

# Karavanning kao održivi segment kamping turizma? Prikaz teorije i prakse

---

**Jaković, Božidar; Golub, Barbara; Kovačević, Martina**

*Source / Izvornik:* **Oeconomica Jadertina, 2024, 14, 126 - 144**

**Journal article, Published version**

**Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

<https://doi.org/10.15291/oec.4247>

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:165:664454>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-23**


*Repository / Repozitorij:*



[Virovitica University of Applied Sciences Repository -  
Virovitica University of Applied Sciences Academic  
Repository](#)



## **Karavaning kao održivi segment kamping turizma? Prikaz teorije i prakse**

BOŽIDAR JAKOVIĆ  
Veleučilište u Virovitici  
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica  
[bozidar.jakovic@vuv.hr](mailto:bozidar.jakovic@vuv.hr)  
 0000-0002-4364-5576

BARBARA GOLUB  
Veleučilište u Virovitici  
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica  
[barbara.golub@vuv.hr](mailto:barbara.golub@vuv.hr)

MARTINA KOVAČEVIĆ  
Veleučilište u Virovitici  
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica  
[martina.kovacevic@vuv.hr](mailto:martina.kovacevic@vuv.hr)

Pregledni rad / *Review*

UDK / UDC: 338.48 : 379.83

Primljeno / Received: 31. listopada 2023. / October 31<sup>st</sup>, 2023.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 25. ožujka 2024. / November 25<sup>th</sup>, 2024.

DOI: 10.15291/oec.4247

**Sažetak:** Učestale promjene unutar i izvan turističkog tržišta, posebno u kontekstu turističke potražnje, utjecale su na pojavu i razvoj različitih podoblika i turističkih proizvoda kamping turizma. Jedan od takvih je karavaning za koji se može reći da predstavlja stil života te je jedan od najvažnijih segmenata kamping turizma koji uvelike odražava, ali i utječe na održivost industrije kamping turizma. Cilj rada je dati pregled dosadašnjih razmatranja kamping turizma, posebno karavaninga kao jednog od vodećih segmenata industrije kamping turizma, ali i turističke industrije općenito te održivosti karavanskih pružatelja usluga i sektora općenito. U radu je primijenjen sustavni pristup pregleda literature u selektiranim bazama podataka i drugih online izvora, unutar kojih su detaljno proučene relevantne studije koje razmatraju turističko tržište karavaninga te održivost kamping turizma i karavaninga. Uz identifikaciju i pregled literature predmetne tematike, prikazani su primjeri kampova i karavanskih parkova koji ulažu u poslovanje s minimalnim štetnim utjecajem na okoliš. Osim održivog načina poslovanja u kontekstu korištenja recikliranih i održivih građevinskih materijala, smanjenja papirnatog arhiviranja dokumenata, korištenja ekološki prihvatljivih proizvoda i sl., spomenuti kampovi i karavanski parkovi štede energiju i vodu, koriste električne oblike prijevoza, surađuju s lokalnim dobavljačima, odvajaju otpad, sade tradicionalne biljke te potiču recikliranje i upravljanje otpadom.

**Ključne riječi:** kamp, kamping turizam, karavaning, održivost, održivi turizam

**JEL klasifikacija:** L83

## 1 Uvod

Turizam je veliki korisnik prostora, najčešće iznimno atraktivnog, vrijednog i osjetljivog područja. Stoga se sve više pridaje pozornost održivoj integraciji turističkih cjelina u prostor destinacije. Dosadašnji objekti turističkog smještaja većinom su izvedeni identičnim tehnikama gradnje kao kod stambenih zgrada i kao takvi nisu uklonjivi te su izgrađeni s pomoću teških, invazivnih tehnologija. Nerijetko su smješteni u osjetljivim područjima (obalne zone, zaštićena područja i sl.), gdje takve fiksne smještajne strukture mogu trajno ugroziti cjelovitost krajolika. Odstupanja od dominantnog modela turističkog smještaja vidljiva su na primjeru kampova i karavanskih parkova, koji se promatraju kao turističke cjeline s malim utjecajem na okoliš koje nude mogućnost primjene koncepta održivosti i fleksibilnosti na područje na kojem se nalaze (Lucivero, 2012). U kontekstu ekološke održivosti i društvenog utjecaja, Poudel (2013) uočava da kampovi zaista imaju prostora biti lideri među svim oblicima smještaja u turističkoj industriji jer maksimalno koegzistiraju s prirodnim okolišem, imaju mogućnost zbrinjavanja otpada prema vrstama, kao i recikliranja i ponovne uporabe te se služi energetski učinkovitim opremom i infrastrukturom i sl. Porastom interesa turista za boravkom u prirodi te njihove zdravstvene i ekološke svijesti, porasla je i potražnja za kampovima i sličnim vrstama smještaja (Petruša i Vlahov, 2019). Za kamping turizam u literaturi se često navodi da je jedan od najbrže rastućih oblika turizma (Cegur Radović et al., 2021; Wong et al., 2021; Lee, 2020; Rogerson i Rogerson, 2020; Mikulić et al., 2017; O'Neill et al., 2010), a kamping turisti promatraju se kao jedni od najboljih potrošača u destinacijama turizma temeljenog na prirodi (Kastenholz i Rodrigues, 2007). Uz ubrzani rast, kamping turizam je i iznimno fragmentiran nišni sektor (Mikulić et al., 2017; Brooker i Jope, 2014) koji se kontinuirano mijenja (Cegur Radović, 2021), pri čemu od početnih šatora, sektor sada uključuje širok raspon luksuznih usluga i sofisticiranih doživljaja na otvorenom koji odražavaju sve različitiije potrebe turista koji kampiraju (MacLeod, 2017). Iako je tradicionalno kampiranje zadovoljavalo potrebe turista za boravkom u prirodi, takav oblik smještaja postao je neprihvatljiv sve većem broju turista, što je posljedično utjecalo na pojavu i razvoj drugih niša u kamping turizmu koje pružaju višu razinu komfora, poput glampinga (Petruša i Vlahov, 2019). Prema podacima Eurostata za 2022. godinu, na području EU-a je 24 296 smještajnih objekata u kamping turizmu, s 8,47 milijuna ležaja u kojima je ostvareno gotovo 398 milijuna noćenja, što je ujedno i povećanje od 21,7 % u odnosu na 2021. godinu. U literaturi postoji ograničen broj radova koji dokazuju vitalnost kamping turizma na području Australije i Novog Zelanda (Collins et al., 2018; Caldicott et al., 2014; Brooker i Joppe, 2014; Caldicott i Scherrer, 2013a; Caldicott, 2011; Collins i Kearns, 2010), SAD-a (Young, 2017; Brooker i Joppe, 2014; Timothy i Teye, 2009) i Europe, posebno na području mediteranskih (Salo et al., 2020; Mikulić et al., 2017; Doğantan et al., 2017; Cerović, 2014; Garcia-Pozo et al., 2011; Gržinić et al., 2010) i skandinavskih zemalja (Rantala i Varley, 2019; Mikkelsen i Choen, 2015; Mikkelsen i Blichfeldt, 2015). Globalni trendovi pokazuju da se pored Europe, Sjeverne Amerike, Australije i Novog Zelanda kao tipičnih destinacija za kamping turiste, javlja sve veći interes za kamping turizmom i u Aziji (Lee, 2020). Karavaning, kao podsegment kamping turizma, može se promatrati i kao sastavnica autoturizma (Rogerson i Rogerson, 2020; Caldicott i Scherrer, 2013a; McClymont et al., 2010) te sastavnica rekreacije na otvorenom (Van Heerden, 2020; Sommer, 2020). Karavaning je slobodniji i neovisniji oblik kamping turizma koji se promatra kao ležerna aktivnost boravka u mobilnim jedinicama kao što su šatori, kamp-prikolice, karavani ili rekreacijska vozila – RV (Mikkelsen i Cohen, 2015), pri čemu se npr. kamp-prikolica koristi kao dio turističkog prijevoza i smještaja (Darley et al., 2017; Patterson et al., 2015). Iako je putovanje sa šatorom popularno, vozila za rekreaciju i kamp-prikolice postaju sve značajnije područje interesa turista, pri čemu se uočava sve veća potražnja za luksuznijim i većim karavanima (Sommer, 2020). Na sektor karavaninga kontinuirano utječu promjenjivi obrasci ponašanja turističke potražnje i sve sofisticiranija tehnologija (McClymont et al., 2010). U literaturi se uočava da uza sve veći interes turista sijede kose u odnosu na prethodno, dominantno zastupljene obitelji (Caldicott

et al., 2018; Darley et al., 2017; Patterson et al., 2015), jača interes za boravkom u blizini prirode na održiv način šatorom ili karavanom (Sommer, 2020), kao i tzv. slobodno kampiranje (Caldicott et al., 2022; Collins et al., 2018; Caldicott et al., 2014). S obzirom na istaknute promjene, kao i druge koje primarno obilježavaju tržište potražnje karavaninga, ispred pružatelja usluga su mnogobrojni izazovi ekološke, društvene, ekonomske, političke i tehnološke naravi, što ukazuje na to da je održivost težnja i sve veći izazov karavaning turizma.

