

Percepcija važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja

Novak, Tamara

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:191:392246>

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

TAMARA NOVAK

**Percepcija važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i
zdravlja**

**Perception of the importance of camping tourism for the
preservation of the environment and health**

Završni rad

Opatija, 2024.

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

**Percepcija važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i
zdravlja**

**Perception of the importance of camping tourism for the
preservation of the environment and health**

Završni rad

Kolegij: Kamping menadžment Student: Tamara Novak

Mentor: Prof. dr. sc. Josipa Cvelić Bonifačić Matični broj: Ps24700

Opatija, lipanj 2024.



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

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Tamara Novak
(ime i prezime studenta)

Ps24700
(matični broj studenta)

Percepcija važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila, 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 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 mogućnosti završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima Creative Commons licence CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 14.6.2024.

Potpis studenta

Sažetak

Istraživanje percepcije važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja ukazuje na to da većina ispitanika kamping turizam smatra važnim za očuvanje okoliša i zdravlja. Ispitanici ističu važnost psihičkog zdravlja tijekom boravka u kampu, očekujući spokoj, mir i autentične doživljaje. Većina vjeruje da kampiranje pruža mogućnosti za aktivnosti na otvorenom koje doprinose fizičkom zdravlju. Prema istraživanju, ispitanicima je važno kontinuirano pridržavanje higijenskih mjera radi osiguranja sigurnosti turista. Također, istraživanje pokazuje da ispitanici u velikoj mjeri percipiraju kamping turizam kao važan čimbenik u očuvanju okoliša pri čemu prepoznaju vrijednost niske izgrađenosti, korištenje prirodnih materijala te praksu obnavljanja već izgrađenih objekata umjesto masovne izgradnje. Osim toga, većina podržava korištenje alternativnih izvora energije radi smanjenja ekološkog otiska. Ispitanici također smatraju da boravak u prirodi i provođenje vremena na otvorenom doprinosi njihovom općem zdravlju i blagostanju. Rezultati istraživanja ukazuju na sveukupno pozitivan stav ispitanika prema kamping turizmu kao važnom čimbeniku za očuvanje okoliša i promicanje zdravlja.

Ključne riječi: percepcija turista; kamping turizam; okoliš; zdravlje

Sadržaj

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. PROBLEM ISTRAŽIVANJA | 2 |
| 1.2. OBJEKT ISTRAŽIVANJA | 2 |
| 1.3. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA | 2 |
| 1.4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA | 2 |
| 1.5. STRUKTURA RADA | 3 |
| 2. OBILJEŽJA KAMPING TURIZMA I NJEGOV ZNAČAJ ZA OČUVANJE OKOLIŠA I ZDRAVLJA | 5 |
| 2.1. DEFINIRANJE KAMPING TURIZMA I NJEGOVA OBILJEŽJA | 8 |
| 2.2. OBILJEŽJA KAMPISTA | 11 |
| 2.3. NATURIZAM KAO DIO KAMPING TURIZMA | 14 |
| 2.4. GLAMPING TURIZAM I NJEGOVA OBILJEŽJA | 15 |
| 2.5. POVEZANOST IZMEĐU KAMPING TURIZMA I OČUVANJA OKOLIŠA | 16 |
| 2.6. POVEZANOST IZMEĐU KAMPING TURIZMA I OČUVANJA ZDRAVLJA | 18 |
| 3. ZNAČAJ PERCEPCIJE TURISTA O VAŽNOSTI KAMPING TURIZMA ZA OČUVANJE OKOLIŠA I ZDRAVLJA | 21 |
| 3.1. POJAM I DEFINIRANJE PERCEPCIJE TURISTA | 21 |
| 3.2. PERCEPCIJA TURISTA O UTJECAJU KAMPING TURIZMA NA OKOLIŠ | 23 |
| 3.3. PERCEPCIJA O UTJECAJU KAMPING TURIZMA NA ZDRAVLJE | 25 |
| 4. ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJE O VAŽNOSTI KAMPING TURIZMA ZA OKOLIŠ I ZDRAVLJE | 27 |
| 4.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA | 27 |
| 4.2. PRIKAZ REZULTATA ISTRAŽIVANJA | 28 |
| 4.2.1. <i>Socio-demografska struktura ispitanika</i> | 28 |
| 4.2.2. <i>Sklonost kamping turizmu u odnosu na ostale oblike smještaja</i> | 31 |
| 4.2.3. <i>Percepcija o utjecaju kamping turizma na okoliš</i> | 35 |
| 4.2.3. <i>Percepcija ispitanika o utjecaju kamping turizma na zdravlje</i> | 42 |
| ZAKLJUČAK | 45 |
| POPIS ILUSTRACIJA | 47 |

POPIS LITERATURE

49

PRILOG I. – ANKETNI UPITNIK

52

1. UVOD

Kampiranje je sve popularniji oblik turizma, a naziva se i „zelenim turizmom“ zbog bliskog odnosa s prirodom. Ovaj oblik turizma postaje sve konkurentniji i dugoročno doprinosi kvaliteti života lokalnog stanovništva i destinacije. U Hrvatskoj, kamping turizam je u porastu, posebno u doba pandemije COVID-19. Osim što potiče povezanost s prirodom, kamping turizam ima pozitivan utjecaj na zdravlje; istraživanja pokazuju da su kampisti sretniji, više povezani s prirodom te imaju bolje zdravlje i blagostanje u usporedbi s nekampistima. Kamping turizam, uključujući i naturizam, igra važnu ulogu u očuvanju okoliša i promicanju zdravog načina života, te se stoga smatra ključnim oblikom turizma za očuvanje okoliša i zdravlja.

Razumijevanje percepcije turista o utjecaju kamping turizma na okoliš i zdravlje ključno je za razvoj održivog turizma i poboljšanje turističkog iskustva, kako za turiste tako i za lokalno stanovništvo. Kamping turizam značajno se razvijao kroz povijest te predstavlja oblik turizma koji je usko povezan s prirodom i zdravljem. Danas se javlja sve veći interes za ekološki prihvatljive oblike turizma, koji pozitivno utječu na zdravlje. S obzirom na navedeno, provedeno je istraživanje o percepciji važnosti kamping turizma za okoliš i zdravlje među hrvatskim turistima. Kroz istraživanje nastoji se odgovoriti na nekoliko ključnih pitanja. Prvo, kako hrvatski turisti percipiraju utjecaj kamping turizma na okoliš. Drugo, na koji način turisti percipiraju utjecaj kamping turizma na njihovo zdravlje i opću dobrobit. Navedena pitanja pružaju vrijedne uvide za razvoj politika i strategija koje će podržati održivi rast kamping turizma. U radu se istražuju percepcije hrvatskih turista o utjecaju kamping turizma na okoliš i zdravlje, kroz analizu njihovih stavova, očekivanja i iskustava. Korištenjem anketnog upitnika, prikupljeni su podaci koji omogućuju dublje razumijevanje kako turisti doživljavaju kampiranje, koje aspekte smatraju najvažnijima i kako ti faktori utječu na njihovu odluku o odabiru kampinga u odnosu na druge vrste smještaja.

1.1. PROBLEM ISTRAŽIVANJA

S obzirom na nedovoljnu istraženost važnosti percepcije turista o utjecaju kamping turizma na okoliš i zdravlje ovim radom nastoji se istražiti mišljenje i stavovi turista u vezi s važnošću kampinga za očuvanje okoliša i čovjekova zdravlja. Stoga problem ovog istraživanja čini percepcija turista o važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja.

1.2. OBJEKT ISTRAŽIVANJA

Objekt istraživanja percepcije važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja obuhvaća stanovnike Hrvatske. Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika kako bi se dobili podaci o percepciji domaćih turista o tome kako kamping turizam utječe na okoliš i zdravlje. Ispitanike se nastojalo potaknuti na dijeljenje svoga mišljenja kroz različita pitanja vezana uz utjecaj kamping turizma na okoliš i zdravlje pri čemu kamping turizam predstavlja glavni objekt ovog istraživanja. Ovakav pristup istraživanju omogućit će dublje razumijevanje percepcija i stavova vezanih uz kamping turizam te identificiranje mogućnosti za unapređenje praksi očuvanja okoliša i promicanja zdravog načina života u kontekstu kampiranja.

1.3. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA

Svrha ovog rada je istražiti kako turisti percipiraju utjecaj kamping turizma na okoliš i zdravlje odnosno koliko je, prema njihovom mišljenju, kamping turizam u odnosu na druge oblike smještaja važan za očuvanje prirode i ljudskog zdravlja. Sukladno svrsi istraživanja, cilj ovog istraživanja je prikazati percepciju turista o važnosti utjecaja kamping turizma na očuvanje okoliša i zdravlje čovjeka odnosno istražiti u kojoj mjeri turisti percipiraju da je kamping turizam te s njime povezane karakteristike važne za očuvanje okoliša i zdravlja.

1.4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Za potrebe ovog istraživanja formiran je anketni upitnik podijeljen u četiri dijela. Prvi dio ankete obuhvaća socio-demografske karakteristike ispitanika kako bi se dobila osnovna slika

uzorka, uključujući dob, spol, radni status, mjesto stanovanja i prihod u domaćinstvu. Drugi dio ankete fokusira se na istraživanje sklonosti odabira kamping turizma u usporedbi s drugim oblicima smještaja, istražujući motivacije i očekivanja turista u vezi s kamping turizmom. Treći dio ankete obuhvatio je pitanja o percepciji utjecaja kamping turizma na okoliš, te daje uvid u percepciju ispitanika o ekološkim praksama u kampovima i njihovu spremnost za podržavanje održivih inicijativa u kampovima. Četvrti dio ankete istražuje percepciju o utjecaju kamping turizma na zdravlje, analizirajući stavove ispitanika o koristima boravka u prirodi te utjecaju kampiranja na psihofizičko blagostanje. Istraživanje je provedeno među domaćim turistima putem online ankete koja je distribuirana prijateljima i poznanicima te je podijeljena putem društvenih mreža u svrhu prikupljanja dostatnog uzorka. Ukupno je prikupljeno 80 odgovora te niti jedan odgovor nije vraćen s obzirom na to da su u anketnom upitniku prihvaćeni samo potpuni odgovori na sva pitanja upitnika. U upitniku je bilo 33 pitanja usko povezanih s percepcijom turista o utjecaju kamping turizma na okoliš i zdravlje. Razdoblje u kojemu je upitnik bio aktivan je od listopada 2023. do siječnja 2024. godine.

1.5. STRUKTURA RADA

U uvodnom dijelu rada prije svega daje se uvid u problem istraživanja, objekt istraživanja te svrhu i cilj istraživanja kao i metodologiju istraživanja te strukturu rada. Drugi dio rada bavi se prikazom obilježja kamping turizma i njegovog značaja za očuvanje okoliša i zdravlja. U ovom dijelu rada prvo se definira kamping turizam i njegova obilježja, nakon čega su opisane karakteristike kampista. Također se opisuju značajke naturizma kao dijela kamping turizma te su prikazana obilježja glamping turizma. Ovim dijelom rada daje se uvid u povezanost između kamping turizma i prirode te povezanost između kamping turizma i očuvanja zdravlja. Treći dio rada bavi se značajem percepcije turista o važnosti turizma o očuvanju okoliša i zdravlja. Prije svega daje se uvid u pojam i definiranje percepcije u turizmu. Također su prikazana ranija istraživanja povezana s percepcijom turista o utjecaju kamping turizma na okoliš kao i percepcijom o utjecaju kamping turizma na zdravlje. Četvrtim dijelom rada prikazano je provedeno istraživanje percepcije o važnosti kamping turizma za okoliš i zdravlje. U ovom dijelu rada pojašnjena je metodologija istraživanja nakon čega su

prikazani rezultati istraživanja. Rezultati istraživanja podijeljeni su u četiri dijela i obuhvaćaju prikaz socio-demografske strukture ispitanika, sklonosti odabira kamping turizma u odnosu na ostale oblike smještaja, percepciju o utjecaju kamping turizma na okoliš te percepciju o utjecaju kamping turizma na zdravlje. Zaključkom su sažeti ključni rezultati istraživanja percepcije važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja.

2. OBILJEŽJA KAMPING TURIZMA I NJEGOV ZNAČAJ ZA OČUVANJE OKOLIŠA I ZDRAVLJA

Provođenje slobodnog vremena i odmora na otvorenom, u prirodi postaje sve popularnije i češće. Posljedično urbanizaciji te sve manjim pristupom ljudi prirodnom okolišu i njihovom potrebom za bijegom od užurbanog života razvija se potreba za odmorom u prirodi. Danas se sve veći broj ljudi odlučuje na kampiranje s obzirom na to da takva vrsta turističke aktivnosti omogućuje slobodu i ležernost te istraživanje i avanture na otvorenom kojih prati snažna želja za psihičkim odmorom.¹

U SAD-u, kampiranje je dobro uspostavljen oblik rekreativnog turizma. Različiti pružatelji usluga omogućuju različite načine kampiranja, bilo u nacionalnim parkovima, profesionalnim kampovima ili u malim kamperskim mjestima. Slično tome, u Europi je kamping vrlo popularan a među popularne zemlje za kampiranje mogu se uvrstiti Francuska, Nizozemska i Njemačka. Također, Kina sve više otkriva kampiranje kao popularnu turističku aktivnost. Broj kampova značajno je porastao u Kini proteklih godina, što pokazuje rastuću potražnju za kampiranjem u azijskoj regiji.²

Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim zahtjevima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „Kampovi i ostali ugostiteljski objekti za smještaj“ propisuje različite aspekte vezane uz kamping. Navedeno uključuje definiranje vrsta kampova unutar te skupine, postavljanje minimalnih standarda za kampove i određivanje koje vrste se mogu kategorizirati. Također, Pravilnikom se propisuje način označavanja vrsta i kategorija kampova, kao i proces kategorizacije. Prema Pravilniku kampovi su organizacijski sustavi koji se sastoje od tri glavne komponente:³ prvo, uređenog vanjskog prostora namijenjenog za pružanje usluga smještaja na otvorenom; drugo, različitih građevina koje služe za smještaj gostiju; i treće, različitih građevina koje zadovoljavaju druge potrebe gostiju. Razvrstavanje kampova temelji se na vrsti usluga koje pružaju, a obuhvaća četiri osnovne vrste: kamp, kamp naselje, kampiralište i kamp odmorište.

¹ Sladoljev, J.: **Kamping turizam: sve o kampingu - priručnik za vlasnike i voditelje kampova**, Pula: C.A.S.H., 1998., str. 30

² Statista: **Camping – Europe**, dostupno na: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/camping/europe?currency=EUR> (05.02.2024)

³ Galičić, V., Laškarin, M.: **Pincipi i praksa turizma i hotelijerstva**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2016., str. 124

U Hrvatskoj su kampovi, nakon obiteljskog smještaja, prema broju raspoloživih kreveta druga najznačajnija vrsta smještaja. Danas postoji široka ponuda sve kvalitetnijih kapaciteta u kampovima što potvrđuje činjenicu da kampovi čine već prepoznati i uspješan segment hrvatske turističke ponude već nekoliko desetljeća te je kao takav prepoznat na europskom tržištu što pokazuje i sve veći broj i rast smještajnih kapaciteta u kampovima.⁴ Tablica 1. prikazuje smještajne kapacitete u kampovima u Hrvatskoj u razdoblju od 2019. do 2023. godine.

Tablica 1. Smještajni kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2019. do 2023. godine

| Godina | Broj soba i apartmana | Broj mjesta za kampiranje | Broj stalnih postelja |
|--------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|
| 2019 | 399 | 93.513 | 277.214 |
| 2020 | 390 | 85.079 | 256.622 |
| 2021 | 369 | 88.406 | 263.961 |
| 2022 | 367 | 90.975 | 268.830 |
| 2023 | 395 | 87.754 | 264.647 |

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, baze podataka, <https://web.dzs.hr/hrv/DBHomepages/Turizam/Turizam.htm> (08.03.2024)

Tijekom 2020. i 2021. godine, COVID-19 pandemija uzrokovala je smanjenje ukupnih komercijalnih smještajnih kapaciteta, posebice u segmentu obiteljskog smještaja. Ipak, kapaciteti kampova su uglavnom ostali stabilni u 2020. godini. U 2021. bilježili su blagi porast od otprilike 1.200 dodatnih kreveta. Iako nije došlo do značajnog rasta ukupnih kapaciteta kampova u promatranom razdoblju, značajno je kako su brojne investicije rezultirale strukturnim poboljšanjima u ponudi kampova. Takva poboljšanja obuhvaćaju raznovrsne sadržajne nadogradnje, iako se ne odražavaju uvijek kroz povećanje broja zvjezdica, već kroz različite aspekte poboljšanja ponude.⁵ Pored promatranja smještajnih kapaciteta značajno je prikazati i broj dolazaka i noćenja u kampovima. Tablica 2. prikazuje

⁴ Hrvatska turistička zajednica: **Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022.**, str. 3

⁵ Ibidem, str. 4

dolaske i noćenja domaćih i stranih turista u kampovima u Hrvatskoj za razdoblje od 2019. do 2023. godine.

