

Najpoznatija kamping odredišta u Republici Austriji

Kos, Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:110:308427>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

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



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSLI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Kos Sara

**NAJPOZNATIJA KAMPING ODREDIŠTA U REPUBLICI
AUSTRIJI**

ZARŠNI RAD

Čakovec, rujan 2023.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI PRJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Kos Sara

**NAJPOZNATIJA KAMPING ODREDIŠTA U REPUBLICI
AUSTRIJI**

**THE MOST FAMOUS CAMPING DESTINATIONS IN
THE REPUBLIC OF AUSTRIA**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Mr.sc. Ivan Hegeduš v.pred.

Čakovec, rujan 2023.

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 19. prosinca 2019.

država: **Republika Hrvatska**
Predmet: **Ekonomika turizma - izvanredni**
Grana: **5.01.07 trgovina i turizam**

ZAVRŠNI ZADATAK br. 2019-MTS-I-160

Pristupnik: **Sara Kos (0313019194)**
Studij: **izvanredni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta**
Smjer: **Menadžment turizma**

Zadatak: **Najpoznatija kamping odredišta u Republici Austriji**

Opis zadatka:

Republika Austrija obiluje prekrasnim prirodnim ljepotama. Kako i na koji način je Republika Austrija iskoristila te svoje prirodne ljepote? Koja su najpoznatija kamping odredišta Republike Austrije? Kako i na koji način su navedena kamping odredišta uklopljena u prirodu? Jesu li kampovi u službi zaštite prirode ili devastiraju okoliš u kojem se nalaze? Koji je najveći kamp u Austriji? Kako i na koji način se kamping odredišta promoviraju? Tko su klijenti i jesu li navedena kamping odredišta skupa? Što Hrvatska može naučiti od austrijskog modela kamping turizma? Kava je budućnost kamping turizma u Republici Austriji i prijeti li joj konkurencija od susjednih zemalja?

Zadatak uručen pristupniku: 19. prosinca 2019.
Rok za predaju rada: 20. rujna 2020.

Mentor:

Predsjednik povjerenstva za
završni ispit:



mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

ZAHVALA

Želim se zahvaliti svom dragom mentoru, dr.sc Ivan Hegeduš v.pred, na iskusnim savjetima i stručnoj pomoći. Također bih se zahvalila svojoj obitelji koja me bodrila svih godina preddiplomskog stručnog studija. Velika hvala i svim profesorima i predavačima MEV-a koji su mi prenijeli puno znanja.

Kos Sara

SAŽETAK

Tema ovog završnog rada su Najpoznatija kamping odredišta u Republici Austriji. Republika Austrija je prekrasna država bogata prirodnim resursima koja je udaljena od Republike Hrvatske 402 kilometara. Republika Austrija privlači mnoge kampiste, no premalo je oglašavana s obzirom na sadržaje koje nudi. U Austriji se nalaze mnoga popularna odredišta u kojima odsjedaju turisti, odnosno kampisti, koji vole biti povezani s prirodom. Kampisti su jedna vrsta turista koji vole boravak u prirodi, rekreacije na otvorenome, planinarenja i slične aktivnosti. Nakon pandemije koja se pojavila u 2020. godini, Austrija nam može prikazati samo pozitivne rezultate koji se odnose na dolazak turista u kampove koji su navedeni i objašnjeni pomoću grafikona. Postavljeni cilj rada je bio, osim istraživanja definicije turizma, prije prvotnog cilja, koji je postavljen na istraživanje najpoznatijih kamping odredišta u Republici Austriji, pojasniti što je to kampiranje te navesti bitne sastavnice koje se odnose na kampiranje i otkrivanje sve više popularnijeg glamping turizma. Glamping turizam postaje sve popularniji u svijetu, a savršeni je spoj luksuza i prirode što prema nekim istraživanjima pokazuje da privlači sve više ljudi. Ovaj rad uključuje istraživanje koliko su ljudi upoznati s kampiranjem i glampingom u Austriji. U svrhu istraživanja provedena je anketa kojom se došlo do određenih podataka kako bi se mogle potvrditi neke informacije prikupljene tijekom pisanja rada. Anketni upitnik bio je namijenjen svim osobama starijima od 18 godina koji žive u Hrvatskoj kako bi se istražilo koliko im je poznati sam pojam kampiranja te kamping odredišta u Republici Austriji, kao i glamping turizma. Rezultati istraživanja pojašnjeni su u samom radu pomoću grafikona. Također, u radu je razrađen pojam turizma koji ima značajnu korist od kampiranja kao smještajnu jedinicu, kao i pozitivni i negativni učinci turizma kako na lokalnu zajednicu tako i na ekonomiju.

KLJUČNE RIJEČI: turizam, kampiranje, glamping, priroda, kampisti

Sadržaj

SAŽETAK

1. UVOD	7
2. POJMOVNO ODREĐIVANJE TURIZMA	8
2.1. Obilježja turizma	10
2.2. Utjecaj i učinci turizma na destinaciju	11
3. POJMOVNO ODREĐIVANJE KAMPING TURIZMA	14
3.1. Pojam kamping turizma	16
3.2. Temeljna obilježja kamping turizma	17
3.3. Vrste kamping turizma	18
3.4. Potrebna oprema za kampiranje	19
4. KAMPING ODREDIŠTA I TURIZAM U AUSTRIJI.....	20
4.1. Društvena obilježja	21
4.2. Ekonomska obilježja	22
4.3. Obilježja turizma u Austriji	23
4.4. Turistička regionalizacija.....	24
5. KAMPING TURIZAM U AUSTRIJI.....	25
5.1. Broj noćenja i registracija	26
5.2. Prihodi kampiranja	28
5.3. Aktualne informacije o kampiranju u Austriji	29
6. NAJPOZNATIJA ODREDIŠTA KAMPING TURIZMA U AUSTRIJI	30
6.1. Greencampings Austria	30
6.2. Camping Brunner am See	31
6.3. Ferienparadies Natterer See	32
6.4. Kamp Grubhof	33
6.5. Kamping park Kuehlungsborn	34
6.6. Seecamping Mentl.....	35
7. GLAMPING ILI GLAMUROZNO KAMPIRANJE.....	37
7.1. Seecamping Berghof	37

7.2. Nature Resort, Triol.....	38
7.3. Kamp Schluga	39
8. ISTRAŽIVANJE KAMPING ODREDIŠTA U REPUBLICI AUSTRIJI.....	40
8.1. Metodologija istraživanja	40
8.2. Karakteristike istraživanja	41
9. ZAKLJUČAK.....	48
10. LITERATURA.....	49

PRILOZI

1. UVOD

Turizam je bio ključan u društvenom napretku, kao i važno sredstvo širenja društveno-ekonomskih i kulturnih običaja kroz povijest. Iz tog razloga, unazad nekoliko godina njegova uloga u gospodarskom razvoju neke zemlje bila je u središtu proučavanja i istraživanja.

Tijekom proteklih godina mnoge su zemlje u razvoju i razvijene zemlje razmatrale turizam kao opciju za održivi razvoj svojih nacija. Važnost turizma kao čimbenika gospodarskog rasta i razvoja toliko je unapređovala da se iz godine u godinu diljem svijeta potiču golema ulaganja u njegov rast i razvoj.

Najveća prednost turističke industrije je što može stvoriti maksimalnu mogućnost zapošljavanja, a prema nekim istraživanjima, turizam je grana koja ima najmanju mogućnost da se izbací ljudski faktor iz sektora zapošljavanja. Turizam također pomaže u regionalnom i gospodarskom razvoju. Nedavna studija pokazuje da su globalizacija i otvoreno gospodarstvo pomogli turizmu da postane jedan od najvećih izvora zarade u svijetu. To donosi mogućnost razvoja infrastrukture. Cjelokupni razvoj svake zemlje posebno ovisi o poboljšanju cesta, vozila, komunikacija, vodoopskrbe, zračnih luka i željezničkih postaja. Gospodarski napredak i razvoj industrije u potpunosti ovise o ukupnom razvoju zemlje.

Današnji način života uključuje užurbanost, rutinu, a ponajviše stres, što se reflektira na to da ljudi sve više žele i traže odmor daleko od svog stalnog mjesta boravka. Kampiranje je najbolji način da se oslobodi pritisak svih obaveza, kao i bijeg od gradske sredine te moderne tehnologije.

Većina ljudi svoje godišnje odmore žele provoditi u miru, tišini i prirodi, a kako bi si to omogućili sve više traže mjesta za odmor u kampovima. Kampovi, osim mira, omogućuju najbrži bijeg od modernih tehnologija, užurbanosti i briga koje svakodnevno okružuju čovjeka danas. Osim klasičnog kampiranja, razvija se novi smjer kampiranja nazvan glamping. Glamping bi mogao u skorije vrijeme postati popularniji od kampiranja jer većina ljudi, pogotovo oni koji žive u gradskim sredinama, bude zadovoljnija ovakvim načinom kampiranja koji je idealan spoj kampiranja i luksuza.

2. POJMOVNO ODREĐIVANJE TURIZMA

Tijekom 17. stoljeća mladi plemići iz zapadnoeuropskih i sjevernoeuropskih zemalja krenuli su na putovanje nazvano Grand Tour. Svrha takvog putovanja je bila upoznavanje umjetnosti, kulturne baštine te povijesti što se smatralo savršenim načinom obrazovanja. Grand Tour je putovanje po Europi koje je obuhvaćalo Francusku, Grčku, Njemačku i Italiju. (Čavlek, 2011)

Tijekom 18. stoljeća ovakav način obrazovanja bio je dostupan elitnom društvu dok se nije proširio i na ostale djelove svijeta.

U drugoj polovici 18. stoljeća započinje industrijska revolucija koja je potakla tehnološki razvoj, povećavanje zaposlenosti te su ljudi sve više počeli putovati. Dolazi do naglih preseljenja iz ruralnih područja u rastuće gradove kojima je bila potrebna radna snaga zbog razvitka industrije. Osim razvoja industrije, razvoj prometa je također bio ključan. Zbog poboljšanja putničkog i teretnog prometa stvaralo se više slobodnog vremena kod ljudi što je značilo nove oblike putovanja i zabave. Glavno prijevozno sredstvo bio je vlak čije su željeznice povezivale glavna odredišta u Europi, kao i u ostatku svijeta.

U 19. stoljeću nastaju prve putničke agencije. Thomas Cook & Son je bila prva putnička gencija koja je ponudila izlete i ljetovanja za grupe, a koja je u ponudu uključivala prijevoz, smještaj i karte za hranu čime su se pojeftinili troškovi putovanja. Ovakva putovanja su stvarala temelj za ono što danas nazivamo paket aranžman (Bartoluci, 2013).

U prvoj polovici 20. stoljeća turistička industrija nastavila je rasti zahvaljujući masovnoj proizvodnji autobusa i automobila. Obalni turizam počeo se sve više razvijati, a nakon Drugog svjetskog rata mediteranska je obala brzo postala popularna. Unapređenje zračnog prometa te napredak u radnom zakonodavstvu i rast socijalne skrbi doveli su do procvata turizma.

Sektor turizma pretrpio je recesiju tijekom 1970-ih zbog energetske krize što je dovelo do nižih troškova i cijena. Za vrijeme recesije pojavio se masovni turizam što je označavalo putovanje samo za ekskluzivnu grupu, a kasnije je postala aktivnost u slobodno vrijeme dostupna mnogima. (Geić, 2011)

Turizam je vrlo složen fenomen i može se u potpunosti razumjeti samo usvajanjem multidisciplinarnog pristupa. Turizam kao društvena sila i institucija utječe na živote ljudi i mnogi su povezani s tom industrijom izravno ili neizravno.

Sukladno tome, dok turizam uzrokuje neke promjene i transformacije u mnogim subjektima (kao što je međukulturna interakcija, oslobođen predrasuda, doprinos mirnom okruženju itd.), on se također mijenja sam po sebi. U ovom potpoglavlju se definiraju važne definicije, a to su turizam i turist, referirajući se na slučajna značenja turizma i turista.

U svijetu ima mnogobrojnih definicija o tome što je turizam od strane raznih autora. Jedna od najprivlačnije definicije suvremenog turizma jest ona koja je predložena od strane UNWTO-a (The World Tourism Organization – Svjetska turistička organizacija), a glasi : „Turizam je društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan svog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne svrhe.“ (izvor: <https://www.unwto.org/global/publication/UNWTO-Tourism-definitions>, 09.09.2023.)

Osim definicije turizma, UNWTO (The World Tourism Organization – Svjetska turistička organizacija) je također predložila definiciju turista koja glasi: „Turist je posjetitelj, tj. osoba koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezena za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje.“ (izvor: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763>, 09.09.2023).

