

Kamping turizam i obilježja turističke ponude kamping turizma u Istri

Ponjavić, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:137:485096>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-31**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

MARTINA PONJAVIĆ

**KAMPING TURIZAM I OBILJEŽJA TURISTIČKE
PONUDE KAMPING TURIZMA U ISTRI**

Diplomski rad

Pula, 2021.

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

MARTINA PONJAVIĆ

**KAMPING TURIZAM I OBILJEŽJA TURISTIČKE
PONUDE KAMPING TURIZMA U ISTRI**

Diplomski rad

JMBAG: 0303049647, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Kolegij: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: doc.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, lipanj 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Martina Ponjavić, kandidatkinja za magistra 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 nedozvoljeni način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, lipanj 2021. godine



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, Martina Ponjavić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Kamping turizam i obilježja turističke ponude kamping turizma u Istri“ 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, lipanj 2021. godine

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1 Predmet, cilj i svrha istraživanja	1
1.2 Hipoteza rada.....	1
1.3 Metode istraživanja	2
1.4 Struktura rada	2
2. TEMELJNA OBILJEŽJA TURIZMA I POVIJESNI RAZVOJ.....	4
2.1 Definicija i osnovne značajke turizma	4
2.2 Povijesni razvoj turizma	6
2.3 Povijesni razvoj turizma Hrvatske	8
2.4 Suvremeni turizam u brojkama	10
3. RAZVOJ SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA	12
3.1 Pojam i definiranje selektivnih oblika turizma.....	12
3.2 Temeljna obilježja i klasifikacija selektivnih oblika turizma.....	14
3.3 Motivacija i turistički doživljaj u selektivnim oblicima turizma	16
4. KAMPING TURIZAM	18
4.1 Pojam i definiranje kamping turizma	19
4.2 Povijesni razvoj kamping turizma	20
4.3 Obilježja kamping turizma	22
4.4 Vrste kampova	23
4.5 Smještajne jedinice u kampovima.....	25
4.6 Prednosti kamping turizma.....	25
4.7 Novi trendovi u kamping turizmu.....	26
4.8 Organizacije kamping turizma i automobilski klubovi	27
5. KAMPING TURIZAM U SVIJETU.....	29
5.1 Kamping turizam u Europi.....	29

5.1.1	Kamp Amfora.....	31
5.1.2	Kamp L'Anse du Brick	32
5.1.3	Kamp Brunner am See	33
5.1.4	Kamp Kühlungsborn	34
5.2	Kamping turizam i pandemija COVID-19	35
6.	KAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ	36
6.1	Povijest kampiranja u Hrvatskoj	36
6.2	Obilježja hrvatskog kampinga	38
7.	OBILJEŽJA KAMPING TURIZMA U ISTRI.....	43
7.1	Istra - najrazvijenija kamping regija u Hrvatskoj	43
7.2	Dolasci i noćenja u kampovima u Istri	44
7.3	Izabrani primjeri uspješnih kampova u Istri	46
7.3.1	Istra Premium Camping Resort	46
7.3.2	Kamp Aminess Sirena	48
7.3.3	Lanterna Premium Camping Resort	49
7.3.4	Kamp Bi Village	50
7.3.5	Arena One 99 Glamping.....	51
7.3.6	Kamp Mon Perin.....	52
7.3.7	Kamp Polidor	53
7.3.8	Kamp Papafigo	54
7.3.9	Kamp Koversada	55
7.3.10	Kamp Vita Mia	56
7.3.11	Kamp Amarin.....	57
7.3.12	Kamp Veštar.....	58
7.3.13	Kamp Valalta	58
7.3.14	Kamp Polari	59
7.4	Zajednička obilježja i karakteristike istarskih kampova	60

7.5 Budućnost kamping turizma u Istri	61
8. ZAKLJUČAK.....	62
LITERATURA	63
POPIS SLIKA	69
POPIS GRAFIKONA.....	69
SAŽETAK	70
SUMMARY	71

1. UVOD

Provođenje slobodnog vremena u prirodi i na otvorenom postaje sve popularnija i zastupljenija turistička aktivnost ljudi diljem svijeta. Suočavanjem sa sve brojnijim globalnim pritiscima i izazovima, čovjek dolazi do potrebe za odmorom i mirom te se na turističkom tržištu iz tog razloga sve više razvijaju selektivni oblici turizma. U suvremenoj turističkoj ponudi jedan od zastupljenijih oblika je zasigurno kamping turizam. Takav je oblik turističkog smještaja kroz povijest predstavljao lako dostupan i jeftin način odmora pogodan za sve one željne boravka u prirodi i na otvorenom. S vremenom, mijenjanjem trendova i stalnom transformacijom ponude, ulaganjem u njezinu kvalitetu i sam sadržaj, danas se na turističkom tržištu kampova mogu pronaći sve luksuzniji smještajni objekti, sa standardima usmjerenima na održivi razvoj.

1.1 Predmet, cilj i svrha istraživanja

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je kamping turizam sa osvrtom na obilježja turističke ponude kamping turizma u Istri, regije s vodećim udjelom kamping smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj.

Cilj rada je produbiti znanja i prikazati osnovne specifičnosti i obilježja o kamping turizmu kao sve atraktivnijem obliku turističke ponude te naglasiti važnosti razvoja takve vrste turizma i njegove mogućnosti širenja zbog lakšeg analiziranja i istraživanja turističke ponude kamping turizma na području Istarske županije.

Svrha je na temelju osvrta na turističku ponudu kamping turizma u Istri ukazati na njegov sve značajniji napredak i važnost te potencijal koji ovaj oblik turizma predstavlja za određenu regiju.

1.2 Hipoteza rada

Kroz obradu rada nastojati će se dokazati temeljna hipoteza: Kamping turizam jedan je od najzastupljenijih selektivnih oblika turizma u Istarskoj županiji te iz godine u godinu bilježi sve veći broj korisnika i posjetitelja.

1.3 Metode istraživanja

U izradi rada korištene su znanstvene metode indukcije, dedukcije, analize, kompilacije te deskripcije.

Kod istraživanja podataka korištena je dostupna literatura iz tradicionalnih i internetskih izvora: knjige, znanstveni i stručni članci i publikacije.

1.4 Struktura rada

Rad je podijeljen u osam međusobno povezanih tematskih poglavlja.

U uvodnom dijelu obrađuje se predmet, cilj i svrha istraživanja, hipoteze rada te struktura rada. U drugom poglavlju *Temeljna obilježja turizma i povijesni razvoj* daje se kratki osvrt na osnovne karakteristike samog pojma turizam i njegov razvoj te se iznose neke od definicija te povijesni razvoj turizma u svijetu i u Hrvatskoj.

Razvoj selektivnih oblika turizma naslov je trećeg poglavlja u kojem se objašnjava pojam i značenje selektivnih oblika turizma te se razrađuju temeljna obilježja i klasifikacija selektivnih oblika turizma i opisuje važnost motivacije i turističkog doživljaja.

U četvrtom poglavlju *Kamping turizam* kreće se s analiziranjem i teorijskim objašnjavanjem pojma kamping turizma, njegovog povijesnog razvoja, obilježja i karakteristika. Navode se vrste kampova i smještajne jedinice u kampovima te se sumiraju prednosti kamping turizma. Istražuju se i prikazuju novi trendovi u kamping turizmu te se navode neke od organizacija kamping turizma i automobilski klubovi koji su značajni za razvoj kamping turizma.

Peto poglavlje *Kamping turizam u svijetu* opisuje sve značajniji razvoj kamping turizma, naglašavajući pri tome važnost Europe, koja je već tradicionalno vodeća regija u međunarodnom turizmu. Izdvojeno je i opisano nekoliko primjera vrhunskih kampova iz Europe koji svojim ponudama predstavljaju današnja očekivanja i želje suvremenih kampista.

U šestom poglavlju *Kamping turizam u Hrvatskoj* obrađuje se povijesni razvoj i obilježja hrvatskog kamping turizma.

Sedmo poglavlje *Obilježja kamping turizma u Istri* predstavlja Istru kao najrazvijeniju kamping regiju u Hrvatskoj te opisuje neke od najznačajnijih i najboljih kampova na tom području koji se svojom ponudom i kvalitetom mogu uspoređivati i s kampovima svjetskih razina.

Posljednje poglavlje *Zaključak* predstavlja sintezu svega navedenog u radu. Iznose se spoznaje provedenog istraživanja, ukazuje se na povezanost rezultata u odnosu na postavljene ciljeve te se navode mogući budući trendovi u turizmu. U nastavku je naveden popis literature i grafičkih priloga.

2. TEMELJNA OBILJEŽJA TURIZMA I POVIJESNI RAZVOJ

U cilju što boljeg razumijevanja i daljnjeg istraživanja rada, iznose se osnovne karakteristike samog pojma turizam i njegovog razvoja. Od samih početaka turističkih putovanja do danas promijenilo se mnogo toga, ponajprije razvoj tehnologije i mogućnosti prijevoza te općenito samo društvo i trendovi. Turizam u suvremeno doba predstavlja jednu masovnu, društveno ekonomsku pojavu koji svojim djelovanjem ostavlja jaki utjecaj na gotovo sve aktivnosti sredine gdje se razvija i na društvo i zajednicu. Može se reći da je to danas jedan od glavnih izvora prihoda u mnogim državama, a u brojnim je destinacijama upravo turizam najvažnija gospodarska grana. Taj fenomen čini jedno od općih obilježja vremena u kojem živimo. Smatra se jednom od najvećih svjetskih "industrija" te je on dijelom odgovoran za rast uslužnoga sektora u svijetu.

2.1 Definicija i osnovne značajke turizma

U literaturi možemo pronaći brojne definicije turizma kojima autori nastoje opisati taj pojam uzevši u obzir njegovu širinu i složenost djelovanja. Turizam kao djelatnost utječe na ostale gospodarske sektore neke zemlje, kao što su društveni sektor, kulturni i slično. U govoru se često turizam naziva i poistovjećuje s industrijom, s obzirom na njegov sve masovniji rast i imperativ o što većoj zaradi. Međutim, tako nešto ne može se smatrati ispravnim budući da on nema klasičnu formu distribucije proizvoda i outputa kao ostale industrije, već se ovdje radi o izlaznim vrijednostima koje se ne mogu mjeriti fizički.

S obzirom na razdoblje i uvjete u kojima su definirane i na gledišta autora, javljaju se i različite definicije pojma turizam. Prema Willismu F. Theobaldu (1994.) riječ *turizam* potječe od latinske riječi „tornare“ i grčke „tornos“, koje približno označavaju kretanje u krug ili oko centralne osi.¹ Prema tome, „tur“ kao i krug označava putovanje koje završava na početku, te odlazak na putovanje ima namjeru povratka na polazište. Temeljni pokretači turističkih putovanja su turisti, odnosno osobe koje imaju višak slobodnog vremena, financijskih sredstava i određenu želju i motivaciju za

¹ CroatiaLink, *Turizam: definicija, nastanak razvoj i podjela*, dostupno na: <https://croatialink.com/wiki/turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela> (pristupljeno 16. travnja 2021.)

putovanjem i odmorom. Prema definiciji Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, turist je „svaka osoba koja u mjestu i izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova“.²

M. Troisi (1959.) ističe kako turizam obuhvaća privremenu promjenu mjesta boravka u svrhu odmora, razonode, liječenja, vjere ili obrazovanja. Prema tome predstavlja turizam kao „kompletnu i kompleksnu potražnju, te potrošnju stranaca koja izaziva proizvodnju raznih dobara i usluga u receptivnoj zemlji“.³ Lickorish i Kershaw definiraju turizam kao „dio nacionalnog gospodarstva temeljeno na potrošnji turista izvan mjesta stalnog boravka“.⁴

Najsveobuhvatnija definicija je ona prema Hunzikeru i Krapfu, koji na sljedeći način opisuju pojam turizma: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“.⁵

Ono što je važno kod definiranja samog pojma turizma je to da ta definicija mora obuhvaćati sve sastavnice koje se vezuju uz to tumačenje. Pod time se misli na to da osim turista kao glavnih subjekata za provođenje turističkih aktivnosti, definicija mora obuhvaćati i komponentu prostora koja označava mjesto u koje se putuje, vremensku komponentu prema kojoj osoba izbiva iz svoje svakodnevne sredine više od 24 sata, ali najviše godinu dana, te samu svrhu putovanja temeljem koje turisti iz raznih razloga odlaze na putovanje. U novije vrijeme sve su učestalije ekonomske, socio-kulturološke, nominalne definicije turizma koje proizlaze iz načina da se turizam promatra kao skup odnosa i pojava te koje su odraz kompleksnosti, skupa aktivnosti i interdisciplinarnosti turizma.⁶

² Državni zavod za statistiku, dostupno na:

<https://www.dzs.hr/hrv/dbhomepages/turizam/metodologija.htm> (pristupljeno 17. travnja 2021.)

³ Gržinić, J., *Uvod u turizam – povijest, razvoj i perspektive*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019., dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523> (pristupljeno 17. travnja 2021.)

⁴ loc. cit.

⁵ Čavlek, N. et al., *Turizam- Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Školska knjiga, 2011., str. 29.

⁶ Gržinić, J., *Uvod u turizam – povijest, razvoj i perspektive*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019., dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523> (pristupljeno 17. travnja 2021.)

2.2 Povijesni razvoj turizma

Kad se govori o počecima razvoja turizma, ne može se sa sigurnošću reći kada je njegov razvoj točno započeo. Ljudi su kroz povijest putovali zbog raznih razloga, mijenjajući svoje mjesto boravka, tragajući pritom za boljim uvjetima života ili prisiljeni pak na promjenu sredine zbog raznih ratnih zbivanja. Međutim, takve migracije teško je uspoređivati sa suvremenim turističkim kretanjima i turističkim aktivnostima općenito.⁷ Mnogi su autori i teoretičari pri traženju i određivanju samih početaka turizma tragali daleko u povijest čovječanstva te su njegove prve korijene pronalazili u brojnim vrstama putovanja koja su ljudi prošli još od rimskog doba do danas.

Pojavom novca i razvojem trgovine i civilizacije, javljaju se i prva putovanja koja nisu prvenstveno bila motivirana egzistencijalnim potrebama, već trgovinom, stjecanjem novih znanja i iskustava, kulturnim potrebama i zdravstvenim razlozima. Neki od danas poznatih prometnih pravaca poput „Puti svile“ ili „Puti soli“ razvili su se upravo zahvaljujući trgovini.⁸ Na području današnje Europe u 15. i 16. stoljeću javljaju se renesansna putovanja kulturnog karaktera. Učestalija putovanja na području zapadne Europe ostvaruju se tek za vrijeme nestajanja feudalizma i početka kapitalizma (17. i 18. stoljeće) kada se u Europi stvaraju uvjeti za gospodarski, politički i društveni rast te samim time Europa postaje centar svjetskog gospodarstva. Tadašnje najjače europske sile, Velika Britanija i Francuska, postale su glavni centri gdje su se uz trgovinu i manufakturu, široko razvijale tehnološke i intelektualne aktivnosti, u koje su spadala i putovanja.⁹

Nagli rast industrije koji je započeo već u 16. stoljeću donio je do sredine 19. stoljeća velike društveno-ekonomske promjene koje su imale utjecaj na sva područja ljudskog života neovisno o njihovom društvenom sloju i zanimanju. Razvojem željeznice dolazi do revolucije transporta te se mijenja čovjekovo shvaćanje vremena i prostora.¹⁰ Za razliku od prijašnjih vremena, kad su putovanja prvenstveno bila dostupna samo najbogatijim slojevima koji su si mogli priuštiti odlazak u daleke krajeve svijeta kako bi doživjeli i upoznali nepoznate kulture, vidjeli umjetnička djela ili poznate građevine te učili strane jezike, industrijalizacijom sve to postaje moguće i za nižu klasu.

⁷ Dujmović, M., *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014., str. 19.

⁸ Ibidem, str. 20.

⁹ Pančić Kombol, T., *Selektivni turizam – Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, Matulji, TMCP Sagena d.o.o., 2000., str. 4.

¹⁰ Ibidem, str. 6.

Tako su u razdoblju od 16. do početka 19. stoljeća sve učestalija bila „Grand Tour“ putovanja po gradovima južnih područja Europe poput Torina, Milana, Verone, Venecije, Bolonje, Firence, Napulja, Rima pa sve do Münchena, Beča, Frankfurta i Pariza. Većinom su to bila putovanja u proljetnim i ljetnim mjesecima, te su se putnici diljem Europe divili remek djelima klasične civilizacije i po povratku sa sobom donosili brojne suvenire u obliku arheoloških ostataka, replika ili vlastitih portreta. „Grand Tour“ je prvenstveno bilo putovanje na koje su odlazili mladići u dobi od 16 i 21 godine radi obrazovanja, stjecanja vještina poput mačevanja ili plesa te radi uspostavljanja ekonomsko političkih veza i upoznavanja drugih kultura i širenja horizonata.¹¹ Širenjem trgovačke klase sve se više ljudi uključuje u takva putovanja te se putuje i u većim skupinama i ne samo u cilju obrazovanja već i zbog bijega iz industrijskih gradskih sredina u nedirnutu prirodu. Završetak Grand Toura označilo je izbijanje Napoleonskih ratova (1804.-1815.).¹²

Za prvo organizirano putovanje željeznicom zaslužan je Thomas Cook koji je 1841. godine osmislio prvi organizirani izlet u čiju je cijenu bio uključen prijevoz i hrana, kao i obilasci europskih gradova. Bio je to tadašnji svojevrsni paket-aranžman te je Cook od željezničkog prijevoznika uzimao proviziju za organizaciju i na taj način postao posrednik između prijevoznika i putnika. U to vrijeme nastaje putnički ček, putnička uputnica (vaučer), kao i paušalno putovanje (po unaprijed utvrđenim cijenama).¹³ Potaknut dostignutim uspjehom, Cook osniva vlastitu putničku agenciju Travel Agency Cook.

Razni su autori iznijeli svoju periodizaciju razvoja turizma u svijetu, najčešće iz stajališta zemlje iz koje dolaze. Engleski autori A. J. Burkhart i S. Medlik u svojoj knjizi *Tourism – Past, Present and Future* iznose pregled povijesnog razvoja turizma kroz tri faze: „Počeci turizma do 1840.“, „Stoljeće ugljena i pare do 1914.“ i „Moderni svijet 1920-1970“. Svjetski rat kao povijesna prekretnica u razvoju čovječanstva koristi se kao najjednostavniji kriterij za podjelu razdoblja turističkog razvoja prema kojemu imamo razdoblje prije i razdoblje poslije Drugoga svjetskog rata.¹⁴

¹¹ Dujmović, M., op. cit., str. 22.

¹² Ibidem, str. 23.

¹³ Gržinić, J., *Uvod u turizam – povijest, razvoj i perspektive*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019., dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523> (pristupljeno 17. travnja 2021.)

¹⁴ Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb, Prometej, 2005., str. 17.

Prema UNWTO-u faze razvoja turizma su:

- „rano doba – prve civilizacije, Grčka, Rim, Azija“,
- „srednje doba – od V. do XIV. stoljeća; hodočašća, istraživačka putovanja“,
- „doba renesanse – od XIV. do XVII. stoljeća; edukativna putovanja, Grand Tour“,
- „doba industrijske revolucije – od 1750. – 1850.; razvitak gradova, parni stroj“,
- „moderni turizam – razvoj prometa, masovni turizam, osobna potrošnja“.¹⁵

Proučavajući faze razvoja turizma i njegov sve dinamičniji razvoj, vidljivo je kako se turizam postepeno razvijao s razvojem civilizacije i kulture, a najveći značaj dobiva u 20. stoljeću.¹⁶ Kako diljem svijeta, tako je i na području današnje Hrvatske turizam postepeno rastao i dostizao svjetske trendove, a kratki pregled hrvatskog turističkog razvoja kroz povijest naveden je u nastavku.

