

Glamping kao dio turističke ponude u Republici Hrvatskoj

Sotinac, Antonella

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:276371>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišni
prijediplomski studij

ANTONELLA SOTINAC

Glamping kao dio turističke ponude u Republici Hrvatskoj
Glamping as part of the tourist offer in the Republic of Croatia

Završni rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišni
prijediplomski studij

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Glamping kao dio turističke ponude u Republici Hrvatskoj
Glamping as part of the tourist offer in the Republic of Croatia

Završni rad

Kolegij: **Menadžment kampova**

Student: **Antonella Sotinac**

Mentor: **Prof.dr.sc. Josipa Cvelić Bonifačić**

Matični broj: **22778/14**

Opatija, 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

**IZJAVA STUDENTA - AUTORA
O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG/DOKTORSKOG
RADA**

Antonella Sotinac
(ime i prezime studenta)

22778/14
(Matični broj studenta)

Glamping kao dio turističke ponude u Republici Hrvatskoj
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima Creative Commons licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

Opatija, 20.7.2023.

Student - autor:

(potpis)

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Metode istraživanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. KAMPING TURIZAM.....	3
2.1. Pojmovno određenje kamping turizma	3
2.2. Osnovna obilježja kampinga.....	4
2.3. Povijesni razvoj kamping turizma	7
2.4. Trendovi kamping turizma.....	10
3. SUVREMENI KAMPING TURIZAM – GLAMPING.....	12
3.1. Pojmovno određivanje glampinga	13
4. GLAMPING U HRVATSKOJ	17
4.1. Osnovna obilježja glampinga u Hrvatskoj.....	17
4.2. Povijesni razvoj glamping turizma	20
4.3. Glamping ponuda u Republici Hrvatskoj	21
4.3.1. Plitvice Holiday Resort	22
4.3.2. Kamp Lanterna, Poreč	23
4.3.3. Kamp Mon Perin, Bale	25
4.3.4. Glamping Čikat, Lošinj.....	26
4.3.5. Glamping Zaton	27
4.3.6. Glamping Resort Obonjan	28
4.3.7. Arena One 99 Glampingg, Medulin.....	29
5. KRITIČKI OSVRT NA GLAMPING PONUDU U REPUBLICI HRVATSKOJ	31
6. ISTRAŽIVANJE DOMAĆE POTRAŽNJE ZA GLAMPING USLUGAMA U HRVATSKOJ	33
7. ZAKLJUČAK.....	43
8. POPIS LITERATURE.....	45
9. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA.....	48

1. UVOD

U današnje vrijeme ljudi imaju sve veću potrebu za prirodom i životom u skladu s njom, a turizam baziran na prirodi postaje sve popularniji. Kamping turizam s godinama postaje sve popularniji u turističkoj ponudi diljem svijeta. Turisti se okreću kamping turizmu kako bi pobjegli od svakodnevice i vreve i uživali u blagodatima prirode i različitim aktivnostima koje su dostupne u svakom kampu. Kamping turizam godinama raste, unaprijeđuje svoju turističku ponudu i nastoji ponuditi usluge na najvišoj razini. Glamping može biti oblik smještaja u kampu a u Hrvatskoj predstavlja i novu vrstu kampova. Glamping kao spoj kampiranja i luksuznog okruženja postaje sve traženiji oblik smještaja te doprinosi razvoju kamping odnosno glamping usluge u Hrvatskoj. Glamping u Hrvatskoj i u svijetu predstavlja inovativnu pojavu na turističkom tržištu koja privlači mnoge posjetitelje koji žele iskusiti putovanje i odmor koji su u skladu s prirodom te ne žele smještaj u klasičnim smještajnim kapacitetima kao što su hoteli ili apartmani.

1.1. Predmet i cilj rada

U radu se obrađuje novi oblik smještaja u kampovima – glamping te glamping kao vrsta kampa te kao dio turističke ponude u Republici Hrvatskoj. Istražuju se i analiziraju izazovi, trendovi i problemi glampinga u poslovanju, kao i glamping ponuda u Republici Hrvatskoj. Za potrebe ovog rada izvršeno je istraživanje o glamping ponudi u Republici Hrvatskoj s ciljem analize potražnje i prepoznatljivost glamping turizma u Hrvatskoj.

1.2. Metode istraživanja

U ovom se radu koriste metoda analize i metoda sinteze kako bi se analizirali podaci. Također se koriste i metode indukcije i dedukcije, kao i metode klasifikacije i konkretizacije. U teorijskom dijelu rada se koriste sekundarni izvori podataka koji su pronađeni u stručnoj znanstvenoj literaturi kao što su knjige, članci i ostali relevantni izvori. U radu se također koriste i primarno prikupljeni podaci koji su rezultat istraživanja provedenog putem platforme Google obrasci.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od sedam poglavlja. Prvo poglavlje je uvod u kojem se navode predmet i cilj rada, metodologija koja je korištena te sadržaj i struktura rada. Drugi dio rada fokusira se na kamping turizam, definiciju kampinga i osnovna obilježja kampinga, a također i na povijesni razvoj kamping turizma i suvremene trendove u kamping turizma. U trećem poglavlju se obrađuje glamping turizam i njegova pojmovna definicija. Četvrto se poglavlje bavi glampingom u Hrvatskoj, njegovim osnovnim obilježjima u Hrvatskoj, povijesnom razvoju i glamping ponudom u Hrvatskoj. U petom poglavlju se daje kritički osvrt na glamping ponudu u Hrvatskoj. U šestom se poglavlju iznose rezultati istraživanja koje je analiziralo domaću potražnju za glamping uslugama u Hrvatskoj. Nakon toga slijedi zaključak, popis literature i popis slika, grafikona i tablica.

2. KAMPING TURIZAM

Kamping turizam popularna je vrsta turizma koji turisti biraju kako bi svoj odmor ili putovanje proveli u prirodi izvan uobičajenih smještajnih jedinica kao što su hoteli ili apartmani. U ovom će poglavlju kamping biti pojmovno određeno, kao i povijesni razvoj kamping turizma i suvremeni trendovi u kamping turizmu.

2.1. Pojmovno određenje kamping turizma

Postoji mnogo definicija kamping turizma. Kamping turizam predstavlja oblik smještaja i boravka turista u kampovima na posebno uređenom prostoru koji se nalazi u prirodi, s određenim zadovoljavajućim tehničkim uvjetima i uslugama koji nudi prirodno okruženje kao glavnu značajku i turističku atrakciju. Kampiranje kao pojam dolazi iz riječi “kamp” koja predstavlja prostor na kojemu se kampira. Kamp (eng. *camp site*) predstavlja vrstu ugostiteljskog objekta za smještaj u kojem se pruža usluga smještaja i koji je organiziran na otvorenom prostoru, to jest u prirodi¹.

Izvorno definirano, kampiranje kao vrsta turizma predstavlja slobodan oblik provođenja vremena u prirodi, u malim jedinicama poput šatora ili kamp kućice². Kampiranje u šatorima se smatralo jeftinijom opcijom smještaja, no s godinama se razvio i luksuzniji oblik šatora pod nazivom “glamping” za kojim se stvorilo sve veće zanimanje i potražnja, ponajviše od strane stranih turista, no nešto manje od domaćih. Kampiranje se prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi definira kao boravak turista na osnovnoj smještajnoj jedinici, to jest kampu, te uz to i korištenje pokretne opreme za kampiranje³. Kampiranje se također veže uz prijevoz automobilima, jer motorna vozila omogućuju turistima putovanje i prenošenje opreme koja je potrebna kako bi mogli boraviti u kampu⁴. Uz to, neki definiraju kamping kao

¹ Vukonić, B. i Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia

² Cambridge Dictionary (2023). Camping. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/camping>, 1.7.2023.

³ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 54/16, 68/19, 120/19.

⁴ Vukonić, B. i Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia

životni stil jer su kampisti slobodni ljudi koji boravkom u prirodi mogu otkrivati stalno nešto novo, baviti se raznim aktivnostima te imaju i slobodu mijenjanja destinacije tokom godišnjeg odmora⁵.

2.2. Osnovna obilježja kampinga

Kamp predstavlja smještajni objekt koji je uređen po određenim standardima i koji pruža usluge kampiranja i smještaja gostiju u specifičnom prostoru koji se nalazi u prirodi. Kamp treba sadržavati recepciju i barem jedan kolni ulaz ili izlaz⁶.

Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi vrste usluga koje kampovi pružaju su:

1. Kamp
2. Glamping
3. Kamp odmorište⁷.

Kaampovi su u hrvatskom zakonodavstvu također određeni i Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu. Kamp se definira kao objekt u kojem osoba koja iznajmljuje smještaj pruža usluge smještaja na otvorenom prostoru u određenim smještajnim jedinicama, što je definirano kao usluge kampiranja⁸. Uz to, kampovi su definirani i u Pravilniku o Upisniku obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava kao jedan od načina na koji OPG-ovi mogu pružati ugostiteljske usluge⁹.

Smještajne jedinice u kampovima se mogu raspodijeliti na smještajne jedinice koje se nalaze na otvorenom i one koje se nalaze u građevinama. Smještajne jedinice na otvorenom su:

⁵ Ibid.

⁶ Cvelić-Bonifačić J. (2011). KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma. Poreč: Kamping udruženje Hrvatske.

⁷ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 54/16, 68/19, 120/19.

⁸ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, NN 9/2016-241.

⁹ Pravilnik o Upisniku obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, NN 62/2019-1220.

1. Kamp mjesto koje predstavlja prostor koji može biti pojedinačan ili grupan i mora biti označen brojem ili nekom sličnom oznakom, a također treba biti uređen za kampiranje što znači da je s njega odstranjeno kamenje ili korijenje
2. Kamp parcela, koja ima iste karakteristike kao kamp mjesto no kamp parcela je ograđen prostor, dok kamp nije ograđen ili omeđen¹⁰. Kamp parcela se može promatrati kao “soba na otvorenome”, te najčešće posjeduje priključak na struju i vodu, a također može uključivati i priključke za plin, kanalizaciju, odvod, TV i internet. Zbog toga što su omeđene parcele su također najčešće i razdvojene putem živice. Veličina parcele ovisi o kategoriji kampa, no standardna veličina parcele iznosi oko 100 m²¹¹.

Smještajne jedinice u kampovima koje se nalaze u građevinama su soba, studio apartman ili apartman. Ove su građevine čvrsto ili montažno građene, te je ključno da nisu pokretne¹². Navedene građevine mogu biti visoke do dva kata te mogu imati različite oblike.

Tablica 1. Vrste kampova prema vrstama usluga

VRSTA	USLUGE	SMJEŠTAJNA JEDINICA
Kamp	<ul style="list-style-type: none"> • Smještaj • Prehrana i piće • Najam pokretne opreme za kampiranje • Sportske aktivnosti • Druge usluge iz turističke ponude 	<ul style="list-style-type: none"> • Osnovne smještajne jedinice (kamp mjesta i kamp parcele) • Građevine poput bungalova, paviljona i drugih • Od 2 do 5 * • Najmanje 10 osnovnih smještajnih jedinica • Može imati mobil-homeove i glamping kućice na 50% smještajnih jedinica

¹⁰ Ibid.

¹¹ Cvelić-Bonifačić J. (2011). KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma. Poreč: Kamping udruženje Hrvatske.

¹² Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 54/16, 68/19, 120/19.