Ove definicije su nedostatne ovisno o tehnološkom razvoju. Jedno od najvažnijih tehnoloških dostignuća je primjena virtualne stvarnosti. Virtualna stvarnost (VR) dala je doprinos u kontekstu videoigara, arhitekture i turizma, ali primjene su tako široke i protežu se na različite oblike zabave, obrazovanja ili obrazovanja te na druge sektore koji omogućuju životna iskustva s relevantnošću. Zbog virtualne stvarnosti, primoran promijeniti značenje turizma, putovanja i turističke definicije pomoću aplikacija virtualne stvarnosti. Ove aplikacije utječu na iskustva posjetitelja/turista i turistički marketing, planiranje i upravljanje, zabavu, obrazovanje, pristupačnost, očuvanje baštine komunikacija i protok informacija te vrste putovanja. (Bartoluci, 2013).

Drugim riječima, i turistička potražnja i ponuda kontinuirano su se mijenjale usporedno s VR tehnologijama. Stoga istraživači i stručnjaci u turizmu moraju redefinirati definicije turizma, putovanja i turizma.

Unatoč značajnom napretku postignutom u proteklom razdoblju, veliki broj članica EU-a i dalje se suočava s ozbiljnim problemima poslovnog okruženja, posebno kada su u pitanju mala i srednja poduzeća. Unatoč postojanju jedinstvenog tržišta i dosad provedenim reformama, poslovno okruženje značajno se razlikuje među pojedinim državama članicama EU12.

Kad zemlje postanu članice EU-a, više ne iskorištavaju korištenje tradicionalnih instrumenata ekonomske politike (poput kvota, carina, tečaja itd.), već ostaju instrumenti fiskalne politike i strukturne reforme. Isto vrijedi i za Hrvatsku kao najnoviju, 28. državu članicu EU -a od 2013.

2.1. Obilježja turizma

Turizam je jedna vrlo rasprostranjena gospodarska grana koja je povezana sa svim sektorima te se odnosi na boravak ljudi izvan svog uobičajenog mjesta boravka. Postoje nekoliko bitnih obilježja turizma koje je definirao hrvatski autor Mato Bartoluci.

Temeljna obilježja turizma (Bartoluci, 2013.) su da je turizam kretanje na različita odredišta koje se sastoji od dva elementa, a to su putovanje i boravak pri čemu obje ne dolaze unutar, već izvan mjesta prebivališta i rada. Sljedeće se odnosi na kretanje koje traje relativno kratko što ga čini drugačijim od migracije te da turizam donosi različite aktivnosti od onih stanovništva domaćina posjećenog mjesta. Primarna svrha sudjelovanja u turizmu uglavnom je rekreacija, a nikako traženje stalnog mjesta boravka ili zaposlenja u mjestu koje se posjećuje.

Budući da turizam postaje jedna od vodećih gospodarskih grana zemalja, ljudima je sve više prepoznatljivi te ga često poistovjećuju s količinom slobodnog vremena kojeg si društvo može priuštiti, poput odmora, relaksacije ili zabave. No, ljudi također postaju turisti i radi mnogih drugih razloga, poput posjete prijateljima i rodbini, obrazovanja, u zdravstvene svrhe ili pak u svrhe koje uključuju posao. U svijetu postoje mnogo različitih nacija, ljudi koji turizam shvaćaju različito zbog vrlo širokog

spektra ponuda koje im turizam nudi te zbog svoje raznolikosti nužan je biti povezan sa širokim spektrom gospodarskih grana.

Turizam u suvremenom svijetu predstavlja fenomen suvremenog vremena koji se temelji na povećanoj potrebi za oporavkom i promjenom zraka, uvažavanju ljepote krajolika, užitku i uživanju u prirodi, a posebice uzrokovanim sve većim miješanjem raznih nacija i klasa ljudskog društva, kao rezultat razvoja trgovine, industrije i trgovine te usavršavanja prijevoznih sredstava.

2.2. Utjecaj i učinci turizma na destinaciju

Turizam utječe na turistička odredišta na pozitivan i negativan način, uključujući ekonomsku, društveno-kulturnu i ekološku dimenziju. Tradicionalno opisana područja utjecaja turizma su ekonomska, sociokulturna i ekološka. Prema nekim istraživanjima koja su se odnosila na pozitivne učinke turizma, došlo je to pozitivnih rezultata u poboljšanju na porezne prihode zemalja koje su za sobom povukle i rast osobnih dohotka te su se poboljšali životni standardi i povećala se zaposlenost u određenim zemljama. Dolazak ljudi iz različitih zemalja u određene destinacije pokazale su se pozitivne u smislu upoznavanja različitih običaja i kulturnog podrijetla, stavova, odnosa prema materijalnim dobrima.

Utjecaji na okoliš mogu se kategorizirati kao izravni učinci uključujući degradaciju staništa, vegetacije, kvalitete zraka, vodenih tijela, podzemnih voda, divljih životinja i promjene u prirodnim fenomenima te neizravne učinke, kao što je povećana žetva prirodnih resursa za opskrbu hranom, neizravno onečišćenje zraka i vode (uključujući letove, prijevoz i proizvodnju hrane i suvenira za turiste).

Prema (Geiću, 2011) turizam također ima pozitivne i negativne zdravstvene rezultate za lokalno stanovništvo. Kratkoročni negativni utjecaji turizma na zdravlje stanovnika povezani su s gustoćom dolazaka turista, rizikom od prijenosa bolesti, prometnim nesrećama, većom razinom kriminala, kao i prometnim gužvama i drugim negativnim čimbenicima.

Osim toga, stanovnici mogu doživjeti tjeskobu i depresiju povezanu s njihovim percepcijama rizika o stopama smrtnosti, nesigurnosti hrane, kontaktu sa zaraženim turistima itd. što može rezultirati negativnim ishodom mentalnog zdravlja. Također, postoje pozitivni dugoročni učinci turizma na ishode zdravlja i dobrobiti stanovnika kroz poboljšanje pristupa zdravstvenoj skrbi, pozitivne emocije, novost i društvene interakcije.

Prema (Eurostat, 2020) u relevantnoj predpandemijskoj godini 2019., oko 1,4 milijarde ljudi posjetilo je drugu zemlju, a turistička potrošnja doprinijela je globalnom gospodarstvu s oko 1,45 trilijuna američkih dolara. Europa je daleko dominantna regija polazišta i dolaska turista s 51% dolazaka i 48% putnika u 2019. (izvor: <https://ec.europa.eu/eurostat>, 25.08.2023.)

Turizam se može podijeliti u podkategorije u koje spadaju sljedeći utjecaji: potrošnja posjetitelja na turistička iskustva kao što su odmor na plaži i tematski parkovi (domaći i međunarodni), poslovna potrošnja i kapitalna ulaganja.

Ekonomski doprinos turizma osjeća se na izravne i neizravne načine, pri čemu se izravni ekonomski učinci stvaraju kod prodaja robe poput smještaja usluge hrane i pića, zabava te maloprodajne mogućnosti. Stanovnici, posjetitelji, tvrtke i različite razine vlasti (od općinske do savezne) utječu na izravne učinke turizma kroz svoju potrošnju u ili u blizini određenog turističkog područja.

Ključna komponenta izravnih ekonomskih učinaka turizma je da se oni događaju unutar granica zemlje i da ih provode "rezidenti i nerezidenti u poslovne i razonodne svrhe" (Bartoluci, 2013).

Nasuprot tome, neizravni ekonomski učinci turizma mogu se pronaći u investicijskoj potrošnji koja okružuje turističku ponudu privatnih i državnih interesa. Ovo ulaganje možda nije jasno povezano s turizmom, ali svejedno koristi turistima i lokalnim dionicima. Neizravni učinci turizma prikazani su kupnjom i prodajom posredničkih artikala, kao što su dodatne zalihe za restorane tijekom turističke sezone ili prošireni nogostupi u prometnim središtima gradova.

Inducirana potrošnja, koja je ponovno kruženje turističkog dolara unutar zajednice, još je jedan način na koji turizam neizravno utječe na zajednicu. Na primjer, strani turist ubrizgava novac u lokalno gospodarstvo kada potroši dolar na suvenir koji je izradio lokalni stanovnik na turističkoj destinaciji. Taj pojedinac nastavlja trošiti taj dolar na ručak kod lokalnog dobavljača, a taj ga prodavač nastavlja trošiti lokalno.

Kako navodi (Čavlek, 2011) postoje i pozitivni i negativni učinci na zajednice povezani s ekonomskim učincima turizma u njihovim zajednicama. Pozitivan učinak može se odnositi na povećanje broja radnih mjesta, veću kvalitetu života lokalnog stanovništva i povećanje bogatstva područja. Turizam također ima prednost ponovne izgradnje i restauracije povijesnih mjesta i poticanja revitalizacije kultura. Pozitivan učinak je povećati ili učiniti boljim bilo za turiste, lokalnu zajednicu i prebivalište ili turističku destinaciju.

Turistička destinacija uživa pozitivne učinke ako je došlo do poboljšanja prirodnog okoliša kao što su zaštita, nacionalni parkovi ili umjetna infrastruktura, postrojenja za obradu otpada.

Turizam pruža gospodarski poticaj za proširenje potencijala zapošljavanja i prihoda te razvoj resursa unutar zajednice. Poboljšanja infrastrukture i usluga mogu koristiti i lokalnom stanovništvu i turistima.

Turizam baštine usredotočuje se na lokalnu povijest ili povijesne događaje koji su se dogodili u tom području i nastoji promicati obrazovanje. Pozitivni učinci počinju kada se povećaju mogućnosti zapošljavanja za lokalno stanovništvo kako se turistička industrija razvija. Također postoji povećanje prosječnog prihoda koji se širi cijelom zajednicom kada se kapitalizira na turizmu (Geić, 2011).

Što se tiče lokalnog gospodarstva, roba se proizvodi više lokalno, a vlasnicima lokalnih tvrtki otvaraju se nova tržišta na koja se mogu proširiti. Nažalost, ove dobrobiti nisu univerzalne niti nepovredive. Iako može biti dostupno više radnih mjesta, poslovi povezani s turizmom često su sezonski i slabo plaćeni.

Poznato je da cijene variraju tijekom godine. Oni rastu u visokoj turističkoj sezoni kako bi iskoristili više turističkih dolara, ali imaju nuspojavu cijene robe iznad ekonomskog dosega lokalnog stanovništva, učinkovito ih izgladnjujući iz mjesta koje im je nekoć bilo dom.

Negativni utjecaji su učinci koji se u većini slučajeva izazivaju na lokaciji turističke destinacije sa štetnim utjecajima na društveno i kulturno područje, kao i na prirodni okoliš. Kako se broj stanovnika povećava, tako se povećavaju i utjecaji, resursi postaju neodrživi i iscrpljeni, kapacitet prihvata turista na mjestu odredišta može postati iscrpljen. Često, kada se negativni utjecaji pojave, prekasno je za nametanje ograničenja i propisa. Čini se da turističke destinacije otkrivaju da se mnogi od negativnih utjecaja nalaze u razvojnoj fazi životnog ciklusa turističkog područja (Petrić, 2011).

Osim toga, pokazalo se da ekonomija turizma istiskuje lokalne vlasnike turističkih tvrtki u korist stranaca u regiji. Strano vlasništvo stvara curenje (prihodi koji napuštaju zajednicu domaćina za drugu naciju ili multinacionalnu tvrtku) što lokalnom stanovništvu uskraćuje priliku da ostvare značajan profit.

Poznato je i da strane tvrtke zapošljavaju nerezidentne sezonske radnike jer tim pojedincima mogu isplatiti niže plaće što dodatno pridonosi ekonomskom istjecanju.

Turizam može podići vrijednost nekretnina u blizini turističkog područja učinkovito gurajući lokalno stanovništvo i potičući tvrtke da migriraju prema unutra kako bi potaknuli i iskoristili više turističke potrošnje.