Istraživanja u području karavaninga najzastupljenija su na području Australije. Iako je prisutan pad broja karavanskih parkova 1990-ih i početkom 2000-ih (Caldicott et al., 2014), karavaning je sudjelovao s 50 % od ukupnog broja ležaja u turizmu Australije 2000-ih godina (Brooker i Jope, 2014; Caldicott i Scherrer, 2013b). Dodatno, karavani i kamp-prikolice ostaju najbrže rastuće vrste vozila po registraciji u Australiji u 2016. godini, pri čemu su registracije karavana porasle za 30 % od 2011. godine (Darley et al., 2017). Takav obrnuti odnos između padajućega kapaciteta karavanskih parkova i uzlaznog trenda registracije karavanskih mobilnih jedinica otvara mnoga pitanja za australsku smještajnu industriju. U okruženju sve veće potražnje za iskustvom karavaninga, ali sve manje parkova (time i ukupnog kapaciteta mjesta), predviđa se da će nastati ozbiljan nedostatak smještajnih kapaciteta za sektor karavaninga u turističkoj industriji Australije, pa će u takvom okruženju održivost australskoga karavaninga uglavnom ovisiti o njihovim vlastitim proaktivnim intervencijama upravljanja (Caldicott i Scherrer, 2013a). Slična situacija porasta zatvaranja kampova i karavanskih parkova je i na Novom Zelandu, pri čemu se zbog napuštanja destinacije od trenutačnih karavanskih turista očekuju dugoročne posljedice koje uključuju izgubljene prilike za buduće generacije, uništenje osjećaja zajednice i gubitak privrženosti mjestu (Collins i Kearns, 2010). Karavaning značajno pridonosi i turističkoj industriji u Europi. Doğantan et al. (2017) ističu da je godišnji prihod karavanske industrije u Europi za 2009. godinu bio 10,6 milijardi eura, dok je prihod karavanskog turizma bio 14,4 milijarde eura (Timothy i Teye, 2009). Odmor u karavaningu i dalje ostaje jedan od najpopularnijih među Europljanima. Europska industrija karavaninga (ECF) u 2019. godini zabilježila je rast prodaje od 4,1 % u odnosu na prethodnu godinu, među kojima prednjači tržište na području Njemačke u kontekstu ukupne prodaje (ECF, 2020). Treba istaknuti da se većina europskih kamping turista koristi nekim oblikom karavanskih mobilnih jedinica (prikolicom ili rekreacijskim vozilom). Prema podacima studije ACSI, kamping turisti iz Francuske (53 %), Italije (57 %) i Velike Britanije (46 %) preferiraju vozila za rekreaciju, dok kamping turisti iz Nizozemske (57 %) i Španjolske (45 %) preferiraju karavane. Kamping turisti iz Njemačke gotovo podjednako preferiraju karavane (46 %) i rekreacijska vozila (43 %), a tek mali broj kampista iz Velike Britanije (20 %), Španjolske (23 %) i Italije (21 %) voli se koristiti i šatorom za kampiranje (Sommer, 2020).

## **2 Metodologija**

Uzimajući u obzir da su kamping turizam i karavaning dominantno zastupljeni segmenti na turističkom tržištu (Rogerson i Rogerson, 2020), smatra se opravdanim provesti sustavni pregled zastupljenosti prethodnih studija u turističkoj literaturi. Za potrebe izrade rada pristupljeno je sekundarnom kvalitativnom istraživanju zasnovanom na identifikaciji i prikazu dosadašnjih ograničenih teorijskih spoznaja o odnosima kamping turizma i karavaninga kao i spoznaja u području karavaninga te održivosti karavaninga. Stoga se u radu pristupilo sustavnom pregledu literature u razdoblju od listopada 2023. do siječnja 2024. godine u relevantnim bazama podataka i online izvorima, unutar kojih su detaljno proučene relevantne studije koje razmatraju turističko tržište kamping turizma i karavaninga te održivost kamping turizma i karavaninga. Na temelju pregleda baza podataka (Web of Science Core Collection – WoSCC, Scopus i Science Direct), Google Scholar i drugih relevantnih online izvora, izdvojene su studije pronađene prema ključnim riječima (kamping turizam, karavaning, održivost kamping turizma,

održivost karavaninga i održivi turizam). U konačnoj analizi uključeni su gotovo svi oblici radova (znanstveni radovi, knjige i poglavlja u knjigama, radovi s konferencija, izvješća relevantnih organizacija kamping turizma i karavaning i drugi online izvori relevantnih organizacija za predmetnu tematiku) na engleskom i hrvatskom jeziku. Zbog nedostatka znanstvene literature koja razmatra područje održivosti industrije karavaninga, u okviru ove studije provedena je i analiza postupanja karavanskih parkova u kontekstu zaštite okoliša i održivosti poslovanja. Za postizanje cilja rada primijenjene su znanstvene metode poput povijesne metode, metode deskripcije, konkretizacije, komparacije klasifikacije, metode analize i sinteze te metode generalizacije i specijalizacije.

### 3 Kamping turizam

Kamping turizam predstavlja specifičnu turističku nišu, a ubraja se u oblike turizma temeljenog na prirodi (Ma et al., 2020a). Određuje ga njegova fleksibilnost koja je definirana vrstom smještaja (Mikulić et al., 2017) te predstavlja globalni fenomen koji karakteriziraju značajan rast te učestale promjene razvojnoga koncepta (Rogerson, 2020). Dosta dugo je kampiranje bilo popraćeno stereotipom „turizam za sirotinju“, međutim, kampiranje u biti predstavlja stil života koji karakterizira čisto uživanje u prirodi, jednostavnost i istančana osjetljivost prema okolišu (Petruša i Vlahov, 2019). Dok je većina oblika turizma određena aktivnostima kojima se turisti bave na putovanju, kamping turizma je određen vrstom smještaja usko povezanom s prirodnim okruženjem. U nastavku su odabrane definicije kamping turizma (Tablica 1.) koje prikazuju njegovu specifičnost.

**Tablica 1.** Definicije kamping turizma

AUTOR	DEFINICIJA
Eagles, 1995.	Kamping turizam predstavlja oblik održivog turizma i nišu za pružatelje specijaliziranih turističkih usluga poput kampinga i karavaninga.
Brown, 2006.	Kamping turizam je dio turizma temeljen na prirodi, a uključuje rekreaciju na otvorenom te korištenje kampera.
Cvelić Bonifačić, 2011.	Kamping turizam je oblik slobodnog bivanja u prirodi, vremenski ograničen u malenim jedinicama, tzv. autodomovima, šatorima ili kamp-prikolicama, no osim kao gospodarska djelatnost, kampiranje se smatra rekreacijskom aktivnošću povezanom s boravkom u prirodi.
Brooker i Joppe, 2013.	Kamping turizam uključuje barem jedno noćenje u kamperu (autodому), kolibi ili nekom drugom privremenom skloništu koje može pružiti komfor doma.
Bindele i Larissa, 2013.	Kamping se definira kao vanjska aktivnost koja se provodi u prirodi, odnosno provođenje odmora boravkom u šatoru.
Blichfeldt i Mikkelsen, 2014.	Kamping turizam podrazumijeva boravak ljudi na za to predviđenom prostoru s ostalim kamperima.
Ma et al., 2020b.	Kamping turizam je najveći oblik turizma na otvorenom kojem rastu popularnost i dostupnost, a zbog svoje vrste smještaja i rekreacije posebno je osjetljiv na ekstremne vremenske i klimatske promjene.
Van Heerden, 2020.	Kamping turizam je popularna i atraktivna rekreacijska aktivnost u kojoj turisti putuju kako bi proveli vrijeme u šatorima, karavanama, kamperima i ostalim tipovima ruralnog smještaja.

