

KAMPING TURIZAM S POSEBNIM OSVRTOM NA "PLAVU LAGUNU D. D." "

Maletić, Paula

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:072962>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-05**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA**

Paula Maletić

**KAMPING TURIZAM S POSEBNIM OSVRTOM NA „PLAVU
LAGUNU d.d.“**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2018.

Paula Maletić

**KAMPING TURIZAM S POSEBNIM OSVRTOM NA „PLAVU
LAGUNU d.d.“**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma
Mentor: dr.sc. Mateja Petračić, viši predavač
Broj indeksa autora: 0618612006

Karlovac, rujan 2018.

SAŽETAK

Razvoj turizma 20. stoljeća snažno je obilježio kamping turizam koji je bio jedan od najsnažnijih čimbenika omasovljenja turističkih putovanja. Kamping turizam jedno je vrijeme smatran kao „siromašni“ turizam čime je zanemarena njegova dimenzija te sam značaj za turizam destinacija i država. Zanemareni su također postojanost i lojalnost kamping potražnje, kao i činjenica da je kampiranje u današnje vrijeme postalo jedan oblik životnog stila. Kampiranje je stil koji označava slobodu, uživanje u prirodi, druženje s ljudima, poštivanje jednostavnosti i neposrednosti, ali bez odricanja od svih uobičajenih civilizacijskih stečevina.

Danas u Hrvatskoj imamo sve veću turističku ponudu i turističku potražnju za kamping turizmom. Zbog bogate i raznolike prirodne i kulturne baštine, Hrvatska je vrlo pogodna za ostvarenje kamping turizma koji je postao jedan od nositelja turističke ponude.

Ključne riječi: Kamping turizam, kampiranje, turizam, SWOT analiza, Plava Laguna

SUMMARY

The tourism development of the 20th century was strongly marked by the camping tourism, which was one of the most powerful factors in the development of tourist travel. Camping tourism has been considered a "poor" tourism for a while, which has neglected its dimension and importance for tourism destinations and states. Also, neglected were the loyalty and loyalty of camping demands, as well as the fact that camping has become a form of lifestyle in modern times. Camping is a style that indicates freedom, enjoyment of nature, socializing with people, respect for simplicity and immediacy, but without renunciation of all common civilization acquisitions.

Today in Croatia we have an increasing tourist offer and tourism demand for camping tourism. Due to the rich and diverse natural and cultural heritage, Croatia is very suitable for the realization of camping tourism which has become one of the providers of tourist offerings.

Keywords: camping tourism, camping, tourism, SWOT analysis, Plava Laguna

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1.Predmet i cilj rada	1
1.2.Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.3.Struktura rada.....	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE KAMPING TURIZMA	3
2.1.Vrste kampova	3
2.1.1. Kamp.....	4
2.1.2. Kamp naselje.....	5
2.1.3. Kamp odmorište.....	6
2.1.4. Kampiralište.....	7
2.2. Smještajne jedinice u kampovima	7
2.3. Kategorizacija kampova.....	8
3. POVIJESNI RAZVOJ KAMPING TURIZMA	10
3.1.Razvoj kamping turizma u Republici Hrvatskoj.....	12
3.2.Trendovi u razvoju kamping turizma.....	13
3.2.1. Kamperizam.....	14
3.2.2. Glamping.....	15
3.2.3. Mobilne kućice.....	15
4. TURISTIČKI PROMET I KAPACITETI U KAMPOVIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	17
5. „PLAVA LAGUNA d.d.“	21
5.1.Kamp „Bijela Uvala“	21
5.2.Kamp „Zelena Laguna“	28
5.3.Kamp „Puntica“	34
5.4.Komparativna analiza kampova „Plava Laguna d.d.“	38
5.5.SWOT analiza kampova „Plava Laguna d.d.“	39
5.6.Smjernice za budući razvoj turizma u kampovima „Plava Laguna d.d.“	43

6. ZAKLJUČAK	45
POPIS LITERATURE	46
POPIS TABLICA.....	47
POPIS SLIKA	48

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je kamping turizam s posebnim osvrtom na „Plavu Lagunu d.d.“. Cilj rada je pobliže objasniti sam pojam kamping turizma, njegove smještajne jedinice te kada se počeo javljati u svijetu i u Republici Hrvatskoj. Kroz rad su analizirana tri kampa u sklopu „Plave Lagune d.d.“.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

U svrhu boljeg razumijevanja tematike, podaci za izradu završnog rada prikupljeni su iz stručne literature, članaka i sa Internetskih stranica. Rad se bavi istraživanjem, proučavanjem i analiziranjem već postojećih (sekundarnih) podataka. Kako bi se što točnije interpretirali podaci, korištene su različite znanstvene metode: metoda deskripcije, metoda komparacije, metoda analize i sinteze, povijesna metoda, metoda indukcije i metoda dedukcije.

1.3. Struktura rada

Završni rad podijeljen je u 6 velikih poglavlja. Rad započinje uvodom, u drugom poglavlju navedene su definicije kamping turizma, njegove podjele prema različitim kriterijima, te smještajne jedinice i kategorizacija kampova u Republici Hrvatskoj. Treće poglavlje obuhvaća razvoj kamping turizma u svijetu, razliku između tradicionalnog i suvremenog kampinga te razvoj kamping turizma u Hrvatskoj. Navedeni su trendovi u razvoju kamping turizma- kamperizam, glamping i mobilne kućice. Turistički promet i kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj obrađeni su u četvrtom poglavlju. U tom poglavlju kroz tablice je prikazana struktura smještajnih kapaciteta, dolazaka i noćenja po vrstama objekata u 2016. godini; dolasci i noćenja u kampovima stranih i domaćih turista od 2013. do 2017. godine; te komparativna tablica s dolascima i noćenjima turista u kampovima od siječnja do srpnja 2017. i 2018. godine. Praktični dio rada započinje u petom poglavlju pod nazivom „Plava Laguna d.d.“. Detaljno su analizirana tri kampa koja se nalaze u

grupaciji „Laguna Poreč d.d.“, a to su kamp „Bijela Uvala“*****, kamp „Zelena Laguna“*****, te kamp „Puntica“*****, te je na kraju napravljena komparativna analiza istih. Peto poglavlje je zaokruženo SWOT analizom kampova „Plava Laguna d.d.“, te smjericama za budući razvoj turizma u kampovima „Plave Lagune d.d.“. Rad završava zaključkom, popisom literature i popisom tablica i slika.

2. POJMOVNO ODREĐENJE KAMPING TURIZMA

Povijesno, kamp je najprije označavao prostor na kojem su logorovale rimske legije tijekom vojnih pohoda, pa je i sama riječ campus latinskog podrijetla i znači ravnicu, poljanu.¹

Prema EUROSTAT-u (Statističkom uredu Europske unije), kamp je kolektivna vrsta smještaja koja se nalazi u ograđenom prostoru za šatore, kamp-prikolice i autodomove gdje se mogu pružati određene turističke usluge. U Republici Hrvatskoj kampiranje je propisano kroz nekoliko propisa. Prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“ kampovi su definirani kao poslovno funkcionalne cjeline koje se sastoje od:²

1. uređenog prostora na otvorenom, namijenjenog za pružanje usluga smještaja na otvorenom (kampiranje),
2. različitih građevina namijenjenih za smještaj gostiju,
3. različitih građevina namijenjenih za druge potrebe gostiju.

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti kampiranje definira kao boravak gosta pod šatorom, u kamp kućici, kamp- prikolici, pokretnoj kućici, autodomu i drugoj odgovarajućoj opremi za smještaj na otvorenom prostoru u vrstama ugostiteljskih objekata iz skupine „kampovi“ i u kampovima u domaćinstvu i na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

2.1. Vrste kampova

Kampovi se mogu razvrstati prema raznim kriterijima. U tom slučaju može se nabrojati impresivan broj njihovih vrsta:³

1. u odnosu na „dress code“, kampovi mogu biti naturistički i tekstilni,
2. u odnosu na lokaciju: planinski, gradski, morski, uz jezera, rijeke, itd.,
3. u odnosu na pretežitost klijentele: dječji, sportski, planinski, obiteljski, seniorski,
4. i druge vrste, u odnosu na druge kriterije.

¹ Čorak S., Mikačić V.: **Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno**, Institut za turizam, Zagreb 2006, str. 66.

² Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“, NN br. 75/88, čl. 2. (14.08.2018.)

³ Cvelić Bonifačić J.: **Kamping: Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma**, KUH, Poreč 2011., str. 25.

Podjela kampova prema zakonskoj regulativi Hrvatske:⁴

1. kampovi iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“,
2. kampovi u domaćinstvu,
3. kampovi u seljačkom domaćinstvu,
4. privremeno- povremeno kampiralište.

Kampovi iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“:⁵

1. kamp,
2. kamp naselje,
3. kampiralište,
4. kamp odmorište.

U nastavku rada slijedi kratak opis kampova iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“.

2.1.1. Kamp

Kamp je objekt u kojem se gostima pružaju usluge: kampiranja (smještaja na uređenom prostoru na otvorenom- kamp mjestu i/ili kamp parceli), smještaja u građevinama (u kućicama u kampu, bungalovima i slično), druge ugostiteljske usluge, ostale usluge u funkciji turističke potrošnje te mogućnost bavljenja športom i/ili drugim oblicima rekreacije na prostoru na otvorenom u kampu ili u blizini kampa.⁶ Prema Pravilniku, najmanje 70% kapaciteta treba sadržavati osnovne smještajne jedinice (kamp mjesto i/ili kamp parcelu), a najviše 30% smještajnih jedinica od ukupnog kapaciteta može biti u građevinama.

Kamp mora imati:⁷

1. recepciju- unutar Kampa ili na/ispred ulaza u Kamp,
2. najmanje 10 smještajnih jedinica, koje sve mogu biti kamp parcele,
3. zajedničke sanitarne čvorove i sanitarne elemente za goste,

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

⁶ Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“, NN br. 75/88, čl. 6. (14.08.2018.)

⁷ Ibid., čl. 6. (14.08.2018.)

4. druge građevine s uređajima i opremom potrebnima za kampiranje gostiju i pružanje ostalih obvezatnih usluga u Kampu,
5. iznimno, Kamp koji se kao vrsta nalazi u Turističkom naselju, u blizini Turističkih apartmana i/ ili Marine, ne mora imati zasebnu recepciju, već recepciju može koristiti zajedno s tim objektima.

Istim Pravilnikom određeno je da od ukupnog kapaciteta kampa izraženog brojem smještajnih jedinica najmanje 50% kapaciteta mora biti osigurano za korištenje pokretne opreme za kampiranje u posjedu gosta. Na smještajnim jedinicama namijenjenim za smještaj u pokretnoj opremi za kampiranje u posjedu gosta- kampista (šatori, kamp prikolice, pokretne kućice, autodom i sl.) dozvoljeno je postavljanje predulaza za pokretnu opremu (predšator) od prenosivog i sklopivog materijala (impregnirano platno, razne vrste plastičnog materijala i sl.).⁸ U kampu se mogu nalaziti i objekti iz skupine „hoteli“, ugostiteljski objekti za pripremu i usluživanje pića, napitaka i hrane, trgovački i slični objekti u funkciji turističke potrošnje (agencije, frizerski salon i drugo) koji su organizirani, ustrojeni i/ili posluju sukladno propisima koji se na njih primjenjuju odnosno sukladno posebnim propisima.⁹

2.1.2. Kamp naselje

Kamp naselje je objekt u kojem se gostima pružaju različite ugostiteljske usluge koje ispunjavaju uvjete sukladno propisima za vrstu kamp i neke od vrsta (jedne ili više vrsta ili više objekata jedne vrste): hotel, aparthotel, turističko naselje i turistički apartmani.¹⁰ Prema Pravilniku, u kamp naselju pružaju se ugostiteljske usluge za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka, te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje. U kamp naselju gostima mora biti osigurana mogućnost bavljenja sportom te drugim oblicima rekreacije. Upravljanje u kamp naselju obavlja jedan ugostitelj, bez obzira što se unutar kamp naselja nalaze i ostali poslovni objekti u kojima posluju druge pravne ili fizičke osobe u svrhu turističke potrošnje.