2.3 Povijesni razvoj turizma Hrvatske

S obzirom na poprilično turbulentno razdoblje hrvatske povijesti popraćeno ratovima i raznim gospodarskim i političkim događajima, dinamičniji razvoj turizma na našim prostorima kreće kasnije nego u ostatku svijeta. Nekakvo „zlatno razdoblje“ hrvatskog turizma trajalo je nakon Drugog svjetskog rata do početka osamdesetih godina, međutim društvene promjene i rat devedesetih godina ponovo mijenjaju stanje turizma u zemlji. Temeljem tih političkih i gospodarskih događaja, povijest hrvatskog turizma podijeljena je na nekoliko vremenskih faza:

1. prva faza - razdoblje pojava sličnih turizmu
2. druga faza - početak organiziranih putovanja sredinom 19. stoljeća, faza znatiželje
3. treća faza - razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvog svjetskog rata, faza „osvješćivanja“
4. četvrta faza - razdoblje između dva svjetska rata, faza prvih postignuća

¹⁵ Ibidem, str. 19.

¹⁶ Dujmović, M., op. cit., str. 27.

5. peta faza - razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, faza intenzivnog turističkog razvoja
6. šesta faza - razdoblje samostalnosti Hrvatske (od 1991.) do početka 21. stoljeća, faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj.¹⁷

Kako i na svjetskoj razini, tako je i na hrvatskim prostorima kroz povijest bilo raznih pojava koje se danas mogu označiti kao preteče turizma. Kao početak pojava sličnih turizmu označava se 14. i 15. stoljeće kada se otvara prvi *hospicij* za strance. Putovali su većinom bogati umjetnici, pjesnici i avanturisti i to većinom obilazeći veće europske gradove. No, pravi početak razvoja turizma promatra se tek nakon industrijske revolucije razvijanjem željeznice koja je omogućavala prijevoz većeg broja putnika. Veliki značaj za razvoj turizma na hrvatskom prostoru imalo je more, te su upravo uz plovidbu morem vezani oblici preteča turističkih putovanja. U kontinentalnom dijelu otvaraju se zdravstvena i odmorišna središta te se razvijaju toplice. U Zagrebu se 1840. godine gradi prvi veliki hotel *Pruckner*, kasnije poznat pod imenom *Royal*. Godinu dana kasnije u Opatiji je sagrađena *Villa Angiolina* koja prema brojnim našim povjesničarima predstavlja početak hotelijerstva u Hrvatskoj. U to vrijeme grade se i brojne ladanjske vile na jadranskoj obali te naročito na otocima. Ono što je najviše kočilo tadašnji jači razvoj i predstavljalo glavni uzrok zaostajanja je prometna nepovezanost, koja se na ovim prostorima razvijala sporije od ostatka svijeta. Željezničkim povezivanjem Istre s Bečom i Trstom uspostavljena je prva izravna veza istočnog Jadrana i srednje Europe, čime je Austro-Ugarska monarhija dobila izlazak na svjetska mora. Kasnijim povezivanjem željeznicom do gradova kao što su Sisak, Zagreb i Split znatno je povećan broj turističkih dolazaka. Prvi istinski turistički hotel u Hrvatskoj bio je hotel *Kvarner* u Opatiji (1884.). Prva kupališta sagrađena su krajem 19. stoljeća i to u Novom Vinodolskom, Lošinj, Zadru i Crikvenici. Izbijanjem Prvog svjetskog rata prekida se većina turističkih posjeta. U to je vrijeme osnovana prva domaća putnička agencija *Putnik*. U razdoblju između dva rata na hrvatskoj obali dolazi do jačeg razvoja nudizma, posebice na otoku Rabu. Strani kapital je dominantan te se većina inozemnog prometa odnosi na posjete turista iz samo šest europskih država (Austrija, Njemačka, Italija, Engleska, Čehoslovačka i Mađarska). Drugi svjetski rat nanio je hrvatskom turizmu mnogo

¹⁷ Vukonić, B., op. cit., str. 23.

manje štete nego što se to moglo očekivati. Nisu svi dijelovi Hrvatske pretrpjeli jednaku štetu, tako da je većina prijeratnih smještajnih objekata ipak ostala sačuvana (Istra, Kvarner, otoci), iako su bila potrebna dodatna ulaganja u rekonstrukciju. Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata bilježi se kao faza intenzivnog turističkog razvoja u kojem se grade novi smještajni kapaciteti, komunalne i prometne infrastrukture neophodne za razvoj turizma, bolja organizacija i edukacija kadrova. Pojavljuju se i kampovi, kao novi oblik smještajnih kapaciteta. Velika prednost hrvatskog turizma pred drugim dijelovima Jugoslavije bila je u dugoj jadranskoj obali s mnoštvom otoka, kao i bogatoj kulturno-povijesnoj baštini. Gradnjom prvih marina u Puli, Splitu i Dubrovniku te zrakoplovne luke u Splitu (1966.), Puli (1967.) i Zadru (1969.) osigurava se brži i udobniji put i dolazak inozemnih gostiju. Osniva se i prvi hrvatski turoperator *Atlas Airtours* koji je uvodio charter letove u svoje turističke aranžmane i prva hrvatska zrakoplovna kompanija *Croatia Airlines*. Ratni period u hrvatskom turizmu od 1991. do 1995. uzrokovao je očekivani pad turističkog prometa. Oporavak hrvatskog turizma nakon završetka rata smatrao se čak i relativno brzim, no obnova smještajnih kapaciteta odvijala se ipak dosta usporeno. Otvaraju se velika emitivna tržišta srednje i istočne Europe, čije potrošačke navike upućuju ka povratku masovnog turizma. Hrvatska se suočava i s velikim odljevom kvalitetnih i visokoobrazovanih ljudi u inozemstvo, te postaje ovisna o uvozu radne snage. Dolazi do stabilizacije i rasta turističkog prometa te do postepenog stvaranja slike Hrvatske kao destinacije prepoznate na međunarodnom turističkom tržištu.¹⁸

2.4 Suvremeni turizam u brojkama

Tijekom posljednjih desetljeća turizam je doživio kontinuirani razvoj i ekspanziju te je postao jedan od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih sektora na svijetu. Njegov rast bio je potaknut relativno snažnom globalnom ekonomijom, rastućom srednjom klasom i brzom urbanizacijom u ekonomijama u usponu, pristupačnim putovanjima i olakšavanjem viznog režima, kao i tehnološkim napretkom i novim poslovnim modelima.¹⁹

¹⁸ Ibidem, str. 25.-201.

¹⁹ UNWTO, *International Tourism Highlights: 2020 Edition*, dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456> (pristupljeno 20. travnja 2021.)

Godina 2019. bila je još jedna godina snažnog rasta, iako su međunarodni dolasci tada rasli ispod iznimnih stopa zabilježenih u 2017. godini (+ 7%) i 2018. godini (+ 6%). Potražnja je bila nešto slabija za putovanjima u odredišta s naprednom ekonomijom u različitim regijama. Porast međunarodnih dolazaka u 2019. godini zabilježen je u svim regijama. Međutim, neizvjesnost oko Brexita, geopolitičke i trgovinske napetosti i globalno gospodarsko usporavanje, doprinijeli su sporijem rastu.²⁰

Sve su regije bilježile porast dolazaka u 2019. godini, predvođene Bliskim istokom (+ 8%). Azija i Tih ocean te Europa zabilježile su rast od 4%. U pozadini globalnog ekonomskog usporavanja, potrošnja u sektoru turizma nastavila je rasti. Turizam je treća najveća svjetska izvozna kategorija nakon goriva i kemikalija, a ispred automobilskih proizvoda i hrane (2019.). Između 2009. i 2019. stvarni rast prihoda od međunarodnog turizma (54%) premašio je rast svjetskog BDP-a (44%).²¹

Pojavom pandemije COVID - 19 dolazi do suočavanja s brojnim zdravstvenim, socijalnim i ekonomskim problemima na globalnoj razini te su putovanja i turizam postali jedni od najugroženijih sektora.²² Pokrenuta je neviđena kriza u turističkom gospodarstvu, prema čemu revidirane procjene OECD-a o utjecaju COVID - 19 ukazuju na 60% smanjenja međunarodnog turizma u 2020. godini.²³

I u 2021. godini na globalni se turizam nastavlja razorni utjecaju pandemije te se bilježi pad međunarodnih dolazaka turista za 87% u siječnju u odnosu na 2020. godinu. Pooštrenje ograničenja putovanja, obavezna testiranja, karantena i, u nekim slučajevima, potpuno zatvaranje granica, spriječili su nastavak međunarodnih putovanja. Turistička organizacija (UNWTO) i dalje poziva na jaču koordinaciju putničkih protokola između zemalja kako bi se osiguralo sigurno ponovno pokretanje turizma i izbjegle nove godine velikih gubitaka u tom sektoru.²⁴

²⁰ Ibidem

²¹ Ibidem

²² UNWTO, *International tourism and Covid-19*, dostupno na: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (pristupljeno 20. travnja 2021.)

²³ OECD, *Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)*, dostupno na: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/> (pristupljeno 20. travnja 2021.)

²⁴ UNWTO, *Tourist arrivals down 87% in january 2021 as unwto calls for stronger coordination to restart tourism*, dostupno na: <https://www.unwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism> (pristupljeno 20. travnja 2021.)

3. RAZVOJ SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA

U drugoj polovici 20. stoljeća turistička putovanja postaju sve važnija stavka u suvremenom životu ljudi koji se žele maknuti od užurbanog gradskog života, okruženog gužvom i bukom i nakratko ga zamijeniti odlaskom na odmor u destinaciju sunca i mora. Provođenje takve turističke dokolice postaje masovna pojava pri kojoj ponuđačima prvenstveni cilj nije zadovoljenje čovjekovih turističkih potreba, već ostvarenje što veće zarade putem prodaje turističkih proizvoda kreiranih za što veći broj potrošača. Takvim se omasovljavanjem turizma stvara otuđenost kod turista te oni ne mogu u potpunosti zadovoljiti neke potrebe posebnih interesa.²⁵ S vremenom se javlja novo razmišljanje kod ljudi i novi pogled na provođenje slobodnog vremena u kojem se nastoji što više sudjelovati u aktivnostima u prirodi, u učenju i upoznavanju novih stvari, kultura te nekih novih vrijednosti.

Razvojem društva dolazi i do brojnih promjena koje se ogledaju u rastu starije populacije, kasnijem sklapanju brakova i obitelji, povećanom kupovnom moći, višku slobodnog vremena i sl. Temeljem takvih društvenih promjena mijenja se i međunarodno turističko tržište te se javlja i sve veća raznolikost kod tipova turista. Njihove potrebe i motivi za putovanjem postaju personaliziraniji te ekološki osvješteniji, a kod provođenja odmora traže doživljaje i aktivnost, te autentično i kvalitetno iskustvo koje će ih obogatiti, zabaviti, ali i psihički i fizički oporaviti.²⁶ Naglašavajući pri tome sve izraženije negativne učinke masovnog turizma, sve popularniji postaju neki alternativniji oblici turizma u kojima navedene potrebe i motivacija samih turista jače dolaze do izražaja.

3.1 Pojam i definiranje selektivnih oblika turizma

Termin *specifični oblici turizma* slobodan je prijevod pojma korištenog u engleskom govornom području - *special interest tourism*, a u teoriji i praksi često se koriste različiti termini kao npr. *selektivni oblici turizma*, *turizam posebnih interesa*, *tematski turizam*, *turizam niša* i *alternativni turizam*.²⁷ Usmjereni su na aktivnosti koje privlače

²⁵ Pančić Kombol, T., op. cit, str. 12.

²⁶ Ibidem, str. 13.

²⁷ Rabotić, B., *Selektivni oblici turizma*, Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013., str. 17

manji broj posjetitelja koji odlaze na odmor kako bi uživali u proizvodu ili usluzi koja zadovoljava njihove posebne interese i potrebe, u želji da pronađu autentična iskustva i doživljaje.²⁸ Sam pojam počeo se koristiti početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća te se često koristio kao sinonim za održivi ili odgovorni turizam budući da predstavlja suprotnost svemu što izgleda negativno ili loše u masovnom turizmu. Selektivnim se turizmom obuhvaćaju oblici koji ostvaruju manje negativnih učinaka na prirodu i stanovništvo u destinaciji te kojima se razvija odgovorno viđenje svijeta. Krajem osamdesetih godina selektivni turizam počinje se smatrati simbolom turizma budućnosti te se bilježi njegov intenzivan rast i razvoj, posebice u Europi. Ključni čimbenici koji su utjecali na to bili su cjelokupni rast i diverzifikacija proizvoda u turizmu, razvoj jeftinijih i bržih načina prijevoza do novih destinacija te potraga za održivom alternativom masovnog turizma.²⁹

Prema definiciji selektivni turizam je „*pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma i koji se temelji na odabranim programima, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom uravnoteženom načelu razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području*“.³⁰ Vidljivo je kako se ovom definicijom nastoji obuhvatiti što širi krug opisa selektivnih oblika turizma te prije svega naglasiti narav ka održivom razvoju. To će zasigurno u budućnosti turizma biti izazov, budući da je međunarodni turizam sve masovniji i ne može se očekivati da će nestati. Međutim, kontroliranim razvojem selektivnih oblika turizma uz određivanje normi ponašanja i kapaciteta nosivosti može se utjecati na to da se njegov rast ne širi te da se stabilizira.

Dobro poznavanje pojedinih tržišnih niša kako bi se identificirale potrebe i karakteristike određenih grupa potrošača te prilagodila odgovarajuća ponuda postaje ključna stavka pri današnjem postupku kreiranja i distribucije turističkog proizvoda. Stoga se razvoj selektivnih oblika turizma temelji na super-segmentaciji potražnje i većoj fleksibilnosti subjekata ponude.³¹

²⁸ Dujmović, M., op. cit., str. 103.

²⁹ Pančić Kombol, T., op. cit., str. 86. i 87.

³⁰ Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011., str. 227., prema Jadrešić, 1998.

³¹ Rabotić, B., op. cit., str. 19.

3.2 Temeljna obilježja i klasifikacija selektivnih oblika turizma

Smatra se da je selektivni turizam znatno održiviji i etičniji od masovnog turizma, prvenstveno zbog manjih grupa turista i činjenice da se radi o obrazovanijim, odgovornijim i iskusnijim skupinama čiji je glavni razlog putovanja potraga za autentičnim prirodnim ili kulturnim iskustvima. Najčešće su to posjetitelji srednje životne dobi, željni upoznavanja novih ljudi i kultura te oni s nešto većim platežnim mogućnostima. Takozvani „novi“ turisti žele na svojim putovanjima istražiti nešto novo, biti aktivni i prihvaćati izazove u susretu s novim i nepoznatim te se upoznati i biti u kontaktu s lokalnim stanovništvom. Također, kod selektivnih oblika turizma nudi se mnogo širi spektar doživljaja gdje se uviđaju i cijene osobne preferencije turista, što ove oblike turizma čine fleksibilnijima i humanijima za razliku od masovnog turizma.³²

Kroz selektivne oblike turizma ostvaruju se putovanja pojedinaca ili grupa turista kojima je cilj posjetiti neke specifične destinacije ili razviti određene interese. Takvi turisti često imaju slične profesije ili hobije te se oni tijekom putovanja žele povezati s mjestom koje posjećuju i što više uključiti u kulturni i društveni život destinacije, čime će obogatiti svoje turističko putovanje.³³ Njihova sve veća očekivanja potaknuta su i od strane sve prisutnijih medija i društvenih mreža te osobnim znanjem. Znaju i mogu sami istraživati i kreirati vlastita putovanja u kojima tragaju za što boljim odmorom, zabavom, rekreacijom i iskustvima.

Tijekom intenzivnijeg rasta turizma (pedesete i šezdesete godine) svjetski turistički stručnjaci počeli su klasificirati i dijeliti turizam na sektore ili oblike koji su se međusobno razlikovali po nekim značajkama. Jedan od prvih bio je Claude Kaspar koji je napravio sljedeću podjelu turizma prema više različitih osnova te na mnoge oblike unutar dvije osnovne podjele, prema motivaciji te vanjskim učincima.³⁴

Podjela prema motivaciji:

- Rekreativni turizam (rekreativni turizam u bližim ili dalekim destinacijama, zdravstveni turizam)
- Kulturni turizam (kulturni svjetovni turizam i religijski turizam)

³² Ibidem, str. 20. i 21.

³³ Pančić Kombol, T., op. cit., str. 91.

³⁴ Ibidem, str. 14.

- Socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza)
- Sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam)
- Komercijalni turizam (poslovni i kongresni, turizam sajмова i izložbi)
- Politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija);

Podjela prema uzrocima i vanjskim učincima:

- Prema podrijetlu (nacionalni turizam, međunarodni turizam)
- Prema trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora)
- Prema sezonama (ljetni turizam, zimski turizam)
- Prema broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina ili društava, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam)
- Prema dobi sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi)
- Prema vrstama prijevoza (željeznički, automobilski, avionski turizam, pomorski, riječni i jezerski turizam)
- Prema vrsti smještaja (hotelski turizam, para-hotelski turizam, „chalet“ turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam)
- Prema učincima na platnu bilancu (aktivni turizam – receptivni turizam, pasivni turizam – emitivni turizam)
- Prema načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam iz štednje i kredita)
- Prema sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam).³⁵

Navedena i podosta široka podjela prikazuje kako se uz masovni turizam širila i sve veća potražnja za selektivnim oblicima turizma. Pri tome je važnu ulogu imala motivacija prema kojoj se razlikuju pojedini oblici turizma, a koji na temelju raznih motiva kreiraju i grade svoju turističku ponudu.

³⁵ Ibidem, str. 14. i 15.

3.3 Motivacija i turistički doživljaj u selektivnim oblicima turizma

Razlog zbog kojeg se ljudi odlučuju za određeno turističko putovanje, destinaciju i konkretne turističke aktivnosti leži u različitim motivima kojima oni teže. Stoga, kako bi se što bolje razumjela i prepoznala motivacija kod turista, potrebno je provoditi pravilno i ispitano upravljanje u selektivnim oblicima turizma i na temelju identificiranih motiva kreirati i prilagoditi što bolju turističku ponudu koja će ispuniti njihova očekivanja.

Postoje različiti motivi koji utječu na odluku ljudi pri odabiru turističkog putovanja. Oni ponajprije ovise o subjektivnim faktorima pojedinaca, njihovim mogućnostima, raspoloživim sredstvima, slobodnom vremenu, kao i o socijalnoj sredini i društvenom položaju u kojem se nalaze. Prema tome neki od najčešćih motiva jesu bijeg od svakodnevice, odmor, razonoda, zabava, zdravstveni ili religijski razlozi te upoznavanje prirodnih ljepota ili kulturno-povijesnih znamenitosti posjećene destinacije. S vremenom, razvojem društva i novih trendova, javljaju se i drugi motivi kao poticajni faktori u turizmu poput mode, prestiža, individualnih ostvarenja i sl.³⁶

Sam proces istraživanja motivacije nije jednostavan, jer iza određenog ponašanja turista može biti više različitih motiva. Motivacija se može opisati kao psihološki proces koji potiče ljude da ostvare svoje potrebe i kao ponašanje koje je usmjereno prema nekom cilju.³⁷ Turistički motivi nastaju kao posljedica određenog stupnja društvenog razvoja te s vremenom postaju sve snažniji jer rastu s razvojem društva i društvenih odnosa. U turizmu se pojam motiva najčešće interpretira u okviru društvenih motiva te se ne može izdvojiti samo jedan presudni motiv, već se oni promatraju u kombinaciji, međusobno se isprepliću i nadopunjuju ili zamjenjuju. Prema američkom psihologu Abrahamu H. Maslowu razlikuju se fiziološke (prirodne) te društvene (stečene) potrebe odnosno motivi, pri čemu se naglašava kako kod prirodnih motiva prioritet imaju motivi i želje, a kod društvenih prioritet imaju motivi afirmacije, preferencije i sl.³⁸

³⁶ Brunsko, Z., *Turistička motivacija*, NAŠE MORE : znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol. 49 No. 1-2, 2002., str. 71., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/209280> (pristupljeno 25. travnja 2021.)

