

NOVI MODEL KAMPING TURIZMA - GLAMPING TURIZAM

Matošković, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:128:269234>

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 REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

POSLOVNI ODJEL

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

ANA MATOŠKOVIĆ

**NOVI MODEL KAMPING TURIZMA –
GLAMPING TURIZAM**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2022.

Ana Matošković

NOVI MODEL KAMPING TURIZMA – GLAMPING TURIZAM

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Preddiplomski stručni studij Ugostiteljstva

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: dr.sc. Mateja Petračić

Matični broj studenta: 0618616055

Karlovac, 2022.

ZAHVALA

Prva osoba kojoj se želim zahvaliti je moja mentorica dr. sc. Mateja Petračić. Zahvaljujem na podršci, trudu, radu, pomoći i svim savjetima koje mi je pružila kod izrade završnoga rada te što je pristala biti moja mentorica te mi tako uvelike pomogla završiti preddiplomski studij.

Također Veliko hvala mojim roditeljima, obitelji te mojim prijateljima.

Hvala Vam od srca.

SAŽETAK

Putovanja su oduvijek bila samo za one više platežne moći, koji su si to mogli priuštiti, te za one koji su imali vremena odlutati od svojih domicila i priuštiti si nova iskustva.

Sa pojavom modernijih doba dolazimo do pravog procvata turizma izgradnjom i otvaranjem hotela, apartmana i odmarališta sa odgovarajućom infrastrukturom. Hrvatska postaje prava turistička zemlja sa svojom raznolikom ponudom.

Turizam koji susrećemo danas je postao fenomen, te su putovanja dostupna svim slojevima društva. Pojavom masovnog turizma, turisti se osjećaju otuđeno, te je nužan slijed razvoja specifičnih oblika turizma, kako bi ciljane skupine turista mogle zadovoljiti svoje potrebe.

Kamping turizam jedan je od specifičnih oblika turizma kojega označuje povratak prirodi, opuštenu atmosferu, multikulturalnost, maksimalne prirodne atrakcije te je cjenovno prihvatljiv oblik boravka .

Od svoje pojave kamping turizam je nudio samo boravak u prirodi sa svojim smještajem, koji je najčešće bio šator, no danas ipak kampovi uz svoju standardnu ponudu imaju u ponudi i otmjen i glamurozan odmor u bungalovima, mobilnim kućicama i glamping šatorima uz dodatnu jaku ponudu koja još više krase ovaj, na prvi pogled jednostavni oblik turizma.

Kampova je danas puno, te nude šarenu ponudu sa svojim dopunskim sadržajima, animacijama, sportskim natjecanjima, radionicama, gastronomijom te wellness ponudom. Kampovi se stoga mogu podijeliti u više vrsta a najluksuzniji je glamping turizam koji prilači elitni dio turista te čini jednu skroz novu i jedinstvenu ponudu.

Ključne riječi: turizam, kamping turizam, glamping turizam, dopunski sadržaji

SUMMARY

Traveling has always been only for those with higher paying power, who could afford it, and for those who had time to wander away from their homes and afford new experiences.

With the advent of more modern times, we come to a true flourishing of tourism with the construction and opening of hotels, apartments and resorts with appropriate infrastructure. Croatia is becoming a real tourist country with its diverse offer.

Tourism that we encounter today has become a phenomenon, and trips are available to all levels of society. With the advent of mass tourism, tourists feel alienated, and a sequence of development of specific forms of tourism is necessary, so that the target groups of tourists can satisfy their needs.

Camping tourism is one of the specific forms of tourism characterized by a return to nature, relaxed atmosphere, multiculturalism, maximum natural attractions and is an affordable form of vacation.

Since its inception, camping tourism has offered only a stay in nature with its accommodation, which was most often a tent, but today, in addition to its standard offer, camps also offer a classy and glamorous vacation in bungalows, mobile homes and glamping tents with an additional strong offer that this, at first glance, simple form of tourism is even more beautiful.

There are a lot of camps today, and they offer a colorful offer with their supplementary content, animations, sports competitions, workshops, gastronomy and wellness offer. Camps can therefore be divided into several types, and the most luxurious is glamping tourism, which attracts the elite part of tourists and makes a completely new and unique offer.

Keywords: tourism, camping tourism, glamping tourism, additional facilities

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka, metode prikupljanja i obrada podataka.....	1
1.3. Struktura rada	1
2. KAMPING TURIZAM.....	2
2.1. Pojam i obilježja kamping turizma.....	2
1.1.1 Pojmovno određenje kamping turizma	2
2.2. Povijesni razvoj kamping turizma	6
3. GLAMPING TURIZAM	15
3.1. Pojam i obilježja glamping turizma.....	15
3.2. Povijesni razvoj glamping turizma.....	17
4. GLAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ	18
4.1. Ponuda glamping turizma u Hrvatskoj.....	18
4.2. SWOT analiza glamping turizma u Hrvatskoj	23
5. USPOREDBA OBITELJSKOG KAMPA SA GLAMPING KAMPOM na primjeru kampa Šimuni i kampa Arena One 99 Glamping	26
6. KRITIČKI OSVRT NA GLAMPING TURIZAM.....	34
7. ZAKLJUČAK	36
LITERATURA.....	37
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA	38

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

U ovom završnom radu obrađuju se teme kao što je kamping turizam sa posebnim osvrtom na glamping turizam u Republici Hrvatskoj te u svijetu. Cilj ovoga rada je istražiti ponudu ali i potražnju za glamping turizmom u Republici Hrvatskoj te odrediti same trendove koji utječu na razvoj samog kamping turizma.

1.2. Izvori podataka, metode prikupljanja i obrada podataka

U samom završnom radu su korišteni sekundarni izvori podataka koji su pribavljeni iz knjiga, znanstvenih članaka ali i iz drugih izvora. Internet stranice su se također koristile pri izradi rada. Korištene su znanstvene metode kompilacije, sinteze, analize i deskripcije za obradu podataka.

1.3. Struktura rada

Ovaj rad je kategorički podijeljen u 6 poglavlja sa zaključkom. Na početku rada nalazi se uvod, u drugom poglavlju prikazuje se tematika kamping turizma općenito, treći dio završnog rada namjenjen je glampingu kao dodatnom dijelu ponude u kampovima, u četvrtom dijelu obrađuje se ponuda glampinga u Republici Hrvatskoj, u petom dijelu rada slijedi usporedni pregled 2 različitih vrsta kampa, obiteljski i glamping kamp. Šesti dio je kritički osvrt na glamping turizam općenito, te na kraju rada nalazi se zaključak.

2. KAMPING TURIZAM

2.1. Pojam i obilježja kamping turizma

Kamping turizam je jedan oblik turizma u kojem turisti za svoj boravak i smještaj odlaze u kampove, odnosno posebno uređeni prostor za šatore ili kapere koji je smješten u prirodnom okruženju sa odgovarajućim tehničkim uvjetima i uslugama. Sama priroda je glavna atrakcija koju kamp pruža te koja privlači turiste na boravak u kamping destinaciji. UNWTO ne definira kamping turizam kao specifični oblik turizma već kao podvrstu ruralnog i ekoturizma. U ruralnim su područjima najčešće malih prostornih kapaciteta koji su smješteni uz prirodne atrakcije ili su u neposrednoj blizini nacionalnih parkova te parkova prirode.

U Hrvatskoj se većina kampova nalazi na Jadranskoj obali i otocima te se fokusiraju više na ljetnu sezonu, dok su kampovi u kontinentalnoj Hrvatskoj uglavnom nedovoljno iskorišteni i nedovoljno razvijeni.

Međutim isto tako možemo sa sigurnošću reći da veliki dio današnjih, modernijih kampova kako u Republici Hrvatskoj tako i u svijetu prerasta u luksuzne kamping resorte sa raznolikim smještajnim jedinicama te dodatnih sadržaja koje spajaju tradicionalni koncept kampiranja i boravka u prirodi sa luksuznim odmorom.

1.1.1 Pojmovno određenje kamping turizma

Kampiranje je oblik slobodnog bivanja u prirodi, vremenski ograničen, u malenim jedinicama, tzv. autodomovima, šatorima ili kamp prikolicama. Prema pravilniku o turističkoj djelatnosti u Hrvatskoj, kamp se definira kao ugostiteljski objekt u kojem se gostu pružaju usluge smještaja na otvorenom prostoru, a mogu se pružati i druge usluge uobičajene u toj vrsti ugostiteljskog objekta.¹ Sezona kampiranja uglavnom počinje u mjesecu travnju a završava u listopadu. U tom periodu turisti mogu maksimalno uživati u zelenilu i prirodnim atrakcijama te živjeti život na otvorenom uz što manji doticaj sa asfaltom i betonom.

Kamp kao smještajni objekt mora zadovoljavati sve minimalne tehničke uvjete koji su propisani Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi.

Osnovna smještajna jedinica je otvoreni prostor, uređen i opremljen za kampiranje. Osnovne vrste smještajnih jedinica su:

1. Kamp mjesto
2. Kamp parcela

¹ Sladoljev J., Kamping turizam, Pula 1998., str.8

Kamp mjesto je pojedinačno ili grupno brojem ili slično označen i uređen prostor za kampiranje (očišćen od korijenja, kamenja i sl.), dok je parcela omeđen, pojedinačno brojem ili slično označen i uređen prostor za kampiranje.²

Na osnovnim smještajnim jedinicama nalazi se pokretna oprema za kampiranje: šator, kamp prikolica, autodom (kamper), pokretna kućica (mobilhome), glamping kućica, glamping oprema i sl.

Jedno od glavnih pitanja je gdje se sve može kampirati. Kampirati se može bilo gdje, a najviše su željeni oni kampovi blizu mora, jezera i planina koji se većinom nalaze u dobro očuvanoj prirodi. Rijetko koji turisti odabiru napućena i zagađena mjesta za svoje turističko odredište. S obzirom da su dobro očuvana priroda i kamping turizam usko povezani dolazi do potrebe za kontrolom i nadzorom ove vrste turizma te samih turista. U Mađarskoj postoje posebne zone smještene u blizini cesta, a namjenjene su turistima koji žele organizirati piknike. Za ljubitelje pecanja uređena su za to predviđena mjesta. Turist bez dozvole nesmije kampirati gdje želi.³

1.1.2 Obilježja kamping turizma

Kao što je već definirano, kamp je smještajni kolektivni objekt koji pruža usluge kampiranja te smještaja u ograđenom uređenom prostoru na otvorenom. Ima jedan kolni ulaz/izlaz i recepciju.

Kampovi se prema vrstama usluga koje pružaju mogu podijeliti na:

1. Kamp
2. Kamp naselje
3. Kampiralište
4. Kamp odmorište

Njihove se smještajne jedinice mogu rasporediti na one na otvorenom i one u građevini:⁴

1. Kamp mjesto – uređen, neomeđen i očišćen prostor za kampiranje. Može biti označeno brojem i nemora.
2. Kamp parcela – uređen, očišćen i omeđen prostor za kampiranje označen brojem. Kamp parcela je „soba na otvorenome“. Najčešće je opremljena priključkom na struju i vodu, a može imati priključke na plin, odvod, kanalizaciju, SAT TV i internet. U većini slučajeva parcele su međusobno odvojene zelenom živicom. Veličina parcele je ovisna o kategoriji kampa, no uobičajeni standard današnjih parcela iznosi otprilike 100 m².
3. Građevine u kampovima također služe za smještaj (soba, studio apartman, apartman, prostorija za spavanje, spavaonica). Ove građevine su zasebne nepokretne građevine koje su visoke do dva kata, a mogu biti montažne te raznih oblika.

² Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi, Narodne novine 2016.

³ Sladoljev J., Kamping turizam, Pula 1998., str.11

⁴ Cvelić – Bonifačić J., KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč 2011., str. 23

Tablica 1: Kategorije kampova prema vrstama usluga

KATEGORIJA	USLUGE	SMJEŠTAJNA JEDINICA
KAMP	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj • prehrana, piće i napitci • iznajmljivanje pokretne opreme za kampiranje • bavljenje sportom • druge usluge u funkciji turističke potrošnje 	<ul style="list-style-type: none"> • osnovne smještajne jedinice(kamp mjesta i kamp parcele) • građevine (bungalov, paviljon, sl.)
KAMP NASELJE	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj • prehrana, piće i napitci • bavljenje sportom 	<ul style="list-style-type: none"> • osnovne smještajne jedinice(kamp mjesta i kamp parcele) • drugi objekti (hotel, aparthotel)
KAMPIRALIŠTE	<ul style="list-style-type: none"> • osnovne smještajne jedinice (kamp mjesta i kamp parcele) 	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj • usluga recepcije na poziv gosta
KAMP ODMORIŠTE	<ul style="list-style-type: none"> • kamp mjesta 	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj • usluga recepcije na poziv gosta

Izvor: Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (Narodne novine, 2016)

Najpopularnija kategorija je kamp koji uz osnovne smještajne jedinice mora imati i zajedničke materijale kao što su recepcija, prometnice unutar objekta, sanitarni čvor i druge sanitarne elemente za goste u smještajnim jedinicama, ugostiteljske sadržaje i objekte za pružanje usluga hrane i pića, prostor i opremu za sport i rekreaciju, uređeni okoliš te druge dodatke u funkciji turističke potrošnje te privlačenju nove potražnje.

Posljednje istraživanje kamping gostiju u Hrvatskoj ukazalo je na sljedeće karakteristike naših gostiju:⁵

- prosječna dob iznosi 47 godina;
- 62 % ima višu ili visoku stručnu spremu;
- 76% ima primanja veća od 1.500 eura;
- 58% boravi u kamp kućicama, 21% u šatorima te 21% u autodomovima;
- prosječan trošak obitelji tijekom kampiranja u Hrvatskoj iznosi 2.424 eura;
- prosječna dnevna potrošnja po članu obitelji iznosi 48 eura.

⁵ Cvelić – Bonifačić J., KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč 2011., str. 30

Krenemo li uspoređivati obilježja suvremenog kamping turizma s kampiranjem iz prošlog stoljeća dolazimo do uvelike razlike tradicionalnog, pomalo robiznoskog kampranja od 1950.-ih do 1990./2000.-ih godina dvadesetog stoljeća od tada do danas kao suvremeno luksuzno kampiranje. Jedna od prvih razlika koje možemo uočiti su cijene načina provođenja odmora kao i cijena same opreme za kampiranje, nakon toga razlikujemo vrstu odmora koja se mijenja sa pasivno u aktivno, te ekološku svijest turista.

Tablica 2: Razlike tradicionalnog i suvremenog kampinga

RAZLIKE	TRADICIONALNI KAMPING (od 1950. do 1990.)	SUVREMENI KAMPING (od 1990. do danas)
OPREMA	<ul style="list-style-type: none"> • Jeftin način provođenja odmora • Jeftina oprema (šator ili kamp prikolica) 	<ul style="list-style-type: none"> • Skup način provođenja odmora • Skupa specijalna oprema
ODMOR	<ul style="list-style-type: none"> • Pasivan odmor (kupanje i sunčanje) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivan odmor (sudjelovanje u raznim aktivnostima i sadržajima)
TURISTIČKA SVIJEST O OKOLIŠU	<ul style="list-style-type: none"> • Turisti nisu svjesni o zaštiti okoliša 	<ul style="list-style-type: none"> • Turisti su ekološki osvješteni

Izvor: samostalna izrada autora

Obilježja modernog kampinga možemo razvrstati u sljedeće skupine:⁶

- Odnos prema prirodi
- Kvaliteta i komfor
- Porast broja starijih osoba
- Promjena vrijednosti i raznolikost
- Veza destinacije i kampa
- Važnost kamping usluge za djecu

⁶ Cvelić – Bonifačić J., KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč 2011., str. 31

2.2. Povijesni razvoj kamping turizma

Kampiranje, danas popularna aktivnost u kojoj turisti privremeno borave na otvorenom, najčešće u šatorima ili posebno dizajniranim vozilima. Kampiranje je u početku više bilo zabavnog karaktera, boravak u prirodi za one koji su željni toga, međutim kasnije se sve više obitelji orijentiralo takvom načinu provođenja odmora.

Premda u današnje vrijeme šatori simboliziraju odmor, boravak na otvorenom te bezbrižno uživanje u prirodi, u vrijeme Rimskog carstva su se šatori koristili tijekom vojnih pohoda. Vojnicima su šatori bili praktični radi svoje jednostavne konstrukcije i brzog sklapanja. Raznolikost vrsta šatora seže u dubinu raznih civilizacija, ali specifičan oblik šatora, tzv. jurta koji izvorno potječe iz Azije, je prvobitno služio nomadima kao oblik smještaja, a danas je jedan od oblika turističkog objekta, koji često možemo vidjeti u samoj ponudi glamping kampiranja.

Utemeljitelj modernog rekreacijskog kampiranja bio je Thomas Hiram Holding, koji je napisao prvo izdanje Priručnika za kampere 1908. Kasnije je koristio bicikl kao vozilo za kampiranje i napisao *Cycle and Camp* (1898).⁷

Koliko je poznato, prvi europski kamp otvoren je u Francuskoj 1913. godine. Na prijedlog Engleza, europski su kampisti 1932. godine osnovali svoju međunarodnu kamping udrugu (IFCC) u Nizozemskoj.⁸

Počeci kampiranja u SAD-u vežu se za 1861. godinu kada je Frederik William Gunn vodio grupu studenata na pješčenje dugo 40 milja, od Milforda do Long Island Sounda, u trajanju od dva dana nakon čega su deset dana kampirali u prirodi i ponovno pješčili natrag.⁹

U razdoblju između prvog te drugog svjetskog rata došlo je do transformacija u načinu života mnogih ljudi, prvobitno do promjena u radnom i slobodnom vremenu. Ljudi su htjeli svoje slobono vrijeme na što lakši i što ugodinji način provoditi u prirodi dalje od strane civilizacije i zagađenog područja gradova.

Osmišljavanje opreme za boravak u prirodi dalo je prve poticaje osnivanju industrije koja je definirala gotovo sve što je u prirodi neophodno: od prijevoza, automobila, čuvanja hrane, načina osvjetljavanja mjesta za stanovanje do sigurnosnih sustava, foto i filmske tehnike te sportske opreme. Taj proces neprestano raste i teži k usavršavanju svih oblika kamping opreme.¹⁰

Kamping turizam postaje prepoznatljiv oblik turizma krajem 20. stoljeća i radi svoje dinamičnosti poprima ključnu ulogu u razvoju sveukupnog turizma u Europi.

U Americi osnivač kampinga je bio dr. Joseph Trimble Rothrock. Američko udruženje kampera (American Camping Association) osnovano je 1910. godine pod izvornim imenom Camp Directors Association of America, te su 1926. godine objavili prvo izdanje časopisa *Camping*.¹¹

⁷ [britannica.com/topic/camping](https://www.britannica.com/topic/camping), 2022

⁸ Cvelić – Bonifačić J., *KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Poreč 2011., str. 10

⁹ Cvelić – Bonifačić J., *KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Poreč 2011., str. 11

¹⁰ Sladoljev J., *Kamping turizam*, Pula 1998., str. 9.

¹¹ [Acacamps.org](https://www.acacamps.org), 2022

Na području Republike Hrvatske kamping turizam se počinje razvijati sredinom 20. stoljeća.

Prvi kampovi otvoreni su na Krku i Rabu a prvi dostupni podaci iz 1953. godine govore da je tada u Hrvatskoj bilo registrirano 18 kampova ukupnog kapaciteta 5400 osoba te je u njima iste godine ostvareno 186.000 noćenja, najviše od strane turista iz Češke i Njemačke.¹² U tom periodu Hrvatsku karakterizira širenje naturizma te je istarski kamp Koversada iz Vrsara bio prvi javno priznati takav kamp u Europi.

Kamping turizam na području bivše Jugoslavije razvijao se naglo, pod utjecajem snažne inozemne potražnje, a svoje je vrhunce dosegno 1983. i 1984. godine kada udio kamping noćenja u ukupnim noćenjima zemlje iznosi 35%.¹³ Krizne su bile ratne i poslijeratne godine od 1989. do 2000. kada je bilo ostvareno samo 7.640.000 noćenja.¹⁴

Od prvih dana kamping turizma, pa sve do danas, Hrvatska bilježi rastući trend kampiranja što jasno pokazuju brojevi noćenja te brojevi dolaska turista. Sve više domaćih, a i inozemnih turista se zanima za provođenje svog odmora u prirodi. Potražnja za kampingom je stabilna, sezona se produžila do jeseni, stoga se u svaku novu sezonu ulazi s optimizmom. Kamping turizam je tako postao jedna od stabilnijih karika u turističkom lancu Republike Hrvatske.

¹² Cvelić – Bonifačić J., KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč 2011., str. 13

¹³ Cvelić – Bonifačić J., KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč 2011., str. 13

¹⁴ Cegur Radović T., Međuovisnost turističkog doživljaja i okolišno prihvatljivog ponašanja turista u kampovima, doktorska disertacija, Rijeka 2021., str. 22

2.3. Trendovi u kamping turizmu

Aktualne izmjene na kamping tržištu očituju se promjenom načina i stila kampiranja te modernizacijom smještajnih jedinica kampova. Sve se više uvode mobilne kućice, bungalovi ili montažne vile.

Europski turistički mega trendovi raspoznaju se u kamping turizmu na sljedeći način:¹⁵

- Globalizacija u kamping industriji donosi promjene u tehnologiji, liberalizaciju roba i usluga i povećanu mobilnost. Međutim, Globalizacija u europskom kampingu može značiti izlazak na svjetsko tržište i konkurenciju s ostalim vrstama smještajnih objekata.
- Demografske promjene do 2020. godine predviđaju više od 20 posto europske populacije starije od 65 godina, više slobodnog vremena i veću kupovnu moć. Turizam „sijede kose“ kao trend ima odgovor u održivom razvoju koji daje značaj ljudskom kapitalu i snažno poštuje turizam prirodnih i kulturnih resursa.
- Dostupnost informacija – Internet, tražilice, mobilni telefoni, GPS i digitalna televizija daju mogućnost dostupnosti i transparentnosti informacija.
- Personalizacija – kreiranje kamping proizvoda za „osobu“, a ne za ciljne skupine postaje izazov menadžmentu kamping proizvoda uz uspostavljanje suradnje među različitim nositeljima turističke ponude koji zajednički kreiraju vrijednost i turistički doživljaj na lokalnom i regionalnom nivou.
- Održivost u vremenima klimatskih promjena, zagađenja čovjekove okoline, društvenog blagostanja i zahtjeva za odgovornim konzumerizmom postaje trend europskog turizma. Kamping turizam može ponuditi kvalitetan odgovor na sve ove trendove razvojem na izrazito održiv i ekološki način. Inovativnost u ekologiji prepoznaje se kao izazov kamping turizmu Europe.
- Zdravlje i wellmess postaje fokus europskoga stanovništva kako u svakodnevnom životu tako i kao rekreacijska aktivnost. Izazov kamping turizma predstavlja kreiranje takvih sadržaja i usluga koje će smanjiti sezonalnost, te kampove učiniti atraktivnima u cjelogodišnjem sustavu aktivnosti.
- Postavljeni cilj održanja konkurentnosti zahtjeva promjenu strategije razvoja u kojem menadžment promjena treba osigurati strateško zaokret ka podizanju konkurentnosti kamping industrije ponajprje kroz inovacije.

