

Unapređenje kvalitete usluga u kampovima

Krijan, Antonela

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:330734>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Preddiplomski sveučilišni studij

ANTONELA KRIJAN

Unapređenje kvalitete usluga u kampovima

Improvement of service quality in campsites

Završni rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Preddiplomski sveučilišni studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

Unapređenje kvalitete usluga u kampovima
Improvement of service quality in campsites

Završni rad

Kolegij:	Menadžment kvalitete u hotelijerstvu	Student:	Antonela Krijan
Mentor:	prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović	Matični broj:	24389/18

Opatija, rujan 2023.



SVUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Antonela Krijan

(ime i prezime studenta)

24389

(Matični broj studenta)

Unapređenje kvalitete usluga u kampovima
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student - autor Završnog rada dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog Završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima Creative Commons licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

Opatija, 11.9.2023.

Student - autor:

Antonela Krijan

(potpis)

Sažetak

Završni rad obrađuje pojam kvalitete i njezin razvoj kroz povijest. U radu se nastoji prikazati uloga i važnost kvalitete u uslužnom sektoru s posebnim naglaskom na kvalitetu usluge u kampovima. U radu su posebno istaknute karakteristike ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi te struktura kampova prema kategoriji i regijama Hrvatske. U kontekstu unapređenja kvalitete u ovom segmentu ponude obrađene su oznake kvalitete za kampove. U radu su prikazane međunarodne oznake kvalitete, kao i oznake kvalitete koje dodjeljuju Hrvatska gospodarska komora (Turistički cvijet) i Kamping udruženje Hrvatske (Croatia's Best Campsites i OK Mini Camps). Navedene oznake kvalitete dodjeljuju se kampovima koji se ističu kvalitetom svojih usluga, raznovrsnom ponudom, dodatnim sadržajima i uspješnim poslovanjem. Kroz primjere dobre prakse prikazani su kriteriji navedenih oznaka kvalitete te na koji način kampovi koji su nositelji ovih oznaka unapređuju kvalitetu svojih usluga. Kao primjeri dobre prakse istaknuti su: Kamp Omišalj na otoku Krku (dobitnik oznake kvalitete Turistički cvijet), Falkensteiner Premium Camping Zadar (dobitnik oznake kvalitete Croatia's Best Campsites) i kamp Vita u Tuheljskim toplicama (dobitnik oznake kvalitete OK Mini Camps).

Ključne riječi: kvaliteta; oznake kvalitete; kamp; kvaliteta usluge u kampu

SADRŽAJ

UVOD	1
1. POJMOVNO ODREĐENJE KVALITETE	3
1.1. Povijesni razvoj kvalitete	5
1.2. Kvaliteta i upravljanje kvalitetom	6
1.3. Kvaliteta u uslužnom sektoru	8
2. UNAPREĐENJE KVALITETE USLUGA U KAMPOVIMA	11
2.1. Uloga i važnost kamping turizma	12
2.2. Kvaliteta usluge u kamping turizmu	15
3. OZNAKE KVALITETE U KAMPOVIMA: PRIMJERI DOBRE PRAKSE	22
3.1. Croatia's Best Campsites	23
3.2. OK Mini Camps	28
3.3. Turistički cvijet Kvaliteta za Hrvatsku-kategorija Kampovi	31
ZAKLJUČAK	35
LITERATURA	36
POPIS ILUSTRACIJA	41

Uvod

Pojam kvalitete i njegovo tumačenje tijekom godina bili su podložni promjenama s obzirom da su se želje i zahtjevi gostiju vremenom mijenjali. Postoje razlike u percepciji kvalitete proizvoda ili usluge s obzirom na različite preferencije i očekivanja gostiju. Kvaliteta predstavlja sposobnost proizvoda ili usluge da ispuni zahtjeve korisnika i nadmaši njegova očekivanja. Tema ovog završnog rada je unapređenje kvalitete usluge u kampovima. Kvaliteta usluge predstavlja usklađenost pružene usluge sa zahtjevima gosta. Zbog toga je cilj poduzeća ispuniti zahtjeve i nadmašiti očekivanja gosta s ciljem postizanja zadovoljstva gosta. Gosti sve više preferiraju personalizirane usluge, aktivan odmor koji je upotpunjen dodatnim sadržajima i aktivnostima te opremljenost, urednost i čistoću ugostiteljskog objekta na visokoj razini.

Predmet istraživanja završnog rada predstavlja kvaliteta usluge u kampovima i njene karakteristike. Kroz primjere dobre prakse, istražiti će se načini kako postići kvalitetu usluge u kampovima te koje su ključne oznake kvalitete i njihovi kriteriji kao osnova za podizanje razine kvalitete u kampovima. Cilj završnog rada je analizirati na koji način okviri ocjenjivanja kvalitete u kampovima (kategorizacija i oznake kvalitete) doprinose poboljšanju procesa pružanja usluga u kampovima. Svrha ovog završnog rada je ukazati na važnost kvalitete usluga u kampovima.

Metode koje se koriste prilikom pisanja su metoda deskripcije, povijesna metoda, metoda sinteze i analize, metoda komparacije i statističke metode. Prvo poglavlje završnog rada definira pojam kvalitete i njezin povijesni razvoj. U nastavku prvog poglavlja ističu se uloga i važnost kvalitete te se definira pojam kvalitete u uslužnom sektoru. Drugo poglavlje usmjereno je na definiranje kampa kao ugostiteljskog objekta, usluga koje se ondje pružaju te njihovoj kvaliteti. U ovom se poglavlju ističu obilježja kamping turizma i glamping turizma. U završnom radu prikazani su broj i struktura kampova u Hrvatskoj te broj dolazaka, noćenja i broj mjesta za kampiranje u posljednjih osam godina (2015.-2022.).

U trećem poglavlju prikazane su oznake kvalitete za ugostiteljske objekte iz skupine Kampovi i to međunarodne oznake, i nagrade koje dodjeljuju Hrvatska gospodarska komora (Turistički cvijet) i Kamping udruženje Hrvatske (Croatia's Best Campsites i OK Mini Camps).

S aspekta osiguranja i poboljšanja kvalitete usluge u kampovima, u radu su prikazani primjeri dobre prakse na primjeru tri kampa, a to su: Falkensteiner Premium Camping Zadar, Kamp Vita i Camping Omišalj. Nagrade koje su posebno istaknute su: Croatia' Best Campsites čiji je dobitnik kamp Falkensteiner Premium Camping Zadar, oznaka OK Mini Camps koju je dobio kamp Vita smješten u termama Tuhelj te oznaka Turistički cvijet-Kvaliteta za Hrvatsku čiji je dobitnik kamp Omišalj u Omišlju na otoku Krku. Također, za svaki kamp navedena su ostala osvojena priznanja i aktivnosti koje provode s ciljem unapređenja kvalitete.

1. Pojmovno određenje kvalitete

U prvom poglavlju ovog završnog rada govori se o pojmu kvalitete, njegovu značenju i povijesnom razvoju, upravljanju kvalitetom i kvaliteti u uslužnom sektoru. Sam pojam kvalitete označava vrijednost nekog proizvoda koji se stavlja na tržište, odnosno vrijednost usluge koja se pruža, a kojoj je cilj zadovoljiti potrebe gosta te ispuniti njegova očekivanja. Što je viša razina kvalitete veći su izgledi da će potrošač, koji predstavlja korisnika nekog proizvoda ili usluge, biti zadovoljan istom te da će pojedini proizvod ili korištena usluga nadmašiti očekivanja potrošača.¹ Pojam kvalitete definira se kao usklađenost proizvoda ili usluge sa zahtjevima gosta što rezultira pogodnošću proizvoda, odnosno usluge za uporabu. Na osnovu toga, jasno je što je potrebno učiniti kako bi se postigla željena razina kvalitete proizvoda ili usluge za gosta te na koji način se ostvaruje konkurentska prednost na tržištu.² Pojam kvalitete može se definirati kao skup ukupnih značajki i karakteristika proizvoda ili usluge koji utječu na sposobnost pojedinog proizvoda ili usluge da zadovolji izrečene i neizrečene potrebe.³

Navedene izrečene i neizrečene potrebe gosta mogu se objasniti uz pomoć KANO modela koji služi kao osnova za analizu usluge sa stajališta potrošača. Kroz izrečene zahtjeve, gost jasno navodi razloge zbog čega želi koristiti traženi proizvod ili uslugu kao i jasnu potrebu za istim, dok neizrečene potrebe gost ne naglašava zbog pretpostavke da proizvod ili usluga koja se stavlja na tržište sadrži određene karakteristike koje odgovaraju njegovim afinitetima.⁴ U nastavku teksta daje se prikaz nekih od definicija gurua kvalitete.

Tablica 1: Definicije kvalitete gurua kvalitete

AUTOR	DEFINICIJA
Crosby	Prilagodljivost
Juran	Spremnost za uporabu
Feigenbaum	Zadovoljenje očekivanja klijenata
Deming	Redukcija unutar varijacije

Izvor: Avelini Holjevac, I.: Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2002., str.8.

¹Prema: Lazibat, T.: Upravljanje kvalitetom, Znanstvena knjiga, Zagreb, 2009., str. 43.

²Prema: Skoko, H.: Upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb, 2009., str.30.

³Prema: Buntak, K. i sur.: Kvaliteta i sustavi upravljanja kvalitetom, Sveučilište u Zagrebu, 2021., str.10.

⁴ Buntak, K. i sur., op.cit. str. 11., prema Sauerwein, E. i sur.: The Kano model: How to delight your customers, International Working Seminar on Production Economics, Vol.1, No.4, str. 313.-327.

Kvaliteta se danas odnosi na pružanje najbolje moguće usluge i nadmašivanje očekivanja gostiju.⁵ Kada se govori o kvaliteti, bitno je navesti dva aspekta kvalitete: kvalitetu dizajna i kvalitetu izvedbe (kvalitetu sukladnosti s dizajnom). Kvaliteta dizajna označava zahtjev da traženi proizvod ili usluga predstavlja ono što gost, koji je korisnik proizvoda ili usluge, želi.⁶

Kako bi se ispunila očekivanja gosta, potrebno je najprije ispitati tržište i utvrditi tko su gosti te koje su njihove potrebe i očekivanja. Potrebno je zahtjeve gosta uključiti u proizvod/uslugu. Rezultat ispunjavanja zahtjeva je gost koji je zadovoljan pruženom uslugom ili proizvodom. Kvaliteta izvedbe (kvaliteta sukladnosti s dizajnom) podrazumijeva razinu do koje određeni proizvod ili usluga ispunjava specifikacije. Finalni proizvod ili usluga koja se nudi gostu mora odgovarati njegovim zahtjevima te ispuniti njegova očekivanja.⁷

Kako bi se održala uspješnost poslovanja pojedinog poduzeća bitno je zadovoljiti želje i potrebe gostiju te nastojati nadmašiti očekivanja svojih gostiju kako bi se na taj način poduzeće istaknulo na tržištu i održalo svoju konkurentnost.

⁵Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., Vrtodušić Hrgović, A.M.: Differences in Perceived Campsite and Destination Quality: Managers vs. Guests, 8th International Scientific Symposium "Economy of Eastern Croatia - Vision and Growth"/ Leko Šimić, Mirna i Crnković, Boris (ur.); Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics Osijek, 2019., str.681.

⁶Prema: Vrtodušić Hrgović, A.M.: Upravljanje potpunom kvalitetom u hotelskoj industriji, *Tourism and Hospitality management*, Vol.11, No.1, 2005., str.123.

⁷Prema: Ibidem, str. 124.

1.1. Povijesni razvoj kvalitete

Iako se interes za proučavanje pojma kvalitete pojavio u samim počecima ljudske civilizacije, sustavno proučavanje samog pojma kvalitete i njezina razvoja započinje tek nakon velike Industrijske revolucije.⁸

Samim time javlja se potreba za kontrolom kvalitete proizvoda koji nastaju kao produkti masovne proizvodnje. Razvoj kvalitete može se pratiti kroz nekoliko povijesnih etapa koje uključuju razdoblje predindustrijske revolucije, Industrijsku revoluciju, početak 20.stoljeća, razdoblje Drugog Svjetskog rata, 70-te i 80-te godine 20.stoljeća te kvalitetu kakva se poznaje u 21.stoljeću.⁹

Ključna prekretnica u razvoju kvalitete dogodila se tijekom 20.stoljeća nakon što je Walter Shewhart definirao PDCA krug, koji je prema William Edwards Demingu, poznatiji kao Demingov krug. Osim razvoja PDCA kruga, Walter Shewhart uspostavio je i sustav mjerenja varijacija u proizvodnoj i statističkoj kontroli procesa.¹⁰

PDCA krug je dinamičan ciklus usmjeren na kontinuirano unapređenje koji se sastoji od četiri ključna koraka:¹¹

1. Planiraj (Plan) – prvi korak PDCA kruga podrazumijeva prikupljanje svih potrebnih podataka i izradu plana za unapređenje koji sadrži sve potrebne aktivnosti,
2. Izvedi (Do) - drugi korak u PDCA krugu usmjeren je na implementaciju plana u praksi uz racionalno korištenje potrebnih resursa,
3. Provjeri (Check) – treći korak PDCA kruga namijenjen je provjeri dobivenih rezultata nakon provedenog plana te usporedbu rezultata s postavljenim ciljevima.
4. Djeluj (Act) – posljednji korak PDCA kruga uključuje standardizaciju novog postupka ako su rezultati uspješni, a ako rezultati nisu zadovoljavajući, potrebno je provesti dodatnu provjeru postavljenih ciljeva u prvom koraku PDCA kruga.

