

Glamping turizam u Republici Hrvatskoj

Burić, Valentina

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:204702>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-28**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Valentina Burić

GLAMPING TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Valentina Burić

GLAMPING TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

GLAMPING TOURISM IN CROATIA

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Čakovec, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 25. veljače 2022.

Grana: **5.01.06 opća ekonomija**

ZAVRŠNI ZADATAK br. 2021-MTS-R-91

Pristupnik: **Valentina Burić (0313024042)**

Studij: redovni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta

Smjer: Menadžment turizma

Zadatak: **Glamping turizam u Republici Hrvatskoj**

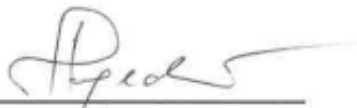
Opis zadatka:

Što je to glamping turizam i kao i na koji način se on razvija u Republici Hrvatskoj? U kojim regijama se razvija glamping turizam na području Republike Hrvatske i kako i na koji način se on promovira? Gdje je najviše razvijen glamping turizam i kakva je njegova budućnost? Može li Republika Hrvatska iz navedene vrste turizma napraviti prepoznatljiv brand na svjetskoj turističkoj karti? Kakva je dobna i socijalna struktura navedenih turista i iz koji zemalja oni pretežno dolaze u Republiku Hrvatsku?

Zadatak uručen pristupniku: 25. veljače 2022.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2022.

Mentor:



mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Predsjednik povjerenstva za
završni ispit:

Sažetak

U radu se nastoji prikazati *glamping* turizam. *Glamping* turizam naziva se još i luksuznim kampingom te predstavlja inovaciju na tržištu. *Glamping*, kako i sama riječ govori, spoj je luksuza, odnosno glamura s kampingom. Kako bi mogli pobliže objasniti *glamping*, u prvom djelu rada obrađen je kamping turizam, njegov razvoj, vrste i kategorizacija kampova te trendovi u kamping turizmu. Kamping označava smještaj i boravak turista u kampovima na otvorenom prostoru, a javlja se u 20. stoljeću. Kampovi moraju ispuniti razne uvjete kako bi se mogli kategorizirati s 2, 3, 4 ili 5 zvjezdica. Glavna karakteristika, kako kampinga tako i *glampinga*, je boravak u prirodi. Dva su najpoznatija trenda - TRE-TRENDS koji označava pomlađivanje, obnavljanje, ponovno zbližavanje, povratak prirodi i luksuzu te NEOKAMPING koji je okrenut održivom razvoju i prirodi. Razvojem takvih trendova na tržištu, došlo je do novog oblika kampinga – *glampinga*. U sljedećem djelu rada definira se *glamping* turizam, prikazuje se njegov razvoj i trendovi. *Glamping* je podignuo kampiranje na jedan viši nivo koji turistima pruža boravak u prirodi s vrhunskom opremom i sadržajima te visokokvalitetnom uslugom. Razvio se u posljednjih nekoliko godina te još nije toliko razvijen i prepoznatljiv. Postoje razne definicije *glampinga*, a uglavnom su sve povezane s pojmovima luksuza, visokokvalitetne usluge, inovativnosti, udobnosti, intimnosti i opuštanja. Najprije se razvio u Americi, a kasnije u Europi i još se uvijek razvija. Fokus *glampinga* je na prirodi, inovativnosti, autentičnosti, komforu i intimi. Razlika između kampinga i *glampinga* je ta da kamping turisti vole komunikaciju i druženje, dok je *glamping* turistu važnija privatnost i intima. Nakon definiranja kamping i *glamping* turizma, u radu će se obrađivati o *glamping* turizmu Hrvatske. Broj dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2021. Godini, u odnosu na 2020. godinu, porastao je preko 90 %. Uzrok tome je smanjenje mjera povodom pandemije koronavirusa. Što se tiče najvećeg broja dolazaka i noćenja ostvarenih u kampovima, tu se istaknula Istarska županija. Upravo Istarska županija ima najviše kampova i najrazvijeniju *glamping* ponudu. Ponuda kamping smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj još je u velikoj prednosti naspram *glampinga*. Tek se odnedavno počela razvijati ponuda *glamping* smještajnih objekata. Ovakva ponuda *glamping* smještajnih objekata otvorila je mnoga vrata za razvoj ovakvog oblika turizma. Sam razvoj ovakvog oblika turizma zbio se vrlo brzo, stoga se još ne postoji mnogo istraživanja na tu temu. Ponuda *glamping* smještajnih objekata još je oskudna, ali raste iz dana u dan zbog velike potražnje. Nadalje je u radu predstavljeno šest *glamping* resorta na kojima je kasnije provedeno istraživanje. Cilj istraživanja je izmjeriti prepoznatljivost *glamping* turizma u Republici Hrvatskoj. Velika prednost danas u *glamping* turizmu je predanost prirodi i održivom razvoju. Što se tiče Hrvatske, ona još uvijek razvija takav oblik turizma.

Ključne riječi: *glamping, kamping, boravak u prirodi, luksuz, trendovi, kvaliteta usluge*

SADRŽAJ

Sažetak.....	
1. UVOD	6
2. KAMPING TURIZAM.....	7
2.1. Povijesni razvoj kamping turizma	8
2.2. Vrste i kategorizacija kampova	9
2.3. Trendovi kamping turizma	10
3. GLAMPING TURIZAM	12
3.1. Definiranje <i>glamping</i> turizma.....	12
3.2. Razvoj <i>glamping</i> turizma	15
3.3. Trendovi <i>glamping</i> turizma.....	16
4. GLAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ.....	18
4.1. Ponuda <i>glamping</i> turizma u Hrvatskoj.....	19
5. ISTRAŽIVANJE.....	23
5.1. Karakteristike uzorka	23
5.2. Rezultati istraživanja.....	25
5.3. Ograničenja istraživanja	29
6. ZAKLJUČAK	30
LITERATURA.....	32
Prilozi	35

1. UVOD

Analizom dosadašnjih istraživanja, veže se nekoliko tema vezanih uz *glamping* turizam, kao što je pitanje samog razvoja i budućnosti *glamping* turizma u Republici Hrvatskoj (u daljnjem tekstu: RH), promocija takvog turizma te prepoznatljivost *glamping* turizma kao brenda u RH. Jedna od problematika *glamping* turizma je mali broj istraživanja na tu temu, nedovoljno definiran pojam te neusklađenost pojmova kada se govori o *glamping* turizmu. „Na svjetskoj razini, gledajući pojam *glamping* turizma, definiran je pod drugačijim pojmovima: Australija (*boon-docking*), Sjeverna Amerika (*travel park, RV park, campground, RV resort, trailer park*), Danska (*kara-vaning*).“¹ Nadalje, problem što se tiče *glamping* turizma je nepostojanje statističkih podataka na svjetskoj i državnoj razini, što otežava praćenje promjena na tržištu. Istraživanja upravo ovakvog oblika važna su za buduće razumijevanje same strukture, kako *glamping* tako i kamping turista jer kamping turizam u Hrvatskoj obuhvaća petinu smještajnih kapaciteta (Statistički ljetopis Republike Hrvatske, 2018.). Predmet istraživanja ovog rada je razvoj *glamping* turizma u RH i njegova prepoznatljivost. U radu će se istražiti i analizirati *glamping* ponuda Hrvatske. Što se tiče prepoznatljivosti *glamping* turizma kao turističke ponude, proveden je anketni upitnik kao metoda ispitivanja potencijalnih turista. Nadalje, što se tiče problematike neusklađenosti pojmova i statističkih podataka na svjetskoj razini, ovdje je provedeno istraživanje svih dosadašnjih radova, odnosno sekundarnih izvora podataka. Ciljevi istraživanja su analizirati postojeće pojmove i podatke o *glamping* turizmu, istražiti karakteristike i trendove te izmjeriti prepoznatljivost *glamping* turizma u RH.

¹ Eremić, G. (2020) Novi trendovi kamping turizma – glamping i obiteljski kampovi. Osnovna škola Katarine Zrinski, Krnjak, Osnovna škola Vojnić

2. KAMPING TURIZAM

Mnoge su definicije kamping turizma. Kampiranje označava smještaj i boravak turista u kampovima na otvorenom prostoru. Dakle, kampiranje dolazi od riječi „kamp“ koja označava prostor namijenjen za kampiranje. „*Kamp (engl. camp site) je ugostiteljski objekt za smještaj u kojem je pružanje usluge smještaja organizirano na otvorenom prostoru.*“² Na tom prostoru turisti mogu smjestiti svoje šatore, automobile, kamp prikolice i drugo. Kod kampiranja veliku ulogu ima povezivanje s prirodom, odnosno sam boravak u prirodi i bavljenje raznim aktivnostima. Neki autori nazivaju kampiranje životnim stilom, kada je kampist slobodan, boravi u prirodi, aktivan je i druželjubiv te stalno otkriva nešto novo.

U Hrvatskoj je „*kampiranje je definirano kao boravak gosta na osnovnoj smještajnoj jedinici u pokretnoj opremi za kampiranje*“.³ Prema drugom Zakonu „*kampiranje označava kao boravak pod šatorom, u kamp-kućici, kamp-prikolici, pokretnoj kućici (mobile home), autodomu (kamper) i drugoj odgovarajućoj opremi za smještaj na otvorenom prostoru u vrstama ugostiteljskih objekata iz skupine »Kampovi« i u kampovima u domaćinstvu i na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.*“⁴ U Hrvatskoj, navedeni Zakon o ugostiteljskog djelatnosti nalaže zabranu kampiranja na bilo kojem prostoru u privatnom vlasništvu ili javnoj površini, a da ne spada u skupinu kampova.

Unutar kampa može biti više vrsta smještajnih jedinica. „*Postoje osnovne smještajne jedinice koje podrazumijevaju otvoren, uređen i opremljen prostor za kampiranje, gdje spadaju kamp mjesto i kamp parcela.*“⁵ „*Kamp mjesto je pojedinačno ili grupno brojem ili slično označen i uređen prostor za kampiranje (očišćen od korijenja, kamenja i sl.).*“⁶ Kamp parcela je definirana isto tako, ali je omeđena. „*U pokretnu opremu za kampiranje spadaju šator, kamp prikolica (kamp kućica, karavan), autodom (kamper), pokretna kućica (mobilhome), glamping kućica, glamping oprema i slično.*“⁷

² Vukonić, B., Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia.

³ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

⁴ Narodne novine (2019). Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti. Zagreb: Narodne novine d.d., 85/15.

