

Glamping kao dio turističke ponude

Gambaletta, Debora

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:740254>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-05**



Repository / Repozitorij:

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



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

DEBORA GAMBALETTA

GLAMPING KAO DIO TURISTIČKE PONUDE

Diplomski rad

Pula, 2019.

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

DEBORA GAMBALETTA

GLAMPING KAO DIO TURISTIČKE PONUDE

Diplomski rad

JMBAG: 0303042849, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: doc.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Studentica

U Puli, rujan 2019. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

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

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

U Puli, rujan 2019.

Potpis

SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet, svrha i ciljevi istraživanja..... | 1 |
| 1.2. Metode istraživanja | 2 |
| 1.3. Kompozicija diplomskog rada..... | 2 |
| 2. KAMPING TURIZAM | 3 |
| 2.1. Osnovne pojmovne odrednice kamping turizma..... | 4 |
| 2.1.1. Povijesni razvoj kamping turizma | 5 |
| 2.1.2. Podjela kampova prema zakonskoj regulativi | 7 |
| 2.2. Kamping turizam kao dio Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine..... | 9 |
| 2.3. Mijenjanje trendova kamping turizma | 10 |
| 2.3.1. Trendovi kamping turizma „7RE-TRENDS“ i „NEO CAMPING“ | 12 |
| 2.3.2. Suvremeni trendovi u razvoju kamping proizvoda..... | 14 |
| 2.4. Preporuke konkurentnosti hrvatske kamping usluge | 17 |
| 3. SUVREMENI KAMPING TURIZAM - GLAMPING | 20 |
| 3.1. Osnovne pojmovne odrednice glamping turizma..... | 20 |
| 3.2. Glamping kao glamurozno kampiranje | 24 |
| 3.3. Trendovi glampinga u Europi..... | 27 |
| 4. POVIJESNI RAZVOJ GLAMPING TURIZMA | 30 |
| 4.1. Drevni luksuzni počeci glamping kampiranja..... | 30 |
| 4.2. Glamping turizam u 20. stoljeću – od otmjene rekreacije do glamuroznog kamping života | 32 |
| 4.3. Glamping suvremenog milenija – povratak luksuza | 33 |
| 4.4. Glamping kao izazov i perspektivan napredak zajednice | 36 |
| 5. GLAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ | 38 |
| 5.1. Aktualno stanje glamping turizma u Hrvatskoj..... | 38 |
| 5.2. Kampovi glamping turizma u Hrvatskoj | 40 |
| 5.3. SWOT analiza glamping turizma | 44 |
| 5.4. Kritički osvrt na glamping turizam..... | 46 |
| 6. ZAKLJUČAK | 48 |
| POPIS LITERATURE | 50 |
| POPIS SLIKA | 54 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| POPIS TABLICA | 54 |
| SAŽETAK | 55 |
| SUMMARY | 56 |

1. UVOD

Turizam, utemeljen na prirodi postaje sve popularniji; kampiranje kao posebna aktivnost na otvorenom u kojoj najčešće uživaju ljudi diljem svijeta.

Kamping turizam nastavio je poboljšavati svoju turističku ponudu, povećavajući razinu udobnosti gostiju, nudeći nekoliko razina sadržaja ili čak pružajući bogate sadržaje koji stvaraju odmarališnu atmosferu na otvorenom prostoru.

Kampiranje turistima nudi mogućnost interakcije s ljudima iz različitih zemalja, kultura i načina života koji imaju dvije zajedničke točke a to su sloboda te povezanost s prirodom.

1.1. Predmet, svrha i ciljevi istraživanja

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je novi razvijeni oblik kamping turizma pod nazivom glamping te njegov razvoj kao i samo djelovanje na turističkom tržištu. Glamping se u današnjici naziva i hotelsko iskustvo na otvorenom prostoru, uključujući, između ostalih smještajnih objekata kao što su kućice na drvetu ili pak igloo.

Svrha istraživanja ovog diplomskog rada je nagla potražnja za udobnošću te luksuzom, koja je dovela do rasta inovativnijeg turističkog proizvoda kao što je glamping. Teorijski gledano, tema glamping turizma nije se stigla obraditi koliko je u praksi već snažno primjenjiva kao hit među ponuđenim kamping uslugama. Javlja se snažna potražnja za smještajem, pa se tako elitni kampovi ubrzano infrastrukturiraju nudeći drugačije te inovativnije smještajne jedinice.

Prvenstveni cilj istraživanja diplomskog rada odnosi se na ukazivanje potrebe značajnog razvoja trendova glamping turizma te na podizanje svijesti mijenjanja trendova koje se događaju u suvremenom turizmu.

1.2. Metode istraživanja

U diplomskom radu korištene su različite znanstvene metode kao što su induktivno-deduktivna metoda, metoda deskripcije, metoda komparacije, metoda analize i sinteze, povijesna metoda te metoda klasifikacije.

Također, korišteni su i sekundarni izvori podataka kao što su stručne literature, knjige, znanstveni članci te ostali.

1.3. Kompozicija diplomskog rada

U uvodnom dijelu diplomskog rada predstavljeni su predmet, svrha, ciljevi i metode istraživanja te kompozicija.

Drugi dio diplomskog rada započinje sa osnovnim pojmovnim odrednicama kamping turizma kao i povijesni razvoj. Pokazuju se također i preporuke konkurentnosti kamping turizma u Hrvatskoj ali i značaj kamping turizma u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.

Predstavljeni i objašnjeni su trendovi u kamping turizmu od glampinga pa sve do gampinga. Trendovi u razvoju kamping turizma pomiču se u pravcu diferencijacije i pronalaženja novih tržišnih pozicija.

U trećem dijelu rada ističe se glamping kao glamurozno kampiranje te trendova koji se događaju na europskoj razini naročito u sjevernim dijelovima Europe, gdje se ističu najrangiranije glamping destinacije kao što su Velika Britanija ili pak Škotska. Zatim izdvojen je povijesni razvojni tijek glamping turizma.

Predzadnji dio diplomskoga rada započinje analizom aktualnog stanja glamping turizma od popisa glamping kampova u Hrvatskoj pa sve do SWOT analize te kritičkog osvrt.

Na kraju diplomskog rada iznesen je zaključak, prikaz korištene literature, popis slika i tablica te sadržaj cjelokupnog diplomskog rada.

2. KAMPING TURIZAM

Kamping turizam je oblik turizma u kojem turisti za smještaj i boravak odabiru kampove, odnosno uređeni prostor za šatore, kampere ili tende koji je smješten u prirodnom okruženju. Atraktivnost kamping turizma počiva na tome da je duboko uronjen u ruralni prostor te kao takav nudi prirodu kao atraktivnost.

Kampiranje je izvorno definirano kao boravak u kampu, a šator u prirodi je označavao jeftinu opciju smještaja za odmor. Danas se kampiranje veže za automobile, jer motorna vozila omogućuju ljudima da putuju i da nose opremu koja im je potrebna za kampiranje. Kampiranje je životni stil, te biti kampist znači biti slobodan, biti ekološki svjestan, boraviti u prirodi, družiti se s ljudima, biti pokretan i aktivan, stalno istraživati otkrivati nešto novo, ali pod uvjetom da se to ostvari bez odricanja od uobičajenih stečevina suvremenoga visokorazvijenog društva.

Kamping turizam se transformirao i poprimio neka drugačija obilježja, te simbolizira poseban svjetonazor i prelazi u kategoriju sve skupljeg odmora.

Stoga, kampiranje ima svoje korijene koji omogućuje nošenje ili voženje kuće u obliku rekreacijskih vozila kao što su karavani, kamperi, prikolice za šatore i motorna vozila. Kampiranje je postao rasprostranjen oblik odmor gdje su ljudi svoje rekreativno vozilo odvezli u prirodu kako bi tamo boravili i družili se¹.

Kamping turizmu ne pridaje se dovoljna pozornost njegovoj ključnoj ulozi u omasovljenju turističkih putovanja.

Stječe se dojam kao da se stalno zaboravlja da se čak trećina komercijalne turističke ponude u Europi nudi u kampovima, ali također se dešava i u Hrvatskoj gdje su ti kapaciteti drugi po zastupljenosti koji čine čak četvrtinu komercijalnih smještajnih kapaciteta. Također, zanemaruje se i izrazita postojanost kamping potražnje, koja se već desetljećima podjednako snažno i stalno prisutan segment na europskom turističkom tržištu. Posljednjih godina došlo je do povećane turističke potražnje za aktivnostima koje se temelje na aktivnosti u prirodi ili otvorenom².

Procjenjuje se da se 13 milijuna ljudi bavi kampiranjem širom svijeta. Uz sve veću potražnju, došlo je i do velikog izazova za infrastrukturu temeljenu na prirodi, kao što

¹ Čorak S., Mikačić V. (2006): „Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno“, str. 65

² Ibidem

su objekti za kampiranje za sve dobne skupine od pojedinaca pa do obitelji s djecom. Što se tiče Europe, europski kampovi apsorbiraju šestinu ukupne europske turističke potražnje na tržištu, dok Hrvatska tek samo četvrtinu. Ipak se u europskom turističkom tržištu kamping turizam nije svuda podjednako razvijen.

Kampiranju su skloniji Nizozemci, Danci, Francuzi, Norvežani te Nijemci. Najsnažnija emitivna tržišta kampiranja su Njemačka, Francuska i Nizozemska. Kamping ponuda najrazvijenija je u Francuskoj, Italiji, Velikoj Britaniji, Njemačkoj te Nizozemskoj.

2.1. Osnovne pojmovne odrednice kamping turizma

Povijesno, kamp je najprije označavao prostor na kojem su logovale rimske legije tijekom vojnih pohoda, pa je i sama riječ campus latinskog podrijetla znači ravnicu ili poljanu. Osnovno obilježje zadržali su i suvremeni kampovi, koji su dan danas smješteni u ravnici ili na planinskoj poljani.

Prema Eurostatu, kamp se definira kao kolektivnu vrstu smještaja u ograđenom prostoru za šatore, kamp prikolice i auto domove gdje se mogu pružati određene turističke usluge ³. U Republici Hrvatskoj prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN, br. 49/2003) definira se kampiranje kao boravak gosta pod šatorom, u kamp prikolici ili drugoj odgovarajućoj opremi za smještaj na otvorenom prostoru ⁴.

Osnovna razlika između kampova i ostalih smještajnih kapaciteta jest u tome što se za smještaj gostiju u kampovima koristi posebna oprema koju oni sami dopremaju sa sobom; dok se u drugim smještajnim jedinicama gosti smještaju u već izgrađene objekte u turističkim destinacijama.

Uobičajena kamperska oprema je šator, koji je prvobitni i najjednostavniji oblik smještaja, također može biti i posebno rekreacijsko vozilo koje osim za smještaj ima dodatnu opremu za boravak.

Prilikom definiranja kamping turizma važno je istaknuti njegove specifičnosti po kojima se razlikuje od ostalih vrsta odmora, a to su velika sloboda i pokretljivost kampista, zatim njegova sve veća uključenost u brojne aktivnosti te sadržaje u samoj

³ Ibidem, str. 66

⁴ Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN, br. 49/2003)

destinaciji ⁵. Kod kampista naglašena je socijalna dimenzija intenzivnoga međusobnog druženja. Bitno je naglasiti da je sve veća uključenost skupe i komforne kamperske opreme te vrhunske tehnologije kako bi mogli ponuditi suvremenom gostu najbolju turističku kamping ponudu.

2.1.1. Povijesni razvoj kamping turizma

Nedovoljno se ističe povijesna uloga koju je kampiranje imalo u omasovljenju turističkih putovanja u svijetu. Kampisti su zapravo bili prvi putnici koji su zbog rekreacije putovali na odmor u prirodu, pa su i dan danas upravo i ti koji najviše od ostalih motivirani željom za boravkom u prirodi.

Počeci odmorišnoga kampiranja počinju rane 1900-te godine te vezu se uz britansko otočje organizirano i prvo rekreacijsko kampiranje. Za organizaciju prvog rekreativnoga kampiranja zaslužan je Robert Baden-Powell koji je 1907. godine poveo dvadesetak mladih izviđača na višednevni izlet s noćenjem u šatorima na otoku Brownsea. Postavio je također i temelje izviđačkom pokretu ali i kampiranju; kao specifičnoj vrsti odmora pod šatorima u prirodi pri čemu je sam šator bio prva oprema koja se koristila u te svrhe.

Prvim osnivačem modernog odmorišnoga turističkoga kampiranja bio je Amerikanac Thomas Hiram Holding, koji je 1908. godine izdao Priručnik za kampiste, na osnovi svoga vlastitog iskustva kampiranja u školskim planinama. Zaslužan je i za osnivanje prve organizacije u svijetu koja je zastupala interese kampista i poticala takav način rekreacije ⁶.

Snažan poticaj razvoju kamping turizma dao je i razvoj biciklizma koji je također započeo 20. stoljeća, a poslije i sam razvoj automobilizma i motociklizma kao i pojava posebnih rekreacijskih vozila proizvedenih specijalno za kampiste.

Razvoj kamping turizma pridonijela je i pojava posebnih rekreacijskih vozila za kampiranje te sam razvoj kamperske opreme.

Uvidjevši sve nedostatke šatora kao prve kamperske opreme, kampisti počeli su koristiti i kamp prikolicu koja je bila pričvršćena za automobil; bile su bolje

⁵ Čorak S., Mikačić V. (2006): „Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno“, str. 68

⁶ Ibidem, str.69

opremljene, komfornije i udobnije od samih šatora. Na kamping turizam, također su pozitivno djelovale i razne kamperske organizacije i auto moto klubovi.

Od sredine 20. stoljeća slijedio je intenzivni razvoj suvremenoga masovnoga odmorišnog turizma, koji se oslanjao upravo na kamping turizmu. Kampiranje, nekada rezervirano samo za avanturiste i zaljubljenike u prirodu, postaje omiljen i širem društvu.

Glavna kamperska oprema bila je šator, koji je za cjenovne turiste vrlo prihvatljiva vrsta smještaja, gdje spadaju ponajviše mladi, brojne obitelji s malom djecom tj. turisti slabijeg materijalnog statusa.

Osim primarne želje za boravkom u prirodi, motivirao ih je i osjećaj slobode i nesputanosti te sama želja za druženjem, odnosno socijalna dimenzija ovakvog boravka.

Što se tiče Republike Hrvatske kamping turizam se počeo intenzivnije razvijati od sredine prošloga stoljeća. Prvi kampovi izgrađeni su još prije II. Svjetskog rata na otocima Rabu i Krku. Snažniji razvoj kampiranja započeo je nakon 1960-tih godina 20. stoljeća kada je se započeo intenzivni razvoj suvremenog turizma.

Začetnik kampiranja bilo je studentsko društvo AMD „Sveučilište“ koje je 1955. godine organiziralo prvi grupni izlet s kampiranje u okolicu rijeke Krke.

Zbog izuzetno povoljne cijene smještaja postalo veoma popularan način provođenja odmora također za domaće stanovništvo.