Tablica 2. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u kampovima u Hrvatskoj, razdoblje od 2019. do 2023. godine

| GOD | DOLASCI | | | NOĆENJA | | |
|------|-----------|---------|-----------|------------|---------|------------|
| | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
| 2019 | 2.943.802 | 90.662 | 2.853.140 | 19.173.976 | 503.962 | 18.670.014 |
| 2020 | 1.301.220 | 98.967 | 1.202.253 | 9.139.206 | 507.702 | 8.631.504 |
| 2021 | 2.599.637 | 137.147 | 2.462.490 | 17.500.753 | 662.928 | 16.837.825 |
| 2022 | 3.288.203 | 132.197 | 3.156.006 | 21.397.570 | 638.801 | 20.758.769 |
| 2023 | 3.461.724 | 145.448 | 3.316.276 | 21.643.526 | 681.287 | 20.962.239 |

Izvor: Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, baze podataka, <https://web.dzs.hr/hrv/DBHomepages/Turizam/Turizam.htm> (08.03.2024)

U 2019. godini, hrvatski kampovi bilježe više od 2,8 milijuna dolazaka i 18,6 milijuna noćenja, što predstavlja udio od 14% u ukupnim komercijalnim dolascima i udio od 20% u komercijalnim noćenjima. Međutim, COVID-19 pandemija prouzročila je značajnu promjenu u globalnoj turističkoj potražnji. Unatoč tome, Hrvatska je ostvarila rezultate koji su bili primjetno bolji od europskog i mediteranskog prosjeka, postižući u 2020. godini 45% i u 2021. godini 77% predpandemijskih komercijalnih noćenja. U takvim okolnostima, kampovi su poslovali bolje od nacionalnog prosjeka. U 2020. godini, postigli su 46%, a u 2021. godini čak 90% predpandemijskog prometa mjereno noćenjima. Povećana potražnja za kampovima tijekom pandemije, u usporedbi s potražnjom za hotelima, rezultirala je time da su kampovi zadržali isti udio u sveukupnim komercijalnim noćenjima na razini Hrvatske kao i tijekom 2019. godine (20%), dok su ga u 2021. godini čak povećali na 23%. Tijekom 2021. godine, kampovi su ostvarili iznadprosječnu popunjenost tijekom cijele sezone od svibnja do rujna. Osim općenito veće potražnje za kamp smještajem u uvjetima aktivne pandemije (koja omogućuje socijalno distanciranje i sl.), doprinijela su tome i različita kvalitativna poboljšanja, poput povećanja udjela mobilnih

kućica (koje su izvrsne za produljenje sezone izvan ljetnih mjeseci), glampinga te uvođenja dodatnih sadržaja.⁶ Navedeni statistički podaci ukazuju na popularnosti i razvoj kamping turizma u Hrvatskoj bez obzira na promjene u turističkoj potražnji te pojave pandemije. Vidljivo je da se kamping turizam smatra sigurnim oblikom smještaja te je njegova popularnost narasla tijekom pandemije za razliku od drugih oblika smještaja. Prije samog shvaćanja važnosti kampinga i kamping turizma biti će definirani osnovni pojmovi vezani za kamping.

2.1. Definiranje kamping turizma i njegova obilježja

Skraćenica od kamping turizma je kamping; širi pojam od kampiranja koji obuhvaća cjelokupnost odnosa i pojava vezanih uz kampiranje. Kamping turizam objedinjuje cjelokupnu ponudu kamping usluga s jedne strane i potražnju za kamping uslugama s druge strane. Prateća kamping industrija, kao i niz drugih uslužnih kamping djelatnosti, u funkciji je kamping ponude i kamping potražnje.⁷ Kampiranje je uobičajena aktivnost koja uključuje napuštanje doma i boravak u prirodi, obično u šatorima ili kamp prikolicama tijekom jedne ili više noći. Ovakva vrsta odmora često se smatra pristupačnim oblikom smještaja. Kampiralište se može definirati kao područje zemlje s barem dva prostora predviđena za postavljanje šatora ili kamp prikolica.⁸

Kamp je mjesto koje gostima za određenu naknadu nudi mogućnost noćenja u iznajmljenim ili vlastitim šatorima, karavanima, sklopivim karavanima, mobil-homeima, kamperima ili ispod tenda. Riječ „Kamp“ dolazi od engleske riječi *Camp site*, te od njemačke riječi *Campingplatz*. Radi se o ugostiteljskom objektu za smještaj u kojem se pružaju usluge smještaja, a organizira se na otvorenom prostoru. Mjesto za kampiranje je smještajna jedinica kampa, odnosno, kamp jedinica (parcela) koja može i ne mora, biti označena. Ovisno koja kategorija je u pitanju, tj. označava li se zvjezdicama od jedne do četiri ili pet zvjezdica, te o načinu poslovanja, kamp uz potrebne priključke za struju i vodu mora imati i

⁶ Hrvatska turistička zajednica: **Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022.**, str. 3

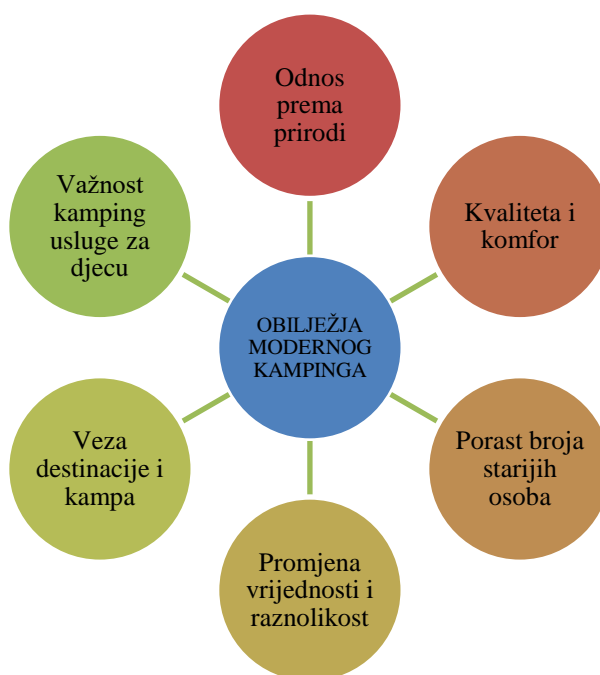
⁷ Cvelić Bonifačić, J.: **Kamping - Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma**, Poreč, 2011., str. 8

⁸ Locke, D.: **Guide to the wiring regulations: IEE wiring regulations**, 17th edition, West Sussex, England, John Wiley and Sons Ltd., str. 239

prostore, te uređaje za zajedničko korištenje, odnosno higijenske prostore, rashladne uređaje i dr.), te objekte drugih namjena; sportsko-rekreativne sadržaje, ugostiteljske i druge.⁹

Kamping se u posljednjim desetljećima značajno promijenio. Prije se kamp odnosio na livade bez sadržaja s jednostavnim sanitarijama, a danas kampovi postaju moderni kampovi s puno zelenila, različitog smještaja, velikih trgovačkih, ugostiteljskih i sportskih sadržaja te usluga postaje sve složenija.¹⁰ Obilježja modernog kampinga možemo razvrstati u sljedeće skupine, prikazane Shemom 1.

Shema 1. Obilježja modernog kampinga



Izvor::obrada Autora prema: Cvelić Bonifačić, J.: Kamping - Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč, 2011.

Stručnjaci Svjetske turističke organizacije (engl. *World Tourism Organization* – WTO) procjenjuju da je čak petina međunarodnih turističkih putovanja u svijetu potaknuta izrazitom željom za upoznavanjem prirode, pri čemu se većina tih putovanja ostvaruje u kamping turizmu, a ostalo u ekoturizmu, putovanjima u divljinu, pustolovnim putovanjima

⁹ Sladoljev, J.: **Praktični rječnik kamping pojmova –svi važniji podaci od A-Z**, Poreč, 2011., str. 75

¹⁰ Sladoljev, J.,op.cit., 2011., str. 27-28

i sličnim vrstama putovanja u prirodu. Radi toga su kampiranja i priroda uzajamno povezani; zbog samog kampiranja koje je usko povezano s prirodom, te nije moguće kampirati protiv prirode. Kampiranje, koje danas predstavlja održivi oblik turizma snažno je obilježeno zaštitom okoliša, te očekivanjima od za boljom kvalitetom, više doživljaja i više odmora. Radi tih karakteristika obilježja modernog kampiranja vezana je uz menadžment kampova na sljedeće načine:¹¹

- uređuju se kampovi s naglaskom na prirodu (hortikultura, cvijeće, voda, travnjaci, izbjegavanje betona),
- razvijaju se alternativni i selektivni oblici kampinga (zdravstveni, ruralni, pješački, biciklistički),
- sve je više naglasak na upotrebi alternativnih izvora energije i uštede,
- vodi se briga o vodama i otpadnim vodama,
- brine se o sanitarnim kontrolama, te ispravnost uređaja i opreme,
- koriste se prirodna obilježja destinacije, te se tako kreira kamping proizvod i ponuda usluga koji su povezanih s prirodom, a osim navedenoga se vrši i poticanje zaštite prirodnog kapitala nekog područja (šume, rijeka, mora...).

U odnosu na ostale vrste smještajnih objekata kao što su npr. hoteli, kamping ubrajamo u tzv. „zeleni turizam“. U nekim literaturama će se još naći i naziv „hotelijerstvo pod vedrim nebom“ ili „turizam otvorenog prostora“ što nije tako nazvano samo zato jer je kamping iskonski povezan s prirodom, već zbog uporabe prostora kao najveće vrijednosti destinacije. Najčešće u kampovima na jednu parcelu dolaze do 4 stabla i oko 30 metara zelene živice, te tako proces ozelenjivanja, uređenosti, te arhitekture kampova postaje bolji. Atrakcija destinacije dolazi do izražaja, te doprinosi i kvaliteti življenja lokalnog stanovništva u toj određenoj destinaciji. Na temelju navedenog se može reći da niska izgrađenost prostora te prirodno ozelenjivanje prostora predstavlja za destinaciju konkurentsku prednost kampinga u odnosu na ostale vrste smještaja. Kampovi, u više od nekoliko desetaka godina rada na nekom prostoru, taj isti prostor dovode do izražaja, te doprinose ozelenjivanju tog područja i prostora na kojem posluju.¹²

¹¹ Cvelić Bonifačić, J., op.cit., 2011, str. 12

¹² Cvelić Bonifačić, J., op.cit., 2011., str. 54

Nove trendove u razvoju kampinga s obzirom na to da su povezani s povratkom određenim vrijednostima, može se nazvati kao sedam re-trendova ili engl. „7RE-TRENDS“ te uključuju:¹³ pomlađivanje kamping usluge ali i pomlađivanje duha i tijela kroz kamping aktivnosti; obnovu kamping uređaja i usluge kroz obnovu tijela i duha; kamping kao oblik povratka i zajedništva obitelji; kamping kao način ponovne uspostave kontakta s bližnjima i prijateljima; ponovno pronalaženje ljepota kampiranja odnosno vrijednosti kampiranja; kamping kao oblik ponovnog velikog „povratka prirodi“ te povratak komforu, aluzija na prvobitna putovanja bogatih po Europi.

S obzirom na nove trendove u kamping turizmu važno je promatrati i karakteristike kampista odnosno osoba koje izabiru kamping pri planiranju i organiziranju svog putovanja. Sljedećim potpoglavljem daje se uvid u karakteristike kampista i njihova obilježja.

2.2. Obilježja kampista

Povijesno gledajući kampisti su se promijenili; kao takvi oni jesu gosti kojima boravak u kampu predstavlja način života, tj. „lifestyle“. Oni su prije svega obrazovani i dobrostojeći, a za kampiranje se odlučuju zbog mnogo stvari, ali najviše zbog slobode odlučivanja (kamo, kada poći i koliko boraviti), slobode odabira (najveći broj kamping gostiju još uvijek dolazi bez rezervacija) te slobode ponašanja (nema unaprijed obaveznih sadržaja). Putuju i radi doživljaja (avantura, nova iskustva i sl.), promjene (život drugačiji od svakodnevnog), prirode (zvjezdano nebo, leptiri, miris trave...), jednostavnosti (komunikacija, prijateljstvo i međuljudski odnosi).¹⁴

Prije, ranijih godina kampiranja su kampisti uglavnom bili mlađi ljudi i studenti, koji su kampiranje odabrali često zbog svojih skromnih financijskih mogućnosti. Danas to nije tako; danas je kamping gost stariji i dobrostojeći. Najviše kamping gostiju postaju mlađi i aktivni penzioneri koji unose promjene u modernom kampiranju, radi kojih raste potražnja za različitim oblicima smještaja u kampu (mobilnim kućicama, vilama i apartmanima). Prije je interes za kamp kućicama bio velik, ali danas ipak raste interes za kamperima, a uz to raste i kupovna moć kampista te interes za događaje, doživljaje i komunikaciju. Svakako,

¹³ Cvelić Bonifačić, J.: **Menadžment kamping usluge u Hrvatskoj (Magistarski rad)**, Opatija 2003.,str. 238

¹⁴Cvelić Bonifačić, J., op.cit., 2003., str. 38

današnjem kamping turistu su bitni i interes za rekreacijom, sportom i aktivnostima, zdravljem i opuštanjem. Promjena vrijednosti kao što su doživljaj, ljepota, spokoj i slično, te vrijednost upoznavanja lokalnih običaja, arhitekture i ljudi može svakako pridonijeti, te isto tako čistoća, kvaliteta i visoka očekivanja od usluge. Ono što je za kamp bitno je da razvija identitet kampa i radi na prepoznatljivosti i uklopljenosti u destinaciju i okoliš.¹⁵ Kampiste možemo grupirati u tri grupe:¹⁶

- Grupa A (korisnici autodomova - kampera (motornih karavana) - predstavlja najbrojniju obitelj kampista; oni su aktivni putnici koji često putuju tijekom cijele godine, ne samo ljeti već i vikendom ili za vrijeme praznika. Cijene svoju neovisnost zbog vlastitog prijevoznog sredstva i preferiraju kraće boravke zbog praktičnosti i ekonomskih razloga. U Europi, postoji trend fleksibilnih cijena kampiranja koje privlače ovu klijentelu i produžuju sezonu. Kampiranje postaje sastavni dio njihovog putovanja, pružajući sigurnost i povezanost s okolinom. Kamperi imaju značajnu potrošačku moć, potičući kampove na dodatne usluge kako bi zadovoljili njihove potrebe.
- Grupa B (korisnici karavana) – ova grupa doživljava marginalizaciju iz različitih razloga, uključujući visoke troškove, smanjenje narudžbi i konkurenciju s motornim karavanima. Njihov vozni park je stacionaran ili se rijetko koristi izvan godišnjeg odmora.
- Grupa C (korisnici šatora) - najčešće su mlade osobe koje svoju nezavisnost dobivaju punoljetnošću a kamp odabiru kao izvor zabave. Kao takvi oni su posjetitelji koji žele lijepo vrijeme i more koju prati stalna zabava i animacija koje bi im ispunile dan. U večernjim satima takvi posjetitelji često obilaze velike zabave, pizzerije i odlaze na ples. Isključivo posjećuju kampove u ljetnim mjesecima i to najviše od 7 do 10 dana a njihove su potrošačke navike porasle stoga njihov značaj danas postaje sve veći.
- Korisnici smještaja u kampovima (mobilnih kućica, bungalova, soba i dr.).

¹⁵Ibidem, str. 31

¹⁶Sladojev, J., op.cit., 2011., str. 138

Kamping potražnja nekad i danas nije ista; današnji kampisti imaju drugačiji način života koji ih potiče da odaberu kampiranje zbog:¹⁷

- jednostavnosti,
- doživljaja,
- prirode,
- slobode odlučivanja i
- promjene.

Istraživanja ukazuju da primarni socio-demografski profil posjetitelja kampova otkriva značajan udio unutar dobne skupine od 36 do 40 godina (28%) te od 26 do 35 godina (27,5%). Većina kampista posjeduje srednjoškolsko obrazovanje (39,1%), a zatim slijede oni s višim obrazovanjem (35,6%). Zanimljivo je da većina kampista dolazi iz velikih urbanih područja (46,4%), s populacijom od 10.000 do 100.000 stanovnika. Što se tiče primanja, značajan broj zarađuje između 1.501,00 i 2.000,00 eura (21,7%) i 2.001,00 do 2.500,00 eura (20,8%) mjesečno. Putničke karakteristike pokazuju da značajan broj kampista dolazi iz destinacija udaljenih 500 do 999 kilometara. Odluke o odabiru kampa obično se donose tijekom putovanja (19,6%) ili 4 do 12 mjeseci prije putovanja (19,5%). Izvori informacija poput medija glavni su utjecatelji za odabir destinacije (38,8%), slijede ih internet (25,5%) i preporuke obitelji (25,1%). Motivacija za posjet uglavnom se vrti oko pasivnog opuštanja (58,9%) i privlačnosti kampova uz more (67,7%), pri čemu su kućice u kampu (38,7%) i mobilne kućice (31,7%) preferirani smještajni objekti. Većina kampista traži kampove s 3 zvjezdice (42,5%) i prioritet daje sportskim i zabavnim sadržajima, posebno bazenima i aktivnostima za djecu (40%). Što se tiče navika, većina bira jedan kamp (48,8%) i sudjeluje u 1 do 3 izleta tijekom svog boravka.¹⁸

Kao dio kamping turizma često se spominje i naturizam koji predstavlja posebnu vrstu kamping turizma. Sljedećim potpoglavljem rada daje se detaljniji opis i uvid u obilježja naturizma kao posebnog dijela kamping turizma.

¹⁷Cvelić Bonifačić, J., op.cit., 2011., str.30

¹⁸Sladojev, J., op.cit., 2011., str. 143-144

2.3. Naturizam kao dio kamping turizma

Uz kamping turizam često se veže pojam naturizam; naturizam je način života usklađen s prirodom, i koji ističe zajedničku nagost kao izraz samopoštovanja i poštovanja prema različitostima i okolini.¹⁹ Važno je spomenuti da je Hrvatska prva europska zemlja koja je razvila naturistička središta kao gospodarske subjekte, bilo u društvenom ili privatnom vlasništvu. Naturizam u Hrvatskoj se uglavnom vezuje sa pričom o Edwardu VIII. i njegovu ženu Walis Simpson kojima su rapske vlasti su 1936. godine dozvolile kupanje i sunčanje bez odjeće na području Kandarola na otoku Rabu. Od tada nudizam na Rabu cvjeta, a otok postaje poznato odredište među nudistima i to ne samo hrvatskim, nego i nudistima širom svijeta. No, pisani tragovi potvrđuju da je naturizam na Rabu počeo još prije dolaska engleskog kralja, odnosno da je naturistička plaža na Rabu službeno otvorena već na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće, a prvi su naturisti na Koversadu, usamljen i nenastanjen otočić kraj Vrsara, došli 1961. godine na poticaj Rudolfa Halbiga, učitelja plivanja iz Münchena i vlasnika putničke agencije „Miramare“, koja se prva u svijetu bavila naturističkim putovanjima, te u suradnji s tadašnjim ugostiteljskim poduzećem „Lim“ iz Vrsara. Tako je Koversada postala prvi komercijalni naturistički kamp u svijetu otvorenog tipa.²⁰

Naturizam seže još iz davnih dana ali često se miješa sa nudizmom, te se stoga različitosti između ta dva pojma moraju razlučiti. Naturizam je ideologija koja je povezana sa zdravljem čovjeka i puno je dublja tema od nudizma, za razliku od nudizma koji se smatra prakticiranjem golog življenja u prirodi i drugdje.²¹ Naturizam je specifični pojam, te kao takav ima i specifičnu klasifikaciju:²²

- primjene u prehrani, te oslobađanje novih tvari odnosno prehrambeni ili dijetni naturizam,
- boravak na zraku, fizički naponi, sunčanje, te kupanje u potpunoj nagosti u vodi odnosno gimnozofija,
- borba protiv socijalnih poteškoća odnosno socijalni naturizam,

¹⁹Ibidem, str. 248

²⁰Cvelić Bonifačić, J., 2011., op.cit., str. 45-46

²¹Sladojev, J., 2011., op.cit., str. 9

²²Sladojev, J.: **Naturistički kampovi i naselja povijest koncepcija razvoj**, C.A.S.H. Pula , 2001., str. 7

- davanje prirodne dijete ljudima s poteškoćama, te bolesnicima, kako bi se otklonile njihove tegobe odnosno terapijski naturizam.

