

Republika Srbija
Ministarstvo trgovine, turizma i usluga
11000 Beograd

SOKOBANJA

Masterplan turističke destinacije

Sažetak



Septembar 2007

www.hosting.si



SADRŽAJ

Cilj projekta.....	3
Analiza stanja resursa.....	4
Smeštajni kapaciteti.....	5
Ugostiteljski kapaciteti.....	5
Analiza turističke ponude i potražnje.....	6
Analiza urbanističkog planiranja za razvoj turizma.....	8
Analiza tržišnih aktivnosti.....	8
SWOT analiza ponude u destinaciji.....	9
Trendovi u turizmu.....	10
Benchmark analiza konkurencije.....	10
STRATEŠKO RAZVOJNO PLANIRANJE.....	11
Definisanje ključnih segmenata gostiju za potrebe efikasnog oblikovanja i plasmana turističke ponude Sokobanje.....	13
Ciljni motivacijski segmenti.....	13
Ciljna geografska tržišta.....	14
STRATEŠKO POZICIONIRANJE I STRUKTUIRANJE TURISTIČKE PONUDE.....	16
Krovno pozicioniranje turističke destinacije –Sokobanja.....	22
KLJUČNE INVESTICIJE NA RAZLIČITIM RAZVOJNIM PODRUČJIMA ZA POSTIZANJE RAZVOJNIH CILJEVA I VIZIJE – OPIS INVESTICIJA I PLANIRANJE KAPACITETA.....	22
1. Veliki kongresno-priredbeni objekat pored centralnog banjskog parka.....	22
2. Oriental spa.....	23
3. Vodeno – relaksacioni zabavni centar.....	24
4. Gradski hotel Sokobanja 4*.....	25
MOGUĆI IZVORI FINANSIRANJA RAZVOJNIH AKTIVNOSTI.....	27
ZAKLJUČAK I PREPORUKE ZA IMPLEMENTACIJU MASTERPLANA.....	28
I. Novi objekti/programi u Sokobanji.....	30
II. Novi objekti/programi u okolini Sokobanje.....	31
III. Banja Jošanica.....	31

Cilj projekta

Cilj izrade Strategije razvoja turizma u opštini Sokobanja je valorizovanje učinaka turizma i ukazivanje na nedostatke i potencijale, kao i potrebne promene i aktivnosti u turističkoj delatnosti. Kroz primarna i sekundarna istraživanja i kvantitativne i kvalitativne analize želimo predstaviti stanje prirodnih, geografskih, prometnih, istorijskih, etnoloških i ekonomskih resursa i identifikovati trenutno stanje i budući razvoj na području urbanizma, marketinga i konkurentnosti ponude u destinaciji.

Kroz Master plan želimo uticati na stvaranje destinacijske kulture područja, gde bi se turizam smatrao kao način života i osnova za podizanje životnih uslova lokalnog stanovništva na viši nivo. Zbog toga je potrebno oblikovati dodatna područja specijalizovanih oblika turizma (pored već postojećeg banjskog) kao što su izletnički turizam, sportsko rekreacijski turizam, vodeni sportovi, turizam letovanja u prirodi, wellness turizam, etnogastronomski turizam, omladinski turizam, avanturistički turizam, seoski turizam i sl., vodeći pritom računa o već učinjenom i implementaciji istog u novi koncept razmišljanja.

Sa realnom ocenom trenutne situacije i drskim, ali ujedno realnim predlozima o mogućnostima unapređenja i budućeg razvoja turizma, cilj nam je oblikovati destinacijski identitet i kulturu Sokobanje, njenu prepoznatljivost kao turističku destinaciju i definisati područja za nove turističke greenfield investicije, koje će podupreti viziju Sokobanje kao privlačne turističke destinacije.

Misija ovog Master plana je unaprediti sve turističke potencijale u Sokobanji, koji su neosporni i snažni i time doprineti društvenom i socijalnom razvoju čitavog područja. Uz to je potrebno ukazati na mogućnosti razvoja turizma na svakom pojedinačnom turističkom području, kako bi se podigao nivo života i primenila percepcija turizma kao pojava i način života. Takođe smo kroz razvoj Master plana želeli stvoriti uslove i dati mogućnost kako investitorima tako i lokalnom stanovništvu da oblikuju svoje ideje za stvaranje novih turističkih proizvoda i restrukturiranje i repozicioniranje već postojećih.

Ispunjenje misije ostvariće se povećanjem ponude i potražnje za segmentima postojeće i buduće ponude u Sokobanji, kao i povećanjem ekonomske uspešnosti u primarnim, sekundarnim i tercijarnim granama delatnosti.

Jedan od najvažnijih ciljeva Master plana je takođe povezivanje lokalnih ponuđača turističke ponude u efikasnoj zajedničkoj organizaciji i njihovo povezivanje sa regionalnim i nacionalnim turističkim organizacijama i turističkim tržištem.

Analiza stanja resursa

Opština Sokobanja zauzima 525 km² površine i smeštena je u centralnom delu Istočne Srbije u sastavu Zaječarskog okruga, na prosečnoj nadmorskoj visini 400m. Klima teritorije opštine je pod snažnim uticajem kontinentalnih vazdušnih strujanja i odlikuje se odsustvom jakih vetrova, dobrom osunčanošću, prisustvom šumskih aerosola i aromatičnih supstanci u vazduhu. Karakterišu je hladne i oštre zime, topla leta i jeseni koje su toplije od proleća. Najhladniji mesec je januar -12°C, a najtopliji juli sa temperaturom od 19,5°C.

Centralna saobraćajno-geografska pozicioniranost unutar države daje Sokobanji status privlačne lokacije kako za domaće goste tako i goste iz država u neposrednoj blizini kao što su Bugarska, Rumunija, Hrvatska, Mađarska i Slovenija, koje ujedno predstavljaju glavna turistička emitivna tržišta u Srbiji. Tabela prikazuje udaljenost glavnih gradova pomenutih država od Sokobanje.

Država, grad	Udaljenost
Bugarska - Sofia	215 km
Hrvatska- Slavonski brod	420 km
Rumunija - Bukurešt	457 km
Mađarska - Budimpešta	600 km
Slovenija - Ljubljana	780 km

2005. godine u opštini je živelo 18.041 stanovnika, u 24 seoska i 1 gradskom naselju. U zadnjih deset godina opština beleži pad broja stanovnika (u 2005. godini broj stanovnika je pao za 15 %), što negativno utiče na privredno stanje u opštini.

Područje opštine Sokobanja bogato je geotermalnim izvorima u zonama Sokobanje i Jošaničke banje. Ovi izvori spadaju u grupu najradioaktivnijih voda u Srbiji sa temperaturama od 22 – 46,5°C i predstavljaju posebnu prirodnu, ekonomsku i energetska vrednost opštine. Područje opštine Sokobanja bogato je geotermalnim izvorima u zonama Sokobanje i Jošaničke banje. Ovi izvori spadaju u grupu najradioaktivnijih voda u Srbiji sa temperaturama od 22 – 46,5°C i predstavljaju posebnu prirodnu, ekonomsku i energetska vrednost opštine.

Opštinu čine tri reljefno nezavisne i povezane zone:

1. zona kotlinskog dna – obuhvata aluvijalnu ravan Moravice;
2. zona pobrđa – ili zona prelaznog pojasa;
3. zona planinskog pojasa – koja predstavlja obod kotline

Na području Sokobanje je 17 identifikovanih jedinstvenih prirodnih područja, koja daju osnovu turističkoj ponudi prirodnih atrakcija. Većina tih područja je slabo ili nedovoljno iskorišćena, tako da predstavljaju veliki potencijal razvoja turizma u opštini.

Antropogene turističke vrednosti područja sokobanjske opštine mogu se podeliti na arheološka nalazišta, srednjovekovne kulturno - istorijske spomenike, sakralne objekte i spomen česme i spomenike savremene istorije. Sve ukupno ih je na području opštine 19. Uz to su identifikovane i 3 etnološke specifičnosti, koje daju opštini poseban značaj i ističu njen specifičan karakter.

Već spomenutu turističku ponudu dopunjavaju mnogobrojne zabavne („Banjske ruke“), sportske (turniri u različitim sportovima), kulturne („Prva harmonika“) i sajamske manifestacije.

Smeštajni kapaciteti

Sredinom 19. veka počinje turistički razvoj Sokobanje sa izgradnjom prvih smeštajnih objekata u Sokobanji - komercijalne vile, privatne sobe, a samim tim i razvoj njene smeštajne receptive. Smeštajna ponuda danas je usmerena pre svega na sobe za iznajmljivanje i hotele. Smeštajni kapaciteti su predstavljeni u tabeli.

Naziv i tip smeštajnog kapaciteta opština Sokobanja	Broj postelja
Hotel Zdravljak	502
Prirodno lečilište Banjica	270
Hotel Sunce	184
Hotel Moravica	200
Hotel Turist	105
Hotel Park	26
Specijalna bolnica Sokobanja (zdravstveni i komercijalni deo)	560
Privatni smještaj (sobe za iznajmljivanje, stanovi, kuće za odmor) – kategorisane i nekategorisane zajedno	Okolo 11 000
Banja Jošanica (smeštaj zajedno) – u većini nekategorisane	Okolo 1000
Zajedno	13 847

Privatni smeštaj ima 3770 kategorisanih smeštaja, a ostalih 7230 beleže se kao nekategorisane.

Ugostiteljski kapaciteti

U centru i okolini Sokobanje je bogata ponuda ugostiteljskih kapaciteta koji mogu zadovoljiti svakog gosta. Najveći deo ponude predstavljaju mesta gde je moguće dobiti specijalitet srpske kuhinje, specijalitete iz kraja, domaće i strane kuhinje po porudžbini. Ugostiteljski objekti su navedeni u tabeli.