3. POJMOVNO ODREĐIVANJE KAMPING TURIZMA

Prvi put je kampiranje bilo popularizirano u Velikoj Britaniji. Do 1880-ih na rijeci Temzi održavale su se mnogobrojne zabave koje su bile povezane s kasnim viktorijanskim vijekom koji se odnosio na plovidbe s brodom u svrhu zabave. Povijest rekreacijskog kampiranja poznata nam je po britanskim putujućim krojačem Thomasom Hiranom Holdingom kojeg često smatraju ocem modernog kampiranja u Velikoj Britaniji zbog toga što je bio odgovoran za drugačiju vrstu kampiranja. Thomas je u svojoj mladosti često putovao američkim prerijama sa svojim roditeljima. Volja za putovanjem nije prestala pa je kasnije s prijateljima krenuo na putovanje diljem Irske. Nakon putovanja izdao je knjigu o svojem iskustvu u Irskoj, *Cycle and Camp in Connemara*, koja je potakla grupu ljudi za osnivanje prve grupe za kampiranje 1901. godine, Udruge biciklističkih kampista koja je kasnije postala Klub za kampiranje i karavaning. Prvo komercijalno kampiranje na svijetu bio je Cunninghamov kamp (Isle of Man) koji je otvoren 1894. (Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. 2014)

U SAD-u kampiranje se može pratiti do objave Williama Henryja Harrisona Murraya iz 1869. Život u kampu u Adirondacksu što je rezultiralo poplavom posjetitelja na Adirondacksu tog ljeta. Tijekom ranog dvadesetog stoljeća, popularnost kampiranja u Sjedinjenim Državama rasla je kao rezultat publiciteta koji su stvorili The Vagabonds: Henry Ford, Thomas Edison, John Burroughs i Harvey S. Firestone.

Ova skupina poznatih američkih poslovnih ljudi, izumitelja i autora putovala je deset godina u različite države gdje su njihova putovanja bila dokumentirana u tisku iz cijele zemlje. Često bi se ovi grubi i posrnuli pioniri vozili prema Adirondacksu i zapravo živjeli od zemlje, kampirajući na farmama i kupujući hranu putem, baš kao obični Amerikanci koji su otišli na odmor na put.

1953. godine je kod nas postojalo 18 registriranih kampova ukupnog kapaciteta 5.400 mjesta, a među prvim gostima bili su Nijemci i Česi.

Od 1960-tih godina u Hrvatskoj pa sve do Domovinskog rata kampovi su bili drugi po važnosti smještajni kapaciteti koji su imali dvostruko veći kapacitet smještaja od hotela.

Prema (Vrcić, A., 2022) najviše kampova nizalo se uz priobalje gdje se nalaze netaknute uvale blizu manjih mjesta. Tamo se nalaze kampovi u netaknutoj prirodi koja je sačuvana od uništavanja i daljnje izgradnje turističkih infrastruktura. Naturizam ima dugu tradiciju i smatra se da je sve započelo na otoku Rabu još 1930. godine. Hrvatska je tako postala prva europska zemlja koja je otvorila svoja vrata naturizmu, odnosno življenju u skladu s prirodom.

Kamping turizam je kroz duže razdoblje poprimio veliku važnost. Za vrijeme Domovinskog rata broj posjetitelja pada.

Proteklih nekoliko godina dolazi do rasta kamping ponuda što kampove stavlja na drugo mjesto prema vrstama smještajnih jedinica.

3.1. Pojam kamping turizma

Kampiranje je oblik rekreacije na otvorenom ili obrazovanja na otvorenom koji uključuje noćenje uz osnovno privremeno sklonište kao što je šator. Kampiranje također može uključivati rekreacijsko vozilo, natkrivene kabine, stalni šator, zaklon, kao što je bivo ili cerada ili bez zaklona. Obično sudionici napuštaju razvijena područja kako bi proveli vrijeme vani, u potrazi za aktivnostima koje im pružaju užitak ili obrazovno iskustvo. Provođenje noći izvan kuće razlikuje kampiranje od dnevnih izleta, izleta i drugih aktivnosti na otvorenom. (Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. 2014)

Kampiranje kao rekreacijska aktivnost postala je popularna među elitinim društvima početkom 20. stoljeća. S vremenom je porasla u popularnosti među drugim socioekonomskim klasama. Moderni kamperi posjećuju prirodne resurse u javnom vlasništvu, kao što su nacionalni i državni parkovi, područja divljine i komercijalni kampovi.

U nekoliko zemalja, poput Švedske i Škotske, javno kampiranje je legalno i na privatnom zemljištu. Kampiranje je ključni dio mnogih organizacija mladih diljem svijeta, poput izviđaštva, koje ga koriste za podučavanje, podizanja samopouzdanja te rad u timu. Školska kampiranja također imaju brojne prednosti i mogu imati ključnu ulogu u osobnom rastu i razvoju učenika.

Prema (Vrcić, 2023) postoje različite vrste kampista. Postoje kampisti koji za vrijeme kampiranja koriste opremu za kampiranje, uključujući vlastite izvore energije i topline, kao i namještaj za kampiranje, dok druga vrsta kampista su oni koji se bave preživljavanjem, tzv. divlji kampisti. Kampiranje se može kombinirati s planinarenjem, a najčešće se kombinira s aktivnostima na otvorenom poput vožnjom u kanuu, kajaku, ribolovom ili lovom.

Ne postoji univerzalna definicija što je, a što nije kampiranje. Baš kao i kod motela, koji služe i rekreativnim i poslovnim gostima, isti kamp može istovremeno služiti rekreativnim kamperima, radnicima, migrantima, školskim izletima i beskućnicima.

U osnovi, odražava kombinaciju namjere i prirode uključenih aktivnosti. Dječji ljetni kamp s blagovaonicom i smještajem na katu može imati "kamp" u svom nazivu, ali ne odražava duh i oblik "kampiranja" kako se općenito shvaća. Slično tome, životni stil beskućnika može uključivati mnoge uobičajene aktivnosti kampiranja, kao što je spavanje vani i pripremanje obroka uz vatru, ali ne odražava izbornu prirodu i težnju za pomlađivanjem duha koji su sastavni aspekt kampiranja. Isto tako, za kulture s putujućim načinom života ili nedostatkom stalnih stanova ne može se reći da su "kampirajuće" jer se to smatra njihovim načinom života.

3.2. Temeljna obilježja kamping turizma

Kamp je nekada kao definicija predstavljao ugostiteljski objekt u kojem se gostu pruža usluga smještaja u otvorenom prostoru.

Kamping turizam ima danas potpuno drugu definiciju jer se sada traži pružanje kompletne usluge boravka s popratnim sadržajima za pojedinca, kao i rekreacijskih sadržaja.

Prema (Vrcić,2023) kamp je smještajni objekt koji turistima puža usluge kampiranja, odnosno smještaja. Kamp je uređeno mjesto s potrebnim instalacijama i higijenskim uvjetima za boravak većeg broja ljudi pod šatorima, kamperima, kamp kućicama te pokretnim kućicama i kamp prikolicama.

Kamiranje je boravak gosta pod šatorom, kamp–prikolici ili drugoj odgovarajućoj opremi za smještaj na otvorenom prostoru.

U kampovima nalazimo sljedeće smještajne jedinice: (Cvelić Bonifačić, J. 2011 str. 21)

- kamp mjesto - uređen, neomeđen i očišćen prostor koji može biti označen brojem. U praksi su često kamp mjesta zbirno označena.
- kamp parcela - uređen, očišćen i omeđen prostor koji je označen brojem i najčešće je opremljen priključkom za struju i vodu, a može imati i priključak za plin. Sadrži još odvod, kanalizaciju, SAT TV i internet. Većina parcela je odvojena zelenom živicom, a još mogu sadržavati različitu opremu od roštilja, vanjskog tuša, suncobrana i slično. Uobičajena veličina parcela je otprilike 100 m².

- građevine u kampu – osim parcela, kampovi mogu pružati usluge smještaja i u smještajnim jednicama u građevinama poput soba, studio apartmana, apartmana prostorija za spavanje ili spavaonica. Ove građevine su najviše do dva kata, nepokretne a mogu biti montažne i raznih oblika.

3.3. Vrste kamping turizma

Različite vrste kampiranja mogu se nazvati prema obliku prijevoza, kao što su kampiranje u kanuu, kampiranje automobilom, vožnja kamperima i ruksak, uključujući ultralaki ruksak.

Kampovi se razlikuju prema lokaciji, korisnicima kojima je namijenjen, veličini, usluzi koju nudi i slično. Prema dužini boravka ih razlikujemo kao turistički kamping i trajni kamping.

Kampove možemo definirati kao ugostiteljski objekt za smještaj, stoga ih možemo razvrstati prema raznim kriterijima: (Cvelić-Bonifačić J. 2014, str. 25)

- u odnosu na „dres code“ - naturistički i tekstilni
- u odnosu na lokaciju - morski, planinski, uz jezera
- u odnosu na korisnike - dječji, sportski, obiteljski
- i druge - u odnosu na druge kriterije.

Kampove prema vrsti možemo podijeliti. (Cvelić-Bonifačić J. 2014, str. 25)

Kampovi iz skupine “kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“:

- kamp – kapacitet mora biti viši od 10 jedinica i 70% mora biti u kamp parcelama, a 30% mogu biti mobilne kućice
- kamp naselje –kompleksnija vrsta smještaja gdje 60% ukupnog kapaciteta mora biti u kampu, a 40% se odnosi na hotele
- kampiralište – karakteristično je samo za Hrvatsku jer mali kampovi ne zadovoljavaju zahtjevima kategorije 2 i može imati najviše 20 jedinica

- kamp odmorište – služi za potrebna kraća zaustavljanja na putu i pruža osnovne kamping usluge (sanitarni čvor, struja, voda)
- kampovi u domaćinstvu – mogu imati maksimalno 7 jedinica ili smještaj za 25 osoba
- kamp u seljačkom domaćinstvu – može imati maksimalno 20 smještajnih jedinica ili za maksimalno 60 osoba
- privremeno povremeno kampiralište – organizira se za vrijeme manifestacija.

3.4. Potrebna oprema za kampiranje

Gosti koji borave u kampovima u pravilu se služe pokretnom kamping opremom. Glavne vrste kamping opreme su: šator, kamper, kamp kućica, pokretna kućica te kamp prikolice. Danas su dostupne razne vrste šatora od onih najluksuznijih glamping do onih najmanjih, odnosno iglu šatora koje najčešće koriste mladi. Kamper ili autodom je vozilo koje u pravilu ima smještaj za 2 do 8 osoba, a u sebi sadržava spavaći dio, kupaonicu, kuhinju s prostorom za blagovanje. Kamp kućica ili karavan je vrsta pokretne opreme koja je sigurnija od šatora, odnosno pruža bolju zaštitu od nepovoljnih uvjeta i veću slobodu kretanja i putovanja. (Cvelić-Bonifačić J. 2014, str. 19)

Kampiranje preživljavanja uključuje određene stvari koje se kamperima preporuča imati sa sobom u slučaju da nešto pođe po zlu i treba ih spašavati. Pribor za preživljavanje uključuje obavezne stvari koje su male i moraju stati u džep ili koje bi inače mogli nositi na sebi. Pribor je beskoristan ako je ostavljen u kampu, a sadržava metalnu posudicu koja se može koristiti za zagrijavanje vode, malu duljinu ljepljive trakice koja se može pokazati korisnom u dosta situacija te dekiću za hitne slučajeve. Deke su posebno dizajnirane da zauzimaju malen prostor. Zbog boje koja je slična aluminiju, deka je reflektirajuća što pokazuje da se lako vidi iz zrakoplova. Jedan ili dva flastera su obavezna na ovakvom kampiranju. Svaki kamper, a ne samo onaj za preživljavanje, treba vodootporne šibice ili upaljač te veliku sigurnosnu iglu ili udicu koja može poslužiti u ribolovu. Gumene rukavice, antiseptičke maramice, staniol, nožić ili halazon tablete (koje pročišćavaju vodu) također treba uključiti u pribor za preživljavanje. Iako se čini da je ovo previše predmeta za nošenje jedne osobe, oni su zapravo mali, lagani i definitivno korisni (Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. 2014)

4. KAMPING ODREDIŠTA I TURIZAM U AUSTRIJI

Republika Austrija je zemlja bez izlaza na more koja se nalazi u južnom dijelu srednje Europe, istočnim Alpama. To je federacija devet država od kojih je jedna glavni grad – Beč. On je najnaseljeniji grad i država. Austrija graniči s Njemačkom na sjeverozapadu, Češkom na sjeveru, Slovačkom na sjeveroistoku, Mađarskom na istoku, Slovenijom i Italijom na jugu, te Švicarskom i Lihtenštajnom na zapadu. Zemlja zauzima površinu od 83.871 km² (32.383 kvadratnih milja) i ima populaciju od 9 milijuna stanovnika. Austrija je uglavnom planinska zemlja zbog svog položaja u Alpama. Središnje istočne Alpe, sjeverne vapnenačke Alpe i južne vapnenačke Alpe dijelom su u Austriji. Od ukupne površine Austrije (84 000 km² ili 32 433 četvornih milja) samo se oko četvrtina može smatrati niskim položajem, a samo 32% zemlje nalazi se ispod 500 metara (1640 stopa). Alpe zapadne Austrije donekle prelaze u nizine i ravnice u istočnom dijelu zemlje.