⁸Prema: Lazibat, T.: op.cit., str. 7.

⁹Ibidem, str. 7.-13.

¹⁰Prema: Lazibat, T., op.cit. str. 8.-9.

¹¹Prema: Šiško Kuliš, M., Grubišić, D., Upravljanje kvalitetom, Ekonomski fakultet Split, 2010., str. 200.-201.

William Edwards Deming, Joseph Juran i Armand Feigenbaum radili su na primjeni triju fundamentalnih menadžerskih procesa – planiranju, kontroli i poboljšanjima.

Njihov glavni cilj je zadovoljenje potreba kupaca koje je od iznimne važnosti.¹² Za razliku od visokokvalitetnih proizvoda koji su proizlazili kao produkti iz japanskih poduzeća, američka poduzeća imala su poteškoće u poslovanju što je počelo privlačiti čak i medijsku pozornost. Tada se u američkim poduzećima počinje primjenjivati koncept upravljanja kvalitetom koji je do 80-ih godina prošlog stoljeća rezultirao poboljšanjem kvalitete i zadovoljstvom kupaca.¹³

Unatoč tome što se značenje pojma kvalitete mijenjalo kroz povijest, osnovni cilj kvalitete, bio je i ostao do danas, zadovoljstvo kupaca.

1.2. Kvaliteta i upravljanje kvalitetom

Kvaliteta je stupanj u kojem niz svojstvenih značajki nekog predmeta ispunjava zahtjeve.¹⁴ Crosby za kvalitetu smatra da se mjeri cijenom kvalitete koja predstavlja trošak koji nastaje ako se usluga pruža na pogrešan način ili ukoliko proizvod ne odgovara korisniku.¹⁵ S obzirom da su se želje, potrebe i očekivanja gostiju mijenjali tijekom godina, osnovni zadatak poduzeća bio je i ostao do danas, pratiti potrebe i interes svojih kupaca kako bi se na najbolji mogući način zadovoljile sve njihove želje i potrebe te na taj način osigurala visoka razina kvalitete proizvoda, odnosno usluge koja se koristi.¹⁶

Upravljanje kvalitetom je oblik upravljanja organizacijom usmjeren na postizanje i održavanje kvalitete, a podrazumijeva sudjelovanje svih zaposlenika kojima je glavni cilj ostvariti dugoročni uspjeh ispunjenjem zahtjeva svojih korisnika.¹⁷

Upravljanje kvalitetom je proces koji prepoznaje i upravlja aktivnostima potrebnim da se dostignu ciljevi kvalitete neke organizacije.¹⁸

¹²Bauer, J. E., Duffy, G.L., Wescott, R. T.: The quality improvement handbook, ASQ Quality Press, Milwaukee, WI, 2002, str.4.

¹³Prema: Lazibat, T., op.cit. str.11.-12.

¹⁴Sustav upravljanja kvalitetom - Temeljna načela i terminološki rječnik ISO 9000:2015, peto izdanje, Hrvatski zavod za norme, 2015., str.88.

¹⁵Prema: Crosby, P.B. : Kvaliteta je besplatna, Privredni vjesnik, Zagreb, 1980., str.13

¹⁶Prema: Lazibat, T., op.cit. str.41.

¹⁷Prema: Sisek, B., Pavković, Ž.: Upravljanje kvalitetom u državnoj upravi, Poslovna izvrsnost, Vol. 2, No. 1, 2008. str.84.

¹⁸Skoko, H.: Upravljanje kvalitetom, Sinergija d.o.o.,Zagreb. 2000., str. 10., prema: Gryna, F.M., Juran, J. M.: Planiranje i analiza kvalitete, Od razvoja do upotrebe, MATE, Zagreb, 1999.

Sustav upravljanja kvalitetom ISO 9000:2015 definira sedam ključnih načela upravljanja kvalitetom:¹⁹

1. Usmjerenost na kupca,
2. Vodstvo,
3. Uključenost ljudi,
4. Procesni pristup,
5. Poboljšanje,
6. Donošenje odluka na temelju činjenica i
7. Upravljanje odnosima.

Sam pojam kvalitete i njegovo shvaćanje, bili su podložni promjenama tijekom godina, a usporedno s njima mijenjali su se potrebni alati i metode za upravljanje kvalitetom. Kada se govori o alatima i metodama sustava upravljanja kvalitetom bitno je naglasiti da postoji tzv. sedam tradicionalnih i sedam novih, poznatijih još kao menadžerskih, alata. Razlika između tradicionalnih alata i novih odnosno menadžerskih alata je u tome što su tradicionalni alati i metode usmjereni na poboljšanje i unapređenje procesa, dok su novi, menadžerski alati usmjereni na zadovoljenje potreba i želja gostiju.²⁰ Pod tradicionalnim alatima podrazumijevaju se:²¹

1. dijagram uzrok/posljedica – Ishikawa dijagram,
2. pareto dijagram,
3. dijagram tijeka,
4. ispitni list,
5. histrogram,
6. dijagram raspršenja,
7. kontrolne karte.

Uz tradicionalne alate postoje i novi ili menadžerski alati koji obuhvaćaju:²²

1. dijagram srodnosti,
2. dijagram međuovisnosti,
3. matrični dijagram,

¹⁹Hrvatski zavod za norme, Sustavi upravljanja kvalitetom – Temeljna načela i terminološki rječnik, HRN EN ISO 9000:2015, peto izdanje, svibanj 2017., str. 16.-26.

²⁰Lazibat, T., op.cit. str. 302.

²¹Ibidem

²²Ibidem, str. 303.

4. dijagram oblika strijele,
5. programirane karte za proces odlučivanja,
6. sustavni dijagram (stablo dijagram).

Glavni cilj alata i tehnika koji služe za upravljanje kvalitetom je smanjiti jaz između standarda koji se očekuje i standarda koji je ostvaren.²³

1.3. Kvaliteta u uslužnom sektoru

Proizvod podrazumijeva sve ono što je ponuđeno na tržištu s ciljem da se zadovolje potrebe ili želje potrošača u procesu razmjene.

Proizvodi imaju materijalni karakter, dok ga usluge nemaju.²⁴ Usluga predstavlja svaku aktivnost ili korist koju jedna strane može ponuditi drugoj.²⁵

Osnovna obilježja usluge su:²⁶

- neopipljivost – usluge se prije kupnje ne mogu vidjeti, okusiti, opipati, čuti ili pomirisati,
- nedjeljivost proizvodnje (pružanja) od korištenja – usluge se ne mogu odvojiti od pružatelja. Pružatelj usluga i kupac moraju biti prisutni kako bi došlo do transakcije;
- neusklađivost (prolaznost) – usluge se ne mogu uskladištiti za kasniju prodaju ili korištenje,
- heterogenost (varijabilnost) – kvaliteta usluga ovisi o tome tko ih pruža, kao i o vremenu kada, mjestu gdje i načinu kako se pružaju.

Na osnovu pozitivnih rezultata unutar proizvođačkog sektora, uslužni sektor prihvatio je poslovno pravilo prema kojem produktivnost, kvaliteta i dobitak čine jedinstvenu cjelinu što je utjecalo na unapređenje i razvoj kvalitete turističkih usluga. Za kvalitetu se može reći da je ključan faktor efikasnosti i konkurentnosti tržišta.²⁷

²³Prema: Hoyle, D.:Quality Management Essentials, Elsevier Limited, SAD, 2007., str.11.

²⁴Šiško Kuliš, M., Grubišić, D., op.cit. str. 14., prema: Grbac, B., Meler, M.: Realizacija poslovne ideje: Od ideje do proizvoda/usluge, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetnika, Biblioteka Marketing za poduzetnike, Zagreb, 2007., str.8.

²⁵Rocco, F.: Rječnik marketinga, Zagreb, 1993., str 484.

²⁶Kotler, P., Browen, J.T., Makens , J.: Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu, Mate d.o.o., Zagreb, 2010., str. 42.

²⁷Prema: Avelini Holjevac, I., op.cit. str. 104.

Kvaliteta usluge ogleda se u svakom detalju kako kroz uređenje i opremljenost objekta, tako i kroz stručnost osoblja i njihov odnos prema gostima.²⁸ Za uslužni sektor, od iznimne važnosti je zadovoljstvo gosta jer predstavlja osnovu za rast i poboljšanje tržišnog udjela.²⁹ Ukoliko zaposlenici ugostiteljskog objekta u kojem gost boravi, nisu zainteresirani za njegove želje i preferencije, javlja se nezadovoljstvo gosta koji odlazi iz objekta jer zaposlenici nisu prepoznali njegova očekivanja.³⁰ Zadovoljstvo gosta može se mjeriti općenitim modelom, ali je prije toga važno donijeti odluku da će se zadovoljstvo gosta mjeriti.

Nakon donošenja odluke, postavljaju se ciljevi o načinu prikupljanja, analiziranja i korištenja podataka. Na kraju se bira metoda istraživanja, a najčešće se koriste ankete, fokus grupe, panel potrošača i pritužbe.³¹

Poduzeće treba razvijati i pružati usluge koje gosti zahtijevaju. Ovisno o zahtjevima i potrebama gostiju, razvoj usluga planira se u skladu s procesom unapređenja plasmana usluga na tržištu.³²

Međutim kvaliteta pružene usluge ne odgovara nužno i percepciji kvalitete pružene usluge, na koju utječu brojni faktori: od prethodnih iskustava, usmenih predaja i imidža na temelju kojih se formiraju očekivanja, do onoga što i kako korisnik dobiva. Grönroos definira dva aspekta kvalitete, a to su „tehnička i funkcionalna dimenzija kvalitete“.³³

Jedan od instrumenata za mjerenje kvalitete usluga je model SERVQUAL, koji su kreirali Parasuraman, Zeithaml i Berry. Model nudi skalu za mjerenje kvalitete usluge i temelji se na procjeni jaza između očekivanja korisnika o određenoj usluzi i njihove percepcije izvedbe te usluge, odnosno pružatelja usluga.³⁴

²⁸Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., Vrtodušić Hrgović, A.M., op.cit., str.682.

²⁹Prema: Mitra, A.:Fundamentals of Quality Control and Improvement, Auburn University, College of Business, Auburn, Alabama, 2016., str.15.

³⁰Prema: Ibidem

³¹Prema : Lazibat, T., op.cit., str. 105.

³²Prema: Rocco, F., op.cit., str.484.

³³Marković, S., Regent Turkalj, I., Racz, A.: Istraživanje razlika između percepcije i očekivanja korisnika zdravstvenih usluga, Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti, Vol.5 No.1, 2019., str. 42., prema: Grönroos C., A service quality model and its marketing implications, European Journal of marketing, Vol. 18, No. 4,1984., str.36.–44.

³⁴Marković, S., Regent Turkalj, I., Racz, A., op.cit. str.42, prema: Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L.: A conceptual model of service quality and its implications for future research, The Journal of Marketing, Vol.49, No.4, 1985., str.41.–50.

Cilj menadžera je postojeću razliku svesti na minimum i na taj način ostvariti poboljšanu pruženu uslugu.³⁵

Postoji nekoliko dimenzija usluge. Dimenzije SERQUAL modela su:³⁶

- pouzdanost – sposobnost pouzdanog i preciznog obavljanja usluga,
- sigurnost – znanje i ljubaznost zaposlenika i njihova sposobnost da izazovu povjerenje,
- opipljivi sadržaji – izgled fizičkih objekata, opreme, osoblja i komunikacijskih materijala,
- susretljivost – spremnost da se klijentima pomogne i pruži usluga,
- razumijevanje – individualizirana pažnja koju tvrtka pruža klijentima.

Navedene dimenzije usluge prema SERVQUAL modelu predstavljaju pet važnih značajki koje je bitno pružiti gostu kako bi se moguće razlike između očekivanja gosta i stvarne kvalitete proizvoda/usluge smanjile.

³⁵Prema: Marković, S., Regent Turkalj, I., Racz, A., op.cit. str.42

³⁶Vrtodušić Hrgović, A.M., Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., op.cit. str.775., prema: Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L., Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, Vol. 64, No.1, 1988., str.23.

2. Unapređenje kvalitete usluga u kampovima

Drugo poglavlje završnog rada govori o karakteristikama kampa kao smještajnog objekta. Uz to, opisane su usluge koje se pružaju u kampu, elementi kvalitete tih usluga i njihovo unapređenje. U nastavku poglavlja objašnjava se uloga i važnost kamping turizma te kvaliteta usluga u kamping turizmu.