Naturisti imaju mnogo aktivnosti na raspolaganju dok su u naturističkom kampu, kao što su animacijske večeri, razna predavanja, bavljenje raznim športovima i tako dalje, ali i konzumiranje vegetarijanskih jela. Naravno naturizam ne podrazumijeva samo fizičko, nego i duhovno, pa se tako nude i alternativna liječenja kao što su to joga, meditacija i slično. Naturisti isto tako kao i ostali kampisti dolaze i radi upoznavanja novih ljudi, širenja novih vidika te dijeljenja raznih iskustava.²³

Još jedan od posebnih i danas sve rastućih oblika kamping turizma predstavlja glamping. S obzirom na njegove specifičnosti u sljedećem potpoglavlju daje se detaljniji uvid u obilježja i karakteristike glamping turizma.

2.4. Glamping turizam i njegova obilježja

Glamping, poznat i kao luksuzno kampiranje ili kampiranje od 5 zvjezdica, predstavlja novi trend u outdoor turizmu. Ovaj koncept kombinira udobnost i luksuz s iskustvom boravka na otvorenom. Umjesto tradicionalnih šatora i improviziranih uvjeta, glamping nudi inovativne smještajne opcije na neobičnim lokacijama što uključuje male kućice, sobe u obliku slova A, staklene iglue, ledenice, „tipi“ šatore, preuređene stare kočije, vlakove, autobuse, kućice na drvetu i slično. Navedeni smještaji opremljeni su pravim madracima, tekućom vodom i standardnim sanitarnim čvorom, pružajući gostima komforan boravak bez negativnih aspekata tradicionalnog kampiranja poput curenja šatora ili neugodnih vreća za spavanje.²⁴

Glamping, odnosno “*glamorous camping*” je naziv za novi trend u svijetu koji kampingu daje potpuno novo značenje. Najpopularniji je u Americi, a prepoznatljiv je po svojoj vrhunskoj kvaliteti i luksuzu. Kao takav pruža najbolju kvalitetu, sigurnost, mnogo sadržaja, te naravno luksuz i orijentiran je uglavnom na poslovanje tijekom cijele godine. Navedeno privlači onaj turistički segment koji zahtjeva odmor u najboljim uvjetima, te onaj koji je za to spreman platiti i veću cijenu.²⁵

²³Sladojev, J., 2011., op.cit., str 253

²⁴ Katić, M., Tafra, V.: **Afirmacija glamping turizma**, Obrazovanje za poduzetništvo, 2022., 143

²⁵Sladojev, J., 2011., op.cit., str. 46

Glamping snažno zagovara povratak kampinga u središte turističkoga interesa, utire novi trend kroz novi luksuzni okvir kampiranja i na tržištu igra ulogu novog „zagovaratelja“ i snažnog promotora novog kamping turizma. Očekuje se da bi glamping mogao odigrati presudnu ulogu u ponovnom otkrivanju atraktivnosti kampiranja. Iako glamping zapravo predstavlja suprotnost izvornoj ideji kampiranja, prisutno je mišljenje da je upravo glamping u stanju privući novo tržište za kamping i to među sadašnjim hotelskim i apartmanskim gostima te gostima koji žude za glamurom i komforom. Očekuje se da će privući goste koji vole prirodu ali im je potreban boravak u komfornijem smještaju na kakav su navikli. Takav im smještaj ulijeva povjerenje, sigurnosti i stupanj higijene i komoditeta bez kojeg ne mogu i zbog kojeg su do sada birali druge vrste smještaja. Glamping počinje ujedinjavati najbolje od kampinga i najbolje od hotelijerstva: izvanredan okoliš i boravak u prirodi sa komforom luksuznog hotela. Tako je glamping eliminirao za neke loše strane kampiranja i neugodu boravka u šatoru i time omogućio novi zamah kamping industriji koja u kampingu vidi novu šansu za privlačenje ali i povratak dijela gostiju u kamp.²⁶

Neovisno o vrsti kamping turizma isti je značajno vezan za prirodu i okoliš stoga ga je potrebno promatrati u kontekstu njegovog značaja za prirodu i okoliš. Sljedećim potpoglavljem nastoji se opisati povezanost između kamping turizma i očuvanja okoliša.

2.5. Povezanost između kamping turizma i očuvanja okoliša

Prema Brundtlandovom izvještaju, očuvanje okoliša odnosi se na zaštitu i očuvanje prirodnih resursa i ekosustava s ciljem održavanja njihove kvalitete i dostupnosti za sadašnje i buduće generacije. Očuvanje uključuje aktivnosti poput zaštite divljih životinja, očuvanja šuma, kontrole zagađenja, održivog korištenja resursa, te educiranja javnosti o važnosti zaštite okoliš.²⁷ Kamping turizam posebno se ističe u pogledu brige i pažnje prema okolišu, što pozitivno utječe na zaštitu okoliša i održivi razvoj destinacije. Kampove, za razliku od drugih oblika smještaja, karakterizira niska izgrađenost i poseban fokus na očuvanje prirodnog okruženja. Održivi razvoj turizma u destinaciji može se osigurati kroz izgradnju kampova i njihovo djelovanje unutar lokalne zajednice. Kampovi često koriste alternativne

²⁶Cvelić Bonifačić, J., 2012., op.cit., str. 245

²⁷World Commission on Environment and Development: **Our Common Future**, 1987., Oxford University Press

izvore energije, poput solarnih panela, što dodatno doprinosi zaštiti okoliša. Ova praksa ne samo da smanjuje negativan utjecaj na prirodne resurse, već i educira posjetitelje o važnosti ekološke odgovornosti, čime se jača svijest o očuvanju okoliša u širem društvenom kontekstu..

Kamping građevine se grade drugačije od ostalih oblika smještaja. Grade se kao prizemne građevine ili čak rijetko do maksimalne visine prizemlja i kata što je bitno za okoliš jer takva niska gradnja ne mijenja izgled, a niti konfiguraciju krajolika i terena. Ipak, navedeni su troškovi visoki zbog skupe kamping opreme, ali i zbog troškova cestarina, goriva i drugih troškova koji su veći za kamp vozila od uobičajenih automobila. Rezultati prijašnjih istraživanja pokazuju da se više troši u odnosu na prosječne europske potrošnje što je tako zbog udaljenosti destinacije od glavnih emitivnih tržišta. U odnosu na druge goste, kamp gosti ubrajaju se među najlojalnije od svih gostiju na turističkom tržištu.²⁸ Visok postotak povrata gostiju znači i lojalnost destinaciji, odanost lokalnom stanovništvu i njegovim uslugama, kreiranje pozitivne sociološke klime u zajednici te multikulturalnost i napredak.

Održavanje čistoće u kampovima ima veliku važnost za okoliš. Kamping građevine se konstruiraju na način koji omogućuje brzo i jednostavno čišćenje. Uobičajeni način čišćenja u kampovima je prihvatljiv, ali nije uvijek najefikasniji. Stoga se sve više koriste strojni uređaji za čišćenje, poput visokotlačnih strojeva za pranje. Kako bi se održao okolišno prihvatljiv pristup, gradnja i oprema u kampovima se biraju tako da mogu izdržati česte čišćenje i dugoročnu uporabu. Čišćenje u kampovima zahtijeva posebnu pažnju i organizaciju, posebno zbog svakodnevne uporabe opreme i uređaja. Sanitarni čvorovi se moraju čistiti i dezinficirati svakodnevno, a postoji čak i pravilo o obaveznom dnevnom dežurstvu i višestrukim temeljitim čišćenjima tijekom dana. Zbrinjavanje otpadnih voda je još jedan važan aspekt. Kampovi se obično spajaju na javni kanalizacijski sustav lokalne zajednice, ali neki imaju vlastiti sustav obrade otpadnih voda. Važno je i racionalno korištenje vode, te prikupljanje oborinskih voda za ponovnu uporabu u zalijevanju bilja i druge svrhe. Sve to zahtijeva pažljivo planiranje i izgradnju kampova s ciljem očuvanja okoliša.²⁹

²⁸ Cvelić Bonifačić, J., 2011., op.cit., str. 54

²⁹ Cvelić Bonifačić, J., 2003., op.cit., str. 74

Naturizam se također smatra značajnim u zaštiti okoliša i prirode. Međunarodna naturistička organizacija je još 1997. godine donijela pravilo za očuvanje zaštite prirode, kada je rijetko tko spominjao ekologiju. Očuvanje biljaka, životinja i briga za čisto more, jezera i rijeke, te zaštita životinja je bilo prvo na što se gledalo. Naturisti ne postaju naturisti samo radi očuvanja okoliša, nego i radi svoga zdravlja prije svega. Naturizam je koristan ljudima. Osnovna ideja kamping naturizma kao pokreta očuvanja prirode i zdravlja može se prikazati kao znak prepoznavanja odnosno nagosti, život u udruženju gdje se osigurava zamisao i zajednička realizacija u centru s prirodom, omiljenim okvirom aktivnosti koje ima odgojni cilj; osobito za djecu.³⁰

Pored značaja kamping turizma za okoliš važno je promatrati i objasniti značaj kamping turizma za očuvanje zdravlja. U sljedećem potpoglavlju rada detaljnije je objašnjen utjecaj kamping turizma na očuvanje čovjekova zdravlja.

2.6. Povezanost između kamping turizma i očuvanja zdravlja

Kampiranje donosi raznolike prednosti te povoljno djeluje na fizičko i mentalno zdravlje. Navedene prednosti uključuju izgradnju međuljudskih odnosa, prilike za edukaciju i razvoj novih vještina, odvajanje od tehnoloških uređaja, povezanost s prirodom, smanjenje razine stresa te poboljšanje tjelesne kondicije. Utjecaj tjelesne aktivnosti na otvorenom i osjećaj povezanosti s prirodom pokazuje se kao pozitivan za psihološko blagostanje. Aktivnosti poput šetnje kroz šume i sudjelovanja u vanjskim aktivnostima pozitivno utječu na raspoloženje, fokus, pažnju te kognitivne sposobnosti. Nadalje, značajno poboljšanje samopouzdanja primjećuje se kod osoba koje se bave tjelesnom aktivnošću na otvorenom. Fizički zahtjevi poput planinarenja, postavljanja šatora, pješaćenja, ribolova i istraživanja prirode doprinose poboljšanju općeg zdravlja i blagostanja. Vanjska tjelesna aktivnost povezana je sa smanjenjem depresivnih misli, dok spavanje pod otvorenim nebom potiče prirodni cirkadijski ritam te pridonosi kvalitetnom snu i zdravlju.³¹

Istraživanje Sveučilišta Sheffield Hallam i Sveučilišta Liverpool John Moores koje je naručio Klub kampista i karavanista uključivalo je anketu gotovo 11.000 kampista i

³⁰ Sladoljev, J., 2001., op.cit., str. 58

³¹ Pay, C.: **The Physical Benefits of Camping**, dostupno na: <https://extension.usu.edu/healthwellness/physical/the-physical-benefits-of-camping> (10.01.2024)

nekampista, kojom su procijenili njihove stavove o prednostima svih vrsta kampiranja poput postavljanja šatora, karavana ili kampera, ili odlaska na glamping. Ključni nalazi iz izvještaja o zadovoljstvu otkrivaju da su kampisti:³²

- sretni: 97% kampista kaže da je sreća njihov glavni motiv za odlazak na kampiranje dok je 48% kampista izjavilo da se osjećaju sretno gotovo svaki dan, u usporedbi s 35% nekampista,
- više povezani s prirodom: 93% odlazi na kampiranje kako bi uživali u prirodi koji predstavlja drugi najveći motiv nakon sreće, i postižu visoke rezultate na mjerilima povezanosti s prirodom,
- uživaju u boljem blagostanju: 93% kampista cijeni kampiranje zbog koristi koje pruža za njihovo zdravlje i blagostanje,
- procvjetaju: 44% njih cvjeta (ima optimalno mentalno zdravlje) u usporedbi s 31% nekampista,
- manje su pod stresom: 88% kampista motivirano je za odlazak na kampiranje kako bi izvukli vrijeme iz svakodnevnog života i imaju više razine psihološkog blagostanja od nekampista,
- aktivni na otvorenom: 98% kampista sudjeluje u aktivnostima na otvorenom. 91% šeće, 39% vozi bicikl, a 26% uživa u promatranju ptica.

Vezano uz zdravlje; fenomen naturizma oduvijek je bio prisutan među sociolozima, psiholozima, filozofima, liječnicima, književnicima i drugima. Liječnici naglašavaju zdravstvene koristi kupanja bez odjeće i izlaganja golom tijelu suncu, što je gledište podržano u naturističkim krugovima. Pri navedenom, naturizam se često vidi kao povratak korijenima jer su prvi oblici života nastali u moru, dok ultraljubičaste zrake uništavaju mikrobe na koži i sunce podržava liječenje nekih upala. Naturizam navodno može pomoći u borbi protiv nesаницe, fobija, nervoze i sličnih problema, a golištvo se koristi i u terapiji raznih psihičkih smetnji, što je praksa prisutna u klinikama u SAD-u i drugdje. Margaret Mead, poznata američka antropologinja, nazvala je naturizam „otokom smirenosti“, ističući rezultate istraživanja koji pokazuju smanjenu agresiju, potištenost i povećani osjećaj kolektivne solidarnosti u naturističkim kampovima.³³

³² Ibidem

³³ Sladojev, J., 2001. op.cit., str. 16

Provedena istraživanja i literatura o kamping turizmu ukazuju na njegov značajan utjecaj na očuvanje okoliša i čovjekova zdravlja u odnosu na ostale oblike smještaja. Sam kamping turizam odvija se u prirodi; a poznato je da boravak u prirodi vrlo dobro utječe na zdravlje čovjeka. Ipak, značajno je prikazati percepciju turista o značaju kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja i njegovoj ulozi u istom. Stoga se sljedećim potpoglavljem rada nastoji dati uvid u značaj percepcije turista o važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlja.

3. ZNAČAJ PERCEPCIJE TURISTA O VAŽNOSTI KAMPING TURIZMA ZA OČUVANJE OKOLIŠA I ZDRAVLJA

Danas se javlja sve veća svijest o važnosti očuvanja okoliša i brizi za vlastito zdravlje među turistima, stoga sve češće odabiru one destinacije i vrste smještaja koje osiguravaju minimalan utjecaj na onečišćenje okoliša te zdrav odmor. Kamping turizam sve se više poistovjećuje s prirodom i mogućnošću bijega od urbanog okruženja. Također, poznato je da turisti odabiru kampiranje jer smatraju da je bolje za očuvanje okoliša te pruža elemente koji zadovoljavaju osiguranje zdravlja. U ovom poglavlju istražen je značaj percepcije turista o kamping turizmu za očuvanje okoliša i zdravlja, s fokusom na tri ključna područja; pojam percepcije turista, percepcija turista o utjecaju kamping turizma na okoliš te percepciju turizma o utjecaju kamping turizma na zdravlje. rije svega, definira se pojam percepcije turista te, u vezi s tim, percepcija turista o utjecaju kamping turizma na okoliš i zdravlje. Kroz analizu percepcija turista, nastoje se prikazati prethodna istraživanja i stavovi turista o kamping turizmu..

3.1. Pojam i definiranje percepcije turista

Percepcija je složen proces kojim pojedinci odabiru, organiziraju i tumače informacije koje primaju putem svojih osjetila. Kada turisti konzumiraju proizvode i usluge tijekom putovanja, oni uspoređuju ono što doživljavaju sa svojim očekivanjima. Kako bi ocijenili svoje iskustvo, oslanjaju se na svoju percepciju o kvaliteti usluge i proizvoda. Percepciju oblikuju tri glavna faktora: faktori situacije, faktori promatrača i faktori cilja. Turisti doživljavaju okus, kvalitetu i prirodu putem svojih osjetila, pri čemu se percepcija može razlikovati među pojedincima. Na primjer, ista usluga u hotelu s visokim standardima može biti doživljena na različite načine od strane različitih turista. Stoga, percipirana kvaliteta usluge ima izravan utjecaj na zadovoljstvo turista.³⁴

³⁴Athula Gnanapala, W.K.: **Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination Management**, American Journal of Marketing Research Vol. 1, No. 1, 2015., str. 8

Usko vezano uz percepciju je i zadovoljstvo koje uglavnom proizlazi iz ponašanja potrošača, odnosno turista. Zadovoljstvo se odnosi na funkciju razlike između percepcije i očekivanja; dakle, zadovoljstvo proizlazi iz percepcije karakteristika proizvoda ili rezultata, kao i osobnih očekivanja o proizvodu ili usluzi, te stupnja zadovoljstva ili razočaranja nastalog nakon usporedbe. Ako su funkcionalne karakteristike daleko manje od očekivanog, turist će se osjećati nezadovoljnim. Pojam percepcije može se podijeliti u tri razine:³⁵

- prva razina obuhvaća percepciju drugih ljudi, poput toga kako turisti vide domaćine i kako domaćini vide turiste,
- druga razina obuhvaća percepciju o sebi, kako turisti vide sebe i kako domaćini vide sebe,
- treća razina, nazvana meta-percepcijama, odnosi se na to kako drugi percipiraju kako ih drugi percipiraju, na primjer, kako turisti vide kako ih njihovi domaćini percipiraju.