Već od 1960-tih godina hrvatski kampovi profilirali su se prema skupini naturaliste, što je u to doba bilo pomalo avangardno. Istarski kamp Koversada u Vrsaru bio je prvi u Europi koji je se javno deklarirao kao naturistički 1961. godine ⁷.

Zasigurno je upravo diversifikacija kamping ponude i usmjeravanje na specifične tržišne segmente uspjela dodatno pokrenuti kamping ovakav oblik kamping turizma. Dinamičan razvoj slijedio je u drugoj polovini 20. stoljeća, slijedeći dinamiku razvoja turizma u cijelo svijetu.

Danas je kampiranje u određenoj mjeri i u razvijenim turističkim zemljama prilično luksuzno gdje glavna vrsta smještaja postaje vrhunski dobro opremljena.

Kamping oprema je tehnički sve naprednija i sve skuplja, pokretne kućice i auto domovi postaju duži, širi i bolje opremljeni. Moderni kampist dovodi sa sobom

⁷ Ibidem, str. 72

vrhunsku tehnologiju, i dalje želi boraviti u prirodi, i to vrlo aktivno, te također traži kompleksne i raznovrsne programe boravka za sebe i za svakog člana svoje obitelji ⁸.

Kampistima u današnje vrijeme zasigurno nedostaje druženje, atmosfera opuštenosti te sloboda koja vlada u kampu. Kampisti pridaju veliku važnost ambijentu u kojem je kamp smješten. Glavni gosti kampova danas su zaljubljeni u prirodu, naturalisti te ekološki osviješteni gosti.

2.1.2. Podjela kampova prema zakonskoj regulativi

Kampovi se mogu razvrstati prema raznim kriterijima. Kampovi su ugostiteljski objekti za smještaj, te ih možemo razvrstati prema raznim kriterijima kao što su ⁹:

- u odnosu na "dress code", kampovi mogu biti naturistički ili tekstilni;
- u odnosu na lokaciju: planinski, gradski, morski, uz jezera, rijeke, itd. ;
- u odnosu na pretežitost klijentele: dječji, sportski, planinarski, obiteljski, seniorski;
- i druge vrste, u odnosu na druge kriterije.

Također, bitno je spomenuti da prema zakonskoj regulativi Republike Hrvatske prepoznaje slijedeće ¹⁰:

- kampove iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“;
- kampove u domaćinstvu;
- kampove u seljačkom domaćinstvu;
- privremeno – povremeno kampiralište.

Što se tiče kampova iz skupine "Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj" prema propisima, službeno se razvrstavaju prema vrsti usluga a to su ¹¹:

- kamp;
- kamp naselje;
- kampiralište;

⁸ Ibidem

⁹ Cvelić Bonifačić, J. (2011): „Kamping, Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma“, str. 25

¹⁰ Ibidem

¹¹ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN br. 85/2015)

- kamp odmorište.

Sljedeće usluge koje se mogu pružati u kampovima su ¹²:

- smještaj kampista na uređenom prostoru na otvorenome, uz korištenje pokretne opreme za kampiranje u posjedu gosta - šatori, kamp prikolice, pokretne kućice, auto dom i sl. ;
- smještaj u građevinama: kućica u kampu, bungalov ili sl. ;
- usluge prehrane, pića i napitaka;
- ostale usluge namijenjene turističkoj potrošnji - iznajmljivanje pokretne opreme za kampiranje: stolovi, stolice, vreće za spavanje, šatori, kamp prikolice, pokretne kućice, auto dom i sl. ;
- ostale usluge, uz uvjet da su za obavljanje istih ispunjeni uvjeti u skladu s pravilnikom i posebnim propisima koji se na te usluge primjenjuju.

Kamp je objekt u kojem se pružaju usluge smještaja na osnovnim smještajnim jedinicama nudi uslugu smještaja u građevinama tj. u bungalov, paviljon i te ostalo; zatim pruža usluge prehrane, pića i napitaka, te iznajmljuje pokretne opreme za kampiranje; stolova, stolica, vreća za spavanje, šatora, kamp prikolica (kamp kućica, karavan), pokretnih kućica (mobilhome), auto dom (kamper), glamping kućica, glamping opreme i slično ¹³.

Kada govorimo o kampu neke od obilježja su ¹⁴.

- kapacitet kampa mora biti veći od 10 smještajnih jedinica;
- najmanje 70% kapaciteta kampa treba biti u kamp mjestima ili parcelama (osnovne jedinice);
- najviše 30% smještajnih jedinica od ukupnog kapaciteta kampa može biti u građevinama;
- na najviše 30% osnovnih jedinica u kampu mogu biti pokretne kućice (mobilhome).

¹² Cvelić Bonifačić, J. (2011): „Kamping, Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma“, str. 26

¹³ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN br. 85/2015)

¹⁴ Cvelić Bonifačić, J. (2011): „Kamping, Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma“, str. 27

Za razliku od kampa, kamp naselje je kompleksnija vrsta smještaja koja podrazumijeva veći udio tzv. „čvrstog smještaja“ ; slijede neke obilježja ¹⁵:

- 60% ukupnog kapaciteta kamp naselja mora biti u kampu;
- 40% kapaciteta može biti u građevinama iz skupine “Hoteli”;
- kamp naselje mora imati jedinstvena ograda i njime smije poslovati jedan ugostitelj.

Kampiralište je vrsta objekta iz skupine "Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj" karakteristična je samo za Hrvatsku gdje je zbog velikog broja malih kampova koji ponekad ne udovoljavaju zahtjevima kategorije od dvije zvjezdice uvedena ova vrsta ¹⁶ . Najznačajnija obilježja ove vrste su ¹⁷:

- smještaj u kampiralištu dozvoljen je samo za goste s vlastitom kamp opremom;
- kampiralište može imati najviše 30 smještajnih jedinica;
- postojanje sanitarija za goste;
- usluge recepcije mogu biti na poziv i ostalo.

Preostala zadnja vrsta je kamp odmorilište tj. to je objekt u kojem ugostitelj pruža usluge kampiranja za kraći odmor gosta s vlastitom pokretnom opremom za kampiranje ¹⁸. Kamp odmorište ima smještajne jedinice tj. kamp mjesta i centralnu servisnu stanicu, a usluga recepcije pruža se na zahtjev gosta.

Ovakva vrsta namijenjena je prvenstveno auto domovima (kamperima).

Pružaju se usluge kampiranja za noćenje ili kraći odmor s vlastitom pokretnom opremom za kampiranje.

2.2. Kamping turizam kao dio Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine je krovni razvojni dokument koji daje putokaz za razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma u nadolazećem razdoblju.

¹⁵ Ibidem

¹⁶ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN br. 85/2015)

¹⁷ Ibidem, str. 28

¹⁸ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN br. 85/2015)

Podizanje konkurentnosti Hrvatske kao turističke destinacije podrazumijeva iskorak u kvaliteti ponude svih vrsta smještaja, a ponajviše u hotelima, kampova i kućanstava. Razvojni iskorak odnosi se na novu izgradnju i podizanje kvalitete postojeće turističke ponude. Komparativne prednosti kamping turizma Hrvatske su kvalitetna lokacija i netaknuti prirodni resursi te blizina emitivnih područja.

Povećanje kapaciteta postojećih kampova za 5 do 7% te izgradnja od 5 do 7 novih kampova srednje veličine kao i izgradnja oko 50 malih i/ili obiteljskih kampova ¹⁹. Ulaganja u kamp ponudu predviđa se do 2020 godine u iznosu od oko 400 milijuna eura²⁰, što podrazumijeva ulaganje u nove kampove (cca 170 milijuna eura), ali znatno više u podizanje kvalitete postojećih kampova (cca 230 milijuna eura) te unapređenje dodatnih sadržaja. Uz očekivano povećanje kvalitete i raznolikosti ponude kampova očekuje se da kampovi u 2020. godini mogu dostići bruto iskorištenost od 26%, odnosno dodatna 3 postotna boda više nego 2020. godine ²¹.

Važno je usmjeriti kamping ponudu prema razvoju tematiziranim malim kampovima kao što su boutique kampovi, obiteljski kampovi ili pak eko kampova.

Također važno je turističku ponudu usmjeriti prema specifičnim vrstama usluga; na način da se smanjiti trošak infrastrukturnog opremanja već postojećih urbaniziranih prostora. Kod povećanje kvalitete potrebno je uvesti proizvodnu diferencijaciju dok kod unapređenje promocije novi naglasak potrebno je na proizvodnom profiliranju te visokokvalitetnoj ponudi.

2.3. Mijenjanje trendova kamping turizma

U narednih godinama suvremeni turizam postaje životni stil neovisnih pojedinaca. Kretanje na kamping tržištu uz trendove zahtijevaju od kamping menadžmenta segmentaciju i diferencijaciju samog kamping tržišta.

Implementacija novih menadžerskih strategija nije moguća bez poznavanja i primjene novih trendova.

Poznavanje trendova znači stvaranje što inovativnijeg kamping proizvoda.

Inovativnost je rezultat kvalitete i izazov za uspješnost.

¹⁹ Strategija razvoja turizma Republike hrvatske do 2020 godine, dostupno na <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

²⁰ Ibidem

²¹ Ibidem

Inovativni kamping proizvod doprinosi konkurentnosti ukupnog kamping turizma u odnosu na ostale vrste smještaja, ali i konkurentnosti turističke destinacije.

Trendovi u razvoju kamping turizma pomiču se u pravcu diferencijacije i pronalaženja novih tržišnih pozicija.

Današnji kampisti su sve zahtjevniji te su bolje osviješteni s obzirom na prijašnje kampiste. Ovakvi kampisti boravak u kampu predstavlja kao „lifestyle“ tj. način života. Oni su obrazovniji, dobrostojeći te za kampiranje se odlučuju zbog:

- slobode odlučivanja, slobode odabira te slobode ponašanja
- doživljaja (avantura, nova iskustva, život s ljudima sličnih interesa...)
- promjene (život drugačiji od svakodnevnog, površnost, ležernost, opuštenost..)
- prirode (zvjezdano nebo, leptiri, miris trave, pucketanje vatre...)
- jednostavnosti (nekonvencionalnost, komunikacija, međuljudski odnosi...)

Nastale promjene na europskom kamping tržištu mogu se uočiti kroz promjenu stila kampiranja te također kroz implementaciju novih poslovnih modela.

Potrebno je naglasiti pojam „mobilhomizacija“ koja označava uvođenje sve većeg broja smještajnih jedinica s mobilnim kućicama kao što su bungalovi te ostale ²².

Europski turistički mega trendovi raspoznaju se u kamping turizmu na način kao što su ²³:

- globalizacija u kamping industriji donosi tehnološke promjene, liberalizaciju roba i usluga te povećanje mobilnosti. U europskom kamping, međutim, to može rezultirati izlaskom na svjetsko tržište i konkurentnošću s ostalim vrstama smještajnih objekata;
- demografske promjene do 2020. godine predviđaju više od 20% europske populacije starije od 65 godina, više slobodnog vremena i veću kupovnu moć. Turizam „sijede kose“ kao trend ima odgovor u održivom razvoju koji poštuje turizam prirodnih i društvenih resursa;
- dostupnost informacija omogućena je novim tehnologijama, poput Interneta, mobilnog telefona, GPS-a i digitalne televizije te je sve pristupačnija i transparentna širem krugu korisnika;

²² Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I.(2014) :„Menadžment promjena kamping turizma“ u „Suvremeni trendovi u turizmu“, str. 157

²³ ibidem

- personalizacija kao trend fokusira se na kreiranje kamping proizvoda za “osobu”, a ne za ciljne skupine, uz uspostavljanje suradnje među različitim nositeljima turističke ponude koji zajednički oblikuju vrijednosti i turistički doživljaj na lokalnoj i regionalnoj razini;
- održivost u vremenu klimatskih promjena, zagađenja čovjekove okoline, društvenog blagostanja i zahtjeva za odgovornim “konzumerizmom” postaje trend europskog turizma. Kamping turizam može ponuditi kvalitetan odgovor na ove trendove razvojem na izrazito održivi ekološki način. Inovativnost u ekologiji prepoznaje se kao izazov kamping turizma Europe;
- zdravlje i wellness postaju fokus europskog stanovništva kako u svakodnevnom životu, tako i kao rekreacijska aktivnost. Izazov kamping turizma predstavlja kreiranje takvih sadržaja i usluga koje će smanjiti sezonalnost, te kampove učiniti atraktivnima u cjelogodišnjem sustavu aktivnosti.

Turistički mega trendovi nas obavještavaju da je nužno oblikovati već postojeći turistički proizvod u što bolji, inovativniji, konkurentniji te drugačiji od ostalih koji će moći pratiti ne samo europske već i globalne trendove.

Jedan od mogućih strategija za napredak u kamping turizmu nalazi se u strategiji diferencijacije. Samo u inovacijama može se naći odgovor za nesigurnosti u okruženju te stalih promjenama na tržištu.

2.3.1. Trendovi kamping turizma „7RE-TRENDS“ i „NEO CAMPING“

Trendovi u razvoju kamping turizma pomiču se u pravcu diferencijacije te pronalaženja novih tržišnih pozicija. Ovo je doba prilagodbe, ali i pomlađivanja. Dva su nova i glavna prisutna trenda u razvoju kampinga a to su “7RE-TRENDS” te “NEO CAMPING”²⁴. Trend pod nazivom „7RE-TRENDS“ označava trend povratka određenim vrijednostima; sa druge strane trend „NEO-CAMPING“ koji naglašava trend razvoja novih vrsta te oblika kamping proizvoda.

Trendovi u okviru “7RE–TRENDS” u kamping proizvoda prikazani su u tablici 1.

²⁴ Ibidem, str.159

Tablica 1. 7RE–TRENDS” u kamping proizvoda

| | |
|-------------------------|---|
| REJUVENATION | ○ pomlađivanje kamping usluge, ali i pomlađivanje duha i tijela |
| REGENERATION | ○ obnova kamping uređaja i usluge, obnova tijela i duha |
| REFAMILYISATION | ○ kamping kao oblik povratka i zajedništva obitelji |
| RECONNECTION | ○ kamping kao način ponovne uspostave kontakta s bližnjima i prijateljima |
| REDISCOVERING | ○ ponovno pronađena ljepota kampiranja, ponovno pronađena vrijednost kampiranja |
| RETURN TO NATURE | ○ kamping kao oblik ponovnog velikog „povratka prirodi“ |
| RETURN TO LUXURY | ○ povratak komforu, aluzija na prvobitna putovanja bogatih po Europi |

Izvor: Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. Menadžment promjena kamping turizma, Suvremeni trendovi u turizmu, Pula, 2014.

Drugi spomenuti trend u razvoju kamping turizma „NEO-CAMPING“ koji implicira na „novi koncept kampa“ koji je usko povezan s održivim kamping turizmom.