Izvor: Autori prema autorima navedenim u tablici (2023)

Kamping turizam u literaturi se promatra kao podoblik turizma temeljenog na prirodi (Ma et al., 2020a) koji je primarno određen obilježjima smještajnih objekata (šatori, rekreacijska vozila, mobilne kućice i sl.) te svojom neodvojivom vezom s prirodnim okruženjem (Cegur Radović et al., 2021; Lee, 2020;

Mikulić et al., 2017; Blichfeldt i Mikkelsen, 2015). Iako je temeljna motivacija većine kamping turista provođenje slobodnog vremena s bliskim osobama u izravnom kontaktu s prirodom, oni čine izrazito heterogenu skupinu turista, od roditelja koji su u potrazi za jeftinim obiteljskim odmorom do ekstremnih avanturista koji žele pomaknuti osobne granice (MacLeod, 2017). Usprkos trendu rasta te unosnom turističkom segmentu raznolikih skupina turista, kamping turizam je još uvijek nedovoljno znanstveno istraženo područje (Van Rooij i Margaryan, 2020; Rogerson i Rogerson, 2020; Mikulić et al., 2017) u kojem je potrebno pridonositi novim spoznajama u teorijskom i empirijskom kontekstu. U prošlosti je kamping predstavljao jeftin način za putovanje u prirodno okruženje.

**Tablica 2.** Usporedba obilježja tradicionalnog i suvremenog kamping turizma

<b>TRADICIONALNI KAMPING TURIZAM</b>	<b>SUVREMENI KAMPING TURIZAM</b>
<b>Obilježja kamping turizma</b>	
- Jeftin način provođenja odmora	- Skup način provođenja odmora - Hotelska industrija na otvorenom
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osnovni motiv putovanja: boravak u prirodi</li> <li>- Osnovni preduvjet putovanja: lijepo vrijeme bez padalina</li> <li>- Obilježja putovanja: velika sloboda, nesputanost i pokretljivost kamping turista</li> <li>- Način i razdoblje putovanja: cestovnim prometnicama, dominantno ljeti</li> <li>- Trajanje putovanja: tranzit ili dulji boravak zbog prihvatljive cijene smještaja</li> </ul>	
<b>Oprema za kampiranje</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jeftina oprema</li> <li>- Šator ili kamp-prikolica</li> <li>- Sva oprema se kupuje kod kuće i vozi sa sobom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Skupa specijalna oprema</li> <li>- Vrhunski tehnički i tehnološki dobro opremljen luksuzni i komforni autodom ili pokretna kućica</li> <li>- Šator postavljen u kampu za najam</li> <li>- Oprema se donosi, ali i iznajmljuje u kampu</li> </ul>
<b>Gosti kampa</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaljubljenici u prirodu</li> <li>- Naturisti</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brojne obitelji s malom djecom/skupina prijatelja</li> <li>- Mladi</li> <li>- Masovno – svi: turisti slabije platežne moći</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parovi/s partnerom, obitelji, skupina prijatelja</li> <li>- Srednja dob i mladi</li> <li>- Određeni tržišni segmenti: bogatiji, ekološki osviješteni turisti ili obitelji i mladi slabije platežne moći</li> </ul>
<b>Ponašanje u kampu</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brižan odnos prema zaštiti okoliša i ekologiji</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Naglašena socijalna dimenzija međusobnog druženja</li> <li>- Pasivan odmor, kupanje i sunčanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Međusobno druženje, ali uz poštovanje privatnosti</li> <li>- Aktivan odmor, sudjelovanje u raznim aktivnostima i sadržajima u destinaciji</li> </ul>

Izvor: Rudančić A., Kulić, K. (2021): Kamping turizam u ulozi stvaranja konkurentnosti hrvatskog turizma, str. 29-30.

Tijekom 1920-ih i 1930-ih kampovi su sve popularniji, a 1970-ih dolazi do poboljšanja kvalitete usluge. Razvijaju se moderniji kampovi s povećanom socijalizacijom čime dolazi do raskoraka tradicionalnih i suvremenih kamping turista (Erečić, 2020), što je objašnjeno u Tablici 2.

Kamping turisti tijekom odmora preferiraju razne aktivnosti, poput plivanja, fotografiranja prirode, promatranja ptica i divljih životinja, vožnje bicikla, šetnje i ostale rekreacijskih aktivnosti koje se mogu provoditi u prirodnom okruženju (Marin-Pantelescu, 2015). Novi trendovi u kampu stvaraju potrebu za osmišljavanjem strateških planova čime se pridonosi konkurentnosti na turističkom tržištu. Kamping turisti sve više traže velike, komforne mobilne kućice, kamp-vozila i najam opreme za kampiranje čime se otvara prostor inovacijama i kreiranju turističkog proizvoda u novim, još uvijek neotkrivenim destinacijama (Eremić, 2020).

### **3.1. Karavaning kao podoblik kamping turizma**

U okviru kamping turizma posebno se ističe karavaning koji se može promatrati kao zaseban turistički segment, odnosno podoblik kamping turizma. Zajednička komponenta kamping turizma i karavaninga je priroda koja se ističe kao glavni motiv za putovanje, no ono što diferencira karavaning od kamping turizma je mobilnost. Naime, kamping turisti koji borave u šatorima teže mijenjaju destinacije za boravak i/ili noćenje, dok s druge strane karavaning turisti putuju od jedne do druge destinacije istražujući kulturu mjesta koje posjećuju, ali i usputne destinacije. Iako se razlikuju, karavaning i kamping turizam smatraju se komplementarnim konceptima (Alkan, 2021). Oba oblika turizma predstavljaju turističku aktivnost u kojoj pojedinci mogu provoditi onoliko vremena koliko žele u mjestu gdje kampiraju. Velika se važnost pridaje i infrastrukturi (voda, električna energija i sl.). Turisti sa sobom nose sve što im je potrebno u vidu prehrane, smještaja i sl. Naglasak se stavlja i na socijalnu komponentu, a turisti ovakvim oblicima turizma imaju mogućnost razvijati svoje vještine (Alkan, 2021). Na temelju navedenog može se zaključiti da je karavaning slobodniji i neovisniji oblik turizma te se promatra kao ležerna aktivnost privremenog boravka u mobilnim jedinicama kao što su kamp-prikolice, karavani, šatori ili rekreacijska vozila (Mikkelsen i Cohen, 2015), pri čemu se npr. kamp-prikolica koristi kao dio turističkog prijevoza i smještaja (Patterson et al., 2015). U konačnici, karavaning se može promatrati kao sastavnica autoturizma (Rogerson i Rogerson, 2020; Caldicott i Scherrer, 2013) te sastavnica rekreacije na otvorenom (Van Heerden, 2020), što ukazuje na višestruki značaj karavaninga. Pregledom literature, uočava se da je karavaning jedno od najzanemarenijih područja znanstvenih istraživanja kamping turizma (Rogerson i Rogerson, 2020, Mikkelsen i Cohen, 2015; Lashley, 2015). Nadalje, Köseoglu et al. (2019) u sveobuhvatnom teorijskom pregledu istraživanja industrije smještaja, utvrđuju da je karavanski smještaj podzastupljen u znanstvenim istraživanjima u odnosu na stacionarne smještajne kapacitete. Mikkelsen i Cohen (2015) karavaning definiraju kao odmor gdje su smještajni objekti različiti privremeni mobilni objekti poput kampera/autodomova/karavana (u nastavku rada korišten je izraz kamper), kamp-prikolica ili prijevoznih sredstava preuređenim za smještaj. Iako po strogoj tumačenju šatori i kolibe ne spadaju pod definiciju „karavana“, ipak su kao elementi kamp-kućica uključeni u ovaj pojam. Kamper predstavlja i prijevozno sredstvo do destinacije i smještajni objekt u destinaciji (Patterson et al., 2015), a razlikuje se od kamp-kućice jer, uz dio za boravak putnika, imaju i pilot kabinu za vozača čime su praktičniji za korištenje (Cvelić Bonifačić, 2011). Ograničenje ovakvog oblika turizma može biti nemogućnost pristupa znamenitostima koje turist želi posjetiti (Oborin, 2021). Karavaning karakterizira manja skupina turista sa specifičnim turističkim potrebama čije je tržište u stalnom porastu. Uključuje putovanje u kamperima koji sadrže prostor za spavanje, kuhinju, kupaonicu i sl., a koji su na taj način opremljeni kod same proizvodnje vozila ili naknadnim preuređenjem. Takav sadržaj omogućuje turistima putovanje u kampove i za to predviđene prostore koji nisu opremljeni sanitarnim čvorovima te objektima koji nude prehranu. Također, vozilo može biti na cesti dulje od uobičajenog zbog smanjene potrebe za električnom energijom i vodom. Turisti koji putuju u kamperima najčešće odsjedaju u kampovima i auto-kampovima s obzirom na to da većina država ima propisana mjesta na kojima je dopušteno zaustavljanje. Snažan poticaj razvoju karavaninga dao je razvoj automobilizma te proizvodnja posebnih rekreacijskih vozila, npr. VW transporter T1, prototipa

