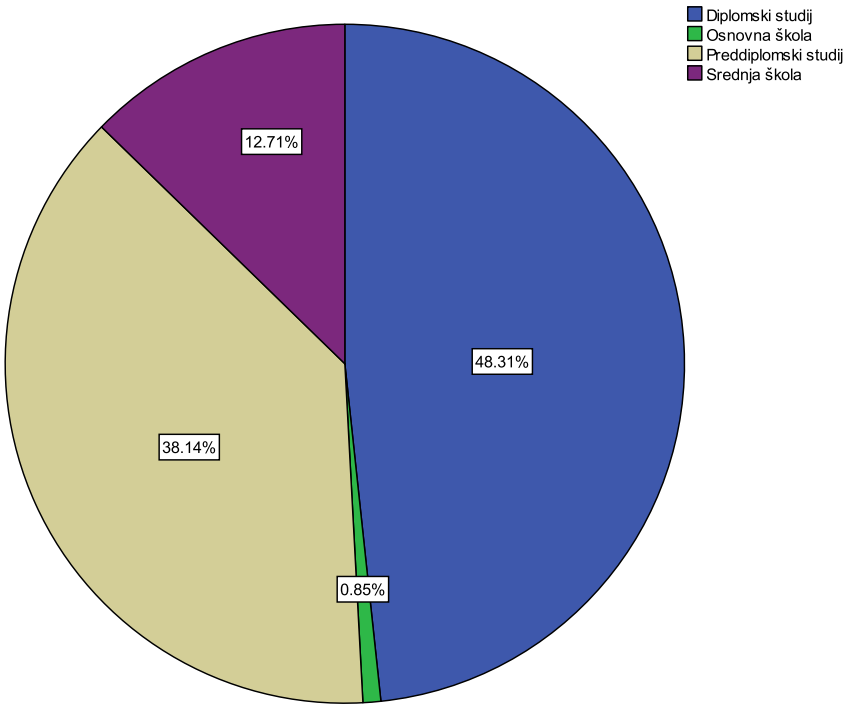
U istraživanju je sudjelovalo najviše ispitanika (48,31%) sa završenim diplomskim studijem te 38,14% ispitanika sa završenim preddiplomskim studijem. Također, sudjelovalo je 12,71% ispitanika sa završenom srednjom školom i 0,85% ispitanika sa završenom osnovnom školom.

Tablica 4: Razina obrazovanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diplomski studij	57	48.3	48.3	48.3
	Osnovna škola	1	.8	.8	49.2
	Preddiplomski studij	45	38.1	38.1	87.3
	Srednja škola	15	12.7	12.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 3: Razina obrazovanja



Izvor: Istraživanje autora

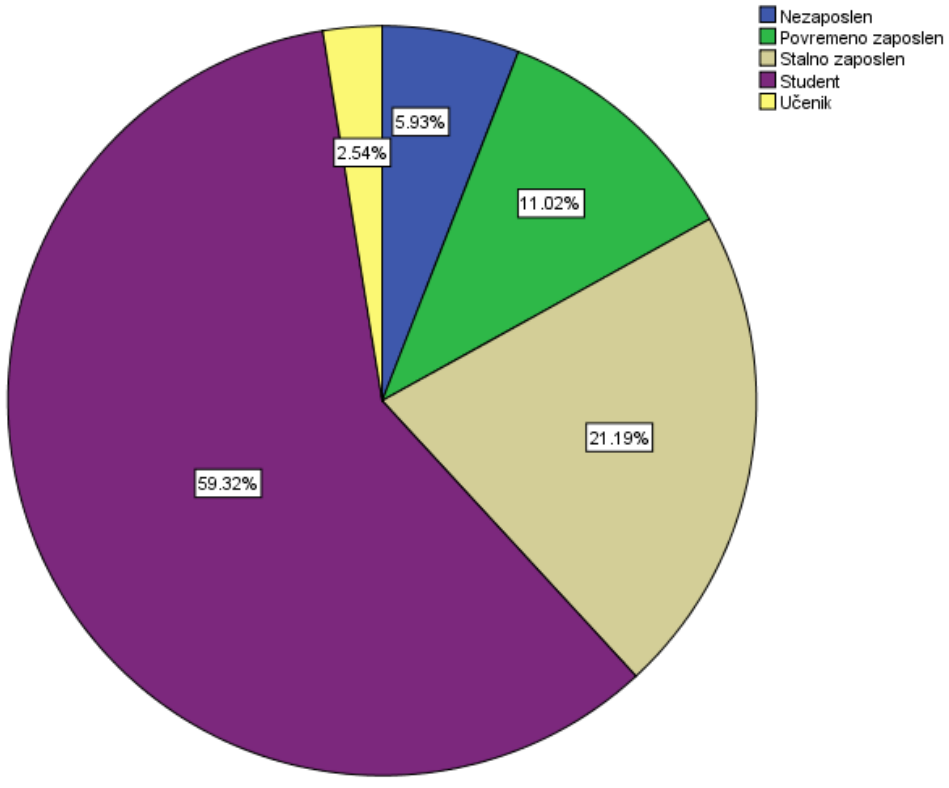
Od ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju, 59,32% su studenti, dok je 21,19% ispitanika stalno zaposleno. 11,02% ispitanika su povremeno zaposleni, dok su 5,93% ispitanika nezaposleni, a 2,54% ispitanika su učenici (Tablica 5).