Najnoviji mega trend pod nazivom „neoekologija“ te popularnost pokreta LOHAS tzv. “zeleni kupci“, koji sa sobom donose porast interesa za odmorom u prirodi kao što je kamping turizam.

Inovativni kamping menadžment treba voditi računa da će kamping druge i treće dekade ovog stoljeća obilježiti i slijedeće vrste diferenciranog kamping proizvoda ²⁵:

- glamping – uvođenje novih i inovativnih vrsta smještaja;
- camping as retreat – kamping kao utočište (bijeg od svakodnevnice);
- extreme camping – kamping kao adekvatna baza za bavljenje ekstremnim aktivnostima;
- cocooning camping – kamping kao potraga za toplom zaštitom od vanjskog nesigurnog okruženja;
- family togetherness – kamping kao idealan oblik odmora za cijelu obitelj;
- Garden Eden Camping – kamping kao ideja doživljaja “ rajskog vrta ” ;
- naturizam, LGBTIQ kampovi i seks kampovi – naturizam kao povratak prirodi, segmentirani kampovi za pojedine skupine istih seksualnih orijentacija ili seks kamping kao dio naturističkih kampova.

²⁵ Ibidem, str.160

Diferencijacija i specijalizacija kao posljedicu ima za razvoj usko segmentiranih kampova s visokim stupnjem specijalizacije opreme, uređaja i usluga, kao što su ²⁶:

- kampovi znanja – naglasak na usluge edukativnim sadržajima;
- eko kampovi – naglasak na usluge ekoloških sadržajima;
- dječji kampovi (mini, midi, teens) – kampovi s naglaskom na kamp aktivnosti socijalizacije i odgoja djece;
- muzički kampovi – festivalski i sl. – naglasak na sadržajima vezanim uz glazbene događaje ili edukaciju;
- tehnološki kamp – naglasak je na visoko tehnološkim uslugama;
- kamp za kućne ljubimce – naglasak na uslugama i komforu kućnih ljubimaca i vlasnika;
- sportski kampovi – specijalizacija za sportske sadržaje (fishing, diving, climbing i sl.);
- organski kampovi – naglasak na uzgoju organske hrane.

Kamping turizam postaje sve više privlačnim mladim generacijama.

Raznolikost se očituje u novim oblicima potražnje kao što je kamping za ljubitelje logorske vatre, kampovi s fantastičnim pogledima, kampovi u samoj šumi ili u blizini mora, javlja se također i luksuzni kamping na jezeru ili pak spavanje u retro karavanima. Očigledno je da sam kamping turizam treba „extreme make over“ koji će ga iz faze „hard camping“ pretvoriti u „soft camping“.

2.3.2. Suvremeni trendovi u razvoju kamping proizvoda

Među glavnim trendovima razvoja kamping turizma mogu se izdvajati: kamperizam, glamping, mobilne kućice te gamping.

Kada govorimo o kamperizmu, koji u pojmovnom smislu podrazumijeva odnose i pojave na putovanju vezane za auto domove tj. kampere.

Popularna noćenja izvan kampova kreirala su snažnu disproporciju u percepciji „kamperizma“ između kamping sektora, javnog sektora te vlasnika kampera odnosno

²⁶ Ibidem, str. 161

kamping gostiju ²⁷. Bitno je istaknuti nekoliko trendova u kamperskom turizmu kao što su ²⁸:

- „trend sive kose“- stariji korisnici kampera;
- povećana prodaja kampera;
- veća prodaja rabljenih kampera;
- lakša vozila;
- kvalitetniji uvjeti za kampere.

Potvrđuje se da je svakako kamper taj koji je unio revoluciju u kamping turizam, te je potrebno iz sadašnjeg stanja pretvoriti u šansu za razvoj novog kampinga kako za mnoge nerazvijene zemlje tako i za već postojeće turističke atrakcije i događaja u samom kampu.

Kamping je za mnoge najbolja aktivnost u prirodi, a za ostale ispada da je neugodno iskustvo. Turistička industrija se dosjetila kako u prirodi, na otvorenom prostoru stvoriti ugodan, komforan i vrhunski dizajniran boravak.

Riječ glamping dolazi od riječi glamorozno i kamping, te podrazumijeva luksuzno kampiranje ²⁹. Također ga nazivaju i kampiranja s pet zvjezdica. Za razliku od malih, praktičnih, ali neudobnih šatora, ovakav trend povezuje luksuzne šatore koji su opremljeni kao hotelski apartmani.

Ovakav vrsta šatora nalaze se na veoma atraktivnim lokacijama te zauzimaju prosječno više mjesta od ostalih smještajnih jedinica. Može se istaknuti da je ovakav trend namijenjen gostima koji su od „dubljeg džepa“.

Trend iznajmljivanja ovakve vrste luksuznog smještaja raširio se Amerikom te se nadalje sve više siri po cijelom svijetu.

Glamping postaje sinonim za luksuzni smještaj koji nije nužno, ali je najčešće u obliku šatora.

Dakako u Francuskoj, Velikoj Britaniji te u Italiji je veoma poznat trend koji se jako dobro uključuje u ponuđene smještajne jedinice.

Glamping je sve popularniji upravo zbog neobičnog spoja ekstravagancije smještaja u kvaliteti pet zvjezdica.

²⁷ Ibidem, str. 162

²⁸ Ibidem

²⁹ Ibidem, str. 163

Ovakav trend predstavlja baš suprotnost u samoj ideji kampiranja, u stanju je privući novo tržište, goste koji žude za komforom te glamurom.

Prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine "Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj" mobilne kućice spadaju u pokretu opremu za kampiranje, no zbog svojeg specifičnog izgleda, veličine i komfora doživljavaju se kao "čvrsti objekti".

Bitno je istaknuti da je pomičnost jedna velika značajna razlika mobilnih kućica u odnosu na montažne kuće.

Pomičnost znači trajnu prisutnost kotača te „povremeno“ kretanje po tlu kako bi se kućica u bilo kojem trenutku mogla premjestiti s jednog mjesta na drugog.

Mobilne kućice postale su snažan čimbenik konkurentnosti kampa a to su ³⁰:

- kvaliteta- mobilne kućice nude komfor, kvalitetan smještaj apartmanskog tipa i dodatnu intimu;
- financije- rok povrata investicije je kratak te se pokazuje da je prihod po smještajnoj jedinici u kampu značajno viši kada je na toj smještajnoj jedinici mobilna kućica u odnosu na ostalu pokretnu kamping opremu;
- marketing- gosti mobilnih kućica nisu više isključivo kamping gosti. Tržište za mobilne kućice u kampovima nalazi se među hotelskim, apartmanskim gostima i gostima turističkih naselja;
- tehnologija- industrija mobilnih kućica u naglom je zamahu. Proizvodi koji dolaze na tržište sve si sofisticiraniji, prostraniji i komforniji.

Vidljivo je da mobilne kućice počinju nalikovati na klasičnim kućama, te se na takav način razvijaju specijalni modeli poput „codo“ modela ³¹.

Očekuje se svakako rast i daljnji razvoj mobilnih kućica na samom tržištu.

Javljuju se i koncepti rezidencijalnih mobilnih kućica, koje je potrebno posebno razmatrati kao novom modelu stanovanja, koji spada zasigurno u klasični ugostiteljski objekt.

Jedan najnoviji trendova koji se u posljednjih par godina razvija u kamping turizmu je gamping koji dolazi od riječi garden i camping, koji se odnosi na kampiranje u nečijem vrtu. Razvijen je na temeljima koncepta AirBnB-a.

³⁰ Ibidem, str. 164

³¹ Ibidem

Ovakav trend se oslanja na turističku ponudu lokalnog stanovništva da ugosti kampiste u vlastitom vrtu ³². Trend je još uvijek relativno neistražen na globalnoj razini. Web stranica [gamping.com](https://www.gamping.com) osnovana je u Francuskoj 2013. godine kako bi omogućila kampistima da pronađu što jeftini i privatni kamping smještaj diljem svijeta. Potrebno je zasigurno istražiti ovakav trend te vidjeti dali je uspjeti prevladati ostalu tržišnu konkurenciju.

Zaključno može se reći da očekivanja gostiju postaju sve individualnija.

Menadžment svakih kampa ni u kojem slučaju ne smiju ignorirati tijekom događanja.

Svaki kamp je u izravnoj konkurenciji sa svim ostalim oblicima turizma te se sukladno tome mora i prilagođavati. Postoje najmanje dva temeljna usmjerenja ³³.

Jedan se odnosi na kampiste kao ljubitelje prirode, dok drugi se usmjerava na odnose na komfornog kampiranja. Važno je spomenuti profiliranost i specijaliziranost.³⁴ Sve važniji postaju i doživljaj te uživanje tu se može istaknuti sam glamping turizam kao suvremeni kamping smještaj.

2.4. Preporuke konkurentnosti hrvatske kamping usluge

Menadžment konkurentnosti kamping turizma suočava se brojnim izazovima daljeg razvoja kamping turizma kako u svijetu pa tako i u Hrvatskoj. Značajno je graditi konkurentnost prema „bottom up“ principu.

Naglasiti treba da je kamping turizam važan dio hrvatskog turizma.

Potrebno je donositi kvalitetne smjernice, preporuke i mjere za postizanje konkurentnih ciljeva u razvoju hrvatskog kamping turizma prije svega kao signal okruženju, državnim i ostalim institucijama. U nastavku slijede preporuke za unaprijeđenije hrvatskog kampinga koje bi bile poželjne provesti ³⁵:

- mjere za povećanje kvalitete;
- mjere za bolji tržišni miks;
- mjere za pojačano investiranje i ulaganje u razvoj kampova;
- mjere za unaprijeđenije kamping edukacije;

³² Gamping(2019), dostupno na <https://www.gamping.com/>

³³ Nitschke H. (2011) : „Kamp budućnosti“, str. 187

³⁴ Ibidem

³⁵ Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. (2014) : „Menadžment promjena kamping turizma“ u „Suvremeni trendovi u turizmu“, str. 165

- mjere za unaprjeđenje kamping organizacije.

Nabrojanim mjerama u dugoročnom razdoblju otklanjaju se slabosti hrvatskog kampinga, te se stvaraju konkurentske prednosti kojima se omogućava upotreba snaga te korištenje prilika. Hrvatski kamping ima velike šanse postati najkonkurentniji kamping proizvod na Mediteranu.

Menadžment promjena u kamping turizmu podrazumijeva implementaciju strategije diferenciranja kroz razvoj novih i inovativnih poslovnih modela u izgradnji konkurentne kamping usluge.

Prema izloženim prijašnjih mjerama, hrvatski kamping može dostići slijedeće strateške ciljeve ³⁶:

- povećati popunjenost kapaciteta u postojećim kampovima na najmanje 80 dana;
- povećati kvalitetu kampova- više od 60% kampova može biti u kvaliteti tri + zvjezdice;
- povećati kapacitete za 20% u postojećim i novim kampovima, kamp naseljima i odmorištima, kampovima u domaćinstvu i selačkom domaćinstvu;
- povećati udio u europskim kamping noćenjima na najmanje 7% (i doseći brojku od 26,8 milijuna noćenja)
- diferencirati kamping ponudu- transformacija kampova u kamp naselja -resorte sa svim smještajnim oblicima, transformacija kampova u domaćinstvu u butik kampove;
- stvoriti sustav malih obiteljskih i butik kampova, podići kvalitetu i kategoriju kampova u domaćinstvu te povećati njihov kapacitet konkurentnosti i uspješnost;
- stvoriti mrežu kamp odmaralište (posebice u unutrašnjosti) i uz auto ceste;
- stvoriti sustav novih kampova uz gradove, nacionalne parkove i druge prirodne i kulturne atrakcije;
- omogućiti eko, etno, ruralne i druge selektivne oblike kampova;
- povećati zaposlenost u kampingu;
- kroz povećanu kvalitetu, povećati konkurentnost hrvatskog kampinga na Mediteranu;

³⁶ Ibidem, str. 166

- povećati poslovnu uspješnost i time doprinijeti ukupnom hrvatskom gospodarstvu.

Ne postoji točna i pouzdana evidencija poslovanja kampova u Hrvatskoj tj. u domaćinstvu niti kampova u seoskom domaćinstvu; također ne postoji ni sustavno praćenje poslovanja svih kampova u Hrvatskoj.

3. SUVREMENI KAMPING TURIZAM – GLAMPING

Glamping turizam predstavlja inovativni i suvremeni te luksuzni oblik kamping smještaja. Tretira se kao „novotarija u turističkoj ponudi“³⁷ koju zbog specifičnosti turističke usluge za sada nudi vrlo malo zemalja u svojoj turističkoj ponudi.

Mnogi turisti još uvijek nisu sigurni u značenje ovog inovativnog, elitnog i selektivnog oblika turizma, ali oni koji su konzumirali glamping turizam kao turistički proizvod, doživjeli su nezaboravno turističko iskustvo.

Iako još uvijek nepoznanica kao pojam među općenitom skupinom turista, glamping turizam je suvremeni luksuzni hit i specifična inovacija suvremenog turizma u ponudi za kojim sve više raste potražnja.

Po svom strukturnom sastavu i značenju glamping turizam ima obilježja temeljnog kamping turizma i odvija se u kampovima kao smještajnim kapacitetima, samo što je ova sub specijalizacijska vrsta turizma podignuta na jednu višu, elitnu razinu kampinga čiji standardi ponude zahtijevaju visoku kvalitetu usluge i predstavlja putovanje i turistički smještaj karakteriziran glamurom, luksuzom, specifičnim turističkim uslugama u ponudi unutar ove vrste inovativnog selektivnog turizma. Kao takav je postao u vrlo kratkom roku otkad je nastao sinonim za luksuznu kvalitetu kamping turizma te je specifičnost ove turističke usluge da ju mogu ponuditi samo najbolje opremljeni kampovi kao smještajni kapaciteti.

3.1. Osnovne pojmovne odrednice glamping turizma

Glamping turizam ili elitni kamping, predstavlja inovativnu vrstu kamping turizma, odnosno spoja luksuznog i glamuroznog kampinga. Kao takav, definira se kao inovativna vrsta turističkog putovanja opisanog kao glamurozno kampiranje³⁸, od kojeg je i izraz „glampiranje“ nastao.

Ova inovativna vrsta turizma u vrlo kratkom vremenu je postala vrlo specifična turistička usluga namijenjena specifičnoj i ciljanoj skupini kamping turista te je postala sinonim visoke kvalitete ponude kamping usluge koju za sada, kao smještajni

³⁷ Travel Advisor (2019), dostupno na <https://www.travel-advisor.eu/glamping/>

³⁸ Cvečić Bonifačić, J. et. al. (2017): Glamping – creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities, ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 4, str. 101

kapaciteti, nude samo najbolji kampovi. Glamping turizam je kao inovativna i selektivna vrsta turizma turistima još uvijek nepoznanica, a i vrlo je malo znanstvene literature ponuđeno i obrađeno po tom pitanju.