⁸ Ibid, čl. 6. (14.08.2018.)

⁹ Ibid, čl. 6. (14.08.2018.)

¹⁰ Ibid., čl. 7. (14.08.2018.)

Slika 1.: Kamp naselje



Izvor: Valamar-riviera, www.valamar-riviera.com (14.08.2018.)

Prema Pravilniku, 60% ukupnog kapaciteta kamp naselja mora biti u kampu, dok 40% kapaciteta može biti u građevinama iz skupine „Hoteli“. Sukladno odredbama Pravilnika o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“ kojima je propisana vrsta kamp, kamp naselje mora imati recepciju. Također, u zakonu je definirano da pojedini dijelovi kamp naselja mogu imati vlastitu recepciju u kojoj se usluge pružaju sukladno propisima po kojima je taj dio kamp naselja kategoriziran (na primjer: sukladno propisima za vrstu: hotel, aparthotel, turističko naselje ili turistički apartmani).

2.1.3. Kamp odmorište

Kamp odmorište je objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja za noćenje ili kraći odmor s vlastitom pokretnom opremom za kampiranje.¹¹ U kamp odmorištu se nalaze kamp mjesta, kamp parcele te odgovarajući sanitarni čvor, a usluga recepcije pruža se na zahtjev gosta. U kamp odmorištu ne mogu se pružati usluge prehrane, pića, napitaka i slastica.

¹¹ Ibid., čl. 9. (14.08.2018.)

2.1.4. Kampiralište

Kampiralište je objekt u kojem se gostu pružaju usluge kampiranja s pokretnom opremom za kampiranje u njihovom vlasništvu. Maksimalan broj osnovnih smještajnih jedinica u kampiralištu je 30 kamp mjesta i/ili kamp parcela, sanitarni čvor i pojedine sanitarne elemente za goste. Usluga recepcije pruža se isključivo na zahtjev gosta.

2.2. Smještajne jedinice u kampovima

Osnovne smještajne jedinice u/na kojima se gostima mogu pružati usluge kampiranja su:¹²

1. kamp mjesto,
2. kamp parcela.

Kamp mjesto je uređen, neomeđen i očišćen prostor za kampiranje koje ne mora biti označeno brojem.¹³

Kamp parcela je uređen, očišćen i omeđen prostor za kampiranje koji mora biti označen brojem. Opremljena je priključkom na struju i vodu, a može imati priključke na plin, odvod, kanalizaciju, SAT TV i internet.¹⁴ Veličina parcela ovisi o kategoriji kampa.

Smještajne jedinice u građevinama (u kućici u kampu, u bungalovu ili sl.):¹⁵

1. soba,
2. studio apartman,
3. apartman,
4. prostorija za spavanje,
5. spavaonica.

U Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova definirano je da se u kampu mogu nalaziti objekti iz skupine „hoteli“, ugostiteljski objekti za pripremu i usluživanje pića, napitaka i hrane, te trgovački i slični objekti u funkciji turističke potrošnje koji posluju sukladno propisima.

¹² Ibid., čl. 5. (14.08.2018.)

¹³ Cvelić Bonifačić J.: **Kamping: Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma**, KUH, Poreč 2011., str. 21.

¹⁴ Ibid., str. 22.

¹⁵ Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“, NN br. 75/88, čl. 5. (14.08.2018.)

2.3. Kategorizacija kampova

Kampovi u Republici Hrvatskoj kategorizirani su s dvije do pet zvjezdica, a po standardima su veoma slični onima u Europi.

Kriteriji koji se uzimaju u obzir prilikom kategorizacije kampova su:¹⁶

- pristup i ulaz u kamp- uređenost prilaznih cesta, jedan ili dva ulaza, osvjetljenost u noćnim satima, rampa na ulazu kampa, itd.,
- recepcija kampa- grijana ili klimatizirana recepcija, služe li se zaposlenici stranim jezicima, mogućnost upotrebe telefona, interneta, prve pomoći, postoje li brošure i informacije o dodatnoj ponudi regije, vizualni dojam recepcije, itd.,
- cestovna infrastruktura kampa- sve parcele i kamp mjesta lako dostupna i povezana putovima, jesu li putovi noću osvjetljeni,
- kamp mjesta/ parcele- uredno pripremljene i označene, odgovarajuće veličine, s parkirnim mjestom, opremljenost priključcima za struju, vodu, odvod, itd.,
- sanitarije- broj sanitarnih čvorova u skladu s veličinom kampa, dostupnost tople vode, tuševa, popločenost podova i zidova, električne utičnice za brijače aparate, ogledala, držači za ručnike, police... Nadalje, kvalitetna ventilacija sanitarnih prostora, prikladno osvjetljenje, opće stanje i čistoća sanitarnog prostora, itd.,
- praonica rublja- dostupnost i opće stanje prostora za pranje rublja,
- dječja igrališta- broj i veličina igrališta, količina sadržaja i dostupnih elemenata za igru,
- zona za roštilj- dostupnost zone za pripremanje roštilja, usuglašenost sa zdravstvenim i sigurnosnim standardima (prevencija požara),
- sakupljanje otpada- dostupnost kontejnera i mjesta za prikupljanje smeća, ekološko odvajanje otpada, itd.,
- opće karakteristike kampa- uklopljenost u prirodno okruženje (šuma, travnjak...), čistoća plaže ako kamp njome raspolaže, održavanje opreme za kampiranje unutar kampa (mobilne kućice, kućice za najam...) itd.

Razvrstavanje odnosno razvrstavanje i kategorizacija kampova provodi se: primjenom Zakona o općem upravnom postupku, uvidom i analizom podnietog zahtjeva i priloženih

¹⁶ Camping.hr: <https://www.camping.hr/hr/kampiranje-hrvatska/kamp-kategorije> (14.08.2018.)

dokaza, utvrđivanjem činjenica u objektu s obzirom na postavljeni zahtjev te na utvrđeno činjenično stanje primjenom: materijalnog zakona, ovog Pravilnika te slijedom ovog Pravilnika i drugih propisa, kojima su propisane pojedine vrste ugostiteljskih objekata.¹⁷ Očevid u kampovima koji se kategoriziraju obavljaju povjerenstva Ministarstva koja sačinjavaju najmanje dva člana koja imenuje ministar.

Slika 2.: Grafička rješenja standardiziranih ploča za pojedine vrste kampa



Izvor: Narodne novine, <https://narodne-novine.nn.hr/> (14.08.2018.)

Na slici su prikazana grafička rješenja standardiziranih ploča za označavanje vrste i kategorije kampova. Dimenzije metalnih ploča (podloga je srebrno- metalne boje) su 30x30 cm, te je na svakoj ispisan naziv vrste, simbol šatora, simbol autodoma i oznaka kategorije (zvjezdice) u tamnozelenoj boji. U donjem dijelu ploče ispisan je tekst: Republika Hrvatska; Ministarstvo turizma, također u tamnozelenoj boji. Donositelj grafičkog rješenja je Ministarstvo turizma.

¹⁷ Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine “Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj”, NN br. 75/88, čl. 54. (14.08.2018.)

3. POVIJESNI RAZVOJ KAMPING TURIZMA

Na razvoj kamping turizma u svijetu utjecalo je nekoliko činitelja: razvijanje svijesti o potrebi provođenja odmora u prirodi, mogućnost korištenja šatora prilikom tog boravka, razvoj bržih i udobnijih prijevoznih sredstava te pojava posebnih organizacija koje su poticale takva putovanja, a nešto kasnije i pojava specijalnih rekreacijskih vozila namijenjenih kampistima.¹⁸

Odmorišno kampiranje pojavilo se na britanskom otočju 1900-tih godina kada je Englez Robert Baden-Powell organizirao prvo rekreativno kampiranje. On je 1907. godine organizirao višednevni izlet s noćenjem u šatorima na otok Brownsea, na kojem je sudjelovalo dvadesetak izviđača. Osnivačem modernog odmorišnog kampiranja smatra se Amerikanac Thomas Hiram Holding, koji je 1908. godine izdao Priručnik za kampiste, na osnovi vlastitog iskustva s kampiranja u škotskim planinama.¹⁹ Također je zaslužan za osnivanje prve organizacije u svijetu koja je zastupala interese kampista i poticala takav način rekreacije- Udruge kampista, koja je osnovana 1901. godine u Londonu.²⁰ Snažan utjecaj razvoju kamping turizma dao je razvoj biciklizma, automobilizma i motociklizma te pojava posebnih rekreacijskih vozila proizvedenih specijalno za kampiste. Posebice je značajnu ulogu u razvoju imao Amerikanac Henry Ford koji je 1908. godine pokrenuo masovnu proizvodnju automobila te omogućio brže i udobnije putovanje, što je veoma važno za kampiste, koji su više od ostalih turista orijentirani na cestovni prijevoz.

Zbog mnogobrojnih nedostataka šatora kao opreme za kampiranje, kampisti su se počeli koristiti kamp- prikolicama koje su bile pričvršćene za automobile. Kamp prikolice su bile daleko bolje opremljene, komfornije i udobnije od šatora. Glavni nedostatak kamp-prikolica bilo je teško upravljanje, pa je tijekom vremena pokrenuta proizvodnja specijalnih vozila (kombija) za kampiste s kojima su se olakšala putovanja i potaknula su dinamičan razvoj kamping turizma.

¹⁸ Čorak S., Mikačić V.: **Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno**, Institut za turizam, Zagreb 2006, str. 68.

¹⁹ Ibid, str. 69

²⁰ Ibid, str. 69.

Tablica 1.: Usporedba tradicionalnog i suvremenog kamping turizma²¹

	TRADICIONALNI KAMPING 1950.-1990.	SUVREMENI KAMPING od 1991. do danas
OBILJEŽJA KAMPINGA	jeftin način provođenja odmora	skup način provođenja odmora, pomalo elitan, hotelska industrija na otvorenom
OPREMA ZA KAMPIRANJE	jeftina oprema, šator ili kamp- prikolica, sva oprema se kupuje kod kuće i vozi sa sobom	skupa specijalna oprema, vrhunski tehnički i tehnološki dobro opremljen luksuzni i komforni autodom ili pokretna kućica, šator postavljen u kampu za najam, oprema se donosi, ali i iznajmljuje u kampu
GOSTI KAMPA	brojne obitelji s malom djecom/ skupina prijatelja, mladi, masovno- svi turisti slabijeg materijalnog statusa	parovi/ s partnerom, obitelji, skupina prijatelja, srednja dob i mladi, određeni tržišni segmenti: bogatiji turisti, jako ekološki svjesni ili siromašnije obitelji i mladi
PONAŠANJE U KAMPU	naglašena socijalna dimenzija međusobnog druženja, pasivan odmor, kupanje i sunčanje	međusobno druženje, ali uz poštivanje privatnosti, aktivan odmor, sudjelovanje u raznim aktivnostima i sadržajima boravka u destinaciji

Izvor: Čorak S., Mikačić V.: Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno, Institut za turizam, Zagreb 2006.

U tradicionalnom kamping turizmu glavna kamperska oprema bio je šator, koji je za turiste bio cjenovno vrlo prihvatljiva vrsta smještaja. U tom razdoblju najviše su kampirali mladi ljudi, brojne obitelji s mladom djecom, pretežno turisti slabijeg materijalnog statusa. Glavni

²¹ Ibid, str. 70.

motivi takvih putovanja bila je želja za boravkom u prirodi, osjećaj slobode i nespitanosti te želja za druženjem.

Danas je kampiranje u određenoj mjeri i u razvijenim turističkim zemljama prilično luksuzno (tehničko- tehnološki visoko razvijeni kamping turizam) gdje glavna vrsta smještaja postaje vrhunski dobro opremljen komforan klimatiziran automodom ili prostrana pokretna kućica sa svim uobičajenim aparatima od perilice rublja i posuđa do televizora, pa do telefonskog i modemskog priključka.²² Moderni kampist dovodi sa sobom vrhunsku tehnologiju, a ako se odluči za boravak u šatoru, radije ga iznajmi, pa makar platio više, nego da troši slobodno vrijeme na odmoru na njegovo postavljanje.²³ Suvremeni kampist i dalje želi aktivno boraviti u prirodi, s toga traži za sebe i svoje članove obitelji i/ili prijatelje kompleksne i raznovrsne programe boravka. Bez obzira što vole boraviti u društvu, traže određenu dozu privatnosti i zelenilom ograđen prostor u kampu.