Tijekom godina kamping turizam prolazio je kroz niz promjena počevši od toga da je u svojim najranijim počecima podrazumijevao boravak pod šatorom te se smatrao oblikom turizma koji odgovara nižem cjenovnom rangu. Do danas se takvo razmišljanje u potpunosti promijenilo s obzirom da kamping turizam, kakav se trenutno promovira, karakteriziraju udobnost i luksuz.³⁷ Kamp je 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.³⁸ Definira se kao kolektivna vrsta smještaja u ograđenom prostoru za šatore, kamp-prikolice i autodomove gdje se mogu pružati određene turističke usluge te se kapacitet kampa iskazuje brojem mjesta i brojem postelja.³⁹ Postoje dvije osnovne vrste smještajnih jedinica u kampu, a to su kamp mjesto i kamp parcela.⁴⁰ Osim kamp mjesto i kamp parcele smještajne jedinice u kampu mogu se nalaziti unutar građevina poput paviljona, bungalova i sl.⁴¹ U nastavku teksta daje se tablični prikaz sličnosti i razlika između ove dvije smještajne jedinice u kampu.

Tablica 2: Sličnosti i razlike između smještajnih jedinica u kampu – kamp mjesto i kamp parcela

Sličnosti	<ul style="list-style-type: none">- uređeni prostor za kampiranje- sadrži pokretnu opremu za kampiranje što uključuje autodom ili kamper, kamp prikolicu, glamping kućicu i opremu za glamping, pokretnu kućicu, šator	
Razlike	<ul style="list-style-type: none">- neomeđeni prostor- može i ne mora biti označen brojem	<ul style="list-style-type: none">- omeđeni prostor- označen brojem

Izvor: izrada autora prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi (2016.) NN.54/2016 članak 14.

³⁷Prema: Rudančić, A., Kulić, K.: Kamping turizam u ulozi stvaranja konkurentnosti hrvatskog turizma, Acta Economica et Turistica, Vol. 6, No. 1-2, 2021., str. 28.

³⁸Prema: Galičić, V.: Rječnik ugostiteljsko-turističkih pojmova, Rijeka, 1999., str. 119.

³⁹Rudančić, A., Kulić K., op.cit., str. 27., prema Eurostat.eu raspoloživo na www.ec.europa.eu 7.rujan 2020.

⁴⁰Prema: Ministarstvu turizma Republike Hrvatske, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi NN.54/2016 članak 14., 2016.

⁴¹Ibidem

Kamping usluga važan je segment ukupne europske turističke ponude te je kvaliteta usluga koje se pružaju u kampu povezana s cijenom, ponudom i uspješnošću pojedinog objekta.⁴² Upravo zbog toga što kamping usluga predstavlja važan dio turističke ponude, bitno je održavati kvalitetu smještajnih jedinica i usluga koje se pružaju u kampovima te neprestano upotpunjavati dodatne sadržaje i aktivnosti.

2.1. Uloga i važnost kamping turizma

Početak kampinga u Europi može se smatrati događaj u Velikoj Britaniji. 1886.godine kada je Englez G. Stables konstruirao prvu prikolicu sa turističkom svrhom.⁴³ U Hrvatskoj je 1953. godine postojalo 18 registriranih kampova ukupnog kapaciteta 5.400 osoba koji su te iste godine ostvarili 186.000 noćenja.⁴⁴ U tom razdoblju pojavljuju se kampovi u turističkim dijelovima Hrvatske što u najvećoj mjeri podrazumijeva obalno područje. Prvi turisti u hrvatskim kampovima bili su Česi i Nijemci, a vrhunac kamping turizma Hrvatske veže se uz 1983. i 1984. godinu kada se bilježi značajan porast broja noćenja.⁴⁵

Razdoblje 20.stoljeća od velike je važnosti za razvoj kamping turizma jer se njegovim razvojem nastoji opovrgnuti činjenica da kamping ne karakterizira luksuz. Kamping turizam postao je danas za većinu ljudi životni stil. Razvoj kamping turizma povezan je sa sve većom potrebom ljudi za boravkom u prirodi te provođenjem slobodnog vremena na način koji nije okrenut isključivo suncu i moru. Takav oblik odmora prožet je uživanjem u prirodi i slobodi, brigom za okoliš i druženjem s ljudima. Tijekom godina interesi gostiju mijenjali su se kao i njihove navike te se u konačnici promijenio i sam način života. Danas je sve više gostiju okrenuto zdravom i osvještenom načinu života koji uključuje brigu o sebi, kako izvana tako i iznutra.

Takav način života polazi najprije od zdrave prehrane na koju se nadovezuju zdrave životne navike upotpunjene različitim sportskim aktivnostima i rekreacijom zbog čega sve veći broj gostiju želi ponudu koja uključuje aktivan odmor.

⁴²Prema: Cerović, Z., Cvelić Bonifačić, J., Grudić Kvasić, S.: Managing the quality of camping offer, Economic and Social Development, 7th International Scientific Conference, New York City, 2014.,str. 62.

⁴³Cvelić Bonifačić, J., op. cit. str. 10., prema Horst, N.: Kamp budućnosti, vodič za planiranje , obnovu, modernizaciju i upravljanje kampom budućnosti, Kamping udruženje Hrvatske Porel, IGL Salzburg, AS Press Ljubljana, Poreč, 2011.

⁴⁴Cvelić Bonifačić, J. op.cit. str.13

⁴⁵Prema: Ibidem

U nastavku se daje tablični prikaz podataka o ukupnom broju dolazaka, noćenja i broju postelja iz skupine Kampovi. Prikazani podaci odnose se na promatrano razdoblje od 2015. do 2022. godine. Iz tablice su vidljivi indeksi broja dolazaka, noćenja i broja postelja za navedeno razdoblje, a za baznu godinu izabrana je 2015. godina.

Tablica 3: Prikaz broja dolazaka, noćenja i broja mjesta za kampiranje iz skupine Kampovi za razdoblje od 2015. do 2022. godine

	Broj dolazaka u skupini Kamp u RH	Broj noćenja u skupini Kamp u RH	Broj mjesta za kampiranje u RH	Bazni indeks (dolasci)	Bazni indeks (noćenja)	Bazni indeks(br. mjesta za kampiranje)
2015.	2.554.839	17.158.081	80.634	100	100	100
2016.	2.601.373	17.483.616	83.932	102	102	104
2017.	2.822.227	19.081.574	85.057	110	111	105
2018.	2.920.316	19.275.307	88.211	114	112	109
2019.	2.943.802	19.173.976	93.513	115	112	116
2020.	1.301.220	9.139.206	85.079	51	53	106
2021.	2.462.490	16.837.825	88.406	96	98	110
2022.	3.156.006	20.758.769	90.975	124	121	113

Izvor: izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku raspoloživo na <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29492> (2.lipanj 2023.)

Prema prikazanim podacima u tablici najveći porast broja dolazaka (24%) i noćenja (21%) u odnosu na baznu godinu bilježi se 2022. godine, dok je 2019. godine zabilježen najveći porast broja mjesta za kampiranje (16%). 2020. godinu obilježila je pandemija Covid-19 što se odrazilo na statističke podatke. Tijekom 2020. godine bilježi se pad broja dolazaka od 49% i broja noćenja od 47%. U usporedbi s baznom godinom zabilježeno je 6% više mjesta za kampiranje tijekom 2020. godine. Prije početka pandemije Covid-19 prema broju dolazaka, noćenja i broju mjesta za kampiranje isticala se 2019. godina.

Tablica 4: Usporedba broja dolazaka, noćenja i broja postelja iz skupine Kampovi u Hrvatskoj s ostalim zemljama Mediterana (Italija, Grčka, Portugal i Španjolska) za 2021. godinu

	Broj dolazaka u skupini Kamp	Ukupan broj dolazaka u skupini Kamp	Udio u ukupnom broju dolazaka u skupini Kamp	Broj noćenja u skupini Kamp	Ukupan broj noćenja u skupini Kamp	Udio u ukupnom broju noćenja u skupini Kamp	Broj mjesta za kampiranje
Italija	7.446.665	78.670.967	10%	45.554.138	289.178.142	16%	1.125.953
Grčka	286.109	18.015.347	2%	1.277.883	73.886.813	2%	51.743
Portugal	1.191.067	15.132.460	8%	4.941.876	42.444.419	12%	196.040
Španjolska	7.621.770	80.754.714	9%	34.697.032	259.579.759	13%	794.956
Hrvatska	2.599.637	12.770.754	20%	17.500.753	70.171.684	25%	263.961

Izvor: *Ec.europa.eu* raspoloživo na

https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_DEM_TTAC/default/table?lang=en&category=tour.tour_dem.tour_dem_tt.tour_dem_ttc, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_DEM_TNAC/default/table?lang=de&category=tour.tour_dem.tour_dem_tn.tour_dem_tnt, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_CAP_NAT/default/table?lang=de&category=tour.tour_inda.tour_cap (2.lipanj 2023.)

Iz prikazane tablice vidljive su razlike u broju dolazaka, noćenja i broju postelja iz skupine Kampovi u usporedbi Hrvatske i ostalih zemalja Mediterana tijekom 2021. godine. Prema navedenim podacima Španjolska ima najveći broj dolazaka, dok se Italija ističe najvećim brojem noćenja i mjestima za kampiranje. Najniže vrijednosti ostvarene su u Grčkoj za sve tri kategorije. Uz to, u Grčkoj broj dolazaka i noćenja za skupinu Kampovi u ukupnom broju dolazaka i noćenja zauzima 2%. Hrvatska se ističe time što broj dolazaka (20%) i noćenja (25%) za skupinu Kampovi zauzima najveći udio u ukupnom broju dolazaka i noćenja u odnosu na ostale zemlje Mediterana.

Za nastavak razvoja kamping turizma u Hrvatskoj bitno je usmjeriti pažnju na razvoj aktivnosti kampinga, implementirati nove sadržaje koji će dodatno obogatiti ponudu i na taj način privući veliki broj gostiju. Jednako tako, potrebno je pratiti trendove u razvoju glamping turizma koji sve više privlači goste koji za sebe odabiru odmor kojeg karakterizira luksuz.

S obzirom da se velika većina hrvatskih kampova nalazi na obali, bitno je proširiti i obogatiti ponudu kontinentalnog dijela Hrvatske kako bi se sezonalnost turističke ponude svela na minimum.

2.2. Kvaliteta usluge u kamping turizmu

S ciljem promicanja kampinga kao kvalitetnog oblika turizma, bitno je osigurati kvalitetu usluga koje se pružaju u kampovima.⁴⁶ Kao što je za hotele oznaka kategorije zvjezdica, jednako vrijedi i za kampove. Kategorija objekta određuje se na temelju obveznih uvjeta i uvjeta koji se boduju. Kamp ima četiri kategorije: dvije, tri, četiri i pet zvjezdica, a objekt može imati samo jednu kategoriju. Vrsta Kamp mora ispuniti propisani bodovni prag za uvjete koji se boduju i to za:⁴⁷

1. ekologiju,
2. sport i rekreaciju,
3. trgovačke, ugostiteljske i ostale sadržaje.

Kamp mora imati najmanje deset osnovnih smještajnih jedinica što uključuje kamp mjesto i/ili kamp parcelu. Ono što je bitno znati, je da od ukupnog kapaciteta kampa, čak 70% mora biti osigurano za smještaj gostiju u kampu unutar osnovnih smještajnih jedinica, dok se preostalih 30% smještajnih jedinica može nalaziti u građevinama.

Osim usluge smještaja u kampu, ondje se pružaju usluge pripremanja i posluživanja hrane te usluge pripremanja, posluživanja i točenja raznih vrsta pića i napitaka.⁴⁸ U kampu je omogućeno iznajmljivanje potrebne opreme za kampiranje kao i uključivanje u različite sportske aktivnosti i rekreaciju.⁴⁹

⁴⁶Prema: Vrtodušić Hrgović, A.M., Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I.: Dimensions of Service Quality in Glamping, 5th International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe, "Creating Innovative Tourism Experiences - The Way to Extend the Tourist Season", Opatija, Vol.5, 2019., str. 776.

⁴⁷Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN. 54/2016. članak 39. i 40., 2016.

⁴⁸Prema: Ministarstvu turizma Republike Hrvatske, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN. 54/2016 članak 21., 2016.

⁴⁹Ibidem, članak 36.

Minimalni uvjeti koje je potrebno ostvariti u kampu podrazumijevaju zajamčenu sigurnost gostiju i osoblja.⁵⁰ Usluge kampiranja mogu se pružati u „Kampu u domaćinstvu“ i u „Kampu u seljačkom domaćinstvu“.

„Kamp u domaćinstvu“ podrazumijeva pružanje usluga kampiranja u domaćinstvu od strane iznajmljivača, tj. fizičke osobe, dok „Kamp u seljačkom domaćinstvu“ predstavlja seljačko ili obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo u sklopu kojeg se mogu pružati usluge kampiranja.⁵¹

U daljnjem tekstu tablično su prikazana obilježja tradicionalnog kamping turizma u odnosu na suvremeni kamping turizam.

