

KOMPARATIVNA ANALIZA PONUDE GRADSKOG TURIZMA BEOGRADA I SOFIJE

Apstrakt. U ovom radu sprovedena je komparativna analiza turističke ponude gradova Beograd (Republika Srbija) i Sofija (Republika Bugarska), koji su prepoznatljive destinacije gradskog turizma na turističkom tržištu. Osnovni elementi, koji su korišćeni u cilju komparacije turističke ponude pomenutih gradova su njihove kvalitativne i kvantitativne karakteristike. Kvalitativne karakteristike odnose se na prirodne karakteristike, saobraćajnu infrastrukturu, turističke resurse i prateće sadržaje, koji su značajni za razvoj gradskog turizma. U kvantitativne karakteristike se ubraja turistički promet (ukupan broj dolazaka i noćenja turista) i broj stanovnika. Ciljevi komparativne analize predstavljaju utvrđivanje najbolje prakse u razvoju ovog oblika turizma i načina i mera za unapređenje pozicije Beograda i Sofije na turističkom tržištu. Rezultati komparativne analize pokazali su da oba analizirana grada poseduju razvijenu ponudu gradskog turizma.

Ključne reči: komparativna analiza, Beograd, Sofija, gradski turizam, turistička ponuda.

* Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Srbija;
milena.podovac@kg.ac.rs

1. Uvod

Urbane sredine nisu bile prepoznate kao turističke destinacije u većoj meri do 1980-ih godina kada su vladajući industrijski i istraživački krugovi, obratili pažnju na moguće koristi od razvoja turizma u gradovima.¹ Gradski turizam se prema svojim obeležjima razlikuje od drugih tipova turizma. Jedno od obeležja je velika koncentrisanost turista, čiji su motivi boravka u gradovima različiti (odmor, poslovni razlozi, kultura, porodične posete, kupovina i dr). Takođe, turizam je samo jedan od oblika privređivanja u gradovima, koji koristi resurse, koji su neophodni i za druge privredne delatnosti (prostor i ljudski resursi). Bitno obeležje gradskog turizma je činjenica da pored turista i rezidenti koriste turističke usluge i sadržaje.² Savremeni razvoj turizma uslovio je rastuće interesovanje turista za boravak u gradovima usled stvaranja realnih uslova za putovanje i zadovoljenje turističkih potreba u prostornim celinama kao što su gradske destinacije.³

Gradski turizam je ključni pokretač razvoja čitave turističke industrije.⁴ Gradovi učestvuju sa 45% u ukupnom broju međunarodnih putovanja.⁵ Broj putovanja u gradove se iz godine u godinu povećava pri čemu je u 2018. godini ostvaren rast u broju putovanja od 8% na globalnom nivou u odnosu na 2017. godinu. Značajan rast broja putovanja u gradove u pomenutom periodu ostvario je region Azije i Pacifika (10%) i to prvenstveno Kina, Japan i Koreja, koji su danas značajni privredni, kulturni i politički centri. Prosečna potrošnja po turisti iznosi oko 170 evra, dok čak 70% od ukupnog broja turista u gradovima pretežno koriste usluge avio-prevoza i smeštaja u kategorisanim hotelima.⁶ Navedeni podaci ukazuju na ekonomski značaj razvoja turizma u gradovima, pri čemu se pozitivni efekti ostvaruju ne samo po preduzeća turističke privrede već i po preduzeća komplementarnih delatnosti (trgovina, saobraćaj, industrija i dr.).

U ovom radu izvršena je komparativna analiza ponude gradskog turizma Beograda i Sofije. U cilju izrade uporedne analize, definisani su kriterijumi na

¹ Bakucz, M. (2012): "Održivi gradski turizam ili viši kvalitet života za lokalno stanovništvo? - ex post analiza projekta 'Pečuj evropska prestonica kulture za 2010'", *Megatrend revija*, 9(1), str. 150.

² Edwards, D., Friffin, T., Hayllar, B. (2008): "Urban tourism research: Developing an agenda", *Annals of Tourism Research*, 35 (4), pp. 1033.

³ Podovac, M. (2017): "City break travel as a factor of tourism industry competitiveness", *2nd International Scientific Conference Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia - Tourism product as a factor of competitiveness of the Serbian economy and experiences of other countries*, University of Kragujevac - Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, Serbia, Vrnjačka Banja, 1-3 June, 2017, pp. 660.

⁴ Milićević, S., Đorđević, N. (2016): "Glavni gradovi kao turističke destinacije", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 4(1), str. 23.

⁵ WTTC. (2018): "City travel & tourism impacts 2018 Highlights", World Travel and Tourism Council, London.

⁶ ITB Berlin. (2019): "ITB world travel trends 2018/2019", IPK International, Berlin.

osnovu kojih su izabrani gradovi, čija je turistička ponuda analizirana u radu. Vrlo je bitno da izabrane destinacije imaju sličnu strukturu turističke ponude, i da pored toga zauzimaju konkurentsku poziciju u razvoju gradskog turizma. Beograd i Sofija su, decenijama unazad, značajne destinacije na tržištu gradskog turizma sa razvijenom turističkom ponudom i drugim elementima neophodnim za zadovoljenje potreba turista. Stoga će u nastavku biti analizirane njihove prirodne i demografske karakteristike kao i saobraćajna infrastruktura, turističke atrakcije, ključni turistički proizvodi i kvantitativni pokazatelji razvijenosti turizma.

2. Metodologija istraživanja

U cilju izrade komparativne analize turističke ponude gradova Beograda i Sofije, primenjena je benčmarking analiza. Benčmarking predstavlja *tehniku uporedne analize sopstvenog poslovanja, koja služi unapređenju poslovanja preduzeća*.⁷ Kao relativno novi pojam, intenzivno se pojavljuje u međunarodnoj ekonomskoj praksi razvijenih zemalja i njihovih preduzeća. Začetak upotrebe ove tehnike vezuje se za 1980-te godine i japansku privredu. Krajem prošlog veka, primena benčmarking analize je postala široko zastupljena u poslovnom svetu.⁸ Osnovna podela benčmarkinga izvršena je na: interni (unutar jedne organizacije), eksterni (poređenje preduzeća i njegovih performansi sa liderom), kombinovani i strategijski (istraživanje i primena strategije najboljih organizacija na svetu).⁹ Benčmarking analiza je jedna od najčešće primenjivanih tehnika u procesu upravljanja turističkim destinacijama sa ciljem identifikovanja ključnih konkurenata kako bi se na osnovu analize njihovih turističkih potencijala utvrdilo mesto posmatrane destinacije na turističkom tržištu. Generalno posmatrano, ova tehnika se primenjuje na mikro (na nivou turističkih preduzeća) i makro nivou (na nivou turističkih destinacija). Stoga se benčmarking analiza u turizmu može primeniti na više načina. Prvenstveno se može koristiti u području profitno orijentisanih subjekata (smeštajni kapaciteti, restorani, turističke agencije, avio kompanije i dr.), neprofitno orijentisanih turističkih organizacija i turističkih destinacija (na nivou države, regije ili grada).¹⁰

U ovom radu, izvršena je eksterna benčmarking analiza ponude gradskih destinacija Beograda i Sofije. Ova tehnika je primenjena sa ciljem da se analizira turistička ponuda navedenih gradova kao dobre prakse u razvoju gradskog turizma. Osnova za primenu ove tehnike su kvalitativne i kvantitativne karakteristike analiziranih gradova. Kvalitativne karakteristike odnose se na prirodne

⁷ Čerović, S. (2009): "Strategijski menadžment u turizmu". Univerzitet Singidunum. str. 236.