današnjeg kampera, a proizveden je 1950. godine (Hendija, 2006). Tijekom 1960-ih dolazi i do širenja karavanskih parkova (autokampova) koji su privlačili karavanske turiste, osim prostorom za zaustavljanje vozila i dodatnom turističkom ponudom poput bazena, teniskih terena i sl. Osnovna ponuda obuhvaćala je priključak za električnu energiju, prostore za tuširanje, praonice rublja te trgovine namirnicama (Johnston, 2000). Prvim karavanskim putovanjem smatra se tura po Cipru 1879. godine za koju je Samuel White Baker kupio romsku karavanu u Velikoj Britaniji. Bristol Wagon & Carriage Works 1880. godine izrađuju prvu karavanu namijenjenu turističkom putovanju prema zahtjevu dr. Williama Gordona Stablesa koji se odlučuje na putovanje po ruralnoj Britaniji. Početkom 20. stoljeća dolazi do povećanog interesa za karavanskim putovanjima, a time i do osnivanja *The Camping and Caravanning Club* na čelu s Thomasom Hiramom Holdingom, tzv. ocem modernog kampinga (International Travel House, 2017). Tijekom 1930-ih karavanning postaje izrazito popularan u SAD-u, s procijenjenom proizvodnjom od oko 400 000 kampera. Takva industrija cvjeta i u Australiji, a kasnije se širi i po Južnoj Africi te Novom Zelandu (Patterson et al., 2015). Nakon globalne financijske krize 2009. godine, dva su čimbenika utjecala na preokret u karavanningu čineći ga jeftinijom opcijom, a time i popularnim oblikom putovanja. Prvo, zbog ekonomske recesije turisti su otkrili da si ne mogu lako priuštiti druge vrste odmora, i drugo, kampere se u današnje vrijeme uvelike razlikuju od kampera u prošlosti čime postaju privlačniji oblik odmora (tehnološki razvoj itd.) (Ball, 2009).

Glavni motiv putovanja u kamperima je bijeg od modernog, užurbanog života u prirodi. Turisti žele svoje vrijeme na odmoru provesti u manjem krugu ljudi, najčešće obitelji i bliskih prijatelja (Bilim i Özer, 2021). Autori Becken i Gnoth (2004) proveli su istraživanje u kojem su ispitanici bili turisti na Novom Zelandu koji na svoja putovanja odlaze kamperima. Kao glavne turističke motive istaknuli su:

- cjenovnu pristupačnost,
- slobodu i samostalnost na putovanju,
- avanturu,
- osobno pripadanje i životni stil,
- jednostavnije upoznavanje lokalne kulture i ostvarivanje komunikacije s lokalnim stanovništvom,
- boravak u prirodi
- zabavu i užitek na putovanju do destinacije i u destinaciji.

Karavanning se razlikuje od kamping turizma zbog svoje mobilnosti, odnosno mogućnosti da turisti lakše putuju od jedne do druge destinacije. Stoga je za ovakav oblik turizma karakteristično istraživanje kulture mjesta koje se posjećuje, ali i usputnih destinacija i lokaliteta (Bilim i Özer, 2021). Iako je jedan od glavnih motivirajućih čimbenika bijeg od svakodnevice, karavanski turisti preferiraju boravak u poznatom prostoru koji mogu smatrati svojim domom (Mikkelsen i Cohen, 2015). Današnji kamperi uvelike se razlikuju od svojih prethodnika, bolje su i luksuznije opremljeni, a moderni kamping turisti za svoja se putovanja koriste vrhunskom tehnologijom (Hendija, 2006). Osim turističkih aktivnosti kojima se bave na putovanju, a koje se podudaraju s uobičajenim kamping aktivnostima, karavanski turisti obavljaju svakodnevne aktivnosti poput odlazaka u trgovine po namirnice, spremanje i čišćenje prostora u kojem borave, kuhanje, pranje posuđa i sl. (Mikkelsen i Cohen, 2015). U konačnici, nužno je naglasiti da karavanski turisti dijele gotovo jednake preferencije, a jedna od najistaknutijih svakako je potreba za zaštitom i očuvanjem prirode. Iako još uvijek nedovoljno zastupljen u stručnoj literaturi (Mikkelsen i Cohen, 2015), karavanning je sve češća tema istraživanja autora koji se bave znanstvenim radom primarno vezanim uz kamping i turizam temeljen na prirodi. U nastavku je prikaz znanstvenih radova objavljenih u nekom od relevantnih međunarodnih znanstvenih časopisa, počevši od 2000. godine do danas, a koji su indeksirani u nekoj od pretraživanih baza podataka (Tablica 3.).



**Tablica 3.** Pregled dosadašnjih istraživanja vezanih uz karavaning

AUTORI	NAZIV RADA	PODRUČJE ISTRAŽIVANJA
Caldicott et al., 2022.	<i>The RV camping framework for understanding modern camping practices</i>	Novi trendovi u karavaningu
Galadyk i Podhorodecka, 2021.	<i>Tourist attractions and the location of campsites in Western Australia</i>	Razvoj karavaninga u Zapadnoj Australiji te poveznica između razvijenih turističkih regija i otvaranja karavanskih parkova
Gravalos Gastaminza et al., 2021.	<i>The „Caravaning“ in the Decree 26/2018 on ordenation of tourism camps in Andalusia</i>	Analiza nove Uredbe o uređenju kampova u Andaluziji u kojoj je regulirano gdje mogu kampirati isključivo kamperi
Oborin, 2021.	<i>Caravanning as an innovative type of tourism</i>	Karavaning u Rusiji
Caldicott, 2020.	<i>Freedom Campers: A New Neo-Crowd (-Tribe) Breaking Tradition with Planning Boundaries</i>	Percepcije i iskustva karavanskih turista te njihovo shvaćanje budućih trendova
Darley et al., 2017.	<i>Grey Nomads' Caravanning Use of Social Networking Sites</i>	Korištenje društvenih mreža za potrebe karavanskih putovanja od strane turista sijede kose
Patterson et al., 2015.	<i>The benefits of short stay caravan travel based on the lived experiences of grey caravanners in Australia</i>	Učinci kraćih odmora turista sijede kose u Australiji koji su članovi nekog karavanskog kluba
Mikkelsen i Choen, (2015)	<i>Freedom in mundane mobilities: caravanning in Denmark</i>	Sloboda turističke mobilnosti na primjeru karavaninga u Danskoj
Lashley, 2015.	<i>Researching Snails on Holiday: An Agenda for Caravanning and Caravanners?</i>	Aktualna istraživanja i publikacije o karavaningu i karavanskim turistima uz prikaz praznina u literaturi i potencijalni program istraživačkih tema.
Caldicott i Scherrer, 2013a	<i>Facing divergent supply and demand trajectories in Australian caravanning: Learnings from the evolution of caravan park site-mix options in Tweed Shire.</i>	Trendovi u opcijama, kapacitetu i vremenske dostupnosti pojedinih vrsta karavaning smještaja na primjeru karavanskih parkova u Tweed Shireu, Novi Južni Wales, Australija
Caldicott, Scherrer, 2013b.	<i>The Life Cycle of Caravan Parks in Australia: the case of northern New South Wales</i>	Životni ciklus karavanskih parkova u Tweed Shireu, Novi Južni Wales, Australija te njihov budući razvoj

Izvor: Autori prema autorima navedenim u tablici (2024)

Autori Caldicott, Scherrer i Harris (2022) ističu nove trendove u karavaningu vezane uz sve bolju tehnološku opremljenost kampera i rekreacijskih vozila. Takvim vozilima često nisu potrebni kampovi ili karavanski parkovi za boravak. U tom smislu, karavaning karakterizira i određena vrsta slobode i neovisnosti, a posjete su najčešće rezervirane isključivo za destinacije u prirodi, bez buke i masovnih posjeta turista (Caldicott, 2020). Caldicott i Scherrer (2013) te Galadyk i Podhorodecka (2021) svojim

istraživanjima značajno pridonose teorijskom pregledu karavaninga u Australiji, kao i karakteristika karavanskih parkova. Australija je jedna od najistaknutijih destinacija ovakvog oblika turizma, no njegov se utjecaj širi i na ostale destinacije koje se nisu profilirale u tom smjeru, a Patterson et al. (2015) navode kako je proizvodnja kampera u toj zemlji u konstantnom porastu te da su oko 70 % prodaje kampera u Australiji provele osobe u dobi od 65 godina i starije. U skladu s tim, Oborin (2021) ističe takav turistički razvoj u Rusiji koji ima pozitivan učinak na cjelokupno gospodarstvo.