Ugostiteljski objekti	broj
Gostionice	5
Restorani	5
Kafane	21
Poslastičarnice	3

Picerija	5
Bar	4
Brza hrana (kiosk)	2
Mlečni restoran	2

Infrastruktura u Sokobanji, koja osim saobraćajne, pre svega podrazumeva adekvatno vodosnabdevanje, komunalnu uređenost, kontrolu higijene, uređenje i planiranje zelenila, pijačne usluge je neadekvatno uređena i ima direktan negativan uticaj na turističku ponudu u destinaciji.

Azbestno-cementne cevi na većini vodovoda, gubici vode koji iznose 60-70 %, neuređenost seoskih deponija, slaba izgrađenost asfaltnih puteva na periferiji grada, neadekvatno uređena javna rasveta i nepostojanje digitalne telefonske centrale su samo neki od infrastrukturnih problema, s kojima se bori opština Sokobanja i koji veoma loše utiču na korišćenje geografskih i turističkih mogućnosti regije.

Analiza turističke ponude i potražnje

Smeštajni kapaciteti u Sokobanji zadovoljavaju trenutne potrebe i letnje posete gostiju, koja ima sezonski karakter. Ponuda smeštaja je usmerena pre svega na sobe za iznajmljivanje (ukupno 1783) i hotele (6) koje treba renovirati i obnoviti. Hotelima je preko potrebna nova perspektiva i smernice poslovanja, što bi se trebalo poboljšati privatizacijom koja je već u toku.

Svi hoteli u Sokobanji treće su kategorije. Svi su u središtu grada i većina ima interesantne lokacije, sa dobrim prilazom. Postoje i dva pansiona u centru grada (kategorija ****), kuće za odmor, vile – koje su sve prve kategorije, a najviše je soba za iznajmljivanje druge kategorije (944), treće (459), prve (284) i na kraju četvrte kategorije (96). Sokobanja ima u svojoj smeštajnoj ponudi i stanove prve kategorije.

Kategorizacija smeštajnih kapaciteta u Sokobanji je na niskom nivou. U pozitivnom smeru idu penzioni kapaciteti, iako je potreban veći broj smeštajnih kapaciteta više kategorije, jer se na taj način poboljšava i kriterijum za dobijanje kvalitetnijeg segmenta gostiju.

Prosečna dužina boravka gosta u Sokobanji je - u hotelima 7,3, a u privatnom smeštaju 8,5 dana, dok su inostrani gosti u Sokobanji boravili 3,2 dana.

Broj gostiju, noćenja i prosek boravka u periodu 1998. – 2004. god.

Opština Sokobanja god.	Broj gostiju			Broj noćenja			Prosek dana boravka	
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
1998	64.955	586	65.541	528.099	1.614	529.713	8,1	2,3

1999	51.051	482	51.533	374.124	1.522	375.646	7,3	1,3
2000	65.434	840	66.274	568.575	3.536	572.111	8,7	4,2
2001	67.226	894	68.120	439.529	3.650	443.579	6,5	4,4
2002	66.141	1036	67.177	418.422	2.213	420.635	6,3	2,1
2003	60.297	1463	61.760	396.848	5852	402.700	6,6	4,0
2004	63.049	1633	64.682	408.538	6042	414.580	6,5	3,7
UKUPNO			445.087			3.158.964		

Ostvarena noćenja domaćih turista u 2006. godini u izabranim turističkim mestima

Izabrana mesta	Noćenja turista domaćih	Indeks 2006/2005.
Beograd	607.621	100
Vrnjačka Banja	472.021	119
Kopaonik	349.457	100
Zlatibor	348.057	107
Sokobanja	321.245	87
Niška Banja	195.546	140
Banja Koviljača	187.775	139
Tara	147.911	80
Divčibare	113.673	95
Mataruška Banja	97.770	114

Od prvih deset mesta, u odnosu na prošlu godinu, beleži se pad ostvarenih noćenja domaćih turista u Sokobanji, na Tari i na Divčibarama. Ipak, prema tim informacijama Sokobanja zauzima vidnu poziciju među prvih deset opština u Srbiji, sa najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja.

Inostrane turiste Sokobanja skoro da ne beleži. Preduslov većeg dolaska stranih turista u Sokobanju jeste i unapređenje opšte i turističke infrastrukture, prvenstveno poboljšanje uslova u smeštajnim objektima i kvalitetni turistički sadržaji.

Analiza urbanističkog planiranja za razvoj turizma

Sadašnja urbanistička uređenost Sokobanje sa stanovišta turističke infrastrukture izlazi iz kvalitetnih potencijala (gradsko jezgro sa parkom, veza sa prirodom, reka Moravica, okolina grada – kanjon Moravice, plaža, ...), ali nije dovoljno kvalitetno uređena (neodržavani objekti, putevi, crna gradnja).

Prostorni plan Opštine ne postoji, važnost Strateškog akcionog plana je istekla 2006. godine, Generalni urbanistički plan je stavljen van snage, jedini važeći dokument su Privremena pravila gradnje koja su izuzetno oskudna, neprecizna i previše uopštena i daju proste ruke i mogućnost subjektivnog odlučivanja o predmetnim planovima gradnje.

Pošto je Vlada RS proglasila Sokobanju kao jednu od ukupno osam prioriternih turističkih destinacija, bio je preduzet čitav niz aktivnosti u ovoj oblasti i ugovorene su izrade planova regulacije tog segmenta.

Analiza tržišnih aktivnosti

Iz izveštaja o aktivnostima marketinga destinacije Sokobanje za poslednje 3 godine može se konstatovati da su se te aktivnosti fokusirale na sledeće komunikacijske kanale:

1. Nastupe na sajmovima
2. Komunikaciju kroz afirmativne članke u novinama
3. Pojavljivanje u TV i radio emisijama
4. Razne oblike sponzorstava

Kao komunikacijski materijal sa posebno kreiranim sadržajem koristio se štampani propagandni materijal.

Konceptualnih komunikacijskih aktivnosti koje obuhvataju zasnivanje idejnog koncepta, kreaciju vizuelnog i verbalnog identiteta u smislu logotipa, znaka, slogana i aplikaciju verbalnih i vizuelnih konstanti na strateški odabrana komunikacijska sredstva, koja odgovaraju odabranim medijima – nije bilo.

Takve aktivnosti (nažalost, nema uzoraka komunikacijskih sredstava da bi mogli da proverimo da li prenose jedinstvenu poruku) bile su kao koordinirana kampanja izvedene u Programu podrške opštinama istočne Srbije kada je štampan propagandni materijal u vidu kataloga, flajera i turističkih karti i odrađena bilbord i TV kampanja u desetak gradova Srbije.

Osnovni utisak na bazi dostupnih informacija je da su aktivnosti marketinga po količini dosta frekventne, ali nekonzistentne - izostaje jedinstvena, jaka, atraktivna i diferencirana poruka. Suština marketinškog komuniciranja i postizanja uspeha je u komunikaciji jedinstvene i jednoznačne poruke na različite načine (mediji, sredstva informisanja, nosioci poruka i informacija, ...). Za uspešnost komuniciranja – plasiranja poruke ciljnom segmentu, potrebno je sumiranje jednoznačnih impulsa u

vremenu i prostoru. Na takav način, izgrađuje se identitet turističke destinacije i njen brend. Zato je predlog ovog masterplana pokretanje jednoznačnog vizuelnog i verbalnog identiteta i celokupnog procesa brandinga turističke destinacije Sokobanja o čemu treba da brine, pre svega, Turistička Organizacija Sokobanje.

SWOT analiza ponude u destinaciji

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - karakteristična geografska prepoznatljivost - geomorfološke i hidrogeografske karakteristike - klimatski uslovi sa nizom mikroklimatskih specifičnih zona - biodiverzitet – specifične biljne zajednice i zaštićene vrste (flora i fauna) - bogatstvo termalnim i mineralnim izvorima - prva ekološka opština u Srbiji - turistička tradicija - kulturno-istorijsko nasleđe - najduža istorija banjskog turizma u Srbiji - vazdušna banja - blizina koridora E-75 - srazmerno najveći smeštajni kapaciteti prema broju stanovnika u Srbiji (ali u nižim kategorijama) - manifestacije 	<ul style="list-style-type: none"> - loša saobraćajna infrastruktura (naročito na prilazima opštini) - neorganizovanost nosilaca ponude - slaba higijena - nedovoljna primena savremene tehnologije - slaba ulaganja u sve segmente turističke infrastrukture (i pratećih sadržaja – npr. nema ni rent-a-car agencije) - loša komunalna opremljenost ugostiteljskih kapaciteta - nedostaju smeštajni kapaciteti za visokoplatežnu klijentelu - loše obeležavanje pre svega, na prilazima opštini, ali i neujednačeno obeležavanje unutar Sokobanje - veliki broj neprijavljenih gostiju u privatnom smeštaju - cene ne prate ni kvalitet ponude, ni potražnju (pre svega sezonalnost) - nedovoljno iskorišćeni hidro-resursi - neizgrađen imidž, odnosno neplanski građen imidž - nedostatak kvalitetnih standarda - niska kupovna moć domaćih gostiju - slaba saradnja između lokalnih turističkih aktera - nedostatak specijalizovanog osoblja i eksperata za područje menadžmenta destinacije - visoka ulaganja u izgradnju potrebne komunalne infrastrukture - monopolski položaj u pogledu korišćenja prirodno lekovite vode - isto tretiranje gosta i bolesnika - nepostojanje biciklističkih staza - neuređenost Bovanskog jezera (divlja gradnja, neuredjeni kampovi, nerešeno pitanje čišćenja i odnošenja otpada, neuređena obala za kupanje sa sokobanjske strane...) - nedovoljno razvijena trgovina, posebno nepostojanje brenda (suveniri, posebni prirodni i ekološki proizvodi i sl.) - zapostavljanje lekovitih prorodnih potencijala Banje Jošanice
Mogućnosti	Pretnje
<ul style="list-style-type: none"> - formiranje prepoznatljivog marketinškog identiteta sa kompletnom ponudom wellness, spa i zdravstvenog (preventivnog i kurativnog) turizma - ponuda proizvoda i usluga raznovrsnih sadržaja i visokog nivoa kvaliteta - stabilan rast potraživanja usluga u banjskom i 	<ul style="list-style-type: none"> - Opasnost od isključivo sezonskog posla - Slaba saradnja ponuđača i različitih segmenata u Sokobanji - Jaka konkurencija u susednim državama - Konkurencija u zemlji (posebno razvijenih banja) - Nizak životni standard većine građana

