

STAVOVI LOKALNOG STANOVNIŠTVA O UČINCIMA CIKLOTURIZMA NA PODRUČJU SPLITA I OKOLICE

Tičinović, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:115722>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-09**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

**STAVOVI LOKALNOG STANOVNIŠTVA O
UČINCIMA CIKLOTURIZMA NA PODRUČJU
SPLITA I OKOLICE**

Mentor:

doc.dr.sc. Ljudevit Pranić

Studentica:

Ana Tičinović

Split, rujan, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD	4
1.1. Problem Istraživanja	4
1.2. Predmet istraživanja	7
1.3. Istraživačke hipoteze	8
1.4. Ciljevi istraživanja	10
1.5. Metode istraživanja	10
1.6. Doprinos istraživanja	13
2. PREGLED LITERATURE	14
2.1 Učinci turizma na destinaciju	14
2.1.1. Uzroci turističkih učinaka	16
2.1.2. Ekonomski učinci na destinaciju	19
2.1.3. Okolišni učinci na destinaciju	22
2.1.4. Društveno-kulturni učinci na destinaciju	25
2.1.4.1. Učinci turizma na stanovništvo destinacije	27
2.2. Posebni oblici turizma	29
2.2.1. Turistička ponuda	29
2.2.2. Teorijski aspekt posebnih oblika turizma	31
2.2.3. Klasifikacija posebnih oblika turizma	33
2.2.2.1. Urbani turizam/gradski turizam	35
2.2.2.2. Sportsko-rekreacijski turizam	36
2.2.2.3. Pustolovni turizam	41
2.2.4. Posebni oblici turizma u okviru održivog razvoja	43
3. CIKLOTURIZAM U SVIJETU I HRVATSKOJ	45
3.1. Pojam cikloturizma i cikloturista	45
3.2. Potencijalne koristi cikloturizma na destinaciju i lokalnu zajednicu	48
3.2.1. Potencijalne ekonomske koristi	48
3.2.2. Potencijalne društvene koristi	49
3.2.3. Potencijalne okolišne koristi	51
3.3. Kompleksnost cikloturističke ponude	52
3.4. Cikloturizam u svijetu i Europi	54
3.4.1. Sustavi javnog iznajmljivanja bicikla u Europskim gradovima	57
3.4.1.1. Utjecaji i prednosti sustava javnog iznajmljivanja bicikla	58
3.4.1.2. Izazovi sustava javnog iznajmljivanja bicikla	61

3.5. Cikoturizam u Hrvatskoj	62
3.5.1. Potražnja za cikloturizmom na razini Hrvatske	66
3.5.2. Sustav javnog iznajmljivanja bicikla u Hrvatskim gradovima.....	68
3.5.3. Cikloturizam u Istri	70
3.5.4. Cikloturizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji.....	73
3.5.5. Cikloturizam u gradu Splitu i okolici.....	78
4. METODOLOGIJA	88
5. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA	91
5.1. Analiza podatka i interpretacija rezultata	91
5.2. Testiranje hipoteza.....	102
6. ZAKLJUČAK.....	115
SAŽETAK.....	117
SUMMARY.....	118
LITERATURA	118
POPIS SLIKA, TABLICA, GRAFOVA	123
PRILOZI	125

1. UVOD

1.1. Problem Istraživanja

Turizam iz godine u godinu sve više raste na razini cijelog svijeta, a kao značajna forma ljudske aktivnosti ima velike utjecaje posebno vidljive u destinaciji gdje su turisti u interakciji s lokalnim okruženjem, ekonomijom, kulturom te društvom. Masovni razvoj turizma u 20. stoljeću donio je mnoge sociološke, ekološke i ekonomske promjene. Potaknuo je razvoj mnogih destinacija, ali donio i niz negativnih učinaka na izvorne ljepote krajolika i zagađenje okoliša.¹ Turistički učinci su višestrani te se međusobno isprepliću i zbog toga su problematični jer ih nije lako podijeliti u kategorije kako se najčešće prikazuju.² Dosadašnja Istraživanja o turističkim učincima postigla su opću suglasnost za kategorije ekonomski, društveno-kulturni te okolišnim učinci, a unutar svake od prethodnih triju kategorija mogu biti pozitivni i negativni, ovisno o poziciji promatrača.³

Tako za primjer, ekonomski učinci na turističku destinaciju mogu biti: povećanje prihoda i standarda života, povećanje prilika za zapošljavanje, poboljšanje korištenja javne infrastrukture, povećanje troškova života, itd. Okolišni učinci mogu biti: zaštita odabranog prirodnog okoliša ili sprječavanje daljnjeg ekološkog narušavanja okoliša, zagađenje (zrak, voda, buka, kruti otpad), nedostatak slobodnog prostora, itd. Društveni i kulturni učinci mogu biti: poboljšanje kvalitete života, pozitivne promjene vrijednosti i običaja, kulturološke razlike, kulturni i jezični utjecaji, itd.

Kao protuteža masovnom turizmu postupno se razvijaju posebni oblici turizma zbog zahtjeva za razvoj turizma u skladu s prihvatnim kapacitetima i održivim razvojem kao i zahtjevnijih želja i potreba turističke potražnje. Posebni oblici turizma pojava su novih vrijednosti, doprinose gospodarskom razvoju lokalne zajednice te su usklađeni s prirodnim i društvenim vrijednostima iste. Iz bogate palete ističe se jedan od poznatijih posebnih oblika turizma, a riječ je o sportsko rekreacijskom turizmu kojeg Vukonić opisuje kao jedan je od najmasovnijih selektivnih oblika turizma u kome prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u

¹ Petrić, L. (2014): Uvod u turizam, Ekonomski fakultet Split, Split. str. 17.