Razvoj turizma nosi različite razine utjecaja na destinacijsko okruženje, posebno na lokalno stanovništvo koje djeluje kao domaćini turistima. Od lokalnog se stanovništva traži da se uključi u kompromis između koristi koje percipiraju da dobivaju od turizma i negativnih društvenih i ekoloških posljedica njegovog razvoja. Neki autori tvrde da je ravnoteža percepcija stanovnika o troškovima i koristima turizma glavni faktor zadovoljstva turista i stoga je vitalna za uspjeh turističke industrije. Dakle, podrška lokalnog stanovništva turizmu smatra se ključnom jer uspjeh i održivost sektora ovise o dobroj volji lokalnih stanovnika.³⁶

Utjecaj sociokulturnih faktora na turizam, posebice u kontekstu percepcije lokalnog stanovništva, predstavlja kompleksnu dinamiku koja se teško može jednoznačno kvantificirati ili mjeriti. Ovaj faktor podložan je postupnim promjenama tijekom vremena, što može rezultirati različitim percepcijama stanovništva o razvoju turizma, kako pozitivnim, tako i negativnim. U situaciji pozitivne percepcije, sociokulturni utjecaj može biti značajan zbog potencijalnih poboljšanja lokalnih usluga, razvoja infrastrukture, poboljšanja javnog

³⁵ Barnes, J.: **Perception in Tourism & Hospitality: A Meta Analysis**, Assumption University, 2016., str. 93

³⁶ Andriotis, K., Vaughan, D.R.: **Urban Residents' Attitudes Towards Tourism Development: The Case of Crete**, Journal of Travel Research, Vol. 42. No. 2. 2003., str. 173

prijevoza te sudjelovanja lokalnih zajednica u turističkim inicijativama usmjerenim na zajednicu.³⁷

Percepcija rizika turista također značajno utječe na stvaranje dojma o destinaciji, što paralelno utječe na izbor kampirališta. Utjecaj percepcije rizika na odabir kampirališta turista ostvaruje se posredstvom dojma o destinaciji, koji značajno i pozitivno utječe na odabir kampirališta. Promjena rizika koju doživljavaju turisti utječe na njihov emocionalni dojam o destinaciji, što dovodi do promjena u njihovom donošenju odluka. Isto tako, kako se rizici koje doživljavaju kampisti mijenjaju tijekom kampiranja, mijenja se i njihova percepcija emocionalnog dojma kampirališta. Takvi rizici izazivaju percepciju prijatnije; kada dojam destinacije kampistima daje jaču percepciju rizika, kampisti umjesto toga biraju sigurniji način kampiranja.³⁸ Sljedeći odlomak nastoji objasniti percepciju turista o utjecaju kamping turizma na okoliš.

3.2. Percepcija turista o utjecaju kamping turizma na okoliš

Ponašanje ljudi u turističkim aktivnostima neizravno je povezano s kvalitetom okoliša, putem formuliranja percepcija o njihovom okruženju. S druge strane, javnost posjeduje sposobnost izravnog utjecaja na kvalitetu prirodnog okoliša putem individualnih ponašanja, koja mogu ovisiti o percepcijama ljudi o okolišu. Stoga je ključno bolje razumjeti kako pojedinci formiraju svoje percepcije o kvaliteti okoliša i utjecaju turizma na okoliš. Percepcija okoliša procjenjuje sposobnost pojedinca da prepozna kako zaista vidi i reagira na svoje okruženje. Dokazano je da je način na koji osoba percipira kvalitetu okoliša na određitu izravno povezan s njihovim socio-ekonomskim statusom, kulturnim vezama i prošlim iskustvima.³⁹ Ekološka percepcija procjenjuje sposobnost pojedinca da prepozna kako zaista vidi i reagira na svoje okruženje. Kako osoba percipira ekološku kvalitetu destinacije izravno je povezano sa socio-ekonomskim statusom čovjeka, kulturnim vezama

³⁷Ap, J., Crompton, J. : **Developing and testing a tourism impact scale**, Journal of Travel Research, Vol. 37, No. 2, 1098, str. 123

³⁸Xu, X., Wei, A., Liu, Y., Xia, T.: **The Relationship between Perceived Risks and Campsite Selection in the COVID-19 Era**, Sustainability, Vol. 14., 2022., str. 8

³⁹ Petrosillo, I. i dr.: **Tourist perception of recreational environment and management in a marine protected area**, Landscape Urban Plan, Vol. 79, 2007., str. 33

i prethodnim iskustvima. Percepcija često postaje proces popunjavanja praznina u određenoj situaciji prethodnim znanjem.⁴⁰

Istraživanje u Tanzaniji pokazuje da turisti kao osnovne motivacije kod odabira kampinga navode učenje temeljeno na prirodi, bijeg te traženje avanturističkog druženja pri čemu se razlikuju tri različita segmenta kampista na temelju njihovih osnovnih motivacija: ekoturisti, tražitelji prestiža i tražitelji avanture. Ovi segmenti kampista razlikuju se u ponašanjima i percepcijama ekoloških utjecaja kampinga. Segment ekoturista ima naj snažnije motive, stavove i ponašanja u pogledu okolišnih uvjeta dok segment tražitelja prestiža uključuje pojedince s visokim prihodima i visokim obrazovanjem s ekocentričnim stavovima i ponašanjima. Općenito, ekološki utjecaji imali su manji utjecaj na iskustvo korisnika kampinga osim nepravilnog odlaganja otpada i opće čistoće kampinga. Navedeno zahtijeva odgovarajuće upravljačke akcije poput osvješćivanja posjetitelja, praćenja, zoniranja područja aktivnosti i provedbe pravila kampa za korisnike kako bi se osiguralo poboljšano iskustvo posjetitelja uz minimalne utjecaje na okoliš.⁴¹

Prema rezultatima ranije provedenih istraživanja, turisti su manje voljni platiti za attribute održivosti iako im pridaju veću važnost. Također je primjetan jaz između percepcije turista o važnosti održivosti i njihove financijske odgovornosti za održive prakse. Značajka za koju su najviše voljni platiti je niža razina zagađenja okoliša, vode i zraka. Stoga se utvrđuje da su turisti spremniji platiti više za okoliš, a zatim za kvalitetu, dok su manje spremni platiti za aspekte koji se odnose na kvalitetu života lokalne zajednice. Pored navedenog turisti najviše brinu o kulturnoj i ekološkoj zaštiti, pri čemu je najveći značaj pridodan očuvanju povijesnih i kulturnih resursa, zaštiti zelenih površina, faune i flore, te zaštiti općeg arhitektonskog karaktera destinacije. S obzirom na te rezultate, inicijative održivosti koje su usmjerene prema turistima trebaju biti povezane s ekološkim atributima koji se uglavnom usredotočuju na koristi koje turisti mogu ostvariti od tih održivih praksi u smislu privlačnijeg, kulturno jedinstvenijeg i manje zagađenog okoliša.⁴² Pored percepcije koju turisti imaju o utjecaju kamping turizma na okoliš značajno je promatrati usko povezanu

⁴⁰ Petrosillo, I. i drugi., op.cit., str. 32

⁴¹ Solberg, M.A., Smiley, S.L. **Comparing Tourist and Tour Operator Perceptions of Tourists' Impacts on the Environment in Tanzania**, *Environments*, Vol. 9., No. 132., 2022., str.

⁴² Aydın, B.; Alvarez, M.D.: **Understanding the Tourists' Perspective of Sustainability in Cultural Tourist Destinations**, *Sustainability*, Vol. 12., No. 21., 2020., str. 13-14

percepciju turista o važnosti kamping turizma za očuvanje zdravlja. Sljedeće potpoglavlje rada fokusira se na dosadašnja istraživanja i literaturu koja prikazuje percepciju turista o utjecaju kamping turizma na zdravlje.

3.3. Percepcija o utjecaju kamping turizma na zdravlje

Postoji dobro uspostavljena međusobna povezanost između putovanja, turizma i zdravlja. Naime, motivacija za sudjelovanjem u ranim oblicima turizma povezana je s idejom o blagostanju, wellnessu i zdravlju, a mjesta ili destinacije koje se fokusiraju na pružanje zdravstvenih koristi već dugo su prepoznate. Suvremeni turizam i dalje doprinosi zdravlju i blagostanju; a za neke ljude postoje prilično specifični i unaprijed određeni zdravstveni razlozi za putovanje, dok je za druge to implicitan osjećaj bijega i opuštanja koji dovodi do većeg osjećaja blagostanja.⁴³

Sve više se prepoznaje važnost mentalnog zdravlja za istraživanje i praksu u turizmu, a neka istraživanja podržavaju gledište da turistička iskustva mogu imati koristi i za fizičko i mentalno zdravlje. Ovo područje istraživanja u turizmu tek je u nastanku i zahtjeva daljnje istraživanje, posebno u razumijevanju temeljnog psihološkog procesa koji na kraju dovodi do zdravstvenih koristi, posebice u smislu zadovoljstva životom. Značajno je da su istraživanja prepoznala potencijalnu moć turizma u povećanju sreće i u borbi protiv depresije kao oporavku od mentalnog umora. Ova perspektiva pozitivne psihologije podupire ideju da sudjelovanje u aktivnostima tijekom odmora može potaknuti pozitivne emocije i općenito povećati sreću.⁴⁴

Pored navedenog, primijećeno je da turisti češće odabiru putovanja zbog percepcije da mogu ostvariti eksperimentalne, zdravstvene i relaksacijske koristi. Također, istraživanja su prepoznala potencijalnu moć turizma u poticanju sreće, borbi protiv depresije te oporavku od mentalnog umora. Ova pozitivna psihološka perspektiva podržava ideju da sudjelovanje u turističkim aktivnostima može potaknuti pozitivne emocije i općenito povećati osjećaj

⁴³Marmion, M., Hindley, A.: **Tourism and Health: Understanding the Relationship**, Faculty of Business and Management, Department of Marketing, Tourism, & Events Management, University of Chester, Chester, UK, 2019., str. 1-2

⁴⁴Uysal, M., Sirgy M.J., Woo E., Kim, H.: **The impact of tourists activities on tourists' subjective wellbeing**, U: Smith, M., Puczko, L.: *The Routledge handbook of health tourism*, Routledge, Abingdon, str. 69-70

sreće. Kratka turistička iskustva mogu imati obnavljajuće učinke protiv stresa na radnom mjestu, dok bi produžena iskustva mogla biti korisnija za oporavak i opće životno zadovoljstvo. Turisti mogu češće odabrati putovanja zbog uvjerenja da će im turistička iskustva donijeti koristi u pogledu novih iskustava, zdravlja i opuštanja.⁴⁵

Kampiranje u prirodi povoljno djeluje na smanjenje stresa jer kada se pojedinci nađu u prirodi, u kontaktu s drvećem, pticama i drugim prirodnim značajkama, postoji tendencija da se više koncentriraju na ono što ih okružuje nego na razmišljanje o svojim problemima i brigama. Kada se vrate svakodnevnoj rutini, imaju jasan um i osvježen duh koji im ponekad pomažu u suočavanju s njihovim brigama ili problemima. Psihološki čimbenici potražnje u turizmu prema nekim autorima su: prestiž, bijeg seksualne mogućnosti, obrazovanja, socijalna interakcija, obiteljsko druženje, opuštanje i samootkrivanje.⁴⁶

Tijekom pandemije COVID-19 interes turista za kampiranje bio je relativno visok. Turisti su općenito pokazali interes za provođenjem kamperskih aktivnosti, te tražili detaljnije informacije o područjima za kampiranje i pripremama za kampiranje tijekom pandemije. Međutim, neki turisti nisu bili upoznati s područjima za kampiranje i potrebnim pripremama no kampiranje je bilo jedna od alternativnih turističkih aktivnosti tijekom pandemije. Turisti su tijekom pandemije odabirali kampiranje zbog njegovog doprinosa zdravlju te moguće zaštite svog zdravlja tijekom pandemije.⁴⁷

Iz provedenih istraživanja može se zaključiti da turisti pozitivno percipiraju utjecaj kamping turizma na okoliš te smatraju da takav oblik turističkih aktivnosti može pomoći u očuvanju prirode te da je direktno povezano s prirodom. Također, istraživanja ukazuju da turisti pozitivno percipiraju utjecaj kampinga na mentalno i fizičko zdravlje. Sljedeće poglavlje daje uvid u provedeno istraživanje među domaćim turistima o utjecaju kamping turizma na okoliš i zdravlje.

⁴⁵Chen, C.C., Petrick, J.F.: **The roles of perceived travel benefits, importance, and constraints in predicting travel behaviour**, Journal of Travel Research, Vol. 55, Iss. 14., 2014., str. 514-515

⁴⁶Sladojev, J., 2011., op.cit., str.142-143

⁴⁷Ananda, A., Novianti, S.: **Tourists interest in camping as an alternative tourism activity during COVID-19 pandemic: the AIDA model application**, Journal of Tourism Sustainability, Vol. 1 No. 2, 2021, str. 80

4. ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJE O VAŽNOSTI KAMPING TURIZMA ZA OKOLIŠ I ZDRAVLJE

Kamping turizam predstavlja važan segment turističke ponude u Hrvatskoj kao i važan oblik turizma koji utječe na okoliš i zdravlje čovjeka. Sve veći broj ljudi traže iskustva povezana s prirodom i žele se udaljiti od gradske gužve. Osim što pruža mogućnost za odmor u prirodnom okruženju, kamping turizam ima i potencijalni utjecaj na očuvanje okoliša i zdravlje turista. Stoga je važno istražiti percepciju turista o važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i čovjekovog zdravlja, kako bi se bolje razumjelo njihovo ponašanje i stavovi prema utjecaju kamping turizma. Poznati su različiti aspekti percepcije turista o kamping turizmu, uključujući njihovu spremnost platiti više za održive prakse, kao i njihovu brigu o kulturnoj i ekološkoj zaštiti. Također, poznato je da kamping turizam može pozitivno utjecati na mentalno zdravlje posjetitelja, pružajući im priliku za bijeg u prirodu i opuštanje daleko od svakodnevnog stresa. Kroz ovo istraživanje nastoji se doprinijeti boljem razumijevanju važnosti kamping turizma za očuvanje okoliša i zdravlje te pružiti smjernice za daljnji razvoj ove vrste turizma u skladu s potrebama turista i zahtjevima održivog razvoja.

4.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno u razdoblju od listopada 2023. do siječnja 2024. godine i temelji se na prikupljanju podataka putem online upitnika koji je distribuiran među prijateljima i poznanicima koji žive u Hrvatskoj. Anketni upitnik sastojao se od ukupno 33 pitanja i potpitanja te je ukupno sudjelovalo 80 osoba. Ovo istraživanje ima za cilj analizirati stavove i percepciju turista o utjecaju kamping turizma na okoliš i zdravlje. Podaci su prikupljeni putem ankete u svrhu istraživanja kako turisti percipiraju važnost očuvanja okoliša u kontekstu kamping turizma te kakav utjecaj boravak u kampu ima na njihovo zdravlje i opću dobrobit.

U istraživanju percepcije o važnosti kamping turizma za okoliš i zdravlje primijenjena je anketa podijeljena u četiri dijela; prvi dio ankete obuhvatio je socio-demografske karakteristike ispitanika kako bi se dobila osnovna slika uzorka, uključujući dob, spol, radni status, mjesto stanovanja te prihod u domaćinstvu. Drugi dio ankete

fokusirao se na istraživanje preferencije kamping turizma u usporedbi s drugim oblicima smještaja, istražujući motivacije i očekivanja turista u vezi s kampingom. Treći dio ankete bio je posvećen percipiranju utjecaja kamping turizma na okoliš, istražujući percepciju ispitanika o ekološkim praksama u kampovima i njihovu spremnost za podržavanje održivih inicijativa u kampovima. Četvrti dio ankete istraživao je percepciju o utjecaju kamping turizma na zdravlje sudionika, analizirajući njihove stavove o koristima boravka u prirodi te utjecaju kampinga na psihofizičko blagostanje.

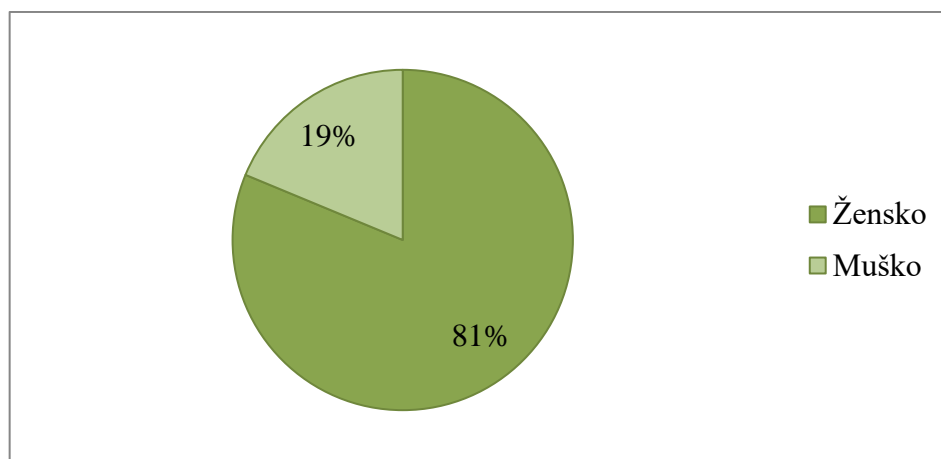
4.2. Prikaz rezultata istraživanja

Analiza rada provesti će se u četiri dijela koju obuhvaća analiza socio-demografskih čimbenika, analiza vezana uz percepciju turista o utjecaju na kamping turizma na okoliš i analiza vezana uz percepciju turista o utjecaju kamping turizma na zdravlje.

4.2.1. Socio-demografska struktura ispitanika

Socio-demografska obilježja ispitanika prezentiraju se u nastavku rada i odnose se na podatke o spolu, mjestu stanovanja, dobi, radnom statusu te prihodima ispitanika.