Glamping turizam je „novotarija“ kamping turizma ³⁹ te inovativna ponuda luksuznog kamping smještaja kojeg progresivno u praksi nude samo najbolje pozicionirani kampovi. Ova inovativna turistička usluga se toliko snažno i rapidno razvila da ju teorijski nije još stigla obraditi ni stručna turistička znanstvena teorija, a u praksi je već snažno primjenjiv kao hit među kamping uslugama, za kojim se javlja snažna potražnja za smještajem, pa elitni kampovi ubrzano mijenjaju postojeću infrastrukturu i nude ovakve smještajne kapacitete.

Mnogi autori su dali suvremenu definiciju glamping turizma, a Vrtodušić Hegedušić te ostali suradnici ⁴⁰ su iste definicije objedinili u svom znanstvenom prikazu glamping turizma u tablici 2.

Tablica 2. Definicije glamping turizma

| Autor, godina | Definicija | Ključne riječi |
|-----------------------------|---|--|
| Cambridge Dictionary, 2017. | Vrsta kampinga koji je mnogo ugodniji i luksuzniji od klasičnog kampinga. | Komfor, luksuz |
| Leci Sakačova, 2013. | Glamping je luksuzni kamping smješten u izvanrednom prirodnom okruženju. Karakterizira ga komfor i visokokvalitetne usluge, koje uključuju mogućnost primjene avanturističkih aktivnosti, konzumaciju dobre hrane i ukusnih pića. Predstavlja sredstvo bijega i odmora u ekološkom prijateljskom okruženju. | Luksuzno kampiranje, prirodno okruženje, komfor, visokokvalitetne usluge, avanturističke aktivnosti, ukusna hrana, ukusna pića, bijeg, odmor, ekološko okruženje |
| Guardian, 2017. | Neobična kombinacija ekstravagancije smještaja sa kvalitetom od pet zvjezdica sa mirom okruženja divljine prirode. | Ekstravagancija, smještaj s pet zvjezdica, mir, divljina |
| Glamping.com, 2019. | Sinonim za luksuzni smještaj pretežito u šatorima, ali također uključuje brojne inovativne oblike smještaja, kao što su jurte, kućice na drvu i mobilne kućice. | Luksuzni smještaj, inovativni oblici smještaja |

³⁹ Travel Advisor (2019): <https://www.travel-advisor.eu/glamping/>

⁴⁰ Hrgović Vrtodušić, A. et. al.(2018) : Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomski misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 625

| | | |
|------------------------------------|---|--|
| Cvelić Bonifačić & Milohnić, 2014. | Glamping, kao trend neo – komfora, snažno karakterizira obilježje da se kamping vraća u fokus turizma u obliku suvremenog, luksuznog kampiranja: na tržištu ima ulogu novog turističkog šampiona i snažnog promotora inovativnog kamping turizma. | Trend neo – komfora, luksuzni oblik kampiranja, kombinacija kampiranja i hotela |
| Brochado & Pereira, 2017. | Nudi jedinstveno iskustvo života u luksuznom kampiranju, „glamurozni dodir komfora i intime“ te apsolutno jedinstven mjesto sa mnogo detalja. | Jedinstveno iskustvo, luksuzni kamping, glamurozni dodir, komfor, intima, jedinstveno mjesto |
| Ahn & Lee, 2015. | Percipira se divotom kao savršena kombinacija prirode i luksuza, ali se isto kritizira zbog umanjenja autentičnih vrijednosti tradicionalnog kampiranja. | Kombinacija prirode i luksuza, umanjenje autentičnih vrijednosti tradicionalnog kampinga |

Izvor: Vrtodušić Hegedušić i suradnici, 2018, str. 625

Kao pojavni oblik, glamping turizam je svakom turistu na prvi dojam spoj nemogućeg glamurnog i luksuznog odmora u obliku kampiranja, a malo je smještajnih kapaciteta koji ga uopće nude jer je to suvremena i inovativna turistička ponuda prepoznata kao hit za kojom postoji velika potražnja.

Dakle, glamping predstavlja spoj luksuznog odmora i glamura visoke kvalitete u obliku kampinga gdje se javlja velik interes turista za ovakvim oblikom odmora. Ovakav način kampiranja predstavlja kombinaciju luksuza i boravka u prirodi ⁴¹.

U svijetu je popularan zadnjih nekoliko godina, iako svoje luksuzne početke temelji još u drevnoj povijesti smještaja na putovanju bogatih naroda.

Konačno, glamping predstavlja spoj glamura i kampiranja, od kojeg je i sam izraz „glampiranja“ i nastao.

Budući da je postao progresivan turistički hit među ponudom selektivnih oblika turizma, sve je veći interes i broj turista koji biraju ovakvu vrstu odmora.

Glamping turizam istim turistima omogućava potpuno opuštanje i luksuznu vrstu odmora prirodi jer omogućava potpuni odmor i bijeg iz urbanog okruženja a opet sav potreban komfor koji pružaju ovakvi luksuzni šatori ⁴².

⁴¹ Travel Advisor (2019): <https://www.travel-advisor.eu/glamping/>

⁴² Ibidem

Konkretno, kod glamping turizma se radi o boravku turista u kvalitetnom kampu i samom šatoru, ali u osnovi kamping smještaja toga šatora je materijalna turistička ponuda istoga opremljena opremom poput luksuznog apartmana koji nudi sve smještajne turističke usluge kao što su: sanitarni čvor, luksuzno opremljenu mini kuhinju, spavaći i dnevni prostor, ispred šatora trijem s luksuznim ležaljka, a od sitnije turističke opreme nudi luksuzna električna kuhala za vodu, sušila za kosu, klima uređaj te TV (Slika 1.).

Stoga se i kaže da to i nije klasičan odmor u šatoru koji se turističkim jezikom naziva kamping, već luksuzan odmor u šatoru, koji je i kao takav nazvan glamping.

Turistička ponuda glamping u svijetu, Europi i Hrvatskoj je još uvijek suvremena inovacija pa je kao takva oskudna i nude ju samo najbolji kampovi.

U smislu kvalitete, ova turistička usluga je raznovrsna koja se proteže od stvarno luksuznih šatora koji su bolje opremljeni od apartmana u hotelima, preko nešto slabije uređenih šatora koji pružaju sve potrebno ali možda nisu toliku luksuzni no nalaze se na sjajnim lokacijama, pa do tek do nešto uređenijih šatora ⁴³.

Slika 1. Izgled glamping šatora



Izvor: licencirane fotografije; <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/sto-je-to-glamping-i-zasto-je-toliko-vazan-za-hrvatski-turizam-20160812>, pristupljeno 01.06.2019.

Ovakva ponuda luksuznog odmora je u posljednje vrijeme sve interesantnija turistima od samog klasičnog kampiranja te je interes za ovakvim luksuznim odmorom u kratkom vremenom progresivan i rapidan, a ponuda je još uvijek oskudna, iako je

⁴³ Ibidem

prepoznata kao značajna u obliku turističke potražnje, pa mnogi kvalitetni kampovi sve više nude ovu specifičnu turističku uslugu.

U glamping turizmu se radi o redizajniranom turističkom proizvodu klasičnog kampinga, kojim se kreira novi turistički trend i koncept neo – komfora ⁴⁴.

Glamping tako nudi specifične smještajne atribute.

Ovaj oblik smještaja turisti doživljavaju kao luksuzan smještaj u šatoru i u prirodi koji je opremljen svom potrebnom opremom da bi se turistu boravak učinio maksimalno glamuroznim, kvalitetnim i luksuznim, a baziran je na klasičnom smještaju kampinga u šatoru.

Stoga su glavne odrednice glamping smještaja vrhunska oprema i uređaji visoke kvalitete u luksuznim šatorima koji obuhvaćaju visokokvalitetne usluge u prirodnom okruženju⁴⁵. Glamping turizam za sada teorijski obrađuju samo stručni turistički eksperti jer je u suvremenim trendovima turističke potražnje za kamping turizmom postao je samo koncept suvremenog životnog stila.

Ovi trendovi su redizajnirali klasičnu turistički ponudu kampinga pretvarajući ga u inovativan i suvremen smještaj opremljen visokokvalitetnim uslugama u kampiranju, donoseći tako sa sobom turističku simbiozu kamping turizma i luksuznog odmora.

3.2. Glamping kao glamurozno kampiranje

Glamping je spoj glamura, luksuza i kampiranja te elitna vrsta kamping turizma za kojim su posljednjih godina brojni turisti iskazali veliki interes te masovno potražuju ove specifične kamping usluge.

Ovaj inovativni koncept kamping smještaja dao je smjer novim razvojnim turističkim strategijama u razvoju kamping turizma ⁴⁶, gdje se i samim kampovima osnažuje konkurentnost i kvaliteta usluge. Glamping turizam kao glamurozno kampiranje nudi glamurozan odmor u prirodi, uz dostupne visokokvalitetne turističke usluge i luksuzan smještaj u samom šatoru. U glamping turizmu se smještajni kapaciteti mogu javiti u obliku šatora kamp kućice, vile ili kućice na drvu, jedini je uvjet da je objekt smješten

⁴⁴ Hrgović Vrtodušić, A. et. al.(2018) : Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomska misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 621

⁴⁵ Ibidem

⁴⁶ Ibidem

u kampu i luksuzno opremljen. Na taj način glamping turizam pruža mogućnost doživljaja velikog turističkog luksuznog ugođaja u prirodi i na velikom prostoru bez žrtvovanja vlastitog luksuza ⁴⁷.

Za ovakvim oblikom turističkog provoda su turisti doslovno poludjeli jer se kombinira boravak u prirodi i luksuzni smještaj.

Ovaj način kampiranja, kao kombinacija luksuza i boravka u prirodi pruža turistima potpuni odmor, zabavu i rasonodu u zdravoj i lijepoj prirodi na otvorenom prostoru uz more, a velik interes i potražnju turista za ovom vrstom turizma nastao je iz potrebe bijega istih iz velikih urbanih središta u srce same prirode i mora, gdje se u smještajnom kapacitetu dobiva luksuzna turistička usluga, a luksuzan komfor ne iziskuje osobnu potrošnju turista, već im to pruža sami šator gdje su smješteni.

Ovaj trend u suvremeno doba se razvio posljednje desetljeće u SAD-u i drugim dijelovima američkog kontinenta gdje je danas poprilično razvijen. Posljednjih deset godina se također ukorijenio i razvio u Europi, naročito u sjevernim dijelovima, pa se kao top glamping destinacije Europe danas mogu navesti Velika Britanija i Škotska. Tako je u samoj Velikoj Britaniji 2014. godine došlo do imenovanja najboljih glamping destinacija, kojima se dodijelila nagrada Great outdoor accomodation. Tako je engleski časopis The Guardian naveo sljedeće najbolje glamping destinacije: ⁴⁸

- Vanellus, Elmley national nature reserve, Isle of Sheppey, Kent - gdje ponuda od dva noćenja kreće od 180 funta,
- The Cabin at Nant yr Onnen, near Llandovery, Wales – gdje noćenje košta 85 funti,
- Circus wagon, near Llangrannog, Ceredigion, Wales - gdje noćenje košta 179 funti,
- Heather Hut, Hesleyside Huts, Bellingham, Northumberland - gdje dva noćenja koštaju 150 funti,
- The Roundhouse, Somerset – gdje noćenje košta 41 funta sa rezervacijom za minimalno tri noćenja.

⁴⁷ Glamping.com (2019): What is glamping, dostupno na <http://www.glamping.com/what-is-glamping.html>

⁴⁸ The Guardian (2014): Top 10 winter camping glamping breaks UK, dostupno na <http://www.theguardian.com/travel/2014/nov/26/top-10-winter-camping-glamping-breaks-uk>

Šatori, kućice na drveću i mobilne kućice su statični oblik smještaja u glamping turizmu, pod uvjetom da su luksuzno opremljene.

Osim takvih smještajnih kapaciteta, glamping turizam nudi i dinamične smještajne kapacitete, poput moderno i luksuzno opremljenih kamp kućica i kampera koji turistima omogućuju slobodu kretanja.

Cijena takvih mobilnih glamping smještajnih kapaciteta toliko je luksuzno opremljena da smještaj doseže razinu boravka i do pola milijuna eura.

Kao glamurozno kampiranje, glamping nudi mogućnost spavanja u šatoru, na prirodnoj lokaciji u kampu, uz osjećaj luksuza i glamura.

Glamur se očituje u luksuznom načinu opremljenog prostora koji je isti kao u hotelskoj sobi ili luksuznom apartmanu.

Prostor je opremljen visokokvalitetnom turističkom opremom, u svakom trenutku turist može izaći u prirodu i ući u šator ili sličan objekt, prostor je klimatiziran, a i iz zatvorenog prostora turisti uživaju u pogledu na more ili mogu ispred glamping šatora uživati na luksuznim ležaljka.

Glamur tako u glamping turizmu tako predstavlja fuziju dva koncepta tj. kampinga i glamura, koji je razvio novi konceptualni turistički trend gdje turistima umjesto neudobnih šatora pruža luksuzan smještaj visoke kvalitete.

Glamur se u ovom turističkom obliku očituje u boravku u divljoj prirodi, ali u luksuzno opremljenom šatoru, u klimatizacijskim uvjetima, sa kuhinjom, TV-om, Internetom i svom dostupnom modernom komunikacijskom tehnologijom.

Budući da je ovo najnoviji i inovativni oblik turizma, u ponudi još uvijek nema dovoljno smještajnih kapaciteta koji bi zadovoljili turističku potražnju za njima, a potražnja je povećana jer je ovakav smještaj popularan, interesantan, luksuzan i sa visokim stupnjem kvalitete.

Glamping turizam kao glamurozno kampiranje ima veliki potencijal razvoja već sada, te ga primjenjuju visokokvalitetno opremljeni kampovi.

Nedostatak je ove inovacije što ona nije još ućinke prepoznata od određenih zainteresiranih ciljanih skupina koji uopće niti ne znaju da ovakav oblik turizma postoji, pa glamping turizam danas još uvijek nudi samo najrazvijenije svjetske destinacije.

Smještajni kapaciteti glamping turizma su stacionirani u posebnim prirodnim zonama sa širokim prostorom i luksuznom opremom, potpuno namještenom kuhinjom i terasom, tako da turisti dobivaju luksuz smještaja kao u hotelu te mogu ograničiti svoju turističku potrošnju koja nastaje kao kod klasičnog kamping turizma. Stoga je glamping i glamurozno kampiranje, jer nudi fuziju luksuza u divljoj prirodi, što je od neprocjenjive nematerijalne vrijednosti.

3.3. Trendovi glampinga u Europi

Glamping u Europi je započeo potaknut progresivnim napretkom glampinga u SAD-u, a prve destinacije koje su u Europi započele sa primjenom glampinga su Škotska, Irska i Velika Britanija.

Preciznije, početke glampinga u Europi započeli su studenti navedenih zemalja koji su tražili luksuzan odmor u prirodi u području sjeverne Europe.