² Mason, P. (2003): *Tourism Impacts Planning and Management*, Oxford: Butterworth-Heinemann., str. 45

³ Garcia, F., M., Vazquez Balbauena, A., Macias Cortes, R. (2014): Resident's attitudes towards the impacts of tourism, *Tourism Management Perspectives* 13 (2015), pp. 33–40

određenim mjestima i centrima.⁴ Cikloturizam se razvio kao njegova sastavnica, a Faulks i Ritchie ga opisuju kao rekreativni posjet bilo uz ostvarenje noćenja ili samo preko dana, ali daleko od kuće što uključuje bicikliranje kao primarni motiv posjeta.⁵

Međutim, nije riječ o nekakvom posve novom fenomenu jer je Održiva prijevozna zaklada 1999. godine procijenila da je cikloturizam doprinio 695 milijuna funti ekonomiji Ujedinjenog Kraljevstva u 1997. godini.⁶ Autori istog istraživanja istaknuli su i niz koristi cikloturizma kao što je dodatno poticanje turista da posjete neko područje ili pak nudi nove poslovne razvojne prilike, a može i smanjiti prometnu zagušenost, itd. Cikloturizam se općenito povezuje s ruralnim područjima međutim, ne mora biti ruralni proizvod. Mnoge europske turističke destinacije kao što su Amsterdam, Barcelona i Berlin potiču posjetitelje da hodaju i voze bicikl u njihovim gradovima, te na taj način manje zagađuju okoliš i bave se tjelesnom aktivnošću.⁷

Od prijašnjih znanstvenih radova vezanih za cikloturizam može se izdvojiti istraživanje Ritchie-a iz 1998. Godine koji je istraživao cikloturizam kao fenomenu u porastu na konkretnom primjeru južnog otoka otočne države Novog Zelanda te dao definicije za cikloturiste i cikloturizam iz perspektive potražnje. Međutim, postoji mali broj znanstvenih radova koji se bave utjecajem cikloturizma na destinaciju. Među njima pojedini zaključuju da cikloturisti imaju nižu dnevnu potrošnju i zato nisu iz ekonomske perspektive atraktivni tip turista s obzirom na druge turiste.⁸ U suprotnosti neka istraživanja navode da cikloturisti ostvaruju potrošnju u lokalnim trgovinama i sadržajima i na taj način je veća vjerojatnost da će novac koji potroše ostati u lokalnoj ekonomiji te da poticanjem cikloturizma može lokalnoj vlasti pružiti dodatnu opravdanost za ulaganje u biciklistički sadržaj i infrastrukturu.⁹

Pregled postojeće znanstvene literature o cikloturizmu nije iznjedrio nijedno dostupno znanstveno istraživanje koje razmatra utjecaje cikloturizma na destinaciju iz perspektive lokalnog stanovništva. Jedino slično znanstveno istraživanje pronađeno je vezano za vinski

⁴ Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 271

⁵ Ga, D., Kamal, N., Lopez Silveira, M., C., Naccarato, G., Scott, S., i Dodds, R.(2010): The demand for cycle tourism in Ontario "S greenbelt region", Ryerson University Toronto, Canada, str. 11

⁶ McKibbin, D.(2014): Cycling for leisure, recreation and tourism- Research and Information Service Briefing Paper, Northern Ireland assembly, Irland, str. 5

⁷ Midgely, P. (2011): Bicycle Sharing Schemes: Enhancing Urban Mobility in Urban Areas, United Nations Department of Economic and Social Affairs, New York, str. 1., raspoloživo na: http://www.un.org/esa/dsd/resources/res_pdfs/csd-19/Background-Paper8-P.Midgley-Bicycle.pdf

⁸ Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D.(1998): Cycling tourism, Unit of Tourism Research at Research Centre of Bornholm, Bornholm, str. 5, raspoloživo na: www.crt.dk/media/34591/12_rapport_Cycling_tourism.pdf

⁹ Sustrans (1999): Cycle Tourism. Information pack TT21, pp.1-20, raspoloživo na: <http://www.sustrans.org.uk/assets/files/Info%20sheets/ff28.pdf>

turizam kao posebni oblik turizma gdje se istražuje percepcija stanovništva o vinskom turizmu i njegovom utjecaju na zajednicu i osobnu korist stanovnika.¹⁰ Nedostatak takvih istraživanja nije u skladu s činjenicom da se stanovništvo smatra kao jedno od glavnih dionika u lokalnom i regionalnom turističkom razvitku te su njihovi stavovi o turističkim učincima subjekti istraživanja već 30 godina.¹¹ Među takvim istraživanjima postoje istraživanja koja su na temelju demografskih obilježja kao što su spol, dob, edukacija, mjesto stanovanja, itd. nastojala objasniti stavove stanovnika i lokalne zajednice te su se rezultati takvih dosadašnjih istraživanja pokazali međusobno proturječni.