<p>seoskim turizmom, zbog povećane svesti i brige za zdrav život</p> <ul style="list-style-type: none"> - trendovski vodeni sportovi i wellness relaksacioni programi - veći broj stranih gostiju - povećanje životnog standarda građana u perspektivi - kvalitetna baza za kadrove (viša škola iz oblasti turizma) - saradnja sa okolinom i drugim banjama (udruženje) u Srbiji - ulazak svežeg (stranog) kapitala – privatizacija društveno-turističkog imanja - donacije i sponzorstva - priključivanje Soko-televizije u sistem kablovske televizije - izgradnja puta koji će biti direktno povezan sa auto-putem - razvoj kongresnog turizma - razvoj sportskog turizma 	<ul style="list-style-type: none"> - Loša ekonomska pozicija opštine naročito za veća infrastrukturna ulaganja - Nespremnost turističkih radnika na promene i prihvatanje nove marketing koncepcije - Spore promene mentaliteta domaćeg stanovništva u shvatanju turizma kao vodeće razvojne grane opštine - Duže vreme potrebno za prilagođavanje standardima za strane goste (infrastruktura, kapaciteti, jezik, mentalitet,..) - Nespremnost republičkih vlasti, da uloži u značajnije projekte - Spora privatizacija - Zagađivanje prirode
---	---

Trendovi u turizmu

Istraživanja su pokazala da države Jugoistočne Evrope predstavljaju veliki turistički potencijal. Vidljivo je da je turistička potražnja poslednjih godina skoro u svim državama regiona dostigla visoku stopu rasta.

Dinamiku rasta možemo pripisati različitim faktorima. Prvobitni razlog je stabilizacija političkih i ekonomskih prilika u obrađivanim državama, što je omogućilo i podstaklo investiranje u infrastrukturu i u samu turističku industriju.

Rast je posebno vidljiv u Crnoj Gori sa 19% prosečnim godišnjim rastom. Slede Bugarska sa 5,6% prosečnog godišnjeg rasta noćenja i Hrvatska sa prosečnim rastom za 3,9% na godišnjem nivou.

Prosečni turista današnjice sve je više zahtevan, očekuje uvek kvalitetnije turističke usluge, a paradoksalno - po nižoj odnosno pristupačnoj ceni.

Sve veća svest o zdravom načinu života i potreba da se pobegne od svakodnevnog stresa utiču na porast potražnje za ciljnim proizvodima kao što su spa/wellness turizam i aktivni odmor, koji nude zdrav način života i provođenje slobodnog vremena kroz različite opuštajuće programe za telo i dušu, baš kao i oblike pasivne relaksacije bez većih sopstvenih napora.

Benchmark analiza konkurencije

Polazeći od geografskog položaja Soko Banje u Srbiji i činjenice o pripadnosti Srbije zemljama Balkana i srednjeevropskom krugu, i poštujući postojeće resursne osnove Soko Banje, nema sumnje da destinacije u Mađarskoj, Slovačkoj, Češkoj i Rumuniji predstavljaju realni krug konkurencije, u okviru koga Soko Banja mora osmisliti svoj budući razvoj. Sloveniju, odn. Terme Čatež uporedili smo, pre svega zbog dobrog primera celokupne ponude, bazenskih kapaciteta, a što su uspešno dopunili spa ponudom.

Banjski turizam u centralnoj i istočnoj Evropi ima vrlo dugačku tradiciju, ali postoje razlike među profilima gostiju u tim zemljama. U Češkoj i Slovačkoj većina banjskih gostiju su domaći, a obe zemlje imaju veoma dobro opremljene savremene medicinske objekte, za koje se poslednjih godina veoma interesuju i strani gosti.

Nasuprot njima su Mađarska i Slovenija koje su u većem obimu zavisne od stranih gostiju, njihovi spa objekti su mnogo moderniji i sposobni lakšem prilagođavanju zahtevima mlađih gostiju, koji se primarno interesuju za antistresne programe ili zabavne aktivnosti u slobodno vreme.

Demografske prognoze za Evropu u sledećih 20 godina pokazuju trend porasta broja starijih gostiju (ali aktivnih i mladalački starijih gostiju). To će naravno imati veliki uticaj na celokupni spa turizam. Ljudi će težiti ka tome da ostanu mladi i aktivni što duže, čime će se povećati broj poseta u spa centrima, jer će baš tamo tražiti opuštanje.

Zemlje koje primarno nude spa turizam za strane goste, koji u većini slučajeva dolaze iz Nemačke i Austrije i koje su lako dostupne i iz Italije i Švajcarske nalaze se u prednosti.

Pomenute spa destinacije će morati da ulažu u neophodno potrebna renoviranja i razvoj njihovih objekata i na taj način će se približiti zapadnim standardima. To će imati ubuduće veliki uticaj na povećan interes stranih gostiju, a posebno, kada populacija postane starija.

STRATEŠKO RAZVOJNO PLANIRANJE

Vizija Sokobanje

Sokobanja će postati jedinstvena banjska turistička destinacija Srbije po isprepletanosti jedinstvenih prirodnih lekovitih faktora, tradicionalno-kulturnih vrednosti i opuštajuće atmosfere, atraktivno uređenog ambijenta sa struktuiranom turističkom ponudom za telesno i duhovno opuštanje, druženje, zdrav način života i povratak zdravlja sa visokim kvalitetom ponude isprepleten ljubaznošću u svako doba godine, koju treba posebno otkriti, uživati, probati i doživeti.

Ključne vrednosti na kojima se gradi vizija Sokobanje: ekologija u funkciji dobrog života čoveka; jedinstven spoj čoveka sa prirodom; zdrav način života; razvijenost ponude i visoka dodatna vrednost doživljaja; šarm tradicije i istorije; uređeni ambijenti.

Oblikovanje turističkog proizvoda zavisi na jednoj strani od raspoloživih primarnih kapaciteta, kao što su prirodna bogatstva, kulturno-istorijska i etnološka baština i savremeno stvaralaštvo, na drugoj strani sekundarnih kapaciteta kao što su ugostiteljsko-smeštajni kapaciteti, turističke agencije, saobraćajno uređenje, ... Pored pomenutog, potrebno je obratiti pažnju na to da okruženje u kojem će turisti provesti odmor ne bude ugroženo, i razvijati turističku ponudu odn. turističke proizvode po načelu održivosti, što znači da razvoj mora biti usklađen i planiran u

skladu sa realnim mogućnostima i prihvatljivošću fizičkih, ekonomskih i socijalnih elemenata okruženja, mora biti uravnotežen, jer samo na taj način obezbeđuje dugoročnu eksploataciju i upotrebu lokalnih potencijala i pri tome i njihovu zaštitu za sledeće generacije.

Turistički proizvodi su grupisani po pojedinim vrstama turizma (s obzirom na motiv, dužinu boravka, starost gostiju i lokaciju odn. ciljno područje gosta). Turistička infrastruktura, kao što su ugostiteljsko-smeštajni kapaciteti, sportska infrastruktura i ostala turistička infrastruktura predstavljaju osnovu na kojoj se zasnivaju različite vrste turizma i turističkih proizvoda, i osnovu, koja zajedno sa pričama i oblikovanim turističkim programima nudi različite doživljaje. U matrici su predstavljeni pojedini turistički proizvodi u odnosu na privlačnost i konkurentnost.

Matrica konkurentnosti i privlačnosti turističkih proizvoda destinacije Sokobanja

PRIVLAČNOST	visoka	Selektivno investirati – plan konkurentnosti - relaksacioni odmori i kraći odmori - spa & wellness produkti - zdravstvo – samofinansirajući - incentive i team building - seminari i obrazovanja - golf	Investirati u poboljšanje konkurentnosti - planinarenje i biciklizam – uređenje tematskih puteva - kulturne, zabavne i etnološke priredbe i događaji	Intenzivno investirati -
	srednja	Upravljanje rastom - ekskurzije - prodaja domaćih proizvoda u buticima	Selektivno investirati - lov i ribolov - ekološki odmor – otkrivanje prirode i domaćih običaja i navika u selima - tipična kulinarska ponuda	Investiranje u poboljšanje privlačnosti -
	niska	Striktno upravljanje - kraće posete kulturne i prirodne baštine	Kontrolisani rast - zdravstvo – strani i domaći uputi	Škole u prirodi
		niska	srednja	visoka
		KONKURENTNOST		

Legenda:

	Primarni proizvodi destinacije Sokobanja
	Sekundarni proizvodi destinacije Sokobanja
	Tercijarni proizvodi destinacije Sokobanja

Kvadrant "Intenzivno investiranje" je prazan jer postojeći proizvodi nisu konkurentni na međunarodnom turističkom tržištu. Nakon realizacije ove strategije, u razdoblju do 10 godina, prognoziram da će se u ovom delu matrice pojaviti sledeći turistički proizvodi:

- relaksacioni odmor i kraći odmor
- spa & wellness proizvodi
- zdravstvo – samofinansirajuće
- incentive i team building
- seminari i obrazovanje
- golf

Identifikovani turistički proizvodi su veoma atraktivni na evropskom turističkom tržištu, ali još nisu aktivni element ponude turističke destinacije Sokobanja. Za te proizvode je potrebna strategija postepenog ulaganja u razvoj novih proizvoda koji će kratkoročno preći u fazu srednje konkurentnosti, a dugoročno, do 2015 godine, biće visoko konkurentni na ciljnim geografskim turističkim tržištima.

