



ПРОГРАМ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ЗИМСКОГ ТУРИЗМА

СОКОБАЊА (Србија) – ВРШЕЦ (Бугарска)

2020-2029



Овај пројекат суфинансира Европска унија кроз Интеррег-ИПА
Програм прекограничне сарадње Бугарска - Србија.

САДРЖАЈ

УВОДНЕ НАПОМЕНЕ	2
Методологија рада	3
Плански основ за израду Програма	3
Опште информације о општинама	4
Анализа постојећег стања туризма	6
<i>Сокобања</i>	6
<i>Вршец</i>	14
SWOT анализа - предности и недостаци туризма у зимском периоду	19
ВИЗИЈА	21
Дефинисање кључних туристичких производа	21
ЦИЉЕВИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА И МОДЕЛ РАСТА	22
Анализа конкурентности	24
КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ – ПЛАН АКТИВНОСТИ	27
УПРАВЉАЊЕ	31
План промотивних активности	32
Мониторинг и Евалуација	33

УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Програм развоја зимског туризма Сокобања – Вршец развијен је у оквиру ИНТЕРЕГ Прекограничног програма Бугарска – Србија за период 2020 – 2029.г.

Развој пројектне идеје је резултат дугогодишњег партнерства две општине и надоградња претходно завршених заједничких пројеката, а и сам пројекат „Зимска прекогранична тура – Сокобања Вршец“ јасно интегрише идеје, приоритете и активности заинтересованих страна у обе прекограничне области.

Сокобања и Вршец имају одређене заједничке историјске и културне вредности и значајне могућности за сарадњу, пре свега у подстицању одрживог туристичког развоја. Њихов даљи развој уско је повезан са продужењем туристичке сезоне, задржавање постојећих и идентификовање нових тржишта и проширењем циљних група. У ту сврху важан је циљ диверзификација и интегрирање пакета туристичких услуга високог квалитета.

Вршец и Сокобања су бање са дугом историјом, са прелепом природом и потенцијалом за значајан туристички развој. Ипак, савремени концепти захтевају интегрисане туристичке аранжмане.

Постојећи туристички пакети укључују природне и историјске знаменитости, културне календаре општина, локални фолклор и фестивале. Међутим, ови пакети су непопуларни из више разлога - недовољна атрактивност производа, недостатак квалификованих аниматора, недовољна финансијска средства за рекламирање и маркетинг.

Нови заједнички туристички производ могао би додатно да подстакне заинтересованост и потражњу за другим природним ресурсима Варшеца и Сокобање, поред лековитих извора, и да повећа број посетилаца на оба балнео одређишта и просечну дужину боравка туриста.

Упркос релативно доброј туристичкој инфраструктури, употребљивост капацитета током године је прилично неуједначена, сконцентрисана углавном у летњем периоду, што говори о недовољном и неконкурентном производу у зимском периоду, као и неадекватном сегментирању тржишта и недовољно активности усмерених ка циљним групама. Сезонска карактеристика (јака летња сезона) предодређује недовољну употребу смештајних капацитета. У том смислу, развој новог прекограничног туристичког производа- Зимска прекогранична тура на основу комбиновања традиционалних туристичких производа са алтернативним облицима туризма подстаћи ће већу и равномернију туристичку попуњеност током године, као и запошљавање у обе општине.

Методологија рада

Методологија истраживања укључивала је употребу различитих квалитативних и квантитативних методолошких алата које су примењивани током различитих фаза израде Програма. Израда Програма развоја зимског туризма је обухватала блиску сарадњу са локалним самоуправама, а сама методологија је обухватала неколико фаза:

- Дефинисање оквира Програма развоја зимског туризма – оквир је креиран у складу са ТоР који је општина Сокобања поставила као задатак, али уз уважавање Закона о планском систему РС, нацрта Правилника о садржини и начину израде Програма развоја туризма РС и стратешких смерница општине Вршец.
- Прикупљање података од директних учесника у пружању туристичких услуга у ове две општине. Креиран је дубински упитник за јавни сектор и упитник за приватни сектор, како би се перципирао поглед оба сектора на тренутно стање. Након прикупљених 14 упитника, извршена је анализа добијених упитника. Добијени одговори су детаљно обрађени, а на основу добијених резултата изведени су закључци и препоруке.
- Деск анализа статистичких података, стратегија и компаративна анализа конкурентних дестинација
- Верификација и провера нацрта на радионицама које су одржане у Сокобањи 12/6/2020 и Вршецу 9/7/2020.

Плански основ за израду Програма

Плански основ за израду Програма представљају планови и стратешки документи на локалном, националном, али и Европском нивоу. При томе су стратешки документи на нивоу Европске Уније нарочито важни због потребе усклађивања са Европском праксом.

Европа 2020 - Европска стратегија за паметан, одржив и инклузиван раст је најважнији документ стратешког планирања Европске уније, чији је главни циљ подизање конкурентности европске економије на друштвено прихватљив, тј економски и еколошки одржив начин. Стратегија има пет главних међусобно повезаних циљева:

- запошљавање
- истраживање и развој
- климатске промене и енергија
- образовање и
- борба против сиромаштва и социјалне искључености

Главне вредности базирају се на економским активностима, укључујући и туристичке активности, које су:

- засноване на знању и иновацијама,
- промовишу ефикасно коришћење природних ресурса и
- подстичу економску и територијалну кохезију међу државама чланицама ЕУ

Као део пројекта прекограничне сарадње Програм развоја зимског туризма Сокобања – Вршец доприноси постизању ЕУ Кохезијске политике 2014-2020, која има два циља: Инвестиције за раст и запошљавање и европску територијалну сарадњу. Главни циљ Европске територијалне

сарадње (ИНТЕРРЕГ) је промоција складног економског, друштвеног и територијалног развоја Уније у целини. Пројекат је такође у складу са ЕУ туристичком политиком (2010) 352 Активност 5.1 Потицање конкурентности у европском туристичком сектору - подстицање продужења туристичке сезоне и подстицање диверзификације понуде туристичких услуга.

Програм развоја зимског туризма Сокобања – Вршец базира се и на националним и локалним стратегијама и плановима.

Пројекат доприноси Стратегији развоја туризма Србије за период 2016 - 2025, која Сокобању препознаје као једну од 18 приоритетних туристичких дестинација у Србији са следећим кључним производима: здравствени туризам, манифестације, посебна интересовања и кружне туре. Туризам је један од стратешких циљева у Стратегији одрживог развоја Сокобање 2015-2025, где су као посебни циљеви идентификовани: Одрживи развој дестинације и Повећање конкурентности туристичке дестинације.

Програм доприноси и остварењу и циљева Националне стратегије за регионални развој Бугарске 2012-2022, Стратегије одрживог развоја туризма у Бугарској захваљујући постигнутим принципима одрживог развоја; као и Стратегији за регионални развој, Монтана, 2014-2020.

Пројекат испуњава и циљеве Стратегије ЕУ за дунавску регију, фокусирајући се на јачање иновација и предузетништва, заштиту природног и културног наслеђа и ресурса у дунавском региону, коме обе општине припадају, и побољшање повезаности. Бројне туристичке и културне атракције налазе се у Подунављу, укључујући оба прекогранична подручја Вршец и Сокобања.

Програм је средство за промоцију и покретање пројектних идеја за решавање заједничких изазова и потреба у специфичним областима које треба да постигне стварне користи за људе и изгради ефикасне везе између власти и организација у пограничном региону. Стратегија подвлачи важност заједничког рада на свим нивоима и предлаже начин рада заснован на сарадњи. Успешна примена пројекта подржаће конкурентност и одрживост туристичког сектора у региону, а његово јединствено природно и културно наслеђе биће активније и трајније популаризовано.

Опште информације о општинама

Општина Сокобања смештена је у источној Србији, која је један од најмање развијених делова земље. Укупна површина општине је 525 квадратних километара. Општину чине општински центар - Сокобања и 24 села са укупно 16.021 становника. Туризам је најважнији економски сектор у општини.

Сокобања је једна од најпознатијих и најпопуларнијих бања у Србији која се организованим здравственим туризмом бави већ више од 170 година. Обиље минералних вода привлачи оне којима је потребно лечење (хронични бронхитис, бронхијална астма, психонеуроza, висок крвни притисак, хронични реуматизам, умор ...), али је и омиљено место здравих људи који желе да се одморе и прошетају кроз нетакнуту природу пуну свежег планинског ваздуха.

У близини Сокобање налази се неколико излетишта, од којих су нека удаљена само 10 минута хода од центра града. Бројни историјски споменици доказ су да је подручје општине Сокобања насељено од најранијих времена и да су лековита својства воде и ваздуха била позната у давним временима.

Град је добио име по тврђави Сокоград која је удаљена 2 км од центра града, уз реку Моравицу. Налази се на високој литици, а изграђен је у касном средњем веку на римским темељима. Природни терапеутски фактори у Сокобањи су термални минерални извори (са температурама од 28 до 45,5 °C) који се користе за купање и удисање, и умерена континентална клима коју карактеришу повољан атмосферски притисак, умерене кише, мало магле и мало ветровити дани, висока концентрација кисеоника, озона и негативних јона у ваздуху и одсуство загађења ваздуха. Извори минералне воде налазе се у централном парку и парку Бањица.

Широк спектар спортских, културних и туристичких манифестација одржава се у Сокобањи током целе године.

Општина Сокобања има пуно искуства у територијалној сарадњи на националном и прекограничном нивоу. Сокобања је једна од 8 општина источне Србије чији су оснивачи Регионалне развојне агенције - РАРИС.

Општина Вршец, налази се у Бугарској. Смештена је у југоисточном делу округа Монтана, на удаљености од 30 км од окружног центра и 90 км од Софије.

Општина у себи укључује један град - Вршец и 8 села. Становништво општине Вршец, према последњим подацима око 7737 лица, а главни део - 6035 лица (78% становништва) је концентрисано у самом граду.

Туризам је најважнији економски сектор у општини. Вршец је бањско место у округу Монтана, северозападна Бугарска, који се организованим здравственим туризмом бави више од 167 година. Једно од најстаријих и најпопуларнијих летовалишта у северној Бугарској, познато је по лековитим минералним изворима, благом планинском климом, прелепим пејзажом и великим уређеним парком.

Могућности за унапређење туризма у Вршецу су повезане са потенцијалом очуваног природног комплекса, богатством културно-историјског наслеђа, изграђеним центрима за смештај и угоститељство и инфраструктуром. Даљи развој општине Вршец уско је повезан са развојем туризма, односно идентификовањем нових тржишта у иностранству, у циљу привлачења страних туриста. У ту сврху важан је циљ диверзификација и интегрисање пакета туристичких услуга, али такође је неопходна промоција.

