

POZITIVNI ASPEKTI RAZVOJA BICIKLISTIČKOG TURIZMA NA TURISTIČKIM DESTINACIJAMA

Studija slučaja Fruška gora

Vujko A

Departman za turizam, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Sažetak

Pozitivni aspekti razvoja biciklističkog turizma na turističkim destinacijama ogledali bi se u nizu direktnih i indirektnih ekonomskih efekata. Ti efekti bi se najpre uočili kod lokalnog stanovništva jer bi razvoj biciklističkog turizma bio indirektno srazmeran otvaranju novih radnih mesta i podsticanju privatnog preduzetništva. Imajući u vidu da je biciklistički turizam pre svega održivi oblik turizma i da su rezultati istraživanja dali smernice budućeg razvoja biciklističkog turizma na Fruškoj gori, najvažniji ciljevi rada bili su da se prikažu stavovi ciklo turista o Fruškoj gori kao turističkoj destinaciji za razvoj biciklističkog turizma i da se pozitivni aspekti razvoja biciklističkog turizma na Fruškoj gori iskoriste kao polazna osnova razvoju biciklističkog turizma na bilo kojoj turističkoj destinaciji. Empirijsko istraživanje koje je sprovedeno na uzorku od 264 ciklo turista imalo je za cilj da ukaže na pogodnosti razvoja biciklističkog turizma na području Fruške gore. Primenom Survey metoda došlo se do podataka koji ukazuju da je ovakvo stanje direktno povezano sa ljudskim resursima u najširem smislu.

Ključne reči: Biciklistički turizam, Turistička destinacija, Fruška gora

POSITIVE ASPECTS OF THE CYCLING TOURISM DEVELOPMENT ON THE TOURIST DESTINATION

Case study Fruška gora mountain

Abstract

Positive aspects of the cycling tourism development on the tourist destination would be in a series of direct and indirect economic effects. These effects would be the first noted among the local population. Cycling tourism development has reflect an order to the opening of new jobs and encouraging the private entrepreneurship. Bearing in mind that the Cycling tourism are sustainable form of tourism the results of research gave guidelines for future development of cycling tourism on Fruška gora mountain. Most important goals were to show the views of Cyclists on Fruška gora Tourist Destination and that the positive aspects of the development of cycling tourism on Fruška gora

mountain use as well as a starting point of cycling tourism development on any tourist destination. Empirical research conducted on a sample of 264 cyclo tourists was aimed to present the main benefits of cycling tourism in the area of Fruška gora mountain. Using the Survey method, data indicate that this situation is directly linked with the human resources in the broadest sense.

Key words: Cycling tourism, Tourist destination, Fruška gora mountain

TIMS Acta (2012) 6, 19-28

Uvod

Ciklo turisti žude za novim destinacijama, a prednost takvog ponašanja ide u prilog razvoja turističkih destinacija prilagođenih biciklističkom turizmu (Simonsen & Jorgenson, 1998; Ritchie & Hall, 1999; Hayward, 2001; Hudson, 2003; Weed & Bull, 2004; Torkildsen, 2005; Weed, 2008; Matthew, 2009; Paul & others, 2009; Vujko i Plavša, 2010; Vujko, 2011). Pojam turističke destinacije najčešće se vezuje za određeni geografski prostor na kome je moguće iskusiti različite oblike doživljaja (Botti & others, 2008; Cracolici & Nijkamp, 2009; Đorđević i Tomka, 2011; www.destinationmarketing.org). Osnovna hipoteza od koje se pošlo u radu, a polazeći od činjenice da biciklistički turizam u svetu postaje sve aktuelniji vid turizma (Matthew, 2009; Paul & others, 2009; www.tia.org), bila je pretpostavka da je Fruška gora turistička destinacija na kojoj je moguće razviti ovakav vid turizma i da bi u budućnosti mogla postati model koji bi mogle primeniti i sve druge turističke destinacije koje u svojoj ponudi žele imati biciklistički turizam. U tom smislu za cilj rada je postavljeno da se prikaže direktan ekonomski uticaj biciklističkog turizma na turističku destinaciju (stanje smeštajnih kapaciteta i potencijalni promet ciklo turista na Fruškoj gori) i indirektan ekonomski uticaj biciklističkog turizma na turističku destinaciju (otvaranje mnogih radnih mesta i drugo). Svrha rada je da se uočene mogućnosti iskoriste za projekciju potencijalnog modela razvoja