Definisanje ključnih segmenata gostiju za potrebe efikasnog oblikovanja i plasmana turističke ponude Sokobanje

U ovom delu analiziramo i prezentujemo postojeća, a istovremeno i potencijalna tržišta, odn. segmente gostiju prema motivima posete, prodajnom kanalu i po geografskoj pripadnosti gosta u Sokobanji.

Smisao segmentacije je određivanje što homogenije ciljne grupe posetilaca koje spajaju slične karakteristike. Cilj segmentacije je da se postigne što bolje razumevanje posetilaca koji dolaze u destinaciju, i sticanje oruđa za lakše i efikasnije marketinško planiranje posete i marketinško upravljanje.

Ciljni motivacioni segmenti

	Po motivu	Po starosti
Ciljni segmenti gostiju	Gosti sa domaćim i stranim zdravstvenim osiguranjem na lečenju i/ili rehabilitaciji	<ul style="list-style-type: none"> - mladi, - aktivna generacija, - seniori – generacija 50+ - srednja generacija, - mladi ambiciozni “japiji”, - zreli “uspešni biznismeni”, - mladi seniori na relaksaciji i doživljajima, - mladi parovi i parovi srednjih godina.. - samci iznad 30 godina,
	Gosti na medicinskom tretmanu i dijagnostici	
	Wellness gosti	
	Gosti na relaksacijskom odmoru i kraćem odmoru	
	Aktivni sportisti i rekreativci	
	Profesionalni sportisti na pripremama	
	Golfisti	
	Gosti na obukama i manjim susretima	
	Gosti na stimulativnim putovanjima	
	Kraći i duži odmor	
	Istraživači baštine	
	Ljubitelji i istraživači prirode	
	Posetioci sela i domaćinstava u selima	
	Ljubitelji kulturnih, etnoloških i zabavnih priredbi	
	Ljubitelji sportskih priredbi	
	Adolescenti u školi u prirodi	
	Studijske ekskurzije studenata	
Ljudi sa specifičnim interesovanjima		

Na osnovu opredeljenja matrice privlačnosti i konkurentnosti turističkih proizvoda i identifikovanja primarnih, sekundarnih i tercijarnih turističkih proizvoda možemo definisati i motivacione segmente na primarne, sekundarne i tercijarne ciljne segmente. Za celovitost i raznovrsnost ponude destinacije značajni su svi navedeni motivacioni segmenti, a razvrstavanje na primarne, sekundarne i tercijarne segmente pokazuje njihov sadašnji i kratkoročni značaj i snagu potraživanja.

	TURISTIČKI PROIZVODI	SEGMENTI
PRIMARNI	<ul style="list-style-type: none"> - planinarenje i biciklizam – uređenje tematskih puteva - kulturne, zabavne i etnološke priredbe i događaji - tipična kulinarska ponuda 	<ul style="list-style-type: none"> - Aktivni sportisti i rekreativci - Ljubitelji kulturnih, etnoloških i zabavnih priredbi - Ljubitelji sportskih priredbi
SEKUNDARNI	<ul style="list-style-type: none"> - relaksacioni odmor i kraći odmori - spa & wellness produkt - zdravstvo – samofinansirajuće - stimulacija i team building - manji seminari i obuka - golf - lov i ribolov - ekološki odmori – istraživanje prirode i domaćih običaja i navika u selima i seoskim domaćinstvima 	<ul style="list-style-type: none"> - Wellness gosti - Gosti na medicinskom tretmanu i dijagnostici - Golfisti - Gosti na obukama i manjim susretima - Gosti na nagradnim putovanjima - Kraći i duži odmori - Ljubitelji i istraživači prirode - Odmor na selu
TERCIJARNI	<ul style="list-style-type: none"> - prodaja domaćih proizvoda u buticima - zdravstvo – strani i domaći uputi - kratke posete kulturnoj i prirodnoj baštini 	<ul style="list-style-type: none"> - Gosti domaćih i stranih osiguranja na lečenju i/ili rehabilitaciji - Istraživači baštine Adolescenti u školi u prirodi - Studijske ekskurzije studenata

Ciljna geografska tržišta

Primarno turističko tržište: domaće sa akcentom na Beograd i ostale urbane sredine

Sekundarno turističko tržište: BIH, Crna Gora, Makedonija, Hrvatska i Bugarska

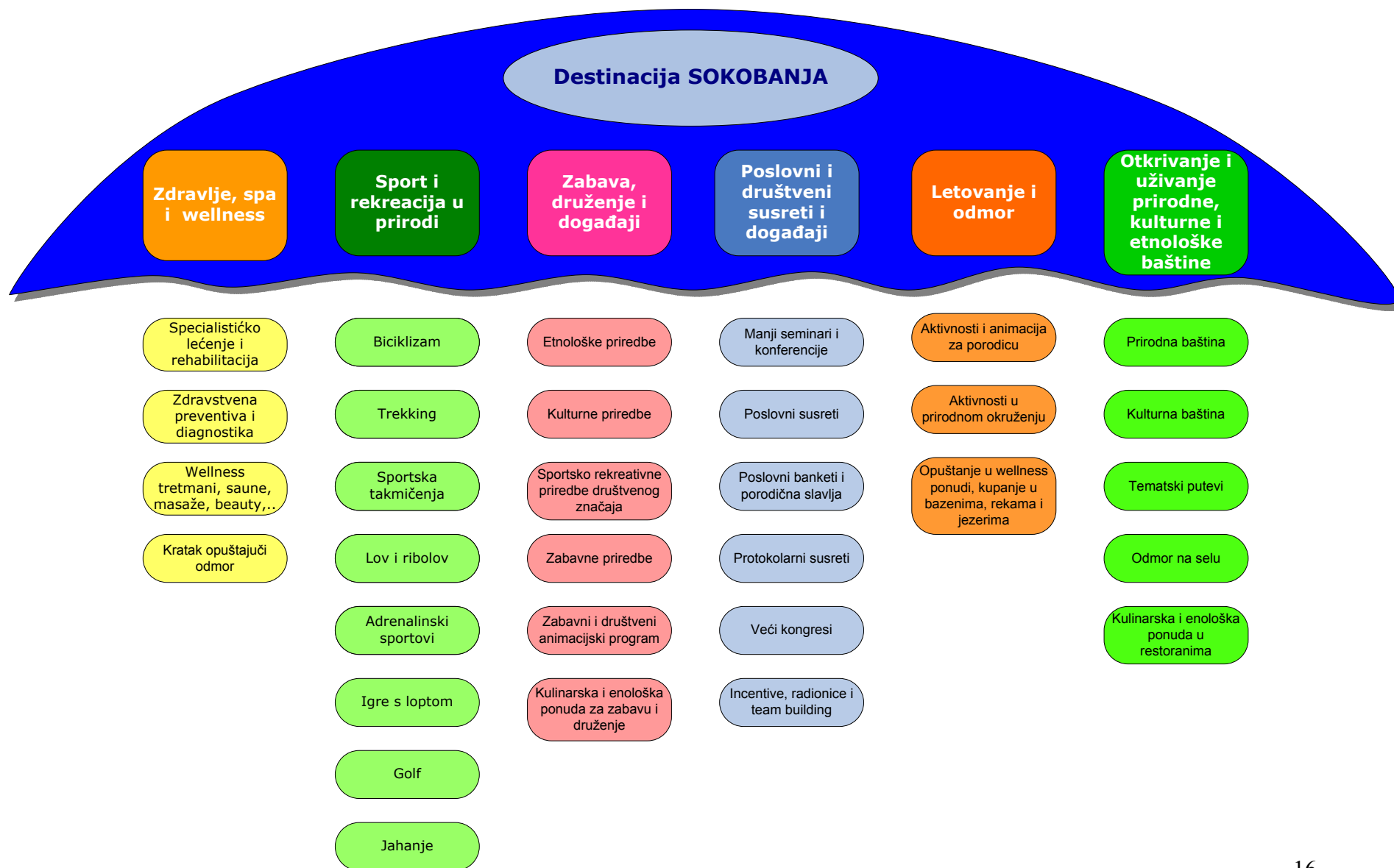
Razvojno turističko tržište: Slovenija, Rusija, Austrija, Nemačka, Italija

S obzirom na turističke trendove koji nagoveštavaju sve kraća i češća putovanja, pogotovo na području wellness odmora, i u strategiji razvoja turizma opštine Sokobanja, kao primarno turističko tržište definisano je domaće, sa akcentom na urbane sredine (ljudi, koji žive u gradovima su mnogo više izloženi pritiscima i stresovima savremenog života, i posledično imaju veću potrebu za relaksacijom). Iz istog razloga, kao sekundarno turističko tržište definisane su susedne zemlje. U razvojna emitivna tržišta svrstane su udaljene zemlje u kojima je prisutno

potencionalno potraživanje po planiranim proizvodima. Za goste iz tih zemalja će biti karakterističan duži boravak.