⁸ Vizjak, A., Alkier Radnić, A. (2006): "Djelovanje „Benchmarkinga“ u međunarodnoj ekonomiji", *Tourism and Hospitality Management*, 12(1), str. 172.

⁹ Čerović, S. (2009): "Strategijski menadžment u turizmu". Univerzitet Singidunum. str. 238.

¹⁰ Štoković, I. (2004): "Benčmarking u turizmu", *Ekonomski pregled*, 55(1-2), str. 75-76.

karakteristike, razvijenost saobraćaja, turističke resurse i prateće sadržaje, koji su značajni za razvoj gradskog turizma. U kvantitativne karakteristike se ubraja turistički promet i broj stanovnika. Kriterijumi izbora gradova odnose se na sledeće:

- Prvi kriterijum, na osnovu kog su izabrani gradovi, odnosi se na broj stanovnika, koji je veći od 100.000 stanovnika. Prema Zakonu o lokalnoj samoupravi Republike Srbije¹¹, grad je jedinica lokalne samouprave, koja je utvrđena zakonskim aktima i čiji je broj stanovnika veći od 100.000, dok u Republici Bugarskoj podela prestonica i gradova podrazumeva teritorijalne celine sa brojem stanovnika većim od 300.000.¹² Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku¹³, na teritoriji grada Beograda živi 1.690.193 stanovnika. Na teritoriji Sofije živi oko 1.260.120 stanovnika, što ga čini gradom sa najvećom populacijom u Bugarskoj.¹⁴
- Drugi kriterijum podrazumeva da izabrani gradovi imaju istu ili sličnu strukturu portfolio turističkih proizvoda. Sa aspekta ponude gradskog turizma, ključni turistički proizvodi grada Beograda su: poslovni turizam, gradski odmori, turizam događaja¹⁵ i kulturni turizam.¹⁶ Strukturu turističkih proizvoda Sofije čine: kulturni turizam, turizam događaja, poslovni turizam kao i gradski odmori.¹⁷¹⁸ Gradovi Beograd i Sofija razvijaju turističke proizvode, koji su tipični za gradove kao turističke destinacije.
- Imajući u vidu ekonomski značaj razvoja međunarodnog turizma, treći kriterijum se odnosi na učešće stranih turista u ukupnom turističkom prometu. Procentualno učešće stranih turista u ukupnom broju turista u Beogradu za 2018. godinu iznosilo je oko 84%, dok je procentualno učešće noćenja

¹¹ Republika Srbija. (2016). *Zakon o lokalnoj samoupravi*. Dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi_download/zakon_o_lokalnoj_samoupravi.pdf, (datum pristupa 29.04.2019.), str. 4.

¹² Republic of Bulgaria. (1995). "Law of the Administrative territorial structure of the Republic of Bulgaria". Dostupno na <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/hlm/prgm/cph/experts/bulgaria/documents/LATSRB.pdf> (datum pristupa 20.03.2020.), pp. 3.

¹³ Republički zavod za statistiku – Stanovništvo: <https://www.stat.gov.rs/oblasti/stanovnistvo/procene-stanovnistva/> (datum pristupa 30.03.2020.).

¹⁴ <http://worldpopulationreview.com/world-cities/sofia-population/>, (datum pristupa 25.02.2018.)

¹⁵ Institut ekonomskih nauka. (2008): "Strategija razvoja turizma grada Beograda". Beograd. str. 58.

¹⁶ Stojanović, R. (2010): "The promotion of cultural tourism on the level of Belgrade as a tourist destination", *UTMS Journal of Economics*, 1(2), 99-106.

¹⁷ Kazakov, A., & Nikolova, V. (2015): "Special features in supply of city breaks as tourist production in destinations Sofia and Skopje", *Eastern Academic Journal*, 3, 1-14.

¹⁸ Petkova, E., Marinov, V. (2014): "Development of diversified tourism destination products - A case study of tourism destination, municipality of Sofia, Bulgaria", *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 2(1), 33-47.

stranih turista u ukupnom broju noćenja za pomenutu godinu oko 85%.¹⁹ Procentualno učešće stranih turista u ukupnom broju turista u Sofiji u 2018. godini iznosilo je 66,6%, dok je procentualno učešće noćenja stranih turista u ukupnom broju noćenja oko 72%.²⁰

3. Turistička ponuda grada Beograda

Grad Beograd je glavni grad Republike Srbije. Nalazi se na prostoru jugoistočne Evrope, na ušću reka Save i Dunava.²¹ Povoljan geografski položaj je povezan sa pozicijom grada Beograda na raskrsnici značajnih evropskih puteva i blazinom gradova, koji su značajni privredni centri (Budimpešta, Podgorica, Sofija i Zagreb).²² Geografski položaj, povoljne klimatske karakteristike, raznovrstan biljni i životinjski svet, vodeni resursi predstavljaju značajne potencijale u razvoju različitih privrednih aktivnosti, a samim tim i turizma, kao jedne od ključne delatnosti ovog grada. Kvalitetna saobraćajna infrastruktura je značajna za funkcionisanje grada Beograda, kao i za razvoj turizma. S aspekta razvoja turizma, najznačajniji je vazdušni saobraćaj, čiji je glavni nosilac aerodrom *Nikola Tesla*. Statistički podaci ukazuju na kontinuirano povećanje broja letova i putnika. Na aerodromu *Nikola Tesla* je u 2019. godini realizovano 70.365 letova, odnosno 4,3% više u odnosu na prethodnu godinu, dok je ukupan broj prevezanih putnika iznosio 6.159.000 putnika (9,2% više u odnosu na 2018. godinu).²³

Turistička ponuda grada Beograda zasnovana je prvenstveno na prirodnim i antropogenim resursima. Na teritoriji grada Beograda postoji 46 zaštićenih prirodnih dobara.²⁴ Grad Beograd poseduje veliki broj lokaliteta kulturno-istorijskog nasleđa, koji su uključeni u turističku ponudu i nalaze se pod zaštitom države. Na

¹⁹ Proračun autora na osnovu: Republički zavod za statistiku. (2018): Turistički promet-december 2018. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191016.pdf>, (datum pristupa 15.04.2019)

²⁰ Proračun autora na osnovu podataka: Nacionalni Institut za statistiku Republike Bugarske, <http://www.nsi.bg/en>, (datum pristupa 23.03.2018.); Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency. (2019): "Sofia Tourism and Air Transport Market Report 2019", Sofia, pp. 8-14.

