

Kamping turizam Istre

Pirić, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Šibenik University of Applied Sciences / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:520672>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-06**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL STUDIJA MENADŽMENTA I TURIZMA
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ
TURISTIČKI MENADŽMENT

Ana Pirić

KAMPING TURIZAM ISTRE

Završni rad

Šibenik, 2024.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL STUDIJA MENADŽMENTA I TURIZMA
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ
TURISTIČKI MENADŽMENT

KAMPING TURIZAM ISTRE

Završni rad

Kolegij: Uvod u selektivne oblike turizma

Mentor(ica): mag.oec. Dino Slavica, pred.

Student(ica): Ana Pirić

Matični broj studenta(ice): 1219064348

Šibenik, rujan 2024.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Ana Pirić, studentica Veleučilišta u Šibeniku, JMBAG 1219064348 izjavljujem pod materijalnom i kaznenom odgovornošću i svojim potpisom potvrđujem da je moj završni rad na stručnom prijediplomskom studiju Turistički menadžment pod naslovom: Kamping turizam Istre isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Šibeniku, 20.09.2024.

Student/ica:



A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'A. Pirić', is written over a horizontal line.

KAMPING TURIZAM ISTRE

ANA PIRIĆ

Adresa: Naklice 7A, 21 252 Tugare, e-mail: anapiric03@gmail.com

Turizam se kao pojam u hrvatskom jeziku već udomaćio. Poznato je kako turizam predstavlja niz odnosa i pojava koje proizlaze iz samog putovanja određene osobe, koju nazivamo turistom. Turizam, kako vi se uopće smatrao kao takvim, mora zadovoljavati četiri uvjeta, a to su: prostorna komponenta, obilježja putovanja, vremenska komponenta i svrha samog putovanja. Međutim, kako je turizam jako širok pojam te zbog svoje masivnosti sve više biva na udaru kritika, na scenu nastupaju selektivni oblici turizma. To su specifični oblici turizma koji se pojavljuju sredinom prošlog stoljeća kao sinonim za održivi turizam. Selektivni turizam nudi širi spektar doživljaja i fleksibilnosti, a poseban je što ima više vrsta, te na taj način svaki turist bira onu vrstu turizma koja njega specifično zanima. Selektivni turizam ima više podjela, a najpoznatije vrste selektivnih oblika turizma su: kulturni turizam, ruralni, gastronomski, lovni, sportsko – rekreativni, nautički i kamping turizam. Kamping turizam je vrsta turizma koja dolazi od riječi „campus“, što označava otvoren prostor. Prema tome, kamping turizam je boravak turista na nekom otvorenom prostoru u bliskom dodiru s prirodom. Kamping turizam potječe iz Njemačke te je osnovan početkom 20. stoljeća, a nije mu bilo potrebno puno vremena da se proširi i na ostale europske zemlje. U hrvatskoj se prvi kamp otvara već 1934. godine na Rabu. Što se hrvatskog kampinga tiče, Istra daleko prednjači u odnosu na ostale hrvatske regije. Čak 40% od ukupnog broja kampera u RH odlazi u Istru, a kamping turizam u Istri zauzima skoro 35-45% od ukupnog broja dolazaka turista kada je riječ o samoj Istri. Velika prednost Istre je blizina kontinentu te dobra prometna povezanost te predivan obala, ali i unutrašnjost samog poluotoka. Istarski kampovi su među najljepšima u Hrvatskoj te se protežu luksuzom. Istra ima pet većih i poznatijih kamping regija, a to su: Umag, Rovinj, Poreč, Pula i Rabac.

(32 stranica / 14 slika / 3 tablica / 15 literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u digitalnom repozitoriju Knjižnice Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: turizam, selektivni oblici, kamp, Istra

Mentor(ica): Dino Slavica, mag.oec.

Rad je prihvaćen za obranu dana:

CAMPING TOURISM OF ISTRIA

ANA PIRIĆ

Address: Naklice 7A, 21 252 Tugare, e-mail: anapiric03@gmail.com

Tourism as a term in the Croatian language has already taken root. It is known that tourism represents a series of relationships and phenomena that arise from the very journey of a certain person, whom we call a tourist. Tourism, as it was generally considered as such, must meet four conditions, namely: spatial component, characteristics of the trip, time component and the purpose of the trip itself. However, since tourism is a very broad concept and is increasingly under attack due to its massiveness, selective forms of tourism appear on the scene. These are specific forms of tourism that appeared in the middle of the last century as a synonym for sustainable tourism. Selective tourism offers a wider range of experiences and flexibility, and is special in that it has several types, and thus each tourist chooses the type of tourism that specifically interests him. Selective tourism has several divisions, and the most well-known types of selective forms of tourism are: cultural tourism, rural, gastronomic, hunting, sports-recreational, nautical and camping tourism. Camping tourism is a type of tourism that comes from the word "campus", which means open space. Therefore, camping tourism is the stay of tourists in an open space in close contact with nature. Camping tourism originates from Germany and was founded at the beginning of the 20th century, and it did not take much time for it to spread to other European countries. In Croatia, the first camp was opened in 1934 on Rab. As far as Croatian camping is concerned, Istria is far ahead of other Croatian regions. As much as 40% of the total number of campers in the Republic of Croatia go to Istria, and camping tourism in Istria accounts for almost 35-45% of the total number of tourist arrivals when it comes to Istria itself. The great advantage of Istria is its proximity to the continent, good traffic connections and a beautiful coast, but also the interior of the peninsula itself. The Istrian campsites are among the most beautiful in Croatia and stretch with luxury. Istria has five larger and more famous camping regions, namely: Umag, Rovinj, Poreč, Pula and Rabac

(32 pages / 14 figures / 3 tables / 15 references / original in Croatian language)

Thesis deposited in Šibenik University od Applied Sciences Library digital repository

Keywords: Tourism, selective forms, camp, Istria

Supervisor: Dino Slavica, mag.oec.

Paper accepted:

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	1
2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA.....	2
2.1. Turizam kao grana gospodarstva.....	2
2.2. Pojam selektivnih oblika turizma.....	4
2.3. Vrste selektivnih oblika turizma.....	6
3. KAMPING TURIZAM.....	8
3.1. Pojam i definicija kamping turizma.....	8
3.2. Nastanak i razvoj kampova.....	10
3.3. Vrste kampova i smještajne jedinice u kampovima.....	11
3.4. Klasifikacija kampova.....	13
4. KAMPING TURIZAM U EUROPI.....	14
4.1. Njemačka.....	14
4.2. Italija.....	15
5. KAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ.....	17
5.1. Kampiranje u Hrvatskoj.....	17
5.2. Najpoznatiji hrvatski kampovi.....	18
5.3. Kamp Falkensteiner Premium.....	21
5.4. Kamp Slapić.....	22
6. KAMPING TURIZAM ISTRE.....	24
6.1. Razvoj kamping turizma Istre.....	24
6.2. Dolasci i noćenja turista.....	24
6.3. Najbolji istarski kampovi.....	25
6.3.1. Kampiranje u Umagu.....	26
6.3.2. Kampiranje u Poreču.....	27
6.3.3. Kampiranje u Rovinju.....	28
6.3.4. Kampiranje u Puli.....	29
6.3.5. Kampiranje u Rapcu.....	30
6.4. Smjernice za razvoj kamping turizma.....	31
7. ZAKLJUČAK.....	32

LITERATURA

PRILOZI

1. UVOD

1.1.Predmet i cilj rada

Kamping turizam, kao poseban oblik turizma, iz godinu u godinu vuče sve veći broj posjetitelja koji teže za opuštanjem i odmorom u prirodi, daleko od svakodnevnice i gradskih gužvi. Kako u ostatku svijeta, ova vrsta turizma svoj rast bilježi i u Hrvatskoj. Istra je jedna od najrazvijenijih regija u Hrvatskoj kada je riječ o turizmu. Svojom bogatom ponudom privlači turiste iz cijelog svijeta, a kamping turizam zauzima veliki dio u njevoj turističkoj strukturi. Osim bogate kulturno – povijesne baštine, turiste u Istru vuče i predivan krajolik i čista i očuvana obala, a baš ove karakteristike su uvelike utjecale na razvoj kamping turizma u Istri.

Cilj ovog rada je istražiti karakteristike kamping turizma na području Istre i ukazati na važnost ovog oblika turizma, ne samo na području Istre već i na području cijele države. Rad će se usmjeriti i na održivi razvoj kampova u Istri te na usporedbu dolazaka i noćenja kampera u Istri prije, za vrijeme i nakon pandemije Covid-19.

1.2.Izvori i metode prikupljanja podataka

Kao izvor podatak za ovaj rad koristili su se podatci iz stručnih knjiga, službenih stranica, članaka i publikacija, dostupno preko Internet preglednika.

1.3.Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od nekoliko osnovnih dijelova. Prvi dio rada se odnosi na uvod. Drugi dio rada odnosi se na selektivne oblike turizma. U tom dijelu je opisan turizam kao gospodarska grana, opći pojmovi o selektivnim oblicima turizma i vrste selektivnih oblika turizma. U trećem dijelu se opisuje kamping turizam, točnije sama definicija kampinga, opisuju se nastanak i razvoj kamping turizma, koje vrste kampova postoje i kako se kampovi klasificiraju. Četvrti dio rada se odnosi na kamping turizam u Europi, točnije u Njemačkoj i Italiji. Nakon toga slijedi razrada kamping turizma na razini Hrvatske, kako se razvijao kamping u našoj državi te neki od najpoznatijih kampova. Glavna tema i srž rada, kamping turizam Istre, objašnjava nam razvoj kampinga u Istri, dolaske i noćenja kampera u ovoj regiji, iznose se najbolji Istarski kampovi te smjernice za budući razvoj. U zaključku se nalaze sve činjenice izvučene iz rada, te na kraju slijede popis korištenih izvora, slika i tablica.