Tablica 5: Sadašnji status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nezaposlen	7	5.9	5.9	5.9
	Povremeno zaposlen	13	11.0	11.0	16.9
	Stalno zaposlen	25	21.2	21.2	38.1
	Student	70	59.3	59.3	97.5
	Učenik	3	2.5	2.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 4: Sadašnji status



Izvor: Istraživanje autora

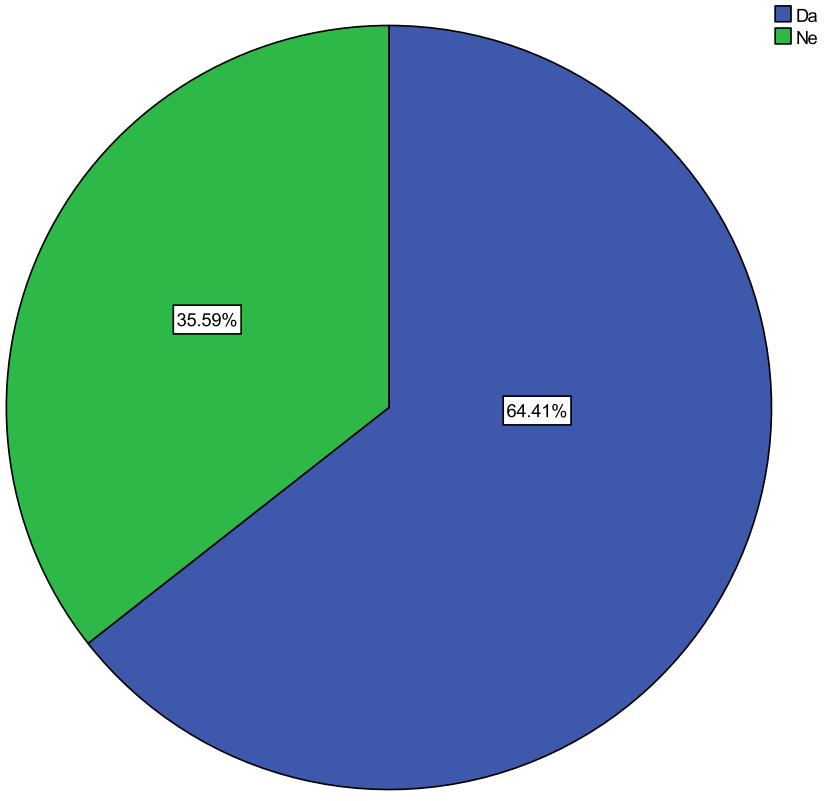
Od svih ispitanika, njih 64,41% ispitanika je upoznato sa pojmom seks turizma, dok 35,59% ispitanika nisu upoznati.

Tablica 6: Upoznatost sa pojmom seks turizma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	76	64.4	64.4	64.4
	Ne	42	35.6	35.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 5: Upoznatost sa pojmom seks turizma



Izvor: Istraživanje autora

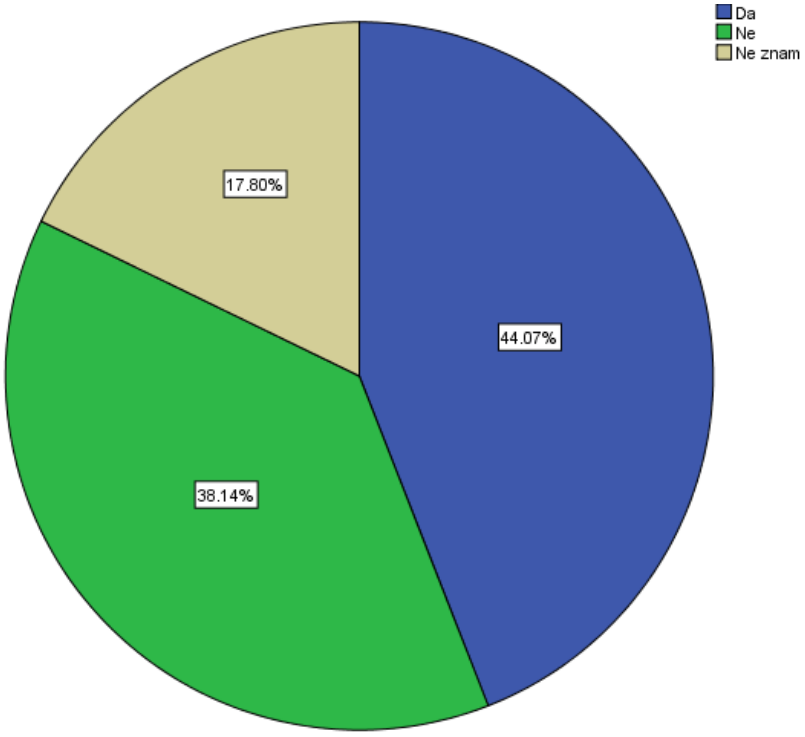
44,07% ispitanika smatra da su legalne vrste seks turizma opravdane kada je riječ o stjecanju seksualnog iskustva i zadovoljavanju seksualnih potreba, dok se 38,14% ispitanika ne slaže s navedenom tvrdnjom, a 17,80% ispitanika ne zna odgovor na postavljeno pitanje.

Tablica 7: Legalne vrste seks turizma su opravdane kada je riječ o stjecanju seksualnog iskustva i zadovoljavanju seksualnih potreba

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	52	44.1	44.1	44.1
	Ne	45	38.1	38.1	82.2
	Ne znam	21	17.8	17.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 6: Legalne vrste seks turizma su opravdane kada je riječ o stjecanju seksualnog iskustva i zadovoljavanju seksualnih potreba



Izvor: Istraživanje autora

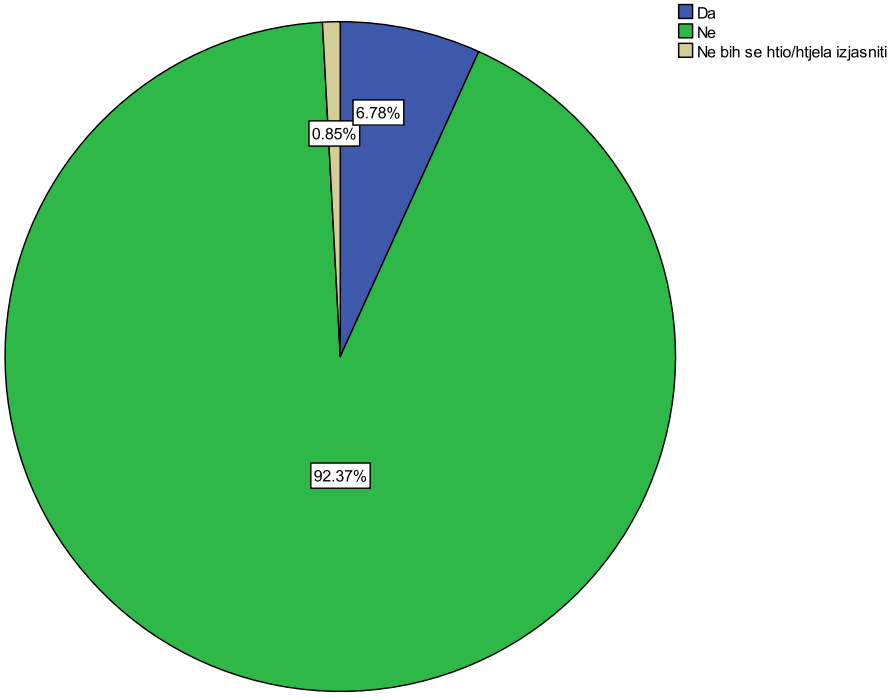
Čak 92,37% ispitanika nije koristilo usluge seks turizma, dok je 6,78% ispitanika koristilo iste. 0,85% ispitanika se nije izjasnilo na postavljeno pitanje.