biciklističkog turizma na turističkim destinacijama što se pokazalo kao pozitivno iskustvo u drugim državama: Danskoj (Simonsen & Jorgenson, 1998; www.crt.dk), Kanadi (www.routeverte.com) i Velikoj Britaniji (www.sustrans.org.uk).

Metodologija

Podaci prikupljeni istraživanjem dobijeni su direktnim ispitivanjem, primenom Survey metoda. Uzorak su činili ciklo turisti koji su na proputovanju Dunavskom biciklističkom rutom kod Iloka iz Hrvatske biciklima ušli u Vojvodinu. Takvih ciklo turista je bilo 264 i bili su iz devet zemalja: Hrvatske, Slovenije, Rumunije, Nemačke, Mađarske, Francuske, Holandije, Austrije i Poljske. Primenom odgovarajućih istraživačkih instrumenata, obuhvaćene su promenjive koje su se pre svega ticale njihovog mišljenja o materijalnoj bazi biciklističkog turizma na Fruškoj gori (smeštajnim kapacitetima i turističkom prometu) koja je u ovom slučaju bila samo projekcija dobijena na osnovu prethodnih iskustava ciklo turista. Ono što je važno prilikom istraživanja bilo je to da ispitanici nisu imali predznanje o prirodnim i kulturnim znamenitostima planine kao ni o stanju materijalne baze. Pa opet, pitanja su im postavljana u cilju dobijanja određenih odgovora na osnovu njihovih ranijih iskustava. Istraživanje je bilo deo šireg istraživačkog projekta koji je u toku 2010. godine sprovela autorka rada da bi se

projektovala pretpostavljena potreba izrade turističkih biciklističkih karata za prostor Fruške gore u saradnji sa Biciklističkim savezom Vojvodine. Upitnik na koji su odgovarali ciklo turisti obuhvatio je sledeće varijable: pogodnost prostora Fruške gore za vožnju bicikla, količinu samoinicijativnosti u istraživanju prostora bez adekvatne signalizacije, turističkih vodiča i slično, projekciju potencijalne materijalne baze biciklističkog turizma na planini kao i potencijalnu potrošnju. Polazna osnova od koje se pošlo prilikom osmišljavanja celokupnog istraživanja bila je subjektivna pretpostavka da ciklo turisti, koji voze Dunavskom biciklističkom rutom, imaju dovoljno iskustava sa vožnjom po turističkim destinacijama u kojima je dobro razvijen biciklistički turizam da bi svojim odgovorima mogli doprineti boljem razumevanju ovog oblika turizma i pozitivnim aspektima razvoja biciklističkog turizma na turističkim destinacijama u Srbiji. Ciklo turisti su tokom letnjeg perioda (jun-septembar) organizovano dočekivani i uz adekvatne vodiče vođeni po najatraktivnijim delovima Fruške gore. Dobijeni podaci su obrađeni odgovarajućim statističkim metodama deskriptivnog i komparativnog karaktera, čime je omogućena eksplikacija rezultata istraživanja i izvođenje pomenutih zaključaka. Jedan od postupaka analize dobijenih podataka bio je i Hi-kvadrat test. Hi-kvadrat test je vrlo praktičan test koji je poslužio da bi se utvrdilo da li neke dobijene (opažene) frekvencije (odgovori ispitanika muškog pola u odnosu na odgovore ispitanika ženskog pola), odstupaju od frekvencija koje su bile očekivane. Od ovog testa se tražio odgovor na pitanje da li postoji povezanost između ove dve varijable i verovatnost povezanosti. U radu se pretpostavilo da neće biti razlika u odgovorima ispitanika oba pola, ali da bi se ta pretpostavka (hipoteza) proverila, primenjen je ovaj test.

