

Utjecaj kamping turizma na turistički i lokalni razvoj Karlovačke županije

Mihalić, Antonio

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:435879>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Antonio Mihalić

**Utjecaj kamping turizma na turistički i lokalni razvoj
Karlovačke županije**

Diplomski rad

predan na ocjenu Geografskom odsjeku

Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu

radi stjecanja akademskog zvanja

magistra geografije

Zagreb

2019

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija
Geografija; smjer: Prostorno planiranje i regionalni razvoj
pri Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu,
pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Aleksandra Lukića

Sveučilište u Zagrebu

Diplomski rad

Prirodoslovno-matematički fakultet

Geografski odsjek

Utjecaj kamping turizma na turistički i lokalni razvoj Karlovačke županije

Antonio Mihalić

Izvadak: Karlovačka županija sa svojim ključnim prometno-geografskim položajem u Hrvatskoj ima odlične predispozicije za razvoj turizma. Kamping turizam je jedan od najbrže rastućih oblika turizma, a u Karlovačkoj županiji ima vrlo važnu ulogu jer doprinosi s trećinom svih turističkih dolazaka i noćenja. Cilj ovog rada je proučiti utjecaj kamping turizma na turizam Karlovačke županije, utvrditi njegove glavne značajke, prednosti i nedostatke te usporediti razvijenost kamping turizma na području Karlovačke županije s turizmom u regiji Jugoistočna Slovenija. Uz analizu trenutne turističke situacije u kamping turizmu, rad analizira i njegov budući razvoj temeljem mišljenja i stavova intervjuiranih relevantnih aktera razvoja kamping turizma.

86 stranica, 8 grafičkih priloga, 15 tablica, 49 bibliografska referenca; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: kamping, turizam, Karlovačka županija, budući razvoj

Voditelj: izv. prof. dr. sc. Aleksandar Lukić

Povjerenstvo: izv. prof. dr. sc. Aleksandar Lukić

izv.prof. dr. sc. Vuk Tvrтко Opačić

doc. dr. sc. Slaven Gašparović

Tema prihvaćena: 8. 2. 2018.

Rad prihvaćen: 7.2.2019

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb

Master Thesis

Faculty of Science

Department of Geography

Impact of camping tourism on turistic and local development of Karlovac County

Antonio Mihalić

Abstract: Karlovac County with its crucial geotrafical position in Croatia has a great predisposition for tourist development. Camping tourism is one of the fastest growing type of tourism, and in Karlovac County it has an important role beacuse it contributes with one third of all tourist arrivals and accomodations. Purpose of this thesis is to examine the impact of camping tourism on tourism in Karlovac County, to identify its main attributes, advantages and disadvantages and to compare the development of camping tourism between the Karlovac County and region of the Southeastern Slovenia. Beside analysis of current turist situation in camping tourism, the thesis also discuss the future development of camping tourism based on interviews conducted with relevant actors of development of camping tourism.

86 pages, 8 figures, 15 tables, 49 references; original in Croatian

Keywords: camping, tourism, Karlovac County, future development

Supervisor: Aleksandar Lukić, PhD, Associate Professor

Reviewers: Aleksandar Lukić, PhD, Associate Professor

Vuk Tvrtko Opačić, PhD, Associate Professor

Slaven Gašparović, PhD, Assistant Professor

Thesis title accepted: 08/02/2018

Thesis accepted: 07/02/2019

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia

Želim zahvaliti svim predivnim ljudima koje sam upoznao tijekom svojeg visokoškolskog obrazovanja, a posebno mojim roditeljima i djevojci koji su mi bili najveća potpora tijekom pisanja ovog rada. Također, zahvaljujem svim intervjuiranim osobama koji su mi posvetili dio svojega vremena i bez kojih ovaj rad ne bi bio potpun. Za kraj želim zahvaliti svojem mentoru, profesoru Aleksandru Lukiću koji mi je svojim idejama i prijedlozima uvelike pomogao u pisanju i oblikovanju ovoga rada.

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1. Teorijski okvir istraživanja	1
1.2. Predmet istraživanja	4
1.3. Dosadašnja istraživanja	5
1.4. Metodologija istraživanja	6
1.5. Hipoteze i cilj istraživanja	7
2. Podjele turizma prema statističkom pristupu i oblicima	8
2.1. Ruralni turizam	8
3. Kamping turizam	11
3.1. Povijesni razvoj kamping turizma	11
3.2. Kamping oprema	14
3.2.1. Šator	14
3.2.2. Autodom	15
3.2.3. Kamp kućice	15
3.2.4. Pokretna kućica	16
3.2.5. Kamp prikolice i slična pokretna kamp oprema	17
3.3. Smještajne jedinice u kampu	17
3.4. Vrste kampova	18
3.5. Kamping i automoto organizacije	20
3.5.1. Kamping organizacije	20
3.5.2. Automoto organizacije	22
3.6. Novi trendovi u kamping turizmu	23
3.6.1. Glamping	25
4. Kamping turizam Hrvatske	27
5. Karlovačka županija	34
5.1. Geografski smještaj i položaj Karlovačke županije	34
5.2. Fizičkogeografska obilježja Karlovačke županije	34
5.3. Historijskogeografski razvoj Karlovačke županije	38
5.4. Prometnogeografski značaj Karlovačke županije	41
6. Turistička kretanja u Karlovačkoj županiji	43
6.1. Kamping turizam u Karlovačkoj županiji	49

6.2. Prednosti i nedostaci kamping ponude u Karlovačkoj županiji	53
7. Kamping turizam Hrvatske i Slovenije – mišljenja i stavovi o stanju i trendovima razvoja	57
7.1. Komparacija kamping turizma Karlovačke županije i Jugoistočne Slovenije.....	59
8. Opasnosti za razvoj kamping turizma u Karlovačkoj županiji	68
8.1. Potencijalno izbacivanje NP Plitvička jezera s UNESCO-ve liste zaštićene kulturne baštine.....	68
8.2. Gradnja malih hidroelektrana na rijekama Karlovačke županije	71
9. Budućnost razvoja kamping turizma u Karlovačkoj županiji	74
10. Zaključak	81
Popis literature i izvora	83
Literatura	83
Izvori	84
Internetske stranice	85
Popis slika, tablica i priloga	VIII
Popis slika	VIII
Popis tablica	VIII
Popis priloga	IX

1. Uvod

Karlovačka županija svojim prometnogeografskim položajem nalazi se na čvorišnom prostoru povezivanja kontinentalnog i primorskog dijela Hrvatske. Kao takva, ima izvrsne predispozicija za razvoj turizma. Turizam je danas jedna od najbrže rastućih gospodarskih grana. U posljednje vrijeme u Hrvatskoj se osim na obali, sve više razvija turizam i u kontinentalnom dijelu. Stoga je danas turistička ponuda kontinentalne Hrvatske sve bogatija i raznovrsnija.

Jedan od najzastupljenijih oblika turizma u Hrvatskoj je kamping turizam. Kampovi su danas izbor sve većeg broja turista koji žele provesti svoj odmor u izvornom, prirodnom okružju. Najrazvijeniji i najveći kampovi u Hrvatskoj nalaze se u primorskom dijelu zemlje, ali sve više raste ponuda i potražnja za kamping smještajem i u kontinentalnom dijelu Hrvatske, a Karlovačka županija zahvaljujući svojem odličnom prometnogeografskom položaju, svojoj prirodnoj i kulturnoj atrakcijskoj osnovi ima svakako veliki potencijal u razvoju kamping turizma.

U prvom dijelu rada opisane su teorijske značajke kampinga te njegov razvoj. Nakon teorijskog dijela slijedi analiza kamping turizma u okvirima Hrvatske i Karlovačke Županije. Uz sam kamping promatrat će se utjecaj kakav kamping turizam ima na turističku ponudu Karlovačke županije te kakav je njegov utjecaj na lokalni razvoj županije i njenih sastavnih dijelova.

1.1. Teorijski okvir istraživanja

U današnjem, visoko globaliziranom svijetu, turizam se istaknuo kao pojava koja je svojim obujmom zahvatila sve veće mase ljudi te se smatra da će 2016. godine 1,25 milijardi ljudi u svijetu biti zahvaćeno turističkim kretanjima (Dujmović, 2014). Znanstveno-tehnološki razvoj, razvoj prijevoznih sredstava i povećanje životnog standarda utjecali su na promjene u društvenim kretanjima, te su samim time dovele i do kretanja stanovništva u svrhu zabave i razonode. Turizam je posljedica procesa industrijalizacije, urbanizacije i tehničko – tehnološkog razvoja društva koji se neprestano razvija od početka 19. stoljeća nadalje (Dujmović, 2014).

Stoga je i definicija turizma doživjela promjene tijekom vremena. Prema Hunzikeru i Krapfu turizam je skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s istima nije povezana nikakva privredna djelatnost (Hunziker i Krapf, 1941 prema Gržinić, 2014). Na skupu statističara održanom u Ottawi 1991. godine donesena je nova definicija turizma koja glasi: „Turizam je skup aktivnosti osoba tijekom njihova putovanja i boravka u mjestu izvan uobičajenog boravišta, i to bez prekida ne duže od godine dana, radi odmora odnosno zbog poslovnih i drugih razloga“ (Ružić, 2009).

Prema Marinović – Uzelac (2001), u definiciji turizma mora se inzistirati upravo na slobodnom izboru cilja i vrste zaokupljenosti, koja za to vrijeme privremenog boravka, ne smije imati nikakve lukrativne svrhe. Ovome se mora dodati još jedna sastavnica definicije: promjena mjesta boravka. Provodi li netko svoj odmor u mjestu stalnog boravka, ne može ga se smatrati turistom. Specifičnost turizma je da je on pojava, a ne djelatnost. Turizam je općenita socijalna pojava modernog doba, socijalni epifenomen (Marinović-Uzelac, 2001). Krivo ga se naziva djelatnošću, on nije djelatnost; turizam shvaćen kao djelatnost može se svrstati pod ugostiteljstvo, hotelijerstvo ili najšire pod trgovinu, pa ga ekonomisti tretiraju kao izvoznu granu, neopterećenu troškovima transporta jer je izvezena usluga učinjena na samom mjestu (Marinović-Uzelac, 2001). Također, i Ružić (2009) navodi kako je turizam pojava koja je najtješnje povezana sa suvremenim društvom, a u tom društvu turizam je jedna od najmasovnijih pojava, kroz koju se ogleda razvijenost društvenih i gospodarskih odnosa koje u njemu vladaju.

Na postanak i razvoj turizma u njegovoj povijesti utjecala su dva bitna činitelja, a to su: slobodno vrijeme i raspoloživa financijska sredstva (Ružić, 2009). Osiguravanjem navedenih činitelja čovjek može podmiriti turističke potrebe. Povezivanjem navedenih činitelja i turističkih potreba stvara se turistička potražnja koju se može definirati kao neku količinu turističkih dobara i usluga koje budući turisti mogu i žele kupiti po određenoj cijeni (Weber i Mikačić, 2000). Zadovoljavanje turističke potražnje moguće je adekvatnom ponudom u koju se uključuju usluge prehrane, prijevoza, smještaja, turističkog posredovanja i dr., a može se definirati kao količina robe i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba (Weber i Mikačić, 2000). Turistička ponuda i potražnja zajedno čine turističko tržište koje se definira kao skup odnosa turističke potražnje i ponude koji nastaje razmjenom turističkih dobara i usluga posredovanjem novca (Weber i Mikačić, 2000). Turizam je vrlo složen fenomen, a njegova

složenost se očituje u međuovisnosti i komplementarnosti svih usluga i proizvoda namijenjenih posjetiteljima (Ružić, 2009). Da bi turisti zadovoljili svoje potrebe kupuju navedene usluge, pri tome troše i ostvaruju turističku potrošnju, koja se definira kao vrijednost dobara i usluga što ih koriste posjetitelji ili se one koriste za njih (Weber i Mikačić, 2000).

Turističko putovanje nastaje sa svrhom zadovoljenja turističkih potreba, a te se potrebe javljaju nakon podmirenja osnovnih ljudskih potreba za hranom, odjećom, obućom, stanovanjem i dr. Turističke potrebe čine osnovne motive zbog kojih nastaju turistička putovanja, a najčešći motivi su: odmor i rekreacija, posjet prijateljima i rođacima, posao, lječenje te religija (Ružić, 2009). Razvojem turizma u nekom mjestu ono počinje dobivati naziv turističkog mjesta, koje se može definirati kao mjesto koje turisti i dnevni posjetitelji posjećuju u većem broju, a svojom opremljenošću omogućuju prihvat i boravak gostiju (Weber i Mikačić, 2000).

Budući da dijelovi tržišta traže specifične vrste dobara, primjenjiva specijalizacija omogućava kompanijama diverzifikaciju proizvodnih linija kako bi se zadovoljili ti zahtjevi, a s pojavom ovih trendova dolazi do raslojavanja i diferencijacije nekad homogene srednje klase te nastaje nova srednja klasa koja se još naziva i *novom buržoazijom* (profesori, novinari, službenici zaposleni u javnim službama i dr.), koja nije toliko bogata ekonomskim već kulturnim kapitalom i obrazovanjem, a na turističkom tržištu ih zanimaju proizvodi koji se razlikuju od proizvoda namijenjenih masovnom turističkom tržištu (Dujmović, 2014). Ova klasa je i pokretač razvoja određenih selektivnih oblika turizma, među kojima se danas svakako nalazi i kamping turizam. Nova vrsta turističke potražnje uvelike je promijenila i samo prirodu turističke ponude. Razvoj diferenciranog proizvoda i usluga postali su nezaobilazne pojave u turizmu kao i generiranje i stvaranje doživljaja u svim turističkim proizvodima, pri čemu turisti nisu pasivni potrošači, već aktivno sudjeluju u procesu stvaranja turističkog iskustva i doživljaja (Dujmović, 2014).

1.2. Predmet istraživanja

Svako istraživanje treba imati unutarnji objekt istraživanja, vanjski objekt istraživanja te vremenski okvir u kojem se promatra taj objekt istraživanja. Vanjski objekt istraživanja se u geografiji odnosi na prostor istraživanja. Vanjski objekt istraživanja u ovom diplomskom radu je Karlovačka županija (Sl. 1) u svojim formalnim granicama, a u kasnijoj komparativnoj analizi i statističko područje regije Jugoistočne Slovenije. Unutarnji objekt istraživanja ovog rada su svi procesi, pojave, veze i odnosi proizašli iz razvoja turizma te faktori koji su utjecali na razvoj kamping turizma na području Karlovačke županije. Vremenski obuhvat rada u kojem se promatraju procesi, pojave, veze i odnosi razvoja kamping turizma u Karlovačkoj županiji je od 2013. – 2017. godine, a to razdoblje uvjetovano je statističkim podacima dobivenim od jedinica lokalne samouprave te samih kampova te razdoblje 2015. – 2017. za područje statističke regije Jugoistočna Slovenija.



Sl. 1. Općine i gradovi Karlovačke županije

Izvor: Izradio autor prema podacima Državne geodetske uprave

1.3. Dosadašnja istraživanja

Vezano za tematiku rada, ne postoje radovi koji se bave analizom značaja kampova u Karlovačkoj županiji niti bilo kojeg oblika njihova utjecaja na županiju. Postoji mnoštvo radova i knjiga koji se bave samim kampovima autora Cvelić-Bonifačić i Milohnić (2014), Cvelić-Bonifačić (2011), Hendije (2006) te Sladoljeva (1998). Oni daju teorijski okvir razvoja kamping turizma u Hrvatskoj i svijetu od njegova nastanka te suvremene trendove

u kamping turizmu. Njihovi radovi poslužili su kao teorijski okvir za analizu razvoja kamping turizma u Karlovačkoj županiji.

1.4. Metodologija istraživanja

U provedenom istraživanju vezanom za ovaj diplomski rad korišteni su programi ARC GIS za izradu karata u svrhu vizualizacije prostornih promjena, MS Excel za analizu i grafički prikaz statističkih podataka, pregled domaće i strane literature, intervjui s vlasnicima kampova, direktoricom Turističke zajednice općine Rakovica, Klemenom Hrenom, osnivačem web stranice avtokampi.si te Irmom Dujmović Popović, voditeljicom organizacije WWF Adria. U intervjuima s vlasnicima kampova postavljana su pitanja vezana uz funkcioniranje samog kampa, njihovu suradnju s lokalnim i regionalnim vlastima te suradnju s drugim gospodarskim subjektima (npr. OPG-ovima). Posebno treba izdvojiti intervju s Klemenom Hrenom koji je uz analizu trenutnog kamping tržišta u regiji dao svoje komparativno mišljenje o razlici između kamping ponude Hrvatske i Slovenije. Intervjui su provedeni od kolovoza do studenog 2018. godine.

Podaci koje je izravno skupljao Državni zavod za statistiku prikupljeni su do 2015. godine, a od 1. siječnja 2016. godine svi se podaci prikupljaju preko sustava eVisitor. Objavom Pravilnika o načinu vođenja popisa turista te o obliku i sadržaju obrasca prijave turista turističkoj zajednici (NN, br. 126/15.) sustav eVisitor službeno je središnji elektronički sustav za prijavu i odjavu turista u Republici Hrvatskoj (Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2013).

Statistički podaci prikupljeni od strane kampova ovise od kampa do kampa ovisno o tome koliko dugo kampovi rade. Za većinu njih dobiveni su podaci od 2013. godine, izuzev kampa Leskar u oćini Generalski Stol gdje su na korištenje dati podaci od 2015. godine. Za kamp Sabljaci u gradu Ogulinu nisu dobiveni podaci za obradu pa stoga on neće biti uključen u analizu.

Podaci za Jugoistočnu Sloveniju dobiveni su za razdoblje od 2015.- 2017. godine iz slovenskog državnog zavoda za statistiku te će komparacija te regije s Karlovačkom županijom biti analizirana za navedeno razdoblje.

1.5. Hipoteze i cilj istraživanja

Prije svakog istraživanja potrebno je postaviti nekoliko hipoteza koje će ga usmjeravati. Na temelju proučene domaće i strane literature te vlastitog iskustva i znanja o prostoru istraživanja provjeravane su sljedeće hipoteze:

H1: Kampovi su najzastupljenije kategorije smještaja u svim jedinicama lokalne samouprave Karlovačke županije u kojima se nalaze.

H2: U svim kampovima Karlovačke županije većinu gostiju čine strani turisti.

H3: U kampovima Jugoistočne Slovenije prevladavaju strani turisti.

H4: Male hidroelektrane negativno bi se odrazilo na kamping turizam u Karlovačkoj županiji.

Cilj ovog rada je proučiti utjecaj kamping turizma na turizam Karlovačke županije, utvrditi njegove glavne značajke, prednosti i nedostatke te usporediti razvijenost kamping turizma na području Karlovačke županije s turizmom u regiji Jugoistočna Slovenija.

2. Podjela turizma prema statističkom pristupu i oblicima

Podjela turizma prema oblicima nastaje početkom dvadesetih godina 20. stoljeća kao rezultat okretanja pojedincu sudioniku turističkih putovanja, a kao posljedica toga javlja se više posebnih oblika turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača kao što su: nautičari, sportaši, lovci, poslovni ljudi, vjernici i dr. (Ružić, 2009). Navedenim potrošačima nastoji se prilagoditi turistička ponuda i turistički proizvod tvoreći tako oblike turizma, kako bi se uspješno konkuriralo na turističkom tržištu.

Turizam se može podijeliti s raznih gledišta, a najčešće podjele su statistička i po posebnim oblicima (Ružić, 2009). Statistička podjela turizma služi za statističko evidentiranje turističkih kretanja. Tako se s obzirom na podrijetlo posjetitelja razlikuju tri vrste turizma (Ružić, 2009):

- Domaći turizam, u okviru kojeg stanovnici jedne zemlje putuju na odmor u odredišta svoje zemlje;
- Ulazni turizam, u okviru kojeg stanovnici jedne zemlje putuju na odmor u drugu, u kojoj se turizam evidentira kao ulazni;
- Izlazni turizam, u okviru kojeg turisti putuju u drugu zemlju, pri čemu se u svojoj zemlji evidentira kao izlazni.

Kod navedene podjele smjer kretanja turista određuje pojedinu vrstu turizma. U okviru statističke podjele turizma poznato je i svrstavanje na međunarodni turizam kojim se obuhvaća putovanja među pojedinim zemljama, a uključuje ulazni i izlazni turizam (Ružić, 2009).

2.1. Ruralni turizam

Prije svega potrebno je napraviti konkretnu granicu podjele između ruralnog i urbanog područja. Istraživači diljem svijeta razvijaju definicije ruralnog turizma primjerene za njihove ruralne prostore, a posebno su velike razlike u poimanju ruralnog turizma u visoko razvijenim zemljama te onima koje se tek počinju gospodarski razvijati

(Bartoluci i dr., 2015). Woods navodi kako su značenja, vrijednosti i simboli koje pridajemo ruralnom i urbanom toliko ukorijenjeni u našoj kulturnoj svijesti, da je njihovo diferenciranje jedan od instiktivnih načina kojim uvodimo red u svijet oko nas (Woods, 2005). Određivanje ruralnog područja ili ruralne sredine je otežano radi toga što se u različitim zemljama različito definira. U smislu teritorijalnog obuhvata jasnom, sažetom i najkorisnijom definicijom ruralnog prostora smatramo njegovo određenje kao prostora izvan međa morfoloških gradskih aglomeracija (Lukić, 2012).

Ruralni prostor osnovni je resurs za razvoj ruralnog turizma, koji se oslanja na potrebu gradskih stanovnika za mirom i prostorom za sportsku rekreaciju na otvorenom, što ne mora nužno biti vezano uz prirodu (Kušen, 2006), a uključuje posjet zaštićenoj prirodnoj i kulturnoj baštini u ruralnom području, panoramske vožnje, uživanje u ruralnom krajoliku i boravak na turističkim seljačkim gospodarstvima.

Janet H. Momsen definira ruralni turizam kao dio ukupne turističke ponude u kojem je selo glavni atribut privlačnosti, koje posjećuje gradsko stanovništvo zbog rekreacije na otvorenom i uživanja u dokolici i miru, više negoli zbog povezanosti s prirodom (Bartoluci i dr., 2015). Navedena definicija zapostavlja elemente ekoturizma, također prisutnog u ruralnim prostorima gdje su glavni motivi dolaska upravo posjećivanje i razgledanje zaštićenih dijelova prirode (Bartoluci i dr., 2015). Razvojem ruralnog turizma dolazi do novog prosperiteta u siromašna ruralna područja, ali istodobno on može uništiti atraktivne značajke prostora koje su u njega privukle turiste (Kušen, 2006).

U hrvatskom kontekstu, ruralni turizam skupni je naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam (Demonja i Ružić, 2010). Ruralni turizam je uvjetovan turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim područjima, a njegova važnost se ogleda u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga korištenjem već postojećih resursa (Demonja i Ružić, 2010).

Na temu definiranja turističkih aktivnosti na ruralnim područjima valja razlikovati tri osnovna termina koji se koriste u ovom segmentu: ruralni turizam, seoski turizam te turizam na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu (Baćac, 2011). Ruralni turizam je najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge/ aktivnosti / vidove turizma unutar ruralnih područja, uključujući npr. lovni, ribolovni, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni itd. Ruralni turizam nije nužno dopunska djelatnost na svojem gospodarstvu kojom se stvara dodatni prihod, već može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjički centar, i sl.) (Baćac, 2011). Seoski turizam je uža pojam od

ruralnog turizma i vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija, ostala gospodarska aktivnost), dok je najuži pojam turizam na seljačkom domaćinstvu ili gospodarstvu (TSOG) ili agroturizam koji se odnosi isključivo na oblik turističke usluge koji je dodatna djelatnost na gospodarstvu s živom poljoprivrednom djelatnošću, u sklopu koje se nude proizvodi proizvedeni na takvom gospodarstvu (Baćac, 2011). Kampovi su također jedan od oblika smještajnih kapaciteta u ruralnim područjima.

3. Kamping turizam

U složenim uvjetima promjena života i rada, turistička potražnja slijedi promijenjene potrebe i želje potencijalnih turista u uvjetima općeg rasta osobnog i javnog standarda kao rezultata općeg razvoja znanosti i sve šire primjene novih tehnologija, porasta opće kulture i općih znanja, sve dostupnijih i jeftinijih oblika kolektivnih i individualnih sustava prijevoza (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014). Svi ovi atributi, u današnjem stadiju njegova razvoja, opisuju kamping turizam. Kamping predstavlja tržište odmora na otvorenom, čiji su počeci vezani za ogromna prostranstva pogotovo Sjeverne Europe, a velika individualizacija i život u urbanim sredinama uvelike su utjecali na traženja odmora na otvorenom (Sladoljev, 1998). Kampiranje je oblik slobodnog bivanja u prirodi, vremenski ograničen, u malenim jedinicama, tzv. autodomovima, šatorima ili kamp prikolicama. U rječniku ugostiteljsko-turističkih pojmova kamp se definira kao ugostiteljski objekt u kojem se gostu pružaju usluge smještaja na otvorenom prostoru, a mogu se pružati i druge usluge uobičajene u toj vrsti ugostiteljskog objekta (Galičić, 1999). Kamping prostori su privatna ili javna poduzeća koja nude privremeni boravak na svojim parcelama svakom tko privremeno boravi u šatoru, karavanu ili autodomu (Sladoljev, 1998).

3.1. Povijesni razvoj kamping turizma

Korijeni kampiranja 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). Počeci odmorišnog kampiranja sežu u rane 1900- te godine i vežu se uz britansko otočje gdje je organizirano prvo rekreativno kampiranje od strane Roberta Baden- Powella koji je 1907. godine poveo dvadesetak mladih izviđača na višednevni izlet s noćenjem u šatorima na otok Brownsea (Hendija, 2006). Time ne samo da je postavio temelje izviđačkom pokretu nego i kampiranju, kao specifičnoj vrsti odmora pod šatorima u prirodi, pri čemu je šator bio prva oprema koja se koristila u te svrhe (Hendija, 2006). Postoji i teorija kako je kamping turizam započeo u Velikoj Britaniji kao odgovor na brz razvoj industrije bez osjećaja za prirodu i razvoj velikih gradova (Cvelić-Bonifačić, 2011). Ova teorija

potkrijepljena je konstrukcijom prve prikolice s turističkom svrhom 1886. godine od strane Engleza Williama Gordona Stablesa (Cvelić-Bonifačić, 2011). Ta je prikolica bila vučena konjskom zapregom, a danas je u vlasništvu britanskog kluba *The Caravan Club*, utemeljenog 1907. godine koji danas broji više od milijun članova (Cvelić- Bonifačić, 2011).