Glamping	<ul style="list-style-type: none"> • Smještaj • Smještaj u građevinama • Prehrana i piće • Najam pokretne opreme za kampiranje • Sportske aktivnosti i rekreacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Osnovne smještajne jedinice (kamp mjesta i kamp parcele) • Građevine poput bungalova, paviljona i drugih • Najmanje 10 osnovnih smještajnih jedinica • Sve smještajne jedinice moraju imati glamping opremu (glamping šatore i glamping kućice s kupaonicom) • Od 4 do 5*
Kamp odmorište	<ul style="list-style-type: none"> • Mjesto za kampiranje 	<ul style="list-style-type: none"> • Smještajni objekt • Recepcija na poziv gosta

Izvor: Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 54/16, 68/19, 120/19. i Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 68/2019-1370.

Trenutno kamp je najpopularnija kategorija kao objekt za pružanje usluga smještaja, prehrane i pića, no osim toga kamp mora posjedovati i druge zajedničke sadržaje kao što su recepcija, sanitarni čvor, unutrašnji putevi (prometnice unutar kampa) , uređeni okoliš ,raznu opremu za sport i rekreaciju, izlete ili druge oblike razonode kako bi privukli turiste na potrošnju. Znači kamp iznajmljuje gostima kamp mjesta koja imaju određenu kamp opremu za kampiranje i smještaj. Od kamp opreme možemo spomenuti šatore, kamp-prikolice, bungalove, mobil-home ili kamp naselje ili auto domove.

Motivi dolaska gostiju u kamp su raznoliki. Neki turisti su u tranzitu, neki dolaze zbog odmora i zabave, a neki radi edukacijskih, vjerski ili zdravstvenih odnosno lječilišnih razloga.

Kampovi se također mogu kategorizirati prema broju zvjezdica koje označavaju koju razinu kvalitete koju zadovoljavaju: ¹³

kampovi označeni s 5 zvjezdica – ekskluzivni kampovi

kampovi označeni s 4 zvjezdica – prvoklasni kampovi

kampovi označeni s 3 zvjezdica – prosječni kampovi

kampovi označeni s 2 zvjezdica – kampovi dostatnog standarda.

Važno je spomenuti kako u Hrvatskoj glamping može imati dvije kategorije: četiri zvjezdice i pet zvjezdica¹⁴.

2.3. Povijesni razvoj kamping turizma

Poimanje kampinga kao turističkog pojma postoji već mnogi niz godina. Naime, kada su ljudi živjeli nomadskim životom u starom vijeku, kako bi se sklonili od vremenskih nepogoda, kiše ili vjetra, ljudi su gradili improvizirajuću vrstu šatora, no kasnije su takvu vrstu skloništa zamijenili sa špiljama. Kamping u obliku koji je poznat u današnjici se pojavljuje tek u 20. stoljeću. Mnogi su faktori utjecali na razvoj kampinga, a jedan od najvažnijih faktora bila je proizvodnja razne opreme za kampiranje i specijalnih vozila za kampiste, a glavna oprema za kampiranje je bio šator. S proizvodnjom kamp prikolica i ostale dodatne opreme koja je pružala veću udobnosti i opremljenosti, potražnja za kampiranjem je porasla¹⁵. Razvoj kampinga započeo je sredinom 80-tih godina u Velikoj Britaniji. Tada je kamping bio novina u turističkoj ponudi te je veliki broj ljudi kampirao iz zabave. Na početku pojave kampinga kao vrste turizma oprema koja se koristila bila je vrlo teška te ju je bilo teško prenositi s lokacije na lokaciju, a pogotovo na udaljenija mjesta.

¹³ Sladoljev, J. (2011). Praktični rječnik kamping pojmova : svi važniji podatci - od A do Z : marketing, proizvod, brendovi, certifikati, ekologija, tržište, potražnja, pravilnici, mjere. Poreč: Master studio.

¹⁴ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 54/16, 68/19, 120/19.

¹⁵ Sladoljev, J. (1998). Kamping turizam. Pula: C.A.S.H.

Iz tog su razloga Englezi više preferirali transportaciju opreme putem brodova koja se odvijala n rijeci Temzi. Iz tog je razloga ova rijeka postala jedna od sinonima za početak kampiranja¹⁶.

Prva faza kampinga u Europi prvotno je zvana i fazom elite. Početkom 19. i 20. stoljeća želja za boravkom u prirodi i upoznavanjem novih krajeva pojavila se u elitnim krugovima te je označena kao početak kampiranja za elitno društvo.

Britanac Thomas Hiram Holding smatra se utemeljiteljem modernog rekreacijskog kampiranja . Napisao je prvo izdanje Priručnika za kampere 1908. Harding je često koristio bicikl kao sredstvo prijevoza i prenošenja opreme, te je napisao knjigu *Cycle and Camp* (1898).¹⁷

Povijest kampiranja u Sjedinjenim Američkim Državama započela je u kasnom 19. stoljeću, točnije 1861. godine. Frederik William Gunn, upravitelj škole, vodio je grupu studenata na pješaćenje od Milforda do Long Island Sounda dugo 40 milja. Pješaćenje je trajalo dva dana nakon čega su studenti deset dana kampirali u prirodi te natrag ponovno pješaćili .¹⁸

1910 . godine osnovano je prvo Američko kamping udruženje - ACA (American camping.Association) koje je imalo naziv CDAA (Camp directors Association of America) nakon čega su već 1926. godine objavili prvi časopis pod nazivom „Camping“¹⁹

Prvi svjetski rat zaustavio je razvijanje kampinga kao turističkog oblika, no nakon završetka rata došlo je do ubrzanog masovnog otvaranja novih kampova i sličnih oblika turizma.

U Republici Hrvatskoj razvoj kampinga nedovoljno je napredovao zbog nedostatka socijalnog i državnog interesa. Prvi razvoj kampinga pojavio se sredinom prošlog stoljeća, no kampovi su u Hrvatskoj postojali i prije. Postojali su ali su bili manji i bili su smješteni u uvalama na otoku Rabu i Krku.

¹⁶ Gambaletta, D. (2019). Glamping kao dio turističke ponude, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

¹⁷ Britannica (2023). Camping. <https://www.britannica.com/topic/camping> , 02.05.2023.

¹⁸ Cvelić-Bonifačić J. (2011). KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma. Poreč: Kamping udruženje Hrvatske.

¹⁹ Ibid.

Prvi podatci koji su bili dostupni o kampingu u Republici Hrvatskoj sežu iz 1953. godine prema kojima je postojalo čak 18 kampova koji su bili registrirani s kapacitetom od 5.400 osoba , iste godine su ostvarili čak 186.000 noćenja .²⁰

Tu fazu pokrenulo je otvaranje novih kampova u atraktivnim uvalama i mjestima uz more, a prvi turisti su bili Česi i Nijemci. Najčešći vlasnici kampova su bile hotelske kompanije i lokalne turističke zajednice, a nekada su se kampovi otvarali i na inicijativu turista koji su imali snažan utjecaj na lokalnu zajednicu, te su oni i sami gradili te kampove. Od samih početaka pa do danas, kampiranje kao oblik turizma u Republici Hrvatskoj pokazuje velik rast u broju noćenja, te i u samim prihodima . Zbog toga su se mogućnosti smještaja i aktivnosti u kampovima širile iz godine u godinu prema porastu potražnje od strane turista, što je rezultiralo snažnim gospodarskim porastom na cijeli turizam u Hrvatskoj pa i na cjelokupno hrvatsko gospodarstvo. Gledajući kroz povijest kampinga pa do danas , za kamping možemo reći da je jedan od najvažnijih segmenata hrvatskog turizma. Kamping turizam u Hrvatskoj se kroz povijest veoma mijenjao, a u suvremenoj povijesti on predstavlja moderan način provođenja odmora. U Hrvatskoj suvremeni kamping može biti u premium resortima, može biti u obliku glampinga što predstavlja moderni trend i kojeg ima sve više u Hrvatskoj, te također može biti na različitim prirodnim lokacijama koje sve pružaju određenu turističku ponudu gostima. Kampovi u Hrvatskoj su i na kopnu i na moru, te ih je većina izrazito moderno uređena i pruža turistima izrazito bogatu ponudu, od prekrasnih lokacija do avanturističkih aktivnosti.

Posebnu važnost u povijesti Hrvatskog kampinga ima naturizam koji je započeo na otoku Rabu. 1936. godine rapske vlasti su dozvolile engleskom kralju i njegovoj supruzi, na području Kandarola , sunčanje i kupanje bez odjeće. Vrlo važno je spomenuti i mali nenastanjeni otok pokraj Vrsara zvani Koversada , koji je ugostio svoje prve nudiste, na preporuku vlasnika putničke agencije iz Münchena , „Miramare“ koja se ujedno bavila i nudističkim putovanjima. Na taj način je Koversada postala prvi komercijalni naturistički kamp otvorenog tipa.

Komercijalni kamping je imao vrlo skromne početke i bio je sinonim za jeftini turizam, tek pred kraj 20. stoljeća počeo je poprimati oblik turizma koji je bio namijenjen turistima malo više platežne moći. Današnji moderni kampisti biraju boravak u modernim kamperima, sofisticiranog

²⁰ Sladoljev, J. (1998). Kamping turizam. Pula: C.A.S.H., str 236

izgleda, luksuzne kamp kućice i kampove koji su opremljeni najmodernijom opremom te u čiju je infrastrukturu uloženo puno sredstava.

Ključno je poznavati povijest kampiranja kako bi se moglo razaznati odakle potječe tendencija za kampiranjem kao načinom putovanja i odmora te dijelom turističke ponude neke zemlje. Također je važno poznavati povijest kampiranja i iz razloga što je iz kampiranja nastao i glamping, koji se posebice može povezati s višom i plemenitaškom klasom u Europi u 19. i 20. stoljeću i načinima na koji je ona putovala.

2.4. Trendovi kamping turizma

Suvremeni turizam postaje životni stil pojedinaca. Trendovi nameću inovativnost što nam daje rezultat uspješnosti, kvalitete i razvitka kamping turizma. No za provođenje trendova vrlo bitno je poznavanje i primjena tih istih trendova kako bi se mogla implementirati neka nova menadžerska strategija koja bi pomogla pri razvitku kamping turizma. Stvaranjem strateških planova pridonijelo bi konkurentnosti na tržištu što smatramo nužnim za daljnji razvoj i napredak. Izazov za uspješnost i kvalitetu kamping turizma je inovativnost. Dva trenda u kamping turizmu koja su prepoznata su 7 RE-TREND i NEOCAMPING. 7 RE-TREND predstavlja trend kojim se žele vratiti izvorne vrijednosti kampinga, a NEOCAMPING se odnosi na implementiranje novih različitih i inovativnih proizvoda u ponudu kamping turizma.²¹

Karakteristike 7 RE-TREND trenda su:²²

- REJUVENATION – predstavlja pomlađivanje ponude kamping turizma, a uz to i pomlađivanje duha i tijela osoba koje kampiraju
- REGENERATION – predstavlja obnavljanje kamping usluga i uređaja, a također i obnavljanje duha i tijela

²¹ Cerović, Z. (2008). Animacija u turizmu. Opatija: , Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,

²² Cvelić Bonifačić J., Milohnić I. "Menadžment promjena kamping turizma" U: Gržinić J., Bevanda V. (2014.) Suvremeni trendovi u turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.