³⁷ Rabotić, B., op. cit., str. 24.

³⁸ Brunsko, Z., *Turistička motivacija*, NAŠE MORE : znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol. 49 No. 1-2, 2002., str. 70., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/209280> (pristupljeno 25. travnja 2021.)

Leiper (1990.) smatra da je kod pojedinca presudna želja, a ne potreba koja nije uvijek dovoljno specifična. Primjer toga je ukoliko postoji potreba za rekreacijom koja će se kod različitih osoba manifestirati drugačijim ponašanjem, ovisno o njihovim preferencijama (netko će primjerice odabrati odmor uz more, netko krstarenje, a netko pak pješčačenje).³⁹ Jedna od starijih paradigmi je ona prema Dannu (1977.) referirajući se na tzv. *push* i *pull* modele. Kod prvog modela riječ je o faktorima koji turista stimuliraju odnosno potiču da putuje, a drugi model ga vuče u određenom pravcu.⁴⁰

Turistička putovanja često se promatraju kao svojevrsna investicija u čovjekovu osobnost pri kojima je odlazak u nepoznate krajeve motiviran željom za upoznavanjem i susretom s nečim novim. Uz to, turistički motivi postaju sve brojniji i različitiji, s obzirom na sve veći stupanj gospodarskog i društvenog razvoja.⁴¹ Brojni autori pri tome smatraju kako su turisti s posebnim interesima mnogo više fokusirani na potragu za osobnim napretkom prilikom putovanja nego na sam odmak i bijeg iz svakodnevnog okruženja. Prema tome se selektivni oblici turizma manje zasnivaju na relaksaciji i odmoru, a više na potrebi za samoostvarenjem i novim iskustvima.⁴²

Svakom posjetitelju cilj je da tijekom svog putovanja u određenoj destinaciji ostvari poseban turistički doživljaj, odnosno da stekne određeno unutarnje stanje izazvano nečime što je vidio i doživio u posjećenom mjestu. Kod selektivnih oblika turizma i putovanja zbog zadovoljenja određenih vlastitih interesa, turisti postaju ti koji sukreiraju i zaokružuju svoj cjelokupan doživljaj na način da grade iskustva, stvaraju osjećaj prihvaćanja i ugone, informiraju se i aktivno sudjeluju u aktivnostima tijekom posjeta te žele biti dio lokalne kulture.⁴³ Ostvarenim doživljajem stvara se i dobiva određena slika atraktivnosti neke destinacije te se na temelju pozitivnih doživljaja postiže lojalnost posjetitelja i njihov ponovni posjet.

³⁹ Rabotić, B., op. cit., str. 25.

⁴⁰ loc. cit.

⁴¹ Brunsko, Z., *Turistička motivacija*, NAŠE MORE : znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol. 49 No. 1-2, 2002., str. 75., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/209280> (pristupljeno 25. travnja 2021.)

⁴² Rabotić, B., op. cit., str. 26.

⁴³ Ibidem, str. 30.

4. KAMPING TURIZAM

Turističke aktivnosti na otvorenom i u prirodi u suvremeno doba postaju sve popularniji i češći način provođenja slobodnog vremena i odmora, prvenstveno zbog sve veće urbanizacije s malim pristupom prirodnom okolišu i potreba ljudi za odmakom od stresnog i užurbanog života u njegovu suprotnost, odnosno u prirodu. Temeljem toga, na kampiranje se odlučuje sve veći broj ljudi, posebice onih s većom osviješćenošću prema prirodi, željnih slobode i ležernosti, istraživanja i avantura na otvorenom, kao i potrebe za psihičkim odmorom.

Kampiranje se oduvijek smatralo jeftinijim oblikom usluga smještaja, budući da je ono prvotno označavalo boravak u šatoru u prirodi što je predstavljalo jeftinu mogućnost smještaja na odmoru. Međutim, kampistima sam smještaj i oblik boravka ne utječe na njihov odabir budući da oni kampiranje ne smatraju običnim boravkom u smještajnom objektu, već za njih to predstavlja jedan način života.⁴⁴ Kampiranje temeljeno na prirodi povoljno je za ublažavanje stresa jer se u kontaktu s prirodom javlja tendencija na bolju koncentraciju stvari koje nas okružuju, a manje se razmišlja o svojim problemima i brigama. Pri povratku u svoju svakodnevnu rutinu, bistriji um i vedriji duh ponekad pomažu u rješavanju briga ili problema. Kampiranje je također korisno za djecu, jer se boravkom u prirodi smanjuje njihov sve veći nagon ka modernim tehnologijama i igricama te mogu više vremena provesti vani, baviti se nekakvim sportskim aktivnostima pa čak i nešto novo naučiti.

Kampiranje se više ne smatra staromodnim, dosadnim ili neudobnim, već je takav ugostiteljski sektor na otvorenom prerastao iz niskotarifne turističke niše u jedno svestrano rekreacijsko iskustvo, često ukomponirano u sve luksuznijem obliku.⁴⁵ Promjenom socio-demografskih statusa mnogi moderni kampisti traže što bolju kvalitetu i uslugu te se njihovi zahtjevi vezani za udobnost i opremljenost kampa sve više povećavaju, što s druge strane ponuđače tjera na stalno poboljšavanje i unapređenje ponuda.

⁴⁴ Sladoljev, J., *Kamping turizam : sve o kampingu - priručnik za vlasnike i voditelje kampova*, Pula: C.A.S.H., 1998., str. 30

⁴⁵ Sommer, K., *Holidays at home - Camping and glamping as a part of domestic tourism: An overview and analysis of camping (and in particular luxury camping) as an alternative form of domestic tourism in the time of the coronavirus*, IUBH Discussion Papers - Tourismus & Hospitality, No. 6/2020, IUBH Internationale Hochschule, Bad Honnef, 2020., dostupno na: <http://hdl.handle.net/10419/225520> (pristupljeno 27. travnja 2021.)

4.1 Pojam i definiranje kamping turizma

Riječ kamp dolazi od latinske riječi *campus* i označava ravnicu, poljanu na kojima su u povijesti logorovale rimske legije tijekom vojnih pohoda.⁴⁶ Izraz *kamp* može se pronaći u mnogim jezicima (engleski: camp, campus; njemački: kamp; talijanski: campo; španjolski: campana, campo i dr.) koji označava otvoreni, ravni prostor namijenjen za boravak i odmor u prirodi, pod šatorima.⁴⁷ Rječnik ugostiteljsko-turističkih pojmova kamp opisuje kao ugostiteljski objekt u kojem se gostu pružaju usluge smještaja na otvorenom prostoru, a mogu se pružati i druge usluge uobičajene u toj vrsti ugostiteljskog objekta.⁴⁸ Prema statističkom uredu Europske unije, Eurostatu, kamp se definira kao kolektivna vrsta smještaja u ograđenom prostoru za šatore, kamp-prikolice i autodomove gdje se mogu pružati određene turističke usluge, a sam kapacitet kampa određuje se na temelju broja mjesta i broja postelja.⁴⁹

U Hrvatskoj se prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti kampiranje definira kao boravak gosta pod šatorom, u kamp-prikolici i drugoj odgovarajućoj opremi za smještaj na otvorenom prostoru. Prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji smještajnih objekata iz skupine kampovi, kamp se definira kao smještajni poslovni objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja, odnosno smještaja u određenom prostoru na otvorenom (u šatorima, kamp-prikolicama ili autodomovima), a mogu se pružati i neke druge usluge i oblici rekreacije na otvorenom.⁵⁰

Osim u kampovima, usluge kampiranja mogu se pružati i u domaćinstvu od strane iznajmljivača, što se naziva „Kamp u domaćinstvu“. Ono podrazumijeva do najviše 7 smještajnih jedinica, odnosno za 25 gostiju istodobno, ne računajući djecu mlađu od 12 godina. Također, i seljačko ili obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje je upisano u Upisnik poljoprivrednog gospodarstva može pružati ugostiteljske usluge smještaja u kampu koje se naziva „Kamp u seljačkom domaćinstvu“. Ono može pružati uslugu smještaja za najviše 20 smještajnih jedinica, odnosno za 60 gostiju

⁴⁶ Hendija, Z., „Kamping turizam“, u Čorak, S. (ur), *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*, Zagreb, Institut za turizam, 2006., str. 66.

⁴⁷ Cvelić Bonifačić, J., *Kamping - Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Poreč, KUH-Kamping udruženje Hrvatske, 2012., str. 4.

⁴⁸ Galičić, V., *Rječnik ugostiteljsko-turističkih pojmova*, Rijeka, Vlastito izdanje, 1999., str. 119.

⁴⁹ Z. Hendija, op. cit., str. 66.

⁵⁰ loc. cit.

istodobno. Kampiranje izvan kampova i prostora prenamijenjenih za takvu vrstu smještaja je u Hrvatskoj zabranjeno.⁵¹

Današnja definicija kamping turizma djelomično se razlikuje od one donesene sredinom 20. stoljeća kada je razvoj suvremenog masovnog turizma započinjao i kada su tadašnji autokampovi predstavljali vrstu smještaja s nižim troškovima, ali s većim mogućnostima i lakšim pristupom blizini prirode. Kampiranje danas više nije sinonim za jeftini odmor, već on svakim danom postaje sve luksuzniji i elitniji način putovanja i smještaja.⁵²

4.2 Povijesni razvoj kamping turizma

Razvoj kamping turizma potaknulo je nekoliko čimbenika. Prvi je razvijanje svijesti o potrebi provođenja slobodnog vremena u prirodi. Kampisti su bili prvi turisti koji su putovali zbog odmora u prirodi te su i danas ostali najmotiviraniji željom za boravkom u prirodi. Ostali čimbenici su: mogućnost korištenja šatora prilikom boravka, pojava organizacija koje su poticale takva putovanja i pojava specijaliziranih vozila namijenjenih baš kampistima.⁵³

Kamping turizam počinje se razvijati 1900-tih godina na britanskom otočju. Organizirano je prvo rekreativno kampiranje i tiskan je prvi priručnik za kampiste. Englez Robert Baden Powel je organizirao izlet izviđača te je postavio temelje izviđačkom pokretu, ali i kampiranju. Kampiranje je postalo posebna vrsta odmora u prirodi pri čemu su se u početku samo šatori koristili u te svrhe. 1908. godine Amerikanac Thomas Hiram Holding izdao je *Priručnik za kampiste* temeljen na iskustvima s kampiranja u škotskim planinama. Osnovao je i prvu organizaciju u svijetu koja je zastupala kamping turizam pod nazivom *Udruga kampista*. Organizacija je osnovana 1901. godine u Londonu, a kasnije su organizacije nastale i u drugim britanskim gradovima te su se povezale u *Kamperski klub Velike Britanije i Irske*. Organizacije su odigrale ključnu ulogu u omasovljenju turističkih putovanja jer su omogućile putovanja svim slojevima društva.⁵⁴ Događaj koji je značajno utjecao na početak kampiranja u Europi je konstrukcija prve prikolice u Velikoj Britaniji koja je

⁵¹ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 5. i 6.

⁵² Z. Hendija, op. cit., str. 67. i 68.

⁵³ Ibidem, str. 68.

⁵⁴ Ibidem, str. 68. i 69.

bila vučena konjskom zapregom te je imala turističku svrhu.⁵⁵ Početkom 20. stoljeća dolazi do razvoja biciklizma, automobilizma i motociklizma te pojave posebnih vozila proizvedenih posebno za kampiranje. Turisti su počeli koristiti posebne kamp-prikolice pričvršćene za automobile koje su bile prikladnije od šatora. Međutim kamp-prikolice je bilo teško voziti pa je potaknuta proizvodnja posebnih vozila koja su bila prototip današnjeg kampera. Prvo takvo vozilo je proizvedeno 1950. godine te je to potaknulo još veći razvoj kamping turizma. Pozitivno su djelovali i auto-moto klubovi kao što su ADAC u Njemačkoj, TCF u Francuskoj i HAK u Hrvatskoj.⁵⁶

Sredinom 20. stoljeća dolazi do razvoja masovnog turizma koji se velikim dijelom odnosio na kamping turizam. Od 50-ih godina do 90-ih godina 20. stoljeća prevladava avanturističko-robinzonsko kampiranje. Glavna oprema je bila šator koji je cjenovno prihvatljiva vrsta smještaja i za turiste slabijeg materijalnog statusa. Turisti su većinom bili mladi i obitelji s malom djecom. Motivirala ih je želja za boravkom u prirodi, osjećaj slobode te želja za druženjem s drugim ljudima. Turisti su bili željni pasivnog odmora odnosno kupanja i sunčanja.⁵⁷

Nakon toga započinje suvremeno luksuzno kampiranje koje traje i danas. Glavna vrsta smještaja postaje dobro opremljen kamper ili prostrana pokretna kućica. Moderni kampisti sa sobom donose vrhunsku tehnologiju. Kampisti i dalje žele boraviti u prirodi, ali sada uz aktivni odmor, sudjelovanje u raznim aktivnostima i sadržajima koje nudi destinacija. Također se žele družiti s drugim ljudima, ali uz određenu privatnost.⁵⁸ Bez obzira na razdoblje uvijek je osnovni motiv putovanja boravak u prirodi, osnovni preduvjet lijepo vrijeme bez padalina te razdoblje putovanja ljeto. U Hrvatskoj su prvi kampovi izgrađeni prije Drugog svjetskog rata na Krku i Rabu, no snažan razvoj je započeo tek nakon 60-ih godina 20. stoljeća. Neki naši kampovi su se tržišno usmjerili na naturiste što je u to doba bilo pomalo avangardno. Istarski kamp Koversada u Vrsaru bio je prvi kamp u Europi koji se javno deklarirao kao naturistički 1961. godine. Upravo to usmjeravanje na specifične tržišne segmente je doprinijelo dodatnom razvoju kamping turizma u Hrvatskoj.⁵⁹

⁵⁵ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 8.

⁵⁶ Z. Hendija, op. cit., str. 69.

⁵⁷ Ibidem, str. 70. i 71.

⁵⁸ Ibidem, str. 71.

⁵⁹ Ibidem, str. 72.

4.3 Obilježja kamping turizma

Danas su najvažniji turistički proizvodi sunce i more. Upravo je kamping turizam taj koji pruža boravak u prirodi, sunce i more. Nekada je turistima bilo bitno samo sunčanje i kupanje, a danas su ljudi željni i novog iskustva.

Kampisti su drugačiji turisti. Oni su zaljubljenici u prirodu te ekološki osviješteni. Oni su u potrazi za avanturom, novim iskustvima i emocijama te su željni druženja s ljudima sličnih interesa. Usluge koje se pružaju u kampovima su: smještaj na otvorenom, smještaj u građevinama, usluge hrane i pića, iznajmljivanje opreme za kampiranje te ostale usluge.⁶⁰

U kampovima se gosti većinom služe pokretnom kamping opremom što je glavna razlika u odnosu na ostale smještajne kapacitete. Oprema su: šatori, kamperi, kamp kućice, pokretne kućice i kamp prikolice. Šatori su uobičajena kamperska oprema koji su najjednostavniji oblik smještaja. Postoje mali iglu-šatori pa sve do luksuznih glamping šatora. Autodom ili kamper je vozilo koje uključuje spavaću sobu, kupaonicu i kuhinju, a prilagođen je za 2-8 osoba. Kamp kućica ili karavan je priključno vozilo bez vlastitog pogona te se pokreće od strane automobila. Također ima spavaću sobu, kupaonicu i kuhinju. Kamp prikolice su luksuzne prikolice koje se pričvršćuju na snažan kamionet.⁶¹

Pokretna kućica ili mobile home se postavlja na određeno razdoblje na određenom mjestu za odmor. Pokretne kućice su doživjele veliki procvat te se danas u kampovima postavljaju u svim veličinama i vrstama. One spadaju u pokretnu opremu, ali zbog svog specifičnog izgleda doživljavaju se kao čvrsti objekti. Pokretne kućice imaju kotače kako bi se u svakom trenutku mogle premjestiti na drugo mjesto te pričvrstiti za tlo. One spadaju u inovativni turistički proizvod zbog svoje kvalitete, udobnosti i intime koje pružaju. Industrija mobilnih kućica se sve više razvija pa su tako proizvodi koji dolaze na tržište sve prostraniji i kvalitetniji.⁶²

Uspoređujući obilježja suvremenog kamping turizma i kampiranja iz prošlog stoljeća uočavaju se razlike i pojava novih odrednica koje se paralelno s razvojem društva i

⁶⁰ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 28.

⁶¹ Z. Hendija, op. cit., str. 67.

⁶² Gržinić, J., Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014., str. 164.

gospodarstva javljaju i kod posebnih oblika turizma, pa tako i u kamping turizmu. Prema Hendiji Z. i njezinoj usporedbi tradicionalnog kampinga (od 1950. - 1990.) i suvremenog (od 1991. nadalje), vidljivo je kako je u suštini većina obilježja kamping turizma ostala ista, a odnose se na boravak u prirodi, većinom u ljetnim mjesecima, fleksibilnost i pokretljivost, sloboda, tranzit cestovnim prometnicama te dulji boravak. Javlja se razlika u samoj pristupačnosti, odnosno danas kamping turizam predstavlja sve skuplji način provođenja odmora dok je prije on bio jedan od jeftinijih. Oprema za kampiranje mnogo je razvijenija i skuplja od nekadašnje. Jednostavni šatori i kamp-prikolice danas su većinom zamijenjeni komfornim autodomovima, šatorima i pokretnim kućicama okarakterizirani luksuznom opremom i mnogobrojnim dodacima koji osiguravaju kvalitetan odmor. Što se tiče gostiju, za razliku od suvremenih kampera koji su većinom srednje dobi, parovi, obitelji te skupine prijatelja, veće platežne moći te ekološki osviješteni, prijašnje su kampere uglavnom činile brojne obitelji s malom djecom ili skupine prijatelja, srednjeg ili slabijeg materijalnog statusa. Socijalna dimenzija međusobnog druženja i danas je veoma izražena u ovakvom obliku smještaja, ali uz veću dozu poštivanja privatnosti. Pasivan odmor obilježen kupanjem i sunčanjem kao glavnim radnjama tijekom odmora zamijenjen je aktivnim, pri kojem gosti traže i žele sudjelovati u raznim aktivnostima i sadržajima boravka u određenoj destinaciji.⁶³

4.4 Vrste kampova

Kampove se može podijeliti prema različitim kriterijima. S obzirom na kodeks oblačenja mogu biti naturistički ili tekstilni. Prema kriteriju lokacije mogu biti planinski, gradski, morski, uz jezera i rijeke, itd. U odnosu na korisnike mogu biti dječji, sportski, obiteljski. Prema zakonu Republike Hrvatske kampove dijelimo na:

- kampove iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“
- kampove u domaćinstvu
- kampove u seljačkom domaćinstvu
- i privremeno-povremeno kampiralište.⁶⁴

⁶³ Z. Hendija, op. cit., str. 70.

⁶⁴ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 23.