Rezultati i diskusija

Ukupan broj ciklo turista koji su se odvažili da probaju da voze Fruškom gorom bio je 264. Od ukupnog broja ispitanika njih 205 (77,7%) su bili muškog pola, a 49 (18,6%) ženskog pola, dok 10 ispitanika nije dalo odgovor na ovo pitanje. Kako bi se uočila razlika u odgovorima merena na osnovu statistički značajne razlike u distribuciji zavisne promenjive u odnosu na nezavisnu, prikazivani su rezultati u zavisnosti od pola ispitanika, a za statistički značajnu razliku uzima se ona za koju je $p < 0,05$.

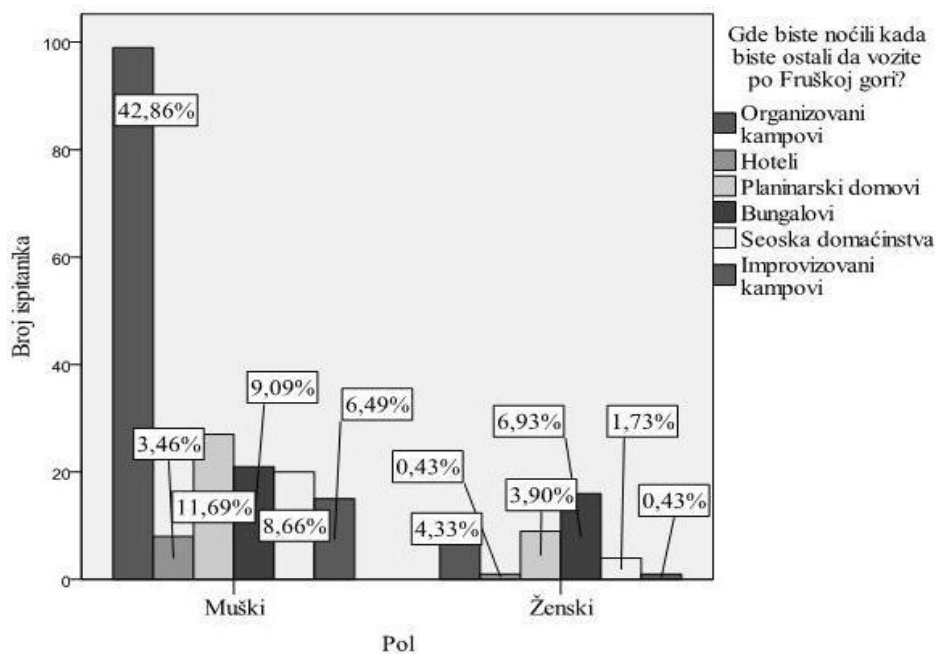
Direktni ekonomski uticaji biciklističkog turizma na turističku destinaciju prikazani su u Tabelama 1, 3, 5 i 7. Jedno od postavljenih pitanja (Tabela 1, Grafikon 1) se odnosilo na to da ispitanici daju svoju projekciju omiljenih i najčešće korišćenih mesta za noćenje prilikom vožnje. Od ispitanika je traženo da imaginarno daju odgovore s obzirom na to da je trenutno stanje smeštajnih kapaciteta na planini neravnomerno raspoređeno i da oni smeštajni kapaciteti koji na planini postoje, nisu posebno prilagođeni ciklo turistima. S obzirom na to da na planini nema organizovanih kampova, ono što je zaokupiralo pažnju jeste podatak da 49,4% ispitanika muškog pola izražava želju da noći upravo u ovakvim objektima, dok su odgovori ispitanika ženskog pola bili malo drugačiji jer su njihova omiljena mesta, pored kampova, bungalovi i planinarski domovi. Na osnovu dobijene vrednosti $p = 0,000$ (Tabela 2) uočava se postojanje statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika u zavisnosti od pola.