Укупан број кревета у општини Вршец се сваке године полако повећава. Постоје 3 нова СПА хотела. Отварају се и неки нови објекти са малим капацитетом - куће за сеоски туризам, породични хотели и туристичка насеља. Нови атрактивни објекти граде се у оквиру пројеката са европским финансирањем. Искоришћеност смештајних капацитета је ниска, упркос релативно доброј туристичкој супраструктури, што говори о недовољним и неконкурентним производима.

Сезонска карактеристика (јака летња сезона, и веома слаба зимска) у обе општине утиче на слабу искоришћеност туристичких капацитета на годишњем нивоу. У том смислу, развој новог прекограничног туристичког производа, пре свега у зимском периоду утицаће на већу туристичку посећеност, равномернију туристичку тражњу током године и већу попуњеност и коришћење туристичких капацитета.

Анализа постојећег стања туризма

Анализа постојећег стања туризма дата је по општинама:

Сокобања

Сокобања спада у једну од пет најпосећенијих туристичких дестинација у Србији. Статистички приказ туристичке посећености дат је у наредним табелама:

Доласци:

		Месец												Укупно
	Број	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	година
	Туристи													
2010	Домаћи	895	1628	3471	4825	4852	5489	7054	8231	4001	2935	963	925	
	Страни	52	59	514	62	58	69	148	71	98	186	129	142	
	Укупно	947	1687	3985	4887	4910	5558	7202	8302	4099	3121	1092	1067	<u>46.857</u>
2011	Домаћи	725	1534	3268	3925	4012	5340	6921	8056	3729	2754	879	821	
	Страни	41	35	415	52	33	58	123	62	89	156	114	125	
	Укупно	766	1569	3683	3977	4045	5398	7044	8118	3818	2910	993	946	<u>43.267</u>
2012	Домаћи	838	1768	2456	4125	4386	5569	6841	8193	4059	3002	983	874	
	Страни	75	51	603	93	75	147	187	61	152	169	140	196	
	Укупно	913	1819	3059	4218	4461	5716	7028	8254	4211	3171	1123	1070	<u>45.043</u>
2013	Домаћи	905	1965	1964	4091	4382	5426	6854	8092	4005	2867	958	800	
	Страни	61	42	598	95	82	159	199	65	164	189	152	203	
	Укупно	966	2007	2562	4186	4464	5585	7053	8157	4169	3056	1110	1003	<u>44.318</u>
2014	Домаћи	1129	2325	2004	4911	4998	6542	7111	8183	4470	3009	1284	876	-
	Страни	82	58	658	142	119	241	289	120	182	248	187	234	
	Укупно	1211	2383	2662	5053	5117	6783	7400	8303	4652	3257	1471	1110	<u>49.402</u>
2015	Домаћи	1171	2456	2152	5018	5136	7033	7289	8264	4526	3115	1293	894	
	Страни	94	62	654	157	124	258	302	125	193	254	192	265	
	Укупно	1265	2518	2806	5175	5260	7291	7591	8389	4719	3369	1485	1159	<u>51.027</u>
2016	Домаћи	1235	2691	2008	4986	5422	7204	7947	8382	4732	3105	1418	845	
	Страни	152	81	635	195	135	264	344	138	173	253	187	272	
	Укупно	1387	2772	2643	5181	5557	7468	8291	8520	4905	3358	1605	1117	<u>52.804</u>
2017	Домаћи	1247	2623	2021	5065	5707	7315	7923	10100	4555	3693	1588	678	
	Страни	149	85	702	208	162	259	180	263	113	189	111	226	
	Укупно	1396	2708	2723	5273	5869	7574	8103	10363	4668	3882	1699	904	<u>55.162</u>
2018	Домаћи	1553	2617	4065	8514	12957	11541	12285	15479	8949	5243	2742	2029	
	Страни	615	414	1439	877	1144	1300	1513	1656	1689	907	510	1129	
	Укупно	2168	3031	5504	9391	14101	12841	13798	17135	10638	6150	3252	3158	<u>101.167</u>
2019	Домаћи	1757	3178	4750	9646	13250	16278	16205	17663	12130	7488	3413	2384	
	Страни	628	488	1695	1440	1601	1869	2207	2263	1746	1104	708	977	
	Укупно	2385	3666	6445	11086	14851	18147	18412	19926	13876	8592	4121	3361	<u>124.868</u>

Извор: Туристичка организација општине Сокобања

Из овог статистичког прегледа види се да је број туриста у последњих 10 година константно растао, и да је у 2019.г број туриста три пута већи него пре 10 година. Такође, приметна је и

сезоналност током године. Пик туристичке посећености је у периоду Јун-Август. Може се рећи да туристичка сезона траје од априла до септембра. У осталом периоду године број туриста је вишеструко нижи.

Ноћења:

		месец												
	Број	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Год	Ноћења													
2010	Домаћи	2451	2969	5284	14122	18095	31156	36952	42851	18267	10012	2596	2643	
	Страни	128	106	1065	256	224	417	668	426	415	358	214	392	
	Укупно	2579	3075	6349	14378	18319	31573	37620	43277	18682	10370	2810	3035	<u>192.067</u>
2011	Домаћи	2222	2894	5163	13741	17999	31026	35621	41492	17901	9421	2102	2535	
	Страни	125	98	985	195	194	376	643	379	391	359	201	384	
	Укупно	2347	2992	6148	13936	18193	31402	36264	41871	18292	9780	2303	2919	<u>186.447</u>
2012	Домаћи	2353	3095	5328	14862	18564	31278	35642	41562	17983	9685	2214	2753	
	Страни	176	136	1092	226	242	406	772	444	469	362	271	463	
	Укупно	2529	3231	6420	15088	18806	31684	36414	42006	18452	10047	2485	3216	<u>190.378</u>
2013	Домаћи	2401	3006	5274	14232	18451	29541	33878	40125	18542	9781	2111	2756	
	Страни	165	124	986	214	241	398	732	428	416	293	223	398	
	Укупно	2566	3130	6260	14446	18692	29939	34610	40553	18958	10074	2334	3154	<u>184.716</u>
2014	Домаћи	2602	3394	5968	18564	20159	32639	39856	43689	21737	12956	3562	3006	-
	Страни	207	182	1204	395	342	545	965	492	521	376	279	461	
	Укупно	2809	3576	7172	18959	20501	33184	40821	44181	22258	13332	3841	3467	<u>214.101</u>
2015	Домаћи	2951	3758	6422	20540	23961	34851	41052	45203	22531	13985	4125	2965	
	Страни	201	196	1185	425	387	631	1058	512	541	396	280	473	
	Укупно	3152	3954	7607	20965	24348	35482	42110	45715	23072	14381	4405	3438	<u>228.629</u>
2016	Домаћи	3002	3952	6502	21010	25243	36451	40354	45230	25806	14763	4241	3364	
	Страни	245	215	1112	542	409	627	1189	438	559	386	301	492	
	Укупно	3247	4167	7614	21552	25652	37078	41543	45668	26365	15149	4542	3856	<u>236.433</u>
2017	Домаћи	3124	5575	9704	22737	29546	39871	43214	50272	25215	17842	6469	1581	
	Страни	286	236	1127	556	414	731	760	947	462	297	239	725	
	Укупно	3410	5811	10831	23293	29960	40602	43974	51219	25677	18139	6708	2306	<u>261.930</u>
2018	Домаћи	4485	9750	32454	37085	63775	64759	75730	90937	48562	27353	13102	7553	
	Страни	981	909	4814	2175	3530	3958	4810	6902	4849	2582	1364	2169	
	Укупно	5466	10659	37268	39260	67305	68717	80540	97839	53411	29935	14466	9722	<u>514.588</u>
2019	Домаћи	6630	11350	17546	48259	67135	81515	85165	95280	62606	41615	15110	8717	
	Страни	1079	1000	3736	4392	4799	5647	7605	6621	5298	3451	1793	2073	
	Укупно	7709	12350	21282	52651	71934	87162	92770	101901	67904	45066	16903	10790	<u>588.422</u>

Извор: Туристичка организација општине Сокобања

Евидентан је и раст броја ноћења на годишњем нивоу, при чему је преломна година била 2018г. када се туристичка посећеност дуплирала. Добрим делом овај нагли раст је последица издавања туристичких ваучера од стране Владе РС, али с обзиром да је значајан и туристички раст страних туриста повећању туристичке посећености умногоме је допринело и коришћење on-line резервационих систем као што су booking.com, AirBNB и сл...

Просечан број боравка у летњој сезони је 5 дана, док је у зимској сезони 3 дана просечна дужина боравка.

Најзаступљенија група туриста јесу брачни парови са децом, посебно становници великих градова из Србије, учесници семинара и конгреса, спортисти и љубитељи природе. Према подацима Туристичке организације општине Сокобања око 60% гостију је из Београда, 20% из Војводине и осталих 20% из осталог дела Србије.

Што се страних туриста тиче, највећи број је из Бугарске и бивших република Југославије, затим Мађарска, Румунија, Грчка и Аустрија.

Главне циљне групе у зимском периоду, према подацима ТОСа јесу:

По годинама	1-15	16-30	31-45	46-65	преко 65
	25%	10%	50%	10%	5%
По локацији	до 50km	до 100km	до 150km	до 200km	преко 200km
		3%	2%	5%	90%
Сврха доласка	Посао	Спорт	Викенд одмор	Зимски распуст / одмор	Специјални интереси
	5	10	65	15	5

Према подацима угоститељског сектора, у зимском периоду се разликује мотив доласка у хотелима и приватном смештају. У приватном смештају углавном долазе парови са децом на викенд или зимски распуст, док у хотелима значајан део чине спортисти на припремама, деца у едукативним камповима или на организованом распусту и у мањем обиму семинари.

Начин доласка туриста приказан је у следећим табелама

Врста транспорта	Колима	Аутобусом	Авионом	Остало
	75%	20%	5%	

На територији Сокобање постоји добро организована такси служба и локалне аутобуске линије према туристичким атракцијама у летњем периоду. Током целе године има довољно дневних поласка са аутобуске станице у Сокобањи за Београд и Ниш. Из Ниша постоје међународни одласци у велике градове суседних земаља. Током лета (мај, јун, јул и август) постоје аутобуске линије: Сокобања - Зајечар, Сокобања - Нови Сад, Сокобања - Лесковац и Сокобања - Зрењанин.

Близина аеродрома у Нишу (60км) утиче да туристи који из иностранства долазе у Србију и Сокобању, у највећој мери, долазе користећи овај аеродром који има значајан број линија нискобуџетних компанија. Око 89% туриста користи Нишки аеродром, 10% аеродром у Београду и око 1% Софија. Међутим, и даље нису искоришћени сви потенцијали и могућности близине аеродрома у Нишу, и у будућем периоду треба радити на већем стављању у функцију овог аеродрома за потребе развоја туризма у Сокобањи.