STRATEŠKO POZICIONIRANJE I STRUKTUIRANJE TURISTIČKE PONUDE

Struktuiranost ponude prema pojedinim proizvodnim delovima:



Osnovnu zamisao odn. koncept oblikujemo na sledeći način:

- + NAJVAŽNIJA OČEKIVANJA CILJNIH GRUPA GOSTIJU
 - + NAJVAŽNIJI ELEMENTI NAŠE PONUDE ZA ZADOVOLJAVANJE OČEKIVANJA GOSTIJU
 - + SUŠTINSKO RAZLIKOVANJE OD PODRUČJA SA KONKURENTSKOM PONUDOM
-
- = KONCEPT RAZVOJA I PLASMANA

Ponuda destinacije je prema konceptu razvoja i plasmana turističke ponude usmerena ka aktivnom i pasivnom provođenju vremena, strukturisanom u okviru sledećih najvažnijih suštinskih delova ponude, koji se međusobno dopunjuju i povezuju i omogućavaju privlačnost posete destinacije u svim godišnjim dobima:

TRŽIŠTE/PROIZVOD Jednodnevni stacionarni posetioци	Najvažnije očekivanje	Najvažnije što nudi (odn. nudiće uz realizaciju strategije)	Razlikovanje konkurencije	od KONCEPT
Sportisti i rekreativci Biciklizam, planinarenje, trčanje, lov, ribolov, adrenalinski sportovi, igre sa loptom, golf	<ul style="list-style-type: none"> - sportske aktivnosti i provođenje aktivnog odmora - uređene i markirane staze - odgovarajuća sportska infrastruktura - odmarališta, kolibe sa ugoditeljskim i smeštajnim kapacitetama 	<ul style="list-style-type: none"> - veoma razgranata i percepcijski ineresantna mreža kvalitetnih veza sa odmaralištima za različite ciljne grupe rekreativce - zahtevnijih, disciplina istrajnosti (trčanje, biciklizam, višednevno planinarenje, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - markirane biciklističke i planinske staze u predivnom prirodnom okruženju od Sokobanje preko Sokograda do Bovanskog jezera - savremeni vodeni i sportski park u blizini grada 	Sport i rekreacija u prirodi: Turistička destinacija Sokobanja i njena prirodna bogatstva nude vrlo raznovrsnu ponudu sportsko rekreativnih aktivnosti i doživljaja. Neposredni kontakt sa prirodom, jačanje tela i duha, relaksacija, aktivno provođenje slobodnog vremena omogućava vrsta aktivnosti od biciklizma, planinarenja, trčanja, lova, ribolova, adrenalinskih sportova, ... Prirodni uslovi i uređena putna i turistička infrastruktura obezbeđuju kvalitetnu organizaciju sportskih i društvenih događaja.
Posetioци priredbi (učesnici dužih radionica, priredbi)	<ul style="list-style-type: none"> - kulturno-obrazovne aktivnosti - aktivno druženje - nova saznanja - druženje u 	<ul style="list-style-type: none"> - događaji u zelenoj prirodi, trekning, planinarenje - etnološke i kulturno-istorijske posebnosti pogodne 	<ul style="list-style-type: none"> - odgovarajuća infrastruktura za organizaciju značajnih domaćih i međunarodnih priredbi - kvalitetna 	Zabava i priredbe: Organizovane kulturne, etnološke, sportske i zabavne priredbe lokalnog, državnog i međunarodnog značaja omogućavaju susrete i druženja ljudi istih ili sličnih

	<p>prijatnom okruženju</p> <ul style="list-style-type: none"> - interesantne priredbe i drugi događaji tokom cele godine, poznati po interesantnim sadržajima. 	<p>za organizaciju izložbi i priredbi</p> <ul style="list-style-type: none"> - kvalitetniji smeštajni kapaciteti i raznovrsna ugostiteljsko kulinarska ponuda 	<p>ugostiteljska ponuda i smeštajni kapaciteti</p>	<p>interesa, preživljavanje slobodnog vremena na dinamičan, uzbudljiv i zabavan način, upoznavanje običaja, kulinarstva i etnologije i savremene umetnosti, u prijatnom, uređenom, jednostavnom okruženju, u društvu ljubaznih i gostoprimivih ljudi.</p>
<p>Wellness gosti/gosti iz segmenta III. životnog doba</p>	<ul style="list-style-type: none"> - briga za dobar osećaj - fizička relaksacija i odmor - briga za telo i zdravlje - opuštanje - prestiž 	<ul style="list-style-type: none"> - uređeni i udobni wellness kapaciteti i specifični, zanimljivi wellness programi - kontakt i provođenje slobodnog vremena u prirodnom okruženju i uređenoj okolini - posebni tematski wellness programi - dobar ugled i pozicioniranje destinacije - dostupnost i ažurnost turističkih informacija - bio i eko ponuda 	<ul style="list-style-type: none"> - blagodarni efekti prirodnih lekovitih faktora u preventivne i relaksirajuće svrhe - jedinstveni koncept orijentalnog spa programa - mogućnost kupanja u istorijskom turskom amamu i u kraljevskoj kupki, gde se kupao Kralj Miloš - gostoprimstvo i osposobljenost ljudi za obezbeđivanje većeg broja kvalitetnih usluga namenjenih zahtevnijim gostima. 	<p>Zdravlje, Spa i wellness:</p> <p>Sokobanja – gde se susreću tradicija upotrebe prirodnih lekovitih faktora i najsavremenija saznanja na području medicine za preventivu i lečenje različitih bolesti.</p> <p>Prijatne prostorije, savremena oprema, ljubazno i stručno osoblje pobrineće se za dobar osećaj gostiju.</p> <p>Specijalizovana individualizovana wellness ponuda sa različitim vrstama masaža, beauty programa, vodenih površina, sauna i meditacija nudi idealno povlačenje od stresnog i napetog života, raznovrsne mogućnosti opuštanja, jačanja duha i tela.</p> <p>Čisto i uređeno okruženje, ekološka usmerenost, bogata, neokrnjena priroda i kulturna baština nude kontakt sa čistom netaknutom prirodom, sa otvorenošću i ljubaznošću domaćina, traženje i upoznavanje samog sebe.</p>
<p>Gosti na lečenju, rehabilitaciji i dijagnostici</p>	<ul style="list-style-type: none"> - efikasno postavljanje 	<ul style="list-style-type: none"> - prirodni lekoviti faktori 	<ul style="list-style-type: none"> - indikacije prirodnih lekovitih faktora za efikasno lečenje 	

	<ul style="list-style-type: none"> - dijagnoze - stručno lečenje - rehabilitacijski programi 	<ul style="list-style-type: none"> - kvalitetne medicinske usluge - dobar ugled i pozicioniranje destinacije - oblikovanje posebnih rehabilitacijskih programa - prisustvo priznatih specijalista 	<ul style="list-style-type: none"> - atipičnih plućnih bolesti - savremena specijalizovana infrastruktura za izvođenje medicinskih usluga - specijalizovanost i stručnost osoblja - specijalisti različitih disciplina sa najsavremenijim znanjem na području medicine 	
Gosti i porodice na odmoru i kraćim odmorima	<ul style="list-style-type: none"> - bežanje iz svakodnevnog sveta i obaveza - zblížiti se sa prirodom - relaksacija u prirodnom okruženju - dostupnost - raznovrsna ponuda dodatnih usluga pogodnih za druženje, zabavu i relaksaciju - ljubaznost, gostoprimstvo i mogućnost zanimljivog opuštenog provođenja slobodnog vremena sa mogućnošću 	<ul style="list-style-type: none"> - mogućnost rekreacije u neokrnjenoj prirodi, trčanje, šetnje, biciklizam - brojni ponuđači ugostiteljskih i drugih usluga - bogata celogodišnja programska ponuda - brojni događaji priredbe i zabave - povlačenje u mirno prirodno okruženje - proživljavanje slobodnog vremena u neokrnjenoj prirodi - bogata prirodna i kulturna baština - briga za vitalnost i zdravlje - kulinarska ponuda domaće hrane i bio- 	<ul style="list-style-type: none"> - uređena infrastruktura i okruženje za rekreaciju i relaksaciju u Sokobanji i uz Bovansko jezero - vodeni park sa brojnim vodenim površinama za relaksaciju, rekreaciju i zabavu - uređeni i označeni tematski putevi 	Opuštanje i odmor Opuštanje i odmor u Sokobanji predstavljaju unikatnu kombinaciju raznovrsnih mogućnosti rekreacije i relaksacije, gde se susreću tradicija prirodnih lekovitih faktora i savremenih wellness programa za celu porodicu. Ponuda se zaokružuje sa raznovrsnom paletom usluga za relaksaciju i obrazovanje u prirodi uz dobru kulinarsku ponudu na pojedinim tematskim putevima.