Turistički mega trendovi nas upozoravaju koliko je važno razviti već dobro poznat turistički proizvod kako bi bio što napredniji i moderniji u odnosu na konkurenciju te stalno težiti ka inovacijama kako bi naposljetku dosegao nivo europskih i globalnih trendova.

Strategija diferencijacije je najpopularnija strategija za poboljšanje te postizanje što boljih rezultata u kamping turizmu. Same inovacije su rješenje za nesigurnost okruženja i stalne promjene u kamping turizmu.

¹⁵ Gržinić J., Bevanda V., Suvremeni trendovi u turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli Fakultet ekonomije i turizma, 2014, str. 157/158

Trendovi u razvoju kamping turizma sve se više orijentiraju prema pravcu diferencijacije te nalaženja novih tržišnih pozicija. Nalazimo se u vremenu modernizacije i pomlađivanja, te nam razvoj predstavlja dva nova i glavna trenda koja su prisutna u kamping turizmu a to su „7RE – TRENDS“ i „NEO CAMPING“ trendovi.

„7RE – TRENDS“ predstavlja trend povratka određenim vrijednostima, dok „NEO CAMPING“ trend razvoja novih vrsta i oblika kamping proizvoda.¹⁶

U tablici broj 3 detaljno je objašnjeno značenje „7RE – TRENDS“ kamping proizvoda.

Tablica 3: 7RE – TRENDS kamping proizvoda

REJUVENATION	<ul style="list-style-type: none"> • Pomlađivanje kamping usluge, ali i pomlađivanje samog duha i tijela
REGENERATION	<ul style="list-style-type: none"> • Obnova kamping uređaja i usluge, obnova tijela i duha
REFAMILYISATION	<ul style="list-style-type: none"> • Kamping kao oblik povratka i zajedništva obitelji
RECONNECTION	<ul style="list-style-type: none"> • Kamping kao način ponovne uspostave kontakta s bližnjima i prijateljima
REDISCOVERING	<ul style="list-style-type: none"> • Ponovno pronađena ljepota kampiranja, ponovno pronađena vrijednost kampiranja
RETURN TO NATURE	<ul style="list-style-type: none"> • Kamping kao oblik ponovnog velikog povratka prirodi
RETURN TO LUXURY	<ul style="list-style-type: none"> • Povratak komforu, aluzija na prvobitna putovanja bogatih po Europi

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

Drugi spomenuti trend „NEO-CAMPING“ implicira na „novi koncept kampa“ koji se spaja sa principom održivog razvoja kampa. Među najnovijim trendovima se pojavljuje mega trend „neoeкологија“ te pokret LOHAS tzv. “zeleni kupci“, koji uvelike utječu na porast velikog zanimanja za provođenje odmora u prirodi kao što je i sam kamping turizam.

¹⁶ Ibidem, str. 159

Inovativni kamping menadžment treba voditi računa da će kamping druge i treće dekade ovog stoljeća obilježiti i slijedeće vrste diferenciranog kamping proizvoda:¹⁷

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

Zbog razvoja kampa u skladu sa diferencijacijom i uzrok tome su kampovi s visokim stupnjem specijalizirane opreme, uređaja i usluga, kao što su:¹⁸

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

Glavni trendovi koji slijede u kamping turizmu, te su sve više popularni u Europi i svijetu su; kamperizam, mobilne kućice i glamping.

Jedna od najvećih kontroverzi u kamping turizmu današnjice ističe se „kamperizam“ koji u pojmovnom smislu podrazumjeva odnose i pojave na putovanju vezane za autodomove – kampere.¹⁹ Kupnja kampera u modernim vremenima doseže svoje vrhunce, te je danas sve popularnije i jednostavnije iznajmiti kaper na kraći period preko raznih agencija i Internet stranica.

Odmah iza kampera, po popularnosti slijede mobilne kućice, te se sve više kampova orijentira prema takvoj ponudi smještaja. Pokretna kućica (mobilhome) je pokretna oprema za kampiranje od čvrstog materijala, koja nije čvrsto vezana za tlo te ima kupaonicu.²⁰ Upravo zbog te svoje

¹⁷ Ibidem, str. 160

¹⁸ Ibidem, str.161

¹⁹ Ibidem, str. 162

²⁰ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi, Narodne novine 2016

osobine su mobilne kućice jako privlačne i praktične vlasnicima kampova jer zbog svog izgleda daju dojam stabilnosti i čvrstoće iako nisu, te tako predstavljaju novu eru u kamping turizmu.

Riječ glamping dolazi od riječi kamping i glamurozno, te predstavlja raskošno i atraktivno kampiranje. Takvo luksuzno kampiranje je doživjelo pravi procvat u posljednjih nekoliko godina. Za razliku od malih, praktičnih, ali neudobnih šatora, glamping kao pojam najčešće se veže uz luksuzne šatore koji su opremljeni kao luksuzni hotelski apartmani, nalaze se na atraktivnim lokacijama i zauzimaju prosječno više mjesta od ostalih smještajnih jedinica.²¹

2.4. Kamping turizam u Republici Hrvatskoj

Zbog svoje povoljne lokacije, Republika Hrvatska je idealna zemlja za razvoj kamping turizma. Na Jadranskoj obali, kampovi su smješteni većinom uz gradove i veća mjesta stoga je turistima dostupno sve od smještaja, rekreacije i zabave do svih ostalih potrebnih sadržaja. Kampova na hrvatskoj obali je svake sezone sve više i stalno proširuju svoju ponudu te tako nastaju ostati u toku sa sve zahtjevnijom potražnjom. Što se tiče kontinentalne hrvatske, bila je poprilično zapostavljena 1980.-ih kad je bio sami početak rasta i razvoja kamping turizma i kamping ponude u hrvatskoj, no stvari su se promjenile u posljednjih 10ak godina. Boravak u netakutoj prirodi, što dalje od većih gradova i gužvi je rastući trend potražnje kamping turizma. Pogotovo sad u doba pandemije, sve više ljudi želi odmor provesti u izolaciji, u manje naseljenim mjestima, na čistom zraku što savršeno opisuje kontinentalnu hrvatsku.

Hrvatska je u posljednjih 50 godina razvila snažan i konkurentan kamping proizvod. Obilježja hrvatskog kampinga su:²²

- hrvatski kamping ima kontinuirani rast;
- kampovi sačinjavaju četvrtinu hrvatskog turizma;
- smješteni su na moru u pet županija;
- tradicionalna tržišta potražnje;
- relativno niska zauzetost kapaciteta;
- regionalna raznolikost kampova;
- prihod od kampinga stalno raste;
- kvaliteta hrvatskog kampinga - na trećem mjestu u Europi

Hrvatska ponuda u kamping turizmu je bogata, naši su kampovi jako dobro dizajnirani i opskrbljeni dobrom opremom te nude širok izbor najrazličitijih sadržaja, kako sa odrasle, tako i za djecu. Kako je kamping u hrvatskoj bitan segment cjelokupnog hrvatskog turizma moramo biti spremni uzvratiti jakog konkurenciji koja nas okružuje u europski i svijetu. Stoga se u

²¹ Gržinić J., Bevanda V., Suvremeni trendovi u turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli Fakultet ekonomije i turizma, 2014, str. 163

²² Cvelić – Bonifačić J., KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč 2011., str. 36

nastavku donose preporuke za unapređenje hrvatskog kampinga koje bi trebalo provesti u budućem razdoblju:²³

- Mjere za povećanje kvalitete;
- Mjere za bolji tržišni miks;
- Mjere za pojačano investiranje i ulaganje u razvoj kampova;
- Mjere za unapređenje kamping edukacije;
- Mjere za unapređenje kamping organizacije

Na ovaj način hrvatski turizam može početi razmišljati o stvaranju konkurentske prednosti, te biti u rangu sa vodećim kampovima danas. Uz stalnu inovaciju i modernizaciju Hrvatska ima velike šanse za postati jednom od svjetskih poznatih zemalja po kaping turizmu.

U opciji donošenja ovakvih, prethodno predloženih mjera hrvatski kamping može dostići sljedeće strateške ciljeve:²⁴

- Povećati popunjenost kapaciteta u postojećim kampovima na najmanje 80 dana;
- Povećati kvalitetu kampova: više od 60% kampova može biti u kvaliteti 3 + zvijezdice;
- Povećati kapacitete za 20% u postojećim i novim kapovima, kamp naseljima i odmorištima, kampova u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu
- Povećati udio u europskim kamping noćenjima na najmanje 7% (i doseći brojku od 268 milijuna noćenja);
- Diferencirati mapping ponudu. Transformacija kampova u kamp naselja – resorte sa svim smještajnim oblicim, transformacija kampova u domaćinstvu u butik kamove
- Stvoriti sustav malih obiteljskih i butik kampova, podići kvalitetu i kategoriju kampova u domaćinstvu te povećati njihov kapacitet, konkurentnost i uspješnost;
- Stvoriti mrežu kamp odmorišta (posebice u unutrašnjosti) i uz +autoceste;
- Stvoriti sustav novih kampova uz gradove, nacionalne parkove i druge prirodne i kulturne atrakcije
- Omogućiti eko, etno, ruralne i druge selektivne oblike kampova;
- Povećati zaposlenost u kampingu;
- Kroz povećanu kvalitetu povećati konkurentnost hrvatskog kampinga na Mediteranu;
- Povećati poslovnu uspješnost i time doprinjeti ukupnom hrvatskom gospodarstvu.

Unatrag par godina, prije Covid pandemije, kamping turizam je svake sezone postizao značajan rast u broju pojestitelja i broju noćenja turista. Kampovi su obnavljali svoje kapacitete putem infrastrukturna ulaganja, naprijedili su kvalitetu sadržaja, te su otvoreni mnogi mali kampovi visoke kategorije koji su još više pridonjeli šarolikoj ponudi hrvatskih kampova. Kampovi su se od 2016. godine fokusirali na smanjenje kapaciteta te povećanje kvalitete. Najveći broj kampova ima četiri zvjezdice, te kontinuirano raste konkurentnost hrvatskih kampova na europskom tržištu.²⁵

²³ Gržinić J., Bevanda V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli Fakultet ekonomije i turizma, 2014, str. 165

²⁴ Gržinić J., Bevanda V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli Fakultet ekonomije i turizma, 2014, str. 166

²⁵ Požarić B., „Sezona u kapovima“, časopis za hoteljere, ugostitelje i poduzetnike u trizmu, TURIZAM info, 2021, str. 35

U 2021. godini u kamping turizmu imali smo preko 263 tisuća ležajeva u 341 kampova i prostora za kampiranje, dok hotela u Hrvatskoj ima 1036 sa 165 tisuća ležajeva.²⁶ U hrvatskoj je najpopularniji obiteljski smještaj koji uvjerljivo obara rekorde iz godine u godinu. Kampovi postižu manje brojke od hotela, ali kaperi borave najdulje od svih gostiju, duže od 7 dana.