Ovi studenti bili su potaknuti povijesnim putovanjem znanstvenika poznatim pod nazivom „Wonderwogel“ u srednjem vijeku koji su htjeli tada luksuzan odmor u prirodi.

U Europi danas postoji 39 glamping kampova koji nude glamping usluge boravka u glamping šatorima. Ovaj turistički oblik je u europskim kampovima atraktivan u ljetnim mjesecima, osobito iz razloga jer ih kampovi nude po jeftinijim cijenama u formiranom paket aranžmanu, za razliku od drugih zemalja gdje su cijene više i organizacija dolaska mora biti u vlastitom aranžmanu.

Ovdje veliku ulogu imaju turoperatori koji uvelike olakšavaju organizaciju putovanja glamping turistima, pa su standardi glamping usluga u Europi na visokokvalitetnoj razini.

Glamping je u Europi dodatno potaknut željama obitelji koji borave u njima da sebi i svojoj djeci pruže luksuzan smještaj i odmor u prirodi od klasičnog kampiranja te da steknu nezaboravno turističko iskustvo luksuznog boravka u prirodi.

Stoga kampovi u Europi pružaju glamping usluge na tako visokoj razini koje su i više od standardnih ponuda glampinga u drugim zemljama.

U Europi se najviše glamping isti u velikoj Britaniji u ruralnim dijelovima na farmama i imanjima, a razloge je takvog smještaja glampinga u unutrašnjosti jer je u Velikoj

Bretanji teško dobiti dozvolu za bilo kakve privatne preinake u tim krajolicima, osobito uz obalu.

Zadnjih godina su u Europi tj. Njemačka i Austrija prepoznale prednosti i interes za glamping te kontinuirano i progresivno iz godine u godinu bilježe porast boravaka i noćenja turista u glamping smještajnim objektima.

Ove zemlje, osim ostvarenja turističke profitabilnosti, u pružanju glamping usluga ostvaruju visoku ekološku svijest u smislu brige o okolišu te primjenjuju društveno odgovorno poslovanje u obliku uštede energetske resursa, primjene energetske učinkovitosti i načinom dizajna glamping objekata koji su dizajnirani na ekološki način. Sve je to odlučujuće za turiste da u ovim zemljama rezerviraju svoj odmor.

U SAD-u u je trend glampinga snažno razvijen i popularan već 10 godina te se ova zemlja smatra začetnikom razvoja glampinga.

Turistička ponuda glampinga razvijena u svim većim gradovima američke obale i potražnja za glamping uslugama je toliko velika da doprinosi velikom udjelu turističkog prometa SAD-a.

U Africi se glamping usluge nude u razvijanim gradovima koji imaju sagrađene safarije. Afrika je prepoznala kao perspektivan oblik turizma pa se u svim safari parkovima grade glamping infrastrukturni objekti, odnosno šatori sa luksuznom opremom i smještajem, gdje turisti uživaju u ugodnom smještaju, a pritom su okruženi divljom prirodom i životinjama, što stvara poseban turistički doživljaj.

Trendovi razvoja glampinga u Africi su stoga snažni i orijentirani su isključivo na primjenu glampinga u safari parkovima, a turisti čiji je motiv i interes putovanja divlja priroda i životinje koriste ovakav oblik odmora gdje će dobiti luksuzan smještaj u divljini, okruženi divljim životinjama sa pogledom na prelijepa afrička prostranstva, a sve to uklopljeno sa luksuznim smještajem i ugodnim boravkom.

Posebna atrakcija glamping turizma javila se u Japanu, koji je u brojnim destinacijama pokrenuo ovaj specifičan oblik turizma, tvoreći glamping šatore kao smještajne objekte u obliku igloo kućica u prirodnim prostorima, koje su potpuno luksuzno opremljene.

Takve kućice smještene su na posebno izabranim mjestima koje obiluju šumovitim stablima i biljem da bi turistima mogle pružiti maksimalan komfor i zaštitu od topline.

U Japanu jedna od najpoznatijih glamping destinacija Circus Outdoor Okutama, velika glamping površina, šumovite strukture i veličine oko 4.000 m², gdje su smještene igloo kućice sa pogledom na smaragdno jezero. Jedinstveni interijeri šatora, koji izgledom podsjećaju na igloo kućice imaju jedinstvene interijere koje su dizajnirali posebni japanski stilisti.

U ponudi je na ovom prostoru pet vrhunskih glamping šatora sa glavnim glamping šatorom u obliku iglooa koji je namijenjen blagovanju i ima svrhu restorana, a tu turisti mogu isprobati vrhunska tradicionalna japanska jela poput onih koja se nude u japanskim hotelima.

Ovdje se pruža mogućnost uživanja u obrocima koja spremaju vrhunski japanski kuhari u dnevnom boravku na otvorenom u šatoru.

Nakon večere pruža se mogućnost turistima uživanje u privatnom vatrenom ognjištu u blizini šatora. Tako je Japan razvio jedinstvenu glamping ponudu, koja je za sada po svojoj specifičnosti jedinstvena u svijetu.

Može se zaključiti da su svjetski i europski trendovi glamping turizma u progresivnom porastu te kao takvi su prepoznati od mnogih turista koji iskazuju veliki interes i potražnju za glampingom na svjetskoj razini.

4. POVIJESNI RAZVOJ GLAMPING TURIZMA

Suvremeni glamping turizam nastao je prije jednog desetljeća na području američkog kontinenta, gdje je danas uvelike razvijen i primijenjen kao i ostali selektivni oblici turizma te je potražnja za njime iznimno velika.

Nakon njegova suvremenog začetka preko Atlantika, ovaj oblik bio je brzo prepoznat kao perspektivan i europska turistička tržišta su ga počela ubrzo primjenjivati u svojim sjevernim dijelovima, na području Škotske i Engleske, kako u kampovima, tako i u kontinentalnim prostorima u razdoblju zimske sezone, što se pokazalo iznimno profitabilnim i uspješnim.

Ovaj suvremeni inovativni razvoj ovog oblika turizma koji se koristi u suvremenim turističkim uvjetima je inovacija stara jedno desetljeće, međutim, svoju preteču začetka ovaj oblik turizma ima u dalekoj povijesti, gdje se luksuzni oblik turizma razvijao kroz cijelu povijest čovječanstva.

Stoga se njegovi začeci mogu naći putem razvoja čovječanstva daleko u povijesti, a povijest njegova razvoja u suvremeno doba treba biti tek kreirana.

4.1. Drevni luksuzni počeci glamping kampiranja

Konceptualno i povijesno polazište začetka glamping turizma nalazi se u povijesnom razdoblju razvoja čovječanstva kada su drevni narodi odlazili u plemenske i vojne pohode te su prilikom stacioniranja koristili luksuzne stanove.

Takvi ekstravagantni mobilni stanovi dio su kulture Otomanskog carstva, koji su se protezali razvojem preko života mongolskih plemena, do otmjenih članova engleskog aristokratskog društva prije stotinu godina⁴⁹.

Iako u to povijesno doba za ovakav oblik turizma nije bio korišten pojam glamping, turski Osmanlije su postavljali ekstravagantne šatore prilikom vojnih pohoda koji su predstavljali glavnu palaču sultana. Ovakvi šatori bili su kompletno opremljeni

⁴⁹ Hrgović Vrtodušić, A. et. al. (2018): Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomska misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 626

svilenim tkaninama, vezovima, skupim tepisima i namještajem ⁵⁰. Na taj način je glamur osmanskih šatora predstavljao preteču današnjih glamping šatora.

Sljedeći povijesni oblici smještajnih objekata glamping turizma su bile nekadašnje jurte, odnosno luksuzni mobilni smještajni objekti korišteni u vrijeme slavnog Džingis-kana, koja su mu služila kao udobno vojno sklonište tijekom ratnih pohoda po Europi i Aziji. Tako Cairns ⁵¹ navodi kako su mongolska plemena u 11. stoljeću živjela u jurti pod vladavinom Džingis-kana, u svojstvu njegove osobne sigurnosne zaštite. Iste jurte naučila su graditi sibirski plemena, kada su kao nomadi sa srokom prelazili preko zaleđenih tundri, a svoja luksuzna skloništa gradili bi od ovčje vune, gdje bi izgrađene jurte pružale udobnost i komfor te pružala toplinu i u najhladnijim vremenima.

Dakle, ta sibirski plemena su izumila jurte kao šatore sa polupropusnim dizajnom otvorenog prostora koji je dopuštao protok zraka te istima omogućavao ugodno preživljavanje u ekstremnim uvjetima.

Konačno, pojam raskošnog života koji se danas povezuje sa glampingom može se naći tokom cijelog srednjeg vijeka u toku ratnih pohoda gdje su vrhovni vojskovođe podizali raskošne šatore te ih ispunjavali luksuznim namještajem po uzoru na vlastite kuće gdje su živjeli ⁵².

Nakon izgradnje luksuznih jurti glamping turizam se razvijao kroz cijeli srednji vijek dok su se odvijali ratovi na području Europe, a tadašnji vojskovođe su na dalekim putovanjima i dalje koristili luksuzne šatore za odmor od ratnih pohoda.

Španjolske vojskovođe za vrijeme križarskih ratova, turska daljnja napredovanja i druga osvajanja pogodovali su ratnim odmorima od strane vrhovnih zapovjednika u luksuznim šatorima.

Dalje su bogati putnici tokom dalekih putovanja također koristili luksuzne karavanske šatore kao dio luksuznog odmora, predstavljajući tako tadašnji glamping turizam.

Sve su to povijesni začeci današnjeg glampinga koji je naslijedio luksuznu osnovu

⁵⁰ Barebones, O. I. (2013): History of the glamping movement, dostupno na <https://blog.glamping.com/history-of-the-glamping-movement>

⁵¹ Cairns, M. (2015): „Quality Unearthed, dostupno na <https://www.qualityunearthed.co.uk/blog/history-glamping>

⁵² Lindsey, R. (2013): Sixteenth Century Glamping, The Atholl Hunt. Education Scotland, dostupno na <https://education.gov.scot/improvement/documents/scots9-theathollhunt.pdf>

boravka u prirodi, formirajući glamping kao današnji turistički oblik prilagođen potrebama suvremenih turista.

4.2. Glamping turizam u 20. stoljeću – od otmjene rekreacije do glamuroznog kamping života

Ideja o suvremenom glamping turizmu bila je začeta u glavi pustolova Thomasa Hirama Holdinga, koji je glamping turizam razvio kao turistički model rekreativnih aktivnosti. On je svoju ideju opisao kao „prijenosnu opremu za kampiranje koju je dizajnirao i pozvao entuzijaste da mu se pridruže“.

U Africi su se početkom 20. stoljeća postojeći safariji redizajnirali na način da bi se u tim uvjetima postavljali mobilni luksuzni objekti koje su posjećivali bogati i besposleni Amerikanci, a u Afričkim safarijima im se na taj način pružao takav vid smještaja jer im se željela pružiti luksuznost vlastitog doma na način da čak i u divljini te u unutrašnjosti takve prirode žive raskošno kao što su živjeli kući⁵³.

Interijeri tih objekata su bili glamurozni, obavijeni perzijskim prostirkama i opremljeni luksuznom posteljinom, kao i vlastitim kuharima koji su im spremali obroke⁵⁴

Popularizaciji glampinga u 20. stoljeću je doprinio razvoj i promocija zdravog načina života tokom 1920 – tih i 1930 – tih godina, gdje se promovirao život na otvorenom. Tijekom ratnih godina u 20. stoljeću takav način života u obliku glampinga se preselio na sigurna i mirna ruralna područja, gdje su sela predstavljala idealan bijeg iz bombardiranih gradova. Tu je turistima bio omogućeno uživanje u ljepotama prirode sela u praktičnim i prostranim šatorima.

Glamping se nastavio razvijati tokom 1950-tih godina kada su se postavljali mobilni šatori za vrijeme praznika, omogućujući siromašnijim obiteljima boravak da bi iskusili čari odmora. S daljnjim masovnim razvojem kamping turizma, klasično kampiranje je počelo odstupati od svojih luksuznih vrijednosti te se kamping turizam počeo primjenjivati kao jednostavan boravak u prirodi pomoću običnog šatora.

Takav oblik kampinga je postao dostupan svima, a ne samo imućnijim turistima, pa

⁵³ Bartle, B. (1992): Safari: A Chronicle of Adventure, dostupno na <https://www.amazon.com/Safari-Chronicle-Adventure-Bartle-Bull/dp/0140168850>

⁵⁴ Glamping.com (2019): Destinations in Europe, dostupno na <https://www.glamping.com/destinations/europe/>

se masovno počeo koristiti i razvijati sve do danas kao klasični oblik, dok se postojeći glamping vratio u suvremenu turističku uporabu tek zadnjih deset godina.

Povijesno gledano, transformacija kampiranja kao luksuznog oblika započela je krajem 19. stoljeća poticanjem razvoja karavana, mobilnih kućica i kampera, gdje su se jednostavni kampovi u koje su dolazili transformirali u visokokvalitetne turističke parkove i odmarališta ⁵⁵.

Tako su novi turisti, koji su prije koristili klasične i jednostavne kampove, otkrili ove nove kvalitetne kampove kao nove atrakcijske osnove odmora, gdje su mogli provodi svoje vrijeme na otvorenom, istovremeno uživajući u luksuznom dnevnom boravku.

Danas je glamping turizam nadograđena luksuzna osnova tradicionalnog kampinga, od kojeg je preuzeta turistička infrastruktura šatora, a na koji je nadograđen glamour i luksuz u smislu opremljenosti šatora luksuznom turističkom opremom koja turistima pruža udoban smještaj i komfor kao u vlastitom domu.

U 20. stoljeću je tradicionalni kamping izgurao glamping omogućujući kamping uslugu svima, a ne samo imućnijem sloju, međutim, u 21. stoljeću u posljednjih deset godina se javio kao specifičan selektivni oblik kamping turizma namijenjen luksuznom kampiranju. To su prepoznali turisti čiji je motiv i interes boravka usmjeren na boravak u prirodi, gdje još uz to dobivaju i luksuzan smještaj, ne trošeći tako svoju osobnu turističku potrošnju, što im glamping omogućuje. Stoga je danas glamping vratio svoj nekadašnji povijesni luksuz u turizam, samo prilagođen suvremenoj turističkoj potražnji.

4.3. Glamping suvremenog milenija – povratak luksuza

U novom tisućljeću, odnosno 21. stoljeću, zbog novih razvojnih turističkih brendova i uvođenja inovacija u selektivne oblike turizma kamping turizam je vratio svoje nekadašnje luksuzno podrijetlo.

Vratio se u obliku glamping turizma i izazvao veliki interes turista i potražnju za ovim turističkim oblikom.

⁵⁵ Hrgović Vrtodušić, A. et. al. (2018) : Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomska misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 627

Na taj način se obnovila stara slava i podrijetlo luksuznog kampiranja putem razvoja inovativnog i maštovitog smještaja nazvanog glamping turizam⁵⁶.