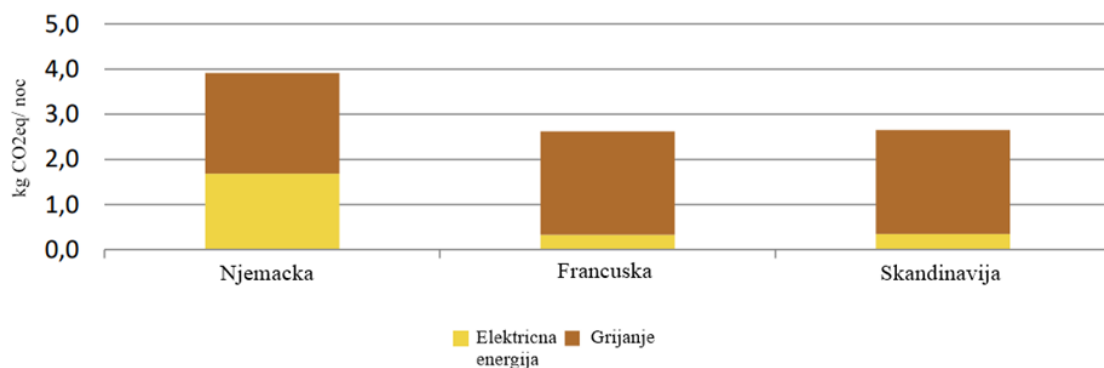
Krovna organizacija za karavaning u Europi je Europska karavanska federacija (*eng. European Caravan Federation – ECF*). Njezino članstvo čini 15 karavaning federacija, kao i brojne druge članice karavaning industrije unutar zemalja članica EU (npr. DINOL GmbH, FCA Italy S.p.A., Ford of Europe GmbH, Mercedes-Benz AG, Renault SAS, THULE NV i ostali). Članovi su uključeni u proizvodnju, prodaju i korištenje kampera za putovanje. Prema podacima ECF-a iz 2022. godine, u 2021. godini europsko tržište kampera ostvarilo je najbolji rezultat u svojoj povijesti s približno 260 000 novih registriranih vozila. Njemačka predstavlja najveće karavansko tržište u Europi sa 106 138 novih registriranih kampera u 2021. godini (ECF, 2022), u odnosu na 2020. godinu kada je registriran 70 551 kamper. Slijede Francuska, Italija, Španjolska i Ujedinjeno Kraljevstvo (ECF, 2020).

U Australiji djeluje Udruga karavanske industrije Australije (*engl. Caravan Industry Association of Australia*) pod vizijom „Voditi i zagovarati sigurnu, usklađenu i održivu industriju karavaninga i kampinga u Australiji“. Baza članstva sastoji se od pojedinačnih državnih udruga za karavaning i kamping te više od 6 000 tvrtki u opskrbnom lancu za kampere i kampiranje, a održava se i aktivna baza podataka s više od 508 000 potrošača. Industrija karavaninga i kampinga ima više od 50 000 izravnih zaposlenika u Australiji, a 2021. godine je registrirano 772 598 kampera (Caravan Industry Association of Australia, n.d.). Njezina se važnost očituje i time da ona konstantno pruža više noćenja nego bilo koji drugi oblik turizma (Caravan Industry Association of Australia, 2022).

### **3.2. Karavaning i održivost**

Turizam ima izrazito velik i važan ekonomski, ekološki i društveni utjecaj, stoga je razvoj toga sektora povezan sa sve tri spomenute dimenzije održivosti (Streimikiene et al., 2020). Održivi turizam predstavlja razvojni model u kojem su turizam kao djelatnost, resursi i životni okoliš objedinjeni, a njegov je dugoročni razvoj dobro usklađen s društvenom ekonomijom i prirodom. Zadovoljavajući potrebe gospodarskog razvoja smanjit će se negativni utjecaj turističkih aktivnosti bez ugrožavanja prirodnih i kulturnih resursa o kojima ovisi razvoj turizma, a kroz turističke aktivnosti promicat će se učinkovito i održivo korištenje resursa (Guo et al., 2019). Provedeno istraživanje u Australiji pokazalo je da će sve veća potražnja za iskustvom karavaninga stvoriti ozbiljan nedostatak smještajnih kapaciteta za sektor karavaninga u turističkoj industriji (Caldicott i Scherrer, 2013), što će se odraziti na održivost karavaninga. Stoga su Rogerson i Rogerson (2020) detektirali da su uloga poduzetnika, lokalni razvojni utjecaji i planiranje, kao i intervencije inovativnog upravljanja za održivi razvoj kamping turizma prioritetna istraživačka područja u segmentu karavaninga. Uvidom u relevantne baze podataka i dostupne online izvore, uočava se da je održivo upravljanje kampovima i održivost kamping turizma kao glavna tema ili dio istraživačkog fokusa neznatno zastupljeno u znanstvenim istraživanjima. Pretraživanjem odabranih baza podataka, identificirano je samo deset studija koje izravno razmatraju neku od komponenata u okviru jedne od dimenzija održivosti kamping turizma (Pop et al., 2024; Kim et al., 2023; Angelini, 2023; Wong et al., 2021; Fernandes et al., 2021; Kontošić Pamić et al., 2021; Cvelić-Bonifačić et al., 2017; Del Moretto et al., 2017; Milohnić i Cvelić-Bonifačić, 2015; Gračan i Birin, 2013), dok je karavaning kao podsegment kamping turizma u tom kontekstu u potpunosti zapostavljen. Stoga se zaključuje da je održivost karavaninga područje za kojim ne postoji gotovo nikakav interes znanstvene zajednice u empirijskom smislu.

S obzirom na to da je karavaning izravno vezan uz prirodni okoliš, naglasak treba biti na njegovu očuvanju i održivosti. Stoga se kampovi i karavanski parkovi sve više oslanjaju na održivo poslovanje kojeg se pridržavaju brojni pružatelji usluga, a koje postaje imperativ svih onih koji se žele bolje pozicionirati i diferencirati na turističkom tržištu. Iako je u znanstvenim krugovima održivost karavaninga zapostavljena tematika, u javnom prostoru vode se brojne polemike o štetnom utjecaju kampera u turističkim destinacijama, kao i poveznica s globalnim zatopljenjem. Međutim, prema Institutu za energetiku i istraživanje okoliša (engl. *Institute for Energy and Environmental Research*), karavaning ima dobru klimatsku ravnotežu. Studija iz 2020. godine – *Klimabilanz von Reisen mit Reisemobilen und Caravans*, kojom je analizirana emisija stakleničkih plinova različitih oblika turizma, navodi da odmor u kamperu ili rekreacijskom vozilu ima manje štetan utjecaj nego putovanje zrakoplovom ili boravak u hotelu. Prethodne studije koje je proveo Öko institut potvrđuju isto. Studija Öko instituta iz 2007. godine, osim ekološke prihvatljivosti, karavaning smatra i ekonomski prihvatljivom opcijom za putovanja, dok u studiji publiciranoj 2013. godine ističe da je emisija iz zrakoplova po putniku za 47 do 288 % veća od emisije iz kampera, što ovisi o udaljenosti. Tijekom noćenja u kampovima i karavanskim parkovima, uz potrošnju u kamperu, koristi se i infrastruktura kampa (npr. tuševi). Osim toga, mnogo kampova nudi mogućnost najma mobilne kućice za smještaj te se u tu svrhu pretpostavlja da one u velikoj mjeri odgovaraju kamperu u smislu potrošnje energije i grijanja, kao i emisija stakleničkih plinova (Bergk et al., 2020). Grafikon 1. prikazuje emisije stakleničkih plinova po noćenju i gostu koje proizlaze iz rada kampova u Njemačkoj, Francuskoj i skandinavskim zemljama.



**Grafikon 1.** Emisije stakleničkih plinova po noćenju i gostu u europskim kampovima

Izvor: prilagođeno prema Bergk, F. et al. (2020). *Klimabilanz von Reisen mit Reisemobilen und Caravans*, Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg, str. 28.

Brojne su mogućnosti kojima kamperi mogu smanjiti štetan utjecaj na okoliš u kojem borave. Kompost, recikliranje, korištenje LED svjetiljki, smanjenje ili potpuni prestanak korištenja plastike, upotreba proizvoda za čišćenje koji ne štete okolišu, solarni izvor električne energije i sl. samo su neki od načina kojima karavanski turisti ne ostavljaju svoj otisak u prirodi (Nomadic News, 2022). Većina karavanskih, ali i kamping turista, posvećuje veliku brigu očuvanju prirode i održivosti, no reguliraju li to i sami kampovi, karavanski parkovi i ostali pružatelji turističkih usluga povezanih s ovim oblikom turizma? Zbog nedostatka znanstvenih istraživanja, pristupilo se pregledu i identifikaciji karavanskih parkova s dobro postavljenom politikom zaštite okoliša i održivosti poslovanja (Tablica 4.). Pregledom odabranih primjera iz prakse, uočene su ključne točke u području štednje energije i vode, prijevoza, održavanja i čišćenja te poslovanja objekata. Tweed Holiday Parks sastoji se od sedam kampova i karavanskih parkova koji se nalaze u Novom Južnom Walesu, Australija, dok su Oakdown Holiday Park i Moss Wood Caravan Park smješteni u Engleskoj, u blizini Manchestera.