2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Selektivni turizam je ultimativni odgovor za problem pod nazivom „hard“ , točnije masovni turizam i samom infrastrukturom masovnog turizma. Teoretičari danas nalaze odgovor na masovni turizam, a temelji se na razvoju selektivnih (alternativnih) oblika turizma, točnije na vrsti putovanja koja nisu shematska i bezlična. (Geić, 2011)

2.1. Turizam kao grana gospodarstva

Riječi turizam i turist su u hrvatskom jeziku već domaći i učestali pojmovi. Obe riječi dolaze od engleske riječi „tour“ – koja u doslovnom prijevodu označava obilazak, a u početku je imala značenje isključivo vezano za kružno putovanje. Prva izvedenica riječi „toru“ bila je „tourist“, a označavala je osobu koja je ritualno i u kraćem periodu posjećivala kulturne znamenitosti i išla za užicima. (Čavlek i suradnici, 2011)

Turizam obuhvaća niz odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja posjetitelja na nekom mjestu, pod uvjetom da taj boravak ne podrazumijeva trajno prebivalište i nije povezan sa primarnom djelatnosti posjetitelja. (Čavlek i sur, 2011)

Uvjeti koje turizam, kao grana gospodarstva treba sadržavati su:

Prostorna komponenta: kako bi se pojedinac smatrao turistom, potrebno je da krene na put. Svaka osoba koja putuje od točke A do točke B je putnik. Međutim, nije svaki putnik turist iako svaki turisti je putnik. Prema definiciji Svjetske turističke organizacije,

Obilježja putovanja: kod obilježja putovanja, važno je da osoba svoju svakodnevnu sredinu napušta samoinicijativno i u okviru slobodnog vremena. Također je važno da za vrijeme putovanja ne obavlja nikakvu unosnu djelatno, a putovanje treba biti dvosmjerno, točnije osoba (putnik) se uvijek treba vratiti u mjesto boravka.

Vremenska komponenta: kako bi se neka osoba smatrala turistom, treba izbivati iz mjesta prebivališta dulje od 24 sata, a manje od jedne godine.

Svrha putovanja: osobe koje krenu na putovanje najčešće su motivirane odmorom, sportom i rekreacijom, posjetom obitelji i prijateljima ili nekim zdravstvenim razlogom, a motiv putovanja često može biti i studij, hodočašće, poslovni put i slično. Prema definiciji UNWTO-a, turistima se ne smatraju putnici na dnevnim putovanjima, putnici u tranzitu, pripadnici oružanih snaga, migranti, nomadi i izbjeglice, konzultantski predstavnici i osobe iz diplomatskog kora. (Čavlek i sur, 2011)

Pet temeljnih obilježja turizma prema definiciji su:

- Bez kretanja i boravka turista te boravka istih u turističkim destinacijama nema turizma
- Putovanje i boravak turista trebaju se obavljati izvan svakodnevne sredine u kojoj osoba radi i živi te na taj način turizam potiče na nove aktivnosti koje osobe inače ne prakticiraju
- Turizam se zasniva na kružnom, točnije dvosmjernom putovanje s definiranim vremenskim periodom tijekom kojeg turist ostvaruje privremeni boravak
- Osnovni cilj putovanja se ne veže uz zapošljavanje ili stalni boravak turista u nekoj destinaciji
- U turističkoj destinaciji turisti ne zarađuju, već troše (Čavlek i sur, 2011)

Turizam se još može analizirati po različitim kriterijima kako bi se pobliže odredila specifična vrsta turizma, s obzirom da je riječ o složenoj i slojevitoj pojavi. Cilj kretanja je detaljnije geografski locirati potrošača (turista) kako bi što bolje analizirali utjecaj turizma u nekoj gledanoj destinaciji ili regiji. Prema toj analizi razlikujemo:

Domaći turizam: temelji se na putovanju i boravku domaćeg stanovništva u različite destinacije unutar granica države (npr. putovanje hrvatskog stanovništva iz Slavonije u Dalmaciju)

Receptivni (ulazni) turizam: uključuje turiste iz drugih zemalja koji borave u promatranoj državi (npr. turisti iz Austrije u Hrvatskoj)

Emitivni (izlazni) turizam: putovanja turista stanovnika promatrane zemlje izvan granica države (npr. putovanja hrvatskih državljana u destinacije drugih zemalja)

Interni (unutarnji) turizam: spoj ukupnog domaćeg i receptivnog turizma (prati se ukupni turistički promet u promatranoj državi; primjer, kretanje hrvatskih i stranih turista unutar granica republike Hrvatske)

Nacionalni turizam: uključuje putovanja domaćeg stanovništva unutar svoje zemlje i u inozemstvu (npr. putovanje građana Hrvatske u turistička odredišta unutar vlastite zemlje i sva turistička putovanja u turističke destinacije izvan zemlje)

Međunarodni turizam: kombinacija, točnije promatranje ukupnog receptivnog i emitivnog turizma (npr. sva putovanja inozemnih turista u Hrvatsku i sva putovanja hrvatskih građana izvan granica Republike Hrvatske)

Intraregionalni turizam: sva putovanja stanovnika jedne zemlje neke regije u drugu zemlju iste regije (putovanje stanovnika jedne europske zemlje u drugu europsku zemlju)

Interregionalni turizam: putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u druge zemlje, izvan spomenute regije (turistička putovanja stanovnika Europe izvan Europe) (Čavlek i sur, 2011))

Od kriterija za podjelu turizma ističu se duljina boravka (izletnički, vikend – turizam i boravišni turizam), prostor na kojem se odvija (ruralni i urbani turizam), dobna struktura turista (dječji, omladinski, obiteljski, turizam treće dobi), godišnje doba (ljetni i zimski) te intenzitet korištenja privatnih kapaciteta (predsezonski, sezonski, podsezonski, izvansezonski). (Čavlek i sur, 2011)

2.2. Pojam selektivnih oblika turizma

Pojam „selektivnih oblika“ pojavio se početkom 70-ih godina 20. stoljeća kao sinonim za održivi ili odgovorni turizam. Iako je termin prihvaćen od strane akademske zajednice i Jugoslaviji, još uvijek se koristi kao termin za putovanja gdje se svrha putovanja fokusira na određenim aktivnostima koje privlače manji broj ljudi. (Rabotić, 2013)

U teoriji i praksi se za pojam „selektivni oblici“ koriste razni termini: specifični oblici turizma, turizam posebnih interesa, tematski turizam, alternativni turizam i slično. Ovi pojmovi i danas služe kao opći nazivi za vrstu turizma koja predstavlja suprotnost masovnom turizmu. Unatoč tome, niti jedan pojam koji obilježava „specifične turističke aktivnosti“ ne može biti supstitut za odgovorni, etički ni održivi turizam jer čak i posebne turističke aktivnosti ne trebaju biti odgovorne i održive. (Rabotić, 2013)

Posljednjih desetljeća 20-og stoljeća obilježava se intenzivan rast i disperzija turizma po cijelom svijetu te se preslikava na različite oblike koji se u turističkoj teoriji tretiraju kao posebni, specifični, alternativni ili selektivni oblici suvremenog turizma. Ti oblici se javljaju u segmentu zadovoljenja želja i potreba turističke potražnje, a sve u okviru turističke ponude sukladne raspoloživim resursima. (Geić, 2011)

Intenzivnim rastom životnog standarda i slobodnog vremena, od sredine prošlog stoljeća, kod razvijenih emitivnih zemalja dolazi do razvoja turističke potražnje te sve šireg spektra turističke ponude u receptivnim područjima. Suvremeni turisti sve više traže sadržaje koji će ih snažnije privući uz standardno traženje sunca i mora, to jest planina i snijega. (Geić, 2011)

Današnji turisti teže za što kvalitetnijim odmorom, zabavom, rekreacijom i zdravljem, sve više istražuju i sami osmišljavaju putovanja ili kombiniraju s aranžmanima organizacija u obliku

agencija i turoperatora. Sve češće traže nezagađene prirodne atrakcije koje nude relaksaciju, relaksaciju, zadovoljstvo, tradiciju, umjetnost i zdravstvenu rehabilitaciju, te na taj način bježe od zamorne svakodnevnice. (Geić, 2011)

U usporedbi s masovnim turizmom, koji odlikuje standardiziranim uslugama i anonimnošću, selektivni oblici turizma nude veći spektar doživljaja i fleksibilnosti, kod kojih osobni ukusi turista više dolaze do izražaja. Iz tog razloga, selektivni oblici su sve više poželjan odgovor na masovni turizam. (Rabotić, 2013)

Kod selektivnih oblika turizma karakteristične su različite atrakcije. Tako se osim prirodnih i kulturnih znamenitosti tu još nalaze i razne aktivnosti (sportski, lovni, avanturistički), tradicionalni proizvodi (vinski i gastro turizam), turizam s posebnom atmosferom (urbani turizam), biljni i životinjski svijet (ekoturizam), ljudski turizam i povijesne osobe ili nesretni događaji (mračni turizam). (Rabotić, 2013)

S obzirom da potencijalni turist putovanjem želi zadovoljiti neke određene interese, važno je informirati ga o atrakciji prije njegova dolaska, posebno ako je doživljava kao primjeren način za zadovoljenje potreba. (Rabotić, 2013)