²¹ Zvanični sajt grada Beograda, <http://www.beograd.rs/lat/upoznajte-beograd/1027-geografski-položaj/>, (datum pristupa 13.12.2017.)

²² Grad Beograd. (2015): "Vodič za investitore grada Beograda". Beograd. Dostupno na: http://www.beograd.rs/images/file/f4aed9df36d9b48204686ce587db0050_5522129452.pdf, (datum pristupa 13.12.2017.), str. 7.

²³ Zvanični sajt aerodroma Nikola Tesla: https://beg.aero/sites/belgrade/files/vinci/news/pdf/2020-01-20-avio_saobracaj_u_2019_godini_srb_full.pdf, (datum pristupa 20.03.2020.)

²⁴ Gradska uprava grada Beograda, Sekretarijat za privredu. (2017): "Strategija razvoja grada Beograda do 2021". Beograd, str. 1-2.

teritoriji grada Beograda evidentirano je 412 nepokretnih kulturnih dobara, od kojih je 15 lokaliteta kategorisano kao kulturna dobra od izuzetnog značaja, dok 51 lokalitet u statusu kulturnog dobra od velikog značaja.²⁵ Imajući u vidu da je značajna kulturna metropola evropskog kontinenta, u Beogradu se organizuje oko 11.000 kulturnih događaja godišnje, kao što su: predstave, izložbe, koncerti i dr. Najznačajniji kulturni događaji u gradu Beogradu su: Međunarodni filmski festival *FEST*, *Beogradske muzičke svečanosti BEMUS*, *Beogradski internacionalni teatarski festival BITEF*, *Beogradski letnji festival BELEF* i dr.²⁶

Tabela 1. Struktura hotelske ponude grada Beograda²⁷

Kategorija hotela	Broj objekata	Broj soba	Broj ležajeva
Garni hotel **	1	10	22
Garni hoteli ***	18	422	746
Garni hoteli ****	26	773	1.293
Hotel *	2	512	984
Hotel **	2	49	70
Hotel ***	13	956	1.573
Hotel ****	42	3.490	4.960
Hotel *****	3	284	366
Ukupno	107	6.496	10.014

Na teritoriji grada Beograda postoji 107 hotela različite kategorije sa 10.014 ležajeva. Broj objekata i njihov kapacitet predstavljaju značajan segment ponude gradskog turizma Beograda. U ukupnom broju hotela su najzastupljeniji hoteli sa četiri zvezdice (58%). Najveće učešće hotela u ukupnom broju ležajeva svih hotela na teritoriji grada Beograda imaju objekti sa četiri zvezdice (53,7%). Pored hotela, na teritoriji grada Beograda zastupljeni su garni hoteli, od kojih najveće učešće u ukupnom broju hotela ovog tipa imaju objekti sa tri zvezdice (57,7%), dok je njihovo procentualno učešće u ukupnom broju ležajeva u garni hotelima na teritoriji Beograda 62,7% (Tabela 1).

U tabeli 2., prikazani su podaci o broju dolazaka i noćenja turista na teritoriji grada Beograda za period od 5 godina. Grad Beograd je najposećenija turistička destinacija Republike Srbije o čemu svedoče kvantitativni pokazatelji. Procentualno učešće grada Beograda u ukupnom turističkom prometu na nivou zemlje u 2018. godini iznosilo je 32,4%, (više od 1/3 ukupnog broja turista). U posmatra-

²⁵ Zavod za zaštitu spomenika kulture grada Beograda. (2014): "Informativni o radu", Beograd, str. 24.

²⁶ Zvanični sajt grada Beograda, <http://www.beograd.rs/cir/upoznajte-beograd/1036-kultura-i-umetnost/>, (datum pristupa 21.12.2017.).

²⁷ Izrada autora na osnovu podataka Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija-Sektor za turizam, <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>, podaci za prvi kvartal 2019. godine.(datum pristupa 14.04.2019.)

nom periodu, najveća posećenost je ostvarena 2018. godine kada je u Beogradu boravilo 1.111.745 turista sa učešćem stranih turista od oko 84%. U navedenoj godini, ostvaren je i najveći broj noćenja turista od 2.289.464 sa učešće stranih turista od oko 85%.²⁸

Tabela 2. Ukupan broj dolazaka i noćenja turista na teritoriji Beograda, 2014-2018.²⁹

Godina	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno
2014.	155.977	597.765	753.742	393.156	1.142.185	1.535.341
2015.	157.245	650.362	807.607	400.323	1.285.694	1.686.017
2016.	176.087	737.063	913.150	406.674	1.460.476	1.867.150
2017.	172.043	863.162	1.035.205	432.335	1.758.139	2.190.474
2018.	173.297	938.448	1.111.745	334.997	1.954.467	2.289.464

Jedan od primarnih turističkih proizvoda u Beogradu je poslovni turizam, koji ima dugu tradiciju s obzirom na činjenicu da se ovaj grad profilisao kao destinacija kongresnog turizma još u bivšoj SFRJ. Imajući u vidu povoljan imidž, koji je zemlja imala u ekonomskom i političkom smislu, veliki broj poslovnih događaja kao što su kongresi i konvencije je organizovan u *Sava Centru*.³⁰ Beograd je i danas jedna od najznačajnijih destinacija poslovnog turizma u Republici Srbiji imajući u vidu da je ovaj grad zauzeo 71. mesto na međunarodnom nivou sa 39 organizovanih poslovnih događaja u 2018. godini. Na evropskom nivou, Beograd je u pomenutoj godini zauzeo 37. mesto prema broju organizovanih događaja.³¹ Ključna prednost Beograda kao destinacije poslovnog turizma ogleda se u postojanju kongresnih centara, u kojima se organizuje veliki broj međunarodnih i nacionalnih poslovnih događaja, među kojima se ističu: *Sava centar* (18 sala), *Kombank Dvorana* (6 sala), *Beogradski sajam* (3 sale) i *Belexpo-centar* (1 sala).³² Razvoju poslovnog turizma u Beogradu doprinosi činjenica da je ovaj grad poslovni centar Republike Srbije, u kome se nalazi veliki broj pred-

²⁸ Republički zavod za statistiku, Turistički promet- decembar 2018. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191016.pdf>, (datum pristupa 15.04.2019.)