Kampovi iz prve skupine se dijele na: kampove, kamp naselja, kampirališta i kamp odmorišta. U njima se mogu pružati usluge smještaja na uređenom prostoru na otvorenom, uz korištenje pokretne opreme za kampiranje (šatori, kamp-prikolice, autodomovi i sl.), smještaj u građevinama (kućica u kampu, bungalov i sl.), ostale usluge namijenjene turističkoj potrošnji (iznajmljivanje pokretne opreme za kampiranje - stolovi, stolice, vreće za spavanje, šatori, kamp-prikolice, pokretne kućice i sl.). Kapacitet kampa mora biti veći od 10 smještajnih jedinica od kojih najmanje 70% treba biti u kamp mjestima ili parcelama, a najviše 30% može biti u građevinama. Kamp naselje obuhvaća veći broj građevina nego što je to u kampovima. 40% kapaciteta može biti u građevinama iz skupine „hoteli“ (hotel, aparthotel, turističko naselje, apartmani), a 60% ukupnog kapaciteta kamp naselja mora biti u kampu. Pri tome, kamp naselje mora imati jedinstvenu ogradu. Naziv kampiralište karakterističan je samo za Hrvatsku zbog velikog broja malih kampova, a karakterizira ga najviše 30 smještajnih jedinica. Gosti moraju imati svoju kamping opremu, a usluge recepcije mogu biti na poziv. Kamp odmorišta se nalaze uz cestu, gradove ili uz prirodne i kulturne atrakcije te služe samo za noćenje ili kraći odmor. Kamp odmorišta ne podrazumijevaju nikakve posebne sadržaje nego samo osnovne kamping usluge odnosno struju, vodu i pražnjenje kemijskih WC-a te su namijenjeni prvenstveno autodomovima (kamperima). U kampu odmorište se ne pružaju usluge hrane i pića.⁶⁵

Kamp u domaćinstvu može ponuditi smještaj u 7 smještajnih jedinica za 25 gostiju istodobno, ne računajući djecu do 12 godina. Kamp u seljačkom domaćinstvu može nuditi smještaj u 20 smještajnih jedinica za 60 gostiju istodobno. Privremeno-povremeno kampiralište se organizira za vrijeme održavanja manifestacija te onda lokalna samouprava propisuje uvjete za kampiranje.⁶⁶

Prisutan je i trend razvoja usko segmentiranih kampova kao što su: kampovi znanja, eko kampovi, dječji kampovi, muzički kampovi, tehnološki kampovi, kamp za kućne ljubimce, sportski kampovi i organski kampovi. U svakom od ovih kampova naglasak je na određenom sadržaju.⁶⁷

⁶⁵ Ibidem, str. 23.-26.

⁶⁶ Ibidem, str. 26.-27.

⁶⁷ Gržinić, J., Bevanda, V., op. cit., str. 161.

4.5 Smještajne jedinice u kampovima

Smještajne jedinice u kampu su:

- kamp mjesto
- kamp parcela
- soba
- studio apartman
- apartman
- prostorija za spavanje
- i spavaonica.⁶⁸

Kamp mjesto se odnosi na označeno ili neoznačeno mjesto koje je uređeno za kampiranje. Kamp parcela je uređen prostor za kampiranje koji mora biti označen brojem. Odnosi se na „sobu na otvorenom“ koja je opremljena priključkom za vodu, struju, plin, odvod, internet i sl. Parcele mogu biti odvojene zelenom živicom te opremljene opremom kao što su garnitura za sjedenje, roštilj, suncobran itd. Soba, studio apartman, apartman, prostorija za spavanje i spavaonica spadaju pod građevine namijenjene za smještaj gostiju. Te građevine su u pravilu zasebne nepokretne građevine visine do dva kata. U sklopu kampa mogu se nalaziti i hoteli, aparthoteli, turistička naselja i turistički apartmani.⁶⁹

4.6 Prednosti kamping turizma

Kamping se ubraja u tzv. „zeleni turizam“ zbog male izgrađenosti te prirodnog oplemenjivanja i ozelenjivanja prostora. To za cjelokupnu turističku destinaciju predstavlja konkurentsku prednost pred ostalim destinacijama. Destinacija od kamping turizma može imati mnoge prednosti kao što su: zaštita okoliša, održivi razvoj, zadržavanje obilježja krajolika te očuvanje i razvijanje destinacijskih vrijednosti.⁷⁰

Izgradnja kampa u odnosu na sve druge oblike smještaja predstavlja garanciju održivog razvoja destinacije. Kamping građevine grade se u pravilu kao prizemne

⁶⁸ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 19.

⁶⁹ Ibidem, str. 19.-22.

⁷⁰ Ibidem, str. 49.

građevine ili do maksimalne visine od prizemlja ili jednog kata što ne mijenja izgled i dobrobit krajolika. Održivost u vremenskim klimatskim promjenama i zagađenja čovjekove okoline postaje trend europskog turizma, a kamping turizam pruža odgovor razvojem na izrazito održiv i ekološki način.⁷¹

Osim posebne brige za okoliš lokalna zajednica ima i druge koristi od kampova. Lokalna zajednica ima koristi od boravišnih pristojbi, turističkih članarina, poreza i doprinosa, komunalnih naknada te od potrošnje kampista na lokalnom okruženju. Kampisti su zainteresirani za kulturno-povijesne spomenike, gastronomiju te cijelu lokalnu zajednicu u cjelini. Oni su potrošači lokalnih proizvoda, gosti u lokalnim restoranima i kupci u lokalnim trgovinama.⁷²

Osim toga kampisti se ubrajaju među najlojalnije goste što znači i lojalnost turističkoj destinaciji i njezinim uslugama. Uz to što kampisti poštuju prirodu i krajolik u koju dolaze oni su zainteresirani i za zaštitu identiteta zajednice i njezinih običaja, tradicije i vrijednosti. Razvoj kampova predstavlja dugoročnu dobrobit za lokalnu zajednicu i stanovništvo.⁷³

4.7 Novi trendovi u kamping turizmu

Kamping turizam se od svojih početaka do danas značajno promijenio. Veliki broj turističkih putovanja je potaknut željom za boravkom u prirodi, a većina tih putovanja se ostvaruje upravo u kampiranju. Povećanjem socio-ekonomskog statusa kampista dolazi do njihovih povećanih zahtjeva za kvalitetom i komforom. Danas kampiranje više nije sinonim za jeftin odmor već svakim danom postaje sve skuplji način provođenja odmora. Kampovi moraju biti visoko tehnički opremljeni s bežičnim internetom, priključcima na SAT-TV i dr. Kampisti koriste skupu i komfornu kampersku opremu te vrhunsku tehnologiju na koju je naviknut suvremeni čovjek u svakodnevnom životu. U sklopu kampa organiziraju se i razne animacije, koncerti, izleti, zabave itd. Ranijih godina kampisti su bili mlađi ljudi slabijeg socio-ekonomskog statusa koji su si mogli priuštiti samo takav smještaj. Danas su gosti i starije osobe s dobrim financijskim mogućnostima. Došlo je i do promjene vrijednosti putovanja. Turisti žele upoznati ljude, lokalne običaje, znamenitosti, posebnosti lokacije i

⁷¹ Gržinić, J., Bevanda, V., op. cit., str. 158.

⁷² Ibidem, str. 52.

⁷³ Ibidem, str. 54.

gastronomiju. Kampisti prvo biraju turističku destinaciju, a kasnije kamp. Zbog toga je bitna prepoznatljivost destinacije odnosno njezina događanja, gastronomija, izleti itd. Danas su programi za animaciju djece obavezni. Trebaju biti organizirani kreativni programi, koji su prilagođeni uzrastu djece, kako bi djeci kamp ostao u sjećanju.⁷⁴ Potrebno je kreiranje personaliziranog turističkog proizvoda. Zdravlje i wellness postaju sve značajniji za turiste kako u svakodnevnom životu tako i na odmoru. Takvi sadržaji bi trebali smanjiti sezonalnost u kampovima ako se uklope u cjelogodišnje aktivnosti.⁷⁵

Jedan od novih trendova je i glamping. Riječ glamping dolazi od riječi glamurozno i kamping. Glamping obuhvaća luksuzno kampiranje odnosno kampiranje s 5 zvjezdica. Priroda je i dalje u prvom planu kao kod klasičnog kampiranja, ali ovdje se pruža luksuz. Pojam se vezuje za luksuzne šatore koji su opremljeni kao hotelski apartmani, a nalaze se na atraktivnim lokacijama. Takav trend je utjecao i na razvoj mobilnih kućica koje imaju minimalni utjecaj na okoliš zbog fleksibilnih i mobilnih struktura. Doživio je veliki uspjeh posebice u Velikoj Britaniji, Francuskoj i Italiji. Glamping je zapravo suprotnost izvornom kampiranju, no upravo taj novi trend privlači nove posjetitelje koji su prije bili orijentirani na hotele i apartmane.⁷⁶

4.8 Organizacije kamping turizma i automobilski klubovi

Organizacije kamping turizma i automobilski klubovi su značajni za razvoj kamping turizma. Kampisti su u većini slučajeva i vlasnici automobila pa su i članovi automobilskih klubova. Automobilski klubovi imaju posebna odjeljenja koja se bave isključivo kampingom te s ciljem informiranja svojih članova izdaju i kamping vodiče i časopise. Najznačajniji i najveći autoklub u Europi je njemački autoklub ADAC (Allgemeiner Dautscher Automobil-Club). Ujedno je i treći po veličini u svijetu jer broji 14,4 milijuna članova. ANWB odnosno Nizozemski kraljevski turistički klub je jedan od najvećih autoklubova u Europi te broji oko 4 milijuna članova.⁷⁷

EFCO & HPA (Europska federacija udruga i udruženja kampova i kamp naselja) je predstavničko tijelo kamping i karavaning industrije na europskoj razini koje uključuje

⁷⁴ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 29.-33.

⁷⁵ Gržinić, J., Bevanda, V., op. cit., str. 157.-158.

⁷⁶ Ibidem, str. 162.-163.

⁷⁷ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 14.-15.

sve oblike kamping smještaja, a osnovana je 1979. godine u Parizu. Kamping gospodarstvo unutar 23 europske nacionalne organizacije sastoji se od 20.000 kampova čiji godišnji promet čini 22% ukupnih godišnjih prihoda od turizma. Od tih 20.000 kampova posjeduje smještajni kapacitet za 10,8 milijuna gostiju, prema čemu kamping predstavlja najobuhvatniji turistički receptivni segment. F.I.C.C. je savez kampista s ciljem ujedinjenja nacionalnih saveza te promicanja interesa i potreba kampista na međunarodnoj razini. INF-FNI je Međunarodna naturistička federacija koja na svjetskoj razini promiče kulturu slobodnog tijela. Za naturiste organizira brojna događanja kao što su atletske i sportske događaji te susreti mladih.⁷⁸

KUH odnosno Kamping udruženje Hrvatske je udruga koja okuplja fizičke i pravne osobe koje se bave pružanjem kamping usluga i drugim srodnim djelatnostima. Cilj udruge je zaštita i promicanje zajedničkih gospodarskih, strukovnih i znanstvenih interesa članova. Preko 90% kampova u Hrvatskoj članovi su Kamping udruženja Hrvatske.⁷⁹

⁷⁸ Ibidem, str. 12.-13.

⁷⁹ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr> (pristupljeno 27. travnja 2021.)

5. KAMPING TURIZAM U SVIJETU

Kamping turizam kao poseban oblik turističke ponude postaje sve važniji i zastupljeniji u svijetu. Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji procjenjuje se da je petina svjetskih turističkih putovanja potaknuta željom i potrebom za provođenjem vremena u prirodi i upoznavanjem s njom, od čega najveći dio spada upravo u kamping turizam, a ostalo u ekoturizam i ostalim sličnim putovanjima u prirodu.

Od sredine 20. stoljeća, odnosno od početka razvoja suvremenog turizma on se oslanjao na posebne vrste turizma u što bi po definiciji spadao i kamping turizam. Razvoj turizma u konstantnom je porastu pa je tako i kamping turizam kojem se obožavatelji prirode uvijek iznova vraćaju. 2005. godine je prema Svjetskoj turističkoj organizaciji međunarodni turizam bio na vrhuncu svoga razvoja, a skoro 160 milijuna turističkih dolazaka ostvario je kamping turizam.⁸⁰

Kamping turizam, kao ni bilo koja vrsta turizma nije podjednako razvijen u svijetu. Najrazvijenija je turistička regija Europa, koja je već tradicionalno vodeća regija u međunarodnom turizmu. U nastavku rada opisan je kamping turizam u Europi.

5.1 Kamping turizam u Europi

Suvremeni Europljani sve češće odlaze na turistička putovanja, a neki izvori tvrde da svaki treći Europljanin od njih petoro putuje. Pri svome turističkom putovanju biraju različite vrste smještaja, a podaci iz 2004. godine pokazuju udio od 5-7% u korištenju kampova kao smještaja na turističkom putovanju.⁸¹ Josipa Cvelić Bonifačić u knjizi *Kamping: Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma* iz 2012. godine opisuje kako je preko 15% europskih turističkih noćenja ostvarenih u tzv. „zajedničkom smještaju“ ostvareno upravo u kampovima.⁸² Kampiranju su skloniji turisti iz Sjeverne Europe, Nizozemci, Norvežani i Danci te Francuzi i Nijemci. Vodeće emitivno kamping tržište Europe je Njemačka koja u skupini zajedno sa ostalim 18 analiziranih zemljama ostvaruje čak 25% udjela u kamping turizmu Europe.⁸³

⁸⁰ Z. Hendija, op. cit., str. 72. – 73.

⁸¹ Ibidem, str. 73.

⁸² Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 44.

⁸³ Z. Hendija, op. cit., str. 73.

Podaci pokazuju da emitivna kamping tržišta često i sama imaju dobro razvijenu kamping ponudu. Primjerice, Francuzi veoma često odlaze u kampove za vrijeme turističkog putovanja, a u zemlji imaju više od osam tisuća kampova u kojima se može smjestiti oko 3 milijuna gostiju. Velika Britanija također je razvijena kamping regija s više od 4,8 tisuća kampova. Slijedi Italija, Njemačka i Nizozemska. Ovih pet zemalja čini dvije trećine europske kamping ponude. Danas u Europi ima oko 27 tisuća kampova u kojima se može smjestiti 9 milijuna gostiju.⁸⁴

Europski kamping na prelasku stoljeća označen je snažnom segmentacijom i specijalizacijom. Kamper gost iz 21. stoljeća je više platežne moći, kampira motiviran željom i potrebom za provođenjem vremena u prirodi, moderan je i mobilan. Kampiranje danas postaje jedna vrsta životnog stila sa snažnim socijalnim doprinosom društvu. Jača se odnos prema prirodi, ali i emocionalni, zdravstveni i psihološki razvoj pojedinca.

Sve naprednijom kvalitetom kampiranja, inovativnim oblicima kampiranja s programima i aktivnostima na otvorenom, stvara se i osigurava potražnja za novim segmentima gostiju koji generiraju održivi dugoročni razvoj kamping turizam. Kroz održivost i težnju za aktivnostima na otvorenom kamping turizam predstavlja način povratka primarnim vrijednostima ljudske civilizacije, koji daje odgovore na negativne trendove društvenog razvoja i postaje jedan od najkvalitetnijih odgovora turizma na brojne globalne izazove.⁸⁵ Najveći problem kamping turizma je njegova izrazita sezonalnost pa se kampovi koriste slabije od čvrstih objekata. Što se strukture gostiju tiče, u europskim kampovima prednjače domaći gosti.

U nastavku rada dano je nekoliko primjera vrhunskih kampova iz Europe koji svojom kvalitetom, komforom i bogatim sadržajima predstavljaju ono što moderni kampisti očekuju u suvremenim kamping destinacijama.

⁸⁴ Ibidem, str. 74.

⁸⁵ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., *Global trends affecting camping tourism: Managerial challenges and solutions*, Tourism and Hospitality Industry, 2014., dostupno na: <https://search.proquest.com/openview/968269019c6240dedecf41d371e1badd/1?pq-origsite=gscholar&cbl=286208> (pristupljeno 29. travnja 2021.)

5.1.1 Kamp Àmfora

Smješten u zapanjujućoj uvali Rosas, španjolskoj pokrajini Costa Brava, kamp Àmfora (slika 1) pruža toplu dobrodošlicu uz obalu, nudi izravan pristup plaži i jamči sve vrhunske sadržaje i usluge kampa. Àmfora nudi raznoliku ponudu najma smještaja; bungalove, kuće za odmor i apartmane. Tijekom boravka u kampu s 4 zvjezdice omogućen je izravan pristup Mediteranu, pogodno je za sunčanje ili zabavu na pijesku s djecom. Postoje različiti bazeni, vodeni park i njegova dva velika tobogana, a u ponudi su i besplatne ronilačke aktivnosti svako jutro od 9:00 do 13:00 sati. Također, postoje tečajevi zumbé i nogometa, vodeni aerobik i mini klubovi za najmlađe. Tu se nalazi i adrenalinski park sa zip line-om i razne druge zanimljive aktivnosti na otvorenom. Niz kafića i restorana te supermarket stoje na raspolaganju gostima svaki dan.⁸⁶

Slika 1. Kamp Àmfora



Izvor: <https://www.camping.info/hr/mjesto-za-kampiranje/camping-lamfora/media?currentpicture=14&type=campsite> (preuzeto 29. travnja 2021.)

⁸⁶ Campingamfora.com, dostupno na: <https://en.campingamfora.com/> (pristupljeno 29. travnja 2021.)

5.1.2 Kamp L'Anse du Brick

Kamp L'Anse du Brick s 5 zvjezdica smješten je na obali Normandije u blizini grada Cherbourga i jedan je od najljepših kampova na poluotoku Cotentin u Francuskoj. Kamp nudi iznajmljivanje, razne mobilne kućice za do 6 osoba, ali i kampirališta za šatore, kamp kućice i kampere za odmor s obitelji ili prijateljima. Otvoren je od 12. svibnja do 12. rujna te nudi odmor s unutarnjim grijanim bazenom, animacijama (u srpnju i kolovozu), dječjim igralištima, kao i mnogim drugim aktivnostima i zanimljivim izvedbama. Udaljen oko tri i pol sata od Pariza, L'Anse du Brick je idealno mjesto za okupljanje i opuštanje. U kampu se nalaze i dva restorana s pogledom na more te bar s terasom uz bazen gdje se gosti mogu opustiti i uživati. Kamp se nalazi u blizini plaža i velikog broja raznih kulturnih i sportskih aktivnosti koje doprinose uspješnom odmoru. U blizini kampa mogu se pronaći brojne turističke atrakcijske regije Normandije, savršene za ljubitelje povijesti i otkrića, poput poznate podmornice 'Redoutable' u Cité de la Mer u Cherbourgu, plaže Drugog svjetskog rata, poput plaže Utah Beach ili američkog groblja Colleville sur Mer i sl.⁸⁷

Slika 2. Drvene kućice s pogledom na more u kampu L'Anse du Brick



Izvor: https://www.anse-du-brick.fr/en/stay-rental-normandy/booking-stay-glamping-manche/rental-beach-cotentin/chalet-holidays-cotentin/#/iLightbox%5Bimage_carousel_1%5D/5 (preuzeto 29. travnja 2021.)

⁸⁷ Les Castels Campings, dostupno na: <https://www.anse-du-brick.fr/en/> (pristupljeno 29. travnja 2021.)

5.1.3 Kamp Brunner am See

Kamp Brunner am See jedini je vrhunski kamp izravno smješten na obali jezera Millstätter See u Austriji koji je 2007. godine dobio nagradu ADAC za izvrsne sadržaje. Ono što ga karakterizira i zbog čega ga odabire sve veći broj gostiju je netaknuta okolina i krajolik, vrhunski sadržaji nagrađivani za čistoću, program aktivnosti za djecu (tijekom praznika) i odrasle, apartmani izravno na jezeru ili na farmi, dobra internetska povezanost te je otvoren tijekom cijele godine. Boravkom u kampu gosti imaju priliku potpuno uroniti u netaknutu prirodu - od vodenih sportova na jezeru do planinarenja u susjednom nacionalnom parku Nockberge. Također, kamp predstavlja savršenu vrijednost za novac i otvoren je tijekom cijele godine.⁸⁸

Slika 3. Kamp Brunner am See



Izvor: <https://www.camping.info/hr/mjesto-za-kampiranje/camping-brunner-am-see/media?current-picture=2&type=campsite> (preuzeto 29. travnja 2021.)