Tako su za primjer Pizam i Pokela, Liu i Var te King i dr. u svojim istraživanjima sugerirali da društveno-ekonomske varijable igraju malu ulogu u objašnjavanju razlika između razlika u stavovima stanovnika prema turističkom razvitku.¹² Također, Cetinić, Petrić i Pranić u svom istraživanju pokazali su da društveno-demografske varijable imaju malu povezanost s percepcijom stanovništva o razvitku.¹³ U suprotnosti ovim istraživanjima provodila su se i istraživanja koja su uočila razliku u percepciji između grupa s raznovrsnom demografijom. Npr. spol je pokazao razliku u stavovima o turizmu i turistima u djelima Pizama i Pokela te Ritchia.¹⁴ Neki autori kao što su McCool i Martin, Ap, te Hall i Lew pokazali su u svojim istraživanjima da stanovništvo koje ostvaruje koristi od turizma smatra razvoj turizma pozitivnim procesom, itd.¹⁵

U dokumentu strategije Hrvatskog turizma do 2020., prepoznat je cikloturizam kao proizvod s izraženom perspektivom, a Splitsko-dalmatinska županija je započela 2015. godine sa sustavnim razvojem cikloturizma na svom području. Početkom 2017. godine u županiji postoji čak 2250 km uređenih staza prilagođenih najzahtjevnijim potrebama modernog cikloturista, sedam organiziranih utrka i 50 objekata prilagođenih potrebama cikloturista.¹⁶

¹⁰ Xu, S., Barbieri, S., Anderson, D., Leung, Y., Rozier-Rich, S. (2016): Residents' perceptions of wine tourism development, *Tourism Management*, Volume 55, August 2016, pp. 276-286.

¹¹ Garcia, F.,M., Vazquez Balbauena, A., Macias Cortes, R.(2014): Resident's attitudes towards the impacts of tourism, *Tourism Management Perspectives* 13 (2015) 33–40, str. 35.

¹² Gu, M., Wong, P.P. (2006): Residents' Perception of Tourism Impacts: A Case Study of Homestay Operators in Dachangshan Dao, North-East China, *Tourism Geographies*, 8:3, 253-273, str. 254

¹³ Pranić, Lj., Petrić, L., Cetinić, Lj. (2012): Host population perceptions of the social impacts of sport tourism events in transition countries: Evidence from Croatia, *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 3 Iss: 3, pp. 236 - 256

¹⁴ Gu, M., Wong, P.P., op.cit.str. 255

¹⁵ Petrić, L., Pivčević, S. (2016): Community based tourism development- insights from Split, *Tourism and Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings*, str. 3

¹⁶ <http://dalmatinskiportal.hr/vijesti/splitsko-dalmatinska-zupanija-zeli-postati-jedna-od-najjacih-cikloturistickih-regija-planiramo-5-milijuna-eura-prihoda-godisnje-od-2018--/12147>, [pristupljeno 27.7.2018.]

Split je najveći grad u Splitsko-dalmatinskoj županiji te ujedno i gospodarsko te turističko središte županije. Obarajući svoje turističke rekorde u 2016. godini, stao je uz bok najpopularnijim svjetskim turističkim destinacijama. Sukladno porastu dolazaka i noćenja razvija se i turistička ponuda te se osim razvoja kulturnog turizma sve veći naglasak stavlja na razvoj posebnih oblika turizma održivih na razini cijele godine. Tako se u Splitu i okolici radi na razvoju proizvoda cikloturizma, a početkom se smatra otvaranje prve biciklističke staze 2015. godine, a povezuje područje istočnog ulaza u grad i Zapadne obale. U tijeku je i postupak izrade projektne dokumentacije za definiranje još jedne biciklističke staze na području Splita.¹⁷

Unatoč navedenim potezima lokalne vlasti, vrlo malo je poznato što o učincima takvog oblika turizma misli lokalno stanovništvo grada Splita i njegove okolice stoga je cilj ovog rada istražiti stavove stanovnika grada Splita o učincima cikloturizma na Split i okolice. Tema rada je izabrana zbog općenito slabo i nikako istraženih stavova stanovnika destinacije o utjecajima cikloturizma na tu destinaciju te zbog nedovoljne informiranosti stanovnika grada Splita i okolice o cikloturizmu i njegovim mogućim učincima na destinaciju. Uz to, želi se dati sugestija za buduće planiranje ovakvog posebnog oblika turizma na prethodno definiranom području.

1.2. Predmet istraživanja

Iz prethodno navedenog problema istraživanja proizlazi i predmet istraživanja, a to je utvrđivanje učinaka cikloturizma na destinaciju i stavovi stanovnika grada Splita i okolice o istima. Poznato je da posebni oblici turizma doprinose gospodarskom razvoju lokalne zajednice te su usklađeni s prirodnim i društvenim vrijednostima. Pa tako Cikloturizam kao poseban oblik turizma može pružiti poticaj turistima da posjete neko područje, može privući novi tip posjetitelja koji troše više i duže ostaju u destinaciji, smanjiti prometnu zagušenost ili pak potaknuti da bicikliraju češće za neke druge svrhe. Raznorazni turistički učinci koji su nuspojava razvoja turizma u destinaciji posebno su vidljivi na području te destinacije gdje su turisti u interakciji s lokalnim okruženjem, ekonomijom, kulturom i društvom. Stanovništvo također igra bitnu ulogu u tome jer razvoj turizma utječe na njih i njihov svakodnevni život bilo direktno ili indirektno, a predstavljaju važan dio gospodarskog razvoja destinacije. Zbog toga će se istražiti stavovi lokalnog stanovništva Grada Splita i okolice o učincima cikloturizma s obzirom na njihova demografska obilježja (dob, spol, razina obrazovanja, zaposlenost u

¹⁷ Dostupno na: <https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split/clanak/id/284426/split-sljedeceg-tjedna-dobiva-prvu-biciklisticku-stazuv>, [pristupljeno 27.7.2018.]