⁵ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

⁶ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

⁷ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

U početku je kamping označavao jeftini smještaj i boravak u kampu, najčešće u šatoru, ali danas se taj pojam veže uz motorna vozila koja turistima omogućuju putovanja na željene destinacije. Isto tako, razvitak raznih trendova u kamping turizmu uvelike je pomogao razvitku istog te kamping prelazi u kategoriju skupljeg smještaja.

2.1. Povijesni razvoj kamping turizma

Počeci kampinga sežu daleko u prošlost. U vrijeme nomadskog života, ljudi su u starom vijeku gradili neku vrstu šatora, kako bi se sakrili od vremenskih nepogoda. Međutim, kamping kakvoga mi danas poznajemo pojavljuje se u 20. stoljeću. Na razvoj kamping turizma utjecala je i proizvodnja specijalnih vozila za kampiste, a uz njih i razne potrebne opreme. Šator je bio prvobitna oprema za kampiranje, a s proizvodnjom kamp prikolica i ostale opreme, potražnja za kampiranjem je porasla zbog bolje opremljenosti i udobnosti.

Debora Gambaletta (2019) u svom diplomskom radu navodi kako je za prvo rekreativno kampiranje zaslužan Robert Baden-Powell. „*On je 1907. godine odveo dvadesetak izviđača na višednevni izlet gdje su prenoćili u šatorima na otoku Brownsea.*“⁸ Najvažnija osoba za razvoj kampinga, prema Cvelić-Bonifačić (2011.), je britanski putopisac Thomas Hiram Holding. Napisao je knjigu u kojoj spaja rekreacijski biciklizam s kampiranjem u Irskoj, gdje je osnovan *Camping and Caravanning Club*, prvo takvo udruženje kamping grupa na svijetu.

„*U Americi je kampiranje zabilježeno 1861. godine kada je Frederik William Gunn vodio grupu studenata na dugo pješčenje, gdje su od Milforda do Long Island Sounda pješčili dva dana, a zatim su kampirali deset dana.*“⁹ Potaknuto takvim događajima, 1910. godine osnovan je CDAA (*Camp directors Association of America*), danas poznat pod nazivom Američko kamping udruženje - ACA (*American camping Association*)¹⁰.

Razvoju samog kamping turizma uvelike su doprinijeli turisti kojima je glavni motiv bio odlazak u prirodu, a upravo je kampiranje pružalo sve što jedan avanturist želi iskusiti. Danas je kampiranje dostiglo jednu višu razinu pružanja usluga - turistima je bitna dobra opremljenost kampova, atraktivna priroda, vrhunska tehnologija te raznovrsni sadržaji u kojima mogu

⁸ Gambaletta, D. (2019). Glamping kao dio turističke ponude, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

⁹ Sladoljev, J. (1998). Kamping turizam. Pula: C.A.S.H.

¹⁰ Sladoljev, J. (1998). Kamping turizam. Pula: C.A.S.H.

sudjelovati. Uglavnom su to ekološki osviješteni turisti koji veliku važnost pridaju upravo tome.

2.2. Vrste i kategorizacija kampova

Postoje razni kriteriji prema kojima se mogu razvrstati kampovi. „Objekti iz skupine kampovi razvrstavaju se na kamp, kamp odmorište i druge vrste.“¹¹

„Kamp je objekt u kojem se pružaju usluge smještaja na osnovnim smještajnim jedinicama (kampiranje), smještaja u građevinama (bungalov, paviljon i drugo), prehrane, pića i napitaka, iznajmljivanja pokretne opreme za kampiranje (stolova, stolica, vreća za spavanje, šatora i drugo), bavljenja športom i/ili drugim oblicima rekreacije te druge usluge u funkciji turističke potrošnje“.¹² Kampovi moraju imati recepciju na samom ulazu u kamp kako bi se gosti mogli prijaviti, a ako se kamp nalazi unutar turističkog naselja, može se koristiti zajednička recepcija. Isto tako, kampovi moraju imati sanitarni čvor, ugostiteljske sadržaje, uređen okoliš i ostale potrebne sadržaje. „Kamp odmorište je objekt u kojem se pružaju usluge kampiranja za kraći boravak gosta koji ima sa sobom pokretnu opremu za kampiranje.“¹³ „Kamp odmorište ima kamp mjesta i centralnu servisnu stanicu, a što se tiče usluge recepcije ona se pruža na zahtjev gosta.“¹⁴ „U druge vrste spadaju hoteli i ostali ugostiteljski objekti za smještaj koji moraju biti na zasebnoj prostorno funkcionalnoj cjelini od kampova, ali mogu imati zajedničke sadržaje kao što su recepcija, ugostiteljski sadržaji za pripremu jela, pića i napitaka i slično.“¹⁵

Kategorizacija kampova se također uređuje istim pravilnikom. „Kampovi moraju ispuniti obvezne uvjete i uvjete koji se boduju za ekologiju, šport i rekreaciju te trgovačke, ugostiteljske i ostale sadržaje.“¹⁶ Kategorije se označuju zvjezdicama, a kamp ima 4 kategorije, od dvije do

¹¹ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

¹² Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

¹³ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

¹⁴ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

¹⁵ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

¹⁶ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16

pet zvjezdica. „Objekt se zatim označava s vrstom i kategorijom koje se ističu na propisanoj ploči, koja mora biti istaknuta na vidljivom mjestu na samom ulazu u kamp (Slika1.).“¹⁷

Slika 1. Ploče za označavanje vrste i kategorije ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi



Izvor: Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.

2.3. Trendovi kamping turizma

Turistička potražnja se mijenja, odnosno želje i potrebe turista se mijenjaju te tako nastaju različiti trendovi na tržištu. Prepoznavanje želja i potreba turista znači stvaranje što inovativnijeg proizvoda. U kamping turizmu želje turista nisu iste kao na početku, kada se on tek razvijao. Današnji trendovi bazirani su na individualnim putovanjima, što je suprotnost masovnom turizmu. Isto tako, turistima je važna atraktivna priroda, sloboda, odmak od svakodnevnog života i nova iskustva, odnosno doživljaji. Ispunjenjem svih uvjeta i dobrom promocijom, zagarantiran je uspjeh takvog kamping turizma.

Kamping turizam se često povezuje s pojmom zelenog turizma upravo zbog posebne pažnje koja se pridonosi očuvanju atraktivne prirode, što je kampistima iznimno važno. Dakle, najvažniji segment kampinga je upravo priroda. Današnji kampisti zahtjevniji su i imaju veće potrebe. Upravo zbog toga, iznimno je važno pratiti trendove kako bi proizvod postao što bolji i što inovativniji na tržištu.

„Dva najpoznatija trenda u kamping turizmu su “7RE-TRENDS” koji označava trend povratka određenim vrijednostima te „NEO KAMPING“ koji označava trend novih oblika i vrsta kamping turizma.“¹⁸ U sljedećoj tablici su prikazane promjene koje je donio 7RE-TRENDS.

¹⁷ Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16

¹⁸ Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013). Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

Tablica 1. 7RE-TRENDS kamping proizvod

<i>REJUVENATION</i>	<i>„Pomlađivanje kamping usluge, ali i pomlađivanje duha i tijela“¹⁹</i>
<i>REGENERATION</i>	<i>„Obnova kamping uređaja i usluge, obnova tijela i duha“²⁰</i>
<i>REFAMILYISATION</i>	<i>„Kamping kao oblik povratka i zajedništva obitelji“²¹</i>
<i>RECONNECTION</i>	<i>„Kamping kao način ponovne uspostave kontakta s bližnjima i prijateljima“²²</i>
<i>REDISCOVERING</i>	<i>„Ponovno pronađena ljepota kampiranja, ponovno pronađena vrijednost kampiranja“²³</i>
<i>RETURN TO NATURE</i>	<i>„Kamping kao oblik ponovnog velikog povratka prirodi“²⁴</i>
<i>RETURN TO LUXURY</i>	<i>„Povratak komforu, aluzija na prvobitna putovanja bogatih po Europi“²⁵</i>

Izvor: Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, str. 17.

S druge strane, NEO KAMPING se bazira na važnoj vezi s održivosti turizma te implicira na “novi koncept kampa”. „Značajan trend je „neoekologija“ i popularnost pokreta LOHAS tzv. “zeleni kupci“ koji veliki interes pridaju odmoru u prirodi.“²⁶ Turisti postaju zahtjevniji i traže više komfora, što dovodi do luksuznijih i uređenijih šatora ili mobilnih kućica te nastaje novi oblik kamping turizma – *glamping*.

¹⁹ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

²⁰ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

²¹ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

²² Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

²³ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

²⁴ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

²⁵ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

²⁶ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013) Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma Pula, str. 7.

3. GLAMPING TURIZAM

Prije se kamping smatrao jeftinim i najjednostavnijim načinom putovanja i smještaja, ali danas to više nije slučajnost. Razvojem mnogih novih trendova na tržištu, razvio se u okviru kamping turizma novi oblik, nazvan *glamping*. Spoj riječi „glamur“ i „kampiranje“ u riječi *glamping* otkiva kako je upravo ovakvo kampiranje podignuto na viši nivo te pruža turistima luksuzni dio ponude, odnosno glamur. U praksi, najčešći su opisi *glampinga* riječima luksuz/glamur i udobnost, uz povezanost s prirodom. Što se tiče smještajnih kapaciteta u *glampingu*, to mogu biti šatori, kamp kućice, kućice na drvetu i ostali oblici, a jedini uvjet je da se nalaze unutar kampa i da su luksuzno opremljeni. *Glamping* kao takav pridaje veliku važnost očuvanju prirode. Ekološka osviještenost iznimno je važna pa je tako *glamping* turizam baziran na obnovljivim izvorima energije, recikliranju, uzgajanu i korištenju domaće hrane. Dakle, ekološka osviještenost prisutna je kod ponude, a korisnici takvih usluga u globalu su ekološki osviješteni, ali ne nužno svi.

Prema istraživanju koje su provele Vrtodušić Hrgović, A-M., Cvelić-Bonifačić, J. i Milohnić I. (2019), u kojem su ispitivale voditelje kampova i proizvođače kamping opreme, glavna karakteristika *glamping* smještaja je vrhunska oprema i sadržaji, visokokvalitetna usluga i okruženje prirodom. Ovo istraživanje iznimno je bitno jer je *glamping* gledan iz perspektive stručnjaka za kampiranje (voditelja kampova i proizvođača opreme za kampiranje). Istraživanje pokazuje kako stručnjaci za kampiranje smatraju *glamping* objektom kućice na drvetu, safari šatore te druge neobične vrste smještaja. Više od polovice ispitanika ne smatra mobilne kućice *glamping* smještajnim objektom. Vodeći elementi iz uređenja i opreme *glamping* objekta su prostrana terasa, broj kupaonica, kuhinja s aparatima, SAT TV i Wi-Fi, klima i ostalo. Atraktivan prirodan okoliš predstavlja najvažniju značajku, a *glamping* objekt mora imati inovativan i privlačan izgled te razinu udobnosti s odgovarajućom opremom.