Suvremeni glamping turizam se tako prvenstveno razvio u Americi, a kasnije i u drugim svjetskim destinacijama, omogućujući putnicima da žive u prirodi, a da se pri tome osjećaju ugodno, luksuzno i kao u vlastitom domu.

Collin⁵⁷ je u svom članku objavljenom u New York Timesu objasnio kako se novi pojam glampinga koristi u svrhu ostvarenja luksuznog kampiranja u prirodi, gdje turisti mogu ostvariti svoj savršeni glamurozni zeleni odmor.

Tako su se glamping destinacije u Europi nakon Amerike počele stvarati u Irskoj, Škotskoj i Velikoj Britaniji.

Putnicima i turistima koji su prakticirali glamping turizam početkom 21. stoljeća to je postala veoma interesantna kombinacija glamura, luksuza i kampinga, odnosno predstavljala im je fuziju ovih koncepata kao kombinacija za idealan odmor i udoban život u prirodi i na otvorenom, popraćenim aktivnostima i iskustvima iz prirode. Iako su neki turisti bili odustali od glamping turizma zbog nastale svjetske financijske krize, isti i dalje žele luksuzan odmor⁵⁸.

Danas u glamping turizmu raste popularnost zbog rekreacije i provedbe odmora na otvorenom, a kampovi koji pružaju ove usluge se brinu o okolišu i održivom razvoju i brizi za prirodu.

Tako od 2008. godine, nakon prestanka krize, sve više raste zainteresiranost za razvoj međunarodnih mogućnosti glampinga te isti potiču sljedeću filozofiju ovog oblika turizma⁵⁹: održivi razvoj, kvalitetan i luksuzan smještaj i kvaliteta smještaja u prirodi kojom se nudi turistima jedinstven i ugodan doživljaj u prirodi⁶⁰.

Glamping turizam predstavlja tako danas oblik prirodnog bijega od urbanog života u prirodu uz popratni luksuzni smještaj, a do sada je ovaj oblik turizma i dalje najrazvijeniji u SAD-u, dok ga kao inovaciju zbog oskudne turističke ponude još

⁵⁶ Ibidem, str. 628

⁵⁷ Colin, J. (2018): Camping? Yes. Roughing it? Not Quite, New York Times, dostupno na www.nytimes.com/2008/09/14/travel/14green-1.html?_r=0

⁵⁸ Glamping Association (2018): „History of glamping, dostupno na <http://www.glampingassociation.co.uk/history-of-glamping.php/>

⁵⁹ Hrgović Vrtodušić, A. et. al. (2018): Glamping – new outdoor accommodation, *Ekonomski misao i praksa*, God. XXVII, No. 2, str. 629

⁶⁰ World Toddler (2016): The History of glamping, February 3, 2016. Retrieved January 28, 2018, dostupno na <http://www.worldtoddler.com/2016/02/thehistory-of-glamping.html>

uvijek primjenjuju samo najsnažnije turističke svjetske destinacije.

Glamping tako predstavlja danas luksuzan oblik rekreacije te povezuje ljude i obitelji na takvim odmorima na praznicima.

Današnji turisti, koristeći glamping turizam dijele svoja iskustva na društvenim mrežama jer su nova generacija koja sve više koristi virtualnu komunikaciju.

Osim u SAD-u, brz razvoj glampinga se očituje i u Velikoj Britaniji.

Glamping je u Europi najzastupljeniji u Francuskoj, kao i u većini mediteranskih zemalja Europe, gdje ukupno 39 glamping kampova promovira i nudi luksuzno kampiranje i smještaj ⁶¹. Ovakvim interesom za glamping turizam, i veliki svjetski turoperatori su počeli nuditi turističke paket aranžmane kao ovaj oblik smještaja turistima ⁶².

Posljednjih godina je stoga glamping turizam postao svjetska turistička atrakcijska osnova mnogih kampova, prvenstveno iz razloga jer ove usluge smještaja mogu turisti rezervirati putem velikih turoperatora, ali i iz razloga jer glamping kampovi nude inovativan i luksuzan smještaj uz svoj redovan kamping.

Tako novi gosti, primjenjujući glamping u kampovima, izbjegavaju sve negativne posljedice klasičnog kampiranja, poput nevremena, loših sezonskih alergijskih uvjeta, suživota sa biljnim i životinjskim svijetom kampa te stječu svu ugodu luksuznog smještaja kao u vlastitom domu.

Tako današnji glamping turizam predstavlja velike platnene šatore, koji su iznutra luksuzno opremljeni i pretvoreni u luksuzne sobe, zatim kućice na drveću u kampovima sa najsuvremenijim kuhinjama, kupaonicama, TV-om i svom modernom virtualnom tehnologijom. Jedino u takvim uvjetima glamping može predstavljati frustrirajuće iskustvo klasičnim kamperistima.

Međutim, glamping turistima to je prilika da se vidi sva ljepota prirode uz mogućnost luksuznog smještaja kao u vlastitom domu.

Dakle, ovdje nema prljavih ruku, kišnog vremena koji će promočiti šator, niti šatorskih stupova koji neće ići zajedno, već samo opuštajuće okruženje i udoban smještaj ⁶³.

⁶¹ Hrgović Vrtodušić, A. et. al. (2018): Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomska misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 629

⁶² Vacanselect (2018): Glamouröses und luxuriöses Camping, dostupno na <https://www.vacanselect.com/de/urlaubsdeen/glamping>

⁶³ Cassiel (2016): The Glamping Evolution, dostupno na <http://www.itcus.com/2016/12/13/the-glamping-evolution/>

4.4. Glamping kao izazov i perspektivan napredak zajednice

Iz perspektive domicilnih zajednica gdje je stacioniran glamping turizam, isti je tamo našao svoje strateške smjernice razvoja jer prisutnost glamping turista izravno utječe na razvoj destinacije i domicilnog stanovništva koji od njih imaju višestruke koristi. Utjecaj djelovanja kampinga na okoliš postala je jedna od ključnih raspravnih tema njihova društveno odgovornog poslovanja u novom tisućljeću te je pretvorila glamping smještaj kao poželjan za mnoge zajednice.

Trend izgradnje glamping smještajnih kapaciteta pruža jamstvo prihvata velikog broja turista uz minimizaciju utjecaja na okoliš korištenjem fleksibilnih i mobilnih struktura kao smještajnih objekata ⁶⁴.

Zato što je fleksibilan i održiv, glamping turizam i smještaj se preporuča za lokacije izvan urbanih granica, poput zaštićenih prirodnih područja ili šuma. Tako se unutar glamping turizma mogu javiti novi oblici gospodarske djelatnosti, poput industrije eko – glampinga i digitalnog detoxa, na način da se turistima omogućuje da se udalje od svakodnevnih stresnih obveza i pročiste svoj organizam pomiču glamping pauze. Na taj način se glamping turisti udaljavaju od svakodnevne digitalne tehnologije kojom se koriste i koja ih opterećuje, a glamping pauza im omogućuje vrijeme u kojem će se povezati s prirodom ⁶⁵.

One društvene zajednice koje su zakonom zaštićene kao prirodni rezervati, parkovi prirode ili prirodno zaštićena područja imaju posebno izražen potencijal za razvoj glamping turizma. Autori Horakova i Boscoboinik ⁶⁶ na taj način glamping turizam smatraju i oblikom razvoja ruralnog turizma.

Razvoj glamping turizma ima i snažne pozitivne ekonomske efekte jer potiče investitore na poslovanje sa svom infrastrukturom glampinga, pogotovo u prodaji mobilnih nekretnina, gdje poslovanje profitabilno napreduje.

Budući da turistički doživljaji u glampingu postaju radost za turiste, upravo današnjica

⁶⁴ Lucivero, M.(2012): Camping and open-air tourism: an opportunity for sustainable tourism in Coastal Areas, 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM, Barcelona, str. 5

⁶⁵ Hrgović Vrtodušić, A. et. al. (2018): Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomska misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 630 i Glamping Association: „History of glamping, dostupno na <http://www.glampingassociation.co.uk/history-of-glamping.php/>

⁶⁶ Horáková, H., Boscoboinik, A. (2012): From production to consumption: Transformation of rural communities, Freiburg Studies in Social Anthropology, Vol. 35, LIT Verlag Münster.

donosi najbolje uvjete za investicije u glamping turizam ⁶⁷.

Tako je turistima prihvaćanje i povratak u prirodu, koja im usput pruža udoban i luksuzan život postalo „mantra“ razvijenih društvenih zajednica jer na taj način im glamping turizam osigurava zdrav život i promjenu dnevnih rutina ⁶⁸.

Stoga interes društvenih zajednica intenzivno raste jer turisti na prirodan način prihvaćaju štedljivo igralište koje je glamping turizam proslavio putem primjene vremena i provoda na otvorenom i u prirodi ⁶⁹.

Na taj način glamping turizam postaje hibridni turistički proizvod, gdje se kombinacija kampiranja i luksuza smatra današnjim turističkim trendom ⁷⁰.

Društvene zajednice su se stoga prilagodile glamping turizmu kao perspektivnom obliku za kojeg su prepoznale da im donosi velike prednosti u smislu snažne potražnje za glamping uslugama koje lokalnoj zajednici može donijeti veliku ekonomsku korist.

Kampovi danas u pružanju glamping usluga sve više primjenjuju društveno odgovorno poslovanje i održivi razvoj te brinu o okolišu i prirodi, što je vidljivo da ostavlja pozitivne efekte na lokalnu zajednicu, doprinoseći čistoj prirodi te boravku turista u luksuznim uvjetima. Na takav se taj način ostvaruje pozitivan društveni i ekonomski efekt na lokalnu zajednicu od glamping turizma.

⁶⁷ Miller, A.(2017): From camping to glamping – How the US are catching up with a very British recreation, Business for Sale, dostupno na <https://us.businessesforsale.com/us/search/leisure-businesses-forsale/articles/from-camping-to-glamping-how-the-us-are-catching-up-with-a-verybritish-recreation>

⁶⁸ Hrgović Vrtodušić, A. et. al. (2018): Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomska misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 630

⁶⁹ Pannell, J. (2017): History of camping and glamping. Dusky Deer, dostupno na <https://duskydeer.co.uk/history-camping-leisure-activity/>

⁷⁰ Ergüven, M. H., Yılmaz, A., Kutlu, D. (2015): Hybrid tourism within the context of touristic product diversification: glamping, Journal of Academic Social Science Studies, Vol. 41, str. 256

5. GLAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ

Glamping turizam u Hrvatskoj je još uvijek turistička „novotarija“ koju mnogi turisti ne prepoznaju ni značenjem, ni selektivnim turističkim oblikom. On se kao fuzija luksuza i kampinga u svijetu već popularizirao kroz duže vremensko razdoblje, ali u Hrvatskoj se kao pojavni selektivni oblik progresivno razvio tek od 2016. godine.

Interes turista koji dolaze u Hrvatsku za ovakav oblik turizma je u intenzivnom porastu, kao i potražnja za istim, pa je on u Hrvatskoj postao veliki hit sa snažnim progresivnim napretkom.

Budući da je u Hrvatskoj glamping turizam najnovija inovacija preuzeta iz svijeta, on još uvijek u Hrvatskoj nije prepoznat kao perspektivan oblik turizma koji je snažno zastupljen, iako je interes za njega velik.

U ovom poglavlju bit će obrađeno aktualno stanje glamping turizma u Hrvatskoj, bit će prikazani kampovi glamping turizma u Hrvatskoj sa svojom ponudom glamping usluga te će se prikazati aktualni trendovi glamping turizma u Europi, radi komparativne analize da bi se stekao uvid u kojem smjeru ide Hrvatska u razvoju glamping turizma.

5.1. Aktualno stanje glamping turizma u Hrvatskoj

U Hrvatskoj je glamping turizam u praksi prepoznat kao perspektivan te je postao hit za kojim iz godine u godinu raste interes i potražnja.

Međutim, neki turisti još uvijek ne poznaju značenje toga pojma niti znaju da Hrvatska ima kampove koji nude ovakve turističke usluge ⁷¹, što predstavlja jedan vid ograničenja u progresivnom razvoju glampinga u Hrvatskoj.

Ponuda smještajnih glamping kapaciteta u kampovima u Hrvatskoj je još oskudna zbog polaganog uvođenja ovog turističkog oblika na hrvatsko turističko tržište.

Međutim, ista ta ponuda je veoma šarolika ⁷² jer su glamping smještajni objekti u hrvatskim kampovima opremljeni jednako kao i hrvatski luksuzni hoteli, ali ima i slabije opremljenih šatora koji nude sve potrebne usluge glampinga, ali ne na tolikoj

⁷¹ Travel Advisor (2019): Glamping, dostupno na : <https://www.travel-advisor.eu/glamping/>

⁷² Ibidem

razini luksuza i glamura, ali se isti ti šatori u Hrvatskoj nalaze na poželjnim lokacijama za turiste.

U Hrvatskoj je aktualno stanje glamping turizma da sa dolaskom ljetne sezone turisti sve više prepoznaju hrvatsku turističku ponudu glampinga, za kojom su iskazali veliki interes i potražnju, ali na žalost, Hrvatska nema još uvijek dovoljno smještajnih kapaciteta da popuni svu rastuću potražnju za glamping uslugama ⁷³.

Tako je u Hrvatskoj glamping turizam stekao velik broj štovatelja i korisnika jer turistima hrvatski kampovi pružanjem glamping usluga omogućuju bijeg iz velikih urbanih sredina i dolazak na hrvatsku prirodno lijepu i atraktivnu obalu uz luksuznu ponudu smještaja u kampu uz samo more, u prirodi i na otvorenom prostoru, uz takav luksuzan i udoban smještaj da turisti imaju osjećaj da se nalaze u hotelu, a pogled i dodir s morem i prirodom im je odmah po izlasku iz šatora ili sličnog objekta. Ovi luksuzni šatori u hrvatskim kampovima pružaju turistima sav potreban komfor. Međutim, u odnosu na svijet, situacija razvoja glamping turizma u Hrvatskoj je još u povojima ⁷⁴, ali je turistička ponuda glamping usluga poprilično šarolika.

Takva turistička ponuda obuhvaća od uistinu stvarno luksuznih šatora koji izgledaju bolje opremljeni od apartmana do nešto slabije uređenih šatora koji pružaju sve potrebno ali možda nisu toliku luksuzni, no nalaze se na fenomenalnim lokacijama ⁷⁵.

Turisti su opisali boravak u glamping objektima u hrvatskim kampovima kao spavanje u šatoru sa dojmom luksuza, gdje je prostor klimatiziran i identičan je hotelskoj sobi, gdje se u svakom trenutku može otvoriti prozor i uživati u svježem morskom zraku. Ovakva turistička ponuda omogućuje u Hrvatskoj turistima u kampovima spavanje u divljini, ali u luksuznim klimatiziranom prostoru, opremljenom vrhunskom opremom poput kuhinje, predsoblja, TV-a i interneta.