turizmu). Na temelju prethodnih istraživanja postoje određene vjerojatnosti da se stavovi stanovnika o učincima razlikuju ovisno o njihovim demografskim obilježjima. Npr. osobe koje se bave turizmom ili su na neki način uključene u njih mogu imati pozitivnije stavove o učincima s obzirom na one koji se ne bave. U diplomskom radu pokušati će se bolje uvidjeti utjecaji pojedinih učinaka cikloturizma na destinaciju i koristi koje stvara te dati jasnu sliku stavova stanovništva o učincima cikloturizma na grad Split i okolice.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju predstavljenog problema i predmeta istraživanja slijede istraživačke hipoteze koje će se empirijski testirati tj. Dokazati ili opovrgnuti kako bi istraživanje bilo fokusirano. Istraživačke hipoteze napravljene su na temelju prethodnih istraživanja koja se bave problematikom stavova o učincima turizma s obzirom na demografska obilježja ispitanika. Hipoteze iz prijašnjih istraživanja prenamijenjene su na učinke cikloturizma za ovo istraživanje. Svaka glavna hipoteza ima i svoju pomoćnu hipotezu.

H1: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o njihovim demografskim obilježjima (spol, dob, obrazovanje i zaposlenost u turizmu).

H1a: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o spolu stanovnika

H1b: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o dobi stanovnika

H1c: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o stupnju obrazovanja stanovnika

H1d: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma

H2: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o njihovim demografskim obilježjima (spol, dob, obrazovanje i zaposlenost u turizmu).

H2a: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o spolu stanovnika

H2b: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o dobi stanovnika

H2c: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovisi o stupnju obrazovanja stanovnika

H2d: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma

H3: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o njihovim demografskim obilježjima (dob, spol, zaposlenost u turizmu, obrazovanje).

H3a: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o spolu stanovnika

H3b: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o dobi stanovnika

H3c: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o stupnju obrazovanja stanovnika

H3d: Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovisi o zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma

Istraživačke pretpostavke kreirane su na temelju prethodnih istraživanja koja se bave problematikom učinaka turizma i turističkih događaja na određenu destinaciju.¹⁸ Hipoteze iz prijašnjih istraživanja prenamijenjene su na učinke cikloturizma za ovo istraživanje.

1.4. Ciljevi istraživanja

Osnovni cilj rada je utvrditi stavove lokalnog stanovništva o učincima cikloturizma na području Splita i njegove okolice.

Uz glavni cilj rada, izdvajaju se i sljedeći sporedni ciljevi:

- Utvrditi učinke turizma i cikloturizma i njihov utjecaj na destinaciju
- Definiranje pojma i značenja cikloturizma kao specifičnog oblika turizma
- Utvrđivanje važnosti održivog turizma, sportsko-rekreativnog turizma, urbanog i pustolovnog turizma kao nad kategorija cikloturizmu
- Utvrđivanje prednosti cikloturizma na ekonomiju lokalne destinacije, okoliš, i život lokalnog stanovništva
- Ukazivanje na važnost razvoja specifičnih oblika turizma nalik cikloturizmu u gradu Splitu i okolici zbog mogućih pozitivnih utjecaja na destinaciju

1.5. Metode istraživanja

U znanstvenom istraživanju kao i prilikom obrade dobivenih podataka koristit će se razne znanstvene metode¹⁹. Teorijski dio rada se zasniva na prikupljanju i analiziranju stručne literature te pronalaženju novih spoznaja i zaključaka na temelju dosadašnjih analiza. U izradi ovog dijela rada koriste se sljedeće metode znanstveno-istraživačkog rada:

- Metoda deskripcije - je postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza. Svrha metode je objasniti

¹⁸Jakovčević, J.(2015): Stavovi stanovnika grada Splita o kulturološkim i drugim učincima Ultra Europe glazbenog festivala na grad Split, diplomski rad, Ekonomski fakultet Split, str. 9

¹⁹ Dostupno na:

http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/METODE_ZNANSTVENIH_ISTRAZIVANJA.pdf [pristupljeno 27.8.2017.]

važna obilježja, zakonitosti i uzročno-posljedične odnose među predmetima odnosno pojavama koje se opisuju.

- Metoda komparacije - je metoda uspoređivanja istih ili srodnih predmeta ili pojava, odnosno postupak utvrđivanja sličnosti ili razlika među njima. Kroz navedenu metodu uspoređivati će se promatrane varijable te pokušati utvrditi njihovi odnosi i veze, struktura i svojstva. U ovom radu uspoređivat će se razvoj cikloturizma u svijetu i hrvatskoj.
- Metoda analize i sinteze - analiza postupka koji se temelji na detaljnom raščlanjivanju i objašnjavanju sustava, odnosno cjelina koje se analiziraju, dok je metoda sinteze proces objašnjavanja složenih misaonih cjelina pomoću jednostavnih misaonih tvorevina. Ova vrsta metode najviše će se koristiti u teorijskom dijelu rada gdje će se dati definicije cikloturizma i opisivati pojave vezane za ovaj oblik turizma.
- Metoda dedukcije - predstavlja zaključivanje od općeg ka posebnom. U konkretnom slučaju, poći će se od općih spoznaja i učinaka cikloturizma te stavova lokalnog stanovništva, da bi se došlo do spoznaje o uzročno-posljedičnoj vezi između te dvije varijable.
- Metoda indukcije - predstavlja zaključivanje od posebnog ka općem. To će se analizirati kroz empirijski dio te će se na temelju prikupljenih podataka pokušati objasniti kako lokalno stanovništvo percipira učinke cikloturizma na području Splita.
- Metoda dokazivanja - jest metoda koja se temelji na dokazivanju istinitosti određenih tvrdnji (hipoteza) na temelju istinitosti drugih stavova ili teza za koje se zna da su istiniti ili barem vjerojatno istiniti. U konkretnom slučaju na temelju određenih već spoznatih teza ili stavova pokušati će se dokazati istinitost navedenih pretpostavki istraživanja.

