

# POSLOVNA EKONOMIJA

## Business economics

**ČASOPIS ZA POSLOVNU EKONOMIJU, PREDUZETNIŠTVO I FINANSIJE**  
**MAGAZINE FOR BUSINESS ECONOMICS, ENTREPRENEURSHIP AND FINANCE**

Gurdip Batra, Tamana Anand

**IMPACT OF FDI IN ORGANISED RETAILING IN MALAYSIA: STUDY OF DIFFERENT INTERMEDIARIES**

Miloš Roganović, Jovanka Popović, Milan Gavrilović

**EKSPANZIJA PROTEKCIONISTIČKIH MERA KAO POSLEDICA SVETSKJE EKONOMSKE KRIZE**

Milenko Dželetović, Marko Milošević

**FUNDAMENTALNA I TEHNIČKA ANALIZA U FUNKCIJI EFIKASNOG UPRAVLJANJA PORTFOLIOM HOV**

Dragica Stojanović

**RAZVOJ TERMINSKOG TRŽIŠTA EMISIJA CO2 U FUNKCIJI RASTA TRŽIŠNE VREDNOSTI AKCIJA KOMPANIJA**

Goranka Knežević, Vladan Pavlović, Simo Stevanović

**IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOM RAZVOJU – KARAKTERISTIKE, OGRANIČENJA I PERSPEKIVA U REPUBLICI SRBIJI**

Slobodan Vidaković, Pavle Parnicki

**RAČUNOVODSTVO – PRIMARAN IZVOR INFORMACIJA ZA EFIKASNO UPRAVLJANJE PREDUZEĆEM**

Slavimir Dedić

**KRIZNI FAKTORI U KNJIGOVODSTVU JAVNOG SEKTORA**

Bogdan Laban, Tijana Đurković Marić, Jelica Eremić Đodić

**INTERNA MARKETING REVIZIJA U TURISTIČKIM ORGANIZACIJAMA**

Diona Đurđević, Branislav Radnović, Milena Ilić

**ORGANIZACIJA MARKETING LOGISTIKE U FUNKCIJI TRŽIŠNE KONKURENTNOSTI**

Branislav Mašić, Bela Muhi, Sandra Nešić, Dušan Jovanović

**STRATEGIJSKO UPRAVLJANJE U TURIZMU: KAKO KREIRATI KONKURENTSKU PREDNOST KOD TURISTIČKIH DESTINACIJA**

Srđan Milošević, Iva Škrbić, Vaso Jegdić

**GLOBALIZACIJA: MEDIJATOR SAVREMENOG TURIZMA**

Ana Pandžić

**UTICAJ STAVOVA I MOTIVA TURISTA NA FORMIRANJE IDENTITETA VOJVODINE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE**

Stefan Denda, Jasna Stojanović

**POZICIONIRANOST SOKOBANJE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU SRBIJE**

Sabahudin Coković

**PORESKA UTAJA U DOMAĆEM I UPOREDNOM KRIVIČNOM ZAKONODAVSTVU**

Tatjana Đurić Kuzmanović, Milica Stanković

**IZMEĐU OPREDELJENJA I STVARNOSTI – RODNI JAZ U FRANŠIZNIM DRUŠTVENO ODGOVORNIM KOMPANIJAMA U SAD I REPUBLICI SRBIJI**

Dragoljub Raduški

**MENADŽMENT I DIVERSIFIKACIJA IZVORA FINANSIRANJA KULTURE I UMETNOSTI U PERIODU TRANZICIJE**

UDK: 3:33 + 336

ISSN 1820-6859

---

ČASOPIS ZA POSLOVNU EKONOMIJU, PREDUZETNIŠTVO I FINANSIJE  
MAGAZINE FOR BUSINESS ECONOMICS, ENTREPRENEURSHIP AND FINANCE

---

# POSLOVNA EKONOMIJA BUSINESS ECONOMICS

Godina XI, broj 1

vol. XX

Sremska Kamenica, 2017.

**POSLOVNA EKONOMIJA**  
**BUSINESS ECONOMICS**

ČASOPIS ZA POSLOVNU EKONOMIJU, PREDUZETNIŠTVO I FINANSIJE  
MAGAZINE FOR BUSINESS ECONOMICS, ENTREPRENEURSHIP AND FINANCE

Godina XI, broj 1

vol. XX

Časopis izlazi dva puta godišnje

*Izdavač:*

UNIVERZITET EDUKONS, Fakultet poslovne ekonomije,  
Vojvode Putnika 87, Sremska Kamenica  
Tel: 021/489-3647, 489-3611  
E-mail: [redakcija@educons.edu.rs](mailto:redakcija@educons.edu.rs)  
[www.educons.edu.rs](http://www.educons.edu.rs)

*Za izdavača:*

Prof. dr Aleksandar Andrejević  
rektor

*Glavni i odgovorni urednik:*

dr Slađana Čabrilo, vanredni profesor

*Članovi izdavačkog saveta:*

Prof. dr Aleksandar Andrejević, predsjednik Saveta, , Prof. dr Mišo Kulić, dr Vilmoš  
Tot, vanredni profesor, Milena Galetin

*Članovi redakcije:*

Prof. dr Slobodan Vidaković, Prof. dr Nenad Penezić, dr Dragan Golubović,  
vanredni profesor, Prof. dr Miroslava Filipović, dr Goran Anđelić, vanredni  
professor, Prof. dr Iveta Kovalcikova (Republika Slovačka), Prof. dr Manuela Epure  
(Rumunija), Prof. dr Ige Pirnar (Turska), Prof. dr Paola Paoloni (Italija) Prof. dr  
Plamen Patev (Tajvan), Slobodan Rakić

*Sekretar redakcije:*

Milan Mihajlović

*Lektura:*

Vesna Raonić

*Prevod na engleski jezik:*

Tatjana Milosavljević

*Slog:*

Milan Mihajlović

*Štampa:*

REPROPRINT, Novi Sad

*Tiraž:* 300 primeraka

**Stefan Denda,<sup>1</sup> istraživač-pripravnik**

Geografski institut "Jovan Cvijić" Srpske akademije nauka i umetnosti

**Jasna Stojanović,<sup>2</sup> istraživač-pripravnik**

Geografski institut "Jovan Cvijić" Srpske akademije nauka i umetnosti

## **POZICIONIRANOST SOKOBANJE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU SRBIJE**

**SAŽETAK:** U globalnim okvirima, turizam predstavlja jednu od najznačajnijih privrednih delatnosti. O tome svedoče podaci relevantnih međunarodnih institucija (Svetska turistička organizacija, Svetski ekonomski forum, Svetski savet za putovanja i turizam), ali i nacionalnih organa (zavodi za statistiku, turističke organizacije). Na nivou Srbije postoji veći broj destinacija, gde je Sokobanja jedan od nosilaca turističke privrede. Stoga, cilj rada je ukazati na faktore koji su uticali na formiranje ponude i poziciju Sokobanje na turističkom tržištu. Korišćena je dostupna literatura i statistički podaci, a kao dodatni metod korišćeno je anketno istraživanje sprovedeno tokom 2014. godine. Rad je podeljen na pet poglavlja. Prvi deo razmatra ulogu turizma na globalnom nivou. Drugi deo ukazuje na istorijske preduslove sokobanjskog turizma, dok se treći i četvrti deo odnose na odlike turističkog prometa i materijalnu bazu privređivanja. Poslednji deo razmatra odnos posetilaca banje prema turističkoj ponudi. Rezultati su istakli više pravilnosti: banjski turizam je jedan od vodećih turističkih proizvoda Srbije, turistički promet ima sezonske karakteristike uz dominaciju domaćih gostiju, prirodna resursna osnova je

---

<sup>1</sup> s.denda@gi.sanu.ac.rs

<sup>2</sup> j.stojanovic@gi.sanu.ac.rs

prisutna, ali infrastruktura je zastarela, a ponuda neusaglašena sa trendovima na tržištu.

