



KOMUNIKACIONE AKTIVNOSTI U FUNKCIJI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA  
COMMUNICATION ACTIVITIES OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPEMENT

Anita Baliž, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

**Oblast – INDUSTRIJSKO INŽENJERSTVO I  
INŽENJERSKI MENADŽMENT**

**Kratak sadržaj** – U radu se istražuje potencijal održivog turizma i glampinga u Srbiji i daje predlog komunikacionih aktivnosti za promovisanje turističke destinacije. U radu su prikazani Bubble hoteli, koji su trenutno u izgradnji u Zimonjiću. Istražen je potencijal glamping turizma u Srbiji kroz utvrđivanje informisanosti i zainteresovanosti ljudi za ovaj vid turizma. Uzorak ispitivanja činilo je 70 ispitanika sa opštine Kanjiže. Nakon istraživanja predložen je komunikacioni plan Bubble hotela. U skladu sa dobijenim rezultatima zaključuje se da je sam koncept hotela ispitanicima interesantan i da je neophodno uložiti napore u njegovo promovisanje kako bi privukao što veći broj turista.

**Ključne reči:** glamping, marketing, održivi razvoj, održivi turizam, eko turizam

**Abstract** – The paper investigates the potential of sustainable tourism and glamping in Serbia and gives a proposal for communication activities for the promotion of tourist destinations. In this paper are shown Bubble hotels, that are currently in the making in Zimonjić. The potential of glamping tourism in Serbia was investigated by determining the information and interest of people for this type of tourism. The sample consisted of 70 respondents from the municipalities of Kanjiža. After the research, the communication plan of the Bubble Hotel is proposed. In accordance with the obtained results, it is concluded that the concept of the hotel itself is interesting to the respondents and that it is necessary to make efforts to promote it in order to attract as many tourists as possible.

**Keywords:** glamping, marketing, sustainable development, sustainable tourism, eco-tourism

## 1. UVOD

Kampovanje je za mnoge najbolja aktivnost na otvorenom, dok je za druge neprijatno iskustvo. Zbog toga je turistička industrija došla na ideju da kampovanje učini prijatnim, udobnim i dobro osmišljenim boravkom u prirodi i na otvorenom. Takođe se ističu i njegovi izgledi s obzirom na rastuću potražnju za eko-turizmom i činjenicu da će eko-turizam postati elitno iskustvo [1]. Glamping je definisan kao vrsta kampovanja koja je udobnija i luksuznija od tradicionalnog kampovanja. Cilj ovog rada jeste da ispita potencijal glamping turizma u Srbiji kroz utvrđivanje zainteresovanosti ljudi za ovaj

## NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bila dr Danijela Lalić, red.prof.

vid turizma, kao i da na osnovu dobijenih rezultata predloži komunikacioni plan koji će pomoći unapređenju turističkog poslovanja Bubble hotela.

## 2. KONCEPT ODRŽIVOG TURIZMA

Krajem dvadesetog veka rast prihoda, slobodnog vremena i mobilnosti, doveo je do intenzivnijih zahteva na ruralnom područjima kao mestima za rekreaciju i turizam. Izgradnja ruralnog područja kao zone potrošnje nužno rezultira nizom oštih kontradikcija. Jedna od njih jeste realnost da je u većini turističkih destinacija velika većina ruralnih zemljišta u privatnom vlasništvu, što ozbiljno ograničava pristupačnost [2].

### 2.1. Uticaj turizma na životnu sredinu i njegova održivost

U XXI veku, preduzeća su uveliko svesna da očuvanje životne sredine predstavlja prioritet. Budući da je turizam trenutno najveća svetska industrija, životna sredina zauzima središnju fazu u razvoju turizma. Turizam nije samosnažna ekonomska sila, već je i značajan faktor u fizičkom okruženju [3].

Bilo koji oblik razvoja utiče na fizičko okruženje u kojem se odvija. S obzirom na činjenicu da turisti moraju posetiti mesto proizvodnje, neminovno je da se turistička aktivnost povezuje sa uticajima na životnu sredinu.

U mnogim turističkim projektima očuvanje prirodne, kulturne i izgrađene životne sredine važna je motivacija za pokretanje projekta. Štaviše, neki od projekata imaju tendenciju da odvrte lokalne zajednice od ilegalne upotrebe i prekomerne upotrebe prirodnih resursa i pokušavaju integrisati zaštićena prirodna područja i regionalne i lokalne razvojne planove i programe. Stoga bi turizam mogao i trebao pozitivno doprineti očuvanju životne sredine.