⁸⁸ Camping Brunner direkt am See, dostupno na: <https://www.campingbrunner.at/acc-camping.html> (pristupljeno 29. travnja 2021.)

5.1.4 Kamp Kühlungsborn

Ovaj obiteljski kamp smješten je na 12 hektara prekrasnog prirodnog zemljišta, izravno na kilometarskoj pješčanoj plaži Baltičkog mora u njemačkom Mecklenburgu. Osim jedinstvenog položaja, dobre usluge i udobnosti koje ovaj kamp čine tako izvanrednim, tu se također nude opsežni animacijski, sportski i zabavni programi koji su izvrsni za mlade i starije. Krajolik, saune, fitness sobe, wellness ponuda i kozmetički tretmani upotpunjuju ponudu ovog kampa s 5 zvjezdica. Uz parcele za šatore s priključcima za struju, vodu i kanalizaciju, kamp kućice i moderne sanitarne zgrade, u kampu se nalazi i prostrano wellness područje kratke udaljenosti do plaže Baltičkog mora. Restoran u kampu nudi regionalne specijalitete i ukusna jela za svaki ukus. Atrakcije Kühlungsborna su svakako kilometarska duga pješčana plaža i prekrasne vile u stilu ljetovališne arhitekture koje datiraju još iz 19. stoljeća. Ovdje se čar "dobrih starih vremena" kombinira s današnjom udobnošću. Tijekom ljeta postoje i mnogi kulturni i sportski događaji, dječje zabave, kao i festivali i koncerti na plaži.⁸⁹

Slika 4. Kamp Kühlungsborn



Izvor: <https://www.camping.info/de/campingplatz/campingpark-kuhlungsborn> (preuzeto 30. travnja 2021.)

⁸⁹ Ostseebad Kühlungsborn, dostupno na: <https://www.kuehlungsborn.de/uebernachten/camping.html> (pristupljeno 30. travnja 2021.)

5.2 Kamping turizam i pandemija COVID-19

U 2020. godini turizam je bio među najviše pogođenim sektorima pandemije koronavirusa: u turističkom smještaju EU-a provedeno je 1,5 milijardi noćenja manje u odnosu na 2019. godinu. Ovaj nagli pad za 52% u usporedbi s prethodnom godinom odraz je pada zabilježenog u svim državama članicama EU. Cipar, Grčka i Malta bile su najviše pogođene zemlje s padovima većim od 70%, dok su Nizozemska i Danska zabilježile najmanji pad od manje od 35%.⁹⁰

Gledajući noćenja prema vrsti smještaja i podrijetlu gosta, u većini država članica EU zabilježeni su pozitivni trendovi u broju noćenja domaćih gostiju u kampovima. Stanovnici Cipra, Malte i Slovenije 2020. su u hotelima unutar vlastite zemlje noćili više nego prethodne godine, dok su Slovenci 2020. godine više noćenja proveli u privatnom smještaju u odnosu na 2019. godinu.⁹¹

Između travnja i rujna 2020. godine, hoteli i slični objekti zabilježili su najveći pad (63% u usporedbi s istim razdobljem 2019.), nakon čega je uslijedio privatni smještaj (49%). Kampovi u EU-u bili su najmanje pogođeni tip turističkog smještaja (38%).⁹²

Kampiranje pruža više slobode, mogućnost zabave i odmora na otvorenom uz dovoljnu distancu. Gledajući ostale vrste smještaja, industrija kamping turizma najuspješnije je reagirala na izazove koje je pandemija COVID - 19 donijela sa sobom. Unatoč pandemiji, ljudi i dalje žele putovati i istraživati, a sve češće se oslanjaju na kampove. Ova je industrija zapravo postala rastući segment u turističkoj ponudi budući da su turisti koji su se odlučili na putovanje tijekom pandemije često birali kampove kao vrstu smještaja u turističkoj destinaciji. Oni im pružaju osjećaj sigurnosti, budući da su dosta izoliraniji i manje prenapučeni u odnosu na ostale vrste smještaja, kao što su primjerice hoteli. Kampovi postaju sve učestaliji izbor kada se govori o smještajnim objektima te posebice sada, u razdoblju pandemije.

⁹⁰ Eurostat, *Tourism statistics - nights spent at tourist accommodation establishments*, dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments#First_results_for_the_entire_year_2020 (pristupljeno 30. travnja 2021.)

⁹¹ Ibidem

⁹² Eurostat, *Did camping become more popular in 2020?*, dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210401-1> (pristupljeno 30. travnja 2021.)

6. KAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ

Hrvatski je turizam često prevođen idejom masovnosti te sunca i mora kao glavnim turističkim resursima. Ipak, on nije samo to. Hrvatsku se sve više prepoznaje kao mediteranski raj za kampiranje i provođenje slobodnog vremena u prirodi. U Republici Hrvatskoj kamp se definira Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi, čija definicija govori da je kamp „*poslovni objekt i funkcionalna cjelina u kojem ugostitelj obavlja ugostiteljsku djelatnost odnosno pruža ugostiteljske usluge (smještaja, prehrane, pića i napitaka) u ugostiteljskim sadržajima*“.⁹³

Veliki razvoj turizma u drugoj polovici 20. stoljeća u Hrvatskoj se velikim dijelom oslanjao na kamping turizam. Danas kapacitet kampova kao i broj kampista raste iz godine u godinu. Kamping turizam je jedan od najvažnijih segmenata hrvatskog turizma te ima snažan gospodarski učinak na cjelokupno hrvatsko gospodarstvo.⁹⁴

6.1 Povijest kampiranja u Hrvatskoj

Na prostoru Republike Hrvatske kamping turizam se počeo razvijati sredinom prošlog stoljeća. Iako su prvi kampovi u Hrvatskoj izgrađeni još prije 2. Svjetskog rata i to na otocima Krku i Rabu, snažniji razvoj kampiranja započeo je tek nakon 60-ih godina 20. stoljeća. Prvi kampisti bili su stranci, većinom Nijemci i Česi koji su tada ostvarivali gotovo 190.000 noćenja. S vremenom, interes za kamping turizam počinje se javljati i među domaćim gostima. Posebnost hrvatskog kamping turizma je u tome što su se hrvatski kampovi tržišno profilirali kao naturistički, što je u ono vrijeme bilo neuobičajeno. Naturistički kamp Koversada iz Vrsara prvi je takav u Hrvatskoj otvoren 1961. godine. Prvi kampovi u Hrvatskoj bili su znatno slabije opremljeni od današnjih, a često su imali samo struju, vodu, kanalizaciju i adekvatan prostor. Kampovi su nicali na najatraktivnijim lokacijama, u blizini turističkih mjesta.⁹⁵ Većina je hrvatskih kampova smještena duž jadranske obale, te nešto manje na otocima i u blizini rijeka i jezera.

⁹³ *Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi NN br. 54/16, čl. 2.*, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1409.html (pristupljeno 02. svibnja 2021.)

⁹⁴ Z. Hendija, op. cit., str. 72.

⁹⁵ Ibidem, str. 75.

Kampovi su od 60-tih godina pa sve do Domovinskog rata bili drugi po važnosti smještajni kapaciteti u Hrvatskoj, iza najzastupljenijih, privatnih soba, a ispred hotelskog smještaja. U to doba su raspoloživi kapaciteti kampova bili dvostruko veći od hotelske ponude iz razloga jer je tada bilo mnogo lakše otvoriti novi kamp nego izgraditi neki čvrsti smještajni objekt. Vrijedni obalni prostori su se na jedan način i sačuvali od daljnje masovne izgradnje nicanjem kampova, čija je tadašnja djelomična ideja bila zaštita tih prostora za neka kasnija ulaganja.⁹⁶

Osamdesete godine prošloga stoljeća označavale su zlatno doba hrvatskog turizma zbog izrazito velike razvijenosti, velikog broja posjetitelja i bogate turističke ponude. Ipak, pojavom Domovinskoga rata 90.-ih godina razvoj turizma u Republici Hrvatskoj je stao pa je tako došlo do velikog pada broja dolazaka i noćenja turista na ovom području.⁹⁷ 1992. godine, nekadašnja Sekcija naturističkih kampova postaje „Kamping udruženje Hrvatske“, a nekoliko godina kasnije osniva se još jedno udruženje važno za razvoj hrvatskog kamping turizma - „Udruga kampista Hrvatske“.⁹⁸ Poslijeratne godine u Hrvatskoj okarakterizirane su procesima privatizacije kampova. Novo tisućljeće donosi nove promjene u hrvatskom kamping turizmu - isti se repositioniraju, nastaju kamping resorti, obogaćuje se smještajna ponuda u mobilnim i glamping kućicama te se cjelokupna kvaliteta smještajnih objekata poboljšava. Ulaganjem u kvalitetu smještajnih kapaciteta i cjelokupne turističke ponude dolazi do podizanja kategorizacije hrvatskih kampova na četiri i pet zvjezdica, a kamp najviše kategorije *Camping resort Krk* 2016. godine dobiva titulu prvog hrvatskog kampa s pet zvjezdica.⁹⁹ Kamping turizam iz godine u godinu bilježi sve veći rast, te se u proteklih desetak godina broj dolazaka i noćenja u hrvatskim kampovima kontinuirano povećava. Time se utjecalo na njihovu popunjenost, kao i na porast prihoda kampova.

⁹⁶ Ibidem, str. 75.

⁹⁷ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/o-nama/povijest> (pristupljeno 02. svibnja 2021.)

⁹⁸ Camping-Croatia.com, dostupno na: <http://www.camping-croatia.com/> (pristupljeno 02. svibnja 2021.)

⁹⁹ Valamar-riviera.com, dostupno na: <https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/povijest/#image-3> (pristupljeno 02. svibnja 2021.)

6.2 Obilježja hrvatskog kampinga

U posljednjih 50 godina, Hrvatska je razvila snažan i konkurentan kamping proizvod. Neka od obilježja kampinga u Hrvatskoj su:

- kampovi sačinjavaju četvrtinu hrvatskog turizma
- hrvatski kamping ima kontinuiran rast
- smješteni su na moru u pet županija
- postoji regionalna raznolikost kampova
- prihod od kampova stalno raste
- kvaliteta hrvatskog turizma – treće mjesto u EU
- relativno niska zauzetost kapaciteta.¹⁰⁰

Današnja sve bogatija i diferencirana kamping ponuda rezultat je i sve većeg razvoja kampinga u privatnom vlasništvu. Uz različite mogućnosti smještaja u kampu poput mobilnih kućica, apartmana, bungalova, šatora, kampera i sl., razni dodatni sadržaji i aktivnosti podižu razinu hrvatskog kampiranja. Tako primjerice gosti u kampu mogu uživati u bazenima, igralištima, mnogim sportovima, školi jahanja, jedrenja, surfanja, skijanja na vodi, ronjenja, planinarenja itd., sukladno europskim standardima. Što se tiče ponude izvan kampova, kampisti mogu sudjelovati u brojnim izletima, obilasku prirodnih ljepota i kulturne baštine te se bolje upoznati s kulturom posjećene destinacije, lokalnim stanovništvom, običajima, tradicijom i sl.¹⁰¹

U hrvatske kampove najčešće dolaze obitelji s djecom, i to iz razloga što im kamp pruža mogućnost cjelodnevnog druženja koje im u svakodnevnom životu nedostaje. Većina kampista dolazi iz urbanih područja u kojima im ubrzani način života ne ostavlja dovoljno slobodnog vremena i prostora za druženje s obitelji. Općenito su kampisti veoma motorizirani putnici koji dolaze vlastitim automobilom i ostalim vrstama vozila. Putuju samostalno, ne koristeći usluge posrednika u organizaciji putovanja. Za kampiste je glavna prednost Hrvatske očuvanost prirode i krajolika, mogućnost neometanog provođenja vremena, ali i osobna sigurnost i ljubaznost osoblja. No, javlja se i nekoliko problema kao što su sezonalnost hrvatskog turizma i oni divlji, neprijavljeni boravci u mini kampovima. Putovanje kamperom omogućava

¹⁰⁰ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 34.

¹⁰¹ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampiranje-hrvatska> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)

vlasniku da se zaustavi gdje god i kad god on to poželi, na mjestima koja nisu za to prilagođena, što nije u skladu s pravilima kampiranja u Hrvatskoj. Tako se onečišćuje okoliš koji nije opremljen na njihov boravak, izbjegavaju se plaćane pristojbi i razne druge malverzacije.

U knjizi *Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno* navedeni su trendovi razvoja kamping turizma koji će utjecati na razvoj istog u svijetu i kod nas:

- glavnu potražnju za kampiranjem i dalje će činiti obitelji s djecom i parovi
- sve veća pažnja pridaje se zaštiti okoliša
- „bijeg u prirodu“ u stalnom rastu
- dolazi do kvantitativne transformacije u kamping turizma
- sve veći i opremljeniji kampovi i autodomovi
- povećanje prodaje kamperske opreme
- novi zanimljivi sadržaji u kampovima
- kampovi se grade uz popularne zabavne parkove i vodene parkove itd.¹⁰²

Hrvatski bi se kamping turizam u budućnosti trebao voditi bitnim odrednicama:

- obogatiti kamping ponudu različitim sadržajima i uslugama
- uskladiti kampove s europskim standardima
- opremiti parcele autokampova
- izvršiti diversifikaciju kamping ponude (eko-kampovi, naturistički kampovi, motoristički kampovi..)
- povećati iskorištenost kampova
- intenzivno promovirati hrvatski kamping turizam
- stvoriti uvjete za veći broj Plavih zastava na plažama.¹⁰³

Hrvatska posjeduje brojne prednosti koje ju čine jednom od poželjnijih kamping destinacija. Prvenstveno je to sam položaj kampova uz more, daleko od buke, u ekološki čistom okruženju. Također, ističu se predivni mediteranski gradići, spomenici, muzeji, galerije i zbirke, koje gosti kampa imaju priliku posjetiti i istražiti. Uz to, karakterizira ju dobra prometna povezanost te je dostupna gostima iz cijele Europe, a i šire.

¹⁰² Z. Hendija, op. cit., str. 85. i 86.

¹⁰³ Ibidem, str. 86.

Prema podacima KUH-a (Kamping udruženja Hrvatske), u RH je u 2018. godini poslovalo 872 kampa, ukupnog smještajnog kapaciteta od 250.154 osoba, koji zauzima oko 20% smještajnih kapaciteta države. Pri tome se najviše noćenja u kampovima ostvarilo u Istarskoj županiji (52%), zatim Primorsko-goranskoj županiji s 19% i Zadarskoj županiji s 11% noćenja u kampovima RH. Na kontinentalne kampove otpada tek oko 2% ukupnih noćenja u kampingu, te je taj segment potrebno dodatno poboljšati.¹⁰⁴ Iste godine u kampovima je ostvareno 19,1 milijuna noćenja i 2,9 milijuna dolazaka, a glavna tržišta su Njemačka, Slovenija, Nizozemska, Austrija, i Italija.¹⁰⁵ Gosti iz tih zemalja su već godinama najčešći i najbrojniji posjetitelji. Za razliku od ostalih konkurentnih zemalja, Hrvatska ima najmanji udio domaćih kamping gostiju.¹⁰⁶

Pretežita lokacija hrvatskih kampova je na Jadranu, a kapacitet u unutrašnjosti je gotovo zanemariv. Međutim, Hrvatska ima mnogo potencijala za razvoj te vrste turizma i u kontinentalnom dijelu budući da u unutrašnjom dijelu obiluje većim prostorom nego što je to na natiskanom Jadranu, a ujedno je i sam razvoj kampova poželjan uz veće gradove, turističke atrakcije te razna zaštićena prirodna područja. Svakako je glavni cilj razvoj kamping ponude te kreiranja programa i sadržaja u destinaciji koji će utjecati na produljenje turističke sezone.¹⁰⁷

Prema prikazanoj slici 5 ispod, u razdoblju od 2013. do 2019. godine na hrvatskom se tržištu nudilo cca. 280 tisuća novih kreveta u komercijalnim smještajnim objektima te se većinom bilježi rast u segmentu obiteljskog smještaja. Kapaciteti kampova porasli su za približno 13 tisuća kreveta, no istovremeno je njihov udjel u ukupnim kapacitetima pao zbog sve veće dominacije novih kreveta i to većinom u obiteljskom smještaju. Iako se u pogledu volumena kapaciteta nije ostvario značajniji rast, provedene su brojne investicije u svrhu poboljšanja kamping ponude.¹⁰⁸

¹⁰⁴ HrTurizam.hr, dostupno na: <https://hrturizam.hr/analiza-kamping-trzista-u-hrvatskoj/> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)

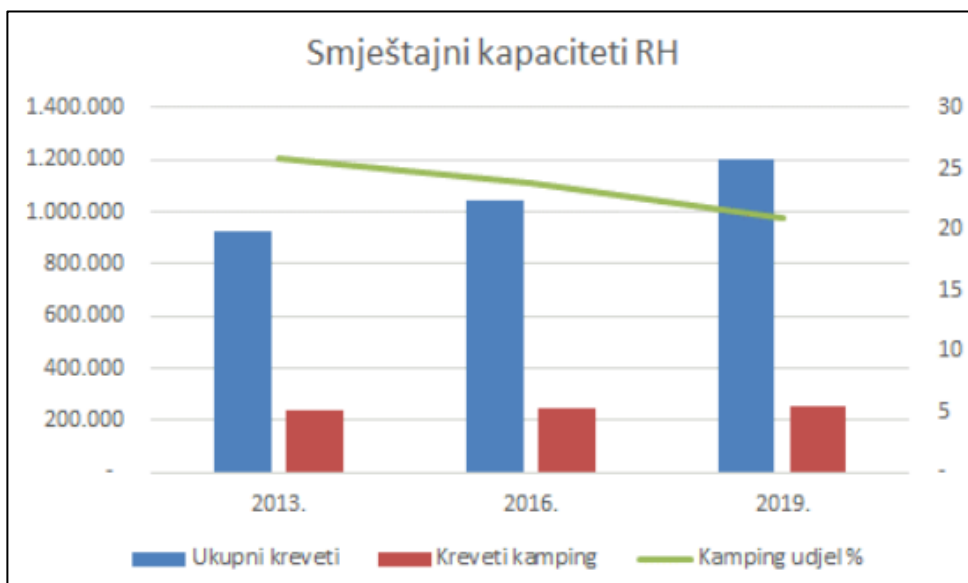
¹⁰⁵ Hrvatska turistička zajednica, *Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima*, Odjel za istraživanje tržišta, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-01/Preferencija%20smje%C5%A1tajnih%20kapaciteta%20u%20pojednim%20klasterima_2018_0.pdf (pristupljeno 03. svibnja 2021.)

¹⁰⁶ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 37.

¹⁰⁷ Ibidem, str. 36.

¹⁰⁸ *Kamping turizam Hrvatske - izdanje 2020.*, Hrvatska turistička zajednica, 2020., dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-02/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202020_0.pdf (pristupljeno 03. svibnja 2021.)

Slika 5. Smještajni kapaciteti RH



Izvor: https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-02/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202020_0.pdf, (preuzeto 03. svibnja 2021.)

U 2013. godini se u hrvatskim kampovima ostvarilo više od 2,4 milijuna dolazaka i 16,5 milijuna noćenja, što je tada predstavljalo udjel u ukupnim komercijalnim dolascima od 20%, te udjel u komercijalnim noćenjima od 26%. Na slici 6 ispod može se vidjeti kako je kroz godine promet kampova kontinuirano rastao te u 2019. godini bilježi 2,9 milijuna dolazaka i 18,8 milijuna noćenja. No, uz prateći rast obiteljskog smještaja ipak se gubi određeni dio u ukupnom komercijalnom prometu.¹⁰⁹

Slika 6. Broj dolazaka i noćenja u kampovima, 2013. - 2019.