Ocem modernog kampiranja smatra se Thomas Hiram Holding koji je 1908. godine napisao prvi priručnik za kampiranje pod nazivom *The Camper's Handbook*, u kojem opisuje svoje doživljaje kampiranja u škotskim planinama (Hendija, 2006). Također osniva prvi kamping klub na svijetu, *The Association of Cycle Campers*, 1901. godine u Oxfordu, a do 1907. godine uspio je udružiti više drugih klubova te je preimenovao svoju udruhu u *Camping Club of Great Britain and Ireland* (Cvelić-Bonifačić, 2011), kasnije preimenovan u *Camping and Caravanning Club* (Hendija, 2006). Taj je klub najstarija nacionalna organizacija takve vrste u svijetu sa stoljetnom tradicijom. Sličan proces odvijao se i u drugim europskim zemljama, što je 1932. godine iniciralo njihovo povezivanje i osnivanje Međunarodnog saveza kampista i karavanista ili FICC-a (franc. *Fédération Internationale de Camping, Caravanning et de Autocaravaning*), što je imalo ključnu ulogu u omasovljavanju turističkih putovanja jer je omogućeno putovanje na odmor širim slojevima stanovništva (Hendija, 2006). Snažan poticaj razvoju kamping turizma dao je i razvoj biciklizma koji je također započeo početkom 20. stoljeća, a poslije i razvoj automobilizma i motociklizma te pojava posebnih rekreacijskih vozila proizvedenih specijalno za kampiste (Hendija, 2006). Prvo takvo vozilo (VW transporter T1) proizvedeno je 1950. godine i bio je prototip današnjeg autodoma. Njihova pojava olakšala je putovanja kampistima i potaknula je dinamičan razvoj kamping turizma (Hendija, 2006). Osim razvoja posebnih rekreacijskih vozila, na kamping turizam pozitivno su djelovale i razne kamperske organizacije i auto- moto klubovi (Hendija, 2006).

Kamping turizam dobiva na značaju u drugoj polovici 20. stoljeća, te zbog svoje masovnosti ima ključan utjecaj na razvoj turizma u Europi (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014). U traganju za udobnošću u prirodi tako dolazi do stvaranja prvih ambijentalnih rezultata sa svim potrebnim sadržajima, da bi boravak u kampu bio što udobniji. U suštini ipak osnovna nit vodilja i bit kampa je osigurati maksimalan kontakt s prirodom, a to je bila i prvobitna želja začetnika kamping pokreta (Sladoljev, 1998). Kampiranje, nekoć rezervirano za avanturiste i zaljubljenike u prirodu, otada postaje omiljenom ljetnom rekreacijom, pri čemu je zbog širih društvenih promjena evoluiralo kroz dvije faze

zadržavši motivaciju boravka u prirodi kao svoje glavno obilježje (Hendija, 2006). Tako se razlikuju tradicionalno, pomalo avanturističko robinzonsko kampiranje od 50- ih do 90- ih godina 20. stoljeća, te otada do danas suvremeno, luksuzno *high- tech* kampiranje (Hendija, 2006).

U prvom razdoblju glavna je kamperska oprema bila šator, koji je bio za turiste cjenovno vrlo prihvatljiva vrsta smještaja te su ta dva obilježja odredila profil gostiju koji su tada kampirali, pa su prevladavali mladi, brojnije obitelji s malom djecom, uglavnom turisti slabijeg materijalnog statusa (Hendija, 2006). Osim primarne želje za boravkom u prirodi, njih je na dolazak u kamp motivirao naglašen osjećaj slobode i nesputanosti te želja za druženjem, odnosno socijalna dimenzija tog boravka, koja je kod ovih gostiju jače izražena negoli kod gostiju koji borave u čvrstim smještajnim objektima (Hendija, 2006).

Danas je kampiranje u određenoj mjeri i u razvijenim turističkim zemljama prilično luksuzno gdje glavna vrsta smještaja postaje vrhunski, dobro opremljen, komforan klimatizirani autodom ili prostrana pokretna kućica sa svim uobičajenim kućanskim aparatima (Hendija, 2006). Kamping oprema je tehnički sve naprednija i sve skuplja, pokretne kućice i autodomovi postaju duži, širi i bolje opremljeni, a moderni kampisti dovoze sa sobom vrhunsku tehnologiju, a ukoliko se i odluče za boravak u šatoru, radije ga iznajmljuju, pa makar ga platili više, nego da troše svoje slobodno vrijeme na njegovo postavljanje (Hendija, 2006). Za razliku od ranijih godina kampiranja kada su kampisti uglavnom bili mlađi ljudi i studenti, današnji kamping gost je stariji i dobrostojeći (Cvelić-Bonifačić, 2011). Danas, čak i više nego prije, modernom, sve više otuđenom urbaniziranom čovjeku nedostaje druženje, atmosfera opuštenosti i sloboda koja vlada u kampu, a kampisti pridaju veliku važnost ambijentu u kojem je kamp smješten te odnosu prema okolišu (Hendija, 2006). Tako su danas glavni gosti u kampovima zaljubljenici u prirodu, naturisti, ekološki svjesni putnici, sad nešto stariji turisti koji su prije u kampove dolazili s roditeljima i prijateljima i slične kategorije putnika željnih boravka u čistoj prirodi (Hendija, 2006).

3.2. Kamping oprema

Za razliku od svih ostalih oblika smještaja, gosti se u kampovima u pravilu služe pokretnom kamping opremom. Glavne vrste kamping opreme su:

- šator,
- autodom (kamper),
- kamp kućica (karavan),
- pokretna kućica,
- kamp prikolice i slična pokretna kamp oprema (Sladoljev, 1998).

3.2.1. Šator

Predstavljaju najrudimentarniji oblik kampiranja s time da je proizvodnja šatora tehnički toliko napredovala da je danas i šator već po samim svojim oblicima mini apartman, brzo se i jednostavno postavlja, a oprema vodi mnogo računa o sigurnosti boravka u šatoru (Sladoljev, 1998). Riješen je i problem postavljanja šatora uz zasebni mehanizam kojim se šator podiže bez pričvršćivanja za tlo horizontalnom bazom. Šatori ne zauzimaju veliki prostor- ne veći od kamp kućice, ima ih i u obliku iglua, posebno prikladni za one koji putuju biciklom i motociklom, na kojima se ne može voziti veći teret (Sladoljev, 1998).

Tzv. ruksak- turisti, mladi studenti, putuju čak i bez šatora (samo s vrećom za spavanje), koriste kamp samo kao predah, a ekonomski su zanemarivi kao financijska kategorija, no treba međutim voditi računa da su upravo ti početnici, kada se financijski osnaže, pravi korisnici naših usluga pa ih treba gledati više kao promidžbenu, a ne financijski korisnu ekonomsku kategoriju (Sladoljev, 1998). U zadnje vrijeme taj fenomen postaje sve manje prisutan, a ruksak- turiste zamjenjuju mladi ruksak- putnici u charterima (zrakoplovni prijevoz) za koje veliki kamping lanci postavljaju šatore unaprijed (Eurocamp) (Sladoljev, 1998).

3.2.2. Autodom

Autokaravan, kamper i *motorhome* su u biti tri proizvoda istih ili sličnih osobina. Zajednička im je karakteristika kompaktnost u smislu da je pogon za vuču zajednički, tj. ugrađen u stambeni dio. Autodomovi imaju veću prednost u odnosu na kamp kućice, jer uz boravišni dio imaju i pilot kabinu za vozača i još praktičnije služe kampistu. Razlikuju se po tome što neki oblici kampera imaju strogo odvojen stambeni dio i kabinu, dok drugi nemaju. Predstavljaju maksimum slobode u kretanju i omogućuju izlete za vrijeme vikenda i tijekom cijele godine.

Do početka 2017. godine, u Europi je bilo 1,8 milijuna autodomova (URL 3.). Autodom je vozilo za slobodno vrijeme koje u pravilu ima smještaj za 2-8 osoba, a uključuje spavaći dio, kupaonicu te kuhinju s prostorom za blagovanje (Cvelić-Bonifalić, 2011). Amerikanci koriste izraz „RV- recreational vehicle“, a u SAD-u je nastao i izraz „RV lifestyle“, skupina korisnika kampera koji su se odlučili živjeti u RV-u trajno putujući (Cvelić-Bonifačić, 2011).

3.2.3. Kamp kućice

Najveći broj kampista koristi kamp kućice, do kraja 2016. godine na tržištu ih je u Europi bilo 3,9 milijuna (URL 4), premda su trendovi u sve većem korištenju autodomova (kampera). Kamp kućice ili karavani su prije svega udobnije, jednostavnije od šatora jer ne zahtjevaju posebno vrijeme za podizanje i učvršćivanje, kopanje kanala za kišu i sl. Kamp kućica je odvojena od vozila, u pravilu zbog većeg prostora često udobnija od kampera. U načelu nema samostalni motorni pogon i vuče se do destinacije automobilom (Sladoljev, 1998).

Kamp kućice su prvenstveno osmišljene da bi se mogle otpremiti na dulja putovanja i u njima udobnije provesti godišnji odmor. Stoga su se konstruktori u opremaškim tvrtkama pobrinuli usavršiti kamp kućicu u svakom njenom detalju omogućujući korisniku da odmor provede ugodno kao u vlastitoj kući (Sladoljev, 1998).

Odmor kampista vlasnika kamp kućice počinje dolaskom u kamp i upravo zbog velikih turističkih „krstarica“ na kotačima takvi gosti u kampu ostaju 15 ili više dana, što već govori o rezidencijalnom turizmu i obliku kampiranja (Sladoljev, 1998).

3.2.4. Pokretna kućica

Pokretna kućica je nastala je u 50- im godinama 20. stoljeća kao nadogradnja kamp kućica (Cvelić- Bonifačić, 2011). Izrađuje se u tvornici i u pravilu se kao „jeftinija“ kuća postavlja na duže razdoblje na određenom mjestu za stanovanje i rekreaciju (Cvelić- Bonifačić, 2011). U ovom stoljeću doživjele su pravu eksploziju te se danas u kampovima Europe postavljaju mobilne kućice svih mogućih veličina i nivoa opremljenosti do sasvim luksuzne opreme i oblika, a osim klasičnih mobilnih kućica pojavljuju se i drugi oblici kao što su plutajuće kućice, kućice na stablima i drugo (Cvelić-Bonifačić, 2011).

Mobilne kućice postale su snažan čimbenik konkurentnosti kampa u nekoliko aspekata (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014):

- Kvaliteta: mobilne kućice nude komfor, kvalitetan smještaj apartmanskog tipa i dodatnu intimu.
- Financije: rok povrata investicije je kratak te se pokazuje da je prihod po smještajnoj jedinici u kampu značajno viši kada je na toj smještajnoj jedinici mobilna kućica u odnosu na ostalu pokretnu kamping opremu.
- Marketing: gosti mobilnih kućica nisu više isključivo kamping gosti. Tržište za mobilne kućice u kampovima nalazi se među hotelskim, apartmanskim gostima te gostima turističkih naselja.
- Tehnologija: industrija mobilnih kućica u naglom je zamahu. Proizvodi koji dolaze na tržište sve su sofisticiraniji, prostraniji i komformniji.

Razvijaju se i specijalni modeli mobilnih kućica poput „coodo“ modela, pravih mediteranskih kuća poput onih od punog drva, fasada u imitaciji kamena ili novih i modernih dizajnerskih rješenja među kojima i nekih sasvim ekstravagantnih (Cvelić- Bonifačić i Milohnić, 2014). Očekuje se daljnji razvoj tržišta mobilnih kućica i to u pravcu sve većih i komformnijih kućica. Danas na tržištu već postoje mobilne kućice veličine 50 i

60 m² te se smještaj u istoj u pravilu ne razlikuje od smještaja u bungalovima (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014).

3.2.5. Kamp prikolice i slična pokretna kamp oprema

Pored kampera, kamp kućica i mobilnih kućica, postoji još cijeli niz priključne pokretne kamp opreme od koje su najpoznatije razne inačice autoprikolica (npr. sklopive šatorske prikolice i dr.). Poznata vrsta kamp prikolica u SAD-u je tzv. *Fifth wheel*, luksuzna kamp prikolica koja se pričvršćuje spojkom i nalazi na stražnjem dijelu snažnog kamioneta koji vuče prikolicu te se danas ovakve prikolice mogu i proširivati zahvaljujući uporabi hidrauličkih uređaja pa pojedini najluksuzniji modeli prelaze veličinu od 40 m² (Cvelić-Bonifačić, 2011).

3.3. Smještajne jedinice u kampu

Pod pojmom infrastrukture kampa podrazumijevaju se svi objekti koji čine kamping funkcionalnim, a osnovno je pravilo poštivanje autentičnosti podneblja u harmoniji s prirodnim okruženjem, što znači da arhitektonski ne smije biti šarolikosti (Sladoljev, 1998). Kvalitetu prostora čini infrastruktura gdje svi objekti sačinjavaju cjelinu i potpuno se uklapaju u cijelo okruženje, što znači da se novo mora uklopiti u postojeće (Sladoljev, 1998).

Osnovne gradivne infrastrukturne jedinice kampa su njegove smještajne jedinice te se one mogu podijeliti u tri tipa (Cvelić-Bonifačić, 2011):

- Kamp mjesto,
- Kamp parcela,
- Građevine u kampu namijenjene za smještaj gostiju (soba, studio apartman, apartman, prostorija za spavanje, spavaonica).

Kamp mjesto je uređen, neomeđen i očišćen prostor za kampiranje. Kamp mjesto može biti označeno brojem, a često se u praksi susreću kamp mjesta koja su zbirno označena (Cvelić-Bonifačić, 2011).

Kamp parcela je uređen, očišćen i omeđen prostor za kampiranje označen brojem. Najčešće je opremljen priključkom za struju i vodu, a može biti i opremljen i priključcima za plin, odvod, kanalizaciju, internet i sl., dok neki kampovi imaju parcele s vlastitom kupaonicom (Cvelić-Bonifačić, 2011). U većini slučajeva parcele su međusobno odvojene zelenom živicom, a njihova veličina ovisi o kategoriji kampa, no uobičajeni standard današnjih parcela je cca. 100 m² (Cvelić-Bonifačić, 2011).

U kampovima se, osim u osnovnim smještajnim jedinicama, mogu pružati usluge kampiranja i u smještajnim jedinicama u građevinama, npr. u kući unutar kampa, bungalovu i sl. Tako se u kampu u kojem posluje jedan ugostitelj mogu nalaziti i hotel, turističko naselje ili turistički apartmani (Cvelić-Bonifačić, 2011).

3.4. Vrste kampova

Kampovi su ugostiteljski objekti za smještaj, a mogu se razvrstati prema raznim kriterijama. Zakonskom regulativom u Hrvatskoj (URL 1) kampovi se dijele na:

- Kampove iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“,
- Kampove u domaćinstvu,
- Kampove u obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu,
- Privremeno – povremeno kampiralište

Kamp u domaćinstvu može nuditi smještaj na najviše 10 smještajnih jedinica ili za 30 gostiju istodobno, ne računajući djecu do 12 godina (URL 1).

Kamp na OPG- u može nuditi smještaj na 20 smještajnih jedinica ili za 60 gostiju istodobno, a pored smještaja u kampu, OPG može pružiti i usluge smještaja u sobi, apartmanu i ruralnoj kući za odmor do najviše 10 soba, odnosno za 20 gostiju istodobno (URL 1).

Privremeno- povremeno kampiralište se može organizirati izvan kampova i to za vrijeme održavanja manifestacija, sajмова, prigodnih priredbi i sl., sukladno već ishodenom rješenju nadležnog ureda, odnosno Ministarstva, uz odobrenje jedinice lokalne samouprave (URL 1).

Prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine "Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj" (URL 2), kampovi se razvrstavaju prema vrsti usluge u sljedeće vrste:

- Kamp,
- Kamp naselje,
- Kampiralište,
- Kamp odmorište.

Kamp je objekt u kojem se gostima pružaju usluge: kampiranja (smještaja na uređenom prostoru na otvorenom – na kamp mjestu i/ili kamp parceli), smještaja u građevinama (u kućicama u kampu, bungalovima i sl.), druge ugostiteljske usluge, ostale usluge u funkciji turističke potrošnje te mogućnost bavljenja športom i/ili drugim oblicima rekreacije na prostoru na otvorenom u Kampu ili u blizini Kampa (URL 2). Od ukupnog kapaciteta Kampa izraženog brojem smještajnih jedinica najmanje 70 % kapaciteta mora biti osigurano za smještaj gostiju – kampista na osnovnim smještajnim jedinicama Kampa (kamp mjesto i/ili kamp parcela). Preostalih najviše 30 % smještajnih jedinica od ukupnog kapaciteta Kampa može biti osigurano za smještaj gostiju u smještajnim jedinicama u građevinama. Na najviše 30 % osnovnih smještajnih jedinica (kamp mjesto, kamp parcela) mogu biti postavljeni mobilne kućice (URL 2).

Kamp naselje je objekt u kojem se gostima pružaju različite ugostiteljske usluge koje ispunjavaju uvjete sukladno propisima za vrstu Kamp i neke od vrsta (jedne ili više vrsta ili više objekata jedne vrste): Hotel, Aparthotel, Turističko naselje i Turistički apartmani. U Kamp naselju pružaju se i ugostiteljske usluge za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka sukladno ovom Pravilniku te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje. Kamp naselje mora gostima osigurati mogućnost bavljenja športom i/ili drugim oblicima rekreacije. U najmanje 60 % od ukupnog kapaciteta Kamp naselja izraženog brojem smještajnih jedinica usluge smještaja gostima moraju se pružati u smještajnim jedinicama vrste kamp mjesto i kamp parcela, koje ispunjavaju uvjete sukladno vrsti Kamp. U preostalom kapacitetu Kamp naselja izraženom brojem smještajnih jedinica – u najviše 40 % kapaciteta usluge smještaja pružaju se u smještajnim jedinicama koje

ispunjavaju uvjete sukladno nekoj od vrsta: hotel, aparthotel, turističko naselje i turistički apartmani (URL 2).

Kampiralište je objekt u kojem se pružaju usluge kampiranja s pokretnom opremom za kampiranje u posjedu gosta. Kampiralište ima najviše 30 osnovnih smještajnih jedinica (kamp mjesto i/ili kamp parcela), sanitarni čvor i pojedine sanitarne elemente za goste, a usluga recepcije pruža se na poziv gosta (URL 2). Ova vrsta objekata karakteristična je samo za Hrvatsku gdje zbog velikog broja malih kampova koji ponekad ne udovoljavaju zahtjevima kategorije od dvije zvjezdice uvedena vrsta kampiralište (Cvelić-Bonifačić, 2011).

Kamp odmorište je objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja za noćenje ili kraći odmor s vlastitom pokretnom opremom za kampiranje. Kamp odmorište ima smještajne jedinice – kamp mjesta, kamp parcele i odgovarajući sanitarni čvor, a usluga recepcije pruža se na zahtjev gosta (URL 2). Kamp odmorište namijenjeno je prvenstveno autodomovima.

3.5. Kamping i automoto organizacije

Osim razvoja posebnih rekreacijskih vozila, unapređenja kvalitete kampova, snažnog marketinga, na kamping turizam su vrlo snažno utjecale i djelovale razne kampske organizacije i auto- moto klubovi.

3.5.1. Kamping organizacije

Još od kada je Hiram Holding 1907. godine udružio više klubova u *Camping Club of Great Britain and Ireland*, kampske organizacije imale su ključnu ulogu u promicanju kampiranja kao selektivnog oblika turizma te u promicanju samih kampova među turistima.

EFCO & HPA (*European Federation of Camping site Organization and Holiday Park Association- Europska federacija udruga i udruženja kampova i kamp naselja*) je

predstavničko tijelo kamping i karavaning industrije na europskoj razini, a osnovano je 1979. godine u Parizu. Hrvatska je pristupila ovoj organizaciji 1996. godine preko *Kamping udruženja Hrvatske* (KUH). EFCO & HPA predstavlja kamping industriju koja uključuje kamp kućice, šatore, autodomove, bungalove i sve druge oblike kamping smještaja. Ova organizacija danas broji 23 zemlje članica (URL 3).

F.I.C.C. (*Federation Internationale de Camping et Caravaning- Međunarodni savez za kamping i karavaning*) je savez kampista sa sjedištem u Bruxellesu. Cilj ovog saveza je ujedinjavanje svih nacionalnih saveza, pružanje potpore na nekomercijalnim principima, njihovo koordiniranje te promicanje interesa i potreba kampista na međunarodnoj razini. F.I.C.C. je osnovan 1933. godine, a danas broji 67 klubova i federacija iz 38 zemalja (URL 4). F.I.C.C. je značajno pridonio populariziranju kampiranja u svijetu, podupire konstantan napredak u kvaliteti infrastrukture kampova, napretka u zakonskoj regulativi i propisima, aplikaciju modernih tehnologija te približavanje kampiranja mladim ljudima (URL 4). F.I.C.C. se bavi i međunarodnom klasifikacijom kampova, standardizacijom opreme, higijene i sigurnosti u kampovima, kao i pronalaženju rješenja koja doprinose razvoju kampinga, s posebnim naglaskom na zaštitu okoliša, korištenju obnovljivih izvora energije te poštivanja kulturne baštine (Cvelić – Bonifačić, 2011).

Kamping udruženje Hrvatske (KUH) je dobrovoljna udruga čiji je osnovni cilj okupljanje fizičkih i pravnih osoba koje se bave pružanjem kamping usluga i drugim srodnim djelatnostima, a radi zaštite i promicanja zajedničkih gospodarskih, strukovnih, znanstvenih i drugih interesa svih svojih članova (URL 5) . U svojem radu KUH nastoji osnažiti status najjače udruge u kamping sektoru u Hrvatskoj (URL 5). Aktivnosti *Kamping udruženja Hrvatske* usmjerene su na predstavljanje i zastupanje interesa svojih članova, njihovoj zaštiti i promociji (URL 5). KUH preko širokog spektra aktivnosti i projekata nastoji svojim članovima pružati maksimalnu podršku i pomoć u realizaciji svojih ciljeva i rješavanju problema, a neke od direktnih koristi za članove su: objava njihovih kampova u raznim katalozima, web stranicama, sudjelovanje na stručnim radionicama, organizacija studijskih putovanja i ostalo (URL 5). Poseban naglasak u budućem radu će KUH dati i na sustavnom rješavanju pitanja promidžbe te poboljšanju kvalitete kampinga i kamping usluga u Hrvatskoj (URL 5). Sami počeci *Kamping udruženja Hrvatske* vezuju se uz osnivanje *Sekcije turističkih kampova Hrvatske*, koja je djelovala u okviru zajednice za razvitak turizma SR Hrvatske, a od 1982. godine sekcija

postaje *Kamping udruženje Jugoslavije* te se kontinuitet rada održao do današnjeg dana (URL 6). Pod nazivom *Kamping udruženje Hrvatske* udruga djeluje od 1992. godine (URL 5). S ciljem što učinkovitije promidžbe hrvatskih kampova, KUH je 2012. godine izdao prvu hrvatsku besplatno kamping aplikaciju za mobilne uređaje. Osnovna svrha aplikacije je jednostavno i učinkovito planiranje godišnjeg odmora u hrvatskim kampovima putem mobilnih uređaja, koji nastavljaju svoju ekspanziju i preuzimaju sve važniju ulogu u svijetu modernih komunikacija (URL 10).

Udruženje kampista Hrvatske (UKH) je osnovano 1996. godine od strane tadašnjeg tajnika KUH-a Jerka Sladoljeva (URL 6). UKH radi na poboljšanju usluga u našem kamping turizmu, provodi kontrolu tih usluga i radi na omasovljavanju kontakata stranih i domaćih kampista preko organiziranja raznih druženja (URL 6). UKH je od 1996. godine i član F.I.C.C.-a. Dok su aktivnosti KUH-a orijentirane na privlačenje inozemnih, ali i domaćih gostiju zainteresiranih za ovakvu vrstu odmora, UKH je usmjeren prema domaćoj klijenteli zainteresiranoj za provođenje odmora u kampovima u Hrvatskoj i inozemstvu, a tiču se raznih informacija o mogućim pogodnostima koje mogu ostvariti tijekom putovanja i boravka u kampovima (Hendija, 2006).

3.5.2. Automoto organizacije

Uz kamperske organizacije, važno je spomenuti i autoklube koji su tijekom cijelog historijskog razvoja kampinga imali važnu ulogu u njegovoj promociji. Osnovna uloga im je pružanje pomoći na cestama tijekom putovanja, osiguravanje raznih olakšica i informacija te općenito kompletna briga oko organizacije putovanja. U cilju informiranja i zaštite interesa svojih članova izdaju kamping vodiče i časopise u kojima donose pregled kamping ponude, a razvili su i ozbiljne sustave ocjenjivanja kampova (Cvelić – Bonifačić, 2011).

ADAC (*Allgemeiner Deutscher Automobil – Club*) je najveći i najznačajniji autoklub u Europi, a danas broji 20,2 milijuna članova (URL 7). ADAC je osnovan 1903. godine u Stuttgartu kada je grupa od 20- tak entuzijasta osnovala *Deutsche Motorradfahrer – Vereinigung* (DMV), koji je za 6 kraljevskih maraka godišnje članarine obvezao da će štititi interese svojih članova (Cvelić – Bonifačić, 2011). ADAC danas izdaje poseban

vodič za kampiste, gdje ne samo da se predstavlja europska kamping ponuda već se ukazuje i na kvalitetu te ponude. Prema točno utvrđenim kriterijima, koji se s vremenom sve više pooštavaju, stručnjaci ADAC-a obilaze kampove diljem Europe, ocjenjujući ih (s 5 zvjezdica najbolje, a s 1 zvjezdicom najlošije) te rezultate objavljuju u posebnom kamping vodiču (Hendija, 2006). ADAC svakodnevno brine za sigurnost svojih članova na cesti, odgovara na pitanja o vozilima, putovanju, slobodnom vremenu te zaštiti potrošača, vodi brigu o svojim članovima pouzdanim povezivanjem, testiranjem, zaštitom te davanjem stručnih savjeta (URL 7).

Nizozemski kraljevski autoklub (ANWB) predstavlja jedan od najvećih autoklubova u Europi. Ovaj je klub u Nizozemskoj odgovoran za sigurnost na cestama te, u suradnji s vladom, za prometnu signalizaciju (Cvelić – Bonifačić, 2011). Osnovan je 1883. godine, kao *Nizozemski biciklistički savez*, biciklističko udruženje koje je zastupalo interese grupe hobista koji su se zalagali za unapređenje tog sporta (Cvelić – Bonifačić, 2011). Klub danas broji 4,4 milijuna članova, a svaki njegov član prima i časopis *De Kampioen* (URL 8).

U Hrvatskoj glavnu pomoć i informacije na putovanju pruža *Hrvatski autoklub* (HAK). HAK nastavlja djelovanje i zasniva svoje postojanje na tradicijama *Prvog hrvatskog automobilskog kluba* utemeljenog 1906. godine, prvog hrvatskog auto-moto kluba utemeljenog 1921., automobilističko- motociklističkog saveza osnovanog 1946. te *Auto- moto saveza Hrvatske* osnovanog 1948. godine (URL 9). Danas HAK sačinjava 69 udruženih autoklubova iz cijele Hrvatske, a udruga broji oko 210 tisuća članova (URL 9). Promiče i štiti interese svojih članova, jamči mobilnost, pridonosi razvoju prometne kulture i povećanju sigurnosti svih sudionika u cestovnom prometu (URL 9).