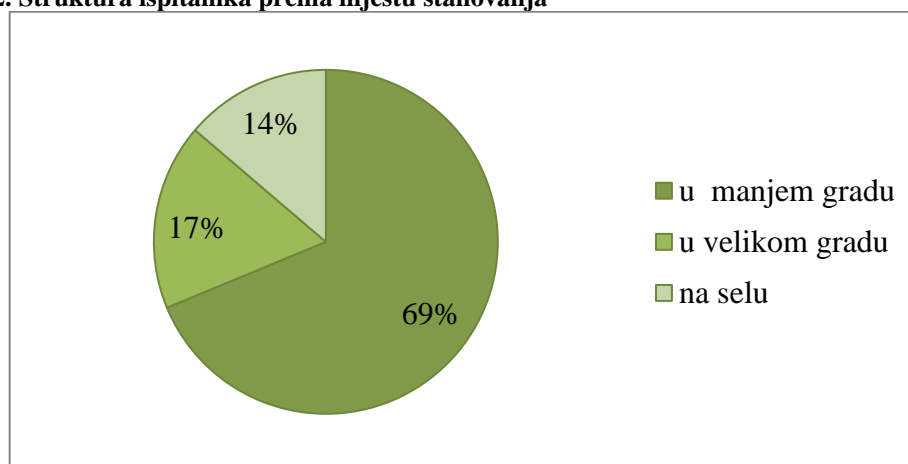
Grafikon 1. Prikaz ispitanika prema spolu



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 80 ispitanika; od čijeg ukupnog broja, 81,3% ispitanika su žene dok 18,8% muškaraca

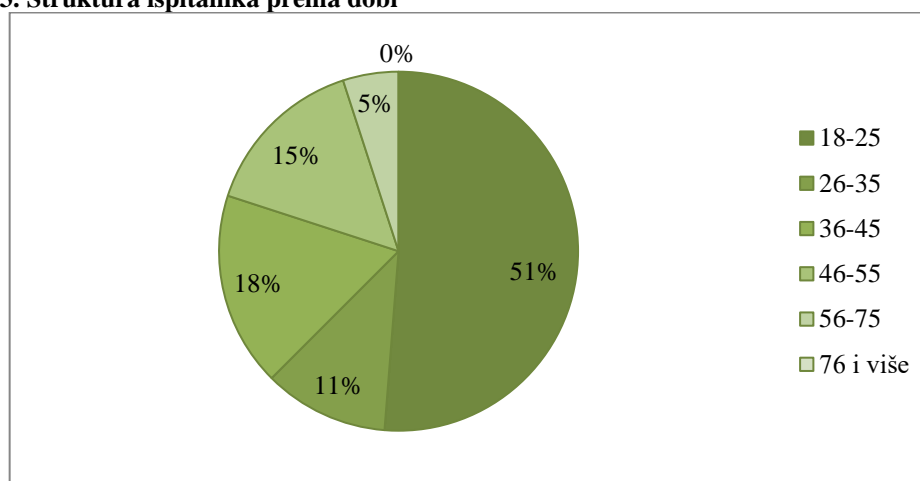
Grafikon 2. Struktura ispitanika prema mjestu stanovanja



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Od ispitanika, njih 68,8% dolazi iz manjega grada, 17,5% njih dolazi iz velikih gradova, dok 13,7% njih dolazi sa sela.

Grafikon 3. Struktura ispitanika prema dobi

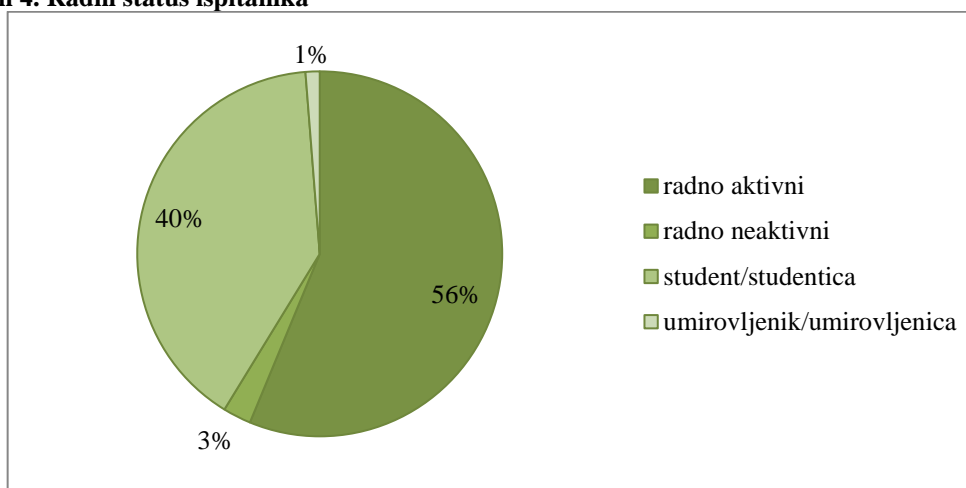


Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Od ukupnog broja ispitanika 51,2% jesu oni od 18-25 godina, 17,5% ima 36 do 45 godina, 15% ima od 46 do 55 godina, 11,3% ispitanika ima 26-35 godina, a ostali imaju od

56 do 75 godina dok od 76 i više godina nema ispitanika. Grafikon 4. prikazuje radni status ispitanika.

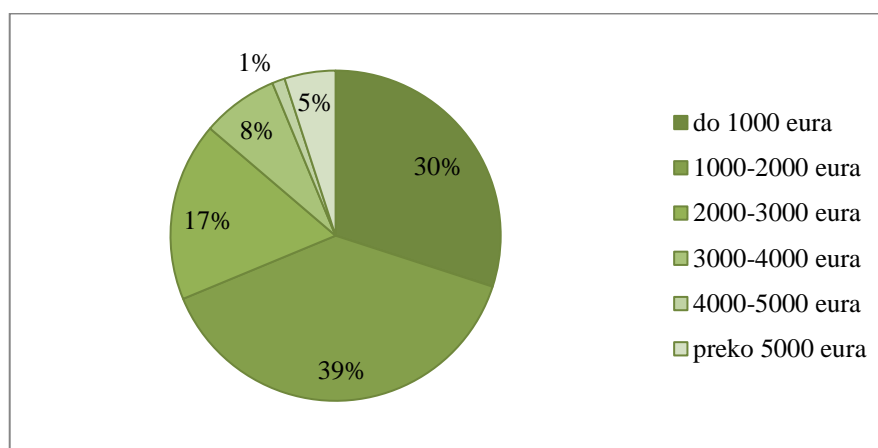
Grafikon 4. Radni status ispitanika



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Većina ispitanika je radno aktivno (56%), 40% ispitanika jesu student ili studentica, a ostalo su radno neaktivni, umirovljenici ili umirovljenice. Grafikon 5. prikazuje prihode po domaćinstvu.

Grafikon 5. Prihodi po domaćinstvu



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

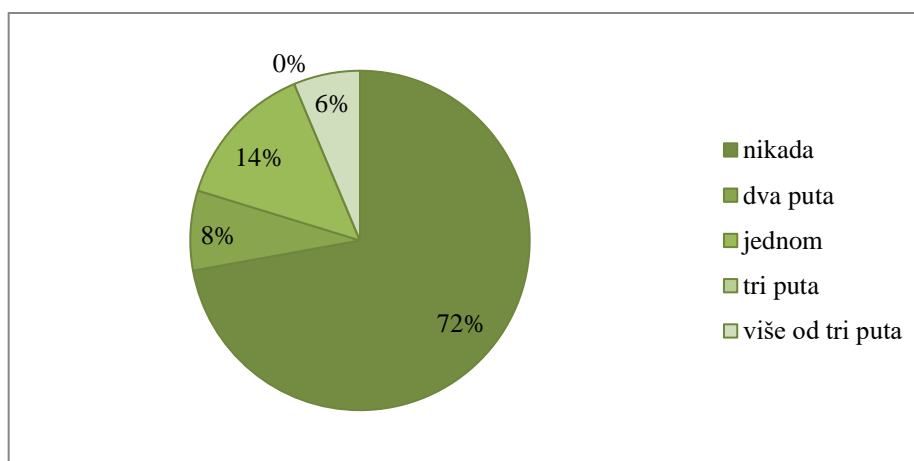
Prihode po domaćinstvu u iznosu od 1.000-2.000 eura ima 38,8% ispitanika, njih 30% do 1.000 eura, 17,5% 2.000-3.000 eura, dok ostali imaju 3.000-4.000 eura prihoda, 4.000-5.000 eura, te preko 5.000 eura.

Na temelju provedenog istraživanja, nekoliko je ključnih zaključaka o socio-demografskim obilježjima ispitanika. Većinu ispitanika čine žene, a najveći dio ispitanika dolazi iz manjih gradova, dok manji postotak dolazi iz velikih gradova i sela. Dobna struktura ispitanika pokazuje da najveći udio čine mladi u dobi od 18 do 25 godina, dok su ostale dobne skupine manje zastupljene. Većina ispitanika je radno aktivna te značajan udio čine studenti. Što se tiče prihoda po domaćinstvu, najveći broj ispitanika ima prihode između 1.000 i 2.000 eura, zatim slijede oni s prihodima do 1.000 eura, dok manji postotak ima prihode u rasponu od 2.000 do 3.000 eura.

4.2.2. Sklonost kamping turizmu u odnosu na ostale oblike smještaja

Kampovi u odnosu na druge vrste smještajnih oblika imaju svojih specifičnosti zbog kojih ih posjetitelji posjećuju. Stoga se u ovom istraživanju nastoji saznati preferencija ispitanika o kamping turizmu u odnosu na ostale oblike smještaja. Grafikon 6. prikazuje učestalosti posjeta kampa ispitanika.

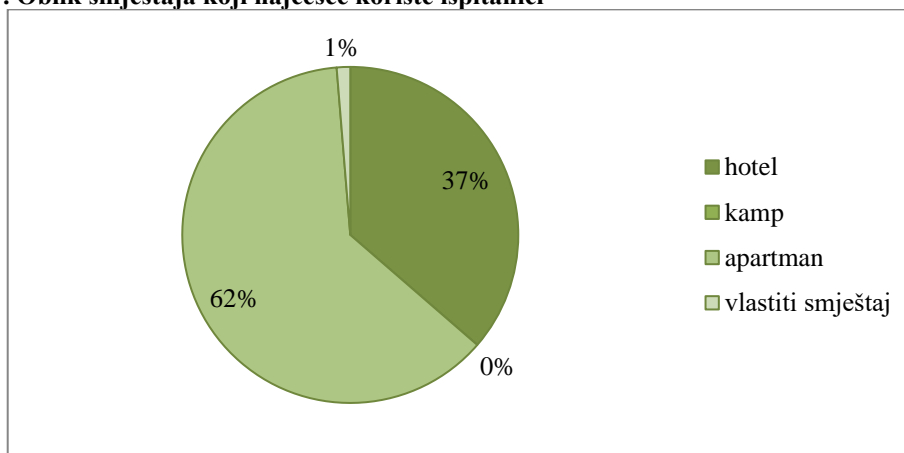
Grafikon 6. Učestalost posjeta kampa ispitanika



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Od ispitanika, 71,3% nikada nisu bili gosti u kampu, 13,8 % ispitanika su jednom bili gost u kampu, a ostali su bili dva, tri ili više puta u kampu. Grafikon 7. prikazuje koji oblik smještaja najčešće koriste ispitanici.

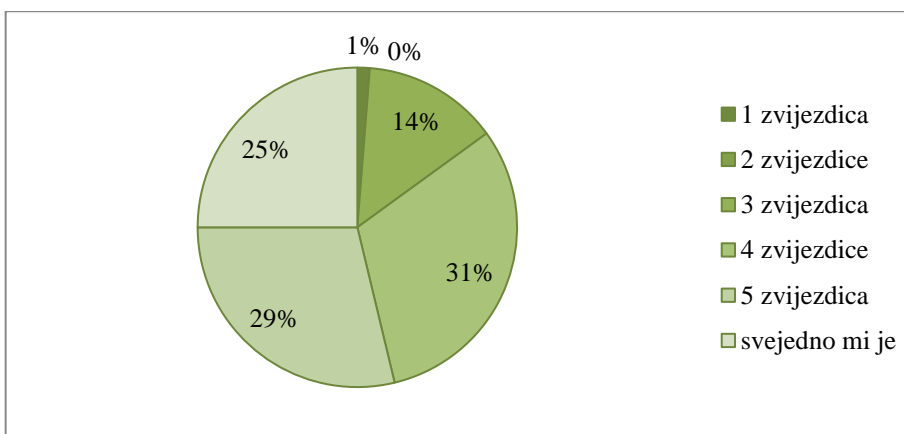
Grafikon 7. Oblik smještaja koji najčešće koriste ispitanici



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Većina ispitanika prilikom putovanja najčešće koristi apartman (60%), 35% ispitanika preferira smještaj u hotelu. Zanimljivi podatak je da niti jedan ispitanik ne preferira kamp u odnosu na druge oblike smještaja. Također, 1% ispitanika koristi vlastiti smještaj. Grafikon 8. prikazuje kategoriju smještajnog objekta u kojemu borave ispitanici.

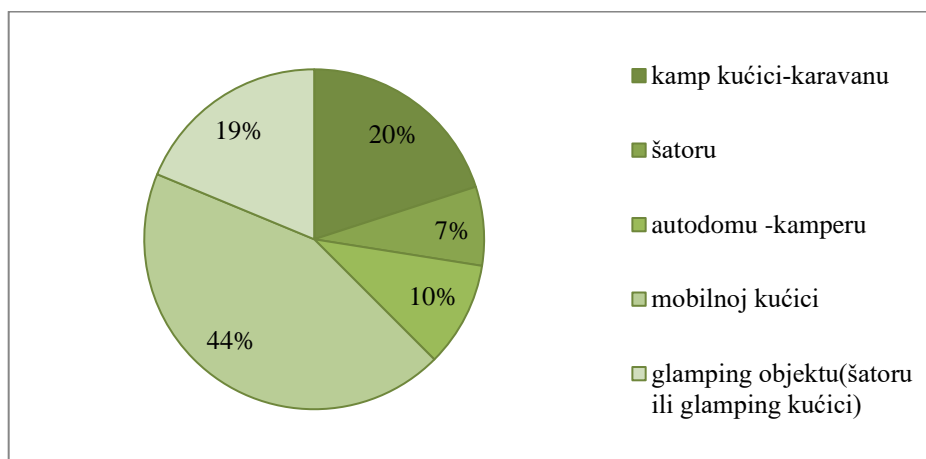
Grafikon 8. Kategorija smještajnog objekta u kojemu borave ispitanici



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Manjina ispitanika najviše preferira boraviti u objektu sa 4 zvjezdice (31,3%), 28,7% u objektu sa 5 zvjezdica, 25% je svejedno koliko objekt ima zvjezdica, 13,8% bi htjeli biti u objektu s 3 zvjezdice, ostali u objektu sa jednom zvjezdicom a nitko sa dvije zvjezdice. Grafikon 9. prikazuje preferenciju smještajnog objekta kamping turizma među ispitanicima.

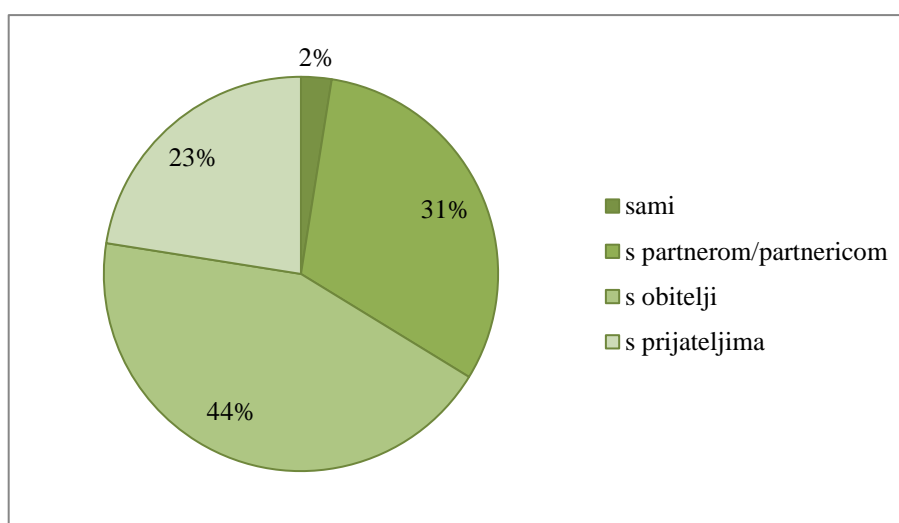
Grafikon 9. Sklonost prema smještajnim objektima kamping turizma



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Kada bi kampirali, čak 43,8% ispitanika za kampiranje bi odabralo mobilnu kućicu, 20% ispitanika kamp kućicu odnosno karavan, 18,8% u glamping objekt (šator ili glamping kućicu), dok bi ostali ispitanici odabrali smještaj u šatoru. Grafikon 10. prikazuje s kim ispitanici najviše idu na putovanje.

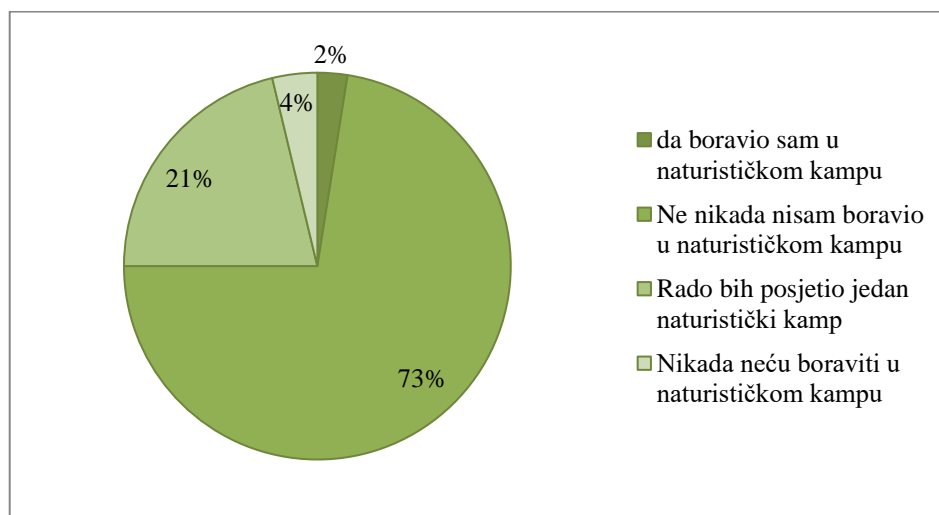
Grafikon 10. Sklonost načina putovanja



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

U provedenom istraživanju 43,8% najčešće na putovanje ide s obitelji, 31,3% s partnerom ili partnericom, 22,5% s prijateljima, dok ostali ispitanici preferiraju na putovanje ići sami. Grafikon 11. prikazuje učestalost boravka ispitanika u naturističkom kampu.