Tabela 1. Potencijalna mesta noćenja ciklo turista

| | | | Gde biste noćili kada biste ostali da vozite po Fruškoj gori? | | | | | | Ukupno |
|-------|-------|------|---|--------|--------------------|-----------|-----------------|-----------------------|--------|
| | | | Organizovani kampovi | Hoteli | Planinarski domovi | Bungalovi | Seoska domaćin. | Improvizovani kampovi | |
| Pol | Muški | Broj | 99 | 8 | 27 | 21 | 20 | 15 | 190 |
| | | % | 42,9% | 3,5% | 11,7% | 9,1% | 8,7% | 6,5% | 82,3% |
| | Žen. | Broj | 10 | 1 | 9 | 16 | 4 | 1 | 41 |
| | | % | 4,3% | 0,4% | 3,9% | 6,9% | 1,7% | 0,4% | 17,7% |
| Total | | Broj | 109 | 9 | 36 | 37 | 24 | 16 | 231 |
| | | % | 47,2% | 3,9% | 15,6% | 16,0% | 10,4% | 6,9% | 100,0% |

Tabela 2. Pearson Chi-Square test

| | Vrednost | df | Statistička značajnost (p) |
|---------------------------|----------|----|----------------------------|
| <i>Pearson Chi-Square</i> | 24,999 | 5 | 0,000 |



Grafikon 1. Potencijalna mesta noćenja ciklo turista

Iz Tabele 3 i iz Grafikona 2 može se uočiti da ciklo turisti smatraju da je postojanje organizovanih kampova na Fruškoj gori deficitarno, što potvrđuje i činjenica da su kampovi, bungalovi i privatni smeštaj korišćeniji oblici smeštaja od strane ciklo turista

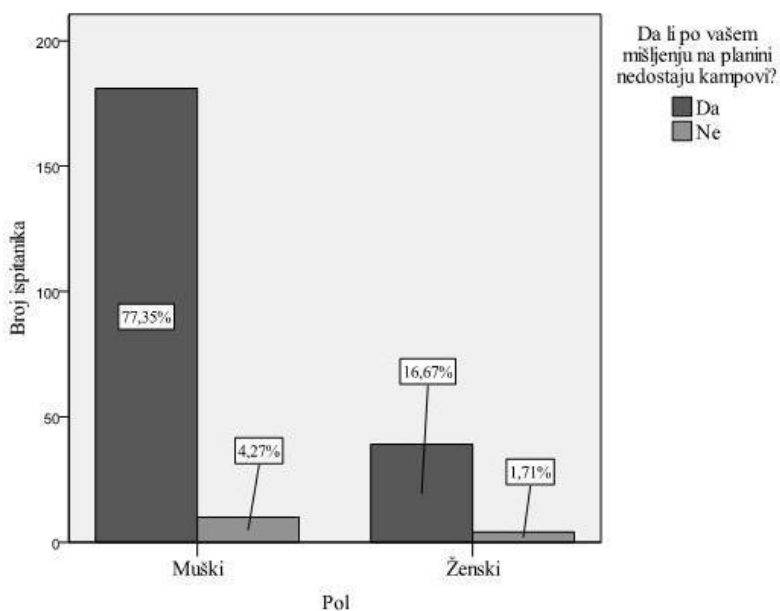
(Tabela 1, Grafikon 1). Na osnovu dobijene vrednosti $p = 0,310$ (Tabela 4) uočava se nepostojanje statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika u zavisnosti od pola.

