

KAMPING TURIZAM S POSEBNIM OSVRTOM NA "LANTERNA PREMIUM CAMPING RESORT"

Rožanković, Vlatka

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:785507>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-13**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA**

Vlatka Rožanković

**KAMPING TURIZAM S POSEBNIM OSVRTOM NA
„LANTERNA PREMIUM CAMPING RESORT“**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2019.

Vlatka Rožanković

**KAMPING TURIZAM S POSEBNIM OSVRTOM NA
„LANTERNA PREMIUM CAMPING RESORT“**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: dr.sc. Mateja Petračić, viši predavač

Broj indeksa autora: 0618616027

Karlovac, 2019.

ZAHVALA

Ovom prilikom želim se zahvaliti svojoj mentorici dr.sc Mateji Petračić na prenesenom znanju iz područja turizma i ekonomije tijekom mog studiranja te na savjetima, uloženom trudu i vremenu za vrijeme pisanja ovog završnog rada. Želim se zahvaliti svim profesorima stručnog studija Ugostiteljstva na Veleučilištu u Karlovcu koji su mi prenijeli stečeno znanje koje će mi koristiti u narednom životu.

Također, zahvaljujem se svojim roditeljima koji su mi bili velika potpora tijekom cijelog obrazovanja, bili uvijek tu za mene, imali strpljenja te mi omogućili studiranje u drugom gradu. Želim se zahvaliti svom dečku Tomislavu na podršci, vjeri i strpljenju za vrijeme kolokvija i ispita tijekom ove tri godine.

Hvala Vam.

SAŽETAK

Kamping turizam je specifični oblik turizma koji se počeo razvijati početkom 20. stoljeća. Kroz godine se znatno razvijao te je od „siromašnog“ oblika postao luksuznim oblikom turizma koji privlači turiste veće platežne moći što pridonosi pozitivnom razvoju gospodarstva cijele zemlje. Republika Hrvatska je postala jednom od najpoželjnijih europskih kamping destinacija zahvaljujući uvođenju suvremenih trendova u turističku ponudu kroz razne inovacije, stvaranje luksuznih smještajnih kapaciteta, poštivanje načela održivog razvoja te pružanje usluga visoke kvalitete. Kampiranje je životni stil pojedinca koji uključuje slobodu, prirodno okruženje i aktivni odmor samog kampista.

Ovaj rad koncipiran je na pregledu razvoja kamping turizma u svijetu i Hrvatskoj te analiziranju ponude i potražnje u kamping sektoru s posebnim osvrtom na Lanterna Premium Camping Resort u Istri.

Ključne riječi: *kamping turizam, kampiranje, Lanterna Premium Camping Resort, održivi razvoj, smještajni kapaciteti, trendovi u turizmu*

SUMMARY

Camping tourism is a specific form of tourism that began to develop in the early 20th century. Throughout the years, it has developed considerably from “poor” form to luxury form of tourism that attracts tourist of greater prosperity, which contributes to the positive development of the Croatian economy. The Republic of Croatia has become one of the most wanted European camping destinations thanks to the introduction of modern trends in tourist supply through various innovations, creating luxury accommodation capacities, respecting the principles of sustainable development and providing high quality services. Camping is a lifestyle of the individual that includes freedom, natural environment and recreation of the tourist.

This paper presents an overview of camping tourism development in the world and Croatia as well and analyzes supply and demand in the camping sector with special reference to the Lanterna Premium Camping Resort located in Istria.

Keywords: *accommodation capacity, camping, camping tourism,, Lanterna Premium Camping Resort, sustainable development, trends in tourism*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Struktura rada	1
2. POJMOVNO ODEREĐENJE KAMPING TURIZMA	2
2.1. Definiranje kamping turizma	2
2.2. Vrste kampova.....	3
2.2.1. Kamp	3
2.2.2. Kamp naselje	4
2.2.3. Kamp odmorište	4
2.2.4. Kampiralište.....	5
2.2. Oprema za kamping	6
2.4. Smještajne jedinice.....	7
2.5. Automobilski klubovi i udruge u Republici Hrvatskoj i Europi	8
2.6. Kategorizacija i standardi kategorizacije kampova u Hrvatskoj.....	10
2.7. Organizacijsko ustrojstvo kamping turizma u Republici Hrvatskoj i svijetu.....	11
2.7.1. Organizacija kamping turizma u Republici Hrvatskoj	12
2.7.2. Organizacija kamping turizma u svijetu	13
2.8. Održivost kamping turizma	14
2.8.1. Zaštita okoliša u hrvatskim kampovima	14
2.8.2. Ekološki kampovi u Republici Hrvatskoj.....	15
3. RAZVOJ KAMPING TURIZMA KROZ POVIJEST	18
3.1. Povijesni razvoj kamping turizma u svijetu	18
3.2. Povijesni razvoj kamping turizma u Hrvatskoj	19
3.3. Komparativna analiza tradicionalnog i suvremenog kamping turizma.....	20

3.4. Suvremeni trendovi razvoja kamping turizma	22
3.4.1. Glamping turizam	22
3.4.2. Kamperizam.....	23
3.4.3. Mobilne kućice	24
3.5. Kampovi u Republici Hrvatskoj.....	24
3.5.1. Statistički podaci kamping prometa Hrvatske	25
4. LANTERNA PREMIUM KAMPING RESORT U ISTARSKOJ ŽUPANIJI	29
4.1. Istarska županija.....	29
4.1.1. Općina Tar-Vabriga.....	30
4.2. Valamar grupacija	31
4.3. Smještajni kapaciteti u kampu Lanterna	33
4.3.1. Istrian Village	35
4.3.2. Marine Premium Village	35
4.3.3. Mediterranean Garden Premium Village.....	36
4.3.4. Maro Premium Village	36
4.3.5. Marbello Premium Village	37
4.3.6. HappyDog Premium Village	37
4.4. Politika cijena kampa Lanterna	39
4.5. Valamarove investicije u kamp Lanterna.....	41
4.5.1. Investicijska ulaganja 2016. godine.....	41
4.5.2. Investicijska ulaganja 2017. godine.....	42
4.5.3. Investicijska ulaganja 2018. godine.....	42
4.5.4. Planirana investicijska ulaganja 2019. godine.....	42
4.6. Nagrade kampa Lanterna	43
4.7. SWOT analiza kampa Lanterna	44
5. STRATEGIJA RAZVOJA KAMPING TURIZMA ISTRE	46
6. ZAKLJUČAK	48

POPIS LITERATURE	49
POPIS PRILOGA	50

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog završnog rada je kamping turizam s posebnim osvrtom na Lanterna Premium Camping Resort u Istri s 5 zvjezdica. Cilj rada je analizirati obilježja kamping turizma, turističku ponudu i potražnju u kamping sektoru, segmentaciju tržišta, održivi razvoj u hrvatskim kampovima, statistiku noćenja i dolazaka turista, kategorizaciju kampova te prikazati poslovanje, turističku ponudu i kvalitetu kamping usluga na primjeru kampa Lanterna u općini Tar-Vabriga.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu ovog završnog rada korištena je stručna i znanstvena literatura, internetske stranice među kojima se nalaze zakonski propisi, statistička izvješća, dokumenti turističkih zajednica, financijska izvješća Valamar Riviere te službene internetske stranice pojedinih hrvatskih kampova. Prilikom prikupljanja sekundarnih podataka za ovaj rad korištene su znanstvene metode analize, sinteze, dedukcije, indukcije, deskripcije te metoda komparacije.

1.3. Struktura rada

Ovaj rad sastoji se od šest glavnih točaka koje su sadržajno povezane u jednu cjelinu. Prva točka ovog završnog rada je uvod u kojemu su objašnjeni predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja te struktura rada. Druga se točka odnosi na pojmovno određenje kamping turizma gdje su objašnjeni osnovni kamping pojmovi, vrste kampove te kategorizacija kamping objekata. Treću točku čini razvoj kamping turizma kroz povijest u svijetu i Republici Hrvatskoj gdje je prikazan razvoj suvremenog kamping turizma. Četvrta točka odnosi se na istarski kamp Lanterna gdje je analiziran turistički promet Istarske županije i samog kampa te obilježja, SWOT analiza i poslovanje kampa Lanterna. Peta točka prikazuje strategiju razvoja kamping turizma Istarske županije do 2025. godine. Zadnja točka ovog završnog rada odnosi se na zaključak gdje se nalazi kratki osvrt cijelog rada te na samom kraju popisi literature i priloga.

2. POJMOVNO ODREĐENJE KAMPING TURIZMA

2.1. Definiranje kamping turizma

Riječ kamp dolazi od latinskih riječi *campus* i *campi* koje označavaju polje ili ravnicu na kojoj su boravile i logorovale rimske legije na otvorenom prostoru u prirodnom okruženju, najčešće u šatorima.

Kamp označava onu vrstu smještaja u prostoru koji je namijenjen šatorima, kamperima (autodomovima), kamp prikolicama i ostaloj opremi za smještaj u samom kampu.¹

Kamp također možemo definirati kao ugostiteljski objekt koji gostima pruža smještaj na otvorenom i ograđenom prostoru koji goste pokušava sjediniti s prirodom uz pružanje pratećih turističkih usluga koje su uobičajene za tu vrstu objekta.²

Jerko Sladoljev definira kamp kao mjesto na kojem se velikom segmentu turističke potražnje nudi mogućnost boravka u osobnim ili iznajmljenim karavanima, šatorima ili kamperima gdje prirodno okruženje ima veliki udio u zadovoljenju potreba samih gostiju.³

Kamping turizam je specifični oblik turizma koji označava boravak gostiju u smještajnim jedinicama koji svojim potrošačima pruža poseban doživljaj u prirodi i bijeg od svakodnevice. Smještajne jedinice (kamp mjesto, kamp parcela ili smještajne jedinice u građevinama) su posebno uređene za smještaj samih gostiju koji obično koriste različite vrste opreme kao što su šatori ili pokretne kućice.⁴

Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN 54/2016) definira kamp kao poslovnu cjelinu i objekt u kojemu vlasnik kampa, tj. ugostitelj pruža ugostiteljske usluge smještaja, prehrane te točenja pića i napitaka.⁵

Gradski i užurbani način života 21. stoljeća ima veliki utjecaj na razvoj kamping turizma u Republici Hrvatskoj i svijetu. Prosječni kampist ima potrebu za mijenjanjem svog životnog stila zbog stresnih situacija koje su postale dijelom njegove svakodnevice. Posebnost i važnost kampinga ogleda se u slobodi, prirodi i nespitanosti. Danas je kamping turizam „skupi“ oblik turizma koji sa svojom skupocjenom opremom i luksuzom privlači turiste veće platežne moći i tako pozitivno utječe na gospodarsku aktivnost cijele zemlje.

¹ Cvelić Bonifačić, J.: **Kamping: Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma**, KUH, Poreč, 2011., str. 6.

² Ibid., str 7.

³ Sladoljev, J.: **Kamping turizam – priručnik za vlasnike i voditelje kampova**, C.A.S.H, Pula, 1998., str. 10.

⁴ Pirjevec, B.: **Turizam – jučer, danas...**, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str. 21.

⁵ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.gov.hr (8.4.2019.)

2.2. Vrste kampova

Prema zakonskom ustrojstvu Republike Hrvatske razlikujemo:

1. Kampove i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj gostiju
2. Kampove u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu (kamp u domaćinstvu uključuje najviše 7 smještajnih jedinica za smještaj potencijalnih gostiju, dok kamp u seljačkom domaćinstvu uključuje maksimalno 20 smještajnih jedinica)
3. Privremeno i povremeno kampiralište (često organizirano izvan samog kampa, najčešće za vrijeme odvijanja određenih priredbi ili manifestacija različitog karaktera)

Prema vrsti obveznih ugostiteljskih usluga koje pojedini kamp pruža svojim gostima razlikujemo:⁶

- Kamp
- Kamp naselje
- Kamp odmorište
- Kampiralište

2.2.1. Kamp

Vrsta kamp uključuje niz obveznih usluga koje objekt mora zadovoljiti i ponuditi gostima:

1. Smještaj gostiju na parcelama, kamp mjestu ili u građevinama koje uključuju smještaj u bungalovima ili paviljonima
2. Usluge pripreme hrane, točenja pića i napitaka
3. Iznajmljivanje opreme za kampiranje (šatori, stolovi, glamping oprema i sl.)
4. Rekreacija na sportskim terenima ili igralištima prilagođeno za goste kampa
5. Zajedničke prostorije za goste (repcija, sanitarni čvorovi, ugostiteljski objekti, okoliš)

Kamp mora posjedovati minimalno 10 smještajnih jedinica u koje će smjestiti goste. 70% ukupnog kapaciteta kampa mora biti namijenjeno boravku osnovnim smještajnim jedinicama dok preostalih 30% ukupnog kapaciteta može biti namijenjeno smještajnim jedinicama u građevinama.

⁶ Cvelić Bonifačić, J.: **op.cit.**, str. 25

Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN 54/2016) kamp ne smije prelaziti 40% ukupnog kapaciteta kampa na glamping kućice i mobilhome. U samom kampu izrečena je zabrana za postavljanje ograda, ali je dozvoljeno postavljanje pokretne opreme koja se može micati.⁷

2.2.2. Kamp naselje

Kamp naselje smatra se kompleksnijom vrstom smještaja od prethodno navedenog kampa zbog sljedećih obilježja:⁸

1. 40% ukupnog kapaciteta kamp naselja može biti u građevinama dok preostalih 60% ukupnog kapaciteta mora biti unutar samog kampa
2. Kamp naselje je jedinstveno ograđen prostor s jasno naznačenom granicom ili ogradom

U kamp naselju smije poslovati jedan ugostitelj gdje se obavljanje ugostiteljske djelatnosti može provoditi samostalno ili u sklopu hotela. U samom kamp naselju se mogu nalaziti nekoliko vrsta smještaja, odnosno hotel, aparthotel ili turistički apartman. Recepcija može biti u sastavu hotela ili može djelovati samostalno uz odgovarajuće stručno osoblje. Goste posebno privlače različiti sportski i rekreacijski sadržaji namijeni upravo njima kako bi ih se potaklo na aktivni odmor i na poboljšanje fizičkog i psihičkog zdravlja.