### 2.2. Eko turizam

Turizam zahteva potragu za novim iskustvima u poređenju sa svakodnevnim životom i okruženjem pojedinca. Stoga, za razliku od masovnog turizma, gde sunce, pesak i more predstavljaju jedini turistički resurs, eko turizam ili turističke aktivnosti zasnovane na prirodi odgovaraju na želju ljudi da učestvuju u putovanjima sa različitim ciljevima kao što su opuštanje, otkrivanje, učenje i izlazak u prirodu, odlazak od rutine svakodnevnog života. Ove aktivnosti takođe predstavljaju glavnu osu održivog turizma [4].

Kao podgrupa održivog turizma, eko turizam je definisan kao vrsta turizma zasnovanog na prirodi koji pruža mogućnosti za učenje i vrednovanje prirodnog okruženja i njegovih elemenata, a takođe teži da bude ekološki, sociokulturni i ekonomičan [5].

### 3. GLAMPING

Smatra se da je glamping zapravo oko nas u različitim oblicima još od vremena Otomanskog carstva. Osmanlije su za svog sultana nekada pravile ekstravagantne i luksuzne šatore (prenosive palate) ukrašene svilom i drugim skupim materijalima. Ovo bi se moglo smatrati početkom glampinga [6].

Sledeća faza glampinga nastala je početkom 1990- ih u Africi, kada su bogati putnici odbili da žrtvuju svoje luksuzne stilove života dok su bili u safariju. Stoga se veruje da ideja glampinga nije potpuno nova. Ipak, pojam glamping star je samo nekoliko godina i tek se sada počinje da se ponovo otkriva ovaj vrlo stari koncept u novom ruhu.

#### 3.1 Glamping u Republici Srbiji

Srbija je značajna turistička destinacija u Evropi, locirana u okviru centralnog dela Balkanskog poluostrva. Reč je o državi u okviru koje dolazi do susretanja civilizacija, kultura, religija, klime i prirode i njihovog međusobnog prožimanja. Smeštena je na jednoj od najznačajnijih kopnenih ruta između Turske i Evrope, koja se završava na Bliskom istoku. Srbija se odlikuje lepim nacionalnim parkovima, atraktivnim odmaralištima, ali i nekim od najboljih skijaških staza u Evropi. Značajan akcenat u turističkoj ponudi Srbije stavljen je na ruralni turizam, za čiji razvoj zemlja ima velike potencijale.

Na teritoriji Srbije glamping turizam, uprkos potencijalu, nije još uvek razvijen. Za razvoj glampinga važno je postojanje lepote prirode, dobre ideje, dobrog projekta, dok gostima istovremeno moraju biti ponuđeni raznovrsni sadržaji. Suština glampinga jeste da luksuz hotela bude doveden u prirodu.

Na prostoru Srbije od nedavno postoje glamping kućice u Ovčarsko-kablarskoj klisuri. Osim toga, na prostoru sela Mokrin u blizini Kikinde, razvijen je projekat pod nazivom *Mokrin house*. U okviru ovog projekta tokom 2019. godine organizovano je otprilike 200 sadržaja koji su bili namenjeni lokalnoj zajednici. Ovakav vid turizma obezbeđuje mogućnost oživljavanja ruralnog kraja [7].

##### 3.1.1. Bubble hoteli na Zimonjiću

Trenutno su u izgradnji *Bubble* hoteli u Zimonjiću, pored Starog arteškog bunara. Reč je o predelu u čijoj okolini se nalazi samo nekoliko salaša, dok sve ostalo predstavlja netaknutu prirodu. Ovaj prostor se odlikuje ogromnim pašnjakom koje predstavlja izvor života za stada i stočare. Usred pašnjaka smešten je stari arteški bunar koji je poznat u vidu bunara Baratovih [8]. Radi se o arteškom bunaru, koji prema meštanima, ima lekovitu moć. Pored ovog bunara je započeta izgradnja *Bubble* hotela.

Svaki šator se sastoji od prostora za spavanje i kupatila, tj. toaleta i lavaboja za pranje ruku. Planirano je da tuš kabina bude postavljena napolju, u vidu jednog solarnog tuša.

Umesto zavese biće postavljena trska u snopovima, kako bi sam izgled tuša bio bliži prirodi i kako ne bi narušavao izgled ambijentalne celine. To je poslednji deo koji je trenutno u fazi izrade. Prilikom izgradnje ovih hotela akcenat je usmeren na održivi razvoj i stoga su korišćeni prirodni materijali.



