

SADRŽAJ 1

UVOD 2

1. OSNOVNA OBELEŽJA KAMPING TURIZMA 3

1.1 Posebnosti i razvoj kampinga 3

1.2 Vrste kampova 4

2. RAZVOJ KAMPING TURIZMA U EVROPI 6

3. KAMPING TURIZAM U HRVATSKOJ 8

3.1 Razvoj kamping turizma u Hrvatskoj 8

3.2 Prostorni raspored kampova 11

4. EKONOMSKI ASPEKTI KAMPING TURIZMA 15

4.1 Potrošnja u kampovima 15

4.2. Cene kampinga 16

5. KAMPING TURIZAM U STRATEGIJI

RAZVITKA HRVATSKOG TURIZMA 17

UVOD

Tema ovog rada je kamping turizam u Republici Hrvatskoj, a cilj rada bio je prikazati osnovna obeležja i posebnosti razvoja kamping turizma kao značajnog segmenta turističke ponude Republike Hrvatske. Kamping turizam je svojevrsni fenomen u odnosu na druge oblike turističkih aktivnosti, a njegova je posebnost u spontanosti, nesputanosti i slobodi boravka u prirodi. Gostu kampistu prepuštene su sve odluke o vlastitom organizovanju odmora.

Prvo poglavlje prikazuje osnovna obeležja kamping turizma, definisana je razlika između turističkog i trajnog kampinga. Prikazana je multiplikativna funkcija kamping turizma i važnost prometne infrastrukture za razvoj tog oblika turizma.

U drugom se poglavlju prikazuje razvoj kamping turizma u Evropi. Počeci kamping turizma vezuju se uz zemlje severne Evrope. Intenzivniji razvoj kamping turizma u Evropi beleži se nakon Drugog svetskog rata. Najreceptivnija evropska kamping destinacija je danas Francuska sa preko 8000 kampova.

Treće poglavlje prikazuje razvoj kamping turizma u Republici Hrvatskoj. Razvoj turizma u Hrvatskoj započeo je u drugoj polovini 19. v., a prve značajnije rezultate kamping turizma u Hrvatskoj beležimo 1953. godine, kada je Hrvatska raspolagala s 18 kampova s ukupnim kapacitetom od 5.400 mesta i ostvarenih 186.000 noćenja. U istom je poglavlju prikazan prostorni raspored kampova.

U četvrtom poglavlju prikazani su ekonomski aspekti kamping turizma kao i njihov utjecaj na nacionalno gospodarstvo. Ukupna sredstva namenjena turističkoj potrošnji redovno se troše na kupovinu usluga u četiri gospodarske grane: ugostiteljstvu, prometu, trgovini i putničkim agencijama prema kojima se usmeravaju istraživanja kako bi se utvrdio njihov međusobni odnos i sagledala ukupna turistička potrošnja. Prosečna je dnevna potrošnja u kampovima daleko niža od prosečne dnevne potrošnje u ostalim smeštajnim objektima. U nastavku poglavlja je data komparacija cena kampinga u Hrvatskoj sa odabranim zemljama.

U petom poglavlju prikazana je uloga kamping turizma u razvojnoj strategiji hrvatskog turizma.

Prilikom izrade seminarskog rada korišćene su metode analize i sinteze, metoda komparacije kao i statistička metoda.

1.OSNOVNA OBELEŽJA KAMPING TURIZMA

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com