²⁹ Republički zavod za statistiku, *Opštine i regioni u Republici Srbiji* (2014-2018. godine), <http://www.stat.gov.rs/WebSite/Default.aspx>; Turistički promet- decembar 2018. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191016.pdf>, (datum pristupa 15.04.2019.)

³⁰ Dragičević, V., Plavša, J., Štetić, S., Stankov, U. (2009): "Destinacije kongresnog turizma u svetu i u Srbiji", *Zbornik radova – Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, LVII*, str. 208.

³¹ International Congress and Convention Association. (2018): "ICCA Statistics Report Country & City Rankings",. Dostupno na: file:///D:/downloads/2018-Country-and-City-Rankings_Public-Abstract.pdf, (datum pristupa 27.03.2020.), p. 25-45.

³² Kongresni turizam, <http://www.kongresniturizam.com/EventProstori>, (datum pristupa 25.03.2020.).

stavništava internacionalnih kompanija što uslovljava dolazak velikog broja ljudi iz inostranstva i organizaciju poslovnih događaja.

Gradski odmori predstavljaju jedan od najatraktivnijih turističkih proizvoda na globalnom nivou i dugoročnom perspektivom razvoja u slučaju Beograda.³³ Grad Beograd poseduje razvijenu i kvalitetnu turističku ponudu, koja se sastoji od resursa prirodnog i antropogenog porekla, velikog broja turističkih i drugih vrsta događaja, kao i različitim sadržajima, koji omogućavaju turistima da kvalitetno provedu vreme tokom boravka u ovoj destinaciji (noćni provod, bogata gastronomska ponuda, šoping centri i dr.). Pored toga, važan preduslov za razvoj gradskih odmora je kvalitetna saobraćajna infrastruktura. Komparativna prednost saobraćajne mreže Beograda predstavlja vazdušni saobraćaj, čiji je nosilac razvoja aerodrom *Nikola Tesla* sa godišnjim prometom od 5.500.000 putnika.³⁴ Kvalitetna smeštajna ponuda je još jedan od važnih preduslova za razvoj ponude gradskih odmora grada Beograda. Grad Beograd poseduje razvijenu smeštajnu ponudu, koja se zasniva na hotelskom smeštaju.³⁵ Gradski odmori u Beogradu manifestuju se u vidu kraćeg boravka u gradu koji su podstaknuti različitim motivima putovanja (kulturni, poslovni i dr.). Postojanje bogate i raznovrsne turističke ponude, koja može zadovoljiti potrebe ne samo domaćih već i velikog broja stranih turista, dovodi Beograd na vrh lestvice prema stepenu razvijenosti gradskog turizma u Srbiji. Beograd se izdvaja od ostalih urbanih sredina prema svojoj veličini, turističkom potencijalu, infra i suprastrukturi, razvijenosti saobraćaja i dr.³⁶ Postojeća turistička ponuda grada Beograda omogućava zadovoljnije različitim motiva boravka turista u ovom gradu tokom cele godine.

Turizam događaja je veoma značajan segment turističke ponude Beograda, koja raspolaze svim uslovima neophodnim za uspešnu realizaciju ovog turističkog proizvoda: kulturno-istorijsko nasleđe, prirodna bogatstva, sportsko-rekreativne sadržaje, organizatore sa dovoljno iskustva i odgovarajuće smeštajne kapacitete.³⁷ Ovaj oblik turizma u gradu Beograda povezan je velikim brojem

³³ Zakić, L., Dragičević, V. (2007): "Analiza turističkog prometa Beograda i Novog Sada", *Zbornik radova Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo*, 36/2007, str. 101.

³⁴ Podovac, M. (2017): "City break travel as a factor of tourism industry competitiveness", 2nd International Scientific Conference *Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia - Tourism product as a factor of competitiveness of the Serbian economy and experiences of other countries*, University of Kragujevac - Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, Serbia, Vrnjačka Banja, 1-3 June, 2017, Thematic Proceedings I, pp.666.

³⁵ Podovac, M. (2016): "Gradski turizam u funkciji konkurentnosti Republike Srbije", *Tematski zbornik radova međunarodnog značaja Savremeni menadžment alati i ekonomija turističkog sektora današnjice*, Udruženje menadžera i ekonomista Balkana, Beograd; Fakultet za turizam i ugostiteljstvo, Ohrid, str. 171.

³⁶ Podovac, M. (2019): "Strategijske osnove razvoja turizma u gradovima Srbije", doktorska disertacija, Univerzitet Singidunum, str. 96.

³⁷ Stevanović, S., Malinić, V. (2016): "Značaj manifestacija za razvoj turizma u Beogradu", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu - Hotel and Tourism Management*, 4(1),

kulturnih, sportskih i zabavnih događaja, koji doprinose privlačenju inostanih turista.³⁸ Grad Beograd je osnivač velikog broja kulturnih manifestacija dok Sekretarijat za kuluru grada Beograda doprinosi organizaciji oko 70 kulturnih manifestacija.³⁹ Imajući u vidu da je privredni centar Republike Srbije, u Beogradu se organizuje veliki broj sajamskih manifestacija, koje imaju međunarodni karakter pri čemu je najveći kompleks za organizaciju ove vrste manifestacija *Beogradski sajam*, čiji kapacitet obuhvata 5 hala sa izložbenom površinom od oko 15.000m².⁴⁰ Organizacija velikog broja događaja tokom godine u Beogradu utiče na kontinuirani priliv turista, čime se ostvaruju značajne ekonomske efekte za turističku industriju.

Uzimajući u obzir bogatu kulturno-istorijsku baštinu i veliki broj kulturnih dobara, koji su pod zaštitom države, grad Beograd je značajna destinacija kulturnog turizma. Grad Beograd poseduje veliki broj lokaliteta kulturno-istorijskog nasleđa, koji potiču iz različitih istorijskih razdoblja i svedoče o razvoju i usponu Beograda. S druge strane, ponuda kulturnog turizma grada Beograda obuhvata i veliki broj institucija savremene umetnosti (pozorišta, muzeji, galerije i dr.). Ponudu kulturnog turizma grada Beograda čini veliki broj muzeja sa različitim postavkama (oko 30 muzeja), galerije i zadužbine (oko 20 objekata), arheološko nalazište Vinča i još 16 drugih arheoloških nalazišta, Beogradska tvrđava sa Kalemegdanskim parkom, ambijentalne celine (Skadarlja, Kosančićev venac, Gardoš i dr.), oko 70 crkvi i manastira i dr.⁴¹ Kulturna baština je valorizovana i promovisana putem različitih promotivnih kampanja sa ciljem privlačenja turista, koji su zainteresovani za upoznavanje kulture i tradicije grada Beograda.