3.1. Razvoj kamping turizma u Republici Hrvatskoj

Na teritoriju današnje Republike Hrvatske, kamping turizam se intenzivno počeo razvijati sredinom prošlog stoljeća. Prvi kampovi kod nas izgrađeni su prije II. svjetskog rata na otocima Krku i Rabu. Godine 1953. Prema Sladoljevu, Hrvatska kamping ponuda oslanjala se na ponudu 18 kampova, u kojima se dnevno moglo smjestiti oko 5,5 tisuća kampista.

Prvi inozemni gosti u kampovima bili su iz Njemačke i ondašnje Čehoslovačke, koji su tada ostvarivali 190 tisuća noćenja, pri čemu treba spomenuti da gosti iz tih zemalja i danas dominiraju u našim kampovima.²⁴ Začetnik kampiranja u Hrvatskoj bilo je studentsko društvo AMD "Sveučilište" koje je 1955. godine organiziralo prvi grupni izlet s kampiranjem u okolicu rijeke Krke.²⁵

Naši kampovi su 1960.-tih godina usmjerili su se na naturiste te su tržišno profitirali, bez obzira što je to u ono doba bilo avangardno u većini katoličkih zemalja u Europi. Prvi takav kamp u Europi koji se 1961. godine javno deklarirao kao takav bio je Istarski kamp Koversada iz Vrsara. Ubrzo nakon njegovog javnog deklariranja, pridružilo mu se nekoliko naših kampova, što je bila rijetkost u usporedbi s ostalim europskim turističkim receptivnim zemljama.

²² Ibid, str. 71.

²³ Ibid, str. 71.

²⁴ Ibid, str. 72.

²⁵ Ibid, str. 72.

3.2. Trendovi u razvoju kamping turizma

Kampiranju su skloniji Nizozemci, Danci, Francuzi, Norvežani i Nijemci; u kampove odlazi svaki treći punoljetni Nizozemac, svaki šesti Danac, svaki sedmi Francuz, te svaki osmi Nijemac i Norvežanin (ako se stavi u odnos broj njihovih odmorišnih putovanja u kampove prema Eurostatu u odnosu na broj punoljetnog stanovništva starijeg od 15 godina).²⁶ Ipak, usprkos jače izraženoj sklonosti kampiranju prisutnoj kod nekih Europljana, prema ukupnoj snazi emitivnog tržišta, iskazanoj ukupnim brojem putovanja u kampove (domaće i inozemne) tržišni lideri su Njemačka, Francuska, Nizozemska, Velika Britanija i Italija jer te zemlje generiraju 4/5 svih putovanja u kampove u Europu (uz napomenu da se takvi podaci ne prate u svim europskim zemljama).²⁷

Mediteran kao tradicionalna kamping destinacija kod Europljana dosegla je fazu zrelosti, pa čak stagnacije i pada u svom životnom ciklusu, pa se s toga potrebno na turističkom tržištu ogledati kroz promjenu stila kampiranja.

Posebno je prisutna „mobilhomizacija“ europskih kampova u smislu uvođenja sve većeg broja smještajnih jedinica s mobilnim kućicama, nekog od oblika bungalova ili montažnih vila.²⁸

Europski turistički mega trendovi raspoznaju se u kamping turizmu na sljedeći način:²⁹

- *globalizacija* u kamping industriji donosi promjene u tehnologiji, liberalizaciju roba i usluga i povećanu mobilnost. Globalizacija međutim, u europskom kampingu, može značiti izlazak na svjetsko tržište i konkurenciju s ostalim vrstama smještajnih objekata,
- *demografske promjene* do 2020. godine predviđaju više od 20% europske populacije starije od 65 godina, više slobodnog vremena i veću kupovnu moć. Turizam "sijede kose" kao trend ima odgovor u održivom razvoju koji daje značaj ljudskom kapitalu i snažno poštuje turizam prirodnih i kulturnih resursa,
- *dostupnost informacija*- internet, tražilice, mobilni telefoni, GPS i digitalna televizija daju mogućnost dostupnosti i transparentnosti informacija. Poduzetnici u kampingu koji su u pravilu "self made" trebaju veća znanja. Nameće se značaj kreiranja

²⁶ Čorak S., Mikačić V.: **Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno**, Institut za turizam, Zagreb 2006, str. 73.

²⁷ Ibid, str. 73.

²⁸ Gržinić J., Bevanda V.: **Suvremeni trendovi u turizmu**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., 157.

²⁹ Ibid, str. 157.

inovacijskog ozračja, posebice u zoni "eko inovacija" kao i u malom i srednjem poduzetništvu,

- *personalizacija*- kreiranje kamping proizvoda za "osobu", a ne za ciljne skupine postaje izazov menadžmentu kamping proizvoda uz uspostavljanje suradnje među različitim nositeljima turističke ponude koji zajednički kreiraju vrijednost i turistički doživljaj na lokalnom i regionalnom nivou,
- *održivost u vremenskim klimatskim promjenama*, zagađenja čovjekove okoline, društvenog blagostanja i zahtjeva za odgovornim konzumerizmom postaje trend EU turizma. Kamping turizam može ponuditi kvalitetan odgovor na ove trendove razvojem na izrazito održiv i ekološki način. Inovativnost u ekologiji prepoznaje se kao izazov kamping turizma Europe,
- *zdravlje i wellness* postaje fokus europskog stanovništva kako u svakodnevnom životu tako i kao rekreacijska aktivnost. Izazov kamping turizma predstavlja kreiranje takvih sadržaja i usluga koje će smanjiti sezonalnost, te kampove učiniti atraktivnima u cjelogodišnjem sustavu aktivnosti.

Glavni trendovi razvoja kamping turizma su:³⁰

- kamperizam,
- glamping,
- mobilne kućice.

Kamperizam, glamping i mobilne kućice koji su glavni trendovi u razvoju kamping turizma detaljnije su objašnjeni u nastavku rada.

3.2.1. Kamperizam

Kamperizam u pojmovnom smislu podrazumijeva odnose i pojave na putovanju vezane za autodomove - kampere.³¹ Vrlo popularna noćenja izvan kampova kreirala su snažnu disproporciju u percepciji "kamperizma" između kamping sektora, javnog sektora te vlasnika kampera odnosno kamping gostiju.³²

³⁰ Ibid, str. 162.

³¹ Ibid, str. 162.

³² Ibid, str. 162.

Definirani su trendovi u kamperskom turizmu kao što su:³³

- "trend sive kose"- stariji korisnici kampera,
- povećana prodaja kampera,
- veća prodaja rabljenih kampera,
- lakša vozila,
- kvalitetniji uvjeti za kampere.

S pojavom recesije pala je kupnja kampera, dok je najam kampera u porastu. Razvojem tehnologije i kupovine preko interneta, vidljiv je porast internetskog zakupa kampera za 45%. Činjenicu da je kamper unio revoluciju u kamping turizam potrebno je iz aktualnog stanja pretvoriti u šansu za razvoj novog kampinga kako za mnoge nerazvijene krajeve, tako i za atrakcije i događanja u kamp odmorištima.

3.2.2. Glamping

Glamping podrazumijeva luksuzno kampiranje, a dolazi od riječi glamurozno i kamping. Za razliku od šatora, koji iako su mali i praktični, veoma su neudobni, glamping se veže uz luksuzne šatore koji su opremljeni poput luksuznih hotelskih apartmana na atraktivnim lokacijama. Takvi šatori zauzimaju mnogo više mjesta od ostalih smještajnih jedinica.

Glamping je poznat i tražen u Velikoj Britaniji, Francuskoj i Italiji, te je sinonim za luksuzni smještaj koji je najčešće u formi šatora. Iako glamping predstavlja suprotnost prvobitnoj ideji kampiranja, on kao noviji način kampiranja privlači novo tržište koje teži za glamurom i komforom, te zbog toga spaja najbolje od kampinga i najbolje od hotelijerstva.

3.2.3. Mobilne kućice

Prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine "kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj" mobilne kućice spadaju u pokretu opremu za kampiranje, no zbog svojeg specifičnog izgleda, veličine i komfora doživljavaju se kao "čvrsti objekti". Glavna razlika između mobilnih i

³³ Ibid, str. 162.

montažnih kućica je pomičnost, što znači da s mobilnom kućicom turist nije vezan uz jedno odredište.

Slika 3.: Mobilne kućice



Izvor: Kamp Njivice, www.kampnjivice.com (20.08.2018.)

Mobilne kućice postale su snažan čimbenik konkurentnosti kampa u nekoliko aspekata:³⁴

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

Mobilne kućice vanjskim oblikom sve više nalikuju klasičnim kućama za stanovanje. Razvijaju se modeli mediteranskih kuća s imitacijama drveta i kamena. Pored koncepta mobilnih kućica za iznajmljivanje, sve više se na tržištu pojavljuju i koncepti rezidencijalnih mobilnih kućica, a koje će biti potrebno posebno pravno uobličiti uzimajući u obzir činjenicu da se radi o novom modelu stanovanja koji ne spada u klasični ugostiteljski objekt.³⁵

³⁴ Ibid, str. 164.

³⁵ Ibid, str. 165.

4. TURISTIČKI PROMET I KAPACITETI U KAMPOVIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

U ukupnim smještajnim kapacitetima u kampovima Hrvatske, Istarska županija ima najveći kapacitet i pokriva 49,3%.³⁶ Slijedi Primorsko-goranska županija s 18,3% i Zadarska županija sa 12,6% kamping kapaciteta naše zemlje.³⁷ Ispod 7% udjela u kamping kapacitetima imaju sve ostale županije: Splitsko-dalmatinska (6,3%), Šibensko-kninska (5,6%), Dubrovačko-neretvanska (3,7%), Ličko-senjska (2,7%) te Karlovačka županija (1,1%), dok se minimalni broj kamping kapaciteta nalazi na području Grada Zagreba (0,14%), Zagrebačke županije (0,07%) i Osječko-baranjske županije (0,03%) te Sisačko-moslavačke, Koprivničko-križevačke i Virovitičko-podravske županije, svaka sa po 0,01% kamping kapaciteta RH.³⁸

Tablica 2.: Dolasci, noćenja i prosječni broj noćenja turista po vrstama objekata (u 000) u 2017. godini

VRSTA OBJEKTA	DOLASCI	NOĆENJA	PROSJEČAN BROJ NOĆENJA PO DOLASKU
Hoteli i aparthoteli	6.149	19.669	3,2
Turistička naselja	512	3.021	5,9
Turistički apartmani	220	1.316	6,0
KAMPOVI I KAMPIRALIŠTA	2.822	19.082	6,8
Privatne sobe	6.985	40.851	5,8
Lječilišta	20	152	7,6
Odmarališta	17	105	6,2
Hosteli	456	1.124	2,5
Ostalo	233	787	3,4
Nekategorizirani objekti	17	93	5,5
UKUPNO	17.431	86.200	4,9

Izvor: Hrvatska turistička zajednica, www.htz.hr, Turizam u brojkama 2017. (03.09.2018.)

³⁶ KUH, turistički promet i kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj 2016. godine, str. 3.

³⁷ Ibid, str. 3.

³⁸ Ibid, str. 3.

Kampovi i kampirališta u 2017. godini zauzimaju treće mjesto po broju dolazaka i noćenja turista u Republici Hrvatskoj. Najveći broj dolazaka i noćenja turista ostvaruje se u privatnim sobama te hotelima i aparthotelima.

Tablica 3.: Dolasci i noćenja u kampovima od 2013.-2017. godine

	Dolasci					Noćenja				
Godina	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Domaći	58	58	68	68	67	421	397	453	425	407
Strani	2.394	2.384	2.500	2.544	2.757	15.841	15.758	16.308	16.659	18.232
Ukupno	2.394	2.384	2.500	2.544	2.757	16.262	16.156	16.761	17.084	18.639

Izvor: Ministarstvo turizma, www.mint.hr (20.08.2018.)