Doživljaji turista kod posebnih oblika turizma mogu biti razni. Pasivan turizam odnosi se na sekundarno bavljenje turizmom to jest odlazak na predstavu ili sportski događaj. Turizam može biti i aktivan (bavljenje određenom vrstom sporta), pustolovan (obilazak pustinja, safari), relaksirajući (wellness & spa), intelektualan (učenje lokalnog jezika i proučavanje baštine određene sredine), kreativan (savladavanje pojedinih vještina) i ostali. (Rabotić, 2013)

Tematska putovanja, kao što su kulturne ture, avanturističke ture i posjete nacionalnim parkovima, najčešće organiziraju turoperatora. Uvjet za što uspješniji i kvalitetniji proizvod je poznavanje želja i potreba ciljane grupe turista i njihovo zanimanje za pojedine aktivnosti. (Rabotić, 2013)

Derett smatra da organizacija tematskih putovanja uključuje:

- Pružatelj usluge treba poznavati potrošača i razumjeti njegove individualne potrebe
- Pružatelj usluge treba biti stručan i spreman podijeliti svoja znanja s potrošačima
- Pružatelj usluga treba biti pouzdan i iskren
- Potrošač ne smije biti uplašen ili zanemare od strane pružatelja usluga, nego treba biti žarišna točka kontakta

- Potrebno je razviti osobni, a ne komercijalni odnos, kako bi proces organizacije bio što djelotvorniji i opušteniji (Rabotić, 2013)

2.3.Vrste selektivnih oblika turizma

S obzirom da još uvijek postoje nesuglasice vezane za definicije pojedinih turističkih oblika, javljaju se novi nazivi turističkih kretnji koji iziskuju posebne motive, ciljeve i potrebe, a to otežava samoj kategorizaciji i klasifikaciji pojedinih oblika turizma. (Geić, 2011)

Kaspaar 1975. godine dijeli turizam na dvije osnovne podjele, a to su podjela prema motivaciji i podjela prema vanjskim učincima.

Podjela prema motivaciji:

- Rekreativni turizam (turizam u bližim ili dalekim destinacijama)
- Kulturni turizam (svjetovni turizam i religijski turizam)
- Socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza)
- Sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam)
- Komercijalni turizam (poslovni i kongresni turizam, turizam sajmova i izložbi)
- Politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija)

Podjela prema uzrocima i vanjskim učincima:

- Prema podrijetlu (nacionalni turizam, međunarodni turizam)
- Prema trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg boravka)
- Prema sezonama (ljetni i zimski turizam)
- Prema broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina i društava, klupski turizam, masovni turizam)
- Prema dobi sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi)
- Prema vrstama prijevoza (željeznički turizam, automobilski turizam, avionski turizam, pomorski turizam)
- Prema vrsti smještaja (hotelski turizam, „chalet“ turizam, kamping turizam)
- Prema učincima na platnu bilancu (aktivni turizam – receptivni turizam, pasivni turizam – emitivni turizam)
- Prema načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam iz štednje i kredita)

- Prema sociološkim kategorijama (ekskluzivni turizam, luksuzni turizam, tradicionalni turizam) (Geić, 2011)

Vlatko Jadrešić 2001. godine dijeli selektivne vrste turizma na šest osnovnih skupina, a te skupine su: ekološki turizam, alternativni turizam, edukativno – komunikacijski turizam, ekskluzivni turizam, zabavno – rekreativni turizam i ostale vrste turizma. Zbog preklapanja određenih elemenata, ova podjela se može sagledati iz šire analize organizacijskih oblika i turističkih sadržaja. (Geić, 2011)



Slika 1. Selektivni oblici turizma

Izvor: Geić, 2011, str. 201

3. KAMPING TURIZAM

Riječ “kamp” ima latinsko porijeklo (campus) i označava otvoren prostor. Izraz se pojavljuje u više jezika kao na primjer engleski (camp), njemački (kamp), francuski (camp), talijanski (campo), španjolski (campana) i drugi. U hrvatskom jeziku riječ kamp doslovno je prevedena kao logor ili logorovati, provoditi vrijeme u prirodi, pod vedrim nebom. Prema Encyclopedia Britannica, riječ “kamp” definirana je kao rekreacijsko - obrazovni smještaji koji spaja prirodu i život na otvorenom. (Bonifačić, 2011)



Slika 2. Kamp park Umag

Izvor: <https://www.mediteran-kamp.hr/c/kamp-park-umag/>

3.1. Pojam i definicija kamping turizma

Prema hrvatskim propisima, kampiranje se definira kao boravak pod šatorom, u kamp kućici, prikolici, mobilnoj kućici, kamperu ili bilo kojoj drugoj odgovarajućoj opremi za smještaj na otvorenom prostoru. (Bonifačić, 2011)

Prema Sladoljev (1998) kamping turizam se može shvatiti kao cjelokupnost odnosa koje su vezane za turističko putovanje i boravak u kampu s naznakom da se kamp nalazi izvan mjesta prebivališta. Kamping turizam ili kampiranje objedinjuje ponudu kamping usluga s jedne i potražnju za kamping uslugama s druge strane, a svojim korisnicima osigurava nesputanost, slobodu i spontanost.

Kampiranje se također može opisati kao niz aktivnosti i pristupa otvorenom smještaju. Anić (1999) navodi kako je kamping turizam često povezan s raznim aktivnostima kao što su penjanje, lov, ribolov i slično. Ističe kako se kamping turizam može definirati kao aktivnost na otvorenom, točnije u prirodi. „Kamperi“ su osobe koje svoj godišnji odmor prakticiraju provesti na ovaj način, a borave u šatorima, kamp kućicama ili nekoj drugoj privremenoj nastambi. Oni obično napuštaju svoje domove te provode jednu ili više noći u kampovima.

Kamping turizam je samo jedan od selektivnih oblika turizma te predstavlja jeftiniji oblik smještaja u odnosu na ostale objekte za smještaj, a obilježavaju ga otvoreni prostor, najčešće u blizini mora ili rijeka, gdje turisti borave u šatorima ili kamperima. Osnovna ponuda kamping turizma je kontakt s prirodom, što je i bila prvobitna želja začetnika kamping turizma. Odnosi turista u kampovima je puno opušteniji u odnosu na druge smještajne objekte, uključujući odijevanje, navike, ali i međuljudske odnose. (Sladoljev, 1998)

Kampiranje, kao takva pojava turizma, dosta je privlačna mlađim skupinama gostiju, budući da je povoljnije od ostalih oblika turizma. Međutim, iako se smatra jednim od jeftinijih oblika turizma, danas ovo vrstu turizma sve više preferiraju turisti veće platežne moći. Kamping turizam više nije samo livada i šator, već sada predstavlja složeniji turistički proizvod koji pruža raznoliku ponudu, te privlači sve obrazovanije, starije i ekološki osvještenije turiste, kao i one s većom platežnom moći. Kampiranje se danas smatra odrazom stila života te se sve više grade dobri i kvalitetno opremljeni kampovi. Također omogućavaju da se područja koja nisu pogodna za izgradnju hotela sačuvaju u prirodnom okolišu i uz manje ulaganja dobiju ekonomsku vrijednost. (Sladoljev, 1998)

Kamping je oblik slobodnog boravka u prirodi, vremenski je ograničen, najčešće se odvija u manjim jedinicama kao što su auto domovi, šatori ili kamp prikolice. Prostori za kampiranje mogu biti privatni ili javni, a poduzeća koja se bave kamping turizmom nude privremeni boravak na svojim parcelama. (Sladoljev, 1998)

3.2. Nastanak i razvoj kampova

Kamping turizam predstavlja tržište odmora na otvorenom čiji su počeci vežu za prostranstva na području sjeverne Europe, a sve ubrzaniji i urbaniji život utjecali su na traženje odmora na otvorenom, daleko od uobičajene sredine. (Sladoljev, 1998)

„Korijeni kampinga vezani su uz fenomen korištenja slobodnog vremena, a prethodnici ovog oblika odmora su bili „Wandervoegel“, koji su oponašali modu lutanja svojstvenu crkvenim ljudima i znanstvenicima srednjovjekovnih gilda.“ (Sladoljev, 1998, str. 9)

Kamping pokret započet je od strane njemačkih i skandinavskih studenata s „Grand Tourom“. Ovaj pokret kampinga nastavio je Englez Robert Baden - Powell početkom 20. stoljeća kada je osnovao skautski pokret. Tada su mladi ljudi (pretežito studenti) osjetili dah slobode koji se manifestirao u obliku boravka na otvorenom, spavanju u šatorima i druženjem van kuće. (Sladoljev, 1998)

1942. godine u Foxlease, Velika Britanije, organiziran je Prvi svjetski kamp u razdoblju od 16. do 24. srpnja. Kamp je bio organiziran od strane udruge Girl Guides and Girl Scouts, koju je vodila Olave Baden-Powell, kći Roberta Baden – Powella, osnivača skautskog pokreta Boy Scouts. Izravni poziv za kamp dobilo je ukupno šest vodiča, međutim, zbog velike zainteresiranost, tijekom te manifestacije, kamp je posjetilo 1100 djevojaka iz čak 40 svjetskih zemalja. (World Association of Girl Guides and Girl Scouts, 2024)