Tablica 8: Korištenje usluga seks turizma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	8	6.8	6.8	6.8
	Ne	109	92.4	92.4	99.2
	Ne bih se htio/htjela izjasniti	1	.8	.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autora

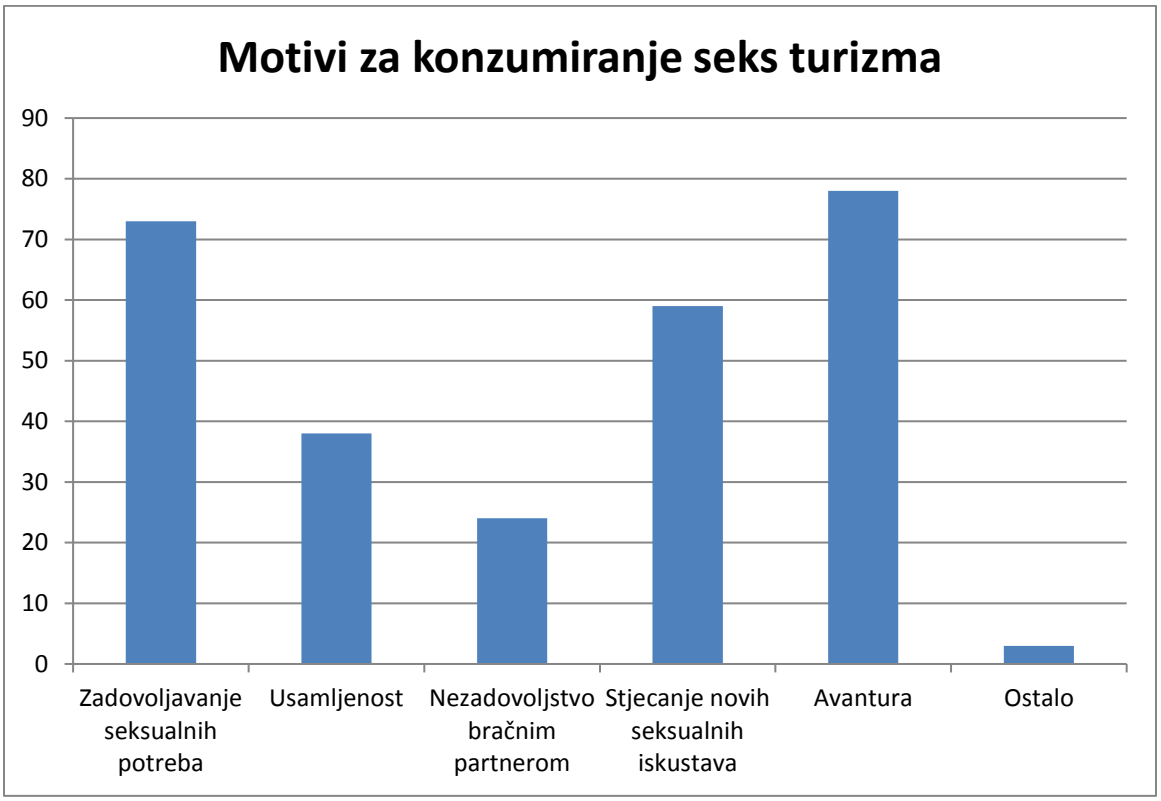
Grafikon 7: Korištenje usluga seks turizma



Izvor: Istraživanje autora

Ispitanici su kao najčešće motive za korištenje seks turizma izdvojili avanturu sa 78 odgovora, te zadovoljavanje seksualnih potreba s čak 73 odgovora. Slijede ih stjecanje seksualnih iskustava, usamljenost i nezadovoljstvo bračnim partnerom. Troje ispitanika, uz ove motive, navodi da su motivi za konzumiranje seks turizma nedovoljno razvijene socijalne vještine; nedostatak cilja u životu te pronalaženje sreće u tjelesnom zadovoljstvu dalje od prebivališta; i bogati ljudi koji vide zadovoljstvo u nemoralnim stvarima također motivi za konzumiranje seks turizma (Grafikon 8.).

Grafikon 8: Najčešći motivi za konzumiranje seks turizma



Izvor: istraživanje autora

Testiranje hipoteza

Hipoteze su se testirale na način da je prosječna vrijednost tj. aritmetička sredina jednog osnovnog skupa jednaka nekoj pretpostavljenoj vrijednosti. Ispitanici su ocjenjivali slažu li se ili ne slažu sa postavljenim hipotezama. Postavila se pretpostavljena aritmetička sredina i zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju nulte hipoteze se donio na osnovi aritmetičke sredine iz uzorka. Ukoliko se aritmetička sredina iz uzorka nalazila između donje i gornje granice intervala prihvaćanja hipoteze H_0, ta se hipoteza prihvaćala kao istinita uz odgovarajući nivo signifikantnosti testa. U suprotnom se hipoteza odbacuje.[144]

[144] Pivac, S. (2010.), Statističke metode, Sveučilište u Splitu, Split.