U tablici su prikazani podaci o broju dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista od 2013. do 2017. godine. Po tablici je vidljivo kako veći broj dolazaka u kampove ostvaruju strani turisti što znači da za Hrvatski standard dolazak i boravak u kampove predstavlja luksuz.

U tablici broj 4. prikazano je iz kojih država dolazi najveći broj turista te njihov broj noćenja u kampovima u Republici Hrvatskoj. Analizom podataka iz 2017. godine u skupinama kampovi i prostori za kampiranje ostvareno je 19 milijuna noćenja (što je 22% ukupno ostvarenih noćenja).³⁹

³⁹ Turistički news portal, www.hrtturizam.hr, (29.08.2018.)

Tablica 4.: Noćenja stranih turista u kampovima u 2017. godini (u 000)

Države	Broj noćenja
Austrija	1.796
Češka	834
Francuska	232
Italija	1.292
Mađarska	315
Njemačka	6.707
Poljska	731
SAD	22
Slovenija	2.940
Ujedinjeno Kraljevstvo	203
Ostali	3.576
UKUPNO STRANI	18.648

Izvor: Ministarstvo turizma, www.mint.hr (20.08.2018.)

Najveći broj noćenja u kampovima u Hrvatskoj ostvaruju državljani Njemačke, zatim Slovenije te Austrije. Poslije njih slijede državljani Italije, Češke, Poljske, Mađarske Francuske i Ujedinjenog Kraljevstva. Najmanji broj noćenja u kampovima ostvaruju državljani Sjedinjenih Američkih Država.

Tablica 5.: Dolasci i noćenja turista u kampovima od siječnja do srpnja 2017./2018. godine

Vrsta objekta	01.01.2017.-31.07.2017.		01.01.2018.-31.07.2018.		Mjesečni indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Kamp	1.614.837	10.050.351	1.656.616	10.398.825	102.59	103.47

Izvor: Hrvatska turistička zajednica, www.htz.hr (20.08.2018.)

Na stranicama Hrvatske turističke zajednice, prikazani su podaci o broju dolazaka i broju noćenja turista u kampovima od siječnja do srpnja 2017. i 2018. godine. Vidljivo je da je 2018. godine ostvaren veći broj dolazaka i noćenja turista u kampovima u Hrvatskoj. U praktičnom dijelu rada obrađeni su kampovi iz grupacije „Plava Laguna d.d.“ koji se nalaze u Istri. S toga je zanimljiv podatak da je najviše noćenja turista u 2017. godini upravo ostvareno u Istarskoj županiji, gotovo 25 milijuna noćenja, što je 29% ukupno ostvarenih

noćenja. Slijede noćenja ostvarena u Splitsko- dalmatinskoj županiji (19%), u Primorsko- goranskoj (17%), u Zadarskoj (11%), u Dubrovačko- neretvanskoj (9%) i Šibensko- kninskoj županiji (6%).⁴⁰

⁴⁰ Ibid

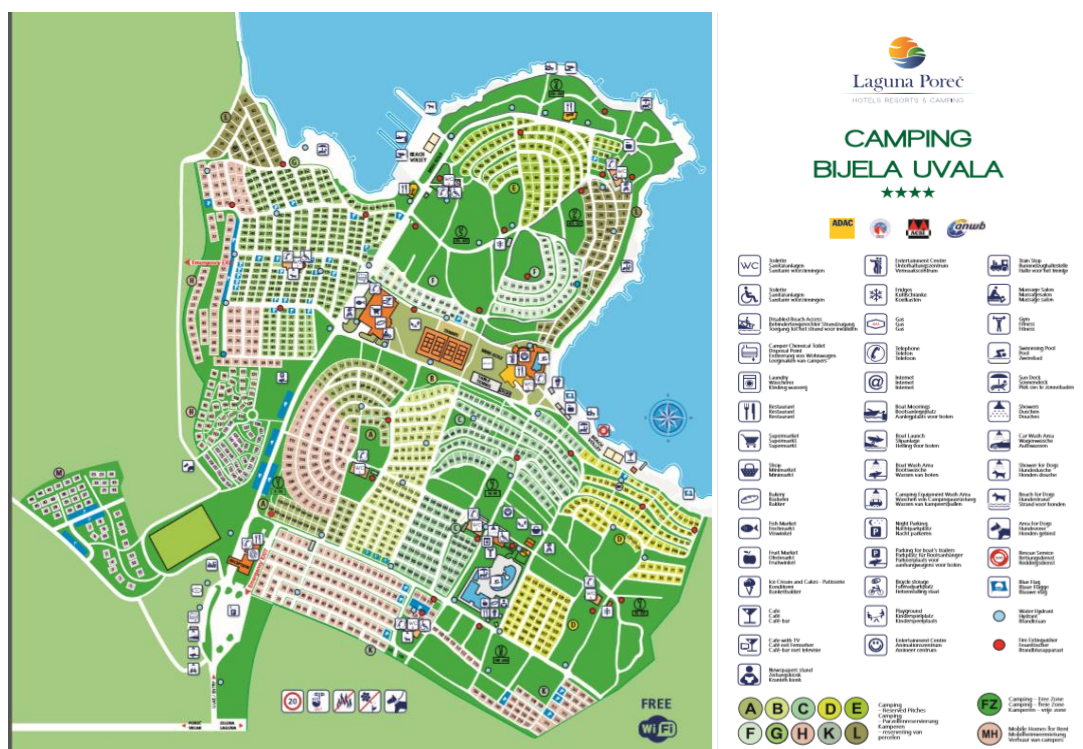
5. „PLAVA LAGUNA d.d.“

Dioničko društvo „Plava Laguna“ čija je osnovna djelatnost ugostiteljstvo i turizam osnovana je 1957. godine. Laguna Poreč u svojoj ponudi raspolaže sa hotelskim i apartmanskim smještajem te kampovima. Hoteli i apartmani nalaze se u grupaciji „Plava Laguna“, te su kategorizirani s 3 i 4 zvjezdice. U nastavku rada obradit će se kamp „Bijela Uvala“, kamp „Zelena Laguna“ i kamp „Puntica“.

5.1. Kamp „Bijela Uvala“

Kamp „Bijela Uvala“ kategoriziran je s četiri zvjezdice. Nalazi se na zapadnoj obali Istre, 5 kilometara južno od Poreča, te 2 kilometra sjeverno od Funtane. Kamp se prostire na površini od 45 hektara. Detaljni plan kampa „Bijela Uvala“ prikazan je na slici broj 5.

Slika 4.: Plan kampa „Bijela Uvala“



Izvor: Camping info, <https://hr.camping.info/> (20.08.2018.)

Na službenim internet stranicama „Laguna Poreč“ navedeno je da kamp „Bijela Uvala“ raspolaže sa 1.200 uređenih parcela, koje su veličine između 70 i 100 kvadratnih metara. Prihvatni kapacitet kampa je 6.000 osoba.

Tablica 6.: Parcele u kampu „Bijela Uvala“

Parcele sa strujom i vodom	Parcele sa strujom, vodom i odvodom	Parcele sa strujom, vodom i kanalizacijom	Parcele s pristupom internetu
233	550	19	975

Izvor: www.camping.hr (20.08.2018.)

Za goste koji nemaju svoju vlastitu kamping opremu, u kampu postoji mogućnost najma mobilnih kućica, šatora i kamp prikolica. U ponudi stoji 458 mobilnih kućica koje su u pretežnom vlasništvu Adriatic kamp Aria te Banko-a, 185 šatora i 42 kamp prikolice.

Slika 5.: Mobilna kućica "Aria"



Izvor: Adriatic-kamp, www.adriatic-kamp.hr (20.08.2018.)

Mobilne kućice „Aria“ ukupne su površine 34,4 metara kvadratnih sa dimenzijama 4,00x8,60 metara. Prihvatnog su kapaciteta do 6 osoba. U mobilnim kućicama se nalaze 3 spavaće sobe, dnevni prostor, odnosno blagovaonica, kupaonica s tušem, WC s umivaonikom i polu natkrivena terasa. Jedna spavaća soba je s bračnim krevetom dimenzija 160x210 centimetara, dok druga spavaća soba ima dva kreveta veličine 80x200 centimetara. Dječja soba ima jedan krevet 80x200 centimetara i krevet koji se povlači ispod njega veličine 70x195 centimetara.

Iako sobe nisu opremljene s posteljinom, ona se može iznajmiti u kampu. Kuhinja je opremljena plinskim štednjakom, perilicom suđa, sudoperom, mikrovalnom pećnicom, kuhalom za vodu, aparatom za kavu te hladnjakom s ledenicom. U dnevnom prostoru se nalazi sjedeća garnitura od eko kože, stol i stolice, kablovska televizija te klima. Terasa je veličine 6,00x3,00 metara s vrtnom garniturom koja se sastoji od stola, 6 stolica i dvije ležaljke. Nadoplata za šestu osobu je 5,00€ po danu, te ukoliko nije najavljeno uz rezervaciju, dječji krevetići i dječja stolica mogu se iznajmiti uz nadoplatu od 2,00€ po danu. Nadoplata za dječji krevetić i stolicu nije potrebna ukoliko se najavi prilikom rezervacije. „Check in“ u kućice traje od 16:00 do 20:00 sati, a „check out“ traje od 08:00 do 10:00 sati. Obavezno je platiti depozit od 100,00€ i završno čišćenje u iznosu od 45,00€. U kućicama nisu dozvoljeni kućni ljubimci i pušenje. Na internet stranicama Adriatic- campa, mobilne kućice Aria prikazane su u 3D obliku te prikazuju raspored prostorija, kao što je vidljivo na slici broj 6.

Mobilne kućice „Banko“ Comfort ukupne su površine 32 metra kvadratna sa maksimalnim prihvatnim kapacitetom 7 osoba. Kućice Banko u kampu su smještene u zoni K. Kućice se sastoje od 3 spavaće sobe, dnevnog boravka, kuhinje, kupaonice s tuš kabinom, WC-a s umivaonikom, natkrivene terase od 18 metara kvadratnih na kojoj se nalazi stol, 6 stolica, ležaljke i roštilj na ugljen. Jedna spavaća soba je s bračnim krevetom, dok su druge dvije s po dva obična kreveta. U dnevnom boravku se nalazi kauč te stol za 6 osoba i stolice, satelitska televizija i klima. Kuhinja je opremljena posuđem, hladnjakom s ledenicom, mikrovalnom pećnicom, aparatom za kavu, plinskim štednjakom, a na zahtjev se može dobiti kuhalo za vodu. Cijena noćenja je 67,80€. U cijenu nije uračunata boravišna pristojba.

Mobilne kućice „Banko“ Premium ukupne su površine 34 metra kvadratna sa maksimalnim prihvatnim kapacitetom do 6 osoba. Kućice Banko u kampu su smještene u zoni K u blizini bazena. Kućice se sastoje od 3 spavaće sobe, dnevnog boravka, kuhinje, kupaonice s tuš kabinom, WC-a s umivaonikom, natkrivene terase od 18 metara kvadratnih na kojoj se nalazi stol, 6 stolica, ležaljke i roštilj na ugljen. Jedna spavaća soba je s bračnim krevetom, dok su druge dvije s po dva obična kreveta. U dnevnom boravku se nalazi kauč te stol za 6 osoba i stolice, satelitska televizija i klima. Kuhinja je opremljena posuđem, hladnjakom s ledenicom, mikrovalnom pećnicom, aparatom za kavu, plinskim štednjakom, a na zahtjev se može dobiti kuhalo za vodu. Cijena noćenja je 73,45€. U cijenu nije uračunata boravišna pristojba.

Neki od sadržaja u kampu su plesna terasa, punionica za električne bicikle, kamper servis, bankomat, suvenirnica, salon za masažu, restorani i supermarket. Plaže unutar kampa su popločene, stjenovite, travnate i šljunčane. Namijenjena je i osobama s invaliditetom te je

međunarodno priznata „Plavom zastavom“. U kampu se turistima nudi mogućnost razonode raznim sportovima poput tenisa, stolnog tenisa, mini golfa, windsurfing-a, jahanja i odbojka na pijesku, a tu je i mogućnost iznajmljivanja bicikala ili čamaca.