*Ključne reči:* Sokobanja, turizam, tržište, turistički promet, usluge

## TURIZAM KAO GLOBALNI FENOMEN

Savremena turistička delatnost je u manjoj ili većoj meri zastupljena u gotovo svim oblastima društva. Osim direktnih i indirektnih ekonomskih promena, turistička industrija utiče i na socio-ekonomske aktivnosti i kvalitet čovekove životne sredine čime postaje predmet multidisciplinarnih istraživanja (The Government of The Hong Kong Special Administrative Region, 2013., str. 11). Turistička industrija je jedna od najbrže rastućih u svetu, a o tome svedoče podaci relevantnih međunarodnih institucija. Prema podacima Svetske turističke organizacije (UNWTO, 2016, str. 2) broj turista na svetskom nivou u prethodnih 60 godina je konstantno rastao. Početkom pedesetih godina XX veka u kretanjima je učestvovalo 25 miliona turista, 1990 – 435 miliona, 2000 – 674 miliona, 2010 – 950 miliona, da bi tokom 2015. godine broj turista dostigao cifru od 1.186 miliona. U čitavom vremenskom periodu područje Evrope je predstavljalo glavno receptivno tržište, sa naglašenim rastom broja posetilaca.

Istovremeno, impozantna je uloga turizma u ekonomskom pogledu. Tokom 2015. godine zarada od turizma je porasla za 4,4% u odnosu na prethodnu godinu, dostigavši 1.260 milijardi dolara (ili 1.136 milijardi eura). Prema podacima Svetskog saveta za turizam i putovanja (WTTC, 2016a, str. 1) ukupan doprinos ove industrije BDP-u iznosio je 7.170,3 milijardi dolara tokom 2015. godine. Takođe direktno i indirektno u njoj je radilo 284 miliona radnika, a ulaganja su iznosila 774,6 milijardi dolara.

Sa druge strane, učešće Republike Srbije na globalnom turističkom tržištu je zanemarljivo. Za razliku od sedamdesetih i osamdesetih godina kada je broj turista bio veći od 4,7 miliona, a broj noćenja 14 miliona (1986), kraj XX i početak XXI veka označio je slom turističkog tržišta. Od 2010. godine, prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (RZS, 2017., str. 2 i 3) evidentano je povećanje turističkog prometa, tako da je u prethodnoj godini (2016) evidentirano 2.753.591 dolazaka i 7.533.739 noćenja, što čini polovinu rezultata iz rekordne 1986. godine.

Istovremeno prema podacima Svetskog ekonomskog foruma (WEF, 2008., str. 306; 2011., str. 328; 2013., str. 306; 2015., str. 292), Srbija ima konstantan deficit u platnom bilansu u oblasti turizma. Iskazano u američkim dolarima, 2007. godine inkasirano je 531, 2009. 865,4, 2011. 991,7, 2013.

1.052,9, a 2015. godine 1.048 miliona. Podaci Narodne banke Srbije govore da je 2007–2015. godine zabeležen rast deviznog priliva od turizma za 97,4% uz prosečnu godišnju stopu rasta od 10,8%. Međutim, i pored toga deficit se kretao u rasponu od 107 (2012) do 48 miliona dolara 2015. godine ([https://www.nbs.rs/platni\\_bilans](https://www.nbs.rs/platni_bilans)). Prema podacima Svetskog saveta za turizam i putovanja (WTTC, 2016b, str. 1) ukupan doprinos turizma BDP-u Srbije iznosio je 254,7 milijardi RSD (6,4%) u 2015. godini. Turistička privreda Srbije zajedno sa komplementarnim delatnostima je generisala je 93.500 radnih mesta (5,5%). Ulaganja su bila na niskom nivou i iznosila 29,5 milijardi RSD (4,1% ukupnih ulaganja).

Prema aktuelnoj Strategiji razvoja turizma Republike Srbije 2016–2025 (Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija, 2016, str. 28) – kao ključni turistički proizvodi izdvojeni su: turizam gradova, manifestacije/događaji, planinski turizam, spa/wellness u banjama i zdravstveni turizam, tematske rute, ruralni turizam, nautički turizam, MICE turizam, tranzitni turizam, kulturno nasleđe i turizam specijalnih interesa. U tom pogledu državna statistika izdvaja pet kategorija turističkih mesta: glavni administrativni centri (Beograd i Novi Sad), banjska mesta, planinska mesta, ostala turistička mesta i ostala mesta.

## METODOLOGIJA I PREGLED LITERATURE

Na teritoriji Srbije postoji 300 lekovitih izvora različitih fizičkih i hemijskih svojstava i veći broj uređenih banjskih centara (Topalović, 2012/2013, str. 124). Imajući u vidu opredeljenje Srbije da postane jedan od lidera spa/wellness turizma odlučili smo se za Sokobanju, drugi po značaju banjski centar Srbije. Cilj rada jeste ukazati na faktore koji utiču na položaj Sokobanje na turističkom tržištu Srbije. U tom pogledu koristiće se dostupna literatura i podaci RZZS, a kao dopunska tehnika i rezultati terenskog anketiranja sprovedenog tokom meseca avgusta 2014. godine.

O geografskim faktorima prostora Sokobanje (fizičko-geografski, regionalno-geografski, socio-ekonomski, demografski) pisao je veći broj autora. Jedno od prvih bilo je delo *Sokobanjska kotlina ekonomsko-geografska studija* (1967) u izdanju Geografskog instituta „Jovan Cvijić” SANU. Osim ove značajne su i studije *Sokobanja – koncept održivog razvoja turizma*, ali i kapitalno delo u čast 170 godina sokobanjskog turizma, *Sokobanja 1837–2007*. Osim monografskih studija, objavljen je i veći broj radova koji tretiraju pomenutu tematiku u časopisima: Zbornik radova Geografskog instituta „Jovan Cvijić” SANU, Glasnik Srpskog geografskog društva i Zbornik radova Geografskog fakulteta Univerziteta u Beogradu, ali i u publikacijama sa brojnih nacionalnih i međunarodnih naučnih skupova.

Problematika razvoja turizma na teritoriji opštine Sokobanja delimično ili u potpunosti obuhvaćena je Master planom „Sokobanja – turistička destinacija” (2007) i Prostornim planom opštine Sokobanja (2012).