3.6. Novi trendovi u kamping turizmu

Mediteran kao tradicionalna kamping destinacija Europljana ulazi u fazu zrelosti ili čak stagnacije i pada u svom životnom ciklusu, te destinacije europskog Sredozemlja gube tržišni udio u korist nekih „novootkrivenih“ europskih odredišta, npr. obala Bugarske i Rumunjske. Prisutne promjene na europskom kamping tržištu ogledaju se kroz promjenu stila kampiranja i implementaciju novih poslovnih modela, a posebno je prisutna

„mobihilhomizacija europskih kampova u smislu uvođenja sve većeg broja smještajnih jedinica s mobilnim kućicama, nekog od oblika bungalova ili montažnih vila (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014).

Demografske promjene do 2020. godine predviđaju više od 20 % europske populacije starije od 65 godina, više slobodnog vremena i veću kupovnu moć. Rast će značaj turizma „sijede kose“ koji kao trend ima odgovor u održivom razvoju koji daje značaj ljudskom kapitalu i snažno poštuje turizam prirodnih i kulturnih resursa (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014).

Jedna od mogućih strategija za izlaz iz faze zrelosti nalazi se u strategiji diferencijacije kao kompleksne zadaće kamping menadžmenta (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014), te je ključ svega ostvarivanje inovativnosti. Trendovi kamping turizma idu prema diferencijaciji, pronalaženju novih tržišnih pozicija te najvažnije pridobivanju novih te zadržavanju starih potrošača. Tako postoje dva nova i glavna trenda prisutna u razvoju kampinga:

- „7RE – TRENDS“- trend povratka određenim vrijednostima (Tab. 1)
- „NEO CAMPING“ – trend razvoja novih vrsta i oblika kamping proizvoda

Tab. 1 7RE- trendovi kamping proizvoda

1. REJUVENATION	Pomlađivanje kamping usluge ali i pomlađivanje duha i tijela
2. REGENERATION	Obnova kamping uređaja i usluga, obnova tijela i duha.
3. REFAMILYISATION	Kamping kao oblik povratka i zajedništva obitelji.
4. RECONNECTION	Kamping kao način ponovne uspostave kontakta s bližnjima i prijateljima.
5. REDISCOVERING	Ponovno pronađena ljepota kampiranja, ponovno pronađena vrijednost kampiranja.
6. RETURN TO NATURE	Kamping kao oblik ponovnog velikog “povratka prirodi”.
7. RETURN TO LUXURY	Povratak komforu, aluzija na prvobitna putovanja bogatih po Europi.

Izvor: Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014

Drugi trend u razvoju kamping turizma je „Neo camp“, izraz koji implicira novost. novi kamp koncept, a povezan je s održivosti kamping turizma (Cvelić-Bonifačić i

Milohnić, 2014). „Neoekologija“ uz „neocomfor“ postaje snažan trend razvoja kamping turizma (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014). Inovativni kamping menadžment treba voditi računa da će kamping u prvim desetljećima 21. stoljeća obilježiti sljedeće vrste kamping proizvoda (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014):

- *Glamping* – uvođenje novih i inovativnih vrsta smještaja,
- *Camping as retreat* – kamping kao utočište (bijeg od svakodnevnice)
- *Extreme camping* – kamping kao adekvatna baza za bavljenje ekstremnim aktivnostima,
- *Cocooning camping* – kamping kao potraga za toplom zaštitom od vanjskog nesigurnog okruženja,
- *Family togetherness* – kamping kao idealan oblik odmora za cijelu obitelj,
- *Garden Eden Camping* – kamping kao ideja doživljaja „rajskog vrta“,
- Naturizam, LGBTIQ kampovi i *sex camping* – naturizam kao povratak prirodi, segmentirani kampovi za pojedine skupine istih seksualnih orijentacija ili *sex camping* kao dio naturističkih kampova.

3.6.1. Glamping

Glamping kao složenica dolazi od riječi glamurozno i kamping, a podrazumijeva luksuzno kampiranje, a često se naziva i kampiranje s 5 zvjezdica (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014). Glamping je novi trend u turizmu koji kombinira luksuz i prirodu, komfor i poštovanje prema prirodi, ali pruža i ekskluzivnost i unikatnost u pružanju smještaja (Cvelić-Bonifačić i dr., 2017). Za razliku od malih, praktičnih, ali neudobnih šatora, glamping kao pojam najčešće se vezuje uz luksuzne šatore koji su opremljeni kao luksuzni hotelski apartmani, nalaze se na atraktivnim lokacijama i zauzimaju prosječno više mjesta od ostalih smještajnih jedinica (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014).

Trend glampinga utjecao je i na razvoj mobilne arhitekture, primjerice mobilnih kućica, koja privlači veći broj posjetitelja, dok minimalizira utjecaje na okoliš kroz primjenu fleksibilnih i mobilnih struktura (Rucivero, 2012 prema Cvelić-Bonifačić i dr., 2017). Glamping kao trend „neocomfora“ snažno zagovara povratak kampinga u središte turističkog interesa, utire novi trend kroz novi luksuzni oblik kampiranja i na tržištu igra

novu ulogu zagovaratelja i snažnog promotora novog kamping turizma (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014). U Velikoj Britaniji, Francuskoj i Italiji, glamping je već široko poznat i tražen, a neki turoperatori su se uključili u ovaj trend pa veliki dio njih nudi aranžmane i rezervaciju smještaja u svojim glamping šatorima (Cvelić-Bonifačić i Milohnić, 2014).

Generalna percepcija je da je glamping postao vrlo popularan način provođenja odmora. Percipira ga se kao idiličan način provođenja odmora, s dozom glamura koji pruža nezaboravno iskustvo (Cvelić-Bonifačić i dr., 2017).

4. Kamping turizam Hrvatske

Prema priopćenju Državnog zavoda za statistiku Hrvatska je u 2017. godini zabilježila brojku od 17.430.580 turističkih dolazaka, od čega strani turisti čine 89,5 % svih turističkih dolazaka, te 86.200.261 noćenja pri čemu strani gosti čine udio od čak 93,1 % svih noćenja. Porast je ovo broja dolazaka u odnosu na 2016. godinu za 12,7 %, a broja noćenja za 10,6 % (Turizam u 2017, Statističko izvješće 1616).

Kamping turizam u Hrvatskoj ostvaruje konstantan rast iz godine u godinu. U 2017. godini su smještajni objekti iz kategorije „Kampovi i prostori za kampiranje“ ostvarili 2.822.227 dolazaka te 19.081.574 noćenja, te je tako 2017. godine po prvi puta nadmašena rekordna sezona iz 1986. godine (17.506.000 noćenja). Ovdje je također značajan porast u odnosu na 2016. godinu kod broja dolazaka za 8,7 %, a broja noćenja za 9,5 %. Posebno valja izdvojiti i kategoriju „Ostali smještaj“ gdje se nalazi subkategorija „Objekti za robinzonski smještaj“ koji su 2017. godine zabilježili brojku od 2.919 dolazaka, porast u odnosu na 2016. za 66 %, i 10.689 noćenja, porast u odnosu na 2016. godinu za 52,9 % (Turizam u 2016, Statističko izvješće 1594; Turizam u 2017, Statističko izvješće 1616).

Na razini Europske unije, 2016. godine, 13 % svih turističkih noćenja bio je u kampovima, dok je ta brojka u Hrvatskoj daleko veća i iznosila je 22,5 %. Svega 4 članice EU imale su udio noćenja u kampovima veći od Hrvatske, a to su Danska (34,7 %), Luksemburg (32,8 %), Francuska (27,7 %) te Švedska (27,3 %). Primjerice u Sloveniji, gdje je kamping turizam znatno razvijeniji nego u Hrvatskoj, taj udio iznosio je svega 12,6 % (URL 11).

Potražnja za boravkom u kampovima u Hrvatskoj bilježi stalan rast usprkos nešto slabijoj kvaliteti te ponude. Od 1975. godine do 2005. godine, noćenja u kampovima rasla su prosječno godišnje po stopi od 2,2 %, a u ostalim vrstama smještaja po stopi od 0,2 %, uz jedini zastoj u doba krize u regiji i Domovinskog rata (Hendija, 2006).

Karakteristika kamping turizma u Hrvatskoj je ovisnost o stranim gostima. Ni jedna europska zemlja nije toliko ovisna o inozemnoj kamping potražnji i o nekolicini emitivnih kamperskih tržišta kao Hrvatska. U strukturi posjetitelja naših kampova, 2016. godine, dominiraju Nijemci s 33 % noćenja, a slijede ih Slovenci s 17 %, Nizozemci i Austrijanci s 10 % te Talijani s 8 % (URL 5). Premda zabrinjava velika ovisnost o tih nekoliko

vodećih tržišta, još više zabrinjava činjenica da je riječ o gostima iz visokorazvijenih europskih zemalja, koji traže viši standard i kvalitetu usluga u kampovima, što im zasad pružaju samo neki naši kampovi (Hendija, 2006). U 2016. godine svega jedan kamp u Hrvatskoj spadao je u kategoriju od 5*, a od kategoriziranih dominirali su kampovi s 2* i 3*, te mali kampovi u domaćinstvu koji su u odnosu na 2015. godinu i povećali svoj broj 2016. (Tab. 2).

Tab. 2 Kamping kapaciteti po županijama u Hrvatskoj 2016. godine

Vrsta		Sisačko-moslavačka	Karlovačka	Primorsko-goranska	Ličko-senjska	Zadarska	Šibensko-kninska	Osječko-baranjska	Splitsko-dalmatinska	Istarska	Dubrovačko-neretvanska	Grad Zagreb	Zagrebačka	Koprivničko-križevačka	Virovitičko-podravska	Krapinsko-zagorska	Ukupno RH 2016	Ukupno RH 2015
Kamp 5*	Br. Objekta			1													1	
	Kap. Osoba			1.329													1.329	
Kamp 4*	Br. Objekta		3	7	1	9	2		7	17	5		1				52	39
	Kap. Osoba		760	12.215	48.000	11.680	3.426		4.623	47.100	2.366		166				87.136	66.360
Kamp 3*	Br. Objekta		1	15	2	8	7		6	17	8						64	64
	Kap. Osoba		1.748	19.279	668	3.180	4.863		4.824	36.566	2.510						73.638	90.483
Kamp 2*	Br. Objekta			12	3	17	4		10	19	4	1					70	82
	Kap. Osoba			9.081	369	9.098	2.910		3.836	33.313	1.683	333					60.623	60.140
Kamp 1*	Br. Objekta			3		5			2	4	1						15	28
	Kap. Osoba			1.860		685			429	1.664	195						4.833	10.585
Kampirališta	Br. Objekta	1	2	3	3	34	11		8	1	9					1	73	45
	Kap. Osoba	30	162	300	264	2.390	738		597	75	792					90	5.438	3.976
Kamp odmorišta	Br. Objekta		1	1	3	2	2	1	2	3				1	1		17	13
	Kap. Osoba		78	48	219	94	150	68	240	87				33	15		1.032	923
Kamp u domaćinstvu	Br. Objekta		1	14	6	139	66		33	26	54						339	300
	Kap. Osoba		25	257	141	3.240	1.548		754	648	1.434						8.047	5.291
Kamp u seljačkom gospodarstvu	Br. Objekta			1	1	4			1		1		1				9	
	Kap. Osoba			30	12	105			21		15		12				195	
Ukupno	Br. Objekta	1	8	57	19	218	92	1	69	87	82	1	2	1	1	1	640	571
	Kap. Osoba	30	2.773	44.399	6.473	30.472	13.635	68	15.324	119.453	8.995	333	178	33	15	90	242.271	237.758

Izvor: Turistički promet i kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj 2016. – Analitički prikaz rezultata po županijama, URL 16

Kampisti su više od drugih turista osjetljivi na vremenske prilike i padaline te je stoga ključno obilježje ovog segmenta potražnje njegova naglašena sezonalnost i vezanost gotovo isključivo na toplije doba godine. U ljetnim mjesecima kampisti tako ostvaruju gotovo 93 % noćenja u Hrvatskoj, od čega je 72 % samo u srpnju i kolovozu (Hendija, 2006). Sljedeće njihovo obilježje je izrazita prostorna koncentriranost na Sjeverno hrvatsko primorje, Istru i Kvarner (Tab. 3), koje ima najrazvijeniju kamping ponudu u Hrvatskoj, ponajviše iz razloga jer je najbliže glavnim emitivnim tržištima (Slovenija, Italija, Austrija). Ono što Tab. 3. dalje pokazuje je značaj porast kamping noćenja u Karlovačkoj županiji, koja se sve više etablira na kamping tržište kao ozbiljna kamping destinacija.

Tab. 3 Noćenja u kampovima i trend po županijama

Županija	Kamping noćenja			Indeks	
	2014.	2015.	2016.	2015/2014	2016/2015
Istarska	8.489.489	8.726.874	8.952.029	97,3	97,5
Primorsko- goranska	3.229.331	3.376.301	3.387.294	95,6	99,7
Zadarska	1.911.000	2.035.820	2.066.533	93,9	98,5
Splitsko- dalmatinska	878.933	938.426	996.506	93,7	94,2
Šibensko- kninska	891.590	910.283	881.440	97,9	103,3
Ličko- senjska	519.897	538.941	559.493	96,5	96,3
Dubrovačko- neretvanska	444.857	447.193	435.706	99,5	102,6
Karlovačka	131.137	155.069	176.752	84,6	87,7
Ostale županije	12.089	29.174	27.863	41,4	104,7

Izvor: Turistički promet i kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj 2016. – Analitički prikaz rezultata po županijama, URL 16

Tab. 4 dalje pokazuje udjele kamping noćenja po županijama u odnosu na njihov udio u noćenjima ostvarenom u kamping u na razini Hrvatske. Kako je već navedeno, prednjači regija Sjevernog hrvatskog primorja. Zanimljiviji je svakako podatak koji pokazuje značaj kampinga u noćenjima u županiji. Tu se također, izuzev tradicionalno razvijenih primorskih županija, izdvaja Karlovačka županija gdje taj udio iznosi čak 38 % noćenja u kampovima u odnosu na druge smještajne kapacitete, te je jedino od nje bolja Istarska županija (39 %). Razlog leži i u tome što u Karlovačkoj županiji nema značajnijih hotelskih smještajnih kapaciteta te su ljepote prirode kao i blizina nekih turističkih destinacija bili preduvjet za razvoj kamping ponude u Karlovačkoj županiji.

Tab. 4 Udio kamping noćenja po županijama u odnosu na njihov udio u noćenjima ostvarenom u kampu na razini Hrvatske

Županije	Kamping noćenja	Kamping noćenja po županijama - udio (u %)	Ukupno noćenja u županiji	Značaj kampinga u noćenjima županija – udio (u %)
Istarska	8.952.029	51,2	23.128.233	38,7
Primorsko- goranska	3.387.294	19,4	13.989.567	24,2
Zadarska	2.066.533	11,8	8.209.852	25,2
Splitsko- dalmatinska	996.506	5,7	14.880.891	6,7
Šibensko- kninska	881.440	5,0	4.988.303	17,7
Ličko- senjska	559.493	3,2	2.322.753	24,1
Dubrovačko- neretvanska	435.706	2,5	6.827.837	6,4
Karlovačka	176.752	1,0	466.432	37,9
Ostale županije	27.863	0,2	2.653.951	1,0
Hrvatska	17.483.616	100,0	78.049.852	22,4

Izvor: Turistički promet i kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj 2016. – Analitički prikaz rezultata po županijama, URL 16

Ove navode u intervjuu tvrdnjama potkrepljuje i Klemen Hren, pokretač slovenskog internetskog portala Avtokampi.si, vodećeg takvog izvora za područje bivše Jugoslavije. On navodi kako je u regiji, s aspekta kamping turizma, Hrvatska “bar tri koraka ispred drugih država“. Smatra da se u Hrvatskoj u posljednjih 5-6 godina kampiranje stvarno jako razvilo, a od regija se definitivno treba izdvojiti Istra u kojoj se i u europskim okvirima mogu pronaći najkvalitetniji kampovi što se može vidjeti i po nagradama koje daju neki od najvećih europskih autoklubova. Uz Istru svakako treba napomenu i Kvarner koji je jako unaprijedio svoju kamping ponudu, a posebno je razvijena ponuda na otoku Krku koji je u Hrvatskoj prvi imao kamp s 5 zvjezdica. Iako te zvjezdice danas više toliko nisu važne, puno više znače komentari i mišljenja posjetitelja kada se gleda lokacija koji kamp posjetiti.

Hren dalje navodi kako su trenutno su slovenski kampisti po broju noćenja u Hrvatskoj došli na drugo mjesto, odmah iza Njemaca. Slovenski kampisti još uvijek

najviše vole tradicionalne kampove, ne streme još toliko modernim kampovima s mobilnim kućicama ili glamping ponudom. Više su za kampove okružene prirodom, vegetacijom, s onim pravim istinskim osjećajem da si u prirodi. Zato nekako većinom posjećuju osunčane kampove u predsezoni i postsezoni, a za vrijeme sezone više posjećuju prirodnije kampove okružene vegetacijom. S druge strane postoje naravno i gosti koji su više za sunce, more, kao npr. posjetitelje iz Sjeverne i Zapadne Europe koji u svojim državama nemaju toliko sunčanih dana ili imaju duge zime pa vole doći u sunčane krajeve.

Jedno od pitanja iz intervjua s vlasnicima kampova u Karlovačkoj županiji bilo je „Kako vi vidite Hrvatsku kao kamping destinaciju u odnosu na druge zemlje u Europi?“

Ispitanik #1 navodi: „Smatram da smo dosta dobro razvijeni. Stalno se otvaraju novi kampovi, postoje novi projekti. Pogotovo smo razvijeni uz obalu gdje nam je kamping već dugi niz godina razvijen.“

Ispitanik #2 navodi: „Smatram da je kod nas ponuda podjednaka s nekim drugim zemljama u Europi, ali je razvijenije ono izvorno iskustvo kampiranja. Mnogi gosti mi je reklo kako su u nekim drugim zemljama, Austriji, Njemačkoj, Mađarskoj i dr. imali iskustvo kao da su na nekom parkiralištu, sve je izbetonirano, malo je vegetacije, nije to više taj osjećaj da si u kampu.“

Ispitanik #3 ističe: „Jako upitno. Hrvatska je rođena kamping destinacija. Iz bilo kojeg dijela Europe nije problem ljudima autom, kamp kućicom ili kamperom doći do Hrvatske. Ali je problem da sve ono što mi nudimo, Austrija, Njemačka, a pogotovo Francuska nude jednako, ako ne i bolje, a po nižoj cijeni. A pogotovo ove godine su cijene jako otišle gore. Možemo mi govoriti da nitko nema naše more, ali sve to i jedna Francuska ima, sve to ima i jedna Austrija, nema more, ali ima rijeke, jezera, planine, šume, a sve nude po znatno nižim cijenama od nas. Neka samo 10 % gostiju kaže da neće više dolaziti u Hrvatsku jer je preskupa, to će se jako, jako osjetiti. Mi imamo jako puno potencijala da se i kamping još jače razvije na kontinentalnom dijelu Hrvatske, ali treba vremena, treba jaka promidžba. Prije nekoliko godina sam bio na jednom sajmu u Nizozemskoj i prolazi jedan Nizozemac pored štanda od HTZ-a i kaže: „Da, čuo sam da je Hrvatska jako lijepa. Idem ove godine u Istru pa možda navratim i u Hrvatsku“. Znači Istra se brendirala kao Istra, a ne kao dio Hrvatske. Tako se i Hrvatska brendira kao Jadran, a ne kao Slavonija,

Zagorje, Međimurje ili bilo koji kontinentalni dio. Treba promijeniti i tu svijest kod gostiju da Hrvatska nije samo more. Na Plitvicama je turizam jako razvijen, ali to su Plitvice. One već imaju dugu tradiciju bavljenja turizmom.“

Ispitanik #4 navodi: „Hrvatska ima ogroman potencijal za biti prava kamping destinacija. Stranci imaju jaka kamping udruženja i automoto klubove koji jako rade na promociji kampinga i njima je Hrvatska izuzetno interesantna. To se posebno vidi kod nas na moru gdje se u kampiranju vrte jako veliki novci i prolazi jako veliki broj gostiju. Ono što je problem u zadnjih par godina je da smo jako podignuli cijene kampiranja. To su mi se pogotovo stranci požalili. Primjerice kamp iste kvalitete kod nas i u Francuskoj je u Francuskoj bar za 30 % jeftiniji. To sad treba vidjeti hoće li to usporiti rast kampiranja u Hrvatskoj.“

5. Karlovačka županija

5.1. Geografski smještaj i položaj karlovačke županije

Karlovačka županija administrativno je podijeljena na 5 gradova i 17 općina (Sl. 2). Na zapadu graniči s Primorsko – goranskom, na jugu s Ličko – senjskom, na istoku sa Sisačko- moslovačkom županijom, a na sjeveru sa Zagrebačkom županijom. Karlovačkom županijom prolazi i najuži koridor koji povezuje susjedne Bosnu i Hercegovinu i Sloveniju.

Po posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine, Karlovačka županija imala je 128.899 stanovnika, što je za 9,1 % manje nego 2001. godine kada ih je bilo 141.787. Najveći Grad županije i administrativno, političko, gospodarsko i kulturno središte je Karlovac (55.705 stanovnika), njega slijede Ogulin (13.915 stanovnika), Duga Resa (11.180 stanovnika) , Ozalj (6.817 stanovnika) i Slunj (5.076 stanovnika).

5.2. Fizičkogeografska obilježja Karlovačke županije

Karlovački nodalno- funkcionalni prostor okupljen je oko središnjeg Karlovca, a obuhvaća dio nepropusnog Pokuplja, cijelo sjeverno Krško Pokuplje i južno krško Pokuplje, kordunsko – banovinski prostor i ogulinsko – plašćansko zavalu s drežničkim prostorom (Magaš, 2013). Prostor je pretežno nizinski, s izrazito razgranatom riječnom mrežom te obiluje vodnim bogatstvom (Sl. 4). Područje Karlovačke županije prostire se u visinskom rasponu više od 1.400 m i to od najniže točke na nadmorskoj visini od 105 m (korito rijeke Kupe kod mjesta Desni Štefanki) do najviše točke na 1.535 m (vrh Bjelolasice, Kula). Prosječna nadmorska visina čitavog prostora Karlovačke županije iznosi 335 m te prevladavaju područja nižih nadmorskih visina (Bočić i dr., 2016).

Na sjeveroistoku županije, na granici sa Zagrebačkom županijom nalazi se mnoštvo ribnjaka i bara, od kojih je najznačajniji Draganički ribnjak. Na krajnjem sjeveru, dominantan fizičkogeografski oblik je Žumberačka gora, prilikom čega se u Karlovačkoj županiji nalazi njezin krajnji zapadni dio. Ističe se u gornjem nepropusnom Pokuplju kao

jedinstvena iznimka jer se njegovi dolomitični vapnenci izdvajaju svojom propusnošću (propusni krš) te djeluju poput oaze unutar nepropusnog prostora (Magaš, 2013). Ovdje su krški ravnjaci raščlanjeni nizom riječnih dolinica koje dijelom gube vode u propusnim slojevima (Magaš, 2013).

Južno od Karlovca dominira područje sjevernog Krškog Pokuplja. To je prostor peripanonskog pokrivenog krškog pobrđa s jedinstvenim oblikovanjem kultiviranog krajolika između susjedne slovenske Bele krajine na sjeverozapadu i nekadašnjeg krajiškog područja na jugu (Magaš, 2013). Obilježava ga izrazit plitki peripanonski krški reljef građen od trijastih dolomita s izbrazdanim zaravnima u kršu, brojnim ponikvama te plitkim klancima Kupe, Dobre i Mrežnice s pojedinim istaknutim karbonatnim uzvisinama na zaravnima. Ovaj prostor čine predjeli starih hrvatskih općina (Karlovac, Duga Resa, Generalski Stol, Tounj), a prema jugozapadu prelazi u ogulinski potkapelski kraj (Magaš, 2013).

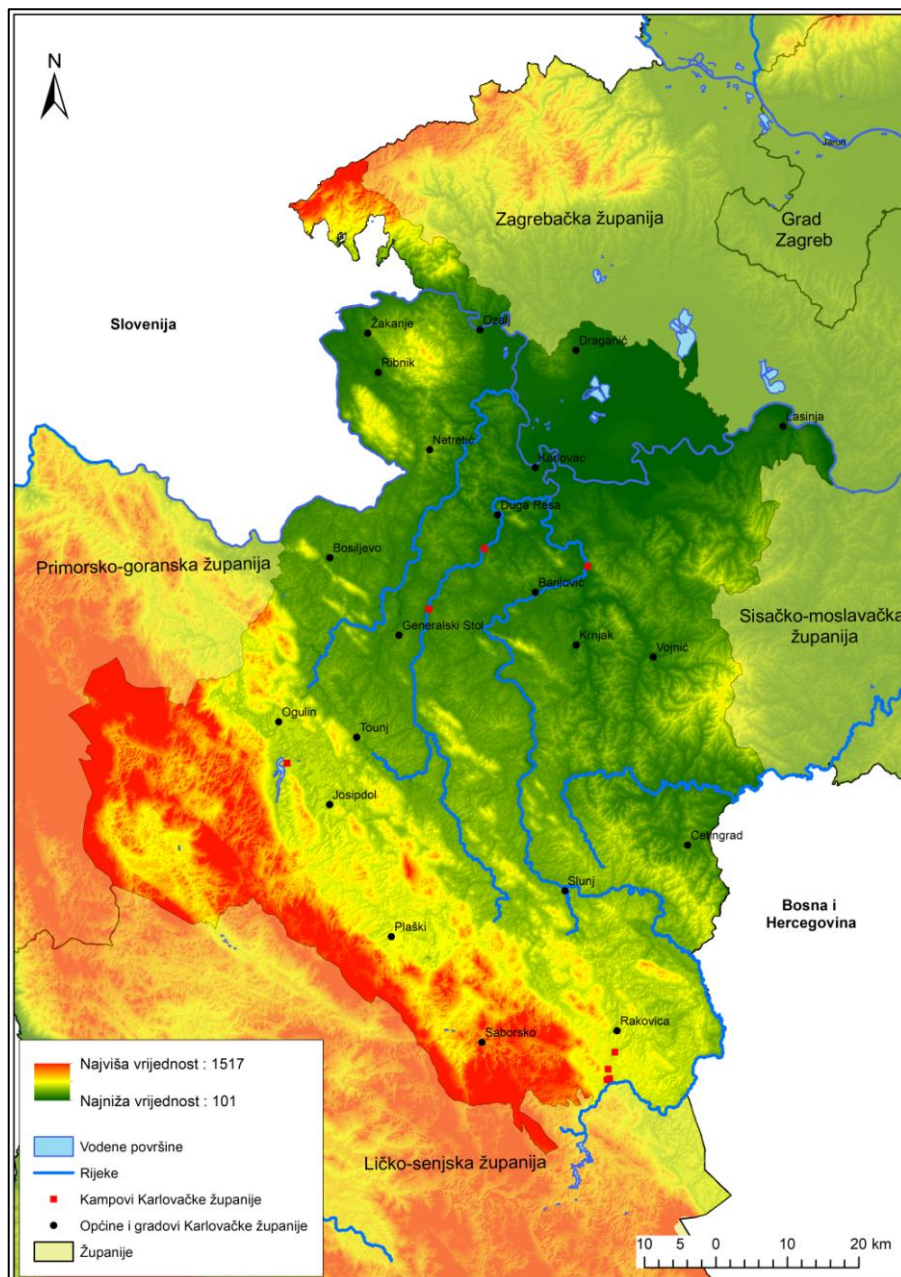
Dobransko – ogulinski ili Ogulinsko – modruški prostor obuhvaća gornju dolinu Dobre, Velikog Zagorja, Ogulinsko polje i prostor Modruša. Ovo je tipično prijelazno područje Gorske Hrvatske prema Kordunu i Gornjem Pokuplju, tj. peripanonskom području. Za ovaj kraj najvažniji su bili prijelazi prema Senju preko Dobre: Brod Moravice, Vrbovsko i Ogulin, Kapele te prometna valorizacija željezničkog spoja ličke s riječkom prugom kod Oštarija uz Dobru. Modruš je najstarije mjesto podno Kapele, važna historijskogeografska točka s funkcijom sjedišta biskupije.