4. Turistička ponuda grada Sofije

Sofija je glavni grad Republike Bugarske, koji se nalazi u njegovom zapadnom delu na nadmorskoj visini od 550 m zauzimajući površinu od 1.311 km², od kojih 245,5 km² zauzimaju naselja i urbanizovana teritorija.⁴² Sofija poseduje kvalitetan i razvijen saobraćajni sistem pri čemu su svi oblici saobraćaja zastu-

³⁸ Podovac, M. (2016): "Gradski turizam u funkciji konkurentnosti Republike Srbije", Tematski zbornik radova međunarodnog značaja *Savremeni menadžment alati i ekonomija turističkog sektora današnjice*, Udruženje menadžera i ekonomista Balkana, Beograd; Fakultet za turizam i ugostiteljstvo, Ohrid, str. 171.

³⁹ Zvanični sajt grada Beograda, <http://www.beograd.rs/lat/upoznajte-beograd/1036-kultura-i-umetnost/>, (datum pristupa 24.12.2017.).

⁴⁰ Kongresni turizam, <http://www.kongresniturizam.com/KongresniCentar/beogradski-sajam-srbija>, (datum pristupa 23.12.2017.).

⁴¹ Stojanović, R. (2010): "The promotion of cultural tourism on the level of Belgrade as a tourist destination", *UTMS Journal of Economics*, 1 (2), pp. 99.

⁴² Zvanični sajt opštine Sofije: <https://www.sofia.bg/web/tourism-in-sofia/sofia>, (datum pristupa 25.02.2018.).

pljeni. Sa aspekta razvoja turizma, najznačajniji oblik saobraćaja u Sofiji je vazdušni saobraćaj. Međunarodni aerodrom *Sofija* je najveći aerodrom u Bugarskoj, o čemu svedoče kvantitativni pokazatelji. Ukupan broj prevezenih putnika u 2018. godini iznosio je 6.962.040 putnika. Međunarodni aerodrom *Sofija* svrstan je među 100 najprometnijih aerodroma u Evropi zahvaljujući uvođenju novih avio linija prema 44 nove destinacije od 2015. do 2019. godine (Ljubljana, Baku, Nica, Lisabon, Malaga i dr.).⁴³

Turistička ponuda Sofije utemeljena je na kulturnoj baštini, odnosno na velikom broju spomenika kulture, sakralnim objektima, verskim mestima, muzeja i arhitektonskim građevinama. U Sofiji se nalazi oko 28 značajnih muzeja (*Nacionalni Institut arheologije, Nacionalni istorijski muzej, Nacionalni prirodnjački muzej, Muzej savremene umetnosti* i dr.). Značajni deo kulturne baštine čine i sakralni objekti, među kojima je i određeni broj onih, koji su deo turističke ponude: Crkva Bojana iz XI veka, koja se nalazi na UNESCO-voj listi svetske kulturne baštine; džamija Banja Baši iz XVI veka, katedrala Svetog Aleksandra Nevskog, Rotunda Svetog Đorđa, Crkva Svete nedelje i dr.⁴⁴

Struktura hotelske ponude grada Sofije je vrlo dobro razvijena što je veoma važno u procesu privlačenja različitih tržišnih segmenata za boravak u gradu. Prema podacima Turističke organizacije Sofije⁴⁵, ukupan broj hotela u 2018. godini, iznosio je 621 objekat sa 9.842 soba, odnosno 18.761 kreveta. U ukupnom broju hotela, najveće procentualno učešće imaju hoteli sa jednom zvezdicom (46,5%). Međutim, najveće procentualno učešće hotela u ukupnom broju ležajeva svih hotela na teritoriji Sofije imaju hoteli sa četiri zvezdice (29,2%) (Tabela 3).

Tabela 3. Struktura hotelske ponude grada Sofije⁴⁶

Kategorija hotela	Broj objekata	Broj soba	Broj kreveta
Hotel *	289	1.971	4.308
Hotel **	141	1.269	2.508
Hotel ***	143	2.038	3.651
Hotel ****	37	3.014	5.490
Hotel *****	11	1.550	2.804
Ukupno	621	9.842	18.761

⁴³ Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency. (2019): "Sofia Tourism and Air Transport Market Report 2019", Sofia, pp. 25-29.

⁴⁴ Zvanični sajt Turističke organizacije Sofije: <https://www.visitsofia.bg/en/>, (datum pristupa 28.02.2018.)

⁴⁵ Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency. (2019): "Sofia Tourism and Air Transport Market Report 2019", Sofia, pp. 18.

⁴⁶ Sofia Tourism Administration. (2019): "Sofia tourism in figures 2018", Sofia. Dostupno na <https://www.visitsofia.bg/images/pdf/tourism-in-figures-2018-en.pdf>, (datum pristupa 20.03.2020.), pp. 18.

Sofija je jedna od tri najvažnije turističke destinacije u Bugarskoj, jer je u podjednakoj meri razvijeno emitivno i receptivno područje.⁴⁷ U tabeli 4., prikazan je turistički promet Sofije u periodu 2014-2018. godine pri čemu je evidentan konstantan rast ukupnog broja turista kao i ukupnog broja noćenja. Najveći broj turista boravio je u Sofiji 2018. godine i to 1.384.963 turista, dok je najveći broj noćenja ostvaren 2017. godine (1.992.808 noćenja). Pored toga što Sofija beleži tendenciju rasta broja turista, uočljivo je dominantno učešće inostranih turista u ukupnom broju turista, a samim tim i u broju noćenja. Najveće procentualno učešće stranih turista u ukupnom turističkom prometu zabeleženo je 2018. godine (oko 66%), dok je najveće procentualno učešće noćenja stranih turista u ukupnom noćenju ostvareno 2017. godine (oko 72%) (Tabela 4).⁴⁸ Razlog takvog trenda je kontinuirano unapređenje turističke ponude, odnosno postojanje velikog broja turističkih proizvoda, koji mogu zadovoljiti potrebe različitih tipova turista.

Tabela 4. Ukupan broj dolazaka i noćenja turista na teritoriji Sofije, 2014-2018⁴⁹

Godina	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno
2014.	315.476	546.036	861.512	512.294	1.012.339	1.524.633
2015.	334.015	581.800	915.815	539.257	1.065.922	1.605.179
2016.	375.735	649.537	1.025.272	610.999	1.172.995	1.783.994
2017.	376.680	750.827	1.127.507	600.335	1.392.473	1.992.808
2018.	462.888	922.075	1.384.963	551.224	1.401.590	1.952.814

Od svih gradova u Bugarskoj najpogodnije uslove za razvoj kongresnog turizma, poseduje Sofija sa velikim brojem hotela, koji imaju odgovarajuće konferencijske sale. Važan segment ponude kongresnog turizma su kongresni centri (*Nacionalna palata kulture* i *INTER EXPO centar*). U gradu su zastupljene visokoškolske institucije, koje organizuju događaje pretežno naučnog karaktera kao i *Centralni dom vojske*, rezidencija *Bojana* i višenamenska sportska hala *Armeets Arena Sofija*.⁵⁰ Kongresni centar *Inter Expo* je jedan od naznačajnijih nosilaca

⁴⁷ Hruleva, M., Blanco Romero, A., Cánoves Valiente, G. (2013): "The monasteries around Sofia. Pilgrimage travels potential and tourist development", Cuadernos de Turismo, 32, pp. 320.