### ISTORIJSKE OKOLNOSTI RAZVOJA TURIZMA U SOKOBANJI

Prvi koraci razvoja sokobanjskog turizma započeli su 01. aprila 1834. godine kada je knjaz Miloš izdao naređenje o donošenju plana izgradnje prvog javnog kupatila, prvog te vrste u banjama Srbije. Presudna je bila 1835. godina kada je, čuveni nemački stručnjak iz oblasti rudarstva, baron Sigmund August Volfgang Herder uzorkovao vodu iz izvora Sokobanje. Zbog svoje lekovitosti poređena je sa vodama u Bad Gaštajnu i Pfeferskim Toplicama (Nikolić & Stanković, 2008, str. 53). Na osnovu podataka Istorijskog arhiva iz Niša utvrđeno je da je prvi gost koji je došao u Sokobanju dalekog 8. juna 1837. godine bio zastavnik Lazarević iz Kragujevca koga je poslala vojno-policijska kancelarija pod naredbom knjaza Miloša Obrenovića. U pomenutom dokumentu koji inače predstavlja uput za lečenje preporučuje se „banjskim vlastima da mu nađu dobar i čist stan i da mu odrede uobičajeno sledovanje tj. po oke mesa i jednu oku hleba, soli i po jednu sveću na dan”. Posle zastavnika Lazarevića u Sokobanju se 31. juna 1837. godine šalje na lečenje izvesni Živko Jovanović. U to vreme, starešina sreza banjskog, kapetan Milovan Jovanović je brinuo o smeštaju i ishrani, a doktor Đoka Novković o lečenju. Ovi dolasci su označili početak organizovanog turizma u banji, a njihovi uputi su predstavljali prve turističke vaučere na ovome prostoru. Kruna njenog postojanja bilo je osnivanje „Društva za unapređenje i ulepšavanje Sokobanje i okoline” 1895. godine čiji je inicijator bio srpski mitropolit Mihailo (Stanković, 2009, str. 108 i 109). Ta se godina označava početkom organizovanog turizma, a ovo društvo pretečom ekoloških i turističkih organizacija.

Druga bitna etapa je period posle Drugog svetskog rata koji karakteriše izgradnja banjskog centra, uređenje postojećih ali i bušenje novih izvora što je bilo u skladu sa socijalnom politikom države, naročito od 1960. godine kada su banje dobile status prirodnih lečilišta. Tada posebno dolazi do izražaja lečilišna funkcija koja je dovela do izgradnje specijalizovanih centara za rehabilitaciju i razvoja zdravstveno-lečilišnog turizma. Lečilišna funkcija je dominirala sve do 1965. godine kada počinje i afirmacija njenih turističkih funkcija koje osim lečenja promovišu programe za dolazak zdravih ljudi u očuvanu sredinu (spa/wellness) (Gavrilović, 2009, str. 4).

### TURISTIČKI PROMET – POKAZATELJ RAZVOJA BANJSKOG TURIZMA

Turistički promet je važan indikator razvijenosti turizma. On iskazuje sintetički tj. zbirni pokazatelj obima, dinamike i strukture turističkih kretanja (Omerović, 2014, str. 174). Predstavlja relevantan pokazatelj postojeće pozicije destinacije na turističkom tržištu, koji se može prikazati ukupnim brojem turista, ukupnim brojem noćenja i drugim (Jovanović-Tončev i dr., 2015, str. 345). Banjski turizam Srbije kao poseban vid motivskih kretanja ima dve bitne karakteristike: *relativno dug boravak* (rekreativna i terapijska funkcija termomineralnih izvora) i *sezoničnost prometa* (jun–septembar). U pitanju je period kada se ostvari 45% dolazaka i 55% noćenja. Prema sezoničnosti prometa, Sokobanja se ubraja u kategoriju centara u kojima je osim letnje naglašena i zimska sezona (septembar–april), kada se ostvari više od 20% godišnjeg prometa (Jovičić, 2008., str. 8). Za razliku od Beograda i Novog Sada, gde dominiraju strani turisti, u ostalim kategorijama turističkih mesta glavninu čine domaći posetiooci.

Broj turista u našim banjskim mestima se menjao iz godine u godinu što je bilo uslovljeno brojnim faktorima. Evidentno jeste da je banjski turizam oživeo naglo nakon Drugog svetskog rata uz podršku državne socijalne politike, a naročito od 1960. godine kada banje dobijaju status prirodnih lečilišta (Gavrilović, 2009, str. 4). Ogromnim tempom se povećavao broj banja koje su pružale i zdravstvene i turističke usluge, a nedostatak kapaciteta u hotelima i drugim osnovnim objektima nadoknađen je smeštajem u privatnim domaćinstvima koja su ubrzo činila 75% banjskih kapaciteta. Raznovrsnost prirodnih i terapijskih vrednosti, njihova prostorna raspoređenost, ali i povezanost sa emitivnim tržištima uticala je presudno na dominantnost domaćeg prometa u banjskim mestima čak do današnjih dana. U posleratnom periodu 1955–1990. godine, uz manje varijacije, broj turista je konstantno rastao što je pre svega bilo posledica većeg zalaganja države i činjenice da je veći broj banjskih centara bio u vlasništvu PIO fonda koji je omogućavao redovnu popunjenost banja. U periodu od 1990–2016. godine situacija je donekle komplikovanija imajući u vidu fluktuaciju prometa banjskih centara. Procentualno posmatrano 2010. godina je bila najuspešnija jer su banje učestvovala sa 17,2% u dolascima i 34,5% u noćenjima na nivou Srbije (RZS, 2011, str. 255). Pojedinačno posmatrano u Vrnjačkoj banji se realizuje preko 20% banjskih noćenja na osnovu čega je ona daleko ispred ostalih. Reč je u infrastrukturnom pogledu našoj najizgrađenijoj banji sa najdužom tradicijom i najjednačenijim prometom po mesecima u toku godine. Osim nje izdvaja se i Sokobanja sa 18% ukupnog broja noćenja banjskih mesta, sa solidnom pratećom materijalnom bazom i medicinskim objektima (Jovičić, 2008, str. 9).

Tabela 1. – Udeo banjskih mesta u dolascima i noćenjima na nivou Srbije

Godina	Dolasci	%	Noćenja	%
1955.	95.400	9,1	1.008.000	33,8
1965.	200.000	7,5	1.925.500	23,6
1975.	394.000	9,8	3.472.900	34,8
1985.	493.000	10,4	4.154.000	29,9
1995.	323.000	13,3	2.399.000	29,5
2005.	303.000	15,2	2.012.000	30,9
2015.	427.456	17,5	1.854.582	27,9

Izvor – podaci Republičkog zavoda za statistiku

U kategoriji banjskih i klimatskih mesta, Sokobanja je više decenija zauzimala drugu poziciju iskazanu brojem turista i realizovanih noćenja. Sa druge strane, razdoblje od 2005. godine karakteriše smanjenje njenog učešća usled jačanja banjskih centara koji su duži vremenski period bili u stagnaciji (Arandelovac, Banja Vrdnik, Palić, Banja Koviljača, Prolom banja).