Jugoistočno od ogulinsko – modruške udoline nastavlja se plašćansko – saborski prostor, uključivši zone Plaškog i Jaseničkog polja s područjem Saborskog. Čine ga tektonski predodređena udolina pokrivenog krša. Brojne su spilje i drugi speleološki objekti.

Na krajnjem zapadu županije nalazi se drežnički prostor. To je iznimno prijelazna visokogorska mikrocjelina goranskog prema južnije položenom ličkom području. Ističe se masiv Velike Kapele, a veća polja nalaze se oko Drežnice i Jasenka.

Na jugu županije nalazi se prostor središnjeg krškog Korduna, tj. slunjsko-rakovičkog prostora, gdje prevladava razmjerno plitka krška karbonatna osnova. Nepropusna podloga je vrlo blizu površine, a prekrivena je vapnencima i dolomitima. Korana je glavni vodotok, hranjen slično kao i ostale rijeke krškog Pokuplja, podzemnim

vrelima. Osnovni geomorfološki oblik su zaravni u kršu s pijedinim uzvisinama, u kojima su usječeni suhi klanci slabijih vodotoka, odnosno aktivna sutjeska Korane (Magaš, 2013).

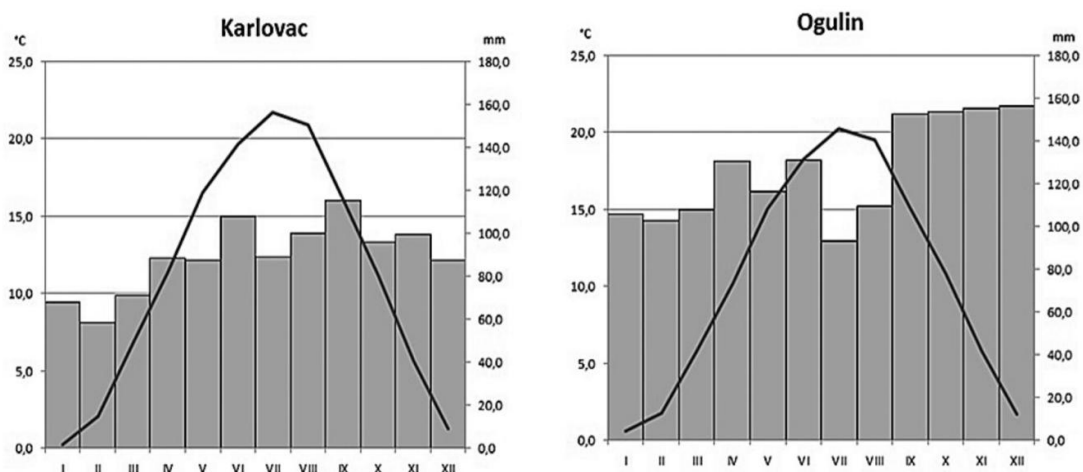


Sl. 2. Hidrogeomorfološka karta Karlovačke županije

Izvor: Izradio autor prema podacima Državne geodetske uprave

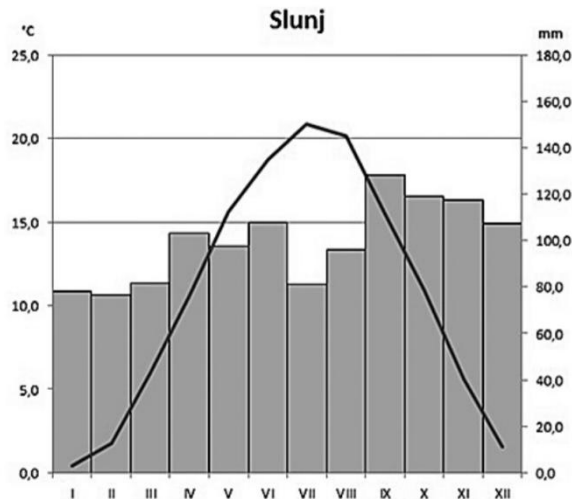
Klimu Karlovačke županije određuje njezin smještaj u umjerenim geografskim širinama, blizina Atlantskog oceana i Sredozemnog mora kao važna ciklogenetska područja te utjecaj sibirskog maksimuma zimi i subtropskog maksimuma koji ljeti sprječava prodore frontalnih poremećaja iz unutrašnjosti (Bočić i dr., 2016). Važan

klimatski modifikator je i reljef. Klimatska obilježja Karlovačke županije određena su prema podacima dobivenim od Državnoga hidrometeorološkog zavoda (DHMZ) za tri meteorološke postaje – Karlovac (110 m), Ogulin (328 m) i Slunj (254 m) za razdoblje od 1981. do 2010. Najvišu srednju godišnju temperaturu zraka ima Karlovac, zatim Slunj i Ogulin (Sl. 3, 4). Godišnji hod temperature zraka sličan je u sve tri postaje, maksimum je u srpnju, a minimum u siječnju (Sl. 3, 4). Najvišu temperaturu ima Karlovac, a najnižu Ogulin (Sl. 3, 4), što je posljedica utjecaja nadmorske visine, ali i kotlinskog efekta (Bočić i dr., 2016). U siječnju je raspodjela temperature suprotna zbog utjecaja reljefa. Karlovac i Slunj, za razliku od Ogulina, imaju slična obilježja godišnjeg hoda padalina. U obje je postaje glavni maksimum padalina u rujnu, a sporedni u lipnju. Glavni je minimum u veljači, a sporedni u srpnju. U Ogulinu se glavni maksimum padalina javlja u prosincu, a sporedni u lipnju, s time da je količina padalina visoka u svim jesenskim mjesecima. Glavni je minimum padalina u srpnju, a sporedni u veljači. Broj dana s padalinama najveći je u Ogulinu, 160, a manji u Karlovcu, 140, i Slunju, 132. Prema navedenim obilježjima temperature i padalina u Karlovačkoj županiji, prema Köppenovoj klasifikaciji prevladava umjereno topla vlažna klima s toplim ljetom (Cfb), koja je određena za sve tri postaje, a prostorno vrlo mali dio županije, područje Bjelolasice, više od 1.200 metara, ima vlažnu snježno-šumsku klimu (Df) (Filipčić, 1998) .



Sl. 3. Godišnji hod temperature zraka i padalina u gradu Karlovcu i gradu Ogulinu (1981. – 2010.)

Izvor: Bočić i dr., 2016



Sl. 4. Godišnji hod temperature zraka i padalina grada Slunja (1981. – 2010.)

Izvor: Bočić i dr., 2016

5.3. Historijskogeografski razvoj karlovačke županije

Karlovačka županija, kao posebno izdvojena uvjetno-homogena cjelina, dugo nije imala izrazitog središta, a čak i nakon osnivanja i gradnje Karlovca kao najznačajnijeg hrvatskog planski koncipiranog gradskog naselja, dugo nije bila integrirana s tim novim središtem (Magaš, 2013). Niz manjih naselja, kao i starije veće naselje, Novo Mesto na slovenskom teritoriju, koje je osnovano u 14. stoljeću kao feudalni grad, u vrijeme najezdi Osmanlija nisu imali dovoljno snage za vojnu obranu pa je osnovan Karlovac (Magaš, 2013).

Zlatno doba razvoja Karlovca bilo je od druge polovice 18. do kraja prve polovice 19. stoljeća. Zahvaljujući smještaju na tzv. karlovačkom četvororječju, te njegovom važnom prometnogeografskom položaju na glavnim putevima prema moru, Karlovac je doživio snažan gospodarski razvoj. Razdoblje je to bilo afirmacije podunavsko – sjevernojadranskog kombiniranog prometnog sustava, kada je Karlovac postao jedan od glavnih terminala za pretovar panonskih žitarica na izvoznom putu prema moru. Odavde su trasirane i prve važne prekogorske ceste s kolskim zaprežnim prometom (Karolina 1726. prema rijeci kao civilna, Jozefina 1779. prema Senju kao vojna te Lujzijana 1809. prema

Rijeci kao cesta dioničkog društva), cvali su trgovina i komercijalne djelatnosti (brodogradnja i riječno poduzetništvo, karavanske i cestovne instalacije i dr.) donoseći kapital (Magaš, 2013).

Sljedeće razdoblje u razvoju Karlovca započelo je razvojem željezničkog prometa. Odvojak tzv. Južne željeznice Zagreb – Karlovac, postao je dio JZ željezničke magistrale Budimpešta – Zagreb – Rijeka, od prvorazrednog interesa ugarske vlasti (Magaš, 2013). Trgovačka uloga grada naglo slabi, te dolazi do krize, prije svega zbog pada uslužnih djelatnosti u gradu. Kao prometno čvorište puno veće značenje dobiva Zagreb. Industrija je bila u začecima i podmirivala je samo lokalne potrebe, a obrtničko i trgovačko stanovništvo preorijentiralo se na poljoprivredu, od čega krajem 19. stoljeća živi gotovo 40 % građana (Maradin, 2009). Izlaz je pronađen u gradnji razmjerno jeftinijih pogona za preradu uvoznih sirovina koje su iz Rijeke dopremane željeznicom do Karlovca. Prvi su bili pogoni tekstilne industrije u Karlovcu i Dugoj Resi, koja se zasnivala na uvoznom pamuku s Bliskog Istoka ili juga SAD- a, jeftinijoj radnoj snazi, jeftinom pomorskom transportu, jeftinom zemljištu i povoljnom režimu rijeke Mrežnice (Magaš, 2013). Duga Resa se razvila poslije željezničkog povezivanja izrastanjem snažne tekstilne industrije, a sve do kraja 80- godina 20. stoljeća, imala je više zaposlenih nego stanovnika zbog velikog migriranja radne snage iz okolnih zona, ali je u suvremenim uvjetima privatizacije taj kompleks nestao (Magaš, 2013).

Međutim, sve do Drugog svjetskog rata nije bilo sustavnog razvoja industrije. Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do snažnog razvoja industrije. Prije svega je to posljedica petogodišnjih planova u okviru planskog gospodarstva. Grade se velike tvornice, prvenstveno prerađivačke industrije (Jugoturbina, Lola Ribar, ŽEČE, i druge), koje su zapošljavale stanovništvo grada i okolice (Maradin, 2009). Tako je samo Jugoturbina zapošljavala oko 7 000 radnika. Za razvoj industrije važnu je ulogu imala željeznica. Velike tvornice grade se uz željeznicu kojom se dopremaju sirovine. Karlovac je u to vrijeme bio jedno od najvažnijih industrijskih središta središnje Hrvatske. Za razvoj grada važna je izgradnja autoceste Zagreb-Karlovac, koja je puštena u promet 1972. godine. Međutim, utjecaj te autoceste na gospodarstvo Karlovca bio je ograničen budući da se na nastavak izgradnje autoceste prema Rijeci čekalo više od 25 godina (Maradin, 2009).

Osamdesetih godina dvadesetog stoljeća dolazi do krize socijalističkog sustava. Prezaposlenost, korupcija, sustav koji ne omogućava napredovanje sposobnih te

konkurentniji i produktivniji kapitalistički sustav samo su neki od faktora zbog kojih se raspao socijalizam (Maradin, 2009). Krajem osamdesetih godina velike tvrtke, kao što su Jugoturbina, Velebit, Josip Kraš, i mnoge druge manje propale su ili su se raspale u manje tvrtke. Domovinski rat nanio je velike, neposredne i posredne, štete gospodarstvu grada. Problematična je bila i privatizacija koja se provodila u takvim uvjetima. Osim toga veliki dio industrije propao je jer je bio tehnološki zastario i nije se mogao nositi s međunarodnom konkurencijom. Zbog toga je propao velik dio industrije odjeće i obuće, te metaloprerađivačke i kemijske industrije. Premda je metaloprerađivačka industrija opstala, ona je danas na tehnološki niskoj razini, a proizvodi su namijenjeni ograničenom tržištu (Maradin, 2009).

Danas Karlovac još uvijek ima ulogu samo tranzitnog središta. Grad se nikada nije oporavio na stanje kakvo je bilo prije 90- tih godina 20. stoljeća. U gradu ne postoji visokodohodna industrija, turizam je slabo razvijen, bez konkretne turističke ponude, posebno izvan ljetnih mjeseci kada se temelji na poziciji tranzitnog centra turista na putu prema obali. Do pomaka u turističkoj ponudi došlo je otvaranjem Aquatike, prvog slatkovodnog akvarija u Hrvatskoj koju je 2017. godine posjetilo oko 91.000 turista, a 2018. njih oko 71.000. Hrvatska je jedna od europskih zemalja s najbogatijom riječnom florom i faunom, a upravo grad Karlovac, kao grad na četiri rijeke - Kupi, Korani, Mrežnici i Dobri, pravo je mjesto za prezentaciju prirodnog bogatstva naših slatkih voda (URL 19).

Slab razvoj Karlovca treba sagledati i sa šireg aspekta, jer bez razvijenog regionalnog središta nema ni razvoja ostalih dijelova županije. Jedini izuzetak je općina Rakovica, koja se razvila zahvaljujući blizini Nacionalnog parka Plitvička jezera te ima uvjerljivo najveći udio turističkih dolazaka i noćenja u cijeloj Karlovačkoj županiji.

5.4. Prometnogeografski značaj Karlovačke županije

Povoljan prirodni te prometnogeografski položaj Karlovačke županije rezultirao je infrastrukturnim koridorima od strateške važnosti za Republiku Hrvatsku, koji su ujedno i jedina veza kontinentalnog i primorskog dijela Republike Hrvatske unutar njenih granica (45 km zračne linije između državnih granica prema Sloveniji i prema Bosni i Hercegovini).

Naravno, promet je oduvijek imao stratešku poziciju tako da od rimskih cesta, preko stare Frankopanske ceste i danas najpoznatijih povijesnih cesta Karoline, Lujzijane i Jozefine, dolaskom željeznice do Karlovca i kasnijim prolaskom do Rijeke, sve do današnjih dana i prolaska autoceste prema Jadranu (2 pravca – prema Rijeci i prema Splitu). Od tri prometna koridora europskog i državnog značenja na području Hrvatske, jedan prolazi područjem Županije - poprečni koridor na prometnom pravcu sjever – jug - Vb. Prema kategorizaciji cesta, na području Županije postoje dvije autoceste - A1 i A3 (79 km), 11 državnih (375 km), 55 županijskih (557 km) i 164 lokalne ceste (703 km), uz veliki broj nekategoriziranih cesta za koje ne postoje detaljniji podaci (Sl. 5).



Sl. 5. Prometnogeografska karta Karlovačke županije

Izvor: Izradio autor prema podacima Državne geodetske uprave

6. Turistička kretanja u Karlovačkoj županiji

Turizam u Karlovačkoj županiji nije razvijen koliko je primjerice u bilo kojoj primorskoj županiji. No, u kontinentalnoj Hrvatskoj je lider, izuzev Grada Zagreba. Po podacima za 2017. godinu, u Karlovačkoj županiji bilo je 332.991 turističkih dolazaka i 565.298 noćenja. Ono što se već može vidjeti samo po ovim prvim pokazateljima turizma u županiji je vrlo kratko prosječno zadržavanje turista u županiji, svega 1,7 dana, jedino manji prosječni boravak u kontinentalnoj Hrvatskoj ima Vukovarsko – srijemska županija (1,6 dana).

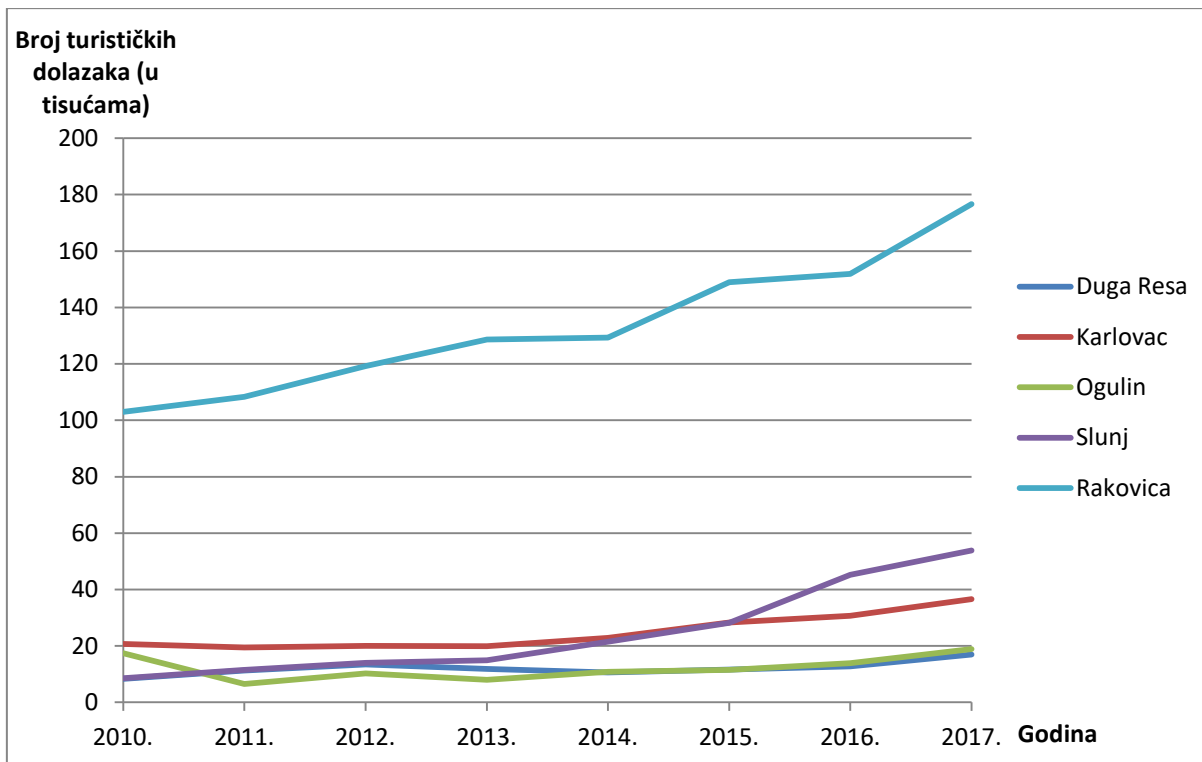
Što se tiče kretanja broja turista od 2010. do 2017. godine vidljiv je znatan porast broja turista iz godine u godinu (Tab. 5). Tako je indeks kod ukupnog broja dolazaka između 2010. i 2017. godine čak 203,3, a kod broja noćenja 200,4, a ako se uspoređuje još dulje vremensko razdoblje, razlike će biti znatno veće. Tako je indeks ukupnih turističkih dolazaka 2017. u odnosu na 2000. godinu čak 397,0, a indeks ukupnih turističkih noćenja 397,2. Kod ukupnog broja noćenja i dolazaka, kao i u kategoriji stalnih gostiju, generalni je trend povećanja njihova broja svake godine, no kod domaćih gostiju te brojke znatno variraju. Ne postoji neki određeni trend. U početnim promatranim godinama još su se osjećale posljedice ekonomske krize koja je počela 2008. godine, 2014. godina bila je vrlo kišovita te je to svakako razlog da je u njoj primjetan najmanji relativni i apsolutni rast broja turističkih dolazaka i noćenja. Najveće razdoblje pada broja turista ili njegove stagnacije bilo je od 2007. pa do 2011. godine, bilo je to razdoblje najizraženije suvremene gospodarske krize.

Tab. 5 Broj turističkih dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u Karlovačkoj županiji 2000.- 2017. godine

Godina	Dolasci			Noćenja		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
2000.	83.868	17.489	66.379	142.338	48.997	93.341
2001.	107.863	20.592	87.271	178.270	55.829	122.441
2002.	129.401	23.517	105.884	213.969	63.417	150.552
2003.	149.792	25.201	124.591	250.529	67.912	182.617
2004.	158.787	27.564	131.223	275.013	76.478	198.535
2005.	166.208	28.628	137.580	279.551	71.852	207.699
2006.	172.958	28.948	144.010	289.151	68.707	220.444
2007.	160.958	29.876	131.082	272.977	74.768	198.209
2008.	164.883	31.520	133.363	278.808	78.673	200.135
2009.	161.277	25.336	135.941	269.419	61.381	208.038
2010.	163.754	25.091	138.663	282.083	66.439	215.644
2011.	165.450	16.830	148.620	269.291	40.373	228.918
2012.	186.517	19.242	167.275	303.522	43.364	206.158
2013.	195.971	16.697	179.274	324.039	39.662	284.377
2014.	207.876	14.823	193.053	331.126	31.619	299.507
2015.	245.000	18.401	226.599	395.348	39.276	356.072
2016.	278.965	21.661	257.304	466.432	42.786	423.646
2017.	332.991	24.951	308.040	565.298	45.732	519.566

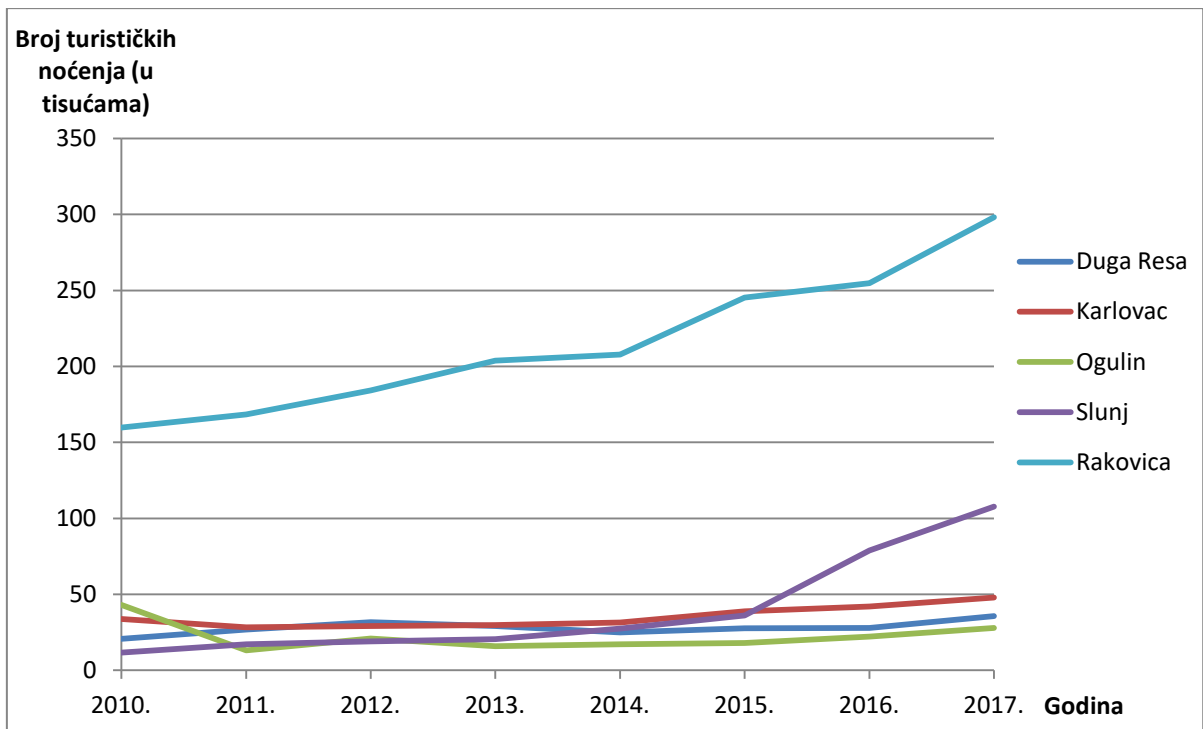
Izvor: Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima, Državni zavod za statistiku

Kada se analiziraju jedinice lokalne samouprave (u analizu su uključeni 4 grada i 1 općina s najvećim brojem turističkih dolazaka i noćenja, dok su drugi relativno zanemarivi zbog premalog značenja u turizmu ili nemogućnosti dolaska do podataka za cijelo promatrano razdoblje), generalni je trend od 2010. do 2017. godine rast broja noćenja (Sl. 6, Sl. 7), izuzev u Ogulinu koji ima najveće fluktuacije turističkih kretanja.



Sl. 6 Broj turističkih dolazaka u JLS Karlovačke županije od 2010. do 2017. godine

Izvor: Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima, Državni zavod za statistiku



Sl. 7 Broj turističkih noćenja u JLS Karlovačke županije od 2010. do 2017. godine

Izvor: Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima, Državni zavod za statistiku

Glavni razlog pada broja turista u Ogulinu nakon 2011. godine bio je požar u kojemu je izgorio Hrvatski olimpijski centar (HOC) Bjelolasica, u siječnju 2011. godine. Bio je to jedini HOC na području cijele Hrvatske te središte turizma u Karlovačkoj županiji, ali i u Hrvatskoj, u zimskim mjesecima. Od turističke ponude koja je prisutna u Ogulinu svakako se treba izdvojiti „Ogulinsko more“ – jezero Sabljaci, koje tijekom ljeta pruža mogućnost kupanja i veslanja, a za kupanje je pogodna i rijeka Dobra. Za biciklizam su obilježene dvije regionalne rute u duljini od 131 km, a gotovo 100 km lokalnih ruta povezano je s regionalnima te pružaju mogućnost upoznavanja ogulinskoga kraja u potpunosti (URL. 14). Tijekom zimskih mjeseci postoji i mogućnost za skijanje, sanjkanje i snowboarding na Bjelolasici. Skijalište je površine 25 hektara, a ukupna dužina 10 km. Denivelacija terena od 800 metara (s vrha na 1410 m n/m do 620 m n/m) omogućuje održavanje raznovrsnih natjecanja. Kapacitet skijališta je 2000 do 2500 skijaša i ostalih gostiju dnevno, a na međupostaji je restoran kapaciteta 100 mjesta (URL. 14). Ogulin, zbog Kleka, planine na rubu Velike Kapele, kolijevka je hrvatskog planinarstva i alpinizma. U Ogulinu je nikla ideja o osnivanju planinarskog društva. Oživotvorili su je Vladimir Mažuranić – sin bana Ivana Mažuranića, Bude Budisavljević – hrvatski

književnik i dr. Johannes Frischauf – sveučilišni profesor u Beču (URL. 14). Uz prekrasni srednjovjekovni dvorac Bernardina Frankopana, u samom središtu Ogulina, izgrađena je 2013. godine Ivanina kuća bajke, suvremeni muzej posvećen najvećoj hrvatskoj dječjoj spisateljici Ivani Brlić Mažuranić u njezinom rodnom Ogulinu, a slavi bajke i stvaralaštvo I.B. Mažuranić , ali i sve bajke i bajkopisce svijeta (URL. 15).