2.2.3. Kamp odmorište

Kamp odmorište je objekt koji je namijenjen kraćem zadržavanju gostiju uz posjedovanje osobne pokretne opreme iz razloga što kamp odmorište ne pruža gostima uslugu iznajmljivanja potrebne opreme za kampiranje. Ova vrsta objekta izgrađena je uz prometnice i autoceste, najčešće u blizini velikih urbanih središta ili turističkih atrakcija.

Kamp odmorište nema u svojoj ponudi usluge prehrane i točenja pića kao ni druge ugostiteljske objekte koje nude usluge sličnog sadržaja kao što su barovi ili restorani. Odmorište ne pruža gostima poseban komfor i doživljaj kao što je slučaj u prethodno navedenim vrstama kampa. Riječ je o pružanju osnovnih usluga kao što su voda, struja,

⁷Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.gov.hr (9.4.2019.)

⁸Cvelić Bonifačić, J.:**op.cit.**, str. 28.





sanitarije i pražnjenje kemijskih WC-a iz osobnih automobila. U kamp odmoristu se potencijalnim turistima pružaju usluge noćenja na osnovnim smještajnim jedinicama, dok se usluga recepcije pruža isključivo na zahtjev gosta.⁹

2.2.4. Kampiralište

Kampiralište je vrsta objekta koja je karakteristična isključivo za Republiku Hrvatsku. Kampiralište kao vrsta objekta iz skupine „Kampova“ uvedena je zbog pojavljivanja velikog broja tzv. malih kampova koji u pojedinim slučajevima ne zadovoljavaju kategorizaciju objekta od 2 zvjezdice.

U sklopu cijelog kampirališta nalazi se maksimalno 30 osnovnih smještajnih jedinica. U kampiralištu se ne pružaju usluge iznajmljivanja kamping opreme kao ni usluge recepcije 24 h dnevno. Recepcija pruža svoje usluge jedino na zahtjev gosta ili hitnim pozivom.¹⁰

Tablica 1 Standardizirane ploče za određivanje vrste kampa

NAZIV OBJEKTA	IZGLED STANDARDIZIRANE PLOČE
Kamp	
Kamp naselje	
Kamp odmoriste	
Kampiralište	

Izvor: samostalna obrada autora prema: Narodne novine, www.narodne-novine.nn.hr
(9.4.2019.)

U tablici 1 prikazan je izgled standardiziranih ploča za označavanje pojedine vrste kampa. Standardizirana ploča veličine je 30x30 cm, a može ju naručiti isključivo vlasnik objekta, odnosno ugostitelj. Prilikom narudžbe važno je priložiti rješenje o kategorizaciji samog

⁹Cvelić Bonifačić, J.:op.cit., str. 28.

¹⁰Ibid., str. 29.

objekta. Na ploči se u tiskanom obliku zelenom bojom nalazi naziv koji označava vrstu objekta i simbol za istu. Simboli koji prikazuju kamp i kamp naselje su zvjezdice, dok se kamp odmorište označava simbolom autodoma, a kampiralište simbolom šatora u tamno zelenoj boji.¹¹

2.2. Oprema za kamping

Kamping turizam je specifični oblik turizma čiji smještaj karakterizira pokretna oprema, lako sklopiva, prilagođena za duži boravak u prirodnom okruženju. Oprema je u većini slučajeva vlasništvo gosta samog kampa, ali i većina kampova u Republici Hrvatskoj veće kategorizacije u svojoj ponudi nudi iznajmljivanje pokretne opreme za boravak u jednoj od smještajnih jedinica kampa.

Kamping oprema dijeli se na nekoliko osnovnih vrsta:

- Šator i vreća za spavanje
- Kamper
- Kamp kućica
- Kamp prikolica
- Mobile home

Razvijanjem i moderniziranjem kamping ponude povećala se i ponuda samih šatora koji danas dolaze u različitim veličinama i oblicima te su različitog dizajna i boje. Možemo pronaći kupolasti šator, iglu-šator te high-peak šator sa špičastim vrhom. Većina modernih šatora je napravljena od vodootpornog materijala kako bi ih potrošači mogli koristiti u svim vremenskim prilikama. Razvijanjem trendova u kamping turizmu raste i potražnja za glamping turizmom koji u svojoj ponudi nudi suvremene i luksuzne glamping šatore.¹²

Kamper ili autodom pripada najstarijoj opremi za kampiranje. Proizvodnja samog kampera započela je 50-ih godina 20. stoljeća gdje je kamper tada označavao osobno vozilo velikog kapaciteta za osam osoba. Osim što je imao ulogu prijevoza osoba od polazišta do odredišta uključivao je i spavaonicu, kupaonicu te kuhinju. Danas u svijetu ima više od milijun kampera koji su opremljeni suvremenom opremom i tehnologijom.¹³

¹¹Narodne novine, www.narodne-novine.nn.hr (9.4.2019.)

¹²Cvelić Bonifačić, J.: **op.cit.**, str. 19.

¹³Classiccampers, www.classic-campers.com (10.4.2019.)

Kamp kućica ili karavan ima velike sličnosti s autodomom, ali za razliku od njega nije u sklopu vlastitog pogona već je priključno vozilo te potrošačima nudi slobodu kretanja i zaštitu od vremenskih neprilika i životinja. To je vrsta opreme od čvrstog materijala koja nije povezana s tlom.

Kamp prikolica je kao i karavan priključno vozilo koje je obično prikvačeno na teretni kamion koji vuče prikolicu. Suvremena kamp prikolica je velike kvadrature, obično oko 30-40 m² te gostima pruža veći komfor i zaštitu.

Slika 1 Kamp prikolica



Izvor: LKT Adria, www.lkt-adria.com (10.4.2019.)

Mobile home ili pokretna kućica nastala je 50-ih godina prošlog stoljeća. Suvremena pokretna kućica je postala dio luksuzne opreme za kampiranje koja se proizvodi u različitim oblicima i veličinama. Danas se u Republici Hrvatskoj i svijetu pojavljuju osuvremenjene verzije klasične pokretne kućice kao što su kućice na stablima ili kućice na vodi, tzv. plutajuće kućice.

Osim osnovne kamping opreme, prosječnom kampistu je potrebna ostala oprema kao što su suncobrani, sklopivi namještaj, različite vodootporne navlake i sl.

2.4. Smještajne jedinice

Smještajne jedinice unutar kampa dijele se na osnovne smještajne jedinice i smještajne jedinice u građevinama.

Osnovne smještajne jedinice u kampu:

- Kamp mjesto
- Kamp parcela

Kamp mjesto je neomeđen prostor u kampu namijenjen kampistima. Uobičajeno je označavanje samog mjesta pojedinačnim ili zbirnim brojevima. To je uređen prostor za kampiranje koje je očišćeno od kamenja, korijenja i sl. Na njoj se nalazi pokretna oprema za kampiranje (šator, kamp kućica, glamping kućica, itd.).

Kamp parcela za razliku od kamp mjesta je omeđen prostor te očišćen od kamenja i korijenja. S obzirom da se u kampu nalazi veći broj parcela, one su odvojene najčešće zelenom živicom. Još se naziva i sobom na otvorenom koja uključuje raznu tehnologiju za zabavu i razonodu gosta. Riječ je o SAT TV, WIFI mreži te priključcima za plin. Osnovna oprema koju parcela posjeduje jesu struja, voda, kanalizacija i sl. Kampovi s većim brojem zvjezdica svoje parcele opremaju kupaonicom, suncobranima ili roštiljem. Smještajne jedinice moraju uključivati rasvjetu koja kampistu omogućava sigurno kretanje kampom noći.¹⁴

Veličina kamp parcele prema europskim standardima:

- Bruto: 80 – 90 – 100 – 120 – 180 m²
- Neto: 80 – 90 – 100 – 120 – 180 m²

Smještajne jedinice u građevinama prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN 54/2016) su:

- Bungalovi, paviljoni i sl. u koje su uključeni:
 1. Soba
 2. Studio apartman
 3. Apartman

Gore navedene smještajne jedinice u građevinama su čvrsto građene i povezane s tlom, najčešće su visine od prizemnice do dva kata te su građene u različitim oblicima. Osim osnovnih vrsta pojavljuju se još i spavaonica i soba za spavanje.¹⁵

2.5. Automobilski klubovi i udruge u Republici Hrvatskoj i Europi

Automobilске udruge i klubovi se smatraju važnim faktorima koji doprinose razvitku kamping turizma u svijetu, ali i u Republici Hrvatskoj. Povezanost između kamping turizma i

¹⁴Sladoljev, J.: **op.cit.**, str. 40.

¹⁵Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.gov.hr (10.4.2019.)

automobilskih udruga dolazi od samog kampista koji je u većini slučajeva vlasnik svog prijevoznog sredstva, ali ujedno i član određenog autokluba ili udruge.

Autoklubovi u svom poslovanju imaju posebna odjeljenja koja su predodređena za brigu o samim kampistima. Svrha osnivanja posebnih odjeljenja je unaprjeđenje kamping turizma te stvaranje prepoznatljivosti na emitivnim turističkim tržištima.

Danas u europskim zemljama postoji nekoliko razvijenih autoklubova koji imaju izuzetan značaj za kamping turizam:

Tablica 2 Europski autoklubovi i udruge

NAZIV AUTOKLUBA / UDRUŽENJA	DRŽAVA
ADAC(AllgemeinerDeutscher Automobil-Club) AVD(Automobilclub Von Deutschland)	Njemačka
ACF(Automobile Club de France) ACAFA (Automobile Club – AssociationFrancaisedesAutomobilistes	Francuska
ACI (Automobile Club d'Italia)	Italija
ANWB (KoninklijkeNederlandseToristenbond)	Nizozemska

Izvor: samostalna obrada autora prema: Cvelić Bonifačić, J.: Kamping: Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, KUH, Poreč, 2011.

U tablici 2. su prikazani najpoznatiji i najveći autoklubovi koji djeluju u Europi. Osim autoklubova u Europi također djeluje nekoliko karavan klubova od kojih su najistaknutiji nizozemski „Nederlandse Caravan Club“, njemački „Deutscher Camping Club“ te britanski „The Motor Caravanners Club i brojni drugi.

U Republici Hrvatskoj značajnu ulogu u razvoju samog kamping turizma ima HAK (Hrvatski Autoklub) koji u sklopu svog djelovanja ima posebno odjeljenje koje se bavi isključivo kamping turizmom, brizi o samim kampistima i njihovim prijevoznim sredstvima,

istraživanjem suvremenih trendova u kamping turizmu te testiranjem kvalitete kampova u Hrvatskoj.¹⁶

U studenom, 2008. godine Hrvatski Autoklub i Kamping udruženje Hrvatske su sklopili sporazum o zajedničkoj suradnji i djelovanju. Riječ je o suradnji na zajedničkim programima unaprjeđenja hrvatske turističke ponude s posebnim naglaskom na kamping sektor. HAK i KUH će zajedničkim snagama provoditi testiranja i ocjenjivanja hrvatskih kampova, djelovati na poboljšanje promotivnih aktivnosti te educirati stručno osoblje i zaposlenike u svrhu poticanja standarda kvalitete u samim kampovima kako bi se u što boljem svijetlu predstavili na domaćem i inozemnom tržištu.¹⁷

Njemački autoklub ADAC smatra se najznačajnijim europskim autoklubom uz nizozemski kraljevski turistički klub pod nazivom ANWB. Zajedničkom suradnjom dodjeljuju priznanje „Best Camping“ na godišnjoj razini europskim kampovima. Godine 2016. priznanje „Best Camping 2016.“ dobila su dva hrvatska kampa koja su se istaknula svojom kvalitetom. Riječ je o istarskom kampu „Lanterna“ i krčkom kampu „Krk Premium Camping Resort“ koji posluju u okviru brenda Camping Adriatic by Valamar.¹⁸

2.6. Kategorizacija i standardi kategorizacije kampova u Hrvatskoj

Kategorizacija je postupak u kojemu se utvrđuje vrsta i kategorija samog objekta. Kampovi u Republici Hrvatskoj su kategorizirani zvjezdicama od 1 do 5. Prema novom Pravilniku o kategorizaciji kampovi će se označavati s 2 do 5 zvjezdica. Kamp može posjedovati isključivo samo jednu kategoriju. Hrvatski kampovi se na vrlo sličan način kategoriziraju kao i ostali kampovi u Europi. Pri kategorizaciji pojedinog kampa u obzir se treba uzima niz čimbenika i kriterija te propisani bodovni prag za uvjete koji se promatraju i boduju. Ukoliko kamp posjeduje plažu treba voditi računa o njezinoj čistoći. Kamp mora paziti na izgled i uređenost prirodnog okruženja, ekološko odvajanje otpada i održivi razvoj te održavanje kamping opreme koja se iznajmljuje gostima samog kampa.

Kamp mora ispuniti sljedeće uvjete kako bi zadovoljio minimalni bodovni prag:

- Standardi ekologije prema načelima održivog razvoja
- Šport i rekreacija te popratni sadržaji

¹⁶Hrvatski Autoklub, www.hak.hr (11.4.2019.)

¹⁷Kamping udruženje Hrvatske, www.camping.hr (11.4.2019.)

¹⁸Valamar, www.valamar.com (11.4.2019.)