- REFAMILYSTATION – predstavlja sudjelovanje u kampiranju kao oblik povratka obitelji i stavlja se naglasak na osjećaj zajedništva u obitelji
- RECONNECTION – predstavlja kamping kao uspostavljanje kontakta s bliskim osobama i povezivanje s njima
- REDISCOVERING – stavlja naglasak na ponovno pronalaženje vrijednosti koje su značajne za kampiranje
- RETURN TO NATURE – odnosi se na ponovni povratak kampinga prirodi
- RETURN TO LUXURY – predstavlja vraćanje luksuznom načinu kampiranja što se odnosi na luksuzna i komforna putovanja bogatih ljudi po Europi u prošlosti

Iz navedenog je vidljivo kako suvremeni trendovi u kampiranju imaju veliki utjecaj na turističku ponudu kampiranja u svijetu a i u Hrvatskoj. Najznačajniji navedeni trend za ovaj rad je *return to luxury*, koji može objasniti pojavu glampinga i samu popularnost glampinga kao oblika turizma. Mnogo ljudi želi iskusiti kampiranje i obnoviti vrijednosti po kojima je kampiranje značajno, no ne žele to iskusiti na način koji to pruža tradicionalno kampiranje iz različitih razloga. Suvremeni ljudi preferiraju imati komfor, privatnost i luksuz²³ kao dio svojeg turističkog iskustva, a glamping pruža upravo to uz također pružanje i iskustva boravka u prirodi.

²³ Adamovich, V., Nadda, V., Kot, M. i ul Haque, A. (2021). Camping vs. Glamping Tourism: Provider's Perspective. *Jornal of Environmental Management and Tourism* 6(54), 1431-1441.

3. SUVREMENI KAMPING TURIZAM – GLAMPING

Kamping se prije smatrao jeftinim i najjednostavnijim načinom putovanja, smještajem usko vezan uz prirodu i boravak u šumi, no u današnje vrijeme to više nije tako. Razvojem novijih trendova na tržištu, kamping turizam razvio je novi inovativni oblik smještaja pod nazivom glamping²⁴. Spoj riječi „glamur“ i „kampiranje“ u riječi glamping otkriva kako je upravo ova vrsta kampiranja se podiglo na viši nivo te pružilo turistima luksuzniji dio ponude, odnosno glamur. Najčešće asocijacije uz riječ glamping su luksuz/glamur i udobnost, povezan s prirodom. Glamping je noviji trend koji se razvio u posljednjih 10 godina. Glamping se može definirati kao vrsta kampiranja koja je udobnija i luksuznija od tradicionalnog kampiranja, te spaja luksuz i prirodu, udobnost i poštovanje okoliša te pružanje ekskluzivnosti posjetiteljima²⁵. Glamping predstavlja luksuzniji oblik kampiranja koji je također smješten u posebno privlačnom prirodnom okruženju. Okarakteriziran je kvalitetom usluge i udobnošću, a također može uključivati i isprobavanje mnogih avanturističkih aktivnosti, bogatu gastronomsku ponudu i tako dalje²⁶

Mnoge države su uvele glamping u svoju ponudu kako bi privukle veći broj turista. U zadnjih nekoliko godina u Republici Hrvatskoj glamping ponuda se povećala, ali još uvijek ostaje mnogo prostora do sustizanja konkurencije iz drugih zemalja. Hrvatska je glamping kao oblik turizma također uredila putem Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi (NN 54/16, 68/19, 120/19).

Glamping smještajni kapaciteti mogu biti u obliku šatora, kamp kućica, kućica na drvetu i drugih oblika. Sličnost glampinga i kampinga je u boravku u prirodi, dok kao razliku možemo navesti smještajne jedinice jer smještajne jedinice u glampingu su puno prostranije i bolje opremljene. Tradicionalno kampiranje uključuje donošenje i postavljanje vlastitog šatora, a kod glampinga smještaj već postoji. Uz to, glamping smještajna jedinica je u jednom istraživanju uspoređena s hotelskom sobom, a mjesto za glamping s „outdoor“ hotelom gdje gosti uz vrhunski smještaj

²⁴ Vrtodušić Hrgović, A., Cvelić Bonifačić, J i Licul, I. (2020). Glamping-new outdoor accommodation. *Ekonomski misao i praksa* 2, 621-639.

²⁵ Andrey, C., Galera, H., Cabido, J., Wiskey, W. (2014). New trends in the outdoor hospitality industry. Valais: HES-SO Haute École spécialisée de Suisse occidentale Valais.

²⁶ Vrtodušić Hrgović, A., Cvelić Bonifačić, J i Licul, I. (2020). Glamping-new outdoor accommodation. *Ekonomski misao i praksa* 2, 621-639.

također mogu i doživjeti prirodne ljepote²⁷. Glamping kao takav pridaje veliku važnost očuvanju prirode pa se može smatrati i ekoturizmom u određenim okolnostima. Glamping smještaj često koristi obnovljive izvore energije, uzgajanje i korištenje domaće hrane te recikliranje. Glamping se može smatrati ekološko osviještenom turističkom ponudom, a korisnici takvih usluga u pravilu su ekološko osviješteni.

3.1. Pojmovno određivanje glampinga

U posljednjih nekoliko godina glamping postaje sve traženiji i s obzirom na veliku potražnju od strane turista glamping se s godinama razvijao. Gledajući na ponudu glampinga u Republici Hrvatskoj možemo reći da se još nije dovoljno razvio gledajući druge zemlje, jer mnogim domaćim turistima je glamping i dalje nepoznanica. Mnogi su autori u svojim radovima naveli različite definicije glampinga. U tablici 2. prikazani su navodi različitih autora o glampingu te ključne riječi koje su identificirane u definicijama.

Tablica 2. Definicije glamping turizma

DEFINICIJA	AUTOR	KLJUČNE RIJEČI
<i>„Glamping je luksuzni kamping smješten u izvanrednom prirodnom okruženju. Karakterizira ga komfor i visokokvalitetne usluge, koje uključuju mogućnost primjene avanturističkih aktivnosti, konzumaciju dobre hrane i ukusnih pića. Predstavlja</i>	Leci Sakačova, 2013.	luksuzni kamping, prirodno okruženje, komfor, visokokvalitetna usluga, avanturističke aktivnosti, dobra hrana, piće, ekološko okruženje

²⁷ Adamovich, V., Nadda, V., Kot, M. i ul Haque, A. (2021). Camping vs. Glamping Tourism: Provider's Perspective. *Jorunal of Environmental Management and Tourism* 6(54), 1431-1441.

<p><i>sredstvo bijega i odmora u ekološkom prijateljskom okruženju.</i> ²⁸</p>		
<p><i>„Glamping, kao trend neo – komfora, snažno karakterizira obilježje da se kamping vraća u fokus turizma u obliku suvremenog, luksuznog kampiranja: na tržištu ima ulogu novog turističkog šampiona i snažnog promotora inovativnog kamping turizma.</i> ²⁹</p>	<p>Cvelić Bonifačić & Milohnić, 2014.</p>	<p>neo-komfor, luksuzno kampiranje, turistički šampion, inovativni turizam</p>
<p><i>„Percipira se divotom kao savršena kombinacija prirode i luksuza, ali se isto kritizira zbog umanjenja autentičnih vrijednosti tradicionalnog kampiranja.</i> ³⁰</p>	<p>Ahn & Lee , 2015.</p>	<p>priroda i luksuz</p>
<p><i>„Nudi jedinstveno iskustvo života u luksuznom kampiranju, „glamurozni</i></p>		<p>jedinstveno iskustvo, luksuzno kampiranje, glamur, komfor</p>

²⁸ Leci Sakačova, L. (2013). Glamping – Nature served on silver platter. Master’s thesis. Aalborg University

²⁹ Cvelić Bonifačić J., Milohnić I. "Menadžment promjena kamping turizma" U: Gržinić J., Bevanda V. (2014.) Suvremeni trendovi u turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.

³⁰ Ahn, C, S. i Lee, M. S. W. (2015). Adventure Campers, Fairy Tale Glampers, and Authenticity, Tourism engagement. Proceedings of the 6th Advances in Tourism Marketing Conference on Tourism engagement: co-creating well-being, Joensuu, Finland, 8-10 September 2015, 12-17.

<i>dodir komfora i intime“ te apsolutno jedinstveno mjesto s mnogo detalja.</i> ³¹	Brochado & Pereira, 2017.	
<i>„Vrsta kampinga koji je mnogo ugodniji i luksuzniji od klasičnog kampinga.</i> ³²	Cambridge Dictionary, 2017.	ugodan, luksuzan
<i>„Neobična kombinacija ekstravagancije smještaja s kvalitetom od pet zvjezdica s mirom okruženja divljine prirode.</i> ³³	Guardian, 2017.	ekstravagantan, kvaliteta, priroda
<i>„Sinonim za luksuzni smještaj pretežito u šatorima, ali također uključuje brojne inovativne oblike smještaja, kao što su jurte, kućice na drvu i mobilne kućice.</i> ³⁴	Glamping.com, 2019.	luksuzni smještaj, šatori, jurte, kućice na drvu, mobilne kućice

Izvor: Vrtodušić Hrgović, A., Cvelić Bonifačić, J i Licul, I. (2020). Glamping-new outdoor accommodation. *Ekonomski misao i praksa* 2, 621-639.

³¹ Brochado, A. i Pereira, C. (2017) Comfortable Experiences in Nature Accommodation: Perceived Service Quality in Glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77-83.

³² Cambridge Dictionary (2023). Glamping. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/glamping>, 22.6.2023.

³³ The Guardian (2010). Carry on glamping: Europe's poshest, coolest camping experiences. <https://www.theguardian.com/travel/2010/may/15/glamping-camping-europe-yurt-tipi>, 22.5.2023.

³⁴ Glamping (2017). Glamping Types. <https://www.glamping.com/glamping-types/GlampingHub>, 22.6.2023.

Glamping se najčešće povezuje s luksuzom, udobnosti, visoko kvalitetnom uslugom, bijegom od užurbanog života, mirom, opuštanjem u prirodi, avanturističkim aktivnostima, eco-friendly, ekstravagancijom, trend neocomfortom, inovativnom vrstom smještaja, jedinstvenim iskustvom u prirodi i intimnosti³⁵. Ključne riječi koje se najviše ponavljaju u svim navedenim definicijama različitih autora su udobnost i luksuz. Glamping u obliku visokokvalitetnog kampinga i luksuznog odmora privlači sve veći interes i domaćih i stranih turista i prepoznat je kao inovativni turistički trend za kojim se pojavljuje sve veća potražnja u posljednjih nekoliko godina.

³⁵ Sommer, K. (2020) : Holidays at home - Camping and glamping as a part of domestic tourism: An overview and analysis of camping (and in particular luxury camping) as an alternative form of domestic tourism in the time of the coronavirus, IUBH Discussion Papers - Tourismus & Hospitality, No. 6/2020, IUBH Internationale Hochschule, Bad Honnef.

4. GLAMPING U HRVATSKOJ

Glamping predstavlja novi trend u cijelom svijetu, pa tako i u hrvatskom turizmu. U Hrvatskoj postoji izrazito bogata turistička ponuda što se tiče prirodnih ljepota, te se u novije vrijeme na različitim lokacijama grade glamping smještajni objekti koji pružaju i osjećaj luksuza i mogućnost boravka u prirodi. U ovom se poglavlju razmatraju osnovna obilježja glampinga u Hrvatskoj, povijesni razvoj glamping turizma i glamping ponuda u Hrvatskoj.

4.1. Osnovna obilježja glampinga u Hrvatskoj

Glamping kao oblik smještaja u turističkoj ponudi u Hrvatskoj još je uvijek nedovoljno razvijen. No, i dalje postoje različiti oblici glampinga koji su smješteni na raznim lokacijama diljem Hrvatske, od malih luksuznih šatora koji su kvalitetnije uređeni od raznih apartmana u hotelima do slabije opremljenih šatora koji se nalaze na turistički veoma atraktivnim lokacijama³⁶.