Za potrebe istraživanja podaci će se prikupljati iz primarnih i sekundarnih izvora. Izvori stručne literature, časopisa, knjiga, članaka, baza podataka su podaci prikupljeni iz sekundarnih izvora. U empirijskom dijelu rada provest će se anketno istraživanje kako bi se prikupili podaci u pisanom obliku o stavovima stanovnika grada Splita i okolice o mogućnosti razvoja cikloturizma na području Splita i okolice. Podaci će se prikupljati pomoću formulara- anketnog upitnika koji će imati unaprijed određenu listu pitanja koje će se postaviti ispitanicima. Anketni upitnik kreirati će se na temelju postojećih upitnika iz istraživanja koja su se bavila

istraživanjem stavova stanovnika o učincima turizma kao što su Ramseook-Munhurrun i Naidoo²⁰, Pham²¹, Assante²² te Jalani²³. Uz to, sastavlja će se i na temelju dostupne literature vezano za cikloturizam i učinke koji stvara, a koja je navedena u predmetu istraživanja. Također, neki od anketnih upitnika iz prethodnih diplomskih radova koji se bave turističkim učincima poslužit će kao vodilja u sastavljanju upitnika.²⁴ Pitanja će preoblikovati za potrebe konkretnog problema istraživanja s obzirom da se radi o specifičnom obliku turizma.

Upitnik će se sastojati od 2 dijela: Prvi dio upitnika odnosit će se na društveno-demografska obilježja ispitanika (spol, dob, mjesto stanovanja, zaposlenost u turizmu, obrazovanje).

Drugi dio upitnika odnosit će se na stavove stanovnika za svaku pojedinu kategoriju učinaka (ekonomski, okolišni, društveno-kulturni) cikloturizma na grad Split i njegovu okolicu prethodno navedenih u hipotezama. Na temelju teorije o učincima turizma i cikloturizma na destinaciju kreirat će se i prilagodit će se tvrdnje te koristiti Likertova ljestvica stavova od 5 stupnjeva (u rasponu od „potpunosti se slažem“ do „u potpunosti se ne slažem“).

Za provedbu ankete pod Splitom i okolicom definirano je geografsko područje koje obuhvaća gradskog naselja Split, unutar kojeg je organizirano 27 gradskih kotara. Pod okolicom u ovom istraživanju smatraju se sva naselja/općine, gradovi i mjesta koja su dio aglomeracije Splita, a to su: Kamen, Slatine, Srinjine, Stobreč, Žrnovnica, Mravinci, Vranjic, Solin, Kaštela, Sitno gornje, Sitno donje, Klis i Podstrana. Na prethodno definiranom geografskom području biti će odabrani ispitanici.

Nadalje, anketno istraživanje stavova stanovnika grada Splita i okolice o mogućnosti razvoja cikloturizma na Splitskom području provest će u 6. mjesecu 2018. godine putem društvenih mreža. Prikupljeni podaci obrađivati će se u statističkom programu za računalo SPSS

²⁰Ramseook-Munhurrun, P., Naidoo, P.(2011): Residents' Attitudes Toward Perceived Tourism Benefits International Journal of Management and Marketing Research, Vol. 4, No. 3, pp. 45-56, 2011

²¹Pham,L.,H.(2011): Perceptions of Tourism Impact and Tourism Development Among Residents of CucPhuong National Park, NinhBinh, Vietnam, Journal of Ritsumeikan Social sciences and Humanities, Vol 3, March 2011. Raspoloživo na: <https://ssrn.com/abstract=2094784>

²²Assante, L., M., Wen, H., I., Lottig, K. (2014): An empirical assessment of residents' attitudes for sustainable tourism development: A case study of O'ahu, Hawai'i, Journal of Sustainability and Green Business,

²³Jalani, J. (2012): Local people's perception on the impacts and importance of ecotourism in Sabang, Palawan, Philippines, Ateneo de Zamboanga University, Tumaga, Zamboanga City 7000, Philippines,

²⁴Jakovčević, J.(2015):Stavovi stanovnika grada Splita o kulturološkim i drugim učincima Ultra Europe glazbenog festivala na grad Split, diplomski rad, Ekonomski fakultet Split, str.84

(„Statistical Package for the Social Sciences“) koji se koristi za potrebe ekonomskih istraživanja.

Za uzorkovanje u ovom radu odabrane je uzorak Grude snijega (eng. „Snowball Sample“). S obzirom da su slučajni uzorci najčešće veliki, zahtijevaju puno vremena te su skupi, osnovna prednost ovog uzorka je u ekonomičnosti s obzirom na financijska ograničenja ovog istraživanja. Zahtjeva od istraživača da inicijalno identificira jednu ili dvoje osobe koje imaju određenu karakteristiku, te su odabrane osobe nosioci informacija jer se od njih traži da identificiraju druge ispitanike koji imaju tražene kvalitete. Na osnovu informacija dobivenih od inicijalnih ispitanika biraju se sljedeći ispitanici i tako dalje. Do potencijalnih ispitanika doći će se preko poznanika koji su stanovnici grada Splita. Anketni upitnik slati će se ispitanicima putem elektroničke pošte te putem društvenim mrežama kao što je Facebook, Instagram, mobilne društvene aplikacije, itd. Izabrana vrsta uzorka i načina koji će se provesti anketni upitnik mogli bi utjecati na reprezentativnost uzorka. Npr. možda će žene biti zastupljenije u istraživanju, nego muškarci ili će ispitanici koji spadaju u određenu kategoriju dobi uopće neće biti zastupljeni Također, možda će ispunjavati upitnik i ljudi koji nisu stanovnici grada Splita i njegove definirane okolice, pa će se trebati eliminirati iz obrade. To sve dakako može utjecati i na zaključke istraživanja. Ipak, mnoga prijašnja društvena istraživanja koja su istraživala turističke učinke utvrdile su da demografskih karakteristika kao što su dob, spol, obrazovanje, itd. mogu utjecati na stavove ispitanika, kao i oni koji su to demantirali.