Općina Rakovica se u Karlovačkoj županiji ističe kao glavna turistička destinacija, ponajviše zbog blizine NP Plitvička jezera. S obzirom na broj turističkih kretanja od 2010. godine, vidljivo je kako je Rakovica turistički lider Karlovačke županije i po broju turističkih dolazaka i noćenja. Uz blizinu Plitvičkim jezerima, Rakovica ima i najdiverzificiraniju turističku ponudu od svih JLS u Karlovačkoj županiji. Tako u svojoj ponudi nude adrenalinski park, a od 2017. godine u ponudi je i najduži zip- line u Europi, osam raznovrsnih biciklističkih staza ukupne duljine 171 km, 4 centra za konjičko jahanje, off road centar (koji u svojoj ponudi nudi paintball, ATV – QUAD vožnje i military drill), posjetu Starom gradu Drežnik te Značajni krajobraz Braćeve špilje (URL. 12). Direktorica TZ općine Rakovica navodi kako je općina jako puno toga napravila po pitanju diverzifikacije turističke ponude u posljednje dvije godine. Postoji javna ustanova Baraćeve špilje koja jako dobro radi i funkcionira. Baraćeve špilje su zaštićeni krajobraz, a ostvaruju zavidan broj posjetitelja. Uz zaštitu prirode koja im je na prvom mjestu oni u jednom svom aspektu fokus stavljaju i na turističku valorizaciju. Dobili su 201 milijuna kuna sredstava iz EU fondova da izgrade Kuću špilje te će to biti još jedan dodatni lokalitet koji bi neovisno o Plitvicama privukao goste. Naredni lokalitet je Stari grad Drežnik, gdje se postepeno obnavlja kula koji je također prijavljen na EU fondove, a ima veliki potencijal za turističku atrakciju. Postoje 4 konjička kluba koja odlično posluju, dva nova adrenalinska parka koji odlično posluju te Dolinu jelena, tj. ranč s jelenima.

Drugu godinu zaredom održava se manifestacija Legende plitvičkih dolina gdje se nastoji tematski upoznati ljude sa samom destinacijom Rakovice. Riječ je o događanju koje ujedinjuje povijesne, kulturne i tradicijske ličnosti i likove koji su vezani za područje Općine Rakovica. Manifestacija se održava kod kule Stari grad Drežnik, a obiteljskog je tipa, prilagođena sadržaju koji okuplja obitelj te educira o starim narodima i povijesnim ličnostima (URL. 12). Prisutan je veliki broj manjih lokalnih manifestacija, npr. manifestacija sv. Jelene koja generira veći broj ljudi. 2018. godine pokreće se eko etno

tržnica u Grabovcu koja bi radila u jesen. Na njoj bi se radilo na promidžbi lokalnih poljoprivrednih proizvoda.

Značajna znamenitost je Stari grad Drežnik koji je u vlasništvu države, a općini je dano pravo korištenja. Iz intervjua saznajemo da je problem Drežnika to što se s njime ne može ništa započeti. „Država daje pravo upravljanja njime, ali ne i pravo gradnje. Općina dobije koncesiju recimo na deset – petnaest godina, podigne njegovu kvalitetu, a onda nakon nekog vremena izgubite koncesiju i država odlučuje što će s njim. Ne želi ga prepisat na općinu, a ako ga prodaje tražit će veliku cifru koju nitko ne želi platiti. Država ga ne želi pokloniti općini jer je općina za sve što radi dobila sredstva iz EU fondova, a kod takvih sredstava vi morate imati neko pokriće za samoodrživost, primjerice na način da ćete za stari grad naplaćivati ulaznice za bilo koju manifestaciju i izložbu koja se događa u njemu. Naravno, ako nalaćujete ulaznicu država vam ga ne želi pokloniti nego ga morate kupit, unatoč tome što oni nemaju apsolutno nikakav plan za njega.“

U promatranom razdoblju najveći relativni pomak dogodio se u Slunju, ponajviše zbog snažnije valorizacije vodeničarskog naselja Rastoke, koje se još nazivaju „Plitvice u malom“, a svakako je njihovu turističkom procvatu pomoglo da se nalaze na samoj državnoj cesti D1, koja vodi od Karlovca prema Plitvičkim Jezerima. Grad je položen na dvije rijeke, Korani i Slunjčici, na čijem se sjecištu nalaze turistički valorizirane Rastoke. Indeks turističkih dolazaka u Slunju za razdoblje 2010. – 2017. godina je 628,5, a broja noćenja čak 923,8. Ovaj trend razvoja Slunja očekuje se i dalje, ponajviše jer obližnja Plitvička jezera svake godine obaraju rekorde u broju posjetitelja, a Slunj se većinom orijentirao na promociju avanturističkog, adrenalinskog selektivnog oblika turizma, kanuinga, kajakinga i raftinga. Rafting te vožnju kajaka i kanuom gostima Slunja i Rastoka nudi i Turistički centar Mirjana, a riječ je o plovidbi rijekom Koranom i Mrežnicom preko mnoštva brzaka i sedrenih barijera. Plovi se po nepristupačnom dijelu rijeke, vožnja je duga više od deset kilometara, prolazi se kroz impresivne kanjone, preko više od 30 slapova, a usput se vidi i nekoliko starih i napuštenih vodenica (URL. 13). S obzirom na nešto raznovrsniju ponudu, ne čudi ni činjenica da je Slunj 2017. godine uz Dugu Resu bio jedina JLS gdje je prosječna duljina boravka turista bila više od 2 dana.

6.1. Kamping turizam u Karlovačkoj županiji

U Karlovačkoj županiji nalazi se 8 kampova koji nisu prostorno ravnomjerno raspoređeni.. Po jedan kamp se nalazi u gradovima Duga Resa, Karlovac, Ogulin, jedan je u općini Generalski Stol, a četiti kampa se nalaze u općini Rakovica.

Kada se analizira broj dolazaka i noćenja u kampovima od 2013.-2017. godine jasno se vidi dominacija kamping turizma u općini Rakovica (Tab. 6). To je prvenstveno zbog blizine Nacionalnom parku Plitvička jezera kojemu je orijentirana većina turista koja dolazi u to područje. Rakovica i Plitvička jezera su jedinstvena destinacija, to je nerazdvojiva cjelina. Plitvička jezera su na ovom području glavna destinacija. Sve što se razvija na ovom području može zahvaliti upravo blizini NP. Sve strategije koje se razvijaju na lokalnoj i županijskoj razini vezane su uz suradnju s područjem Plitvičkih jezera.

Tab. 6 Broj dolazaka i noćenja u kampovima JLS Karlovačke županije 2013.-2017.

Godina	Duga Resa		Karlovac		Rakovica		Generalski Stol	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
2013.	7.034	19.411	537	591	80.265	130.684	-	-
2014.	5.738	15.381	730	833	67.725	113.859	-	-
2015.	6.861	18.680	653	661	77.561	135.963	81	90
2016.	7.226	17.996	668	742	75.151	132.420	136	180
2017.	9.973	24.889	595	674	83.406	149.101	368	500

Izvor: Podaci dobiveni od vlasnika kampova

Za kampove u svim JLS vidljiv je rast iz godine u godinu izuzev za 2014. godinu gdje je primjetan pad broja turista, a što je uzrokovano izrazito kišnom godinom. Uz kampove u općini Rakovica reba izdvojiti kamp Slapić u Dugoj Resi koji bilježi veći broj turističkih dolazaka i noćenja, za razliku od dva manja kampa u Karlovcu i Generalskom Stolu.

Ovo se može nadovezati i na pitanja postavljena vlasnicima kampova, „Jesu li potrebna velika ulaganja za održavanje i vođenje kampa?“ te „Imate li aktivnu suradnju s nekim lokalnim OPG-om ili obrtnicima i poduzetnicima, vezano primjerice za opskrbu hranom, pićem, suvenirima i sl.“

S obzirom da se većinom radi o malim kampovima vlasnici navode kako su veća ulaganja potrebna jedino na početku pri otvaranju kampa, a kasnije pri njegovu održavanju nisu potrebna velika ulaganja, osim ukoliko se ne pokrene neki veći projekt u kampu. Također, niti jedan vlasnik kampa nije se do sad odvažio na prijavu za natječaja za sredstva EU, već se većinom baziraju na natječaje Ministarstva turizma. Što se tiče suradnje s lokalnim OPG-ovima njih ima samo jedan kamp i to u svrhu nabave voća i povrća u kampu.

Svega jedan kamp je član KUH-a i snjegov vlasnik navodi: “KUH je organizacija koja jako puno može pomoći vama kad tek počnete sa svojim kampom. Mogu pomoći ljudima koji ne znaju možda što im je sve potrebno za otvaranje kampa, i iz teorije i iz prakse. Kada smo mi počeli s radom i nama su puno pomogli, iako ni oni tada nisu bili jaki i razvijeni kao što su danas. Svake godine organiziraju kongres na koji dolaze gosti iz cijelog svijeta držati predavanja. Počeo je s jako dobrom marketinškom kampanjom, imaju jako posjećenu internetsku stranicu te su uvijek spremni pomoći oko bilo čega. Ja sam ih i ove godine kontaktirao kada je izašao novi Zakon o zaštiti osobnih podataka, koji je jako bitan za svakoga tko se bavi nekim tipom turističke usluge. Dali su mi sve potrebne informacije te o njima stvarno mogu reći sve pozitivno.“

Kada se uspoređi udio domaćih i stranih gostiju u turističkim dolascima u kampovima jasno je vidljiva dominacija stranih gostiju u svim kampovima, izuzev u kampu Leskar u općini Generalski Stol (Tab. 7). Kamp Leskar je jedini robinzonski tip kampa u Karlovačkoj županiji i u njemu prevladavaju domaći gosti primarno zbog marketinške orijentacije na domaće tržište. S obzirom na broj gostiju koje ostvaruju kampovi u općini Rakovica, broj domaćih gostiju je stvarno zanemariv. To je definitivno razlog što su Plitvička jezera prometnogeografsko blizu najvećim hrvatskim emitivnim turističkim područjima te domaći turisti rano ujutro krenu iz svojih područja, cijeli dan se zadržavaju na Plitvicama te se navečer vraćaju kući, bez potrebe za traženjem smještaja.

Tab. 7 Udio domaćih i stranih gostiju u turističkim dolascima u kampovima JLS Karlovačke županije 2015.-2017.

Godina	Duga Resa		Karlovac		Rakovica		Generalski Stol	
	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći -udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći -udio (u %)	Strani-udio (u %)
2015.	14,92	85,08	1,07	98,93	1,98	98,02	100	0
2016.	15,1	84,9	0,45	99,55	0,87	99,13	94,85	5,15
2017.	16,71	83,29	0	100	0,77	99,23	94,29	5,71

Izvor: Podaci dobiveni od vlasnika kampova

Kao i kod turističkih dolazaka, sve isto vrijedi i za noćenja turista. Također je prisutna apsolutna dominacija stranih gostiju u svim kampovima izuzev kampa Leskar u Generalskom Stolu (Tab. 8). Ono što još treba napomenuti, a što je vidljivo u Tab. 7. i Tab. 8 je pad udjela domaćih turista svake godine izuzev u kampu Slapić u Dugoj Resi koji bilježi rast broja domaćih turista. Razlog toga može se pronaći i u tome što je on u svoju kamping ponudu uvrstio različite vrste kamping smještaja te uz klasične tipove kampiranja u šatorima, kamp kućicama i kamperima ima i ponudu smještaja u glamping šatorima i mobilnim kućicama.

Tab. 8 Udio domaćih i stranih gostiju u turističkim noćenjima u kampovima JLS Karlovačke županije 2015.-2017.

Godina	Duga Resa		Karlovac		Rakovica		Generalski Stol	
	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći -udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći -udio (u %)	Strani-udio (u %)
2015.	9,91	90,09	1,06	98,94	1,82	98,18	100,00	0,00
2016.	10,83	89,17	0,40	99,60	0,73	99,27	93,89	6,11
2017.	12,98	87,02	0,00	100,00	0,65	99,35	93,00	7,00

Izvor: Podaci dobiveni od vlasnika kampova

U Tab. 9 prikazan je udio dolazaka i noćenja u kampovima u odnosu na broj dolazaka i noćenja u svim smještajnim kategorijama u JLS Karlovačke županije 2013.-2015. Vidljiv je veliki značaj kamping turizma u Dugoj Resi i Rakovici. U Dugoj Resi je ta brojka konstantna između 55 i 60 %, dok je u Rakovici trenutno 47,2 %, no s tendencijom pada značenja kamping turizma od 2013. do 2017. godine. Razlog tome je sve veći broj ponude privatnog smještaja i malih obiteljskih hotela koji su i u fokusu turističkog razvoja

općine Rakovica. Direktorica TZ općine Rakovica navodi kako se nikada ne stavlja naglasak na kampove u bilo kojem planu razvoja. Fokus razvoja je na obiteljskom smještaju i na malim obiteljskim hotelima ili pansionima. Većina ulaganja koja se odvijaju na području općine Rakovica usmjerena su prema privatnom smještaju. Podaci za broj turističkih dolazaka i noćenja u općini Generalski Stol dostupni su za 2016. i 2017. godinu. U ovom razdoblju nije izražajan značaj kamping turizma s obzirom da je mnogo veći značaj stavljen na privatni smještaj. Primjetan je znatan rast značaja kamping turizma 2017. godine u odnosu na 2016., no to je više rezultat manjeg apsolutnog broja turista u toj općini, a relativnog velikog porasta broja turista u kampu Leskar 2017. godine.

Tab. 9 Udio dolazaka i noćenja u kampovima u odnosu na broj dolazaka i noćenja u svim smještajnim kategorijama u JLS Karlovačke županije 2013.-2015.

Godina	Duga Resa		Karlovac		Rakovica		Generalski Stol	
	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)	Domaći-udio (u %)	Strani-udio (u %)
2013.	59,5	66,6	2,7	2	62,4	64,2	-	-
2014.	54,2	61,5	3,2	2,6	52,4	54,8	-	-
2015.	58,8	67,8	2,3	1,7	52,1	55,4	-	-
2016.	56,7	64,8	2,2	1,8	49,5	52	4,3	2,2
2017.	58,60	69,8	1,6	1,4	47,2	50	10,2	5,4

Izvor: Podaci dobiveni od vlasnika kampova

Na pitanje upućeno vlasnicima kampova, „Kakva je struktura gostiju u vašem kampu?“ svi vlasnici kampova ističu kako od stranih turista prevladavaju Nizozemci, Njemci, Talijani i Slovenci. Također svi navode kako je podjednaka struktura gostiju po socijalnoj strukturi, obitelji, umirovljenici, studenti, niti jedna skupina ne prevladava u sezoni. Svi se nekako rasporede tijekom sezone, umirovljenici u predsezoni i postsezoni, obitelji s djecom za vrijeme sezone kad nema škole.

Zanimljiva je analiza navedena u Tab. 10 koja prikazuje prosječan broj noćenja turista u kampovima u JLS od 2013.-2017. Najveći prosječni broj noćenja je u kampu Slapić u Dugoj Resi. Turisti se ondje zadržavaju u prosjeku 2,5 dana, za razliku od drugih kampova u županiji gdje se nigdje u prosjeku ne zadržavaju više od 2 dana. Razlog tome je i što kampovi u Rakovici služe pretežno samo za razgledavanje Plitvičkih jezera i ostalih obližnjih lokaliteta za što turistima ne treba puno vremena da se zadrže na tom području, a

kamp Radonja u Karlovcu je kamp tranzitnog karaktera uz glavnu državnu cestu D1 na putu od Karlovca prema Plitvičkim jezerima. Prednost kampa Slapić je što se u njemu nudi mnoštvo dodatnih sadržaja te njima mogu privući turiste da se dulje zadrže u njemu, a što će biti detaljnije opisano u sljedećem poglavlju.

Tab. 10 Prosječan broj noćenja turista u kampovima u JLS od 2013.-2017.

Godina	Duga Resa	Karlovac	Rakovica	Generalski Stol
2013.	2,8	1,1	1,6	-
2014.	2,7	1,1	1,7	-
2015.	2,7	1	1,8	1,1
2016.	2,5	1,1	1,8	1,3
2017.	2,5	1,1	1,8	1,4

Izvor: Podaci dobiveni od vlasnika kampova

Na pitanje upućeno vlasnicima kampova, „Koliko se prosječno zadržavaju gosti u vašem kampu te koliko traje sezona u kampu?“, svi vlasnici navode da se gosti zadržavaju jednu do dvije noći, a strani turisti se ponekad zadržavaju nešto duže. Što se tiče trajanja sezone, u dva kampa s čijim je vlasnicima napravljen intervju sezona traje od 1.4. pa do 31.10, a u druga dva od 1.5. do 31.10.

6.2. Prednosti i nedostaci kamping ponude u Karlovačkoj županiji

Klemen Hren kao problem navodi da oko samog grada Karlovca nažalost nema većih kampova. No, u blizini Duge Rese nalazi se kamp Slapić koji je bio prvi na ovom području, a da je radio po nekom europskom sistemu. To se vidi i danas jer on za razliku od drugih kampova u županiji nije pretežno tranzitan već se posjetitelji ondje zadržavaju po nekoliko dana, ali i tjedana. Kamp je na odličnoj lokaciji i odande turisti mogu posjetiti cijelu karlovačku regiju. Posjetitelji u njemu mogu ostaviti kampere u kampu i vlakom otići i posjetiti Karlovac ili čak Zagreb prema kojemu dnevno vozi 14 željezničkih linija. Postoji veliki broj označenih biciklističkih staza, što je odlično za kampiste koji dolaze s većim kamperima iz daleka jer oni su najčešće opremljeni vlastitim biciklima te njima

mogu posjetiti veliki dio regije. Oni ovdje onda mogu trošiti novce, posjećivati restorane, uživati u prirodi, ali i dobiti bitne informacije o drugim područjima u županiji. Primjerice u blizini Plitvičkih jezera mogu posjetiti adrenalinske parkove, zipline, ali i sama Plitvička jezera. Ono što je stvarno bitno za županiju je da vam je sve blizu, svugdje možete doći kroz nekih sat vremena vožnje. Primjerice nekom Nizozemcu koji putuje svaki dan sat vremena na posao nije problem otići bilo gdje. Njemu je bitno da on ima neku svoju bazu odakle kreće, putuje i posjećuje mjesta, a onda se navečer vrati u tu bazu i napraviti plan za sljedeći dan.

Problem je svakako i što Karlovac, kao najveći grad u županiji nema veći kamp koji bi mogao privući veći broj gostiju. Hren navodi kako je Karlovac je grad rijeka, a kampovi odlično funkcioniraju kada su u blizini neke vodene površine. "To bi bila odlična turistička ponuda za grad. Kampisti sad najčešće kad idu prema moru traže neko mjesto gdje bi mogli prespavati, a problem je što je zabranjeno prenoćiti primjerice na nekom parkiralištu ili bilo gdje gdje to nije označeno, a i zbog sigurnosti ljudi ne žele prenoćiti bilo gdje. A kada bi recimo u Karlovcu bio u ponudi neki kamp koji bi imao određene popratne sadržaje, restoran, mogućnost plivanja u rijekama, najma kajaka, kanua, najma brodova i putovanja po rijekama, to bi onda predstavljalo izvrsnu turističku dopunu samom gradu Karlovcu."

Hren dalje ističe kako ono što je potrebno Karlovcu je ne samo da je ovisan primjerice o Plitvicama, već da sam razvija svoju turističku ponudu. „Trebamo odraditi analizu po segmentima, koje goste u koje doba godine ćete dobivati. Obitelji su naravno najbolje jer troše najviše novaca. Ako će se djeci nešto sviđati, sviđet će se i roditeljima. Primjerice Slovenci idu u Njemačku zbog Legolanda, jer se djeci to sviđa, a onda još usput traže po putu što bi još mogli posjetiti. Kod vas će doći zbog Plitvica, ali će tražiti još po putu što još mogu posjetiti i vidjeti, gdje će se zaustaviti, zašto na toj obiteljskoj ruti ne bi još bio i Karlovac. Sada kada je u Karlovcu otvorena Aquatika, on je još primamljiviji za obitelji jer to je upravo nešto što je Karlovcu trebalo, to je pravo mjesto koje bi obitelji išle posjećivati. Kada bi tamo recimo u blizini bio neki kamp, to bi bilo vrhunski. Aquatika, uz rijeku ste, gradska plaža, blizina centra, biciklističke staze, to bi bila idealna lokacija za kamp u Karlovcu. U Ljubljani su sada prisutne sve češće biciklističke vodene ture, imate vodiča koji vas vodi uz rijeku biciklom i priča vam o svemu što usput vidite. Ne treba to biti neko dugo vođenje, recimo da ima nekih deset punktova u cijelom Karlovcu, bilo bi

dovoljno, sve vam je ovdje blizu. Bitno je da postoje aktivnosti. Turist će rado platiti, on nema sad vremena puno tražiti i gledati mogao bih ovdje, mogao bih ondje, on će platiti 5 eura i reći vodi me. Sve se to može uklopiti, biciklizam i usput pričate turistu primjerice o povijesti neke zgrade, uklopite to u kontekst grada, regije, države i turistu će to bit super.“

Jedno od pitanja koje postavljeno tijekom intervjua s vlasnicima kampova je „Koje bi bile prednosti, a koji su nedostaci razvoju kamping turizma u Karlovačkoj županiji?“

Vlasnik #1 navodi kako su nedostaci definitivno manjak sadržaja. „Za gosta kada dođe ovdje on nema nekih popratnih aktivnosti za provoditi vrijeme. Također, nedostatak je i slaba infrastruktura. Glavna prednost je prekrasna priroda, rijeke, blizina NP Plitvička jezera, šume. Mi svakako tu turističku promidžbu trebamo temeljiti na tome.“

Vlasnik #2 navodi kako je prednost priroda. „Imamo prelijepa destinacije u blizini koje se stvarno isplati posjetiti, Plitvička jezera, Rastoke te imamo prekrasne rijeke. Imamo i veliki broj manifestacija koje mogu biti zanimljivi turistima, Dani piva, riječno kino, srednjovjekovne manifestacije na starom gradu Dubovcu i sl.“

Vlasnik #3 navodi kako je glavni nedostatak što se svi turistički lokaliteti u županiji mogu posjetiti u jednom, najviše dva dana. „Nemamo nekih dodatnih atraktivnih sadržaja koji bi privukli turiste na duže vrijeme. Ako odete i u Karlovac, to nije grad koji možete razgledavati više dana, prođete sve bitno u roku od nekoliko sati. Dodatna ponuda je slaba, ne postoji atraktivni selektivni oblici turizma i to je problem što se vidi i u turističkim kretanjima da nam gosti slabo prosječno ostaju. Pogotovo je to izraženo van sezone, turista skoro uopće nema. Problem Karlovačke županije je turistička ponuda. Mi nemamo ništa posebno za ponuditi ljudima. Slabo je razvijena turistička ponuda. Aquatika na kojoj se nije štedjelo odlično izgleda, ali nju se može obići za pola sata. Salzburg ima Prirodoslovno- tehnički muzej koji se može obilaziti cijeli dan i u sklopu njega je jedan dio također posvećen slatkovodnim ribama koji je dvostruko veći od Aquatike, a cijena za muzej je ista kao ulaznica za Aquatiku. Jednom Austrijancu to sigurno neće biti zanimljivo posjetiti. Nama kad dođu turisti u kamp mi ih nemamo nigdje za poslati u Karlovačku županiju. Ako izuzmemo bicikliranje, plivanje na rijekama i razne druge tipove rekreacije jednostavno se nema puno toga za vidjeti. I kod nas na kontinentu dosta toga za vrijeme sezone nije uopće otvoreno, na moru je to nezamislivo. Za vrijeme sezone sve je stalno otvoreno. „

Vlasnik #3 dalje navodi kako je najveća prednost Karlovačke županije njeno prometno čvorište. „Cijela Europa koja ne ulazi u Hrvatsku preko Istre, ulazi preko Bregane, Macelja, ili preko Novog Mesta iz pravca Slovenije. Ako ti ljudi žele ići na Plitvička jezera idu preko preko Karlovca, ukoliko idu na more idu preko Karlovca. Koliko god je prometno čvorište prednost Karlovačke županije toliko je i nedostatak. Autoput nas je zaobišao. Cilj svih turističkih planova i strategija Karlovačke županije mora biti kako skinuti čovjeka s autoputa da stane u Karlovcu. „

Vlasnik #4 navodi kako je prednost Karlovačke županije njena lokacija. „Na odličnom smo smještaju u državi. Imamo prekrasnu prirodu, rijeke koje su nam prirodno bogatstvo. Mi bi uz rijeke mogli otvoriti stotinu kampova u županiji i da svi rade normalno uz lijepu zaradu.“

Vlasnik #4 dalje navodi kako je glavni problem razvoja turizma u županiji problem marketinga. „Problem je taj što se dosta radi na promociji tiskanih materijala, a jako malo na nekoj modernoj, internetskoj promidžbi od strane turističkih zajednica ili nekih drugih institucija. Također, problem Karlovačke županije je taj da se reklamira samo područje oko Plitvičkih jezera. Znači same Plitvice, Rastoke, Slunj, a ostatak županije, bliže Karlovcu se skroz zanemaruje u toj priči. Problem je također i birokracija koja koči razvoj turizma. Trebaju proći godine da bi dobili sve potrebne dozvole za otvoriti kamp.“

7. Kamping turizam Hrvatske i Slovenije – mišljenja i stavovi o stanju i trendovima razvoja

U intervjuu s Klemenom Hrenom, urednikom web stranice avtokampi.si obrađivala se razlika između kamping ponude Hrvatske i Slovenije s naglaskom na Karlovačku županiju i Jugoistočnu Sloveniju s obzirom na njihov granični, susjedni položaj. U ovom dijelu rada će biti analiza toga intervjua, prikazan je grafički prikaz položaja i rasporeda kampova u ove dvije regije te komparativna analiza statističkih podataka vezanih uz kamping turizam između ove dvije regije.