Tablica 5: Obilježja tradicionalnog i suvremenog kamping turizma

Obilježja	Tradicionalni kamping turizam	Suvremeni kamping turizam
Sličnosti	<ul style="list-style-type: none"> - nesmetani boravak u prirodi - sloboda, želja za druženjem - putovanje u toplijem dijelu godine, najčešće ljeti 	
Razlike	<ul style="list-style-type: none"> - cjenovno prihvatljiv - pristupačna oprema (kampisti ju najčešće nose sa sobom) šator ili kamp prikolica 	<ul style="list-style-type: none"> - specijalizirana oprema (kampisti ju djelomično kupuju ili iznajmljuju prilikom dolaska u ugostiteljski objekt) - autodom ili kamper, pokretne kućice potpuno opremljene potrebnim uređajima i namještajem

Izvor: Rudančić, A. Kulić, K.: Kamping turizam u ulozi stvaranja konkurentnosti hrvatskog turizma, Acta Economica et Turistica, Vol. 6, No. 1-2, 2021., str. 29. , prema Hendija, Z. (2006). "Kamping turizam". U: Čorak, S. (ur.), Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam preuzeto 17.svibnja 2023.

Osnovna obilježja suvremenog kampinga čine visoki zahtjevi gostiju za kvalitetom i udobnosti. Ta činjenica ujedno podrazumijeva kvalitetu i urednost sanitarnih prostorija što uključuje vlastite kupaonice, posebne sanitarne prostorije prilagođene djeci i osobama s invaliditetom.

U nastavku je dan prikaz cijena kampiranja u Europi s ciljem usporedbe Hrvatske s ostalim zemljama.

⁵⁰Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi, NN. 54/2016. članak 5., 2016.

⁵¹Prema: Cvelić Bonifačić, J., op.cit., str. 5.-6.

Tablica 6: Prosječna cijena kampiranja u Europi (2023. godina)

Naziv države	Prosječna cijena kampiranja (€)
Hrvatska	69,3€
Italija	65,8€
Švicarska	65,7€
Španjolska	60,3€
Austrija	53,8€
Danska	53€
Nizozemska	52,6€
Francuska	49€
Ujedinjeno Kraljevstvo	47,1€
Njemačka	42,6€
Švedska	39€

Izvor: Prema podacima sa [Adac-camping.de](https://www.adac-camping.de/insights/pincamp-price-analysis-2023-camping-holidays-will-become-seven-per-cent-more-expensive-on-average-but-will-remain-a-cheap-form-of-holiday/?lang=en) raspoloživo na <https://www.adac-camping.de/insights/pincamp-price-analysis-2023-camping-holidays-will-become-seven-per-cent-more-expensive-on-average-but-will-remain-a-cheap-form-of-holiday/?lang=en> 20. srpanj 2023.

Tablica prikazuje prosječne cijene kampiranja u Europi za 2023. godinu. Prema navedenim podacima najniža prosječna cijena kampiranja je u Švedskoj i iznosi 39€, dok je najviša prosječna cijena kampiranja u Hrvatskoj i iznosi 69,3€.

Kvaliteta usluge operacionalizirana je kao razlika između onoga što se očekuje od svake od dimenzija usluge i percepcije potrošača. Visoko zadovoljstvo kvalitetom očituje se kada je kvaliteta pružene usluge iznad očekivanja. Zadovoljstvo kvalitetom očituje se kada pružena usluga ispunjuje očekivanja. Nezadovoljstvo kvalitetom očituje se kada je kvaliteta pružene usluge ispod očekivanja.⁵² Svaki gost različito percipira kvalitetu, ali uspješnosti poslovanja poduzeća pridonosi ukoliko poduzeće pravovremeno prepozna preferencije svojih gostiju.

⁵²Mackay, K.J., Crompton, J.L.: A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality, *Leisure Studies*, Vol.7, No.1, 1988, str.46.

Istraživanje koje je provedeno na uzorku 369 sportaša u dobi od 9 do 18 godina i 126 roditelja usmjereno je na provjeru kvalitete usluge u atletskom kampu. Cilj ovog istraživanja je utvrditi koji elementi kvalitete utječu na odabir kampa.⁵³ Prema rezultatima istraživanja utvrđeno je da na odabir kampa utječu kvaliteta smještaja, treneri, zadovoljstvo, pristup i komunikacija. Prema rezultatima upitnika prikupljenih u dobnoj skupini od 11 do 17 godina najviše ocjene dobile su sljedeće kategorije: odnos s trenerom i materijalna dobra što daje uvid u percepcije mlađih skupina korisnika opremljenošću smještaja i sportskih terena. Najnižom ocjenom ocjenjen je sam program treninga. Uz to, nižom ocjenom ocjenjene su razina sigurnosti i provjere sportaša.⁵⁴

U Portugalu je provedeno istraživanje kojim se nastoji bolje razumijeti percepcije potrošača o uslugama koje pružaju glamping objekti. U svrhu istraživanja razvijen je posebni mjerni alat Glamping Experience koji kombinira kvalitativno i kvantitativno istraživanje. Faktorskom analizom utvrđeno je da kvaliteta usluge ima pet aspekata, a to su: materijalne stvari, osoblje, iskustva temeljena na prirodi, gastronomska ponuda i aktivnosti.⁵⁵

Istraživanje koje se bavilo ispitivanjem stavova gostiju kampova nastoji istražiti odnos kvalitete i cijene kamping usluga koje utječu na zadovoljstvo gostiju i konkurentnost kamping ponude. U istraživanju je sudjelovalo 75 najboljih kampova u Europi, a istraživanje je provedeno na području sedam zemalja, a to su: Austrija, Hrvatska, Švicarska, Francuska, Italija, Španjolska i Mađarska. Autori su utvrdili da kvalitetniji kamping proizvod ima višu cijenu što utječe na povećanje uspješnosti poslovanja i postizanje konkurentnosti na tržištu.⁵⁶

⁵³Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G., Goudas, M. : The factors for evaluating service quality in athletic camps: A case study, *European Sport Management Quarterly*, Vol.4, No.1, 2004., str.22., prema: Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L.: A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, Vol.49, No.4, 1985, str.41.-50.

⁵⁴Prema: Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G., Gaudas, M., op.cit. str.27.-30.

⁵⁵Prema: Brochado, A., Pereira, C.: Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* Vol.17, 2017, str. 77.

⁵⁶Prema: Cerović, Z., Cvelić Bonifačić, J., Grudić Kvasić, S.: Managing the quality of camping offer, *Economic and Social Development*, 7th International Scientific Conference, New York City, str.62.

Nova vrsta odmora, tj. luksuzni oblik kamping turizma poznatiji pod nazivom glamping turizam izaziva sve veći interes kod gostiju. Iako postoji nekoliko definicija koje objašnjavaju ovaj pojam, za glamping se prije svega može reći da povezuje značajke hotela i kampa te predstavlja simbiozu luksuza i udobnosti.⁵⁷ Mogućnošću da privuče hotelske goste koji žele glamur i udobnost, glamping ujedinjuje ono najbolje od kampinga i hotelske djelatnosti.⁵⁸

Dva su identificirana trenda u razvoju kamping turizma:⁵⁹

- 7 Re-trend (povratak kamping vrijednostima) i
- Neocamping (novi diverzificirani proizvodi kamping turizma).

Trendovi kamping turizma uključuju prostrane mobilne kućice, mogućnost iznajmljivanja opreme za kampiranje i veliku potražnju za kamp vozilima. Uz to, gosti žele personaliziranu uslugu i dulje trajanje turističke sezone.⁶⁰ S obzirom da moderni kampovi omogućavaju gostu povratak prirodi, bitna je njegova opremljenost koja zadovoljava zahtjeve modernog gosta. Prema najnovijim istraživanjima, gostima su od iznimne važnosti dostupnost i brzina Wi-fi mreže.⁶¹

U nastavku teksta tablično je prikazana kategorizacija kampova prema županijama u Republici Hrvatskoj. Priloženi podaci objavljeni su 2023. godine te predstavljaju odraz postojećeg stanja kategorizacije kampova.

⁵⁷Prema: Eremić, G.: Novi trendovi kamping turizma – glamping i obiteljski kampovi, Geoadria, Vol. 26, No. 1, 2021., str.74.

⁵⁸Eremić, G., op.cit. str. 76., prema Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I.: Management of Competitiveness in camping: Trends in Internet use, Informatologia, Vol.46, No.1, 2014., str.8.-16.

⁵⁹Eremić, G., op.cit. str. 70., prema Cerović, Z.: Innovative management of camping accommodation, Horizons – International scientific journal series A – Social and humanitarian sciences, Vol.13, 2014., str.55.-69.

⁶⁰Prema: Eremić, G., op.cit., str. 70.

⁶¹Prema: Turizam.info raspoloživo na <https://issuu.com/turizaminfo/docs/turizaminfo92/s/17791575> 20.travanj 2023.

Tablica 7: Kategorizacija kampova prema županijama u Republici Hrvatskoj za 2023. godinu

Županija / Kategorija	2*	Udio u ukupnom broju kampova	3*	Udio u ukupnom broju kampova	4*	Udio u ukupnom broju kampova	5*	Udio u ukupnom broju kampova	Ukupno po županiji	Udio kampova po županiji u RH
Istarska	16	26%	19	31%	23	38%	3	5%	61	28%
Primorsko-goranska	11	30%	12	32%	12	32%	2	5%	37	17%
Ličko-senjska	4	44%	2	22%	3	33%	-	-	9	4%
Zadarska	16	38%	15	36%	10	24%	1	2%	42	19%
Šibensko-kninska	3	21%	8	57%	3	21%	-	-	14	6%
Splitsko-dalmatinska	9	39%	6	26%	8	35%	-	-	23	11%
Dubrovačko-neretvanska	9	41%	8	36%	5	23%	-	-	22	10%
Karlovačka	-	-	2	40%	3	60%	-	-	5	2%
Krapinsko-zagorska	-	-	-	-	1	50%	1	50%	2	1%
Zagrebačka	-	-	-	-	1	100%	-	-	1	0,5%
Ostale županije	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ukupno RH	68	31%	72	33%	69	32%	7	3%	216	100%

Izvor: izrada autora prema podacima sa popisa kategoriziranih objekata u Republici Hrvatskoj za 2023.godinu raspoloživo na <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516> (26.svibanj 2023.)

Prema podacima za 2023. godinu, ukupno je 216 kampova u Hrvatskoj. Najveći broj kampova smješten je u priobalnom dijelu Hrvatske, a po najvećem broju kampova ističu se Istarska županija – 61 (28%), Zadarska županija – 42 (19%) i Primorsko-goranska županija – 37 (17%). Najmanji broj kampova nalazi se u Zagrebačkoj županiji gdje je smješten jedan kamp i Krapinsko-zagorskoj županiji gdje se nalaze dva kampa. Od ukupnog broja županija, 11 županija nema ni jedan kamp na svojim prostorima, a to su: Bjelovarsko-bilogorska, Brodsko-posavska, Koprivničko-križevačka, Međimurska, Osječko-baranjska, Požeško-slavonska, Sisačko-moslavačka, Varaždinska, Virovitičko-podravska, Vukovarsko-srijemska županija i Grad Zagreb. U Istarskoj županiji nalazi se najveći broj kampova s tri, četiri i pet zvjezdica, od kojih 31% kampova pripada kategoriji tri zvjezdice, 38% kampova kategoriji četiri zvjezdice i 5% kampova kategoriji pet zvjezdica.

Iz prikazanih podataka može se zaključiti da je vrlo mali broj kampova smješten u kontinentalnom dijelu Hrvatske.

U Zagrebačkoj županiji nalazi se samo jedan kamp koji pripada kategoriji četiri zvjezdice, dok se u istočnom dijelu Hrvatske ne nalazi ni jedan kamp. Naglasak se treba staviti na razvoj kamping turizma i u ostatku kontinentalnog dijela Hrvatske kako bi se iskoristile njezine prirodne ljepote i smanjio utjecaj sezonalnosti. Jedan od koncepata kamping turizma je boravak u prirodi što je usko povezano s održivim razvojem.

Njemački autoklub ADAC provodi sustavno istraživanje kvalitete kampova kako u Europi, tako i u Hrvatskoj.⁶² Istraživanje provedeno 2018. godine, na uzorku 120 menadžera i 130 gostiju u kampovima na Jadranu, usmjereno je na ocjenjivanje važnosti elemenata kvalitete u kampu u koje se ubrajaju vanjski prostor što podrazumijeva uređenost kampa, mir i atmosfera u kampu, ponuda sadržaja za kupanje u kampu, dodatne sadržaje, aktivnosti na otvorenom te wellness i spa usluge. U ovom istraživanju ističe se važnost ključnih elemenata pojedinog kampa koji mu osiguravaju konkurentsku prednost. Prema rezultatima iz provedenog istraživanja, može se zaključiti da su gosti najvišom ocjenom ocijenili kvalitetu plaže i ponudu vodenih aktivnosti, sigurnost u kampu i atmosferu te ljubaznost osoblja.⁶³ Osim toga, dobiveni rezultati ukazuju na razlike u tome kako gost percipira kvalitetu pojedine usluge zbog čega je za menadžere važno neprestano pratiti zahtjeve svojih gostiju i njihove ocjene elemenata kvalitete u kampu. Nakon što se uzmu u obzir preferencije gostiju moguće je rangirati važnost pojedinih elemenata u kampu te na taj način poboljšati one elemente koji su, od strane gostiju, ocijenjeni nižom ocjenom.⁶⁴

Bitno je neprestano voditi brigu o kvaliteti ugostiteljskog objekta u kojem su gosti smješteni.