Može se podijeliti u pet područja, a najveće su istočne Alpe koje čine 62% ukupne površine zemlje. Austrijsko podnožje u podnožju Alpa i Karpata čini oko 12%, a podnožje na istoku i područja koja okružuju periferiju Panonske nizine čine oko 12% ukupne kopnene mase. Drugo veće planinsko područje (puno niže od Alpa) nalazi se na sjeveru. Poznata kao austrijska granitna visoravan nalazi se u središnjem području Bohemian Mass i čini 10% Austrije. Austrijski dio Bečkog bazena čini preostalih 4%.

Prema WWF-u teritorij Austrije može se dalje podijeliti u četiri ekoregije: srednjoeuropske mješovite šume, panonske mješovite šume, alpske crnogorične i mješovite šume te zapadnoeuropske širokolisne šume. Austrija je imala srednju ocjenu indeksa integriteta šumskog krajobraza 2018. od 3,55/10 što ju je svrstalo na 149. mjesto u svijetu od 172 zemlje. Veći dio Austrije leži u hladnom i umjerenom klimatskom pojasu gdje prevladavaju vlažni zapadni vjetrovi. Na gotovo tri četvrtine zemlje kojom dominiraju Alpe prevladava alpska klima. Na istoku u Panonskoj nizini i duž dunavske doline, klima ima kontinentalna obilježja s manje kiše, nego u alpskim područjima. Iako je Austrija hladna zimi (–10 do 0 °C), ljetne temperature mogu biti relativno visoke s prosječnim temperaturama u sredini 20-ih i najvišom temperaturom od 40,5 °C (105 °F) (Vujić, A. 2005, str. 14).

Prema Köppenovoj klimatskoj klasifikaciji Austrija ima sljedeće tipove klime: oceanska (Cfb), hladna/topla-ljetna vlažna kontinentalna (Dfb), subarktička/subalpska (Dfc), tundra/alpska (ET) i ledena kapa (EF). Međutim, važno je napomenuti da Austrija može iskusiti vrlo hladne, oštre zime, ali većinu vremena one su otprilike hladne kao one u donekle usporedivim klimatskim zonama, na primjer u južnoj Skandinaviji ili istočnoj Europi.

Također, na višim nadmorskim visinama ljeta su obično znatno hladnija, nego u dolinama i nižim nadmorskim visinama. Subarktička klima i klima tundre koje se mogu vidjeti oko Alpa mnogo su toplije zimi, nego što je to normalno drugdje zbog djelomice oceanskog utjecaja na ovaj dio Europe.

4.1. Društvena obilježja

Od ostataka istočne i ugarske marke krajem prvog tisućljeća nastala je Austrija. Izvorno markgrofovija Bavarske, razvila se u vojvodstvo Svetog Rimskog Carstva 1156., a kasnije je postalo nadvojvodstvo 1453. U 16. stoljeću Beč je počeo služiti kao administrativni glavni grad Carstva i Austrija je tako postala središte Hasburške monarhije. Nakon raspada Svetog Rimskog Carstva 1806. godine, Austrija je uspostavila vlastito Carstvo koje je postalo velika sila i dominantna članica Njemačke konfederacije (Vujić, A. 2005).

Poraz Carstva u Austrijsko-pruskom ratu 1866. doveo je do kraja Konfederacije i otvorio put za uspostavu Austro-Ugarske godinu dana kasnije.

Austrija je parlamentarna predstavnička demokracija s narodno izabranim predsjednikom kao šefom države i kancelarom kao šefom vlade i izvršnim direktorom. Veći gradovi su Beč, Graz, Linz, Salzburg i Innsbruck. Austrija je dosljedno navedena kao jedna od najbogatijih zemalja svijeta prema BDP-u po glavi stanovnika i jedna od zemalja s najvišim životnim standardom. 2021. godine rangirana je na 25. mjesto u svijetu po indeksu ljudskog razvoja.

4.2. Ekonomska obilježja

Austrija je stalno visoko rangirana u smislu BDP-a po glavi stanovnika zbog svoje visoko industrijalizirane ekonomije i dobro razvijene socijalne tržišne ekonomije. Do 1980-ih mnoge najveće austrijske industrijske tvrtke bile su nacionalizirane; u posljednjih nekoliko godina, međutim, privatizacija je smanjila državni posjed na razinu usporedivu s drugim europskim gospodarstvima (Peters, 2018).

Osobito su utjecajni radnički pokreti koji imaju veliki utjecaj na politiku rada i odluke vezane uz ekspanziju gospodarstva. Uz visoko razvijenu industriju, međunarodni turizam je najvažniji dio gospodarstva Austrije.

Njemačka je kroz povijest bila glavni trgovinski partner Austrije što je čini ranjivom na brze promjene u njemačkom gospodarstvu. Od kada je Austrija postala članica Europske unije, stekla je tješnje veze s drugim gospodarstvima EU smanjujući ekonomsku ovisnost o Njemačkoj. Osim toga, članstvo u EU privuklo je priljev stranih ulagača koje je privukao pristup Austrije jedinstvenom europskom tržištu i blizina ekonomijama koje teže Europskoj uniji.

U Austriji ne postoji savezna minimalna plaća. Međutim, austrijska vlada je u siječnju 2017. zatražila da se pregovara o minimalnoj plaći koja bi se primjenjivala na sve industrije u zemlji. Zbog toga u Austriji sada postoji minimalna plaća od 1500 eura mjesečno.

S obzirom na iznos minimalne plaće, Austrija je sada u rangu s drugim zapadnoeuropskim zemljama poput Francuske i Njemačke, ali je i dalje daleko viša od minimalne plaće u većini ostalih dijelova Europe. Minimalna plaća u Austriji pokriva osnovnu plaću, isplate prekovremenog rada, bonuse i naknadu za vrijeme mirovanja. Za većinu radnika dopijeva posljednjeg dana svakog mjeseca.

4.3. Obilježja turizma u Austriji

Uz visoko razvijenu industriju, međunarodni turizam je najvažniji dio austrijskog gospodarstva. Turizam u Austriji čini važan dio gospodarstva zemlje čineći gotovo 9% austrijskog bruto domaćeg proizvoda. Austrija ima jedan krevet za goste na svakih šest stanovnika i može se pohvaliti najvećim prihodom po stanovniku od turizma u Organizaciji za ekonomsku suradnju i razvoj. Od 2007. godine ukupan broj turističkih noćenja približno je isti za ljetnu i zimsku sezonu, s vrhuncima u veljači te srpnju i kolovozu. (Achters, M. 2020, 12 str.) Godine 2019. Austrija je bila na 9. mjestu u svijetu po prihodima od međunarodnog turizma s 18,9 milijardi USD-a. U međunarodnim turističkim dolascima Austrija je na 12. mjestu s 30,8 milijuna turista. Njemačka je kroz povijest bila glavni trgovinski partner Austrije što ju je činilo ranjivom na brze promjene u njemačkom gospodarstvu. Otkako je Austrija postala članica Europske unije, stekla je bliže veze s drugim gospodarstvima EU-a smanjujući tako svoju gospodarsku ovisnost o Njemačkoj.

4.4. Turistička regionalizacija

Beč privlači veliki dio turista, kako ljeti tako i zimi. Salzburg ostvaruje oko petinu turističkih noćenja u usporedbi s Bečom što ga svrstava na 2. mjesto u ljetnoj sezoni. U zimskoj sezoni brojna zimska sportska središta u zapadnoj Austriji prestižu Salzburg po broju turističkih noćenja: Sölden, Saalbach-Hinterglemm, Ischgl, Sankt Anton am Arlberg i Obertauern.

Posjeti Austriji uglavnom uključuju izlete u Beč s njegovom katedralom, njegovim "Heurigen" (vinskim pubovima) i romantičnim glazbenim događajima valcera. Vrijedi posjetiti Salzburg, rodno mjesto Mozarta, Innsbruck, glavni grad Tirola okružen Alpama, Linz, glavni grad Gornje Austrije s najvećom katedralom u Austriji i modernim kulturnim znamenitostima te dolinu Dunava sa svojim vinogradima, primjerice Wachau ili Dunkelsteinerwald koji se nalaze između Melka i Kremsa. U zapadnom dijelu zemlje pokrajina Vorarlberg doseže Bodensko jezero, u istočnom dijelu Neusiedler See (Achters, M. 2020, 12-24 str.)

Tri najposjećenije znamenitosti u Austriji su dvorac Schönbrunn (2 590 000 posjetitelja godišnje), Tiergarten Schönbrunn (2 453 987 posjetitelja) i bazilika Mariazell (1 500 000 posjetitelja).

5. KAMPING TURIZAM U AUSTRIJI

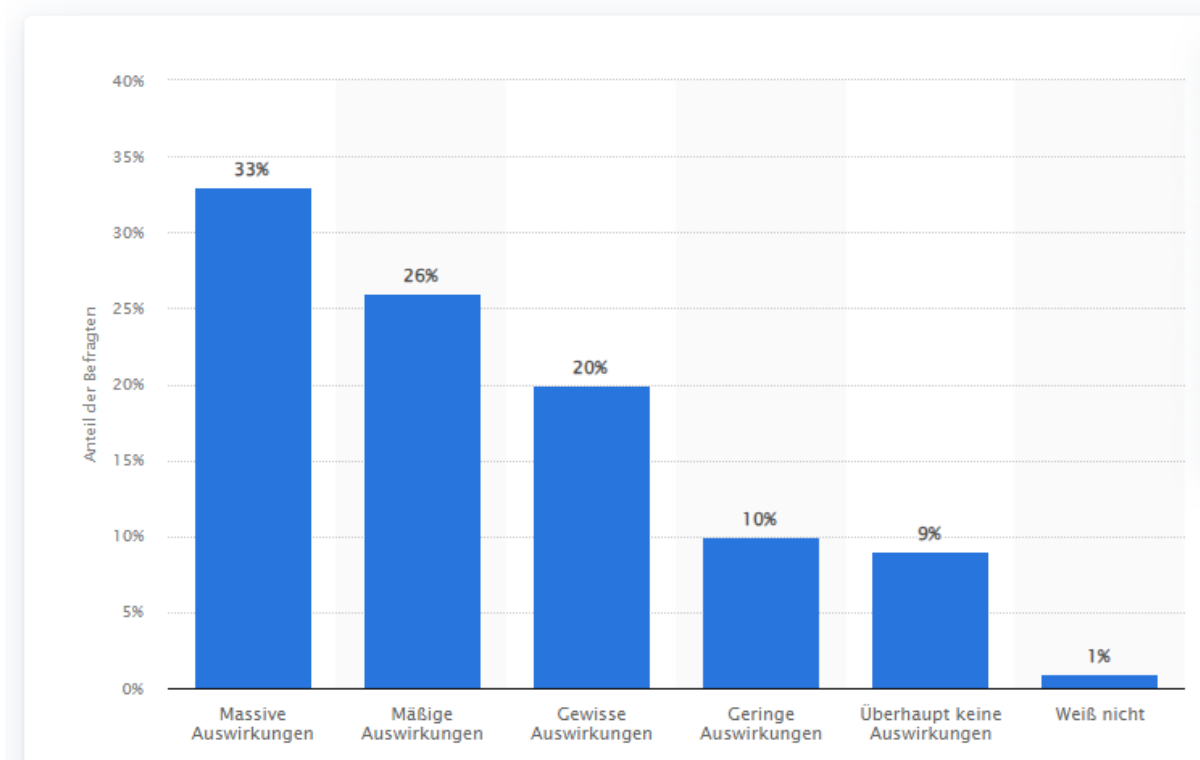
Potražnja za kampiranjem promijenila se posljednjih godina što se tiče Austrije. Osim što je okružena prirodom, dobar odabir je za kvalitetan odmor. No, jedan od pokretača bila je i pandemija COVID-19. Zbog karantena i zatvorenih međunarodnih putovanja, neke su zemlje zabilježile porast domaćih godišnjih odmora, a taj slučaj bila je i Austrija.

To, međutim, nije bio homogen učinak za svaku zemlju. U mnogim je zemljama pandemija dovela do neizvjesnosti i općeg smanjenja rekreativnog odmora, slično kao i kod drugih turističkih proizvoda.