Slika 6.: Kamp „Bijela Uvala“



Izvor: Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Važno je istaknuti da u kampu postoje programi za djecu pa se tako roditeljima s djecom nude kreativne radionice, organizirane igra, razni sportovi te dječji večernji programi. Programi za djecu održavaju se 6 dana tjedno, u dva termina (ujutro i popodne) u trajanju od dva sata, dok dječji večernji programi počinju u 20:30 sati. Jutarnja gimnastika i aquaerobic za odrasle također se održavaju 6 puta tjedno u jutarnjim terminima. Što se tiče večernjih programa za odrasle, tu je živa glazba, show programi i kontakt programi. Unutar kampa nalazi se 11 sanitarnih čvorova koji su opremljeni tuševima, sudoperima i umivaonicima s toplom vodom, WC-ima i WC-ima prilagođenim osobama s invaliditetom. Također ima prostor za ručno pranje rublja u kojem se nalazi i perilica i sušilica rublja. Moguća je usluga pranja i glačanja odjeće. U kampu su kućni ljubimci dobrodošli te kamp ima posebno prilagođenu plažu za pse.

Kao priznanje za visoke standarde i kvalitetnu uslugu, osvojili su mnoštvo nagrada i priznanja za hotele, apartmane i kampove, čime se Laguna Poreč pozicionira kao vrhunska turistička destinacija Istre i Hrvatske.⁴¹ U tablici su prikazane nagrade i priznanja koje je kamp „Bijela Uvala“ dobio tijekom godina poslovanja.

⁴¹ Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Tablica 7.: Nagrade i priznanja kampa „Bijela Uvala“

<p>ADAC kvaliteta „žuta tabla“</p> 	<p>Turistički cvijet- kvaliteta za Hrvatsku</p> 
<p>TripAdvisor 2017: Certificate of Excellence</p> 	<p>ANWB</p> 
<p>Croatia's Best Campsite (CBC)</p> 	<p>F.I.C.C.</p> 
<p>Plava zastava</p> 	<p>Zoover</p> 
<p>Naj kamp Adria</p> 	<p>Top Camping</p> 

Izvor: Vlastita izrada studenta na temelju stranice Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Kamp „Bijela Uvala“ ponosni je vlasnik ADAC kvalitete „žuta tabla“, TripAdvisor-a 2017.: Certificate of Excellence, Croatia's Best Campsite, Plave zastave, Naj kamp Adria, Turističkog cvijeta- kvaliteta za Hrvatsku, ANWB, F.I.C.C., Zoover-a. Top Camping.

U tablicama 8. i 9. su prikazane dnevne cijene ulaznica u kamp od početka do kraja sezone, odnosno od 21. travnja do 30. rujna. Cijene su izražene u eurima (€). Boravišna pristojba nije uračunata u cijenu. Boravišnu pristojbu ne plaćaju djeca do 12te godine, a osobe od 12 do 18 godina plaćaju boravišnu pristojbu umanjenu za 50%. Od 21. travnja. do 31. svibnja. Iznos boravišne pristojbe iznosi 0,80€, a od 01. lipnja. do 30. rujna. iznosi 1,10€. U srcu sezone (14.07.-25.08.) dnevne cijene za boravke kraće od 3 dana uvećavaju se za 20%.

U tablici broj 8. prikazane su cijene u kampu „Bijela Uvala“ od 21. travnja do 22. lipnja. Cijena ulaznica u kamp ovisi o dobroj strukturi, parcelama i kamp mjestima unutar kampa te o elementima poput drugog auta/ šatora, drugog motora, najma hladnjaka, kućnim ljubimcima, nosaču čamca/ prikolica.

Tablica 8.: Cjenik u kampu „Bijela Uvala“ od 21.04. do 22.06.

	21.04.- 27.04.	28.04.- 11.05.	12.05.- 18.05.	19.05.- 02.06.	03.06.- 15.06.	16.06.- 22.06.
Po osobi	4,60	5,20	6,10	6,40	6,40	6,80
Djeca do 4 godine	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Djeca od 4 do 10 godina	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	4,50	4,60
Parcela Luxury More	16,90	19,00	24,10	23,50	23,50	25,00
Parcela Luxury	15,40	17,30	21,90	21,40	21,40	22,70
Parcela Superior More	13,10	14,10	17,80	18,70	18,70	19,30
Parcela Superior	11,70	12,70	16,60	16,50	16,50	17,50
Parcela Classic	10,60	11,50	15,10	15,00	15,00	15,90
Mjesto More	10,00	10,80	13,30	13,20	13,20	14,00
Mjesto	9,10	9,80	12,10	12,00	12,00	12,70
Drugi auto/ drugi šator	2,30	2,50	3,40	3,60	3,60	3,80
Drugi motor	1,50	1,60	2,30	2,40	2,40	2,50
Hladnjak	2,70	2,80	3,00	3,10	3,10	3,30
Pas	3,30	3,70	4,00	4,50	4,50	4,80
Nosač čamaca/ prikolica	1,90	2,20	3,10	3,20	3,20	3,40

Izvor: Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Isto tako cijena ovisi o vremenu u kojem se posjećuje kamp. Najniže cijene su u razdoblju od 21. travnja do 27. travnja, te u tom razdoblju cijena za odraslu osobu iznosi 4,60€. U razdoblju od 28. travnja do 11. svibnja cijena za odraslu osobu iznosi 5,20€. U periodu od 16. lipnja do 22. lipnja cijene su daleko veće nego na početku sezone te cijena po osobi iznosi 6,80€. Djeca do 4 godine u svim navedenim razdobljima ne plaćaju ulaz u kamp, dok se za djecu od 4 do 10 godina u razdoblju od 03. lipnja plaća ulaz 4,50€ po danu. U kampu se nalazi pet vrsta parcela: parcela Luxury More, parcela Luxury, parcela Superior More,

parcela Superior i parcela Classic. Analizom svih parcela i cijena u svim razdobljima vidljivo je da parcela Luxury More postiže najvišu cijenu.

U tablici 9. prikazane su cijene u kampu „Bijela Uvala“ od 23. lipnja do 30. rujna. Cijene noćenja, najma parcela i ostalih usluga od 23. lipnja rastu sve do 14. srpnja, te tada postižu svoj maksimum. Cijene su najviše u vremenskom razdoblju od 14. srpnja do 18. kolovoza, a nakon toga polako padaju. Najviša cijena noćenja za odraslu osobu iznosi 9,80€, dok za djecu od 4 do 10 godina starosti iznosi 6,80€. Za djecu do 4 godine ne plaća se ulaz u kamp je besplatan u svim razdobljima, kao i za djecu od 4 do 10 godina u razdoblju od 19. kolovoza do 30. rujna. Cijena za psa u razdoblju od 23. lipnja do 06. srpnja iznosi 5,90€, u razdoblju od 07. srpnja do 13. srpnja 7,10€, i u razdoblju od 14. srpnja do 18. kolovoza iznosi 7,40€.

Tablica 9.: Cjenik u kampu „Bijela Uvala“ od 23.06. do 30.09.

	23.06.- 06.07.	07.07.- 13.07.	14.07.- 18.08.	19.08.- 25.08.	26.08.- 01.09.	02.09.- 30.09.
Po osobi	7,60	9,20	9,80	7,90	6,80	4,80
Djeca do 4 godine	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Djeca od 4 do 10 godina	5,10	6,20	6,80	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Parcela Luxury More	28,50	34,10	36,20	31,50	25,10	18,30
Parcela Luxury	25,90	31,00	32,90	28,60	22,80	16,60
Parcela Superior More	20,70	27,80	29,50	24,90	19,80	13,90
Parcela Superior	19,40	23,50	25,00	21,70	17,60	12,20
Parcela Classic	17,60	21,40	22,70	19,70	15,90	11,10
Mjesto More	15,60	18,80	19,90	17,30	15,20	10,60
Mjesto	14,10	17,10	18,10	15,70	13,80	9,60
Drugi auto/ drugi šator	4,30	5,20	5,60	4,50	3,40	2,50
Drugi motor	2,70	3,20	3,40	3,10	2,30	1,60
Hladnjak	3,50	4,30	4,60	4,00	4,10	2,80
Pas	5,90	7,10	7,40	5,80	4,90	3,70
Nosač čamaca/ prikolica	4,10	5,00	5,30	4,10	3,00	2,20

Izvor: Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Kamp raspolaže parcelama Luxury More, Luxury, Superior More, Superior i parcelom Classic, te kamp mjestom More i kamp mjestom. Cijena parcela Luxury More u „špici“ sezone iznosi 36,20€, dok izvan sezone (u rujnu) iznosi gotovo upola manje, odnosno 18,20€. Cijena mjesta More kreće se od 15,60€, do 19,90€ na vrhuncu sezone, te od 19. kolovoza postiže cijenu od 17,30€ koja se do 30. rujna spušta na 10,60€. U kampu je moguće unajmiti kamp, te je njegova cijena od 14. srpnja do 18. kolovoza 4,60€, dok prije i poslije sezone njegov najam jeftiniji.

5.2.Kamp „Zelena Laguna“

Kamp „Zelena Laguna“ kategoriziran je sa četiri zvjezdice. Nalazi se 5 kilometara južno od Poreča i 2 kilometra sjeverno od Funtane. Rasprostire se na površini od 18 hektara. Kamp se nalazi unutar istoimenog turističkog naselja. Ukupno ima 688 uređenih parcela koje su veličina od 60 do 110 metara kvadratnih. Većina parcela ima priključak za vodu, struju i odvod. Gotovo sve parcele imaju pristup internetu.

Tablica 10.: Parcele u kampu „Zelena Laguna“

Parcele sa strujom i vodom	Parcele sa strujom, vodom i odvodom	Parcele s pristupom internetu
119	371	547

Izvor: www.camping.hr (20.08.2018.)

Prihvatni kapacitet kampa je 2.700 osoba koje mogu doći sa vlastitom kamping opremom ili u kampu mogu iznajmiti opremu. U ponudi za najam se nalazi 56 mobilnih kućica (u 4 kućice su dozvoljeni psi), 8 glampinga, 14 šatora i 3 kamp prikolice.

Slika 7: Plan kampa „Zelena Laguna“



Izvor: Camping info, <https://hr.camping.info/> (20.08.2018.)

Mobilne kućice „Banko“ Comfort ukupne su površine 32 metra kvadratna sa maksimalnim prihvatnim kapacitetom 7 osoba. Kućice se sastoje od 3 spavaće sobe, dnevnog boravka, kuhinje, kupaonice s tuš kabinom, WC-a s umivaonikom, natkrivene terase od 18 metara kvadratnih na kojoj se nalazi stol, 6 stolica, ležaljke i roštilj na ugljen. Jedna spavaća soba je s bračnim krevetom, dok su druge dvije s po dva obična kreveta. U dnevnom boravku se nalazi kauč te stol za 6 osoba i stolice, satelitska televizija i klima. Kuhinja je opremljena posuđem, hladnjakom s ledenicom, mikrovalnom pećnicom, aparatom za kavu, plinskim štednjakom, a na zahtjev se može dobiti kuhalo za vodu. Cijena noćenja je 67,80€. U cijenu nije uračunata boravišna pristojba.

Mobilne kućice „Banko“ Prestige ukupne su površine 48 metara kvadratnih sa maksimalnim prihvatnim kapacitetom do 5 osoba. Svaka kućica ima direktan pogled na more. Kućice se sastoje od dvije spavaće sobe, jedne kupaonice, dnevnog boravka, kuhinje, terase i privatnog vrta. U velikoj spavaćoj sobi nalazi se bračni krevet, garderoba i satelitska televizija, dok su u manjoj sobi dva standardna kreveta za jednu osobu. U dnevnom boravku nalazi se kauč na razvlačenje i satelitska televizija. Kuhinja je opremljena perilicom posuđa, aparatom za kavu, hladnjakom sa zamrzivačem, mikrovalnom pećnicom, plinskim štednjakom i posuđem. Na terasi se nalaze stol i stolice te ležaljke za sunčanje. Svaka kućica ima klima uređaj. U vrtu je

roštilj i hidro masažna kada. Na parceli je parking za dva automobila, ali se drugi automobil dodatno plaća na recepciji kampa. Noćenje u Prestige mobilnoj kućici iznosi 79,10€ s uvećanjem u iznosu boravišne pristojbe.