Tablica 4: Popunjenosti kampova i hotela u 2021.godini

	OBJEKTI	SOBE	APARTMANI	PARCELA	LEŽAJEVI
UKUPNO	9218	152701	173536	88494	1086644
HOTELI	1036	66519	12158	-	165102
KAMPOVI	341	314	55	88406	263961

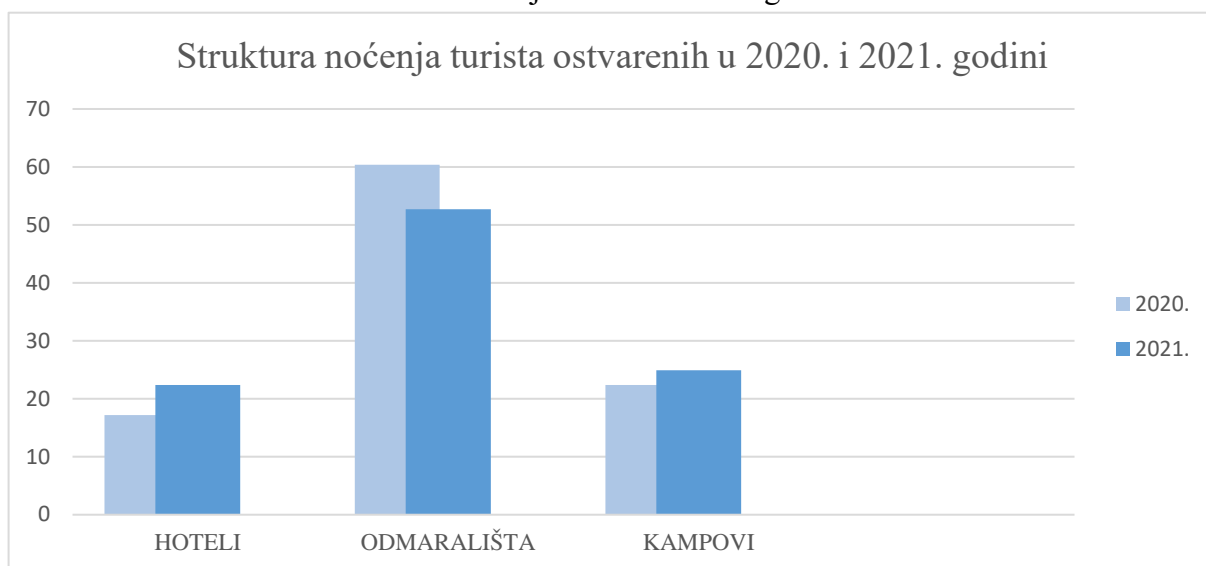
Izvor: prilagođeno prema; Državni zavod za statistiku, podaci.dzs.hr, 2022

Noćenja u kampovima su dostigla brojku od 17,5 milijuna noćenja, što je 24,9% od ukupno ostvarenih noćenja turista u 2021. U skupini Kampovi i prostori za kampiranje broj dolazaka turista porastao je za 99,8%, a broj noćenja turista porastao je za 91,5% u 2021. u odnosu na 2020.²⁷

²⁶ Državni zavod za statistiku, podaci.dzs.hr, 2022

²⁷ Državni zavod za statistiku, podaci.dzs.hr, 2022

Graf 1: Razlike između ostvarenih noćenja u 2020. i 2021. godini



Izvor: prilagođeno prema; Državni zavod za statistiku, podaci.dzs.hr, 2022.

Strani turisti i dalje uvjerljivo vode što se tiče noćenja i dolaska u kampovima i u protekloj 2021 godini. Uobičajeni hrvatski kamping gosti su Njemci i Slovenci, vjerni su nam Nizozemci i Austrijanci, dok je Talijana ove sezone nešto manje nego prijašnjih godina.

Tablica 5: Dolasci i noćenja u kampovima u 2021.godini

	DOLASCI	NOĆENJA
UKUPNO	2 599 637	17 500 753
DOMAĆI TURISTI	137 147	662 928
STRANI TURISTI	2 462 490	16 837 825

Izvor: prilagođeno prema; Državni zavod za statistiku, podaci.dzs.hr, 2022

Dok je sezona 2020. zahtjevala mnogo od kamping i običnog turizma, radi osjećaja sigurnosti te pravila razmaka, kampovi su stoga bili traženiji oblik smještaja od hotela i odmarališta. Ipak mnogi su u 2021. godinu ulazili sa oprezom što se tiče ulaganja u kampove te su čekali odgovor na pitanje kako dalje i što će se dogoditi sa samim turizmom hrvatske. Sezona 2021. nije završila tako loše kako je očekivano te je to ipak jedna dobra sezona koja je otvorila mnoga vrata novih tržišta i koja je stvorila temelje za narednu još uspješniju 2022. sezonu.

3. GLAMPING TURIZAM

Glamping je oblik ponude u kampovima koji označava luksuzan boravak u prirodi. Iako mnogi ljudi nemogu zamisliti spoj glamura i kampiranja, glamping nam upravo to omogućuje. Premda strastveni zaljubljenici u prirodu i kampiranje tvrde da se time u cjelosti gubi posebnost odnosa čovjeka i prirode te samog boravka na otvorenom, odabranim turistima je ova vrsta kampiranja povod koji su trebali da se upute u prirodu, za razliku od onoga na što su navikli u udobnosti hotela ili apartmana.

3.1. Pojam i obilježja glamping turizma

Glamping je jedna napredna i sofisticirana vrsta kampiranja koja je u kratkom razdoblju doživjela „boom“ te potražnja kontinuirano raste. Glamping je predodređen jedinstvenoj ciljanoj skupini turista te je postao simbol visoke kvalitete ponude kampa koju za sada sadrže samo najbolji i najpopularniji kampovi.

Glamping je vrsta kampinga koji je mnogo ugodniji i luksuzniji nego klasični kamping.²⁸

Zasada još nema dovoljno stručnih i znanstvenih teorija o glampingu općenito, jer je glamping još uvijek relativno noviji pojam u svijetu turizma koji drastično raste. Uglavnom u svim definicijama je zajedničko da je glamping spoj luksusta i kampiranja. Glamping kampovi se većinom nalaze uz zaštićena područja, dalje od urbanizacije na velikim prostranstvima jer njegovi smještajni objekti zauzimaju mnogo više mjesta nego kao kod tradicionalnih kampova.

Malo je smještajnih objekata koji nude ponudu sa glamping sadržajima, ali pošto potražnja ubrzano raste, mnogi se kampovi okreću k toj ponudi te grade nove smještajne objekte, infrastrukturu te dodatne sadržaje.

Slika 1: Primjer glamping šatora



²⁸ dictionary.cambridge.org, 2022.

Izvor: dictionary.cambridge.org, 27.07.2022.

Sljedeći odjeljak daje pregled definicija što je to glamping iz različitih izvora.²⁹

AUTORI, GODINA IZDAVANJA	DEFINICIJA/TEORIJA
Riječnik Cambridge, 2017. godina	Vrsta kampiranja koja je komfornija i luksuznija od običnog, tradicionalnog kampiranja.
Leci Sakačova, 2013. godina	Glamping je luksuzno kampiranje koje je obično u iznimno prirodnom okruženju. Karakteriziraju ga udobnost i visokokvalitetne usluge, koje uključuju sudjelovanje u avanturističkim aktivnostima, konzumiranje ukusne hrane i napitaka. To znači bijeg i opuštanje na eco – friendly način.
Guardian, 2010. godina	Neuobičajeni spoj ekstravagantnog smještaja sa pet zvijezdica i umirujuće okoline.
Glamping.com, 2017. godina	Simbol za luksuzni smještaj koji je najčešće u obliku šatora, ali također uključuje brojne inovativne vrste smještaja kao što su jutre, kućice na drvetu i razne mobilne kućice.
Cvelič Bonifačić, Milohnić, 2014. godina	Glamping, trend neo – komfora, snažno označava povratak kampiranja u turizam putem luksuznog tipa kampiranja; na tržištu igra ulogu novog prvaka u kamping turizmu.
Brochado i Pereira, 2017. godina	Nudi jedinstveno iskustvo luksuznog kampiranja, „glamurozni dio komfora i intime“, te potpuno jedinstveno mjesto sa puno detalja.
Ahn i Lee, 2015. godina	Savršena kombinacija prirode i luksuza, ali također kritizirano kao uništavanje specifičnosti tradicionalnog kampinga.

²⁹ AM. Vrtdušić, J. Cvelič Bonifačić, I. Licul, Glamping – New outdoor accommodation, 2018.

3.2. Povijesni razvoj glamping turizma

Iako je glamping svoju popularnost stekao u zadnjih desetak godina, sama ideja o takvoj vrsti kampiranja postoji već oko tisuću godina. Kroz povijest, još dok putovanja nisu bila tako brza i kratka kao danas, dok se putovalo i po više mjeseci, javila se potreba i želja za kratkotrajnim smještajem radi odmora i noćenja. Za vrijeme Turske vladavine, Osmanlije su kretali u ratne pohode sa svojim vojnicima, te su dugo putovali dok se nisu negdje stacionirali. S obzirom u kakvim su palačama živjeli sultani, htijeli su sa sobom na put povesti luksuz u kojem žive pa su sa sobom nosili ogromne raskošne šatore koji su postali „mobilne palače“ sa raznim kupocjenim ukrasima kako bi se mogli osjećati kao u svom domu. Upravo su takvi šatori bili prvi oblici glampinga.

Raskošni šatori se nisu samo koristili u Turskoj već i u Europi. U Francuskoj je održan turnir pod nazivom „Polje zlatne tkanine“ upravo zbog luksuznih tkanina od kojih su sastavljeni šatori. Turnir je održan u počast prijateljstva engleskog kralja Henryja VIII i francuskog kralja Franje I., gdje su smjestili oko 2800 šatora i nadstrešnica okruženih fontanama iz kojih je teklo crno vino.³⁰

Slika 2: Prikaz turnira „Polje zlatne tkanine“ i velikih šatora



Izvor: nationalarchives.uk, 27.07.2022

Glamping se počeo iznimno širiti sredinom 20. stoljeća kada se počinje javljati safari turizam u Africi koji je privlačio bogate i imućne turiste iz Amerike i Engleske. Kako se gosti nebi morali odreći luksuza u kojem žive, kao privremeni smještaj su također koristili glamurozne šatore.³¹

³⁰ glampinghub.com, 2022

³¹ glampinghub.com, 2022

Danas je glamping popularniji nego ikad i to u cijelom svijetu, najpoznatija tržišta uključuju Englesku, SAD, Kanadu, Australiju i Novi Zeland. Na nešto nižoj razini se nalaze Europa i Azija iako se i tamo tržište iz godine u godinu povećavaju.³²

4. GLAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ

Glamping turizam je u Hrvatskoj još uvijek relativno novi pojam za koji mnogi ljudi nisu ni čuli. Spoj luksuza i kampiranja se u svijetu prepoznao još prije dosta vremena, ali u Hrvatskoj se počinje razvijati odnedavno, tek od 2016. godine. Međutim, interes naših turista za glamping ponudom učestalno je u porastu, pa se tako i šire kampovi sa ponudom glampinga.

U ovom poglavlju sljede obrada glampinga u Hrvatskoj, sa kampovima koji nude glamping ponudu, te sa samom SWOT analizom u kojoj su prikazane pozitivne i negativne strane takvog turizma.

4.1. Ponuda glamping turizma u Hrvatskoj

Kako su turisti počeli stvarati potražnju za glampingom u Hrvatskoj, tako su razni kampovi počeli graditi glamping objekte kao što su veliki šatori, kućice na drvetu, razne mobilne kućice itd. Sa pojavom novih sadržaja i novih ponuda koje privlače imućnije turiste koji duže ostaju na odmoru omogućava se i prilika za produljenje turističke sezone, koju bi Hrvatska trebala iskoristiti. Svake sezone se povećava broj kampova sa glamping ponudom te se glamping tržište učestalno širi.