Tabela 3. Mišljenje ciklo turista o nedostatku kampova na Fruškoj gori

| | | | Da li po vašem mišljenju na planini nedostaju kampovi? | | Ukupno |
|--------|--------|------|--|------|--------|
| | | | Da | Ne | |
| Pol | Muški | Broj | 181 | 10 | 191 |
| | | % | 77,4% | 4,3% | 81,6% |
| | Ženski | Broj | 39 | 4 | 43 |
| | | % | 16,7% | 1,7% | 18,4% |
| Ukupno | | Broj | 220 | 14 | 234 |
| | | % | 94,0% | 6,0% | 100,0% |

Tabela 4. Pearson Chi-Square test

| | Vrednost | df | Statistička značajnost (p) |
|---------------------------|----------|----|----------------------------|
| <i>Pearson Chi-Square</i> | 1,032 | 1 | 0,310 |



Grafikon 2. Mišljenje ciklo turista o nedostatku kampova na Fruškoj gori

Dakle, iz prethodnog se može zaključiti da ispitanici oba pola smatraju da bi na turističkim destinacijama koje se žele baviti biciklističkim turizmom trebali postojati i organizovani kampovi. Odgovori koji se mogu videti u Tabeli 5 i Grafikonu 3

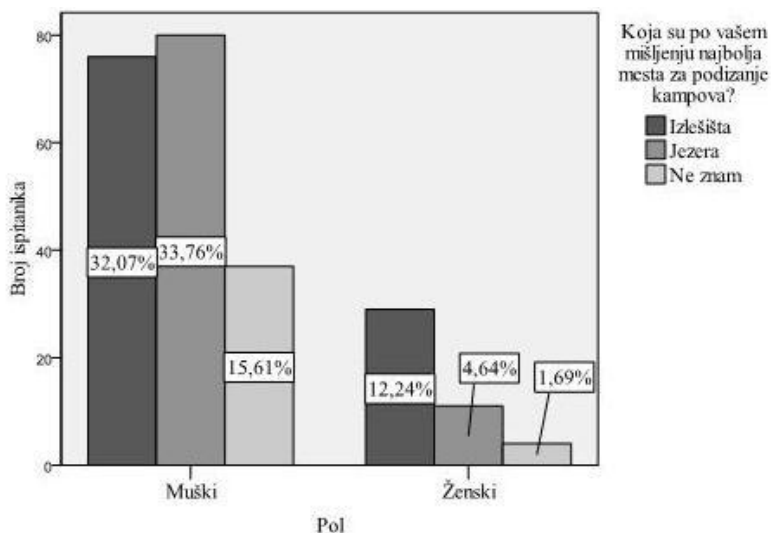
rezultat su pređašnjih iskustava ciklo turista. Naime, ciklo turistima je postavljeno pitanje na koje su trebali da odgovore na osnovu svojih iskustava prilikom vožnje bicikla na sličnim destinacijama.

Tabela 5. Mišljenje ciklo turista o potencijalno najboljim mestima za kampove na Fruškoj gori

| | | Koja su po vašem mišljenju najbolja mesta za podizanje kampova? | | | | Ukupno |
|--------|--------|---|--------|---------|-------|--------|
| | | Izletišta | Jezera | Ne znam | | |
| Pol | Muški | Broj | 76 | 80 | 37 | 193 |
| | | % | 32,1% | 33,8% | 15,6% | 81,4% |
| | Ženski | Broj | 29 | 11 | 4 | 44 |
| | | % | 12,2% | 4,6% | 1,7% | 18,6% |
| Ukupno | | Broj | 105 | 91 | 41 | 237 |
| | | % | 44,3% | 38,4% | 17,3% | 100,0% |

Tabela 6. Pearson Chi-Square test

| | Vrednost | df | Statistička značajnost (p) |
|---------------------------|----------|----|----------------------------|
| <i>Pearson Chi-Square</i> | 10,323 | 2 | 0,006 |



Grafikon 3. Mišljenje ciklo turista o potencijalno najboljim mestima za kampove na Fruškoj gori

Interesantno je da su ispitanici muškog pola gotovo ravnomerno izrazili stav da kampovi treba da budu smešteni na nekom od izletišta Fruške gore (Osovlje, Testera, Popovica, Glavica, Stražilovo, Banstol i dugo) ili na obalama jezera (Sot, Bruja, Moharač, Međeš jezero i druga). Na osnovu dobijene vrednosti $p = 0,006$ (Tabela 6) uočava se postojanje statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika u zavisnosti od pola.