Slika 1. Unutrašnjost Bubble hotela

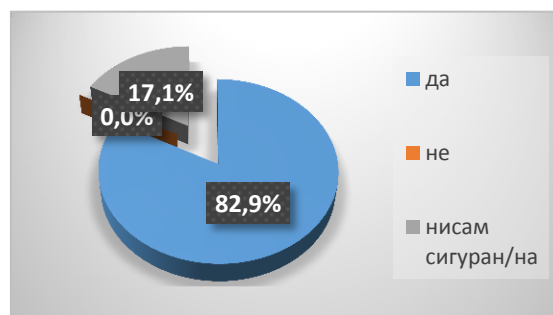
### 4. ISTRAŽIVANJE POTENCIJALA GLAMPING TURIZMA

Predmet ovog istraživanja jeste ispitivanje potencijala glamping turizma u Srbiji kroz utvrđivanje informisanosti i zainteresovanosti ljudi za ovaj vid turizma. Cilj istraživanja ovog rada jeste da na osnovu dobijenih rezultata predloži komunikacioni plan koji će pomoći unapređenju turističkog poslovanja *Bubble* hotela.

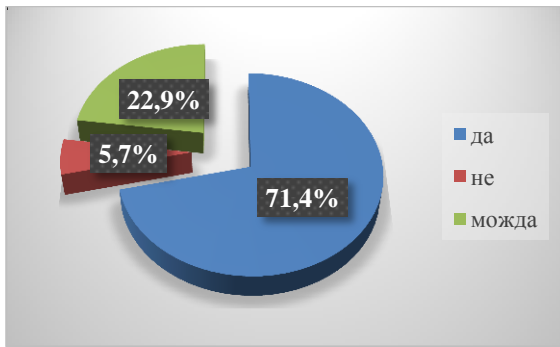
Uzorak istraživanja činilo je 70 ispitanika sa teritorije opštine Kanjiže. Instrument koji je korišćen i kojim su ispitani stavovi o glampingu posebno je izrađen za potrebe ovog istraživanja.

Nakon prikupljanja podataka izvršena je njihova statistička obrada. U prikazivanju dobijenih rezultata je korišćena metoda deskriptivne statistike. Deskriptivna metoda je primenjena prilikom prikupljanja podataka o anketiranim ispitanicima, kao i prilikom obrade podataka i njihove interpretacije.

Prikupljeni podaci o ispitanicima se odnose na pol, starost, nivo obrazovanja i poznavanje koncepta glampinga.



Slika 2. Rezultati ankete - Potencijal za razvoj glampinga



Slika 3. Rezultati ankete - Da li bi ispitanici posetili Bubble hotel

## 5. KOMUNIKACIONI PLAN BUBBLE HOTELA

Bubble hotel je mali hotel i kao takav ne koristi složenu komunikacionu strategiju. Promocija se obavlja preko prodajnih kataloga, turoperatora i promotivnog materijala turističke organizacije Kanjiže.

Hotel primenjuje komunikaciju sa gostima licem u lice, kao važnog sredstva komunikacije, jer na ovakav način postoji mogućnost prilagođavanja turistima i davanja odgovora na bilo kakve nejasnoće.

Razvoj informacione tehnologije je doveo do sve veće primene interneta širom sveta, i stoga je neophodno istaći da internet predstavlja veoma vredan komunikacioni alat, usled čega hotel poseduje sopstvenu internet stranicu.

Istovremeno, značajno je naglasiti uticaj društvenih mreža na komunikaciju i promovisanje hotela. Slike i komentari turističkih destinacija i objekata se svakodnevno dele na društvenim mrežama poput Instagrama, Fejsbuka, Tvitara, blogova i foruma. Na ovaj način turisti imaju mogućnost međusobnog komuniciranja i razmenjivanja doživljaja i iskustva što ima na kraju uticaj na potencijalne goste.

### 5.1. Analiza situacije

SWOT analiza se primenjuje u vidu metoda u kojoj se posmatraju određeni spoljašnji i unutrašnji činioci kako bi se utvrdilo trenutno stanje preduzeća. Posmatraju se snage, slabosti, prilike i pretnje Bubble hotela.