Tabela 2. – Dolasci i noćenja u Sokobanju u kategoriji banjska mesta

Godina	Dolasci	%	Noćenja	%
1955.	5.732	6,0	81.219	8,1
1965.	19.652	9,8	241.469	12,5
1975.	44.831	11,4	528.053	15,2
1985.	65.741	13,3	601.272	14,5
1995.	40.483	12,5	289.434	12,1
2005.	60.541	20,0	371.433	18,5
2015.	41.676	9,7	194.896	10,5

Izvor – podaci Republičkog zavoda za statistiku

### KRETANJA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU SOKOBANJE

U intervalu 1955–1970. godine turizam Sokobanje je imao značajne oscilacije. Sve do 1959. broj gostiju nije prelazio 10.000, pri čemu se u potpunosti radilo o domaćim gostima. Početkom šezdesetih godina broj gostiju raste sa 14.009, na 34.146 u 1970. godini. Početkom sedamdesetih godina nastavlja se trend rasta pri čemu 1970, 1971, 1972, 1973. godine broj gostiju prelazi 30.000, u naredne tri godine 40.000, da bi 1977., 1978., i 1980. prešao i 50.000. Najuspešnija je bila 1979. godina kada je ostvaren rekord od 64.834 dolazaka. Gotovo celokupan promet čine domaći gosti, a broj stranih je minoran (Denda, 2015, str. 183). Osamdesetih godina banjski turizam na ovom prostoru je dostigao najviši nivo. Visok nivo turističkih

poseta bio je posledica već oblikovane fizionomije Sokobanje, kao i povoljnih društveno-ekonomskih prilika i porasta životnog standarda stanovništva. Tada se podižu najznačajniji smeštajni objekti u Sokobanji koji i danas čine osnovu turističkog privređivanja. Najbolji rezultati su postignuti 1987. godine kada je banju posetilo 96.771 gostiju, najviše u periodu 1955–2016. godine. Prve negativne tendencije zabeležene su početkom devedesetih godina, da bi kulminirali tokom 1993, kada je u banji boravilo svega 28.837 gostiju (29,8% od realizovanih dolazaka u 1987. godini) (Denda, 2015, str. 183). U poslednjem posmatranom periodu 2000–2016. godine situacija je donekle promenjena. Nakon početnog zamaha do 2007. godine kada je zabeležen jedan od boljih rezultata u banji (72.396 dolazaka), od toga 1.612 stranih posetilaca, od 2008. godine beleži se kontinuirani pad. U toku 2010. i 2012. godine broj turista je bio minimalan (oko 49.000), dok su u 2012. boravila svega 772 strana gosta. Uviđa se pravilo da kontinuirano opada broj domaćih posetilaca, a neznatno raste broj inostranih (2013 – 1.588, 2014 – 2.756, 2015 – 4.522).

Tabela 3. – Dolasci i noćenja turista u Sokobanji 1960–2015. godine

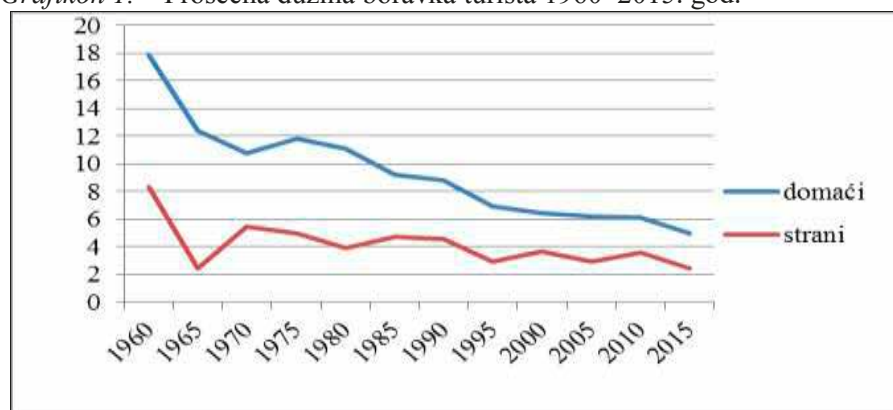
Godina	DOLASCI			NOĆENJA		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
1955.	5.732	5.732	-	81.219	81.219	-
1960.	21.616	21.609	7	386.918	386.860	58
1965.	19.652	19.460	192	241.469	241.000	469
1970.	34.146	34.000	146	368.000	367.200	800
1975.	44.831	44.642	189	528.053	527.116	937
1980.	53.125	52.869	256	588.823	587.828	995
1985.	65.741	64.848	893	601.272	597.111	4.161
1990.	55.299	54.812	487	484.776	482.520	2.256
1995.	40.483	40.340	143	289.434	289.016	418
2000.	53.176	52.895	281	340.155	339.115	1.040
2005.	60.541	59.911	630	371.433	369.581	1.852
2010.	48.837	47.572	1.265	295.098	290.575	4.523
2015.	41.676	37.154	4.522	194.896	184.022	10.874

Izvor – podaci Republičkog zavoda za statistiku

U intervalu do 1961. godine broj noćenja je konstantno rastao 81.219 (1955) do 386.918 (1960). U razdoblju 1964–1970. godine ostvareno je 200.000 – 300.000 noćenja. U toku 1967. evidentiran je najveći broj noćenja stranih gostiju (1.317), koji je premašen tek 1979. godine. Početkom sedamdesetih nastavlja se intenzivan trend rasta broja noćenja koji se kreće oko 400.000, a 1975. godine dostiže čak 528.000. Zabrinjava podatak da je istovremeno broj stranih noćenja opadao i nije prelazio prag od 1.000 noćenja godišnje. Kraj sedamdesetih i period osamdesetih godina karakteriše uzlazni

trend. Tako je u toku 1986. godine ostvaren rekordan broj noćenja (818.556). U odnosu na prethodnu 1985. godinu bilo je to povećanje od oko 220.000 noćenja ili 36,1% (Denda, 2014, str. 69). Sa druge strane u 1982. godini je ostvaren najveći broj stranih noćenja (15.327). Od devedesetih godina ukupan broj noćenja konstantno opada dostigavši minimum od 208.260 (1993). Ipak broj noćenja stranih gostiju nije opadao takvim tempom, čak je i dostigao povećanje u toku 1990. godine. Sa druge strane, istorijski minimum je zabeležen 1994. godine (samo 145 noćenja). Od 1995. više i ne možemo govoriti o nekom značajnijem broju noćenja kakvog je bilo u bivšoj državi. U razdoblju do 2010. godine broj noćenja nije prešao 400.000 izuzev u 2007. godini kada je ostvareno 409.000 noćenja. Od 2010. godine ukupan broj noćenja se kreće između 200.000 i 300.000 godišnje (Denda, 2014, str. 70). Pozitivan pokazatelj predstavlja kontinuirano povećanje broja stranih noćenja (2010 – 4.523, 2013 – 5.327, 2014 – 10.697, 2015 – 10.874).

Grafikon 1. – Prosečna dužina boravka turista 1960–2015. god.



Izvor – Autori

U uskoj vezi sa prethodno navedenim podacima jeste prosečna dužina boravka domaćih turista u banjском centru. Generalno, mogu se izdvojiti četiri vremenska perioda. Prvu etapu 1955–1970. godine karakteriše relativno dug boravak (11–18 dana) vezan za program rehabilitacije u organizaciji Fonda za zdravstveno osiguranje. Druga etapa 1971–1991. godine sastoji se od dve faze. Prva obuhvata sedamdesete i početak osamdesetih godina kada su gosti boravili 10–12 dana u centru, i druga, do početka devedesetih kada je boravak sveden na 8–9 dana. Treću etapu 1992–2001. godine karakteriše dalji pad, a boravak je sveden na 6–7 dana. U poslednjoj etapi 2002–2016. godine gosti banje se zadržavaju 5–6 dana. Značajniji boravak stranih gostiju (osam dana početkom osamdesetih) sveo se na tri dana tokom devedesetih i četiri dana tokom dvehiljaditih (Denda, 2015, str. 184). Zanimljivo je da su u

2015. i 2016. godini boravili kraće od tri dana. Prosečna dužina boravka domaćih turista uslovljena je posetama radi zadovoljenja zdravstveno-lečilišnih potreba. Za razliku od njih, inostrani posetioци su učesnici kongresnih skupova, različitih manifestacija i ekskurzionih putovanja prilikom kojih se ostvaruje znatno manji broj noćenja.