Slika 1. Izgled glamping šatora



³⁶ Camping.hr (2023). Glamping-luksuz za dušu. <https://www.camping.hr/hr/glamping-u-hrvatskoj> (20.6.2023.)

Izvor: Yacht Croatia (2022). Glamping renesansa u Hrvatskoj i Sloveniji.

<https://www.yachtscroatia.hr/glamping/> , 03.05.2023.

U usporedbi s klasičnim kampiranjem, ovakva vrsta luksuznog odmora je postala sve privlačnija turistima i javlja se sve veći interes za ovakvim luksuznim odmorom u prirodi. Novi trendovi redizajniraju klasičnu turističku ponudu kampinga transformirajući ga u inovativan i moderan smještaj opremljen vrhunskim kamping uslugama, čime se ostvaruje turistička simbioza kamping turizma i luksuznog odmora.

U Republici Hrvatskoj glamping je uređen Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz kategorije kampova³⁷ i Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu.³⁸ U Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz kategorije kampova glamping je naveden kao objekt iz skupine Kampovi³⁹. Glamping objekti u Hrvatskoj moraju imati zajedničke sadržaje, a također i kamp parcele. Zajednički sadržaji su recepcija, prometnice unutar objekta, sanitarni čvor, objekti koji gostima pružaju usluge jela i pića, prostorije koje služe za sportske i druge aktivnosti, druge prostore koje služe kao turistička ponuda i uređeni prirodni okoliš. Prostorije u kojima se nalaze zajednički sadržaji u glamping objektima ne smiju biti kontejnerskog tipa, a 70% od ukupnog kapaciteta glamping objekta mora biti namijenjeno smještaju gostiju. Uz to, propisano je kako na svim kamp parcelama mora biti postavljena odgovarajuća oprema u smislu glamping šatora i glamping kućica, te svaki od njih mora imati vlastitu kupaonicu⁴⁰.

Kampovi i glamping objekti moraju imati iste zajedničke sadržaje, a također oboje moraju imati minimalno 10 osnovnih smještajnih jedinica koje mogu biti i kamp parcele i nalaziti se u građevinama. Kamp također mora imati 70% prostora namijenjenog za smještaj posjetitelja, no dodatno je propisano kako maksimalno 40% smještajnih jedinica može biti u obliku mobil-

³⁷ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 54/16, 68/19, 120/19.

³⁸ Ibid.

³⁹ Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 68/2019-1370.

⁴⁰ Ibid.

homeova ili glamping kućica⁴¹. Iz Pravilnika je vidljivo kako kamp može imati glamping kućice kao smještajne jedinice, no također je definiran i glamping kao objekt u skupini Kampova. Glamping je definiran kao zasebni objekt, iako i kamp kao objekt i glamping kao objekt imaju veoma slične uvjete koji su propisani Pravilnikom. No, ključna razlika je da u glamping objektima na svakoj parceli mora biti postavljena smještajna jedinica koja je namijenjena isključivo za glamping kao oblik u smislu šatora ili kućice sa svojom kupaonicom.

Što se kategorizacije glamping smještajnih objekata tiče oni mogu imati 4 ili 5 zvjezdica, a na to utječu razni čimbenici poput ekološke osviještenosti i raznolikih aktivnosti koje glamping objekt pruža gostima. Ploča za označavanje i kategorizaciju glamping smještajnog objekta izložena je na ulazu u kamp i mora biti na vidljivom mjestu (slika 2.) .

Slika 2. Ploča za označavanje vrste i kategorije glamping smještajnog objekta



Izvor: Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 68/2019-1370.

⁴¹ Ibid.

U Hrvatskoj su u razdoblju od 2013. do 2019. godine smještajni kapaciteti kampova porasli za oko 13 000 kreveta, te je u 2019. godini zabilježeno 252 000 kreveta u kategoriji Kampovi. 2020. godine zbog pandemije korona virusa ponuda u kategoriji Kampovi nije rasla, no 2021. godine se dogodio blagi porast te je ponuda narasla za dodatnih 1 200 kreveta⁴². Ključno je napomenuti kako u posljednjem razdoblju nije ostvaren značajan porast što se tiče broja smještajnih kapaciteta u kategoriji Kampovi u Hrvatskoj, no postignuto je značajno poboljšanje i povećanje turističke ponude u smislu sadržaja i aktivnosti koje se pružaju posjetiteljima. U to se također mogu svrstati i glamping kapaciteti. 2019. godine ostvareno je 2,8 milijuna dolazaka i 18,6 milijuna noćenja u hrvatskim kampovima. 2020. godine navedene su se brojke smanjile te je postignuto 46% pretpandemijskih noćenja, no 2021. godine situacija se popravila te se uspjelo ostvariti gotovo jednako noćenja u kampovima kao i u pretpandemijskom razdoblju⁴³.

4.2. Povijesni razvoj glamping turizma

Počeci glamping turizma sežu daleko u prošlost, još dok su Osmanlije za vrijeme svoje vladavine posjedovali šatore u kojima su bili smješteni sultani. Ti su šatori bili konstruirani od skupih materijala, posebice od svilenih tkanina, izvezenih tkanina, tepiha i skupog namještaja⁴⁴. Ti šatori su bili napravljeni od vrlo skupih materijala, što se u to vrijeme smatralo i luksuzom.

Zatim prvi zabilježeni primjer luksuznog boravka u prirodi, u luksuzno uređenom šatoru je zabilježen u 16. stoljeću. Tada je grof Atholl iz Škotske pripremio kralju Jamesu V. i njegovoj majci zadivljujuće iskustvo boravka u prirodi, u raskošnom šatoru koji je uredio s ukrasima iz svoje vlastite palače.⁴⁵

⁴² Hrvatska turistička zajednica (2022). Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022.

<https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf>

⁴³ Hrvatska turistička zajednica (2022). Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022.

<https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf>

⁴⁴ Barebones, O. I. (2013). History of the glamping movement. <https://blog.glamping.com/history-of-the-glamping-movement>, 22.6.2023.

⁴⁵ Tents Xpert (2020). Glamping meaning and its origin & trends. <https://www.tentsxpert.com/blog/glamping-origin-and-trends.html>, 05.05.2023.

Povijesno najekstravagantniji primjer glamuroznih šatora se pojavio početkom 16. stoljeća na svečanosti za potrebu diplomatskog sastanka između francuskog i engleskog kralja tzv. Polje zlatnog platna. Raskošna svečanost koja je održana na polju dobila je ime „Polje zlatnog platna“ zbog ogromne količine upotrijebljene tkanine koja je bila protkana zlatnim nitima, izrađena od svile i zbog fontana kojima je teklo crveno vino. Na polje su postavili veliki broj šatora , te čak i raskošnu palaču koja je bila veličine 10.000 kvadratnih metara, te su izgradili i kapelu u kojoj se održavala Sveta Misa.⁴⁶

Sljedeći primjer glampinga je afrički safari, koji je 90-ih godina bio vrlo popularan među Britancima i Amerikancima. Britanci i Amerikanci su u svojim putovanjima željeli i komfor i luksuz te su imali izrazito visoka očekivanja tako da običan smještaj u safariju nije dolazio u obzir. Izradom luksuznim šatora zadovoljili su sve njihove potrebe i ispunila sva njihova očekivanja, te su samim time Britanci i Amerikanci tada postali glamperi što im se izuzetno svidjelo.⁴⁷

U značenju današnjice, suvremeni glamping se pojavio prvi puta 2005. godine u Velikom Britaniji odakle je također i započela cijela ideja takve vrste putovanja. Glamping trend je započeo s rasprostriranjem raznih glazbenih festivala. Prije nego je započeo glamping, uobičajeno je bilo da se na festivalima okuplja većinom mlađa populacija, no kako se ponuda smještaja unaprijedila , te otkako su obične šatore zamijenili s onima malo bolje opremljenim i uređenim smještajem, pojavila se potražnja i ljudi srednje dobi što je vlasnicima takve vrste kampova pružilo mogućnost za veću zaradu.

4.3. Glamping ponuda u Republici Hrvatskoj

Glamping ponuda u Republici Hrvatskoj je i dalje zauzima mjesto noviteta u turističkoj ponudi i trenutno je nešto manje razvijena nego u drugim zemljama, no intenzivno rade na tome da u skladu s trendovima unaprijede i prošire ponudu pa se tako iz godine u godinu ponuda povećava.

⁴⁶Povijest (2020). Ekstravagantan susret francuskog i engleskog kralja na polju zlatne tkanine. <https://povijest.hr/nadanasnjidan/ekstravagantan-susret-francuskog-i-engleskog-kralja-na-polju-zlatne-tkanine-1520/>, 05.05.2023.

⁴⁷ Leci Sakačova, L. (2013). Glamping – Nature served on silver platter. Master's thesis. Aalborg University.

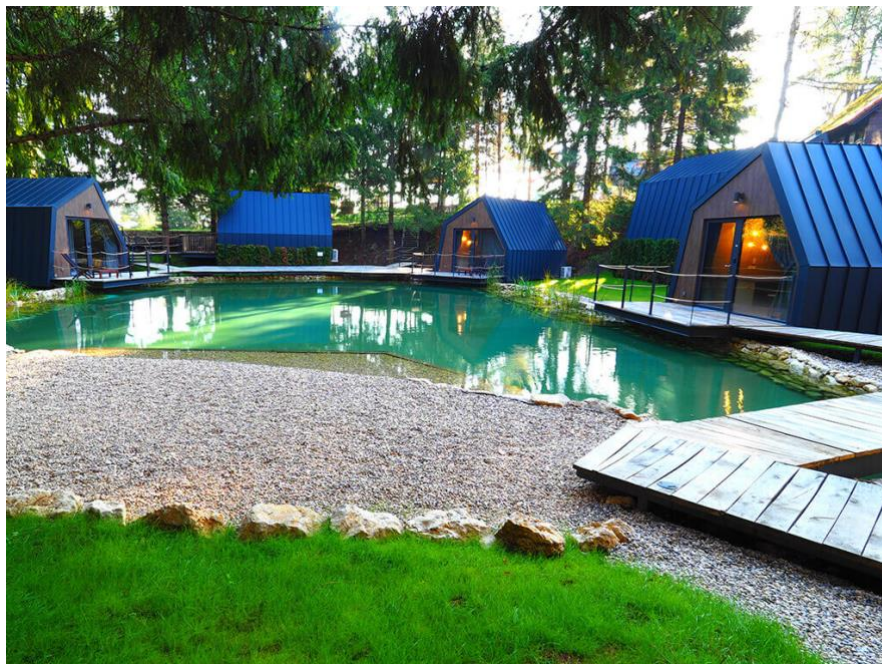
Gledajući na trenutno stanje ponude, količina aranžmana i glamperskih ponuda svakako nije zanemariva. Najčešće se susrećemo s glampingom kao dijelom ponude unutar nekog kampa u kojemu je samo jedan dio predodređen za to, gdje je kvaliteta smještaja i usluge na zavidnoj razini. U Hrvatskoj bez obzira na manju ponudu, postoje raznolike lokacije takve vrste kampova. Oni su smješteni uz more, jezera, rijeke, parkovima prirode, šumama, planinama, svim mogućim prirodnim bogatstvima koje Hrvatska nudi. Smještaj u glamping resortima ili kampovima varira od luksuznijih s 5 zvjezdica pa do onih manje luksuznih. Istražujući glamping ponudu u Republici Hrvatskoj spomenut ćemo nekoliko njih koji se ističu prema stranici [camping.hr](https://www.camping.hr), koji uz raznolik eksterijer prirodnog bogatstva, posjeduju i zamaman interijer što ćemo vidjeti i u daljnjem tekstu.