Izvor: https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-02/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202020_0.pdf (preuzeto 03. svibnja 2021.)

¹⁰⁹ Ibidem

S obzirom na regionalnu razvijenost kamping turizma u Hrvatskoj, Istra je najrazvijenija kamping turistička regija te je u njoj koncentrirano 2/3 „top“ destinacija kamping ponude. Turistički promet u kampovima pokazuje naglašenu sezonalnost, pri čemu se većina dolazaka i noćenja ostvaruje u srpnju i kolovozu.¹¹⁰

Prema TOMAS istraživanju 2017. najčešći motivi kamping turista za dolaskom u Hrvatsku su upoznavanje prirodnih ljepota i bavljenje sportom. Većinom su to lojalni gosti koji Hrvatsku posjećuju godinama i koji se tijekom svog boravka žele više baviti aktivnostima uz more (plivanje, sportovi na vodi), a manje „gastronomskim“ aktivnostima i razgledavanjem znamenitosti. Njihova dnevna potrošnja u Hrvatskoj niža je od prosjeka, tj. potrošnje turista u drugim vrstama smještajnih objekata.¹¹¹

Brojni kampovi diljem Hrvatske svojom širokom ponudom i bogatim sadržajem mogu konkurirati kampovima na svjetskoj razini. Kvaliteta hrvatskih kampova prepoznata je od strane brojnih organizacija, a jedna od njih je i najveći njemački autoklub ADAC koji u svojem vodiču za kamping i karavaning svake godine provjerava kvalitetu kampova objavljenih u vodiču i ocjenjuje pojedine elemente.¹¹² U 2020. godini upravo su hrvatski kampovi zabilježili najveći kvalitativni porast u Europi. Posebice se to odnosi na Istru, koja je i u doba krize izazvane pandemijom bila proglašena najpopularnijom regijom za odmor njemačkih automobilista.¹¹³

Najvišu kategoriju prema kriterijima ADAC-a za 2020. godinu dobili su Aminess Sirena i Aminess Maravea Camping Resort u Novigradu, Val Saline i FKK-Camping Valalta u Rovinju, Lanterna Premium Camping Resort kraj Tara te Istra Premium Camping Resort u Funtani koji je osvojio i posebnu nagradu za inovacije i razvoj – ADAC Innovation & Progress Award 2020.¹¹⁴

¹¹⁰ Ibidem

¹¹¹ Ibidem

¹¹² Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 41.

¹¹³ Adac.de, dostupno na: <https://www.adac.de/news/urlaub-auto-ziele-corona/> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)

¹¹⁴ HrTurizam.hr, dostupno na: <https://hrturizam.hr/adac-hrvatska-istra-2020-ljetna-sezona/> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)

7. OBILJEŽJA KAMPING TURIZMA U ISTRI

U Istri nastaju prvi počeci hrvatskog kamping turizma kada je Plava laguna 1957. godine osnovala poduzeće Plava Laguna Camp Hotel Poreč, a već 1963. godine i Autokamp Poreč. Upravo se tu 1961. godine otvara prvi naturistički kamp u Hrvatskoj na otočiću Koversada u priobalju Vrsara. Od tada se u Istri razvija naturizam (lat. natura: priroda) ili nudizam (lat. nudis: gol), pokret koji zagovara slobodan život u prirodi, zdravu hranu, poštovanje nagosti, zaštitu prirode i okoliša te njeguje kulturu tijela. Za taj segment gostiju uređeno je više naselja i kampova: Kanegra (Savudrija), Solaris (Tar), Ulika (Červar-Porat), Istra Naturist (Funtana), Koversada (Vrsar), dio kampa Polari (Rovinj), dio kampa Kažela (Medulin) i dio kampa Zelena laguna (Poreč). Naturistički kapaciteti u Istri prihvaćaju oko 20 tisuća gostiju.¹¹⁵

7.1 Istra - najrazvijenija kamping regija u Hrvatskoj

Istra je zaista regija s velikim potencijalima razvoja kamping turizma, a ujedno i predvodi u kamp ponudi Hrvatske. Osim što je okružena čistim morem i bogata brojnim plažama, i unutrašnjost Istre obiluje prirodnim bogatstvom i kulturnim nasljeđem, srednjovjekovnim utvrdama, uz značaj gastronomije i prepoznatih maslina i vina. Blizina važnim emitivnim tržištima također je jedna od pozitivnih odrednica koje Istru čine poželjnom destinacijom, te ne suviše udaljenom.

Prema istraživanju najvećeg njemačkog i europskog auto-kluba ADAC, Istra je proglašena najpopularnijom regijom za odmor njemačkih automobilista, koji joj svoju lojalnost i vjernost iskazuju godinama.¹¹⁶ Ukupan kamping kapacitet u Istri prema podacima iz 2012. godine iznosio je 87.600 osoba (bez mini kampova) s 40 kampova prosječne veličine od 2.200 osoba i iskorištenost kapaciteta od 79 dana. U nedostatku novijih podataka, iznose se podaci iz 2008. godine prema kojima prosječan boravak kampista u Istri traje 7,9 dana, odnosno gotovo 6,94 milijuna noćenja.¹¹⁷

¹¹⁵ Sladoljev, J., „Kamping i naturizam u Istri“, U: Čabaravdić, A. (ur.), *Turizam od davnina u Istri do danas*, Žminj, Čakavski sabor, 2018., str. 223.

¹¹⁶ HrTurizam.hr, dostupno na: <https://hrturizam.hr/adac-hrvatska-istra-2020-ljetna-sezona/> (pristupljeno 04. svibnja 2021.)

¹¹⁷ Sladoljev, J., op. cit., str. 224.

Istra je bila, a i ostala najrazvijenija kamping i naturistička destinacija u Hrvatskoj. To potvrđuje i podatak iz 1983. godine kada je ADAC prvi put u svojem mjesečniku ADAC Motorwelt, koji se tiska u milijunskoj nakladi, proglasio dvanaest najboljih europskih kampova, od kojih je jedan bio istarski Veštar u Rovinju. To je bila prva nagrada takve vrste dodijeljena kampu na našem području.¹¹⁸

Za razliku od Kvarnera i Dalmacije gdje se većinom nalaze mali i srednji kampovi, često i na otocima, u Istri prevladavaju veliki kampovi od kojih većina spada u kamp naselja s velikim bogatstvom i raznolikošću ponude, te su pretežito locirani na zapadnoj obali Istre.¹¹⁹

7.2 Dolasci i noćenja u kampovima u Istri

Prema podacima Turističke zajednice Istarske županije dobivenima od strane osobnog upita u Istri je u razdoblju od 01. siječnja do 31. prosinca 2017. godine ukupni broj noćenja u kampovima iznosio 9.814.573, što je skoro 900.000 noćenja više za razliku od 2016. godine. U 2017. godini bilo je 1.298.223 dolazaka, dok ih je u 2016. bilo 1.186.204.¹²⁰

Nastavno na navedeni rast, i u narednim se godinama bilježi povećanje broja dolazaka i noćenja u kampovima te je tako u razdoblju od 01. siječnja do 31. prosinca 2018. godine broj noćenja iznosio 9.869.913, a broj dolazaka 1.328.162. U sljedećoj se 2019. godini broj noćenja nešto smanjio na 9.739.080, dok je broj dolazaka nešto veći te iznosi 1.338.289.¹²¹

Pojavom pandemije koronavirusa u 2020. godini drastično se mijenja stanje u cjelokupnom turističkom sustavu te je takav slučaj i kod kamping turizma. U Istri je 2020. godine broj noćenja u kampovima iznosio 4.322.002, a broj dolazaka 572.918, što je za razliku od prethodne 2019. pad u noćenjima za 55,62%, te pad u dolascima za 57,19%.¹²²

Pregledniji prikaz navedenih podataka prikazan je u Grafikonu 1 koji slijedi u nastavku.

¹¹⁸ loc. cit.

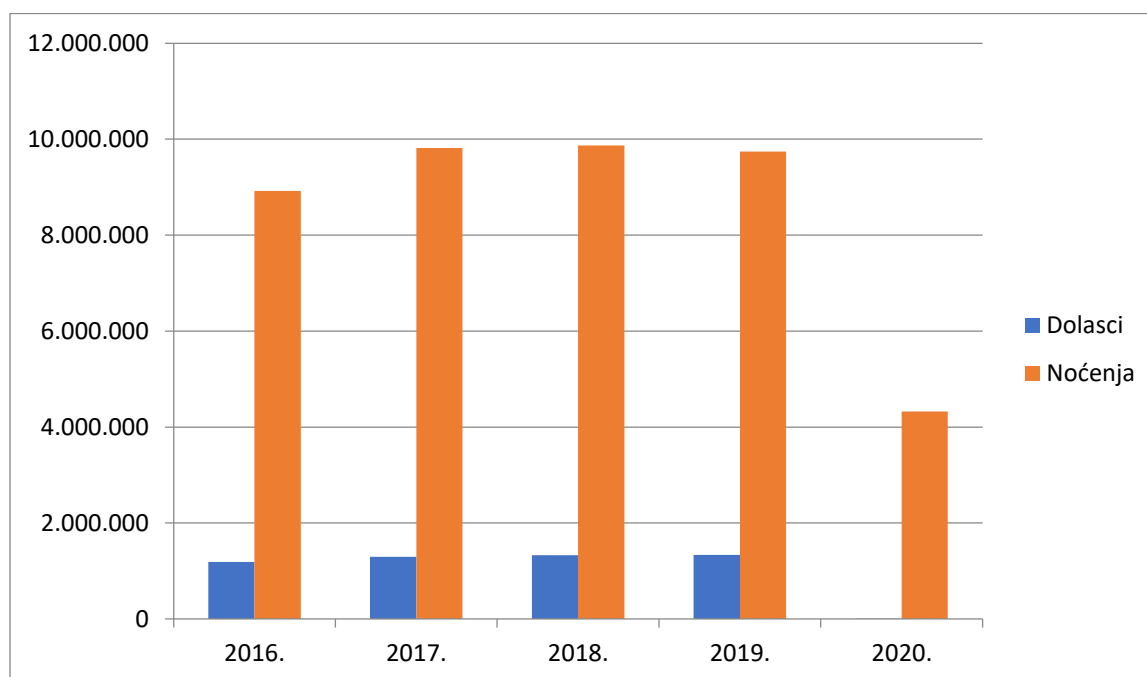
¹¹⁹ Cvelić Bonifačić, J., op. cit., str. 40.

¹²⁰ TZ Istarske županije, osobni upit

¹²¹ Ibidem

¹²² Ibidem

Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista u kampovima u Istri (2016. - 2020.)



Izvor: izrada studentice prema podacima dostupnima od TZ Istarske županije

Iako se osjeti i vidi značajan pad u brojevima dolazaka i noćenja u kampovima, može se ipak reći kako je kamping turizam manje zahvaćen koronakrizom od ostalih vrsta nuđenja smještaja. Pri tome je njegova najveća prednost odmor i boravak u prirodnom ambijentu koji omogućava međusobnu distancu između gostiju. Ovakav vid odmora može biti pokretač da se skrene pozornost s isključivo ljetne sezone i boravka u kampovima u ljetnim mjesecima, te se potiče stvaranje navika kod turista da se za svoj boravak u kampu odluče i u ostalim razdobljima, kada će moći svoj odmor provesti u miru i bez gužvi, doživjeti jednu drukčiju sliku same destinacije i možda ju bolje upoznati. Također, kampovi mogu biti veoma dobra lokacija za tzv. digitalne nomade, koji svoje urede žele na neko vrijeme zamijeniti boravkom i radom iz opuštajućeg ambijenta kampa.

Stoga se iz novonastale epidemiološke situacije trebaju izvući maksimalni napori koji bi kamping turizam održali na nogama te uz to treba raditi na usmjeravanju i na poticanju cjelogodišnjeg poslovanja u vidu širenja pozitivnih učinaka i djelovanja boravkom u kampu.

7.3 Izabrani primjeri uspješnih kampova u Istri

Istra se kao najbolja kamping regija u Hrvatskoj može pohvaliti velikim brojem kvalitetnih i atraktivnih kampova. Većina njih smještena je na zapadnoj i jugozapadnoj obali Istarskog poluotoka.

U ovom poglavlju bit će predstavljeno i opisano nekoliko kampova iz cijele Istre koji se svojom veličinom, kvalitetom ponude, komforom i atraktivnošću mogu uzeti kao dobar primjer uspješnih i konkurentnih kampova, ne samo u Hrvatskoj, već i šire.

7.3.1 Istra Premium Camping Resort

Istra Premium Camping Resort je Valamarov kamp s 5 zvjezdica smješten kraj Funtane, malog ribarskog mjesta nedaleko od grada Poreča. Kapacitet kampa je 3800 osoba te se prostire na 37 hektara, obogaćen s 1500 metara razvedene obale. Kamp je u svakom pogledu savršeno prilagođen potrebama modernog kampera, odlikuje se bogatstvom visokokvalitetnih, raznolikih sadržaja i usluga, izuzetno udobnim, dobro opremljenim smještajem, modernim sanitarnim čvorovima i idiličnom atmosferom za istinsko mediteransko iskustvo.¹²³

Slika 7. Istra Premium Camping Resort



Izvor: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (preuzeto 09. svibnja 2021.)

¹²³ Valamar.com, dostupno na: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)

Boravkom u kampu gosti imaju pristup prostranim parcelama kraj mora, s kojih se pruža pogled na obližnje otočiće te mogu uživati u zalascima sunca. Ističu se parcele Bella Vista koje su smještene neposredno uz more od kojih pojedine omogućavaju pristup plaži i buđenje uz šum mora. Oni koji traže veću udobnost mogu odabrati potpuno opremljene mobilne kućice ili glamping šatore. Neposredno uz plažu kampa nalazi se tematsko selo Marbello Premium Village u kojem su mobilne kućice posebne po jedinstvenom pogledu na vrsarski arhipelag koji se pruža s njihovih prostranih terasa. Tematsko selo posvećeno glamping šatorima Sunset Glamping Village nudi potpuno opremljene i prostrane glamping šatore za one željne nešto drugačijeg kampiranja.¹²⁴ Svakako jedan od atraktivnijih čimbenika je potpuno uređena šljunčana plaža s pogledom na stari grad Vrsar, čiji je jedan dio namijenjen djeci te je zbog svoje opremljenosti i sadržaja idealna za obitelji s djecom. Kamp je otvoren tijekom čitave godine te pruža savršen odmor za one koji se žele opustiti van glavne sezone i bez visokih ljetnih temperatura. Sam boravak u kampu nadopunjuju sadržaji poput obiteljskog vodenog parka, moderno opremljenih prostorija za igru i zabavu, dječjih igraonica, sportske zone i šarmantnih restorana, barova i trgovinica. Od ostalih sadržaja i usluga u kampu se nalazi i središnji trg Piazza sa šarolikom ponudom trgovina, autohtonih namirnica i proizvoda, market i zelena tržnica, prodaja svježeg kruha i peciva, mjenjačnica, bankomat itd.¹²⁵

U skladu s trenutnim preporukama i mjerama prilagođeni su kapaciteti bazena, restorana, sanitara, mini clubova i ostalih sadržaja kako bi se gostima osigurao sigurni prostor i komfor. Jednostavnim i brzim online check-in i check-outom preko Valamarove stranice ili preko myValamar aplikacije omogućen je bolji i sigurniji način same prijave i odjave, te gosti imaju mogućnost korištenja V Health&Safety Managera koji im je na raspolaganju 24/7 tijekom cijelog boravka, te im u slučaju potrebe osigurava zdravstvenu skrb. U sklopu kampa pokrenuta je usluga Valfresco Direkt koja osigurava online narudžbu te dostavu hrane iz restorana i namirnica u kampu na parcelu odnosno u smještajni objekt.¹²⁶

¹²⁴ Ibidem

¹²⁵ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/istra-funtana> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)

¹²⁶ Valamar.com, dostupno na: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)

7.3.2 Kamp Aminess Sirena

Kamp Aminess Sirena nalazi se u blizini grada Novigrada od kojeg je udaljen svega 15 minuta hoda uz osvijetljenu obalnu šetnicu. Kategoriziran je s 4 zvjezdice te ima mogućnost smještaja 1800 gostiju. U neposrednoj blizini nalaze se i Aminess Laguna Hotel te Aminess Maestral Hotel, koji s kampom sačinjavaju turističko naselje. Unutar kompleksa gosti imaju pristup bazenu, teretani, teniskom terenu, terenu za odbojku na pijesku te ostalim sadržajima.¹²⁷

Gosti u kampu mogu odsjesti na parcelama do mora ili u mobilnim kućicama koje su okružene prirodom. Kamp nudi 529 živicom omeđenih parcela površine od 80 do 120 m² te preko 70 mobilnih kućica. Može se birati između smještaja pod suncem ili s pogledom na more, odmah do plaže ili na uzvišenim terasama obrubljenim istarskim suhozidom. Od ugostiteljske ponude, u kampu se nudi à la carte restoran s bogatim izborom istarskih i internacionalnih jela te odabranim pićima, buffet-restoran Oleandar s ponudom kave, sokova i sendviča, te grill-restoran Pivnica Sirena koji nudi specijalitete s roštilja. Tematske animacije i zabava za najmlađe također su dio ponude kampa. Bez obzira na poziciju, svi gosti mogu pristupiti internetu jer je čitav kamp pokriven bežičnom mrežom. U blizini se nalazi i Aquapark Istralandia kojeg gosti također mogu posjetiti te imaju mogućnost vožnje turističkim vlakićem koji vozi do centra grada.¹²⁸

Slika 8. Kamp Aminess Sirena



Izvor: <https://www.aminess-campsites.com/hr/kamp-aminess-sirena> (preuzeto 09. svibnja 2021.)

¹²⁷ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/sirena-novigrad> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)

¹²⁸ Aminess Campsite, dostupno na: <https://www.aminess-campsites.com/hr/kamp-aminess-sirena> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)

7.3.3 Lanterna Premium Camping Resort

Kamp Lanterna Premium u sklopu je korporacije Valamar te se nalazi na šumovitom poluotoku Lanterna u blizini Tara, manjeg istarskog naselja smještenog između Poreča i Novigrada. Kamp je dobitnik prestižne ADAC-ove i ANWB-ove nagrade BestCamping za vrhunsku kvalitetu, priznanja Leading Campings kao i brojnih drugih priznanja za kamping kvalitetu koji ga čine jednim od najboljih europskih kampova.¹²⁹

Kamp je kategorije 4 zvjezdice te je njegov kapacitet 2958 smještajnih jedinica i može primiti 9348 osoba. Nalazi se uz predivnu obalu dugu tri kilometra, te gostima nudi razne tipove parcela uključujući prostrane parcele uz more, kao i tematska naselja camping homeova i glamping šatore. Osim kupališnih aktivnosti na plaži, gosti imaju mogućnost uživati u obiteljskom vodenom parku s 10 bazena, gusarskim brodom i toboganima, bazenskom kompleksu uz more, sportskim terenima i širokom izboru popularnih sportova, programu tjelovježbe, fitnessa i rekreacije, uživati i opustiti se uz bogate večernje programe uz glazbu i zabavu te u tematskim restoranima i barovima.¹³⁰

Slika 9. Lanterna Premium Camping Resort



Izvor: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/lanterna-camping-resort> (preuzeto 13. svibnja 2021.)

¹²⁹ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna> (pristupljeno 13. svibnja 2021.)

¹³⁰ Valamar.com, dostupno na: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/lanterna-camping-resort> (pristupljeno 13. svibnja 2021.)