Između dva svjetska rata došlo je do velikih promjena u načinu rada, u provođenju radnog i slobodnog vremena pa sukladno tome dolazi do različitih odluka za provođenje odmora. Ljudi su težili za pronalaskom što ugodnijeg i udobnijeg načina života u prirodi, ali i samim načinom prijevoza do destinacije. U početku su glavno prijevozno sredstvo bile konjske sprege, a nakon toga i sredstva na motorni pogon. Počela se proizvoditi i sve kvalitetnija oprema za boravak u prirodi te su se na taj način otvarali i industrijski pogoni koji su proizvodili sve ono neophodno za boravak u prirodi: prijevoz, auto domovi, čuvanje hrane, načini za osvjetljavanje mjesta boravka u prirodi i sportske opreme. (Sladoljev, 1998)

U početku je kamping bio vrsta turizma fokusirana na „siromašniju“ klijentelu. Međutim, s pojavom suvremenijih tehnoloških mogućnosti u proizvodnji opreme nameću se veći raspon cijena, različita kvaliteta kampinga te se sve više teži za većom kupovnom moći samog korisnika. (Sladoljev, 1998)

U Hrvatskoj se prvi kamp otvorio 1934. godine na otoku Rabu. Kamp je bio otvoren od strane profesora Richarda Ehermanna iz Beča pod nazivom „Rajska uvala“. Prema statističkim podacima, već 1953. godine Hrvatska je brojila 18 kampova s kapacitetom do 5400 osoba, a te godine ostvarili su 186.000 noćenja. Kampovi u Hrvatskoj su se na početku nalazili u samim uvalama u blizini mora, a najčešći posjetitelji kampova bili su Nijemci i Česi. Prve kampove su osnivala lokalna turistička društva ili hotelska poduzeća. (Bonifačić, 2011)

Kamping turizam se na području bivše države razvijao naglo, a veliki utjecaj imala je snažna inozemna potražnja. Svoj vrhunac je kamping turizam u Jugoslaviji dosegao 1983. godine kada ja udio kamping noćenja iznosio 35% od udjela ukupnog noćenja turista u državi te godine. (Bonifačić, 2011)

3.3.Vrste kampova i smještajne jedinice u kampovima

Kampovi se u Hrvatskoj, prema Pravilniku o razvrstavanju kampova, dijele na:

- Kamp -objekt u kojem se pružaju usluge kampiranja, smještaja u građevinama, druge ugostiteljske usluge, mogućnost bavljenja sportskim aktivnostima i ostale turističke usluge. Svaki kamp mora imati recepciju, sanitarne čvorove, minimalno 10 smještajnih jedinica te razne građevine s oblicima rekreacije ovisno o vrsti kampa. Čak 70% kampa treba biti odvojeno za smještaj gostiju na osnovnim jedinicama kampa što čine parcele, dok 30% kampa mogu zauzimati građevinski objekti (kamp i mobilne kućice).
- Kamp naselje – objekt gdje se osim kampa nalazi i još neka vrsta ugostiteljskog objekta (hotel, apartmani, turističko naselje i slično). Ovom vrstom objekta u potpunosti upravlja jedan vlasnik (ugostitelj) neovisno o broju i vrsti smještaja unutar njega. Kamp naselje, prema Pravilniku, treba imati ogradu.
- Kampiralište – objekt u kojem se pružaju usluge smještaja s pokretnom opremom uz uvjet da je ta oprema osobno vlasništvo samog gosta. Kako bi se neki objekt mogao smatrati kampom, potrebno je imati minimalno 30 osnovnih smještajnih jedinica, parcela, sanitarni čvor, usluge recepcije se odvijaju na sami poziv gosta.
- Kamp odmorište – pruža se usluga kampiranja na jednu noć ili kraći odmor pod uvjetom da gost ima vlastitu opremu. Prema Pravilniku, ova vrsta objekta treba sadržavati kamping parcele i sanitarni čvor. (NN, broj 138/06, čl.14, st.2, 2024)

Kampovi se dijele na dvije skupine:

1. Kampovi s obzirom na mogućnosti:

- *Kamp*: mjesto u općem smislu te riječi
- *Gradski kamp*: smješten u okolini grada, a uvelike ovisi o gradu. Potrebno je da je kamp povezan s gradom javnim prijevozom, a minimalna udaljenost grada i kampa ne iznosi više od 20 km.
- *Vodeno športski kamp*: smješten je u neposrednoj blizini vodene površine, a udaljenost kampa i neke vrste vode (rijeka, jezero) ne smije biti veća od 100 m. Uvjet je da kamp ima teren i opremu za bavljenje vodenim sportovima.
- *Termalni ili zdravstveni kamp*: kamp koji svoje postojanje duguje blizini termalnih kupelji udaljenih maksimalno 500 metara. Potrebno je da gostima jamči medicinske usluge i ima prikladnu medicinsku asistenciju.

2. Kampovi prema vrsti korisnika:

- *Obiteljski kamp*: vrsta kampa namijenjena obiteljima s djecom. Prema vrsti kampa potrebna je prilagođena oprema u kampu. Potrebno je da u kampu postoje različite atrakcije za djecu, sprave za igranje i igrališta. Također, za djecu trebaju biti osigurane kupaonice koje su prilagođene njima, ukoliko kamp ima bazen potreban je i bazen za djecu i slično. Pri sastavljanju pravilnika u kampu, potrebno je na umu imati prisustvo djece, kako bi se odredilo vrijeme za odmor, te vrijeme kada je dopuštena glazba i buka.
- *Kampovi za mladež*: nudi različite oblike zabave za mlade. Nakon 24 sata u kampu mora vladati mir, a u slučaju incidenata uzrokovanih drogom, alkoholom ili nasilnim ponašanjem, voditelj kampa je dužan reagirati te obavijestiti policiju.
- *Naturistički kampovi*: ova vrsta kampa omogućava gostima odmor daleko od očiju javnosti. U sanitarnim čvorovima ne postoji podjela na muški i ženski dio, a kampovi mogu imati određene uvjete vezane za ulazak u kamp. (Sladoljev, 1998)

Smještaje jedinice u kampovima su:

- *Kamp mjesto*: predstavlja uređen, očišćen i neomeđen prostor. Može biti označen brojem radi lakše orijentacije, ali to nije uvjet.
- *Kamp parcela*: parcela je, za razliku od kamp mjesta, označena brojem. Zove se još i soba na otvorenom, a opremljena je priključkom na struju i vodu. Neke parcele imaju još i priključke na plin, odvod, kanalizaciju i Internet. Uobičajeni standard za veličinu parcele je 100 m², a u većini slučajeva su odvojene živicom.

- *Građevine u kampu:* osim tradicionalnih i osnovnih smještajnih jedinica, u kampu se još mogu pronaći i smještajne jedinice unutar građevinskih objekata. Mogu biti smještene u kućicama i bungalovima, a to su sobe, studio apartmani, apartmani, prostorije za spavanje i spavaonice. U pravilu su to zasebne nepokretne kućice, mogu biti montažne i do dva kata visine. (Bonifačić, 2011)

3.4. Klasifikacija kampova

Kampovi i kamp naselja kategoriziraju se u četiri kategorije, točnije:

- Dvije zvjezdice
- Tri zvjezdice
- Četiri zvjezdice
- Pet zvjezdica

Kod kategorizacije kampova i kamp naselja gledaju se karakteristike kao što su: uređenje, oprema, uređaji, usluge, održavanje i ostalo. Uz navedeno, za kamp naselja se još gledaju i Propisi za vrstu objekta koja se još nalazi u kamp naselju. Također, uz gore spomenute karakteristike, kampovi i kamp naselja za pojedinu kategoriju trebaju ispuniti propisani bodovni prag koji se odnosi na: ekologiju, sport i rekreaciju, animaciju te na ugostiteljske, trgovačke i ostale sadržaje. (NN, broj 138/06, čl. 14, st.2, 2024)



Slika 3. Klasifikacija kampova

Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_07_75_2493.html

4. KAMPING TURIZAM U EUROPI

Osnovno tržište kamping turizma je Europa. Prema statističkim podacima, oko 30 milijuna osoba iz srednje Europe boravi redovno ili povremeno u kampovima, što čini oko 10% europskog stanovništva. Prvi europski kampovi osnivali su se na prostoru Velike Britanije i Francuske, a danas skoro svaka europska država broji velik broj kampova. (Sladoljev, 1998)

4.1.Njemačka

Razvoj kampova u Njemačkoj počinje 1924. godine kada je njemački savez kanuista prvi put pokušao „šatorovanje“ proširiti na način da se tako provodi godišnji odmor. Već 1927. godine izlazi popis šatorskih kampova, a proizvodnja šatora uvelike napreduje. Nakon 30 godina kampinga i uspješnih rezultata u proizvodnji kamping prikolica, u Nizozemskoj se, na prijedlog Engleza, osniva međunarodna kamping udruga (IFCC). (Sladoljev, 1998)

Drugi svjetski rat rezultirao je privremenim prekidom razvoja kampinga i raskinuo sve kamping veze s ostatkom Europe. Četiri godine nakon završetka rata, 1949. godine, započinju neke nove aktivnosti na području kampinga. Inovacija u kamping turizmu tada je bio nacionalni rally, koji je svoj vrhunac doživio 1953. godine. Međutim, ovom veliko skoku u razvoju kamping turizma treba predati i proizvodnji novih francuskih šatora s uspravnim stranicama koji su kampistima omogućili slobodu kretanja unutar šatora, kako bi mogli stajati i udobno sjediti. Godinu dana nakon , prvi kamping val doživio je svoj vrhunac te je iste godine u Munsteru održan prvi sajam za kampove. Tada je bilo jasno da ništa ne može zaustaviti munjeviti razvoj kampinga u Njemačkoj. (Sladoljev, 1998)

Već 1959. godine bilo je jasno kako je Njemačka postala vodeća europska sila u kamping turizmu. Promet koji je kamping turizam ostvarivao u Njemačkoj iznosio je 400 milijuna maraka, a broj kampista se popeo na 3,5 milijuna. Šezdesetih godina glavni motiv turizma postaje udobnost, na što se i sama kamping industrija morala prilagoditi, zbog čega dolazi do povećanja prodajnih iznosa. Krajem šezdesetih godina dolazi do razvoja karavan industrije. Njemački kamperi, koji su prije u kampovima boravili isključivo u šatorima, sada teže za udobnošću te ih sve više boravi u karavanima te na taj način dolazi do novog rasta kamping industrije. (Sladoljev, 1998)

Iako se kamping turizam smatra jednom od najizoliranijih vrsta turizma, za vrijeme pandemije Covid – 19 također bilježi minimalan pad u odnosu na prethodnu godinu.