4.3.1. Plitvice Holiday Resort

Najzelenija glamping oaza, smještena na samom ulazu u Nacionalni park Plitvička jezera, te se smatra jednom od vodećih glamperskih lokacija u Republici Hrvatskoj. Vrlo atraktivna destinacija tokom cijele godine, a posebice je nezaobilazna stanica tijekom ljetnih mjeseci na putu do mora ili pri povratku s godišnjeg odmora. Ljudi sa svih strana svijeta dolaze tijekom cijele godine zbog prirodnih ljepota, boravka u prirodi i brojnih zabavnih atrakcija koje resort nudi. 1968. godine su imali svoje prve goste. Plitvice Holiday Resort ima ukupnu površinu od 50.000 četvornih metara i ima smještaj za kampiranje, 22 udobne sobe, 1 luksuzni apartman, 14 mobilnih kućica, 6 indijanskih šatora, kao i 9 kućica uz jezero i 5 kućica na drvetu. Za goste su na raspolaganju i restorani, wellness centar, recepcija, mjenjačnica, bankomati i trgovine. Ovaj je glamping objekt smješten na jednoj od najpoznatijih turističkih i prirodnih atrakcija u Hrvatskoj, te zato predstavlja izrazito vrijednu turističku ponudu što se tiče glampinga. Plitvice Holiday Resort u svojoj ponudi ima glamping kućice koje se nalaze u krošnjama drveća te kućice uz jezero, što pruža izrazito poseban doživljaj posjetiteljima koji iz prve ruke mogu uživati u prirodi⁴⁸. U ponudi ovog glamping objekta su također i otvoreni bazen, otvoreni grijani bazen, kapaciteti za wellness, animacije za djecu i za odrasle te različite sportske aktivnosti.

⁴⁸ Camping.hr (2023). Plitvice Holiday Resort. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/plitvice-holiday-resort>, 22.5.2023.

Slika 3. Plitvice Holiday Resort



Izvor : AdriaCamps (2023). Plitvice Holiday Resort.

<https://adriacamps.com/en/campsite/camping-turist-grabovac/> , 03.05.2023.

4.3.2. Kamp Lanterna, Poreč

Lanterna Premium Camping smješten je u Poreču i sastoji se od 7 tematskih naselja posebno dizajniranih za glamping, uključujući: Maro Premium Village, Punto Blu Premium Village, Marbella Premium Village, Istrian Village, Dog Premium Village, Premium Village Marin i Mediterranean Village⁴⁹. Podijeljenost na različita glamping naselja od kojih svako ima vlastitu ponudu no jednako su luksuzno opremljeni ima iznimno veliki potencijal za privlačenje različitih vrsta turista, od onih s djecom do onih koji žele vrijeme provesti na plaži ili s vrhunskim pogledom iz svoje glamping kućice. Maro Premium Village obiluje dječjim sadržajima, posebno namijenjenim obiteljima s djecom. I djeca i odrasli mogu se zabaviti u vodenom parku s bazenima

⁴⁹ Camping.hr (2023). Lanterna. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna> 22.6.2023.

i cvodenim atrakcijama te brojnim dječjim igralištima. Ovo turističko naselje nudi šatore u Maro Premium Family Camping Homes, Maro Premium Camping Homes i Maro Premium Glamping. Punto Blu Premium Village, samodostatno električno naselje, nalazi se na brežuljku iznad Tarske vale i može primiti dvije odrasle osobe i jedno dijete. Ovo je novo naselje s 30 visokokvalitetnih kampova s pogledom na uvalu Mirna i na more. Marbella Premium Village, smješteno uz šljunčanu plažu, naselje je od tridesetak modernih kampova koji mogu primiti četiri do šest odraslih osoba i dvoje djece. Istrian Village je "gradić" čije kućice imaju tradicionalni istarski šarm, oduševljava sve posjetitelje. Svaka kamp kućica je posebno tradicionalno uređena. Također u mjestu se nalazi i obiteljski vodeni park Aquamar Lanterna, a kao savršeni izbor za odmor s kućnim ljubimcima tu je Happy Dog Premium Village. Marine Premium Village nudi kućice za kampiranje za četiri ili šest osoba, plus dvoje djece. Uređene su u morskome stilu koje nude udobnost i velikom terasom. Posljednje utočište je Mediterranean Garden Premium Village, koji nudi šatore okružene aromatičnim biljem poput lavande i ružmarina, time gostima jamče privatnost, udobnost, uz prostranu terasu. Lanterna Premium Camping Resort posebna je zbog različitih sadržaja koje svako glamping „naselje“ nudi posjetiteljima, što čini vrhunsku turističku ponudu i omogućuje da svaki gost pronađe nešto za sebe.

Slika 4. Kamp Lanterna, Poreč



Izvor: Camping.hr (2023). Lanterna. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna>, 03.05.2023.

4.3.3. Kamp Mon Perin, Bale

U samom srcu zelenila Istre, u malom srednjovjekovnom gradiću Bale , nalazi se kamp Mon Perin. U neposrednom kontaktu s prirodom nude 11 smjetajnih jedinica, od čega su 6 camping ville. Uz atraktivne animacijske programe nudi i sportsko rekreativni sadržaj, kino na otvorenom, roštilj te zabavna događanja za najmlađe. Kamp ima i vlastiti vrt u kojem možete pronaći svježe voće i povrće. U gradiću Bale i okolici , otkriveni su mnogi kulturno-povijesni spomenici, a vezani su uz ostatke fosila dinosaura pronađene na morskom dnu zaljeva Colone, a područje Bala uvršteno je u Svjetski registar paleontoloških nalazišta. Kamp Mon Perin specifičan je i turistički atraktivan zbog svojeg smještaja u povijesnom gradiću Bale koji gosti mogu istraživati u svoje slobodno vrijeme, a također pruža i mnoge druge aktivnosti u kojima posjetitelji mogu uživati u slobodno vrijeme⁵⁰. Kamp Mon Perin također uključuje kamperske vile koje imaju svoje privatno dvorište površine 300 m², a također i luksuzne vile koje imaju vlastiti vrt i bazen.

Slika 5. Kamp Mon Perin , Bale



⁵⁰ Camping.hr (2023). Mon Perin. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/mon-perin>, 04.05.2023.

Izvor : Camping.hr (2023). Mon Perin. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/mon-perin>,
04.05.2023.

4.3.4. Glamping Čikat, Lošinj

Na jednoj od najatraktivnijih lokacija na Lošinju, u sjeni stoljetne park šume Čikat, nalazi se kamp koji posjeduje glamping šatore samo nekoliko koraka od mora. Suvremenog dizajna, prostranog i udobnog rasporeda koji u kampiranje unosi dašak luksuza. U glamčping objektu Čikat postoje tri vrste šatora za glamping: Glamping Family Premium šator, Glamping Premium šator i Glamping Couple šator za dvoje. Glamping Čikat omogućuje posjetiteljima lokaciju koja je na samoj morskoj obali, a glamping šatori su napravljeni tako da svaki posjetitelj može odabrati onaj koji njemu i osobama s kojima provodi odmor najviše odgovara.

Slika 6. Glamping Čikat, Lošinj



Izvor : Kamp Čikat (2023). Glamping premium tent. https://www.camp-cikat.com/EasyEdit/UserFiles/PageImages/glamping-premium-tent-in-campsite-cikat/glamping-premium-tent-in-campsite-cikat-637915915892318250_1168_832.jpeg , 04.04.2023.

4.3.5. Glamping Zaton

U mediteranskom zelenilu, u Zatonu, nalaze se savršeno uklopljeni luksuzni glamping šatori koji posjetiteljima pružaju luksuzno iskustvo, boravak u prirodi i intimnost koju pruža kampiranje. Uređen do posljednjih detalja, opremljeni raskošnom opremom, namještajem koji podsjeća na safari, lokacija koja pruža maksimalnu privatnost. Ovi glamping šatori su izvrstan odabir za sve one koji su u potrazi za glamurnoznim kampiranjem. Ovaj kamp posjeduje ukupno 30 "Safari Lodge" glamping šatora s Tv-om, plinskim kuhalom, hladnjakom, aparatom za kavu, mikrovalnom pećnicom, te ostalim osobnim potrepštinama⁵¹.

Slika 7. Glamping Zaton



⁵¹ Hrvatska.net (2023). Glamping Zaton. https://www.hrvatska.net/resize2/glamping-zaton-holiday-resort-22-06_p6701.jpg 22.6.2023.

Izvor: Hrvatska.net (2023). Glamping Zaton. https://www.hrvaska.net/resize2/glamping-zaton-holiday-resort-22-06_p6701.jpg , 04.05.2023.

4.3.6. Glamping Resort Obonjan

Na nenaseljenom otoku u šibenskom arhipelagu nalazi se predivni glamping resort s luksuznim šatorima. Ovaj otok je samo za odrasle i možete ga doživjeti bez neželjenih smetnji. Savršen je za svakoga tko traži opuštajući odmor daleko od gužve, užurbanosti i vreve života. Nema automobila, samo prekrasna priroda, more i potpuni odmor. U ponudi su prekrasne eco-friendly kućice i bungalovi smješteni među borovom šumom. Svaka smještajna jedinica opremljena je sa svim akomodacijama koje su gostima potrebne tijekom odmora, a također pruža i izniman pogled na more. U ponudi postoje tri vrste smještaja - Sun Lodges, Forest Lodges i Bell Tents, dizajnirani u skladu s prirodom, od materijala do boja. Interijer su pažljivo osmislili kako bi ovaj boravak u prirodi bio pravo utočište za dušu i tijelo. Ovaj glamping resort posjetiteljima pruža uzbudljivo iskustvo bivanja na nenaseljenom otoku uz luksuzno iskustvo glamping smještajnih jedinica⁵².

Slika 8. Glamping Resort Obonjan

⁵² Obonjan (2023). <https://obonjan.hr/hr/> 22.6.2023.



Izvor : Obonjan (2023). <https://obonjan.hr/wp-content/uploads/2023/04/1R2A7363-HDR.jpg> ,
04.04.2023.

4.3.7. Arena One 99 Glamping, Medulin

Arena One 99 Glamping smješten je u Medulinu te predstavlja jedini kamp u cijeloj Hrvatskoj koji u svojoj ponudi ima samo glamping. Ovaj glamping resort je također i prvi potpuno glamping oblik smještaja u Hrvatskoj. Kamp je smješten na plaži Pomer. U ponudi Arene One 99 ima nekoliko različitih vrsta glamping šatora: Mini Lodge, Lodge šator s dvije spavaće sobe, šator s dvije spavaće sobe, Premium Lodge šator s dvije spavaće sobe, Safari šator s dvije spavaće sobe, Premium safari šator i lodge s dvije spavaće sobe, Premium safari šator s tri spavaće sobe i Adriatic suite⁵³. Svi glamping šatori također imaju WiFi, klimatski uređaj, vlastitu kupaonicu, kuhinju i hladnjak, otvoren prostor oko šatora koji je pod nadzorom od strane osoblja glamping objekta, a u ponudi su također i električni punjači za električne automobile. Arena One 99 svoju turističku ponudu fokusira na wellness i kreativnost, te nude radionice yoge, izrade keramike i gong kupki a također i spa centar. Ovaj glamping resort je fokusiran na ekološku osviještenost i povratak ljudima

⁵³ Arena Glamping (2023). <https://www.arenaglamping.com/en/tents> 22.6.2023.

prirodi, a također pruža mogućnost odmora u skladu s prirodom obiteljima, parovima, samcima i tako dalje.