Jednako tako, važno je održavati kvalitetu usluga koje se pružaju u ugostiteljskom objektu te kvalitetu svih popratnih sadržaja i aktivnosti kako bi se time zadovoljile potrebe gostiju. Uz to, važno je provoditi ispitivanje tržišta kako bi se uvijek bilo u korak s trendovima, željama i zahtjevima sadašnjih i budućih gostiju.

⁶² Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., Vrtođušić Hrgović, A.M., op.cit., str.684.

⁶³Ibidem, str.687.

⁶⁴Ibidem.

3. Oznake kvalitete u kampovima: Primjeri dobre prakse

Treće poglavlje završnog rada govori o oznakama kvalitete u kampovima. U nastavku teksta navedene su i opisane međunarodne oznake kvalitete od kojih se ističu ADAC Best Camping, Leading Campings, ANWB Top Camping, Naj kamp Adria te oznake kvalitete u Hrvatskoj: Croatia's Best Campsites, OK Mini Camps i Turistički cvijet-Kvaliteta za Hrvatsku. Prikazani su primjeri dobre prakse, kampovi koji su dobitnici navedenih oznaka kvalitete.

ADAC Best Camping nagradu dodjeljuje njemački autoklub ADAC kampovima koji po kvaliteti i opsegu svoje ponude te razini svojih usluga ostvaruju pet zvjezdica. ADAC autoklub smatra se utemeljiteljem sustava za ocjenjivanje kvalitete usluge i sadržaja u kampovima.⁶⁵ Oznaka kvalitete Leading Campings ujedno je naziv za udruženje koje okuplja najkvalitetnije kampove u Europi među kojima su dva hrvatska kampa (kamp Čikat i Zaton Holiday Resort).⁶⁶ Nagrada koja se smatra jednim od najznačajnijih pokazatelja visoke razine kvalitete kampa je ANWB Top Camping koju dodjeljuje nizozemski autoklub ANWB. Dodjeljuje se kampovima koji se ističu kvalitetom i opsegom svojih usluga i sadržaja. Naj kamp Adria slovenska je nagrada za kvalitetu koja se dodjeljuje kampovima koji se ističu kvalitetom usluga, a dodjeljuju ju slovenski kampisti hrvatskim kampovima.⁶⁷

U ovom radu detaljnije će se analizirati tri oznake kvalitete: Croatia's Best Campsites, OK Mini Camps i Turistički cvijet-Kvaliteta za Hrvatsku. Oznake Croatia's Best Campsites i OK Mini Camps dodjeljuje Kamping udruženje Hrvatske, a nagradu Turistički cvijet dodjeljuje Hrvatska gospodarska komora. Navedene oznake su od iznimnog značaja jer se dodjeljuju kampovima koji se ističu kvalitetom svojih sadržaja i usluga.

⁶⁵Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/nagrade-kampova> 18.travanj 2023.

⁶⁶Prema: Ibidem

⁶⁷Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/nagrade-kampova#plava-zastava> 12.ožujak 2023.

3.1. Croatia's Best Campsites

Oznaka kvalitete pod nazivom Croatia's Best Campsites smatra se sinonimom kvalitete usluga u kampovima te se dodjeljuje hrvatskim kampovima koji se ističu kvalitetom svojih sadržaja, opremljenošću i uslugama. Ovaj projekt provodi Kamping udruženje Hrvatske.⁶⁸ Kriteriji oznake kvalitete Croatia's Best Campsites podrazumijevaju zadovoljenje postavljenih standarda za četiri ključne kategorije koje uključuju:⁶⁹

- sanitarije,
- smještajne jedinice,
- ugostiteljsku i trgovačku ponudu,
- kvalitetu zabavnih sadržaja.

Kvaliteta pojedinog kampa utvrđuje se od najniže ocjene, 1 do najviše ocjene, 5. Tijekom ocjenjivanja navedenih kategorija od strane stručnog tima, potvrđuju se kvaliteta sadržaja i usluga pojedinog objekta. Oznaka kvalitete Croatia's Best Campsites dodjeljena pojedinom objektu vrijedi tijekom godinu dana do idućeg ocjenjivanja kvalitete.⁷⁰ Kampovi koji nose oznaku kvalitete Croatia's Best Campsites podijeljeni su u četiri regije: Istra, Kvarner, Dalmacija i Središnja Hrvatska.⁷¹

U nastavku teksta tablično će se prikazati podaci o strukturi kampova prema kategoriji za oznaku kvalitete Croatia's Best Campsites za 2023. godinu.

⁶⁸Prema: Arenacampsites.com raspoloživo na <https://www.arenacampsites.com/hr/novosti/croatias-best-campsites> 18.travanj 2023.

⁶⁹Ibidem.

⁷⁰Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/najbolji-kampovi> 13.ožujak 2023.

⁷¹Prema: Ibidem

Tablica 8: Struktura kampova prema kategoriji - oznaka kvalitete Croatia's Best Campsites za 2022. i 2023. godinu.

2023. GODINA										
Regija/ Kategorija	2*	Udio u ukupnom broju kampova u regiji	3*	Udio u ukupnom broju kampova u regiji	4*	Udio u ukupom broju kampova u regiji	5*	Udio u ukupnom broju kampova u regiji	Ukupan broj kampova u regiji	Udio kampova u regiji po kategoriji
Istra	-	-	6	23%	18	69%	2	8%	26	43%
Kvarner	-	-	3	23%	8	62%	2	15%	13	22%
Dalmacija	1	6%	2	11%	14	78%	1	6%	18	30%
Središnja Hrvatska	-	-	-	-	2	67%	1	33%	3	5%
Ukupno- kategorija	1	2%	11	18%	42	70%	6	10%	60	100%
2022. GODINA										
Istra	-	-	8	25%	21	66%	3	9%	32	48%
Kvarner	-	-	3	21%	9	64%	2	14%	14	21%
Dalmacija	1	6%	3	17%	13	72%	1	6%	18	27%
Središnja Hrvatska	-	-	-	-	2	67%	1	33%	3	4%
Ukupno – kategorija	1	2%	14	21%	45	67%	7	10%	67	100%

Izvor: izrada autora prema podacima iz brošure Croatia's Best Campsites raspoloživo na <file:///C:/Users/Antonela/Downloads/Best-Campsites-ENG.pdf>.

https://www.camping.hr/cmsmedia/dokumenti/Camping_Croatia_EN_2022.pdf (8. ožujak 2023.)

Nastavno na prikazanu tablicu za 2023. godinu šest kampova (10%) ima pet zvjezdica. 42 kampa (70%) nalaze se u kategoriji četiri zvjezdice. 11 kampova (18%) kategorizirano je sa tri zvjezdice, dok samo jedan kamp (2%) ima dvije zvjezdice. Iz tablice je vidljivo kako su kampovi s oznakom kvalitete Croatia's Best Campsites podijeljeni u četiri regije. Od ukupnog broja kampova, 26 kampova (43%) nalazi se u Istri – 6 (23%) u kategoriji tri zvjezdice, – 18 (69%) u kategoriji četiri zvjezdice i dva (8%) u kategoriji pet zvjezdica. 13 kampova (22%) nalazi se na Kvarneru – 3 (23%) pripadaju kategoriji tri zvjezdice, – 8 (62%) pripada kategoriji četiri zvjezdice i dva kampa (15%) pripadaju kategoriji pet zvjezdica. 18 kampova (30%) od ukupnog broja kampova nalazi se u Dalmaciji od čega se po jedan kamp (6%) nalazi u kategorijama dvije i pet zvjezdica, dva kampa (11%) pripadaju kategoriji tri zvjezdice i 14 kampova (78%) pripada kategoriji četiri zvjezdice.

U Središnjoj Hrvatskoj nalaze se tri kampa (5%) od čega dva kampa (67%) pripadaju kategoriji četiri zvjezdice i jedan kamp (33%) pripada kategoriji pet zvjezdica. Iz svega navedenog može se zaključiti da je najveći broj kampova (43%) smješten u Istri, a najmanji (5%) u Središnjoj Hrvatskoj. Usporedbom podataka vidljivo je da je ukupan broj kampova koji su dobili nagradu manji u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu. Najveći broj kampova pripada kategoriji četiri zvjezdice tijekom promatranih godina, a najmanji broj kampova nalazi se u kategoriji dvije zvjezdice.

Tablica 9: Popis kampova prema regijama – oznaka kvalitete Croatia's Best Campsites (2023. godina)

Regija	Naziv kampa
Istra	Camping Santa Marina Boutique Camping (5*), Istra Premium Camping Resort (5*), Santa Marina Boutique Camping (5*), Camping Stella Maris (4*), Camping Savudrija (4*), Camping Park Umag (4*), Aminess Maravea Camping Resort (4*), Aminess Sirena Camping (4*), Lanterna Premium Camping Resort (4*), Camping Ulika (4*), Camping Zelena Laguna (4*), Camping Bijela Uvala (4*), Polidor Camping (4*), Valalta Naturist Camping (4*), Val Saline Camping (4*), Polari Camping (4*), Veštar Camping (4*), Mon Perin Camping (4*), Bi Village Camping (4*), Arena One 99 Glamping (4*), Marina Camping Resort (4*)Orsera Camping Resort (3*), Porto Sole Camping (3*), Koversada Naturist Park (3*), Amarin Camping (3*), Solaris Camping Resort (3*), Valkanela Camping (3*) , Arena Grand Kažela Campsite (2*).
Kvarner	Omišalj Camping (5*), Krk Premium Camping Resort (5*), Aminess Atea Camping Resort (4*), Kovačine Camping (3*), Slatina Camping (4*), Čikat Camping (4*), Ježevac Premium Camping Resort (4*), Bunculuka Camping Resort (4*), Baška Beach Camping Resort (4*), San Marino Camping Resort (4*), Padova Premium Camping Resort (4*), Baldarin Naturist Camping (3*), Glavotok Camping (3*).
Dalmacija	Falkensteiner Premium Camping Zadar (5*), Camping Zaton Holiday Resort (4*), Camping Straško (4*), Camping Paklenica (4*), Camping Ugljan Resort (4*), Park Soline Camping (4*), Kozarica Camping (4*), Oaza Mira Camping (4*), Olivia Green Camping (4*), Amadria Park Camping Šibenik (4*), Amadria Park Camping Trogir (4*), Stobreč Split Camping (4*), Vira Camping (4*), Lavanda Camping (4*), Nevio Camping (4*), Šimuni Camping Village (3*), Camping Jezera Lovišća Village (3*), Rožac Camping (3*).
Središnja Hrvatska	Camping Plitvice (5*), Plitvice Holiday Resort (4*), Camping Slapić (4*).

Izvor: izrada autora prema podacima iz brošure Croatia's Best Campsites raspoloživo na <https://www.camping.hr/cmsmedia/dokumenti/Best-Campsites-ENG.pdf> (1.lipanj 2023.)

Tablica prikazuje popis kampova s oznakom kvalitete Croatia's Best Campsites za 2023. godinu prema regijama. U nastavku teksta nalazi se primjer dobre prakse, kamp s oznakom kvalitete Croatia's Best Campsites – Falkensteiner Premium Camping Zadar.

Falkensteiner Premium Camping Zadar

U kontekstu kvalitete usluge u nastavku teksta prikazuje se primjer dobre prakse – kamp Falkensteiner Premium Camping Zadar koji je dobitnik oznake za kvalitetu Croatia's Best Campsites u kategoriji pet zvjezdica.

Kamp Falkensteiner Premium Camping se nalazi u Zadru te se ubraja u skupinu najboljih kampova smještenih u Dalmatinskoj regiji. Dobitnik je oznake kvalitete Croatia's Best Campsites u razdoblju od 2020. do 2023. godine. U 2020. i 2021. godini kamp je osvojio jednu od najprestižnijih nagrada za kvalitetu pod nazivom ANWB Top Camping.