7.3.4 Kamp Bi Village

Kamp Bi Village nalazi se u južnom dijelu Istre, u blizini Fažane te nasuprot nacionalnom parku Brijuni. Kategoriziran je s 4 zvjezdice i nudi široki raspon smještajnih mogućnosti u bungalovima, apartmanima i mobilnim kućicama te u ostalim kamp jedinicama na parcelama. Kapacitet kampa je 4.400 gostiju, a raspolaže s kilometar dugom plažom, moderno opremljenom i prikladnom za djecu i odrasle te s tri vanjska bazena sa slatkom vodom.¹³¹ Gosti u kampu imaju razne mogućnosti za zabavu i sportske aktivnosti, od fitnessa, plesne škole, predstava, tenis, nogomet, streljaštvo, tečajevi plivanja, jedrenje na dasci, stolni tenis, odbojka na pijesku, košarka, ronjenje, igraonica sa stolnim nogometom, boćanje, minigolf i sl.¹³² Kamp se nalazi u sklopu turističkog naselja Bi Village kojeg još sačinjavaju i turistički apartmani, mobilne kućice, vile i sobe, sanitarni čvorovi, ugostiteljski objekti i drugi sadržaji. Turističko naselje ima kapacitet od ukupno 1.682 smještajnih jedinica odnosno može prihvatiti približno 6.000 gostiju. Turističko naselje otvoreno je 2000. godine, a 2013. godine proglašeno je najboljim turističkim naseljem od strane Ministarstva turizma. Turističko naselje posluje u prosjeku tijekom sezone od ožujka do listopada.¹³³

Slika 10. Kamp Bi Village



Izvor: <https://www.bivillage.com/hr/galerija-slika/> (preuzeto 14. svibnja 2021.)

¹³¹ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/bi-village> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)

¹³² BiVillage.com, dostupno na: <https://www.bivillage.com/hr/turisticko-naselje/kamp-bivillage/> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)

¹³³ BiVillage.com, dostupno na: <https://www.bivillage.com/hr/eu-projekt/> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)

7.3.5 Arena One 99 Glamping

Nedaleko od Pule i Medulina, na zapadnom dijelu medulinskog zaljeva, nalazi se kamp Arena One 99 Glamping. Arena One 99 Glamping novoobnovljeni je bivši Arena Pomer Kamp koji je posvećen glampingu, odnosno nudi smještaj u luksuznim glamping šatorima i atraktivnim kućicama na drvu, ukomponiran u opuštajućem prirodnom ambijentu. Kamp ima 4 zvjezdice te kapacitet gostiju od 675 osoba.¹³⁴

Gosti kampa mogu uživati u mnogim malim šljunčanim uvalama i kamenitim plažama, okušati se u windsurfingu, jednoj od glavnih atrakcija kampa. Također, mogu se opustiti u wellness centru na otvorenom koji je kreiran u skladu s prirodom i konceptom 4 elemenata – zemlja, zrak, voda i vatra. Tu se još nalaze i oaze za opuštanje, masaže, kupelji, saune na otvorenom, kišna soba te posebna platforma za yoga programe. Restoran i beach barovi također su na raspolaganju gostima cijelog dana, a za najmlađe je osiguran Kids club & Teen club, te animacijski tim koji svakodnevno organizira različite tematske aktivnosti za djecu svih uzrasta. Kako je kamp ekološki kreiran i osviješten, svojim gostima nudi i punjenje električnih automobila tijekom cijelog dana te je ono besplatno.¹³⁵

Slika 11. Arena One 99 Glamping



Izvor: <https://www.arenacampsites.com/hr/kampovi-istra/kamp-arena-pomer/foto-video> (preuzeto 14. svibnja 2021.)

¹³⁴ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/arena-one-ninety-nine-glamping> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)

¹³⁵ Arenacampsites.com, dostupno na: <https://www.arenacampsites.com/hr/kampovi-istra/kamp-arena-pomer/sadrzaji> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)

7.3.6 Kamp Mon Perin

Kamp Mon Perin s 4 zvjezdice nalazi se u blizini srednjovjekovnog istarskog gradića Bala, između Pule i Rovinja. Kapacitet gostiju koje može prihvatiti je 2661, te pruža smještaj na prostranim i opremljenim parcelama, na kamp mjestima namijenjenima za šatore, ali i u modernim mobilnim kućicama. Osim opuštanja u prirodnom okolišu na samoj obali mora, gostima na raspolaganju stoje brojne mogućnosti provođenja slobodnog vremena i zabavnih aktivnosti kojima će dodatno upotpuniti svoj boravak i doživljaj. Pri tome se gosti mogu okušati u školi veslanja, jedrenja, ronjenja, mogu se zabaviti na gumenom parku na vodi, uživati u masažama, baviti se sportom (tenis, odbojka na pijesku, mali nogomet, boćanje, pješačenje, jogging, biciklizam itd.), istraživati utvrde bivših vojarni, šetati, provesti vrijeme u zabavnom parku za pse sa svojim ljubimcem, uživati u zajedničkom roštilju, kinu pod zvijezdama i dr.¹³⁶

U kampu se nalazi i zajednički vrt iz kojeg gosti mogu nabaviti svježe voće i povrće. Zbog pronalaska okamenjenih ostataka dinosaura na dnu mora u zaljevu Colone, područje Bala uvršteno je na svjetski popis Paleontoloških nalazišta. U sklopu kampa na mjestu arheološkog nalazišta na baljanskom priobalju, nastao je vodeni i edukativni zabavni Paleo park gdje se može doznati koji su dinosauri ovdje obitali, zabaviti se uz animaciju, opustiti se na bazenima i proslaviti posebne prilike.¹³⁷

Slika 12. Kamp Mon Perin



Izvor: <https://www.camping-monperin.hr/hr/parcele-hr/luxury-mare> (preuzeto 16. svibnja 2021.)

¹³⁶ Camping - Mon Perin.hr, dostupno na: <https://www.camping-monperin.hr/hr/obala/dozivljaji> (pristupljeno 16. svibnja 2021.)

¹³⁷ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/mon-perin> (pristupljeno 16. svibnja 2021.)

7.3.7 Kamp Polidor

Kamp Polidor je manji obiteljski kamp kraj Bijele uvale u blizini Funtane, nedaleko od Vrsara. Iako je manjeg kapaciteta od prethodnih kampova te može primiti do 300 osoba, ovaj kamp kategoriziran je s 4 zvjezdice i nagrađivan je brojnim svjetskim nagradama poput nagrade za najbolji kamp u Hrvatskoj 2017., 2018., 2019. i 2020. godine. U 2017. godini dobio je brončanu, a 2018. i 2019. zlatnu nagradu slovenskih gostiju za kampiranje u nagradi "Best Adria camping", zatim nagradu za najbolji mali kamp, ADAC-ovu nagradu i dr. Otvoren je cijele godine. Sastoji se od 48 parcela za prikolice, šatore i kampere i sve imaju priključak na struju i vodu. Parcele su posipane sitnim šljunkom i ograđene živicom (živom ogradom). Prosječne veličine parcela su od 80 m² te imaju predviđeno mjesto za jedan automobil. Također, gosti mogu odsjesti i u suvremeno dizajniranim mobilnim kućicama kojih je u kampu 32. Osim standardnih parcela i mobilnih kućica, u kampu se također nudi i šest glamping šatora i sedam glamping soba kao vrsta smještaja. Novitet u kampu su luksuzne vile s privatnim bazenom i jacuzziem te family (pet friendly) mobilne kućice s jacuzziem.¹³⁸

Slika 13. Kamp Polidor



Izvor: <https://www.campingpolidor.com/hr/fotogalerija/glamping/> (preuzeto 16. svibnja 2021.)

¹³⁸ Campingpolidor.com, dostupno na: <https://www.campingpolidor.com/> (pristupljeno 16. svibnja 2021.)

Gosti mogu uživati u plaži udaljenoj od kampa 800 metara, u dva bazena, za odrasle i djecu, opustiti se kroz masaže te uživati u restoranu i pool baru. Za najmlađe se organizira animacija 3 dana u tjednu te škola plivanja. Jednom tjedno nudi se i besplatna biciklistička tura uz obalu, vinograde, stari grad Vrsara i dr. Restoran i plaža, kao i bar na plaži su zatvoreni od sredine rujna do sredine travnja. Gosti željni dodatnog istraživanja i zabave mogu posjetiti "Aquacolors", za adrenalinsku vožnju mnogim vodenim toboganima koji se nalazi u blizini kampa, Dinopark u Funtani, za avanturističku šetnju s dinosaurima, okušati se u jahanju, ronjenju i sl.¹³⁹

7.3.8 Kamp Papafigo

Još jedan mali i novi obiteljski kamp je kamp Papafigo koji se nalazi u naselju Salveta, u blizini grada Vodnjana. Kapacitet gostiju koje može primiti je 60 osoba te je otvoren tijekom cijele godine. Smješten je u samom masliniku, a njegovo uređenje spoj je tradicije i modernog stila. Nudi smještaj na parcelama, u mobilnim kućicama i glamping šatorima. Gosti imaju mogućnost korištenja bazena, wellness centra, zatvorenog prostora za društvene aktivnosti, mini-kluba, restorana i bara s pogledom na Brijune, mogućnost najma bicikala, kao i redovne ponude izletničkih aktivnosti. Sanitarni čvor, praonice rublja i posuđa također su suvremeno i moderno uređene kako bi gosti mogli u potpunosti doživjeti potreban komfor.¹⁴⁰

Slika 14. Kamp Papafigo



Izvor: <https://papafigo.hr/o-nama/> (preuzeto 16. svibnja 2021.)

¹³⁹ Ibidem

¹⁴⁰ Papafigo.hr, dostupno na: <https://papafigo.hr/o-nama/> (pristupljeno 16. svibnja 2021.)

7.3.9 Kamp Koversada

Kamp Koversada otvoren je 1961. godine u Koversadi kod Vrsara te je to bio prvi komercijalni kamp za naturiste otvorenog tipa u svijetu.¹⁴¹ Kategoriziran je s 3 zvjezdice, a može primiti do 5000 gostiju. Na svojih 97 hektara površine gostima nudi mirno okruženje obogaćeno s 1000 stabala maslina te ostalim mediteranskim biljem. Dio Koversade je i mali otočić koji je s kampom povezan mostom, a namijenjen je za kampiranje u šatorima. Osim smještaja na parcelama u vlastitim kamperima ili šatorima, nudi se i najam mobilnih kućica u kojima su dozvoljeni i psi, zatim najam bungalova ili apartmana te najam kamp prikolice ili glamping smještaja.¹⁴² Plaže na Koversadi uglavnom su stjenovite i kamenite sa zaklonjenim zaljevima. Nasuprot otoka nalazi se i pješčana plaža za djecu. Gosti se mogu zabaviti kroz mnoge sportske i rekreacijske sadržaje u kampu kao što su tenis, mini golf, stolni tenis, odbojka na pijesku, mali nogomet, košarka, najam bicikala, najam pedalina i sl. Također, tim animacije svakodnevno organizira razne zabavne aktivnosti, kako za djecu tako i za odrasle.¹⁴³

Slika 15. Kamp Koversada



Izvor: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/koversada> (preuzeto 18. svibnja 2021.)

¹⁴¹ J., Sladoljev, op. cit., str. 223.

¹⁴² Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/koversada> (pristupljeno 18. svibnja 2021.)

¹⁴³ Maistra.com, dostupno na: <https://www.maistra.com/hr/koversada-villas-vrsar> (pristupljeno 18. svibnja 2021.)

7.3.10 Kamp Vita Mia

Nešto drugačiji i manji od ostalih opisanih kampova je kamp Vita Mia koji se nalazi u samom srcu Istre, u mjestu Velanov Brijeg, udaljen sedam minuta vožnje od centra grada Pazina. Za razliku od prijašnjih navedenih kampova, ovom mini kampu glavna atrakcija nije more, već boravak u unutrašnjosti regije u prirodi te mirna i obiteljska atmosfera. Kamp je otvoren cijele godine te pri tome gosti imaju priliku spoznati i doživjeti Istru u bilo kojem vremenskom periodu, pri čemu je svako razdoblje za sebe posebno i interesantno. Kapacitet kampa je 75 osoba, površine 1,1 hektar.¹⁴⁴ Oblik smještaja koji se nudi u kampu su moderno opremljene parcele i mobilne kućice okružene zimzelenom šumom i prirodnim ambijentom, gdje će se gosti moći u potpunosti opustiti i odmoriti. U kampu se nalazi i bazen na otvorenom te teren za odbojku na pijesku i badminton, a mogu se unajmiti i električni bicikli te istražiti okolica ili pak organizirati izlet do lokalnih znamenitosti. Istraživanje središnje Istre nudi brojne čari i ljepote, te se gosti pri tome mogu okušati u raznim aktivnostima poput vožnje biciklističkim stazama, šetnje po pješačkim stazama, mogu isprobati obližnji zip line preko Pazinske jame, kupati se na skrivenim slapovima, uživati u lokalnim restoranima i konobama i sl.¹⁴⁵

Slika 16. Kamp Vita Mia



Izvor: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/vita-mia> (preuzeto 18. svibnja 2021.)

¹⁴⁴ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/vita-mia> (pristupljeno 18. svibnja 2021.)

¹⁴⁵ Vitamia.camp, dostupno na: <https://vitamia.camp/en/> (pristupljeno 18. svibnja 2021.)

7.3.11 Kamp Amarin

Kamp s jednim od najljepših pogleda na grad Rovinj je kamp Amarin koji je od grada udaljen oko 4 km te je dio obnovljenog turističkog kompleksa koji sadrži 575 apartmana i bungalova i 850 parcela, a može primiti ukupno 2.000 gostiju. Nalazi se na terasastoj padini okružen borovima i maslinama. Gosti mogu odsjesti u šatorima, kamp kućicama, apartmanima i bungalovima te novim mobilnim kućicama u kojima su također dozvoljeni i psi.¹⁴⁶ Osim šljunčane plaže u blizini restorana i barova, gosti mogu uživati u bazenima koji se nalaze odmah iznad plaže. Također, mogu sudjelovati u brojnim sportskim aktivnostima poput tenisa, košarke, mini nogometa, odbojke na pijesku, mini golfa, boćanja, vožnji pedalina i kajaka, školi jedrenja i sl. Animacijske aktivnosti tijekom srpnja i kolovoza dostupne su svakodnevno tako da se djeca mogu zabavljati u mini i teen klubu, organiziraju se razne radionice, programi, turniri i sl. Od dva restorana s pogledom na more i grad Rovinj, gosti se mogu opustiti i u pizzeriji i slastičarni odmah do bazena te u nekim od vanjskih objekata koji poslužuju piće i hranu, s kojih se također pruža jedinstveni pogled.¹⁴⁷

Slika 17. Kamp Amarin



Izvor: <https://www.maistracamping.com/hr/kamp-amarin-rovinj#lg=1&slide=31> (preuzeto 20. svibnja 2021.)

¹⁴⁶ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/amarin> (pristupljeno 20. svibnja 2021.)

¹⁴⁷ Maistracamping.com, dostupno na: <https://www.maistracamping.com/hr/kamp-amarin-rovinj> (pristupljeno 20. svibnja 2021.)

7.3.12 Kamp Veštar

Kamp Veštar nalazi se 5 km jugoistočno od Rovinja, u mirnoj uvali sa šljunčanom plažom, od koje je jedan dio namijenjen naturistima. Kategoriziran je s 4 zvjezdice te može ugostiti 2.100 gostiju. Na 15 hektara površine nalazi se 660 parcela s dovodom struje, vode i odvodom kanalizacije, te preko 200 mobilnih kućica od kojih je nekoliko i glamping te mogućnost najma šatora.¹⁴⁸ Osim na plaži i prostranom vanjskom bazenu, gosti se mogu zabaviti i na Spray Parku za sve uzraste, okušati se u sportovima na vodi, te drugim raznim sportovima. Zabavni sadržaji za najmlađe također se provode uz animacijski tim koji priprema i organizira razne igre, radionice i sl. U restoranu i barovima nude se specijaliteta istarske kuhinje kao i osvježavajuća pića.¹⁴⁹

7.3.13 Kamp Valalta

Kamp Valalta je naturistički kamp koji se nalazi 7 km od centra grada Rovinja. U kampu se nalaze prostrane parcele za kampere, kamp prikolice i šatori s modernim sanitarijama, servis za otpadne vode iz kamp prikolica i autodomova, te uređen prostor za grill. Osim parcela, kamp nudi i smještaj u obliku bungalova, apartmana te mobilnih kućica.¹⁵⁰ FKK Valalta osnovan je krajem šezdesetih godina prošlog stoljeća i dobitnik je brojnih nagrada od kojih je jedna i „ADAC Superplatz 2021“ koja ga predstavlja kao jedan od najboljih kampova u Europi. Osim uređene plaže i brojnih bazena, u kampu se nudi i bogata gastronomska ponuda, cjelodnevni animacijski programi i brojne sportske aktivnosti, izleti brodom i autobusom kao i razne dodatne usluge: market, štand sa svježim voćem i povrćem, butik, trgovine artikala za plažu, praonica automobila, internet punkt, fitness soba, sauna, frizerski i kozmetički salon, kiosk, apoteka te turistička ambulanta.¹⁵¹

¹⁴⁸ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/vestar> (pristupljeno 22. svibnja 2021.)

¹⁴⁹ Maistracamping.com, dostupno na: <https://www.maistracamping.com/hr/kamp-vestar-rovinj> (pristupljeno 22. svibnja 2021.)

¹⁵⁰ Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/valalta> (pristupljeno 22. svibnja 2021.)

¹⁵¹ Valalta.hr, dostupno na: <https://valalta.hr/hr/page/fkk-valalta> (pristupljeno 22. svibnja 2021.)

7.3.14 Kamp Polari

Kamp Polari, koji djeluje u sklopu korporacije Maistra kao i prethodno opisani kampovi Veštar, Amarin i Koversada, smješten je tri km južno od grada Rovinja, u slikovitoj i šumovitoj uvali. Kategoriziran je s 3 zvjezdice i može prihvatiti 4.900 gostiju. Uvršten je u selekciju najboljih hrvatskih kampova, a dobitnik je i nekolicine drugih nagrada. Južni dio kampa namijenjen je naturistima te ima svoju vlastitu plažu. Ostatak kampa ima razvedenu obalu sa šljunčanim i stjenovitim plažama. U novije je vrijeme ponuda kampa obogaćena i uslugom kamper odmorišta, namijenjena gostima s vlastitim kamp vozilima. Kamp Polari raspolaže i velikim bazenom s hidro masažom, čamcima i biciklima za najam, kao i terenima za tenis, mali nogomet, odbojku na pijesku, rukomet i košarku. Unutar kampa nalazi se riblji restoran te nekoliko kafića i snack barova. U kampu se nalaze dva supermarketa, kiosk, bankomat, mjenjačnica, sef na recepciji i brojne druge pogodnosti koje su omogućene gostima. Postoji 2.000 različitih parcela koje gosti mogu odabrati za svoj boravak. Do brojnih zanimljivosti koje se nalaze u Rovinju može se stići biciklističkom stazom.¹⁵²

Slika 18. Kamp Polari



Izvor: https://www.maistracamping.com/hr/kamp-polari-rovinj?gclid=CjwKCAjwgbLzBRBsEiwAXVIygCbnWBhYtOC0pd2Dc15k4HGOc5CRoe-Ca2jdEovOGLlqi7jx3EoodhoCrUUQAvD_BwE#lg=1&slide=12 (preuzeto 23. svibnja 2021.)

¹⁵² Maistracamping.com, dostupno na: <https://www.maistracamping.com/hr/kamp-polari-rovinj#top> (pristupljeno 23. svibnja 2021.)