Sve navedene hipoteze testirale su se na temelju odgovora ispitanika koji su na postavljena pitanja odgovarali na skali od 1-5, gdje 1 predstavlja najlošiju ocjenu, a 5 najbolju ocjenu. Upravo zbog takve skale, kod svih testiranja hipoteza postavljena je pretpostavka da je aritmetička sredina veća ili jednaka 3.5. Namjerno se nije uzela vrijednost 3 jer se smatra da ta vrijednost nije reprezentativna s obzirom da ispitanici, ako nisu sigurni kojom bi ocjenom ocjenili, obično odabiru vrijednost 3 koju smatraju neutralnom.

H_1: Ekonomski učinci seks turizma u destinaciji se percipiraju kao pretežito pozitivni.

H_0…….. $X \geq 3.5$

H_1……$X < 3.5$

Postavlja se pitanje može li se na osnovu zadanog uzorka prihvatiti pretpostavka da je aritmetička sredina veća ili jednaka 3.5 uz graničnu signifikantnost (statistička značajnost koja daje odgovor na pitanje je li utjecaj uvjeta koji se istražuje izazvao promjene u promatranom svojstvu) od 5%.

U svrhu donošenja zaključka o prihvaćanju ili odbacivanju H_1 hipoteze testiraju se podhipoteze.

Tablica 9: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi zapošljavanju

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		2.61
Std. Deviation		1.371

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 10: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi zapošljavanju

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Seks turizam pridonosi zapošljavanju	-7.048	117	.000	-.890	-1.14	-.64

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000, ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 2.61 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 (što pokazuju i negativni predznaci u posljednjem stupcu koji daje intervale pouzdanosti) pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Tablica 11: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi rastu GDP-a

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		2.97
Std. Deviation		1.365

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 12: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi rastu GDP-a

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Seks turizam pridonosi rastu GDP-a	-4.250	117	.000	-.534	-.78	-.29

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000, ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 2.97 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 (što pokazuju i negativni predznaci u posljednjem stupcu koji daje intervale pouzdanosti) pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Tablica 13: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam doprinosi razvoju pratećih djelatnosti

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.03
Std. Deviation		1.362

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 14: Podaci o stavu da seks turizam doprinosi razvoju pratećih djelatnosti

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Seks turizam doprinosi razvoju pratećih djelatnosti	-3.786	117	.000	-.475	-.72	-.23

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000, ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 3.03 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 (što pokazuju i negativni predznaci u posljednjem stupcu koji daje intervale pouzdanosti) pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Tablica 15: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam doprinosi porastu troška zdravstvene zaštite lokalnog stanovništva u destinaciji

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.50
Std. Deviation		1.246

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 16: Podaci o stavu da seks turizam doprinosi porastu troška zdravstvene zaštite lokalnog stanovništva u destinaciji

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Seks turizam doprinosi porastu troška zdravstvene zaštite lokalnog stanovništva u destinaciji	.000	117	1.000	.000	-.23	.23

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 1.000 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana signifikantnost jednaka 1.000/2 = 0.5 = 50%, ukazujući na statističku neznačajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 3.50 i jednaka je pretpostavljenoj aritmetičkoj sredini od 3.5 pa se ta hipoteza prihvaća.

Tablica 17: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.32
Std. Deviation		1.313

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 18: Podaci o stavu da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala bi ekonomske učinke seks turizma u destinaciji	-1.472	117	.000	-.178	-.42	.06

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000, ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 3.32 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 (što pokazuju i negativni predznaci u posljednjem stupcu koji daje intervale pouzdanosti) pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Tablica 19: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam generira porast prihoda i potrošnje lokalnog stanovništva

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		2.99
Std. Deviation		1.291

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 20: Podaci o stavu da seks turizam generira porast prihoda i potrošnje lokalnog stanovništva

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Seks turizam generira porast prihoda i potrošnje lokalnog stanovništva	-4.279	117	.000	-.508	-.74	-.27

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000, ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 2.99 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 (što pokazuju i negativni predznaci u posljednjem stupcu koji daje intervale pouzdanosti) pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Tablica 21: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da veći priliv seks turista dovodi do pritiska na porast cijena u destinaciji (inflacijskog pritiska)

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.08
Std. Deviation		1.282

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 22: Podaci o stavu da veći priliv seks turista dovodi do pritiska na porast cijena u destinaciji (inflacijskog pritiska)

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Veći priliv seks turista dovodi do pritiska na porast cijena u destinaciji (inflacijskog pritiska).	-3.590	117	.000	-.424	-.66	-.19

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000, ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 3.08 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 (što pokazuju i negativni predznaci u posljednjem stupcu koji daje intervale pouzdanosti) pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Na temelju prethodno iznesenog donosi se zaključak o **odbacivanju H_1 hipoteze** da se ekonomski učinci seks turizma u destinaciji percipiraju kao pretežito pozitivni.

H_2: Društveni učinci seks turizma na destinaciju se percipiraju kao pretežito negativni.

H_0 …….. $X \geq 3.5$

H_1 ……$X < 3.5$

Postavlja se pitanje može li se na osnovu zadanog uzorka prihvatiti pretpostavka da je aritmetička sredina veća ili jednaka 3.5 uz graničnu signifikantnost od 5%.

Tablica 23: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi porastu ilegalnih aktivnosti (kriminalu, trgovini robljem, nasilju...)

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.88
Std. Deviation		1.262

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 24: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi porastu ilegalnih aktivnosti (kriminalu, trgovini robljem, nasilju...)

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Seks turizam pridonosi porastu ilegalnih aktivnosti (kriminalu, trgovini robljem, nasilju...)	3.283	117	.001	.381	.15	.61

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.001 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana jednaka 0.001/2 = 0,0005 = 0.05%, ukazujući na statističku značajnost. Aritmetička sredina iz uzorka je 3.88 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza prihvaća.

Tablica 25: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi useljavanju osoba sklonih kriminalu

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.73
Std. Deviation		1.174

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 26: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi useljavanju osoba sklonih kriminalu

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Seks turizam pridonosi useljavanju osoba sklonih kriminalu	2.117	117	.036	.229	.01	.44

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.036 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana jednaka 0.036/2 = 0,018 = 1.8%, ukazujući na statističku značajnost. Aritmetička sredina iz uzorka je 3.73 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza prihvaća.