- Ugostiteljski, trgovački i ostali sadržaji koji su djelom kamping ponude.¹⁹

Kriteriji koji se uzimaju u obzir prilikom dodjeljivanja kategorije kampovima:

- Pristup ulazu/izlazu u kampu – moraju biti jasno naznačeni i smješteni u neposrednoj blizini prilaznih prometnica. Trebaju biti ograđeni rampom gdje će radna snaga kampa kontrolirati ulazak/izlazak gostiju u kamp te ukoliko je potrebno poduzeti sigurnosne mjere.
- Recepcija – označava mjesto na kojoj se nalaze brošure i informacije potrebne gostima za snalaženje u prostoru. Stručno osoblje koje je zaduženo za cjelokupan rad odjela treba poznavati strane jezike te mora biti upućeno u informacije i vijesti vezane za kamp ili cjelokupnu regiju i prostor u kojem se kamp nalazi. Usluge koje se pružaju na recepciji jesu korištenje telefona, internetska veza, prva pomoć, informiranje gostiju i ostalo.
- Smještajne jedinice – riječ je o osnovnim smještajnim jedinicama i smještajnim jedinicama u građevinama. Moraju biti uređene i uredno pripremljene za dolazak i boravak gosta u njoj. Smještajne jedinice moraju biti minimalno opremljene strujom, vodom i sanitarijama.
- Cestovna infrastruktura u kampu – sve smještajne jedinice u kampu moraju biti lako dostupne, označene i vidljive gostima.
- Sanitarije – broj sanitarnih čvorova ovisi o veličini i uređenosti samog kampa. Kampovi moraju ispunjavati uvjete pružanja gostima tople vode u svako doba dana.
- Moraju osigurati gostima popločene podove i zidove, ogledala, električne utičnice namijenjene sušilima za kosu ili aparatima za brijanje i slično.²⁰

Osim gore navedenih kriterija kamp mora posjedovati i praonicu rublja, zonu za roštilj, dječja igrališta, kontejnere za sakupljanje otpada i ostale sadržaje koji će omogućiti gostima ugodan i nesmetan boravak u samom kampu.

2.7. Organizacijsko ustrojstvo kamping turizma u Republici Hrvatskoj i svijetu

Različita udruženja kampova promoviraju kamping turizam na međunarodnoj i nacionalnoj razini. Cilj njihovog upravljanja i poslovanja je ujedinjenje nacionalnih kamping saveza kako

¹⁹Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.gov.hr (17.4.2019.)

²⁰Kamping udruženje Hrvatske, www.camping.hr (17.4.2019.)

bi se poboljšali standardi kvalitete svjetskih kampova. Glavni zadatak je popularizirati kampiranje i osmisliti sadržaje i aktivnosti koje će obogatiti kamping ponudu kako bi njezin sadržaj privukao veći broj turista koji će na godišnjim razinama ostvarivati sve veći udio u broju dolazaka i noćenja u kampove.

2.7.1. Organizacija kamping turizma u Republici Hrvatskoj

Kampove u Republici Hrvatskoj promoviraju:

- Udruga kampista Hrvatske – UKH
- Kamping udruženje Hrvatske – KUH

Udruga kampista Hrvatske osnovana je 1996. godine s ciljem poboljšanja usluga u kamping turizmu. UKH je član Međunarodnog saveza kampista i karavanista (F.I.C.C.) od 1998. godine gdje štite interese turista koji odaberu provoditi svoj odmor u kampu.²¹ UKH ostvaruje blisku suradnju s nekoliko inozemnih i domaćih udruženja kako bi se postiglo omasovljavanje samog kamping turizma. Udruženje je ostvarilo partnerstvo s Hrvatskom turističkom zajednicom gdje zajedničkim snagama organiziraju nekoliko događaja od kojih je najpoznatiji AC Rally u nekoliko hrvatskih kampova (HolidayVillage Zaton, Auto-kamp Straško na Pagu, itd.). Osim organizacije hrvatskog rallyja, UKH sudjeluje u Europa- rallyju gdje je 2009. godine Hrvatska bila glavni organizator. UKH nudi članstvo građanima pomoću kojeg mogu dobiti informacije o ponudi, kvaliteti i pružanju usluga u kampovima te ostvariti niz popusta.²²

Kamping udruženje Hrvatske je udruga čiji je osnovni zadatak ujedinjenje osoba koje su zadužene za pružanje kamping usluga te promicanje i poboljšanje gospodarskih i znanstvenih interesa svojih članova u kamping sektoru, ali i jačanje gospodarske aktivnosti cijele zemlje. Nastala je 1978. godine kao Turistički savez Jugoslavije, a od 1992. godine nosi današnji naziv „Kamping udruženje Hrvatske“. Kamping udruženje Hrvatske je član Europskog saveza nacionalnih udruga kampova (EFCO) pomoću kojeg privlače inozemne i domaće turiste zainteresirane za kamping turizam. Poslovanje KUH-a orijentira se na promidžbu hrvatskog kamping turizma te na zaštitu interesa svojih članova.²³

²¹Čorak, S. i suradnici: **Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno**, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 78.

²²UKH, www.camping-croatia.com (18.4.2019.)

²³Cvelić Bonifačić, J.: **op.cit.**, str. 16.

Slika 2 Simbol Kamping udruženja Hrvatske



Izvor: KUH, www.camping.hr (18.4.2019.)

KUH okuplja više od 85% ukupnog hrvatskog kamping kapaciteta koji uključuje kampiranje u nacionalnim parkovima, kampiranje na otocima, ljetno i zimsko kampiranje, kampiranje u unutrašnjosti ili u Dalmaciji, Isti i Kvarneru, itd. KUH pruža korisne informacije o putnim ispravama, carinskim odredbama, kreditnim karticama te zaštiti biološke raznolikosti u skladu s propisima Europske unije.²⁴

2.7.2. Organizacija kamping turizma u svijetu

Svjetske kampove promovira nekoliko udruženja:

- Međunarodni savez za kamping i karavaning – F.I.C.C.
- Europska federacija udruga i udruženja kampova i kamp naselja – EFCO & HPA
- Međunarodna naturistička federacija – INF – FNI

Federation Internationale de Camping et Caravaning (F.I.C.C.) je savez kampista koji posluje na međunarodnoj razini te ujedinjuje i povezuje veći broj nacionalnih saveza i udruženja s glavnim sjedištem u Bruxellesu. Savez promovira razvoj i napredak kamping turizma uz poštivanje načela održivog razvoja i brigu o okolišu na ekološkoj razini.

European Federation of Camping site Organisation and Holiday Park Association (EFCO & HPA) djeluje na europskoj razini te promovira i predstavlja cjelokupnu kamping industriju koja u svojoj ponudi nudi kamping opremu za smještaj gostiju u kampove. Republika Hrvatska se pridružila europskoj federaciji putem Kamping udruženja Hrvatske 1996. godine.²⁵

²⁴KUH, www.camping.hr (18.4.2019.)

²⁵Cvelić Bonifačić, J.: **op.cit.**, str. 15.

International Naturist Federation je naturistička organizacija koja djeluje na svjetskoj razini. Osnovni zadatak organizacije je promicanje kamping turizma u smislu razvijanja kulture slobodnog tijela s glavnim motivom stvaranja odnosa između čovjeka i prirode. Republika Hrvatska je postala članicom naturističke organizacije kroz DNF.²⁶

2.8. Održivost kamping turizma

Republika Hrvatska je destinacija koja u velikoj mjeri razvija kamping turizam u svim područjima zemlje. Hrvatski kamping nalazi se na 8. mjestu u Europi prema broju noćenja turista dok sa količinom smještajnih kapaciteta zauzima 10. mjesto. Kampovi u jednom danu mogu primiti kapacitet više od 230 tisuća osoba, što u špici sezone Hrvatska i ostvaruje. Broj turista koji raste iz godine u godinu budi alarm kojim se prirodno okruženje u kojima se kampovi nalaze mora sačuvati za buduće generacije u skladu s načelima održivog razvoja.

2.8.1. Zaštita okoliša u hrvatskim kampovima

Hrvatski kampovi odlučuju se za podizanje svijesti o zaštiti okoliša samim turistima i zaposlenicima gdje ih upućuju na stalnu brigu o prirodi u kojoj borave ili rade. Kampovi donose i poduzimaju različite mjere kojima nastoje postići nekoliko važnih ciljeva:

- Stvaranje i održavanje osnove za budući naraštaj
- Ušteda energije kojom se minimaliziraju troškovi kampa
- Podizanje standarda kvalitete kampova
- Stvaranje i održavanje konkurentske pozicije na turističkom tržištu

Turisti koju posjećuju kampove sve više očekuju da objekt u kojem borave djeluje prema načelima društvene odgovornosti i zaštite prirode. Kampovi su suočeni s novom tehnologijom, sezonalnosti poslovanja te edukacijom zaposlenika o brizi za okoliš. Kako bi jedan kamp mogao poslovati važno je poštivanje ekoloških normi te uvođenje nekoliko važnih elemenata:

²⁶Društvo naturista Hrvatske koji promovira boravak u prirodi za skupinu neodjevenih turista s ciljem stvaranja nesmetanog i slobodnog odnosa između čovjeka i prirodnog okruženja

- Toplinska izolacija objekta – važan faktor štednje topline gdje se u zimskim mjesecima štedi na grijanju, a u ljetnim mjesecima dolazi do toplinske zaštite te smanjenom potrebom za klimatizacijom u kampu.
- Električni uređaji i energenti – korištenjem eko struje kamp ostvaruje niže troškove energije, dulji vijek trajanja samog uređaja te maksimalno iskorištavanje prirodne energije kao što su sunce (solarna energija), voda i vjetar čime se okoliš izlaže manje štetnim tvarima.
- Štednja vode u kampu – ugradnja tzv. perlatora umjesto klasičnih slavina pomoću kojeg se regulira optjecaj i potrošnja vode.
- Recikliranje – iznimno je važno korištenje recikliranog papira u uredu i upravi samog kampa. U kampu se mora nalaziti nekoliko reciklažnih kontejnera gdje će gosti moći razvrstati svoj otpad na plastiku, papir, staklo, aluminij i slično.²⁷

2.8.2. Ekološki kampovi u Republici Hrvatskoj

Jerko Sladoljev definira ekološke kampove kao kampove u prirodnom okruženju za čije je poslovanje potrebno poštovati okoliš i neposrednu okolicu, lokalnu sredinu te promišljati o mogućim posljedicama koje se mogu javiti stvaranjem kampa u odabranom području.²⁸ Cijeli koncept kampa namijenjen je zaštiti prirodnih resursa kao što su sunce, voda, vjetar, tlo, energija, itd. Glavni aspekti ekoloških kampova su održavanje čistog zraka, izbjegavanje onečišćenja zemljanih površina, otpada te opasnih i štetnih tvari, energetska učinkovitost, recikliranje te održavanje čistog okoliša.

U promicanju zelenog poslovanja njemačko udruženje pod nazivom „Ecocamping“ dodjeljuje europskim kampovima Eko certifikat za poslovanje prema ekološkim standardima koji prate održivi razvoj u kampovima. Eco - camping oznaka se dodjeljuje u vremenskom razdoblju od dvije godine nakon čega se ponovno razmatra i ocjenjuje. Certifikat se dodjeljuje ukoliko su potrošnja električne i toplinske energije, vode, količine otpada te balansiranje ugljičnog dioksida u skladu s društvenom odgovornošću i ekološkim načelima. U Republici Hrvatskoj eko certificiranje započelo je 2013. godine u suradnji s Kamping udruženjem Hrvatske.

²⁷KUH, www.camping.hr (20.4.2019.)

²⁸Sladoljev, J.:**op.cit.**, str. 195.

Slika 3 Simbol udruženja "Ecocamping"



Izvor: Ecocamping, www.ecocamping.de (20.4.2019.)

Kamp Glavotok na otoku Krku je prvi kamp u Republici Hrvatskoj koji je vlasnik Ekocertifikata. Ekološka oznaka dodijeljena je kampu 2013. godine za kvalitetno upravljanje kampom u skladu s normama održivog razvoja. S ekološkog aspekta kamp Glavotok neprestano radi na poboljšanju zaštite okoliša i standarda kvalitete.²⁹

Tablica 3 Hrvatski kampovi s ekološkom oznakom 2017. godine

NAZIV KAMPA	MJESTO
Kamp Glavotok	Krk
Kamp Park Soline	Biograd na moru
Kamp Zaton	Zadar
Kamp Porto Sole	Vrsar
Kamp Aminess Sirena	Novigrad
Kamp Baldarin	Nerezine
Kamp Kovačine	Cres
Kamp Turist Grabovac	Grabovac
Kamp Robecco	Skradin

Izvor: samostalna obrada autora prema: Hrvatski turizam, www.hrTurizam.hr (20.4.2019.)

U tablici 3 su prikazani kampovi u Hrvatskoj s ekološkom oznakom 2017. godine u duljini trajanja od 2 godine. Osim kampa Glavotok na otoku Krku, u Hrvatskoj postoji još osam kampova koji posjeduju Eko certifikat. Svi kampovi su morali proći kroz proces certificiranja

²⁹Ecocamping, www.ecocamping.de (20.4.2019.)

u organizaciji njemačkog udruženja Ecocamping i KUH-a gdje su zadovoljeni kriteriji i standardi prema načelima održivosti kao što su recikliranje, posjedovanje solarnih panela, aspekti biološke raznolikosti i slično. Svaki od pojedinih kampova prepoznaje važnost ekoloških načela i zelenog poslovanja.³⁰

³⁰Hrvatski turizam, www.hrturizam.hr (20.4.2019.)

3.RAZVOJ KAMPING TURIZMA KROZ POVIJEST

Kampiranje smatramo povijesnim pokretačem omasovljenja turističkih putovanja u svijetu i u Republici Hrvatskoj. Kamping turizam se postepeno razvijao na što je utjecalo nekoliko čimbenika: provođenje odmora u prirodnom okruženju, razvoj i unaprjeđenje prijevoznih sredstava, mogućnost aktivnog odmora te sjedinjenje čovjeka i prirode. Izum specijaliziranih kamping vozila još je više osnažilo razvoj kamping turizma te potaknulo turiste na provođenje godišnjih odmora u kampovima.

3.1. Povijesni razvoj kamping turizma u svijetu

Postoji nekoliko teorija o nastanku odmorišnog kamping turizma. Jedna od teorija nastanka veže se za prostor Velike Britanije gdje je glavnu ulogu imala individualizacija pojedinca koji ima mogućnost odlučivanja – odlučivanje o kretanju, stajnim točkama, mjestu boravka i noćenja te o duljini samog odmora u kampu.