Према истраживању које је спроведено анкетирањем, мотивација туриста за долазак у Сокобању током зиме је следећа:

1	Релаксација wellness & spa садржајима по приступачним ценама
2	Активан одмор
3	Припреме спортиста – постојање значајних спортских садржаја уз могућност за висинске припреме
4	Спортске манифестације – планинарске акције
5	Ценовна конкуренција – солидна смештајна и гастрономска понуда

Смештајни капацитети

Сокобања има значајне смештајне капацитете, међутим нису сви доступни током зимског периода. Након летње сезоне, велики број објеката за смештај се затвара, смештајни капацитети су преполовљени и износе око 3.300 лежајева у зимском периоду.

	Назив објекта	Тип објекта	Бр кревета	Садржаји
1	Хотел "Моравица"	Хотел***	193	Трим кабинет , Сала за стони тенис и билијар, интернет кафе, терен за фудбал, кошарку и одбојку, конференцијска сала са 220 места.Апартман 144 – спомен соба И.Андрића
2	СБ „Бањица“	Одмаралиште	260	Масажа, спортски садржаји: кошарка, фудбал, одбојкашка игралишта, интернет кафе, 2 конференцијске дворане (400 и 100 места), здравствена услуга
3	Хотел“Соко Терме“	Хотел***	20	2 затворена и 1 отворени базен са термалном водом, масажа, сауна, слана соба, фитнес сала, козметички салон
4	Nataly spa	Апарт конаци	50	Wellness - базен, Хамам – парно купатило, масажа, финска сауна, Jakuzzi, тропска киша, Кнејп и топле клупе, слана пећина, базен, ресторан. Yoga часови
5	Специјана болница Сокобања	Комерцијални део болнице	100	Масажа, сауна, слана соба, бисерна купка, теретана, 1 затворени термални базен, спортски терени, Стаза здравља, Wellness, фитнес и Соко-лифе програм, козметички салон
6	Хотел „Здрављак“	Хотел*	298	2 затворена базена, сауна, фризерски салон, спортски садржаји: кошаркашко, фудбалско и одбојкашко игралиште, 4 тениска терена, куглање, интернет цаффе, 2 конференцијске дворане са 210 и 40 мјеста <i>Напомена: Објекат се издаје у закуп и не ради током целе године</i>
7	„Турист“	Конак	120	<i>Напомена: Објекат се издаје у закуп и не ради током целе године</i>
8	Хотел“Сунце“	Хотел	270	2 затворена базена, 1 спољни базен, wellness и спа центар, 3 конгресне дворане са 120, 80 и 30 места <i>Напомена: Објекат је у завршној фази изградње. Очекује се отварање у наредном периоду</i>
9	Пансион „Александар“	Пансион	20	
10	Пансион „Палма“	Пансион	40	
11	Пансион „Чикаго“	Пансион	57	
12	Пансион „Спленид“	Пансион	19	
13	Пансион „Жупан“	Пансион	24	
14	Пансион „Каскаде“	Пансион	10	
15	Пансион „Сани“	Пансион	29	
16	Пансион „Лав“	Пансион	31	
	Број објеката		Број кревета	
10	Приватни смештај	120	1800	
11	Сеоска домаћинства	8	35	

Слична ситуација је и са угоститељским објектима, који у зимском периоду функционишу и раде у значајно мањем броју. Поред разноврсне дневне понуде, Сокобања нуди и вечерњу забаву, и то пре свега, викендом. Приказ објеката који раде и ван летње сезоне дат је у следећој табели:

		Number of entities:
1	Број ресторана	8
2	Број пицерија	3
3	Број традиционалних / Етно ресторана	1
4	Број брзе хране	11
5	Број барова / кафића	7
6	Број интернет барова / кафића	0
7	Број пивница	1
8	Број специјализованих објеката / вина, кинеске хране, мексичке хране итд ...	0
9	Број ноћних барова	2
10	Број диско клубова	1
11	Број кетеринг ресторана	3

Туристичке атракције

Атракција	Кратак опис	Број посетилаца у 2019г: <i>Извор: ТОС</i>	Могућност туристичке валоризације у зимском периоду
Турско купатило Амам	Сагдарили су га Турци на темељима римских терми у XVIв и то је једино оригинално турско купатило у ункцији у Србији. Налази се у саставу СБ Сокобања	око 20.000	√√√
Клизалиште и санкалиште	Клизалиште димензија 16*14 и санкалиште, са синтетичким ледом чија употреба је могућа током целе године	Изграђено почетком 2020	√√√
Средњовековни град Сокоград	Изграђена крајем XIII или почетком XIV века на темељима старог римског утврђења. Објекат под заштитом државе као споменик културе	око 50.000	√√
Излетиште Лептерија	Заштићено природно добро (2. степен заштите – предео изузетних одлика). Овде је црква, природни феномен Пресвете Богородице у стени, средњовековни град Сокоград и видиковац Поповица	око 60.000	√√√
Озрен	Веома атрактивна планина за пешачење, вожњу бицикла и боравак у природи. У централном делу постоји уређен простор са спортским теренима и кафаницом. Веома је атрактиван споменик природе Рипалка / велика и мала. Постоји више атрактивних излетишта и рута за шетњу на планини.	око 70.000	√√√
Излетиште Врело - Борићи	Врело је степеницама повезано са излетиштем Борићи, смештеним у боровој шуми и опремљено дрвеним	Не постоје подаци	√√

	мобиљаром и дечијим игралиштем. На Врелу постоји изграђен објект Летња позорница		
Планина Ртањ	Веома атрактивна планина која представља природни феномен крашког рељефа и привлачи значајан број посетилаца. Проглашен Специјалним резерватом природе од старне државе због ендемичне и реликтне флоре и фауне као и специфичног облика и састава рељефа. Многи планинари посећују Ртањ током целе године индивидуално или у организованим акцијама.	око 50.000	√√
Врмца - Врмашки град и Врмцанско језеро	У близини села Врмца. Настао до 6.в као утврђење за одбрану царског друма за Блиски исток. Врмцанско језеро се налази у подножју планине Ртањ.Иделано је за релаксацију.	Не постоје подаци	√
Грудошке воденице	Има два млина. Велики млин је претворен у етно кухињу. У дворишту се налази мали амфитеатар.	око 5.000	√
Сеселачка пећина	Налази се у атару села Сесалац, осветљена је у дужини од 200 м и има богате пећинске украсе: сталактите, сталагмите, купке од травертина и нежне драперије.	Не постоје подаци	√√
Извор реке Моравице	Угодно је место за одмор и излетнике, близу кристално чисте водене површине где извире река Моравица.	Не постоје подаци	√
Бованско језеро	То је вештачка акумулација. Постоји неколико добро уређених плажа. Богато рибом	Не постоје подаци	√
Излетиште Врело / планина Буковик	Главна атракција овог излетишта су извори топле и хладне минералне воде, очувана природа и чист ваздух.	Не постоје подаци	√

Из напред наведене табеле је евидентно да главне туристичке атракције представљају природни ресурси, док туристичка супраструктура која је у функцији у зимском периоду готово и да не постоји.

Наравно, у зимским месецима веома атрактивну понуду чине Wellness центри са термоминералном водом, која су надалеко позната по лековитости.

Могућност за активни одмор - спорт

Повољни климатски фактори, идеална надморска висина, чист ваздух, нетакнута природа, бројне планине и богатство хидрографских ресурса представљају идеалне услове за развој спортско-рекреативног туризма и базичне припреме спортиста.

У те сврхе изграђено је и уређено више спортских објеката и терена, којима управља Спортско рекреативни центар „Подина“. Бројни професионални спортски клубови обављају своје припреме у Сокобањи, јер пружа изванредне услове за кондиционе тренинге, уз могућност коришћења терена и стаза на различитим надморским висинама.

Околина Сокобање је идеална за вожњу бицикла, било да су у питању рекреативци или професионалци. Постоји преко 400км обележених стаза за све љубитеље планинског бициклизма(MTB - mountain biking).

Планине које окружују Сокобању представљају прави изазов, како за рекреативце тако и за професионалне алпинисте. Ту су обележене пешачке стазе за почетнике и стрми и неприступачни врхови за професионалце.

Спортеки објекти приказани су у наредној табели:

#	Спортеки садржај	Могућности за спорт	Могућност рентања
1	Спортека хала	Кошарка, одбојка, и др	да
2	Спортеки комплекс Подина	Комплекс фудбалских терена са рефлекторском расветом - 2 помоћна фудбалска терена, 3 терена за млађе категорије, мини пич тереном са вештачком травом, свлачионице и теретана	да
3	Клизалиште и санкалиште	Клизање, санкање	не

Догађаји

У периоду ван главне сезоне евидентно је да нема много организованих догађаја. Догађаји у организацији локалне самоуправе груписани су око Нове Године, а осим тога организују се још пар планинарских акција у организацији планинарских друштава. Преглед је дат у следећој табели:

	Назив догађаја	Врста догађаја	Локација	Бр.посетилаца (домаћи/страни)	Организатор
1	Планинарска акција „Врмцила“	планинарење	Врмца / Ртањ	1900/200	ПД Оштра Чука
2	Планинарска акција „Раденковање“	планинарење	Озрен/Девица	1100/150	ПД Оштра Чука
3	Божићни успон на Ртањ	планинарење	Ртањ	1200/200	ПД Бољевац
4	Башта отвореног срца -	забава	Центар Сокобање	1200/500	ТОСБ
5	Новогодишњи вашар	вашар	Центар Сокобање	500	Општина Сокобања

Културна дешавања

Календар културних дешавања указује да у периоду ван летње сезоне, готово и да нема никаквих дешавања.

Објекти културе јесу: Завичајни Музеј, Легат Милуна Митровића, Завичајни музеј Врмца и Завичајни музеј Јошаница. Ови објекти углавном су доступни у летњем периоду, када раде свакодневно. Међутим, у зимском периоду врло често нису лако доступни туристима, осим за организоване посете.

Биоскоп Моравица је у фази реконструкције, али након завршетка радова, овај објект омогућиће организацију разних догађаја и у зимском периоду. Објект има салу од 250 места, са сценском расветом и бином која омогућује организацију разних дешавања.

КОНГРЕСИ, СЕМИНАРИ И ТИМ БИЛДИНГ

Захваљујући дугој традицији, значајним смештајним капацитетима и више различитих конференцијских сала у хотелима, Сокобања нуди солидне услове за организацију конгреса, семинара и осталих стручних скупова, као и за организацију тим билдинга. Међутим, опремљеност ових сала не одговара савременим трендовима и неопходно их је реновирати и технички адекватно опремити.