Grafikon 11. Učestalost boravka ispitanika u naturističkom kampu



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

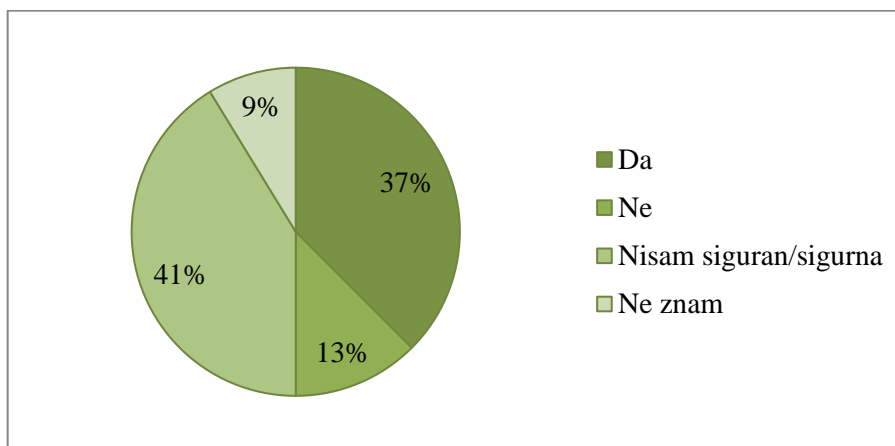
Većina ispitanika nikada nisu boravili u naturističkom kampu (72,5%), 21,3% bi rado posjetili naturistički kamp, dok je ostali dio ispitanika ili boravio u naturističkom kampu ili nikada neće boravili u naturističkom kampu.

Analiza sklonosti ispitanika o kamping turizmu u odnosu na druge oblike smještaja pokazuje da je većina ispitanika sklono odabiru smještaj u apartmanu ili hotelu u odnosu na boravak u kampu. Zanimljivo je da niti jedan ispitanik nije izrazio sklonost za kampiranje u odnosu na druge oblike smještaja. Kada bi kampirali, većina ispitanika bi odabrala mobilnu kućicu kao svoj odabrani smještajni objekt. Osim toga, većina ispitanika najčešće putuje s obitelji ili partnerom, dok manji postotak putuje s prijateljima ili samostalno. Što se tiče naturističkog kampiranja, većina ispitanika nikada nije boravila u takvom kampu, ali bi dio njih bio zainteresiran za posjet.

4.2.3. Percepcija o utjecaju kamping turizma na okoliš

U ovom dijelu istraživanja analiziraju se percepcije ispitanika o utjecaju kamping turizma na okoliš. Prikazani su rezultati ankete koji se odnose na percepciju ekološke prihvatljivosti kampova u usporedbi s drugim smještajnim objektima, zbrinjavanje otpada, razinu čistoće, korištenje alternativnih izvora energije te važnost niskog stupnja izgrađenosti i velikih zelenih površina kampa za očuvanje okoliša. Također, istražena je percepcija o utjecaju automobila na okoliš te važnost korištenja prirodnih materijala pri izgradnji građevina u kampu. Prikazani rezultati pružaju uvid u stavove i mišljenja ispitanika o ekološkoj održivosti kamping turizma i mogu poslužiti kao osnova za razvoj održivih praksi u turističkom sektoru. Grafikon 12. prikazuje percepciju ispitanika o tome smatraju li da je kamp „ekofriendly“ u odnosu na ostale smještajne objekte.

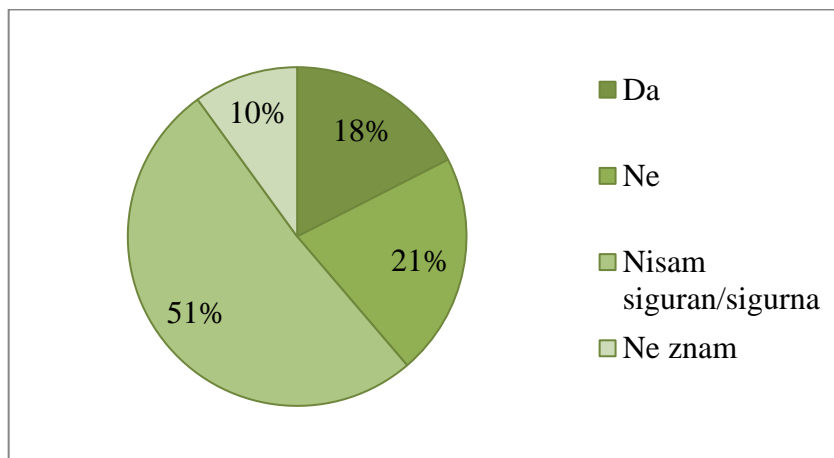
Grafikon 12. Percepcija ispitanika o tome smatraju li da je „ekofriendly“ u odnosu na ostale smještajne objekte



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Na pitanje smatraju li da su kampovi više „ecofriendly“ od ostalih oblika smještaja, 41,3% ispitanika izjavilo je da nisu sigurni je li kamp više „ecofriendly“ od ostalih oblika smještaja, 37,5% su izjavili da je, 12,5% da nije dok je 8,8% izjavilo da ne znaju. Grafikon 13. prikazuje percepciju ispitanika o tome zbrinjava li se otpad bolje u kampu ili u ostalim smještajnim objektima.

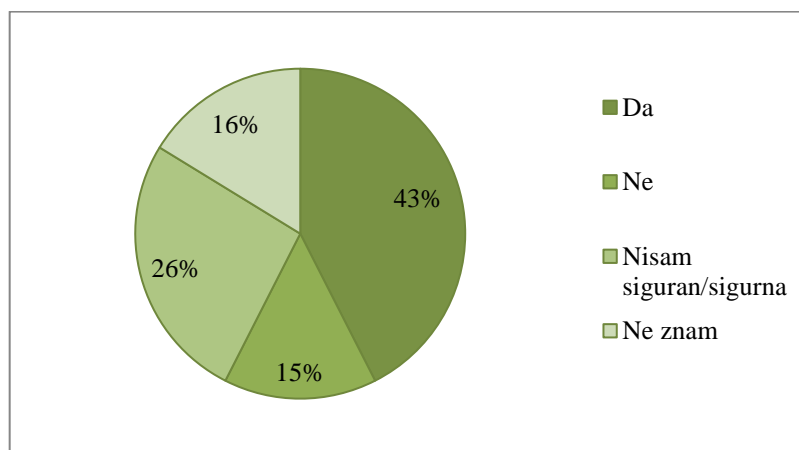
Grafikon 13. Percepcija ispitanika o tome zbrinjava li se otpad bolje u kampu ili u ostalim smještajnim objektima



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Ispitanici su na pitanje smatraju li da se u kampovima bolje zbrinjava i razvrstava otpad nego u drugim oblicima smještaja čak 51,2% ispitanika izjavilo da nisu sigurni da se u kampovima bolje zbrinjava i razvrstava otpad u odnosu na ostale oblike smještaja u Hrvatskoj, 21,2% smatra da ne, 17,5% smatra da da, a 10% ne znaju. Grafikon 14. prikazuje se percepcija ispitanika o tome jesu li zadovoljni razinom čistoće u hrvatskim kampovima.

Grafikon 14. Percepcija ispitanika o tome jesu li zadovoljni razinom čistoće u hrvatskim kampovima

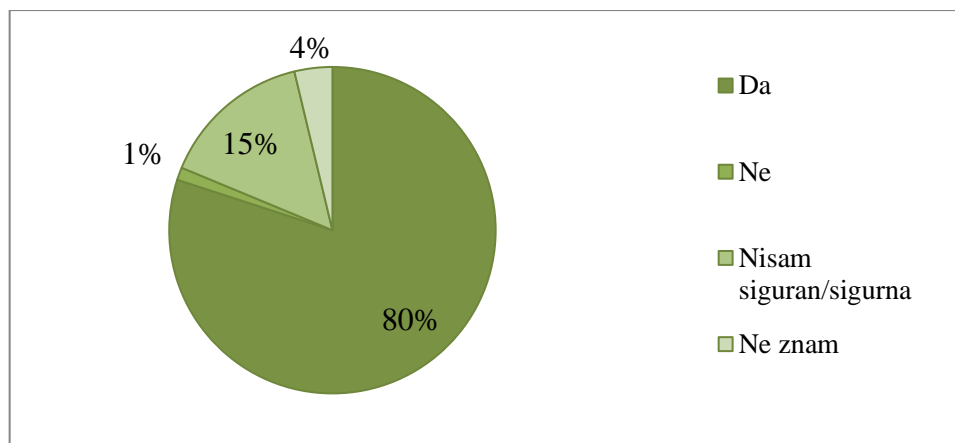


Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Vezano uz pitanje zadovoljstva čistoćom u kampovima za potrebe ispitanika 42,5% smatraju da kampovi imaju dovoljnu razinu čistoće za njihove potrebe, 26,2% nisu sigurni,

16,2% ne znaju, a 15% smatraju da ne. Grafikon 15. prikazuje se percepcija ispitanika o tome bi li kampovi ili drugi smještajni oblici trebali koristiti više alternativnih izvora energije radi uštede iste.

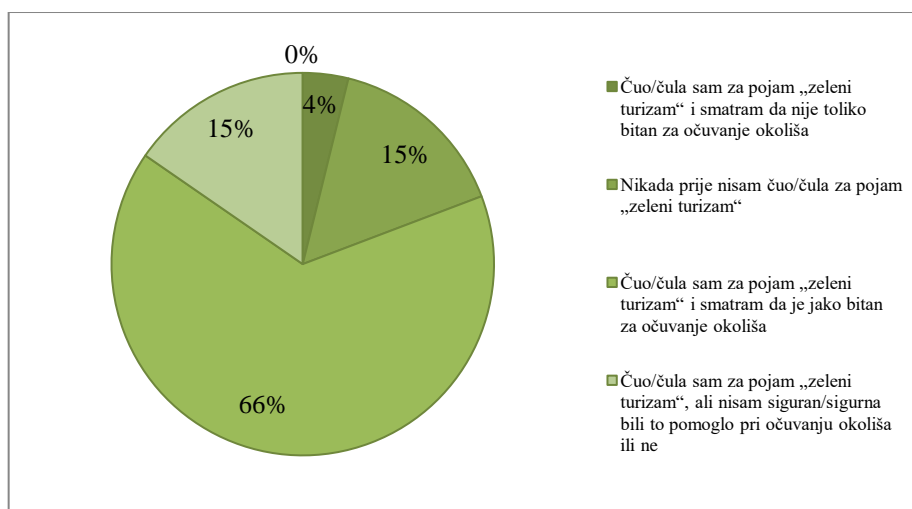
Grafikon 15. Percepcija ispitanika o tome bi li kampovi ili drugi smještajni oblici trebali koristiti više alternativnih izvora energije radi uštede iste



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Kod promatranja alternativnih izvora energije radi uštede 80% ispitanika smatra da bi kampovi, ali i drugi smještajni objekti trebali koristiti više alternativnih izvora energije radi uštede iste, 15% nije sigurno, a ostali smatraju da nije tako ili da ne znaju. Grafikon 16. prikazuje se percepciju ispitanika o „zelenom turizmu“.

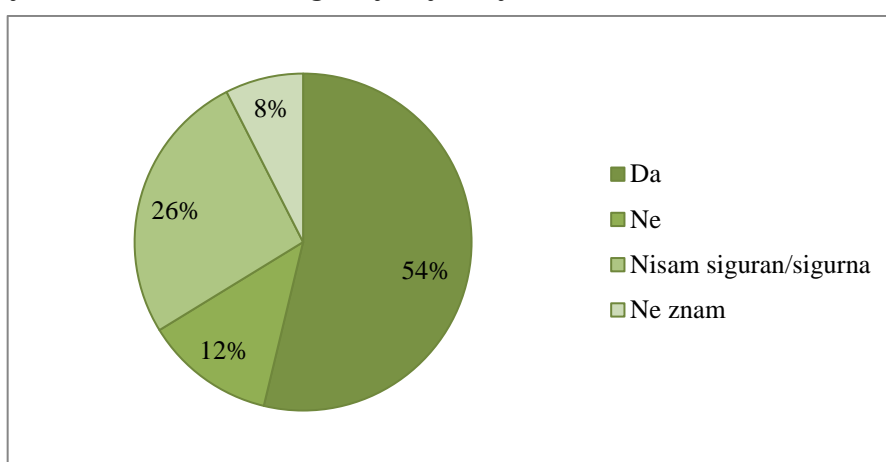
Grafikon 16. Percepcija ispitanika o „zelenom turizmu“



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Za pojam zeleni turizam čulo je čak 63,7% ispitanika i smatraju da je dosta bitan za očuvanje okoliša, 15% su čuli za pojam „zeleni turizam“, ali nisu sigurni da je to dobro za očuvanje okoliša, 15% nikada prije nisu čuli za pojam „zeleni turizam“ dok su ostali čuli za pojam zeleni turizam, ali smatraju da nije bitan za očuvanje okoliša. Grafikon 17. prikazuje percepciju ispitanika o niskoj izgrađenosti i velikim zelenim površinama kampa i utječe li to na očuvanje okoliša u odnosu na druge smještajne objekte.

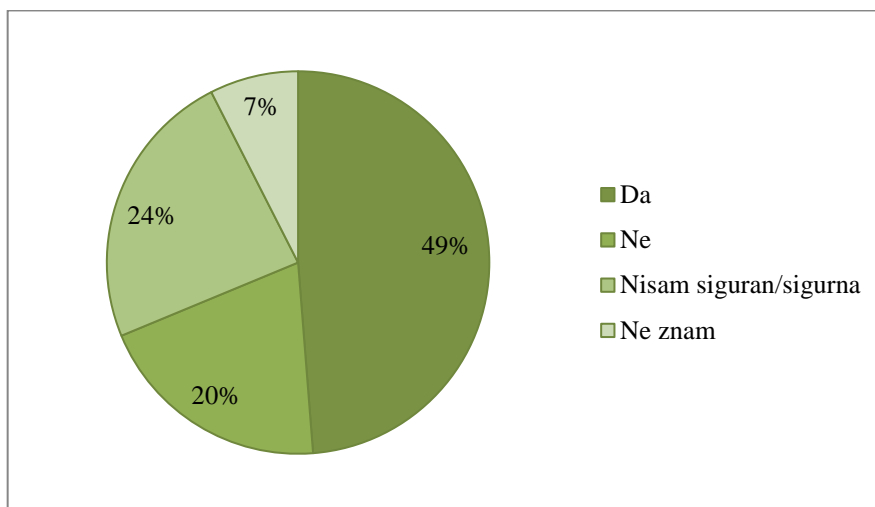
Grafikon 17. Percepcija ispitanika o niskoj izgrađenosti i velikim zelenim površinama kampa i utječe li to na očuvanje okoliša u odnosu na druge smještajne objekte



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

U vezi očuvanja okoliša i doprinosu kampova tome, 53,8% ispitanika smatra da su kampovi bolji za očuvanje okoliša od drugih oblika smještaja radi svoje niske izgrađenosti i velikih zelenih površina koje posjeduju, 26,3% nisu sigurni, 12,5% smatraju da nije tako, a 7,5% ne znaju. Grafikon 18. prikazuje percepciju o utjecaju autodomova i kampera na okoliš.

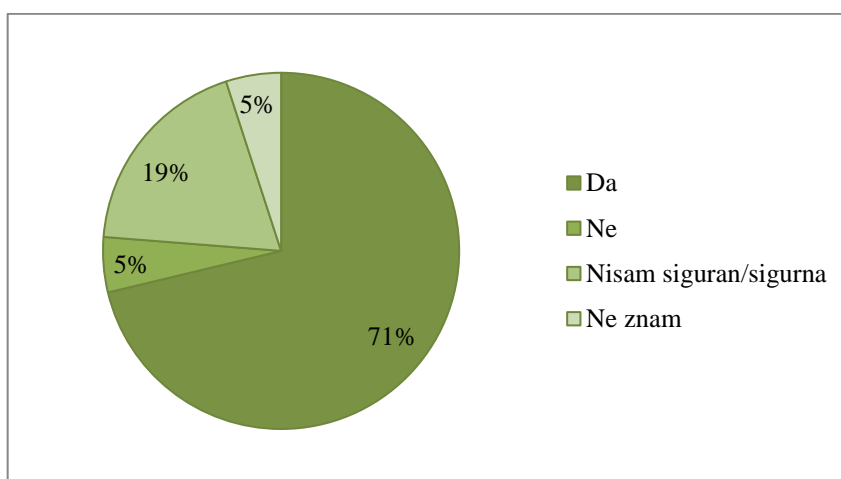
Grafikon 18. Percepcija o utjecaju automobila (kampera) na okoliš



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Na pitanje bi li motorna vozila za kampiranje (autodomi/kamperi) trebali imati pogon na struju u nastojanju da se smanji zagađenost okoliša 48,8% ispitanika smatraju da bi trebali biti tako, 23,8% nisu sigurni, 20% smatraju da to nije tako, a 7,5% ispitanika ne zna bi li automobili trebali imati pogon na struju. Grafikon 19. prikazuje percepciju o važnosti gradnje sanitarnih čvorova i ostalih građevina u kampu od prirodnih materijala.