2022-te godine zbog ponovne prisutnosti COVID-19 u Austriji je došlo do pooštavanja Corona mjera. Trebale su se nositi propisane maske (FFP2) u javno dostupnim prostorima, uključujući javni prijevoz, restorane i hostele, dok za hotele i kampove nisu bila određena stroža ograničenja. Kod putovanja u Austriju bilo je potrebno imati važeći dokaz o cijepljenju, preboljenju ili testiranju. Kako su se pojavila dosta različita mišljenja o COVID-19, mnogi nisu htjeli pristupiti cijepljenju ni testiranju, stoga se trebala zatražiti registracija za odobrenje kod putovanja. (izvor: <https://www.merkur.de/reise/camping-urlaub-2022-europa-oesterreich-italien-niederlande-daenemark-or-zr-91435812.html>, 09.09.2023.)

Istraživanje koje je provodio (L.Graefe, 2022) odnosilo se na utjecaj Corone na putovanja, a istraživana skupina bila je cijeli svijet. Rezultat ankete je potvrdio da je pandemija imala utjecaj na pad putovanja u 2022-oj godini. Ukupno 33% ispitanika je odgovorilo da zbog pandemije ne putuje, dok je samo 9% odgovorilo da pandemija ne utječe na njihovu želju za putovanjem. (izvor: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1303380/umfrage/umfrage-zur-auswirkung-von-covid-19-aus-das-reiseverhalten-weltweit/>, 09.09.2023.)

Grafikon 1. Prikazuje utjecaj Corone na putovanja



Izvor: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1303380/umfrage/umfrage-zur-auswirkung-von-covid-19-aus-das-reiseverhalten-weltweit/>

5.1. Broj noćenja i registracija

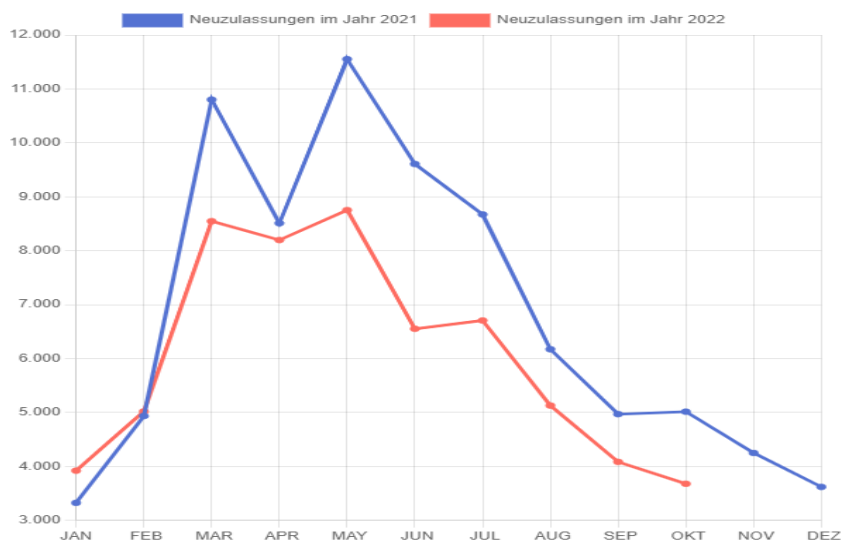
Broj kampera u Austriji u posljednjih nekoliko godina bilježi nagli porast s izuzetkom 2022. godine kad se pojavila pandemija COVID-19. U 2022. godini lokalni kampovi bilježe rekordnu brojku, porast broja noćenja od 23% donio je ukupno 7.853.392 noćenja. (izvor: <https://www.camping.info/de>)

Po procjeni i rezervacijama kampovi nisu samo popunjeni u sezonama ili tijekom praznika, već i u ostatku godine.

Prema istraživanju 2022. Koruška je najposjećenija regija koja je ostvarila 2.7 milijuna noćenja u kamperu, prikolici ili šatoru što pokazuje da je ostvarila više od trećine svih kamping noćenja. Korušku slijede Triol koji je ostvario 2,1 milijuna noćenja i Salzburg s 0.86 milijuna noćenja.

Osim rekordnih brojeva noćenja, znatno je porastao i broj registracijskih vozila. Trenutno je registrirano od 83.083 do 41.263 mobilnih kućica i 41.829 karavana što je 20.000 registriranih vozila više nego prije pet godina. No, ožujak 2022. u odnosu na ožujak 2021. rezultirao je s gubitkom od 2.254 novih registracija. Ovakva potražanja dovodi do širenja infrastrukture u kampovima. Mnogi kampovi su proširili svoju ponudu od parcela za mobilne kućice i šatore do iznajmljivanja parcela s mobilnim kućicama i šatorima. (izvor: <https://www.derstandard.de/story/2000144937140/in-oesterreich-gab-es-nie-zuvor-so-viele-camper>) Na tako veliku potražnju za mobilnim kućicama utječe prednost da se vlasnici kampera mogu kretati fleksibilno u odnosu na smještaje poput hotela ili apartamana te im kamper omogućuje jednaku udobnost kao hotel ili apartman.

Grafikon 2. Prikaz novih registracija

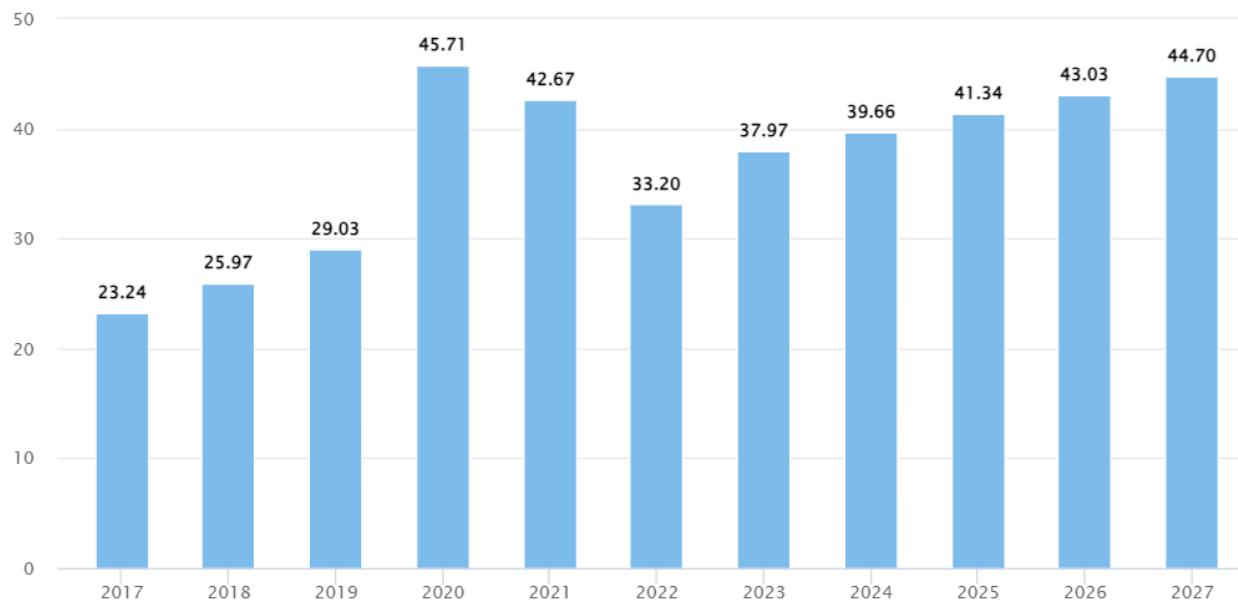


Izvor: <https://womosuche.de/news-informationen/wohnmobil-neuzulassungen-und-bestaende-2022-aktuelle-zahlen-und-daten-zum-jahresende/>

5.2. Prihodi kampiranja

Prema grafikonu predviđa se da će prihodi Austrije na tržištu kampiranja dosegnuti 37,97 milijuna USD. U 2023. se očekuje da će prihod pokazati godišnju stopu rasta (CAGR 2023.-2027.) od 4,16% što će rezultirati projiciranim obujmom tržišta od 44,70 milijuna USD do 2027. godine. Na tržištu kampiranja očekuje se da će broj korisnika do 2027. iznositi 253.00 tisuća korisnika. Predviđa se da će zainteresiranost korisnika biti 2,5% 2023. i 2,8% do 2027. Očekuje se da će prosječni prihod po korisniku (ARPU) iznositi 167,90 USD. (izvor: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/camping/austria#revenue>, 25.09.2023)

Grafikon 3. Prikaz godišnjeg prihoda kamping turizma u Austriji (u dolarima)



Izvor: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/camping/austria#revenue>

5.3. Aktualne informacije o kampiranju u Austriji

Kampiranje u šumi regulirano je u cijeloj Austriji. Kmapiranje po danu ili noći izričito je zabranjeno, dopuštena su jedino ako je dobivena suglasnost vlasnika područja na kojemu se želi kampirati. Na mjestima poput šuma ili livada dopušteno je slobodno se kretati, odnosno koristiti područja samo u svrhe rekreacije.

Zakoni za kampiranje izvan šumskog mjesta, poput kampiranja izvan kampova ili parkiranje mobilnih kućica i kamp prikolica, mogu se naći u zakonima pojedinih regija Austrije. U nekima od njih za izdavanje potvrde o mogućnosti kampiranja zadužena su općinska vijeća. U pravilnicima je određeno na kojim je mjestima u određenoj općini dopušteno ili zabranjeno kampiranje izvan kampova. (izvor: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/7/236> 6.09.2023.)

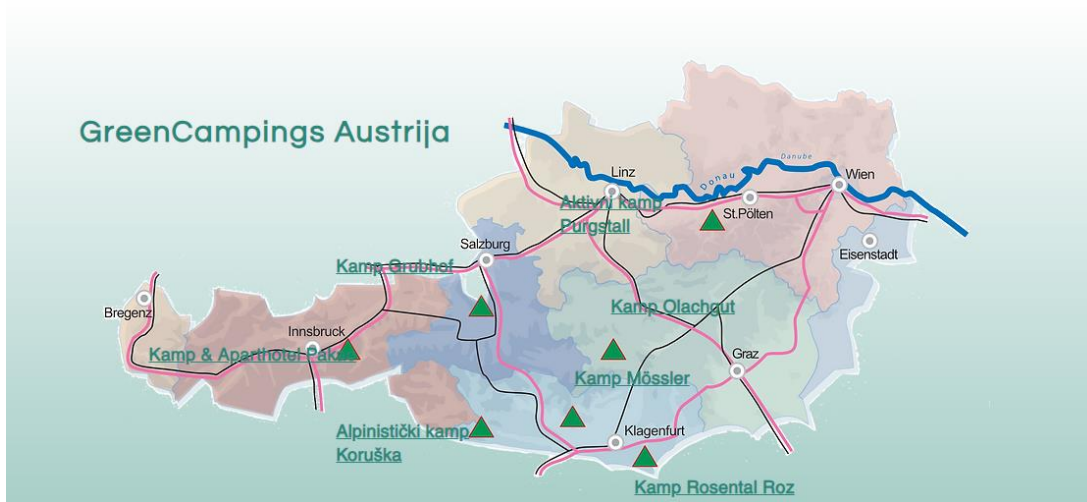
6. NAJPOZNATIJA ODREDIŠTA KAMPING TURIZMA U AUSTRIJI

Austrija je poznata po svojim prirodnim ljepotama i planinskom krajoliku koji privlači mnoge kampiste. Jedni od popularnijih kampova su: Camping Brunner am See, Ferienparadies Natterer See, Kamp Grubhof, Kamping park Kuehlungsborn, Seecamping Mentl.

6.1. Greencampings Austria

Osim ponude u kampovima koja se proširila od ponude bazena i wellness sadržaja do golf terena dostupnih u kampu, također se počeo razvijati trend prema većoj održivosti. Cilj je što manji CO₂ otisak. Vlasnik kampa u Koruškoj, Georg Mößler, jedan je od osnivača GreenCampinga koji ima izračunati Co₂ otisak svojih kampova kako bi mogao poduzeti određene mjere za održivi razvoj. Diljem Austrije trenutno postoje 15 kampova koji su certificirani prema smjernicama austrijskog i europskog Ecolabel-a (znak zaštite okoliša Europske unije). Od 15 kampova njih 7 se udružilo pod imenom GreenCampings Austria kako bi se zajedno mogli posvetiti ekološkoj, ekonomskoj i društvenoj održivosti.

Slika 1. GreenCampings Austria



Izvor: <https://www.greencampings.at/>

6.2. Camping Brunner am See

Ovaj kamp nalazi se na najpoželjnijem mjestu, Millstätter Seeu u Koruškoj. Nalazi se u gradu Döbriach koji okružuje neodoljiva zelena šuma. Prepoznatljiv je po čistom, plavom moru i pogledom na prekrasne planine. Kamp je 2022. godine osvojio nagradu u kategoriji kamp s najljepšim položajem u Austriji.