Slika 8.: Mobilna kućica „Banko“ Prestige



Izvor: www.booking.com (29.08.2018.)

Kako bi gosti kampa „Zelena Laguna“ upotpunili svoje vrijeme u ponudi im stoje mnogi programi za odrasle i za djecu. Programi su gotovo isti kao i u kampu „Bijela Uvala“. Programi za djecu od 4 do 12 godina provode se 6 dana u tjednu u jutarnjim i popodnevnim terminima u trajanju od dva sata, dok dječji večernji program počinje u 20:30 sati. Ljubiteljima sporta nudi se velik spektar sportskih događaja i turnira. Moguće je iznajmiti bicikle i čamce, te uz nadoplatu igrati tenis, stolni tenis, mini golf, a odbojka na pijesku je besplatna. U kampu se nalaze restorani, barovi, supermarketi, suvenirnica i kiosk, salon za masažu, frizerski salon, 8 sanitarnih čvorova i dr. Sanitarni čvorovi su opremljeni tuševima, sudoperima i umivaonicima s toplom vodom, WC-om i WC-om prilagođenim osobama s invaliditetom. Tu se još nalaze prostori za ručno pranje rublja, perilica i sušilica rublja, prostor za presvlačenje mae djece te prostor za kupanje psa. Iako su psi dozvoljeni u kampu, unutar kampa se ne nalazi plaža za pse. Najbliža plaža nalazi se u „Bijeloj Uvali“. Plaže su popločene, stjenovite, travnate, šljunčane, prilagođene su za djecu i osobe s invaliditetom. Na plaži se mogu uz nadoplatu koristiti ležaljke i suncobrani. Kamp se nalazi 5 kilometara od bolnice i apoteke i 200 metara od ambulante.

Tablica 11.: Nagrade i priznanja kampa „Zelena Laguna“

Croatia's Best Campsite (CBC)		Zoover	
Top Camping		Naj kamp Adria	
ADAC kvaliteta „žuta tabla“		ANWB	
Plava zastava			

Izvor: Vlastita izrada studenta na temelju stranice Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

U 2018. godini kamp „Zelena Laguna“ osvojio je nagrade za Croatia's Best Campside, ADAC i ANWB. Od 2008. do 2018. godine kamp „Zelena Laguna“ nalazi se među najboljim kampovima u Republici Hrvatskoj.

Tablica 12. prikazuje cijene u kampu „Zelena Laguna“ od 21. travnja do 22. lipnja. Cijene su izražene u eurima (€), te u njih nije uključena boravišna pristojba. U razdobljima od 19. svibnja do 02. lipnja i od 03. lipnja do 15. lipnja cijene su gotovo jednake. Jedina razlika je što u razdoblju od 03. lipnja djeca od 4 do 10 godina plaćaju ulaz 4,50€. Najniža cijena ulaza za odraslu osobu je u razdoblju od 21. travnja do 27. travnja te iznosi 4,60€, a najviša je u razdoblju od 16. lipnja do 22. lipnja. Za djecu do 4 godine u svim navedenim razdobljima se ne plaća ulaz, dok je za djecu od 4 do 10 godina ulaz besplatan od 21. travnja do 02. lipnja.

Tablica 12.: Cjenik u kampu „Zelena Laguna“ od 21.04. do 22.06.

	21.04.- 27.04.	28.04.- 11.05.	12.05.- 18.05.	19.05.- 02.06.	03.06.- 15.06.	16.06.- 22.06.
Po osobi	4,60	5,20	6,10	6,40	6,40	6,80
Djeca do 4 godine	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Djeca od 4 do 10 godina	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	4,50	4,60
Parcela Luxury	15,40	17,30	21,90	21,40	21,40	22,70
Parcela Superior	11,70	12,70	16,60	16,50	16,50	17,50
Parcela Classic	10,60	11,50	15,10	15,00	15,00	15,90
Mjesto More	10,00	10,80	13,30	13,20	13,20	14,00
Mjesto	9,10	9,80	12,10	12,00	12,00	12,70
Drugi auto/ drugi šator	2,30	2,50	3,40	3,60	3,60	3,80
Drugi motor	1,50	1,60	2,30	2,40	2,40	2,50
Hladnjak	2,70	2,80	3,00	3,10	3,10	3,30
Pas	3,30	3,70	4,00	4,50	4,50	4,80
Nosač čamaca/ prikolica	1,90	2,20	3,10	3,20	3,20	3,40

Izvor: Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Najniža cijena za psa je u razdoblju od 21. travnja do 27. travnja i iznosi 3,30€, a najviša je u razdoblju od 16. lipnja do 22. lipnja kada iznosi 4,80€. Cijena drugog auta ili drugog šatora kreće se od 2,30€ do 3,80€, dok se cijena drugog motora kreće od 1,50€ do 2,50€. Kamp „Zelena Laguna“ raspolaže s parcelama Luxury, Superior i Classic. Parcela Luxury na početku sezone iznosi 15,40€, dok od 16. do 22. lipnja iznosi 22,70€. Najniža cijena parcele Superior iznosi 11,70€, dok je najviša 17,50€. Cijena parcele Classic od 21. do 27. travnja iznosi 10,60€, od 28. travnja do 11. svibnja 11,50€, od 12. do 18. svibnja 15,10€, od 19. svibnja do 15. lipnja 15,00€, dok od 16. do 22. lipnja iznosi 15,90€. Raspon cijena na kamp mjestu More kreće se od 10,00€ do 14,00€.

U tablici 13. prikazan je cjenik u kampu „Zelena Laguna“ u razdoblju od 23. lipnja do 30. rujna. U tim razdobljima cijene prvo rastu, zatim padaju zbog turističke sezone. U ljetnim mjesecima, dok je najviše ljudi na godišnjem odmoru, cijene dostižu svoje vrhunce, pa tako

cijene za odraslu osobu kreću od 7,60€ i penju se sve do 9,80€. Nakon 18. kolovoza cijene se naglo počinju spuštati, te na kraju sezone, odnosno u rujnu cijena za odraslu osobu iznosi 4,80€. Kao i u razdoblju od 21. travnja do 22. lipnja, za djecu do 4 godine ulaz je besplatan, a djeca od 4 do 10 godina plaćaju ulaz u kamp od 23. lipnja do 18. kolovoza, nakon čega je i za njih besplatan ulaz.

Tablica 13.: Cjenik u kampu „Zelena Laguna“ od 23.06. do 30.09.

	23.06.- 06.07.	07.07.- 13.07.	14.07.- 18.08.	19.08.- 25.08.	26.08.- 01.09.	02.09.- 30.09.
Po osobi	7,60	9,20	9,80	7,90	6,80	4,80
Djeca do 4 godine	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Djeca od 4 do 10 godina	5,10	6,20	6,80	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Parcela Luxury	25,90	31,00	32,90	28,60	22,80	16,60
Parcela Superior	19,40	23,50	25,00	21,70	17,60	12,20
Parcela Classic	17,60	21,40	22,70	19,70	15,90	11,10
Mjesto More	15,60	18,80	19,90	17,30	15,20	10,60
Mjesto	14,10	17,10	18,10	15,70	13,80	9,60
Drugi auto/ drugi šator	4,30	5,20	5,60	4,50	3,40	2,50
Drugi motor	2,70	3,20	3,40	3,10	2,30	1,60
Hladnjak	3,50	4,30	4,60	4,00	4,10	2,80
Pas	5,90	7,10	7,40	5,80	4,90	3,70
Nosač čamaca/ prikolica	4,10	5,00	5,30	4,10	3,00	2,20

Izvor: Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Parcela Luxury od 23. lipnja do 06. srpnja iznosi 25,90€, od 07. do 13. srpnja 31,00€, od 14. srpnja do 18. kolovoza 32,90€, te nakon toga se cijene smanjuju. Najniža cijena je u rujnu i iznosi 16,60€. Parcela Superior od 23. lipnja do 06. srpnja iznosi 19,40€, od 07. do 13. srpnja 23,50€, od 14. srpnja do 18. kolovoza 25,00€, od 19. do 25. kolovoza 21,70, od 26. kolovoza do 01. rujna 17,60€ te od 02. do 30. rujna 12,20€. Raspon cijena parcele Classic kreće od 17,60€ te postiže vrhunac 22,70€, nakon čega pada na 11,10€.

5.3. Kamp „Puntica“

Kamp „Puntica“ kategoriziran je s tri zvjezdice. Smješten je 7 kilometara od Poreča i 3 kilometra sjeverno od Vrsara. Površine je 4,5 hektara i prihvatnog je kapaciteta 700 osoba. U kampu se nalaze 104 uređene parcele, od kojih gotovo sve imaju priključak za vodu, struju i odvod. Od 2016. godine pristup WiFi internetu je besplatan.

Tablica 14.: Parcele u kampu „Puntica“

Parcele sa strujom i vodom	Parcele sa strujom, vodom i odvodom	Parcele s pristupom internetu
61	50	104

Izvor: Camping, www.camping.hr (20.08.2018.)

Na ulazu u kamp nalazi se recepcija. U kampu se nalaze restorani, barovi, supermarket i suvenirnica. U kampu su dozvoljeni kućni ljubimci za koje je uređen dio plaže. Dva sanitarna čvora, WC, WC prilagođen osobama s invaliditetom, te prostor za malu djecu, prostor za ručno pranje rublja i prostor za kupanje psa nalaze se u kampu. Plaža je popločena, stjenovita i travnata, s posebno uređenim djelom za djecu.

Slika 9.: Plan kampa „Puntica“



Izvor: Camping info, <https://hr.camping.info/> (20.08.2018.)

Kamp „Puntica“ je 2016. godine osvojio nagradu „Naj kamp Adria“, a 2017. godine priznanje ADAC kvaliteta „žuta tabla“. Nagradu Naj kamp Adria dodjeljuje slovenski kamping internetski portal Avtokampi zajedno s Adrijom koji je proizvođač mobilnih kućica i glamping šatora. Naj kamp Adria bira se prema glasovima kampista iz Slovenije koji biraju najbolje hrvatske i slovenske kampove. Priznanje žuta tabla dodjeljuje se kampovima koji su prilikom posljednjeg ocjenjivanja ostvarili izvrsne rezultate u području uređenja sanitarnih objekata gdje kamp mora zaslužiti 4 ili 5 zvjezdica te kamp mjesta u kojima mora zaslužiti minimalno 3 zvjezdice kvalitete.

Tablica 15.: Nagrade i priznanja kampa „Puntica“

Naj kamp Adria



ADAC kvaliteta „žuta tabla“



Izvor: Vlastita izrada studenta na temelju stranice Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

U tablici 16. prikazane su cijene u kampu „Puntica“ od 21. travnja do 22. lipnja. S obzirom na prethodna dva kampa, cijene noćenja, kamp parcela i kamp mjesta su niže. U prvom tjednu poslovanja cijena za odraslu osobu iznosi 3,80€ te konstantno raste do lipnja (od 16. do 22. lipnja) te tad iznosi 5,80€. U razdoblju od 21. travnja do 22. lipnja za djecu do 4 godine ulaz u kamp je besplatan, kao i za djecu od 4 do 10 godina do razdoblja do 03. lipnja. Cijena za djecu od 4 do 10 godina od 03. do 15. lipnja iznosi 3,70€, a u razdoblju od 16. do 22. lipnja iznosi 3,80€. U kamp „Puntici“ nalaze se dvije vrste parcela: Superior i Classic, te kamp mjesto. Najniža cijena parcele Superior je u razdoblju od 21. do 24. travnja i iznosi 9,70€, a najviša je od 16. do 22. lipnja, a iznosi 14,80€. Cijena parcele Classic u razdoblju od 21. do 27. travnja iznosi 8,80€, te lagano raste do 13,40€ koliko iznosi od 16. do 22. lipnja. Cijena kamp mjesta do 27. travnja iznosi 7,80€, od 28. travnja do 11. svibnja 8,70€, od 12. do 18. svibnja 10,80€, od 19. svibnja do 15. lipnja 11,30€ te od 16. do 22. lipnja 11,90€.