Tijekom 2019. godine kamp Falkensteiner Premium Camping Zadar nagrađen je nagradom za inovativnost pod nazivom Inovacamp. Za proteklu 2022. godinu i tekuću 2023. godinu kampu je dodjeljena nagrada za kvalitetu pod nazivom ADAC Best Camping. Uz sve navedeno, kamp je nositelj oznake Plava zastava.⁷²

Kamp raspolaže sa 369 stambenih jedinica, od kojih su njih 86 mobilne kućice, 13 jedinica za glamping i 270 parcela, koje podrazumijevaju priključke za struju, vodu i odvod.⁷³ Falkensteiner Premium Camping Zadar nalazi se u sklopu Falkensteiner Resorta Borik smještenom usred parka uz koji se nalazi plaža dugačka 1km. Kamp je jedini kamp koji se nalazi u Zadru otvoren tijekom cijele godine, sadrži punionicu hibridnih automobila, dozvoljava boravak kućnih ljubimaca u određenim dijelovima kampa. Kamp raspolaže vanjskim bazenom koji sadrži dva tobogana, plitkim bazenom prilagođen mladim uzrastima te dječjim programom namijenjenom za sport i zabavu.⁷⁴

⁷²Kamping udruženje Hrvatske raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/kampovi/falkensteiner-premium-camping-zadar> 8.ožujak.2023.

⁷³Falkensteiner Premium Camping Zadar raspoloživo na <https://www.falkensteiner.com/hr/premium-camping-zadar> 8.ožujak 2023.

⁷⁴Falkensteiner Premium Camping Zadar raspoloživo na <https://www.falkensteiner.com/hr/premium-camping-zadar> 17.veljače 2023.

Vežano uz gastronomsku ponudu, u sklopu kampa nalazi se a la carte restoran Amore koji u svojoj ponudi sadrži široki izbor domaćih i svjetskih jela.⁷⁵ Smještajne jedinice u kampu odnose se na pet različitih vrsta mobilnih kućica, a to su camping family home, camping family home +, camping cozy home, glamping home i glamping premium home. U smještajne jedinice kampa ubrajaju se tri vrste parcela, a to su: pitch blue ili plave parcele, pitch gold ili zlatne parcele te pitch diamond ili dijamantne parcele.⁷⁶

Prema ocjenama Booking.com-a za Falkensteiner Premium Camping Zadar zabilježene su sljedeće ocjene:⁷⁷ osoblje (9,0), sadržaji (9,1), čistoća (9,2), udobnost (9,2), vrijednost za novac (8,3), lokacija (9,0) i besplatni Wifi (9,0). Maksimalna ocjena za navedene kategorije je 10. Prosječna ocjena iznosi 9 što ukazuje na zadovoljstvo gostiju te visoku razinu kvalitete usluge i opremljenosti kampa.

Raznovrsna i bogata ponuda sadržaja i usluga koje se pružaju u Falkensteiner Premium Camping Zadar, opremljenost njihovih mobilnih kućica te sve prateće dodatne aktivnosti i sadržaji odgovaraju kategoriji pet zvjezdica u kojoj se kamp nalazi. Kao potvrda visoke razine kvalitete sadržaja i usluga ovog kampa svakako su brojne oznake kvalitete i nagrade koje su mu dodjeljene, kao što su Croatia's Best Campsites, ADAC Best Camping, ANWB Top Camping i Inovacamp. Nagrade i priznanja mogu biti presudne da gosti za svoj boravak odaberu upravo ovaj kamp. Važno je održavati postojeću razinu kvalitete svojih usluga te neprestano nastojati udovoljiti zahtjevima i očekivanjima gostiju.

⁷⁵Prema: Falkensteiner Premium Camping Zadar raspoloživo na <https://www.falkensteiner.com/hr/premium-camping-zadar> 8. ožujak 2023.

⁷⁶Falkensteiner Premium Camping Zadar raspoloživo na <https://www.falkensteiner.com/hr/premium-camping-zadar/parcele-mobilne-kucice#parcele> 17. veljače 2023.

⁷⁷ Booking.com raspoloživo na https://www.booking.com/hotel/hr/falkensteiner-premium-camping-zadar.hr.html?aid=304142&label=gen173nr-1FCAEoggI46AdIM1gEaGWIAQGYARC4ARfIAQzYAQH0AQH4AQyIAgGoAgO4ArSvgaIGwAIB0gIkYjdlOWUwZjltZWY2Ny00ODVILWlyMzMtMzRkMWIzZDI5N2Nm2AIG4AIB&sid=45bb57afd6804fc66c4e41a8e5d6aecd&all_sr_blocks=454259101_352465506_0_0_0;checkin=2023-05-23;checkout=2023-05-26;dest_id=4542591;dest_type=hotel;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=454259101_352465506_0_0_0;hpos=1;matching_block_id=454259101_352465506_0_0_0;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=454259101_352465506_0_0_0_51804;srepoch=1681938378;srpvid=4f0a9464778c016e;type=total;ucfs=1&#tab-reviews 19. travanj 2023.

3.2. OK Mini Camps

OK Mini Camps oznaka je kvalitete koja se dodjeljuje malim kampovima čiji je kapacitet do 200 osoba ili 66 smještajnih jedinica.⁷⁸

Projekt kvalitete pod nazivom OK Mini Camps utemeljen je od strane Kamping udruženja Hrvatske 2010. godine s ciljem certificiranja standarda kvalitete unutar malih kampova. Ova oznaka pokazatelj je visoke razine kvalitete i sigurnosti pojedinog kampa.⁷⁹

Kriteriji koje pojedini kamp mora zadovoljiti kako bi postao nositelj ove oznake kvalitete su:⁸⁰

- osiguran prilaz kampu,
- sanitarije,
- briga za okoliš i ekologiju te
- bogata ponuda dodatnih sadržaja.

Kampovi iz skupine malih kampova, manjeg su kapaciteta u odnosu na standardne velike kampove.

Karakteristično za kampove koji su nositelji ove oznake je da imaju manju ponudu sadržaja u odnosu na velike kampove, ali se unatoč tome ističu time što su smješteni na atraktivnim prirodnim pozicijama.⁸¹ Prema podacima za 2022. godinu kampovi koji nose ovu oznaku kvalitete podijeljeni su u četiri regije Republike Hrvatske što uključuje Istru, Kvarner, Dalmaciju i unutrašnjost Republike Hrvatske.⁸²

U nastavku teksta nalazi se tablični prikaz strukture kampova prema kategoriji za oznaku kvalitete OK Mini Camps prema podacima za 2022. godinu.

⁷⁸Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/mini-kampovi> 12.ožujak 2023.

⁷⁹Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/nagrade-kampova> 8.ožujak 2023.

⁸⁰Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/ok-mini-camps> 8.ožujak 2023.

⁸¹Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/mini-kampovi> 12.ožujak 2023.

⁸²Prema: OK Mini Camps brošura <https://www.camping.hr/cmsmedia/dokumenti/OK-Mini-Camps-2022-ENG.pdf> raspoloživo na 23.svibanj 2023.

Tablica 10: Struktura kampova prema kategoriji - oznaka kvalitete OK Mini Camps prema podacima (2022. godina)

Kategorija	2*	Udio u ukupnom broju kampova	3*	Udio u ukupnom broju kampova	4*	Udio u ukupnom broju kampova	5*	Udio u ukupnom broju kampova	Ukupno-regija	Udio kampova u regiji po kategoriji
Istra	1	20%	2	40%	1	20%	1	20%	5	28%
Kvarner	1	33%	-	-	2	37%	-	-	3	17%
Dalmacija	-	-	4	44%	5	56%	-	-	9	50%
Unutrašnja Hrvatska	-	-	-	-	2	100%	-	-	2	11%
Ukupno-kategorija	2	11%	6	33%	10	50%	1	6%	19	100%

Izvor: izrada autora prema podacima iz OK Mini Camps brošure za 2022.godinu raspoloživo na <https://www.camping.hr/cmsmedia/dokumenti/OK-Mini-Camps-2022-ENG.pdf> (2.svibanj 2023.)

Iz tablice je vidljivo da se u Hrvatskoj nalazi 18 kampova koji su dobili oznaku kvalitete OK Mini Camps za 2022. godinu. Od ukupnog broja kampova, najveći broj, 9 kampova (50%) nalazi se u Dalmaciji. U Istri se nalazi pet kampova (27%), a na Kvarneru tri kampa (17%). U unutrašnjoj Hrvatskoj nalazi se najmanji broj kampova (6%). 10 kampova (50%) koji su nositelji ove oznake kvalitete nalaze se u kategoriji četiri zvjezdice od kojih se pet kampova (56%) iz te kategorije nalazi u Dalmaciji. Dva kampa (37%) nalaze se na Kvarneru, dok se po jedan kamp (6%) iz kategorije četiri zvjezdice nalazi u Istri i unutrašnjosti Hrvatske. U kategoriji tri zvjezdice nalazi se 6 kampova (33%), od kojih su četiri kampa (44%) u Dalmaciji i dva kampa (40%) u Istri. Dva kampa (11%) nalaze se u kategoriji dvije zvjezdice, po jedan u Istri i na Kvarneru. U kategoriji pet zvjezdica nalazi se jedan kamp (6%) koji je smješten u Istri.

Tablica 11: Popis kampova prema regijama – oznaka kvalitete OK Mini Camps (2022. godina)

Regija	Naziv kampa
Istra	San Servolo Wellness Camping & Resort (5*), Camping Ulika (4*), Camping Ulika (3*), Camping Romantik (3*), Camping Mon Paradis (2*)
Kvarner	Camping Marušina Olive Hills (4*), Camping Slamni (4*), Camping Ujča (2*)
Dalmacija	Camping Mandarino (4*), Camping Village Zrmanja-Mićanovi dvori (4*), Camping Jasenovo(4*), Camping Adriatic (4*), Camping Lupis (4*), Camping Miočić (3*), Camping Filip (3*), Camping Odmoree (3*), Camping Kargita (3*)
Unutrašnjost	Camping Zagreb (4*), Vinski kamp Hažić (4*)

Izvor: izrada autora prema podacima iz OK Mini Camps brošure raspoloživo na <https://www.camping.hr/cmsmedia/dokumenti/OK-Mini-Camps-2022-ENG.pdf> 1.lipanj 2023.

Tablica prikazuje popis kampova s oznakom kvalitete OK Mini Camps za 2022. godinu iz koje je vidljivo da se najveći broj kampova s navedenom oznakom nalazi u Dalmaciji, a najmanji broj u unutrašnjosti zemlje. U nastavku teksta daje se primjer dobre prakse – kamp Vita u Termama Tuhelj kao nositelj oznake kvalitete OK Mini Camps.

Kamp Vita

U nastavku teksta prikazuje se primjer dobre prakse – kamp Vita koji je dobitnik oznake kvalitete OK Mini Camps. Odabrani kamp pripada skupini malih kampova i ističe se svojom kvalitetom u odnosu na druge male kampove u Hrvatskoj. Kamp Vita smješten je u Termama Tuhelj u regiji unutrašnja Hrvatska te je jedini kamp iz kategorije pet zvjezdica smješten u kontinentalnom dijelu Hrvatske.

Gostima kampa Vita na raspolaganju stoje 74 parcele koje su namijenjene kamperima, kamp prikolicama i šatorima, a podijeljene su u tri zone.⁸³

Kamp Vita svojim gostima nudi cijeli kompleks unutarnjih i vanjskih bazena pod nazivom Vodeni planet koji je smješten pokraj kampa. Cijeli kompleks koji uključuje osam bazena s termalnom vodom prostire se na površini od 15000 m². U sklopu kompleksa Vodeni planet nalazi se Tuhi Land opremljen toboganima, špricalicama i ostalim dodatnim sadržajima namijenjenim djeci.⁸⁴

Velika prednost ovog kampa je pripadnost Glamping Village-u Terma Tuhelj koje su jedne od važnijih lječilišnih odredišta u Hrvatskoj.⁸⁵ Posebnosti Terma Tuhelj čine termalni izvori i nalazišta ljekovitog blata. U sklopu Terma Tuhelj nalazi se Glamping Village koji pripada kategoriji pet zvjezdica. Glamping Village sadrži 26 smještajnih jedinica, a njihova posebnost je u tome što svaka smještajna jedinica nosi ime po zagorskom lokalitetu te je smještaj prilagođen osobama s invaliditetom. Ponudu Glamping Village-a upotpunjuje mogućnost korištenja bazena, hidromasažnih kada, saune i sl.⁸⁶

⁸³ Prema: Terme-tuhelj.hr raspoloživo na <https://www.termetuhelj.hr/hr/smjestaj/avtokamp-vita> 17. veljače 2023.

⁸⁴ Ibidem

⁸⁵ Prema: Camping.luxury.hr raspoloživo na <https://www.campings.luxury/hr-hr/hrvatska/krapinsko-zagorska/tuhelj/kamp-vita/1-3915339> 20. srpanj 2023.

⁸⁶ Prema: Biser Zagorja raspoloživo na <https://www.biserzagorja.hr/apartmani-zagorje/glamping-village-terme-tuhelj> 20. srpanj 2023.

3.3. Turistički cvijet Kvaliteta za Hrvatsku – kategorija Kampovi

Oznaka kvalitete Turistički cvijet dodjeljuje se ugostiteljskim objektima iz različitih kategorija te se oni prvenstveno ističu kvalitetom usluga koje pružaju.