Potražnja za glampingom u Hrvatskoj je vrlo velika, ali hrvatska u svojim kampovima nema dovoljno smještajnih jedinica da bi zadovoljila tu potražnju.

Stoga je nužno povećanje takvih smještajnih kapaciteta u kampovima Hrvatske ukoliko se želi ostvariti relevantni turistički pokazatelji koji dokazuju popularnost ovog

⁷³ Lonjak Božičević, A. (2016): Glamping je totalni turistički hit: Pronašli smo 8 mjesta na Jadranu gdje možete uživati u takvom ljetovanju, dostupno na <https://net.hr/zena/lifestyle-hrana/glamping-je-totalni-turisticki-hit-pronasli-smo-8-mjesta-na-jadranu-gdje-mozete-uzivati-u-takvom-ljetovanju/>

⁷⁴ Ibidem

⁷⁵ Ibidem

smještaja. Razvoj glampinga u Hrvatskoj ima golem potencijal jer ga kao konkretan turistički oblik nema nigdje u regiji, pa bi kao takav trebao doživjeti svoj realni procvat tek u idućim godinama.

Promatrajući sve navedeno, glamping je u Hrvatskoj, iako još u povojima i specifičan turistički oblik, perspektivan oblik turističke ponude budućnosti.

Tako već vodeći hrvatski kampovi nude visokokvalitetne glamping usluge po prihvatljivim cijenama i turističkoj ponudi kao u hotelu, što su turisti u Hrvatskoj prepoznali i pokazali veliki interes i potražnju.

Turistička ponuda glampinga je u Hrvatskoj još uvijek oskudna zbog tek početne primjene ovog oblika turizma, ali u budućnosti smatra se da će imati snažne progresivne trendove zahvaljujući snažnom interesu i potražnji turista za glampingom u Hrvatskoj.

5.2. Kampovi glamping turizma u Hrvatskoj

Kamping turizam u Hrvatskoj je toliko razvijen da ima status u turizmu na drugom mjestu po prihvatnim kapacitetima. Gledajući sa statističke strane, Hrvatska u svojoj turističkoj ponudi danas ima 499 kampova, sa prihvatnim smještajnim kapacitetom od 72 tisuće kampiranih mjesta za 235 tisuća turista.

Pola takvih kampova ima status malih privatnih kampova izgrađenih na vlasničkim parcelama, dok su ostali kampovi smješteni kao kolektivne vrste u sklopu turističkih grupacija i kategorizirani su.

Od 244 kategorizirana kampa u Hrvatskoj, samo njih nekoličina ima status glamping kampova, odnosno kampova koji pružaju glamping usluge.

Turisti mogu u Hrvatskoj glampirati danas na dvanaest kategoriziranih kamperskih lokacija, a informacije o ovim vrstama turističkih usluga im najbolje može pružiti web stranica glampinghub.com.

U Hrvatskoj po riječima predsjednika Kamping udruženja Hrvatske, od glamuroznog kampiranja se mnogo očekuje, a i svaki hrvatski bolji kamp ima barem jednu glamping smještajnu jedinicu ⁷⁶.

⁷⁶ Tportal (2016): Što je glamping i zašto je toliko važan za hrvatski turizam, dostupno na <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/sto-je-to-glamping-i-zasto-je-toliko-vazan-za-hrvatski-turizam-20160812>

Kampovi u Hrvatskoj su u začetku glampinga pa za sada nude usluge jumbo parcela za velike kampere, glamping luksuzne kućice, bazene, wellnesse, vodene parkove i hortikulturno uređenje.

Na taj način se kampovi u Hrvatskoj sve više transformiraju u prihvatne turističke centre luksuza u prirodi, gdje je potrebno istaknuti kako oni u Hrvatskoj nisu ni po cijeni, ni po lokaciji ni po turistima nisu snažna konkurencija luksuznim hotelima i apartmanima u Hrvatskoj. Od ukupno dvanaest glamping kamperskih lokacija u Hrvatskoj, najpopularnije od njih su:

- Kamp Lanterna;
- Kamp Arena One 99 Glamping;
- Kamp Bi Village;
- Kamp Krk;
- Zaton Holiday Resort;
- Kamp Čikat.

Kamp Lanterna u Poreču je kamp smješten 3 km duž morske obale sa prostranim parcelama i šarolikim tematskim naseljima moderno uređenih kamping homeova. Lanterna nudi dvadeset osam luksuznih šatora u Glamping Villageu u Tarskoj vali, gdje se pruža spektakularan pogled na more i grad Novigrad.

Šatori su smješteni po plaži i iznad plaže te pružaju sve što je potrebno za odmor i opuštanje. Rezervacija glamping kampova se vrši putem novog Maro Premium Villagea, koji uz šatore nudi i dječja igrališta, vodeni park s dva bazena i toboganima. Šatori su u kampu veličine 9 x 4 m te svaki ima po dvije sobe, za roditelje i djecu, opremljeni su kupaonicom i tušem, namještenom kuhinjom lounge sjedećim garniturama te izvana s prostranom terasom i visećim ležaljka.

Kao dodatnu opremu uključuju satelitsku TV, mikrovalnu pećnicu, aparat za kavu i ostale potrebne uređaje za potpuni užitak i odmor gostiju.

Slika 2. Glamping šator - Kampu Lanterna u Poreču



Izvor: Kamp Lanterna (2019): Glamping šatori, dostupno na <https://www.hrvaska.net/hr/glamping-hrvatska/porec/glamping-kamp-lanterna-smilecamp-hr.htm>

Kamp Arena One 99 Glamping je kamp koji se nalazi 3 km od centra Pule koji svojim turistima jamči najniže cijene bez skrivenih troškova, mogućnost online rezervacija glamping šatora, bogatu sadržajnu ponudu.

Kamp sadrži glamping šatore i mobilne kućice s luksuznim opremom veličine do 35 m² koje mogu primiti do pet osoba. Isti glamping šatori su opremljeni luksuznim kuhinjama, satelitskom TV, laugnge predsobljem i terasom ispred šatora i mobilnih kućica površine 15 m².

Slika 3. Glamping šator - Kamp Arena One 99 u Pomeru



Izvor: Kamp Arena One 99 (2019): Glamping šatori, dostupno na <https://www.arenacampsites.com/it/campeggio-istria/campeggio-arena-pomer>, pristupljeno 01.06.2019

Nadalje, Kamp Bi Village u Fažani je kamp duge tradicije postojanja koji kontinuirano ulaže u svoje unapređenje, pa je tako u svoju ponudu uveo najvišu kvalitetu turističke ponude, između ostalog i glamping šatore koji su luksuzno opremljeni i smješteni unutar kampa, a isti se nalaze u blizini plaže, restorana i dućana.

Šatori su veličine do 38 m², sa dvije spavaće sobe, kuhinjom, predsobljem i svom popratnom luksuznom opremom, a nalaze se i u blizini bazena smještenog unutar kampa te mogu po svom kapacitetu primiti i do 5 osoba, a namijenjeni su prvenstveno obiteljima s djecom.

Kamp Krk je najkvalitetniji kamp u Hrvatskoj sa najvišom kvalitetom ponude glamping usluga. Kamp ima poseban prostor nazvan Krk Premium Camping Resort koji nudi smještaj u luksuznom glamping šatoru u blizini plaže, bazena i svih drugih sadržaja kampa.

Šatori su dovoljno zaklonjeni kako bi turistima pružili idealan prostor za odmor i opuštanje. Šatori su potpuno opremljeni, a sadrže kuhinju, dnevni boravak i kupaonicu.

Udobnost u dvije sobe s bračnim krevetom i dječjoj sobi s dva kreveta omogućuje turistima da podijele ovaj jedinstveni doživljaj s cijelom obitelji.

Šatori su površine do 38 m² i mogu kapacitativno primiti do 6 osoba, sadrže tri spavaće sobe, uključujući dječju, kuhinju, dnevni boravak, satelitsku TV i terasu s trijemom i luksuznim ležaljka. Ovi šatori imaju najveći glamping standard u Hrvatskoj.

Slijedeći glamping kamp je Zaton Holiday Resort koji je najznačajniji kamp koji ima u svojoj kvalitetnoj ponudi deset luksuznih glamping šatora sa dvije spavaće sobe, kuhinjom, dnevnim boravkom, tušem te prostranim terasama sa ležaljka.

Šatori su u potpunosti opremljeni sa svime što je potrebno za maksimalan luksuzni smještaj, a cijene su vrlo povoljne s obzirom na ovako luksuznu ponudu.

Posljednji glamping kamp je Kamp Čikat na otoku Lošinju koji ima čak dva glamping naselja, gdje je prvo naselje nazvano Wild te je smješteno na jednoj od najljepših lokacija u kampu jer se nalazi u sjeni starih borova u kampu koja im donosi pogled na samu šumu i more. Drugo je naselje nazvano Aquapark, a ime je dobio jer se nalazi pored vodenog Aquaparka Čikat.

Glamping šatori su opremljeni i izgrađeni u safari stilu sa svom luksuznom opremom. Veličine su oko 25 m² te ispred njih terasu od 15 m² sa luksuznim ležaljka. Kamp

Čikat nudi u svojoj ponudi 25 glamping šatora, od kojih najveći ima površinu od 40 m² i opremljen je vrhunskom opremom, poput tri sobe, kauča u dnevnom boravku, roštilja kuhinje, Interneta, TV i satelita, prostorom za blagovanje za šest osoba. Rezervacije šatora se mogu vršiti i online po povoljnim cijenama u odnosu na konkurenciju, a zadovoljstvo turista ovom ponudom je neizmjerljivo.

Sukladno navedenoj ponudi glamping kampova u Hrvatskoj, samo je nekoliko kampova koja nudi ovu specifičnu turističku uslugu za koju postoji veliki interes i potražnja. Budući da je ova ponuda u Hrvatskoj još u povojima, a prepoznata je kao perspektivna, sve više kampova ulaže u glamping ponudu da bi bili konkurentni i ostvarili što veću atraktivnost.

5.3. SWOT analiza glamping turizma

SWOT analiza utvrđuje sadašnje i buduće šanse i pretnje iz okruženja te sopstvene slabosti. Predstavlja skraćenicu od četiri engleske riječi a to su: Strengths tj. snage, Weaknesses tj. slabosti, Opportunities tj. mogućnosti (šanse, prilike) i Threats tj. pretnje (opasnosti).

U nastavku je prikazana SWOT analiza koja ističe snage, slabosti, prilike te prijetnje glamping turizma.

Tablica 3. SWOT analiza glamping turizma

| Snage | Slabosti |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Novi perspektivni oblik turizma, specifičan po ponudi ○ Fuzija kampinga, glamura i luksuza ○ Vraćanje tradicije luksuznog kampiranja iz prošlosti ○ Duga povijesna tradicija postojanja ovog oblika turizma ○ Luksuzno opremljeni glamping šatori ○ Blizina mora ili sela te drugih prirodnih prostora ○ Boravak u luksuzno smještajnom objektu u divljoj prirodi ○ Odmah dostupan pristup moru ili prirodnim ljepotama ○ Promocija zdravog života ○ Bijeg od privatnih i poslovnih obveza u prirodu uz luksuzan smještaj ○ Dostupna sva potrebna domicilna oprema | <ul style="list-style-type: none"> ○ Novitet u turističkoj ponudi koji još nije prepoznat od mnogih turista ○ Oskudna ponuda ograničena samo na svjetski najjače destinacije ○ Skupa cijena usluge glampinga ○ Ograničenost ponude samo na visokokvalitetne kampove ili prostorne smještaje koji su specifični po odabranim prirodnim ljepotama ○ Namjena glamping usluga isključivo ciljanim skupinama turista veće platežne moći ○ Nemogućnost korištenja glamping usluga za sve turiste koji bi to poželjeli ○ Brisanje vrijednosti klasičnog kampinga ○ Smanjenje potražnje za klasičnim kamping uslugama ○ Oduzimanje smještajnih kapaciteta klasičnom kampu kojeg sada zamjenjuje glamping |
| Prilike | Prijetnje |
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Prepoznatljiv i atraktivan turistički oblik prepoznat na svjetskoj razini ○ Rastuća potražnja i interes turista za glampingom ○ Ponuda glamping usluga u velikim prostornim prirodnim sredinama ○ Boravak u čistoj prirodi ○ Promocija prirodnih potencijala destinacija gdje se razvija glamping turizam ○ Unapređenje konkurentnosti destinacija ○ Kreiranje specifičnog vizualnog identiteta destinacija ○ Razvoj glampinga kao specifičnog selektivnog oblika kojem se ju destinacijama posvećuje ključna pažnja | <ul style="list-style-type: none"> ○ Ograničavajući zakonodavni propisi za postavljanje glamping infrastrukture u određenim zemljama ○ Politička i ekonomska ograničenja zemalja koje nisu u mogućnosti pružiti glamping usluge ○ Nemogućnost razvoja glampinga u siromašnom zemljama ○ Visoka platežna moć osigurava korištenje glampinga samo bogatom sloju stanovništva ○ Mogućnost osjećaja degradacije drugih ciljanih skupina turista koji si nisu u mogućnosti pružiti glamping usluge ○ Nevrijeme, prirodne katastrofe i nepogodni prirodni uvjeti koji mogu ugroziti glamping infrastrukturu |

Izvor: vlastita izrada

5.4. Kritički osvrt na glamping turizam

Glamping turizam je turistička suvremena inovacija za koju su mnogi turisti pokazali izuzetan interes i time kreirali rastuću potražnju za ovakvim selektivnim oblikom turizma.

Iako je novitet primijenjen u praksi posljednjih deset godina sa suvremenim začetkom u SAD-u gdje je danas visoko popularan, glamping ima svoje korijene u dubokoj ljudskoj povijesti.

Glamping je kao fuzija luksuza, glamura i kampiranja nastao još u doba formiranja drevnih civilizacija koje su u odlasku na ratne pohode postavljali luksuzne šatore svojim vladarima kao odmor od ratnih zbivanja van njihove tada domicilne zemlje. Počeci su bili još u pohodima Egipćana, starih Rimljana i Grka, a najizrazitiji počesi glampinga vezuju se za pohod Osmanlija u stvaranju Osmanskog carstva, gdje su luksuzni šatori na ratnim pohodima tada predstavljali sultanovu palaču.

Ovi šatori bili su opremljeni tada luksuznim svilenim pokrovima, vezovima, Perzijankom posteljinom i tepisima, dakle svim luksuzom dostojnim jednog sultana, cara ili vladara.

Sa izgradnjom luksuznih šatora nastavila su nomadska sibirski plemena u prilazu preko hladnih tundri sa svojom stokom gradeći luksuzne jurte koje su im omogućavale luksuzni boravak u ekstremnim uvjetima.

Sa razvojem suvremenog kampiranja klasičnog oblika glamping je izgubio svoje luksuzno o glamurozno obilježje te je kamping turizam postao dostupan svakome tko je to želio primijeniti kao turistički boravak, a ne samo imućnom stanovništvu.