#	Објект	Капацитет	Бр конференцијских сала	Бр сала за састанке
1	Хотел Моравица	250	1	1
2	СБ Бањица	100	1	
3	Хотел Здрављак <i>Напомена: Не ради током целе године. Очекује се приватизација</i>	250	1	1
4	Хотел Сунце <i>Напомена: Очекује се отварање у наредном периоду</i>	230	2	1

Могућност за куповину

Постоји око 15 бутика, неколико продавница сувенира, продавница накита и модних додатака и произвођача кожних производа, здраве хране и домаћих производа. Најближи трговински центар већег значаја јесте Ниш на удаљености од 60км.

Туристичке агенције

Према подацима ТОС, у Сокобањи ради 8 туристичких агенција. Међутим, ни све туристичке агенције не раде током целе године. Ни једна туристичка агенција нема лиценцу за организатора путовања, већ се све баве рецептивом и субагентуром – продајом туристичких аранжмана других туристичких агенција.

Вршец

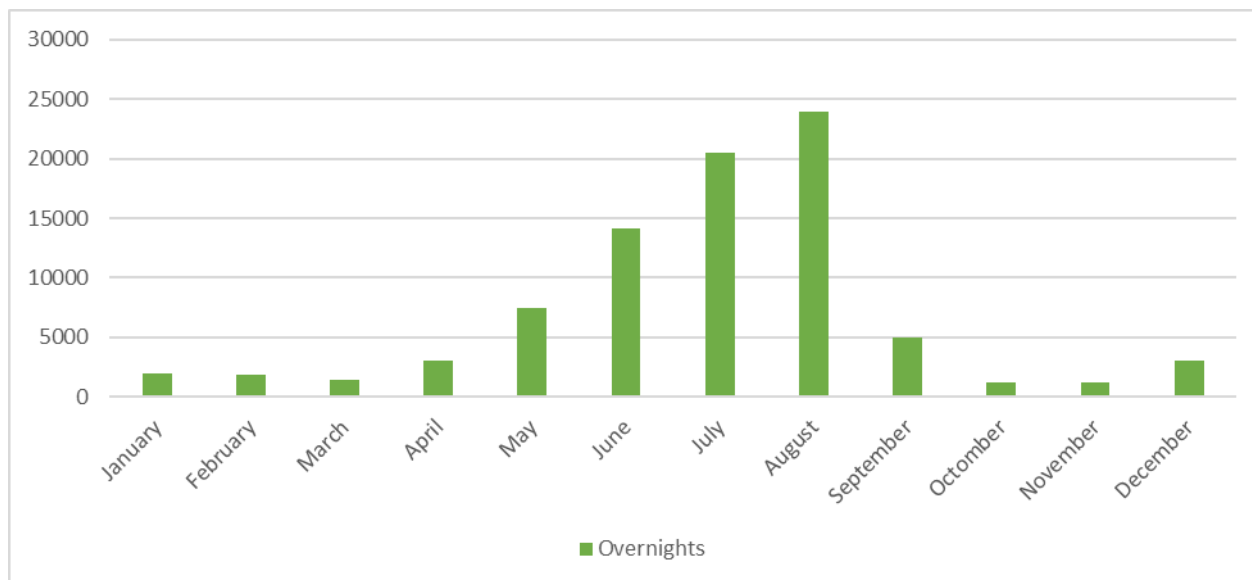
Вршец је бања у северозападној бугарској, у области Монтана. Термални извори Вршеца користе се још из римског периода и лековита вода се користи за срчане и нервне болести, општу превенцију и јачање тела. Статистички приказ туристичке посећености дат је у наредним табелама:

Доласци:

2010	Домаћи	16838
	Страни	162
	Укупно	17.000
2011	Домаћи	24780
	Страни	220
	Укупно	25.000
2012	Домаћи	26200
	Страни	300
	Укупно	26.500
2013	Домаћи	31980
	Страни	520
	Укупно	32.500
2014	Домаћи	34355
	Страни	645
	Укупно	35.000
2015	Домаћи	54050
	Страни	950
	Укупно	55.000
2016	Домаћи	83700
	Страни	1300
	Укупно	85.000
2017	Домаћи	60650
	Страни	1350
	Укупно	62.000
2018	Домаћи	37500
	Страни	2500
	Укупно	40.000
2019	Домаћи	42000
	Страни	3500
	Укупно	45.500

Према овим подацима може се закључити да је Сокобања дупло посећенија од Вршеца. Међутим главна туристичка сезона се поклапа .

Приказ долазака по месецима у Вршецу дат је у наредном графикону:



Као и у Сокобањи, и у Вршецу туристи у највећој мери долазе колима (80%), а остали јавним превозом. Постоји јавни превоз до главног града Софије, регионалног центра Монтана, Вратсе, Берковитсе и станице Лакатник. Међународни аеродром у Софији удаљен је 100км.

Према подацима општине Вршец највећи број туриста је из Софије (70%), осталих 30% је из већих градова у региону: Монтана (10%), Враца(15%), Видин(5%)

Структура туриста по разним критеријумима дата је у следећој табели:

По годинама	1-15	16-30	31-45	46-65	преко 65
		10%	30%	60%	
По локацији	до 50km	до 100km	до 150km	до 200km	преко 200km
	25	70	5		
Сврха доласка	Посао	Спорт	Викенд одмор	Зимски распуст / одмор	Специјални интереси
	10%	3%	67%	20%	5

Пет главних разлога за долазак туриста, по мишљењу општине јесу:

1 минерална вода
2 прелепа природа
3 свеж ваздух
4 културни догађаји
5 мир и тишина

Смештајни капацитети

Смештајни капацитети у Вршецу су квантитативно значајно мањи него у Сокобањи, 723 кревета у зимском периоду, међутим квалитативно Вршец има бољу структуру смештајних капацитета. Смештајни капацитети су приказани у наредној табели:

	Назив објекта	Тип објекта	Број кревета	Садржај
1	SPA HOTEL „ATA”	Хотел****	158	Затворени базен, spa&wellness, анимација за децу
2	SPA HOTEL „MEDICUS”	Хотел****	78	Затворени базен, spa&wellness, анимација за децу
3	SPA HOTEL „SUNNY GARDEN”	Хотел***	82	Затворени базен, spa&wellness, анимација за децу
4	Balneohotel ”Tintyava”	Хотел***	90	Затворени базен
5	Hotel ” Tintyava 2”	Хотел**	36	
6	Hotel „Chinarite“	Хотел**	60	
7	"St. George"	Кућа за издавање	14	
8	"Berlin”	Кућа за издавање	23	
9	„Da Vinci“	Кућа за издавање	24	
10	“Luchi“	Кућа за издавање	24	
11	„Garata”	Кућа за издавање	10	
12	„Elina”	Кућа за издавање	12	
13	„Na kapitana“	Кућа за издавање	16	
14	„Sunday house“	Кућа за издавање	10	
15	„Panorama 3 D“	Кућа за издавање	10	
16	"Tiankovi Kushti"	Кућа за издавање	36	
17	” VIK” Ltd. - Montana”	Кућа за издавање	22	
18	„Isaeva Kashta“	Кућа за издавање	18	

Укупан број ресторана и забавних објеката је 52, са капацитетом од 2994 места и категорисани су на следећи начин: 1 звезда - 26, 2 звезде - 15, 3 звезде - 11.

	Број објеката
1 Број ресторана	11
2 Број пицерија	
3 Број традиционалних / Етно ресторана	
4 Број брзе хране	3
5 Број барова / кафића	24
6 Број интернет барова / кафића	
7 Број пивница	6
8 Број специјализованих објеката / вина, кинеске хране, мексичке хране итд ...	
9 Број ноћних барова	1
10 Број диско клубова	1
11 Број кетеринг ресторана	

Туристичке атракције

Најзначајнија туристичка атракција, према мишљењу општине Вршец, у зимском периоду јесте клизалиште са синтетичким ледом, које годишње посети око 400 посетиоца.

Веома атрактиван је и парк природе „Палеопарк“ од 300ха у самом центру Вршеца, као и локални музеј и галерија, који су бесплатни за посетиоце.

Могућност за активни одмор – спорт

Најзначајнији спортски објект у Вршецу јесте модерна мултифункционална спортска хала, која пружа изванредне могућности за припреме спортиста и спортска такмичења. Свим спортским објектима управља општина Вршец. Приказ објеката, који су у употреби током зиме је дат у табели:

#	Спортски садржај	Могућности за спорт	Могућност рентања
1	Мултифункционална спортска хала	Кошарка, одбојка, рукомет, тенис и др – 700 седишта	да
2	Фитнес сала	Модеран комплекс за вежбање	претплата
3	Теретана на отвореном		Слободан приступ

Догађаји

У периоду ван главне сезоне евидентно је да нема много организованих догађаја. Догађаји у организацији локалне самоуправе груписани су око Нове Године, а осим тога организују се још пар планинарских акција у организацији планинарских друштава. Преглед је дат у следећој табели:

	Назив догађаја	Врста догађаја	Локација	Бр. посетилаца	Организатор	
1	Јорданов дан - Богојављање	Хришћански празник	Бански вир – близу фонтане са минералном водом	100	Општина	Обред спасења Светог крста
2	Св.Трифун - Заревојла	Традиционални празник	Градски трг	150	Општина	Такмичење за најбоље домаће вино
3	Прекогранични фестивал „Зима, звезде и вино“	Festival	Центар града	250	Општина	Изложбена продаја локалних производа – Сокобања и Вршец
4	Тодоров Дан	Хришћански празник	У околини Вршеца	150	Општина	Трка коња
5	3. Март – Бугарски државни празник	Концерт	Градски трг	250	Општина	Државни празник
6	Новогодишњи празници	празник	Градски трг		Општина	

Поред ових догађаја у Вршецу се организују и позоришне представе гостујућих позоришта, као и локалне позоришне групе.

КОНГРЕСИ, СЕМИНАРИ И ТИМ БИЛДИНГ

Захваљујући хотелима високе категорије Вршец има значајне могућности за организацију конгреса и семинара. Око 10% туристичког промета у зимском периоду управо се оствари на овај начин, али свакако да има места за даље унапређење.

У табели су приказани капацитети за конгресни туризам:

#	Објект	Капацитет	Бр конференцијских сала	Бр сала за састанке
1	SPA HOTEL „ATA”	100	1	1
2	SPA HOTEL „MEDICUS”	50	1	
3	SPA HOTEL „SUNNY GARDEN”	80	1	
4	Balneohotel ”Tintyava”	60	1	

Могућност за куповину

У Вршецу постоји неколико бутика гардеробе, парфема и робе широке потрошње. Међутим, не може се рећи да је Вршец развијен трговачки центар. Наравно, Вршец нуди широк избор сувенира - честитки, магнета, мајица, шешира и још много тога.