Graf 1. Broj noćenja u Njemačkim kampovima



Izvor: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_occ_ninat/default/table?lang=en

Prema gore navedenom grafu, možemo vidjeti kako je noćenje u kamping turizmu Njemačkoj u 2020. godini u odnosu na 2019. pao za otprilike 5,04%. Taj pad je skoro pa neosjetan ako ga uspoređujemo s drugim vrstama smještaja gdje ja bio zabilježen pad od 20% i više. Broj noćenja u 2021. godini također pada u odnosu na 2020. no već u 2022. godini bilježimo rast od približno 22% u usporedbi s 2021. godinom. Na grafu se jasno vidi kako je kamping turizam u Njemačkoj na uzlaznoj putanji, a u 2024. godini je ostvareno 15.868.922 noćenja kada gledamo samo prvih šest mjeseci, što pokazuje kako broj kampera u Njemačkoj raste iz godine u godinu.

4.2. Italija

Povijest kampiranja u Italiji započinje 1930. godine na se na tržištu prvi put pojavljuju kamp prikolice izrađene u Italiji, no do početka 50-ih još uvijek nema pravih naznaka kamping turizma u Italiji. Prvi službeni zapisi o kamping turizmu u Italiji pojavljuju se 1934. godine, a nakon toga tek 1951. godine. Tada počinje prvo zanimanje turista za kamping u Italiji, a u tom desetljeću su osnovana i prva kamping poduzeća. Tih godina je većina kamping turista u Italiji bila iz inozemnih država te se tada grade prvi autokampovi. Od 1959. godine broj noćenja talijanskih kampista pokazuje stalni rast. (Sladoljev, 1998)

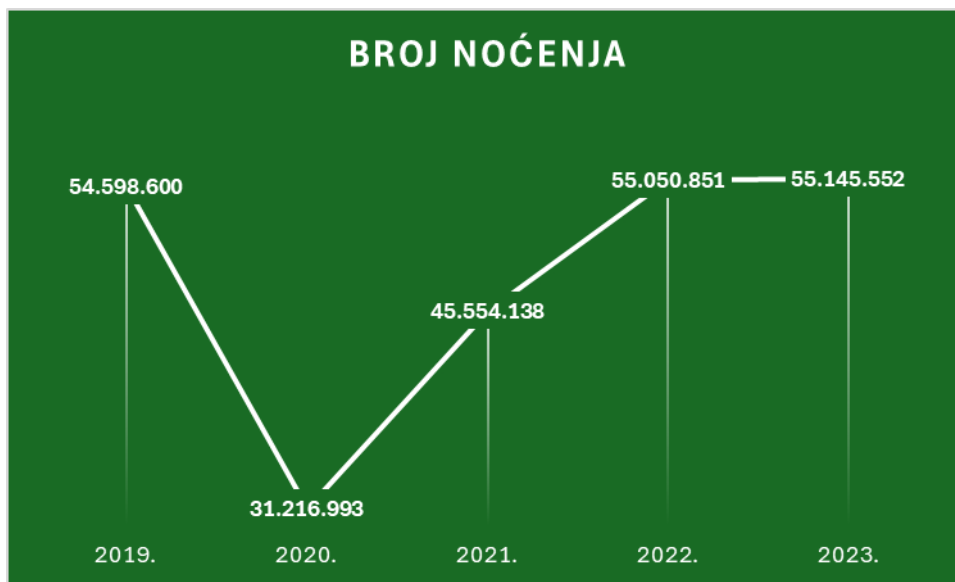
S razvojem kampinga i sve većih potreba kamping turista došlo je do moderniziranja autokampova, te je zbog tog pothvata došlo i do povećanja cijena te tako talijanski kampovi

postaju najskuplji u Europi. Baš zbog tog razloga, talijanski kamperi sve više provode svoje godišnje odmore u inozemstvu, u državama u blizini Italije. (Sladoljev, 1998)

Krajem 90-ih godina prošlog stoljeća dolazi do promjene u ponašanju talijanskih kampista, te se originalni identitet gosta u kampu potpuno promijenio. Odnos prema kamping turizmu doživio je promjene i zbog sve većih troškova održavanja i očuvanja kamp vozila koji postaju sve veći i ne konkurentniji troškovima tradicionalnog boravka u hotelima. (Sladoljev, 1998)

Za razliku od Njemački, kamping turizam u Italiji prije i nakon Covida-19 bilježi veći pad, ali i brži oporavak.

Graf 2. Broj noćenja u Talijanskim kampovima



Izvor: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_occ_ninat/default/table?lang=en

Iz grafa je vidljiv nagli pad u 2020. godini u odnosu na 2019. godinu. Zahvaljujući pandemiji Covida-19, pad noćenja u talijanskim kampovima iznosi oko 40%. Međutim, ne smijemo zaboraviti kako je upravo Italija na početku pandemije bila žarišna točka Covida pa tako ove brojke ne iznenađuju. Međutim, dok Njemačka godinu nakon ponovno zabilježaba mali pad, Italija doživljava rast od skoro 45%. Taj broj zadnje dvije godine raste, međutim ne u velikim razmjerima.

5. KAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ

Hrvatski turizam se često povezuje s masovnim turizmom i konceptom sunca i mora kao glavnim atrakcijama. Međutim, to nije sve što Hrvatska nudi. Zemlja postaje sve više prepoznatljiva kao mediteranski raj za kampiranje i uživanje u prirodi. Turizam se u hrvatskoj, u drugoj polovici 20. stoljeća, sve više oslanjao na kampiranje. Danas kapacitet kampova i broj kampista bilježe kontinuirani rast, a kamping turizam postaje jedan od ključnih segmenata u hrvatskom turizmu. (Sladoljev, 1998)

Prema Pravilniku u kampovima u Republici Hrvatskoj, kamp se definira kao smještajni poslovni objekt u kojem posluje ugostitelj ili pravna osoba, ima svoje funkcionalne cjeline koje se sastoje od uređenog prostora na otvorenom, građevinama za smještaj gostiju i građevinama namijenjenim za druge potrebe gostiju. (Ministarstvo turizma i sporta RH, 2024)



Slika 4. Logo kamping udruženja

Izvor: <https://mint.gov.hr/vijesti/najavljen-15-kongres-hrvatskog-kampinga-s-bogatim-programom/22799>

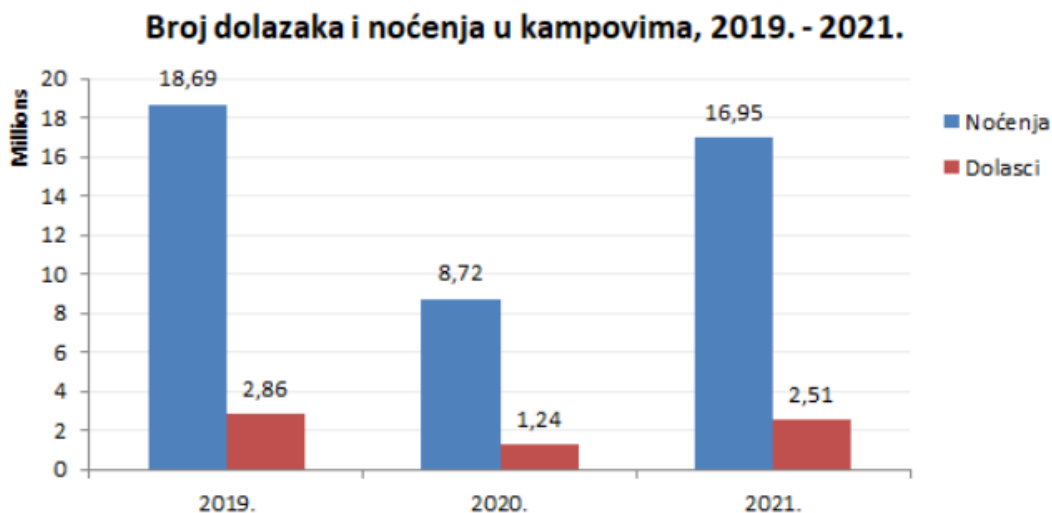
5.1. Kampiranje u Hrvatskoj

Sve više i više turista posjećuje i raspoznaje Hrvatsku kao kamping destinaciju. Mnogi Europski kamperi dali su Hrvatskoj epitet „Europska kamping destinacija broj jedan“. Nešto manje od 90% kampova u Hrvatskoj smješteno je uz samu obalu Jadranskog mora. Uz to, Hrvatska obiluje raznolikim krajolikom i velikim brojem otoka i uvala, a kampovi koji nisu smješteni u blizini mora nalaze se u blizini rijeka i jezera. (Camping, 2024)