Iz Tabele 7 i Grafikona 4 vidi se da bi ciklo turisti najviše materijalnih sredstava trošili na biciklističke

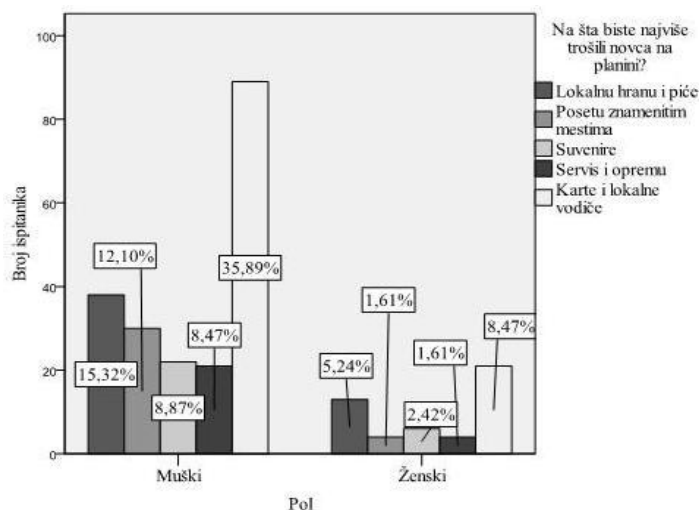
karte i lokalne biciklističke vodiče (44,4%). Ovaj podatak je posebno interesantan jer je na osnovu sličnih iskustava u Danskoj (Simonsen & Jorgenson, 1998; www.crt.dk), Kanadi (www.routeverte.com) i Velikoj Britaniji (www.sustrans.org.uk), moguće doći do zaključka da su obeleženi putevi, trasirane staze i signalizacija, kao i sistem biciklističkih karata i vodiča veoma važni ciklo turistima i da se bez njih zapravo ni ne može govoriti o biciklističkom turizmu.

Tabela 7. Mišljenje ciklo turista o potencijalnoj potrošnji na planini

| | | | Na šta biste najviše trošili novca na planini? | | | | | Ukupno |
|--------|--------|------|--|---------------------------|----------|-----------------|------------------------|--------|
| | | | Lokalnu hranu i piće | Posetu znamenitim mestima | Suvenire | Servis i opremu | Karte i lokalne vodiče | |
| Pol | Muški | Broj | 38 | 30 | 22 | 21 | 89 | 200 |
| | | % | 15,3% | 12,1% | 8,9% | 8,5% | 35,9% | 80,6% |
| | Ženski | Broj | 13 | 4 | 6 | 4 | 21 | 48 |
| | | % | 5,2% | 1,6% | 2,4% | 1,6% | 8,5% | 19,4% |
| Ukupno | | Broj | 51 | 34 | 28 | 25 | 110 | 248 |
| | | % | 20,6% | 13,7% | 11,3% | 10,1% | 44,4% | 100,0% |

Tabela 8. Pearson Chi-Square test

| | Vrednost | df | Statistička značajnost (p) |
|---------------------------|----------|----|----------------------------|
| <i>Pearson Chi-Square</i> | 2,747 | 4 | 0,601 |



Grafikon 4. Mišljenje ciklo turista o potencijalnoj potrošnji na planini

Isto tako, veoma je interesantno da su svi ostali odgovori bili ravnomerno zastupljeni, bilo da su u pitanju gastronomija, objekti i ustanove od kulturnog značaja, suveniri i druge autentičnosti te servisiranje bicikala i postojanje prodavnica dodatne opreme. Imajući sve to u vidu vidi se značaj koji bi biciklistički turizam mogao da ima na određenim destinacijama koje bi se opredelile za njegov razvoj. Na osnovu dobijene vrednosti $p = 0,601$ (Tabela 8) uočava se ne postojanje statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika u zavisnosti od pola.