3.1. Definiranje *glamping* turizma

Glamping se razvio u posljednjih nekoliko godina i postaje sve traženiji turistički proizvod. *Glamping* još uvijek nije dovoljno razvijen te je nepoznanica mnogim turistima. Postoji mnogo definicija raznih autora o *glampingu* (tablica 2.).

Tablica 2. Definicija raznih autora o *glamping* turizmu

AUTOR, GODINA	DEFINICIJA	KLJUČNE RIJEČI
Cambridge Dictionary, 2017.	<i>„Vrsta kampinga koji je mnogo ugodniji i luksurniji od klasičnog kampinga.“²⁷</i>	komfor, luksuz
Leci Sakačova, 2013.	<i>„Glamping je luksuzni kamping smješten u izvanrednom prirodnom okruženju. Karakterizira ga komfor i visokokvalitetne usluge, koje uključuju mogućnost primjene avanturističkih aktivnosti, konzumaciju dobre hrane i ukusnih pića. Predstavlja sredstvo bijega i odmora u ekološkom prijateljskom okruženju.“²⁸</i>	luksuzno kampiranje, prirodno okruženje, komfor, visokokvalitetne usluge, avanturističke aktivnosti, ukusna hrana, ukusna pića, bijeg, odmor, ekološko okruženje
Guardian, 2017.	<i>„Neobična kombinacija ekstravagancije smještaja s kvalitetom od pet zvjezdica s mirom okruženja divljine prirode.“²⁹</i>	ekstravagancija, smještaj s pet zvjezdica, mir, divljina
Glamping.com, 2019.	<i>„Sinonim za luksuzni smještaj pretežito u šatorima, ali također uključuje brojne inovativne oblike smještaja, kao što su jurte, kućice na drvu i mobilne kućice.“³⁰</i>	luksuzni smještaj, inovativni oblici smještaja
Cvelić Bonifačić & Milohnić, 2014.	<i>„Glamping, kao trend neo – komfora, snažno karakterizira obilježje da se kamping vraća u fokus turizma u obliku suvremenog, luksuznog kampiranja: na tržištu ima ulogu novog turističkog šampiona i snažnog promotora inovativnog kamping turizma.“³¹</i>	trend neo – komfora, luksuzni oblik kampiranja, kombinacija kampiranja i hotela

²⁷ Cambridge Dictionary. (2017). Cambridge University Press.

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/glamping>

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

²⁹ The Guardian (2010). „Carry on glamping: Europe's poshest, coolest

camping experiences“. <https://www.theguardian.com/travel/2010/may/15/glamping-camping-europe-yurt-tipi>

³⁰ Glamping.com. (2017). „Glamping Types“. <https://www.glamping.com/glamping-types/> GlampingHub

³¹ Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2014). MENADŽMENT PROMJENA KAMPING TURIZMA. Suvremeni trendovi u turizmu

Brochado & Pereira, 2017.	„Nudi jedinstveno iskustvo života u luksuznom kampiranju, „glamurozni dodir komfora i intime“ te apsolutno jedinstveno mjesto s mnogo detalja.“ ³²	jedinstveno iskustvo, luksuzni kamping, glamurozni dodir, komfor, intima, jedinstveno mjesto
Ahn & Lee, 2015.	„Percipira se divotom kao savršena kombinacija prirode i luksuza, ali se isto kritizira zbog umanjenja autentičnih vrijednosti tradicionalnog kampiranja.“ ³³	kombinacija prirode i luksuza, umanjenje autentičnih vrijednosti tradicionalnog kampinga

Izvor: Vrtodušić Hrgović, A-M., Cvelić Bonifačić, J., Licul, I. (2018). GLAMPING – NEW OUTDOOR ACCOMMODATION. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 625.

Glamping je povezan s pojmovima kao što su: luksuz, udobnost, visokokvalitetna usluga, avanturističke aktivnosti, bijeg, opuštanje, *eco-friendly*, divljina, ekstravagancija, mir, trend *neocomfort*, inovativna vrsta smještaja, jedinstveno iskustvo i intimnost. Kao što možemo vidjeti, ključne riječi koje se ponavljaju u svim definicijama su luksuz i udobnost. Dakle, *glamping* turizam je inovativna vrsta kampiranja koja spaja luksuz te pruža visoku kvalitetu usluga s boravkom u atraktivnoj prirodi na jedinstvenom mjestu kako bi turisti mogli pobjeći od svakidašnjeg života. Turistima se u ovakvoj ponudi pruža opremljeni *glamping* smještajni objekt s opremom kao u luksuznom hotelskom apartmanu, gdje se nude usluge sanitarnog čvora, mini kuhinje, spavaćeg i dnevnog prostora te se ispred većine šatora, kućice ili nekog drugog *glamping* smještajnog objekta nalaze luksuzno opremljene terase za uživanje turista.

Glamping je u Hrvatskoj uređen Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz kategorije kampova³⁴ i Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu³⁵. U navedenom pravilniku, *glamping* spada pod kamping te se podrazumijevaju ista pravila. Isto tako, navedeno je kako mora postojati određena *glamping* oprema kako bi kamp postao *glampingom*. Što se tiče

³² Brochado, A., Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation

³³ Ahn, C. S., Lee, M. S. W. (2015). „Adventure Campers, Fairy Tale Glampers, and Authenticity, Tourism engagement“

³⁴ Narodne novine. Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, Zagreb: Narodne novine d.d. 54/16. 68/19. 120/19.

³⁵ Narodne novine. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu. Zagreb: Narodne novine d.d. NN 9/16. NN 54/16. NN 61/16. NN 69/17.

kategorizacije *glampinga*, on može imati 4 ili 5 zvjezdica, a na to utječe ekološka osviještenost te mnoge dodatne aktivnosti koje se pružaju turistima. Na vidljivom mjestu, pri ulasku u kamp, mora biti postavljena ploča za označavanje *glamping* objekta (slika 2.).

Slika 2. Ploča za označavanje glamping smještajnih objekata



Izvor: Narodne novine (2019). Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, Zagreb: Narodne novine d.d., 68/19.

Kako navodi Jazbec, A. (2020), postoje brojne agencije koje pomažu u otvaranju *glamping* objekta. *Outstanding* kompanija iz Nizozemske upućena je u zakone i pravila raznih država pa tako realiziraju projekte. Specijalizirani su za otvaranje *glampinga* u Nizozemskoj, Engleskoj, Njemačkoj, Sloveniji pa i u Hrvatskoj.

3.2. Razvoj *glamping* turizma

Pojam *glamping* turizma iznimno je nov i još nedovoljno prepoznat u svijetu. Iako je ovaj oblik turizma novitet, njegovi začeci potiču davno u prošlost. Barebones, O. I. (2013) navodi kako su Osmanlije za svoje vladavine imali šatore gdje su boravili sultani. Šatori su za ono vrijeme bili iznimno luksuzni, napravljeni od skupih materijala. „Ovakvi šatori bili su kompletno opremljeni svilenim tkaninama, vezovima, skupim tepisima i namještajem.“³⁶

Daljnji primjer *glampinga* bio je rane 1900. godine u Africi gdje su bogati američki i europski putnici zahtijevali luksuz dok su bili na safariju. Takvi safari šatori imali su velike krevete i namještaj, luksuznu posteljinu te kuhara za pripremu obroka. Bogati putnici htjeli su doživjeti divljinu, ali da pritom odmaraju u luksuznom šatoru, što uvelike predstavlja preteču današnjeg *glampinga*. „Povijesno gledano transformacija kampiranja kao luksuznog oblika započela je krajem 19. stoljeća poticanjem razvoja karavana, mobilnih kućica i kampera, gdje su se jednostavni kampovi u koje su dolazili transformirali u visokokvalitetne turističke parkove i

³⁶ Vrtodušić Hrgović, A-M., Cvelić Bonifačić, J., Licul, I. (2018). GLAMPING – NEW OUTDOOR ACCOMMODATION. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

odmarališta.³⁷ Turisti su prepoznali dobre strane takvog kampiranja gdje mogu boraviti u iznimno luksuznom smještaju u netaknutoj prirodi, provodeći vrijeme na otvorenom. Dakle, *glamping* je vrsta kampinga koji pruža gostima opremljenost šatora ili drugog *glamping* smještajnog objekta s potrebnom luksuznom turističkom opremom, kako bi turistima pružili smještaj kao u njihovom domu. Upravo se na tome bazira *glamping* turizam koji privlači ovakvu vrstu turista, čiji je glavni motiv boravak u prirodi s luksuznim smještajem. Takav suvremeni *glamping* turizam najprije se razvio u Americi, a kasnije u Europi. Vukonić, B. (1987) navodi kako turistički razvoj treba planirati, odnosno upravljati razvojem turizma. „*Cilj razvoja turizma u konačnici uvijek je podređen općem razvoju zemlje*.“³⁸ Zbog toga se takav oblik turizma najprije razvio u najrazvijenijim zemljama, ali se i dalje razvija u svim dijelovima svijeta. Veliki čimbenik, koji omogućuje *glamping* turizmu rast, je briga o okolišu i održivom razvoju, što je uvelike povećalo zainteresiranost turista. Kako navodi više autora, *glamping* turizam najviše je razvijen u SAD-u. Nakon njega slijedi Velika Britanija, a što se tiče Europe, *glamping* je najrazvijeniji u Francuskoj i drugim mediteranskim zemljama Europe, među koje spada i Hrvatska.

3.3. Trendovi *glamping* turizma

Trendovi na tržištu mijenjaju se iz dana u dan pa je tako promjena kamping turizma u *glamping* posljedica trenda u kojem su turisti okrenuti prirodi i okolišu sa željom za luksuznim smještajem. Bijeg od svakodnevnog života, zdravlje, avantura i nova prijateljstva, pokretači su upravo ovakvog oblika turizma. Što se tiče kampinga, današnji trend su velike i komforne mobilne kućice te povećana potražnja za kamp vozilima i opremom za kampiranje. S druge strane, u *glampingu*, kao najpopularniji trendovi ističu se: luksuz, boravak u prirodi, privatnost, komfor, inovativnost i autentičnost. Glavna razlika je to što kod kampista postoji želja za komunikacijom, dok je kod *glampista* bitnija privatnost i izoliranost. *Glampingom* se smatra boravak u luksuznom smještajnom objektu koji je alternativa hotelu. Turisti koji traže ovakav smještaj spremni su platiti određenu cijenu, stoga se ovakva vrsta smještaja više naplaćuje.