Slika 9. Arena One 99 Glamping



Izvor: Trip Advisor (2023). Arena One 99 Glamping-Pomer Istria.

https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g4559875-d4819367-Reviews-Arena_One_99_Glamping-Pomer_Istria.html , 22.6.2023.

Vidljivo je da je glamping ponuda Hrvatske veoma bogata i da su glamping resorti smješteni na luksuznim lokacijama poput nenaseljenih otoka, istarskih gradića ili stoljetne šume na Lošinju. Također, svi su glamping objekti izrazito luksuzno opremljeni, te ih većina u sklopu smještajnih jedinica ima bazene, kuhinje i druge potrepštine, a svi u svojoj ponudi imaju različite aktivnosti u kojima gosti mogu sudjelovati. Može se zaključiti kako u Hrvatskoj postoji mala, no vrlo luksuzna i dobro osmišljena glamping turistička ponuda.

5. KRITIČKI OSVRT NA GLAMPING PONUDU U REPUBLICI HRVATSKOJ

Turizam se u Hrvatskoj bazira većinom na odmorišnom turizmu. S obzirom da se kroz godine trendovi mijenjaju, tako se mijenja i potražnja prema kojoj je potrebno izmijeniti ili unaprijediti postojeću ponudu kako bi bili u skladu s trendovima na tržištu, te kako bi turistima pružili nešto novo i time ih privukli na naše tržište. Tako posljednjih nekoliko godina vrlo popularan oblik turizma u svijetu je glamping⁵⁴. Glamping se karakterizira luksuznim oblikom kampiranja koji je u Hrvatskoj prepoznat kao veliki potencijal zbog prirodnih blagodati koje naša država pruža, prekrasne prirode, kristalno čistoga mora i mnogobrojnih prirodnih atrakcija.

Glamping ponuda u Hrvatskoj je zaista šarolika, počevši od luksuzno uređenih mobilnih kućica pa sve do luksuzno uređenih šatora. Razlika između drugih Europskih glamping resorta i Hrvatskih je ta što je u Hrvatskoj većinom glamping resort smješten unutar nekog kampa, te s time glamping ponuda pada u drugi plan, a mala je ponuda isključivo glamping resorta, dok u drugim zemljama postoji velika ponuda isključivo samo glamping resorta. Naime, u Hrvatskoj je samo Arena One 99 objekt koji je isključivo posvećen glampingu, a ostali se glamping resorti nalaze unutar kampova. Može se predviđati kako će potražnja za glampingom u Hrvatskoj rasti iz različitih razloga. Jedan od njih jesu motivi dolaska turista prema vrsti smještaja koji su analizirani u Tomas istraživanju 2019. godine⁵⁵. Kao glavni motivi za smještaj u kampovima navedeni su more i priroda, a iz prijašnjih je navoda vidljivo kako je većina glamping objekata u Hrvatskoj smještena ili na moru ili na prirodno atraktivnoj lokaciji. Ljudi koji posjećuju kampove također su fokusirani na plivanje i kupanje kao glavne aktivnosti u kojima žele sudjelovati, a također su usmjereni i na druge sportske aktivnosti poput joginga i trčanja⁵⁶. Glamping kapaciteti u Hrvatskoj fokusirani

⁵⁴ Milohnić, I., Cvelić Bonifačić, J. i Licul, I. (2019). Transformation of camping into glamping-trends and perspectives. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 457-473.

⁵⁵ Institut za turizam (2020). *Tomas Hrvatska 2019*. Zagreb: Institut za turizam.

⁵⁶ Ibid.

su na wellness te su smješteni u prirodi i na morskoj obali te turisti svoje potrebe i želje mogu zadovoljiti u takvim kapacitetima.

Tablica 3. SWOT analiza glamping ponude u Republici Hrvatskoj

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Spoj kampinga, prirode i luksuza • Boravak u prirodi • Jedinstveni doživljaj • Promoviranje prirodnih atrakcija • Bijeg od užurbanog načina života • Luksuzno uređene smještajne jedinice • Novo iskustvo • Novi oblik turizma 	<ul style="list-style-type: none"> • Mala ponuda glamping resorta • Nedovoljno promocije glamping ponude • Neinformiranost domaćih turista o glampingu
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje hrvatskog turizma • Prepoznavanje manje popularnih prirodnih bogatstava Republike Hrvatske od strane turista • Razvoj nerazvijenih dijelova Hrvatske • Razvoj veće glamping ponude 	<ul style="list-style-type: none"> • Visoke cijene za turiste s nižom platežnom moći • Vremenske neprilike • Sezonalnost • Rizik visokog ulaganja • Globalne prijetnje poput rata, klimatskih promjena i pada standarda

Izvor : Vlastita izrada

Na temelju SWOT analize, uzevši u obzir sve gore navedeno, Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj glamping ponude u Hrvatskoj, brojne snage i prilike za razvoj, no isto tako posjeduje i slabosti i prijetnje s kojima se mora boriti prilikom razvitka glamping turizma jer potražnja za glamping ponudom u Hrvatskoj postoji i ona raste iz godine u godinu sve više, u skladu s

trendovima u turizmu. Uz nadopunu raznih atrakcija i manifestacija, te novih smještajnim jedinicama u novim resortima, može se puno postići u razvoju glamping ponude u Hrvatskoj⁵⁷

6. ISTRAŽIVANJE DOMAĆE POTRAŽNJE ZA GLAMPING USLUGAMA U HRVATSKOJ

U petom poglavlju ovog rada analiziraju se rezultati istraživanja provedenog među domaćim turistima u cilju istraživanja potražnje za glamping uslugama u Hrvatskoj. Anketni upitnik izrađen je putem platforme Google obrasci, te je anketa objavljena putem kanala društvene mreže Facebook i aplikacije Whats app . Anketa je u anonimna korištena isključivo u svrhu ovog rada. Sastojala se od 9 zatvorenih pitanja demografskog tipa i prikupljanja podataka o poznavanju glampinga kao grane turizma, te glamping resorta u Republici Hrvatskoj. Anketu je ispunilo 106 ispitanika od kojih smo dobili uvid u potrebne informacije za analizu glamping ponude u Republici Hrvatskoj. U nastavku se analiziraju dobiveni rezultati.

5.1. Sociodemografski podaci

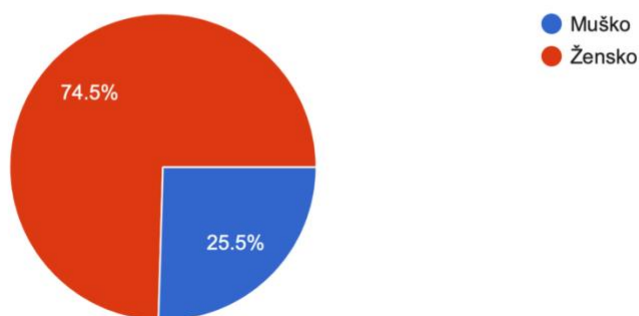
Grafikon 1 prikazuje podatke o spolu ispitanika u istraživanju.

Grafikon 1. Spol ispitanika

⁵⁷ Hrvatska turistička zajednica (2022). Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022.
<https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf>

1. Spol

106 responses



Izvor: vlastita izrada

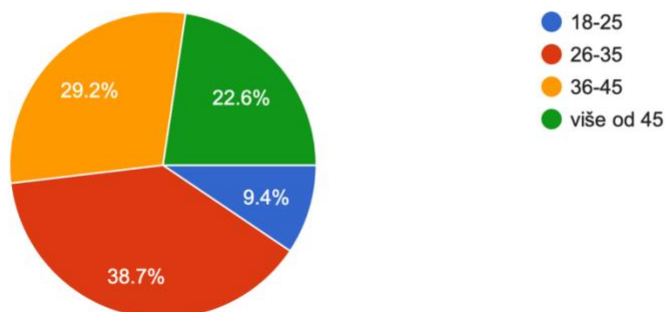
U istraživanju je ukupno sudjelovalo 106 ispitanika. U istraživanju je sudjelovalo 74,5% žena i 25,5% muškaraca, iz čega se može zaključiti kako su žene zainteresiranije za inovativne i suvremene oblike smještaja kao što je glamping.

U grafikonu 2. prikazana je dob ispitanika u istraživanju.

Grafikon 2. Dob ispitanika

2. Dob

106 responses



Izvor: vlastita izrada

U istraživanju je sudjelovalo najviše ispitanika u dobi od 26-35, a zatim u dobi od 36-45 godina (29,2%). Iz navedenog se može zaključiti kako su mlađe osobe koje su završile studiranje i koje su najvjerojatnije zaposlene najviše zainteresirane za glamping kao oblik smještaja. To predstavlja vrijednu informaciju za voditelje glamping resorta i za marketing glampinga hrvatskim posjetiteljima, jer se tada ponuda koju glamping pruža može prilagoditi navedenoj dobnoj skupini.

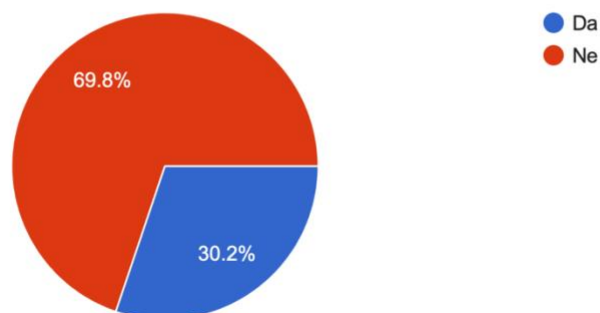
5.2. Mišljenja i iskustva s glampingom u Hrvatskoj

Na grafikonu 3. prikazani su odgovori na pitanje „Jeste li ikada posjetili neki od glamping resorta u Hrvatskoj?“, koje je postavljeno kako bi se saznao koji je postotak ispitanika imao iskustvo s glampingom u Hrvatskoj.

Grafikon 3. Posjeta glamping resorta u Hrvatskoj

3. Jeste li ikada posjetili neki od glamping resorta u Hrvatskoj?

106 responses



Izvor: vlastita izrada

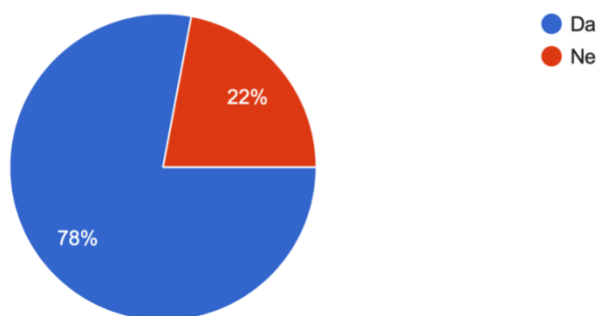
Najveći postotak ispitanika (69,8%) nije posjetilo niti jedan glamping resort u Hrvatskoj, a 30,2% je posjetilo glamping resort. Može se zaključiti kako mnogo Hrvata koji su zainteresirani za glamping nisu imali prilike posjetiti neki domaći glamping resort, te se daljnim istraživanjima

trebaju pronaći razlozi za to. Neki od mogućih razloga su ekskluzivnost resorta koja ne odgovara hrvatskom životnom standardu, nepovjerljivost prema vlastitim turističkim kapacitetima, nedostatak vremena i tako dalje.

Na grafikonu 4. prikazani su odgovori na pitanje „Ukoliko ste boravili u nekom od glamping resorta u Hrvatskoj, biste li ponovili to iskustvo?“, koje je postavljeno kako bi se provjerila kvaliteta glamping resorta u Hrvatskoj.