Odmorišni kamping počeo se razvijati 1900.-te godine na britanskom otočju gdje su prvi kampisti bili turisti veće platežne moći, najčešće znanstvenici ili poslovni ljudi. Prvi organizirani izlet u kamping turizmu proveo je Robert Baden Powell 1907. godine. Izlet se sastojao od nekoliko noćenja na otoku Brownsea gdje je dvadesetak kampista prvi put koristilo šatore kao dio kamping opreme i na taj način započelo razvoj europskog kamping turizma.

Tablica 4 Kronološki poredak razvoja kamping turizma u svijetu

GODINA	DOGAĐAJ
1876.	Osnivanje prvog privatnog kampa u Americi
1886.	Konstrukcija prve kamp prikolice
1901.	Osnivanje „Udruge kampista“
1907.	Osnivanje Kamperskog kluba Velike Britanije i Irske
1908.	Thomas Hiram Holding izdaje djelo „Priručnik za kampiste“
1913.	Osnivanje prvog europskog kampa
1932.	Osnivanje Međunarodnog saveza kampista i karavanista (F.I.C.C.)

Izvor: samostalna obrada autora prema: Čorak, S. i suradnici: Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 69.

U tablici 4 prikazan je kronološki poredak razvoja organiziranog kamping turizma u svijetu. Godine 1876. osnovan je prvi privatni kamp u Americi koji se smatra prvim organiziranim kampom u svijetu. Osnovao ga je dr. Joseph T. Rothrock u svrhu poboljšanja zdravlja. Prvi europski kamp otvoren je 1913. godine u Francuskoj te je bio namijenjen turistima. Englez G. Stables 1886. godine konstruirao prvu prikolicu prilagođenu upravo kampiranju koja je bila vučena konjskom snagom.³¹

Kamperske udruge imale su veliki značaj u povijesnom razvoju kamping turizma s obzirom da su omogućile široj populaciji odlazak na odmor i boravak u kampovima. Godine 1901. dolazi do osnivanja „Udruge kampista“ u Londonu koja je označavala prvu svjetsku organizaciju koja je zaslužna za interese kampista. Šest godina kasnije dolazi do osnivanja nacionalne organizacije pod nazivom „Kamperski klub Velike Britanije i Irske“ kojeg danas poznajemo pod nazivom „Klub kampista i karavanista“. Amerikanac Thomas H. Holding smatra se službenim začetnikom kamping turizma u svijetu čemu može posvjedočiti djelo „Priručnik za kampiste“ koje Holding izdaje 1908. godine. U priručniku se nalaze priče, doživljaji i iskustva koje je Holding ispričao s kampiranja u škotskim planinama. Priručnik je tada imao značajni udio u omasovljenju turizma i odlasku na turistička putovanja. Godine 1932. dolazi do povezivanja i sjedinjenja europskih zemalja u „Međunarodni savez kampista i karavanista“.³²

3.2. Povijesni razvoj kamping turizma u Hrvatskoj

Glavni motiv dolaska turista u hrvatske kampove bio je boravak u prirodi, posebice boravak u priobalnim prostorima gdje se najviše ističu otoci Krk i Rab. S obzirom na atraktivnost prostora, najzastupljeniji su kampovi uz Jadransko more gdje su prvi turisti dolazili iz Njemačke i Češke.³³

Tablica 5 Kretanje hrvatskog kamping turizma od 1853. do 1993. godine

Informacije/godine	1853.	1963.	1973.	1983.	1993.
Broj kampova	18	48	112	273	217
Broj ležaja	5 400	21 000	192 855	262 831	270 516
Udio kapaciteta u RH, %	7	16.5	30.6	25.7	49.9
Broj noćenja	186 000	1 105 000	6 857 808	13 133 458	3 600 000

³¹Cvelić Bonifačić, J.:**op.cit.**, str. 10.

³²Čorak S. i suradnici:**op.cit.**, str. 69.

³³Sladoljev, J.:**op.cit.**, str. 236.

Omjer domaćih i inozemnih turista	82:18	49:51	42:58	39:61	7:93
-----------------------------------	-------	-------	-------	-------	------

*Izvor: samostalna obrada autora prema: Sladoljev, J.: **Kamping turizam – priručnik za vlasnike i vođitelje kampova**, C.A.S.H, Pula, 1998., str. 236.*

U tablici 5 prikazano je kretanje hrvatskog kamping turizma u razdoblju od 1853. do 1993. godine. Ukupan broj registriranih kampova 1853. godine u Hrvatskoj iznosio je svega 18 kampova dok se 1993. broj znatno povećao na 217 kampova. Proporcionalno tome rastao je i broj ležaja u kampovima. Godine 1853. udio kampova u ukupnom kapacitetu Hrvatske iznosio je svega 7%, dok je 1993. godine bilježio rast na 49.9% što upućuje na atraktivnost kamping turizma i njegovo razvijanje u ekonomskom i turističkom smislu.

Najviše noćenja zabilježeno je 1983. godine, dok se broj noćenja znatno smanjio 1993. godine zbog ratnih zbivanja u Hrvatskoj i Sloveniji. Godine 1853. u kampove je dolazilo mnogo više domaćih turista, dok 40 godina kasnije inozemni turisti zauzimaju veći udio u broju dolazaka i noćenja u omjeru 7:93 za inozemne turiste.

Godine 1996. provedena je analiza turističkog stanja Republike Hrvatske u kamping sektoru gdje je utvrđeno da Istarska županija zajedno s Primorsko-goranskom županijom ostvaruje najveći udio u ukupnom turizmu cijele zemlje. Istarska županija 1996. godine broji ukupno 40 kampova te ostvaruje udio od 47,7% ukupnog turističkog prometa za kamping turizam Hrvatske.

Najmanji udio u kamping sektoru zauzima Zagrebačka županija zbog njezinog geografskog položaja u kontinentalnom djelu Hrvatske koji ne privlači veliki broj turista za razliku od priobalnog djela zemlje. U narednim godinama kamping turizam zaslužan je za pozitivno kretanje turističkog prometa Hrvatske te je kroz godine bilježio trend rasta i stabilno kretanje.³⁴

3.3. Komparativna analiza tradicionalnog i suvremenog kamping turizma

Tradicionalni kamping turizam traje od 1950. do 1990. godine kada se na tržištu pojavljuje novi oblik. Riječ je o suvremenom kamping turizmu koji traje i danas. Svaki od pojedinih oblika sastoji se od sljedećih karakteristika:

³⁴Sladoljev, J.:**op.cit.**, str. 237.

Tablica 6 Karakteristike tradicionalnog i suvremenog kamping turizma

	TRADICIONALNI KAMPING	SUVREMENI KAMPING
Osnovne karakteristike	-Dostupan široj populaciji -Prihvatljiva cijena noćenja u kampu	-Luksuzan način provođenja odmora
Kamping oprema	-Najčešće šator, vreća za spavanje ili kamp prikolica -Jeftina oprema -Kampovi ne pružaju usluge iznajmljivanja opreme	-Specijalizirana oprema po većim cijenama -Tehnološki opremljen autodom ili kamp kućica -Kampovi pružaju usluge iznajmljivanja opreme
Gosti kampa	-Turisti slabijeg socio-ekonomskog statusa -Mlađa populacija turista -Obitelji s djecom	-Turisti veće platežne moći -Obitelji s djecom -Parovi
Obilježja kampista	-Želja za druženjem i upoznavanjem -Pasivan odmor	-Krug privatnosti -Aktivan odmor

Izvor: samostalna obrada autora prema: Čorak S. i suradnici: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 70.

Zajednička obilježja koja su specifična za tradicionalni i suvremeni kamping turizam su: boravak u prirodi, sloboda kampista, ljetno poslovanje kampova, ekološki osviješteni turisti te zaštita okoliša. Suvremeni kamping turizam koji se pojavljuje 90-ih godina prošlog stoljeća karakteriziraju snažne promjene. Kampiranje se počinje smatrati životnim stilom pojedinca koji odabire ovu vrstu odmora prema vlastitim preferencijama radi zadovoljenja svojih potreba. Kampisti se sve više okreću aktivnom načinu provođenja odmora gdje glavnu ulogu imaju šport i rekreacija. Kako bi privukao što veći tržišni segment kamping sektor neprestano razvija i unaprjeđuje svoju ponudu gdje se ističu različiti oblici kampova kao što su kampovi znanja, dječji kampovi, muzički kampovi, luksuzni kampovi na jezeru i sl.

3.4. Suvremeni trendovi razvoja kamping turizma

Zadnjih nekoliko desetljeća Europa se smatra najatraktivnijom receptivnom i emitivnom turističkom destinacijom na koju utječe nekoliko čimbenika iz vanjske okoline kao što su politički, ekonomski, demografski, tehnološki i ekološki faktori.³⁵

Uz razvoj europskog turizma, rasla je i potražnja za kamping turizmom gdje je veliki udio turista potaknut željom za upoznavanjem prirodnog okruženja. Kamping ponuda se morala prilagoditi zahtjevima potražnje na turističkom tržištu kako bi zadržala svoju konkurentnost na istom što će učiniti kroz inovacije, znanje te primjenu novih trendova.

Najvažniji novi trendovi u razvoju jedinstvenog kamping proizvoda su:

- Glamping turizam
- Kamperizam
- Mobilne kućice³⁶

3.4.1. Glamping turizam

Glamping je nastao od složenice riječi glamurozno i kamping što označava luksuzno kampiranje. Glamping turizam se smatra rastućim globalnim fenomenom koji privlači novi tržišni segment u kampove. Riječ je o mladom i obrazovanom stanovništvu sa stalnim prihodima koji si mogu priuštiti ovu vrstu odmora. U svojoj ponudi glamping nudi spoj kampinga i hotelijerstva u svrhu privlačenja većeg broja turista čiji je glavni motiv komfor i luksuz u isto vrijeme.

Jedna od glavnih karakteristika glampinga je širok spektar smještaja koji se najčešće sastoji od šatora, kućica na drvetu ili koliba. Danas se glamping turizam razvio u širokoj mjeri da gostima nudi jedinstvene i neuobičajene vrste smještaja poput kućica na vodi, cirkuskih kola, hobbit kućica, staja ili aviona na zemlji. Glamping je inovativan oblik smještaja koji gostima nudi prostranost, boravak u prirodi te atraktivnu lokaciju uz mogućnost bavljenja aktivnim odmorom. Glamping turizam je osmišljeni trend kamping turizma kako bi podigao konkurentnost turističke destinacije kroz kvalitetu i raznovrsnost proizvoda i usluga.³⁷

³⁵Slivar, I. i Golja, T.: **Europsko turističko tržište i trendovi razvoja**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2016., str. 10.

³⁶Gržinić, J. i Bevanda, V.: **Suvremeni trendovi u turizmu**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 162.

³⁷KUH, www.camping.hr (27.4.2019.)

Republika Hrvatska prati europske kamping trendove čemu može posvjedočiti Plitvice HolidayResort otvoren 2018. godine u mjestu Grabovac. Riječ je o novom glamping konceptu provođenja odmora koji se sastoji od pet kućica na drvetu i devet kućica uz umjetno jezero. Resort je dostupan turistima tokom cijele godine uz visoki komfor, luksuz te bogatu gastronomsku ponudu.³⁸

Slika 4 Plitvice HolidayResort



Izvor: Hrturizam, www.hrturizam.hr. (27.4.2019.)

Hrvatska u svojoj glamping ponudi ima još nekoliko kampova koji gostima nude boravak u šatorima od kojih su najpoznatiji kamp Lanterna u Poreču, kamp Krk, kamp Čikat na Lošinju, glamping kompleks na otoku Obonjanu i sl.

3.4.2. Kamperizam

Kamperizam podrazumijeva noćenje izvan kampa koji uključuje putovanja u autodomovima ili najam vozila u sklopu samog kampa čija je cijena porasla zbog financijskog stanja zemlje. Kamperizam je jedan od trendova u razvoju kamping turizma koji je iznimno atraktivan među turistima jer im nudi slobodu i nesputanost. U kamperskom turizmu postoji nekoliko trendova kao što su:

- Trend sive kose – pretpostavlja se da se korisnici kampera nalaze u starijoj životnoj dobi
- Povećana prodaja autodomova – prodaja novih ili rabljenih vozila

³⁸Journal, www.journal.hr (27.4.2019.)

- Kvalitetniji uvjeti za kampere – turisti postaju sve više zahtjevniji u vezi kvalitete kamping proizvoda i usluga

Pojava autodoma je unijela preokret u kamping sektoru te omogućila stvaranje nove prilike za unaprjeđenje i razvoj kamping turizma u ekonomskom i turističkom smislu. Razvijanje kamping turizma nudi mnogim nevaloriziranim područjima šansu za napredak kao i razvoj atrakcija u kamp odmorštima.³⁹

3.4.3. Mobilne kućice

Mobilne kućice označavaju jedan od oblika smještaja u kampu. Smatraju se inovativnim kamping proizvodom i najudobnijim oblikom smještaja koji je cjenovno prihvatljiv široj populaciji. Pripadaju pokretnoj kamping opremi specifičnog izgleda i veličine koje su unijele preokret na europsko kamping tržište. Mobilna kućica nije vezana za tlo, već se može premještati s jednog mjesta na drugo uz pomoć kotača što turistima nudi osjećaj slobode. U pravilu su veličine oko 50 i 60 m², ali kamping industrija radi na daljnjem razvoju i poboljšanju što će omogućiti veću kvadraturu i prostranost samih kućica. Mobilne kućice mogu biti prizemnice ili kućice na kat te mogu biti izgrađene od drveta ili kamena.