Tablica 16.: Cjenik u kampu „Puntica“ od 21.04. do 22.06.

	21.04.- 27.04.	28.04.- 11.05.	12.05.- 18.05.	19.05.- 02.06.	03.06.- 15.06.	16.06.- 22.06.
Po osobi	3,80	4,40	5,10	5,40	5,40	5,80
Djeca do 4 godine	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Djeca od 4 do 10 godina	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	3,70	3,80
Parcela Superior	9,70	10,90	13,90	14,00	14,00	14,80
Parcela Classic	8,80	9,90	12,60	12,70	12,70	13,40
Mjesto	7,80	8,70	10,80	11,30	11,30	11,90
Drugi auto/ drugi šator	2,20	2,30	3,30	3,40	3,40	3,50
Drugi motor	1,40	1,40	2,10	2,20	2,20	2,20
Hladnjak	2,70	2,80	3,00	3,10	3,10	3,20
Pas	3,00	3,30	3,80	4,20	4,20	4,50
Nosač čamaca/ prikolica	1,70	1,90	2,80	3,10	3,10	3,30

Izvor: Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Cijene za drugi auto ili drugi šator kreću se od 2,20€ do 3,50€, dok su cijene za drugi motor niže za gotovo 1,00€ kroz sva razdoblja. Najam hladnjaka iznosi 2,70€ od 21. do 27. travnja, 2,80€ od 28. travnja do 11. svibnja, 3,00€ od 12. do 18. lipnja, 3,10€ od 19. svibnja do 15. lipnja, te 3,20€ za razdoblje od 16. do 22. lipnja. Ulaz kućnim ljubimcima, odnosno psima dozvoljen je u kamp, ali uz plaćanje. Cijena ulaza za pse kreće se od 3,00€ do 4,50€.

U tablici 17. su navedene cijene ulaska u kamp „Puntica“ u periodu od 23. lipnja do 30. rujna. Najveće cijene su od 14. srpnja do 18. kolovoza, te za odraslu osobu iznose 8,20€, za djecu od 4 do 10 godina 5,50€, za parcelu Superior 20,90€, parcelu Classic 19,00€, kamp mjesto 16,60€, za drugi auto i/ ili šator 5,50€, drugi motor 3,20€, najam hladnjaka 4,50, za psa 6,30€ te za nosač čamca ili prikolice 4,70€. Za djecu do 4 godine ulaz je besplatan u svim razdobljima, a za djecu od 4 do 10 godina od 19. kolovoza do 30. rujna.

Tablica 17.: Cjenik u kampu „Puntica“ od 23.06. do 30.09.

	23.06.- 06.07.	07.07.- 13.07.	14.07.- 18.08.	19.08.- 25.08.	26.08.- 01.09.	02.09.- 30.09.
Po osobi	6,40	7,80	8,20	6,60	5,70	4,10
Djeca do 4 godine	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Djeca od 4 do 10 godina	4,30	5,10	5,50	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Parcela Superior	16,50	19,90	20,90	18,20	14,70	10,50
Parcela Classic	15,00	18,10	19,00	16,60	13,40	9,50
Mjesto	13,30	16,10	16,60	14,10	11,60	8,40
Drugi auto/ drugi šator	4,00	4,80	5,00	4,30	3,20	2,30
Drugi motor	2,60	3,10	3,20	2,90	2,10	1,40
Hladnjak	3,50	4,30	4,50	4,00	4,00	2,90
Pas	5,00	6,10	6,30	4,90	4,40	3,20
Nosač čamaca/ prikolica	3,70	4,50	4,70	3,60	2,50	1,80

Izvor: Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (20.08.2018.)

Najniže cijene u kampu „Putnica“ su u rujnu, odnosno u razdoblju od 02. do 30. rujna. Ulaz za odraslu osobu iznosi 4,10€, za parcelu Superior 10,50€, parcelu Classic 9,50€, kamp mjesto 8,40€, za drugi auto i/ ili šator 2,30€, drugi motor 1,40€, za najam hladnjaka 2,90€, za psa 3,20€ te za nosač čamca ili prikolice 1,80€. U cijene za odrasle osobe i djecu nije uključena boravišna pristojba.

5.4. Komparativna analiza kampova „Plava Laguna d.d.“

Tablica 18.: Komparativna analiza kampova „Plava Laguna d.d.“

	Kamp „Bijela Uvala“	Kamp „Zelena Laguna“	Kamp „Puntica“
Kategorija kampa	****	****	***
Površina kampa	45 hektara	18 hektara	4,5 hektara
Broj uređenih parcela	1.200	688	104
Kapacitet osoba	6.000	2.700	700
Najam opreme	Da	Da	Ne
Broj sanitarnih čvorova	11	8	2
Uređenost za osobe s invaliditetom	Da	Da	Da
Ugostiteljska ponuda	7 restorana/ barova/ slastičarnica	6 restorana/ barova/ slastičarnica	1 restoran
WiFi	Da	Da	Da
Kućni ljubimci	Da	Da	Da
Plaža za pse	Da	Ne	Da
Plava zastava	Da	Da	Ne
Plaža za naturiste	Ne	Da	Ne
Bazen	Da	Da	Ne
Blizina grada	5km	5km	7km
Animacije za djecu i odrasle	Da	Da	Ne

Izvor: Vlastita izrada studenta

Kampovi „Bijela Uvala“ i „Zelena Laguna“ kategorizirani su s 4 zvjezdice, dok kamp „Puntica“ ima 3 zvjezdice. Površina kampa „Bijela Uvala“ prostire se na 45 hektara, kampa „Zelena Laguna“ 18 hektara, a kampa „Puntica“ na 4,5 hektara. Najveći broj uređenih parcela sadrži kamp „Bijela Uvala“ (1.200) s toga prihvatni kapacitet broji 6.000 osoba, slijedi kamp „Zelena Laguna“ sa 688 uređenih parcela te kapacitetom od 2.700 osoba, a na posljednjem mjestu je kamp „Puntica“ sa 104 uređene parcele te kapacitetom od 700 osoba. Kamp „Bijela Uvala“ ima 11 sanitarnih čvorova, „Zelena Laguna“ 8, a „Puntica“ dva. Sva tri kampa u ponudi imaju besplatan WiFi internet, prilagođeni su za osobe s invaliditetom, te dozvoljavaju boravak kućnih ljubimaca. Kamp „Bijela Uvala“ sadrži 7 restorana, barova i slastičarnica, „Zelena Laguna“ 6, a „Puntica“ 1 restoran. Kampovi „Bijela Uvala“ i „Zelena Laguna“ označeni su Plavom zastavom koja je međunarodno priznanje za ekologiju i očuvanje okoliša. Dodjeljuje se plažama i marinama u kojima je zajamčena očuvana okolina, čistoća mora i plaža te dobro uređenje i visoka kvaliteta usluge. Također sadrže bazene te razne animacije za djecu i odrasle kao i mogućnost najma opreme za kampiranje (kamp prikolice, šatore i mobilne kućice). Oba kampa udaljena su 5 kilometara od centra Poreča, dok je kamp „Puntica“ od centra grada udaljen 7 kilometara. Plaže za pse uredili su kampovi „Bijela Uvala“ i „Puntica“, dok se plaža za naturiste nalazi u kampu „Zelena Laguna“.

5.5. SWOT analiza kampova „Plava Laguna d.d.“

SWOT analiza strategijski je instrument pomoću kojeg se dinamički sučeljavaju snage i slabosti poduzeća s prilikama i prijetnjama okruženja radi identificiranja šansi i rizika za opstojnost poduzeća. SWOT dolazi od engleskih riječi S- Strengths (snage), W- Weaknesses (slabosti), O- Opportunities (prilike) i T- Threats (prijetnje). Snage i slabosti su unutarnje varijable koje imaju utjecaj na poslovanje poduzeća, dok su prilike i prijetnje vanjske varijable, na koje poduzeće nema utjecaj.

SOWT analizama kampova „Bijela Uvala“, „Zelena Laguna“ i „Puntica“ utvrđene su snage i slabosti koje djeluju unutar kampova, te prilike i prijetnje s kojima se kampovi susreću, odnosno s kojima bi se mogli susresti u bližoj budućnosti.

Tablica 19.: SWOT analiza kampa „Bijela Uvala“

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • blizina grada Poreča • blizina mora • pristup osobama s invaliditetom • bogata ugostiteljska ponuda • Plava zastava • dozvoljeni kućni ljubimci • besplatan pristup WiFi internetu • mogućnost najma kamping opreme • 4 bazena 	<ul style="list-style-type: none"> • sezonalnost poslovanja • zabranjen pristup kućnim ljubimcima u iznajmljenim smještajnim kapacitetima
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • dobiti posljednju zvjezdicu • sve veća potražnja za ekološki čistim područjima 	<ul style="list-style-type: none"> • ovisnost o vremenskim prilikama • konkurencija

Izvor: Vlastita izrada studenta

Snage. Kamp „Bijela Uvala“ smješten je na samoj obali mora te se nalazi u neposrednoj blizini grada Poreča. Kamp ima uređen pristup za osobe s invaliditetom. Danas, mnoge obitelji imaju kućne ljubimce koje žele povesti sa sobom na odmor, te je veliki plus kampa „Bijela Uvala“ to što su upravo oni dobrodošli. Unutar kampa nalazi se uređena plaža za pse. Kamp „Bijela Uvala“ ima bogatu ugostiteljsku ponudu, te animacije za djecu i odrasle kako bi što zabavnije proveli svoj odmor u kampu. Plaža unutar kampa odlikuje se Plava zastava.

Slabosti. Sezonalnost poslovanja je glavna slabost u kampu. Iako je otvoren od travnja do kraja rujna, poslovnu sezonu bi trebalo produljiti na cjelogodišnje poslovanje. Iako su kućni ljubimci dozvoljeni u kampovima, nisu dobrodošli u iznajmljene smještajne kapacitete.

Prilike. Kamp „Bijela Uvala“ bi trebao unaprijediti svoje poslovanje kako bi dobio posljednju zvjezdicu. Glavna prilika za kamp je sve veća potražnja za ekološki čistim područjima te boravak turista u prirodi.

Prijetnje. Velike prijetnje predstavljaju vremenske (ne)prilike koje uvelike imaju utjecaj na boravak u prirodi. Pošto je Istarska županije poznata po brojnim i kvalitetnim kampovima, veoma veliku prijetnju predstavlja konkurencija koja u ponudi ima veoma slične ili čak bogatije usluge.

Tablica 20.: SWOT analiza kampa „Zelena Laguna“

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • blizina grada Poreča • bogata i atraktivna ponuda • mogućnost najma kamping opreme • blizina mora • pristup osobama s invaliditetom • bogata ugostiteljska ponuda • Plava zastava • dozvoljeni kućni ljubimci • besplatan pristup WiFi internetu 	<ul style="list-style-type: none"> • sezonski karakter poslovanja • kućni ljubimci nisu dozvoljeni u svim iznajmljenim kapacitetima
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • poboljšanje poslovanja da se dobije posljednja zvjezdica • sve veća potražnja za ekološki čistim područjima 	<ul style="list-style-type: none"> • ovisnost o vremenskim prilikama • konkurencija

Izvor: Vlastita izrada studenta

Snage. Kamp „Zelena Laguna“ smješten je na samoj obali uz more i nalazi se 5 kilometara od grada Poreča. U kampu „Zelena Laguna“ moguće je unajmiti kamping opremu u slučaju da turisti nemaju svoju opremu. Kamp ima uređene pristupe za osobe s invaliditetom. Unutar kampa su dozvoljeni kućni ljubimci. Za sve posjetitelje kampa, gotovo na svim kamp parcelama i kamp mjestima omogućen je besplatan pristup WiFi internetu. Plaže unutar kampa obilježene su Plavom zastavom. Kamp ima bogatu ugostiteljsku ponudu, te mnogobrojne animacije za djecu i odrasle.