1.6. Doprinos istraživanja

Inicijative Europske unije usmjerene su na razvoj turističke ponude koja je ekološki i ekonomski održiva, temelji se na zdravom i aktivnom načinu života, doprinosi koheziji i povezivanju europskih regija, rezultira poboljšanim zdravstvenim stanjem stanovništva te koja omogućuje podizanje razine životnog standarda lokalne zajednice. Iako je Hrvatska članica Europske unije još uvijek u hrvatskoj posebni oblici turizma nisu dovoljno valorizirani kao turistički proizvod ili su tek u njegovom začetku. Trenutno i dalje prevladava turizam „sunca i mora“ tijekom sezone od lipnja do rujna što je sve manje privlačno jer sada sve više turista traži individualniji pristup i zahtjevniji su. Također, zbog raznih učinaka turizma na destinaciju u lokalnim zajednicama javlja se potreba za razvoj selektivnih oblika turizma kako bi se postepeno prilagodilo prema turistima koji imaju potrebu provesti aktivan odmor u destinaciji koja je održiva i jako dobro opremljena kulturnim, zabavnim, sportskim i brojnim drugim

popratnim sadržajima. Detaljnije će se analizirati stavovi stanovnika kako bi se učinci razvoja selektivnih oblika turizma kao što je cikloturizam istaknuli kao prednost za destinaciju i život stanovnika, a negativni reducirali. Nadalje, ovaj rad može biti poticaj lokalnoj vlasti i turističkim organizatorima da se više aktiviraju u edukaciji i informiranju stanovništva o učincima koje selektivni oblici turizma kao što je cikloturizam koji mogu pridonijeti boljem životu lokalnom stanovništvu, ali i dodatno obogatiti ponudu destinacije. S obzirom da se cikloturizam tek u novije vrijeme popularizirao kao iznimno atraktivni tip turizma i s obzirom da se u Europi predviđa njegov daljnji rast kao turistički proizvod, ovim radom želi se dati dodatan poticaj za buduća istraživanja i diplomatske radove koji će se baviti ovom tematikom.

2. PREGLED LITERATURE

2.1 Učinci turizma na destinaciju

Pojam turizma seže u daleku prošlost te tada nije bio dostupan svima. Danas turizam postaje dostupan širim slojevima u gospodarski razvijenim zonama svijeta. Postoje različite vrste definicija turizma jer se radi o kompleksnoj i heterogenoj pojavi, pa su stoga i različiti pristupi i zaključci u pogledu njegove heterogene prirode. Danas je u većini zemalja prihvaćena opća konceptijska definicija turizma koju je predložila Svjetska turistička organizacija (eng "World tourism organisation"-UNWTO) s pozicije turističke potražnje, a glasi da turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine, a radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili naknadu u mjestu koje posjećuju.²⁵

Masovni razvoj turizma započeo je početkom 20. stoljeća, što i nazivaju stoljećem turizma. Najbrži rast turizma započinje nakon 2. svjetskog rata. Razvojem zrakoplova, mnoge destinacije postale su dostupne te putovanja postaju jedan od najmasovnijih oblika provođenja slobodnog vremena. Masovni turizam potakao je razvoj mnogih destinacija, posebno onih nerazvijenih, ali donio i niz negativnih učinaka na izvorne ljepote krajolika, zagađenje okoliša te u mnogim drugim sociološkim, ekološkim, kulturološkim i ekonomskim promjenama.²⁶ Turizam kao značajna forma ljudske aktivnosti ima velike utjecaje koji su posebno vidljivi u

²⁵ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, N., Kesar, O. (2011): Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 30

²⁶ Ibid., str. 17.

na području destinacije gdje su turisti u interakciji s lokalnim okruženjem, ekonomijom, kulturom i društvom.

Turistička destinacija u isto vrijeme predstavlja područje u kojem turisti žele ispuniti svoja očekivanja i životni prostor lokalnog stanovništva. Zbog toga je važno kreirati turistički proizvod koji će zadovoljiti potrebe turista s minimalnim negativnim utjecajem na svakodnevni život lokalnog stanovništva. Učinci Turizma su višestrani i ima ih puno te ih je teško razdvojiti u kategorije s obzirom da se međusobno isprepliću. U teoriji su radi boljeg razumijevanja podijeljeni općenito na:²⁷

- ekonomske učinke
- društveno-kulturne učinke
- okolišne učinke

Također mnoge studije identificirale su da učinci pod svakom kategorijom mogu biti pozitivni i negativni, ovisno o važećoj poziciji promatrača.²⁸ Za primjer uzet ćemo jedan ekonomski učinak turizma koji predstavlja izgradnju hotela u mjestu koje trenutno ima mali broj turističkih aktivnosti. Prvi promatrač situacije može reći da će se izgradnjom hotela kreirati novi poslovi tijekom izgradnje hotela i kasnije u poslovanju hotela i on to vidi kao pozitivan utjecaj na destinaciju. Na drugoj strani može postojati drugi promatrač koji će tvrditi da unatoč kreiranju poslova ti isti poslovi bit će samo sezonski, na određeno vrijeme, loše plaćeni te se na njima ne može graditi karijera. Može se zaključiti da drugi promatrač gradnju hotela vidi kao negativan utjecaj na destinaciju. Priroda određenog turističkog učinka je povezana s raznovrsnim faktorima koji uključuju: o kojoj vrsti turizma se raspravlja, gdje se to događa, kada se to događa kao i infrastrukturu turizma koja je dostupna.