Mobilne kućice postale su faktorom konkurentnosti kampa uz pomoć kojeg kamp održava svoju poziciju na turističkom tržištu koju možemo promatrati s nekoliko aspekata:

- Tehnološki aspekt – napredak tehnologije omogućio je proizvodnju modernijih, prostranijih i luksuznijih mobilnih kućica.
- Marketinški aspekt – razvijanjem i poboljšanjem dizajna mobilnih kućica proširio se tržišni segment gostiju. Najčešći gosti mobilnih kućica su kamping gosti, ali unaprjeđenjem ponude to postaju i hotelski ili apartmanski gosti.
- Ekonomski aspekt – financijskom analizom utvrđeno je da je prihod po smještajnoj jedinici u kampu znatno veći ukoliko se na smještajnoj jedinici nalazi mobilna kućica, a ne ostala kamping oprema. Kampu je profitabilnije odabrati mobilnu kućicu s obzirom da gosti sve više traže slobodu, komfor i dodatnu privatnost.

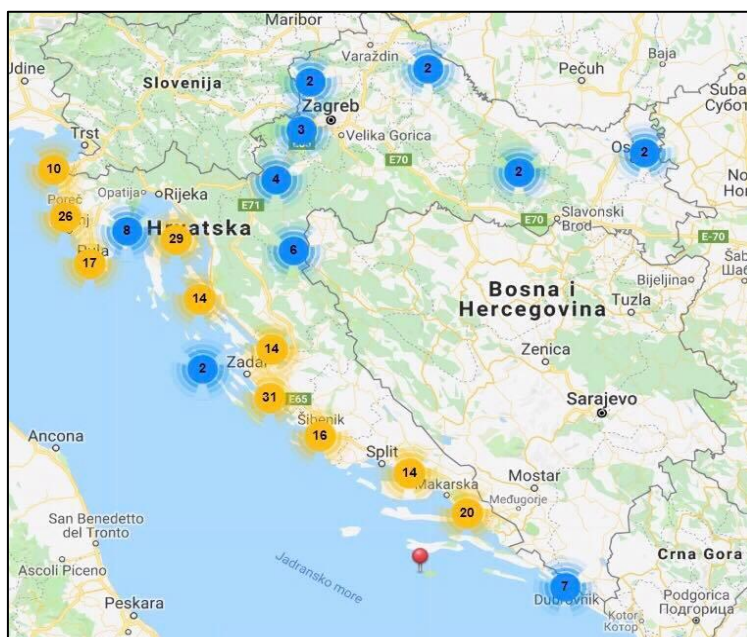
3.5. Kampovi u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska smatra se jednom od vodećih kamping destinacija u Europi. Jadransko more, mnogobrojni otoci, planine i očuvana priroda čine Hrvatsku idealnom turističkom destinacijom za razvoj kamping turizma. 90 % hrvatskih kampova smješteno je duž

³⁹Gržinić, J. i Bevanda, V.:**op.cit.**, str. 162.

Jadranske obale ili na otocima, a preostalih 10% ukupnog kamping smještaja Hrvatske nalazi se u unutrašnjosti zemlje u blizini hidrografskih resursa kao što su rijeke ili jezera. Kvaliteta hrvatskih kampova može se izjednačiti s europskim standardima dok su cijene kampiranja u špici sezone među povoljnijima na Mediteranu.⁴⁰

Slika 5 Prostorni raspored najvažnijih kamping zona Hrvatske



Izvor: KUH, www.camping.hr (18.5.2019.)

3.5.1. Statistički podaci kamping prometa Hrvatske

Glavni ciljevi hrvatskog kamping turizma jesu povećanje konkurentnosti i razvijenosti zemlje u turističkom smislu te plasiranje Hrvatske među 20 najpoželjnijih turističkih destinacija u svijetu. U zadnjih nekoliko godina Hrvatska bilježi povećanje turističkih kretanja gdje se turizam više ne bazira isključivo na ljetnu sezonu već na cjelogodišnje poslovanje što je rezultat ulaganja u turističke kapacitete te obogaćivanja turističke ponude zemlje.⁴¹

Tablica 7 Broj dolazaka i noćenja turista u hrvatske kampove od 2015. do 2017. godine

POKAZATELJI (000)	2015.	2016.	2017.
Ukupni broj dolazaka	2 555	2 601	2 822
Dolasci domaćih turista	71	70	70
Dolasci stranih turista	2 484	2 531	2 752

⁴⁰KUH, www.camping.hr (18.5.2019.)

⁴¹Hrvatska turistička zajednica, www.htz.hr (18.5.2019.)

Ukupni broj noćenja	17 158	17 484	19 082
Noćenja domaćih turista	480	446	433
Noćenja stranih turista	16 678	17 038	18 648
Prosječni broj noćenja	6,7	6,7	6,8

Izvor: samostalna obrada autora prema: Hrvatska turistička zajednica, www.htz.hr (18.5.2019.)

U tablici 7 prikazani su dolasci i noćenja domaćih i inozemnih turista u razdobljima od 2015. do 2016. godine. Vidljiv je trend rasta ukupnog broja dolazaka i noćenja turista gdje inozemni turisti iz Njemačke, Slovenije, Austrije, Nizozemske i Italije zauzimaju najveći udio. Godine 2016. hrvatski kampovi su ostvarili ukupno 17.484.616 noćenja i 2.601.373 dolazaka što u odnosu na prethodnu 2015. godinu pokazuje rast noćenja od 1,9% te rast broja dolazaka za 1,8%. Povećanjem turističkog prometa kroz prethodne tri godine dolazi do poboljšanja konkurentske pozicije Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu. U 2016. i 2017. godini dolazi do smanjenja broja dolazaka i noćenja domaćih turista zbog njihovog ekonomskog stanja gdje se glavnom problematikom kamping turizma smatraju visoke stope PDV-a i boravišne pristojbe. Sve veći broj turista odlučuje za smještaj u privatnim kapacitetima kao povoljniju varijantu smještaja.

Tablica 8 Kapaciteti kampova i noćenja turista u kampovima po županijama 2016. godine

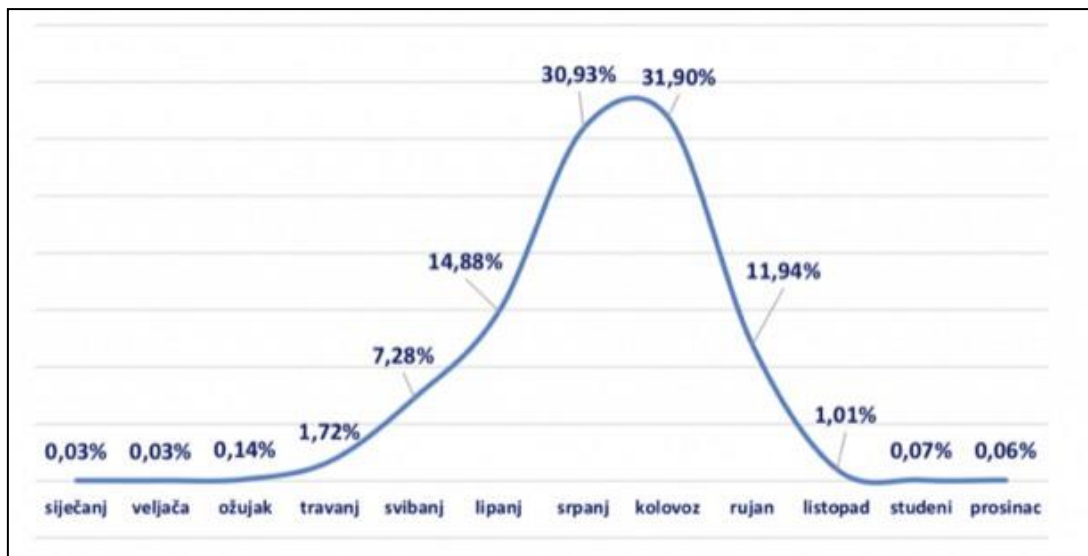
Županija	Kapacitet %	Broj noćenja	Udio po noćenju %
Istarska	49.3	8.952.029	51
Primorsko-goranska	18.3	3.387.294	19
Zadarska	12.6	2.066.533	12
Splitsko-dalmatinska	6.3	996.506	6
Šibensko-kninska	5.6	881.440	5
Ličko-senjska	2.7	559.493	3
Dubrovačko-neretvanska	3.7	435.706	2
Karlovačka	1.1	176.752	1

Izvor: samostalna obrada autora prema: KUH, www.camping.hr (18.5.2019.)

U tablici 8 prikazani su kapaciteti kampova u Hrvatskoj te noćenje turista u kampovima po županijama 2016. godine. Istarska županija zauzima najveći udio od 49,3% ukupnog kamping kapaciteta Hrvatske. Zatim slijede Primorsko-goranska, Zadarska te Splitsko-dalmatinska županija. Najveći udio u kamping noćenju ostvaruje Istarska županija (51%) s

8.952.029 noćenja dok svega 2% udjela po noćenjima turista odlazi na kampove u unutrašnjosti Hrvatske. Primorske županije pokrivaju 98% ukupnog kamping kapaciteta zemlje, dok ostatak kapaciteta otpada na kontinentalni dio Hrvatske.

Grafikon 1 Sezonalnost ostvarenih noćenja u kampovima 2017. godine



Izvor: eVisitor, obrada KUH-a, www.camping.hr (18.5.2019.)

U grafikonu 1 prikazana je sezonalnost ostvarenih noćenja u kampovima 2017. godine gdje se najveća aktivnost ostvaruje u mjesecima srpnju i kolovozu. Hrvatski turizam pokazuje veliku ovisnost o ljetnoj sezoni. Udio od 62,83% odlazi na noćenja u špici sezone gdje se ukazuje na važnost sunca i mora.

Grafikon 2 Kvaliteta kampova u Hrvatskoj



Izvor: samostalna obrada autora prema: KUH, www.camping.hr. (18.5.2019.)

U grafikonu 2 prikazana je kvaliteta hrvatskih kampova 2017. godine kroz kategorizaciju kamping objekata. Kampovi s 2* zauzimaju udio od 25% dok kampovi s 3* zauzimaju 27% udjela ukupnog broja kampova u Hrvatskoj. Najmanje je kampova s 4 i 5* koji zauzimaju svega 11% udjela dok najveći udio zauzimaju ostali kampovi. Republika Hrvatska je izdala smjernice i akcijske planove kojima će do 2020. godine unaprijediti kvalitetu kampova što će rezultirati većim prihodom od turizma što ukazuje na važnost kamping turizma za cjelokupno gospodarstvo Hrvatske.

4. LANTERNA PREMIUM KAMPING RESORT U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Kamp Lanterna nalazi se na zapadnoj obali Istre u mjestu Tar te se proteže na 3 km obale između Poreča i Novigrada. Kamp nudi prostrane parcele, osmišljen kompleks modernih sela s kampovima različite tematike te luksuzne glamping šatore namijenjene obitelji s djecom, aquapark, dječje zabavne klubove i igrališta, prostrane plaže, restorane i ostalo. Lanterna Camping Resort je u vlasništvu Valamara, vodeće turističke grupacije u Republici Hrvatskoj pod brendom Camping Adriatic by Valamar – Premium Resorts. Istarski kamp član je europskog kamping udruženja pod nazivom „Leading Campings of Europe“. Kamp posjeduje kategorizaciju od 4* od 2016. godine što ga čini jednim od najluksuznijih kamping resorta u Hrvatskoj.⁴²

Slika 6 Kamp Lanterna



Izvor: Hrvatska, www.hrvatska.net (27.5.2019.)

4.1. Istarska županija

Istarska županija nalazi se na Istarskom poluotoku te je najzapadnija hrvatska županija površine 2,820 km² s dužinom obale 445 km. U sastavu županije nalazi se 10 gradova i 34 općine koje su od iznimne važnosti za hrvatski turizam. Bogatstvo prirodnih i antropogenih resursa u sve većoj mjeri privlači inozemne i domaće turiste koji iz godine u godinu ostvaruju sve veću potrošnju u Istarskoj županiji koja je vodeća hrvatska županija za turizam. Važniji antropogeni resursi koji privlače turiste su amfiteatar u Puli, slavoluk Sergijevaca, naselje

⁴²Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com (27.5.2019.)

Grožnjan, etnografski muzej Istre, svjetionik na hridi Porer, ostaci glagoljaštva, Picugi i mordele – istarski Stonehenge, itd. Od prirodnih resursa turistima su najatraktivniji Jadransko more, uvale, plaže, poluotok i rt Kamenjak, nacionalni park Brijuni, park prirode Učka, Limski kanal, ornitološki rezervat Palud, istarske šume koje prekrivaju 35% površine poluotoka te su pogodne za cikloturizam ili avanturistički turizam i ostalo. Turisti su u velikoj mjeri zainteresirani za manifestacije od kojih su najpoznatije Motovun film festival, Pula film festival, Pulsko kulturno ljeto, Istrafešt, Rovinjski muzički susreti, Dani antike, itd.

Tablica 9 Broj noćenja turista u kampovima Istarske županije

POKAZATELJ	2016.	2017.	2018.
Broj noćenja turista	8.952.029	9.865.897	9.918.611

Izvor: samostalna obrada autora prema: DZS, www.dzs.hr (28.5.2019.)

U tablici 9 prikazan je broj ukupnih noćenja stranih i domaćih turista u kampovima Istarske županije u razdobljima od 2016. do 2018. godine. Najviše noćenja ostvareno je 2018. godine što ukazuje na porast noćenja za 1% u odnosu na prethodnu 2017. godinu. Inozemni turisti zauzimaju veći udio u broju noćenja u odnosu na domaće turiste. Najviše inozemnih turista dolazi iz Njemačke, Slovenije, Nizozemske, Austrije, Italije, Poljske, itd. U narednim godinama očekuje se daljnji rast turističkog prometa zbog financijskih ulaganja u portfelj i unaprjeđenja kvalitete proizvoda i usluga u kamping turizmu.