Najpopularniji i značajni glamping kampovi u Hrvatskoj su Valamar Riviera u Poreču i Obonjan Riviera u Šibeniku. Obje firme se sa sigurnošću mogu složiti da je glamping tražen te je najpopularniji kod Nizozemaca i Nijemaca. Hrvatska se nalazi na savršenoj poziciji što se tiče glampinga jer je regija slaba sa takvom ponudom što pruža pravu priliku za uspjeh u ovoj vrsti kampiranja, trenutno glamping nude samo najrazvijenije turističke destinacije. Francuska je daleko najrazvijenija zemlja u glamping turizmu.

Valamar Riviera je u svoje kampove Lanterna i Krk stavila glamping šatore još prije par godina, te su se razvili u 'glamping sela', koja su postavljena u individualnim zonama sa svojim zasebnim bazenima. Šatori su komforni i moderno opremljeni sa kupaonicom i tuševima, inovativnim kuhinjama, prostranim terasama, te sa kućnim uređajima i pomagalima.

Velika su očekivanja od glamping kampiranja u Hrvatskoj, gradnjom mobilnih kućica, velikih šatora, bazena, wellnessa, vodenih parkova, eko sustava odvodnje, hortikulturnog uređenja i drugog, kampovi se preoblikuju u prestižni i glamurozni smještaj u prirodi, te stvaraju potpuno novu vrstu turizma koja ne konkuriše ni sa hotelima ni sa odmaralištima jer privlači točno određenu skupinu turista.

S obzirom da je glamping u Hrvatskoj novi oblik turizma cijene su pristojno visoke. U Hrvatskoj u glamping naseljima cijene se kreću od 450 kn do 1.550 kn za noć, što naravno varira ovisno o broju osoba, veličini smještaja, samoj opremljenosti i uređenosti. Većina

³² glampinghub.com, 2022

glamping resorta u svojim šatorima imaju opremljene kuhinje kako bi si gosti hranu mogli pripremati sami, dok nekolicina ima u sklopu jedan ili više restorana za goste, pa gosti mogu birati gdje će jesti. Gotovo svi imaju trgovinu te neke sportsko rekreacijske programe ili opremu.

Kamp Lanterna, Poreč

Lanterna Premium Camping by Valamar nagrađivani je resort te je jedan od najvećih kampova u Hrvatskoj. Od ove godine u ponudi ima novi aquapark površine 1350 m² s 4 bazena. Kamp Lanterna je udaljen 4 minute od plaže te se nalazi na poluotoku Lanterna gdje se smjestilo i nekoliko barova i restorana. Resort se nalazi u blizini Eufrazijeve bazilike koja je pod zaštitom UNESCO-a, te tako privlači mnoge turiste koji uz prirodu vole i kulturološka odredišta. Lanterna u glampingu ponudi ima 28 luksuznih šatora u Glamping Villageu koji se nalazi u izdvojenom djelu tzv. Tarskoj vali. Šatori su smješteni na plaži i iznad plaže i pružaju pogled na grad Novigrad. Šatori su podjeljeni u tri vrste: Maro premium glamping tent, Glamping premium tent i Glamping tent. Razlike u šatorima su sadržaji te naravno cijene, a maksimalan broj osoba za sve šatore je 6. Maro premium glamping tent sadrži dvije spavaće sobe (jedna s francuskim ležajem, a druga s dva kreveta na kat), dnevni boravak sa SAT TV-om, potpuno opremljenu kuhinju i kupaonicu. Prostrana terasa idealna je za ležerna obiteljska druženja i ljenčarenje. Kamp također nudi Valfresco Direkt, tj. dostavu namirnica i gotovih i polugotovih jela na kamp parcelu.

Slika 3 : Maro premium glamping tent, Lanterna



Izvor: valamar.com, 29.07.2022

Kamp Krk, Krk

Smješten je na otoku Krku, udaljen je svega 2 km od centra grada Krka, te se nalazi na samoj plaži. Kamp Krk se može pohvaliti da je najkvalitetniji kamp u Hrvatskoj sa najvišim stupnjem kvalitete što se tiče glampinga. Kamp ima zaseban dio, Krk Premium Camping Resort koji se sastoji od glamping šatora i bazena. Šatori su izdvojeni te prekriveni kako bi se turisti izdvojili te kako bi se mogli opustiti dalje od ostatka resorta. Šatori su opremljeni kuhinjom, dnevnom boravkom i kupaonicom te su veličine do 38 m² i mogu primiti do 6 osoba. Sastoje se od tri spavaće sobe, kuhinje, dnevnog boravka, sadrže satelitsku TV i terasu s trijemom i udobnim ležaljka. Glamping šatori u kampu Krk se nalaze na najvišoj razini kvalitete glamping šatora u Hrvatskoj.

Arena One 99 Glamping, Pomer

Arena One 99 Glamping je smješten u Pomeru među borovom šumom, 4 kilometra zapadno od Medulina i 8 kilometara južno od Pule koja je poznata po svojoj arhitekturi i kulturi pa privlači brojne turiste. Ovaj glamping resort je na samoj obali te radži lounge i beach barovove, vanjske terase za i raznolike vrste aktivnosti za avanturiste. Arena One također nudi 3 tipa šatora za glamping: Lodge šator s 2 spavaće sobe za 4 osobe, Adriatic Suite za dvije osobe i Premium safari šator s 3 spavaće sobe za 6 osoba. Najimpresivniji je Premium safari šator koji se nalazi u blizini plaže. Veličine 28 m² i sa terasom veličine 10 m², prima maksimalno 6 osoba. Ima

jednu dvokrevetnu sobu, jednu sobu s odvojenim krevetima u prizemlju, te jednu dvokrevetnu sobu u galeriji . Od uređaja ima klimu, besplatni WIFI, sušilo za kosu, flat screen TV, sef za čuvanje vrijednih stvari gostiju, opremljenju kuhinju sa mikrovalnom, hladnjakom, indukcijskom pločom za kuhanje te aparatom za kavu. Također su dozvoljeni i kućni ljubimci uz nadoplatu, te nude najam električnih autiju.

Slika 4: Premium safari šator, Arena One 99 Glamping



Izvor: arenaglamping.com, 29.07.2022

Obonjan Island Glamping Resort, u blizini Šibenika

Obonjan je nenaseljeni, privatni otok u blizini grada Šibenika, Obonjan Island Glamping resort koji u ponudi ima glamping šatore te mobilne kućice također ima mogućnost najma čitavog otoka. Glamping šatori su visoke kvalitete napravljeni od održivih i čvrstih materijala. Osunčani šatori mogu primiti od 2 do 4 osoba, klimatizirani su, opremljeni su kupaonicom te su oblikovani u komfornom stilu koji se slaže sa prirodnim okruženjem. U ponudi su i prostrani šatori, koji prate tematiku sveukupnog kampa te imaju bračni krevet ili dva odvojena kreveta. Kamp je opremljen sa zajedničkim sanitarnim čvorovima. Obonjan Island Glamping Resort opremljen je restoranima i barovima. Kamp također ima u ponudi što mnogo kampova nema, a to je dvorana The Pavilion koja je namijenjena konferencijama isastancima, sadrži 350 sjedećih i čak 800 stajaćih mjesta. U sklopu kampa nalaze se i mnogi barovi u kojima možete popiti sve, od kave do čaše vina. Obala je poprilično razvedena te stoga ima puno uvala i izdvojenih plaža za maksimalno uživanje u moru bez radoznalih pogleda. Resort također ima u ponudi i bazen sa mnogo ležajki stvorenih za opuštanje turista. Aktivnosti koje nudi Obonjan Island Glamping Resort su grupni fitness treninzi, kayaking te organiziranim SUP turama. Resort također nudi satove ronjenja te školu ronjenja.

Slika 5: Obonjan Island Glamping Resort



Izvor: adriacamps.com, 29.07.2022.

Kamp Čikat, otok Lošinj

Kamp Čikat je opremljen safari šatorima na otoku Lošinju u Hrvatskoj. Glamping naselje smješteno je u izoliranom i tihom dijelu kampa te su šatori podjeljeni iznad plaže. Okruženo je morskom obalom i borov šumom za pravi doživljaj. Gosti kampa imaju besplatan ulaz u aquapark i bazen. Kamp je opremljen igralištima i parkovima za djecu i sportaše. Glamping šatori primaju do 6 osoba te su veliki do 40 metara kvadratnih sa opremljenom kupaonicom i kuhinjom. Svaki šator ima svoj električni roštilj.

Zaton Holiday Resort, u blizini Zadra

Zaton Holiday Resort je smješten u neposrednoj blizini dalmatinskih gradova Zadra, Šibenika i Nina. Glamping šatori su opremljeni tematski sa modernom opremom, namještajem koji podsjeća na safari, te s puno dodatnih detalja koji pružaju doživljaj turistima. Resort se sastoji od ukupno 30 safari glamping šatora sa opremom kao što su flat screen TV, plinsko kuhalo, mikrovalna pećnica, aparat za kavu, itd. Šatori imaju po dvije spavaće sobe, dnevni boravak, kuhinju i kupaonicu, sa prostranom terasom, te su veličine 42 metara kvadratnih, svršeno za obitelji s djecom.

Slika 6: Safari šator u Zaton Glamping resortu



Izvor: zaton.hr,29.07. 2022

4.2. SWOT analiza glamping turizma u Hrvatskoj

Tablica 6: SWOT analiza glamping turizma

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Novi oblik turizma čija je ponuda specifična • Produljenje turističke sezone • Spoj kampiranja i luksuza • Glamurozan boravak iako si u divljini • Bijeg od ubranizacije i obaveza u netaknutoj prirodi • Moderna i električna oprema 	<ul style="list-style-type: none"> • Relativno novi pojam u turizmu, slaba prepoznatljivost hrvatskih turista • Skupa cijena usluga • Uništavanje vrijednosti i značenja klasičnog, tradicionalnog kampiranja • Glamping dostupan samo ciljanoj skupini turista • Utjecaj vremenskih prilika na poslovanje • Smanjenje potražnje za klasično kampiranje
PRIJETNJE	PRIJETNJE

<ul style="list-style-type: none"> • Primamljiv i dinamičan oblik turizma • Potražnja i zanimanje turista iz godine u godinu sve veći • Promocija čiste i zaštićene prirode • Uvođenje novih smještajnih jedinica • Unapređenje ponude sa dodatnim sadržajima • Spoj čovjeka i prirode za sve tipove turista 	<ul style="list-style-type: none"> • Nesposobnost razvoja glampinga u nerazvijenim zemljama svijeta • Osjećaj niže vrijednosti onim turistima koji nisu u mogućnosti priuštiti si glamping • Korištenje glampinga samo imućnim slojevima društva • Ekonomska kriza i smanjenje kupovne moći turista • Smanjenje potražnje zbog pandemije Covid 19
--	--

Izvor: Samostalna izrada autora

Glamping turizam je jako složena pojava s kojom se susreće Republika Hrvatska. Može doprinjeti produljenju sezone te dodatnim zaradama ako se dobro reagira. Mnoge su snage koje donosi glamurno kampiranje. Prva i najvažnija je ta se uvodi novi oblik turizma koji je jedinstven i koji privlači mnoge turiste jer je to jedinstveni spoj luksuza i boravka u prirodi koji je zanimljiv svim ljudima. Na prvi pogled čini se nemoguće spojiti prirodu i glamur ali glamping upravo to omogućuje. Boravak u raskošnom šatoru koji je opremljen najmodernijom opremom i uređajima dok je u okruženju zelenilo i divlja priroda rijetko koga može ostaviti ravnodušnim.