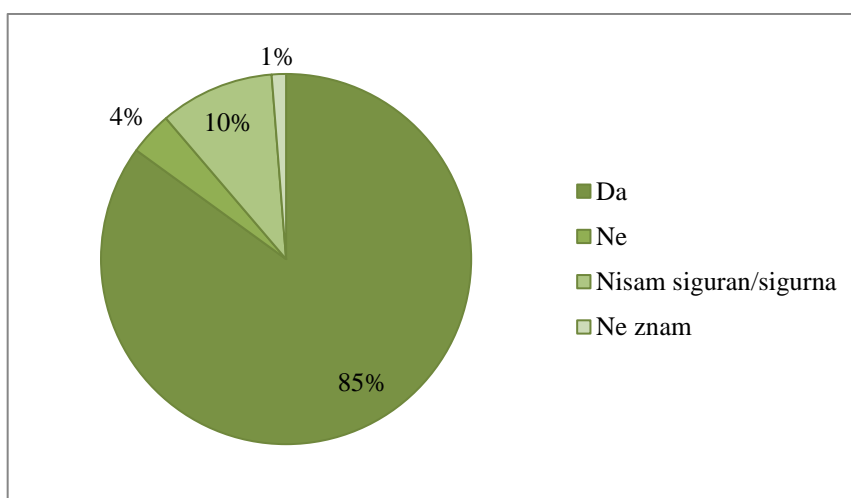
Grafikon 19. Percepcija o važnosti gradnje sanitarnih čvorova i ostalih građevina u kampu od prirodnih materijala



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Kod promatranja važnosti izgradnje posebnih građevina u kampu kako bi se zaštitio okoliš, 71,3% ispitanika misle da je izgradnja sanitarnih čvorova i ostalih građevina u kampu od prirodnih materijala bitna za okoliš, 18,8% nisu sigurni, a ostali smatraju da to nije tako ili da ne znaju. Grafikon 20. prikazuje percepciju ispitanika o davanju prednosti obnavljanju već izgrađenih objekata, umjesto gradnje novih kako bi se spriječila masovna izgradnja i betonizacija.

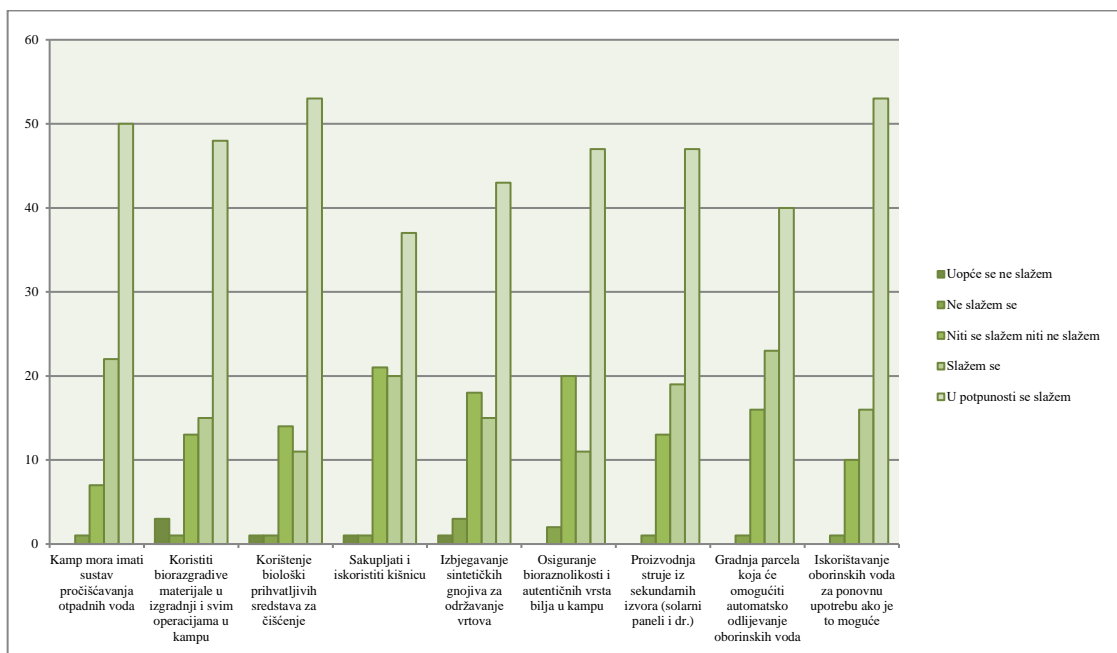
Grafikon 20. Percepcija ispitanika o davanju prednosti obnavljanju već izgrađenih objekata, umjesto gradnje novih kako bi se spriječila masovna izgradnja i betonizacija



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Većina ispitanika smatra da treba dati prednost obnavljanju već izgrađenih objekata (85%), umjesto gradnje novih kako bi se spriječila masovna izgradnja i betonizacija, 10% nije sigurno, a ostali smatraju da to nije tako ili da ne znaju. Grafikon 21. prikazuje percepciju ispitanika o važnosti pojedinih elemenata očuvanja okoliša u kampovima.

Grafikon 21. Percepcija ispitanika o važnosti pojedinih elemenata očuvanja okoliša u kampovima



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Istraživanje je pokazalo da većina ispitanika izražava visoku svijest o važnosti ekoloških praksi u kampovima. Na primjer, gotovo dvije trećine ispitanika (62,5%) smatraju izrazito bitnim da kampovi imaju sustav pročišćavanja otpadnih voda. Slično tome, većina ispitanika (60%) ističe izrazitu važnost korištenja biorazgradivih materijala u izgradnji i operacijama u kampu. Kada je riječ o korištenju biološki prihvatljivih sredstava za čišćenje, 66,3% ispitanika smatra da je to izrazito bitno. Također, većina ispitanika (46,3%) ističe izrazitu važnost sakupljanja i korištenja kišnice u kampu radi očuvanja resursa. Kada je riječ o održavanju vrtova, većina ispitanika (53,8%) naglašava izrazitu važnost izbjegavanja sintetičkih gnojiva. Također, većina ispitanika (58,8%) ističe izrazitu važnost osiguranja bioraznolikosti i autentičnih vrsta bilja u kampu.

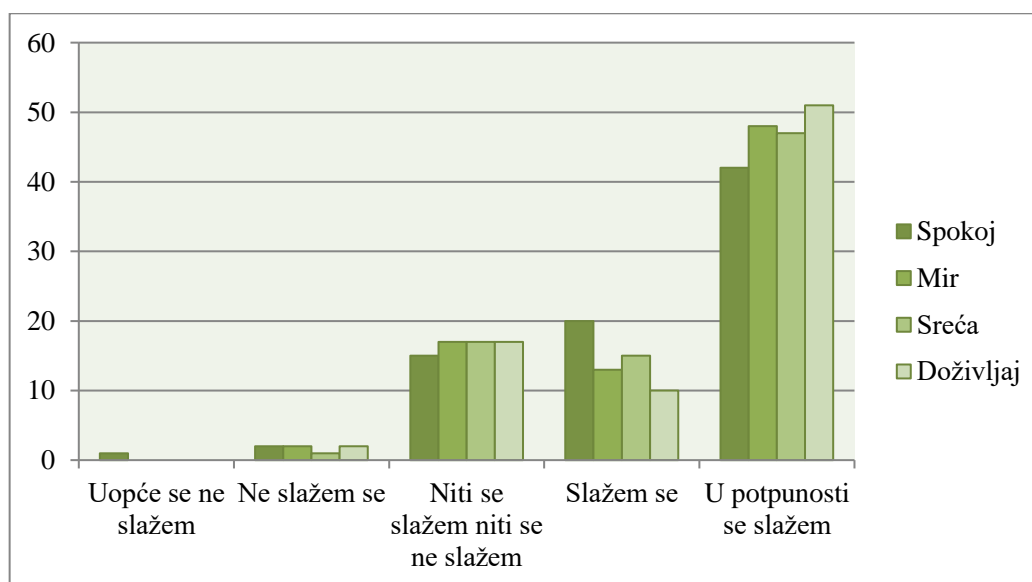
Kada je u pitanju proizvodnja struje iz sekundarnih izvora poput solarnih panela, 58,8% ispitanika smatra da je to izrazito bitno. Slično tome, većina ispitanika (50%) naglašava izrazitu važnost gradnje parcela koje omogućuju automatsko odlijevanje oborinskih voda. Što se tiče ponovne upotrebe oborinskih voda, većina ispitanika (66,3%) ističe izrazitu važnost takvih praksi. Na kraju, većina ispitanika (78,8%) smatra da bi kazne za nepravilno odlaganje otpada u kampu i drugdje trebale biti što veće, što ukazuje na podršku strožjoj regulativi radi očuvanja okoliša.

Analiza percepcije ispitanika o utjecaju kamping turizma na okoliš pruža uvid u stavove i mišljenja ispitanika o ekološkoj održivosti kampova u odnosu na druge oblike smještaja. Rezultati istraživanja ukazuju na visoku razinu osviještenosti ispitanika o važnosti ekoloških praksi u kampovima. Većina ispitanika ističe važnost elemenata poput sustava pročišćavanja otpadnih voda, korištenja biorazgradivih materijala u izgradnji, korištenja biološki prihvatljivih sredstava za čišćenje te sakupljanja i korištenja kišnice radi očuvanja resursa. Također, istaknuta je važnost održavanja autentičnih biljnih vrsta, proizvodnje struje iz obnovljivih izvora te primjene sustava za ponovnu upotrebu oborinskih voda.

4.2.3. Percepcija ispitanika o utjecaju kamping turizma na zdravlje

Kamping turizam ima određene utjecaje na opću dobrobit i psihofizičko stanje turista stoga je vrlo važno promotriti percepciju turista o važnosti pojedinih psihofizičkih elemenata za koje je poznato da turisti mogu doživjeti u kampu. Grafikon 22. prikazuje percepciju ispitanika o važnosti elemenata psihičkog zdravlja koje može pružiti kamp.

Grafikon 22. Percepcija o važnosti elemenata psihičkog zdravlja koje može pružiti kamp

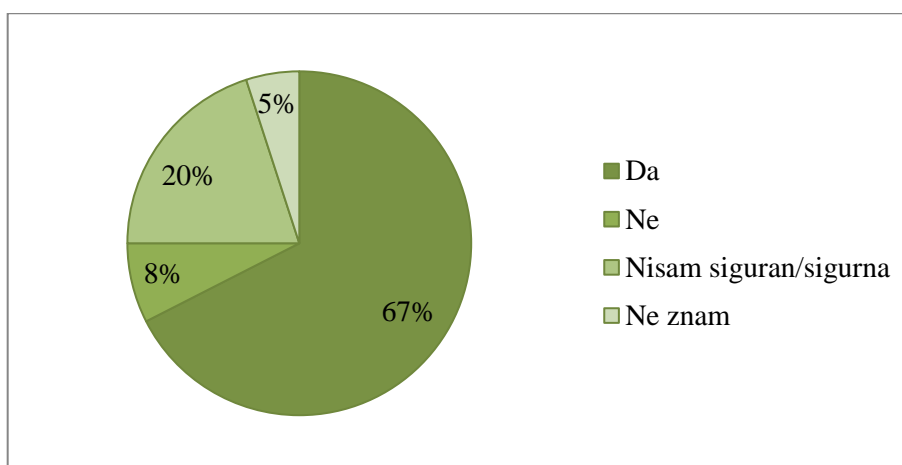


Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Kod ocjenjivanja važnosti elemenata kao što su spokoj, mir, sreća i doživljaj u kampu rezultati pokazuju da većina ispitanika izražava visoku svijest o važnosti tih elemenata za kamping iskustvo. Na primjer, 52,5% ispitanika smatra da je spokoj iznimno bitan element u kampu, dok 25% njih smatra da je dosta bitan. Kada je riječ o miru, 60% ispitanika ističe iznimnu važnost, dok 16,3% smatra da je dosta bitan. Što se tiče sreće, većina ispitanika (58,8%) ocjenjuje da je iznimno bitna u kampu. S druge strane, većina ispitanika (63,7%) smatra da je doživljaj iznimno bitan element kampiranja.

Ovi rezultati ukazuju na to da kampovi trebaju težiti stvaranju okruženja koje promiče spokoj, mir, sreću i autentične doživljaje kako bi zadovoljili očekivanja i potrebe kampista. Također, ističu važnost pružanja sadržaja i aktivnosti koje potiču osjećaj spokoja, mira, sreće i uzbudljivih doživljaja kako bi se osiguralo kvalitetno iskustvo boravka u kampu za posjetitelje.

Grafikon 23. Percepcija o doprinosu kampiranja fizičkom zdravlju



Izvor: obrada autorice prema rezultatima vlastitog istraživanja

Čak 67,5% ispitanika vjeruje da kampiranje pruža mogućnosti za provođenje "outdoor" aktivnosti koje doprinose fizičkom zdravlju, dok 20% nije sigurno u tu tvrdnju.

Kod istraživanja važnosti kamping turizma za zdravlje također se analiziralo koliko se ispitanici često kreću; čak 50% ispitanika smatra da su nedovoljno aktivni, dok 35% njih smatra da su dovoljno aktivni. 13,8% ispitanika nije sigurno, dok ostali ili smatraju da to nije slučaj. Što se tiče vremena provedenog u prirodi, 38,7% ispitanika provodi više od otprilike 45 minuta u prirodi. Nadalje, 18,8% ispitanika provodi otprilike 30 minuta, dok 12,5%

provodi oko 45 minuta. Ostalih 12,5% ispitanika provodi otprilike 20 minuta, dok 8,8% njih uopće ne provodi vrijeme u prirodi.

Što se tiče percepcije o zdravlju u kampu u usporedbi s drugim smještajnim objektima, 40% ispitanika smatra da nisu osjetili promjenu, dok 27,5% njih smatra da su se osjećali zdravije i bolje u drugim objektima nego u kampu. Pored navedenog, 25% ispitanika smatra da im je bolje u kampu, dok 7,5% njih nije boravilo ni u jednom drugom objektu osim u kampu i smatraju da je to najzdraviji oblik smještaja. Što se tiče dolaska osoba s zdravstvenim problemima u kamp, 47,5% ispitanika smatra da bi u kamp trebali dolaziti i oni koji su zdravi, dok 23,8% njih smatra da bi trebali boraviti u kampu samo ako imaju zdravstvene problem dok 21,3% ispitanika nije sigurno, te 7,5% njih nema mišljenje o tome.

Vezano uz pridržavanje mjera dezinfekcije i održavanja razmaka, 55% ispitanika smatra da više nije potrebno dezinficirati ruke i održavati razmak od dva metra. 30% ispitanika smatra da je to i dalje bitno, dok 13,8% njih nije sigurno, a ostali nemaju mišljenje. Što se tiče higijenskog stanja sanitarnih čvorova u kampu, 36,3% ispitanika nije sigurno da sanitarni čvorovi osiguravaju dostatan nivo higijene. 26,3% ispitanika smatra da bi se i dalje trebali pridržavati higijenskih mjera, dok 23,8% smatra da to više nije potrebno dok 13,7% ispitanika nema mišljenje o tome. Kod promatranja percepcije o poboljšanju zdravlja postajući naturisti, 33,8% ispitanika nije sigurno da bi to poboljšalo njihovo zdravlje. 31,3% smatra da bi im to poboljšalo zdravlje, dok 21,3% njih smatra da to nije istina. 13,7% ispitanika nema mišljenje o tome.

Analiza percepcije ispitanika o utjecaju kamping turizma na zdravlje ukazuje na važnost psihofizičkih elemenata koje turisti doživljavaju tijekom boravka u kampu. Rezultati istraživanja pokazuju visoku svijest ispitanika o važnosti spokoja, mira, sreće i autentičnih doživljaja u kampu za njihovo psihičko blagostanje. Također, većina ispitanika vjeruje da kampiranje pruža mogućnosti za provođenje aktivnosti na otvorenom koje doprinose fizičkom zdravlju. Međutim, postoji značajan postotak ispitanika koji smatraju da su nedovoljno aktivni tijekom kampiranja, što ukazuje na potrebu za dodatnim promicanjem tjelesne aktivnosti u kampovima. Osim toga, rezultati sugeriraju da je većina ispitanika zadovoljna zdravstvenim uvjetima u kampovima, iako postoji dio ispitanika koji izražava nesigurnost ili nedoumice u vezi s higijenom i sigurnošću u kampovima.

ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja ukazuju na to da je kamping turizam prepoznat kao važan selektivni oblik turizma koji ima izrazito pozitivan utjecaj na okoliš i zdravlje u odnosu na druge oblike smještaja. Značajno je da postoji sve veća potražnja za kamping turizmu kako u Hrvatskoj tako i u Europi u konstantnom je porastu posebice nakon pandemije COVID-19. Već se tijekom povijesti prepoznaje značaj kamping turizma s očuvanjem okoliša i pozitivnim utjecajem na zdravlje. Današnji trendovi u kamping turizmu kao i ponašanja kampista i njihova obilježja ukazuju na sve veći interes za očuvanjem prirode od strane turista. Poznato je također da vrste kamping turizma kao što je naturizam značajno utječu na pozitivno psihofizičko stanje i dobrobit.

Istraživanje percepcije turista o utjecaju kampinga na očuvanje okoliša i zdravlja od izrazite je važnosti kako bi se dobio uvid u njihova mišljenja te pomoglo u stvaranju konkurentnijeg i perspektivnijeg razvoja kamping turizma u određenim destinacijama te educiralo i potaklo turističke dionike na stvaranje politika koje će osigurati trajno očuvanje okoliša u destinaciji te osigurati zdravstvene dobrobiti kako lokalnom stanovništvu tako i turistima.