U turizmu se naglašava kako je bolje privući stare posjetitelje nego tržiti nove, što će se ostvariti mnogo lakše ako je gost zadovoljan posjetom. Zadovoljni turisti imat će namjeru ponovno posjetiti određeno mjesto u kojem su već boravili, što dovodi do lojalnosti turista. Prema Eremić G.

³⁷ Vrtodušić Hrgović, A-M., Cvelić Bonifačić, J., Licul, I. (2018). GLAMPING – NEW OUTDOOR ACCOMMODATION. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

³⁸ Vukonić, B. (1987). Turizam i razvoj. Zagreb: Školska knjiga.

(2021), istraživanja pokazuju kako su upravo kampisti jedni od najlojalnijih turista. Zbog navedenog, potrebno je gostu pružiti kvalitetnu uslugu te ulagati u svaku sferu jer je tržište prepuno konkurencije i standardi su veoma visoki. Ekološki standardi pridonose pozicioniranju kampa na tržištu i na temelju toga se povećava kvaliteta same usluge.

Prema istraživanju autorica Milohnić, Cvelić Bonifačić i Lincun, 2018. godine, poslovni dionici u kampiranju (voditelji kampova i proizvođači opreme) i gosti proveli su istraživanje o trendovima i perspektivama o *glampingu*. Ovakvo istraživanje gleda s dvije različite perspektive interesnih skupina, s jedne su strane voditelji kampova i proizvođači, a s druge strane gosti kampa. Obuhvatili su 120 voditelja kampova, 30 proizvođača opreme za kampiranje te 130 gostiju iz 30 kampova. Istraživanje je pokazalo kako se ispitanici slažu kako je *glamping* novi luksuzni oblik kampiranja koji je prilagođen novim generacijama te je ekološki osjetljiv. Što se tiče tipa smještajnog objekta u *glampingu*, tu nailazimo na različita mišljenja voditelja i proizvođača te gostiju. Naime, voditelji kampova i proizvođača ne smatraju *glampingom* boravak u mobilnoj kućici, za razliku od gostiju. Ispitanici se slažu kako je *glamping* inovativna vrsta smještaja. Zanimljiva činjenica je kako se velik dio ispitanika bavi aktivnostima na otvorenom. Istraživanje je pokazalo kako *glamping* još uvijek nije prestigao kamping jer većina kampera donosi vlastitu opremu za kampiranje. Ispitanici su se složili kod karakteristika *glampinga*. Smatraju kako je vrhunska oprema i usluga, prirodno okruženje te kvaliteta usluge iznimno ključna za *glamping* smještaj. Naime, misle kako će *glamping* privući goste koji vole prirodu i žele biti smješteni u luksuzno opremljenom smještaju s vrhunskom uslugom. Fokus *glampinga*, kao takvog, je na inovativnom smještaju s ekološki prihvatljivim standardima za dobrobit budućnosti.

U istraživanju Cvelić Bonifačić, Milohnić i Cerović (2017), fokus je na karakteristikama gostiju *glampinga*. Rezultati istraživanja pokazuju kako su gosti u *glampingu* mlađi i obrazovani, zaposleni te imaju dobra primanja. Dob i nacionalnost utječu na odluke o *glampingu* pa tako Nijemci i Nizozemci unaprijed odlučuju kamo će putovati. Najčešći oblik putovanja je putovanje s obitelji. Veći dio ispitanika je već posjetio Hrvatsku. Mlađi odrasli gosti su najvećim dijelom prvi put posjetili kamp, a najvjerniji su stariji gosti. Ispitanici, koji su boravili u nekom *glamping* smještajnom objektu, su ocijenili destinaciju i sam smještaj vrlo visokom ocjenom.

4. GLAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ

Nakon napretka *glamping* turizma u SAD-u, počeo se razvijati i na području Europe, najprije u Škotskoj, Irskoj i Velikoj Britaniji. Prema Eurostatu u Europskoj uniji (u daljnjem tekstu: EU), na raspolaganju je bilo u 2017. godini 28 400 registriranih kampova. Posjetitelji su 2017. godine u kampovima EU-a ostvarili ukupno 397 milijuna noćenja, što čini 12 % svih noćenja u turističkim smještajima unutar EU-a. Tri zemlje s najvećim udjelom noćenja turista u kampovima u 2017. bile su Danska, Luksemburg i Francuska (slika 3.).

Slika 3. Noćenja turista u kampovima u EU-u u 2017. godini



Izvor: Eurostat <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20190613-1> (03.06.2022.)

U Hrvatskoj, prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (u daljnjem tekstu: DZS) za 2021. godinu, „ostvareno je 70 milijuna noćenja što je 72 % više u odnosu na prethodnu 2020. godinu.“³⁹ DZS prikazuje kako je prijavljen 341 objekt u skupini Kampovi i prostori za kampiranje koji pružaju ukupan broj od 88 775 smještajnih jedinica. U njima je ostvareno 25 % od ukupno ostvarenih noćenja turista u 2021. godini. „Broj dolazaka turista iste godine porastao je za 99,8 %, a broj noćenja za 91,5 % u odnosu na prethodnu 2020. godinu.“⁴⁰ Istarska županija vodi s najvećim brojem ostvarenih noćenja i dolazaka turista, a najviše je ostvareno upravo u kampovima (8,9 milijuna noćenja), čak 41 % od ukupnog broja ostvarenih noćenja u toj županiji.

³⁹ Državni zavod za statistiku (2021) Dolasci i noćenja turista u 2021. Zagreb

⁴⁰ Državni zavod za statistiku (2021) Dolasci i noćenja turista u 2021. Zagreb

Prema brošuri *Camping u RH* (2021.), koju je izdala Hrvatska turistička zajednica, pobrojani su i prikazani kampovi unutar cijele Hrvatske (slika 4.). Mogu se pronaći razne vrste kampova s mnogim sadržajima, od onih modernijih i skupljih do tradicionalnih, takozvanih mini kampova. Riječ je o manjim kampovima, kojih je u Hrvatskoj preko tristotinjak, s manjim smještajnim kapacitetom koji se nalaze u sklopu dvorišta ili posjeda gdje se mogu upoznati običaji tog specifičnog kraja.

Slika 4. Prikaz hrvatskih turističkih regija s brojem kampova



Izvor: Hrvatska turistička zajednica. (2021). Brošura *Camping u RH*

4.1. Ponuda *glamping* turizma u Hrvatskoj

Glamping je sve veći hit među putnicima koji traže boravak u prirodi uz dodatak komfora, odnosno luksuza. Kao što je već spomenuto ranije, *glamping* je luksuzno kampiranje koje spaja visoku kvalitetu usluge s okruženjem u prirodi. Hrvatski kampovi su u svoju ponudu o nedavno svrstali *glamping* smještajne objekte. Prema stranici camping.hr, u Hrvatskoj se posebno ističu sljedeći kampovi navedeni u daljnjem tekstu. U podjelu je autorica smjestila *Glamping Village Terme Tuhelj* u Tuheljskim Toplicama zbog pretpostavke o prepoznatljivosti kampa ispitanicima, što će se prikazati u zadnjem djelu rada kod istraživanja.

➤ Arena One 99 Glamping, Medulin

Kako navode, Arena One 99 Glamping **** u Medulinu je jedan od poznatijih *glamping* destinacija u Hrvatskoj. U ponudi nude smještaje u *glamping* šatorima i kućicama na drvetu uz mnoge druge sadržaje (slika 5.).

Slika 5. Arena One 99 Glamping



Izvor: Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/arena-one-ninety-nine-glamping>, (3.6.2022.)

➤ Plitvice Holiday Resort, Rakovica

U blizini Nacionalnog parka Plitvička jezera smjestile su se Plitvice Holiday Resort **** u Rakovici. Kamp nudi smještaj u jedinstvenim kućicama podignutim u krošnje drveća i smještenih uz jezero (slika 6.). Uz ponudu raznih aktivnosti, kamp nudi i izlete u NP Plitvička jezera, Baraćeve špilje, eko selo Rastoke te farmu konja.

Slika 6. Plitvice Holiday Resort



Izvor: Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/plitvice-holiday-resort>, (3.6.2022.)

➤ Lanterna Premium Camping Resort, Poreč

Lanterna Premium Camping Resort by Valamar **** smjestio se u Istri, nedaleko od Poreča. Kamp je dobitnik više nagrada i priznanja za kvalitetu te je proglašen jednim od najboljih

europskih kampova. *Glamping* naselje s luksuznim šatorima smješteno je u mirnijem djelu kampa, a kamp sam po sebi nudi razne aktivnosti (slika 7.).

Slika 7. Lanterna Premium Camping Resort



Izvor: Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna>, (3.6.2022.)

➤ Polidor, Funtana

Kamp Polidor **** nalazi se u Funtani na zapadnoj obali Istre. U ponudi nude smještaj u mobilnim kućicama s terasama te *glamping* šatorima (slika 8.). Nedaleko od kampa nalazi se šljunčana plaža te mnoge biciklističke i pješačke staze.

Slika 8. Polidor



Izvor: Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/polidor>, (03.06.2022.)

➤ Medora Orbis, Podgora

Nedaleko od Parka prirode Biokovo, u mjestu Podgora, smjestio se kamp Medora Orbis ****. U kampu se nude drvene *glamping* kućice te *glamping* šatori (slika 9.). Kamp nudi razne aktivnosti poput bicikliranja, planinarenja, ronjenja i drugih sportova.

Slika 9. Medora Orbis



Izvor: Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/medora-orbis>, (3.6.2022.)

➤ Glamping Village Terme Tuhelj, Tuheljske Toplice

U samom srcu Hrvatskoj zagorja, u Tuheljskim Toplicama, smjestio se Glamping Village u sklopu Termi Tuhelj. Kamp pruža smještaj u vrhunsko opremljenim mobilnim kućicama s pet zvjezdica (slika 10.). Kamp pruža *wellness* ponudu s raznim prostorijama za opuštanje te mnoge druge aktivnosti.

Slika 10. Glamping Village Terme Tuhelj



Izvor: Terme-tuhelj.hr <https://www.termo-tuhelj.hr/hr/smjestaj/glamping-village-terme-tuhelj>, (3.6.2022.)