Туристичке агенције

Према подацима општине Вршец на територији општине не послује ни једна туристичка агенција.

SWOT анализа - предности и недостаци туризма у зимском периоду

Снаге	Слабости
• Традиција у бављењу туризмом • Изграђен бренд • Изузетни природни ресурси за бављење туризмом (термо минерални извори и гео морфолошке вредности) • Постојање излетишта у непосредној близини • Богато културно / историјско наслеђе • Постојање заштићених природних добара • Повољни климатски услови • Здрава животна средина • Постојање предуслова за екстремне спортове • Постојање великог броја угоститељских објеката • Аутентична гастрониомија • Велики број квалитетних смештајних јединица у домаћој радиности - апартмани • Значајне олакшице за инвестиције у изградњу хотела више категорије-Сокобања • Континуирани тренд раста ноћења и долазака туриста	• Изражена сезоналност туристичке тражње • Недостатак понуде – атрактивних садржаја у зимском периоду • Непостојање туристичких пакета и програма • Занемаривање савремених трендова на светском туристичком тржишту • Релативно лоша инфраструктура • Нема даљинског грејања током зиме • Непоштовање мера заштите у заштићеним подручјима природе (бројни примери запуштености и загађивања околине и деградације простора) • Запуштеност објеката и споменика под заштитом државе – Сокоград, Ловачки Дом • Недовољно уређена излетишта, стазе за пешачење и вожњу бицикла • Недовољна искоришћеност капацитета за екстремне спортове • Недовољно туристичких манифестација у зимском периоду • Застарели смештајни капацитети (хотели)-Сокобања • Недовољно уређена сеоска домаћинства за бављење туризмом • Недостатак образованог кадра. Квалитет радне снаге у туризму и хотелијерству • Неприпремљеност за стране госте • Непостојање стратешког приступа маркетингу и промоцији • Недовољни буџет за промоцију • Недостатак сарадње јавног и приватног сектора у развоју производа, успостављању целовитог ланца вредности и активностима маркетинга • Непостојање адекватних програма субвенције за микро предузетнике у туризму ни на државном, ни на локалном нивоу
Шансе	Претње

• Продужење туристичке сезоне • Приватизација објеката у стечају (ДХТП Лептерија) • Топлификација Сокобања • Боље коришћење природних потенцијала у туристичке сврхе на одржив начин • Развој спротско - рекреативног и авантуристичког туризма • Развој руралног туризма • Конгресни туризам • Развој нових спортских садржаја – адреналин парка, ски стаза • Стварање партнерстава и регионалне понуде, пре свега за ино - тржиште • Реализација развојних пројеката кроз ЈПП • Боља валоризација близине аеродрома Ниш и Софија • Убрзање процеса интеграција Републике Србије у ЕУ и могућност коришћења великог броја програма и пројеката подршке и финансирања активности у туризму	• Финансијска и економска ситуација • Начин коришћења ПЛФ • Лоша приватизација- Сокобања • Неконтролисана градња • Недовољна координација развоја туризма и заштите животне средине • Недостатак иновација и нових предузетничких пројеката • Смањење становништва (негативна миграција / депопулација)
---	---

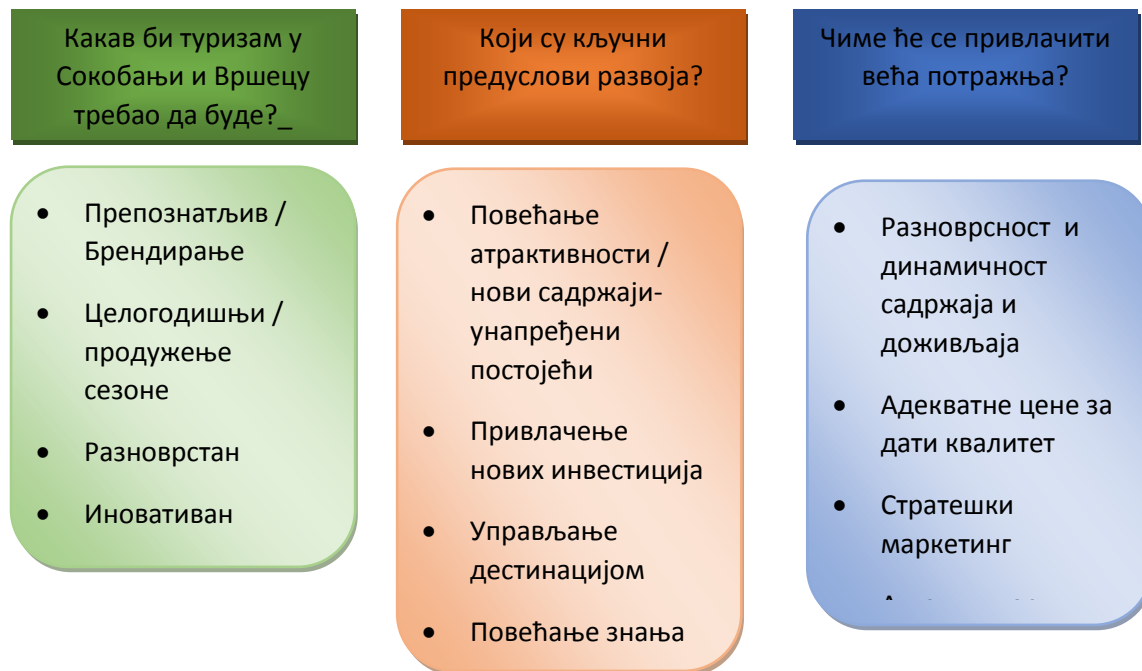
На основу горње анализе може да се закључи следеће:

- 1) Сокобања и Вршец поседују потребну снагу за туристички развој у зимском периоду – атрактиван и разноврстан природни амбијент, аутентичну гастрономију и културну баштину, вековну традицију бављења туризмом и изграђен бренд
- 2) Потребно је радити на превазилажењу слабости, и то на : смањењу сезоналности кроз креирање атрактивних садржаја у зимском периоду, уређењу излетишта, стаза за пешачење и вожњу бицикла, развој нових спортских садржаја – адреналин парка, ски стаза и организацију манифестација
- 3) Потребно је креирати туристичке пакете и програме за зимски период, унапредити маркетинг и радити на успостављању регионалне сарадње, пре свега за ино тржиште
- 4) Шансе за развој зимске туристичке понуде огледају се у развоју Wellness, спортско-рекреативног, авантуристичког, пословног туризма
- 5) Претње су повезане са пасивирањем даљих активности и некоординацијом, као и изостанком активније улоге локалних власти у креирању зимске туристичке понуде.

Свакако, приликом пројектовања стратешких праваца и кључних инвестиционих пројеката, треба имати у виду ефекте глобалног загревања и последице пандемије COVID-19.

ВИЗИЈА

Визија развоја зимске туристичке понуде базира се на систему принципа и вредности који представљају одговоре на следећа три питања:



У складу са овим одредницама Визија је:

Сокобања и Вршец су развијене туристичке дестинације, са конкурентном и атрактивном туристичком понудом током целе године, стимулативном за улагања, управљају развојем у целом свом простору на одржив начин, негују културу квалитета и приступачних цена, а својим гостима нуде мноштво аутентичних садржаја и искустава.

Дефинисање кључних туристичких производа

Према дефиницији Светске туристичке организације (UNWTO): “Туристички производ је комбинација материјалних и нематеријалних елемената као што су природни, културни и створени ресурси, атракције, садржаји, услуге и активности око специфичног центра интересовања који представља језгро одредишног маркетинг микса и ствара целокупно искуство посетилаца, укључујући емотивне аспекте за потенцијалне купце“. Туристички производ се цени и продаје кроз дистрибутивне канале и има животни циклус.

Дефинисање приоритетних производа урађено је на основу изјава из Упитника, али и директних интервјуа, и то за оне производе које је реално да се могу комерцијализовати на тржишту у наредних пет до десет година. У складу са Стратегијом развоја туризма дата је следећа матрица:

Врста Стратешког пословног подручја	Мотив, искуство	Производ/Активност
УЖИВАЊЕ	Успорити живот, опустити се, уживати, допунити енергију, наћи времена за себе, стил живота	Wellness& Spa, гастрономија
ПРИРОДА	Побећи од свакодневице, осећати се здраво, повратак природи, осећати се аутентично, осетити слободу	Паркови природе, уживање у природи, сеоски туризам, школа у природи
СПОРТ & АВАНТУРА	Осетити адреналин, доживети границу сопствене физичке издржљивости, бити спреман за напоре	Пешачење, планинарење, zip line, бициклизам, кањонинг, параглајдинг, клизање, одређени зимски спортови, припреме спортиста
ЗДРАВЉЕ	Бити здрав, опустити се, живети дуго, изгледати добро, урадити за сопствено здравље и лепоту	Медицински третмани, масажа, стоматологија, вежбање, нутриционизам – Soko life , медитација
Пословни туризам	Бити успешан, упознати друге успешне, бити део пословног дешавања	Индивидуална пословна путовања, конгреси, семинари, пословне школе
КУЛТУРА	Научити нешто ново, нова историјска сазнања, открити нове уметнике и литературу, осетити се интелектуално	Градске знаменитости, цркве, манастири, стара утврђења, археолошка налазишта, фолклор и обичаји, музеји, манифестације

ЦИЉЕВИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА И МОДЕЛ РАСТА

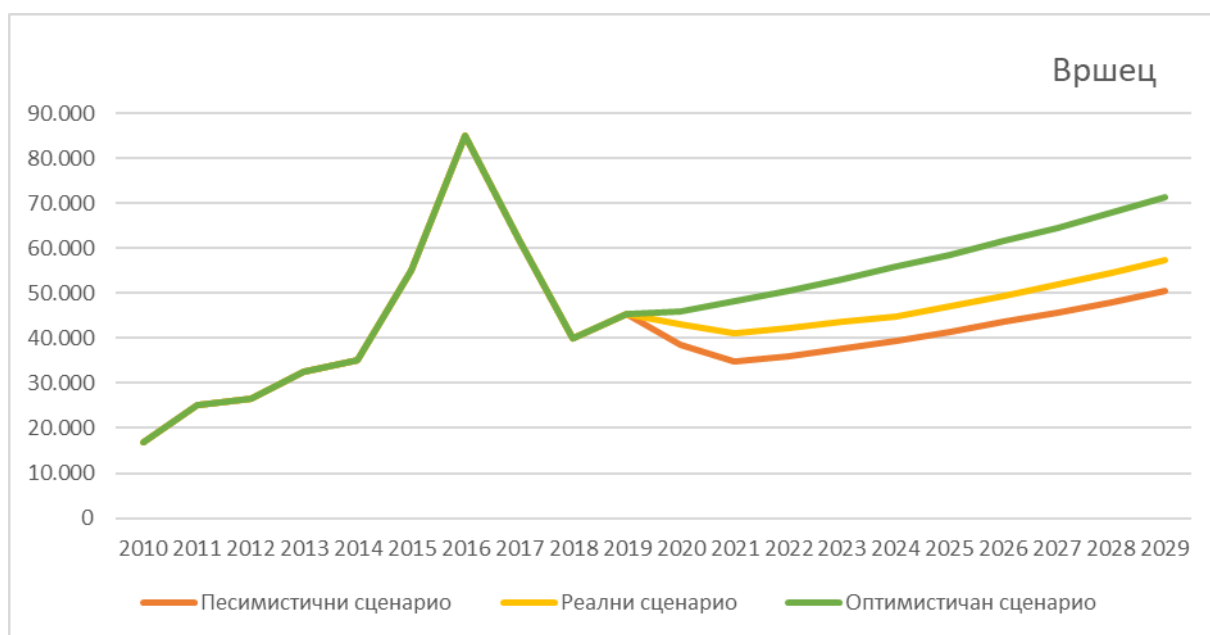
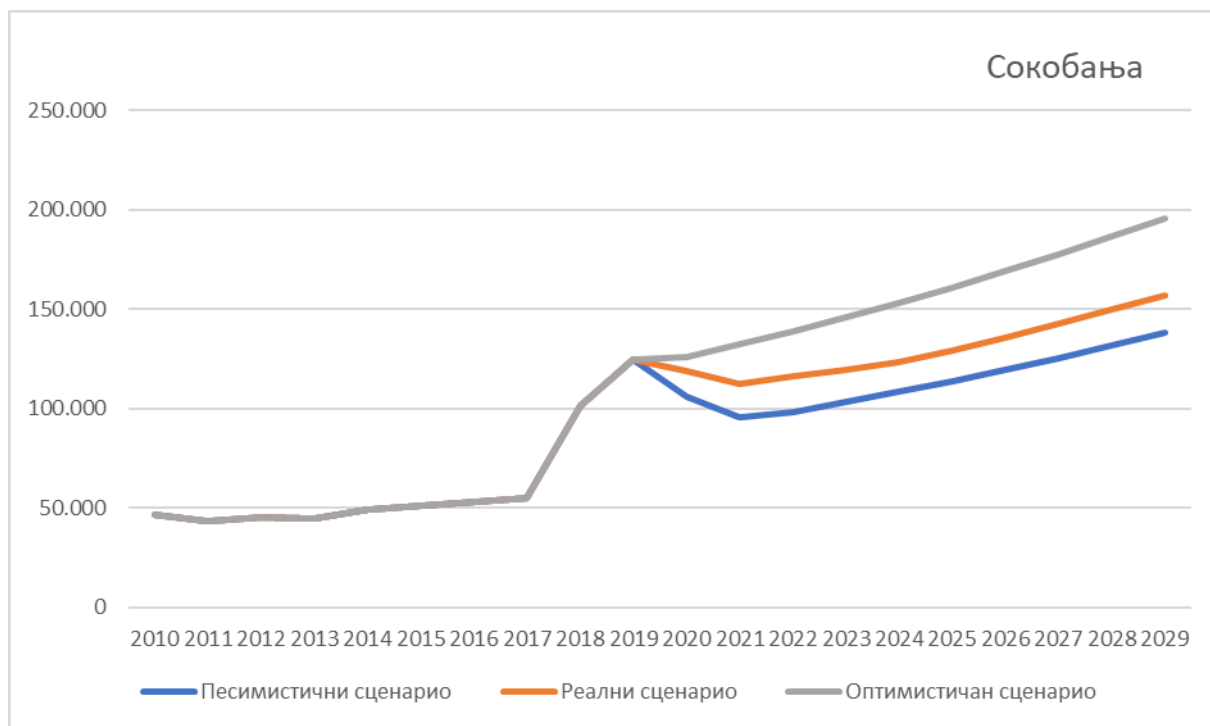
У наредном периоду, Сокобања и Вршец би требало да се фокусирају на неколико кључних циљева за развој туризма у зимском периоду:

1. Повећање посећености у зимском периоду кроз повећање атрактивности и конкурентности дестинације ван летње сезоне
2. Адекватно позиционирање дестинације на туристичком тржишту у зимској сезони

3. Одрживи развој дестинације – који подразумева економски развој дестинације уз очување природних и културних ресурса, као и социјалних аспеката.

Моделе раста је веома тешко урадити у време трајања пандемије COVID-19, када још увек није могуће урадити никаква прецизна предвиђања, при чему је јасно да ће последице бити највеће у туризму. Такође, веома је тешко урадити математички модел раста и мултипликативни ефекат, јер се на нивоу јединица локалне самоуправе не води адекватна статистика.

У складу са доступним подацима, упоредивим у обе општине, могуће је урадити пројекцију броја долазака туриста, и то као: реалан сценарио, песимистичан сценарио и оптимистичан сценарио .



Анализа конкурентности

Постоји више дефиниција конкурентности туристичке дестинације, али можемо је сублимирати на следећи начин :

Под конкурентношћу туристичке дестинације може се сматрати њена способност да повећа туристичку потрошњу, да привлачи значајно више туриста обезбеђујући им искуства која их задовољавају и која се памте, и да истворено то чини на профитабилан начин уз побољшање благостања становника дестинације и чување природног блага дестинације за будуће генерације ,(Ritchie& Crouch, 2003)

Како би туристичка дестинација била успешна, потребно је задовољити два параметра, а то су њена компетитивност и одрживост, које се морају међусобно подржавати и допуњавати.

Користећи Портеров дијамант конкурентности, анализираће се следећи елементи:

- Фактори производње – односе се на понуду дестинације: природне, културне и људске ресурсе, цена као фактор и ефикасност производње
- Фактори тражње- величина тржишта и структура тржишта
- Комплементарни и потпомажући сегменти - приступачност дестинације различитим превозним средствима, могућности за паркинг, културни, забавни и спортски објекти, производња сувенира, могућности за куповину, здравствена заштита и друго
- стратегија, структура и надметање - услови за оснивање, организовање и управљање фирмама, као и карактер унутрашње/домаће конкуренције и постојање стратегијског плана развоја туризма који је подржан од стране јавног и приватног сектора.

Наравно, ситуација изазвана пандемијом COVID – 19, одразиће се дугорочно на опстанак, па самим тим и конкурентност многих предузећа у области туризма, али и самих туристичких дестинација. Из овог разлога стратегију развоја треба пажњиво поставити.

Понуда Сокобање и Вршеца се заснива на природним ресурсима односно изванредној природи, јединственим пејзажима, чистом ваздуху, културним садржајима и историјским елементима. По разноликости наведених вредности, Сокобања може пробудити различите мотиве код потенцијалних посетилаца. Међутим, тренутно, тржиште Сокобање и Вршеца чине углавном домаћи туристи скромнијих финансијских могућности, па су и цене производа знатно ниже и прилагођене таквим потрошачима. С обзиром да се у оваквим условима не може очекивати велики туристички промет и генерисање прихода, стратешки циљ ових бањских одредишта се усмерава ка стварању много квалитетније понуде која треба да привуче захтевну, али платежнију клијентелу. Туристи добре материјалне ситуације очекују максимум доживљаја у минимално оптималном времену. Управо зато би стратегија даљег развоја туризма, пре свега у зимском периоду требала да буде на унапређењу смештајних капацитета и угоститељске понуде, уз стварање разноврсних атрактивних садржаја у овом периоду и коришћење природних ресурса, уз њихово максимално очување, јер очувана природна средина „на дохват руке“ туристима јенајвећа компаративна предност Сокобање, која треба да очува епитет Зеленог срца Србије и потврди концепт за који се залаже, а то је одрживи развој, .

Смештајни капацитети у Сокобањи морају да оправдају њен назив једне од водећих бања. Зато у наредном периоду треба стварати разноврсне смештајне капацитете, од хотела виших категорија, јер они представљају базу сваког туристичког тржишта, до добро урађених и привлачних етно кућа / брвнара (глампинг). Сокобањи дефинитивно недостају хотели са 4, па

чак и 5 звездица који имају веће капацитете како би се током зиме омогућио развој туризма, али и други садржаји као што су: већи затворени и отворени базени са врућом термалном водом, спа центри, теретане, различити спортови и сл. На линији стварања овакве понуде Сокобање јесте скорашње отварање хотела „Сунце“ са 4 звездице, а са приватизацијом хотела „Здрављак“ понуда смештајних капацитета вишег ранга, биће употпуњена, као и нови људи запослени.

Структура гастрономске понуде је релативно добра. Гастро аспект као потпуно нови тренд у савременом туризму подразумева аутентичност, висок квалитет и комплементаран је осталим производима које нуди Сокобања. Инсистирање на домаћим производима по којима је Сокобања препознатљива, коришћење оног што је присутно на терену и претварање у компаративну предност, нема конкуренцију.

Вршец тренутно има бољу хотелску смештајну понуду, али значајно заостаје са понудом апартмана и смештаја у домаћој радиности. Гастрономска понуда је скромнија у односу на Сокобању, и требало би је унапредити. У суштини у Вршецу се већина прихода од туризма генерише у хотелима, док је ванпансионска потрошња релативно мала

Пешачке руте, планинарење и вожња бицикла препознају се као важни садржаји у понуди. С обзиром да се у близини Сокобање налазе многа излетишта до којих је могуће доћи пешачењем, развој пешачких зона је неминовност за развој ове бање. Зато је потребно изградити или додатно уредити пешачке зоне, затим средити зелене површине не само у Сокобањи већ и до излетишта и око њих, као и паркинг просторе. Природни амбијент на коме почива понуда Сокобање мора да одише уређеношћу, лепотом садржаја, аутентичношћу и призором који је више него привлачан, уз максимално поштовање очувања природних и културних вредности. Како би туристи доживљаје и искуства дуже памтили, препорука је да се креира систем специјалиста за микро дестинације на пр. специјалиста за бициклизам итд.

Спортски садржаји су задовољавајући, са тенденцијом даљег развоја у складу са захтевима туриста и трендовима, и то пре свега у зимском периоду. Поред тога, тежиште је и на развоју садржаја за припреме спортиста.