Slika 2. Prikaz odredišta Camping Brunner am see



Izvor: <http://www.campingbrunner.at/>

Kamp Brunner ima označene parcele koje su uglavnom bez hlada, ali postoji mogućnost iznajmljivanja apartmana. U kampu se nalazi dječje te vanjsko i unutarnje sportsko igralište.

Kamp Brunner am See je lijep i dobro održavan kamp s odličnim sanitarnim čvorom.

6.3. Ferienparadies Natterer See

Ovaj park za odmor nalazi se usred kamping naselja na slikovitom Natterer Seeu. Udaljen je 7 km od Innsbrucka i 2,6 km od centra Nattersa. Nudi razne mogućnosti smještaja i vlastito jezero za kupanje s brojnim sportskim i rekreacijskim sadržajima koje se mogu besplatno koristiti.

Slika 3. Prikaz odredišta Ferienparadies Natterer see



Izvor: <https://www.hogapage.at/nachrichten/panorama/messen-events/ferienparadies-natterer-see-ueberzeugt-mit-kreativem-nutzungskonzept/>

Natterer See ima restoran uz jezero koji je smješten na vodi, kao i bistro bar SunSEEbar i pizzeriju da Giorgio. Restoran poslužuje tirolske specijalitete i internacionalnu kuhinju.

Privatno jezero ima vodeni park s toboganima, trampolinima, vodenim ljuljačkama i iznajmljivanjem daski za surfanje.

6.4. Kamp Grubhof

Kamp Grubhof nudi nezaboravno kampiranje, zabavu na svim razinama, neovisno o tome kampira li se ljeti radi planinarenja, šetnji ili pak zimi radi skijanja.

Radi se o mirnom kampu na rijeci Saalach s fantastičnom lokacijom i prostranošću, najmodernijim sanitarnim čvorovima, wellnessom i gostionicom. U kampu se nalaze prostrane parcele usred neodoljive prirode. Za smještaj nudi kamp kućice, sobe ili planinske kolibe.

Ovaj kamp, osim svoje bogate ponude, neprekidno radi na poboljšanju svoje udobnosti i kvalitete. Sudjelovanjem u Ecocamping-u postupno je predan stalnom unapređenju i razvoju zaštite okoliša, prirode, kao i same sigurnosti i kvalitete kampa.

U kampu se nalazi gostionica Grubhof koja nudi mogućnost naručivanja jela za van. Osim ponude hrane, nudi smještaj u sobama. Kamp u svojoj ponudi ima wellness koji se nalazi u glavnoj zgradi na dvije etaže.

Radno vrijeme kampa ovisi o sezonama. U ljetnoj sezoni kamp je otvoren od 28. travnja do 5. studenog, a za vrijeme zimske sezone od 15. prosinca do 7. travnja te u to vrijeme recepcija počinje raditi od osam do dvadeset sati.

Ne smije se izostaviti da je kamp zauzeo prvo mjesto u izboru Camping Info Award (nagradu za informacije o kampu) za 2023. godinu.

Slika 4. Ptičja perspektiva kampa



Izvor: <https://www.grubhof.com/de/camping-oesterreich/aktuelles-news/reiselust-europas-bester-campingplatz/>

6.5. Kamping park Kuehlungsborn

Kamp Kuehlungsborn je poznati kao luksuzno kampiranje na Baltičkom moru s prekrasnim kilometarskim pješčanim plažama. Kamp je 2022. godine drugi put za redom dobio pobjedničko postolje kao najpopularniji kamp u Europi. Sadrži popločene udobne parcele od šesdest metara kvadratnih do preko sto pedeset metara kvadratnih za mobilne kućice ili kamp prikolice.

Najveća posjećenost je u ranoj i kasnoj sezoni. Parcele uključuju vodu, kanalizaciju, struju i TV priključak.

Slika 5. Parcela



Izvor: <https://www.topcamping.de/>

Od ponude, osim kampiranja, kamp u svojoj ponudi sadržava wellnes, restoran te plažu.

Baltic Sea Spa je wellnes koji se pruža na petsto metara kvadratnih. Nudi tretmane lica, wellness masažu, ponudu za goste od 12 do 17 godina, saunu, masažnu fotelju, masažu suhom vodom te fitness.

Kad je riječ o jelu, kamp nudi dva restorana. To su restoran Toplicht 54° koji nudi koktele i šampanjce, točena piva, internacionalna vina te Da Gerlando, talijanski restoran, koji nudi veli izbor svježih salata, tjestenina al dente, pizza, mesnih i ribljih jela te veliki izbor talijanskih jela.

Plaža se prostire na 3200 metara uz sklopu šetnice.

6.6. Seecamping Mentl

Kamp se nalazi na južnoj obali Osojskog jezera. Kamp ima izrađeni plan lokacija koji daje detaljan pregled kampa te različite kategorije parcela. Kategorije parcela koje kamp sadrži su top mjesta, morske terase, komfor parcela, standardni tereni, mjesta Atlantide te uski kampovi.

Top mjesta, morske terase i komfor parcele te mjesta Atlantide su mjesta u kampu s priključcima vode, kanalizacije, satelita i struje. Standardni tereni su parcele samo sa strujnim priključkom, dok su uski kampovi parcele s izravnim pogledom na more.

Slika 6. Precizan pregled kampa



Izvor: <https://www.camping-mentl.at/de/campingplatz-ossiacher-see/lageplan-stellplaetze/21-lageplan>

Kamp Mentl također nudi raznoliku ponudu kampiranja: Uživajte u jeseni, Pogodan za proljeće, tjedni Atlantide u lipnju. Osim parcela, nudi i mogućnosti iznajmljivanja apartamana, najam kamp prikolica ili noćenje s doručkom.

Osim smještaja, kamp brine i o kulinarskim užitcima pa u svojoj ponudi nudi kavanu Mentl te restoran Tamara. Kamp ima savršeno igralište Atlantis s ogromnim tornjem za igru i prostorom za manju djecu, a uz jezero se također nalazi dječje igralište s hobotnicom i vrtuljkom.

Od objekata u kampu, osim kavane i restorana, nalaze se zalogajnica s mini trgovinom, supermarket koji je udaljen svega 200 metara te pristanište za ploveće objekte udaljeno 400 metara.

Slika 7. Kamp iz ptičje perspektive



Izvor: <https://www.camping.info/hr/mjesto-za-kampiranje/seecamping-mentl/media>

7. GLAMPING ILI GLAMUROZNO KAMPIRANJE

Jedan od najznačajnijih trendova kampiranja današnjice je glamping odnosno glamurozno/luksuzno kampiranje koje je u vrlo kratkom roku postalo popularno. Glamping je vrsta kampiranja koji je luksuzniji i naravno cijenovno skuplji oblik kampiranja. Glamping nadopunjuje nedostatke kampa što se tiče udobnosti i smještajnih jednica. Smještaj se pretežno nudi u luksuznim šatorima, kućici na stablu u kampu ili mobilnoj kućici pa čak i u vili, a nalaze se u blizini neke prirodne atrakcije. (Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. 2014, str 163)

Ova vrsta kampiranja prvo se pojavila u Americi, a postala je sve popularnija zbog svojeg neobičnog spoja luksuznog smještaja u kvaliteti s pet zvjezdica i mira. Prva glamping putnička agencija, Goglamping.net, nalazi se u Velikoj Britaniji gdje sve veći broj kampova u ponudama ima glamping kao dio proširene ponude. (izvor: <https://hrcak.srce.hr/file/371985>)

7.1. Seecamping Berghof

Seecampin Berghof nalazi se na jezeru Ossaicher See.

Kamp se nalazi na samom jezeru, a nudi luksuzne kolibe s modernim sadržajima. Kolibe sadrže veliku kuhinju i svoju privatnu saunu. Neizostavni dio su, naravno, terase koje pružaju prekrasan pogled na planinski krajolik. Za ispunjenje slobodnog vremena, kamp zadrži odbojkaško i tenisko igralište, a za ispunjenje ljetnih dana, u kampu se nalazi plaža za kupanje s mogućnostima jedrenja i surfanja. U kampu se nalaze i golf teren, zatvoreni bazen te diskoteka. U blizini kampa se nalazi zološki vrt Affenberg Landskorn, tvrđava Landskorn, restorani Berghof, Tamara i Messner. (izvor: <https://www.seecamping-berghof.at/en/>, 09.09.2023.)

7.2. Nature Resort, Triol

Nature Resort Triol je prvi glamping park u Austriji koji se nalazi samo 7 kilometara od Innsbrucka.

Kamp nudi šatore Safari Lodgea. Šatori su postavljeni na padini koju okružuje drveće te nudi savršeni spoj udobnosti i prirode. Opremljeni su kuhinjom i terasom koja sadržava roštilj.

Osim koliba, kamp omogućuje kupanje s toboganom u vlastitom jezeru te u ponudi ima razne vodene atrakcije u kojima se pronalaze odrasli, ali i djeca.

Slika 8. Pogled na krajolik



Izvor: <https://www.urlaubsguru.at/reisemagazin/glamping-in-oesterreich/>

7.3. Kamp Schluga

Kamp Schluga je kamp koji se nalazi u Koruškoj.

Ovaj kamp je savršen za one koji vole mir i tišinu. No, kamp ne samo da pruža uživanje u prirodi, već i opuštanje u wellnessu. Schluga AlpinSpa, osim sauna, sadržava unutarnji bazen, parnu kupelj, infracrvenu kabinu te prostor za opuštanje s velikim krevetima.

U mobilnim se kućicama nalazi veliki dnevni boravak s kuhinjom te dvije spavaće sobe, stoga mogu primiti do 6 osoba što ich čini idealnim za obiteljski odmor.

U sklopu kampa nalazi se gostionica koju vodi obitelj Schluga koja je ujedno i vlasnik samog kampa. Gostionica nudi tradicionalna austrijska jela poput Schnitzela i Kasespatzle, ali isto tako poslužuje pizze te riblja jela.

Slika 9. Pogled na mobilne kućice



Izvor: <https://www.urlaubsguru.at/reisemagazin/glamping-in-oesterreich/>

8. ISTRAŽIVANJE KAMPING ODREDIŠTA U REPUBLICI AUSTRIJI

Pod ovim naslovom obrađena je metodologija istraživanja o tome koliko je ispitanika Austriju, jesu li se ikad odlučili na kampiranje u Austriji i koliko su im poznata kamping odredišta, je li im poznat moderan oblik kampiranja – glamping i znaju li što je glamping. U anketnom je upitniku ispitano 70 ispitanika. Na kraju cijelog rada prikazani su rezultati provednog istraživanja.

8.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje se provelo na temelju kamping odredišta u Republici Austriji.

Ciljevi istraživanja za krajnji rezultat istraživanja bili su:

1. istražiti koliko često ispitanici putuju
2. istražiti jesu li ispitanici ikad posjetili Austriju
3. istražiti jesu li ikad kampirali u Austriji
4. istražiti koliko je ispitanika zainteresirano za kampiranje u Austriji
5. istražiti koliko im je poznati glamping turizam
6. istražiti koje kamping odredište bi posjetili kad bi kampirali u Austriji
7. istražiti jesu li kamping odredišta u Austriji dovoljno oglašena

Vrsta ovog istraživanja je izvidajna jer se prikupljaju sekundarni podaci koji se na kraju analiziraju i od njih se dobiva kvalitativni podatak koji pomaže kod razumijevanja teme koja se istražuje. Za provođenje ovog istraživanja određena skupina za istraživanje bila je prema starosti od 18 do 40 i više godina. Anketni upitnik bio je anoniman i trajao je manje od 2 minute. Anketni upitnik bio je podijeljen od strane autora putem Vibera i Whatsapp, a rok za prikupljanje podataka bio je 24 h.

Dobiveni podaci obrađeni su u Microsoft Excelu.

8.2. Karakteristike istraživanja

Za potrebe ovog istraživanja ispitana je dob i spol ispitanika.