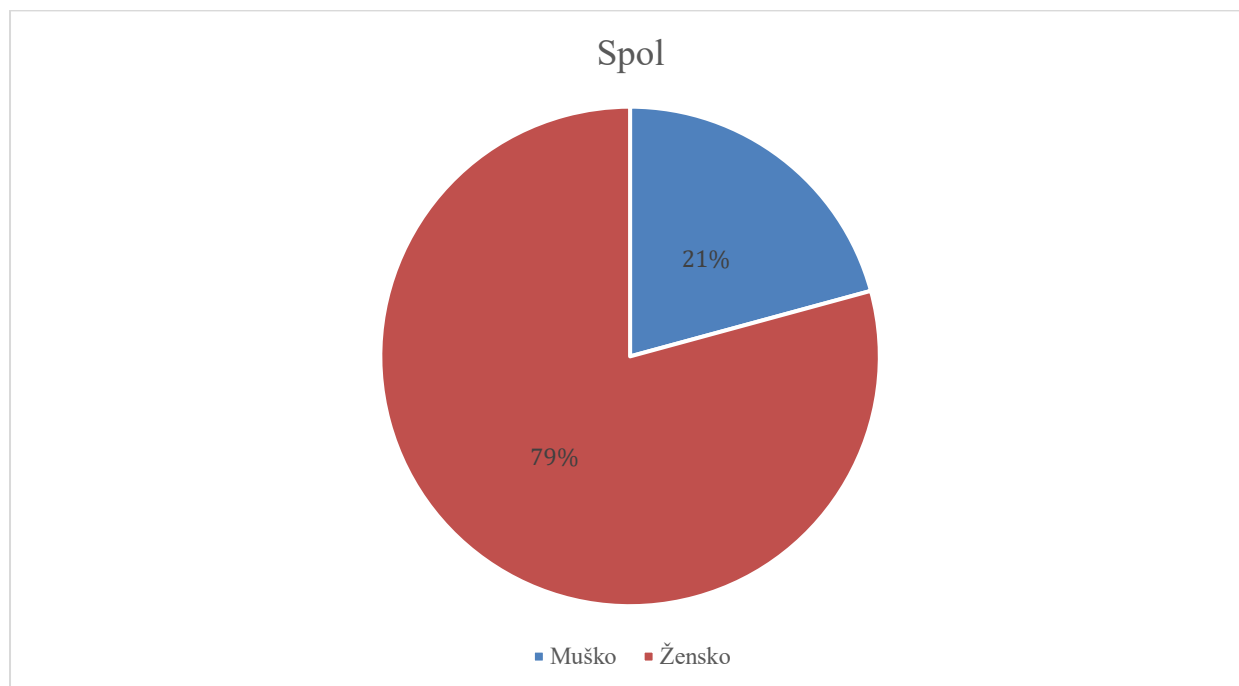
5. ISTRAŽIVANJE

Cilj istraživanja je izmjeriti prepoznatljivost *glamping* turizma u Hrvatskoj. Proveden je anketni upitnik kao metoda ispitivanja potencijalnih turista. Metodom ispitivanja, postavljala su se pitanja osobama od kojih su prikupljeni podaci i njihovi odgovori u pisanom obliku, u anketnom upitniku u Google obrascima. Istraživanje je provedeno u svibnju 2022. godine. Prikupljeni su odgovori 130 ispitanika. Upitnik je namijenjen potencijalnim turistima i sastojao se od četiriju setova pitanja, od kojih su tri korištena u ovom radu. Prvi set pitanja obuhvaća karakteristike ispitanika, drugi set ispituje koliko su ispitanici upoznati s *glamping* pojmom te na što ih asocira. Pitanja u trećem setu fokusirana su na ispitanike koji su posjetili neki od *glamping* objekata. Više od devedeset posto ispitanika nije posjetilo takvu vrstu smještajnog objekta zato se ovaj set pitanja ne obrađuje u radu. Nadalje su pitanja vezana uz ponudu i prepoznatljivost *glamping* smještajnih objekata u Republici Hrvatskoj.

5.1. Karakteristike uzorka

Ispitano je 130 ispitanika od kojih su 103 ispitanika (79,2 %) ženskog spola, a 27 (20,8 %) muškog spola (grafikon 1.).

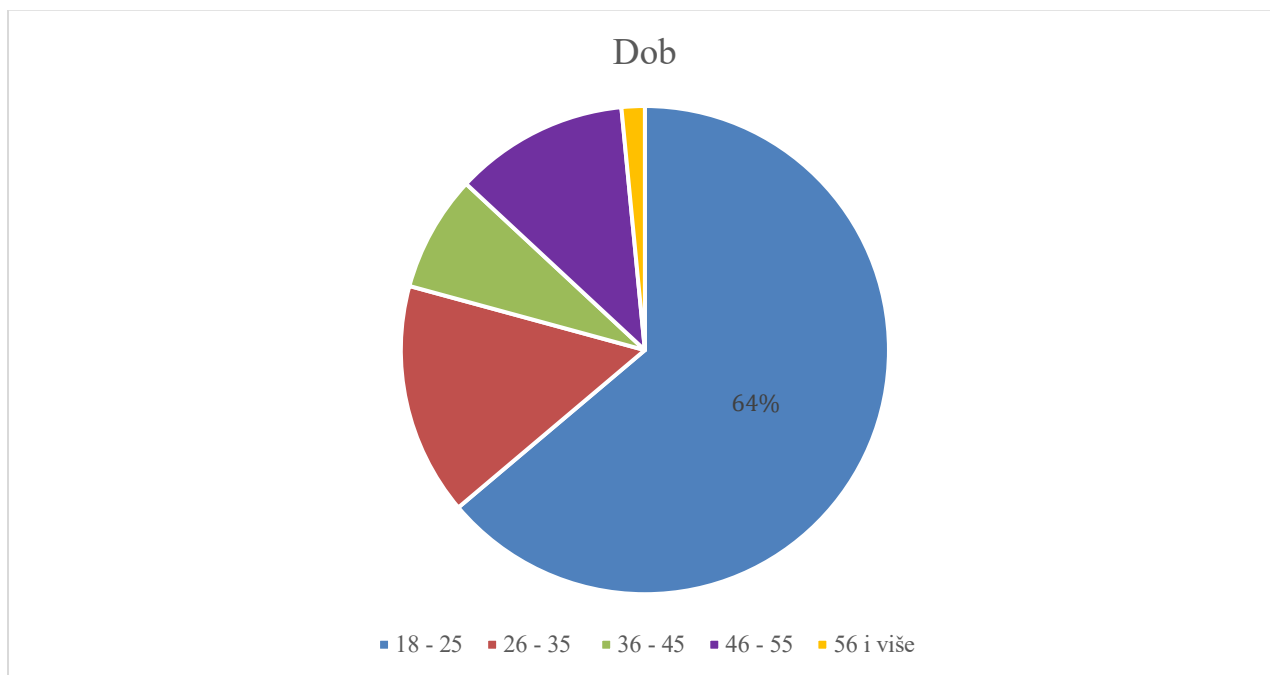
Grafikon 1. Spolna struktura ispitanika



Izvor: Vlastita izrada autora

Najveći udio ispitanika je mlađe životne dobi (grafikon 2.).

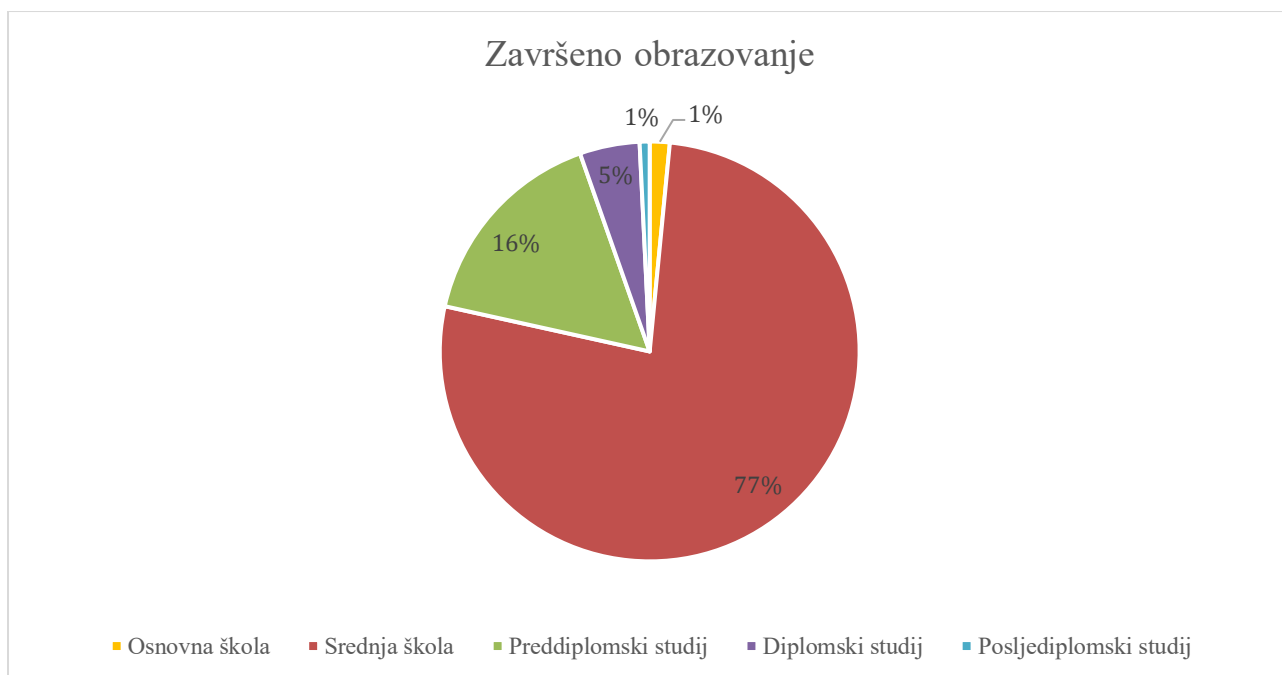
Grafikon 2. Dobna struktura ispitanika



Izvor: Vlastita izrada autora

Što se tiče završenog obrazovanja, više od 70 % ispitanika završilo je srednju školu, a oko petnaestak posto završilo je preddiplomski studij (grafikon 3.).