Iako ima mnogo snaga nasmijemo zaboraviti ni slabosti koje donosi ovaj oblik turizma. Glamping je još uvijek nova pojava u Hrvatskoj, stoga ga mali broj turista zapravo prepoznaje i traži. Cijene noćenja u glamping kampovima su mnogo skuplje od cijena koje nude tradicionalni kampovi, pa je i potražnja za njim ograničena, tj. ovaj oblik turizma je dostupan samo bogatijem i imućnijem sloju društva. Logičan slijed je pad zanimanja za tradicionalnim kampiranjem jer svi žele doživjeti kako je to boraviti u modernom kampu, te onda dolazi i do smanjenja vrijednosti i značenja klasičnog kampiranja i „divljijeg“ boravka u prirodi.

Prilike i šanse glamurnog kampiranja koje se moraju uočiti i na njih reagirati su te da je glamping primamljiv, dinamičan i specifičan oblik turizma koji privlači određene turiste, te potražnja za njim raste iz sezone u sezonu. Broj glamping kampova je u hrvatskoj još uvijek relativno mali pa bi bilo poželjno izgraditi još kampova sa takvom vrstom usluga. Glamping je također jedna vrsta kampiranja, stoga i glamping promovira i potiče na boravak u čistoj i očuvanoj prirodi koja da bi ostala takva mora postati zaštićena površina. Glamping šatori su novi oblici smještajnih jedinica koji su također autentični se sa njima i dodatnim sadržajima unaprijeđuje već postojeća ponuda kampova. Glamping turizam također i one najzahtjevnije turiste mami na boravak u prirodi sa svojim luksuzom i jednostavnošću, dok je tradicionalni kampiranje samo za one prave zaljubljenike u divljinu i prirodu.

Na kraju dolazimo do prijetnji koje ovaj oblik kampiranja također sadrži. Prva prijetnja s kojom se vežu ostale je ta da je glamping dostupan samo bogatim turistima, te tako dolazimo do

stvaranja osjećaja niže vrijednosti onim turistima koji nisu u mogućnosti si priuštiti ovakvu vrstu smještaja što nijedan kamp to ne želi poručiti svojim gostima, ali tako, nažalost ispada. Na ove navedene tvrdnje se također može povezati i prijetnja da se glamping turizam može razvijati u bogatim zemljama koje imaju financijska sredstva i investitore za takvu vrstu turizma. Prijetnje koje nemaju veze sa materijalnim statusom nego sa stanjem u svijetu su ekonomska kriza i smanjenje kupovne moći turista, te smanjenje potražnje u turizmu uzrokovano pandemijom Covid 19.

5. USPOREDBA OBITELJSKOG KAMPA SA GLAMPING

KAMPOM na primjeru kampa Šimuni i kampa Arena One

99 Glamping

Kampiranje i kampisti se mjenjaju. Nekada bi odlazak na kampiranje značilo boravak u divljini sa vrećom za spavanje u šatorima bez ikakve tehnologije. Danas se kampiranje moderniziralo, te čak stvorilo više različitih vrsta kampiranja u koje spada i glamping. Jasne razlike između klasičnog kampa i glamping kampa su u profilu ponašanja potražnje, cijene noćenja u kampovima, sadržaji koji kampovi nude te organizacija i veličina samog kamping objekta.

Karakteristike potražnje

Kampiranje se u posljednjih dvadesetak godina značajno promijenilo. Od praznih zelenila i brežuljaka sa jednostavnim sanitarijama, suvremeni kampovi privlače turiste i postaju prave atrakcije sa kafićima, restoranima, dodatnim sadržajima i sportskom opremom. Kampovi se razvijaju i usluge su složenije.

Potrošači i korisnici kampova se također mijenjaju te traže nešto drugo za svoj odmor, mijenjaju se karakteristike:

- Bolji odnos prema prirodi, briga o čistoći
- Bolje i kvalitetnije usluge sa većom udobnošću
- Veći broj starijih ljudi i obitelji
- Dodati i različiti sadržaji
- Sportska oprema
- Igrališta i usluge za djecu

Na samim počecima kamp turizma i kampiranja, glavni gosti su bili mladi ljudi, mladi parovi i studenti koji su se odlučili upravo na ovu vrstu smještaja zbog svojih financijskih mogućnosti, međutim današnji profil kamping turista se mijenja te je većina kampera starije životne dobi sa dobrim primanjima. Kamping gosti postaju ljudi srednje i starije životne dobi sa dobrim financijskim stanjem, aktivni su i vole sport i rekreaciju. Takve promjene donose i mjenjanje profila potrošača:

- Raste interes i potražnja za drugačijim smještajnim jedinicama kao što su mobilne kućice, vile i apartmani, ali zato pada interes za kamp kućicama
- Raste potrošnja kampista te se zanimaju za razne dodatne manifestacije, lokalne doživljaje, komunikaciju
- Gosti su aktivni te se zanimaju za rekreaciju, sport i dodatne aktivnosti
- Svijest o očuvanju zdravlja je veća (wellness, bazeni, fitness,...)
- Gosti su željni opuštanja (odmor, mir, tišina, prostor, ugoda, uživanje u ambijentu, prirodno okruženje, zelenilo)

Glamping je vrsta odmora za turiste koje privlači strast za luksuzom, modernošću, jednostavnošću i opuštanju. Glamping nudi sve dodatne sadržaje za VIP goste, smještene u prirodi. Glamurozno kampiranje ima dodatne sadržaje i za one komplicirane goste i za obitelji

s djecom. Za one koji su iscrpljeni od običnih okruženja i traže nešto novo, gdje nije sve puno roditelja s djecom, glamping predstavlja osvježavajuću i ugodnu promjenu u kampiranju.

Kamp Šimuni se smjestio na otoku Pagu, te predstavlja pravi obiteljski, tradicionalni kamp. Od smještaja nude tri tipa smještaja: mobilne kućice, bungalove, te za one jednostavne, tradicionalne kampiste, parcele. Mobilne kućice u kampu Šimuni primaju do šest osoba, prostrane su i dolaze s velikim terasama te čine pravi smještaj za obitelji. Ima nekoliko vrsta mobilnih kućica te svaka ima drugačiji sadržaj.

Mobilne kućice se dijele na:

- Premiun Sun (4 osobe, 2 sobe i 2 kupaonice)
- Sunset (6 osoba, 3 sobe i 2 kupaonice)
- Holiday (4 osobe, 2 sobe i 2 kupaonice)
- Vista (4 osobe, 2 sobe i 1 kupaonica)
- Dalmacija (5 osoba, 2 sobe i 2 kupaonice)
- Kornat (6 osoba, 3 sobe i 1 kupaonica)
- Šimuni (5 osoba, 2 sobe i 2 kupaonice)
- Maun (5 osoba, 2 sobe i 1 kupaonica)
- Twix (2 osobe, 1 soba i 1 kupaonica)

Bungalovi u kampu su nešto veći od mobilnih kućica i također su idealan smještaj za obitelji. Dijele se na Bungalov Premium za 5 osoba i Bungalov Basic za 4 osobe.

Kamp raspolaže sa više od 500 parcela za smještaj šatora, prikolica i kampera. Sadrži više zona za kampiranje;

Slobodna zona:

- smještena je u središnjem dijelu kampa
- nudi mogućnost priključivanja na struju i vodu
- vrlo sjenovita zona
- nije parcelizirana
- nalazi se u neposrednoj blizini sanitarnog čvora, trgovine i praonice rublja
- djelomično mirna i tiha zona
- udaljenost od mora: 130 – 170 m

Punta zona:

- nudi mogućnost priključivanja na struju i vodu
- smještena je na najunčanijem djelu, nimalo sjenovita zona
- nije parcelizirana
- pet friendly zona, nekoliko metara dijeli je od plaže za pse
- djelomično mirna i tiha zona;
- udaljenost od mora: 2 – 15 m.

Delux parcele:

- nude mogućnost priključivanja na struju i vodu
- nalaze se u blizini sanitarnog čvora

- djelomično sjenovita zona
- parcelizirane su
- opremljene kamenim roštiljem
- u opremu parcele pripadaju i sudoper, suncobran, vrtna garniturai dvije ležaljke
- djelomično mirna i tiha zona
- površina Delux parcela: do 130 m
- udaljenost od mora: 5 – 30 m

Parcele u zoni A i B:

- nudi mogućnost priključivanja na struju i vodu
- smještena je na najsunčanijem dijelu kampa
- nije parcelizirana
- zona Puna je pet friendly zona, nekoliko metara dijeli je od plaže za pse
- nalazi se u neposrednoj blizini novog montažnog sanitarnog čvora te plaže Bijelog galeba i Bisernoj plaže
- djelomično mirna i tiha zona
- udaljenost od mora: 2 – 15 m

Slika 7: Parcela u zoni A smještena na obali



Izvor: camping-simuni.hr, 31.07.2022.

Arena One 99 Glamping nalazi se u uvali Pomer u Istri, u izoliranom dijelu kojeg okružuje borova šuma te privatne plaže, savršeno za opuštanje i izolaciju od ostatka svijeta te uživanju u tišini. Kao pravi glamping kamp, od smještaja nude raskošne i prostrane šatore. Šatori u izdvojeni od ostatka kampa te su savršeno izolirani.

Šatori su rapoređeni po veličini i sadržajima koje nude:

Mini Lodge

- za dvije osobe
- 13 metara kvadratnih sa terasom od 6 metara kvadratnih
- Opremljena kuhinja, mini hladnjak, kuhalo za vodu te aparat za filter kavu,
- Kupaonica s tušem i sušilom za kosu
- Flat screen TV, sef za čuvanje vrijednosti, WIFI, klima
- Posteljina (promjena svakih 3 dana) i ručnici (promjena svaka 2 dana)

Lodge šator s 2 spavaće sobe

- Za 4 osobe
- 25 metara kvadratnih, galerija 12 od metara kvadratnih te terasa od 13 metara kvadratnih
- 1 dvokrevetna soba, 1 soba s odvojenim krevetima u galeriji
- Kuhinja sa mikrovalnom, hladnjakom, indukcijskom pločom za kuhanje te aparatom za filter kavu
- Kupaonica s tušem i sušilom za kosu
- Flat screen TV, klima, besplatni WIFI , sef za čuvanje vrijednosti
- Posteljina (promjena svakih 3 dana) i ručnici (promjena svaka 2 dana)

Safari šator s 2 spavaće sobe

- Za 4 osobe
- 22 metara kvadratnih, galerija 8 metara kvadratnih, terasa 8 metara kvadratnih
- 1 dvokrevetna soba u prizemlju, 1 dvokrevetna soba u galeriji
- Kuhinja sa mikrovalnom, hladnjakom, indukcijskom pločom za kuhanje te aparatom za filter kavu
- Kupaonica s tušem i sušilom za kosu
- Flat screen TV, klima, besplatni WIFI, sef za čuvanje vrijednosti
- Posteljina (promjena svakih 3 dana) i ručnici (promjena svaka 2 dana) 4

Premium safari šator s galerijom i 2 spavaće sobe

- Za 4 osobe
- U neposrednoj blizini plaže
- 22 metara kvadratnih i terasa 8 metara kvadratnih na prizemlju, galerija s terasom 22 metara kvadratnih
- 1 dvokrevetna soba u prizemlju, 1 dvokrevetna soba s terasom u galeriji
- Kuhinja sa mikrovalnom, hladnjakom, indukcijskom pločom za kuhanje te aparatom za filter kavu
- Kupaonica s tušem i sušilom za kosu