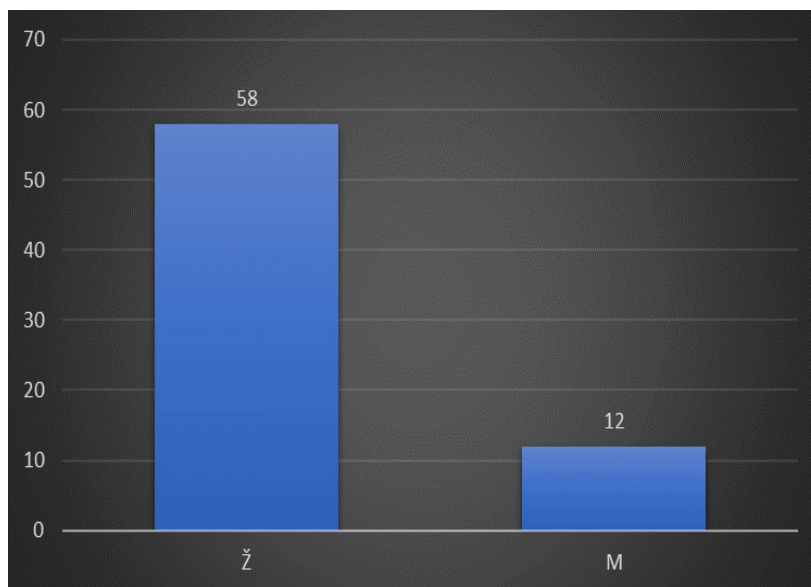
Pitanja i ponuđeni odgovori postavljeni u anketnom upitniku pod nazivom *Najpoznatija kamping odredišta u Republici Austiji* bili su:

1. Spol
2. Dob
3. Koliko često putujete?
4. Jeste li ikad kampirali u kampovima?
5. Koliko puta ste posjetili Austriju?
6. Jeste li posjetili koja kamping odredišta u Austriji?
7. Ako jeste koja ste posjetili?
8. Gdje bi radije odsjeli tijekom svog odmora da putujete u Austiju?
9. Koje kamping odredište bi odabrali da kamirate u Austriji?
10. Jeste li čuli za glamping turizam?
11. Ako niste čuli, što mislite da je glamping turizam?
12. Po vašem mišljenju, dali su dovoljno oglašavana i imaju dovoljno informacija kamping i glamping mjesta u Austriji?

U daljnjem tekstu prikazani su grafikoni koji se odnose na navedene karakteristike.

Na ovom grafikonu može se očitati točan broj ispitanika od koji je većina ispitanika ženskog roda. Od ukupno 70 ispitanika, čak 58 njih je ženskog roda, odnosno 12 ispitanika je muškog roda. U postocima je to 83% žena i 17% muškaraca.

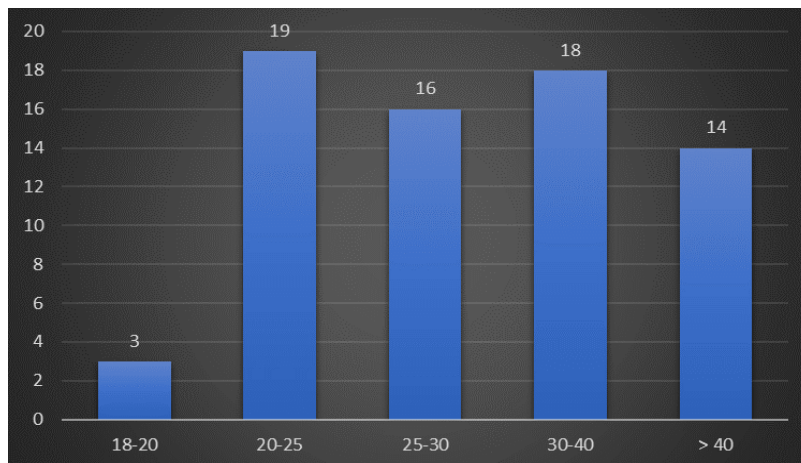
Grafikon 4. Spol ispitanika u brojevima



Izvor: vlastita izrada autora

Na ovom grafikonu može se očitati dobna skupina ispitanika. Njih troje je u dobi od 18 do 20 godina, 19 ispitanika je od 20 do 25 godina, 16 je u dobi od 25 do 30 godina, od 30 do 40 godina je 18 ispitanika i njih 14 je više od 40 godina. Najviše ispitanika je u dobi od 20 do 25 godina, odnosno 27% ispitanika, dok je namanji broj od 18 do 20 godina, 4,3%.

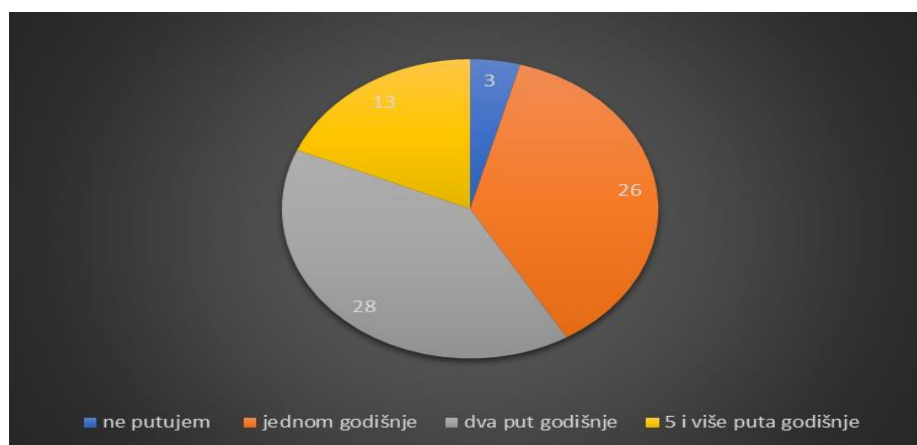
Grafikon 5. Dob ispitanika u brojevima



Izvor: vlastita izrada autora

Na ovom grafikonu prikazano je koliko često ispitanici putuju. Od 70 ispitanika njih troje je odgovorilo da ne putuje, 27-ero ispitanika putuje jednom godišnje, dva put godišnje putuje 28-ero ispitanika, dok njih 13 putuje 5 i više puta godišnje. U postotku gledano, 4% ne putuje, dok njih 40% putuje dva put godišnje, jednom godišnje putuje 37% ispitanika, a 5 i više puta godišnje putuje 19%.

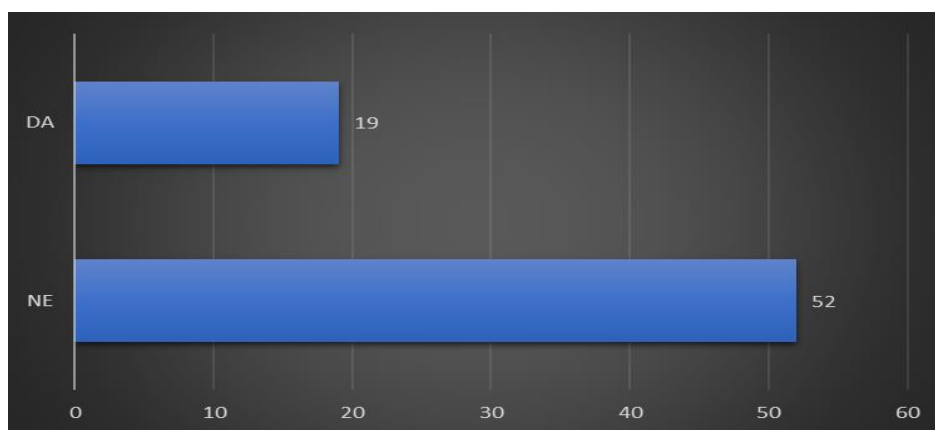
Grafikon 6. Prikazuje koliko često ispitanici putuju (brojčano)



Izvor: vlastita izrada autora

Na grafikonu je prikazano koliko ispitanika je kampiralo, a koliko njih nije. Od 70 ispitanika, 19-ero njih je kampiralo, dok pedeset dvoje nije. To nam prikazuje da kampiranje nije prvi izbor koji bi ispitanici odabrali za odlazak na odmor.

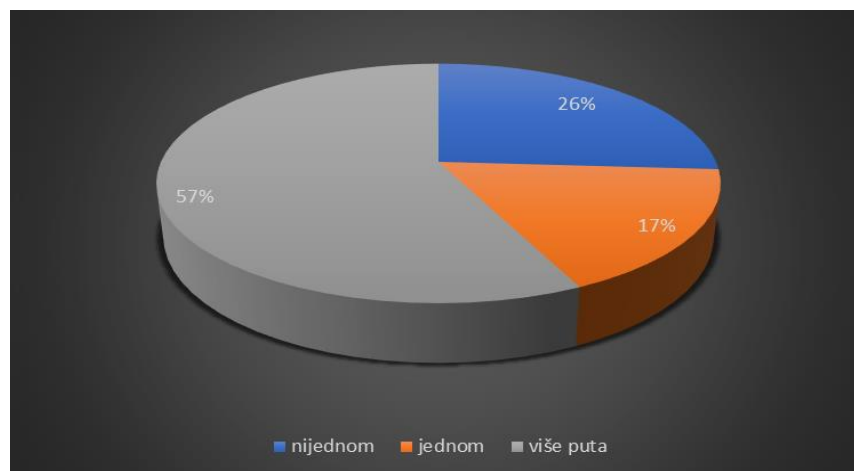
Grafikon 7. Brojčano prikazuje koliko je ispitanika kampiralo



Izvor: vlastita izrada autora

Na grafikonu se može očitati da je veći broj ispitanika posjetilo Austriju više puta, čak njih 57%, dok njih 26% nije posjetilo Austriju niti jednom što je dosta veliki postotak budući da su ispitanici iz Hrvatske koja se nalazi u blizini Austrije.

Grafikon 8. Posjećenost Austrije među ispitanicima (u postotku)



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje da je samo 3%, odnosno dvoje ispitanika kampiralo u Austriji što je vrlo mali postotak u odnosu na uzorak od 70 ispitanika. U anketi je navedeno da ako su posjetili koja kamping odredišta da navedu koja. Navedena su Bruck am der Mur te kamping Sina.

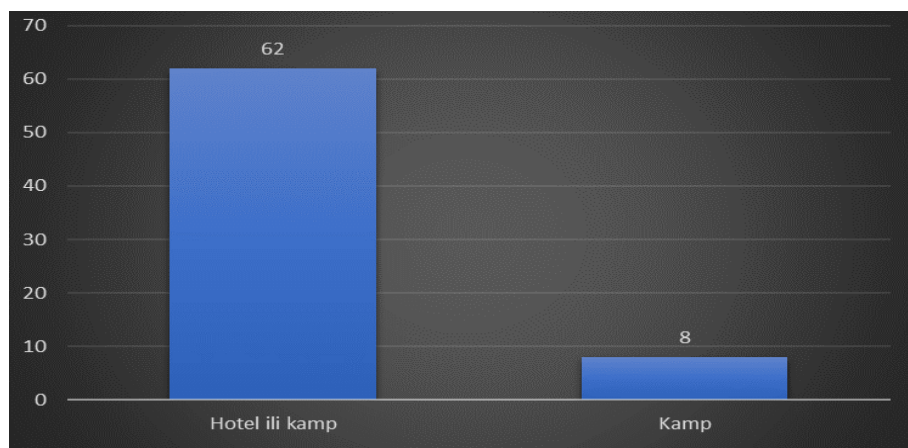
Grafikon 9. Posjećenost kamping odredišta u Austriji među ispitanicima (u postotku)



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikonom je prikazani odabir ispitanika za smještaj tijekom odmora. Na odabir su imali kamp te hotel ili apartaman te je većina ispitanika odabrala hotel ili kamp što nam opet daje negativne rezultate koji se odnose na kampiranje. Samo osmero ispitanika, odnosno njih 11% bi odabralo kampiranje tijekom odmora.

Grafikon 10. Ispitanici su imali na odabir hotel ili apartam ili kamp (brojčano)



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje koja kamping odredišta bi ispitanici odabrali kad bi se odlučili na kampiranje u Austriji. Većina ispitanika, njih 40-ero bi odabralo kampiranje u blizini jezera, njih 25-ero kampiranje u blizini planina, a maleni broj, njih četvero bi odabralo kampiranje u blizini šume. Prema tome, najtraženija kamping odredišta su ona koja se nalaze u blizini jezera.

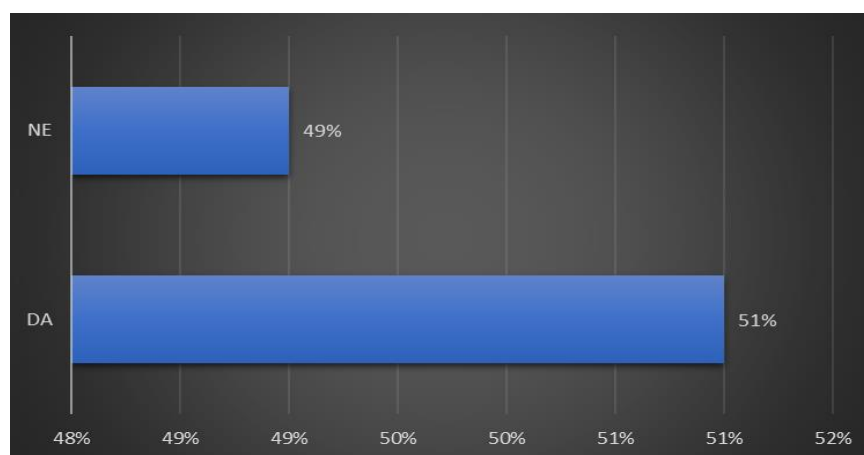
Grafion 11. Kamping odredišta (brojčano)



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje koliko ispitanika je čulo za glamping turizam. Rezultati istraživanja su pokazali da je s glampingom upoznato malo više od polovice ispitanika. U postotcima je 51% ispitanika upoznato s glampingom, dok 49% nije.