Grafikon 4. Ponavljanje glamping iskustva u nekim od resorta u RH

4. Ukoliko ste boravili u nekom od glamping resorta u Hrvatskoj, biste li ponovili to iskustvo?
59 responses



Izvor: vlastita izrada

Od 103 ispitanika je samo 59 ispitanika koji su boravili u nekom od glamping resorta odgovorilo da bi ponovilo to iskustvo (78%), dok 22% ispitanika ne bi ponovili to iskustvo. Može se zaključiti kako su glamping resorti u Hrvatskoj kvalitetni i da imaju odgovarajuću turističku ponudu koja ponovno privlači posjetitelje, što je sukladno i s podacima o kampiranju općenito koji navode da gosti u kampovima većinom isto kampersko mjesto posjete više puta⁵⁸.

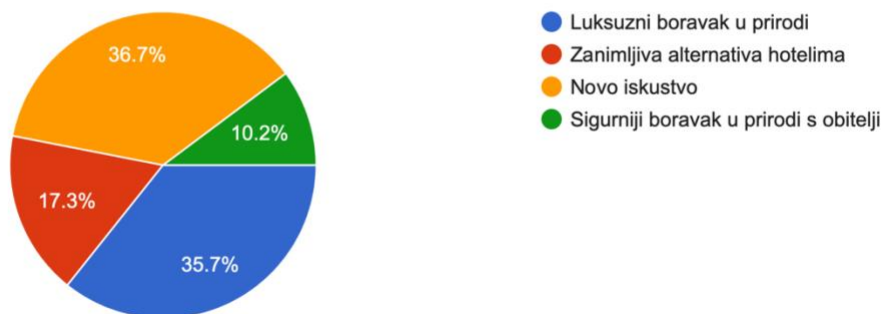
Na grafikonu 5. prikazani su odgovori na pitanje „Što Vas privlači kod glampinga?“ kako bi se identificirali ključni faktori potražnje i ponude u hrvatskom glampingu.

⁵⁸ Hrvatska turistička zajednica (2022). Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022.
<https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf>

Grafikon 5. Atrakcija glampinga

5. Što Vas privlači kod glampinga?

98 responses



Izvor: vlastita izrada

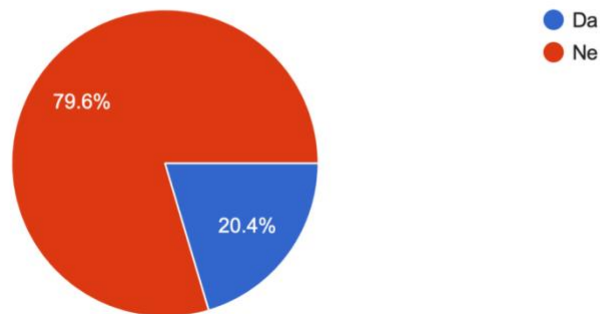
Kod analize ispitanika što ih najviše privlači u glampingu, vidljivo je da je odgovor dalo 98 ispitanika od početnih 106, a najčešći odgovor je bio neko novo iskustvo što predvodi sa 36,7 %, no također nije bio daleko ni odgovor da ih privlači luksuzan boravak u prirodi sa čak 35,7%. Zatim jedan od odgovora je bio i zanimljiva alternativa hotelima 17,3 % ispitanika, te sa samo 10,2 % ispitanika odgovorilo je da ih je privukao sigurniji boravak u prirodi s obitelji. Iz rezultata je vidljivo kako glamping većini posjetitelja predstavlja inovativno i ekskluzivno iskustvo odmora, no da su posjetitelji veoma fokusirani i na boravak u prirodi. Također, moguće je vidjeti zasićenje s tradicionalnim smještajnim kapacitetima poput hotela. Rezultati istraživanja pokazuju kako se glamping ponuda u Hrvatskoj treba fokusirati na donošenje novim iskustvima gostima i na luksuzni smještaj i opremu kampova.

Grafikon 6. prikazuje odgovore na pitanje „Smatrate li da je glamping turizam u Hrvatskoj cjenovno dostupan svima?“, čime se ispituje mišljenje sudionika o skupoći glampinga kao načina smještaja.

Grafikon 6. Cjenovna pristupačnost glampinga u Hrvatskoj

6. Smatrate li da je glamping turizam u Hrvatskoj cjenovno dostupan svima?

103 responses



Izvor: vlastita izrada

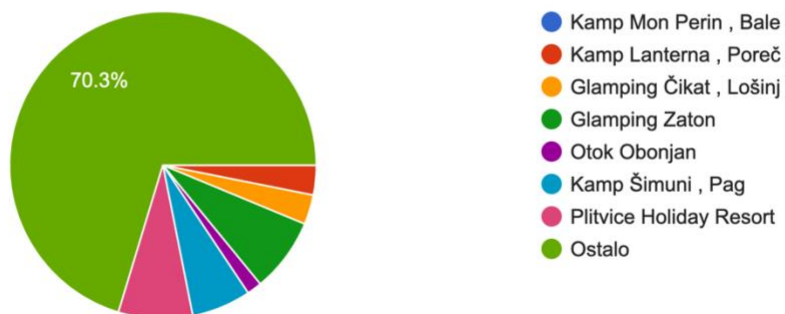
Provodeći daljnju anketu i promatrajući grafikon 6, kod 103 ispitanika 79,5 % je odgovorilo kako smatraju da glamping turizam u Hrvatskoj nije cjenovno dostupan svima, dok 20,4 % ispitanika misli da je glamping turizam u Republici Hrvatskoj ipak cjenovno dostupan stanovništvu. Gledajući s ekonomske strane, s obzirom na trenutnu situaciju u Republici Hrvatskoj, mogli smo i predvidjeti rezultate ovog dijela ankete iz razloga što je posljednjih godina veliki odljev radne snage iz Republike Hrvatske u inozemstvo, a priljev jeftine radne snage iz stranih zemalja u našu zemlju. Tu možemo zaključiti kako stanovništvo Republike Hrvatske nije imalo dovoljno sredstava za neki normalan život u našoj zemlji te su time bili prisiljeni otići van države kako bi osigurali bolji život sebi i svojoj obitelji. Također možemo spomenuti kako i mnogi hrvatski građani smatraju godišnji odmor luksuzom, jer si ga mnogi ne mogu ni priuštiti, što možemo potvrditi iz navedenog grafa.

Grafikon 7. prikazuje glamping resorte u Hrvatskoj u kojima su ispitanici boravili.

Grafikon 7. Boravak u određenim glamping resortima

7. Boravio / la sam u

64 responses



Izvor : vlastita izrada

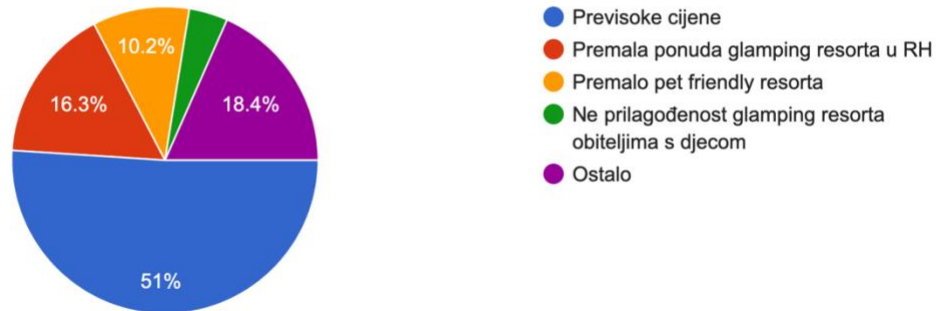
Na pitanje je odgovorilo 64 ispitanika koji su posjetili neki od glamping objekata u Hrvatskoj. 70,3% ispitanika boravilo je u nekom od glamping resorata koji nisu bili navedeni u pitanju, a u resortima koji jesu bili navedeni u pitanju boravio je ostatak ispitanika (29,7%). U grafikonu nisu bili uključeni svi glamping resorti u Hrvatskoj, već nekoliko najpopularnijih, no u budućim istraživanjima ključno je da se fokusira na drugačiji način ispitivanja u kojem su resortu sudionici bili. To se može postići putem intervjua ili putem otvorenog pitanja. Također, trebalo bi se ispitati koje resorte posjećuju domaći gosti, a koje strani gosti, te ima li razlike u tim resortima.

Grafikon 8. pokazuje odgovore na pitanje „Što smatrate glavnim nedostatkom glamping ponude u Hrvatskoj?“ kako bi se proučili progovori ispitanika na glamping u Hrvatskoj.

Grafikon 8. Nedostatci glamping ponude u RH

8. Što smatrate glavnim nedostatkom glamping ponude u Hrvatskoj?

98 responses



Izvor : vlastita izrada

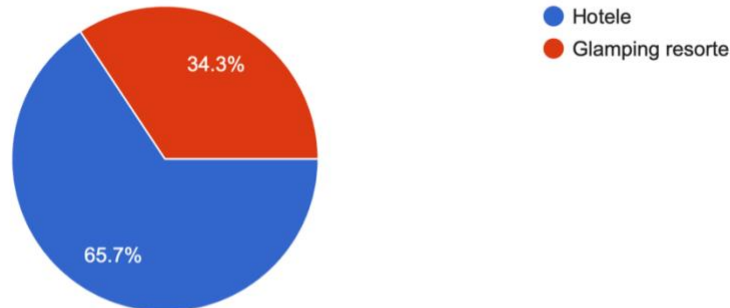
51% ispitanika smatra kako je previsoka cijena glavni nedostatak glamping ponude u Hrvatskoj, a 18,4% je iskazalo da su to faktori koji nisu bili navedeni u pitanju. 16,3% ispitanika navelo je kako u Hrvatskoj postoji premala ponuda glamping resorta, a 10,2% navelo je kako nema dovoljno mogućnosti za vođenje i kućnih ljubimaca na odmor. No, pokazalo se kako većina ispitanika misli kako su glamping resorti u Hrvatskoj dovoljno prilagođeni obiteljima s djecom. Može se zaključiti kako je domaći životni standard premalen za luksuzni standard glampinga, no to se može spriječiti kreiranjem nove glamping ponude koja i dalje ima elemente luksuza, no ima jeftiniju cijenu kako bi privukao više domaćih posjetitelja.

Grafikon 9. prikazuje odgovor na pitanje što domaći gosti više preferiraju, hotele ili glamping resorte.

Graf 9. Hotel ili glamping resort

9. Tijekom odlaska na odmor više preferirate :

102 responses



Izvor: vlastita izrada

Ipak za svoje godišnje odmore, prema grafu 9., ispitanici ove ankete će radije izabrati hotel, njih 65,7%. Gledajući cjelokupni rezultat ove ankete možemo zaključiti da je razlog tome veća ponuda hotela koji su cjenovno pristupačniji našim domaćim turistima, te smatram da glamping turizam u Republici Hrvatskoj nije dovoljno razvijen među našim građanima te će oni birati više neke od klasičnih i povoljnijih boravaka na godišnjem odmoru.

U istraživanju je pokazano kako su za glamping turističku ponudu u Hrvatskoj zainteresirane ponajviše žene i to mlađe životne dobi. Većina ispitanika nije imala iskustva s glamping ponudom u Hrvatskoj, a oni koji jesu su imali pozitivno iskustvo s glamping resortima i ponovno bi ih posjetili. Glavni privlačni faktori za glamping u Hrvatskoj su luksuzni boravak u prirodi i nova iskustva. Većina ispitanika smatra kako glamping ponuda u Hrvatskoj nije cjenovno dostupna svima, te su previsoke cijene također navedene kao glavni nedostatak glampinga u Hrvatskoj. Kao nedostaci su još značajni i drugi nedostaci te premala ponuda glamping resorta u RH. Od ispitanika koji su proveli odmor u glamping resortima veoma ih je malo provelo vrijeme u navedenim resortima, dok ih je većina posjetila neke druge glamping resorte u Hrvatskoj. Većina ispitanika također je navela kako bi radije izabrali hotel nego glamping resort kao mjesto za odmor.