**Tablica 4.** Prikaz zaštite okoliša i održivosti poslovanja u karavanskim parkovima

<b>KARAVANSKI PARK</b>	<b>TWEED HOLIDAY PARKS*</b>	<b>OAKDOWN HOLIDAY PARK**</b>	<b>MOSS WOOD CARAVAN PARK***</b>
<b>ENERGIJA I VODA</b>	Korištenje ručnika za ruke koji se mogu reciklirati umjesto sušila za ruke, praćenje potrošnje vode, korištenje kišnice, korištenje niskoenergetskih žarulja, poticanje štednje vode.	Korištenje niskoenergetskih i LED žarulja, vanjskog osvjetljenja sa sensorima, solarnih ploča, termostatski kontroliranog grijanja, štednja vode, skupljanje kišnice.	Štednja grijanja i hlađenja, korištenje kišnice, smanjeno korištenje električne energije, gašenje svjetala koja se ne koriste ili nisu potrebna.
<b>PRIJEVOZ</b>	Korištenje električnih vozila za golf.	Suradnja s lokalnim dobavljačima.	Smanjenje dopuštene brzine u Parku, promocija lokalnih biciklističkih ruta.
<b>ODRŽAVANJE I ČIŠĆENJE</b>	Obavezno odvajanje otpada, upotreba kemikalija s minimalnim utjecajem na okoliš, sadnja tradicionalnih biljaka.	Zaštita autohtonih vrsta, drveća i cvijeća, ekološki plan sadnje, kućice za ptice i insekte, recikliranje pokošene trave i otpada.	Korištenje sredstava za čišćenje koja nemaju štetan utjecaj na okoliš, korištenje eko materijala u opremanju ureda, poticanje recikliranja i komposta, sadnja tradicionalnih sorti biljaka.
<b>POSLOVANJE</b>	Korištenje recikliranih i/ili održivih građevinskih materijala, elektronsko umjesto papirnato arhiviranja dokumenata i spisa, korištenje recikliranog papira za ispis, knjižnica za razmjenu knjiga za goste, doniranje namještaja koji se više ne koristi, poticanje odnosa s lokalnim skupinama koje se bave zaštitom okoliša.	Korištenje neiskorištenih listova papira za neku drugu namjenu, punjenje boca deterdženata, korištenje ekološki prihvatljivih proizvoda, razmjena knjiga.	Procjena potrebe nabavke uredskog materijala, ponovno korištenje i recikliranje papira i proizvoda, minimiziranje korištenja papira u uredu, kupnja recikliranih proizvoda, prioritet su eko proizvodi, kontinuirano poboljšanje i praćenje utjecaja na okoliš, uključivanje okolišnih čimbenika u poslovne odluke, edukacija zaposlenika, redovito ažuriranje politike zaštite okoliša.

Izvor: \* <https://www.tweedholidayparks.com.au/>, \*\* <https://www.oakdown.co.uk/>, \*\*\* <https://mosswood.co.uk/> (15.2.2023.)

Najveće uštede u kampovima i karavanskim parkovima odnose se na korištenje električne energije i vode. Velika se pažnja pridodaje korištenju niskoenergetskih žarulja, podsjećanju gostiju na uštedu tijekom tuširanja, gašenje svjetala koja se ne koriste, a za potrebe zalijevanja cvijeća i biljaka koristi se kišnica. Iako su emisije stakleničkih plinova iz kampera uvelike manje od emisija iz primjerice zrakoplova, uprave kampova i karavanskih parkova potiču turiste da se za kretanje po destinaciji koriste ekološkim načinima prijevoza. Tome se može pridonijeti tako da se omogući najam bicikala, educira i upozna goste s alternativnim mogućnostima kretanja po destinaciji i sl.

Svi spomenuti kampovi i karavanski parkovi imaju ugovor s licenciranim tvrtkama za odvoz otpada, a koje se brinu da se taj otpad pravilno zbrinjava. Odvajanje otpada i njegovo recikliranje danas je obaveza

svakoga poslovnog subjekta, posebice onih koji posluju u prirodnom okruženju ili, kao mnogi kampovi i karavanski parkovi, u blizini zaštićenih područja prirode. Važno je istaknuti i nužnost sadnje tradicionalnih i autohtonih biljaka, korištenje održivog i recikliranog građevinskog materijala, ali i sve manje korištenje papira te njegovo recikliranje i ponovnu upotrebu.

#### **4 Zaključak**

Iscrpnim pregledom literature uočava se da je karavaning važan dio kamping turizma, pa i turističke industrije, što pokazuju brojne studije provedene u mnogim zemljama, poput Australije, SAD-a, Novog Zelanda i europskih zemalja (Sommer, 2020; ECF, 2020; Darley et al., 2017; Doğantan et al., 2017; Brooker i Jope, 2014; Caldicott i Scherrer, 2013b; Timothy i Teye, 2009). Iako zbog utjecaja novih turističkih trendova tradicionalni kamping počinje gubiti neke svoje karakteristike, putovanja kamperom zadržavaju svoju primarnu bit – obilazak turističkih destinacija u komforu vlastitog „doma“. Karavaning karakterizira želja za istraživanjem te osim primarne destinacije, odnosno kampa/autokampa u koji se putuje, kamperi zbog svoje slobode u vidu prijevoza i smještaja posjećuju i usputna turistička mjesta. Vrijedni su za lokalnu kulturu i razvoj malih sredina, a zbog povezanosti s prirodom biraju mirnija mjesta.

Pregledom literature u selektiranim bazama podataka uočen je oskudan broj studija koje razmatraju kamping i karavaning, što potvrđuju brojni autori (Van Rooij i Margaryan, 2020; Rogerson i Rogerson, 2020; Rice i sur, 2019, Mikulić et al., 2017; Brooker i Joppe, 2014), naročito u kontekstu održivosti predmetnih oblika turizma, gdje postoji samo nekoliko znanstvenih studija u području kamping turizma, usprkos iznimnoj relevantnosti tematike u praksi.

Karavaning se zbog svojeg načina odvijanja često predstavlja kao oblik turizma koji ima negativan utjecaj na okoliš, međutim istraživanja pokazuju suprotno. Kamperi štete okolišu manje nego primjerice prijevoz zrakoplovom kao i smještaj u kamperu u odnosu na hotelski smještaj. Turisti koji biraju ovakav način putovanja najčešće su ekološki osviješteni te preferiraju boravak u prirodi. Stoga ne čudi da mnogi kampovi i karavanski parkovi koji prate trendove u turizmu mnogo pažnje posvećuju održivom poslovanju. Razmatranjem primjera iz prakse, uočava se da osim nužnih ušteda energije, vode i grijanja, održivost karavaninga očituje se i kroz uređenje i održavanje vanjskih i unutarnjih prostora, edukaciju zaposlenika i turista, smanjeno korištenje papira i sl.

Zaključno, na temelju sveobuhvatnoga teorijskog pregleda predmetne tematike, uočen je nedostatak istraživanja u području održivog poslovanja kampova, posebno u kontekstu utvrđivanja aktivnosti kojima se kamping turiste potiče na očuvanje okoliša te utvrđivanja metoda za sprječavanje ozbiljnih zagađenja uzrokovanih korištenjem kampera tijekom boravka u kampu. Osim istaknutih područja, buduća istraživanja mogu ispitati aktualno stanje i učinak programa nagrađivanja na kamping turiste s održivijim ponašanjem tijekom boravka, poput onih koji se koriste solarnim pločama ili provode aktivnosti kojima su ublaženi pritisci na okoliš i sl. Također, s obzirom na to da rad pruža ponajprije teorijski pregled karavaninga, preporučuje se da se budući istraživači usmjere na pregled stvarnog stanja u praksi kada je riječ o održivom poslovanju kampova i karavanskih parkova.

#### **Literatura**

Alkan, Ö. (2021). Camp and Caravan Tourism, Krystev, Celik Uguz, Efe, Kapluhan, eds., *Tourism Studies and Social Sciences*, St. Kliment Ohridski University Press Sofia, str. 239–253.

Angelini, A. (2022). Luxury tourism in sustainable accommodation-what can compromise the tourist experience? An analysis of glamping in Italy, *Sinergie*, 41(1), str. 21–39.