⁴⁸ Proračun autora na osnovu podataka u: Nacionalni Institut za statistiku Republike Bugarske, <http://www.nsi.bg/en>, (datum pristupa 23.03.2018.); Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency. (2019): "Sofia Tourism and Air Transport Market Report 2019", Sofia, pp. 8-14.

⁴⁹ Nacionalni Institut za statistiku Republike Bugarske, <http://www.nsi.bg/en>, (datum pristupa 23.03.2018.); Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency Sofia Tourism Administration. (2017): "Tourism and air transport market", Sofia, pp. 8.

⁵⁰ Zvanični sajt Turističke organizacije Bugarske: <http://www.bulgariatravel.org/en/Article/Details/2091/Congress%20Tourism>, (datum pristupa 19.03.2018.).

razvoja kongresnog turizma u Sofiji, koji raspolaže sa 6 izložbenih paviljona i 7 kongresnih sala za organizaciju skupova na ukupnoj površini od 42.000 m².⁵¹ Faktori, koji utiču na budući razvoj kongresnog turizma u Sofiji su: rast broja direktnih letova prema Evropi, Srednjem Istoku i Rusiji; razvijenost saobraćaja, povećanje broja stanica metroa do 2020. godine i lakši pristup aerodromu; cenovna konkurentnost turističkih usluga; razvoj MICE infrastrukture i rast ekonomske aktivnosti u Sofiji posebno u pogledu trgovinske razmene.⁵²

Sofija je turistička destinacija, koja izuzetno uspešno razvija ponudu gradskih odmora. Ova evropska metropola je fokurisana na razvoj tzv. *urbanih* i *neurbanih* oblika turizma. Svakako postojeći turistički potencijal uslovio je prepoznatljivost Sofije kao visoko atraktivne turističke destinacije.⁵³ Sofija nije bila uključena u intenzivni programski razvoj gradova od strane javnog sektora do 1995. godine. Razvoj gradskog turizma u Sofiji podstaknut je prisustvom međunarodnih hotelskih lanaca i korišćenjem njihovih kapaciteta za organizaciju kongresa i drugih događaja. Zbog same atraktivnosti grada, destinacijski menadžment preduzima različite aktivnosti kako bi popularizovao Sofiju kao destinaciju gradskog turizma. Tokom dužeg vremenskog perioda, destinacijski menadžment uz podršku lokalne vlasti je unapredio turističku infra i suprastrukturu radi formiranja kvalitetnije ponude *gradskih* odmora.⁵⁴ Pored toga, osnovni preduslovi za razvoj gradskih odmora u Sofiji ogledaju se u povoljnom geografskom položaju, velikom broju turističkih atraktivnosti pretežno antropogenog karaktera i manifestacijama, raznovrsnoj strukturi smeštajnih kapaciteta i dr.

Turizam događaja je izuzetno dobro razvijen u Sofiji i povezan je sa razvojem gradskog turizma. Pretežno se održavaju kulturne manifestacije, koje su periodičnog karaktera ili imaju ustaljen datum održavanja. U Sofiji se održavaju festivali filmskog (*Film Fest*, *Zlatni Kuker*, *Sofijski nezavisni filmski festival* i dr.), muzičkog (*Antistatički festival*, *Jazz festival*, *Međunarodni festival mladih muzičkih talenata* i dr.), pozorišnog (*Sofijski lutkarski festival*), književnog karaktera (*Međunarodni sajam knjiga* i *Međunarodni sajam književnosti*).⁵⁵ Sofija poseduje odgovarajuću infrastrukturu za organizaciju sportskih događaja. Turistička organizacija Sofije i drugi stejkholderi, tokom 2016. godine preduzeli su inicija-

⁵¹ <https://www.seebtm.com/sofija-atraktivnan-zeleni-grad/>, (datum pristupa 20.03.2018.)

⁵² Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency Sofia Tourism Administration. (2017): "Tourism and air transport market", Sofia, pp. 24.

⁵³ Marinov, V., Dogramadjieva, E., Assenova, M., E., Petkova, E. Baykov, B. (2015): "Tourism product development and marketing of Sofia metropolitan area: business perceptions and priorities", U: Tózsza, I. & Zátóri, A. (eds.) "Metropolitan Tourism Experience Development", Department of Economic Geography and Future Study, Corvinus University Budapest, pp. 52.

⁵⁴ University of Delaware - FLAG Consortium. (2001): "Evaluation Of The Growth Potential Of Selected Bulgarian Tourist Markets And Destinations", Sofia, pp. 12.

⁵⁵ Sofia Tourism Administration. (2015): "Sofia tourism in figures 2015", Sofia. Dostupno na: <http://visitsofia.bg/images/pdf/tourism-in-figure-en.pdf>, (datum pristupa 18.03.2019.), pp. 46.

tivu za organizaciju većeg broja sportskih dešavanja i popularizaciju aktivnog načina života među turistima i lokalnim stanovništvom.⁵⁶

Sofiju karakteriše kulturna raznolikost u vidu kulturno-istorijskog nasleđa, manifestacija i bogate gastronomije. Jedan od glavnih turističkih proizvoda je kulturni turizam, koji je od presudne važnosti za sveukupni razvoj turizma Sofije. Ponudu kulturnog turizma Sofije čini veliki broj spomenika kulture, muzeja i drugih institucija kulture i sakralnih objekata. Sofija je vodeća destinacija kulturnog turizma u Bugarskoj sa 2.585.844 izloženih predmeta u više od 25 muzeja, 40 umetničkih galerija i oko 1.400 istorijskih i kulturnih znamenitosti.⁵⁷ Promocija kulturne baštine je započeta sa ciljem izgradnje imidža Sofije kao destinacije kulturnog turizma, pored toga što je poznata na tržištu poslovnog turizma sa tendencijom kraćeg boravka u gradu i znatno manjeg korišćenja komplementarnih sadržaja.