4.1.1. Općina Tar-Vabriga

Jedno od najvažnijih turističkih središta Istarske županije je općina Tar Vabriga gdje se nalazi kamp Lanterna koji je nositelj turizma same općine, ali i Istarske županije. Uz kamp Lanternu djeluju i kampovi Boutique Camping Santa Marina i Naturist kamp Solaris. Gospodarstvo cijele općine ovisi o turizmu gdje se ističe iznajmljivanje privatnih smještaja te kamping turizam. U općini prevladava kulturni turizam, odmorišni turizam, kamping turizam te nautički turizam zbog blizine Jadranskog mora.⁴³

⁴³Turistička zajednica općine Tar-Vabriga, www.tar-vabriga.com (28.5.2019.)

Tablica 10 Top 10 hrvatskih destinacija prema kamping turističkom prometu u razdoblju siječanj - kolovoz, 2018. godine

DESTINACIJA	DOLASCI	NOĆENJA
Rovinj	204.612	1.626.690
Funtana	132.639	1.099.155
Tar	123.411	1.062.238
Vrsar	116.253	977.761
Medulin	135.576	879.745
Mali Lošinj	92.329	730.618
Nin	60.735	519.002
Umag	87.879	503.508
Brtonigla	61.493	492.200
Fažana	61.202	482.492

Izvor: samostalna obrada autora prema: Hrvatska turistička zajednica (eVisitor), www.htz.hr (28.5.2019.)

Tablica 10 prikazuje listu top 10 kampova Hrvatske prema kamping turističkom prometu u razdoblju siječanj – kolovoz, 2018. godine. U tablici se nalazi osam destinacija Istarske županije gdje vodeću poziciju zauzima turistička destinacija Rovinj. Destinacija Tar nalazi se na trećem mjestu prema broju dolazaka i noćenja turista gdje najveći udio zauzima kamp Lanterna. Istarska županija ima najveći udio u broju dolazaka inozemnih i domaćih turista u odnosu na ostale županije Republike Hrvatske.

4.2. Valamar grupacija

Valamar Riviera je vodeća turistička grupacija u Hrvatskoj koja djeluje od 1895. s početkom turističke djelatnosti u Poreču osnivanjem prvog javnog kupališta i hotela „Riviera“. Prethodnica dioničkog društva Valamar Riviere je kompanija Riviera Poreč koja je bila osnovana 1953. godine te je upravljala hotelima, restoranima i bungalovima u Poreču i na otoku Sv. Nikola. Osnivanjem Riviere Poreč započinje era organiziranog turizma u Hrvatskoj. U razdobljima od 2000. do 2010. godine započinje financijsko ulaganje u portfelj koje uključuje poboljšanje kvalitete turističkih proizvoda i usluga te stvaranje prvih brendova

u čijem okviru posluju današnji hoteli i kampovi. Vrijednost Valamarovog portfelja imovine iznosi 4,6 milijarde kuna te se iznos svake godine povećava.⁴⁴

Tablica 11 Valamarovi brendovi

NAZIV BREND	DESTINACIJA
Valamar Collection	Dubrovnik, otok Rab
Valamar Collection Resorts	Rabac, Poreč
Valamar Hotels&Resorts	Poreč, otok Krk, Rabac, Dubrovnik
Sunny by Valamar	Rabac, Poreč
Camping Adriatic by Valamar – Premium Resorts	Poreč, otok Krk
Camping Adriatic by Valamar	Poreč, otok Rab, otok Krk, Rabac
Camping Adriatic by Valamar - Sunny	Pula, Rabac, Poreč, otok Krk, Dubrovnik

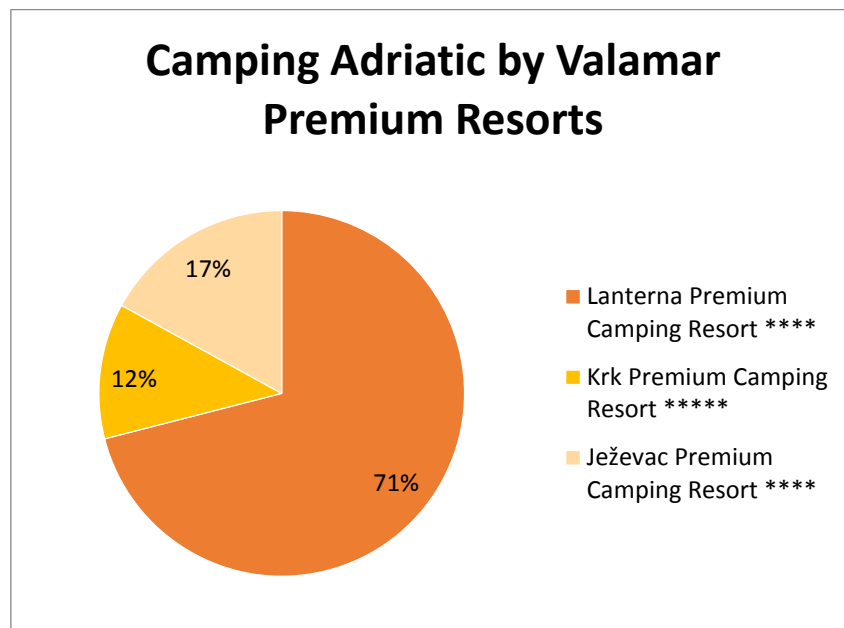
Izvor: samostalna obrada autora prema: Valamar Riviera, www.valamar-riviera.com (27.5.2019.)

U tablici 11 prikazani su Valamarovi brendovi i turističke destinacije u kojima se nalaze njihovi hoteli ili kampovi. Valamar grupacija sastoji se od sedam brendova koji su zaslužni za kreiranje autentičnih doživljaja namijenjenih turistima svih profila. Pružaju turistima usluge visoke kvalitete gdje Valamar Riviera ulaže 5% ukupnih prihoda u njihovo unaprjeđenje. U vlasništvu Valamara nalazi se ukupno 15 kamping ljetovališta na nekoliko lokacija. Rasprostranjeni su duž Jadranske obale gdje se najviše ističu destinacije Poreč, Rabac te otoci Krk i Rab. Ukupan udio hotela i ljetovališta u sklopu Valamar grupacije iznosi 43%, dok veći udio odlazi na kamping ljetovališta, svega 57%.⁴⁵

⁴⁴Valamar Riviera, www.valamar-riviera.com (27.5.2019.)

⁴⁵Ibid.

Grafikon 3 Kampovi u sklopu brenda Camping Adriatic by Valamar Premium Resorts



Izvor: samostalna obrada autora prema: Valamar Riviera, www.valamar-riviera.com
(27.5.2019.)

U grafikonu 3 prikazani su kampovi koji se nalaze u sklopu brenda „Camping Adriatic by Valamar Premium Resorts“. Nalaze se ukupno tri resorta koji su lideri u hrvatskom kamping turizmu. Riječ je o kampu Lanterna u mjestu Tar koji zauzima udio od 71%, kampu Krk na koji otpada ukupno 12% te kampu Ježevac na otoku Krku koji zauzima 17% ukupnog kapaciteta brenda.

4.3. Smještajni kapaciteti u kampu Lanterna

U kampu se nalazi nekoliko vrsta parcela koje turistima pružaju smještaj uz obalu mora ili u blizini borovih šuma. Parcele su uređene suvremenom opremom koja uključuje roštilj, sanitarne čvorove, prostor za presvlačenje beba, perilicu i sušilicu rublja, suncobrane te su prilagođene osobama s invaliditetom. Turistima je također na raspolaganju 28 glamping šatora.

U sklopu kamp kompleksa Lanterna nalazi se nekoliko tematskih sela koji su namijenjeni turistima svih profila i uzrasta te nekoliko tipova mobilnih kućica koje kampistima pružaju poseban doživljaj uz more. Riječ je o selima Istrian Village, Marine Premium Village,

Mediterranean Garden Premium Village, Maro Premium Village, Marbello Premium Village i Happy Dog Premium Village.⁴⁶

Tablica 12 Statistika dolazaka i noćenja turista u kamp Lanterna u razdobljima siječanj - kolovoz 2015. i 2016. godine

POKAZATELJI	2015.	2016.
Broj dolazaka turista	110.260	119.351
Broj noćenja turista	766.176	829.195

Izvor: samostalna obrada autora prema: News portal Poreč, www.porestina.info (29.5.2019.)

U tablici 12 prikazana je statistika ukupnog broja dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u kamp Lanterna u razdobljima siječanj – kolovoz 2015. i 2016. godine. Godine 2016. kamp Lanterna ostvaruje 7,6% više dolazaka i noćenja turista nego u prethodnoj 2015. godini. Glavni tržišni segment gostiju čine Nijemci, Slovenci i Talijani koji ostvaruju značajnu turističku potrošnju u samom kampu. Broj gostiju u kampu je porastao zbog ulaganja u kvalitetu samog kampa i proširenja sadržaja za obitelji s djecom.

Tablica 13 Parcele u kampu Lanterna

VRSTA	BROJ
Parcele	1590
Parcele sa strujom i vodom	1375
Parcele sa strujom, vodom i odvodom	215
Parcele s pristupom internetu	1590

Izvor: samostalna obrada autora prema: KUH, www.camping.hr (28.5.2019.)

U tablici 13 prikazane su parcele u kampu Lanterna kojih je ukupno 1590. Parcele su razvrstane u nekoliko grupa prema sadržaju koje nude potencijalnim turistima. Riječ je o parcelama sa strujom i vodom, parcelama sa strujom, vodom i odvodnjom te parcele koje omogućavaju gostima pristup Wifi mreži.

⁴⁶Adria Camps, www.adriacamps.com (28.5.2019.)

4.3.1. Istrian Village

Istrian Village je jedno od prvih postavljenih tematskih sela kampa Lanterne. U svojoj ponudi turistima nudi tradicionalno uređen interijer po uzoru na istarski stil i prostranu terasu na kojoj se nalaze ležaljke u neposrednoj blizini Jadranskog mora. Nalazi se u istarskom selu u blizini obiteljskog vodenog kampa pod nazivom Aquamar Lanterna koji ovo tematsko selo čini još atraktivnijim posjetiteljima. U 2019. godini dolazi do proširenja vodenog parka na čak 16 bazena različitih veličina. Najlojalniji gosti su obitelji s malom djecom zbog programa i uređenih igrališta upravo za njih.

Sadržaji Istrian Villagea:⁴⁷

- prostrani vrt uz svaki camping home
- bar
- bazeni
- sportski tereni i dječja igrališta
- sanitarni čvor
- camping homeovi
- recepcija

4.3.2. Marine Premium Village

U blizini vodenog parka Aquamar u borovoj šumi nalazi se mornarsko tematsko selo pod nazivom Marine Premium Village koji je uređen u mornarskom ugođaju s mnoštvo morskih detalja koji ga čine jedinstvenim. Marine Premium Village nudi svojim gostima 69 camping homeova različite veličine i kvadrature s posebnim ribarskim ugođajem.

Sadržaji Marine Premium Villagea:⁴⁸

- biciklističke staze
- campinghomeovi
- sanitarni čvor i recepcija
- bar i restoran
- šetnice
- natkrivene terase
- dječje igralište

⁴⁷ Camping Adriatic, www.caming-adriatic.com (29.5.2019.)

⁴⁸ Ibid.

Slika 7 Marine Premium Village



Izvor: Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com (29.5.2019.)

4.3.3. Mediterranean Garden Premium Village

Mediterranean Garden Premium Village nalazi se u području mediteranskog zelenila koji svojim gostima pruža hladovinu i mir tijekom boravka u kampu. U sklopu tematskog sela nalaze se mediteranski vrtovi koji ovo selo čine još atraktivnijim turistima. Na parcelama se nalaze istarski šumski patuljci Kontići koji su zanimljivi turistima zbog legende o njima. U neposrednoj blizini sela nalaze se plaže koje su označene Plavom zastavom.⁴⁹

Sadržaji Mediterranean Garden Premium Villagea:

- mediteranski vrtovi
- sanitarni čvor
- recepcija
- plaže
- dnevne aktivnosti za razonodu gostiju
- camping homeovi

4.3.4. Maro Premium Village

Maro Premium Village je najzabavnije tematsko selo kampa Lanterne, a ime je dobilo po maskoti račića Mara. Selo Maro je prilagođeno djeci zbog atrakcija, zabavnih sadržaja i programa koje im nudi tijekom boravka u kampu. U svojoj ponudi Maro ima glamping šatore i camping homeove čije je interijer prilagođen dječjem uzrastu, likovima iz Marinog svijeta (hobotnica Neno, račića Tia, papagaj Roko i kornjača Lucija). U ponudi se također nalaze sadržaji za roditelje i nekoliko čuvara.

⁴⁹Međunarodni ekološki program zaštite mora i priobalja

Sadržaji Maro Premium Villagea:

- camping homeovi
- glamping šatori
- sanitarni čvor
- vodeno igralište s dva bazena i nekoliko tobogana
- vodene atrakcije
- sunčalište
- recepcija

4.3.5. Marbello Premium Village

Marbello Premium Village smješten je neposredno uz more te gostima nudi prostrane šljunčane i stjenovite plaže u sklopu samog kampa. U svojoj ponudi Marbello selo gostima nudi 32 camping homea s otvorenim pogledom na Jadransko more koji su opremljeni najsuvremenijom opremom i tehnologijom. U sklopu svakog camping homea nalazi se dvije ili tri spavaće sobe namijenjene višečlanim obiteljima, dnevni boravak, kupaonica i kuhinja.

Sadržaji Marbello Premium Villagea:⁵⁰

- 32 camping homea
- recepcija
- trgovina
- restoran Tuna Bay Grill
- plaže
- vodeni park
- dječji klub
- roštilj
- ležaljke i suncobrani u sklopu camping homea

4.3.6. HappyDog Premium Village

HappyDog Premium Village je tematsko selo koje se nalazi pokraj mora te je pet-friendly. U selu se nalaze razni sadržaji koji su namijenjeni psima. U ponudi se nalazi 18 camping

⁵⁰ Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com (29.5.2019.)

homeova za vlasnike i njihove pse gdje im je dozvoljeno kupanje u moru i boravak na plažama tijekom boravka u samom kampu.