- Flat screen TV, klima, besplatni WIFI, sef za čuvanje vrijednosti
- Posteljina (promjena svakih 3 dana) i ručnici (promjena svaka 2 dana)

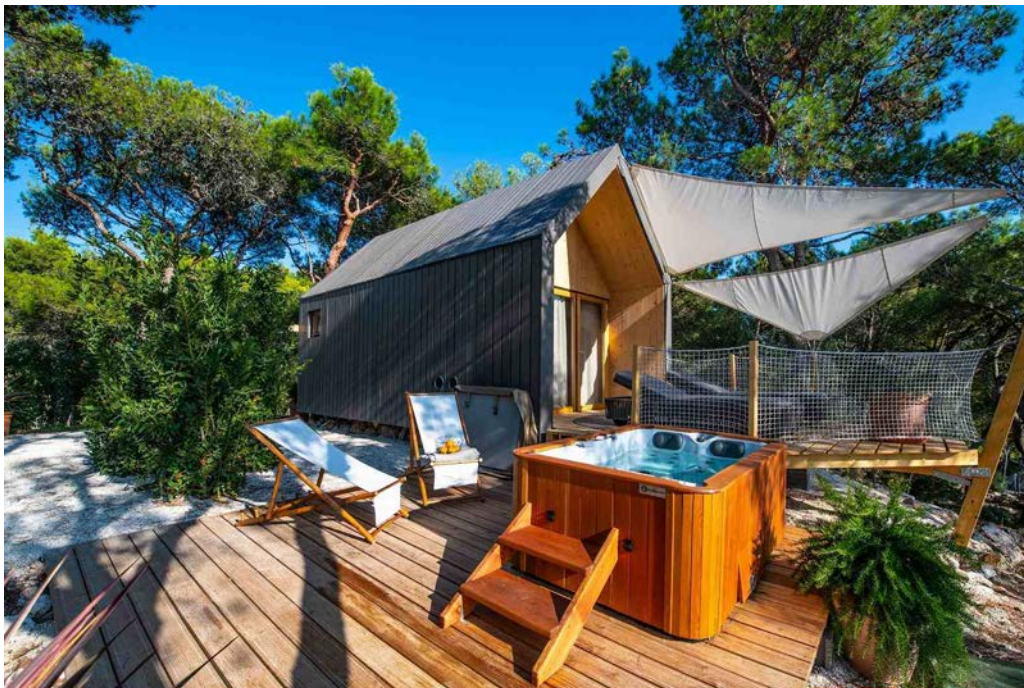
Adriatic Suite

- Za 2 osobe
- 19 metara kvadratnih, terasa s vanjskim jacuzziem
- Kuhinja sa mikrovalnom, hladnjakom, indukcijskom pločom za kuhanje te aparatom za filter kavu
- Kupaonica s tušem i sušilom za kosu
- Flat screen TV, klima, besplatni WIFI, sef za čuvanje vrijednosti
- Posteljina (promjena svakih 3 dana) i ručnici (promjena svaka 2 dana)

Premium safari šator s 3 spavaće sobe

- Za 6 osoba
- U neposrednoj blizini plaže
- 28 metara kvadratnih i terasa 10 metara kvadratnih, galerija 8 metara kvadratnih
- 1 dvokrevetna soba, 1 soba s odvojenim krevetima u prizemlju, 1 dvokrevetna soba u galeriji
- Kuhinja sa mikrovalnom, hladnjakom, indukcijskom pločom za kuhanje te aparatom za filter kavu
- Kupaonica s tušem i sušilom za kosu
- Flat screen TV, klima, besplatni WIFI , sef za čuvanje vrijednosti
- Posteljina (promjena svakih 3 dana) i ručnici (promjena svaka 2 dana)

Slika 8: Adriatic Suite za dvije osobe s jacuzziem



Izvor: arenaglamping.com, 31.07.2022.

Prema smještajnim objektima koje nude oba dva kampa, može se zaključiti da su mobilne kućice i bungalovi u kampu Šimuni puno veći te da mogu primiti više osoba nego Arena One 99 Glamping te ih to čini pravim obiteljskim kampom za veće obitelji. Mobilne kućice i bungalovi nisu previše udaljeni jedni od drugih što stvara mogućnost dolaska i posjeta više obitelji koje su povezane pa svaka obitelj može iznajmiti po jednu kućicu te se druga obitelj može smjestiti pored njih u drugu kućicu i neće biti previše odvojene te će se moći družiti i uživati u zajedničkim aktivnostima. Dok je u Arena One 99 Glamping kampu priča drugačija, oni nude male smještajne jedinice za do 4 osobe te raspolažu sa samo jednim šatorom koji prima do 6 osoba, drugim riječima, ovaj smještaj je namjenjen za parove ili ljude koji su došli uživati u miru i tišini. Šatori su također poprilično odvojeni jedni od drugih te ih okružuju velika drveća za još veći osjećaj izoliranosti i za još bolje opuštanje uz cvrkut ptica i zvuk valova, dok se u obiteljskim kampovima nemože u potpunosti uživati u miru jer je sve puno obitelji s djecom. U kampu Šimuni također nude parcele za kamp prikolice što je još jedan detalj tradicionalnog, klasičnog kampiranja koji glamping kamp, naravno, nema u ponudi.

Dodatni sadržaji kampova

Vjerovatno najveća razlika koja čini glamping kamp drugačiji od obiteljskog, tradicionalnog kampa su dodatni, specifični sadržaji koji privlače turiste koji nisu baš za klasično kampiranje nego koji više vole luksuz i modernizaciju te koji više vole opuštanje i odmaranje od klasičnih aktivnosti u prirodi.

Kamp Šimuni, kao pravi predstavnik obiteljskih kampova nudi razne animacije za one najmlađe, ali i za roditelje. Za djecu nude: kreativne radionice, sportski programi, edukacijski programi, sportske igre, gusarske potrage za blagom, puštanje zmajeva, tulum i pidžama, karnevali i predstave. Animacije za djecu organizirane su na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku. Aktivnosti za odrasle su: biciklističke ture, planinarenje, aqua aerobik, sportske igre, extreme workout, pilates i tematske večeri. Aktivnosti zadovoljavaju i goste s obitelji i aktivne goste koji kreću na kampiranje samo zbog odnosa čovjeka i prirode te željom za rekreacijom. Kamp Šimuni je ove godine pripremio mogućnost najma osnovne dječje opreme zbog koje će gosti ugodnije putovati. Dječju opremu se može rezervirati prilikom rezerviranja smještaja ili po dolasku na recepciji kampa. Cijena paketa iznosi 150 kn ili 20 eura, te najam vrijedi 7 dana, savršeni dodatak obiteljskom kampu.

Šimuni baby kit uključuje:

- Dječja kolica
- Stolica za bebu
- Dječji krevetić
- Kadica za kupanje

Što se tiče gastronomije, kamp Šimuni raspolaže sa mnogo barova, kafića te restorana. Za zasladiti se i djecu koja vole slatko, također u ponudi imaju brojne slastičarnice i pekare. Plaže im nisu privatne, ali nude mnogo sadržaja, od plaža za djecu, za pse, sa ljekovitim svojstvima te plaža s prilagođenim ulazom za osobe s invaliditetom.

Arena One 99 Glamping nudi drugačije dodatne sadržaje za svoje specifične goste, jedan od dodatnih sadržaja je Plaža Pomer. Plaža Pomer je dobro organizirana plaža s tuševima i sanitarnim čvorovima. Plaža također ima spasioce ako nešto krene po zlu, drugim riječima, potpuna briga za svoje goste. Unutar kampa Arena One 99 plaža je privatna i gosti imaju više udobnosti i osame. Plaža je popularno odredište za jedrenje na dasci te kamp nudi školu jedrenja s čime se rijetko koji kamp može pohvaliti.

Spa One4U je wellness i kozmetički centar za goste kampa. Ritualni i kozmetički tretmani dio su ponude posvećene opuštanju tijela i uma. Uz tretmane lica i tijela, manikure, pedikure i depilacije, nude i specifičnu zvučnu masažu, masažu svijećama, masažu drvom, masažu školjkama i Aromasoul elements masažu. Kamp tako promovira brigu o tijelu te pravi hedonizam u gustim borovim šumama. Cijene spa usluga su visoke, ali to i privlači određenu klijantelu koja čini određenu ciljanu skupinu ovog kampa.

Gastronomija je šarenolika te nude razne barove tik uz privatnu plažu kampa. Uz razne restorane nude hrvatska poznata vina, te se mogu pohvaliti sa svojim Burger barom. Talijanski brand Illy Caffè poznat je diljem svijeta po kvaliteti i punom okusu kave, stoga za prave kavoljupce je otvoren Illy kafić sa raznim vrstama i tipovima kave, što je novitet i pravi magnet za rastrošne goste.

U ponudu su uveli još jedan novitet koji se samo može naći u glamping kampovima, jer predstavlja pravi hedonizam a to je velika, drvena hidromasažna kada koja se razlikuje od običnih jacuzzija zbog svog pomalo divljeg i kvalitetnog izgleda. Kade su smještene vani u prirodi te se može uživati u kupanju u njima navečer te promatrati zvijezde, pravi luksuz.

Arena One 99 Glamping ima još jedan moderni dodatak koji dokazuje koliko je ovaj kamp moderan i luksuzan a to je mogućnost najma električnih autiju i električni punjači za aute. To potvrđuje još jednu tvrdnju da su moderni kampovi više osvješteni o zaštiti i zagađenju prirode, te potiču svoje goste na brigu o prirodi.

Po dodatnim sadržajima i po ponudama kampova zaključuje se na koje ciljane skupine se orijentira svaki kamp. U kampu Šimuni svi dodatni sadržaji se fokusiraju na obitelji s djecom. Animacije su također za velike i male, stoga to omogućuje cijeloj obitelji da se dobro provede i odmori. Gastronomija je u istom fokusu što se da zaključiti po pekarnicama i slastičarnicama. Dok Arena One 99 Glamping cilja na drugačiju skupinu turista. Oni ciljaju na bogatije i imućnije turiste, koji su se došli odmoriti u osami te opustiti u spa centrima. Spremni su više potrošiti za uslugu koju dobe i koja im odgovara. Također kamp nudi i privatnu plažu, što kamp Šimuni nema, a to omogućuje dodatni luksuz i privatnost gostima, drugim riječima nestvaraju se prevelike gužve na plaži te se gosti još više osjećaju posebno.

Cijene noćenja

Tablica 7: U tablici su prikazane cijene noćenja u kampu Šimuni, cijene su prikazane u kunama

Razdoblje	02.07.-16.07.	16.07.-27.08.	01.10.-15.11.
PARCELE			
Slobodna zona	135	180	31
Zona A	270	315	80
Zona Punta	330	390	90
Parcela Delux	315	420	120
BUNGALOVI			
Basic	870	1.005	300
Premium	930	1.155	330
MOBILNE KUĆICE			
Twix	960	960	315
Dalmatia	1.222	1.222	405
Holiday	1.770	1.770	570
Sunset	1.935	1.935	600

Izvor: camping-simuni.hr

Tablica 8: U tablici su prikazane cijene noćenja u šatorima u kampu Arena One 99 Glamping, cijene su prikazane u kunama

Razdoblje	8. mjesec	9.mjesec
ŠATORI		
Mini Lodge	5.715	1.390
Premium safari šator sa 2 sobe	10.829	2.675
Premium safari šator sa 3 sobe	13.785	2.890

Izvor: arenaglamping.com

Za usporedbu cijena izvučene su cijene u sezoni i posezoni. Vidljivo je kako šatori u skupom glamping kampu čak i u posezoni koštaju više od najskupljeg smještaja u kampu Šimuni u srcu sezone, osim najjeftinijeg šatora za dvoje osoba Premium Lodge. Time nam kapovi još jednom daju do znanja kako si klasično kampiranje mogu priuštiti svi, i mladi i obitelji, dok glamurozno kampiranje je ipak za one turiste „dubljeg džepa“. S time dolazimo do zaključka kako je tradicionalni kampiranje još uvijek uredi sa cijenama te da si ga svatko može priuštiti dok je glamping za elitne goste.