Како би се употпунила понуда током зимског периода, доступност културних садржаја мора бити у зимском периоду, бар у неком облику или неком периоду или омогућити да се ти садржаји могу емитовати у дигиталном формату. Културне (Завични музеј и др.) и историјске ресурсе (тврђава Сокоград и др.) и привлачности је јако важно истицати током целе године јер су ови ресурси основ егзистенције и аутентичности једне дестинације, важни за културни туризам, тематске и студијске посете.

Капацитети за семинаре и конгресе су релативно слабо развијени и не задовољавају савремене потребе и стандарде за овај вид туризма. Са новим хотелима, као и реконструкцијом постојећих, ситуација би требала значајно да се промени и Сокобања би могла да постане дестинација које може озбиљније да парира конкуренцији у развоју конгресног туризма током зимског периода.

Стални раст броја гостију, као и броја ноћења кроз временску серију 2010-2019., указује на то да је Сокобања на правом путу и да кроз будућу диверсификованију туристичку понуду може да рачуна и на већи раст гостију и у наредном периоду.

Имајући у виду да 50% гостију је између 31-45 година, Сокобања се све јасније профилише ка одморишном сегменту гостију, који би да уживају у природи и термалним водама, релаксирају се или баве спортом, и у складу са тим ова бањаразвива капацитете и атрактивне садржаје, као што су Адреналин паркови, тубинг стазе, ферата стазе, зип-лајн и сл..

Иако највећи број гостију долази колима, аутобуске линије функционишу редовно тако да приступачност дестинацији је очигледна. Авио превоз са Нишког аеродрома је велики предност и потенцијал који још увек није у довољној мери искоришћен. Такси превоз је развијен.

Уколико је добро организован паркинг простор, а томе свака дестинација тежи, то ће бити велика предност за Сокобању.

Тражња за понудом Сокобање највећа међу домаћим туристима. Ино тржиште је још увек недовољно искоришћено, али за излазак на ово тржиште треба имати и адекватну понуду. Невероватан помак у посећености страних туриста направили су излазак смештајних капацитета на међународне системе резервације, као што су Booking.com, Airbnb и сл. који се сада масовно користе. За долазак организованих и већих група, свакако треба користити сарадњу са ино-операторима.

Сеоски туризам је потенцијал за Сокобању и Вршец, и дефинише се као путовање туриста са сврхом боравка у рурално окружење, те уживању у традиционалним локалним гастро специјалитетима, као и учествовању у свакодневним традиционалним активностима локалног становништва. Посебно је важно што је овај производ прикладан за свако годишње доба јер нуди ново искуство, а с друге стране употпуњује утисак о дестинацији. Вршец, који има могућности да користи ЕУ фондове, већ је повукао значајна средства за развој руралног туризма. Етно села и етно куће на ширем подручју општине Сокобања добијају на значају како идемо у сусрет имплементацији мери 7 ИПАРД 2 програма Републике Србије. Сва насељена места Сокобање могу учествовати тј. бити место потенцијалне инвестиције. Рурални туризам представља додатну вредност понуди Сокобање јер пружа емотивну ноту боравка (рурални амбијент, уживање у гастрономским јелима итд.). Треба имати у виду да је овде јако важно развити добар маркетинг, квалитет понуде, али и људе који су довољно обучени да пружају информације, буду на услузи клијентели, увек расположени и пријатни како би оставили утисак због кога ће се туристи поново вратити.

Сокобања спада у једну од пет најпосећенијих дестинација у Србији. Осим великих градских центара који генеришу велику посећеност, основну конкуренцију Сокобањи представљају Врњачка Бања и Златибор. Обе дестинације имају већи број квалитетног смештаја у односу на Сокобању, пре свега хотеле више категорије, као и туристичку понуду са више организованих садржаја. Из овог разлога, како не би заостајала за конкуренцијом, понуда Сокобање треба да се заснива на разноврсном садржају и активности у дестинацији, по ценама које су конкурентне – максимум доживљаја за уложени новац, и свакако да почне да помера фокус са нископлатежних гостију и неорганизоване понуде, на више платежну клијентелу и управљање туристичком дестинацијом.

Даљи развој Сокобање и Вршеца, не може се замислити без уважавања савремених процеса и брзог технолошког развоја који има утицај и на туризам. Развој информационо комуникационих технологија постаје нужност, а свакако и неопходност па у том смислу треба размотрити и различите такве алате, пре свега у делу маркетинга, али и доступности свих неопходних информација туристима, који би ове бање у сваком смислу учиниле још савременијим и јачим у односу на конкуренцију.

Приватна иницијатива је у повоју у обе општине, и оне треба да наставе да стварају амбијент који ће подстаћи ову иницијативу. Иако у Србији нема превише искустава у формирању ЈПП у области туризма, могу се користити разни позитивни примери из окружења. Активна сарадња приватног и јавног сектора у овом процесу је неопходна, пре свега у пројектима и иницијативама који захтевају. Претпоставља се да ће овај вид партнерства добити свој пуни смисао у наредном периоду.

У недостатку едукованих кадрова у обе општине, анализирање подршке стварању ДМК – дестинацијске менаџмент компаније, односно стварању партнерства са најзначајнијим представницима приватног сектора постоје неопходност, а њена главна улога би била у реализацији инспиративних и јединствених искустава у оквиру саме дестинације. Имајући у виду да је туризам основна привредна грана и Сокобање и Вршеца, побољшање знања, вештина и способности радне снаге у туризму дестинације мора бити императив. Људски ресурси су од

круцијалног значаја за развој туризма стога је потребно у континуитету њима поклањати велику пажњу и искористити предности које нуди дуално образовање као вид средњег стручног образовања.

Људске ресурсе у туризму се могу посматрати са више аспеката: као креатори туристичких производа, као професионални извршиоци менаџерских, промотивних и планских активности, као организатори и реализатори различитих туристичких атракција, пружаоци услуга смештаја и исхране у духу српске традиције итд.

Свакако, у наредном периоду треба даље радити на развијању могућности за даљу сарадњу Сокобање и Вршеца. Тешко је очекивати стварање понуде у којој би туристи који посете једну бању, у току истог одмора, посетили другу. Али, могу се користити канали за промоцију, размена искуства и заједничко коришћење разних фондова за даљи развој туристичких садржаја.

КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ – ПЛАН АКТИВНОСТИ

ЦИЉ 1: Повећање посећености у зимском периоду кроз повећање атрактивности и конкурентности дестинације ван летње сезоне					
Р.бр	Назив	Носилац активности	Процењена вредност ЕУР	Временска одредница	Индикатори
Општина Сокобања					
1.1	Уређење кеја на Моравици	Општина Сокобања / донаторска средства	3.000.000,00	2021-2029	Урађен пројекат , Решени имовински односи, Реализовани радови – уређено корито са пешачким и бициклистичким стазама
1.2	Адреналин парк	Општина Сокобања / приватни партнер	120.000,00	2021-2023	Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови на мин 500м2
1.3	Зип-лине изнад кањона Моравице	Општина Сокобања / приватни партнер	200.000,00	2021-2024	Сагласност Јп Србија шуме и ЗЗП Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови
1.4	Феарата у кањону реке Моравице	Општина Сокобања / приватни партнер	30.000,00	2022-2024	Сагласност Јп Србија шуме и ЗЗП Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови
1.5	Висећи мост до Сокограда	Општина Сокобања / донаторска	150.000,00	2023-2026	Сагласност Јп Србија шуме и ЗЗП

		средства			Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови
1.6	Изградња урбаног целогодишњег ски центра са вештачком подлогом – Соко ски парк	Општина Сокобања / Хотел Моравица	1.770.000,00	2022-2029	Израђена пројектно-тех. документација Реализовани радови / записник о примопредаји
1.7	Опремање дечијих игралишта у складу са стандардима безбедности	Општина Сокобања	250.000,00	2020-2022	Уређена 4 дечија игралишта у складу са Правилником о безбедности – централни парк, паркић код школе, , паркић на Подини Екстрим дечије игралиште - Бањица
1.8	Изградња монтажне спортске хале у оквиру спортског центра Подина	СРЦ Подина	250.000,00	2022-2025	Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови
1.9	Спортски фестивал „Зимска спортска чаролија“	СРЦ Подина ТОС	5.000,00/год	2020-2029	Организован 2-дневни спортски фестивал Мин 200учесника / год
1.10	Организација културних догађаја у зимској сезони	Народна библиотека „Стеван Сремац“ ТОС	6.000,00/год	2020-2029	Организовано мин 3 културна догађаја Мин 200 посетилаца
Општина Вршец					
1.1	Реконструкција спортских садржаја	Општина Вршец / донаторска средства	50.000,00	2020	Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови
1.2	Реновирање градског парка	Општина Вршец / донаторска средства	50.000,00	2021	Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови
1.3	Изградња Палеопарка и информационог центра са изложбеним простором у Варсхетсу и стварање заједничког туристичког производа "Прекогранични музеј"	Општина Вршец / донаторска средства	800.000,00	2021	Закључен Уговор о изградњи Реализовани радови
1.4	Зимски културни фестивал „Зима, звезде & вино“	Општина Вршец / донаторска средства	5.000,00/год	2020-2029	Организован 2-дневни зимски фестивал Мин 200учесника / год
ЦИЉ 2 : Адекватно позиционирање дестинације на туристичком тржишту у зимској сезони					
Општина Сокобања					

2.1	Израда плана промоције за зимску туристичку понуду	ТОС	5.000,00	2021	Усвојен План промоције
2.2	Израда промотивног материјала	ТОС	15.000,00	2021	Каталог зимске туристичке понуде, Каталог манифестација, туристичка мапа за зимску сезону
2.3	Унапређење система информисања туриста	Општина Сокобања / МТТ	50.000,00	2020-2021	Ревизија постојеће туристичке сигнализације, план и реализација унапређења, мобилна апликација за туристе
2.4	Повезивање атракција ради заједничке продаје и пласмана	ТОС / МТТ	20.000,00	2022-2024	Креирана туристичка картица / Сокобања и партнери (креирање стратешких пословних подручја)
2.5	Креирање туристичких пакета	ТОС	10.000,00	2022-2023	Креирана мин 3 пакета за зимску туристичку сезону
2.6	Промотивне активности на друштвеним мрежама	ТОС	150.000,00	2020-2029	Креирана Инстаграм Стори маркетинг кампања, плаћена кампања на Youtube-у, Плаћени банери на порталима дневних листова, креирани промо материјали за интернет, ангажман инфлуенсера
2.7	Подизање капацитета и модела управљања дестинацијом	ТОС	10.000,00	2021-2022	Едукација - стручне обуке и стицање вештина , Развијен модел управљања дестинацијом - ДМК
Општина Вршец					
2.1	Израда плана промоције за зимску туристичку понуду	Општина Вршец/ Туристичко информатини центар	5.000,00	2021	Усвојен План промоције
2.2	Израда промотивног материјала	Општина Вршец/ Туристичко информатини центар	15.000,00	2021	Каталог зимске туристичке понуде, Каталог манифестација, туристичка мапа за зимску сезону
2.3	Унапређење система информисања туриста	Општина Вршец/ Туристичко информатини центар	50.000,00	2020 - 2023	Ревизија постојеће туристичке сигнализације, план и реализација унапређења, мобилна апликација за туристе
2.4	Повезивање атракција ради заједничке продаје и пласмана	Општина Вршец/ Туристичко информатини центар	20.000,00	2020-2021	Креирана туристичка картица / Вршец и партнери (креирање стратешких пословних подручја)
2.5	Креирање туристичких пакета	Општина Вршец/ Туристичко информатини	10.000,00	2021-2023	Креирана мин 3 пакета за зимску туристичку сезону