- Ball, M. (2009). Camping and caravanning-Europe, *Travel and Tourism Analyst*, 19, str. 1–47.
- Becken, S., Gnoth, J. (2004). Tourist consumption systems among overseas visitors: reporting on American, German and Australian visitors to New Zealand, *Tourism Management*, 25, str. 375–385.
- Bergk, F., Biemann, K., Kämper, C., Kräck, J., Knörr, W. (2020). Klimabilanz von Reisen mit Reisemobilen und Caravans, Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg.
- Bilim, Y., Özer, Ö. (2021). No „Over“, Yes „Minimal“! Camp and Caravan Tourism, *ABET*, 11(1), str. 1–13.
- Bindele, E., Larissa, M. (2013). *Camping as a form of nature tourism*, Thesis, Centria University of Applied Sciences.
- Blichfeldt, B. S., Mikkelsen, M. V. (2014). Camping, tourism. Jafari, J., Xiao, H. eds., *Encyclopedia of Tourism*, Springer, str. 137–160.
- Brooker, E., Joppe, M. (2014). A critical review of camping research and direction for future studies. *Journal of vacation marketing*, 20(4), str. 335–351.
- Brooker, E., Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality – an international review, *Tourism Analysis*, 3–4, str. 1–6.
- Brown, D. M. (2006). Rural Tourism: An Annotated Bibliography by Regional Economist Economic Research Service U.S. Dept. of Agriculture, Washington, SAD.
- Caldicott, R. W., Scherrer, P., Harris, A. (2022). The RV camping framework for understanding modern camping practices, *Tourism Management Perspectives*, 43, 100990.
- Caldicott, R.W. (2020). Freedom Campers: A New Neo-Crowd (-Tribe) Breaking Tradition with Planning Boundaries, Pforr, C., Dowling, R., Volgger, M. eds., *Consumer Tribes in Tourism: Contemporary Perspectives on Special-Interest Tourism*, Springer.
- Caldicott, R., Jenkins, J. M., Scherrer, P. (2018). Wherever I Park my RV, That’s My Home. Hall, C. M., Müller, D. eds., *The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities*, Routledge, Abingdon.
- Caldicott, R., Scherrer, P., Jenkins, J. (2014). Freedom camping in Australia: current status, key stakeholders and political debate. *Annals of Leisure Research*, 17(4), str. 417–442.
- Caldicott, R. W., Scherrer, P. (2013a). Facing divergent supply and demand trajectories in Australian caravanning: Learnings from the evolution of caravan park site-mix options in Tweed Shire, *Journal of Vacation Marketing*, 19(2), str. 117–131.
- Caldicott, R. W., Scherrer, P. (2013b). The Life Cycle of Caravan Parks in Australia: the case of northern New South Wales, *Australian Geographer*, 44(1), str. 63–80.

Caldicott, R. W. (2011). Supply-side evolution of caravanning in Australia: An historical analysis of caravan manufacturing and caravan parks. (Thesis, School of Tourism and Hospitality, Southern Cross University).

Caravan Industry Association of Australia, dostupno na: <https://www.caravanindustry.com.au/> (16.2.2023.)

Caravan Industry Association of Australia (2022). Driving Australia into the Future, dostupno na: <https://www.caravanindustry.com.au/wp-content/uploads/2022/04/Caravan-Industry-Policy-Platform-Driving-Australia-into-the-Future.pdf> (16.2.2023.)

Cegur Radović, T. (2021). Međuovisnost turističkog doživljaja i okolišno prihvatljivog ponašanja turista u kampovima (Doctoral thesis, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management). Dabar, Repository of the University of Rijeka.

Cegur Radović, T., Lončarić, D., Cvelić-Bonifačić, J. (2021). Camping tourism experience, satisfaction and loyalty: An empirical study from Croatia, *Tourism in Southern and Eastern Europe* 6, str. 817–834.

Cerović, Z. (2014). Innovative Management of Camping Accommodation, *Horizons: International Scientific Journal Series A*, 13, str. 55–68.

Collins, D., Kearns, R., Bates, L., Serjeant, E. (2018). Police power and fettered freedom: regulating coastal freedom camping in New Zealand, *Social & Cultural Geography*, 19(7), str. 894–913.

Collins, D., Kearns, R. (2010). Pulling up the tent pegs? The significance and changing status of coastal campgrounds in New Zealand, *Tourism Geographies*, 12(1), str. 53–76.

Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I., Cerović, Z. (2017). Glamping – Creative Accommodation in Camping Resorts: Insights and Opportunities, *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, str. 101–114.

Cvelić Bonifačić, J. (2011). *Kamping – Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Makol d.o.o., Poreč.

Darley, T., Lambert, C., Ryan, M. (2017). Grey Nomads' Caravanning Use of Social Networking Sites, *Information Tehnology & Tourism*, 17, 379–398.

Del Moretto, D., Colla, V., Branca, T. A. (2017). Sustainable Mobility for Campsites: The Case of Maccia Lucchese, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 68(2), str. 1063–1075.

Doğantan, E., Gülenç, S. Kozak, N. (2017). The Evolution and Transformation of Camping and Coastal Campgrounds in Antalya, Turkey, *Turizam*, 65(1), str. 75–85.

Eagles, P. F.J. (1995). Understanding the market for sustainable tourism, *Journal of General Technical Report – Intermountain Research Station*, USDA Forest Service, str. 25–33.

Eremić, G. (2020). Novi trendovi kamping turizma – glam-ping i obiteljski kampovi, *Geoadria*, 26(1), str. 59–82.

ECF (2022). Dostupno na: <https://www.e-c-f.com/> (19.2.2024.)

ECF (2020). Despite Corona lockdowns: new registrations of leisure vehicles in Europe stable, dostupno na: [https://www.e-c-f.com/wp-content/uploads/2021/08/222020\\_PM\\_Despite-Corona-lockdowns-new-registrations-of-leisure-vehicles-in-Europe-stable.pdf](https://www.e-c-f.com/wp-content/uploads/2021/08/222020_PM_Despite-Corona-lockdowns-new-registrations-of-leisure-vehicles-in-Europe-stable.pdf) (16.2.2024.)

Eurostat (2022). Tourism statistics – annual results for the accommodation sector, dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics\\_-\\_annual\\_results\\_for\\_the\\_accommodation\\_sector&oldid=581484](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_annual_results_for_the_accommodation_sector&oldid=581484) (15.2.2024.)

Fernandes, S., Ferreira, D., Alves, T., de Sousa, B. M. B. (2021). Glamping and the development of sustainable tourism: a Portuguese case study, *Handbook of Sustainable Development and Leisure Services*, str. 201–222.

Galadyk, P., Podhorodecka, K. (2021). Tourist attractions and the location of campsites in Western Australia, *Current Issues in Tourism*, 24(15), str. 2144–2166.

Garcia-Pozo, A., Sanchez-Ollero, J. L., Marchante-Lara, D.M. (2011). Applying a Hedonic Model to the Analysis of Campsite Pricing in Spain, *International Journal of Environmental Research*, 5(1), str. 11–22.

Gračan, D., Birin, A. (2013). The Implementation of Ecological Standards in Sustainable Development of Croatian Camps, *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 2, str. 131–143.

Gravalos Gastaminza M., A., Hernandez Garrido, R., Perez Calanas, C. (2021). The „Caravaning“ in the Decree 26/2018 on ordination of tourism camps in Andalusia, *Cuadernos de Turismo*, 47, 529–531.

Gržinić, J., Žarković, A., Zanketić, P. (2010). Positioning of Tourism in Central Dalmatia Through the Development of Camping Tourism, *International Journal of Economic Perspectives*, 4(3), str. 525–535.

Guo, Y., Jiang, J., Shengchao, L. (2019). *A Sustainable Tourism Policy Research Review*, 11(11), 3187.

Hendija, Z. (2006). Kamping turizam, Čorak, S., Mikačić, V. eds., *Hrvatski turizam: Plavo – bijelo – zeleno*, Institut za turizam, Zagreb, str. 65–92.

International Travel House (2017). Assessment of the emerging Caravan Tourism opportunity in India, dostupno na: [https://www.internationaltravelhouse.in/pdf/Caravan-Tourism-Prelim-Report\\_14.8.2017.pdf](https://www.internationaltravelhouse.in/pdf/Caravan-Tourism-Prelim-Report_14.8.2017.pdf) (17.2.2022.)

Johnston, C. S. (2000). Caravan parks. Jafari, J. eds., *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, London, str. 69.

Kastenholz, E., Rodrigues, A. (2007). Discussing the potential benefits of hiking tourism in Portugal. *Anatolia*, 18(1), str. 5–21.

Kim, K., Wang, Y., Shi, J., Guo, W., Zhou, Z., Liu, Z. (2023). Structural Relationship between Ecotourism Motivation, Satisfaction, Place Attachment, and Environmentally Responsible Behavior Intention in Nature-Based Camping, *Sustainability*, 15(11), 8668.