Dodjeljivanje ove oznake kvalitete već se 25. godinu za redom provodi na godišnjoj manifestaciji pod nazivom Dani hrvatskog turizma.⁸⁷

Kriteriji koji se ocjenjuju prilikom dodjeljivanja oznake za kvalitetu Turistički cvijet obuhvaćaju:⁸⁸

- veličinu kampa,
- lokaciju kampa,
- kvalitetu proizvoda i usluga u kampu,
- uspješnost poslovanja kampa.

Sve ugostiteljske objekte, koji su istovremeno nositelji oznake kvalitete Turistički cvijet, odlikuje kvalitetna usluga te ih se nastoji potaknuti na neprestano unapređenje kvalitete svojih proizvoda i usluga kako bi održali konkurentnost na turističkom tržištu.⁸⁹

Prijava za nagradu Turistički cvijet-Kvaliteta za Hrvatsku u kategoriji Kampovi uključuje ispunjavanje upitnika o kvaliteti kampova koji se dostavlja Hrvatskoj gospodarskoj komori.⁹⁰ Šest kategorija za koje se dodjeljuje oznaka kvalitete Turistički cvijet odnose se na čarterske kompanije, DMK-putničke agencije, hotele, kampove, marine i restorane.⁹¹

Kampovi se ocjenjuju u tri kategorije koje uključuju⁹²:

- najbolji veliki kamp,
- najbolji mali kamp i
- najbolji kontinentalni kamp.

⁸⁷Prema: Hrvatska gospodarska komora raspoloživo na <https://hgk.hr/turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku/turisticki> 18.travanj 2023.

⁸⁸Prema: Camping.hr raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/nagrade-kampova#plava-zastava> 12.ožujak 2023.

⁸⁹Prema: Hrvatska gospodarska komora raspoloživo na <https://hgk.hr/turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku/turisticki> 12.ožujak 2023.

⁹⁰Prema: Hrvatska gospodarska komora raspoloživo na <https://hgk.hr/turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku/natjecanje-kampova-u-akciji-turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku> 12.ožujak 2023.

⁹¹Hrvatska gospodarska komora raspoloživo na <https://hgk.hr/turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku/turisticki> 12.ožujak 2023.

⁹²Hrvatska gospodarska komora raspoloživo na <https://hgk.hr/turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku/natjecanje-kampova-u-akciji-turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku> 12.ožujak 2023.

Ocjenjivanje kampova provodi se pod vodstvom Kamping udruženja Hrvatske i Hrvatske gospodarske komore te je podijeljeno u dvije faze.

U prvoj fazi ocjenjivanja prikupljaju se kvalitativni i kvantitativni podaci koji su preuzeti iz postojećih ADAC ocjenjivanja, benchmarking izvještaja te provedenih upitnika o kvaliteti samih kampova. Tijekom druge faze ocjenjivanja, ukoliko je potrebno, slijedi posjet i konačno ocjenjivanje onih kampova koji su se plasirali na najviše mjesto na ljestvici kvalitete prema prikupljenim podacima iz prve faze ocjenjivanja.⁹³

Tablica 12: Struktura kampova prema kategoriji - oznaka kvalitete Turistički cvijet (2022. godina)

Kategorija	3*	Udio u ukupnom broju kampova	4*	Udio u ukupnom broju kampova	5*	Udio u ukupnom broju kampova	Ukupno-regija	Udio kampova u regiji po kategoriji
Istra	1	17%	5	83%	-	-	6	40%
Kvarner	-	-	1	33%	2	67%	3	20%
Dalmacija	-	-	2	100%	-	-	2	13%
Središnja Hrvatska	-	-	4	100%	-	-	4	27%
Ukupno-kategorija	1	7%	12	80%	2	13%	15	100%

Izvor: izrada autora prema podatcima sa [Camping.hr](https://www.camping.hr/) raspoloživo na <https://www.camping.hr/> (2.lipanj 2023.)

Podaci prikazuju da se kampovi koji nose oznaku kvalitete Turistički cvijet nalaze u tri kategorije, a to su kategorije s tri, četiri i pet zvjezdica.

Iz tablice je vidljivo da su kampovi koji su nositelji ove oznake kvalitete podijeljeni u četiri regije. Najveći broj kampova nalazi se u Istarskoj regiji, šest kampova (40%) – 5 (83%) iz kategorije četiri zvjezdice i jedan kamp (17%) iz kategorije tri zvjezdice. U Središnjoj Hrvatskoj nalaze se četiri kampa (27%) koja pripadaju kategoriji četiri zvjezdice. Na Kvarneru se nalaze tri kampa (20%) od čega su dva kampa (67%) u kategoriji pet zvjezdica i jedan kamp (33%) u kategoriji četiri zvjezdice. U Dalmaciji se nalazi najmanji broj kampova, dva kampa (13%) koja pripadaju kategoriji četiri zvjezdice. Iz prikazanih podataka može se zaključiti da je najveći udio kampova (80%) iz kategorije četiri zvjezdice.

⁹³Prema: Hrvatska gospodarska komora raspoloživo na <https://hgk.hr/turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku/natjecanje-kampova-u-akciji-turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku> 15.veljače 2023.

Tablica 13: Popis kampova prema kategoriji s oznakom kvalitete Turistički cvijet (2022. godina)

Kategorija	Naziv kampa
Veliki kampovi	Istra Premium Camping Resort (5*) u Funtani, kamp Omišalj (5*) u Omišlju na otoku Krku, Zaton Holiday Resort (4*) u Ninu
Mali kampovi	San Servolo Wellness Camping (5*) u Bujama, kamp Slamni (4*) u Dobrinju, Ugljan Resort (4*) na otoku Ugljan
Kontinentalni kampovi	Plitvice Holiday Resort (4*) u Rakovici, kamp Plitvice (4*) na Plitvičkim jezerima, kamp Slapić (4*) u Dugoj Resi

Izvor: izrada autora prema podacima Ministarstva turizma i sporta raspoloživo na https://mint.gov.hr/UserDocsImages/DHT2022/2210_dht_1_popisnagrada.pdf 20.travanj 2023.

Kamp Omišalj

U kontekstu kvalitete usluge u nastavku teksta prikazuje se primjer dobre prakse – kamp Omišalj na otoku Krku koji je dobitnik oznake za kvalitetu Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku iz skupine Velikih kampova za 2022. Godinu. Istu nagradu osvojio je i 2019. godine. Dobitnik je oznake kvalitete pod nazivom Croatia's Best Campsites u razdoblju od 2019. do 2022. godine. U istom trogodišnjem razdoblju kamp Omišalj dobitnik je nagrade za kvalitetu ADAC Best Camping. Kamp Omišalj osvojio je nagrade za kvalitetu ANWB Top Camping dvije godine za redom, 2020. i 2021. godine.

Također, dobitnik je nagrade Naj kamp Adria za 2019. godinu.⁹⁴ Ono što je od posebne važnosti za kamp Omišalj je činjenica da je plaža koja se nalazi unutar kampa osvojila eko-oznaku Plava zastava.⁹⁵ Plava zastava je od iznimne važnosti za hrvatske kampove koji se ističu kvalitetom i čistoćom mora, sigurnošću i uređenjem plaže te se dodjeljuje svake godine.⁹⁶

Kamp Omišalj otvoren je tijekom cijele godine za goste, a svojom raznovrsnom ponudom nastoji zadovoljiti i nadmašiti očekivanja gostiju.

⁹⁴Prema: Camping Omišalj.hr raspoloživo na <https://www.campingomisalj.com/hr/> 12.ožujak 2023.

⁹⁵Camping Omišalj raspoloživo na <https://www.campingomisalj.com/hr/kamp-omisalj/plaza/> 1.lipanj 2023.

⁹⁶ Prema Camping.hr (Internet) raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/nagrade-kampova#plava-zastava> 12.ožujak 2023.

Ponuda kampa uključuje trgovinu mješovite robe i trgovinu koja sadrži potrebnu opremu za kamping, glamping i morske aktivnosti.

U kampu je omogućen najam plovila te se ondje nalaze punionica za električne automobile i mini zoo.⁹⁷ Osim toga, ponudu kampa upotpunjuju brojne rekreativne aktivnosti kao što su sportovi na vodi, golf, joga i pilates, animacijski sadržaji za djecu, sportska natjecanja te glazbene večeri.⁹⁸ Gastronomsku ponudu kampa Omišalj čine restoran Maris, Pool Bar i taverna Timun u čijoj se blizini nalazi Grill zona Plavi pingvin.⁹⁹

Prema ocjenama s Booking.com-a za Camping Omišalj zabilježene su sljedeće ocjene:¹⁰⁰ osoblje (8,8), sadržaji (9,0), čistoća (9,2), udobnost (9,2), vrijednost za novac (8,4), lokacija (8,8) i besplatni Wifi (8,1). Maksimalna ocjena za navedene kategorije je 10. Prosječna ocjena kampa Omišalj prema prikazanim kategorijama iznosi 9 što je odraz zadovoljstva gostiju ovim objektom koji su najvišim ocjenama ocjenili kategorije čistoća i udobnost što je odraz visoke razine kvalitete kampa.

⁹⁷Prema: Camping Omišalj.hr raspoloživo na <https://www.campingomisalj.com/hr/kamp-omisalj/ponuda-kampa/> 17.veljače 2023.

⁹⁸Prema: Camping Omišalj.hr raspoloživo na <https://www.campingomisalj.com/hr/kamp-omisalj/animacija-i-sport/> 17.veljače 2023.

⁹⁹Prema: Camping Omišalj.hr raspoloživo na <https://www.campingomisalj.com/hr/kamp-omisalj/gastronomija/> 17.veljače 2023.

¹⁰⁰ Booking.com raspoloživo na https://www.booking.com/hotel/hr/kamping-omisalj.hr.html?aid=304142&label=gen173nr-1FCAEoggI46AdIM1gEaGWIAQGYARC4ARfIAQzYAOH4AQyIAgGoAgO4ArSvgaIGwAIB0gIkYjdlOWUwZjltZWY2Ny00ODVILWlyMzMtMzRkMWIzZDI5N2Nm2AIG4AIB&sid=45bb57afd6804fc66c4e41a8e5d6aec&all_sr_blocks=371166203_363983111_4_0_0;checkin=2023-05-23;checkout=2023-05-26;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=371166203_363983111_4_0_0;hp_os=1;matching_block_id=371166203_363983111_4_0_0;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=distance_from_search;sr_pri_blocks=371166203_363983111_4_0_0_31295;srpoch=1681982593;srpvid=dabe41ff5a7701a3;type=total;ucfs=1&#tab-reviews 19.travanj 2023.

Zaključak

Kvaliteta predstavlja ispunjenje zahtjeva gosta i usklađenost zahtjeva s pruženom uslugom ili proizvodom. Kvaliteta usluge koja se pruža u ugostiteljskom objektu od iznimne je važnosti za uspješno poslovanje jer utječe na zadovoljstvo gosta.

Preferencije gostiju tijekom godina bile su podložne promjenama te se danas sve veći broj gostiju okreće aktivnoj vrsti odmora koja podrazumijeva boravak na otvorenom u prirodi što je rezultat sve većeg interesa gostiju za kamping turizmom. Ta činjenica razlog je potrebe za neprestanim ulaganjem u kamping turizam kao i njegov novi oblik, a to je glamping.

S ciljem utvrđivanja trenda broja dolazaka, noćenja i broja mjesta za kampiranje iz skupine Kampovi u razdoblju od 2015. godine do 2022. godine, provedena je njihova usporedba. Na temelju dobivenih podataka ustanovljen je porast broja dolazaka (24%), noćenja (21%) i mjesta za kampiranje (13%) u 2022. godini u odnosu na 2015. godinu. Prema usporedbi Hrvatske i ostalih zemalja Mediterana, Španjolska se ističe brojem dolazaka, a Italija brojem noćenja i mjestima za kampiranje. Unatoč tome Hrvatska se ističe brojem dolazaka i noćenja za skupinu Kampovi koji zauzimaju najveći udio u ukupnom broju svih dolazaka i noćenja u odnosu na ostatak zemalja Mediterana. Najveći broj kampova smješten je u priobalnom dijelu Hrvatske od čega su 28% kampova u Istarskoj županiji, 19% u Zadarskoj i 17% u Primorsko-goranskoj županiji. Pored navedenog, u Istarskoj županiji nalazi se i najveći broj kampova iz kategorije četiri zvjezdice (38%) i pet zvjezdica (5%). Najmanji broj kampova nalazi se kontinentalnom dijelu Hrvatske. Jamstvo kvalitete predstavljaju oznake i priznanja za kvalitetu čiji su nositelji brojni kampovi u Hrvatskoj. U radu su prikazane tri oznake kvalitete i tri primjera dobre prakse, kampovi koji su dobitnici navedenih oznaka. To su: Falkensteiner Premium Camping Zadar (dobitnik oznake kvalitete Croatia's Best Campsites), Kamp Vita (dobitnik oznake kvalitete OK Mini Camps) i Kamp Omišalj (dobitnik oznake kvalitete Turistički cvijet).

S obzirom da su nositelji brojnih oznaka za kvalitetu, primjer su kako postići i unaprijediti kvalitetu svojih usluga što rezultira zadovoljstvom gostiju.