Tablica 27: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam dovodi do porasta spolno prenosivih bolesti

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		4.10
Std. Deviation		1.041

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 28: Podaci o stavu da seks turizam dovodi do porasta spolno prenosivih bolesti

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Seks turizam dovodi do porasta spolno prenosivih bolesti	6.279	117	.000	.602	.41	.79

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000, ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 4.10 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza prihvaća.

Tablica 29: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam stvara negativan imidž destinacije

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.73
Std. Deviation		1.167

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 30: Podaci o stavu da seks turizam stvara negativan imidž destinacije

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Seks turizam stvara negativan imidž destinacije	2.130	117	.035	.229	.02	.44

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.035 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana jednaka 0.035/2 = 0,0175 = 1.75%, ukazujući na statističku značajnost. Aritmetička sredina iz uzorka je 3.73 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza prihvaća.

Tablica 31: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam dovodi do osjećaja "manje vrijednosti" kod lokalnog stanovništva

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.35
Std. Deviation		1.310

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 32: Podaci o stavu da seks turizam dovodi do osjećaja "manje vrijednosti" kod lokalnog stanovništva

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Seks turizam dovodi do osjećaja "manje vrijednosti" kod lokalnog stanovništva	-1.265	117	.208	-.153	-.39	.09

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.208 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana jednaka 0.208/2 = 0,104 = 10.4%, ukazujući na statističku neznačajnost. Aritmetička sredina iz uzorka je 3.35 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Tablica 33: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam doprinosi emigracijama rezidenata

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.15
Std. Deviation		1.217

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 34: Podaci o stavu da seks turizam doprinosi emigracijama rezidenata

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Seks turizam doprinosi emigracijama rezidenata	-3.102	117	.002	-.347	-.57	-.13

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.002 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana jednaka 0.002/2 = 0,001 = 0.1%, ukazujući na statističku značajnost te bi se hipoteza da seks turizam doprinosi emigracijama rezidenata mogla prihvatiti. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 3.15 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza ipak ne prihvaća.

Tablica 35: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam razara tradicionalne vrijednosti u lokalnoj zajednici

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.82
Std. Deviation		1.224

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 36: Podaci o stavu da seks turizam razara tradicionalne vrijednosti u lokalnoj zajednici

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Seks turizam razara tradicionalne vrijednosti u lokalnoj zajednici	2.858	117	.005	.322	.10	.55

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.005 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana jednaka 0.005/2 = 0,0025 = 0.25%, ukazujući na statističku značajnost. Aritmetička sredina iz uzorka je 3.82 i veća je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza prihvaća.

Na temelju prethodno iznesenog donosi se zaključak o **prihvaćanju H_2 hipoteze** da se društveni učinci seks turizma na destinaciju percipiraju kao pretežito negativni.

H_3: Percepcija ispitanika jest da se legalizacijom prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećavaju ekonomski učinci seks turizma u destinaciji.

H_0 …….. $X \geq 3.5$

H_1 ……$X < 3.5$

Postavlja se pitanje može li se na osnovu zadanog uzorka prihvatiti pretpostavka da je aritmetička sredina veća ili jednaka 3.5 uz graničnu signifikantnost od 5%.

Tablica 37: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.32
Std. Deviation		1.313

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 38: Podaci o stavu da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala bi ekonomske učinke seks turizma u destinaciji	-1.472	117	.000	-.178	-.42	.06

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.000 ukazujući na statističku značajnost. Međutim, aritmetička sredina iz uzorka je 3.32 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Na temelju prethodno iznesenog **odbacuje se H_3 hipoteza** da je percepcija ispitanika da se legalizacijom prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećavaju ekonomski učinci seks turizma u destinaciji.

H_4: Omladinska populacija percipira seks turizam kao negativnu pojavu u destinaciji.

H_0 …….. $X \geq 3.5$

H_1 ……$X < 3.5$

Postavlja se pitanje može li se na osnovu zadanog uzorka prihvatiti pretpostavka da je aritmetička sredina veća ili jednaka 3.5 uz graničnu signifikantnost od 5%.

Tablica 39: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da je seks turizam negativna pojava u destinaciji

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3.45
Std. Deviation		1.344

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 40: Podaci o stavu da je seks turizam negativna pojava u destinaciji

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Općenito govoreći, seks turizam je negativna pojava u destinaciji	-.411	117	.682	-.051	-.30	.19

Izvor: Istraživanje autora

Signifikantnost iz uzorka iznosi 0.682 što predstavlja dvostranu signifikantnost, dok je jednostrana jednaka 0.682/2 = 0,341 = 34.1%, ukazujući na statističku neznačajnost. Aritmetička sredina iz uzorka je 3.45 i manja je od pretpostavljene aritmetičke sredine od 3.5 pa se ta hipoteza ne prihvaća.

Na temelju prethodnih rezultata **odbacuje se H_4 hipoteza** da omladinska populacija percipira seks turizam kao negativnu pojavu u destinaciji.

ZAKLJUČAK

Od kada postoji čovjek, postoji i seksualna potreba. Kroz povijest, seksualnost je mijenjala svoj značaj, međutim nikad nije prestala. Razvijanjem čovjeka i društva, pojavom društvenih sloboda te ravnopravnosti među spolovima, ali i svim vrstama radnika, došlo je do razvoja, kako i ostalih vrsta turizma, tako i do razvoja seks turizma.

Seks turizam je pojava koja zasigurno bilježi svoj rast, odnosno postaje vrsta trenda među turistima. Svaki čovjek ima određene potrebe koje nastoji zadovoljiti, pa tako i zadovoljava i seksualne potrebe koje su danas može se slobodno reći postale primarna potreba. Do pojave seks turizma došlo je prvenstveno zbog povećanja slobodnog vremena i korištenja godišnjih odmora, gdje pojedinci, zbog niza okolnosti i razloga se upuštaju u seksualne avanture i stvaraju nova iskustva. S druge strane, njegovom održavanju potpomaže veliko siromaštvo u pojedinim zemljama, gdje ljudi kako bi preživjeli, svjesno ili nesvjesno, se upuštaju u seks turizam nudeći svoje usluge.