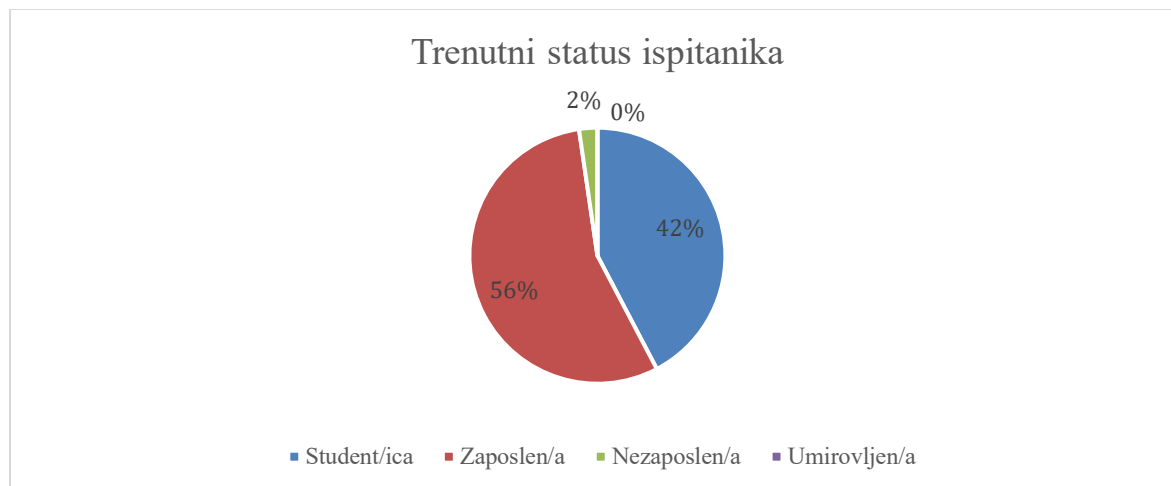
Grafikon 3. Završeno obrazovanje ispitanika



Izvor: Vlastita izrada autora

Ispitanici su uglavnom zaposlene osobe i studenti (grafikon 4.).

Grafikon 4. Trenutni status ispitanika

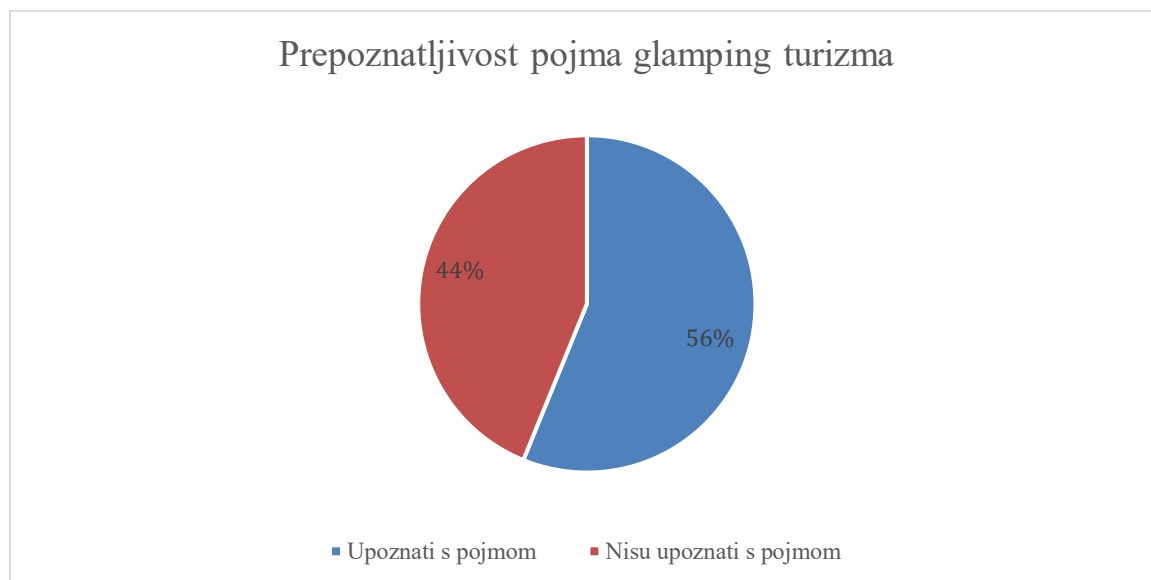


Izvor: Vlastita izrada autora

5.2. Rezultati istraživanja

Dobiveni rezultati ukazuju kako 44 % ispitanika nije upoznato s pojmom *glamping* turizma (grafikon 5.). Takvi rezultati u skladu su s prethodnim istraživanjima koja pokazuju kako *glamping* turizam nije raširen pojam u Hrvatskoj. Ovdje dolazimo do saznanja da je *glamping* turizam slabo razvijen i prepoznat od osoba mlađe životne dobi koje su uglavnom zaposlene osobe i studenti.

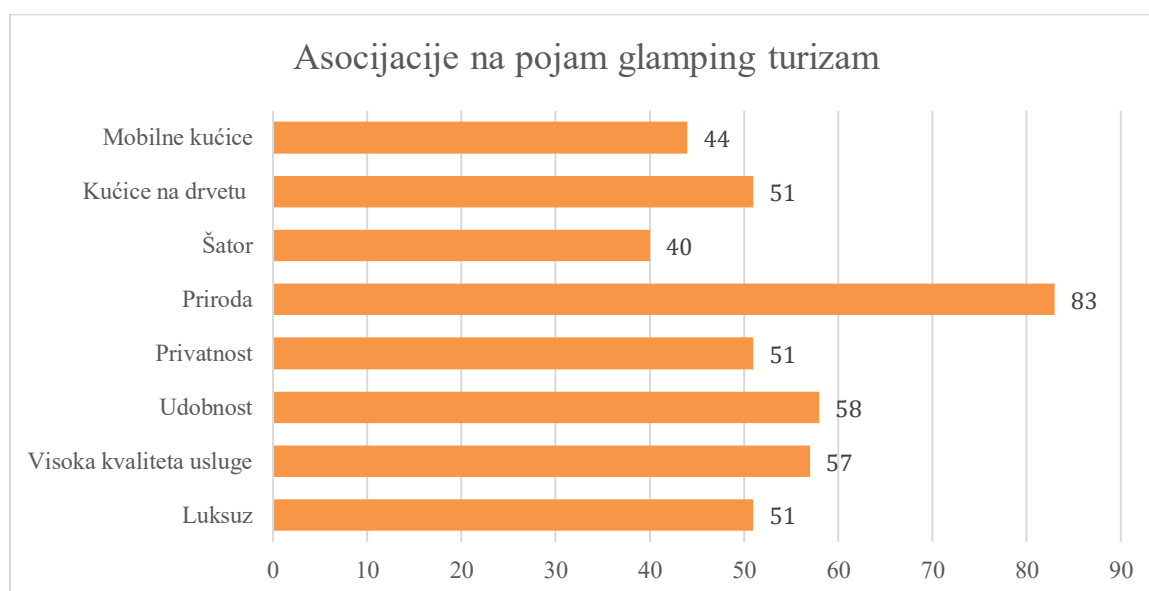
Grafikon 5. Prikaz prepoznatljivosti pojma *glamping* turizam



Izvor: Vlastita izrada autora

Ispitanici su trebali odabrati s popisa koji od pojmova, prema njihovom mišljenju, ih asocira na *glamping* turizam. Ponuđeni odgovori bili su: luksuz, visoka kvaliteta usluge, udobnost, privatnost, priroda, šator, kućice na drvetu te mobilne kućice. Kod navedenog pitanja postojala je mogućnost odabira više odgovora, odnosno pojmova. Najviše ispitanika odabralo je prirodu, a slijedili su pojmovi kao što su udobnost, visoka kvaliteta usluge, kućice na drvetu, luksuz i privatnost (grafikon 6.). Ovi rezultati potvrđuju ranije navedene teze o definiranju pojma *glamping* turizma pri čijoj su definiciji najzastupljenije riječi bile: luksuz, udobnost, visokokvalitetna usluga i intimnost (privatnost) te, prije svega, priroda.

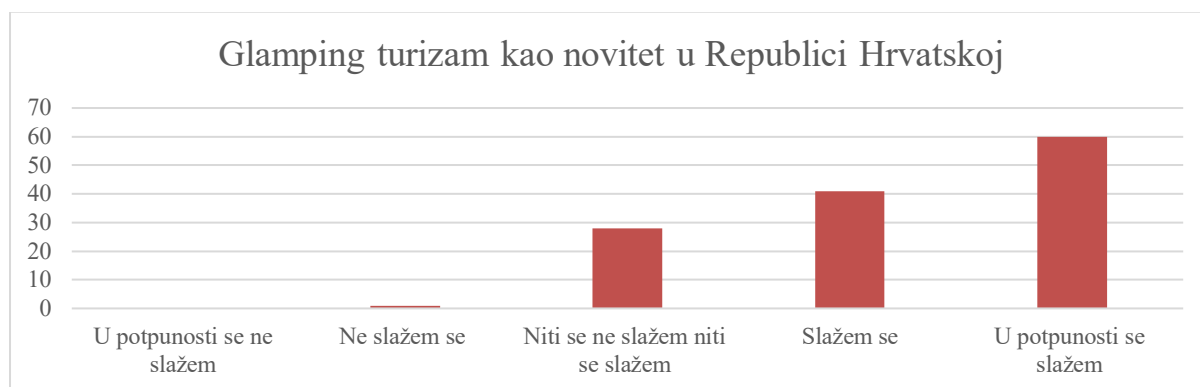
Grafikon 6. Prikaz asocijacija na pojam *glamping* turizam



Izvor: Vlastita izrada autora

Ispitanici su birali na ljestvici od 1 do 5, gdje 1 označava „u potpunosti se ne slažem“, a 5 „u potpunosti se slažem“, smatraju li *glamping* turizam novitetom u Republici Hrvatskoj. Za navedeno pitanje odabrana je ljestvica jer se istražuje mišljenje o navedenom pojmu. Rezultati pokazuju kako ispitanici smatraju *glamping* turizam novitetom (grafikon 7.). Rezultati su skladu s istraživanjem kojeg vidimo i kod prepoznatljivosti pojma *glamping* turizam u Hrvatskoj, gdje gotovo polovica ispitanika nije upoznata s pojmom.