		центар			
2.6	Промотивне активности на друштвеним мрежама	Општина Вршец/ Туристичко информатини центар	55.000,00	2020-2026	Креирана Инстаграм Стори маркетинг кампања, плаћена кампања на Youtube-у, Плаћени банери на порталима дневних листова, креирани промо материјали за интернет, ангажман инфлуенсера
2.7	Подизање капацитета и модела управљања дестинацијом	Општина Вршец/ Туристичко информатини центар	10.000,00	2021-2022	Едукација - стручне обуке и стицање вештина , Развијен модел управљања дестинацијом - ДМК
ЦИЉ 3: Одрживи развој дестинације – економски развој дестинације уз очување природних и културних ресурса					
Општина Сокобања					
3.1	Рестаурација Сокограда	ЗЗЦК Ниш Општина Сокобања	1.500.000,00	2023-2029	Израђена пројектно-тех. документација Реализовани радови 1.фазе / записник о примопредаји
3.2	Уређење пешачких стаза на Озрену, Ртњу и Девици (са туристичком сигнализацијом, уређеним одмориштима и видиковцима)	ТОС/ МТТ	100.000,00	2021-2029	Урађен пројекат / Реализовани радови / записник о примопредаји
3.3	Уређење планинских бициклистичких стаза	Општина Сокобања / донаторска средства	70.000,00	2021-2029	Мапиран терен и урађена спецификација радова Изведени радови, обележене стазе, промо материјал
3.4	Уређење завичајног музеја	НБ Стеван Сремац / донације	200.000,00	2022-2025	Урађен пројекат / Реализовани радови / записник о примопредаји
3.5	Уређење Легата Милун Митровић	НБ Стеван Сремац / донације	350.000,00	2022-2025	Урађен пројекат / Реализовани радови / записник о примопредаји
Општина Вршец					
3.1	Уређење бициклистичких стаза	Општина Вршец / донаторска средства	70.000,00	2021-2029	Урађен пројекат, Реализовани радови мапиране и обележене планинске стазе
3.2	Уређење пешачких стаза	Општина Вршец / донаторска средства	100.000,00	2021-2029	Урађен пројекат / Реализовани радови / записник о примопредаји

УПРАВЉАЊЕ

Управљање дестинацијама је појам који се све више користи у контексту савременог туризма. Овај појам посебно постаје значајан са становишта развоја ланца вредности који би туристима омогућио незаборавни доживљај. Због сложености туристичких производа неопходно је пажљиво планирати, организовати и управљати туристичком понудом на целовит начин, како би туристичка понуда дестинације била конкурентна у глобалним размерама. Поред тога, питање људских ресурса је изузетно важно за развој туризма, па константно треба водити рачуна о квалитету и унапређењу кадровског потенцијала.

Дакле, важно је да се неко бави развојем конкурентности ових подручја на професионалан и ефективан начин.

Развојем туризма у обе општине управља јавни сектор. У општини Сокобања инвестиције у развој туризма реализује општинска администрација, док је за промоцију туризма, у складу са Законом о туризму, основана Туристичка организација општине Сокобања. У општини Вршец као део општинске администрације функционише Туристички информативни центар, а општина у разним пројектима остварује блиску сарадњу са локалним НГО Локална иницијатива Вршец.

Истраживања показују да се потребе савремене туристичке потражње стално мењају и условљене су разним технолошким, социјалним и тржишним факторима и трендовима. Растућој конкуренцији и све захтевнијим гостима, креатори туристичке понуде желе одговорити стварањем нових, иновативних и занимљивих туристичких производа. Успешне туристичке дестинације, туристима продају „искуство и јединствен доживљај“ на дестинацији. Због тога је неопходно успоставити квалитет дестинацијског управљања, заснованог на сарадњи различитих заинтересованих страна у дестинацији из јавног и приватног сектора, и на различите начине омогућити и допринети стварању занимљивих туристичких искустава. Додатно, потребно је учинити значајне помаке у домену дестинацијског маркетинга и дестинацијског менаџмента.

Успешни модели управљања туристичким дестинацијама у свету указују на неопходност формализоване сарадње приватног и јавног сектора, са јаким и током времена растућим утицајем приватног сектора у правцу стварања добре корпоративне структуре. Из овог разлога предлажу се две опције управљања туризмом у свакој појединачној дестинацији, и а касније стварање стратешког партнерства ове две општине.

Управљање туризмом на самим туристичким дестинацијама се предлаже кроз **формирање јавно-приватног партнерства**, на следећи начин:

1. „*мека сарадња*“ у форми Савета за развој туризма као новог управљачког механизма који би се бавио развојем и управљањем туристичке дестинације Сокобања или Вршец. Формирање Савета, као формалног саветодавног тела, подразумева укључивање приватних партнера (хотела, значајних угоститељских објеката, планинарских друштава, бициклистичких клубова и сл) и доношење свих одлука јавног сектора у области туризма уз обавезно мишљење овог Савета.
2. „*Чврста сарадња*“ у форми дестинацијске менаџмент организације, којој би оснивачи били и јавни и приватни сектор. На овај начин управљање дестинацијом дигло би се на виши ниво. У складу са Законом о туризму, дестинацијска менаџмент организација (DMO) је привредно друштво или друго правно лице основано ради управљања туристичком дестинацијом (планирање, организовање, маркетинг и вођење), чији оснивачи могу да буду из јавног и приватног сектора. Имајући у виду да је партнерство

дуготрајан процес и да се развија и оснажује током реализације заједничких пројеката, нужно је успоставити основе система управљања пословима третиране дестинације.

Стратешка сарадња општине Сокобања и општине Вршец, подразумева континуирану сарадњу, која може бити организована кроз **годишње/ полугодишње форуме**, на којима би се актери из ове две општине сретали, успостављали сарадњу и планове за наредни период. Форуми се могу организовати по једном у свакој општини.

План промотивних активности

План промотивних активности, уважавајући све предложене активности овим програмом, треба да допринесе:

- Продужењу туристичке сезоне у обе општине
- Повећању броја гостију у периоду октобар – април и привлачење туриста веће платежне моћи, као и ино-туриста
- Повећању просечног броја ноћења у овом периоду и продужењу просечног боравка.

У наставку су дате иницијалне препоруке за изградњу конзистентног маркетинг система који треба да примене обе општине:

Стварање јединственог кровног бренда	Сокобања има изграђен бренд „Зелено срце Србије“. Међутим овај бренд је потребно прилагодити зимској туристичкој понуди. Вршец – бренд „Град здравља“, такође је потребно прилагодити зимској понуди
Професионално управљање брендом и ознакама	Потребно обезбедити конзистентну и правилну примену бренда и визуелних стандарда према дефинисаним критеријумима
Рационализација off-line оглашавања	Критички сагледати који су медији и канали оглашавања најефикаснији, кроз мерења и контролу према постављеним кључним показатељима успеха. О избору канала треба водити рачуна с обзиром на динамику развоја туристичких производа и имајући на уму кључна тржишта и сегменте.
Ревизија постојећих и креирање нових промо материјала	Потребно је све материјале међусобно ускладити (визуелно, садржајно и информативно), поштујући новокреиране брендове и њихову примену
Развој базе мултимедијалних садржаја	Створити атрактивну базу мултимедијалних садржаја, пре свега фотографија, коју је неопходно константно обогаћивати
Фокус на дигитални маркетинг	Потребно је спроводити интегрисану он-лине стратегију која подразумева комбинацију коришћења друштвених мрежа, Google сервиса и Newsletter алата у појединачној мери која одговара понашању циљне групе
Истраживање тржишта	Професионално истраживање тржишта у циљу доношења пословних одлука и одређивања циљних тржишта и група.
Креирање оперативног маркетинг плана и медиа плана	Дефинисање задатака и алата у функцији континуиране промоције дестинација и жељеног позиционирања на тржишту.

Мониторинг и Евалуација

Мониторинг подразумева систематско и редовно праћење напретка у спровођењу стратегије и акционог плана и мерење напретка који је остварен током посматраног периода кроз праћење показатеља односно индикатора. Односно, мониторинг посматра ниво припреме предложених пројеката и њихово спровођење у односу на план.

Редовна провера напретка Програма требало би да укључује особе које су задужене за оперативно управљање и спровођење, као и оне који су задужени за доношење кључних одлука, од усвајања Програма и одобрења резултата мониторинга, па до одлучивања о неопходним корективним мерама (тј. Скупштина општине и/или Одбор за мониторинг, Општинско веће). Остварени напредак у спровођењу Програма би требало да се презентује у годишњем извештају о спровођењу.

Евалуација помаже да се утврди вредност Програма и пројеката који су спроведени, али и да се за сваку активност која је дефинисана Програмом припреми и временски оквир за праћење. Она се детаљније бави различитим аспектима, нпр. процењује која је корист остварена за грађане, који су разлози довели до успеха или неуспеха и шта је на том путу научено. Евалуација треба да обезбеди смислене препоруке за текуће интервенције или стратешко планирање у будућности. Предлаже се спровођење континуиране евалуације током реализације Програма од стране Општинског већа, у циљу ажурирања самог Програма, обзиром да је Програм урађен за десетогодишњи период, као и ex-post евалуација након истека периода.



ОПШТИНА СОКОБАЊА

Светог Саве 23, Сокобања

www.opstinasokobanja.com



ОПШТИНА ВРШЕЦ

Булевар Бугарска бр. 10, Вршец

www.varshetz.bg

Ова публикација је припремљена уз помоћ Европске уније кроз Интеррег-ИПА програм прекограничне сарадње Бугарска-Србија, ССИ No 2014ТС16I5СВ007. Садржај ове публикације искључива је одговорност општине Сокобања и општине Вршец и ни на који начин не може представљати ставове Европске уније или органа управљања програма.