	<ul style="list-style-type: none"> privlačnih doživljaja i saznanja - uređeni sportski objekti i mogućnost dobro organizovanih rekreativnih aktivnosti u prirodi 	<ul style="list-style-type: none"> ishrane mogućnost kupovine bio proizvoda i domaćih proizvoda 		
Prirodna, kulturna i etnološka baština	<ul style="list-style-type: none"> - opuštenost i ljubaznost u idiličnom seoskom okruženju - povlačenje iz urbane gužve - kulinarske posebnosti u ponudi - prirodno, nezagađeno okruženje 	<ul style="list-style-type: none"> - uživanje u prirodi i poseta prirodnih i kulturnih posebnosti i obrazovanje - sportske aktivnosti za porodice i grupe - tematska šetališta i biciklističke staze - upoznavanje sela – etno izložbe i priredbe 	<ul style="list-style-type: none"> - Reka Moravica, termomineralni izvori, pećina, koja je celu godinu ledena,... - Skupljanje lekovitog bilja u lekovitoj klimi na Ozrenskom reljefu - Etno selo Sokograd i eko etno bungalovi uz Bovansko jezero - uređene informacijske i komunikacijske table na terenu i uređenost tematskih puteva 	<p>Doživljaji istraživanja prirode i kulture :</p> <p>Prijatno prirodno okruženje, neograničene mogućnosti istraživanja i upoznavanja, uređeni edukativni putevi i organizovane radionice privlače turiste svih generacija. Bogat program animacije nudi mogućnost zabave, druženja i prijatnih nezaboravnih doživljaja. Uspostavljeni tematski programi i putevi nude gostima da svoje hobije ili način života dožive na nezaboravan način i u prijatnom prirodnom okruženju koje će zadovoljiti i veoma zahtevnog gosta, pružiti mu opuštenost, i oduševiti sa bogatom i raznovrsnom ponudom.</p> <p>Tajanstvena prirodna i kulturna baština, osnovna i turistička infrastruktura, prometni putevi koji vode do i kroz turističku destinaciju nude gostima interesantno zaustavljanje, upoznavanje i istraživanje kulture, običaja, hrane i vina i načina života na selu i</p>

				opuštanje u zagraljaju neokrnjene, tajanstvene prirode.
Poslovni i incentive gosti	<ul style="list-style-type: none"> - upoznati nešto novo - učiti - u umirenom i odmaknutom okruženju, posvetiti se poslovnim i obrazovnim temama - družiti se i upoznavati se sa novim stručnjacima i poslovnim partnerima u prijatnom okruženju 	<ul style="list-style-type: none"> - udobni smeštajni kapaciteti sa seminarским i poslovnim prostorijama i infrastrukturom - dostupnost odgovarajuća kvalitetna infrastruktura i prostorne mogućnosti za seminare i poslovne susrete 	<ul style="list-style-type: none"> - savremeni multifunkcionalni kongresni centar - organizovani team building programi u prirodi – u šumi, na reci, uz jezero 	<p>Poslovni susreti, seminari, kongresi i incentive:</p> <p>Prijatan, ambijent, odmaknut od gradskih središta nudi mogućnost protokolarnih, poslovnih susreta, obrazovanja u prijatnom, iskrenom seoskom okruženju, odmaknutom u smirujuće i stvaralačko prirodno okruženje.</p> <p>Spajanje poslovnog sa prijatnim sa bogatom pratećom ponudom usluga za dobar osećaj, relaksaciju i rekreaciju.</p>

Osnovno pozicioniranje turističke destinacije –Sokobanja

Sokobanja će se pozicionirati kao jedinstvena i vodeća destinacija dobrog osećaja u Srbiji, privlačna u svim godišnjim dobima, pogodna za jednodnevnu posetu ili za kraći višednevni odmor više puta godišnje.

U zagrljaju predivnog prirodnog okruženja prepliću se tradicija, upotreba prirodnih lekovitih faktora, savremena znanja i tehnike iz područja medicine, strukturisana ponuda za dobar osećaj, odmor, druženje i zabavu i prijatna opuštajuća atmosfera uređenih ambijenata koji garantuju dobre uslove za povlačenje iz svakodnevnog stresa i za relaksaciju tela i duha.

Ponuda je namenjena kako dnevnim, tako i stacionarnim gostima koji žele relaksaciju i rekreaciju u prirodnom okruženju, koji daju veliki akcenat načinu života sa prirodom i koji provode svoje slobodno vreme u čestim i kraćim periodima. Opuštajuće okruženje koje nudi lepota neokrnjene prirode, sa svojom ponudom zadovoljava sve koji žele da provedu aktivno (rekreativci, sportisti, ...), pasivno (ljudi željni opuštanja, putnici, ...) ili korisno (poslovni ljudi, učesnici kulturnih priredbi, radionice,) nekoliko sati ili dana sa svojim prijateljima, porodicom, poslovnim partnerima ili saputnicima. Destinacija nudi idealne mogućnosti za zaustavljanje, posetu kulturno-istorijskih znamenitosti, posetu turističkih seoskih domaćinstava, posmatranje lepota prirode i rekreaciju. Kvalitetni medicinski centri i definisani celoviti wellness proizvod nude savremene programe za očuvanje vitalnosti i zdravlja koje traži sve brži tempo života u obližnjim urbanim središtima.

Zimsko – turistička destinacija »Stara Planina« u susednoj opštini Knjaževac uz ulaganja u saobraćajnu infrastrukturu (predviđenu u akcionom planu) još povećava programsku ponudu i pravi je kompleksnijom i atraktivnijom.

Visoki kvalitet ponude, povezan sa ličnom notom ljubaznog i gostoprимljivog osoblja dočaraće gostu magične trenutke, i u nekoliko dana promeniće mu način života.

KLJUČNE INVESTICIJE NA RAZLIČITIM RAZVOJNIM PODRUČJIMA ZA POSTIZANJE RAZVOJNIH CILJEVA I VIZIJE – OPIS INVESTICIJA I PLANIRANJE KAPACITETA

1. Veliki kongresno-priredbeni objekat pored centralnog banjskog parka

Planira se multifunkcionalni centar za kongrese, bankete, izložbe, različite priredbe i predstave. Centar će biti lociran u centru grada pored parka i uključivaće:

- **veliku kongresnu salu** koja će moći u bioskopskoj postavci da primi od 800 - 1000 učesnika, i moći će da se podeli u dve veće sale za 400-500 ljudi. Sala se može koristiti i za:
 - o prikazivanje filmova (bioskop)
 - o pozorišne predstave, mjuzikli, balet

- plesne večeri sa živom muzikom
- organizovana animacija za kišne dane za goste destinacije
- **srednje veliku salu** za 240 ljudi u bioskopskoj postavci, deljivu u 4 manje za 60 ljudi.
- **tematsko uređeni »foyer« sa »foyer art« barom**
- **galerija sa izložbenim prostorom**, namenjena kako stalnim tako i povremenim izložbama
- **atrijum sa prostorom za priredbe na otvorenom**
- **a la carte restoran** sa 240 sedišta, namenjen kako gostima na manifestacijama i događajima u centru, tako i dnevnim gostima sa ulice.
- **parkirališta**, 120 parking mesta biće na raspolaganju u podrumu, a potrebno je predvideti i besplatni »shuttle service« iz svih hotela

2. Oriental spa

Uz reku Moravicu, u zagrljaju zelenila planira se ekskluzivni wellness & spa centar, namenjen gostima koji žele da učine nešto za dobro stanje tela i duha. Celokupni koncept će se temeljiti na tradiciji istoka koji već odavno priznaje povezanost duševnog stanja sa fizičkim zdravljem. Spa će nuditi preventivne masažne tehnike i tehnike za negu lica i tela i manji sauna centar. Miris istoka će obeležiti i »čajni i juice bar« i »chill out a la carte restoran«, gde će smirene boje prirodnih tonova i blago svetlo dočarati opuštenu atmosferu. Bar će nuditi različite prirodne sokove i čajeve – hladne, tople, iz Indije, Tajlanda, Turske i za svaki čaj će biti navedeno u koju svrhu se koristi. Restoran će nuditi ekološku hranu orijentalnih ukusa, a organizovaće se dani orijentalne kuhinje. Konceptualno, planirani spa centar vezuje se za Amam, koji se nalazi u centru grada.

U masažnom centru će se sprovoditi različite orijentalne masaže, od masaža celog tela sa turskim uljima i toplim biljkama do refleksne masaže stopala, od relaksacionih i protiv stresnih masaža do stimulativnih. Pored masaža i kupki, gostima će biti na raspolaganju i različite usluge za negu lica i tela.

Planiraju se sledeći kapaciteti **masažnog i »beauty« centra**:

- 15 x masažnih soba za jednu osobu koje se mogu dve po dve spojiti u »masaže u dvoje«
- 1x masažna soba za dve osobe – vip sa saunom (turskom) i džakuzijem
- 2x kupke
- 2 x puta lica i tela - »beauty«
- 1x soba za limfnu drenažu i »slim up« aparat (gde će po potrebi moći da se vrši i masaža)
- »hammam« sto za mokre tretmane
- kompaktni »Razul« ritual za dve osobe koji u kombinaciji sa »hammam« stolom nudi mnogo mogućnosti za oblikovanje različitih paketa
- odmaralište sa mestima za odmor, fontanom vode za piće i smirujućim pogledom na zelenilo

Na raspolaganju je takođe i **sauna centar**, koji će sadržati:

- turska kupka
- biljna kristalna parna sauna
- aroma sauna
- slana parna
- tepidarium
- finska sauna
- tuševi uživanja i obični tuševi

Meditacije & grupna vežba: u centru će se takođe nalaziti i mesto za grupno vežbanje kao što je npr. yoga, pilates, grupna meditacija ili kurs trbušnog plesa samo kao zabava ili takođe kao terapija.

3. Vodeno – relaksacioni zabavni centar

Projekat uređenja vodeno-relaksaciono-zabavnog centra u Sokobanji predstavlja realizaciju prilika na području trendova potražnje za korišćenje slobodnog vremena i zdravog načina života.