Kampovi, kao jedan od najpopularnijih smještaja u hrvatskoj, ostvaruju čak četvrtinu noćenja. Danas je većina kampova u privatnom vlasništvu, što uvelike rezultira sve kvalitetnijom ponudom. Kvaliteta kampova u Hrvatskoj odgovara europskim standardima, a cijene u kampovima su jedne od povoljnijih na Mediteranu. Skoro 90% hrvatskih kampova je

opremljeno s bazenima, vodenim parkovima, igralištima, a tu se još mogu naći i jedrenje, jahanje, skijanje na vodi, ronjenje i slično. (Camping, 2024)

Graf 3. Broj dolazaka i noćenja u kampovima u razdoblju od 2019. do 2021. godine



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

Kao i sve grane turizma, tako je za vrijeme pandemije Covid-19 i Hrvatska osjetila pad u grani kamping turizma. Hrvatska je u kampovima tijekom 2019. godine zabilježila 2.8 milijuna dolazaka i 18.6 milijuna noćenja. U 2020. godini, dolaskom pandemije te zbog raznih restrikcija uvedenih od strane politike, Hrvatski kamping turizam bilježi pad u broju dolazaka od oko 40% i pad u broju noćenja za malo više od 50%. Već iduće godine broj dolazaka i noćenja raste te dolazi do vrlo sličnih brojki kakve su bile i prije same pandemija. Tako je u 2021. godini u kampovima zabilježeno 2.51 milijun dolazaka i 16.9 milijuna noćenja. Važno je napomenuti kako je Hrvatska, za razliku od ranije spomenute Italije, bila na manjem udaru pandemije te se u tom periodu smatrala jednom od najsigurnijih zemalja.

5.2. Najpoznatiji hrvatski kampovi

Hrvatski kamping turizam se sve više razvija i postaje sve rasprostranjeniji, a kampovi se ističu po atraktivnim i očuvanim prirodnim lokacijama. Najčešće su opremljeni bogatom gastronomskom i trgovačkom ponudom, raznim sportskim sadržajima, a sanitarni čvorovi su opremljeni raznim sadržajima i opremom za odrasle, djecu i osobe s posebnim potrebama. (Camping, 2024)

Tijekom kategorizacije, u kampovima se gledaju razni standardi i kategorije, a te kategorije su: sanitarije, smještajne jedinice, trgovačka i ugostiteljska ponuda i sportski, zabavni i animacijski sadržaji. Što se regija kamping turizma tiče, Hrvatska se dijeli na četiri osnovne regije, Istra, Kvarner, Dalmacija i središnja (centralna) Hrvatska. (Camping, 2024)

Kvarner: područje Kvarnera čini najveća hrvatska uvala, a poznato je po brojnim otocima, zelenoj prirodi, arhitekturi i kulturi. Područje Kvarnera proteže se od planine Učka i grada Rijeke pa sve do Dalmacija, a najveći otoci su Cres, Lošinj, Krk i Rab. Temperatura na moru u ljetnim mjesecima doseže do 24°C, more je čisto, a plaže očuvane. Najpoznatiji kampovi na području Kvarnera su:

- Omišalj Camping (Omišalj, Krk)
- Aminess Atea Camping Resort (Njivice, Krk)
- Kovačine Camping (Cres)
- Padova Premium Camping Resort (Rab)
- San Marino Camping Resort (Lopar, Rab)
- Baldarin Naturist Camping (Punta Križa, Lošinj) (Camping, 2024)



Slika 5. Padova Premium Camping

Izvor: <https://www.camping-adriatic.com/hr/padova-kamp-rab>

Dalmacija: kampiranje u Dalmaciji označava kampiranje uz duž najduljeg dijela Hrvatske obale, s mnoštvom otoka, uvala i zaljeva te na području bogatim povijesti i tradicije. Najpoznatiji kampovi na dalmatinskom području su:

- Straško camping (Novalja, Pag)
- Falkensteiner Premium Camping (Zadar)
- Amadria Park (Šibenik)
- Galeb Camping (Omiš)
- Lavanda Camping (Orebić) (Camping, 2024)



Slika 6. Galeb Camping

Izvor: <https://www.kamp.galeb.hr/cjenik-najma-mobilnih-kucica.aspx>

Centralna Hrvatska: kamping turizam u centralnoj Hrvatskoj odvija se na obalama rijeka, uz čistu i zdravu prirodu. Na području centralne Hrvatske nalaze se četiri poznatija kampa, a to su:

- Plitvice Camping (Smoljanac)
- Slapić Camping (Duga Resa)
- Plitvice Holiday Resort (Grabovac)
- Vita Camping (Tuhelj) (Camping, 2024)



Slika 7. Plitvice Holiday Resort

Izvor: https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g644071-d1109273-Reviews-Plitvice_Holiday_Resort-Grabovac_Plitvice_Lakes_National_Park_Central_Croatia.html

5.3.Kamp Falkensteiner Premium

Kamp Falkensteiner Premium smjestio se u Zadru, i jedan je od najmodernijih kampova na području Dalmacije koji se proteže na 85 000 metara kvadratnih i ima kapacitet od 1176 osoba. Jedini je kamp u Zadru i bližoj okolici grada koji je otvoren tijekom cijele godine. Raspolaze s 369 stambenih jedinica od toga 86 mobilnih kućica, 7 Premium Glamping kućica i 274 parcele, a sve smještajne jedinice su opremljene električnom energijom, odvodima i vodom. Na nekoliko lokacija unutar parka nalaze se i stanice za punjenje hibridnih vozila. Od prošle godine raspolazu i novim, velikim aquaparkom, a kućni ljubimci su dozvoljeni na određenim područjima kampa. (Premium Camping Zadar, 2024)

Kada je riječ o kategorizaciji i osnovnim uvjetima iste, kamp ima 5 zvjezdica te savršene ocjene kod sva 4 segmenta ocjenjivanja. U kampu su dostupna dva velika sanitarna čvora. Ima 6 obiteljskih kupaonica, a još nudi i dječje sanitarije, zaseban prostor za previjanje, sanitarije za invalide, kabine za umivanje, perilice i sušilice rublja, usluge pranja i glačanja, sudopere i ostalo. Kada je riječ o ugostiteljskoj i trgovačkoj ponudi, kamp izdvaja super market, mini market, mjesto za prodaju ribe, mjesto za prodaju voća i povrća, više restorana i kafića, fast food restorane, slastičarne i barove. (Camping, 2024)

Kada govorimo o bavljenju sportom i rekreacijom, ili samo o provođenju kvalitetnog slobodnog vremena, Falkensteiner kamp ime jako dobru i veliku ponudu. Korisnicima usluga su tako u ponudi: otvoreni bazen, otvoreni grijani bazen, otvoreni dječji bazen, vodeni park, wellness, sauna, masaže, razne animacije za djecu i odrasle, dječja igrališta, teniski tereni i škola tenisa, odbojka na pijesku, stolni tenis, fitness, najam bicikli, najam čamaca i ronjenje. Od ostalih ponuda tu su prostor za društvene aktivnosti, disko, plaža za osobe s invaliditetom, plaža za pse, ambulanta, bankomati i ostalo. (Camping, 2024)



Slika 8. Falkensteiner Premium Camping Zadar

Izvor: <https://www.falkensteiner.com/hr/premium-camping-zadar/galerija>

5.4.Kamp Slapić

Kamp Slapić nalazi se u blizini Duge Rese te se smjestio uz obalu rijeke Mrežnice, a djeluje od 2002. godine. Ovaj kamp dobitnik je brojnih nagrada za kvalitetu, kapacitet mu je oko 300 gostiju, a rasprostire se na 30 000 metara kvadratnih. Kamp broji 73 parcele, 7 glamping kućica i 4 mobilne kućice. Sve parcele u kampu imaju struju, a skoro 90% njih i priključak za vodu. Kamp broji dva velika sanitarna čvora, s kupaonicama, prostorijama za previjanje beba,

perilicama posuđa, kupaonicama za invalide, perilicom i sušilicom rublja i ostalo. Od ostalog sadržaja, kamp gostima nudi restoran i fast food, bazen, dječje igralište, teren za nogomet, teniski teren, odbojku na pijesku, stolni tenis, jahanje, najam bicikla i ostalo. (Camping, 2024)



Slika 9. Kamp Slapić

Izvor: <https://radio-mreznica.hr/kamping-sezona-u-slavicu-samo-sto-nije-pocela-ali-navale-nema/>

6. KAMPING TURIZAM ISTRE

Istra, najveći hrvatski poluotok, nalazi se na zapadnom dijelu države. Osim što je poznata po čistom moru i predivnim plažama, turiste sve više privlači unutrašnjost Istre, prožeta zelenim šumama i livadama, koji predstavljaju savršeni spoj zelenila i plavetnila. To je regija bogata turističkim destinacijama, te nudi veliki potencijal za razvoj kamping turizma. (Camping, 2024)

6.1. Razvoj kamping turizma Istre

Razvoj kamping turizma u Istri počeo je 1960. godine, paralelno s razvojem masovnog turizma na Jadranu. Rastući interes turista pokrenuo je izgradnju prvih kampova uz obale. S vremenom, kako je rasla potražnja, grade se sve veći i moderniji kampovi. Pri gradnji kampova uvodi se električna energija, sanitarni čvorovi i ugostiteljski objekti. Osamdesetih godina dolazi do značajnog napretka u segmentu kampiranja u Istri te su određeni kampovi postali kao brend i prepoznatljivi na europskom tržištu. (Camping, 2024)