Slabosti. Sezonsko poslovanje kampa trebalo bi produljiti na cjelogodišnje poslovanje, tako da kamp ne bude otvoren samo od travnja do kraja rujna. Druga slabost unutar kampa je ta što kućnim ljubimcima nije dozvoljen boravak u iznajmljenim kapacitetima.

Prilike. Kamp „Zelena Laguna“ trebao bi unaprijediti svoje poslovanje kako bi dobio posljednju zvjezdicu. Potražnja za ekološki čistim područjima predstavlja glavnu priliku za kamp „Zelena Laguna“.

Prijetnje. Vremenske nepogode predstavljaju prijetnje za poslovanje kampa. Veliku prijetnju za poslovanje kampa „Zelena Laguna“ predstavlja konkurencija koja ima slične ili bolje usluge od kampa „Zelena Laguna.“

Tablica 21.: SWOT analiza kampa „Puntica“

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • blizina mora • uređeni pristupi za osobe s invaliditetom • dozvoljeni kućni ljubimci • besplatan pristup WiFi internetu 	<ul style="list-style-type: none"> • relativno mala površina kampa • sezonalnost poslovanja • nedovoljno razvijena ugostiteljska ponuda
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • unaprijediti poslovanje kako bi dobio veći broj zvjezdica • sve veća potražnja za ekološki čistim područjima 	<ul style="list-style-type: none"> • konkurencija • ovisnost o vremenskim prilikama

Izvor: Vlastita izrada studenta

Snage. Kamp „Puntica“ nalazi se uz more, te u neposrednoj blizini Poreča (7 kilometara). U kampu su uređeni pristupi za osobe s invaliditetom. U kampu su dozvoljeni kućni ljubimci, te je uređena plaža za pse. Unutar kampa je omogućen besplatan pristup WiFi internetu.

Slabosti. Kao i u kampovima „Bijela Uvala“ i „Zelena Laguna“ glavni nedostatak je sezonalnost poslovanja (od travnja do kraja rujna). Kamp „Puntica“ ima nedovoljno razvijenu ugostiteljsku ponudu, raspolaže s jednim restoranom. Također je relativno mala površina kampa.

Prilike. U kampu „Puntica“ trebalo bi se unaprijediti poslovanje kako bi dobio barem još jednu zvjezdicu. Glavna prilika za kamp je sve veća ekološka osviještenost turista te njihova potražnja za ekološki čistim područjima.

Prijetnje. Veoma veliku prijetnju predstavlja konkurencija. Glavnu prijetnju kampu predstavljaju vremenske nepogode koje mogu uvelike utjecati na uspješnost poslovanja.

5.6. Smjernice za budući razvoj turizma u kampovima „Plava Laguna d.d.“

Nova vizija razvoja turizma u kampovima „Plava Laguna d.d.“ temelji se na sustavu vrijednosti kojim se odgovara na tri bitna pitanja: kakav bi kamping turizam trebao biti, koji su ključni preduvjeti razvoja kamping turizma te čime će kamping turizam privlačiti potražnju.⁴² Nova vizija razvoja kamping turizma sadrži konceptualni, operativni i proizvodni aspekt.⁴³ Konceptualni aspekt vizije odgovara na konceptualno pitanje kakav bi turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ trebao biti. Operativni aspekt pitanje koji su ključni preduvjeti za razvoj turizma u kampovima „Plava Laguna d.d.“ i identificira osnovne ciljeve operativnih strategija. Proizvodni aspekt vizije odgovara na pitanje čime će turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ privlačiti potražnju, ističući ključne sastavnice turističkog proizvoda.

Tablica 22.: Vizija razvoja kamping turizma u „Plavoj Laguni d.d.“

Kakav bi turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ trebao biti?	Koji su ključni preduvjeti za razvoj turizma u kampovima „Plava Laguna d.d.“?	Čime će turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ privlačiti potražnju?
<ul style="list-style-type: none"> • prepoznatljiv (bredniranje) • cjelogodišnji (produženje sezone) • raznovrstan (diferencirana ponuda) • inovativan i prilagodljiv preferencijama turista 	<ul style="list-style-type: none"> • dugoročna zaštita prostora i održivo upravljanje ekosustavom • konkurentnost i atraktivnost za investicije • povećanje znanja i vještina na svim razinama 	<ul style="list-style-type: none"> • gostoljubivost • kvaliteta (izvrsnost) • autentičnost (očuvanje izvornosti) • raznovrsnost sadržaja i doživljaja • sigurnost

Izvor: Vlastita izrada studenta na temelju stranice Ministarstva turizma, www.mint.gov.hr, 29.08.2018.

⁴² Ministarstvo turizma, www.mint.gov.hr, 29.08.2018.

⁴³ ibid

Kakav bi turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ trebao biti? Turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ trebao bi biti: prepoznatljiv na svjetskom tržištu, cjelogodišnji, odnosno da se turistička sezona unutar kampa produlji na cijelu godinu. Ponuda u kampovima bi trebala biti raznovrsna, inovativna i prilagodljiva svim preferencijama turista.

Koji su ključni preduvjeti za razvoj turizma u kampovima „Plava Laguna d.d.“? Ključni preduvjeti za razvoj turizma unutar kampova su dugoročna zaštita prostora i održivo upravljanje ekosustavom, investiranje u postojeće i nove sadržaje unutar kampa, te povećanje znanja i vještina zaposlenika na svim razinama.

Čime će turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ privlačiti potražnju? Turizam u kampovima „Plava Laguna d.d.“ privlačiti će potražnju na taj način da zaposlenici budu gostoljubivi prema turistima koji borave unutar kampa, da ima kvalitetnu ponudu, raznovrsni sadržaj te da omogući sigurnost turistima.

6. ZAKLJUČAK

U Republici Hrvatskoj kampiranje je propisano u Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“ te u Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti. U završnom radu analizirani su kampovi prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“. Prema tom pravilniku, vrsta kampova su: kamp, kamp naselje, kampiralište i kamp odmorište. Kategorizacija kampova u Republici Hrvatskoj veoma je slična europskoj kategorizaciji kampova, te se označava brojem zvjezdica (od dvije do pet zvjezdica).

Kamping turizam podijeljen je na tradicionalni i suvremeni kamping. Tradicionalni kamping turizam označava razdoblje od 1950. do 1990. godine i predstavljao je jeftin način provođenja odmora u šatorima s jeftinom kamp opremom. Suvremeni kamping turizam je suprotnost tradicionalnom kamping turizmu, jer predstavlja skup način provođenja odmora sa specijalnom opremom u luksuznim i opremljenim smještajnim objektima koji se uglavnom iznajmljuju. Suvremeni kamping turizam označava razdoblje od 1991. godine i traje još i danas.

Analizom statističkih podataka vidljivo je da je kamping turizam sve traženiji oblik turizma u svijetu, ali i u Hrvatskoj, iako za državljane Hrvatske i dalje predstavlja veoma skup način provođenja odmora. Turisti sve više preferiraju provoditi svoj odmor na otvorenim, ekološki čistim područjima. Najveći broj dolazaka i noćenja u kampovima u Hrvatskoj ostvaruju državljani Njemačke, Slovenije i Austrije.

„Plava Laguna d.d.“ nalazi se u neposrednoj blizini grada Poreča, u Istarskoj županiji. Kampovi iz grupacije „Plava Laguna d.d.“ višestruko su nagrađivani kampovi koji nude vrhunsku uslugu kako bi sva očekivanja turista bila ispunjena. Kampovi „Bijela Uvala“, „Zelena Laguna“ i „Puntica“ su idealni za ljubitelje prirode i turiste koji žele aktivno provesti svoj odmor. Bogata sportska ponuda i velik broj animacija za djecu i odrasle dodatan su faktor u privlačenju turista.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Cvelić Bonifačić J.: **Kamping: Osnove hrvatskog i europskog kamping turizma**, KUH, Poreč 2011.
2. Čorak S., Mikačić V.: **Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno**, Institut za turizam, Zagreb 2006,
3. Gržinić J., Bevanda V.: **Suvremeni trendovi u turizmu**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014
4. Sladoljev, J.: **Kamping turizam- priručnik za vlasnike i voditelje kampova**, C.A.S.H., Pula, 1998.

Ostali izvori:

1. Adriatic-kamp, www.adriatic-kamp.hr (20.08.2018.)
2. Booking, www.booking.com (29.08.2018.)
3. Camping info, www.camping.info (20.08.2018.)
4. Hrvatska turistička zajednica, www.htz.hr (20.08.2018.,03.09.2018.)
5. Kamp Njivice, www.kampnjivice.com (20.08.2018.)
6. Kamping udruženje Hrvatske, www.camping.hr (14.08.2018., 20.08.2018.)
7. Laguna Poreč, www.lagunaporec.com (19.08.2018., 20.08.2018.)
8. Ministarstvo turizma, www.mint.hr (20.08.2018.)
9. Ministarstvo turizma, www.mint.gov.hr (29.08.2018.)
10. Narodne novine, <https://narodne-novine.nn.hr/> (14.08.2018.)
11. Plava Laguna, <http://biz.plavalaguna.hr/hr> (19.08.2018.)
12. Poslovni, www.poslovni.hr (22.08.2018.)
13. Turistički news portal, www.hrtturizam.hr, (29.08.2018.)
14. Valamar-riviera, www.valamar-riviera.com (14.08.2018.)
15. Kamping udruženje Hrvatske, turistički promet i kapaciteti u kampovima u Republici Hrvatskoj 2016. godine (20.08.2018.)

POPIS TABLICA

Tablica 1.: Usporedba tradicionalnog i suvremenog kamping turizma	11
Tablica 2.: Dolasci, noćenja i prosječni broj noćenja turista po vrstama objekata (u 000) u 2017. godini	17
Tablica 3.: Dolasci i noćenja u kampovima od 2013.-2017. godine.....	18
Tablica 4.: Noćenja stranih turista u kampovima u 2017. godini (u 000)	19
Tablica 5.: Dolasci i noćenja turista u kampovima od siječnja do srpnja 2017./2018. godine.....	19
Tablica 6.: Parcele u kampu „Bijela Uvala“	22
Tablica 7.: Nagrade i priznanja kampa „Bijela „Uvala“	25
Tablica 8.: Cjenik u kampu „Bijela Uvala“ od 21.04. do 22.06.	26
Tablica 9.: Cjenik u kampu „Bijela Uvala“ od 23.06. do 30.09.	27
Tablica 10.: Parcele u kampu „Zelena Laguna“	28
Tablica 11.: Nagrade i priznanja kampa „Zelena Laguna“	31
Tablica 12.: Cjenik u kampu „Zelena Laguna“ od 21.04. do 22.06.	32
Tablica 13.: Cjenik u kampu „Zelena Laguna“ od 23.06. do 30.09.	33
Tablica 14.: Parcele u kampu „Puntica“	34
Tablica 15.: Nagrade i priznanja kampa „Puntica“	35
Tablica 16.: Cjenik u kampu „Puntica“ od 21.04. do 22.06.	36
Tablica 17.: Cjenik u kampu „Puntica“ od 23.06. do 30.09.	37
Tablica 18.: Komparativna analiza kampova „Plava Laguna“	38
Tablica 19.: SWOT analiza kampa „Bijela Uvala“	40
Tablica 20.: SWOT analiza kampa „Zelena Laguna“	41
Tablica 21.: SWOT analiza kampa „Puntica“	42
Tablica 22.: Vizija razvoja kamping turizma u „Plavoj Laguni d.d.“	43

POPIS SLIKA

Slika 1.: Kamp naselje	6
Slika 2 Grafička rješenja standardiziranih ploča za pojedine vrste kampa.....	9
Slika 3.: Mobilne kućice	16
Slika 4.: Plan kampa „Bijela Uvala“	21
Slika 5.: Mobilna kućica „Aria“	22
Slika 6.: Kamp „Bijela Uvala“	24
Slika 7.: Plan kampa „Zelena Laguna“	29
Slika 8: Mobilne kućice „Banko“ Prestige	30
Slika 9.: Plan kampa „Puntica“	34