Odgovori na sledeće pitanje inicirali su postojanje indirektnih ekonomskih uticaja biciklističkog turizma na turističkim destinacijama (Tabela 9). Naime, nakon što su bili upoznati sa svim prirodnim i antropogenim potencijalima planine ispitanicima je postavljena grupa pitanja koja je pokazala da bi se sa razvojem biciklističkog turizma na planini otvorila mnoga radna mesta, i pospešilo preduzetništvo, što bi opet imalo dalekosežne pozitivne uticaje na samu turističku destinaciju.

Tabela 9. Mišljenje ciklo turista o potencijalnom zadržavanju na planini

| | | | Kada bi postojali adekvatni uslovi za to, koliko biste se zadržali na planini? | | | | | Ukupno |
|--------|--------|------|--|---|-----------------------------|--|-----------------------------------|--------|
| | | | Dok ne obidem sve atraktivnosti ponuđene u vodičima | Dok ne probam skoro sve lokalne specijalitete | Dok ne obidem sve manastire | Dok ne obidem sva jezera i druge prirodne lokaliteta | Dok ne odvozam sve ponuđene staze | |
| Pol | Muški | Broj | 84 | 33 | 29 | 29 | 24 | 199 |
| | | % | 34,0% | 13,4% | 11,7% | 11,7% | 9,7% | 80,6% |
| | Ženski | Broj | 19 | 6 | 8 | 6 | 9 | 48 |
| | | % | 7,7% | 2,4% | 3,2% | 2,4% | 3,6% | 19,4% |
| Ukupno | | Broj | 103 | 39 | 37 | 35 | 33 | 247 |
| | | % | 41,7% | 15,8% | 15,0% | 14,2% | 13,4% | 100,0% |

Tabela 10. Pearson Chi-Square test

| | vrednost | df | Statistička značajnost (p) |
|---------------------------|----------|----|----------------------------|
| <i>Pearson Chi-Square</i> | 1,998 | 4 | 0,736 |

Iz Tabele 9 se može uočiti da je najveći broj ispitanika odgovorio da bi se na turističkoj destinaciji zadržao dok se ne obiđu sve atraktivnosti ponuđene u vodičima (41,7%). To znači da bi turistički vodiči bili svojevrсна promocija biciklističkog turizma i kao takvi bi direktno mogli uticati i na dužinu zadržavanja na destinaciji. Što bi ponuda bila bogatija i kompletnija to

bi i razloga za zadržavanje bilo više. Na osnovu dobijene vrednosti $p = 0,736$ (Tabela 10) uočava se ne postojanje statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika u zavisnosti od pola, što je pokazatelj da su ispitanici oba pola saglasni da je biciklistička signalizacija veoma značajna za razvoj ciklo turizma na destinacijama

Zaključak

Biciklisti spadaju u red veoma poželjnih turista jer se kreću prevoznim sredstvima koja ne zagađuju okolinu. Imajući u vidu da biciklističko tržište Evrope predstavlja tržište u porastu, jasna je neophodnost obeležavanja što većeg broja ruta. Postoji predviđanje da bi evropski biciklistički turizam mogao ostvariti dobit od 14 milijardi £ u roku od 20 godina. Jedan od prioritetnih razvoja će biti širenje mreže biciklističkih puteva EuroVelo i težnja da se stvori mreža kojom bi se mogle obići sve zemlje Evropske unije. Biciklistička putovanja, gde je biciklizam glavni motiv putovanja i osnovni oblik transporta, 2010. godine su činila čak 2-4% od ukupnih putovanja u nekim evropskim zemljama, a predviđeno je da se taj broj udvostruči i utrostruči u narednim decenijama (Cope, Doxford, 1998; www.sustrans.co.uk; www.adventurecycling.org). Biciklisti tragaju za novim turističkim destinacijama na kojima će moći da voze svoje bicikle, ali i iznajmljivati bicikl gde bi vožnja bila jedan od komplementarnih aktivnosti na destinaciji. Jedno je međutim sigurno, razvoj biciklističkog turizma na nekoj turističkoj destinaciji imao bi dugoročne pozitivne ekonomske efekte koji bi umnogome doprineli oživljavanju ruralnih sredina i zadržavanju mladih na selima. Ciklo turisti

LITERATURA

Botti L, Peypoch N, Solonandrasana B. Time and tourism attraction. *Tourism Management* 29, 2008; pp. 594–596.