Literatura

KNJIGE

1. Avelini Holjevac, I.: *Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2002.
2. Bauer, J.E., Duffy, G.L., Wescott, R. T.: *The quality improvement handbook*, ASQ Quality Press, Milwaukee, WI, 2002.
3. Buntak, K. i sur.: *Kvaliteta i sustavi upravljanja kvalitetom*, Sveučilište u Zagrebu, 2021.
4. Crosby, P.B.: *Kvaliteta je besplatna*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1980.
5. Cvelić Bonifačić, J.: *Kamping-osnove hrvatskog i europskog kamping turizma*, Kamping udruženje Hrvatske, Poreč, 2012.
6. Grbac, B., Meler, M.: *Realizacija poslovne ideje: Od ideje do proizvoda/usluge*, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetnika, Biblioteka Marketing za poduzetnike, Zagreb, 2007.
7. Gryna, F.M., Juran, J. M.: *Planiranje i analiza kvalitete, Od razvoja do upotrebe*, MATE, Zagreb, 1999.
8. Horst, N.: *Kamp budućnosti, vodič za planiranje , obnovu, modernizaciju i upravljanje kampom budućnosti*, Kamping udruženje Hrvatske Porel, IGL Salzburg, AS Press Ljubljana, Poreč, 2011.
9. Hoyle, D.: *Quality Management Essentials*, Elsevier Limited, SAD, 2007.
10. Klaus, P.G.: *Quality epiphenomenon: the conceptual understanding of quality in face to face service encounters*, in *The Service Encounter* (edited by J. Czepiel, M. Solomon, C. Surprenant) Lexington Books, Lexington, 1985.
11. Kondić, Ž. i sur. : *Kvaliteta 1*, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, SFSB, Sveučilište Sjever Sveučilište u Rijeci, Varaždin, 2018.
12. Kotler, P., Brown, J.T., Makens, J.: *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*, Mate d.o.o., Zagreb, 2010.
13. Kotler, P., Wong, V., Saunders J., Armstrong, G.: *Osnove marketinga*, Mate, Zagreb, 2006.
14. Kušen, E.: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb, 2002.
15. Lazibat, T.: *Upravljanje kvalitetom*, Znanstvena knjiga, Zagreb, 2009.
16. Mitra, A.: *Fundamentals of Quality Control and Improvement*, Auburn University, College of Business, Auburn, Alabama, 2016.
17. Oakland, J.S.: *Total Quality Management – The route to improving performance*, Second Edition, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1993.

18. Rocco, F.: *Rječnik marketinga*, Masmedia, Zagreb, 1993.
19. Skoko, H.: *Upravljanje kvalitetom*, Sinergija, Zagreb, 2009.
20. Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: *Upravljanje kvalitetom*, Ekonomski fakultet Split, 2010.

ČLANCI

1. Brochado, A., Pereira, C.: Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, No.17, 2017., str.77.-83.)
2. Cerović, Z.: Innovative management of camping accommodation, *Horizons – International scientific journal series A – Social and humanitarian sciences*, Vol.13, 2014., str.55.-69.
3. Cerović, Z., Cvelić Bonifačić, J., Grudić Kvasić, S.: Managing the quality of camping offer, *Economic and Social Development, 7th International Scientific Conference*, New York City, 2014., str.62.-71.
4. Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G., Goudas, M. : The factors for evaluating service quality in athletic camps: A case study, *European Sport Management Quarterly*, Vol.4, No.1, 2004., str.22.-35.
5. Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., Vrtodušić Hrgović, A.M.: Differences in Perceived Campsite and Destination Quality: Managers vs. Guests, 8th *International Scientific Symposium "Economy of Eastern Croatia - Vision and Growth"* Leko Šimić, Mirna i Crnković, Boris (ur.); Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics Osijek, 2019., str.681.-691.
6. Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I.: Management of Competitiveness in camping: Trends in Internet use, *Informatologia*, Vol.46, No.1, 2014.,str.8.-16.)
7. Eremić, G.: Novi trendovi kamping turizma – glamping i obiteljski kampovi, *Geoadria*, Vol.26, No.1, 2021., str.59.-82.
8. Grönroos C., A service quality model and its marketing implications, *European Journal of marketing*, Vol.18, No.4, 1984., str.36.-44.
9. Hardy, A., Kirkpatrick, B.J.: Exploring the attitudes and behaviours of recreational vehicle users, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 18, 2017., str.100.-104.
10. Mackay, K.J., Crompton, J.L.: A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality, *Leisure Studies*, Vol.7, No.1, 1988., str.40.-49.
11. Marković, S., Regent Turkalj, I., Racz, A.: Istraživanje razlika između percepcije i očekivanja korisnika zdravstvenih usluga, *Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti*, Vol.5 No.1, 2019., str.41.-59.

12. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L.: A conceptual model of service quality and its implications for future research, *The Journal of Marketing*, Vol.49, No.4, 1985., str.41.-50.
13. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L., Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, 1988., str.12.-37.
14. Rudančić, A., Kulić, K.: Kamping turizam u ulozi stvaranja konkurentnosti hrvatskog turizma, *Acta Economica et Turistica*, Vol.6, No.1-2, 2021., str.25.-40.
15. Sauerwein, E. i sur.: The Kano model: How to delight your customers, *International Working Seminar on Production Economics*, Vol.1, No.4, str.313.-327.
16. Sisek, B., Pavković, Ž.: Upravljanje kvalitetom u državnoj upravi, *Poslovna izvrsnost*, Vol. 2, No.1, 2008., str.83.-95.
17. Vrtodušić Hrgović, A.M.: Upravljanje potpunom kvalitetom u hotelskoj industriji, *Tourism and Hospitality management*, Vol.11, No.1, 2005., str.121.-133.
18. Vrtodušić Hrgović, A.M., Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I., Dimensions of Service Quality in Glamping, *5th International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe, "Creating Innovative Tourism Experiences - The Way to Extend the Tourist Season"*, Opatija, Vol.5 2019., str.773.-785.

IZVORI:

1. *Adac-camping.de* raspoloživo na <https://www.adac-camping.de/insights/pincamp-price-analysis-2023-camping-holidays-will-become-seven-per-cent-more-expensive-on-average-but-will-remain-a-cheap-form-of-holiday/?lang=en> 20.srpanj 2023.
2. *Arenacampsites.com* raspoloživo na <https://www.arenacampsites.com/hr/novosti/croatias-best-campsites> 15.veljače 2023.
3. *Biser Zagorja* raspoloživo na <https://www.biserzagorja.hr/apartmani-zagorje/glamping-village-terme-tuhelj> 20.srpanj 2023.
4. *Booking.com* raspoloživo na https://www.booking.com/hotel/hr/falkesteiner-premium-camping-zadar.hr.html?aid=304142&label=gen173nr-1FCAEoggI46AdIM1gEaGWIAQGYARC4ARfIAQzYAQH0AQH4AQyIAgGoAgO4ArSvgaIGwAIB0gIkYjdlOWUwZjltZWY2Ny00ODVILWlyMzMtMzRkMWIzZDI5N2Nm2AIG4AIB&sid=45bb57afd6804fc66c4e41a8e5d6aec&all_sr_blocks=454259101_352465506_0_0_0;checkin=2023-05-23;checkout=2023-05-26;dest_id=4542591;dest_type=hotel;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=454259101_352465506_0_0_0;hpos=1;matching_block_id=454259101_35

2465506 0 0 0;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=454259101_352465506_0_0_0_51804;sreepoch=1681938378;srpvid=4f0a9464778c016e;type=total;ucfs=1&#tab-reviews,
[19.travanj 2023.](https://www.booking.com/hotel/hr/glamping-village-terme-tuhelj.hr.html?aid=304142&label=gen173nr-1FCAEoggI46AdIM1gEaGWIAQGYARC4ARfIAQzYAOHQHoAQH4AQyIAgGoAgO4ArSvgaIGwAIB0gIkYjdlOWUwZjltZWY2Ny00ODVILWYyMzMtMzRkMWIzZDI5N2Nm2AIG4AIB&sid=45bb57afd6804fc66c4e41a8e5d6aecd&all_sr_blocks=653420301_353586757_2_1_0;checkin=2023-05-23;checkout=2023-05-26;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=653420301_353586757_2_1_0;hpos=1;matching_block_id=653420301_353586757_2_1_0;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=distance_from_search;sr_pri_blocks=653420301_353586757_2_1_0_55820;sreepoch=1681980731;srpvid=d72d3e5cf830012c;type=total;ucfs=1&#tab-reviews,

<a href=)

5. *Camping.hr* raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/nagrade-kampova#plava-zastava> 12.ožujak 2023.
6. *Camping Omišalj.hr* raspoloživo na <https://www.campingomisalj.com/hr/> 12.ožujak 2023.
7. *Camping.luxury.hr* raspoloživo na <https://www.campings.luxury/hr-hr/hrvatska/krapinsko-zagorska/tuhelj/kamp-vita/1-3915339> 20.srpanj 2023.
8. *Državni zavod za statistiku* raspoloživo na <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29492> 12.ožujak 2022.
9. *Eurostat.eu* raspoloživo www.ec.europa.eu na 7.rujan 2020.
10. *Falkensteiner Premium Camping Zadar* raspoloživo na <https://www.falkensteiner.com/hr/premium-camping-zadar> 8.ožujak 2023.

11. *Glamping.com* raspoloživo na <https://www.glamping.com/12.ožujak> 2023.
12. *Hrvatska gospodarska komora* raspoloživo na <https://hgk.hr/turisticki-cvijet-kvaliteta-za-hrvatsku/turisticki> 12.ožujak 2023.
13. *Jutarnji.hr* raspoloživo na <https://www.jutarnji.hr/like-putovanja/aktualno/veliko-priznanje-falkensteineru-najprestiznije-camping-nagrade-ponovo-u-zadru-15207730> 8.ožujak.2023.
14. *Kamping udruženje Hrvatske* raspoloživo na <https://www.camping.hr/hr/kampovi/falkensteiner-premium-camping-zadar> 8.ožujak.2023.
15. *Ministarstvo turizma i sporta*, Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj raspoloživo na <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516> 12.ožujak 2022.
16. *Terme-tuhelj.hr* raspoloživo na <https://www.terme-tuhelj.hr/hr/smjestaj/avtokamp-vita> 17.veljače 2023.
17. *Turizam.info* raspoloživo na <https://issuu.com/turizaminfo/docs/turizaminfo92/s/17791575> 20.travanj 2023.

OSTALI IZVORI

1. *Croatia' Best Campsites brošura* raspoloživo na <file:///C:/Users/Antonela/Downloads/Best-Campsites-ENG.pdf> 8.ožujak 2023.
2. *OK Mini Camps brošura 2022.* Raspoloživo na <https://www.camping.hr/cmsmedia/dokumenti/OK-Mini-Camps-2022-ENG.pdf> 12.ožujak 2023.
3. *Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi*, (2016.) NN.54/2016
4. *Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi*, (2019.), NN 68/2019
5. *Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti*, NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 42/20, 126/21
6. *Hrvatski zavod za norme, Sustav upravljanja kvalitetom - Temeljna načela i terminološki rječnik ISO 9000:2015*, peto izdanje, 2015.
7. *Hrvatski zavod za norme, Sustavi upravljanja kvalitetom – Temeljna načela i terminološki rječnik, HRN EN ISO 9000:2015*, peto izdanje, svibanj 2017.

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1.	Definicije kvalitete gurua kvalitete	4
Tablica 2.	Sličnosti i razlike između smještajnih jedinica u kampu – kamp mjesto i kamp parcela	11
Tablica 3.	Prikaz broja dolazaka, noćenja i broja mjesta za kampiranje iz skupine Kampovi za razdoblje od 2015. do 2022.godine	13
Tablica 4.	Usporedba broja dolazaka, noćenja i broja postelja iz skupine Kampovi u Hrvatskoj s ostalim zemljama Mediterana (Italija, Grčka, Portugal i Španjolska) za 2021.godinu	14
Tablica 5.	Obilježja tradicionalnog i suvremenog kamping turizma	16
Tablica 6.	Prosječna cijena kampiranja u Europi (2023.godina)	17
Tablica 7.	Kategorizacija kampova prema županijama u Republici Hrvatskoj za 2023.godinu	20
Tablica 8.	Struktura kampova prema kategoriji – oznaka kvalitete Croatia's Best Campsites za 2022. i 2023. Godinu	24
Tablica 9.	Popis kampova prema regijama – oznaka kvalitete Croatia's Best Campsites (2023.godina)	25
Tablica 10.	Struktura kampova prema kategoriji – oznaka kvalitete OK Mini Camps prema podacima (2022.godina)	29
Tablica 11.	Popis kampova prema regijama – oznaka kvalitete OK Mini Camps (2022.godina)	29
Tablica 12.	Struktura kampova prema kategoriji – oznaka kvalitete Turistički cvijet (2022.godina)	32
Tablica 13.	Popis kampova prema kategoriji s oznakom kvalitete Turistički cvijet (2022.godina)	33