

Sandra Šokčević **PRIKAZ KNJIGE:
KAMPING U
HRVATSKOM TURIZMU**

Andreja Rudančić, doc.dr.sc.
Jerko Sladoljev, mag.oec.
Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb, 2021.

Znanstvena monografija pod nazivom *Kamping u hrvatskom turizmu* u izdanju Libertas međunarodnog sveučilišta u Zagrebu iz 2021. godine je kondenzat i presjek stanja jednog segmenta turizma kroz pogled dvoje autora, ali i empirijskog istraživanja prikazanog u obliku znanstvene monografije. Autori ovog djela su doc. dr. sc. Andreja Rudančić s Libertas međunarodnog sveučilišta u Zagrebu i Jerko Sladoljev iz Top Campinga iz Poreča, koji su napravili “pro futuro” scenarij jednog proizvoda i poslovne priče o kampingu, koji se razvija kao velika uspješnica i postaje novi turistički hit “in continuo”.

Djelo je napisano na 248 stranica.

Broj korištene literature i citiranih referenci prikladan je predmetu obrade. *Sadržaj rada* zasniva se na odabranim znanstvenim stručnim radovima istaknutih autora domaćega i inozemnoga porijekla. Autori se pozivaju na 128 bibliografskih jedinica, od toga 118 knjiga, članaka u časopisima i zbornicima radova domaćeg i inozemnog porijekla i 10 internet izvora i njihovih autora.

Tekst djela je dobro ilustriran. Tako se u djelu nalaze 34 tablice, 25 prikaza, 17 grafikona, 1 shema i 16

slika te Pojmovnik – kao pregled osnovnih pojmova vezanih uz kamping područje.

Djelo je cjelina logički povezanih 13 dijelova, uključujući Uvod i Zaključna razmatranja te kratak Predgovor na dvije stranice. Dan je pregled iz recenzija renomiranih recenzenata: prof. dr. sc. Branko Blažević, professor emeritus sa Sveučilišta u Rijeci, doc. dr. sc. Vincenzo Asero sa Sveučilišta Catania u Italiji te doc. dr.s c. Petar Mišević sa Sveučilišta Sjever.

U *prvome dijelu*, pod nazivom: *Potrebe za turističkim kretanjem u kamping turizmu*, obrađuju se temeljne odrednice i pojmovno određenje kamping turizma, motivi putovanja kamping turista i motivi odabira lokacije kampa.

Drugi dio, pod nazivom: *Pravno uređenje kampova u suvremenome hrvatskome turističkome pravu*, posvećen je turističko-formalno-pravnom i materijalnom pojmu “kampa”, sistematizaciji vrste kampova, pojmu, nadležnosti i pregledu postupka *kategorizacije* kampova, kao i pretpostavkama poslovanja kampova u hrvatskom turističkom pravu.

U *trećem dijelu* autori se bave *Razvojem kamping turizma* i to posebno kroz povijest, kao i razvojem hrvatskog kamping turizma.

Četvrti dio nosi naziv: *Karakteristike tržišta kamping turizma*, gdje se obrađuju karakteristike tržišta

ponude i potražnje kamping turizma, kamping turizam u turizmu mediteranskih država te konkurentski položaj hrvatskog kamping turizma.

U *petom dijelu*, pod naslovom: *Glamping-inovativnost u tradicionalnom kamping turizmu*, autori se bave temeljnim odrednicama *glampinga* u turističkoj ponudi kamping turizma te analiziraju podrijetlo i razvoj *glamping* ponude i potražnje te trendove na tržištu kamping turizma, s naglaskom na promjene u kamping turizmu Europe, a posebno smještaja u kampovima.

Šesti dio nosi naziv: *Upravljanje održivim razvojem kamping turizma*. Poseban akcent autori stavljaju na ulogu lokalne zajednice u tom razvoju, na menadžment održivog razvoja kamping turizma, na kvantitativne i kvalitativne smjernice održivog razvoja, na specifične oblike kamping turizma kao što su eko kampovi i rekreacijsko kampiranje. Autori u ovom poglavlju također raspravljaju o održivosti razvoja hrvatskog kamping turizma, posebno o održivom turizmu i mediteranskom obalnom području.

Sedmo poglavlje nosi naziv: *Upravljanje kvalitetom kamping turizma*. U vezi s time, promišlja se o modelu kvalitete turističkog tržišta, gdje se posebno mjesto daje turističkom prostoru. Analizira se sustav upravljanja kvalitetom prostora i usluga kamping turizma kroz analizu kvalitete u europskom i hrvatskom kamping turizmu, uz prezentaciju *benchmarking* analize kvalitete mediteranskih kampova.