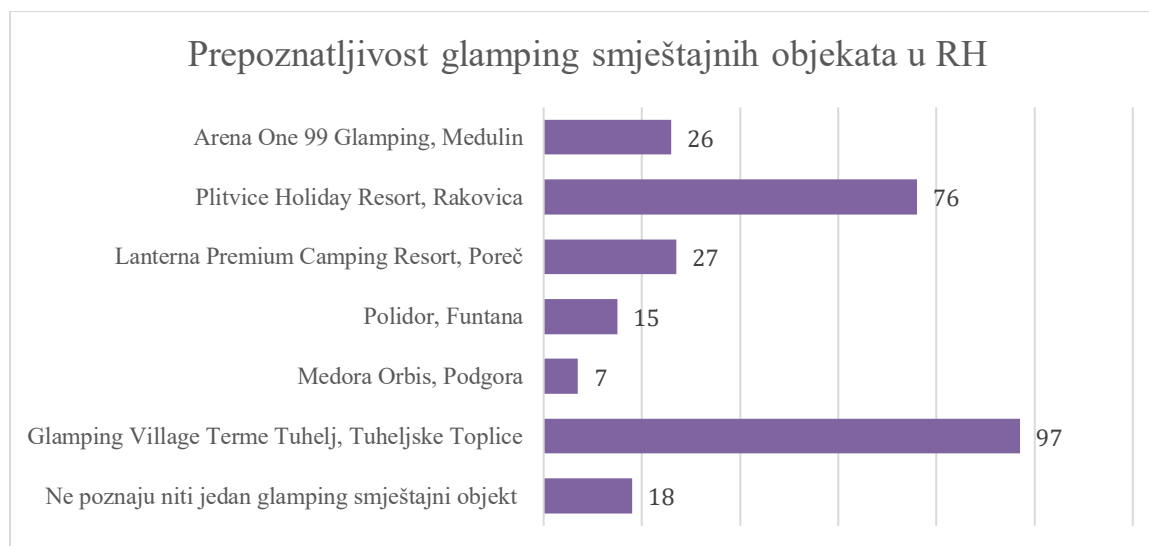
Grafikon 7. Glamping turizam kao novitet u RH



Izvor: Vlastita izrada autora

Daljnji rezultati istraživanja usmjereni su na prepoznatljivost ponude *glamping* smještajnih objekata u Hrvatskoj. Ispitanici su imali mogućnost odabira više odgovora. Ponuđeni su im *glamping* smještajni objekti u Hrvatskoj te su trebali odabrati za koje od njih su čuli. Rezultati pokazuju kako je najviše ispitanika čulo za Glamping Village Terme Tuhelj u Tuheljskim Toplicama i Plitvice Holiday Resort u Rakovici, a najmanje njih čulo je za Medoru Orbis u Podgori (grafikon 8.). Rezultati istraživanja prikazuju kako bi 97 % ispitanika posjetilo neki od prethodno navedenih *glamping* smještajnih objekata.

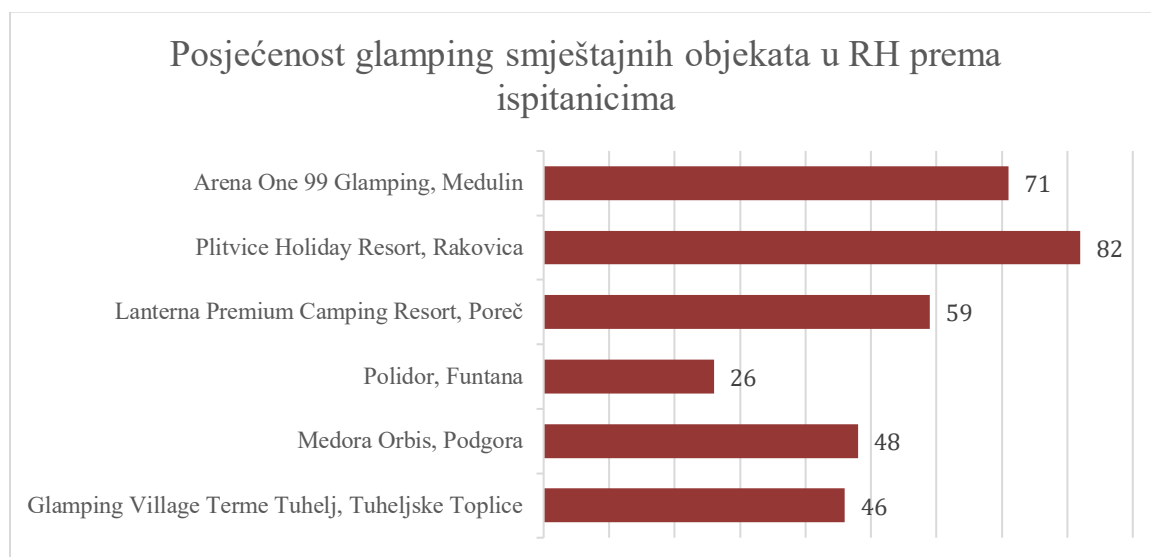
Grafikon 8. Prepoznatljivost glamping smještajnih objekata u RH



Izvor: Vlastita izrada autora

Što se tiče posjećenosti *glamping* smještajnih objekata, istaknule su se Plitvice Holiday Resort i Area One 99 Glamping jer je njih najviše ispitanika odabralo kao objekte koje bi najrađe posjetili. Najmanje su ispitanici zainteresirani za posjetu Polidoru u Funtani (grafikon 9.).

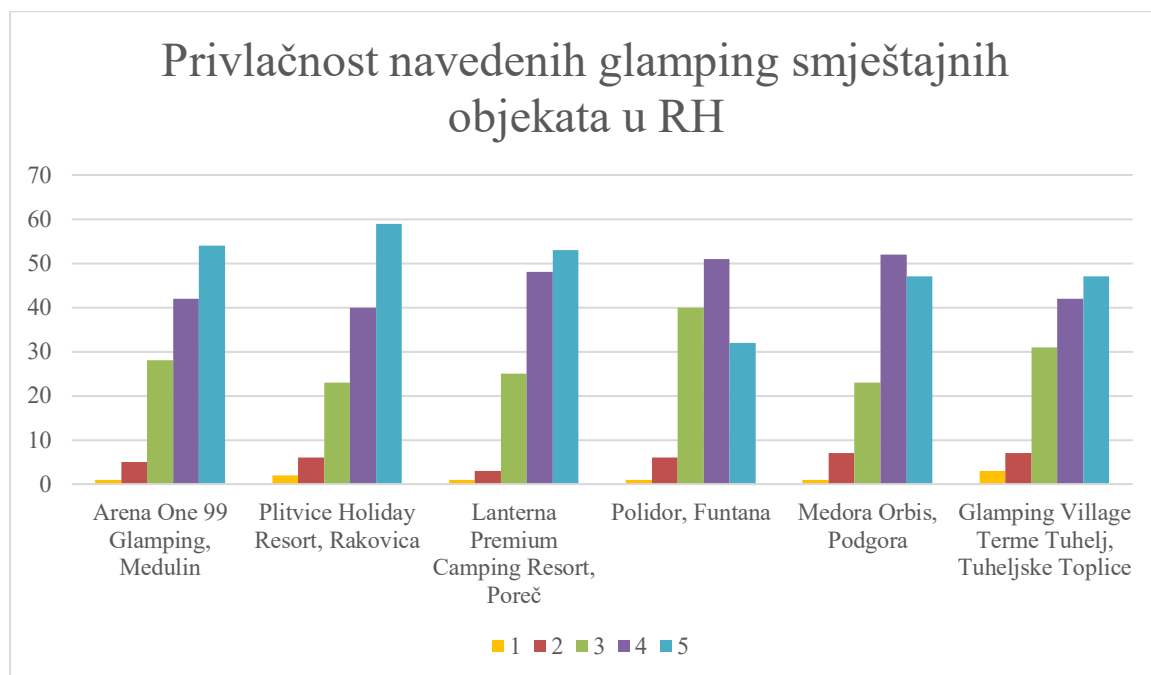
Grafikon 9. Posjećenost glamping smještajnih objekata u RH prema ispitanicima



Izvor: Vlastita izrada autora

Ispitanici su bili upitani koliko im su navedeni *glamping* smještajni objekti, na ljestvici od 1 do 5, privlačni. Jedan je označavalo „nimalo privlačni“, a 5 je označavalo „izrazito privlačni“. Rezultati prikazuju kako je većina objekata iznimno privlačna ispitanicima (grafikon 10.).

Grafikon 10. Privlačnost navedenih glamping smještajnih objekata u RH



Izvor: Vlastita izrada autora

5.3. Ograničenja istraživanja

Ograničenja istraživanja odnose se na slabu zastupljenost ispitanika starijih dobnih skupina te ispitanika niže stručne spreme. Više od 95 % ispitanika nije posjetilo takvu vrstu smještajnog objekta, što je ograničilo istraživanje jer nisu obrađena pitanja koja se odnose na posjetitelje *glamping* smještajnih objekata. Unatoč svim navedenim ograničenjima, ovo istraživanje kao i podaci dobiveni njime, mogu poslužiti u svrhe daljnjih istraživanja.

6. ZAKLJUČAK

Kamping turizam označava boravak i smještaj turista na otvorenom prostoru u kampovima s naznačenim smještajnim jedinicama. Razvoj kamping turizma javlja se u 20. stoljeću. Robert Baden-Powell je 1907. godine odveo dvadesetak izviđača na višednevni izlet gdje su prenoćili u šatorima, što je bilo prvo takvo rekreativno kampiranje. U Americi je nešto ranije, 1861. godine, Frederik William Gunn vodio grupu studenata na deset dana kampiranja. Takav oblik turizma najprije se razvio u Americi, a kasnije se širi u Europu i ostale zemlje. Kampovi danas moraju ispuniti zakonom i propisima određene uvjete. Predviđen raspon za kategorizaciju kampova je od jedne do četiri zvjezdice. Kako bi stvorili što inovativniju ponudu, kampovi trebaju biti u skladu s vremenom i pratiti trendove na tržištu. Kampisti odlaze na kamping destinaciju zbog atraktivne prirode, komunikacije i druženja te odmaka od svakodnevnog života. 7RE-TREND označava pomlađivanje, obnavljanje, zajedništvo s obitelji, ponovno zbližavanje te povratak prirodi i luksuzu. NEOKAMPING trend fokusiran je na očuvanje prirode i održivi razvoj. Kada spojimo ova dva trenda, dobivamo novi inovativni oblik kampiranja nazvan *glamping*. Glavne karakteristike *glampinga* su okruženje prirodom, vrhunska oprema i sadržaji te visokokvalitetna usluga. Kampiranje je s *glampingom* podignuto na višu razinu zbog spajanja prirode, luksuznog smještaja i usluge. Dakle, *glamping* je vrsta kampiranja koja pruža turistima boravak u atraktivnoj prirodi s visokokvalitetnom uslugom kao u hotelskom apartmanu. Ovakav oblik turizma pojavio se tek nekoliko godina unatrag, što ga još uvijek čini novim trendom na tržištu. Začetnik *glamping* turizma je Amerika, slijedi ju Velika Britanija i nakon toga Europa na čelu s Francuskom i ostalim mediteranskim zemljama. Važan segment *glampinga* je ekološka osviještenost. Danas se cijeni inovativnost pa je kod *glamping* objekta dobro imati jedinstven proizvod i ponudu kako bi bili uspješniji i konkurentniji na tržištu. Glavne karakteristike *glampinga* su prirodno okruženje, vrhunska oprema i kvalitetna usluga. *Glamping* turizam u Hrvatskoj ima vrlo veliki potencijal, međutim Hrvatska zaostaje za drugim zemljama sa svojom *glamping* ponudom. Ponuda kako kamping tako i *glamping* smještaja se povećava, ali je još daleko od sustizanja konkurencije. Ograničenja s kojima se susreću je nedostatak zakonodavnih okvira koji su vezani za *glamping*, nedovoljno istraživanja na temu *glampinga* i slaba prepoznatljivost Hrvatske kao svjetske destinacije za *glamping* turizam. Istraživanje je provedeno kako bi se izmjerila prepoznatljivost *glamping* turizma i same *glamping* ponude u Republici Hrvatskoj. Istraživanje pokazuje kako skoro polovica ispitanika nije upoznato s pojmom *glamping* turizma te ga smatraju novitetom u Hrvatskoj. Skladno svim navedenim tezama u radu o karakteristikama i trendovima