Planirali smo vodeni grad koji će biti jedinstvena i najnovija dobit Sokobanje, jer će sa svojim arhitektonskim i programskim dostignućem postati rekreativni centar, pun zabave, adrenalina i potpune relaksacije kako za Sokobanjce tako i za stacionarne goste Sokobanje. Vodeno rekreativni centar će biti lociran u Sokobanji i uključivaće sledeće programe:

- **SPOLJAŠNJI – letnji deo vodenog parka**
 - Dečiji vodeni program sa bazenom površine 140 m² i vodenim atrakcijama i atrakcijama pored vode
 - Dečije igralište na suvom sa brojnim dečijim spravama
 - Relaksacioni bazen sa divljom rekom ukupne vodene površine 252 m²
 - Bazen za plivanje, ukupne vodene površine 1.050 m²
 - Bazen sa talasima, ukupne vodene površine 750 m²
 - Tobogani dužine 30 m²
 - Spoljašnja terasa, namenjena sunčanju, kapaciteta 400 m²

Bazeni sa raznovrsnim vodenim atrakcijama će obezbeđivati uvek nove mogućnosti zabave kako za starije tako i za najmlađe posetioce. U letnje doba, deo zabave će se preseliti na otvorena sportska igrališta - planirali smo:

- 3 igrališta za odbojku na pesku
- Igralište za košarku
- 2 igrališta za bagmington
- dečije igralište sa brojnim atrakcijama

Okolina spoljašnjeg dela će biti uređena bogatom vegetacijom na površini od 6.000m².

- **UNUTRAŠNJI – pokriveni (celogodišnji) deo vodenog parka**
B a z e n i
 - Pokriveni bazen za plivanje, kapaciteta 312 m²

- Pokriveni relaksacioni bazen sa hidro-vazdušnim sobama, privlačnih oblika sa kapacitetom 216 m² sa divljom rekom dužine 65 m²
- Dečiji bazen sa dečijim spravama kapaciteta 55 m²
- Dva whirlpola kapaciteta 18 m²

U relaksacionom bazenu će sigurno veliki užitek biti opuštanje na masažnim ležajevima, gde će posetioци moći da uživaju u blagodetnom masažnom učinku vode.

S a u n e

- Dve finske saune
- Turska sauna
- IR sauna
- Aroma sauna
- Ledena pećina
- Tuševi uživanja i obični tuševi

U prostoriji za odmor i opuštanja planirali smo **dva bazena za kneippanje** (hladan i vruć) celog tela, i sa kneippovim potočićem za noge.

S o l a r i j u m

Planirali smo tri najkvalitetnija turbo solarijuma u zemljanoj sauni, koje će nuditi bezbedno kvarcovanje bez obzira na godišnje doba.

M a s a ž e i b e a u t y p r o g r a m i:

Planirali smo i 4 **masažne prostorije** za izvođenje različitih tehnika masaža i dve prostorije za **beauty programe** (manikir, pedikir, frizer, i sl.).

F i t n e s s

Omogućiće učesnicima fizičko vežbanje na najmodernijim spravama. Planirana je sala za vežbanje 100 učesnika.

M u l t i f u n k c i o n a l n a s a l a

Omogućiće različite sportske aktivnosti pre svega u zimskim mesecima (ples, pilates, yoga, aerobik, duhovne vežbe, i sl.).

➤ **UGOSTITELJSKI PROGRAM :**

- Dva bifea sa barom gde smo planirali 60 sedišta.
- Manji bife sa barom će se nalaziti i u prostoriji gde se izvode masaže, beauty i program sauna
- A-la carte restoran sa 71 sedištem, gde će se domaćem kulinarstvu svaki mesec pridružiti i posebna ponuda tradicionalnih jela iz bližeg i daljeg okruženja.

4. Gradski hotel Sokobanja 4*

Na području Sokobanje planira se izgradnja turističkog objekta, visoko kvalitetnog razreda – hotel kategorizacije četiri premium zvezdice. Smisao podsticanja izgradnje

ovakvog manjeg, ali visoko kvalitetnog objekta je pokretanje smera razvoja turističke ponude i kvaliteta turističke ponude u Sokobanji davanjem pozitivnog primera. Osmislili smo programsku ponudu uz pomoć praćenja/imitiranja evropskih i svetskih trendova sa upletenim jedinstvenim karakteristikama i etno karakteristikama lokalnog okruženja. Tako će gostu biti obezbeđeno da mirno i opuštено provodi slobodno vreme na najvišem nivou kvaliteta. U hotelu su planirane 34 dvokrevetne sobe/68 ležajeva i 20 dvokrevetnih soba sa bračnim ležajem/20 ležajeva. Ukupno znači 54 sobe i 108 ležajeva. Planirali smo sledeće programske delove:

- Noćenje za 108 ljudi
- Doručak
- Hotelski restoran : sa 100 mesta i terasa sa 40 mesta
- Hotelski lobby bar: sa 40 mesta
- Manji spa: za 15 ljudi, sa radnim vremenom 12 sati (3 smene)
- Konferencijski prostor: za 55 ljudi.

- **UGOSTITELJSKI PROGRAM :**
 - **Hotelski restoran** sa 100 mesta u pokrivenom delu i 40 mesta na terasi (u letnjim mesecima 9) .
 - Bife sa barom gde smo planirali 60 mesta. U letnje vreme taj program će moći da se proširi na terasu i tada će se broj sedišta duplirati.
 - Manji bife sa barom nalaziće se i u prostorijama gde se izvode masaže, beauty i program sauna
 - A-la carte restoran sa 71 mestom, gde će se domaćoj kuhinji svaki mesec pridružiti i ponuda tradicionalnih jela iz bliže i dalje okoline.

- **MANJI SPA:**
Biće namenjen samo hotelskim gostima i biće mesto gde će se izvoditi masaže u dve prostorije, sa mogućnošću povezivanja u jednu prostoriju. U prostoriji će se nalaziti manji jacuzzi i prostorija za opuštanje.

- **KONFERENCIJSKE PROSTORIJE:**
Koristiće pre svega poslovni ljudi koji će moći u prijatno uređenoj prostoriji da vode sastanke ili konferencije.

Procena 4 nove predložene investicije

Objekat	površina	investicija
Gradski hotel 4*	6.482	5.479.010
Kongresno-kulturni centar	6.026	6.347.596
Vodeni & Wellness park	22.072	9.895.237
Oriental SPA	1.500	2.300.000
UKUPNO (€)	36.080	24.021.843

Procena svih potrebnih investicija u Sokobanji

<i>Investicije</i>	<i>investicija</i>
Nove investicije (4 projekta)	24.021.843
Sokograd i golf igralište	22.000.000
Rekonstrukcija i proširenje postojećih hotela i sadržaja	70.000.000
Prateći sadržaji i dodatni smeštajni kapaciteti u privatnom smeštaju (rekonstrukcija i proširenje)	25.000.000
UKUPNO (€)	141.021.843

MOGUĆI IZVORI FINANSIRANJA RAZVOJNIH AKTIVNOSTI

Za izvođenje predviđenih investicionih projekata i aktivnosti za razvoj turizma u opštini Sokobanja potrebno je osigurati primerene izvore finansiranja, koji obuhvataju:

1. Novi mogući oblici finansiranja:

- namenske finansijske šeme finansiranja razvojnih projekata države Srbije (NIP i druge šeme) i međunarodnih fondova za razvoj (EU fondovi, USAID, Norveški razvojni fond, isl.),
- javno-privatno partnerstvo za izvođenje razvojnih investicionih projekata.

2. Postojeći raspoloživi izvore finansiranja u Srbiji:

- bankovni,
- javni (budžet Opštine Sokobanja, programi finansiranja razvoja, komunalnih i infrastrukturnih projekata od strane države Srbije),
- investicioni fondovi i fondovi rizičnog kapitala,
- privatni izvori finansiranja (privatni investitori zainteresovani za pojedina investiciona ulaganja),
- finansijska pomoć i u kasnijoj fazi pomoć iz Strukturnih fondova EU, humanitarni programi (Cards, Interreg, Equal, Leader) idr., međunarodni i bilateralni finansijski programi na nivou EU i šire namenjeni podsticanju preduzetništva, razvoju turizma, očuvanju prirode i kulturne baštine idr. sektora, povezanih sa celovitim uređenjem turizma (npr. transportne, komunalne infrastrukture, promocije).

Iz javnih sredstava može se, i uobičajeno je, da se osigura finansiranje nužne infrastrukture za razvoj održivog turizma (putevi, kanalizacioni, vodovodni isl. sistemi, uređenje tematskih puteva, objekti zajedničke turističke infrastrukture – kao: dvorane, zajednički javni bazeni, isl, opšti promotivni materijali imidž promocije destinacije, sisitemi za označavanje i usmeravanje turista u destinaciji, isl.). Iz privatnih izvora finansiraju se investicije u izgradnju većih i manjih smeštajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata i šire komercijalne turističke ponude.

Bitno je da su ulaganja javnog sektora (Opština, Država) i privatnog sektora (preduzetnici) usklađena u strateškom, programskom i tržišnom smislu te da se

postiže sinergija ulaganja javnih i privatnih sredstava kako bi se postigli što efikasniji rezultati i isplativost ulaganja oba sektora. Zadatak Opštine je da u skladu sa ovim masterplanom vodi politiku ulaganja javnih sredstava u razvoj turizma i Opštine i izvodi pospešivanje i usmeravanje ulaganja privatnog sektora u smeru koji opredeljuje ovaj masterplan.

ZAKLJUČAK I PREPORUKE ZA IMPLEMENTACIJU MASTERPLANA

Izrada Masterplana pokriva se sa izradom Prostornog plana Sokobanje, pa je određivanje destinacija, važnih za turističku ponudu usklađeno sa stručnim gradskim službama (gradski arhitekt) i izrađivačima prostornog plana (Arhitektonski fakultet u Beogradu).