Osmo poglavlje nosi naziv: *Koncepcija marketinga u kamping turizmu*. Tu autori analiziraju primjenu elemenata marketing miksa u kamping turizmu, kao i tržišno pozicioniranje kamping turizma.

Deveto poglavlje glasi: *Menadžment kamping turizma kao poslovnog sustava*. Autori analiziraju funkcije planiranja, organiziranja, upravljanja kadrovima, funkciju vođenja i funkciju kontroliranja u poslovnom sustavu kampa.

Deseto poglavlje nosi naziv: *Analiza stanja kamping turizma Republike Hrvatske*. Autori istražuju putem kvantitativne i kvalitativne analize sadašnje stanje kamping turizma Republike Hrvatske, uz suptilnu SWOT analizu. Isto tako analiziraju prihvatni

kapacitet hrvatskih kampova i nova usmjerenja hrvatskog kamping turizma.

U posljednjem, *jedanaestom poglavlju*, pod nazivom: *Istraživanje potražnje kamping turizma Republike Hrvatske - komparativna analiza*, autori daju originalni doprinos svojeg istraživanja ovom radu. Rezultati njihovih istraživanja za 2019. godinu prikazani su tablično i grafički, a uz njih slijedi interpretacija rezultata u obliku popratnog teksta s objašnjenjem metodologije te glavnim nalazima i karakteristikama istraživanja. Opisuju se i eventualne promjene nastale u dvije godine, u razdoblju od 2018. (kada je provedeno prvo istraživanje) do 2019. godine.

U *Zaključnim razmatranjima* autori izlažu svoje sudove po svim poglavljima, koji logički proizlaze iz dobro obrađenih i zasnovanih sadržaja, potkrijepljenih velikim brojem ilustracija i primjera.

Koja je poruka ovog djela?

Kampisti su po vokaciji povezani s prirodom, a lokalna zajednica, poučena lošim iskustvom masovnog turizma, polako podiže razinu svijesti o važnosti očuvanja prirodnog okoliša. Kako se približiti trendovima koji govore o važnosti očuvanja prirode i potaknuti promjene pod utjecajem sveprisutnih klimatskih kataklizmi, podignuti ekološku svijest turista i lokalnog stanovništva, unaprijediti ponude kamping turizma na način da se što veća pozornost posveti zaštiti prostora kampa, brizi o prihvatnom kapacitetu, smanjenju komunalnog otpada i uštedama resursa?

Kako unaprijediti i povećati kvalitetu kao neupitan čimbenik uspjeha ponude kamping prostora i usluge? Dok se danas u hotelima nudi vrhunska usluga i traži visoki sjaj i udobnost, u kampu parcela mora imati svoj vrhunski prirodni oblik uz tradicionalni stil podneblja, usluge gdje je sve ponuđeno a ništa nametnuto te vrhunske elemente proizvoda koji su dio suživota s prirodom, okusima, mirisima i emocijama koje nudi destinacija. Nadalje, ovo djelo govori i o tome kako je hrvatski obalni pojas, zbog svoje krhkosti, posebno osjetljiv, ali turistički gledano dragocjen, a ekološki usmjereni kampovi predstavljaju još uvijek očuvan krajobraz i jamstvo su daljnjeg razvoja kamp turizma na načelima održivog razvoja.

Posebna pažnja posvećena je potencijalima europskog tržišta kampiranja i otkriva neke smjernice za daljnji konkurentski rast, inovacije i diferencijaciju kao ključne strategije za izbjegavanje faze zrelosti, osobito u mediteranskoj industriji kampiranja. Dane su i karakteristike europskih megatrendova i značajke europskog kamping turizma, identificirani su novi trendovi koji vladaju na ovom tržištu. Posebno su istaknuti najvažniji trendovi u razvoju kamping turizma, koji postaje sve popularniji izbor luksuznog kampiranja ili *glampinga*, kao i izbor kampiranja u mobilnim kućicama. I na kraju, zašto ovi trendovi

vode postupnoj transformaciji kampova u *resorte* te koja su očekivanja i smjerovi u daljnjem rastu na tržištu mobilnih kućica?

Danim odgovorima u djelu autori su u potpunosti ostvarili ciljeve koje su si postavili, prihvativši se obrade materije koja je nedovoljno istražena sa znanstvenog aspekta, a koja može poslužiti kao temelj za unaprjeđivanje te djelatnosti i edukaciju kadrova, osobito turističkih i hotelskih menadžera, kako pojedinih poduzeća, tako i manjih i velikih turističkih destinacija.