Jedan od ključnih razloga stalnog razvoja kamping turizma na području Istre je kontinuirana težnja za modernizacijom i poboljšanjem infrastrukture. Današnji kampovi su daleko napredniji u odnosu na početke kamping turizma i prve kampove, te time pružaju visokokvalitetne sadržaje poput bazena, restorana, wellness-a, sportskih centara i slično. Kamping u Istri sve više teži ispunjenju ekoloških standarda. Velik broj kampova provode praksu poput korištenja solarne energije, sustava za reciklažu, racionalnog korištenja vode i slično. Tako je ekološka orijentacija postala ključni element u privlačenju sve većeg broja posjetitelja, te su se Istarski kampovi još dublje probili na europsko tržište. (TZ Istarske županije, 2024)

Svake godine tisuće turista iz raznih europskih zemalja (Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija...) posjećuju Istru kako bi kampirali. Ovaj oblik turista garantira prihode, ne samo kampovima, već i lokalnom gospodarstvu, kao što su restorani, trgovine, pružatelje turističkih usluga, kafići i ostali. (Camping, 2024)

6.2. Dolasci i noćenja turista

Broj dolazaka i noćenja u kampovima u Istri pokazuju značajan rast. Kao jedna od vodećih destinacija za kampiranje u Hrvatskoj, Istra privlači turiste iz raznih zemalja, a kapaciteti kampova se sve više popunjavaju. Kampovi u Istri bilježe svake godine rast u broju dolazaka i

noćenja turista u kampovima, a time daju do znanja kako je kamping turizam u Istri jedan od bitnijih segmenata turizma. (TZ Istarske županije, 2024)

Prema podacima turističke zajednice Istarske županije, kamping turizam u Istri je iz godine u godine rastao. Iako se nije radilo o velikim oscilacijama u brojevima dolazaka i noćenja, rast je bio postojan te je na taj način kamping turizam bio jedna od najunosnijih grana turizma ove regije. (TZ Istarske županije, 2024)

Tablica 1. Broj dolazaka i noćenja turista u Istarskoj županiji u kampovima

Godina	Dolasci	Noćenja
2019.	1.120.424	8.708.252
2020.	434.078	3.779.418
2021.	843.020	7.172.259
2022.	1.145.978	9.137.840
2023.	1.205.219	9.279.973

Izvor: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika>

Pojavom pandemije Covid-19, u 2020. godini bilježi se veliki pad broja dolazaka i noćenja, gdje broj dolazaka koji je u 2019. iznosio 1.120.424 pada na 434.078, što je razlika od otprilike 61%. Broj noćenja pada za 56,60%, to jest, broj noćenja u 2019. iznosio je 8.708.252, dok je broj noćenja u 2020. bio 3.779.418. Godinu dana nakon, točnije 2021. godine, osjeti se rast u broju dolazaka i noćenja u odnosu na prošlu godinu, međutim brojke se još uvijek ne vraćaju na staro. Tek 2022. godine brojke dolazaka i noćenja premašuju brojeve iz 2019. godine i od tada možemo reći da kamping turizam ponovo bilježi uzastopni rast.

6.3. Najbolji istarski kampovi

Istra broji velik broj kampova, što u sklopu privatnih iznajmljivača, što u sklopu većih hotelskih organizacija koje u svojoj ponudi osim raznih hotela imaju i veće kampove. Najveći broj kampova od strane većih organizacija na području Istre drži turistička grupacija Valamar. Valamar Riviera jedna je od najvećih turističkih grupacija na području Hrvatske i vodeća na Jadranu. Osnovana je 1953. godine, a danas upravlja velikim brojem apartmana, hotela i kampova na području Istre i uz duž Dalmatinske obale. Posjeduju više od 35 hotela i 15 kampova s ukupnim kapacitetom od preko 50.000 kreveta. Smješteni su u svim većim

destinacijama države kao što su Krk, Poreč, Dubrovnik i Makarska, posvećeni su održivom turizmu i ekološkim praksama, a ostvaruju značajne prihode u turističkom sektoru. (Valamar Riviera, 2024)

Kada je riječ o istarskim kampovima, najveći broj kampova, koji su ujedno i najposjećeniji, smjestili su se Umagu, Poreču, Rovinju, Puli i Rapcu, kako u samim gradovima tako i u blizini istih. Na području Umaga nalazi se pet većih kampova, u Poreču i okolici čak 12, Rovinj broji 6 kampova, Pula 4, a u Rapcu se nalazi jedan kamp. (Camping, 2024)

6.3.1. *Kampiranje u Umagu*

Umag i okolica Umaga broje pet kampova:

- Kamping Savudrija
- Kamping Stella Maris
- Kamping Park Umag
- Aminess Maravea Camping Resort
- Aminess Sirena Camping

Camping Stella Maris nalazi se 1,5 km od Umaga u istoimenom resortu. Smješten je 15 km od slovenske granice i 30 km od Trsta te je zbog toga glavna kamping destinacija za Slovence i Talijane. Kapacitet samog kampa je oko 1911 osoba, a na raspolaganju ima 373 parcele i 149 mobilne kućice. *Camping Stella Maris* idealan je odabir za obitelji koje žele biti u centru zabave i zbivanja. Kamp ima 4 zvjezdice te nudi širok spektar usluga kao što su bazeni za odrasle i djecu, vodeni park, wellness & spa, frizerski salon, salon za masažu, animacije za djecu i odrasle, dječje igralište, mini golf, odbojku na pijesku, teniske terene, jahanje i ronjenje. U blizini se nalazi nekoliko plaža, pješčane, šljunčane i kamene, a moguće je unajmiti kanue i pedaline. U kampu je dozvoljeno dovođenje kućnih ljubimaca. (Stella Maris, 2024)



Slika 10. Kamp Stella Maris

Izvor: <https://www.istracamping.com/hr/kampovi/stella-maris/opis>

6.3.2. Kampiranje u Poreču

Poreč je smješten na zapadnoj obali istarskog poluotoka, grad je to star 2000 godina i bogat je kulturnom baštinom što uvelike privlači velik broj turista svake godinu. U Poreču i okolici Poreča smješteno je 12 kampova. Najpoznatiji kampovi na području Poreča su:

- Solaris Camping Resort
- Lanterna Premium Camping Resort
- Camping Zelena Laguna
- Istra Premium Camping Resort
- Porto Sole Camping (Camping, 2024)

Istra Premium Camping Resort samo je jedan u nizu kampova Valamar grupacije. Riječ je o luksuznom kampu s 5 zvjezdica, smještenim u blizini Funtane pored Poreča. Prostire se na 37 hektara i ima kapacitet od 3800 gostiju te 1500 metara obale. Nudi visokokvalitetnu uslugu i sadržaje, udoban smještaj, moderno opremljene sanitarne čvorove i ostalo. Parcele su prostrane i imaju pogled na more. (Valamar camping, 2024)

U kampu se nalazi središnji trg Piazza s trgovinama i marketom. Od posebne ponude ističu se Bella Vista parcele, smještene neposredno uz more, Marbello Premium Village namijenjen za

glamping u mobilnim kućicama te Sunset Glamping Village namijenjeno za glamping unutar šatora. (Valamar camping, 2024)



Slika 11. Istra Premium Camping Resort

Izvor: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort>

6.3.3. *Kampiranje u Rovinju*

Rovinj je smješten na zapadnoj obali istarskog poluotoka te zajedno s Porečom čini turistički centar Istre. Najveći spomenik Rovinja je crkva svete Eufemije koja se nalazi na brdu u centru grada. (Grad Rovigno, 2024)

U okolici Rovinja nalazi se šest kampova, a to su:

- Valalta Naturist Camping
- Val Saline Camping
- Amarin Camping
- Polari Camping
- Mon Perin Camping

Mon Perin Camping smjestio se na otprilike pola puta između Rovinja i Pule, pored malenog zaseoka Bale. Prostire se na 30 hektara, a svojim posjetiteljima nudi 9,5 km obale uz čisto Jadransko more. Kamp ima 4 zvjezdice, a kapacitet mu je 2466 osoba. Kamp raspolaže sa 404 parcele i 270 mobilnih kućica te 8 velikih i opremljenih sanitarnih čvorova. U kampu se nalaze mini trgovine, mjesta za prodaju voća, povrća i ribe, 3 restorana, 2 fast fooda, barovi i slastičarne. Od sportsko – rekreacijskih sadržaja, unutar kampa se nalaze otvoreni i grijani

bazeni za djecu i odrasle, vodeni park na napuhavanje, wellness i sauna, frizerski salon, animacije za djecu i odrasle, mini golf, košarka, mali i veliki nogomet, jahanje, tenis i ostalo. (Mon Perin, 2024)



Slika 12. Mon Perin Caming

Izvor: <https://www.monperin.com/hr>

6.3.4. Kampiranje u Puli

Pula je najveći grad Istarske županije i smjestila se na jugozapadu poluotoka. U svojoj okolini broji velik broj kampova, a najpoznatiji su:

- Bi Village Caming
- Arena One 99 Glamping
- Arena Grand Kažela Campsite
- Arena Stoja Campsite

Arena One 99 Glamping smjestila se u medulinskom zaljevu na jugu Istre. To je luksuzna oaza u prirodnoj hladovini nadomak mora, a sve je usmjereno na opuštanje tijela i duha. Kamp je udaljen od Pule 8 km, a od Medulina 4 km. Veličina kampa je 4.5 hektara, a kapacitet je 675 ljudi. Kamp ima 190 parcela i 190 glamping kućica. Kamp je usmjeren na potpuno opuštanje pa tako u svom sadržaju ima wellness, sauna, masaža i bazeni, a od dodatnih sadržaja broje animacije za djecu i odrasle, dječje igralište, bicikle i čamci za najam i ostalo.