Prema rezultatima provedenog istraživanja o preferencijama kamping turizma u odnosu na druge oblike smještaja, može se primijetiti nekoliko ključnih zaključaka. Prvo, većina ispitanika nikada nije imala iskustvo boravka u kampu, dok većina njih preferira smještaj u apartmanima ili hotelima, dok nitko od ispitanika ne pokazuje preferenciju za kampiranje u odnosu na druge oblike smještaja. Nadalje, analiza kategorija smještajnih objekata ukazuje na to da manjina ispitanika preferira boravak u objektima s 4 ili 5 zvjezdica. Kada bi se odlučili na kampiranje, većina ispitanika odabralo bi mobilne kućice ili kamp kućice, dok manji postotak preferira boravak u šatoru. Što se tiče načina putovanja, većina ispitanika najčešće putuje s obitelji, dok manji postotak putuje s partnerom, prijateljima ili samostalno. Na temelju analize percepcije ispitanika o utjecaju kamping turizma na okoliš, rezultati istraživanja otkrivaju da postoji podijeljena percepcija među ispitanicima o tome jesu li kampovi ekološki prihvatljiviji od drugih oblika smještaja. Dok veći dio ispitanika nije siguran u tu tvrdnju, značajan broj ih smatra da su kampovi „ecofriendly“, ali isto tako postoji i manji broj onih koji ne dijele takvo mišljenje. Percepcija o zbrinjavanju otpada u kampovima pokazuje da većina ispitanika nije sigurna da se otpad bolje zbrinjava i

razvrstava u kampovima u usporedbi s drugim smještajnim objektima. Zadovoljstvo razinom čistoće u kampovima varira među ispitanicima, pri čemu postoji značajan postotak onih koji smatraju da kampovi ne ispunjavaju njihove standarde u tom pogledu. Također, većina ispitanika podržava korištenje alternativnih izvora energije u kampovima radi uštede energije, što ukazuje na svijest o važnosti smanjenja ekološkog otiska. Pored navedenog, većina ispitanika prepoznaje važnost niske izgrađenosti i velikih zelenih površina u kampovima za očuvanje okoliša, ali i potrebu za korištenjem prirodnih materijala pri izgradnji građevina. Isto tako, većina ispitanika podržava praksu obnavljanja već izgrađenih objekata umjesto gradnje novih radi sprečavanja masovne izgradnje i betonizacije.

Kod promatranja percepcije turista o važnosti kamping turizma za očuvanje zdravlja značajno je da rezultati ukazuju na visoku svijest turista o važnosti psihičkog zdravlja te očekivanja da će boravak u kampu pružiti elemente kao što su spokoj, mir, sreća i autentični doživljaji. Navedeni elementi naglašavaju potrebu za stvaranjem okruženja u kampovima koje potiče ove aspekte, nudeći raznolike aktivnosti i sadržaje koji će zadovoljiti potrebe turista. Također, većina ispitanika vjeruje da kampiranje pruža mogućnosti za outdoor aktivnosti koje doprinose fizičkom zdravlju, što potvrđuje percepciju kampiranja kao zdravog načina života. Međutim, postoji podijeljena percepcija o tome je li boravak u kampu bolji za zdravlje u usporedbi s drugim oblicima smještaja. Važno je istaknuti da postoji potreba za kontinuiranim pridržavanjem higijenskih mjera i održavanjem sanitarnih uvjeta kako bi se osigurala sigurnost i dobrobit turista, posebno u kontekstu pandemije COVID-19.

S obzirom na složenost turističke industrije i potrebu za održivim razvojem, važno je naglasiti da kamping turizam može biti ključni igrač u postizanju ciljeva održivog razvoja. Edukacija turista o očuvanju okoliša i promocija ekoloških praksi unutar kampova može imati dugoročne pozitivne učinke na svijest i ponašanje turista, potičući ih na odgovorno ponašanje prema okolišu. Stvaranje politika koje potiču održivost u kamping turizmu, poput poticanja korištenja obnovljivih izvora energije i smanjenja otpada, također može biti ključno za osiguravanje dugoročne održivosti destinacija. S druge strane, potencijal i mogućnost kamping turizma za očuvanje zdravlja već je prepoznata iako bi također bilo od značaja predstaviti turistima sve prednosti ovog oblika turizma.

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS SHEMA

| | |
|---|---|
| Shema 1. Obilježja modernog kampinga..... | 9 |
|---|---|

POPIS TABLICA

| | |
|---|---|
| Tablica 1. Smještajni kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2019. do 2024. godine..... | 6 |
| Tablica 2. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u kampovima u Hrvatskoj, razdoblje od 201 do 2024. godine..... | 7 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Grafikon 1. Prikaz ispitanika prema spolu..... | 28 |
| Grafikon 2. Struktura ispitanika prema mjestu stanovanja..... | 29 |
| Grafikon 3. Struktura ispitanika prema dobi | 29 |
| Grafikon 4. Radni status ispitanika..... | 30 |
| Grafikon 5. Prihodi po domaćinstvu..... | 30 |
| Grafikon 6. Učestalost posjeta kampa ispitanika..... | 31 |
| Grafikon 7. Oblik smještaja koji najčešće koriste ispitanici..... | 32 |
| Grafikon 8. Kategorija smještajnog objekta u kojemu borave ispitanici..... | 32 |
| Grafikon 9. Sklonost prema smještajnim objektimaa kamping turizma..... | 33 |
| Grafikon 10. Sklonost načina putovanja..... | 33 |
| Grafikon 11. Učestalost boravka ispitanika u naturističkom kampu | 34 |
| Grafikon 12. Percepcija ispitanika o tome smatraju li da je “ekofriendly” u odnosu na ostale smještajne objekte..... | 35 |
| Grafikon 13. Percepcija ispitanika o tome zbrinjava li se otpad bolje u kampui li u ostalim smještajnim objektima | 36 |
| Grafikon 14. Percepcija ispitanika o tome jesu li zadovoljni razinom čistoće u hrvatskim kampovima..... | 36 |

| | |
|--|----|
| Grafikon 15. Percepcija ispitanika o tome bi li kampovi ili drugi smještajni oblici trebali koristiti više alternativnih izvora energije radi uštede iste..... | 37 |
| Grafikon 16. Percepcija ispitanika o “zelenom turizmu” | 37 |
| Grafikon 17. Percepcija ispitanika o niskoj izgrađenosti i velikim zelenim površinama kampa i utječe li to na očuvanje okoliša u odnosu na druge smještajne objekte | 38 |
| Grafikon 18. Percepcija o utjecaju autodomova (kampera) na okoliš..... | 39 |
| Grafikon 19. Percepcija o važnosti gradnje sanitarnih čvorova i ostalih građevina u kampu od prirodnih materijala..... | 39 |
| Grafikon 20. Percepcija ispitanika o davanju prednosti obnavljanju već izgrađenih objekata, umjesto gradnje novih kako bi se spriječila masovna izgradnja i betonizacija | 40 |
| Grafikon 21. Percepcija ispitanika o važnosti pojedinih elemenata očuvanja okoliša u kampovima..... | 41 |
| Grafikon 22. Percepcija o važnosti elemenata psihičkog zdravlja koje može pružiti kamp | 42 |
| Grafikon 23. Percepcija o doprinosu kampiranja fizičkom zdravlju | 43 |

POPIS LITERATURE

KNJIGE

1. Cvelić Bonifačić, J.: Kamping - osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč, 2011.
2. Cvelić Bonifačić, J.: Menadžment kamping usluge u Hrvatskoj (Magistarski rad), Opatija 2003.
3. Cvelić Bonifačić, J.: Menadžment konkurentnosti kamping turizma (doktorska disertacija) Opatija, 2012.
4. Galičić, V., Laškarin, M.: Pincipi i praksa turizma i hotelijerstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2016.
5. Sladoljev, J.: Kamping turizam: sve o kampingu - priručnik za vlasnike i voditelje kampova, Pula: C.A.S.H., 1998.
6. Sladoljev, J.: Praktični rječnik kamping pojmova - svi važniji podaci od A-Z, Poreč, 2011.
7. Sladojev, J.: Naturistički kampovi i naselje, povijest, koncepcija, razvoj, C.A.S.H., Pula, 2001., str. 16-17
8. World Commission on Environment and Development: Our Common Future, 1987., Oxford University Press

ČLANCI

1. Ananda, A., Novianti, S.: Tourists interest in camping as an alternative tourism activity during COVID-19 pandemic: the AIDA model application, Journal of Tourism Sustainability, Vol. 1 No. 2, 2021, str. 74-81
2. Athula Gnanapala, W.K.: Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination Management, American Journal of Marketing Research Vol. 1, No. 1, 2015., str. 7-19
3. Ap, J., Crompton, J. Developing and testing a tourism impact scale, Journal of Travel Research, Vol. 37, No. 2, 1098, str. 120-130
4. Aydın, B.; Alvarez, M.D.: Understanding the Tourists' Perspective of Sustainability in Cultural Tourist Destinations, Sustainability, Vol. 12., No. 21., 2020., str. 1-17

5. Andriotis, K. and Vaughan, D.R.: Urban Residents' Attitudes Towards Tourism Development: The Case of Crete, *Journal of Travel Research*, Vol. 42. No. 2. 2003., str. 172-185
6. Barnes, J.: Perception in Tourism & Hospitality: A Meta Analysis, Assumption University, 2016., str. 89-107
7. Chen, C.C., Petrick, J.F.: The roles of perceived travel benefits, importance, and constraints in predicting travel behaviour, *Journal of Travel Research*, Vol. 55, Iss. 14., 2014., str. 509-522
8. Katić, M., Tafra, V.: Afirmacija glamping turizma, *Obrazovanje za poduzetništvo*, 2022., 143
9. Locke, D. : Guide to the wiring regulations: IEE wiring regulations, 17th edition, West Sussex, England, John WileyandSonsLtd.
10. Marmion, M., Hindley, A.: Tourism and Health: Understanding the Relationship, Faculty of Business and Management, Department of Marketing, Tourism, & Events Management, University of Chester, Chester, UK, 2019., str. 1-10
11. Petrosillo, I. i dr.: Tourist perception of recreational environment and management in a marine protected area, *Landscape Urban Plan*, Vol. 79, 2007., str. 29–37.
12. Solberg, M.A., Smiley, S.L. Comparing Tourist and Tour Operator Perceptions of Tourists' Impacts on the Environment in Tanzania, *Environments*, Vol. 9., No. 132., 2022., str. 1-13
13. Uysal, M., Sirgy M.J., Woo E., Kim, H.: The impact of tourists activities on tourists' subjective wellbeing, U: Smith, M., Puczko, L.: *The Routledge handbook of health tourism*, Routledge, Abingdon, str. 65-78
14. Xu, X., Wei, A., Liu, Y., Xia, T.: The Relationship between Perceived Risks and Campsite Selection in the COVID-19 Era, *Sustainability*, Vol. 14., 2022., str. 1-12

INTERNET

1. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, baze podataka, <https://web.dzs.hr/hrv/DBHomepages/Turizam/Turizam.htm> (08.03.2024)
2. Hrvatska turistička zajednica: Kamping turizam Hrvatske – izdanje 2022.
3. Pay, C.: The Physical Benefits of Camping, dostupno na: <https://extension.usu.edu/healthwellness/physical/the-physical-benefits-of-camping> (10.01.2024)
4. Statista: Camping – Europe, dostupno na: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/camping/europe?currency=EUR> (05.02.2024)

PRILOG I. – ANKETNI UPITNIK

1. SOCIO-DEMOGRAFSKA PITANJA

| | | |
|--|--|---|
| <u>Zaokružite kojeg ste spola:</u> <ul style="list-style-type: none">• Muški• Ženski | <u>Živate:</u> <ul style="list-style-type: none">• U velikom gradu• U manjem gradu• Na selu | <u>Koliko godina imate?</u> <ul style="list-style-type: none">• 18-25• 26-35• 36-45• 46-55• 56-65• 66-75• 76 i više |
| <u>Koji vam je radni status?</u> <ul style="list-style-type: none">• Radno aktivni• Radno neaktivni• Student/studentica• Umirovljenik/umirovljenica | <u>Koliko je vaš prosječni prihod po domaćinstvu?</u> <ul style="list-style-type: none">• do 1.000 eura• od 1.000-2000 eura• od 3.000-4000 eura• od 4000-5000 eura• preko 5.000 eura | |

2. SKLONOST KAMPING TURIZMU U ODNOSU NA OSTALE OBLIKE SMJEŠTAJA

| | | |
|--|---|---|
| <u>Koliko ste puta do sada bili gost u kampu?</u> <ul style="list-style-type: none">• Nikada• Jednom• Dva puta• Tri puta• Više od tri puta | <u>Koji oblik smještaja ste na putovanjima do sada najčešće koristili?</u> <ul style="list-style-type: none">• Hotel• Kamp• Apartman• Ostalo | <u>U kojoj kategoriji kampa bi najradije boravili.</u> <ul style="list-style-type: none">• 1 zvjezdica• 2 zvjezdica• 3 zvjezdica• 4 zvjezdica• 5 zvjezdica• Svejedno mi je |
|--|---|---|

| | | |
|---|--|---|
| <p><u>Kada biste kampirali najčešće bi boravili u:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kamp kućici-caravanu • Šatoru • Autodomu – kamperu • Mobilnoj kućici • Glamping objektu (šatoru ili glamping kućici) | <p><u>S kim najčešće putujete?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sami • S partnerom/partnericom • S obitelji • S prijateljima | <p><u>Naturizam je jedan od načina prakticiranja zdravog života. Da li ste boravili u naturističkom kampu /naselju?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Da, boravio sam u naturističkom kampu • Ne nikada nisam boravio u naturističkom kampu • Rado bih posjetio jedan naturistički kamp • Nikada neću boraviti u naturističkom kampu |
|---|--|---|

3. PERCEPCIJA O UTJECAJU KAMPING TURIZMA NA OKOLIŠ

Smatrate li da je kamp više “ecofriendly”(eko prijateljski“) od ostalih oblika smještaja

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da se u kampovima bolje zbrinjava i razvrstava otpad nego u drugim oblicima smještaja u Hrvatskoj?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da je kampovi imaju dovoljnu razinu čistoće za Vaše potrebe?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da bi kampovi, ali i drugi smještajni objekti trebali koristiti više alternativnih izvora energije radi uštede iste?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da se kamping turizmom može promovirati zaštita nekog područja, npr. rijeka, šuma i slično?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Označite tvrdnju koju smatrate da najbolje odgovara vašem stavu a vezana je za vaše poimanje pojma „zeleni turizam“ I njegovu povezanost sa očuvanjem okoliša.

- Nikada prije nisam čuo/čula za pojam „zeleni turizam“
- Čuo/čula sam za pojam „zeleni turizam“ i smatram da je jako bitan za očuvanje okoliša
- Čuo/čula sam za pojam „zeleni turizam“ i smatram da nije toliko bitan za očuvanje okoliša
- Čuo/čula sam za pojam „zeleni turizam“ i smatram da nije uopće bitan za očuvanje okoliša i da ne može popraviti situaciju istog
- Čuo/čula sam za pojam „zeleni turizam“, ali nisam siguran/sigurna bili to pomoglo pri očuvanju okoliša ili ne

Smatrate li da kao gost kampa doprinosite očuvanju okoliša više nego ako boravite u drugim oblicima smještaja ?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da se boravkom u kampu čuvati i destinacija i destinacijske vrijednosti?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Kampovi su poznati po niskoj izgrađenosti i velikim zelenim površinama. Smatrate li da je radi ove činjenice kamp bolji za očuvanje okoliša od drugih oblika smještaja?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da bi motorna vozila koja su vezana za kampiranje (Autodom/kamper)trebali imati pogon na struju u nastojanju da se smanji zagađenost okoliša?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna

- Ne znam

Mislite li da je gradnja sanitarnih čvorova i ostalih građevina u kampu od prirodnih materijala bitna za okoliš?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da treba dati prednost obnavljanju već izgrađenih objekata, umjesto gradnje novih kako bi se spriječila masovna izgradnja i betonizacija.

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Označite vašu percepciju važnosti na način da zaokružite broj na skali od 1-5 s tim da je 1 nije bitno, a 5 jako bitno.

a) kamp mora imati sustav pročišćavanja otpadnih voda?

1 2 3 4 5

b) koristiti biorazgradive materijale u izgradnji i svim operacijama u kampu?

1 2 3 4 5

c) korištenje biološki prihvatljivih sredstava za čišćenje

1 2 3 4 5

d) korištenje bio bazena ili bazena sa sustavima elektrolize u cilju smanjenja uporabe klor

1 2 3 4 5

e) odvajanje otpada

1 2 3 4 5

f) izbjegavanje sintetičkih gnojiva za održavanje vrtova

1 2 3 4 5

g) osiguranje bioraznolikosti i autentičnih vrsta bilja u kampu

1 2 3 4 5

h) proizvodnja struje iz sekundarnih izvora (solarni paneli i dr.)

1 2 3 4 5

4. PERCEPCIJA ISPITANIKA O UTJECAJU KAMPING TURIZMA NA ZDRAVLJE

Ocijenite važnost pojedinih elemenata psihičkog zdravlja koje može pružiti kamp.

Označite važnost na skali od 1 do 5 gdje je 1 potpuno nevažno, a 5 izrazito važno.

Spokoj

1 2 3 4 5

Mir

1 2 3 4 5

Sreću

1 2 3 4 5

Doživljaj

1 2 3 4 5

Smatrate li da kampiranje omogućava bavljenje „outdoor“ aktivnostima i time doprinosi mom fizičkom zdravlju?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da se dovoljno krećete?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Smatrate li da dovoljno boravite u prirodi?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Označite koliko provodite vremena u prirodi!

- Uopće ne provodim vrijeme u prirodi i uglavnom sam u zatvorenom prostoru
- Svega par minuta
- 10 minuta
- 20 minuta
- 30 minuta
- 45 minuta
- Više od 45 minuta

Ako ste do sada bili u nekom drugom smještajnom objektu, npr. hotel, motel apartman i slično, što smatrate koje je po Vašem mišljenju bolji smještaj za Vaše zdravlje?

- Nikada do sada nisam bio/bila u niti jednom drugom smještajnom objektu, nego samo u kampu, te smatram da je to najbolji smještaj za moje zdravlje
- Smatram da sam se zdravije i bolje osjećao/osjećala u drugim smještajnim objektima, nego u kampu
- Smatram da sam se zdravije i bolje osjećao/osjećala u kampu, nego u drugim smještajnim objektima
- Nisam osjetio/osjetila nikakvu promjenu

S obzirom na COVID-19 s kojim smo se susreli, smatrate li da je bitno da i dalje imamo pravilo dezinficiranja ruku i držanja razmaka od dva metra?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna

- Ne znam

Smatrate li da sanitarni čvorovi u kampu osiguravaju dostatan nivo higijene?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam

Mislite li da biste poboljšali svoje zdravlje ako biste postali naturist?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/sigurna
- Ne znam