Klemen Hren je osnivač i glavni urednik web stranice avtokampi.si čiji je glavni cilj objedinjavanje cjelokupne kamping ponude u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji.

Klemen Hren govori o stranici: „Stranica je pokrenuta 2007. godine, a puštena je u funkciju 2008. godine. U to vrijeme na internetu se nije moglo pronaći puno informacija o kampovima jer mnogo kampova nije imalo svoju vlastitu web stranicu. Postojao je jedan katalog kampova, s cijenama kampiranja te je on bio koncept iz kojega je napravljena web stranica. Katalog je sadržavao dosta netočnih informacija te je prvi korak bio kontaktirati kampove sa svrhom objedinjavanja ažuriranih informacija o kampovima na jednom mjestu. Prvo su objedinjeni kampovi u Hrvatskoj i Sloveniji, a s vremenom su obuhvaćeni i kampovi u BiH, Crnoj Gori i Srbiji. Nije bio cilj širenje van ovoga područja, niti je to u cilju za budućnost, primjerice obuhvaćati kampove Austrije, Italije, Mađarske ili nekih bližih zemalja, jer većinom kampovi iz tih zemalja imaju svoje web stranice, a i postoje stranice koje obuhvaćaju veliki dio kampova cijele Europe. Ova stranica funkcionira na drugačiji način. Kampovi na nju ne mogu sami stavljati informacije već to radi urednik stranice. Kampovi šalju novosti, šalju cjenike, a što se tiče fotografija i video snimki to za veće kampove sami radimo. Hren dalje navodi kako godišnje obiđe 80-90 kampova, time mu je bitno da dobije sam informacije o kampu i vidi što on nudi, jer inače ukoliko bi kampovi stavljali sami informacije svi bi bili najbolji. Na ovaj način ljudi znaju i vjeruju nam da radimo realno te i same naše fotografije pokazuju realno stanje u kampu.“

Hren navodi kako je posjetio većinu kampova koji čija je ponuda objedinjena na njegovoj web stranici, posebice one u Hrvatskoj koji su uz more. No, stalno se otvaraju novi kampovi, posebice mali kampovi koje još treba posjetiti, ali svakako zamoli kampove koje nije posjetio da sami pošalju informacije o kampu. Također, jako se puno može doznati o ocjenama posjetitelja. Poznaje većinu lokacija te se već samo po njoj može saznati što neki kamp u određenoj regiji može nuditi. U planu mu je svake godine posjetiti neke nove lokacije i nove kampove koje možda još nije posjetio. Prošle godine je posjetio sve kampove na Braču i Hvaru, ove godine sve na Korčuli, Pelješcu, okolici Dubrovnika, Cresu, Lošinju. S obzirom da su Sloveniji najbliži kampovi u Istri i Kvarneru o njima ima najviše informaciji i najbolje su pokriveni na stranici. Od njih ima uvijek najnovije informacije. Kako sam piše i vijesti o nekom kampu te nudi fotografije iz njega smatra da nudi realnu sliku o nekom kampu.

Na pitanje „Kako je razvijena kamping ponuda u Sloveniji? U Hrvatskoj je najrazvijenija kamping ponuda u primorskom dijelu zemlje. Postoje li tako neke regionalne razlike i u Sloveniji?“, Klemen Hren odgovara: U Sloveniji su kampovi znatno drugačiji nego u Hrvatskoj. Kampovi su znatno manji, teško se može pronaći neki kamp koji može primiti primjerice tisuću gostiju, za razliku od najvećih hrvatskih kampova u koje stane i 8-10 tisuća gostiju. U Sloveniji se najbolji kampove nalaze u termama, to su termalni kampovi koji rade tijekom cijele godine i gostima nude uz mogućnost samog kampiranja i kupanje u vanjskim i unutarnjim bazenima, wellness ponudu koja je u Sloveniji jako popularna. Nakon toga slijede kampovi u alpskom dijelu Slovenije, uz jezera i rijeke gdje se posebno mogu izdvojiti kampovi uz Bled i Bohinj te rijeku Soču.

Hren dalje navodi: „Za razliku od Hrvatske, u Sloveniji je znatno veći udio domaćih posjetitelja, oko jedne trećine svih noćenja u kampovima. Od stranih gostiju najprisutniji su Njemci, Nizozemci, Talijani i Austrijanci. Oni svi jako vole alpske kampove jer nude aktivno kampiranje. U kampovi u alpskom području prisutan je veliki broj dodatnih sadržaja, ponude šetnica, mogućnost penjanja, planinarenja, biciklizma, adrenalinskih sportova, raftinga, kanoinga i dr. To se vidi nekako i u strukturi gostiju koji dolaze u alpske kampove. Većinom dolaze sportaši, ili sportske obitelji sa starijom djecom. Vrhunac sezone u alpskom dijelu su ljetni mjeseci jer u predsezoni i postsezoni ovdje su znatno primjetniji kraći dani i temperatura je znatno niža. Sezona je kratka, ali u njenom trajanju kroz kampove prođe veliki broj ljudi. U alpskom području se smještajni kapaciteti

više ne baziraju na velikim hotelima i pansionima, već na kampovima ili privatnom smještaju. Primjerice na području općine Bovec javilo se pet investitora koji su bili spremni sagraditi kampove, ali im općina nije dala dozvolu jer turistička infrastruktura ne bi to mogla podnijeti. Infrastruktura već sada jedva izdržava ovaj broj turista. Ljudi već sada smatraju kako nemaju više taj mir i tišinu na koju su bili navikli na ovom području. Što je više turista, stavlja se veći pritisak na prirodu, a nju trebamo čuvati i ona morati ostati kakva jest“.

7.1. Komparacija kamping turizma Karlovačke županije i Jugoistočne Slovenije

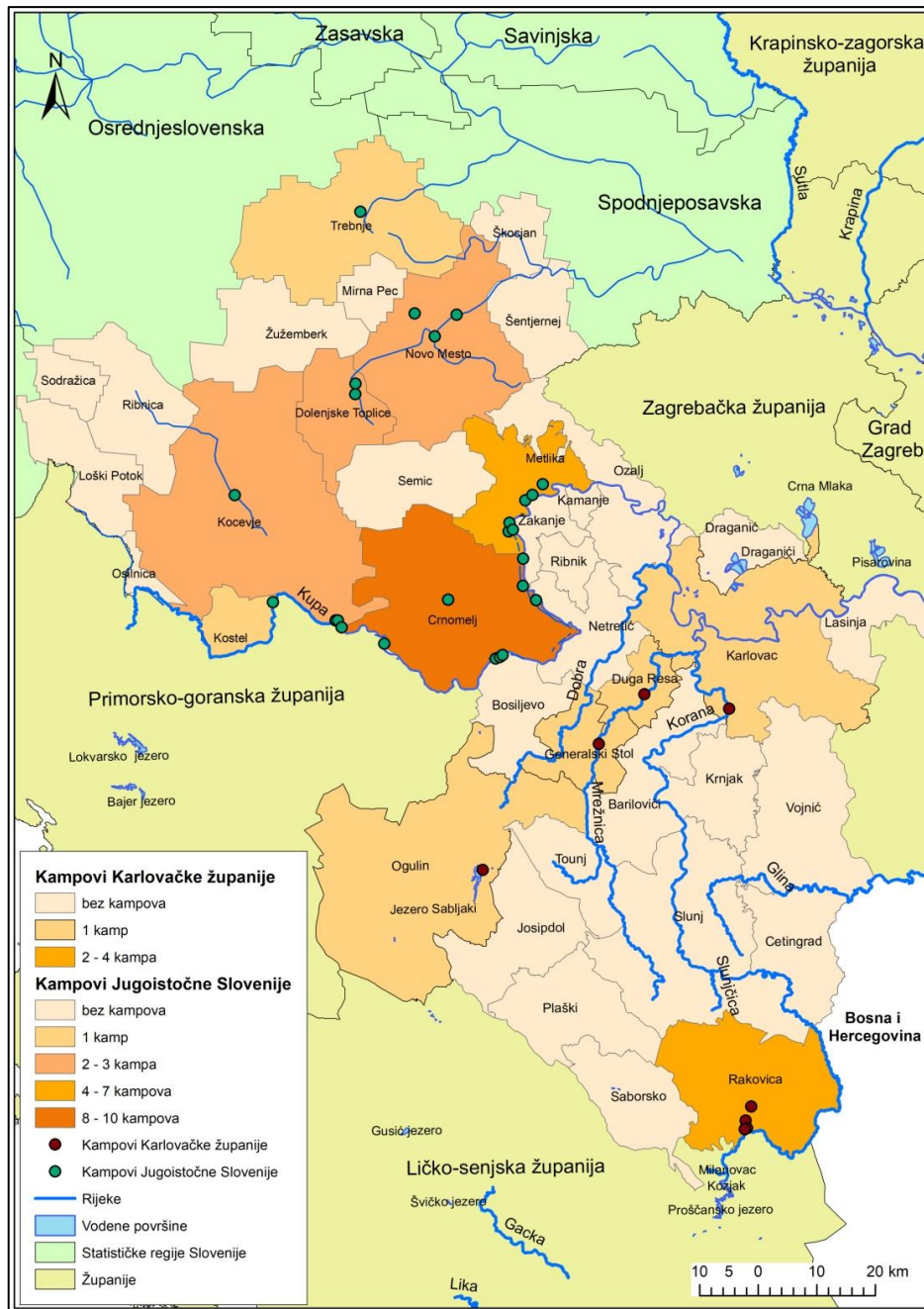
Statistička regija Jugoistočne Slovenije na jugu graniči s Primorsko- goranskom i Karlovačkom županijom, a na istoku sa Zagrebačkom županijom. Na sjeveroistoku graniči s Donjoposavskom statističkom regijom, na sjeveru sa statističkom regijom Središnja Slovenija te na zapadu s regijom Notranjsko- kraška (Sl. 8). Prirodna granica s Karlovačkom županijom, kao i s većim dijelom granice s Primorsko- goranskom županijom, je rijeka Kupa.

U regiji Jugoistočna Slovenija nalazi se 25 kampova. Od 25 kampova 21 pripada kategoriji kampova, a 4 u kategoriju kampirališta. Od njih 25, cijele godine je otvoreno njih 8. Ovo su znatno veće brojke od onih u Karlovačkoj županiji u kojoj se nalazi svega 8 kampova, od kojih su svega 2 otvorena cijele godine (URL 17).

U Jugoistočnoj Sloveniji, njenih 25 kampova raspoređeno je u 7 jedinica lokalne samouprave. U općini Črnomelj nalazi se 9 kampova, u općini Metlika ih je 6, zatim slijede općine Kočevje i Novo Mesto s po 3 kampa, Dolenjske Toplice s 2 kampa te općine Kostel i Trebnje s po jednim kampom (Sl. 8). Kako je već navedeno čak 16 kampova u ovoj regiji nalazi se uz rijeku Kupu, a od ostalih 9 svega jedan se ne nalazi uz niti jednu rijeku.

Uz rijeku Kupu nalazi se većina slovenskih kampova u ovoj regiji. Na potezu od Vinice (općina Črnomelj) do Metlike nalazi se 16 kampova (Sl. 8). Pretežno su to mali kampovi u privatnom vlasništvu te većina pripada kategoriji eko- kampova. U intervjuu Klemen Hren ističe kako se posljednjih nekoliko godina poboljšala ponuda na određenim

lokacijama jer je uz samu kamping ponudu, kampiranja u šatorima ili kamperima, dodana i ponuda mobilnih kućica i glamping ponudu. Glamping ponuda se bazira na drvenim kućicama ili glamping šatorima. Na tom potezu se u tri kampa nalazi ponuda mobilnih kućica, a glamping ponuda je prisutna u 6 kampova. Od Kupe prema unutrašnjosti kamping ponuda je malo siromašnija. Prisutan je jedan glamping kamp u sklopu obiteljskog domaćinstva. S obzirom da nije uz rijeku, turisti su tražili neku dodatnu ponudu pa su u tom domaćinstvu napravili prirodan bazen. Bazen funkcionira bez dodatnih kemikalija, a vodu čiste biljke te mehanički pročistivači. Uz ovaj kamp u unutrašnjosti prisutna su još 4 mala kampa. Dva se nalaze uz terme, a najrazvijeniji je onaj uz Dolenjske toplice .



Sl. 8. Broj kampova u JLS Karlovačke županije i Jugoistočne Slovenije 2018. godine

Izvor: Izradio autor na temelju URL 17 i podataka dobivenih od vlasnika kampova

Klemen Hren ističe kako je rijeka Kupa u Sloveniji vrlo popularna jer je to najtoplija slovenska rijeka koja se ljeti zagrije i na više od 25 °C te je pogodna za kupanje. Zbog toga ima veliki potencijal za razvoj obiteljskog turizma, posebice vikendom kada ljudi nakon posla obično znaju otići s djecom u kampove. Ovi kampovi u predsezoni i postsezoni postaju tranzitni kampovi za turiste koji idu prema moru. Puno se radilo na

ponudi aktivnog turizma jer je Kupa pogodna za rafting, nije toliko adrenalinska kao Soča pa je pogodna i za obiteljski rafting na kojega obitelji mogu ići s malom djecom.

Hren ističe i kako je na ovom području već duga tradicija kampiranja, duža od 30 godina. Uzvodnije od Vinice rijeka je hladna i nije toliko pogodna za kupanje, a na području od Vinice do Metlike je odlična za kupanje i stoga ne čudi da se tu snažnije razvio kamping turizam. Rijeka je na tom području čista, nema industrije i to su sve privlačni faktori koji privlače turiste u ovo područje.

Puno se u ovom području radi na uređenju biciklističkih staza, na ponudi najma bicikla. Neki kampovi su dobili i električne bicikle te punionice za punjenje bicikala te se očekuje daljnji razvoj ovog vida rekreacije. Električne bicikle posebno vole starije osobe. Recimo Njemci ili Nizozemci ih često koriste, jer im pomažu da mogu ići i na rute od nekih 15-20 km. Lakše njima mogu prevaliti i neku manju uzvisinu te shodno tome i više toga mogu vidjeti u danu. Radi se dosta i na lokalnoj gastronomskoj ponudi. Nije za sada jako razvijena, ali je primjetan iz godine u godinu rast njene ponude, a prisutan je i sve veći broj kulturnih manifestacija tijekom sezone. Problem ovog područja je vrlo kratka sezona te se pokušava dodatnom ponudom te nekim drugim oblicima smještaja, mobilnim kućicama i glamping ponudom produžiti turističku sezonu.

Na postavljeno pitanje „Koji je razlog da su u regiji Jugoistočna Slovenija u znatnoj mjeri razvijeni moderniji načini smještaja u kampu (glamping, mobilne kućice)?“ , Klemen Hren ističe: „S obzirom da je u regiji Jugoistočna Slovenija izrazito kratka sezona, bilo je potrebno pronaći način kako ju produžiti, kako pridobiti veći broj ljudi. Za Karlovačku županiju je vrlo bitna blizina Zagreba. Ukoliko filtriramo broj ljudi koji imaju kamp kućicu ili kamper izdvojili smo vrlo mali broj ljudi, stoga za ove druge treba ponuditi neki alternativni način boravka u prirodi. Čak i ako imamo atraktivnu turističku ponudu na nekom području, mnoštvo dodatnih sadržaja, to ne znači ništa ukoliko ti ljudi nemaju gdje boraviti. Što se tiče smještaja bilo bi lijepo koristiti neke lokalne resurse za gradnju. Kod nas je poznato drvo pa je veliki dio tih kućica u kampovima napravljen od lokalnog drveta. Ista stvar bi se mogla primijeniti i na području Karlovca. Ukoliko na nekom području postoje stare tradicionalne drvene kućice njih se može iskoristiti, staviti u neku priču, neki kontekst i one bi same po sebi postale atraktivan turistički sadržaj i resurs. Super bi bila dodatna ponuda saune, wellnessa, masaže, što se može iskoristiti kao ponuda za neki vid romantičnog vikenda ili se ljudi takav vikend aranžman mogu kupiti i iskoristiti kao

poklon za prijatelje, obitelj i sl. U Sloveniji ima kampova koji su to odlično iskoristili pa tako ljudi kupuju te aranžmane u kampovima kao poklone za rođendan, vjenčanja, godišnjice ili neke druge prigode. To je super recimo ako je lokacija kampa blizu nekog grada, primjerice za romantični vikend ljudi dobiju u kampu doručak, a u grad mogu otići na večeru. Na taj način bi cijeli grad imao koristi od turista. Svaki turist plati turističku taksu, pa se te takse iskoriste za daljnji razvoj turističke infrastrukture i obogaćivanje turističke ponude.

Vlasnicima kampova u Karlovačkoj županiji je postavljeno pitanje „Kakvo je vaše mišljenje o suvremenim trendovima u kamping turizmu, npr. glampingu, mobilnim kućicama u kampovima?“

Vlasnik #1 navodi: „Potrebna su jako velika ulaganja ako se ide u takvom smjeru, no onda se od toga očekuje i velika dobit. Razvoj kampinga je jako napredovao, posebice u tehnološkom smislu. No, mi smo ostali pri ponudi istinskog kampiranja u prirodi.“

Vlasnik #2 odgovara: „Po meni je ta samo ideja glampinga apsurdna. Bit kampiranja je uživanje u prirodi, njeno istinsko proživljavanje. Bit kampiranja nije imati bazen, klima uređaje, najmodernije televizore i sl. Ja osobno ne bih išao u svom kampu na tu varijantu. Velika su ulaganja da se to pokrene, a ipak je potreban veći broj gostiju veće platežne moći da se to isplati. Ovdje se ljudi dođu samo odmoriti i većina ostane jednu noć. Smatram da bi to ovdje bila promašena investicija. I smatram da je sam naziv glamping neprikladan. To nema veze s kampiranjem. Njega bi se trebalo kompletno odvojiti od kampinga, jer je to kompletno jedna luksuzna varijanta smještaja. On bi više pripadao nekoj kategoriji turističkog naselja.“

Vlasnik 3 odgovara: „Mobilne kućice su jednostavno postale novi trend u kampiranju i zamijenile skoro polovicu drugih smještajnih kapaciteta u kampovima. To se dogodilo jer su ljudi tako tražili. Ista priča je i s glampingom. Oni se mogu po puno većoj cijeni prodavati. Postoji po cijeloj Europi jako puno agencija koje nudi takvu ponudu. Oni dođu kod vas i kažu vam kako će postaviti 20 mobilnih kućica, platit će koliko treba, a vi ih samo čistite i radite prijavu na recepciji. To zvuči jako privlačno i da je to nama netko ponudio prije nekih desetak godina mi bih to odmah prihvatili. Ali zbog toga kampovi gube svoj smisao. Oni pravi kampisti, znači oni koji dolaze kamp kućicama, kamperima ili šatorima ne vole te mobilne kućice i glamping šatore i jako često izbjegavaju kampove koji

iste imaju u svojoj ponudi. Ista stvar vrijedi i za paušalce, znači one koji žele da njihova kamp kućica ostane u kampu recimo 5 godina i oni vam svake godine plate određenu cifru. Mi smo imali jako puno ponuda od tih paušalaca da bi oni ostavili svoje kućice ali smo ih uvijek odbijali, na kraju na način da smo stavili jako veliku paušalnu cijenu s ciljem da odbijemo cijenom takve zahtjeve. A ono zašto to ne želimo je iz više razloga. Mi po zimi imamo ovdje i po više od metra snijega, a čovjek čija je kamp kućica ovdje ne očekuje da će mu kamp kućica biti pod snijegom, dok na moru toga nema i to nije problem. Drugi razlog je da gosti koji nama inače dolaze, naši stalni gosti, stvarno ne vole te paušalce. Puno puta su mi znali reći gosti koji se vraćaju s mora kako su razočarani jer su bili u kampu gdje ima 50 mobilnih kućica, sto paušalaca i svega dvadeset parcela za druge kampiste.“

Vlasnik #4 ističe: „Meni je glamping zapravo super priča. Tu su u startu jako velika ulaganja, puno je to skuplja investicija. To je odlična stvar, ali za takav oblik smještaja se vi morate reklamirati na međunarodnom tržištu. Za njega moraju biti gosti veće platežne moći, Hrvat s prosječnom plaćom si to teško može priuštiti. Kod nas dolazi jako puno ljudi kojima je preskupo boraviti i na moru za godišnji odmor. Neki više ne idu na more neko dođu ovdje. Mi smo im puno jeftiniji jer mi ne nudimo neku ekskluzivu, a imaju ovdje odmor u prirodi pored prekrasne rijeke. Netko iz Zagreba dođe ovdje za sat vremena, a do mora mora putovati bar 3-4 sata.“

Karakteristika regije Jugoistočna Slovenija je što u njoj u kamping turizmu prevladavaju domaći gosti. U Tab. 11 i Tab. 12 vidi se kako domaći gosti prevladavaju svake godine i u kategoriji turističkih dolazaka i noćenja, za razliku od gostiju u kampovima na razini cijele Slovenije gdje je u obje kategorije dominacija stranih gostiju.

Tab. 11 Broj turističkih dolazaka u kampovima Jugoistočne Slovenije i Republike Slovenije 2015.-2017.

Godina	Jugoistočna Slovenija			Slovenija		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
2015.	8.413	6.841	15.254	151.945	268.250	420.195
2016.	8.591	6.543	15.134	154.780	292.000	446.780
2017.	11.400	10.796	22.196	164.444	388.139	552.583

Izvor: Statistični urad Republike Slovenije

Tab. 12 Broj turističkih noćenja u kampovima Jugoistočne Slovenije i Republike Slovenije 2015.-2017.

Godina	Jugoistočna Slovenija			Slovenija		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
2015.	26.475	15.727	42.202	540.683	803.975	1.344.658
2016.	23.784	15.292	39.076	537.602	859.199	1.396.801
2017.	28.079	26.109	54.188	551.574	1.137.476	1.689.050

Izvor: Statistični urad Republike Slovenije

Po broja turističkih dolazaka i noćenja, Karlovačka županija ostvaruje višestruko veće brojke od Jugoistočne Slovenije, no to je pretežno zbog izrazitog masovnog kamping turizma u općini Rakovica. Najzanimljivije je definitivno promotriti razlike između relativnih omjera broja domaćih i stranih gostiju u ove dvije regije. Regija Jugoistočne Slovenije ostvaruje veliki udio dolazaka i noćenja u kampovima od strane domaćih turista, za razliku od Karlovačke županije, za koju je već ranije viđeno, većinski udio čine strani turisti. U Jugoistočnoj Sloveniji domaći gosti čine tako u kampovima u razdoblju od 2015.-2017. preko 50 % i turističkih dolazaka i noćenja, za razliku od Karlovačke županije gdje je taj udio manji od 3 % 2017. godine (Tab. 13).

Tab. 13 Udio domaćih gostiju u kampovima Karlovačke županije i Jugoistočne Slovenije 2015.-2017.

Godina	Karlovačka županija		Jugoistočna Slovenija	
	Dolasci-udio (u %)	Noćenja-udio (u %)	Dolasci-udio (u %)	Noćenja-udio (u %)
2015.	3,11	2,85	55,15	62,73
2016.	2,25	2,04	56,77	60,87
2017.	2,81	2,66	51,36	51,82

Izvor: Podaci dobiveni od vlasnika kampova, Statistični urad Republike Slovenije

Ukoliko se analiziraju Tab. 14 i Tab. 15 može se vidjeti kako je u ove dvije regije, uz veliku razliku u udjelu domaćih gostiju, velika razlika i u prosječnoj duljini boravka u kampovima među domaćim gostima. U Jugoistočnoj Sloveniji u svakoj od JLS prosječna duljina boravka domaćih gostiju je iznad dva noćenja. No, U Metliki, ali i na razini cijele regije ipak je primjetan trend smanjenja tog broja u periodu od 2015.-2017. godine. U Karlovačkoj županiji ti su brojevi znatno niži. Taj je broj u 3 od 4 JLS bio manji od 1,5

noćenja 2017. godine. Jedino je u kampu Slapić u Dugoj Resi nešto viši broj noćenja domaćih gostiju.

Tab. 14 Prosječni broj noćenja domaćih gostiju u kampovima u Jugoistočnoj Sloveniji i JLS Jugoistočne Slovenije 2015.-2017.

Godina	Črnomelj	Kočevje	Metlika	Jugoistočna Slovenija
2015.	2,0	-	4,1	3,1
2016.	2,1	-	2,9	2,8
2017.	2,2	2,6	2,7	2,5

Izvor: Statistični urad Republike Slovenije

Tab. 15 Prosječni broj noćenja domaćih gostiju u kampovima u Karlovačkoj županiji i JLS Karlovačke županije 2015.-2017.

Godina	Duga Resa	Generalski Stol	Karlovac	Rakovica	Karlovačka županija
2015.	1,8	1,1	1,0	1,6	1,7
2016.	1,8	1,3	1,0	1,5	1,6
2017.	1,9	1,3	0,0	1,5	1,8

Izvor: Podaci dobiveni od vlasnika kampova

Na pitanje „Zašto po vama hrvatske kampove posjećuje jako mali broj domaćih gostiju? Za razliku od primjerice slovenskih kampova gdje je taj broj domaćih gostiju znatno veći.“, Klemen Hren ističe: „Ono što treba je promijeniti cijelu jednu generaciju gostiju u kampovima. Tijekom 70-ih i 80-ih godina 20. stoljeća veliki broj slovenskih poduzeća imalo je kamp kućice u hrvatskim kampovima na moru te se moglo ondje ići na ljetovanje. U to vrijeme najviše je bilo paušalnih gostiju. U nekim kampovima više od 50 % gostiju činili su slovenski paušalci. Tijekom 90-ih godina mnoga poduzeća su prodala svoje kamp kućice svojim zaposlenicima te se time nastavio trend kampiranja kod Slovenaca. Danas je paušalaca sve manje jer kampovi žele smanjiti njihov broj. Danas najveći udio kampista posjeduje kamp kućicu, veliki udio je onih koji posjeduju kampere, u Sloveniji je prijavljeno čak oko 4.500 kampera, a sve popularnije je klasično, tradicionalno kampiranje u šatorima. Šatori su danas sve praktičniji, lako se postavljaju te daju onaj istinski osjećaj odmora u prirodi.“

Hren dalje navodi: „Ukoliko bi se takav način odmora počeo promovirati u Hrvatskoj, broj domaćih kampista bi svakako porastao. Kampiranje je odlično za mlade obitelji, za gradske ljude. Ako živite u gradu ste u stanu, odete na more u neki apartman ili hotel opet ste zatvoreni u četiri zida, kampovi su po tome drugačiji. Djeca su vani u prirodi, stječu neku samostalnost, odlaze sami u sanitarni čvor, stječu nove prijatelje iz različitih zemalja. Jezik je tu najmanji problem. Djecu bi se na taj način odmaknuli od ovih modernih mobitela, računala, igrice i sl., igrala bi se na otvorenom, bila u dodiru sa životinjama, udisala svježi zrak, biti u dodiru s prirodom. Dok ne prođe cijela ta promjena jedne generacije ljudima treba ponuditi neki alternativni način boravka, odmora. Zbog toga su se i pojavile mobilne kućice i glamping ponuda, iz razloga što su neka sredina između onoga na što su današnji ljudi navikli i boravka u prirodi. A u njima je svakako vidljiv veći broj hrvatskih gostiju u zadnjih nekoliko godina.