5. Zaključak

U ovom radu, izvršena je uporedna analiza turističke ponude Beograda i Sofije sa ciljem utvrđivanja najbolje prakse u razvoju gradskog turizma. Gradovi Beograd i Sofija predstavljaju poznate destinacije gradskog turizma sa određenim sličnostima i razlikama u ponudi ovog oblika turizma. Gradski turizam je razvijen u analiziranim gradovima pri čemu je i u Beogradu i u Sofiji zasnovan na povezivanju sa drugim oblicima turističkih aktivnosti u ponudi gradskog turizma. Beograd je najznačajnija destinacija gradskog turizma u Republici Srbiji, koja je predodređena za razvoj ovog oblika turizma imajući u vidu da je prestonica Republike Srbije i da raspolaže razvijenom turističkom ponudom. Sofija je grad, u kome je gradski turizam novijeg datuma, odnosno od polovine 1990-ih godina uz zalaganje destinacijskog menadžmenta za popularizaciju turizma u užem gradskom centru kroz organizovane ture obilaska destinacije.

Beograd i Sofija imaju povoljne prirodne predispozicije za razvoj turizma, kao i veliki broj prirodnih dobara. Kvalitet saobraćaja je veoma značajan za razvoj turizma analiziranih gradova. Za razvoj gradskog turizma Beograda i Sofije od presudnog značaja je postojanje aerodroma, koji omogućavaju povezanost sa emitivnim tržištima i ostvaruju kontinuirani rast u broju putnika i letova.

Zajednička karakteristika analiziranih gradova je postojanje velikog broja turističkih atrakcija. Svaki od analiziranih gradova poseduje bogato kulturno-

⁵⁶ Sofia Tourism Administration. (2016): "Sofia tourism in figures 2016", Sofia. Dostupno na: <https://www.visitsofia.bg/images/pdf/tourism-in-figure-2016-en.pdf>, (datum pristupa 18.03.2019.), pp. 38-40.

⁵⁷ Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency Sofia Tourism Administration. (2017): "Tourism and air transport market", Sofia, pp. 19.

istorijsko nasleđe, koje obuhvata verske objekte, dvorce i palate, monumentalne građevine kao i muzeje, galerije, pozorišta i druge lokalitete. Analizirani gradovi imaju sličnu strukturu turističkih proizvoda, u kojoj pretežno dominiraju gradski odmori, kulturni turizam, poslovni turizam i turizam događaja. Bogato kulturno-istorijsko nasleđe i manifestacije doprinose razvoju kulturnog i turizma događaja, dok sa druge strane činjenica da su ovi gradovi značajni privredni i obrazovni centri uslovljava organizaciju velikog broja događaja i doprinosi popularizaciji poslovnog turizma.

Prema karakteristikama turističkog prometa, Beograd i Sofija ostvaruju izuzetno dobre rezultate. Pored toga što je najznačajnija turistička destinacija Republike Srbije, Beograd je ujedno najposećeniji grad na nivou cele zemlje. Značajni pokazatelj razvijenosti turizma je procentualno učešće stranih turista u ukupnom broju dolazaka i noćenja turista na nivou cele zemlje. Procentualno učešće stranih turista u ukupnom broju turista kao i u ukupnom broju noćenja turista gradu Beogradu je iznad 80%.⁵⁸ I Sofija beleži visoko procentualno učešće dolazaka stranih turista u ukupnom broju turista (oko 66%) kao i visoko učešće noćenja stranih turista u ukupnom broju noćenja (oko 72%).⁵⁹

Beograd i Sofija su prepoznatljive turističke destinacije na turističkom tržištu, koje u okviru svoje ponude razvijaju veliki broj turističkih proizvoda, između ostalog i gradski turizam. Komparativna prednost u razvoju gradskog turizma Beograda i Sofije ogleda se u povezivanju ponude gradskog turizma sa ostalim oblicima turizma čime je omogućeno da se produži boravak turista u gradovima i poveća turistička potrošnja. Pored toga, ponudu gradskog turizma Beograda i Sofije je moguće unaprediti poboljšanjem kvaliteta smeštaja i obezbeđivanjem dodatnih sadržaja za turiste. U cilju unapređenja pozicije na turističkom tržištu, analizirani gradovi, odnosno njihov destinacijski menadžment može preduzeti odgovarajuće mere u pogledu stvaranja efikasnije marketing strategije. Upravo ta strategija treba da obuhvati intenzivniju promociju ponude ovih gradova putem interneta i društvenih mreža. Na taj način je moguće privući veći broj stranih turista da borave u Beogradu i Sofiji sa ciljem unapređenja pozicije na međunarodnom nivou.

⁵⁸ Proračun autora na osnovu: Republički zavod za statistiku. (2018): Turistički promet-decembar 2018. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191016.pdf>, (datum pristupa 15.04.2019)

⁵⁹ Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency. (2019): "Sofia Tourism and Air Transport Market Report 2019", Sofia, pp. 8-14.

Literatura

1. Bakucz, M. (2012): "Održivi gradski turizam ili viši kvalitet života za lokalno stanovništvo? - ex post analiza projekta 'Pečuj evropska prestonica kulture za 2010'", *Megatrend revija*, 9(1), 149-168.
2. Čerović, S. (2009): "Strategijski menadžment u turizmu". Univerzitet Singidunum.
3. Dragičević, V., Plavša, J., Štetić, S., Stankov, U. (2009): "Destinacije kongresnog turizma u svetu i u Srbiji", *Zbornik radova - Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, LVII*, 199-214.
4. Edwards, D., Friffin, T., Hayllar, B. (2008): "Urban tourism research: Developing an agenda", *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
5. Hruleva, M., Blanco Romero, A., Cànoves Valiente, G. (2013): "The monasteries around Sofia. Pilgrimage travels potential and tourist development", *Cuadernos de Turismo*, 32, 319-321.
6. Grad Beograd. (2015): "Vodič za investitore grada Beograda". Beograd. Dostupno na: http://www.beograd.rs/images/file/f4aed9df36d9b48204686ce587db0050_5522129452.pdf, (datum pristupa 13.12.2017.).
7. Gradska uprava grada Beograda, Sekretarijat za privredu. (2017): "Strategija razvoja grada Beograda do 2021". Beograd.
8. International Congress and Convention Association. (2018): "ICCA Statistics Report Country & City Rankings". Dostupno na: file:///D:/downloads/2018-Country-and-City-Rankings_Public-Abstract.pdf, (datum pristupa 27.03.2020.).
9. Institut ekonomskih nauka. (2008): "Strategija razvoja turizma grada Beograda". Beograd.
10. Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency Sofia Tourism Administration. (2017): "Tourism and air transport market", Sofia.
11. Investment & Business Development Department of Sofia Municipal Privatization and Investment Agency. (2019): "Sofia Tourism and Air Transport Market Report 2019", Sofia.
12. ITB Berlin. (2019): "ITB world travel trends 2018/2019", IPK International, Berlin.
13. Kazakov, A., & Nikolova, V. (2015): "Special features in supply of city breaks as tourist production in destinations Sofia and Skopje", *Eastern Academic Journal*, 3, 1-14.
14. Kongresni turizam, <http://www.kongresniturizam.com/>, (datum pristupa 25.03.2020.).
15. Marinov, V., Dogramadjieva, E., Assenova, M., E., Petkova, E. Baykov, B. (2015): "Tourism product development and marketing of Sofia metropolitan area: business perceptions and priorities", U: Tózsza, I. & Zátóri, A. (eds.)