Turizam je i dalje dominantna ekonomska aktivnost u nekim zajednicama, a turistički učinci koji zahvaćaju zajednicu nisu posve razumljivi široj masi pa čak i tamo gdje je turizam u naglom porastu te bi trebao biti od najvećeg interesa ili zabrinutosti. Mnogi poistovjećuju turističke učinke s ekonomskim učincima kao što je zaposlenost ili porez, međutim raspon turističkih učinaka je širok i često utječe na područja izvan onih koji se obično povezuju s turizmom. Stanovništvo i vlasti koji razumiju potencijal turizma i njegovih učinaka mogu ga implementirati u zajednicu na najbolji mogući način.

²⁷ Garcia, F., M., Vazquez Balbauena, A., Macias Cortes, R., op.cit. str. 34

²⁸ Mason, P. (2003): *Tourism Impacts Planning and Management*, Oxford: Butterworth-Heinemann., str. 45

Cilju turističkog razvitka u zajednici je maksimiziranje odabranih pozitivnih učinaka na zajednicu i minimiziranje negativnih učinaka. Najprije je potrebno identificirati učinke koji zahvaćaju zajednicu. Iako postoje istraživači koji su u literaturi i prethodnim istraživanjima identificirali raznorazne učinke, svaka destinacija iskusit će različite turističke učinke ovisno o njihovoj resursnoj osnovi i turističkoj ponudi koju razvijaju.

2.1.1. Uzroci turističkih učinaka

Poznavanje samo prirode turističkih učinaka automatski ne vodi ka njihovom rješenju. Važno je i sagledati izvore učinaka i kako utječu na interakciju između turista i stanovnika, lokalnu zajednicu i okoliš. Istraživači općenito razdjeljuju izvore učinaka u dvije grupe:²⁹

- turistički faktori
- destinacijski faktori

Turistički faktori predstavljaju faktore koje turisti „nose“ u destinaciju i uključuje elemente kao što su demografske karakteristike, društvene razlike

i broj posjetitelja. Destinacijski odredišni faktori su dio same destinacije kao što je povezivanje i cirkulacija, lokalno prihvaćanje turizma, lokalna vitalnost i menadžment destinacije.

Pod grupom turističkih faktora ubrajamo:

- Broj i vrstu turista: mali broj turista može biti relativno nenametljiv i može biti znatiželja ili zanimljiva razbibriga za stanovnike. Kada broj posjetitelja poraste i postane banalan, lokalno stanovništvo ih može ignorirati. U trenutku kada broj posjetitelja dosegne točku u kojoj stanovnici osjećaju da su turisti smetnja, to može rezultirati rezultira gubitkom lokalne zajednice, ozlojeđenosti i protivljenju stanovnika.
- Duljina boravka turista: dnevni posjeti i izleti imaju mali ekonomski učinak. Kratki posjeti koji traju otprilike od 2 do 5 dana maksimiziraju ekonomski utjecaj za regionalna odredišta tj. Turistička potrošnja je maksimizirana, ali tempo može biti naporan. S druge strane, Turisti koji duže provode vrijeme u destinaciji imaju široki raspon potreba i mogu proširiti

²⁹ Kreag, G. (2001): The Impacts of Tourism, The University of Minnesota, Minnesota Sea Grant, str. 13, raspoloživo na: <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>

direktni ekonomski utjecaj na veće udaljenosti u lokalnoj zajednici. Sezonski posjetitelji koji ostaju do 6 mjeseci mogu potaknuti interes u pitanjima van turizma.

- Masivni dolasci i odlasci: kako i kada ljudi dolaze i odlaze utječe na prometnu zagušenost i dostupnost atrakcija i usluga. Mali kapaciteti smještaja i restorana ne mogu ugostiti velike grupe. Mogućnosti prijevoza i dostupnost može ograničiti izbor atrakcija i usluga.
- Prijateljske ili rodbinske veze sa stanovnicima lokalne zajednice: kada turisti ostaju kod prijatelja ili rodbine dolazi do smanjivanja ekonomskog utjecaja, ali baš ti turisti mogu imati bolje razumijevanje za lokalne vrijednosti te velik potencijal da se ponovno vrate u destinaciju.
- Etičke i rasne karakteristike: kada se turistička populacija znatno razlikuje u etičkom, rasnom podrijetlu ili ekonomskom statusu od lokalne populacije, potrebno je bolje razumijevanje stanovnika kako bi se smanjio potencijalni gnjev, društveni konflikti i kriminal. Planiranje i edukacija mogu smanjiti takvu vrstu konflikta.
- Ekonomske karakteristike gostiju: utječu na izbor potrošnje. Viši prihodi koje turisti imaju mogu im npr. omogućiti lakši pristup okolišu ili osjetljivim prirodnim atrakcijama i tako rezultirati negativnim utjecajem na okoliš.
- Odabrane aktivnosti turista koji dolaze u destinaciju: edukacijski, kulturni i povijesni turizam najčešće ima nizak društveni i okolišni učinak, a rekreacijske aktivnosti mogu imati veći utjecaj na okoliš. Zabavne aktivnosti mogu doći u konflikt s društvenim vrijednostima lokalnih stanovnika.
- Poznavanje lokalnog jezika: kada turisti znaju lokalni jezik destinacije u kojoj borave to može pridonijeti stvaranju značajnih veza s lokalnim stanovnicima i kulturom.
- Demonstracijski efekt: Kada lokalno stanovništvo oponaša turiste to može dati novu dimenziju lokalnoj kulturi, ali također može i biti neprikladno za lokalne vrijednosti. Npr. kada lokalno stanovništvo kopira loše ponašanje turista kao što je neprikladno odijevanje,