Na pitanje „Koja bi po vama bila razlika loše kamping ponude Karlovačke županije kao tranzitnog područja, a odlične kamping ponude Jugoistočne Slovenije kao perifernog područja?“, Klemen Hren odgovara: „Jugoistočna Slovenija, a posebno Bela krajina, je stvarno loše i prometno povezana s ostatkom Slovenije. Loše su ceste. Vi ako želite ići iz Ljubljane do rijeke Kupe imate barem sat i pol vožnje. Iz Zagreba koji s okolicom ima oko milijun stanovnika dođete autocestom do Karlovca za oko pola sata. Karlovac ima odličan prometnogeografski položaj, prelijepu prirodu, ali nedostaje dodatne turističke ponude. Tu ima jako puno prostora za napredak. Svakako treba poraditi na tom aktivnom kampiranju. U kampu Bela krajina za djecu postoji adrenalinski park koji je prilagođen njima koji ima nekoliko razina po težini i koje obuhvaćaju djecu svih uzrasta. Djeca uživaju u tom parku, a roditelji se odmore od radnog tjedna. Može se puno napraviti po pitanju gastronomske ponude, za grad na 4 rijeke trebala bi se malo razviti i ta ponuda gdje bi se u restoranima nudila izvorna riječna riba, da bude prisutna malo raznovrsnija gastronomska ponuda, a ne samo ona klasična. Smatram da bi puno bolja opcija što se tiče vođenja kampa bila da se toga primi neki privatni investitor umjesto grada ili općine, a da općina potpomogne projekt s pronalaskom zemljišta, infrastrukturom, pomogne s odobranjavanjem projekta i smanjenjem papirologije. Svi bi od toga imali neke koristi.“

8. Opasnosti razvoja kamping turizma u Karlovačkoj županiji

Razvoju kamping turizma u Karlovačkoj županiji pogoduje nekoliko važnih značajki. Prva je prometni položaj na putu prema Jadranskom moru, a druga su prirodne ljepote. S aspekta prirodnih ljepota potrebno je izdvojiti svakako rijeke i Plitvička jezera kao glavne prirodne atraktivne faktore u Karlovačkoj županiji.

Upravo se u rijekama i Plitvičkim jezerima nalaze najveće opasnosti razvoja turizma u Karlovačkoj županiji. Opasnost na karlovačkim rijekama predstavljaju projekti izgradnje malih hidroelektrana, a na Plitvičkim jezerima je opasnost potencijalno izbacivanje s UNESCO-ve liste zaštićene baštine. U sljedećem dijelu rada će se analizirati ove dvije prijetnje, pretežno kroz intervjue sa svim ispitanim dionicima i akterima.

Glavni intervju za ovu temu napravljen je s Irmom Popović Dujmović, voditeljicom projekata organizacije WWF Adria. WWF je svjetska nevladina organizacija za zaštitu prirode. Irma Popović Dujmović ističe: „Organizacija se bavi zaštitom prirode, biološkom raznolikošću, očuvanjem prirodnih resursa, npr. šumama, rijekama, morem, zaštićenim područjima, klimatskim promjenama. Bavimo se i politikom zaštite prirode, politikom upravljanja i korištenja prirodnih resursa. Djelujemo preko projekata i kampanja, podizanjem svijesti javnosti o potrebi očuvanja prirode, lobiranjem. Bavili smo se primjerice kampanjom o zabrani bušenja Jadrana za gradnju naftnih bušotina, projektom NATURA 2000 i brojnim sličnim projektima. WWF je globalna organizacija koja djeluje u 100 zemalja svijeta, a WWF Adria djeluje na području Dinarskog luka, tj. područjem od Slovenije do Albanije. Ovo je vrlo kompleksno područje te je u svjetskom vrhu po biološkoj raznolikosti.“

8.1. Potencijalno izbacivanje NP Plitvička jezera s UNESCO-ve liste zaštićene kulturne baštine

U radu je već navedeno kako je glavni pokretač razvoja kamping turizma u Karlovačkoj županiji općina Rakovica koja akumulira većinu turističkih dolazaka i noćenja

u kampovima u županiji. Glavni razlog toga je blizina Nacionalnom parku Plitvička jezera kao glavnoj turističkoj atrakciji u ovom dijelu Hrvatske.

U medijima se u posljednje vrijeme jako puno pričalo o opasnosti o potencijalnom izbacivanju Plitvičkih jezera s UNESCO-ve liste zaštićene kulturne baštine. Glavni razlozi za izbacivanje su preveliki broj turista koji stvaraju veliki pritisak na očuvanje Plitvičkih jezera u njihovom izvornom obliku. Problem je i velika izgrađenost oko samoga parka gdje su se ubrano počele graditi kuće, vikendice te mali hoteli.

Svim intervjuiranim osobama bilo je postavljeno pitanje „Kako bi se po vama na turizam odrazilo potencijalno izbacivanje Plitvičkih jezera s UNESCO-va popisa zaštićene baštine?“

Vlasnik #1 ističe: „Mislim da UNESCO nema neku veliku važnost za Plitvice, tko ih želi pogledati doći će nevezano da li su na UNESCO-voj listi.“

Vlasnik #2 navodi: „Ukoliko Plitvička jezera budu uklonjena s UNESCO-ve liste, smatram da to ne bi imalo puno utjecaja na broj turista koji ih dolaze posjetiti. Sada su podignuli cijene s izgovorom kako time žele smanjiti broj gostiju. To je naravno samo paravan da se još više zaradi na njima. Grade se kampovi oko njih, grade se apartmani, svi ih iskorištavaju, a ništa se ne radi po tome da ih se očuva. Samo je bitna zarada. Oni ne žele ograničiti dnevni limit na tisuću, dvije ljudi, ako im dođu dvije tisuće oni žele taj dan prodati karata za dvije i pol tisuće. Nemoguće je da onuda godišnje prođe milijun ljudi i da ostaje očuvana priroda, s vremenom će situacija biti sve gora.“

Vlasnik #3 ističe: „To je strašno veliki broj ljudi, nema još uvijek nikakvih ograničenja i samo ih još više i više devastiraju. Puno ljudi dolazi tamo baš zbog UNESCO-a. Nije ta lista bezveze, ne možete vi na tu listu samo tako doći. Ona ipak postoji zbog nekog razloga.“

Direktorica TZ općine Rakovice navodi kako bi se za 50 godina cjelokupno ovo područje s aspekta prirode uništilo i devastiralo. „Turisti s Dalekog istoka (Kinezi, Japanci i dr.) posjećuju ovo područje isključivo jer je pod zaštitom UNESCO-a. Ako Plitvička jezera uklonite s UNESCO-a njih više nema, nema više grupa u predsezoni i postsezoni, tu gubite možda i 40 % gostiju. Oni nikada za Plitvice ne bi ni čuli niti bi ih ikada posjetili da nisu pod zaštitom UNESCO-a. To bi imale teške posljedice i po domaće stanovništvo jer bi

vrlo mali broj stanovništva ostao na ovom području. Ako nemate više stanovništva vi ne možete kao lokalna uprava upravljati svojim prostorom već bi tu počeo prevladavati privatni interes. Tu onda postoje šanse da bi bi nasred Velikog slapa na Plitvicama imali hotel. Investitoru se projekt isplati kroz desetak godina, on može otići onda odande ,a posljedice za prirodu ostale bi nenadoknadive. Mi moramo čuvati Plitvice, ona su već sad uništene i moramo imati zabrane na njihovom području. To neki bogati investitor može kupiti cijela jezera, zagradi ih i imati isključivo svoje privatne goste. Ona jesu svakome interesantna, ali ih trebamo baš zbog toga sačuvati. Na njima nema mjesta za parkiranje, auti se parkiraju uz cestu, u šumu i gdje god stignu. Plitvice su javna ustanova , Treba se napraviti vodovod, pročišćivač se treba napraviti, gradnja je trebala biti stopirana, a ništa se više ne radi po tom pitanju. Mi moramo sačuvati našu prirodu, trebamo ju zadržati da ona funkcionira po nekom svom toku. Masovni turizam i očuvanje prirode ne mogu ići zajedno. Mi smo betonizirali more, svi to kritiziraju, a sada se ista stvar događa i u kontinentu u nacionalnom parku. Gdje je poljoprivredna proizvodnja, nema ništa od toga. Treba ograničiti gradnju da se objekat uklapa u tradicionalni lički prostor. Da uz smještajne kapacitete postoji u sklopu gospodarstva i poljoprivrednu proizvodnju. Svi pričaju o austrijskom modelu gospodarstva gdje uz smještajne kapacitete, recimo obiteljske pansioni, kao glavne djelatnosti postoje poljoprivreda i stočarstvo. To je nedopustivo da se u ovakvom području otvara neki resort s 1000 kreveta. Jednostavno je neodrživo.“

Klemen Hren ističe da bi izbacivanje s UNESCO-a svakako ostavilo velike posljedice na turizam ovog područja. „Nakon što je izgrađena autocesta Zagreb- Split, Karlovac je već izgubio određeni broj turista. Prije je sav promet išao kroz Karlovac i ljudi su često ondje znali prenoćiti. Što se tiče UNESCO-a, teško je reći koliki je on brend sam za sebe s aspekta turizma. To je više pitanje za stručnjake. Plitvice bi vjerojatno nešto izgubile, najvjerojatnije od onih grupa koje dolaze s turoperatima i agencijama. Od onih koji dolaze individualno UNESCO ne predstavlja neku veliku ulogu, njima je bitno da je to nacionalni park. Svakako nije dobro kada bi Plitvička jezera izgubila tu zaštitu, negdje će nakon toga biti objavljen razlog zbog čega je izgubljena zaštita UNESCO-a, da li je to ekološki problem, infrastrukturni, gospodarski, a što god da se objavi dobila bi se loša slika u medijima.“

Irma Popović Dujmović navodi kako je veliki problem na Plitvičkim jezerima preizgrađenost. Republika Hrvatska se brani kako se sada dozvole za gradnju ne mogu

ukinuti jer bi one poremetile upravno pravnu stabilnost u regiji. UNESCO nije jak mehanizam, ali to bi sada bila sramota da se dogodi to izbacivanje. Plitvice su uz Dubrovnik dva najveća turistička simbola Hrvatske. Na Plitvicama se više ne grade kuće karakterističnih dimenzija za to područje već se grade mini hoteli. Radi se sada na novom planu upravljanja, došlo je do nekog pomaka. Kupljen je i prijenosni pročišćivač otpadnih voda. Sam sustav odvodnjavanja na Plitvicama nije dobro napravljen već sve odlazi u jednu jamu pokraj jednog od jezera. Tu je nastala opasnost za sedrene barijere koje su se počele otapati. Promijenit će se njihov izgled.

Dva vlasnika kampa te svi ostali akteri slažu se kako bi izbacivanje Plitvičkih jezera s UNESCO-ve liste zaštićene baštine ostavilo velike posljedice za turizam. Plitvice su već sada na pragu devastacije, ozbiljno je poremećena biološka raznolikost, uništavaju se sedrene barijere te je ekološki pritisak na njih toliko snažan da one to više neće moći podnijeti.

S aspekta turizma u kampovima, broj turističkih dolazaka i noćenja bi se najviše osjetio u općini Rakovica koja je najbliža Plitvičkim jezerima. To bi se ondje posebno osjetilo s obzirom da u kampovima u općini Rakovica 99 % svih dolazaka i noćenja čine strani turisti koji su od domaćih svakako više ekološki osviješteni i više bi im znači kada je neko područje pod zaštitom UNESCO-a.

8.2. Gradnja malih hidroelektrana na rijekama Karlovačke županije

Projekti malih HE psotali su popularni prije nekoliko godina kada se došlo do ideje gradnje HE na slapovima na karlovačkim rijekama, na mjestima s već izgrađenom ili neizgrađenom infrastrukturom za njihov položaj.

Irma Popović Dujmović na pitanje „Možete li mi ukratko reći koja je glavna bit projekta izgradnje malih HE“ odgovara: „Projekt malih HE postao je aktualan tek prije nekoliko godina. HEP nikada nije bio zainteresiran za ovaj projekt. One su se gradile i prije, ali na postojećim sustavima, npr.ispustima elektrana, te su se iskorištavali već postojeći potencijali. Problem s ovim novim HE je iskorištavanje potencijala potpuno netaknutih

rijeka. Na natječaje se javljaju privatni investitori. To se događa zato jer postoje poticaji za gradnju malih HE jer ih se smatra obnovljivijim izvorom energije. To dolazi od direktive EU o obnovljivim izvorima energije, a vezano je uz strategiju da do 2020. godine imamo 20 % manje emisije stakleničkih plinova. Apsurd je da mi sami plaćanjem skupljih računa za struju, zapravo financiramo taj projekt jer dio novaca iz računa je namijenjen poticanju obnovljivih izvora energije.“

Popović Dujmović dalje navodi: „Nama nije predstavljao problem gradnja takvog projekta na većoj izgrađenoj infrastrukturi, npr. uz rijeku gdje postoji mlin, ili gdje postoji neka prirodna barijera. Ali je problem nastao kada smo vidjeli što se dogodilo s Dabrovom dolinom i Ilovcem na Kupi gdje kada vi dobijete sve potrebne dozvole od ministarstva vas više nitko ne kontrolira i možete raditi što god hoćete. Zato ne želimo da se nešto gradi u netaknutim područjima. Veliki problem je što se male HE uopće uvrstavaju u kategoriju obnovljivih izvora energije. A jedina stavka koja se gleda za tu kategoriju je emisija CO₂ i zato se HE smatra prihvatljivima i „zelenima“. Ali to nije istina. Vi da bi uopće napravili HE trebate prvo napraviti do nje prilazni put, znači iskrčiti dio puta, vegetacije, trave i sl., a time se smanjuje biološki potencijal za apsorpciju CO₂. Trebalo je dovesti strojeve da naprave cestu, a svi oni proizvode CO₂. Također, i sama elektrana proizvodi CO₂ truljenjem organske materije. U velikim akumulacijama je više izraženo, kod nas malo manje, ali je prisutno. Znači i kod njih je prisutna emisija CO₂. A najveći utjecaj je svakako na živi svijet, na tok rijeke, biološku raznolikost i sl. Mala HE koja je napravljena na Šušnjarovom slapu na Mrežnici je bila prekretnica. Slap je u potpunosti uništen i to do neobnovljive razine. Kompletno je ograđen od strane investitora te mu se ne može ni prići. Poanta je da projekt bilo koje HE nikako ne bi smio biti potican jer to nije zeleni oblik proizvodnje energije.“

S obzirom da se od 8 kampova u Karlovačkoj županiji njih 7 nalazi uz neku od rijeka, izuzev kampa Sabljaci u Ogulinu koji se nalazi na jezeru Sabljaki, jasno je kako bi izgradnja malih HE na rijekama bila od velikog značaja i za rijeke ali i za turizam uz rijeke. To je posebno bitno za Koranu i Mrežnicu na kojima se nalazi 6 od 8 kampova u županiji.

Zbog toga je od ključnog strateškog značaja plan HE na rijekama. Irma Popović Dujmović na pitanje „Kakvi su planovi za izgradnju malih HE na području Karlovačke županije? Koliko je planiranih HE?“ odgovara: „Rijeka Dobra je već uništena zbog HE

Lešće. Na Kupi je u Ozlju već više od 100 godina prisutna HE Munjara, a uz nju su na Kupi još HE Ilovac i planirala se mala HE Brodarci. Za Koranu se planirala da cijela bude pod HE i to ne samo malima. Ima izraženi kanjon i bila je idealna za ideju gradnju veće HE. Sve skupa je jedno vrijeme bilo na Korani planirano 14 HE. Neki su i u prostornom planu. Čak su postojali i planovi da se grade HE na Slunjčici. Na Mrežnici ništa nije bilo službeno, osim kroz obnovu starih mlinova. Znači radi se o prenamjeni malih mlinica u malu HE. HE na Šušnjaru je novo postrojenje nastalo na takav način. Nekada su na svakom slapu postojale mlinice, i na Mrežnici ima oko 100 takvih slapova. To znači da se na Mrežnici nalazi preko 100 potencijalnih lokacija za malu HE.“

Sve ovo je jasan pokazatelj da bi male HE imale negativan utjecaj na turizam u Karlovačkoj županiji. Promijenio bi se tok rijeke, dogodilo bi se slično kao na rijeci Dobri koja je postala opasna za kupanje jer kada se podigne brana u HE Lešće, razina vode se može dignuti čak za dva metra na nekim mjestima.

Vezano za ovu tematiku postavljeno je pitanje i vlasnicima kampova. Na pitanje „Po vašem mišljenju, kakav bi utjecaj na kamping turizam imali potencijalni projekti izgradnje malih HE na „karlovačkim rijekama“?“ vlasnici odgovaraju:

Vlasnik #1 ističe da u slučaju da se to dogodi sigurno bi bilo posljedica na turizam. Promijenio bi se nivo vode, promijenio bi se okoliš. To bi imalo možda nekog značenja da stanovništvo ima neke koristi od toga, a ne samo pojedinci. Pozitivna strana hidroelektrana bila bi ako bi napravili i neku makar i manju branu da bi potencijalno u kriznim situacijama spasili Karlovac od poplava. Ali to sve nema nikakvih svojih prednosti i nedostataka ako nema ljudi u prostoru. Ljudi se iseljavaju, sve je manje mladih, određeni dio ljudi se i počeo baviti turizmom, ali i to je samo za vrijeme sezone, van ljeta ova područja su prazna.

Vlasnik #2 navodi kako je osobno protiv malih HE. Navodi kako bi one imale negativan utjecaj s više aspekata. Niti jednom turistu ne bi bilo lijepo da na rijeci ima pogled na HE. Imale bi štetan utjecaj na okoliš, a i nitko osim pojedinaca ne bi imao koristi od njih.

Vlasnik #3 ističe: „Pogledajte samo što je napravila HE na rijeci Dobri. Unatoč tome što je to velika HE, ali i Mrežnica se već sad promijenila a da se skoro ništa nije radilo na njoj. A najgore je što se puno može izgubiti, a za skoro nikakvu korist. Mi imamo

u vlasništvu tu jedan mlin blizu kampa. Planirali smo ga obnoviti, ne stavljati nikakve turbine, već samo staviti unutra neke akumulatore da imamo struju za rasvjetu. Ali to je postojeći mlin koji je tu već skoro 200 godina, koji ne dira slap. A da se instalira HE na slap to bi se sve uništilo.

Vlasnik #4 navodi kako bi to bi jako loše utjecalo i na tok rijeke, njen izgled, ali i okoliš. Definitivno sam protiv toga. Uništen je već kanjon Dobre koji je bio među najljepšima u Hrvatskoj. Uništen je već Šušnjarov slap, koji je bio najveći slap na Mrežnici. Ne vidim tu nikakvu korist za lokalnu zajednicu, a radi se velika šteta i za okoliš i turizam.

Na isto pitanje Irma Popović Dujmović odgovara: Male HE nagrđuju prirodne ljepote. Tamo gdje ljudi vide HE, tamo oni neće dolaziti. Austrijanci na svojim rijekama imaju više od 5.000 HE, ali ih zbog toga ne mogu turistički valorizirati. Ali mi zato možemo tim Austrijancima ponuditi prirodne ljepote koje oni nemaju. Samo je jedna Mrežnica, jedna je Korana. Njih treba čuvati... Svaki puta kada čamac prođe preko sedre i preko slapa njega se troši. To bi se dalo kontrolirati na način da bi se trebalo zabraniti rafting na rijekama kada je mali vodostaj. S obzirom da nema puno iznajmljivača čamaca to bi se dalo kontrolirati. I za svaku vožnju raftingom treba platiti iznajmljivačima čamaca, a ne da dođete vi sami sa čamcem i spustite se po rijeci. Na Zrmanji postoje 3 agencije koje iznajmljuju čamce za rafting i one se međusobno kontroliraju po tom pitanju. Ne može se dogoditi da netko dođe sam sa svojim čamcem i ide se spuštati po rijeci, odmah se tu osobu prijavljuje. Trebalo bi i zabraniti plastične čamce te da se upotrebljavaju samo gumeni. Kampovi su odličan način turizma uz rijeke. Definitivno su najpoželjniji način korištenja prostora u turističke svrhe, pogotovo robinzonski kampovi. Bitno je samo da se kod njih ne ispuštaju otpadne vode u rijeke. Poželjno bi bilo i da kamp ima pročišćivače za otpadne vode, to bi se onda svakako moglo nazvati „zelenim“ načinom iskorištavanja prostora u turističke svrhe.

Postoje brojne akcije i inicijative građana za spas rijeka koje se zalažu za zabranu gradnje malih HE. No najbitnije je u njih uključiti lokalno stanovništvo koje najviše može napraviti po tom pitanju.

Na pitanje „Postoje brojne inicijative za „spas“ naših rijeka, jedna takva postoji i za rijeku Mrežnicu. Koliko su one učinkovite u Hrvatskoj?“, Irma Popović Dujmović odgovara: „Najbitnije je uključiti lokalno stanovništvo. Za primjer možemo uzeti

inicijative koje su u istu svrhu pokrenute u našem susjedstvu, na Staroj planini u Srbiji i rijeci Kruščici u BiH. To su također bile inicijative za spas rijeka od gradnje malih HE. Lokalno stanovništvo se snažno pobunilo i podiglo veliku buku u javnosti. Jako je bitna ta emocija od strane lokalnog stanovništva. Možemo kod nas uzeti za primjer rijeku Dobru i HE Lešće. Lokalno stanovništvo se nije bunilo za njenu izgradnju. Mi smo poslali protestnu notu Europskoj komisiji protiv izgradnje HE, ali nismo ništa mogli napraviti bez pobune lokalnog stanovništva. Danas se vidi da je HE Lešće apsolutno promašeni projekt. Raspada se korito, ogromni su plimni valovi i značajno je pogođeni biološka raznolikost.

9. Budućnost razvoja kamping turizma u Karlovačkoj županiji

Trenutno postoji trend sve učestalijih otvaranja novih kampova u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Hrvatska iz godine u godinu privlači sve veći broj turista te je za očekivati da će doći do otvaranja novih kampova i u Karlovačkoj županiji. Uz već razvijen kamping turizam na Mrežnici i Korani, najveći potencijal za njega ima rijeka Kupa. Tu se svakako može uzeti kao primjer Slovenija koja na rijeci Kupi ima čak 16 kampova dok s Hrvatske strane ne postoji niti jedan.

Vlasnici kampova su u intervjuu odgovorili na pitanje „Što mislite kako će izgledati budućnost vašeg kampa? „

Vlasnik #1 navodi kako za kamp smatra da će se razvijati istim tempom kao i do sada. Održavat će ga, raditi samo one najvažnije investicije te mu je samo važno da su gosti zadovoljni. Raditi će više po pitanju dodatnih sadržaja, ali za nešto više od toga nema ni vremena ni sredstava.

Vlasnik #2 ističe: „Za budućnost mislim da će kamp ostati isti ovakav kakav je danas, neću raditi neke velike investicije. Eventualno sam razmišljao da možda napravim dječje igralište. Ali pitanje je koliko ću ja još uvijek uopće imat kamp“... „Ova godina je bila nešto bolja od prošle dvije- tri, a mislim da je glavni razlog toga što sam malo pojačao oglašavanje na društvenim mrežama i nekoliko inozemnih aplikacija. Vidjet ćemo, za sada je situacija dobra. Teško mi je raditi dugoročne prognoze, ali za sljedeću godinu će kamp sigurno još biti otvoren.“

Vlasnik #3 navodi: „Mi bi htjeli u budućnosti zadržati kamp na ovoj razini. To znači na razini visoke kvalitete usluge te ove veličine. Ne bi ga htjeli povećavati jer bi onda izgubili taj smisao obiteljskog kampa zbog čega je cijela priča i pokrenuta. A zadržat ćemo ga na ovoj razini samo daljnjim ulaganjem, sebe, novaca i vremena. Ne vjerujem da ćemo ići u smjeru razvijanja glamping ponude. Imamo sada u ponudi 4 mobilne kućice, samo zato da ako netko možda nema kamp kućicu da ima prostora za boraviti u kampu. Neki put bi ih mogli napuniti 40, a neki put su i te 4 previše. Napravili smo male drvene šatore, ali nismo htjeli ići na neku glamping varijantu. Znači stavili smo ih na samu rijeku, a sami smo došli na takvu ideju drvenih šatora, a nije nam bio cilj pružanje luksuzne ponude.“

Vlasnik #4 ističe: „Ja ako sam nešto naučio u ovih nekoliko godina koliko postoji kamp je da se malo što može planirati daleko u budućnost. Mene je iznenadio i nagli rast broja gostiju koji se dogodio. Vidim da rastemo, ima sve više ljudi i stvarno vjerujem u pozitivnu budućnost i nastavak priče. Još neko vrijeme se želim fokusirati na robinzonski smještaj. Meni stranci kažu da ništa ne diram i da sve ostavim kako je. Oni žele ovakav tip odmora. Ovo je pravo, istinsko iskustvo kampiranja. Reakcije gostiju su odlične i stvarno vjerujem u ovu našu priču. „

Iz intervjua s vlasnicima kampova može se zaključiti da nitko od njih ne zna točno u kojem smjeru će se razvijati njihov kamp. Mnogi od njih ne žele raditi velike investicije kako bi se usmjerili na glamping tip pružanja usluge već žele da kampovi ostanu na ovoj razini.