- “Metropolitan Tourism Experience Development”, Department of Economic Geography and Future Study, Corvinus University Budapest, 51-67.
16. Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija - Sektor za turizam, <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/>, (datum pristupa 14.04.2019.)
 17. Milićević, S., Đorđević, N. (2016): “Glavni gradovi kao turističke destinacije”, *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 4(1), 21-30.
 18. Nacionalni Institut za statistiku Republike Bugarske, <http://www.nsi.bg/en>.
 19. Petkova, E., Marinov, V. (2014): “Development of diversified tourism destination products - A case study of tourism destination, municipality of Sofia, Bulgaria”, *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 2(1), 33-47.
 20. Podovac, M. (2016): “Gradski turizam u funkciji konkurentnosti Republike Srbije”, Tematski zbornik radova međunarodnog značaja *Savremeni menadžment alati i ekonomija turističkog sektora današnjice*, Udruženje menadžera i ekonomista Balkana, Beograd; Fakultet za turizam i ugostiteljstvo, Ohrid, 161-177.
 21. Podovac, M. (2017): “City break travel as a factor of tourism industry competitiveness”, 2nd International Scientific Conference *Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia - Tourism product as a factor of competitiveness of the Serbian economy and experiences of other countries*, University of Kragujevac - Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, Serbia, Vrnjačka Banja, 1-3 June, 2017, Thematic Proceedings I, 659-678.
 22. Podovac, M. (2019): “Strategijske osnove razvoja turizma u gradovima Srbije”, doktorska disertacija, Univerzitet Singidunum.
 23. Republic of Bulgaria. (1995). “Law of the Administrative territorial structure of the Republic of Bulgaria”. Dostupno na <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/hlm/prgm/cph/experts/bulgaria/documents/LATSRB.pdf> (datum pristupa 20.03.2020.).
 24. Republika Srbija. (2016). *Zakon o lokalnoj samoupravi*. Dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi_download/zakon_o_lokalnoj_samoupravi.pdf, (datum pristupa 29.04.2019.).
 25. Republički zavod za statistiku: *Opštine i regioni u Republici Srbiji*, (2014-2018. godine), Dostupno na: <http://www.stat.gov.rs/WebSite/Default.aspx>, (datum pristupa 15.04.2019.)
 26. Republički zavod za statistiku. (2018): Turistički promet- decembar 2018. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191016.pdf>, (datum pristupa 15.04.2019.).
 27. Republički zavod za statistiku – Stanovništvo: <https://www.stat.gov.rs/oblasti/stanovnistvo/procene-stanovnistva/> (datum pristupa 30.03.2020.).
 28. Sofia Tourism Administration.(2015): “Sofia tourism in figures 2015”, Sofia. Dostupno na: <http://visitsofia.bg/images/pdf/tourism-in-figure-en.pdf>, (datum pristupa 18.03.2019.)

29. Sofia Tourism Administration. (2016): "Sofia tourism in figures 2016", Sofia. Dostupno na: <https://www.visitsofia.bg/images/pdf/tourism-in-figure-2016-en.pdf>, (datum pristupa 18.03.2019.)
30. Sofia Tourism Administration.(2019): "Sofia tourism in figures 2018", Sofia. Dostupno na <https://www.visitsofia.bg/images/pdf/tourism-in-figures-2018-en.pdf>, (datum pristupa 20.03.2020.)
31. Stevanović, S., Malinić, V. (2016): "Značaj manifestacija za razvoj turizma u Beogradu", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu - Hotel and Tourism Management*, 4(1), 53-63.
32. Stojanović, R. (2010): "The promotion of cultural tourism on the level of Belgrade as a tourist destination", *UTMS Journal of Economics*, 1(2), 99-106.
33. Štoković, I. (2004): "Benčmarking u turizmu", *Ekonomski pregled*, 55(1-2), 66-84.
34. University of Delaware - FLAG Consortium. (2001): "Evaluation Of The Growth Potential Of Selected Bulgarian Tourist Markets And Destinations", Sofia.
35. Vizjak, A., Alkier Radnić, A. (2006): "Djelovanje „Benchmarkinga“ u međunarodnoj ekonomiji". *Tourism and Hospitality Management*, 12(1), 171-182.
36. Zakić, L., Dragičević, V. (2007): "Analiza turističkog prometa Beograda i Novog Sada", *Zbornik radova Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo*, 36/2007, 100-110.
37. Zavod za zaštitu spomenika kulture grada Beograda. (2014):" *Informator o radu*", Beograd.
38. Zvanični sajt grada Beograda, <http://www.beograd.rs> , (datum pristupa 13.12.2017.)
39. Zvanični sajt aerodroma Nikola Tesla: <https://beg.aero/lat>, (datum pristupa 20.03.2020.)
40. Zvanični sajt opštine Sofije: <https://www.sofia.bg/>, (datum pristupa 25.02.2018.)
41. Zvanični sajt Turističke organizacije Bugarske: <http://www.bulgariatravel.org/en/> , (datum pristupa 19.03.2018.)
42. Zvanični sajt Turističke organizacije Sofije: <https://www.visitsofia.bg/en/>, (datum pristupa 28.02.2018.)
43. WTTC. (2018): "City travel & tourism impacts 2018 Highlights", World Travel and Tourism Council, London.
44. <http://worldpopulationreview.com/world-cities/sofia-population/>, (25.02.2018.)
45. <https://www.seebtm.com/sofija-atraktivnan-zeleni-grad/>, (datum pristupa 20.03.2018.)

COMPARATIVE ANALYSIS OF URBAN TOURISM OFFER OF BELGRADE AND SOFIA

Abstract: *In this paper a comparative analysis was conducted of the tourist offer of the cities Belgrade (Republic of Serbia) and Sofia (Republic of Bulgaria), which are recognizable as urban tourist destination on the tourist market. The basic elements used to compare the tourist offer of the mentioned cities are their qualitative and quantitative characteristics. Qualitative characteristics refer to natural features, transport infrastructure, tourism resources and associated facilities, which are significant for the urban tourism development. Quantitative characteristics include tourist traffic (total number of tourist arrivals and overnight stays) and population. The objectives of the comparative analysis are to identify best practices in the development of this form of tourism and ways and measures to improve the position of Belgrade and Sofia on the tourism market. The results of the comparative analysis showed that both of analyzed cities have a developed offer of urban tourism.*

Keywords: *comparative analysis, Belgrade, Sofia, urban tourism, tourist offer.*