Tabela 4. – Struktura godišnjih noćenja u Sokobanji 2005–2015. god

Meseци	05.	06.	07.	08.	09.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
I	2,8	4,4	3,7	3,2	3,4	1,6	2,1	2,5	2,7	4,4	4,9
II	4,2	2,2	2,2	2,7	2,9	1,6	1,7	0,2	2,1	2,8	1,7
III	4,6	3,6	5,5	5,7	5,8	2,8	5,7	4,6	4,6	6,3	4,6
IV	9,3	9,1	6,9	10,7	9,9	7,3	9,6	9,7	10,1	8,5	7,9
V	11,8	13,3	9,3	12,1	12,9	13,1	13,2	12,3	12,1	10,6	8,3
VI	12,6	12,9	11,7	13,3	12,8	14,0	11,8	12,0	11,0	11,1	12,0
VII	12,0	13,6	17,1	12,9	13,8	14,6	15,3	16,2	16,1	16,5	15,0
VIII	13,0	14,4	17,3	13,3	18,5	18,3	17,3	18,8	18,4	20,0	23,7
IX	10,0	9,1	10,2	9,8	9,1	10,5	10,0	9,8	10,1	9,8	10,4
X	11,5	8,3	8,1	9,4	7,1	8,9	8,0	8,7	6,5	5,9	6,3
XI	5,2	4,7	5,1	4,5	2,0	4,3	3,1	3,1	3,0	1,7	2,8
XII	2,8	4,3	2,8	2,2	1,6	2,7	2,0	2,0	3,3	2,3	2,2

Izvor – podaci Republičkog zavoda za statistiku

Uvidom u raspoložive podatke zapaža se da turistički promet u Sokobanji ima naglašene sezonske karakteristike. To je uslovljeno činjenicom da naši banjски centri nisu još uvek uspeli da obezbede takvu ponudu koja će omogućiti celogodišnje, profitabilno poslovanje. Tokom analiziranog perioda (2005–2015) najveći broj noćenja je realizovan tokom meseca avgusta (17,5%). Potom slede jul sa 14,8% i jun sa 12,3% ostvarenih noćenja. Zaključujemo da se tokom letnje sezone ostvari oko 44,7% ukupnog prometa. Sa druge strane najmanji promet se realizuje tokom decembra, januara i februara. Tokom pomenuta tri meseca ostvari se oko 8,0% ukupnog prometa. Najbolji rezultati su ostvareni u avgustu 2014. godine (20,0%), a najlošiji u februaru 2002. godine (0,2%).

## MATERIJALNA BAZA TURISTIČKOG PRIVREĐIVANJA

Funkcionisanje banje i njenih kapaciteta zavisilo je od političkih i ekonomskih prilika koje su uslovile njen neravnomeran razvoj. On se odvijao kroz nekoliko hronološki značajnih perioda: od 1926–1930, 1931–1936 i 1936–1940, tačnije sve do izbijanja Drugog svetskog rata. Tridesetih godina



započela je intenzivna izgradnja komercijalnih vila: „Makedonija” (1932), „Bota” i „Nada” (1933), „Milanovo”, „Srbija”, „Ozren” (1934), „Mon repos” (1938), zdanja „Mišić” (1939) i „Stojanović” (1940). Između dva rata Sokobanja je imala i hotel „Evropu” (današnji konak „Park”) trgovca Velje Milenkovića sa 35 postelja i „Odmaralište ratnih vojnih invalida” sa 60 postelja. Upravo sve ove vile građene početkom i krajem četvrte decenije XX veka smatrane su dugo posle Drugog svetskog rata za njene osnovne smeštajne kapacitete (Popović, 1995, str. 70 i 72). Ipak, najintenziviji razvoj ostvaren je u periodu 1975–1987. godine (Marić & Radović, 1997, str. 37). Samo 1975–1980, izgrađeno je šest hotelskih objekata koji i danas čine osnovu hotelijerskog poslovanja.

Tabela 6. – Broj ležaja u kategorisanim sobama

Kategorija	Sokobanja (centar)	Sokobanja (ost.)
I	1.517	12
II	1.897	18
III	1.189	21
IV	234	134
Ukupno	4.837	185

Izvor – <http://www.otks.org.rs>

Prema podacima Statističkog godišnjaka Republike Srbije (RZS, 2016, str. 356), Sokobanja raspolaže sa 5.972 ležaja u kategorisanim sobama. U turističkom centru je evidentirano 2.220 soba, a u ruralnom području opštine svega 85 (Banja Jošanica, Šarbanovac, Dugo polje, Mužinac). Na osnovu strukture smeštajnih kapaciteta uvida se da dominiraju komplementarni kapaciteti, tj. ležaji u privatnom vlasništvu (preko 85%), dok znatno manji broj se nalazi u kategoriji hotela i stacionara sa zastarelom infrastrukturom. Najveći deo kapaciteta u domaćinstvima čine sobe I i II kategorije.

Od hotelskih objekata najznačajniju ulogu ima Hotelsko-turističko preduzeće „Lepteriya” koje u svom sastavu ima dva hotela: „Zdravljak” (396 ležaja) i „Turist” (104 ležaja) i nacionalni restoran „Čoka” (<http://www.otks.org.rs/sr>). Oba objekta su iz druge polovine sedamdesetih godina. Trenutno se ovo hotelsko preduzeće nalazi u postupku stečaja, a najveći objekat je posredstvom Agencije za privatizaciju izdat u zakup agenciji „Via tours Petrović” do pronalaska novog vlasnika. U sličnoj situaciji se nalazi i hotel „Sunce” (185 ležaja) koji je poslednjih godina više puta menjao vlasnika. Od ostalih objekata izdvajaju se Prirodno lečilište „Banjica” (270 ležaja) i hotel „Moravica” (200 ležaja) u vlasništvu MUP Srbije (Kazneno-popravni zavod iz Sremske Mitrovice) ([www.banjica.co.rs](http://www.banjica.co.rs) & <http://hotelmoravica.weebly.com/>). Ponudu visokog nivoa nudi Garni hotel i wellness centar „Sokoterme” (26 ležaja) otvoren 2013. godine

(<http://www.sokoterme.net/>). Posebnu ulogu ima Specijalna bolnica za lečenje nespecifičnih plućnih bolesti „Sokobanja” sa 530 ležaja (270 u komercijalnom delu), dok se ostatak koristi posredstvom Republičkog fonda za zdravstveno osiguranje (<http://www.soko-banja.rs/>). Jedinствен deo ponude čini i Akva park „Podina”, sportsko-rekreativni kompleks iz 2012. godine, na preko 16.000 m<sup>2</sup> (<http://www.akvaparksokobanja.rs>).

U organizacionom pogledu ogroman značaj imaju i turističke organizacije jedinica lokalnih samouprava. Prema Zakonu o turizmu RS (Službeni glasnik RS, br. 36/09, 88/10, 99/11, 93/12, 84/15) one u nadležnosti imaju organizacione, informativne, promotivne i posredničke aktivnosti. Tu ulogu u Sokobanji obavlja „Organizacija za turizam i kulturu” osnovana 1995. godine kao opštinsko javno preduzeće. Istovremeno, ona je upravljač turističko-informativnim centrom, Zavičajnim muzejom, Galerijom-legatom „Miluna Mitrovića”, Etno kutkom „Grudonjske vodenice”, Letnjom pozornicom „Vrelo” i Akva parkom „Podina” kao integralnim delom ponude (<http://www.otks.org.rs/sr>). Istim zakonom definisani su i poslovi turističkih agencija, gde se posebno ističe posredovanje u pružanju usluga smeštaja u destinaciji. U Sokobanji je evidentiran veći broj agencija (Soko-turs, DM, Mogi-turs, Palma, Sokoinfo, Aleksandar, Balnea turs) od kojih mnoge poseduju i sopstvene smeštajne kapacitete čime se ističe i njihova receptivna uloga.

## ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA SOKOBANJE

U cilju analize navika korisnika turističkih usluga ovog banjskog centra sprovedeno je terensko anketiranje tokom avgusta meseca 2014. godine. U anketi je učestvovalo 112 ispitanika. Ispitanicima je postavljeno 17 pitanja zatvorenog karaktera, dok su na deo pitanja mogli izneti sopstvena razmišljanja (pitanja otvorenog karaktera). Anketa se uslovno može podeliti na tri dela. Prvi deo je obuhvatio socio-ekonomske i demografske karakteristike ispitanika, drugi deo motiv dolaska i karakteristike boravka u banji, dok se treći deo odnosio na stepen zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude.

Tabela 7. – Socio-ekonomske i demografske karakteristike ispitanika

Pokazatelj	Kategorije	Učešće (%)
Pol	žene	61,6
	muškarci	38,4
Starost	18–30	17,8
	31–40	20,5
	41–50	22,3
	51–60	19,6
	> 60	19,6
Stepen obrazovanja	srednja škola	61,6
	osnovne studije	25,0
	master/doktorske studije	13,4
Zanimanje	student	34,8
	zaposleno lice	44,6
	nezaposleno lice	2,7
	penzionisano lice	17,8
Mesto stanovanja	beogradski region	47,3
	region Vojvodine	20,5
	region Šumadije i zap. Srbije	11,6
	region istočne Srbije	19,6
	region Kosova i Metohije	0,9
Prihodi	do 25.000	13,4
	25.001–50.000	27,7
	50.001–75.000	47,3
	> 75.000	11,6

Izvor – Autori

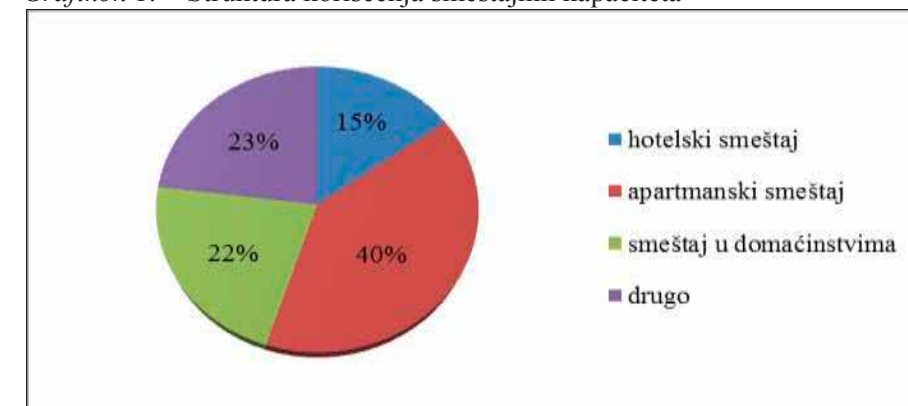
U anketiranju 2/3 ispitanika su činile osobe ženskog pola. Najzastupljenija je bila starosna grupa 41–50 godina, dok su u pogledu obrazovanja dominirale osobe sa završenom srednjom stručnom školom ili gimnazijom. Gotovo polovinu ispitanika su činila zaposlena lica, a većina je dolazila iz emitivnog područja Beograda. U ekonomskom pogledu najviše je evidentirano osoba sa mesečnim porodičnim prihodima u rasponu 50.001–75.000 dinara.

Kao osnovni motiv dolaska za 60% anketiranih izdvajaju se rekreativni razlozi, dok 33% dolazi radi lečenja. Treću grupu (7%) čine osobe koje posećuju svoje prijatelje i rođake (tzv. visiting friends and relatives) ili koji poseduju sopstvene objekte u banjskom centru. Preko 50% ispitanih naglašava ulogu landšafta (vegetacija) i klimatskih osobnosti, kao i lekovitost termomineralnih voda. U odgovorima je naglašen rekreativni faktor koji odgovara svim starosnim grupama.

Kada je reč o frekvenciji poseta, 41% ispitanika je do sada samo jedanput boravilo u Sokobanji, 36% je boravilo u dva navrata, a 23% je boravilo više od dva puta. Najveći broj posetilaca u banji je provodio do nedelju dana (77%), do dve nedelje (18%), dok je u dužem intervalu boravilo svega 5% ispitanika (osobe na rehabilitaciji). Dužina boravka je pre svega bila uslovljena ekonomskim razlozima.

U organizacionom pogledu, čak 68% posetilaca dolazi u sopstvenoj režiji (direktan kontakt sa vlasnicima ugostiteljskih objekata), a 32% koristi posredničke usluge turističkih agencija. To ne treba da čudi imajući u vidu da su naše agencije više usmerene ka inostranom tržištu, a manje ka domaćim destinacijama. Istovremeno, postojanje provizije i dodatni troškovi odvrću goste od agencijskih usluga. U skladu sa pomenutim, čak 2/3 turista koristi komplementarne kapacitete (apartmane i sobe u domaćinstvima), dok se usluge hotelskog smeštaja sve manje koriste, što je posledica nedovoljnog ulaganja u iste.

Grafikon 1. – Struktura korišćenja smeštajnih kapaciteta



Izvor – Autori

U nastavku istraživanja izdvojena su najatraktivnija izletišta i lokaliteti koje turisti posećuju. Na osnovu odgovora može se zaključiti da gosti najviše posećuju izletišta Ozren (54,5%), Lepteriju (40,9%), Park šumu „Čuka 2” i Park „Banjica” (36,4%), Rtanj (27,3%) i Banju Jošanicu (18,2%). Od turističkih lokaliteta posebno se izdvajaju tursko kupatilo „Amam” (63,6%), tvrđava „Sokograd” (59,1%), vodopad „Ripaljka” (46,7%), Bovansko jezero i izvor reke Moravice (45,4%). Od ostalih vredi spomenuti Sesalačku pećinu i Vrmdžansko jezero.

Ozren sa vrhom Leskovik (1.174 m) predstavlja omiljeno izletišta gostiju. Poznat je po očuvanom ambijentu, zaštićenim prirodnim dobrima (SP

Ripaljka i PnPI Ozrenske livade), izvorima (Šopur, Kalinovica, Vrelo, Barudžija), lokalitetima Grudne i Očne bolnice (Kamen ljubavi) i drugim (JP Zavod za izgradnju, 2012, str. 15, 28 i 29).

Osim Ozrena, Rtanj sa vrhom Šiljak (1.565 m) predstavlja autentičan lokalitet, piramidalnog oblika, poznat po pećinama i jamama (jama „Ledenica”), podzemnim izvorima, endemskim vrstama i objektima nasleđa (ostaci nekadašnjeg rudnika uglja, ostaci kapele iz 1934. godine). Ima status specijalnog rezervata prirode (Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, 2007, str. 13).

Posebnu celinu predstavlja područje PIO „Lepterijski–Sokograd” čiji konstitutivni delovi su klisura reke Moravice (180 ha), fluviudenudaciono proširenje „Lepterijski”, srednjevekovno utvrđenje „Sokograd”, Bogorodica u steni, crkvište posvećeno Svetoj Mariji i ostaci jednobrodne crkve sa pripremom (Randelović & Avramović, 2004, str. 383 i 384).