7.4 Zajednička obilježja i karakteristike istarskih kampova

U Istri, kao najrazvijenijoj kamping regiji Hrvatske, kamping i privatni smještaj ostvaruju najveći udio u noćenjima. Kampovi u Istri ostvaruju bolje rezultate od prosjeka hrvatske obale te su i prihodi istarskih kampova po pojedinim kategorijama veći od prosjeka hrvatske obale istih kategorija za oko 5%. Prema podacima Master plana turizma Istarske županije (2015.-2025.) u kampovima se 2014. godine ostvarilo nešto manje od 8,5 milijuna noćenja te su 83% turističkog prometa u kampovima ostvarili kampovi s 3 i 4 zvjezdice. Glavna tržišta su gosti iz Njemačke, Slovenije, Nizozemske i Austrije te je to struktura gostiju koja je specifična u odnosu na ostale smještajne strukture.¹⁵³

Uspješno poslovanje i tendencija rasta kamping turizma u Istri postiže se kroz promjene u strukturi kapaciteta na način da se povećava broj mobilnih kućica uz istovremeno smanjenje učešća kamp jedinica u ukupnim kapacitetima. Također, u kamping ponudi karakteristične su niže cijene smještaja u cilju veće potražnje.¹⁵⁴

Ono što je zajedničko kampovima u Istri je svakako ljepota krajolika i prirode koja postaje imperativ u turističkoj ponudi te se prema tome mora odnositi na način da se ona valorizira, ali i očuva, naglašavajući pri tome izvorni istarski karakter i osobnost. Uređenje plaža, šetnjica, parkova svakako je cilj svakog kampa koji se želi predstaviti kao uredan, čist, ekološki osviješten te odgovoran kako bi privukao i zainteresirao svoje goste. Današnji putnici postaju sve osviješteniji i odgovorniji stoga su im takve odrednice veoma bitne pri odabiru destinacije za odmor. Prema navedenim primjerima istarskih kampova može se vidjeti kako svi teže na što bolji način prilagoditi se novim gostima, ponuditi raznoliku ponudu dodatnih aktivnosti i sadržaja kako bi obogatili njihov boravak i učinili ga kompletnijim i ispunjenijim. U kampovima gosti stoga imaju mogućnost baviti se raznim sportskim aktivnostima, sudjelovati u edukacijama i radionicama, istražiti bolje samu destinaciju i naučiti nešto novo. Animacijski dio pri tome ima važnu ulogu budući da se upravo tu ostvaruje direktni kontakt s gostima, animira ih se i zabavlja, organiziraju se radionice i razne zabave za djecu te se tako stvara povjerenje i želja za ponovnim dolaskom u određeni kamp.

¹⁵³ Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/tzi/master-plan-turizma-istre> (pristupljeno 24. svibnja 2021.)

¹⁵⁴ Ibidem, str. 80.

Sve važnija stavka postaje i oblik smještaja u kampu budući da veliki broj gostiju ne dolazi kamp vozilima te ne žele svi odmor u šatorima, već u nešto komotnijem i ležernijem obliku, pri čemu mobilne kućice postaju sve traženiji oblik smještaja. Na taj način gosti i dalje imaju doživljaj kampa, slobode, mira, ali uz nešto veću dozu komfora i luksuza.

Također, mnogi kampovi su danas i pet friendly odnosno dozvoljeni su i kućni ljubimci u smještaju te se i za njih počinje kreirati posebna ponuda (plaže za pse, šetališta, parkovi i sl.). Veoma je važno da su kampovi prikladni za djecu i za osobe s invaliditetom, kao i za starije osobe koje čine sve značajniji postotak posjetitelja. Preferencije i želje gostiju se razlikuju, pri čemu će nekome biti dovoljno samo kamp mjesto gdje može u miru uživati u svom odmoru, dok će netko drugi očekivati širu ponudu s više mogućnosti i dodatnih sadržaja.

7.5 Budućnost kamping turizma u Istri

Istra se svakako može pohvaliti brojnim kvalitetnim i suvremenim kampovima koji godinama sve više napreduju i moderniziraju se, prateći trendove i implementirajući nove proizvode. Prilagođavanje ponude širem broju posjetitelja znači i veću potražnju čime se širi kamping tržište i privlače novi gosti. Jedna od važnih prednosti u kamping turizmu je činjenica kako je to vrsta turističkog smještaja koja promovira održivost i način poslovanja koji je ekološki osviješten te nastoji u što većoj i mogućoj mjeri ispunjavati određene uvjete. Kampovi će se i u budućem poslovanju zasigurno kretati u tom smjeru, pri čemu će ključna biti i maksimalna opremljenost tehničkom i digitalnom ponudom.

Okretanje cjelogodišnjem poslovanju također bi moglo postati bitna prekretnica u kamping turizmu. U tom slučaju bi se trenutna situacija s pandemijom mogla promatrati na drugačiji način, tako da se potiču dolasci u kampovima gdje gosti imaju veću dozu mira, privatnosti i sigurnosti uz dovoljnu distanciranost, a opet mogu uživati u kamping ponudi i ambijentu.

8. ZAKLJUČAK

Razvoj kamping turizma u stalnom je porastu, a sve to zahvaljujući nekoliko čimbenika. Potreba za provođenjem slobodnog vremena u prirodi, korištenje šatora i pojava specijaliziranih vozila za kampiranje najvažniji su faktori razvoja kamping turizma u svijetu i kod nas.

Kamping turizam na prelasku u 21. stoljeće doživljava velike promjene, a kampiranje postaje životni stil pojedinca koji takvu vrstu turizma odabire ne zbog financijskih razloga već iz nekih potreba i uvjerenja. Europski kamping turizam najrazvijeniji je u svijetu, posebice Mediteran koji svojim prirodnim ljepotama i čistim okolišem privlači najveći broj kampista. Francuska, Njemačka, Italija i Španjolska najveća su emitivna tržišta.

U svijetu kamping turizma sve češća pojava je i glamping, pojava vezana za inovativne i nove smještajne kapacitete, s naglaskom na luksuzno kampiranje. Očekuje se daljnji razvoj tržišta mobilnih i luksuznih kućica kao i promjena strukture smještaja.

Što se hrvatskog kamping turizma tiče, može se reći da je on pouzdani tržišni segment ponude i potražnje na kojeg se može računati i koji nikad neće slabjeti. Smirivanjem pandemijske situacije kroz godine, predviđa se ponovni rast međunarodnog turizma pri čemu se veliki dio odnosi na turizam selektivnih oblika potaknutih pojačanim interesom za prirodu i okoliš.

U radu je dano par primjera svjetskih vrhunskih kampova, te nekoliko njih iz Istre, budući da je to i sama tema rada te je Istra vodeća regija po pitanju kamping ponude u Hrvatskoj. Opisani kampovi imaju vlastite prednosti i kvalitete, a zajedničko im je to da imaju naglasak na očuvanje prirode, brojne aktivnosti za svoje goste te prirodno bogatstvo čistog mora, lijepih plaža i okoliša koji su za kamping turizam veoma važan faktor. Provedenim radom može se potvrditi postavljena hipoteza kojom se kamping turizam smatra jednim od najzastupljenijih selektivnih oblika turizma u Istarskoj županiji koji iz godine u godinu bilježi sve veći rast i značaj.

LITERATURA

a) Knjige:

1. Cvelić Bonifačić, J., *Kamping - Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Poreč, KUH-Kamping udruženje Hrvatske, 2012.
2. Čabaravdić, A. et.al., *Turizam od davnina u Istri do danas*, Žminj, Čakavski sabor, 2018.
3. Čavlek, N. et al., *Turizam- Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Školska knjiga, 2011.
4. Čorak, S., Mikačić, V., *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*, Zagreb, Institut za turizam Zagreb, 2006.
5. Dujmović, M., *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014.
6. Galičić, V., *Rječnik ugostiteljsko-turističkih pojmova*, Rijeka, Vlastito izdanje, 1999.
7. Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011., str. 227., prema Jadrešić, 1998.
8. Gržinić, J., Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014.
9. Pančić Kombol, T., *Selektivni turizam – Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, Matulji, TMCP Sagena d.o.o., 2000.
10. Rabotić, B., *Selektivni oblici turizma*, Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013.
11. Sladoljev, J., *Kamping turizam : sve o kampingu - priručnik za vlasnike i voditelje kampova*, Pula: C.A.S.H., 1998.
12. Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb, Prometej, 2005.

b) E-knjige:

1. Gržinić, J., *Uvod u turizam – povijest, razvoj i perspektive*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019., dostupno na:
<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523> (pristupljeno 17. travnja 2021.)

c) Online publikacije, znanstveni radovi i časopisi:

1. Brunsko, Z., *Turistička motivacija*, NAŠE MORE : znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol. 49 No. 1-2, 2002., str. 71., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/209280> (pristupljeno 25. travnja 2021.)
2. Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., *Global trends affecting camping tourism: Managerial challenges and solutions*, Tourism and Hospitality Industry, 2014., dostupno na: <https://search.proquest.com/openview/968269019c6240dedecf41d371e1badd/1?pq-origsite=gscholar&cbl=286208> (pristupljeno 29. travnja 2021.)
3. Hrvatska turistička zajednica, *Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima*, Odjel za istraživanje tržišta, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-01/Preferencija%20smje%C5%A1tajnih%20kapaciteta%20u%20pojedinim%20klasterima_2018_0.pdf (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
4. *Kamping turizam Hrvatske - izdanje 2020.*, Hrvatska turistička zajednica, 2020., dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-02/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202020_0.pdf (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
5. Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/tzi/master-plan-turizma-istre> (pristupljeno 24. svibnja 2021.)
6. Sommer, K., *Holidays at home - Camping and glamping as a part of domestic tourism: An overview and analysis of camping (and in particular luxury camping) as an alternative form of domestic tourism in the time of the coronavirus*, IUBH Discussion Papers - Tourismus & Hospitality, No. 6/2020, IUBH Internationale Hochschule, Bad Honnef, 2020., dostupno na: <http://hdl.handle.net/10419/225520> (pristupljeno 27. travnja 2021.)

d) Internet izvori:

1. Adac.de, dostupno na: <https://www.adac.de/news/urlaub-auto-ziele-corona/> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
2. Aminess Campsite, dostupno na: <https://www.aminess-campsites.com/hr/kamp-aminess-sirena> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)
3. Arenacampsites.com, dostupno na: <https://www.arenacampsites.com/hr/kampovi-istra/kamp-arena-pomer/sadrzaji> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)
4. BiVillage.com, dostupno na: <https://www.bivillage.com/hr/turisticko-naselje/kamp-bivillage/> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)
5. BiVillage.com, dostupno na: <https://www.bivillage.com/hr/eu-projekt/> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)
6. Campingamfora.com, dostupno na: <https://en.campingamfora.com/> (pristupljeno 29. travnja 2021.)
7. Camping Brunner direkt am See, dostupno na: <https://www.campingbrunner.at/acc-camping.html> (pristupljeno 29. travnja 2021.)
8. Camping-Croatia.com, dostupno na: <http://www.camping-croatia.com/> (pristupljeno 02. svibnja 2021.)
9. Camping - Mon Perin.hr, dostupno na: <https://www.camping-monperin.hr/hr/obala/doziviljaji> (pristupljeno 16. svibnja 2021.)
10. Campingpolidor.com, dostupno na: <https://www.campingpolidor.com/> (pristupljeno 16. svibnja 2021.)
11. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr> (pristupljeno 27. travnja 2021.)
12. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/o-nama/povijest> (pristupljeno 02. svibnja 2021.)
13. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampiranje-hrvatska> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
14. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/istra-funtana> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)
15. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/sirena-novigrad> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)

16. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna>
(pristupljeno 13. svibnja 2021.)
17. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/bi-village>
(pristupljeno 14. svibnja 2021.)
18. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/arena-one-ninety-nine-glamping> (pristupljeno 14. svibnja 2021.)
19. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/mon-perin>
(pristupljeno 16. svibnja 2021.)
20. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/koversada>
(pristupljeno 18. svibnja 2021.)
21. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/vita-mia>
(pristupljeno 18. svibnja 2021.)
22. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/amarin>
(pristupljeno 20. svibnja 2021.)
23. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/vestar>
(pristupljeno 22. svibnja 2021.)
24. Camping.hr, dostupno na: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/valalta>
(pristupljeno 22. svibnja 2021.)
25. Croatialink, *Turizam: definicija, nastanak razvoj i podjela*, dostupno na:
<https://croatialink.com/wiki/turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela>
(pristupljeno 16. travnja 2021.)
26. Državni zavod za statistiku, dostupno na:
<https://www.dzs.hr/hrv/dbhomepages/turizam/metodologija.htm> (pristupljeno
17. travnja 2021.)
27. Eurostat, *Did camping become more popular in 2020?*, dostupno na:
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210401-1>
(pristupljeno 30. travnja 2021.)
28. Eurostat, *Tourism statistics - nights spent at tourist accommodation establishments*, dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments#First_results_for_the_entire_year_2020 (pristupljeno 30. travnja 2021.)

29. HrTurizam.hr, dostupno na: <https://hrturizam.hr/analiza-kamping-trzista-u-hrvatskoj/> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
30. HrTurizam.hr, dostupno na: <https://hrturizam.hr/analiza-kamping-trzista-u-hrvatskoj/> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
31. HrTurizam.hr, dostupno na: <https://hrturizam.hr/adac-hrvatska-istra-2020-ljetna-sezona/> (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
32. Les Castels Campings, dostupno na: <https://www.anse-du-brick.fr/en/> (pristupljeno 29. travnja 2021.)
33. Maistra.com, dostupno na: <https://www.maistra.com/hr/koversada-villas-vrsar> (pristupljeno 18. svibnja 2021.)
34. Maistracamping.com, dostupno na: <https://www.maistracamping.com/hr/kamp-amarin-rovinj> (pristupljeno 20. svibnja 2021.)
35. Maistracamping.com, dostupno na: <https://www.maistracamping.com/hr/kamp-vestar-rovinj> (pristupljeno 22. svibnja 2021.)
36. Maistracamping.com, dostupno na: <https://www.maistracamping.com/hr/kamp-polari-rovinj#top> (pristupljeno 23. svibnja 2021.)
37. OECD, *Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)*, dostupno na: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronaviruscovid-19-6466aa20/> (pristupljeno 20. travnja 2021.)
38. Ostseebad Kühlungsborn, dostupno na: <https://www.kuehlungsborn.de/uebernachten/camping.html> (pristupljeno 30. travnja 2021.)
39. Papafigo.hr, dostupno na: <https://papafigo.hr/o-nama/> (pristupljeno 16. svibnja 2021.)
40. *Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi NN br. 54/16, čl. 2.*, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1409.html (pristupljeno 03. svibnja 2021.)
41. UNWTO, *International Tourism Highlights: 2020 Edition*, dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456> (pristupljeno 20. travnja 2021.)

42. UNWTO, *International tourism and Covid-19*, dostupno na: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (pristupljeno 20. travnja 2021.)
43. UNWTO, *Tourist arrivals down 87% in january 2021 as unwto calls for stronger coordination to restart tourism*, dostupno na: <https://www.unwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism> (pristupljeno 20. travnja 2021.)
44. Valamar-riviera.com, dostupno na: <https://valamar-riviera.com/hr/otopina/povijest/#image-3> (pristupljeno 02. svibnja 2021.)
45. Valamar.com, dostupno na: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (pristupljeno 09. svibnja 2021.)
46. Valamar.com, dostupno na: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/lanterna-camping-resort> (pristupljeno 13. svibnja 2021.)
47. Vitamia.camp, dostupno na: <https://vitamia.camp/en/> (pristupljeno 18. svibnja 2021.)
48. Valalta.hr, dostupno na: <https://valalta.hr/hr/page/fkk-valalta> (pristupljeno 22. svibnja 2021.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Kamp Àmfora	31
Slika 2. Drvene kućice s pogledom na more u kampu L'Anse du Brick	32
Slika 3. Kamp Brunner am See	33
Slika 4. Kamp Kühlungsborn	34
Slika 5. Smještajni kapaciteti RH	41
Slika 6. Broj dolazaka i noćenja u kampovima, 2013. - 2019.....	41
Slika 7. Istra Premium Camping Resort.....	46
Slika 8. Kamp Aminess Sirena	48
Slika 9. Lanterna Premium Camping Resort.....	49
Slika 10. Kamp Bi Village.....	50
Slika 11. Arena One 99 Glamping	51
Slika 12. Kamp Mon Perin	52
Slika 13. Kamp Polidor	53
Slika 14. Kamp Papafigo	54
Slika 15. Kamp Koversada	55
Slika 16. Kamp Vita Mia.....	56
Slika 17. Kamp Amarin	57
Slika 18. Kamp Polari	59

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista u kampovima u Istri (2016. - 2020.).....	45
--	----

SAŽETAK

Turistička putovanja s vremenom su postala sve važnija stavka u čovjekovom životu te se rast i razvoj turizma kroz godine počinje promatrati kao sve značajniji čimbenik u društvenom i gospodarskom sustavu. Rastom broja populacije širile su se i nove želje i preferencije te su se pratili novi trendovi i implementirali novi turistički proizvodi. Time se razvijaju novi selektivni oblici turizma kako bi se zadovoljila segmentirana potražnja. Jedan od zastupljenijih oblika selektivnih vrsta turizma je kamping turizam, koji se od svojih početaka do danas dosta promijenio i modernizirao. Njegova suština ostala je i dalje ista, a to je boravak i odmor u prirodnom okruženju i miru. Moderni kampisti traže dodatne aktivnosti i sadržaje koji će obogatiti njihov boravak u kampu čime će i sam doživljaj biti veći i potpuniji. Kroz ovaj rad prikazane su osnovne značajke kamping turizma te su predstavljeni dobri primjeri praskе razvoja odabranih kampova iz Istarske županije, najrazvijenije regije u kamping turizmu u Hrvatskoj. Usporedbom navedenih primjera kampova vidi se kako su zajednička obilježja istarskih kampova usmjerena na ulaganje i modernizaciju strukture smještaja, uz istovremenu osviještenost o prirodnom okolišu i nastojanje da se ono valorizira i očuva i takvo predstavlja destinaciju. Također, kreiranje dodatnih turističkih sadržaja i aktivnosti za goste tijekom njihova boravka u kampu postaju danas nezaobilazni dio ponude, čime se istarski kampovi svakako mogu pohvaliti pa čak i konkurirati nekim kampovima na svjetskoj razini. Kvalitetnim smještajem i gastronomskom ponudom te ponudom dodatnih aktivnosti današnji kampovi nastoje se što bolje približiti novim gostima i ostaviti što bolji dojam postojećim. Radom je potvrđena postavljena hipoteza kojom se kamping turizam smatra jednim od najzastupljenijih selektivnih oblika turizma u Istarskoj županiji te ima mnogo potencijala i mogućnosti za daljnji rast i razvoj.

Ključne riječi: turizam, selektivni oblici turizma, kamping turizam, Istra, kamping turizam u Istri, održivi turizam, kampovi

SUMMARY

Over time, tourist trips have become the most important item in a person's life, and the growth and development of tourism over the years are beginning to be viewed as increasingly important factors in the social and economic system. With the growth of the population, new wishes and preferences spread, and new trends were followed and new tourist products were implemented. This develops new selective forms of tourism to meet segmented demand. One of the represented forms of selective types of tourism is camping tourism, which has changed and modernized a lot since its beginnings. Its essence has remained the same, and that is staying and resting in a natural environment and peace. Modern campers are looking for additional activities and facilities that will enrich their stay in the camp, which will make the experience bigger and more complete. This paper presents the basic features of camping tourism and presents good examples of the development of selected campsites from the Istrian County, the most developed region in camping tourism in Croatia. A comparison of these examples of camps shows that the common features of Istrian camps are aimed at investing and modernizing accommodation structures, while raising awareness of the natural environment and the effort to valorize and preserve it and thus represent a destination. Also, the creation of additional tourist facilities and activities for guests during their stay in the camp today is an unavoidable part of the offer, which Istrian camps can certainly boast of even competing with some campsites worldwide. With quality accommodation and gastronomic offer, offering additional activities, today's camps try to be as close as possible to new guests and leave the best possible impression on existing ones. This paper confirms the hypothesis that camping tourism is considered one of the most common selective forms of tourism in the County of Istria and has many potentials and opportunities for further growth and development.

Keywords: tourism, selective forms of tourism, camping tourism, Istria, camping tourism in Istria, sustainable tourism, camps