Sadržaji HappyDog Premium Villagea:

- 18 camping homeova s terasom i roštiljem
- plaže za kućne ljubimce
- igralište za pse
- prostor za uređivanje pasa
- trgovina namijenjena psima
- mjesto za istrčavanje pasa

U tablici 13. nalazi se pregled kamping homeova u kampu Lanterna gdje je prikazana kvadratura i opremljenost istih:

Tablica 14 Kamping homeovi u kampu Lanterna

CAMPING HOME	POVRŠINA	OPIS
Glamping šator	35 m ²	Opremljena kuhinja, kupaonica, 2 spavaće sobe (bračna soba i soba s krevetima na kat za djecu), terasa
Premium Vista Mare	24m ²	Kuhinja (visoki sjaj), dnevni boravak, tuš/wc, terasa, klima uređaj, bračna soba, dječja soba
IstrianVillage Premium	30-32 m ²	Kuhinja, dnevni boravak, tuš/wc, terasa, klima uređaj, bračna soba (francuski krevet), dječja soba
Marine Premium	32m ²	Dnevni boravak, kuhinja, tuš/wc, terasa, klima uređaj , bračna soba, dječja soba (2 odvojena kreveta)
MediterraneanGarden Premium	32m ²	Kuhinja, tuš/wc, terasa klima uređaj, bračna soba, dječja soba s 2 kreveta
Marbello Premium	32m ²	Spavaća soba (fancuski ležaj), dječja soba s dva odvojena ležaja (80x200 cm), dnevni boravak + kauč na razvlačenje, dvije kupaonice, klima uređaj, SAT TV

HappyDog Premium	32 m ²	Spavaća soba (francuski ležaj), dječja soba, dnevni boravak + kauč na razvlačenje, dvije kupaonice s tušem, SAT TV, klima uređaj
Maro Premium	32 m ²	Spavaća soba (francuski ležaj), dječja soba, kuhinja + mikrovalna pećnica i štednjak, dvije kupaonice s tušem, LCD SAT TV, klima uređaj

Izvor: samostalna obrada autora prema: Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com (29.5.2019.)

4.4. Politika cijena kampa Lanterna

Cijene u kamping sektoru Republike Hrvatske su jedni od najznačajnijih faktora poslovanja jednog kampa. Cijenu proizvoda i usluga u turizmu određuje turističko tržište koje je heterogeno i varira iz sezone u sezonu. Glavni činitelj određivanja cijene je turistička potražnja kod koje utječe nekoliko kriterija: kriterij vremena, kriterij platežne moći turista te kriterij osobnog interesa gosta.

Tablica 15 Cijena najma parcela u kampu Lanterna

	19.04.-9.5. 8.9.-28.9	10.5.-23.5 25.8.-31.8	24.5-19.6	20.6.-4.7 19.8-24.8	5.7.-18.7	19.7.-17.8	1.9.-7.9
OSOBA/DAN 12+ GODINA	5,60	8,10	9,30	9,60	11,70	12,20	6,50
DIJETE/DAN: 0- 4,99 GODINA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DIJETE/DAN 5- 11,99 GODINA	0,00	0,00	0,00	5,40	8,00	8,40	0,00
PARCELA/DAN: FAMILY MEGA LUXURY	45,60	65,00	77,00	94,00	111,00	116,00	55,50
PARCELA/DAN: MARBELLO MEGA LUXURY	44,50	63,70	75,20	91,80	108,30	113,60	54,20
PARCELA/DAN: MARBELLO LUXURY MARE	37,80	54,10	63,90	77,70	91,40	95,90	46,10

PARCELA/DAN: HAPPY DOG LUXURY MARE	37,80	54,10	63,90	77,70	91,40	95,90	46,10
PARCELA/DAN: LUXURY MARE	29,40	42,10	49,80	60,30	77,50	74,00	36,00
PARCELA/DAN: PATULJAKA KONTIĆI	31,70	45,40	53,70	65,10	76,30	80,10	38,80
PARCELA/DAN: MARBELLO PREMIUM MARE	27,10	38,70	45,90	55,40	64,60	67,90	33,20
PARCELA/DAN: PREMIUM MARE	23,60	33,80	40,10	48,20	55,90	58,70	29,00
PARCELA/DAN: MEGA COMFORT	19,00	27,10	32,20	38,50	44,30	45,50	23,40
PARCELA/DAN COMFORT MARE	16,60	23,80	28,30	33,60	38,40	40,40	20,60
PARCELA DAN/ COMFORT	12,00	17,10	20,50	23,90	26,80	28,20	15,00
PARCELA DAN/ STANDARD	10,50	14,90	18,00	20,70	23,00	24,20	13,20
KUĆNI LJUBIMCI/DAN	4,50	6,50	7,00	7,00	7,50	7,50	4,50

*Izvor: samostalna izrada autora prema: Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com
(29.5.2019.)*

U tablici 14. nalazi se cjenik najma parcela u kampu Lanterna 2019. godine u eurima gdje su cijene izražene po danima te se sastoje od ukupne dnevne cijene koja uključuje broj osoba dnevno (dijete), dnevnu cijenu parcele te dnevnu cijenu kućnih ljubimaca. U gore navedenom cjeniku nisu uključeni popusti ni posebne ponude. Cijena parcela najviše raste u špici turističke sezone zbog velike potražnje za istima. Nakon ljetne sezone cijene postupno padaju do sredine rujna kada se kamp privremeno zatvara do sljedeće sezone koja započinje sredinom mjeseca travnja.⁵¹

⁵¹Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com (29.5.2019.)

Tablica 16 Boravišna pristojba u kampu Lanterna

	BORAVIŠNA PRISTOJBA - PO OSOBI DNEVNO		
	01.06.-30.09.	01.03.-31.05. 01.10.-31.10.	01.01.-28.(29).02. 01.11.-31.12.
PO OSOBI (IZNAD 18 GODINA)	8,00 Kn (cca. 1,10 Eur)	6,00 Kn (cca. 0,80 Eur)	5,00 Kn (cca. 0,70 Eur)
PO OSOBI (0-11,99 GODINA)	0,00	0,00	0,00
PO OSOBI (12-17,99 GODINA)	50%	50%	50%

Izvor: *Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com (29.5.2019.)*

U tablici 16 nalazi se boravišna pristojba u kampu Lanterna za 2019. godinu. gdje je pristojba najviša u razdoblju od 01.06. do 30.09. kada je najveća potražnja turista za ovom vrstom smještaja i provođenja odmora. Osobe od 0 do 11,99 godina po zakonu ne plaćaju boravišnu pristojbu dok osobe od 12 do 17,99 plaćaju pola cijene pristojbe. Boravišna pristojba plaća se samo za dane kada gost boravi u kampu.

4.5. Valamarove investicije u kamp Lanterna

Valamar Riviera svake godine ulaže milijunske iznose u unaprjeđenje kategorizacije i kvalitete svojih kampova gdje se ističu kamp Lanterna, kamp Istra, kamp Zablaće te kamp Ježevac. Investicijski ciklus odnosi se na objekte iz skupine hotela, apartmana i kampova gdje Valamar Riviera ulaže financijska sredstva u turistički portfelj kako bi se podigla kvaliteta turističkih proizvoda i usluga što će rezultirati većom potražnjom i povećanjem prihoda od turizma.

4.5.1. Investicijska ulaganja 2016. godine

Investicijski ciklus 2016. godine u iznosu od 260 milijuna kuna odnosi se na unaprjeđenje kvalitete hotela, apartmana i kampova u vlasništvu Valamar Riviere. Na istarski kamp Lanterna uloženo je 87 milijuna kuna čime se podigla kategorizacija samog kampa s 3 na 4 zvjezdice. Najveći udio ukupnih investicija odlazi na IstrianVillage koji je dobio nove smještajne kapacitete. Također je uloženo u glamping tematsko selo gdje se povećao ukupni kapacitet za prijem gostiju gdje je uloženo u inovativne smještajne jedinice. Investicijskim ulaganjem kamp Lanterna dobiva dvije nove tematske zone u kojima se nalazi 119 suvremeno uređenih mobilnih kućica koje su namijenjene gostima kampa.

Dolazi do preuređenja mnogobrojnih kamp parcela gdje Lanterna dobiva novu recepciju, plažu Adria s beach barom koju krasi pogled na stari grad Vrsar, bazen, dva sanitarna čvora

te Cafe Belvedere. Valamar Riviera ulaže financijska sredstva u izgradnju vodenog parka 1.350 m² površine koji je prilagođen djeci s četiri vodena tobogana i mnoštvo zabavnih sadržaja i programa.⁵²

4.5.2. Investicijska ulaganja 2017. godine

Investicijski ciklus u vrijednosti od 900 milijuna kuna usmjeren je u turistički portfelj te se smatra jednim najvećim investicijskim ulaganjem u zadnjih nekoliko godina. Investicija u iznosu od 186 milijuna kuna namijenjena je kampovima među kojima se nalaze kamp Lanterna, kamp Ježevac te kamp Zablacé. Investicija od 98 milijuna kuna uložen je u istarski kamp Lanterna gdje dolazi do izgradnje i obnavljanja ulaznog trga s ugostiteljskim i trgovačkim objektima, unaprjeđenja i poboljšanja ponude mobilnih kućica te kreiranja novih sadržaja za goste mlađeg uzrasta.

4.5.3. Investicijska ulaganja 2018. godine

Investicijskim ciklusom 2018. godine Valamar grupacija nastoji osuvremeniti postojeće smještajne kapacitete i izgraditi nove koji će svojom kvalitetom i luksuzom uspješno konkurirati na turističkom tržištu. Ulaganjem u smještajne kapacitete Valamar će pridobiti novi segment tržišta veće platežne moći koji traže luksuzan smještaj, posebice u kamping sektoru. U Lanterna Premium CampingResort uložena su sredstva u svrhu podizanja kvalitete samog kampa te za potrebe rekonstrukcije ljetovališta i prometnica namijenjene pješacima i biciklistima. Godine 2018. dolazi do izgradnje dječjeg tematskog sela pod nazivom Maro Premium Village u čijem se kompleksu nalazi devet glamping sadržaja i 86 mobilnih kućica. Veliki dio uložen je u popratne sadržaje kampa kao što je sportska zona V Sport Park s TerraMagica mini golfom.⁵³

4.5.4. Planirana investicijska ulaganja 2019. godine

Valamar Riviera je za 2019. godinu predvidjela repozicioniranje portfelja prema turističkoj ponudi i uslugama visoke vrijednosti i kvalitete. Procjenjuje se da će investicijsko ulaganje za 2019. godinu iznositi 793 milijuna kuna. Financijskim ulaganjem Valamar grupacija nastoji unaprijediti Premium dijelove portfelja među kojima se nalazi i Lanterna Premium CampingResort.




⁵²Valamar Riviera, godišnji financijski izvještaj, www.valamar-riviera.com (30.5.2019.)

⁵³Ibid.

U kampu Lanterna planira se postavljanje mobilnih kućica u tematskom selu Marbello. Ostala ulaganja usmjerit će se na uređenje plaže u Tarskoj Vali, obnovu sanitarnog čvora te modernizaciju aquaparka dodatnim vodenim površinama i atrakcijama za cijelu obitelj.⁵⁴

4.6. Nagrade kampa Lanterna

Tablica 17 Nagrade kampa Lanterne kroz godine

GODINA	NAGRADA	LOGO
2019.	ADAC Superplatz	
2019.	ANWB Top Camping	
2007.-2019.	Croatia's best Campsite	
2018.	Camping2be	
2011., 2013., 2016., 2017	Adria – najbolji slovenski i hrvatski kampovi	
2012.	Plava zastava	
2013.	Greenovation	
2017.	INOVACAMP	

Izvor: samostalna obrada autora prema: Adria Camping, www.adria-camping.com (30.5.2019.)

U tablici 17 nalazi se prikaz nagrada kampa Lanterna kroz godine. Godine 2019. kamp Lanterna dobiva dvije nagrade za jedan od najboljih europskih kampova, nagradu „ADAC Superplatz“ i nagradu „ANWB Top Camping“. Kamping udruženje Hrvatske dodjeljuje nagradu Croatia's best Campsite na godišnjoj razini za najbolje hrvatske kampove koju je kamp Lanterna dobio već 12 godina za redom, od 2007. do 2019. godine. Camping2be je nagrada posvećena recenzijama korisnika usluga koju je Lanterna Premium CampingResort

⁵⁴Valamar Riviera, godišnji financijski izvještaj, www.valamar-riviera.com (30.5.2019.)

osvojio 2018. godine. Na popisu se nalaze još nagrade „Adria“ za najbolje slovenske i hrvatske kampove, nagrada „Plava zastava“, nagrada „Greenovation“ za razvoj i napredak zelenog gospodarstva te nagrada „INOVACAMP 2017.“ za inovativan koncept glamping ponude u samom kampu.

4.7. SWOT analiza kampa Lanterna

Tablica 18 SWOT analiza kampa Lanterne

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Geografski položaj • Blizina gradskih središta • Blizina Jadranskog mora • Raspoloživost velikih parcela • Dozvoljen pristup kućnim ljubimcima • Animacije za djecu i odrasle • Uređenost smještajnih kapaciteta • Tematska sela u kampu • Prometna povezanost s ostatkom Hrvatske • Plava zastava • Brojni sadržaji (restorani, trgovine, vodeni park, plaže bazeni) • Prilaz za invalide 	<ul style="list-style-type: none"> • Sezonalnost poslovanja • Slabe marketinške aktivnosti • Visoke cijene u špici sezone • Zabrana boravka kućnim ljubimcima u pojedinim dijelovima kampa • Prevelika ovisnost glavnih prihoda kampa o njemačkom tržišnom segmentu
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Proširenje kampa • Investiranje u kamping ponudu • Kategorizacija od 5* • Postati ekološki kamp 	<ul style="list-style-type: none"> • Blizina konkurencije • Vremenske nepogode • Kraće trajanje ljetne sezone

Izvor: samostalna obrada autora

Snage: Kamp Lanterna ima povoljan geografski položaj s obzirom da je smješten u blizini urbanih središta Poreča, Rovinja i Umaga. Smješten je u neposrednoj blizini Jadranskog mora što ga čini vrlo atraktivnim za turiste. Površina kampa iznosi 90 ha u čijem se prostoru nalaze mnogobrojne plaže za turiste. U selu HappyDog Premium Villageu dozvoljen je boravak kućnim ljubimcima te kupanje na plaži u sklopu tematskog sela. Poluotok Istra dobro je prometno povezan s ostatkom Hrvatske i Europe što turistima olakšava putovanje do kampa. Lanterna u svojoj ponudi turistima nudi raznolike sadržaje i animacije za djecu i odrasle kao što su vodeni park, bazeni, restorani, caffè barovi, trgovine, prilaz za invalide, 16 sanitarnih čvorova, kemijski WC, igrališta za djecu i sl.