Iako postoje vrste seks turizma koje se u legalne, kao što su erotika, stripzit, swingerstvo gdje je sve stvar dogovora i gdje nitko nije prisiljen činiti nešto što ne želi, ipak je najraširenija prostitucija kao nelegalni oblik gdje su prostituke prisiljene, najviše iz ekonomskih razloga raditi taj „posao“ jer nemaju drugog izbora.

Neke države dopuštaju odvijanje seks turizma u svojoj zemlji, legalizirale su ga i reguliraju ga kroz razne zakone. S druge strane imamo države gdje je seks turizam ilegalan, a koje imaju veliku ekonomsku korist od odvijanja seks turizma, pa ne rade na njegovu suzbijanju. Drže oči zatvorenima i ne obraćaju pažnju na posljedice seks turizma, već samo misle na zaradu koju dobivaju. Ekonomske koristi koje proizlaze iz seks turizma su nedvojbene, tome u prilog govori činjenica koliko samo na Tajlandu zarade godišnje od seks turizma. Ali, postoje i ekonomske posljedice u vidu porasta troškova u zdravstu zbog nekorištenja adekvatne zaštite i širenja spolno prenosivih bolest. No one puno gore, zapravo najgore posljedice su psihološke posljedice koje proživljavaju žrtve seks turizma. Ne može se reći da su svi pružatelji seks usluga prisljeni na to, ima onih kojima je to izbor. No to je veoma mali postotak u odnosu na one koji su prisiljeni i nemaju pravo birati.

Crna strana seks turizma ogleda se u ugroženosti žena i djece. Lažni oglasi i prazna obećanja potiču žene da se prijave na oglase koje ih vodu u propast iz koje se rijetke izvuku, a sve kako bi potpomogle lošoj financijskoj situaciji u obitelj i kako bi sebi omogućile dostojanstven život. Nadalje, imamo i djecu koja su prisiljena pružati seksualne usluge isto iz razloga neimaštine i siromaštva, ali i zbog roditelja, koji prodaju svoju djecu ne bi li se domogli bogatstva i lagodnog života. Zato bi svaka država trebala raditi na zaštiti djece, jer su ona ipak nevina bića i budućnost svake zemlje.

S druge strane, da nema potražnje za seksualnim uslugama i onih koji žele iskusiti ovu vrstu turizma, ne bi postojala ni ponuda žena i djece koje seks turisti gledaju samo kao seksualni objekt, a ne kao ljudsko biće koje je ravnopravno njima. Zato države, odnosno institucije moraju svim snagama se boriti kako bi se suzbila trgovina ženama i djecom, a pogotovo djecom, jer je to gnusan čin koji obilježava njihov život koji tek počeli živjeti.

Stavovi i mišljenja ljudi o seks turizmu uglavnom su negativni, jer malo tko vidi nešto pozitivno u toj pojavi. Takva razmišljanja zapravo i ne čude, s obzirom sve ono što seks turizam nosi sa sobom. Osim mogućeg širenja zaraznih bolesti, napuštanja svojih domova, tu su i kriminalne aktivnosti koje se povećavaju, ljudi se osjećaju nesigurno i boje se za svoj život.

LITERATURA

1. Arhin, A., (2013.), Trgovina ljudima u svrhu radne eksploatacije: struktura i dinamika pravnog okvira u Republici Srbiji, Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, Vol 34., No. 2., str. 1019-1042.
2. Bakan, R., Teorija i organizacija ruralnog turizma, prema Hunziker, W; Krapf, K. (1942.)
3. Baloban, S. i Črpić, G., (2000), Spolnost – odnos prema seksualnom ponašanju, Zagreb, str.395-419.
4. Bezić, Ž., (2005.), Ljudsko ponašanje, str. 207-227. Dostupno na: www.hrcak.srce.hr/file/39424
5. Centar za žrtve rata – Rosa. (2007.), Uzroci prostitucije i trgovanja ženama – rasprave u Hrvatskoj i svijetu. Centar za žrtve rata – Rosa, Zagreb.
6. Clift, S., Carter, S.(2000), Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion, Pinter, London
7. Cohen, E., (1974.), Tko je turist? Pojmovno razjašnjenje, Sociological Review, Vol 22 No 4.
8. Cohen, E., (1974.), Who is a Tourist?: A Conceptual Clarification, The Sociological Review, Vol 22., No. 4., str. 527. – 555.
9. Cohen, E., (1984.), The sociology of tourism: approaches, issues, and findings, Department of Sociology and Social Anthropologgy, Hebrew University of Jerusalem, Jerusalem, Israel,
10. Cooper, C., Fletcher, J., et al., (2008), Tourism: principles and practice, Prentice Hall, Harlow.
11. Dulčić, A. i Petrić, L., (2011.), Upravljanje razvojem turizma, MATE d.o.o., Zagreb.
12. Geić, S. (2011), Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split.
13. Geić, S., (2007.), Organizacija i politika turizma – kulturološko-ekologijski i sociogospodarski aspekti, Sveučilišni centar za stručne studije, Sveučilište u Splitu, Split.
14. Horvat, B. (1999), Turizam u sociokulturološkoj perspektivi: čitanka s izborom tekstova, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb.
15. http://fama.com.hr/karlovacko-pivo-fjaka-galebarenje-spica-i-becarac/ (26.5.2017.)