- Kontošić Pamić, R., Slivar, I., Floričić, T. (2021). Indoor camping in fortified heritage buildings: A new way of sustainable tourism valorization, *Sustainability*, 13(3), 1215.
- Köseoglu, M. A., Okumus, F., Putra, E. D., Yildiz, M., Dogan, I. C. (2019). Conceptual structure of lodging-context studies: 1990-2016., *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(4), str. 573–594.
- Lashley, C. (2015). Researching Snails on Holiday: An Agenda for Caravanning and Caravanners?, *Research in Hospitality Management*, 5(2), str. 115–122.
- Lee, C. F. (2020). Understanding the Factors Determining the Attractiveness of Camping Tourism: A Hierarchical Approach, *Tourism Planning and Development*, 17(5), str. 556–572.
- Lucivero, M. (2012). Camping and open-air tourism: an opportunity for sustainable tourism in Coastal Areas, In *6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM*, str. 1–9.
- Ma, S., Craig, C. A., Feng, S. (2020a). The Camping Climate Index (CCI): The development, validation, and application of a camping-sector tourism climate indeks, *Tourism Management*, 80, 104105.
- Ma, S., Craig, C. A., Feng, S. (2020b). Camping climate resources: the camping climate indeks in the United States, *Current Issues in Tourism*, 24(18), str. 2523–2531.
- MacLeod, N. (2017). *Camping Tourism*. Lowry, L. L. ed., *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*, SAGE Publications.
- Marin-Pantelescu, A. (2015). The Perspective of Camping Tourism in Romania, *Academic Journal of Economic Studies*, 1(4), str. 45–53.
- McClymont, H., Thompson, M., Prideaux, B. (2010). Understanding changes in the caravanning sector: a case study. Prideaux, B., Carson, D., eds., *Drive tourism*, Routledge, Abingdon, str. 224–237.
- Mikkelsen, M. V., Cohen, S.A. (2015). Freedom in mundane mobilities: Caravanning in Denmark, *Tourism Geographies*, 17(5), str. 663–681.
- Mikkelsen, M. V., Blichfeldt, B. S. (2015). ‘We Have Not Seen the Kids for Hours’: The Case of Family Holidays and Free-range Children, *Annals of Leisure Research*, 18(2), str. 252–271.
- Mikulić, J., Prebežac, D., Šerić, M., Krešić, D. (2017). Campsite choice and the camping tourism experience: Investigating decisive campsite attributes using relevance-determinance analysis, *Tourism Management*, 59, str. 226–233.
- Milohnić, I., Cvelić Bonifačić, J. (2015). Sustainable Camping Management: A Comparative Analysis Between Campsites and Hotels in Croatia, *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 3, str. 211–222.
- Moss Wood Caravan Park, dostupno na: <https://mosswood.co.uk/about/sustainable-tourism/environmental-policy/> (15.2.2023.)
- Nomadic News (2022). Is RVing Contributing to Global Warming?, dostupno na: <https://www.nomadicnews.com/is-rving-contributing-to-global-warming/> (12.9.2022.)

Oakdown Holiday Park, dostupno na: <https://www.oakdown.co.uk/> (15.2.2023.)

Oborin, M. S. (2021). Caravanning as an innovative type of tourism, *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(2), str. 36–46.

O'Neill, M. A., Riscinto-Kozub, K. A., Van Hyfte, M. (2010). Defining visitor satisfaction in the context of camping oriented nature-based tourism-the driving force of quality, *Journal of Vacation Marketing*, 16(2), str. 141–156.

Patterson, I., Pegg, S., Mahadevan, R. (2015). The Benefits of Short Stay Caravan Travel Based on the Lived Experiences of Grey Caravanners in Australia, *Tourism Analysis*, 20 (5), str. 539–549.

Petruša, I., Vlakov, A. (2019). The role of glamping in development of camping tourism offer – possibilities and future prospects in the Republic of Croatia. Šimurina, J., Načinović Braje, I., Pavić, I. eds., *Proceedings of FEB Zagreb 10th International Odyssey Conference on Economics and Business*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, str. 834–843.

Pop, A. M., Marian-Potra, A. C., Hognogi, G. G., Puiu, V. (2024). Glamping tourism as a sustainable response to the need to reinvigorate domestic tourism, *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100803.

Poudel, S. (2013). The influence of the accommodation sector on tourism development and its sustainability: Case Study: Strand Camping, Larsmo. (Thesis, Centria University of Applied Sciences).

Rantala, O., Varley, P. (2019). Wild camping and the weight of tourism. *Tourist Studies*, 19 (3), str. 295–312.

Rogerson, C. M., Rogerson, J. M. (2020). Camping tourism: A review of recent international scholarship, *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 28(1), str. 349–359.

Rudančić, A., Kulić, K. (2021). Kamping turizam u ulozi stvaranja konkurentnosti hrvatskog turizma, *Acta Economica Et Turistica*, 6(1-2), str. 25–40.

Salo, A., Teixidor, A., Fluvia, M., Garriga, A. (2020). The effect of different characteristics on campsite pricing: Seasonality, dimension and location effects in a mature destination. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 29, 100263.

Şenol F. (2011). Kamp ve Karavan Turizmi. Hacıoğlu, İ. N., Avcıkurt, C. (Ed.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, 2. Basım, s. 481–499, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Sladoljev, J. (1998). Kamping turizam: Sve o kampingu, priručnik za vlasnike i voditelje kampova, C.A.S.H.

Sommer, K. (2020). Holidays at home – Camping and Glamping as a part of domestic tourism. *Tourism & Hospitality*, 6, str. 1–21.

Southerton, D., Shove, E., Warde, A., Deem, R. (1998). *Home from home?: a research note on recreational caravanning*, Lanchester University: Department of Sociology,

<https://www.lancaster.ac.uk/fass/resources/sociology-online-papers/papers/southerton-et-al-home-from-home.pdf> (1.12.2022.)

Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., Simanavicius, A. (2020). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review, *Sustainable Development*, 29 (1), str. 259–271.

Timothy, D. J., Teye, V. B. (2009). *Tourism and the Lodging Sector*, Butterworth-Heinemann, London.

Tweed Holiday Parks, dostupno na: <https://www.tweedholidayparks.com.au/> (15.2.2023.)

Van Rooij, N., Margaryan, L. (2019). Integration of “Ideal Migrants”: Dutch lifestyle expat-preneurs in Swedish campgrounds, *Rural Society*, 28(3), str. 183–197.


Van Herden, C. H. (2020) Motivation and Involvement in Camping – a Gender Perspective, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), str. 1–14.

Vrtodušić Hrgović, A., Cvelić Bonifačić, J., Licul, I. (2018). Glamping – new outdoor accommodation, *Ekonomska misao i praksa*, 2, str. 621–639.

Wong, J. Y., Hsiung, M. L., Lee, S. J., Chou Huang, C. Y. (2021). The relationship between endurance involvement and travel behavior in camping and the moderating effect of place attachment, *Sustainability*, 13(9), 5016.

Young, T. (2017). *Heading Out: A History of American Camping*, Cornell University Press, Ithaca.

## **Caravanning as a sustainable segment of camping tourism? Theory and practice review**

BOŽIDAR JAKOVIĆ  
Virovitica University of Applied Sciences  
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica  
[bozidar.jakovic@vuv.hr](mailto:bozidar.jakovic@vuv.hr)  
 0000-0002-4364-5576

BARBARA GOLUB  
Virovitica University of Applied Sciences  
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica  
[barbara.golub@vuv.hr](mailto:barbara.golub@vuv.hr)

MARTINA KOVAČEVIĆ  
Virovitica University of Applied Sciences  
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica  
[martina.kovacevic@vuv.hr](mailto:martina.kovacevic@vuv.hr)

**Abstract:** Ongoing changes within and beyond the tourism market, especially in terms of tourism demand, have led to the emergence and growth of various subcategories and tourism products within camping tourism. One such category is caravanning, which is not only considered a lifestyle but also stands out as a vital segment of camping tourism, significantly shaping, and influencing its sustainability. This paper aims to provide an overview of previous discussions on camping tourism, with a special focus on caravanning as a leading segment within the camping tourism industry, as well as within the broader tourism sector. Moreover, it delves into the sustainability of caravan service providers and the sector. The methodology employed in this paper involves a systematic review of literature from selected databases and other online resources, comprehensively examining relevant studies that explore the caravanning tourism market and the sustainability of camping tourism and caravanning. Alongside the literature review, the paper showcases examples of campsites and caravan parks that prioritize eco-friendly practices. These establishments not only adopt sustainable business strategies such as utilizing recycled and sustainable building materials, reducing paper-based document storage, and embracing eco-friendly products but also focus on conserving energy and water, employing electric transportation, collaborating with local suppliers, implementing waste segregation, promoting traditional vegetation, and advocating for recycling and waste management.

**Keywords:** camp, camping tourism, caravanning, sustainability, sustainable tourism

**JEL classification:** L83