Određivanje zona gde se predviđa turistička delatnost podeljeno je na nekoliko osnovnih zona:

- **postojeće turističke zone** – izgrađeni hoteli i mogućnosti njihovog proširenja,
- **nove zone izvan grada gde se stvara nova turistička ponuda** (golf igralište, Sokograd i etno selo, jezero Bovlan)
- **uređenje užeg i šireg centra grada sa zaokruženjem ponude** (park, uređenje parka uz Moravicu, uređenje komunalnih površina u gradu, održavanje objekata kulturno – istorijske baštine, vodni park, gradski hotel, kongresno priredbeni objekat)

U trenutnom **pokrivanju** termina izrade master plana turizma sa izradom generalnog urbanističkog plana opštine Sokobanja dolazimo do početnih tačaka koje će se integrisati u GUP po pojedinačnim tezama, kao što je dalje navedeno:

1 – Generalno – **Razložno proširiti granice zahvata** (GUP) – proširuju se na zahvate, bitne za dalji razvoj turizma i koji su navedeni u daljem tekstu

2 – Definisati područje za **izgradnju golf terena u zoni Podgrađa** istočno od Sokobanje, uz Sokograd.

Planira se izgradnja golf igrališta sa 18 rupa - potreban prostor između 70-80 ha, a minimalno je manje igralište sa 9 rupa (oko 30 ha). Golf je ponuda koja Sokobanju izdvaja iz druge ponude, a može se ostvariti vrlo atraktivan teren.

3 – Definisati zaštićenu zonu opredeljenu za faznu realizaciju **etno kompleksa – grada muzeja pod otvorenim nebom**, koji podrazumeva i obnovu (rehabilitaciju , rekonstrukciju, restauraciju i adaptaciju) kao i izgradnju novih objekata u okviru srednjevekovnog grada **”sokograda”** – potencijalno najatraktivnijeg sadržaja Sokobanje.

Istočnu stranu brda **”POPOVICA”**, kao početak ovog kompleksa, tretirati kao obodni sadržaj područja golf – terena u kome svoje mesto može dobiti i akva – park.

Definisati i mogućnost planskog pregrađivanja reke Moravice u kanjonu ispod **”Sokograda”** niskom kamenom (ne betonskom) branom – a sa svrhom oformljenja

vodenih površina (malih jezera i sporednih tokova) kao elemenata za kreiranje prirodnih, atraktivnih ambijenata potrebnih golf-terenima.

4 – Potvrditi potrebu i neophodnost za **uspostavljanjem "zelenog prstena"** – uređenog parkovskog zelenila koje u kontinuitetu prati **tok reke Moravice** od plaže Župan preko parka na Banjici i područja sadašnjeg vikend naselja Jabukar do spajanja sa planiranim proširenjem glavnog, centralnog banjskog parka koji izlazi na reku u zoni hotela Zdravljak i planiranog poslovno-sportsko-rekreativnog centra.

5 – **Definisati kanjon reke Moravice** – od plaže na Banjici do kanjona ispod Sokograda kao zaštićeno prirodno dobro u kome su jedino dozvoljene intervencije na uređenju obala u smislu obezbeđenja prohodnosti (prosecanje i nasipanje pešačkih staza, obezbeđenje kritičnih mesta ogradama, izgradnja mostića u maniru narodne gradnje u autohtonim materijalima , i sl.)

Kao poseban mikrolokalitet u kanjonu treba izdvojiti tzv. **"pećinu"** – u kojoj decenijama unazad sporadično egzistira sezonski ugostiteljski sadržaj na principu improvizacije–što je nedopustivo, a treba legalizovati, ali u kontekstu strogih ekoloških ograničenja i pravilima gradnje obuhvaćenih urbanističkim planom nižeg reda i ingerencijama institucije glavnog banjskog arhitekta .

6 – **Planina Ozren** - potvrditi da su područja predratnih bolnica i poznata izletišta "Kalinovica" i najviši vodopad istočne Srbije "Ripaljka" u ingerenciji države Srbije kao zaštićeno Prirodno dobro (pomenuta područja su van granica DUP-a).

7 – **Potvrditi zaštićene zone u gradskom tkivu** koje su pod ingerencijom Zavoda za zaštitu spomenika kulture iz Niša (Stara čaršija, Tursko kupatilo – amam, objekti Stare škole, Milošev konak, hotel Srpski kralj, hotel Park, Crkva mitropolita Mihaila, zgrada biblioteke, zgrada Narodnog muzeja, objekat Mezulane, ostaci vodenice na potoku Amam i dr.) uz definisanje mogućnosti rekonstrukcije, sanacije, adaptacije, revitalizacije i eventualne dogradnje, ali pod uslovima nadležnog zavoda za zaštitu .

7.1- U zaštićenoj zoni turskog kupatila predvideti mogućnost izgradnje novog inhalatorijuma – kao proširenja postojećeg kapaciteta .

8 – Definisati mogućnost gradnje pod posebnim uslovima na mikro lokacijama – 'ostrvima' u zonama zaštićenog zelenila kao što su :

8.1-Proplanak na prevoju brda "Popovica"

8.2-Uvala 'Strelišće' na putu ka Lepteriji

8.3-Uvala na izletištu „Lepterija“ – iza postojećeg restorana

9 – Novoplanirane sadržaje u funkciji kongresnog turizma i 'wellness' programa lokacijski vezati uz planirani sportsko – poslovni centar sa otvorenim i zatvorenim bazenima (obale reke Moravice preko puta hotela Zdravljak) i iskoristiti mogućnosti kvalitetnog rešavanja stacionarnog saobraćaja uz planiranu obilaznicu kroz naselje Carina

10 – Definisati lokaciju za izmeštanje auto – kampa

11- Definisati lokaciju **“Krkino kućište”** oko rečice Bele vode kao konglomerat objekata i sadržaja koji bi bili u funkciji raznorodnih kulturnih dešavanja i manifestacija (slikarske i vajarske kolonije, poetsko – književne manifestacije i okupljanja, muzičke, glumačke, arhitektonske, dizajnerske i ostale kreativne radionice) – što bi sveukupno sagledano, vremenom trebalo da preraste u svojevrsni kvalitet nečega što se dešava samo na tom mestu, zbog čega ga treba posećivati, a što može biti zametak nekih drugačijih društvenih promena i interesovanja na lokalnom nivou sa mogućnošću prevazilaženja lokalnih granica.

Sastavni deo ovog lokaliteta bio bi i **“omladinsko–studentski kamp”**, mesto okupljanja i razmene intelektualnih iskustava–sa planiranim smeštajnim i pratećim kapacitetima adekvatne kategorizacije

12 – definisati povezivanje sportsko – rekreativne zone “Podina”

12.1 sa lokacijom koja pripada specijalnoj bolnici Sokobanja

12.2 pojasom zelenila sa stazama za rekreaciju i sadržajima zdravstvenog turizma (privatne miniklinike i stacionari, **apartmanski smeštaj korisnika aranžmana tzv. “trećeg doba”**, objekti za prihvatanje predškolske i školske populacije i sl.)

13 - Bovansko jezero – početak sa sokobanjske strane :

- odrediti zonu stabilizovane, uređene, kamenom nasute i popločane obale
- definisati zonu parkiranja sa javnim toaletom i organizovanim sakupljanjem otpada kao i sadržaje koji omogućuju sezonske usluge (prodaja napitaka, fabrički zapakovane hrane i sl.)

I. Novi objekti/programi u Sokobanji

A. Kongresni (kulturni) centar:

- velika sala 700 sedišta;
- manja sala 240 sedišta;
- foyer ...
- restoran 240 sedišta;
- galerija s prostorom za manje priredbe

A1. KRKINO KUĆIŠTE oko rečice Bele vode – područje multikulturnih delatnosti.

A2. Programski sadržaji zaštićenih istorijskih objekata u gradu

B. Gradski hotel:

- 50-54 soba;
- garaža;
- restoran 100 sedišta;

C. Vodeni park:

- spoljni bazeni i atrakcije (oko 2.200 m² vodenih površina, tobogani);

- igrališta ns otvorenom (odb., badm...);
- unutrašnji bazeni (660 m2 vodenih površina);
- Spa centar (saune, masaže, beauty center, dekorativna medicina ...)

II. Novi objekti/programi u okolini Sokobanje

D. Očuvanje zelenih površina Sokobanje i okoline

- Zelene-parkovske površine koje prate tok reke Moravice od plaže "Župan" preko parka na Banjici do spajanja s proširenim centralnim banjским parkom.
- Definisati kanjon reke Moravice kao zaštićeno prirodno dobro.
- Područje "Kalinovica" (najviši vodopad u Srbiji, područja predratnih bolnica i izletišta) potvrditi kao zaštićeno prirodno.

E. Novi potencijali u okolini (istorijska baština)

- Rekonstrukcija, restauracija i izgradnja srednjevekovnog grada Sokograd – muzej pod otvorenim nebom i izgradnja etno sela;
- Restauracija, revitalizacija i zaštita svih objekata u gradskom jezgru, koji su pod ingerencijom zavoda za zaštitu spomenika kulture.
- Seoski – eko turizam.

F. Novi objekti/programi (sport&rekreacija)

- Igralište za GOLF na području Sokograda;
- Definisanje povezivanja sportsko-rekreativne zone "Podina" i lokacije specijalne bolnice Sokobanja zelenim pojasom i rekreativnim programima;
- Definisanje područja Rmanje (tematski putevi)
- Programska konceptualizacija sportsko-rekreativne ponude na i uz Bovansko jezero.

G. Novi objekti/programi (kampovi)

- BOVANSKO JEZERO (autokamp i bungalovi);
- Lokacija za OMLADINSKO-STUDENTSKI KAMP u Sokobanji (Krkino kućište)

III. Banja Jošanica

- Medico (diagnostika, terapije)
- Spa centar
- Hotel 4* 50 soba/apartmana;