Park šuma „Čuka 2”, Park „Banjica” i „Borići” zajedno sa Centralnim gradskim parkom predstavljaju zelene oaze u urbanom tkivu Sokobanje.

Banja Jošanica predstavlja poseban entitet čiji razvoj počinje 1969. godine kada je izvršeno otkrivanje izvora i uređenje banje što se označava i kao zvanični početak korišćenja termalnih voda u balneo-terapeutske svrhe (Radivojević & Dimitrijević, 2006, str. 199). Međutim, danas su njeni kapaciteti (pet izvora, smeštajni objekti) gotovo u potpunosti zapostavljeni.

Na osnovu motiva dolaska i turističke ponude izdvojeno je sedam komplementarnih oblika turizma. Na prvom mestu se izdvaja vikend i izletički turizam (86,4%) zahvaljujući postojanju navedenih lokaliteta. Na drugom mestu je zdravstveni turizam (81,8%) koji raspolaže raznolikom, ekološki kvalitetnom i funkcionalno visoko vrednom razvojnom osnovom koja Sokobanji obezbeđuje visok stepen tržišne konkurentnosti (Marić & Radović, 1997, str. 94). Prema Jovanović i Radivojević (2006, str. 288) tu se pre svega misli na termomineralne i mineralne izvore („Preobraženje”, „Sveti Arhangel”, „Banjica I” i „Banjica II”, „Moravica”, „Limun banja”, „Lepterijski” i „Zdravljak”), peloid, klimatske i ambijentalne osobenosti.

U novije vreme se sve više govori o povezanosti klasičnog lečilišnog i wellness turizma. Tome doprinose novi sadržaji u SB „Sokobanja” (program „Sokolife”), „Sokotermama” i Akva parku „Podina”. Reč je o kombinaciji konvencionalnih tretmana (upotreba termalnih voda i peloida), gde uz adekvatnu ishranu i promenu životnog stila dolazi do unapređenja zdravlja (Denda & Stojanović, 2016, str. 295). Naime, smatra se da je wellness noviji vid i deo zdravstvenog turizma (Jovanović, 2015, str. 55). Takođe prema mišljenju Hrabovski-Tomić (2008, str. 112) to su dva različita oblika turizma, ali komplementarna, čiji se sadržaji prepliću. Na trećem mestu se izdvaja sportsko-rekreativni turizam (68,2%) jer su prirodni uslovi omogućili pripreme sportista, održavanje takmičenja i škola u prirodi (40,9%)

(Radivojević i dr., 2010, str. 118). Na četvrtom mestu opstaje lovni i ribolovni turizam (13,6%) zahvaljujući lovištima kojima gazduje Lovačko udruženje „Soko” i JP „Srbijašume” (Bukovik, Obla glava–Ozren–Devica, Mali Jastrebac), kao i ribolovnim područjima u gornjem toku Moravice i Bovanskom jezeru. Nedovoljna pažnja se posvećuje seoskom i agro-turizmu (9,1%). Ovaj oblik je zastupljen u naseljima Resnik, Trubarevac, Žučkovac, Šarbanovac, Mužinac, Jošanica i Vrmdža, gde su adaptirani postojeći i izgrađeni novi objekti (Todorović & Štetić, 2009, str. 87). Međutim, problem predstavlja nedostatak infrastrukture i pratećih sadržaja. Kao komplementaran vid turizma, spominju se i manifestacije (4,5%), gde Sokobanja sa 10 godišnjih događaja ima učešće od 0,41% na nivou Srbije (Bjeljac, 2010, str. 9). Među njima se ističu „Prva harmonika Sokobanje” (15 – 17. avgust), „Sveti Jovan Biljober” (02 – 07. jul), „Maraton želja” (06 – 07. septembar), „Zlatne ruke” (14. jul) i druge (Jovanović & Radivojević, 2006, str. 291).

Poslednji deo ankete se odnosi na zadovoljstvo određenim aspektima turističke ponude, infrastrukture i suprastrukture. Primenom Likertove skale (1–5) učesnici su davali ocena na iznete konstatacije (1 – veoma nezadovoljan/a; 5 – veoma zadovoljan/a).

Tabela 8. – Stepenn zadovoljstva ispitanika elementima ponude

Pitanje	Srednja vrednost
Kako ste zadovoljni prilaznim putevima?	3,18
Kako ocenjujete komunalnu uređenost?	3,50
Kako ocenjujete turistički signalizaciju?	3,77
Da li ste zadovoljni vanpansionskom ponudom?	3,31
Da li ste zadovoljni cenovnikom vanpansionskih usluga?	3,00

Izvor – Autori

Rezultati su pokazali prosečno zadovoljstvo ponudom Sokobanje. Najveće zadovoljstvo je iskazano prema turističkoj signalizaciji banje i njenoj komunalnoj uređenosti. Niži stepen zadovoljstva je iskazan u pogledu saobraćajne infrastrukture (oštećenja kolovoza), vanpansionske ponude i cenovnika vanpansionskih usluga. Istovremeno, deo ispitanika je upravo naveo nezadovoljstvo zastarelim smeštajnim kapacitetima. Takođe, prema mišljenju ispitanika, dodatni napor se mogu uložiti u uređenje parkova i izletišta, ali i uvođenje sezonskih autobuskih linija do Rtnja.

Tabela 9. – SWOT analiza internih i eksternih faktora na prostoru Sokobanje

Snage	Slabosti	Šanse	Pretnje
Povoljan turističko-geografski položaj	Zapuštena lokalna infrastruktura	Privlačenje stranog kapitala	Jaka konkurentna ponuda
Duga tradicija turizma (preko 175 godina)	Neplansko planiranje	Stvaranje klastera banja JI Srbije	Nepovoljna ekonomska situacija
Brojna zaštićena prirodna dobra	Neadekvatno korišćenje termomineralnih voda	Rast tražnje za postojećim oblicima	Loša privatizacija hotelskih objekata
Bogata kulturno-istorijska baština	Odsustvo kvalitetnih smeštajnih objekata	Saradnja sa akterima na makro i mezo nivou	Neadekvatan odnos država–investitor
Postojanje klimatskih i hidrografskih preduslova	Nedostatak obučenog osoblja	Veći priliv inostranih gostiju	Nepovoljna demografska situacija
Postojanje master plana turističke destinacije	Sezonske odlike turističkog prometa	Toplifikacija na geotermalnu energiju	Mogući ekološki akcidenti

Izvor – Autori

## ZAKLJUČAK

Zahvaljujući kvalitetnoj resursnoj osnovi i istorijskoj reputaciji, Sokobanja je visokorangirana destinacija u Srbiji. Pošto poseduje primarnu osnovu, dosta napora treba uložiti u poboljšanje infrastrukturnih kapaciteta (hotelski objekti, putna i komunalna infrastruktura i dr.). U daljem razvoju treba više raditi na promociji banje na međunarodnom tržištu i povećanju broja inostranih posetilaca. Da bi se Sokobanja prilagodila novim tendencijama zdravstveno-lečilišnog turizma neophodna su veća ulaganja u izgradnju savremenih wellness i spa centara. Istovremeno, neophodno je istaći komplementarne vidove ponude koje su u skladu sa konceptom održivog turizma (eko, ruralni i sportsko-rekreativni turizam). Sa druge strane treba uložiti u gradnju kongresnih sala kako bi se privukla i visokoplatežna poslovna klijentela. Kroz navedene aktivnosti omogućiće se produženje turističke sezone i ostvarivanje celogodišnjeg turističkog prometa. Na taj način turistička privreda i lokalna samouprava će višak finansijskih sredstava plasirati u obnovu postojeće i izgradnju nove infrastrukture.