Na pitanje Kako vi vidite razvoj kampinga u budućnosti? U kojem smjeru će se on dalje razvijati?“ Klemen Hren odgovara: „Kampiranje je iz dana u dan sve popularnije. Od krize iz 2008. godine prodaja kampera, kamp kućica, prikolica je konstantno u porastu. Njih se ne može napraviti toliko koliko ih se može prodati. Ljudi trebaju rezervirati vozilo danas da bi ga dobili za sljedeću godinu. Ove godina je bila dobra, predsezona je bila odlična, postsezona također, ali je špica sezone podbacila s manjim brojem dolazaka i noćenja u odnosu na prošlu godinu. Razlog tome nije u kvaliteti smještaja već u cijeni, po cijeni smo došli do neke gornje granice. Svake godine se rade usporedbe cijena kampiranja. Ove godine je cijena na nekoj normalnoj parceli, ne odmah uz more, za obitelj s dvoje djece, porasla za 5-8 % u odnosu na prošlu godinu. Ljudi imaju svoj limit očekivanja. Oni znaju što gdje mogu dobiti za određenu cijenu. Ako vi udarite turista po džepu za smještaj, on će automatski na nečemu drugome manje potrošiti. Neki kampovi konstantno imaju manje cijene i uvijek su puni, ali vlasnici kažu kako njemu odgovara da su nešto niže cijene, jer će taj gost onda više potrošiti kod njega u kafiću ili restoranu. To je poanta dobrog vođenja kampa. Što gostu više omogućite za manju cijenu, to on više vrati na nekim drugim stvarima.“

Na pitanje budućnosti kamping turizma svakako se nadovezuje i cijena samog kampiranja. Ona je iz godine u godinu sve veća, a kako su u intervjui naveli i vlasnici kampova to se primijeti po nešto manjem broju turista u 2018. godini. Klemen Hren na pitanje „Može li se po vama reći da je kampiranje postalo luksuz?“ odgovara:

„Nije još luksuz, ali biti će. Neki kampovi su jako podigli svoje cijene, ali još uvijek možete naći vrhunske kampove u kojima možete jeftino kampirati. U specijaliziranim ili sportskim trgovinama možete kupiti šatore i opremu za njih vrhunske kvalitete po jeftinim cijenama. Sve naravno ovisi o tome što gost želi i kakva mu je platežna moć. On u kampu može birati između smještaja u šatoru, kamp kućici, kamperu, mobilnoj kućici i glamping ponudi, izbor je velik, a sve ovisi o preferencama. Kamp kućice i kamperi se danas relativno jeftino mogu nabaviti, s vrhunskim uređenjem i da su prikladni za cijelu obitelj. S aspekta cijene, kampovi u unutrašnjosti su dosta jeftiniji od onih na moru jer oni trebaju nekako privući posjetitelje da se ondje zadrže. Trebaju pokazati kvalitetu, a imati uz to konkurentnu cijenu. Odličan primjer takvog kampa je kamp Slapić, pristojne cijene, vrhunske usluge, s mnoštvom dodatnih sadržaja te prekrasnom prirodom.“

Hren dalje navodi: „Danas je u Sloveniji primjerice sve popularnije kampiranje za djecu u sklopu različitih društava. Kada su ljetni školski praznici, djeca su slobodna dva mjeseca pa sve više društava organizira školske tabore, s različitim programskim tipovima, npr. tabor jahanja, kupanje, biciklizam i sl. Time se odmah potiče ta promjena razmišljanja generacija, mlađoj djeci koja pohađaju osnovnu školu se na taj način demonstrira kako je zapravo ta ideja kampiranja odlična i zabavna. Oni će to onda reći roditeljima, pa će svi zajedno krenut kampirat u neki kamp, pa će roditelji reći prijateljima i rodbini, i tako se pokreće ta promjena generacija.“

Ono čemu bi se svakako trebalo težiti je povećati u kampovima broj domaćih gostiju. Tu se svakako može uzeti za primjer model Jugoistočne Slovenije u kojoj je udio domaćih gostiju u kampovima veći od 50 %. Kampovi mogu ponuditi posebne aranžmane turistima, posebne ponude, treba raditi na povećanju ponude dodatnih sadržaja u kampovima. Paralelno s time došlo bi i do povećanja prosječnog trajanja boravka turista u kampu koji je na razini županije manji od 2 noćenja.

Hren navodi kako je u promociji kampiranja potrebno uključiti i Hrvatsku turističku zajednicu. „Kampovi na moru su uvijek puni, a sve je veći broj kampova koji se otvaraju u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Mogu se provesti kampanje u školama da se promovira kamping. Sve više se danas promoviraju ekološke stvari, ekološka hrana, način života. Ne postoji ekološkiji način provođenja odmora od onog u kampovima. Treba promovirati ostale dijelove Hrvatske. Zašto bi se samo promovirali Zagreb, Split,

Dubrovnik i ostala mjesta na moru. Možemo upoznati i druge prekrasne dijelove Hrvatske. Svaki gost koji dođe u Hrvatsku plaća turističku taksu. Tu je onda i zadaća turističke zajednice da promovira neki drugačiji oblik odmora, pogotovo ako je to nešto kao kamping što je prisutno u Hrvatskoj već dugi niz godina.“

Potrebna je veća promocija kamping turizma u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Mi nemamo za ponuditi samo more, već imamo i prirodnih ljepota u unutrašnjosti. Kao privlačni faktor svakako treba istaknuti i blizinu Zagreba. Iz svakog od kampova u županiji može se za 60-90 minuta stići do Zagreba. Za turizam perifernih područja u županija veliku ulogu može imati novi projekt objedinjavanja TZ Duge Rese, Bosiljeva, Generalskog Stola, Netretića i Barilovića u TZ „4 rijeke“. Ova zajednička turistička zajednica puno može napraviti u promicanju kamping turizma u Karlovačkoj županiji, pogotovo s obzirom da se u njenom području djelovanja već nalaze dva kampa.

U Katalogu projekata Karlovačke županije iz 2017. godine, navedena su četiri buduća potencijalna projekta izgradnje novih kampova na teritoriju Karlovačke županije.

Prvi od njih je Turističko naselje i kamp Rastoke u Slunju. U stupnju pripremljenosti navedeno je kako je za projekt sve pripremljeno, dobivena je građevinska dozvola, odrađena je investicijska studija te se samo čeka početak realizacije koji je bio očekivan tijekom 2017. godine (URL 18).

Sljedeći projekt je Eko kamp Jelenić u Ogulinu. U opisu projekta navodi se : Urbanističkim planom uređenja stambeno-rekreativne zone „Jezero Sabljaci“ predviđena je zona kampa koja se planira maksimalno oplemeniti elementima vode i zelenila kako bi se moguća vizualna devastacija šarenila maksimalno uskladila s okolnim ambijentom prelijepog jezera Sabljaci, te se planira osigurati visoki standard sanitarno-komunalnih uvjeta. Zona Eko kampa Jelenić površine cca 7,59 ha predviđena je za uređenje prostora za kampiranje, internih prometnica, sanitarnih jedinica, trgovine, restorana, slastičarne, malog umjetnog jezera ili bazena s hidromasažom. U Eko kampu Jelenić se planira koristiti zelena tehnologija fotonaponskih ćelija i solarnih kolektora na ugostiteljskom objektu i sanitarnom objektu što će omogućiti proizvodnju struje i tople vode za potrebe eko kampa. Također se planira provjeriti i ostale mogućnosti proizvodnje električne energije i tople vode. U eko kampu se planira sustav recikliranja i kompostiranja, sustav potrošnje energenata gdje će biti moguće koristiti struju i vodu samo u određeno vrijeme. Eko kamp planira imati vlastitu ponudu brojnih aktivnosti, a planira se i uređenje tradicijskog vrta

kojim će se interpretirati biljne vrste okolnih šuma, a također će se potaknuti i lokalno stanovništvo da ulaže u nove grane malog i srednjeg poduzetništva kao što su servisi bicikla, ponuda domaćih proizvoda - „prodaja na pragu“, razni tečajevi: priprema zimnice, kreativne radionice - upoznavanje lokalnih običaja plesova i pjesmi, sportski ribolov i fotolov, branje voća i povrća, adrenalinski parkovi, kanuing, itd. Očekivano vrijeme realizacije projekta je kraj 2019. godine (URL 18).

U planu je i autokamp na rijeci Kupi u općini Lasinja. U opisu projekta navodi se : Projektom se planira izgradnja autokampa u naselju Lasinja na području uz rijeku Kupu kod mosta Jamnička Kiselica. Potrebno je riješiti imovinsko pravne odnose, infrastrukturu, urediti okoliš, a sve u smislu tranzitnog ljetnog kampa na rijeci Kupi. Očekivano vrijeme realizacije projekta je 2020. godine (URL 18).

Još jedan planirani kamp na rijeci Kupi je Kamp Petrinjski Kut u općini Kamanje. U opisu projekta stoji: U svrhu proširenja turističke ponude namjerava se urediti kamp prostor uz obalu rijeke Kupe na površini cca 3 ha, a očekivano vrijeme realizacije procjenjuje se do kraja 2019. godine (URL 18).

10. Zaključak

Kamping turizam ima vrlo značajan utjecaj na turizam Karlovačke županije. Posebno je važan u Dugoj Resi i Rakovici gdje doprinosi s oko 50 % svih turističkih dolazaka i noćenja. S dobro osmišljenom turističkom ponudom može nastaviti trend povećanja broja dolazaka i noćenja turista i u drugim JLS Karlovačke županije. S obzirom da je županija na izvrsnom prometnogeografskom položaju, blizu većih emitivnih centara, ima izvrsne predispozicija za daljnji rast kamping turizma. Tu je bitno zaštititi prirodu kao glavni privlačni faktor razvoja turizma u Karlovačkoj županiji, osmisliti nove turističke sadržaje i aktivnosti koji bi povećali turističku sezonu i povećali duljinu projektnog boravka turista u kampu.

U radu su postavljene četiri hipoteze.

H1: Kampovi su najzastupljenije kategorije smještaja u svim jedinicama lokalne samouprave u kojima se nalaze.

Ova hipoteza je odbačena. Kampovi su najzastupljenije smještajne kategorije u apsolutno i relativnoj mjeri jedino u Dugoj Resi. Od 2016. godine relativno su najzastupljeniji u općini Rakovica te 2017. godine imaju 47,2 % svih turističkih dolazaka i 50,0 % svih turističkih noćenja u općini Rakovica. U Karlovcu se nalazi svega jedan kamp i njegov utjecaj na turizam grada Karlovca je zanemariv. Godine 2017. je sudjelovao sa svega 1,6 % svih turističkih dolazaka i 1,4 % svih turističkih noćenja u gradu Karlovcu. Za općinu Generalski Stol nisu dostupni podaci o broju dolazaka i noćenja, ali s obzirom na mali broj dolazaka i noćenja u jedinom kampu u općini, za zaključiti je da on ne donosi niti apsolutno niti relativnu većinu svih turističkih dolazaka i noćenja u općini.

H2: U svim kampovima Karlovačke županije većinu gostiju čine strani turisti.

Ova hipoteza je dijelom odbačena. Strani turisti čine većinu gostiju u svim kampovima osim u robinzonskom kampu Leskar u općini Generalski Stol, u kojem je 2017. godine bilo 94,29 % dolaza domaćih gostiju te 93,0 % noćenja domaćih gostiju. U

kampu Slapić većinu čine strani turisti, no on konstantno bilježi porast udjela domaćih gostiju kojih je u svim turističkim dolascima 2017. godine bilo 16,71 %, a u noćenjima 13,98 %

H3: U kampovima Jugoistočne Slovenij prevladavaju strani turisti.

Ova hipoteza je također odbačena. U kampovima Jugoistočne Slovenije od 2015.-2017. godine udio domaćih gostiju u turističkim dolascima i noćenjima bio je veći od 50 %. U Karlovačkoj županiji se ta brojka u obje kategorije kreće između 2 i 3 %. Izražena je razlika i u prosječnom boravku domaćih turista u ove dvije regije po općinama. U Karlovačkoj županiji je najduži prosječni boravak domaćih turista u Dugoj Resi s 1,9 noći po turistu dok je u svim analiziranim općinama Jugoistočne Slovenije ta brojka veća od 2,2 noći po domaćem turistu, dok je u općini Metlika 2015. godine prosječni boravak domaćeg turista bio čak 4,1 noć.

H4: Male hidroelektrane negativno bi se odrazilo na kamping turizam u Karlovačkoj županiji

Ova hipoteza je potvrđena. U razgovorima s vlasnicima kampova i ostalim akterima u kamping turizmu, svi smatraju kako bi male HE negativno utjecale na kamping turizam u Karlovačkoj županiji. Nagrdile bi prirodu, promijenile bi tok rijeke, uzrokovale ozbiljne štete biološkoj raznolikosti i s vremenom uništile sedrene barijere koje su prepoznatljiv znak Karlovačkih rijeka. Kao primjer se može uzeti mala HE Šušnjar na rijeci Mrežnici koja je uništila najveći slap na Mrežnici.

Popis literature i izvora

Literatura:

- Baćac, R., 2011: *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom: Korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja*, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb
- Bartoluci, M., Hendija, Z., Petračić, M., 2015: Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, *Acta Turistica*, 27 (2) , 191-219
- Bočić, N., Pahernik, M., Maradin, M., 2016: Temeljna geomorfološka obilježja Karlovačke županije, *Prirodoslovlje*, 16(1-2) 153–172
- Cvelić Bonifačić, J., 2011: *Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Kamping udruženje Hrvatske , Poreč
- Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., 2014: Menadžment promjena kamping turizma, u: *Suvremeni trendovi u turizmu* (ur. Gržinić, J. i Bevanda, V.), Sveučilište Jurja Dobrile, Pula, 154-173.
- Cvelić- Bonifačić, J., Milohnić, I., Cerović, Z., 2017: Glamping – Creative Accommodation in Camping Resorts: Insights and Opportunities, *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4 (1), 101-114
- Demonja, D., 2014: The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia, *Sociologija i prostor*, 52 (1), 69-90
- Demonja, D., Ružić, P., 2010: *Ruralni turizam u Hrvatskoj : s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Samobor
- Dujmović, M., 2014: *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula.
- Filipčić, A., 1998: Klimatska regionalizacija Hrvatske po W. Köppenu za standardno razdoblje 1961. – 1990. u odnosu na razdoblje 1931. – 1960., *Acta geographica Croatica*, 33(1), 7–14.
- Galičić, V., 1999: *Rječnik ugostiteljsko- turističkih pojmova*, vlast. nakl., Rijeka
- Gržinić, J., 2014: *Međunarodni turizam*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula.
- Hendija, Z., 2006: Kamping turizam, u: *Hrvatski turizam: Plavo – bijelo – zeleno* (ur. Čorak, S. i Mikačić, V.), Institut za turizam, Zagreb, 65-92
- Kušen, E., 2006: Ruralni turizam, u: *Hrvatski turizam: Plavo – bijelo – zeleno* (ur. Čorak, S. i Mikačić, V.), Institut za turizam, Zagreb, 167-190
- Lukić, A., 2012: *Mozaik izvan grada*, Meridijani, Samobor.
- Magaš, D., 2013: *Geografija Hrvatske*, Meridijani, Samobor

Maradin, M., 2009: Geografski položaj kao faktor razvoja Karlovca, <http://www.geografija.hr teme/stanovnistvo-i-gospodarstvo/geografski-položaj-kao-faktor-razvoja-karlovca/> (28.09.2018)

Marinović- Uzelac, A., 2001: *Prostorno planiranje*, Dom i svijet, Zagreb.

Ružić, P., 2009: *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula.

Sladoljev, J., 1998: *Kamping turizam: sve o kampu - priručnik za vlasnike i vođitelje kampova*, C.A.S.H., Rijeka

Weber, S., Mikačić, V., 2000: *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb

Woods, M., 2005: *Rural Geography*, SAGE, London

Izvori:

Dolasci i noćenja turista u 2017., 2018.,

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm (30.06.2018)

Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima,

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Turizam.xlsx (15.11.2018)

Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2013.,

<https://www.dzs.hr/> (30.06.2018)

Statistični urad Republike Slovenije, <https://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/24>

(29.11.2018)

Turizam u 2013, Statističko izvješće 1515,

www.dzs.hr/hrv_eng/publication/2014/si-1515.pdf (15.11.2018)

Turizam u 2014, Statističko izvješće 1539,

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/SI-1539.pdf (15.11.2018)

Turizam u 2015, Statističko izvješće 1564,

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1564.pdf (15.11.2018)

Turizam u 2016, Statističko izvješće 1594,

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/SI-1594.pdf (15.11.2018)

Turizam u 2017, Statističko izvješće 1616,

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf (15.11.2018)

Internetske stranice:

URL 1: Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti <https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti> (19.05.2018)

URL 2: Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine "Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj", https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_07_75_2493.html (19.05.2018)

URL 3: Europska federacija udruga i udruženja kampova i kamp naselja, <http://www.efcohp.eu/> (19.05.2018)

URL 4: Međunarodni savez za kamping i karavaning, <https://ficc.org/en/> (19.05.2018)

URL 5: Kamping udruženje Hrvatske, <https://www.camping.hr/hr> (19.05.2018)

URL 6: Udruženje kampista Hrvatske, <https://www.camping-croatia.com/> (19.05.2018)

URL 7: Allgemeiner Deutscher Automobil – Club, <https://www.adac.de/> (19.05.2018)

URL 8: Nizozemski kraljevski autoklub, <https://www.anwb.nl/> (19.05.2018)

URL 9: Hrvatski autoklub, <http://www.hak.hr/> (19.05.2018)

URL 10: „Camping Croatia“- vodič za ljubitelje kampova, <http://www.hak.hr/vijest/184/camping-croatia-vodic-za-ljubitelje-kampova> (19.05.2018)

URL 11: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database> (30.06.2018)

URL 12: Turistička zajednica općine Rakovica, <http://www.plitvickedoline.hr/> (15.07.2018)

URL 13: Turistička zajednica Grada Slunja, <http://www.tz-slunj.hr/> (15.07.2018)

URL 14: Turistička zajednica Grada Ogulina, <http://www.tz-grada-ogulina.hr/> (15.07.2018)

URL 15: Ivanina kuća bajke, <http://www.ivaninakucabajke.hr/hr/> (15.07.2018)

URL 16: Turistički promet i kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj 2016. – Analitički prikaz rezultata po županijama, https://www.camping.hr/cmsmedia/dokumenti/2016_Turisticki-promet-i-kapaciteti-u-kampovima.pdf?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=kuh_newsletter_br_7_16_statistika_2016&utm_term=2017-03-20 (15.11.2018)

URL 17: Avtokampi, <http://www.avtokampi.si/> (29.11.2018)

URL 18: Katalog projekata Karlovačke županije, <https://www.hgk.hr/documents/katalog-projekata-20185a96830badb21.pdf> (01.12.2018)

URL 19: Aquatika, <https://aquariumkarlovac.com/> (01.12.2018)

Popis slika, tablica i priloga

Popis slika

Sl. 1. Općine i gradovi Karlovačke županije	5
Sl. 2. Hidrogeomorfološka karta Karlovačke županije	36
Sl. 3. Godišnji hod temperature zraka i padalina u gradu Karlovcu i gradu Ogulinu (1981.-2010.)	37
Sl. 4. Godišnji hod temperature zraka i padalina grada Slunja (1981. – 2010.)	38
Sl. 5. Prometnogeografska karta Karlovačke županije	42
Sl. 6 Udio domaćih turista u turističkim dolascima u JLS Karlovačke županije od 2010. do 2017. godine	45
Sl. 7 Udio domaćih turista u turističkim noćenjima u Karlovačkoj županiji i odabranim JLS od 2010. do 2017. godine	46
Sl. 8. Broj kampova u JLS Karlovačke županije i Jugoistočne Slovenije 2018. godine	61

Popis tablica

Tab. 1 7RE- trendovi kamping proizvoda	24
Tab. 2 Kamping kapaciteti (broj objekata i kapacitet osoba) po županijama	29
Tab. 3 Noćenja u kampovima i trend po županijama	30
Tab. 4 Udio kamping noćenja po županijama u odnosu na njihov udio u noćenjima ostvarenom u kampingu na razini Hrvatske	31
Tab. 5 Broj turističkih dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u Karlovačkoj županiji 2000.- 2017. godine	44
Tab. 6 Broj dolazaka i noćenja u kampovima JLS Karlovačke županije 2013.-2017.	49

Tab. 7 Udio domaćih i stranih gostiju u turističkim dolascima u kampovima JLS Karlovačke županije 2015.-2017.	51
Tab. 8 Udio domaćih i stranih gostiju u turističkim noćenjima u kampovima JLS Karlovačke županije 2015.-2017.	51
Tab. 9 Udio dolazaka i noćenja u kampovima u odnosu na broj dolazaka i noćenja u svim smještajnim kategorijama u JLS Karlovačke županije 2013.-2015.	52
Tab. 10 Prosječan broj noćenja turista u kampovima u JLS od 2013.-2017.	53
Tab. 11 Broj turističkih dolazaka u kampovima Jugoistočne Slovenije i Republike Slovenije 2015.-2017.	64
Tab. 12 Broj turističkih noćenja u kampovima Jugoistočne Slovenije i Republike Slovenije 2015.-2017.	65
Tab. 13 Udio domaćih gostiju u kampovima Karlovačke županije i Jugoistočne Slovenije 2015.-2017.	65
Tab. 14 Prosječni broj noćenja domaćih gostiju u kampovima u Jugoistočnoj Sloveniji i JLS Jugoistočne Slovenije 2015.-2017.	66
Tab. 15 Prosječni broj noćenja domaćih gostiju u kampovima u Karlovačkoj županiji i JLS Karlovačke županije 2015.-2017.	66

Popis priloga

Prilog 1: Intervju s vlasnicima kampova

Prilog 2: Intervju s direktoricom Turističke zajednice općine Rakovica

Prilog 3: Intervju s Klemenom Hrenom, urednikom web stranice avtokampi.si

Prilog 4: Intervju s Irmom Popović Dujmović, voditeljicom organizacije WWF Adria

Prilog 1: Intervju s vlasnicima kampova

1. Kako ste i zašto došli na ideju otvaranja kampa?
2. Kakva je struktura gostiju u vašem kampu?
3. Koliko se prosječno zadržavaju gosti u vašem kampu te koliko traje sezona u kampu?
4. Jesu li potrebna velika ulaganja za održavanje i vođenje kampa?
5. Imate li aktivnu suradnju s nekim lokalnim OPG-om ili obrtnicima i poduzetnicima, vezano primjerice za opskrbu hranom, pićem, suvenirima i sl.? Ako suradnja ne postoji, mislite li da bi vam bila korisna? Koja su ograničenja u ostvarivanju te suradnje?
6. Postoje li za vas i vaš kamp ikakve beneficije od članstva u KUH-u?
7. Kakvo je vaše mišljenje o suvremenim trendovima u kamping turizmu, npr. glampingu, mobilnim kućicama u kampovima?
8. Kako vi vidite Hrvatsku kao kamping destinaciju u odnosu na druge zemlje u Europi?
9. Koje bi bile prednosti, a koji su nedostaci razvoju kamping turizma u Karlovačkoj županiji?
10. Po vašem mišljenju, kakav bi utjecaj na kamping turizam imali potencijalni projekti izgradnje malih HE na „karlovačkim rijekama“ te skidanje Plitvičkih jezera s UNESCO-ve liste zaštićene baštine?
11. Što mislite, kako će izgledati budaćnost vašeg kampa? I kakva budaćnost očekuje kamping turizam u Karlovačkoj županiji i Hrvatskoj?

Prilog 2: Intervju s direktoricom Turističke zajednice općine Rakovica

1. Koje su po vašem mišljenju komparativne prednosti općine Rakovica u odnosu na druge JLS s aspekta razvoja turizma?
2. Kolika je važnost za Rakovicu blizina Plitvičkim Jezerima?
3. S obzirom da kampovi donose skoro 50 % broja dolazaka i noćenja u općini, da li se može reći da je na njima glavni fokus u pogledu razvoja trenutnih i budućih smještajnih kapaciteta?
4. Postoje li planovi unapređenja kamping ponude u općini? Primjerice povećanja smještajnih kapaciteta, otvaranje novih kampova, unapređenje kvalitete kampova?
5. Kakav je stav lokalne vlasti prema kampovima? Postoje li kakve beneficije, potpore ili nešto slično za vlasnike kampova?
6. Postoji li neka inicijativa za povećanje broja domaćih gostiju u Rakovici, s obzirom da je oko 98 % stranih gostiju?
7. Kakva je vaša suradnja sa županijskom TZ i drugim TZ u županiji?
8. Kakva bi po vama bila budućnost razvoja turizma u „plitvičkoj dolini“ ukoliko NP Plitvička Jezera budu skinuta s UNESCO-ve liste zaštićene baštine?
9. U kojem smjeru vi vidite da će ići razvoj turizma u Rakovici? Postoje li već neki planove i budućí projekti?

Prilog 3: Intervju s Klemenom Hrenom, urednikom web stranice avtokampi.si

1. Kako ste došli na ideju pokretanja stranice avokampi.si? Da li se već dugo vremena bavite proučavanjem kampiranja?
2. Jeste li osobno posjetili sve kampove koji su obuhvaćeni na web stranici?
3. S obzirom na države koje su obuhvaćene svojom kamping ponudom na vašoj stranici, gdje je po vama kamping ponuda najrazvijenija?
4. Kako je razvijena kamping ponuda u Sloveniji? U Hrvatskoj je najrazvijenija kamping ponuda u primorskom dijelu zemlje. Postoje li također određene regionalne razlike i u Sloveniji?
5. Kakva je po vašem iskustvu kamping ponuda u Karlovačkoj županiji?
6. Kako bi se po vama na turizam odrazilo potencijalno izbacivanje Plitvičkih jezera s UNESCO-va popisa zaštićene baštine?
7. Kako bi vi usporedili kamping ponudu Karlovačke županije u Hrvatskoj s kamping ponudom Jugoistočne Slovenije?
8. Koja bi po vama bila razlika lošije kamping ponude Karlovačke županije kao tranzitnog područja, a odlične kamping ponude regije Jugoistočne Slovenije kao perifernog područja?
9. Koji je razlog da su u regiji Jugoistočna Slovenija u znatnoj mjeri razvijeni moderniji načini smještaja u kampu (glamping, mobilne kućice)?
10. Koji je po vama razlog da hrvatske kampove posjećuje jako mali broj domaćih gostiju, za razliku od slovenskih kampova gdje je broj domaćih gostiju znatno veći?
11. Može li se po vama reći da je kampiranje postalo luksuz?
12. Jeste li upoznati s Kamping udruženjem Hrvatske? Kolika može biti njegova uloga u promociji kampiranja?
13. Kako vi vidite razvoj kampinga u budućnosti? U kojem smjeru će se on dalje razvijati?

Prilog 4: Intervju s Irmom Popović Dujmović, voditeljicom organizacije WWF Adria

1. Voditeljica ste projekta organizacije World Wildlife Fund Adria. Čime se točno bavi organizacija?
2. Možete li mi ukratko reći koja je glavna bit projekta izgradnje malih HE. Od strane državnog vrha i nadležnih institucija taj projekt je opravdan, legalan i isplativ. Čime vlada potkrepljuje ove tvrdnje?
3. Kakvi su planovi za izgradnju malih HE na području Karlovačke županije? Koliko je planiranih HE?
4. Prije desetak godina postojala je inicijativa za proglašenje toka rijeke Mrežnice Parkom prirode. Zna li možda zašto se odustalo od te inicijative? Ima li to možda neke veze s ovim projektom izgradnje malih HE?
5. Kakav bi bio utjecaj malih HE na turizam na karlovačkim rijekama? Svi kampovi na području Karlovačke županije nalaze se uz rijeke ili jezera. Da li bi to moglo imati nekog utjecaja i na njih?
6. Slovenija je zakonom zaštitila rijeku Muru od gradnje HE. Da li je nešto tako moguće i kod nas?
7. Postoje brojne inicijative za „spas“ naših rijeka, jedna takva postoji i za rijeku Mrežnicu. Koliko su one učinkovite u Hrvatskoj?
8. Postoji li po vama određene prijetnja za turizam na Plitvičkim jezerima ukoliko ona budu skinuta s UNESCO-va popisa zaštićene baštine?