6. KRITIČKI OSVRT NA GLAMPING TURIZAM

Dolaskom novog modela kampiranja kamping turizam dobiva i svoju luksuznu, glamuroznu stranu za imućnije slojeve društva. Tako dolazimo do činjenice da je kampiranje dostupno za svakoga, bez obzira na prihode. Neki bi rekli da je mana glamping turizma ta što je glamping previše zamaskirao klasičan kamping sa svojim luskuzom te da je uklonio sve tradicionalne značajke klasičnog kampiranja. Ipak, glamping nam je dao skroz novi pogled na kampiranje.

Glamping koji je danas poznat je uvelike utjecao na turističku ponudu i potražnju u zadnjem desetljeću. S obzirom na sami napredak ovakvog oblika turizma još nije u potpunosti razvijen u svijetu, za razliku od portažnje za samim takvim oblikom turizma.

S pojavom modernijih doba neke turističke destinacije primjećuju rastuću potražnju za ovim oblikom kampiranja te tako uz svoju ponudu pružaju glamping usluge. Sve više tradicionalnih i obiteljskih kampova se odlučuju za proširenje svoje ponude sa luksuznim šatorima, mobilnim kućicama, odgovarajućom infrastrukturom, sportskom opremom, izletima te dodatnim atraktivnim sadržajima kako bi predstavljali glamping.

S tim činjenicama zaključuje se da je glamping novi trend kamping turizma te daje novi pogled na kampiranje koji ostatak svijeta prepoznaje pod boravkom u prirodi u šatoru. Glamping je ogroman novi potencijal turizma jer spaja nespojivo, poravak vani i luksuz. Na taj način turistima se nudi nešto novo, a noviteti u turizmu su prijeko potrebni kako nebi došlo do zasićenja gostiju sa klasičnom dosadašnjom ponudom.

Republika Hrvatska je savršena zemlja za glamping kampove. Iako ima oko desetak kampova koji nude glamping, taj broj kontinuirano raste te se može reći da se Hrvatska dobro snalazi što se tiče glamping ponude, ali još ne u punom potencijalu. Hrvatski glamping kampovi nude svega par oblika smještaja (luksuzni šatori i mobilne kućice) te su cjenovno prihvatljiviji u odnosu na stranu konkurenciju. To je zato što hrvatski turizam još istražuje ovu vrstu ponude i potražnje od turista.

Zbog svojih prirodnih i kulturnih atrakcija Hrvatska ima veliku prednost u razvoju ovog specifičnog oblika turizma. Jedan od problema koji susreće ovu temu je taj što hrvatski turizam nije cjelogodišni, već sezonski, pa odmah dolazi do ograničavanja ponude. Ali možemo utvrditi da Hrvatska također radi na cjelogodišnjem turizmu, što se može vidjeti iz godine u godinu sa krajnjim rezlutatima.

Produljenje turističke sezone nije jedino što glamping kampiranje doprinosi. Postavljanjem glamšing smještajnih objekata možemo ponudu proširiti i na kontinentalnu hrvatsku. Hrvatska svoj turizam većinom bazira na priobalju i obali jadranskog mora, što se može regulirati i na ostatak Hrvatske jer za glamping turizam nije potrebno sunce i more, već i planine, jezera, brežuljci i ostale ljepote koje nudi ostatak Hrvatske. Velik broj atrakcija i destinacija još nije dovoljno poznat turistima zbog lošeg marketinga kontinentalne hrvatske.

Tako da samim proširenjem i usklađivanjem turističke ponude možemo postići još bolje rezultate u turizmu. Potražnja za glampingom raste, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj, te je sve veća. Što nemožemo reći i za smještajne jedinice. Nažalost, još uvijek nemamo dovoljan broj kampova koji nude ovakav oblik smještaja, s obzirom na položaj Hrvatske i njene

mogućnosti. Hrvatska bi trebala bolje iskoristiti svoje prednosti. Ključno je stvoriti novu ideju, viziju, nešto što odstupa od uobičajenog, te dati gostima poseban tretman. Stvoriti plan kako sve to realizirati i napraviti drugačiju ponudu od ostatka svijeta i s time se istaknuti. Uzeti u obzir želje turista koji nas posjećuju kako bi bilo još zadovoljniji.

Važno je privući i novu skupinu turista koje zanima samo ovakav oblik turizma. Turisti koji vole luksuz i kojima nije problem potrošiti veliku svotu novaca samo kako bi dobili ono što žele. Takvi turisti su spremni platiti više i loše bi bilo to neiskoristiti s obzirom na mogućnosti koje ima Republika Hrvatska. Ulaganjem u ovakav oblik turizma bi Hrvatska brzo došla do profita jer je potražnja enormna, a Hrvatska ima sve što je potrebno te bi prihod od turizma bio duplo veći.

Bezbroj je načina kako poboljšati ovakvu turističku ponudu. Potrebne su ideje i modernizacija tradicionalnih kampova. Također, potrebno je i bolje predstavljanje kampiranja kao dio turističke ponude u Hrvatskoj kako bi došli turisti koji još nisu posjetili našu zemlju, ali i kako bi naši stalni gosti bili zadovoljniji te upoznati s novom ponudom. Dakle, Hrvatska ima značajni kapacitet i potencijal za razvoj glamping turizma i ima odgovarajuću potražnju za samim oblikom turizma. Što se tiče ponude, još nije doživjela puni procvat te se još na tome da i mora poraditi. Ali nije ni tako loše jer je vidljiv i rast ponude i potražnje za glampingom svake sezone u republici Hrvatskoj.

7. ZAKLJUČAK

Cilj ovoga završnog rada je predstaviti kamping, a posebno glamping turizam. Prikazati njihov razvoj kroz povijest te samu ponudu i potražnju. Kampiranje na prelasku iz desetljeća u desetljeće prate snažne promjene, te se kamping mijenja.

Najznačajniji razvoj kampinga dešava se krajem 20. stoljeća kada kreće i vrijeme masovnog turizma. Kampiranje je na samom početku bilo namjenjeno turistima niže platežne moći koji su u kampove dolazili sa šatorima, uživati u prirodi, a kampovi su bili isključivo za boravak u zelenilu. Glamurozno kampiranje se javlja kao pojava još u razdoblju Osmanskog carstva kada su vladari kretali u pohode ne želeći se odreći luksuza na koji su navikli u svojim domovima, noseći sa sobom raskošne šatore. U 20. stoljeću dolazimo do slične verzije sa safari šatorima kada su turisti više platežne moći odlazili na safarije te sa sobom također nosili luksuzne šatore.

Glamping u 21. stoljeću doseže svoj vrhunac i to na globalnoj razini, te danas sve više turista prepoznaje ovaj oblik kampinga. Kampovi danas prelaze na višu razinu otvarajući restorane, barove, bazene te mnogim drugim atrakcijama i sadržajima pružaju više nego što su ikad pružali. Počinju se graditi i glamping resorti koji cjelu svoju ponudu orijentiraju k glampingu i luksuznom kampingu, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj. U današnje vrijeme gotovo svaki malo bolji i kvalitetniji kamp se okreće k takvoj ponudi i grade dodatne sadržaje, a najviše ih ima na moru, na području Istre.

U sklopu rada analizirana je ponuda klasičnog kampa Šimuni na otoku Pagu, te ponuda kampa Arena One 99 Glamping. Usporedna analiza prikazuje jasne razlike između kampova, drugim riječima prikazuje za koje ciljane skupine je koji kamp, te koliko daleko je otišla modernizacija kampova te kakve sve ponude sadržavaju za svoje goste.

Republika Hrvatska je obasuta kampovima te oni nude mogućnosti za kvalitetniju ponudu te produljenje sezone, što rezultira i većom zaradom. Zaključno je da je potrebno ulagati u kamping turizam a pogotovo u segment luksuznog kampinga koji je sve više prisutan i tražen među stranim turistima, ali i domaćim.

LITERATURA

KNJIGE:

1. Sladojev J., *Kamping turizam – priručnik za vlasnike i voditelje kampova*, Pula, 1998.
2. Gržinić J., Bevanda V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, 2014.
3. Cvelić – Bonifačić J., *KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Poreč 2011.

ZNANSTVENI RADOVI:

1. Cegur Radović T., *Međuovisnost turističkog doživljaja i okolišno prihvatljivog ponašanja turista u kampovima*, doktorska disertacija, Rijeka 2021.

ČASOPISI I ZNANSTVENI ČLANCI:

1. Požarić B., „*sezona u kampovima*“, Časopis za hoteljere, ugostitelje i poduzetnike u turizmu TURIZAM info, 2021.
2. AM. Vrtodušić, J. Cvelić Bonifačić, I. Licul, *Glamping – New outdoor accommodation*, 2018.

ZAKONI:

1. *Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi*, Narodne Novine, 2016.

INTERNETSKE STRANICE:

1. Britannica.com
2. Acacamps.org
3. Državni zavod za statistiku, podaci.dzs.hr
4. Dictionary.cambridge.org
5. Glampinghub.com
6. Valamar.com
7. Arenaglamping.com
8. Camping-simuni.hr

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Slike:

SLIKA 1: PRIMJER GLAMPING ŠATORA	15
SLIKA 2: PRIKAZ TURNIRA „POLJE ZLATNE TKANINE“ I VELIKIH ŠATORA	17
SLIKA 3: MARO PREMIUM GLAMPING TENT, LANTERNA	19
SLIKA 4: PREMIUM SAFARI ŠATOR, ARENA ONE 99 GLAMPING.....	21
SLIKA 5: OBONJAN ISLAND GLAMPING RESORT	21
SLIKA 6: SAFARI ŠATOR U ZATON GLAMPING RESORTU.....	23
SLIKA 7: PARCELA U ZONI A SMJEŠTENA NA OBALI.....	28
SLIKA 8: ADRIATIC SUITE ZA DVIJE OSOBE S JACUZZIEM	30

Tablice:

TABLICA 1: KATEGORIJE KAMPOVA PREMA VRSTAMA USLUGA	4
TABLICA 2: RAZLIKE TRADICIONALNOG I SUVREMENOG KAMPINGA.....	5
TABLICA 3: 7RE – TRENDS KAMPING PROIZVODA	9
TABLICA 4: POPUNJENOSTI KAMPOVA I HOTELA U 2021.GODINI.....	13
TABLICA 5: DOLASCI I NOĆENJA U KAMPOVIMA U 2021.GODINI	14
TABLICA 6: SWOT ANALIZA GLAMPING TURIZMA	23
TABLICA 7: U TABLICI SU PRIKAZANE CIJENE NOĆENJA U KAMPU ŠIMUNI, CIJENE SU PRIKAZANE U KUNAMA.....	33
TABLICA 8: U TABLICI SU PRIKAZANE CIJENE NOĆENJA U ŠATORIMA U KAMPU ARENA ONE 99 GLAMPING, CIJENE SU PRIKAZANE U KUNAMA.....	33

Grafikoni:

GRAF 1: RAZLIKE IZMEĐU OSTVARENIH NOĆENJA U 2020. I 2021. GODINI...	14
---	----