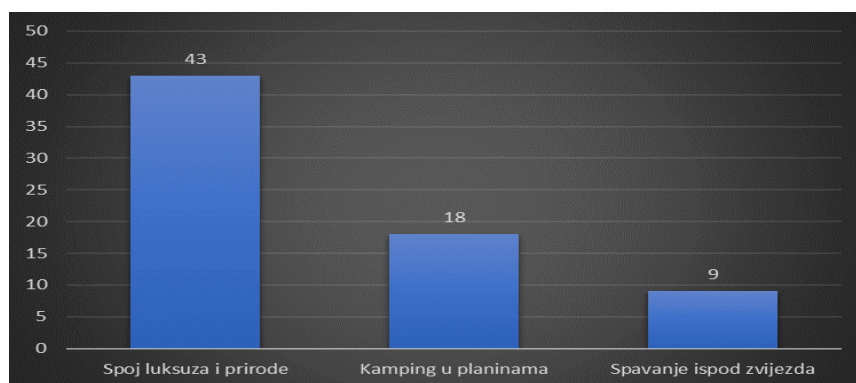
Grafikon 12. Glampin turizam (postotak)



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje da je četrdeset troje ispitanika, odnosno 61% upoznato s glampingom, dok je 18-ero ispitanika odgovorilo da je glamping kamping u planinama, a tek 9-ero ispitanika, odnosno 13% da je glamping spavanje ispod zvijezda.

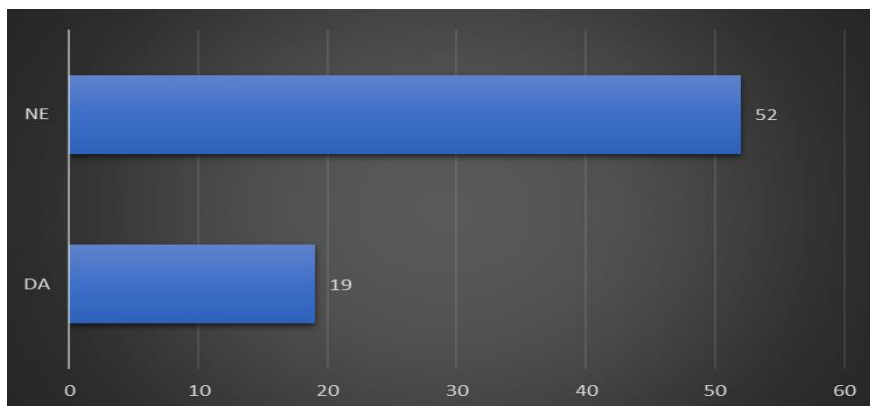
Grafikon 13. Prepoznatljivost glamping turizam (brojčano)



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje koliko dobro su oglašavana i informirana kamping i glamping odredišta u Republici Austriji. Od 70 ispitanika samo 19-ero ih je odgovorilo da su dobro oglašavana, dok njih pedeset dvoje da nisu. U postotcima je to 27% da su dobro informirana i oglašavana, a 74% da nisu. Ovaj rezultat nam prikazuje da su kamping i glamping odredišta malo reklamirana u Hrvatskoj, a samim time i da su ljudi u Hrvatskoj manje informirani o odredištima u Austriji.

Grafikon 14. Oglašavanost i informiranost kamping i glamping turizma u Austriji



Izvor: vlastita izrada autora

9. ZAKLJUČAK

Prema provedenom istraživanju i podacima koji su navedeni u radu možemo zaključiti da je pandemija, (COVID-19) koja je zahvatila cijeli svijet 2020., imala dobar utjecaj na godine koje su uslijedile nakon nje, a odnose se na kampiranja u Republici Austriji. To nam i pokazuju brojke noćenja i broj registracija mobilnih kućica, kao i karavana koja bilježe stalni rast iz godine u godinu. Istraživanje koje je provedeno putem ankete daje dobre rezultate učestalosti putovanja kod ispitanika s obzirom na životni standard u Republici Hrvatskoj.

Pomoću grafikona (anketa) je prikazana kolika je posjećenost austrijskih kamping odredišta od strane ispitanika, a rezultati su se pokazali negativnima jer su samo 2 ispitanika posjetila kamping odredišta. Većina bi, dakle, ipak odabrala hotel ili apartman kao smještaj za vrijeme odmora, a samo mali broj ispitanika kampiranje. Razlog ovakvom rezultatu moguć je jer većina ljudi živi u gradovima u kojima je dodir s prirodom minimaliziran te su okruženi modernom tehnologijom. Također, prema istraživanju možemo zaključiti da su kamping odredišta koja se nalaze u Republici Austriji premalo oglašavana i da u Hrvatskoj ima malo informacija o navedenima. Dakle, potrebno je više oglašavati kampove u Hrvatskoj kako bi se više turista odlučilo za odlazak na ljetovanje upravo u kampove u Austriji.

Najpoznatija kamping odredišta u Republici Austriji su smještena pored jezera ili mora, a okružena su planinama što pokazuje na idealno ljetovanje za pojedince koji vole prirodu te rekreacije na otvorenome. Da su to idealna mjesta, pokazuju nam rezultati istraživanja prema kojem najveći broj odabira ima upravo kamping odredište u blizini jezera, a slijedi ga kamping odredište u blizini planina.

U današnje vrijeme sve se više oglašava glamping koji označava spoj luksuza i kampiranja što nam također pokazuju rezultati istraživanja prema kojima je čak 61% ispitanika odgovorilo točno na pitanje što je glamping turizam. Nažalost, mali broj turista može si priuštiti glamping iz razloga što je cijenovno skuplji od kampiranja.

Republika Austrija ima predivne kampove, kao i glamping kampove, koji stalno proširuju svoju ponudu, a svojim boljim oglašavanjem u Hrvatskoj mogli bi postati prava destinacijska odredišta za hrvatske turiste tijekom ljetovanja.

10. LITERATURA

1. Achters, M. (2020). Austrian tourism in the light of Europe, Tourism journal
2. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga.
3. Berg, O. (2018). Austrian sport and comparison with other EU countries, Economic magazine
4. Booking.com dostupno na https://www.booking.com/hotel/at/himmelchalet-alpencamping-nenzing.hr.html?aid=1882300&sid=0299cb03883dc165a918fa33cc800a71&dist=0&keep_landing=1&sb_price_type=total&type=total& (25.08.2023)
5. Booking.com dostupno na: https://www.booking.com/hotel/at/holiday-home-seecamping-berghof.hr.html?aid=1882300&sid=0299cb03883dc165a918fa33cc800a71&dist=0&keep_landing=1&sb_price_type=total&type=total& (25.08.2023)
6. Camping.info dostupno na: <https://www.camping.info/de> (09.0.2023)
7. Čavlek, N. (2011). Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb,
8. Cvelić Bonifačić, J. (2011). Kamping, Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma, Poreč, 2011.
9. Cvelić Bonifačić, J. Milohnić, I. (2014). Menadžment promjena kamping turizma, Suvremeni trendovi u turizmu, Pula, 2014.
10. Der standard dostupno na: <https://www.derstandard.de/story/2000144937140/in-oesterreich-gab-es-nie-zuvor-so-viele-camper> (09.09.2023)
11. Eurostat dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat> (26.08.2023)
12. Geić, S. (2011). Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Stručni studij Split, Split,
13. Glamping in Osterreich dostupno na: <https://www.urlaubsguru.at/reisemagazin/glamping-in-oesterreich/>, 21.08.2023
14. Greencamping dostupno na: <https://www.greencampings.at/> (09.09.2023)
15. Hrčak.srce dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/371985> (09.09.2023)

16. Merkur.de dostupno na: <https://www.merkur.de/reise/camping-urlaub-2022-europa-oesterreich-italien-niederlande-daenemark-or-zr-91435812.html> (27.08.2023)
17. Peters, M. (2018). Local Perception of Impact-Attitudes-Actions towards Tourism Development in the Urlaubsregion Murtal in Austria, Department of Strategic Management, Marketing and Tourism, Faculty of Business and Management, University of Innsbruck, str. 30-56
18. Statista.com dostupno na:
19. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1303380/umfrage/umfrage-zur-auswirkung-von-covid-19-aus-das-reiseverhalten-weltweit/> (09.09.2023)
20. Travel tourism dostupno na: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/camping/austria#revenue> (25.08.2023)
21. UNWTO dostupno na: <https://www.unwto.org/search?keys=travel++definition> (25.08.2023)
22. Vrcić, A. (2022). Camping tourism: A Review of Covid 19 impact on camping in Europe, Journal of tourism, Vol. 11., str. 245-290.
23. Vujić, A. (2005). Opća i nacionalna enciklopedija. Zagreb: Pro Leksis d.o.o., str. 14

PRILOZI

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Prikazuje utjecaj Corone na putovanja.....	26
Grafikon 2. Prikaz novih registracija.....	27
Grafikon 3. Prikaz godišnjeg prihoda kamping turizma u Austriji (u dolarima).....	28
Grafikon 4. Spol ispitanika u brojevima.....	42
Grafikon 5. Dob ispitanika u brojevima.....	43
Grafikon 6. Prikazuje koliko često ispitanici putuju (brojčano).....	43
Grafikon 7. Brojčano prikazuje koliko je ispitanika kampiralo.....	44
Grafikon 8. Posjećenost Austrije među ispitanicima (u postotku).....	44
Grafikon 9. Posjećenost kamping odredišta u Austriji među ispitanicima (u postotku).....	45
Grafikon 10. Ispitanici su imali na odabir hotel ili apartam ili kamp (brojčano).....	45
Grafion 11. Kamping odredišta (brojčano).....	46
Grafikon 12. Glamping turizam (postotak).....	46
Grafikon 13. Prepoznatljivost glamping turizam (brojčano).....	47
Grafikon 14. Oglašavanost i informiranost kamping i glamping turizma u Austriji.....	47

POPIS SLIKA

Slika 1. GreenCampings Austrija.....	30
Slika 2. Prikaz odredišta Camping Brunner am see.....	31
Slika 3. Prikaz odredišta Ferienparadies Natterer see.....	32
Slika 4. Ptičja perspektiva kampa.....	33
Slika 5. Parcela.....	34
Slika 6. Precizan pregled kampa.....	35
Slika 7. Kamp iz ptičje perspektive.....	36
Slika 8. Pogled na krajolik.....	38
Slika 9. Pogled na mobilne kućice.....	39

Prilog 1. Anketni upitnik - Najpoznatija kamping odredišta u Republici Austriji

Najpoznatija kamping odredišta u Republici Austriji

Poštovani, pred Vama se nalazi anketni upitnik o najpoznatijim kamping odredištima u Republici Austriji čiji rezultati će biti korišteni u svrhu izrade završnog rada.

Anketa je anonimna stoga Vas molim za par minuta Vašeg vremena za ispunjavanje iste.

Unaprijed se zahvaljujem.

Sara Kos, studentica treće godine studija Menadžmenta turizma i sporta.

Spol *

Ž

M

Dob *

18-20

20-25

25-30

30-40

> 40



Koliko često putujete? *

- Jednom godišnje
 - 2 puta godišnje
 - 5 i više puta godišnje
 - Ne putujem
-

Jeste li ikad kampirali u kampovima? *

- Da
 - Ne
-

Koliko puta ste posjetili Austriju? *

- Jednom
 - Više puta
 - Nijednom
-

Jeste li posjetili koja kamping odredišta u Austriji? *

Da

Ne

Ako jeste, koja ste posjetili?

Short answer text
.....

Gdje bi radije odsjeli tijekom svog odmora da putujete u Austriju? *

Hotel ili apartman

Kamp

Koje kamping odredište bi odabrali da kampirate u Austriji? *

U blizini planina (skijalište)

U blizini jezera

Pored šume



Jeste li čuli za glamping turizam? *

- Da
- Ne

Ako niste čuli, što mislite da je glamping turizam?

- spoj luksuza i prirode
- spavanje ispod zvijezda
- kamping u planinama

Po vašem mišljenju, dali su dovoljno oglašavana i imaju dovoljno informacija kamping i glamping mjesta u Austriji?

- Da
- Ne