Cracolici MF, Nijkamp P. The Attractiveness and competitiveness of tourist destinations: a study of Southern Italian regions. *Tourism Management* 30, 2009; (3), pp. 336–344.

Cope AM, Doxford D. Visitor Monitoring of the C2C Cycle Route 1997. University of Sunderland School of Environment, 1998.

Đorđević S, Tomka D. Koncept lanca animacije u turizmu. *Tims acta*, Novi Sad, 2011; (5)

nisu samo prosti prolaznici, oni uživaju u svakom ponuđenom doživljaju i uvek se rado vraćaju u destinacije na kojima su sve njihove potrebe bile zadovoljene. Koristi od razvoja ciklo turizma bi bile dalekosežnije nego što to trenutno izgleda, a podjednako bi se razvijali i prirodni i kulturni resursi. Upoznavanje kulturnih znamenitosti bilo bi moguće posetama znamenitih mesta, muzeja i drugih objekata kulture koje bi unapred bile organizovane i koje bi se nalazile u kartama i vodičima kao mesta od značaja za posetu. Ubrzo bi se razvila i materijalna baza turizma prilagođena ciklo turistima tako da bi ovakva vrsta turizma u budućnosti donela brojne koristi i promene čitavoj regiji. Pre svega, to bi značilo sponu razvoja ne samo Fruške gore kao biciklističkog resursa, već i mnogih drugih destinacija koje bi se opredelile za razvoj ovakvog oblika turizma. Važno je shvatiti da je za razvoj biciklističkog turizma od suštinskog značaja opredeljenje turističke destinacije želi li ili ne da na svom prostoru razvija biciklistički turizam jer se on neće razviti sam od sebe. Kao što se videlo iz prethodnog izlaganja, za uspešnost tog razvoja potrebno je pre svega zalaganje ljudskog faktora.

Hayward P. Leisure and Tourism, Heinemann GNVQ Intermediate, Heineman, Oxford, 2001.

Hudson S. Sport and adventure tourism. The Haworth Press, Inc. Binghamton, 2003.

Matthew L. Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, Routledge, London, 2009; Vol. 14, No. 1, pp. 5–23

Paul D, and other. Visitor Expenditure: The Case of Cycle Recreation and Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, , Routledge, London, 2009; Vol. 14, No. 1, pp. 25-42

Ritchie BW, Hall CM. Bicycle tourism and regional development: A New Zealand case study. *Anatolia: An international journal of tourism and hospitality research*, 10, 1999; (2), 89–112.

Simonsen P, Jorgenson B. Cycle tourism: an economic and environmental sustainable form of tourism?. Unit of Tourism Research, Research Centre of Bornholm, 1998.

Torkildsen G. Leisure and recreation management (5th edn). Abingdon: Routledge, 2005.

Vujko A, Plavša J. Networking of Fruška gora lakes tourist offer through system of cyclepaths – case study Sot, Bruje and Moharač, Scientific and technical journal in tourism Tourism, Faculty of Science, Novi Sad, 2011; Vol. 15 Issue 1, p. 1-10.

Vujko A. Fruška gora i Vršачke planine – sadašnje i buduće destinacije sportsko-rekreativnog turizma, (doktorska teza), PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad, 2011.

Weed M. Sport tourism experience. Journal of Sport and tourism, Routledge, London, 2008; Vol 13, pp. 1-4.

Weed M, Bull C. Sports tourism: participants, policy and providers. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004.

www.destinationmarketing.org

www.tia.org

www.adventurecycling.org

www.crt.dk

www.routeverte.com

www.sustrans.org.uk

Datum prijave rada: 15.02.2012.

Datum prihvatanja rada: 27.04.2012.

Kontakt

A. Vujko, doktor nauka u oblasti turizma – istraživač

E-mail: aleksandravujko@yahoo.com