Iz navedenog je vidljivo kako većina hrvatskih turista nije bila u hrvatskim glamping resortima, te se iz istraživanja mogu iščitati i razlozi toga. Hrvatskim posjetitelja je cijena glampinga previsoka, iako im je luksuz smještaja jedna od glavnih motivacija. Ključno je da osobe i poduzeća koje se bave glampingom u Hrvatskoj na umu imaju činjenicu da je glamping način odmora koji ne odgovara većinskoj populaciji u Hrvatskoj, što se može objasniti s niskim socioekonomskim standardom u državi. Iz tog bi se razloga trebala osmisliti glamping ponuda koja može cjenovno obuhvatiti veću populaciju domaćih turista. Također je ključno i da se implementiraju različita nova iskustva u glamping resorte uz ona koja već postoje, jer je i to glavni faktor zbog kojih ljudi posjećuju takve smještaje.

U istraživanju su nedovoljno istražena stvarna iskustva ispitanika s glamping resortima u Hrvatskoj jer nisu prikupljeni podaci o resortima u kojima su bili te se iz rezultata ne može znati koji glamping resort domaći turisti najviše posjećuju. Također, u istraživanju se trebala provesti detaljnija analiza nedostataka glamping resorta u Hrvatskoj putem otvorenih pitanja, što se moglo provesti i za glavne faktore motivacije za odabir glampinga kao načina smještaja. U budućim istraživanjima bi se dodatno trebalo istražiti razlozi iz kojih domaći turisti nedovoljno posjećuju glamping resorte, te faktori koji utječu na posjećivanje pojedinog resorta u Hrvatskoj.

7. ZAKLJUČAK

Kampiranje predstavlja smještaj i boravak turista na posebno uređenom prostoru koji se nalazi u prirodi i koji ima određene usluge i atrakcije zbog svojeg prirodnog okruženja. Kampiranje ima dugu povijest koja potiče iz 19 i dvadesetog stoljeća. U suvremenom kampiranju postoje različiti trendovi koji utječu na poboljšanje uspješnosti i kvalitete kamping turizma. Postoje različite vrste ugostiteljskih objekata koje se u Hrvatskoj svrstavaju u skupinu kampovi te su to kamp, glamping i kamp odmorište. Razvojem hrvatskog kampinga i njegovom sve većom kvalitetom te postavljanjem inovativnih smještajnih objekata kao što su glamping oprema i glamping kućice, uočena je potreba za osnivanjem nove vrste ugostiteljskog objekta a to je: Glamping.

Glamping je nastao kao novi inovativni oblik kampinga te uključuje luksuz i komfor a također i boravak u prirodi te različite avanturističke i druge aktivnosti koje su atraktivne posjetiteljima. Smatra se da je glamping puno ugodnija i luksuznija vrsta od klasičnog kampiranja. U Hrvatskoj postoji glamping ponuda no ona je nedovoljno razvijena. Postoje glamping resorti sa različitom ponudom od malih šatora do različitih apartmana i kućica. U Hrvatskoj glamping je uređen Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz kategorije kampova.

U Hrvatskoj povijest glampinga počinje sredinom prvog desetljeća dvijetisućitih postavljanjem prvih glamping šatora u pojedinim kampovima kao npr. Lanterna i Bi Village. Ključni kamping resorti s glamping smještajem su u Hrvatskoj su Plitvice Holiday Resort, Lanterna Premium Camping, kamp Mon Perin, Čikat, Zaton, glamping Resort Obonjan dok je jedini veliki glamping objekt Arena One 99 glamping kod Medulina te niz manjih glamping objekata. Glamping kampovi su najčešće smješteni na luksuznim lokacijama u prirodi ili na morskoj obali te imaju različite smještajne kapacitete koji gostima pružaju udoban i lagodan odmor.

Rezultati istraživanja koje je provedeno za potrebe ovog rada pokazuju kako domaći posjetitelji nedovoljno posjećuju glamping resorte u Hrvatskoj a glavni razlog toga su previsoke cijene i ostali razlozi. No, posjetitelji koji su bili u glamping resort ovima u Hrvatskoj navode kako su bili zadovoljni i kako bi se opet vratili. Ipak, većina ispitanika izrazila se da bi radije ostala u hotelu nego u glamping resortu.

Rezultati istraživanja ukazuju na potrebu jeftinije glamping ponude u Hrvatskoj te potrebu razvoja novih inovativnih iskustava koja bi privukla i domaće i strane posjetitelje. Temeljem tih

saznanja i implementacijom novih menadžerskih strategija temeljenim na rezultatima ovih i sličnih istraživanja moguće je glamping kampove i glamping smještajne objekte učiniti atraktivnijima domaćim gostima i time značajno povećati konkurentnost glampinga na domaćem tržištu.

8. POPIS LITERATURE

1. Adamovich, V., Nadda, V., Kot, M. i ul Haque, A. (2021). Camping vs. Glamping Tourism: Provider's Perspective. Jorunal of Environmental Management and Tourism 6(54), 1431-1441.
2. Ahn, C, S. i Lee, M. S. W. (2015). Adventure Campers, Fairy Tale Glampers, and Authenticity, Tourism engagement. Proceedings of the 6th Advances in Tourism Marketing Conference on Tourism engagement: co-creating well-being, Joensuu, Finland, 8-10 September 2015, 12-17.
3. Andrey, C., Galera, H., Cabido, J., Wiskey, W. (2014). New trends in the outdoor hospitality industry. Valais: HES-SO Haute École spécialisée de Suisse occidentale Valais.
4. Arena Glamping (2023). <https://www.arenaglamping.com/en/tents> 22.6.2023.
5. Barebones, O. I. (2013). History of the glamping movement. <https://blog.glamping.com/history-of-the-glamping-movement>, 22.6.2023.
6. Brkittannica (2023). Camping. <https://www.britannica.com/topic/camping> , 02.05.2023.
7. Brochado, A. i Pereira, C. (2017) Comfortable Experiences in Nature Accommodation: Perceived Service Quality in Glamping. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 17, 77-83.
8. Cambridge Dictionary (2023). Camping. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/camping>, 1.7.2023.
9. Cambridge Dictionary (2023). Glamping. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/glamping>, 22.6.2023.
10. camping experiences“. <https://www.theguardian.com/travel/2010/may/15/glamping-camping-europe-yurt-tipi>, 22.5.2023.
11. Camping.hr (2023). Glamping-luksuz za dušu. <https://www.camping.hr/hr/glamping-u-hrvatskoj> (20.6.2023.)
12. Camping.hr (2023). Lanterna. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna> 22.6.2023.
13. Camping.hr (2023). Mon Perin. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/mon-perin>, 04.05.2023.

14. Camping.hr (2023). Plitvice Holiday Resort. <https://www.camping.hr/hr/kampovi/plitvice-holiday-resort>, 22.5.2023.
15. Cerović, Z. (2008). Animacija u turizmu. Opatija: , Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,
16. Cvelić Bonifačić J., Milohnić I. "Menadžment promjena kamping turizma" U: Gržinić J., Bevanda V. (2014.) *Suvremeni trendovi u turizmu*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
17. Cvelić-Bonifačić J. (2011). *KAMPING Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*. Poreč: Kamping udruženje Hrvatske.
18. Gambaletta, D. (2019). *Glamping kao dio turističke ponude*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
19. Glamping (2017). Glamping Types. <https://www.glamping.com/glamping-types/GlampingHub>, 22.6.2023.
20. Hrvatska turistička zajednica (2022). *Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022*. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf>
21. Hrvatska.net (2023). Glamping Zaton. https://www.hrvaska.net/resize2/glamping-zaton-holiday-resort-22-06_p6701.jpg 22.6.2023.
22. Institut za turizam (2020). *Tomas Hrvatska 2019*. Zagreb: Institut za turizam.
23. Leci Sakačova, L. (2013). *Glamping – Nature served on silver platter*. Master’s thesis. Aalborg University.
24. marketing, proizvod, brendovi, certifikati, ekologija, tržište, potražnja, pravilnici, mjere. Poreč: Master studio.
25. Milohnić, I., Cvelić Bonifačić, J. i Licul, I. (2019). Transformation of camping into glamping-trends and perspectives. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 457-473.
26. Obonjan (2023). <https://obonjan.hr/hr/> 22.6.2023.
27. Povijest (2020). *Ekstravagantan susret francuskog i engleskog kralja na polju zlatne tkanine*. <https://povijest.hr/nadanasnjidan/ekstravagantan-susret-francuskog-i-engleskog-kralja-na-polju-zlatne-tkanine-1520/> , 05.05.2023.
28. Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 68/2019-1370.

29. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN 54/16, 68/19, 120/19.
30. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, NN 9/2016-241.
31. Pravilnik o Upisniku obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, NN 62/2019-1220.
32. Sladoljev, J. (1998). Kamping turizam. Pula: C.A.S.H.
33. Sladoljev, J. (2011). Praktični rječnik kamping pojmova : svi važniji podatci - od A do Z :
34. Sommer, K. (2020) : Holidays at home - Camping and glamping as a part of domestic tourism: An overview and analysis of camping (and in particular luxury camping) as an alternative form of domestic tourism in the time of the coronavirus, IUBH Discussion Papers - Tourismus & Hospitality, No. 6/2020, IUBH Internationale Hochschule, Bad Honnef.
35. Tents Xpert (2020). Glamping meaning and its origin & trends. <https://www.tentsxpert.com/blog/glamping-origin-and-trends.html> , 05.05.2023.
36. The Guardian (2010). „Carry on glamping: Europe’s poshest, coolest
37. Vrtodušić Hrgović, A., Cvelić Bonifačić, J i Licul, I. (2020). Glamping-new outdoor accommodation. Ekonomska misao i praksa 2, 621-639.
38. Vukonić, B. i Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia

9. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

POPIS SLIKA

Slika 1. Izgled glamping šatora.....	16
Slika 2. Ploča za označavanje vrste i kategorije glamping smještajnog objekta.....	18
Slika 3. Plitvice Holiday Resort.....	22
Slika 4. Kamp Lanterna , Poreč.....	23
Slika 5. Kamp Mon Perin , Bale.....	24
Slika 6. Glamping Čikat, Lošinj.....	25
Slika 7. Glamping Zaton.....	26
Slika 8. Glamping Resort Obonjan.....	27
Slika 9. Arena One 99 Glamping.....	28

POPIS TABLICA

Tablica 1. Kategorije kampova prema vrstama usluga.....	5
Tablica 2. Definicije glamping turizma.....	12
Tablica 3. SWOT analiza glamping ponude u Republici Hrvatskoj.....	31

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	33
Grafikon 2. Dob ispitanika.....	34
Grafikon 3. Posjeta glamping resorta u Hrvatskoj.....	35
Grafikon 4. Ponavljanje glamping iskustva u nekim od resorta u RH.....	36
Grafikon 5. Atrakcija glampinga.....	37
Grafikon 6. Cjenovna pristupačnost glampinga u Hrvatskoj.....	38
Grafikon 7. Boravak u određenim glamping resortima.....	39
Grafikon 8. Nedostatci glamping ponude u RH.....	40

Graf 9. Hotel ili glamping resort.....41