16. http://mondo.rs/a44391/Info/Svet/Seks-turizam-cveta-u-Keniji.html (3.8.2017.)
17. http://pogledaj.to/drugestvari/trgovinu-seksom-zamjenjuje-uredan-biznis/ (26.5.2017.)
18. http://www.barmen.hr/2016/08/seks-razlog-dolaska-turista/
19. http://www.dgt.uns.ac.rs/download/seoskitur4.pdf (26.5.2017.)
20. http://www.dw.com/hr/filipini-mukotrpna-borba-protiv-dje%C4%8Dje-prostitucije/a-18303615
21. http://www.express.hr/life/erotski-turizam-u-hrvatskoj-popularni-bicevi-i-grupni-seks-2146 (28.2.2017.)
22. http://www.gaywelcome.com/
23. http://www.hrt.hr/283662/magazin/galebarenje-zanat-ili-umjetnost
24. http://www.islands.com/
25. http://www.istrazime.com/psihologija-licnosti/samoaktualizacija-ideal-psiholoskog-razvoja/ (22.5.2017.)
26. http://www.narodni-list.hr/posts/109325003 (25.6.2017.)
27. http://www.unizd.hr/Portals/12/ppt/luka_marinovic/5.%20MOTIVACIJA%20-%20temeljna%20znanja.pdf (26.5.2017.)
28. https://hr.wikipedia.org/wiki/Seksualnost (25.6.2017.)
29. https://sh.wikipedia.org/wiki/Erotika (25.6.2017.)
30. https://sh.wikipedia.org/wiki/Striptiz (25.6.2017.)
31. https://www.adriagate.com/Hrvatska-hr/Krstarenja-Hrvatska-Jadran
32. https://www.krenizdravo.rtl.hr/zdravlje/spolne-bolesti-zdravlje/sifilis-uzroci-simptomi-dijagnoza-i-lijecenje. (2.8.2017.)
33. https://www.putujsigurno.rs/vesti/otvara-se-prvi-seks-tematski-park-erotikaland-brazil (3.8.2017.)
34. https://www.staputovanja.com/sve-o-putovanjima/q/novosti/691/Hoce-li-seks-turizam-u-Tajlandu-biti-uskoro-zabranjen (5.4.2017.)
35. Juričić, A., Top svjetska odredišta za seks turizam. Dostupno na: http://www.novilist.hr/Zivot-i-stil/Top-svjetska-odredista-za-seks-turizam.
36. Kibicho, W.(2009), Sex Tourism in Africa: Kenya's Booming Industry, Ashgate Publishing Limited, Farnham.

37. Knežević, M., (2015.), Socijalni turizam kao socijalna i ekonomska kategorija – nekoliko elemenata razvoja, Acta Economica Et Turistica, Vol 1, No. 1., str. 59-76.
38. Knibiehler, Y.(2004), Seksualnost kroz povijest, AGM, Zagreb.
39. Kolarec, Đ.; Bego, A.(2008), Uzroci prostitucije i trgovanja ženama: rasprave u Hrvatskoj i svijetu, Centar za žene žrtve rata – Rosa, Zagreb.
40. Koncul, N. (2009.), Ekonomika i turizam, Mikrorad d.o.o., Zagreb
41. Kult portal, (2013.), Zanima li vas swingerstvo. Dostupno na: http://kult.com.hr/zanima-li-vas-swingerstvo/.
42. Kurtović, A. (1991.), Znanstveno istraživanje turističkog kriminaliteta. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, XXVIII/1-2, str. 292.
43. Kuvačić, I., (1976.), Ljudske potrebe i društvene vrijednosti, Revija za sociologiju 1976. god. VI. Br. 1. (ožujak): 7 – 15, Odsjek za sociologiju, Filozofski fakultet Zagreb, Zagreb.
44. Larsen, R. J. i Buss, D. M., (2008.), Psihologija ličnosti, Naklada Slap, Zagreb.
45. Masters,W. H., Johnson, V. E., Kolodny, R. C.(2006), Ljudska seksualnost, Naklada Slap, Jastrebarsko.
46. Matias, A., Nijkamp, P. i Romão, J. (2016.), Impact Assessment in Tourism Economics. Springer International Publishing, Switzerland.
47. McNair, B., (2004.), Striptiz kultura: Seks, mediji i demokratizacija žudnje, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb
48. Net.hr, (2010.), Naj destinacije za seks – turizam, nekad i sad. Dostupno na: http://net.hr/magazin/putovanja/naj-destinacije-za-seks-turizam-nekad-i-sad/. (3.8.2017.)
49. Net.hr. Siromašna očajna djeca prisiljena zadovoljavati seks-turiste. Dostupno na: http://net.hr/danas/svijet/potresan-dokumentarac-siromasna-ocajna-djeca-prisiljena-zadovoljavati-seks-turiste/
50. Petrić, L., (2003.), Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, Split.
51. Petrić, L., Ekonomika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
52. Pivac, S. (2010.), Statističke metode, Sveučilište u Splitu, Split.

53. Podnar, O., Sigmund Freud i njegove zablude: Ima li koristi od psihoanalize? Dostupno na: http://www.vasezdravlje.com/izdanje/clanak/1079/.

54. Policijska uprava primorsko – goranska, Sigurnost u turizmu. Dostupno na: http://visitlosinj.hr/Resources/attachmentsUpload/sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf

55. Rostuhar, D. Seks turizam na Tajlandu. Dostupno na: http://www.rostuhar.com/hrv/tajland.html.

56. Ryan, C., i Martin, A., (2001.), Tourist and strippers, Annals of Tourism Research, Elsevier Science Ltd., Grat Britain, Vol. 28, No. 1., str. 140 - 163.

57. Štifanić, M. (2002), Sociologija turizma, Adamić, Rijeka.

58. Štifanić, M., (2005.), Sociološki aspekti turizma, Društvena istraživanja Zagreb, Vol 14., Br. 4-5., str. 807-825.

59. Šuran, F., (2016.), Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup, Happy, obrt za pružanje usluga i izdavačku djelatnost

60. Territo, L., i Kirkham, G.(2010), International Sex Trafficking of Women & Children: Understanding the Global Epidemic, Looseleaf Law Publications, New York,

61. The most popular cuontries for sex tourism. Dostupno na: http://www.huffingtonpost.com/oyster/the-most-popular-countrie_b_8067520.html

62. UNWTO http://statistics.unwto.org/content/tsarmf2008

63. UNWTO. Dostupno na: https://www.colegio-humboldt.edu.mx/Munch2012/committees/wto.html (02.03.2017.)

64. Varga, M., (2011)., Upravljanje ljudskim potencijalima kroz motivaciju, Dostupno na: www.hrcak.srce.hr/file/106238

65. Večernji list, Ženski turizam sve popularniji. Dostupno na: http://www.urban-portal.info/turizam/world/3221-zenski-seks-turizam-sve-popularniji.