Tabela 1. Swot analiza

Snage:	Slabosti:
<ul style="list-style-type: none"> <li>korišćenje sopstvene internet stranice kao promotivnog sredstva</li> <li>dober geografski položaj hotela</li> <li>lokacija na kojoj je hotel smešten (blizina starog arteškog bunara)</li> <li>luksuzan oblik turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ograničen broj smeštajnih kapaciteta</li> <li>loša signalizacija u ovom predelu</li> <li>visoka cena</li> </ul>

Prilike:	Pretnje:
<ul style="list-style-type: none"> <li>proširenje smeštajnih kapaciteta i izgradnja nove infrastrukture</li> <li>mogućnost finansiranja od strane države</li> <li>zainteresovanost lokalne samouprave za razvoj turizma u Kanjiži</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>otvaranje drugih smeštajnih kapaciteta ovog tipa u Vojvodini</li> <li>nestabilna situacija izazvana pandemijom</li> <li>popularnost drugih smeštajnih kapaciteta u okolini</li> <li>loša informisanost turista o ovom obliku turizma</li> </ul>

### 5.2. Ciljevi komunikacionog plana Bubble hotela

Ciljevi komunikacionog plana su sledeći:

- Povećanje iskorišćenosti hotelskog smeštaja.
- Intenzivnije komuniciranje sa potencijalnim gostima.
- Smanjenje troškova poslovanja.
- Unapređenje promocije hotela.

### 5.3. Implementacija i kontrola komunikacionog plana

Implementacija i kontrola komunikacionog plana predstavlja neophodnu fazu, kako zbog aktivnosti koje su već realizovane, tako i zbog aktivnosti koje je potrebno tek realizovati. To je moguće raditi u tri perioda: unapred, tokom aktivnosti i nakon. Nakon realizovanja aktivnosti pažljivo se vrši procena rezultata.

Implementacija ili sprovođenje predstavlja proces koji pretvara komunikacioni plan u konkretne aktivnosti kako bi se obezbedilo postizanje strateških ciljeva. Značajno je istaći da odlična strategija i akcioni plan neće imati uspeha ukoliko se ne sprovede na dobar način. Neophodno je da se implementacija komunikacionog plana sprovodi svakodnevno. Uspešna implementacija je uslovljena kulturom firme, ljudskim potencijalom i programom akcija.

## 6. ZAKLJUČAK

Ovaj rad se bavi komunikacionim aktivnostima u funkciji razvoja održivog turizma. Glamping je definisan kao vrsta kampovanja koja je udobnija i luksuznija od tradicionalnog kampovanja i odlikuje se udobnošću i visokokvalitetnim uslugama. Glamping pruža izvanredne prostore na otvorenom i dodaje unutrašnje pogodnosti poput klima uređaja, privatnih kupatila i francuskih kreveta.

U radu je dat prikaz i *Bubble* hotela, koji su trenutno u izgradnji u Zimonjiću. Rađeno je ispitivanje potencijala glamping turizma u Srbiji kroz utvrđivanje informisanosti i zainteresovanosti ljudi za ovaj vid turizma. Na osnovu istraživanja je dat zaključak da postoji zainteresovanost za glamping turizam i da uz uspešnu implementaciju komunikacionog plana *Bubble* hoteli imaju potencijala da postanu savršeno mesto za beg i opuštanje na ekološki prihvatljiv način.

## 7. LITERATURA

[1] Cambridge Dictionary. (2017). *Cambridge University Press*. Retrieved from: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/glamping>

[2] Urlaubsguru, B. (2017). *Urlaubsguru*. Retrieved from: <https://www.urlaubsguru.de/reisemagazin/glamping-luxus-camping-im-trend/>

[3] Hall, M.C., Gossling, S. & Scott, D. (2015). *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. London: Routledge.

[4] Dedeke, A. (2017). Creating sustainable tourism ventures in protected areas: An actor-network theory analysis. *Tourism Management*, 61, 161-172. doi: 10.1016/j.tourman.2017.02.006

[5] Ivanov, S. & Ivanova, M. (2013). Mass ecotourism vs. Eco mass tourism. *Proceedings of the Sixth Black Sea Tourism Forum*, 02nd-04th October, Varna, Bulgaria, 78-90.

[6] The History of Glamping. (2013). Retrieved from: <http://themartynhouse.com/bed-breakfast/glamping/>

[7] [https://www.ekapija.com/thumbs/mokrin\\_house\\_11\\_mina\\_piscevic\\_040219\\_tw1024.jpg](https://www.ekapija.com/thumbs/mokrin_house_11_mina_piscevic_040219_tw1024.jpg)

[8] RTS. (2018). *Sasvim prirodno: Jaraš pusta*. Retrieved from: <https://www.rts.rs/page/tv/sr/story/22/rts-svet/3148657/sasvim-prirodno-jaras-pusta.html>

### Kratka biografija:



**Anita Baliž** rođena je u Novom Sadu 1994. god. Master rad na Fakultetu tehničkih nauka iz oblasti Industrijsko inženjerstvo i inženjerski menadžment odbranila je 2021.god.  
kontakt: [anita.ns.94@gmail.com](mailto:anita.ns.94@gmail.com)