Nedostatak je glamping turizma što je na taj način izgubio jedno vremensko razdoblje u svojoj primjeni te ga je zamijenio klasični kamping, a sa svojom ponovnom pojavom izbrisao je tradicionalne vrijednosti klasičnog kampinga, vraćajući se u punom sjaju i ponovno postajući rezerviran za ciljanu bogatiju skupinu turista više platežne moći.

Suvremeni glamping je dobio na značaju zadnjih deset godina, prvo u SAD-u kao začetniku suvremenog glampinga, a potom su ga prepoznale europske zemlje poput Velike Britanije, Njemačke i Austrije kao perspektivan i veliko potražen selektivni oblik turizma koji navedenim zemljama donosi profitabilnost.

Danas je glamping u Europi, iako progresivan, još uvijek nedovoljno razvijen jer u Europi postoji samo 39 glamping kampova, a potražnja za njima je izrazita.

Prednost je glampinga u Europi što zemlje koje ga primjenjuju su ekološki osviještene, pa im nije prvenstvena briga samo turistička profitabilnost, već i briga o okolišu, svom održivom razvoju te primjeni društveno odgovornog poslovanja, što turisti koji koriste njihove glamping usluge uvelike prepoznaju kao prednosti i koriste ih u velikom intenzitetu posjete i boravka, bez obzira na cijenu, koja je cjenovno prihvatljivija i niža u odnosu na SAD i druge zemlje.

U Hrvatskoj je glamping još uvijek u povojima te samo 12 najopremljenijih i najkvalitetnijih kampova u Hrvatskoj nudi glamping usluge.

Turisti još uvijek niti ne znaju da u Hrvatskoj uopće postoji ovakva turistička ponuda, a oni koji znaju iskazuju za njome veliki interes i potražnju.

Međutim, turistička ponuda smještajnih glamping kapaciteta u Hrvatskoj je u oskudna jer se tek gradi i ulaže u nju, ali je vrlo šarolika.

Hrvatska ima 12 glamping destinacija koje u svojoj ponudi imaju prosječno oko 20 do 30 glamping šatora luksuzne i visoke kvalitete po prihvatljivim cijenama.

Hrvatska je prepoznala glamping kao perspektivan selektivni oblik turizma te ga kontinuirano primjenjuje da bi u nadolazećim godinama ekonomski pokazatelji mogli pokazati uspješnost njegove primjene.

Može se zaključiti da je glamping luksuzna ponuda kamping turizma koja je zaživjela kao trend u posljednjih deset godina i ostvarila takav snažan progresivan rast da se sve više primjenjuje u mnogim destinacijama.

Prepoznat tako, mnoge destinacije nude glamping usluge u sve većoj mjeri u smještajnim kapacitetima visokokvalitetnih kampova gdje su šatori opremljeni vrhunskom turističkom opremom i infrastrukturom pa gosti doživljavaju ovu turističku uslugu kao vrlo zadovoljni te se intenzivno vraćaju svake godine sve više i preporučuju je mnogima.

Na taj način je glamping turizam turistički oblik budućnosti kojim se ostvaruje pozitivan turistički trend napretka i kampova i glamping turizma, ostvarujući konkurentnost i atraktivnost kampova koje će u budućnosti zbog glampinga turisti sve više posjećivati. Glamping je budućnost turizma, jer objedinjava boravak u prirodi i luksuz kojim su turisti u potpunosti zadovoljni i na taj način ostvaruju zdrav život boravkom u prirodi, ali i luksuzan smještaj i komfor kao u vlastitom domu.

6. ZAKLJUČAK

Glamping turizam naziva se još elitni kamping te predstavlja inovativniju vrstu kamping turizma odnosno spoj luksuznog i glamuroznog kampiranja.

Izravno je povezan s stvaranjem što bolje i inovativnije turističke usluge koja svakako doprinosi transformaciji kamping turizma.

Ovakva inovativnija vrsta predstavlja rekonstrukciju te modernizaciju kamping turizma u zemljama širom svijeta ali i u Hrvatskoj.

Smještajna jedinica podrazumijeva od luksuznog opremljenih kućica primjerice na drvetu ili do luksuznog interijera samih šatora.

Glamping predstavlja originalan način u kojem se želi privući specifičnu ali i bogatiju ciljnu skupinu.

Vidljivo je da ovakvu vrstu smještajnih jedinica nude samo najbolje pozicionirani kampovi. Ova inovativna turistička usluga se toliko snažno i rapidno razvila da ju teorijski nije stigla obraditi ni stručna turistička znanstvena teorija, ali u praksi je već snažno primjenjiva kao hit među kamping uslugama za kojim se javlja svakako snažna turistička potražnja.

Današnji kamping turizam suočava se s neprestanim i brzim promjenama, rastućom konkurentnošću te pritiscima internih ali i eksternih dionika.

Prednost glamping turizam je zasigurno veća briga o okolišu ali i održivom razvoju.

Zaključno, može se reći da prvenstveno u Europi ali u Hrvatskoj još je uvijek nedovoljno razvijen; pokazalo se da iz godine u godine ostvaruju snažan rast, te sukladno time nužno svakako kreirati rastuću turističku potražnju za ovakvim selektivnim oblikom turizma.

Hrvatska turistička ponuda smještajnih glamping kapaciteta još je oskudna zbog polaganog uvođenja ovakvog inovativnijeg turističkog oblika.

U Hrvatskoj ovakva turistička ponuda veoma je šarolika jer su glamping smještajni objekti u kampovima opremljeni jednako kao i luksuzni hoteli, što se smatra da se nedovoljno pridavalo pažnje oko razini luksuza i glamura.

Turistička potražnja za glampingom u Hrvatskoj je vrlo velika, stoga je nužno povećanje ovakvih smještajnih kapaciteta, ukoliko se želi ostvariti relevantni turistički

pokazatelji te popularnost ovog smještajnog kapaciteta.

Svakako da razvoj glamping turizma u Hrvatskoj ima veoma veliki potencijal jer ga kao konkretan turistički oblik nema nigdje u regiji, pa bi kao takav trebao doživjeti svoj realni procvat u narednim godinama.

POPIS LITERATURE

Knjige

1. Čorak S., Mikačić V. (2006): „Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno“, Zagreb
2. Cvelić Bonifačić, J. (2011): „Kamping, Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma“, Poreč
3. Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. (2014): „Menadžment promjena kamping turizma“ u „Suvremeni trendovi u turizmu“, Pula
4. Nitschke H. (2011) : „Kamp budućnosti“, Slovenija

Znanstveni članci

1. Cvečić Bonifačić, J. et. al. (2017): Glamping – creative accomodation in camping resorts: insights and opportunities, ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 4, str. 101. – 114.
2. Ergüven, M. H., Yılmaz, A., Kutlu, D. (2015): Hybrid tourism within the context of touristic product diversification: glamping, Journal of Academic Social Science Studies, Vol. 41, str. 255.-265.
3. Horáková, H., Boscoboinik, A. (2012): From production to consumption: Transformation of rural communities, Freiburg Studies in Social Anthropology, Vol. 35, LIT Verlag Münster.
4. Hrgović Vrtodušić, A. et. al. (2018): Glamping – new outdoor accomodation, Ekonomska misao i praksa, God. XXVII, No. 2, str. 621. – 639.
5. Lucivero, M. (2012): Camping and open-air tourism: an opportunity for sustainable tourism in Coastal Areas, 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM, Barcelona, str. 1. - 9.

Razvojni dokumenti te zakoni

1. Vlada RH, Prijedlog Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb, 2013, dostupno na <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, pristupljeno 06.05.2019.

2. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi NN br. 85/2015, dostupno na:
https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1409.html,
pristupljeno 06.05.2019.

Internet izvori

1. Arena Campsites (2019): Kamp Arena Stoja Pula, dostupno na www.arenacampsites.com, pristupljeno 15.06.2019.
2. Barebones, O. I. (2013): History of the glamping movement, dostupno na <https://blog.glamping.com/history-of-the-glamping-movement>, pristupljeno 15.06.2019.
3. Bartle, B. (1992): Safari: A Chronicle of Adventure, dostupno na <https://www.amazon.com/Safari-Chronicle-Adventure-Bartle-Bull/dp/0140168850>, pristupljeno 01.06.2019.
4. Cairns, M. (2015): „Quality Unearthed, dostupno na <https://www.qualityunearthed.co.uk/blog/history-glamping>, pristupljeno 01.06.2019.
5. Camp Čikat.com (2019): Glamping safari šatori, dostupno na <https://www.camp-cikat.com/hr/glamping-safari-satori.aspx>, pristupljeno 15.06.2019.
6. Camping-Adriatic.com (2019.): Kamp Krk, dostupno na www.camping-adriatic.com/camp-krk-glamping/, pristupljeno 15.06.2019.
7. Cassiel (2016): The Glamping Evolution, dostupno na <http://www.itcus.com/2016/12/13/the-glamping-evolution/>, pristupljeno 01.06.2019.
8. Colin, J. (2008): Camping? Yes. Roughing it? Not Quite, New York Times, dostupno na www.nytimes.com/2008/09/14/travel/14green-1.html?_r=0, pristupljeno 01.06.2019.
9. FT News (2018): Glamping camoing with added glamour becomes popular in Europe, dostupno na <http://ftnews.com/luxury/24446-glamping-camping-with-added-glamour-becomes-popular-in-europe.html>, pristupljeno 01.06.2019.
10. Glamping Association. (2018). „History of glamping, dostupno na <http://www.glampingassociation.co.uk/history-of-glamping.php/>, pristupljeno 10.06.2019.

11. Glamping.com (2019). Destinations in Europe, dostupno na <https://www.glamping.com/destinations/europe/>, pristupljeno 10.06.2019.
12. Glamping.com (2019): What is glamping, dostupno na <http://www.glamping.com/what-is-glamping.html>, pristupljeno 10.06.2019.
13. Gamping.com (2019): službena web stranica, dostupno na <https://www.gamping.com/>, pristupljeno 01.06.2019.
14. Lindsey, R. (2003): Sixteenth Century Glamping, The Atholl Hunt. Education Scotland, dostupno na <https://education.gov.scot/improvement/documents/scots9-theathollhunt.pdf>, pristupljeno 01.06.2019.
15. Lonjak Božićević, A. (2016): Glamping je totalni turistički hit: Pronašli smo 8 mjesta na Jadranu gdje možete uživati u takvom ljetovanju, dostupno na <https://net.hr/zena/lifestyle-hrana/glamping-je-totalni-turisticki-hit-pronasli-smo-8-mjesta-na-jadranu-gdje-mozete-uzivati-u-takvom-ljetovanju/>, pristupljeno 05.04.2019.
16. Miller, A. (2017): From camping to glamping – How the US are catching up with a very British recreation, Business for Sale, dostupno na: <https://us.businessesforsale.com/us/search/leisure-businesses-forsale/articles/from-camping-to-glamping-how-the-us-are-catching-up-with-a-verybritish-recreation>, pristupljeno 01.06.2019.
17. Pannell, J. (2017): History of camping and glamping. Dusky Deer, dostupno na <https://duskydeer.co.uk/history-camping-leisure-activity/>, pristupljeno 02.06.2019.
18. The Guardian (2014): Top 10 winter camping glamping breaks UK, dostupno na <http://www.theguardian.com/travel/2014/nov/26/top-10-winter-camping-glamping-breaks-uk>, pristupljeno 02.06.2019.
19. Tportal (2016): Što je glamping i zašto je toliko važan za hrvatski turizam, dostupno na <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/sto-je-to-glamping-i-zasto-je-toliko-vazan-za-hrvatski-turizam-20160812>, pristupljeno 02.06.2019.
20. Travel Advisor (2019): Glamping, dostupno na : <https://www.travel-advisor.eu/glamping/>, pristupljeno 02.06.2019.
21. Vacanselect (2018): Glamouröses und luxuriöses Camping, dostupno na <https://www.vacanceselect.com/de/urlaubsideen/glamping>, pristupljeno 01.06.2019.

22. World Toddler (2016): The History of glamping, February 3, 2016. Retrieved January 28, 2018, dostupno na <http://www.worldtoddler.com/2016/02/thehistory-of-glamping.html>, pristupljeno 01.06.2019.
23. Zaton.hr (2019): Kamp Zaton, dostupno na www.zaton.hr, pristupljeno 15.06.2019.

POPIS SLIKA

| | |
|---|-----------|
| Slika 1. Izgled glamping šatora..... | 23 |
| Slika 2. Glamping šator - Kampu Lanterna u Poreču..... | 42 |
| Slika 3. Glamping šator - Kamp Arena One 99 u Pomeru..... | 42 |

POPIS TABLICA

| | |
|--|-----------|
| Tablica 1. „7RE-TRENDS“ u kamping proizvoda..... | 13 |
| Tablica 2. Definicije glamping turizma..... | 21 |
| Tablica 3. SWOT analiza glamping turizma..... | 45 |

SAŽETAK

Sve je veći interes i broj turista koji biraju ovakvu vrstu odmora, iako je još uvijek nepoznanica kao pojam, glamping turizam je inovacija suvremenog turizma u turističkoj ponudi za kojim sve više raste potražnja.

Glamping je sinonim visoke kvalitete ponude kamping usluge koja je u vrlo kratkom vremenu postala vrlo specifična turistička usluga namijenjena specifičnoj i ciljanoj skupini kamping turista.

Turistima omogućava potpuno opuštanje i luksuznu vrstu odmora u prirodi te bijeg iz urbanog okruženja, a opet sav potreban komfor koji luksuzni šatori pružaju.

Ovaj inovativni koncept kamping smještaja dao je smjer novim razvojnim turističkim strategijama u razvoju kamping turizma gdje se i samim kampovima osnažuje konkurentnost i kvaliteta usluge.

U ponudi još uvijek nema dovoljno smještajnih kapaciteta koji bi zadovoljili turističku potražnju, dok sa druge strane potražnja je povećana za ovakvim smještajem koji postaje sve popularniji, interesantniji, luksuznijim i visokim stupnjem kvalitete.

Ključne riječi: Glamping, redizajn kamping turizma, nova vrsta odmora, visoka kvaliteta smještaj

SUMMARY

There is an increasing interest and the number of tourists choosing this kind of vacation, although still unknown as a term, glamping tourism is the innovation of modern tourism in the tourist offer that is in growing demand. Glamping is a synonym for a high-quality camping offer that has become a very specific tourist service for a specific and targeted group of tourists in a very short time.

A complete luxurious relaxation in nature and escape from the urban environment is provided, yet all the comfort needed by luxury tents.

This innovative concept of camping accommodation has given direction to new development tourism strategies in the development of camping tourism, where even the camps themselves strengthen the competitiveness and quality of service.

There is still not enough accommodation capacity available to meet the tourist demand, while on the other hand demand has increased for such accommodation, which is becoming more popular, more interesting, more luxurious and of high quality.

Keywords: Glamping, camping tourism redesign, new type of vacation, high quality accommodation