glampinga, ispitanici smatraju prirodu važnim pojmom u *glampingu*, a slijede ju udobnost, visokokvalitetna usluga i privatnost. Glavni nedostatak istraživanja je što 95 % ispitanika nije posjetilo nikakav *glamping* smještajni objekt, što je ograničilo istraživanje jer se nisu obradila važna pitanja vezana uz zadovoljstvo takvih turista samim boravkom i lokacijom. S druge strane, veći broj ispitanika čuo je za navedene *glamping* objekte u Hrvatskoj, iz čega se može zaključiti kako su neki objekti postigli prepoznatljivost. Čak 97 % ispitanika izjasnilo se kako bi željelo posjetiti neke od navedenih *glamping* objekata, što se pokazalo kod ispitivanja privlačnosti *glamping* objekata koji su ispitanicima iznimno privlačni. Zaključno, budućnost *glampinga* uvelike ovisi o inovativnosti, o održivom razvoju te strateškom i marketinškom planiranju kako bi se dostignula prepoznatljivost brenda na svjetskoj razini. U Hrvatskoj bi naglasak trebao biti na povećanju broja znanstvenih istraživanja, uređenju zakonskih okvira vezanih za *glamping* i praćenja statističkih podataka *glamping* turizma, a sve u svrhu poboljšanja kvalitete *glamping* ponude.

LITERATURA

1. Barebones, O. I. (2013). History of the glamping movement, https://blog.glamping.com/history-of-the-glamping-movement_ (20.5.2022.)
2. Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/glamping-u-hrvatskoj> (3.6.2022.)
3. Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/arena-one-ninety-nine-glamping> (3.6.2022.)
4. Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/plitvice-holiday-resort> (3.6.2022.)
5. Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna> (3.6.2022.)
6. Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/polidor> (3.6.2022.)
7. Camping.hr <https://www.camping.hr/hr/kampovi/medora-orbis> (3.6.2022.)
8. Cvelić-Bonifačić, J. (2011). *Kamping, Osnove hrvatskog i europsko kamping turizma, Kamping udruženje Hrvatske, Poreč*
9. Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I. (2013). *Menadžment promjena kamping turizma. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“*
10. Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I. & Cerović, Z. (2017) *GLAMPING – CREATIVE ACCOMMODATION IN CAMPING RESORTS: INSIGHTS AND OPPORTUNITIES*. U: Marković, S. & Smolčić Jurdana, D. (ur.) *4TH INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE: TOSEE - TOURISM IN SOUTHERN AND EASTERN EUROPE 2017*.
11. Državni zavod za statistiku (2018) *Statistički ljetopis Republike Hrvatske*. Zagreb
12. Državni zavod za statistiku (2021) *Dolasci i noćenja turista u 2021*. Zagreb
13. Ec.europa.eu/eurostat <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database> (3.6.2022.)
14. Ec.europa.eu/eurostat <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20190613-1> (3.6.2022.)
15. Eremić, G. (2020) *Novi trendovi kamping turizma – glamping i obiteljski kampovi. Osnovna škola Katarine Zrinski, Krnjak, Osnovna škola Vojnić*
16. Filipe, S., Amaral Santos, C., Barbosa, B. (2018.) *TOURISTS' MOTIVATIONS AND OBSTACLES FOR CHOOSING GLAMPING: AN EXPLORATORY STUDY*. CBU International conference on innovations in science and education. Prague, Czech Republic

17. Gambaletta, D. (2019). Glamping kao dio turističke ponude, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
18. Hrvatska turistička zajednica. (2021.) Brošura Camping u RH. Zagreb
19. Jazbec, A. (2020). Izazovi u razvoju glamping ponude u Hrvatskoj, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet Zagreb
20. Milohnić, I., Cvelić-Bonifačić J., Licul, I. (2019.) TRANSFORMATION OF CAMPING INTO GLAMPING – TRENDS AND PERSPECTIVES. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe
21. Narodne novine (2016). Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi. Zagreb: Narodne novine d.d., 54/16.
22. Narodne novine (2019). Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti. Zagreb: Narodne novine d.d., 85/15.
23. Narodne novine (2019). Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, Zagreb: Narodne novine d.d., 68/19.
24. Narodne novine. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 9/16, NN 54/16, NN 61/16, NN 69/17)
25. Novak M. (2021) Kamping i održivi razvoj turističke destinacije. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
26. Sladoljev, J. (1998). Kamping turizam. Pula: C.A.S.H.
27. Terme-tuhelj.hr <https://www.termes-tuhelj.hr/hr/smjestaj/glamping-village-termes-tuhelj> (3.6.2022.)
28. Vrtođušić Hrgović, A-M., Cvelić Bonifačić, J., Milohnić I. (2019). DIMENSIONS OF SERVICE QUALITY GLAMPING. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe
29. Vrtođušić Hrgović, A-M., Cvelić Bonifačić, J., Licul, I. (2018). GLAMPING – NEW OUTDOOR ACCOMMODATION. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
30. Vukonić, B. (1987). Turizam i razvoj. Zagreb: Školska knjiga.
31. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia.

Popis grafikona

Grafikon 1. Spolna struktura ispitanika.....	23
Grafikon 2. Dobna struktura ispitanika.....	24
Grafikon 3. Završeno obrazovanje ispitanika.....	24
Grafikon 4. Trenutni status ispitanika.....	25
Grafikon 5. Prikaz prepoznatljivosti pojma <i>glamping</i> turizam	25
Grafikon 6. Prikaz asocijacija na pojam <i>glamping</i> turizam	26
Grafikon 7. <i>Glamping</i> turizam kao novitet u RH	27
Grafikon 8. Prepoznatljivost <i>glamping</i> smještajnih objekata u RH.....	27
Grafikon 9. Posjećenost <i>glamping</i> smještajnih objekata u RH prema ispitanicima	28
Grafikon 10. Privlačnost navedenih <i>glamping</i> smještajnih objekata u RH.....	28

Popis slika

Slika 1. Ploče za označavanje vrste i kategorije ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi	10
Slika 2. Ploča za označavanje <i>glamping</i> smještajnih objekata.....	15
Slika 3. Noćenja turista u kampovima u EU-u u 2017. godini.....	18
Slika 4. Prikaz hrvatskih turističkih regija s brojem kampova.....	19
Slika 5. Arena One 99 <i>Glamping</i>	20
Slika 6. Plitvice Holiday Resort.....	20
Slika 7. Lanterna Premium Camping Resort.....	21
Slika 8. Polidor	21
Slika 9. Medora Orbis	22
Slika 10. <i>Glamping</i> Village Terme Tuhelj.....	22

Popis tablica

Tablica 1. "7RE-TRENDS kamping proizvod".....	11
Tablica 2. Definicija raznih autora o <i>glamping</i> turizmu	13

Prilozi

Anketni upitnik o prepoznatljivosti glamping turizma

Ovaj anketni upitnik dio je istraživanja kojeg provodi studentica Valentina Vuk za potrebe izrade istraživačkog i završnog rada pod temom "Glamping turizam u Republici Hrvatskoj" na preddiplomskom studiju Menadžment turizma i sporta na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu.

Anketa je anonimna te će se podaci koristiti isključivo u svrhu istraživanja. Za popunjavanje anketnog upitnika potrebno Vam je otprilike 5 minuta.

Hvala na izdvojenom vremenu!

1. Spol *

M

Ž

2. Dob *

18 - 25

26 - 35

36 - 45

46 - 55

56 i više

3. Završeno obrazovanje *

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Preddiplomski studij
- Diplomski studij
- Poslijediplomski studij
-

4. Vi ste? *

- Student/ica
- Zaposlen/a
- Nezaposlen/a
- Umirovljen/a
-

5. Jeste li upoznati s pojmom glamping turizam? *

- Da
- Ne
-

6. Na što Vas asocira pojam "glamping turizam"? *

- Luksuz
- Visoka kvaliteta usluge
- Udobnost
- Privatnost
- Priroda
- Šator
- Kućice na drvetu
- Mobilne kućice

7. Smatrate li glamping turizam novitetom u turističkoj ponudi Republike Hrvatske? *

- 1 2 3 4 5
- U potpunosti se ne slažem U potpunosti se slažem

8. Jeste li boravili u nekom glamping smještajnom objektu? *

Ako ne, možete nastaviti s pitanjem broj 12.

- Da
- Ne

9. Ako da, u kojem i gdje se nalazi?

Tekst dugog odgovora

10. Što Vam je prilikom boravka u glamping smještajnom objektu bilo najvažnije?

- Opremljenost
- Sadržaji i aktivnosti u destinaciji
- Kvalitetna usluga
- Atraktivna lokacija
- Udobnost
- Priroda
- Ostalo...

11. Koliko ste zadovoljni boravkom u glamping smještajnom objektu?

Izrazito nezadovoljan/a 1 2 3 4 5 Izrazito zadovoljan/a

12. Označite za koje od navedenih glamping smještajnih objekata u Hrvatskoj ste čuli: *

- Arena One 99 Glamping, Medulin



- Plitvice Holiday Resort, Rakovica



- Lanterna Premium Camping Resort, Poreč



- Polidor, Funtana



- Medora Orbis, Podgora



Glamping Village Terme Tuhelj, Tuheljske Toplice



Ništa od navedenog

13. Biste li posjetili neki od navedenih glamping smještajnih objekata iz pitanja 12.? *

Da

Ne

14. Ako da, koji od navedenih biste posjetili? (Mogućnost odabira više odgovora)

Arena One 99 Glamping, Medulin

Plitvice Holiday Resort, Rakovica

Lanterna Premium Camping Resort, Poreč

Polidor, Funtana

Medora Orbis, Podgora

Glamping Village Terme Tuhelj, Tuheljske Toplice