## SUMMARY

### THE POSITION OF SOKOBANJA ON THE SERBIAN TOURISM MARKET

In global terms, tourism is one of the most important economic activities. This is confirmed by the relevant international institutions' data (The World Tourism Organization UNWTO, The World Economic Forum, The World

Travel & Tourism Council), but also the national authorities (statistical institutes, tourism organizations). At the Serbian level, there is a growing number of destinations, where Sokobanja is one of the pillars of the tourism industry. Therefore, the aim of the paper is to point out the factors that have influenced the creation of supply and the position of Sokobanja in the tourist market. We used the available literature and statistics data and the survey was conducted during 2014, as an additional method. The paper is divided into five chapters. In the first part, the role of tourism on the global level is discussed. In the second part, the historical preconditions of Sokobanja tourism are pointed out, while the third and fourth part are related to characteristics of tourism turnover and the material basis of economic activity. In the final section, the relationship of the spa visitors towards tourism industry is discussed. The results pointed out several facts: spa tourism is one of the leading tourist products of Serbia, tourism turnover has seasonal characteristics with the domination of domestic guests, the natural resource base is present, but the infrastructure is obsolete and the offer is incompatible with market trends.

*Keywords:* Sokobanja, tourism, market, tourism turnover, services

## LITERATURA

1. Bjeljac, Ž., *Turističke manifestacije u Srbiji*, Posebna izdanja, knj. 82, Geografski institut „Jovan Cvijić” SANU, Beograd, 2010.
2. Denda, S., *Turizmološki prikaz Sokobanje* (master rad), Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Beograd, 2014.
3. Denda, S., Promet turista u Sokobanji 1897–2014. godine, U: (Filipović, D., & Đurđić, S.) (Ur.), Zbornik radova mladih istraživača 4. kongresa srpskih geografa sa međunarodnim učešćem, *Dostignuća, aktuelnosti i izazovi geografske nastave i prakse*, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Beograd, 2015, str. 181–186.
4. Denda, S., Stojanović, J., Transformation of Hotel Offer in Serbian Spa Resorts: Present State and Perspectives. *HOTEL-link*, vol. 17 (27–28), 2016, str. 289–297.
5. Gavrilović, Lj., Banjski turizam (autorizovana skripta), Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2009.
6. Hrabovski-Tomić, E., Selektivni oblici turizma, Fakultet za uslužni biznis, Sremska Kamenica, 2008.
7. Jovanović, J., Radivojević, A., Turističko-geografski prikaz Sokobanje, *Glasnik Srpskog geografskog društva*, Srpsko geografsko društvo, Beograd, vol. 86 (2), 2006, str. 287–299.

8. Jovanović, V., *Tematski turizam*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2015.
9. Jovanović-Tončev, M., Podovac, M., Stanišić, N., Kvantitativno-kvalitativna analiza tržišne privlačnosti i značajnosti banja Srbije, *Poslovna ekonomija*, Univerzitet Edukons, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica, vol. XVII (2), 2015, str. 341–364.
10. Jovičić, D., Stanje i perspektive razvoja banjskog turizma u Srbiji, *Glasnik Srpskog geografskog društva*, Srpsko geografsko društvo, Beograd, vol. 88 (4), 2008, str. 3–18.
11. JP Zavod za izgradnju, *Prostorni plan opštine Sokobanja*, Niš, 2012.
12. Marić, R., Radović, M., Sokobanja – osnove i koncept održivog razvoja turizma, Institut ekonomskih nauka, Beograd, 1997.
13. Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, *Sokobanja – Masterplan turističke destinacije*, Beograd, 2007.
14. Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija, *Strategija razvoja turizma Srbije za period 2016–2025. godine*, Beograd, 2016.
15. Nikolić, Lj., Stanković, S. M., *Sokobanja 1837–2007*, Organizacija za turizam, kulturu i sport, Sokobanja, 2008.
16. Omerović, J., Turistički promet kao nezaobilazna komponenta razvoja turizma Tuzle, *Zbornik radova Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo*, PMF-a Univerziteta u Novom Sadu, Novi Sad, vol. 43 (2), 2014, str. 174–184.
17. Popović, B. I., Hronologija izgradnje komercijalnih vila u Sokobanji i Niškoj Banji – prilog istraživanju starih smeštajnih objekata u banjskim naseljima Srbije. *Geografski godišnjak SGD*, Srpsko geografsko društvo: podružnica Kragujevac, Kragujevac, br. 31, 1995, str. 69–75.
18. Radivojević, A., Dimitrijević, Lj., Mogućnosti razvoja turizma banje Jošanice, *Zbornik radova*, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, sv. 54, 2006, str. 195–214.
19. Radivojević, A., Filipović, I., Dimitrijević, Lj., Nikolić, M., Geografske osnove razvoja turizma u Sokobanjskoj kotlini, *Glasnik Srpskog geografskog društva*, Srpsko geografsko društvo, Beograd, vol. 90 (3), 2010, str. 111–125.
20. Randelović, N., Avramović, D., Protected Nature Areas, Flora and Vegetation in Vicinity of Sokobanja (Serbia and Montenegro), *Natura Montenegrina*, Natural History Museum of Montenegro, Podgorica, 3, 2004, str. 379–386.
21. RZS, *Opštine i regioni u Republici Srbiji*, Beograd, 2011.
22. RZS, *Statistički godišnjak Republike Srbije*, Beograd, 2016.
23. RZS, *Turistički promet – decembar 2016*. (prethodni rezultati), Beograd, 2017.
24. Stanković, S. M., *Banje Srbije*, Zavod za udžbenike, Beograd, 2009.
25. Todorović, M., Štetić, S., *Ruralni turizam*, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Beograd, 2009.
26. Topalović, S., Stanje i perspektive banjskog turizma u Srbiji, *Globus*, Srpsko geografsko društvo, Beograd, br. 37–38, 2012/2013, str. 123–134.
27. The Government of The Hong Kong Special Administrative Region, *Tourism and Hospitality – Introduction to tourism*, Hong Kong, 2013.
28. UNWTO, *Tourism Highlights*, 2016 Edition, Madrid, 2016.
29. WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008 – Balancing Economic Development and Environmental Sustainability*, Geneva, 2008.
30. WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 – Growth through Shocks*, Geneva, 2015.
31. WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 – Beyond the Downturn*, Geneva, 2011.
32. WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 – Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation*, Geneva, 2013.
33. WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact 2016 – Serbia*, London, 2016b.
34. WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact World – 2016*, London, 2016a.
35. Zakon o turizmu, Službeni glasnik Republike Srbije, br. 36/2009, 88/2010, 99/2011, 93/2012, 84/2015.
36. <http://www.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=452>
37. [https://www.nbs.rs/platni\\_bilans](https://www.nbs.rs/platni_bilans)
38. <http://hotelmoravica.weebly.com/>
39. [www.banjica.co.rs](http://www.banjica.co.rs)
40. <http://www.sokoterme.net/>
41. <http://www.soko-banja.rs/>
42. <http://www.akvaparksokobanja.rs>
43. <http://www.otks.org.rs/sr>

Ovaj rad je primljen 19.04.2017., a na sastanku redakcije časopisa prihvaćen za štampu 19.09.2017. godine.