66. WTTC, Travel and tourism economic impact 2017 world. Dostupno na: https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf

67. Zelenika, R. (1998.), Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 3.izdanje.

68. Zorko, T., (2006.), Ženska prostitucija u Zagrebu između 1899. i 1934. godine, God. 38., br. 1., 1.- 372., Zagreb.
69. Ženska soba – centar za seksualna prava. Dostupno na: http://zenskasoba.hr/.

POPIS SLIKA,TABLICA I GRAFIKONA

Popis slika

Slika 1. Maslowljeva hijerarhija potreba.....17

Popis tablica

Tablica 1. Čimbenici aktivnosti u dokolici.....24

Tablica 2: Dob ispitanika.....61

Tablica 3: Spol ispitanika.....62

Tablica 4: Razina obrazovanja.....64

Tablica 5: Sadašnji status……..……65

Tablica 6: Upoznatost sa seks turizmom……...…….....66

Tablica 7: Legalne vrste seks turizma su opravdane kada je riječ o stjecanju seksualnog iskustva i zadovoljavanju seksualnih potreba……...…….67

Tablica 8: Korištenje usluga seks turizma……...……..68

Tablica 9: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi zapošljavanju……..71

Tablica 10: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi zapošljavanju…….…...72

Tablica 11: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi rastu GDP-a……..72

Tablica 12: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi rastu GDP-a……..72

Tablica 13: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam doprinosi razvoju pratećih djelatnosti……..…73

Tablica 14: Podaci o stavu da seks turizam doprinosi razvoju pratećih djelatnosti……..73

Tablica 15: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam doprinosi porastu troška zdravstvene zaštite lokalnog stanovništva u destinaciji……74

Tablica 16: Podaci o stavu da seks turizam doprinosi porastu troška zdravstvene zaštite lokalnog stanovništva u destinaciji……..74

Tablica 17: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji…..75

Tablica 18: Podaci o stavu da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji……...……..75

Tablica 19: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam generira porast prihoda i potrošnje lokalnog stanovništva……76

Tablica 20: Podaci o stavu da seks turizam generira porast prihoda i potrošnje lokalnog stanovništva……...76

Tablica 21: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da veći priliv seks turista dovodi do pritiska na porast cijena u destinaciji (inflacijskog pritiska).....76

Tablica 22: Podaci o stavu da veći priliv seks turista dovodi do pritiska na porast cijena u destinaciji (inflacijskog pritiska)……..…....77

Tablica 23: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi porastu ilegalnih aktivnosti (kriminalu, trgovini robljem, nasilju...).....78

Tablica 24: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi porastu ilegalnih aktivnosti (kriminalu, trgovini robljem, nasilju...).....78

Tablica 25: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam pridonosi useljavanju osoba sklonih kriminalu……...…79

Tablica 26: Podaci o stavu da seks turizam pridonosi useljavanju osoba sklonih kriminalu……79

Tablica 27: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam dovodi do porasta spolno prenosivih bolesti……..79

Tablica 28: Podaci o stavu da seks turizam dovodi do porasta spolno prenosivih bolesti……80

Tablica 29: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam stvara negativan imidž destinacije……..80

Tablica 30: Podaci o stavu da seks turizam stvara negativan imidž destinacije……80

Tablica 31: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam dovodi do osjećaja "manje vrijednosti" kod lokalnog stanovništva……..81

Tablica 32: Podaci o stavu da seks turizam dovodi do osjećaja "manje vrijednosti" kod lokalnog stanovništva……81

Tablica 33: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam doprinosi emigracijama rezidenata……...82

Tablica 34: Podaci o stavu da seks turizam doprinosi emigracijama rezidenata…….…..82

Tablica 35: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da seks turizam razara tradicionalne vrijednosti u lokalnoj zajednici…….….82

Tablica 36: Podaci o stavu da seks turizam razara tradicionalne vrijednosti u lokalnoj zajednici…….83

Tablica 37: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji……...84

Tablica 38: Podaci o stavu da bi legalizacija prostitucije i drugih oblika prodaje seksualnih usluga povećala ekonomske učinke seks turizma u destinaciji…….84

Tablica 39: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da je seks turizam negativna pojava u destinaciji…….……..85

Tablica 40: Podaci o stavu da je seks turizam negativna pojava u destinaciji.....85

Popis grafikona

Grafikon 1: Dob ispitanika……61

Grafikon 2: Spol ispitanika……62

Grafikon 3: Razina obrazovanja.....64

Grafikon 4: Sadašnji status……..…….…….65

Grafikon 5: Upoznatost sa seks turizmom……..……...66

Grafikon 6: Legalne vrste seks turizma su opravdane kada je riječ o stjecanju seksualnog iskustva i zadovoljavanju seksualnih potreba……68

Grafikon 7: Korištenje usluga seks turizma.....69

Grafikon 8: Najčešći motivi za konzumiranje seks turizma……..70

SAŽETAK

Ključne riječi: seks turizam, ekonomske posljedice, društvene posljedice, omladina

Glavni cilj diplomskog rada bio je provesti anketno ispitivanje i doznati stavove i mišljenja omladinske populacije o seks turizmu i njegovim ekonomskim i društvenim posljedicama u destinaciji. U teorijskom dijelu rada prikazana je povijest nastajanja seks turizma, objašnjene su legalne i ilegalne vrste seks turizma, te je dat prikaz njegovih ekonomskih i društvenih posljedica. Također, obrađen je pristup turizmu sa psihološke i sociološke strane, što je veoma bitno za shvaćanje seks turizma. U empirijskom dijelu rada prikazani su rezultati anketnog istraživanja koje je provednom među mladima putem Interneta. Rezultati istraživanja dali su prikaz traženih odgovora, odnosno na koji način mladi percipiraju seks turizam.

SUMMARY

Key words: sex tourism, economic impacts, social impacts, youth

The main aim of this thesis was to conduct research about attitudes and opinions of youth population about sex tourism, and its economic and social consequences in a destination. In the theoretical part of thesis history of occurrence of sex tourism, as its economic and social impacts is presented. Moreover, an approach to tourism from a psyhological and sociological point of view has been researched, which is very important for understanding sex tourism. In the empirical part of thesis an insight of results of research was given. Results of research gave an overview of how young people percieve sex tourism and its impacts.