Slabosti: Kamp Lanterna posluje od 19. travnja do 7. rujna što se odnosi na ljetnu sezonu. Jedna od glavnih slabosti kampa je sezonski karakter poslovanja jer se prihod ostvaruje samo u određenom razdoblju godine. Slabe promotivne aktivnosti i visoke cijene u mjesecima srpnju i kolovozu odražavaju se na smanjeni broj dolazaka i noćenja gostiju u samom kampu. Najvažniji turisti dolaze iz Njemačke te ostvaruju najveći udio u dolascima i noćenjima u kampu. Ukoliko bi se njemački tržišni segment okrenuo drugoj turističkoj destinaciji kamp Lanterna bi ostao bez glavnog prihoda u sezoni.

Prilike: Jedna od važnijih prilika koje kamp Lanterna može ostvariti je proširenje i modernizacija kampa što će se postepeno i dogoditi s obzirom da Valamar grupacija ulaže financijske investicije u turistički portfelj imovine na godišnjoj razini među kojima se nalazi i kamp Lanterna. Modernizacija kampa i unaprjeđivanje kvalitete proizvoda i usluga u bližoj budućnosti rezultirat će većom kategorizacijom objekta na 5 zvjezdica. Jedna od prilika je i dobivanje ekološkog certifikata pod nazivom „Eco-camping“ gdje se naglasak stavlja na zeleno poslovanje i održivost turizma.

Prijetnje: Glavna prijetnja poslovanju kampa Lanterne je blizina konkurencije koja se nalazi svega nekoliko kilometara od kampa. Kamp Lanterna mora imati dobru strategiju benchmarkinga kako bi kvalitetu svojih turističkih proizvoda i usluga mogao uspoređivati s ponudom glavnih konkurenata. Loše vrijeme može utjecati na slabo poslovanje Lanterne s obzirom da se najvažniji sadržaji kampa odvijaju na otvorenom. Vremenske nepogode utjecat će na kraće trajanje ljetne sezone što će rezultirati smanjenim prihodom koji bi se negativno odrazio na gospodarstvo Istre, ali i Republike Hrvatske istovremeno.

5. STRATEGIJA RAZVOJA KAMPING TURIZMA ISTRE

Godine 2005. Istarska županija započinje razvijati i primjenjivati nove trendove u turizmu kroz koncept Istrian Quality kako bi potakla izvrsnost u raspoloživim smještajnim kapacitetima te autohtonim istarskim proizvodima sve s ciljem ostvarivanja konkurentnosti na turističkom tržištu. Istra sa svojom dugoročnom vizijom ima cilj pozicionirati se u rangu vodećih mediteranskih regija s ciljem ostvarivanja većeg prihoda od turizma do 2025. godine.

Poduzimanje mjera kako bi se poboljšala kvaliteta istarskog turizma:

- Konkurentnost postojećeg kadra u turizmu i hotelijerstvu – jedna je od glavnih poduzetih mjera što će se ostvariti kroz globalno educiranje i trening
- Destinacijski menadžment – program uključuje upravljanje turističkom destinacijom i ljudskim resursima u turizmu na području Istarske županije, strateško upravljanje, načela održivog upravljanja destinacijom te financijske izvještaje u ugostiteljskim djelatnostima
- Destinacijski marketing – program uključuje metode istraživanja, marketing, turističku strategiju Istarske županije, računovodstvo te poslovne financije
- Upravljanje imovinom – program uključuje financijsku analizu hotelskih investicija, prognoziranje poslovanja te franšizne ugovore
- Upravljanje prihodima – program uključuje distribucijske kanale, planiranje zauzetosti, cjenovnu strategiju i upravljanje prihodima u turističkom sektoru
- Upravljanje hranom i pićem – program uključuje kontrolu troškova, cjenovnu politiku te praćenje novonastalih tržišnih trendova hrane i pića
- Financijsko upravljanje hotelima – program uključuje financijske i operativne omjere te praćenje financijskih tokova hotela

Specifični ciljevi projekta unaprjeđenja turizma Istarske županije:

- Kreiranje i moderniziranje obrazovne infrastrukture koja će biti usklađena sa zahtjevima turističkog gospodarstva i ekonomije,
- Podizanje kvalitete proizvoda i usluga u turizmu i ugostiteljstvu,
- Povećanje broja stručnih kadrova za područje turističke djelatnosti.⁵⁵

⁵⁵Master plan turizma Istarske županije, www.istra.hr (6.6.2019.)

Jedan od planova unaprjeđenja kamping ponude Istarske županije je otvaranje malih kampova kako bi se zadovoljile potrebe turističke potražnje, proizvele nove tržišne niše te povećala produktivnost i dobit na kraju razdoblja. Program malih kampova generiran je Upravnim odjelom za turizam Istarske županija u suradnji s Ministarstvom turizma s ciljem unaprjeđenja gospodarstva Istre.

Slika 8 Primjer malog kampa u Hrvatskoj



Izvor: KUH, www.camping.hr (6.6.2019.)

Mali kamp označava smještajni objekt s kapacitetom do 200 osoba najviše gdje brojka nije fiksna, ali je preporučena od strane marketinškog odjela. To su objekti koji su sadržajno jednostavniji od običnog kampa, u čijoj se ponudi nalaze autohtone vrijednosti određenog kraja te su namijenjeni turistima različitog profila kao što su ronionci, surferi, biciklisti, speleolozi i sl. Mali kampovi označavaju idealna mjesta koja su specijalizirana za kraća zaustavljanja turista. Provedba ovog projekta označava podizanje kvalitete i konkurentnosti Istre na europskom turističkom tržištu u kojem će sudjelovati Istarska županija, jedinice lokalne samouprave, turističke zajednice, javne ustanove, privatni poduzetnici, itd. Važno je proširiti ponudu smještajnih objekata kako bi Istra mogla biti na nivou turističkih destinacija na Mediteranu i srednjoj Europi gdje će turisti prepoznati raznolikost sadržaja u Istri do 2025. godine. Istarska županija ima potencijala za razvoj turizma u kamping sektoru kroz resursnu bazu za profesionalan razvoj turističkih proizvoda i objekata za potrebe europskog turističkog tržišta.

6. ZAKLJUČAK

Prema pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN 54/2016) kamp definiramo kao poslovnu cjelinu i objekt u kojemu vlasnik kampa, tj. ugostitelj turistima pruža ugostiteljske usluge smještaja, prehrane te točenja pića i napitaka. Prema vrsti obveznih ugostiteljskih usluga koje pojedini kamp pruža svojim gostima razlikujemo kamp, kamp naselje, kamp odmorište i kampiralište dok su osnovne smještajne jedinice u kampu parcele i kamp mjesto, a još razlikujemo i smještajne jedinice u građevinama. Najvažniji trendovi u razvoju jedinstvenog kamping proizvoda jesu glamping, mobilne kućice i kamperizam koje je važno prilagoditi zahtjevima potražnje kako bi se održala konkurentnost na turističkom tržištu.

Važni čimbenici razvoja kamping turizma su automobilske udruge i klubovi kojima je glavni cilj unaprjeđenje turizma u kamping sektoru te stvaranje prepoznatljivosti na emitivnim turističkim tržištima. Kvaliteta samog kampa ogleđa se u kategorizaciji koja se označava brojem zvjezdica, a kategorizacija je postupak u kojemu se utvrđuje vrsta i kategorija određenog objekta pri čemu moraju biti zadovoljeni uvjeti propisani zakonom. Dvije najvažnije kamping organizacije u Republici Hrvatskoj su Kamping udruženje Hrvatske i Udruženje hrvatskih kampista koje promoviraju kamping ponudu. Hrvatski kampovi intenzivno se odlučuju za podizanje svijesti o zaštiti okoliša samim turistima i zaposlenicima gdje se naglasak stavlja na društvenu odgovornost, načela održivog razvoja i zeleno poslovanje te nastoje postati ekološkim kampom. Povijest kamping turizma ogleđa se u dva oblika, tradicionalnom i suvremenom kampingu. Tradicionalni kamping turizam traje od 1950. do 1990. kada se na tržištu pojavljuje novi oblik suvremenog kampinga koji traje i danas.

Kamping turizam u Hrvatskoj se smatra jednim od najrazvijenijih specifičnih oblika turizma kojemu je glavni cilj ostvarenje većeg broja dolazaka i noćenja inozemnih turista te povećanje konkurentnosti i razvijenosti zemlje kroz plasiranje među 20 najpoželjnijih turističkih destinacija svijeta. Jedan od najboljih hrvatskih kampova je istarski kamp Lanterna s 4* u općini Tar-Vabriga koji posluje u okviru Valamarovog brenda Camping Adriatic by Valamar Premium Resorts. U sklopu kampa nalaze se tematska sela koja svojim jedinstvenim ugođajem privlače turiste veće platežne moći. Valamar ulaže investicije u unaprjeđenje kamping ponude Lanterne čime će kamp u budućnosti ostvariti kategorizaciju od 5 zvjezdica.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Cvelić Bonifačić, J.: **Kamping: Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma**, KUH, Poreč, 2011.
2. Čorak, S. i suradnici: **Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno**, Institut za turizam, Zagreb, 2006.
3. Gržinić, J. i Bevanda, V.: **Suvremeni trendovi u turizmu**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
4. Pirjevec, B.: **Turizam – jučer, danas...**, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.
5. Sladoljev, J.: **Kamping turizam – priručnik za vlasnike i voditelje kampova**, C.A.S.H, Pula, 1998.
6. Slivar, I. i Golja, T.: **Europsko turističko tržište i trendovi razvoja**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2016.

Ostali izvori:

1. Adria Camps, www.adriacamps.com (28.05.2019.)
2. Camping Adriatic, www.camping-adriatic.com (27.05.2019.)
3. ClassicCampers, www.classic-campers.com (10.4.2019.)
4. Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr (28.05.2019.)
5. Ecocamping, www.ecocamping.de (20.04.2019.)
6. Hrvatska turistička zajednica, www.htz.hr (18.05.2019.)
7. Hrvatski turizam, www.hrturizam.hr (20.04.2019.)
8. Journal, www.journal.hr (27.04.2019.)
9. Kamping udruženje Hrvatske, www.camping.hr (11.04.2019.)
10. Master plan turizma Istarske županije, www.istra.hr (06.06.2019.)
11. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.gov.hr (10.04.2019.)
12. Narodne novine, www.narodne-novine.nn.hr (09.04.2019.)
13. News portal Poreč, www.porestina.info (29.05.2019.)
14. Turistička zajednica Istarske županije, www.istra.hr (27.05.2019.)
15. Turistička zajednica općine Tar-Vabriga, www.tar-vabriga.com (28.05.2019.)
16. Udruženje kampista Hrvatske, www.camping-croatia.com (20.4.2019.)
17. Valamar, www.valamar.com (11.04.2019.)
18. Valamar Riviera, www.valamar-riviera.com (27.05.2019.)

POPIS PRILOGA

Slike:

Slika 1 Kamp prikolica	7
Slika 2 Simbol Kamping udruženja Hrvatske.....	13
Slika 3 Simbol udruženja "Ecocamping"	16
Slika 4 Plitvice HolidayResort.....	23
Slika 5 Prostorni raspored najvažnijih kamping zona Hrvatske	25
Slika 6 Kamp Lanterna	29
Slika 7 Marine Premium Village	36
Slika 8 Primjer malog kampa u Hrvatskoj.....	47

Tablice:

Tablica 1 Standardizirane ploče za određivanje vrste kampa	5
Tablica 2 Europski autoklubovi i udruge.....	9
Tablica 3 Hrvatski kampovi s ekološkom oznakom 2017. godine	16
Tablica 4 Kronološki poredak razvoja kamping turizma u svijetu	18
Tablica 5 Kretanje hrvatskog kamping turizma od 1853. do 1993. godine.....	19
Tablica 6 Karakteristike tradicionalnog i suvremenog kamping turizma	21
Tablica 7 Broj dolazaka i noćenja turista u hrvatske kampove od 2015. do 2017. godine.....	25
Tablica 8 Kapaciteti kampova i noćenja turista u kampovima po županijama 2016. godine..	26
Tablica 9 Broj noćenja turista u kampovima Istarske županije	30
Tablica 10 Top 10 hrvatskih destinacija prema kamping turističkom prometu u razdoblju siječanj - kolovoz, 2018. godine	31
Tablica 11 Valamarovi brendovi	32
Tablica 12 Statistika dolazaka i noćenja turista u kamp Lanterna u razdobljima siječanj - kolovoz 2015. i 2016. godine.....	34
Tablica 13 Parcele u kampu Lanterna.....	34
Tablica 14 Kamping homeovi u kampu Lanterna.....	38
Tablica 15 Cijena najma parcela u kampu Lanterna.....	39
Tablica 16 Boravišna prostojba u kampu Lanterna	41
Tablica 17 Nagrade kampa Lanterne kroz godine	43

Tablica 18 SWOT analiza kampa Lanterne	44
--	----

Grafikoni:

Grafikon 1 Sezonalnost ostvarenih noćenja u kampovima 2017. godine	27
--	----

Grafikon 2 Kvaliteta kampova u Hrvatskoj	28
--	----

Grafikon 3 Kampovi u sklopu brenda Camping Adriatic by Valamar Premium Resorts	33
--	----