Slika 13. Arena One 99 Glamping

Izvor: <https://www.arenaglamping.com/hr>

6.3.5. *Kampiranje u Rapcu*

Rabac je malo naselje smješteno u istarskoj županiji. Jedini kamp u Rapcu je Marina Camping Resort. Kamp se nalazi 15 km od Labina, a njegovi aduti su netaknuta priroda, smještaj uz more i ronilački klub. Kamp krasi stjenovite plaže i plaže s oblucima. Rasprostire se na 5 ha, a kapacitet mu je 969 ljudi. Ima 235 parcele i 75 mobilne kućice. Kamp ima 1 super market i 1 mini trgovinu, otvoreni bazen za djecu i odrasle, animacije za djecu, dječje igralište, stolni tenis, najam bicikla i ronjenje. (Campinghr, 2024)



Slika 14. Marina Camping Resort

Izvor: <https://www.booking.com/hotel/hr/camping-marina.hr.html>

6.4. Smjernice za razvoj kamping turizma

Prema Mater planu turističke zajednice, cilj kod razvoja kamping turizma je osigurati razvoj kamping smještaja prema strategijama i ključnim ciljevima koje iznosi master plan, a to su:

- Lojalnost koja se karakterizira kroz proizvode, to jest atrakcije i sadržaje koji zadovoljavaju potrebe
- Prepoznatljivost koje se manifestira kroz pružanje posebnih i autentičnih doživljaja kako bi gosti stekli najbolja iskustva
- Isporuka kvalitete koja proizlazi iz osobnog šarma destinacije
- Poticanje na ulaganje u turizam koji pružanjem poticaja privlači potencijalne investitore da ulože u destinaciju
- Koordinirani proces među subjektima javnog i privatnog sektora unutar destinacije
- Reputacija, to jest programi u svrhu promocije usmjereni na specifične segmente u svrhu ispunjenja cilja (TZ Istarske županije, 2014)

S obzirom da je kamping turizam u Istri do nedavno bio vodeći tip smještaja, Istra je među turistima bila poznata isključivo kao kamping destinacija. S obzirom da kampovi ostvaruju niže cijene od ostalih smještajnih objekata, ali imaju i jako niske troškove, osobito su primamljivi za investitore zbog visoke razine operativnog prihoda. Upravo zbog toga je cilj da na atraktivnijim lokacijama uz obalu budu smješteni hoteli i turistička naselja, s obzirom da od ukupne površine u turističkim zonama, kampovi zauzimaju gotovo 45%. (TZ Istarske županije, 2014)

S obzirom na prijašnje Mater planove, kada je riječ o kampovima, predlaže se sljedeće:

- U miješanim zonama, gdje je moguć razvoj hotela (T1), turističkih naselja (T2) i kampova (T3), preferirati razvoj T1 i T2 objekata u odnosu na T3, to jest, fokusirati se na gradnju T3 objekata isključivo ako ne postoje uvjeti za izgradnju T1 i T2 objekata
- Podizati kvalitetu kampova u svim postojećim T3 zonama na minimalno 4 zvjezdice; plan realizacije do najkasnije 2030. godine (TZ Istarske županije, 2014)

7. ZAKLJUČAK

Turizam predstavlja jednu od najvećih grana gospodarstva, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj. Upravo zbog velike zainteresiranosti dolazi do masovnosti i velikog broja turista. Kako bi se spriječio razvoj masovnog turizma, pojavljuju se odvojeni oblici koji pružaju svakom turistu uvid u određeno polje u kojem želi uživati. Takvi oblici se nazivaju selektivni oblici turizma, a tu spadaju ruralni, nautički, vjerski, filmski, kamping turizam i ostali.

Kamping turizam od svojih početaka pa do sad bilježi kontinuirani rast u broju dolazaka i noćenja. Razlog tome je što turisti koji teže za ovom vrstom turizma imaju određenu dozu slobode i mira, što nije karakteristika za druge selektivne oblike turizma.

Kamping turizam Istre predstavlja važan segment turističke ponude Hrvatske, a naglašava ulogu o razvoju održivog turizma i očuvanju prirodnih resursa regije. Kroz ovu analizu uočeno je kako Istra, zahvaljujući svojoj bogatoj kulturno – povijesnoj baštini, povoljnoj klimi te raznolikoj i očuvanoj prirodi, privlači velik broj posjetitelja koji preferiraju boravak na otvorenom.

Ovaj oblik turizma u Istri predstavlja više od boravka u šatoru ili prikolici, on predstavlja niz sadržaja koji omogućuju gostima uživanje u prirodi, uz udobnost modernih pogodnosti. Uz tradicionalne kampove, sve više je luksuznih kampova, tako zvanih glamping odmarališta, koji spajaju eleganciju neposrednim kontaktom s prirodom. Glamping je postao jako popularan među turistima koji žele boraviti u blizini prirode i time ne žrtvovati udobnost. Na ovaj način Istra privlači širok spektar posjetitelja, od obitelji s djecom pa do avanturista.

Velika prednost kamping turizma u Istri je pristupačnost i prilagodljivost različitim vrstama gostiju. Postoje kampovi specijalizirani za djecu, kampovi za parove, kampovi prilagođeni gostima s ljubimcima i slično. Još jedna velika prednost je ekološka svijest i održivi razvoj, koji imaju ključnu ulogu. Veliki broj kampova ulaže napore kako bi smanjili negativni utjecaj na okoliš, primjenjujući održive prakse poput korištenja električne energije, recikliranja i očuvanja prirodnih resursa.

Prema svemu navedenom, možemo zaključiti kako kamping turizam u Istri predstavlja jedinstvenu kombinaciju prirodnih ljepota, ekološke svijesti, kulturnog bogatstva i vrhunske usluge. Istra je destinacija koja se iz godine u godinu razvija i prilagođava svoju turističku ponudu, zadržavajući autentičnost i brigu o okolišu. U budućnosti je važno osigurati unapređenje kvalitete usluga i promociju, uz očuvanje prirodnih ljepota.

LITERATURA

Čavlek, Bartoluci i drugi (2011.) *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb

Geić S. (2011.) *Menadžment selektivnih oblika turizma*; Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split

Rabotić B. (2013.) *Selektivni oblici turizma*; Visoka turistička škola sturkovnih studija, Beograd

Sladoljev J. (1998.) *Kamping turizam*: Sveučilišna knjižnica u Puli, Pula

Državni zavod za statistiku, dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/> (08.09.2024)

Eurostat, dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_occ_ninat/default/table?lang=en (03.09.2024)

Falkensteiner Premium Camping Zadar, dostupno na: <https://www.falkensteiner.com/hr/premium-camping-zadar> (11.09.2024)

Grad Rovinj, dostupno na: <https://www.rovinj-rovigno.hr/novosti/program-povodom-dana-grada-i-blagdana-svete-eufemije/> (10.09.2024)

Hrvatska turistička zajednica (2022.), dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-07/Kamping%20turizam%20Hrvatske%20-%20izdanje%202022.pdf> (10.09.2024)

Josipa Cvelić Bonifačić (2011.) *Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, dostupno na: https://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/turizam/20150507_Prirucnik_kamping_turizam.pdf (03.09.2024)

Master plan Istarske županije (2014.), dostupno na: [file:///C:/Users/anapi/Downloads/Master_Plan_Turizma_Istarske_Zupanije_2015-2025%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/anapi/Downloads/Master_Plan_Turizma_Istarske_Zupanije_2015-2025%20(1).pdf) (17.09.2024)

Mon Perin Camping, dostupno na: <https://www.monperin.com/hr> (11.09.2024)

Narodne novine – Ministarstvo turizma, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_07_75_2493.html (09.09.2024)

Turistička zajednica Istarske županije, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr> (09.09.2024)

Valamar camping, dostupno na: <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (09.09.2024)

World Association of Girl Guides and Girl Scouts, dostupno na: <https://www.waggs.org/ar/about-us/our-history/> (10.09.2024)

PRILOZI

Popis slika

<i>Slika 1. Selektivni oblici turizma</i>	<i>7</i>
<i>Slika 2. Kamp park Umag.....</i>	<i>8</i>
<i>Slika 3. Klasifikacija kampova.....</i>	<i>13</i>
<i>Slika 4. Logo kamping udruženja</i>	<i>17</i>
<i>Slika 5. Padova Premium Camping.....</i>	<i>19</i>
<i>Slika 6. Galeb Camping.....</i>	<i>20</i>
<i>Slika 7. Plitvice Holiday Resort.....</i>	<i>21</i>
<i>Slika 8. Falkensteiner Premium Camping Zadar.....</i>	<i>22</i>
<i>Slika 9. Kamp Slapić.....</i>	<i>23</i>
<i>Slika 10. Kamp Stella Maris.....</i>	<i>27</i>
<i>Slika 11. Istra Premium Camping Resort.....</i>	<i>28</i>
<i>Slika 12. Mon Perin Camping.....</i>	<i>29</i>
<i>Slika 13. Arena One 99 Glamping.....</i>	<i>30</i>
<i>Slika 14. Marina Camping Resort.....</i>	<i>30</i>

Popis tablica

<i>Tablica 1. Broj dolazaka i noćenja u Istarskoj županiji u kampovima.....</i>	<i>25</i>
---	-----------

Popis grafova

<i>Graf 1. Broj noćenja u njemačkim kampovima.....</i>	<i>15</i>
<i>Graf 2. Broj noćenja u talijanskim kampovima.....</i>	<i>16</i>
<i>Graf 3. Broj dolazaka i noćenja u kampovima u razdoblju od 2019. do 2021.....</i>	<i>18</i>