prekomjerno opijanje, itd. to može proizvesti društvene probleme. U suprotnom, primjeri kopiranja pozitivnog oponašanja su bavljenje rekreacijom i sportom, zdraviji način života, izbora zdravije hrane, veća zainteresiranost za lokalnu kulturu i umjetnost, itd.

Destinacijskim faktorima smatraju se sljedeći faktori:³⁰

- Ekonomska situacija lokalne zajednice/destinacije: gospodarstva koja su u teškoj tj. nepovoljnoj gospodarskoj situaciji mogu profitirati od turizma. Gospodarski razvijene destinacije vide turizam kao dopunu ciljevima lokalne zajednice kao što su očuvanje povijesnih zgrada, izgradnja rekreacijskih sadržaja, povećanje kapaciteta za smještaj i hranu.
- Raznolikost lokalnog gospodarstva: raznolikost može pomoći u smanjivanju negativnih utjecaja turizma na lokalnu zajednicu. U slučaju da turistička sezona podbaci, druge ekonomske aktivnosti mogu neutralizirati utjecaj i obrnuto.
- Stupanj uključenosti u turizam i stavovi turističkog menadžmenta/ vodstva: lokalna uključenost u turističke aktivnosti pomaže usklađivanju turizma i stavova lokane zajednice. Kada lokalna zajednica ima vlasništvo i provodi menadžment u turističkoj djelatnosti, na taj način zadržava dobit u lokalnoj zajednici tj. sprječava napuštanje dobiti iz lokalne zajednice. U većini slučajeva, ako turističke tvrtke surađuju s lokalnom zajednicom te pridaju pažnju i reagiraju po pitanju njihove zabrinutosti, turizam kao cjelokupna djelatnost imat će jaku podršku lokalne zajednice.
- Prostorne karakteristike turističkog razvitka: zajednička komercijalna područja kao i razni sadržaji (kulturni, zabavni, rekreacijski) koji predstavljaju mješavinu tvrtki za turiste i lokalno stanovništvo mogu nadopuniti raznolikost maloprodajnog područja i biti uspješniji uz turizam. Međutim, prevladavanje turističkih tvrtki može lokalno stanovništvo odgurivati na druga mjesta te uslijed toga dovesti do ogorčenja stanovnika. Turistička područja i barijere mogu blokirati i ograničiti pristup stanovnicima javnim resursima posebno plažama i obalama što može stvoriti klasnu strukturu i lokalno ogorčenje.

³⁰ Ibid., str. 14

- Održivost kulture receptivne destinacije: jaka i aktivna lokalna kultura u borbi je s turističkom namjerom za promjenu zajednice. Aktivni programi za edukaciju turista u lokalnim kulturnim praksama pomažu smanjivanju konflikata. Kulturni ponos utječe na turiste da poštuju lokalne običaje i pridržavaju se kulturnih ograničenja.
- Povijest stabilnosti u destinaciji/zajednici: jaka lokalna gospodarstva daju menadžmentu više izbora na koji način će utjecati na turistički razvitak kako bi se uklopio u zajednicu. Snažni vođe zajednice i aktivno planiranje mogu smjestiti turizam unutar odgovarajućeg geografskog područja lokalne zajednice i mogu podržati odgovarajuće turističke projekte, a odbaciti one koji su neprikladni.
- Tempo turističkog razvitka: sporiji turistički razvitak može omogućiti stanovnicima i vladajućima da se preispitaju o turističkom rastu i naprave promjene tako da turizam bolje služi lokalnoj zajednici. Brzi razvoj može pak opteretiti lokalnu infrastrukturu i voditi ozbiljnom nezadovoljstvu stanovništva i negativnim okolišnim učincima.
- Osjetljivost/krtost okoliša kojeg koriste turisti: najtraženiji okoliš od strane turista je najčešće i najosjetljiviji. Dodatan napor za planiranje prikladnih pristupa i korištenje osjetljivih područja pomaže osigurati njihovu dugoročnu održivost i privlačnost. S druge strane, zanemarivanje i loša rješenja glede ovog pitanja može dovesti do uništenja okoliša i atrakcija.
- Opcije javnog prijevoza: Dostupnost javnog prijevoza (autobusi, vlakovi, itd.) i alternativnog prijevoza (vožnja biciklom, pješaćenje) može smanjiti prometnu zagušenost. Loša infrastruktura i nedostatak iste može učiniti sadržaj nedostupnim u potpunosti ili određenim vrstama prijevoza.

2.1.2. Ekonomski učinci na destinaciju

Turistički učinci su u povijesti najviše istraživano područje turizma, a sami ekonomski učinci su najviše istraživani među ostalim prethodno navedenim kategorijama učinaka. Iako se ekonomski učinci ne mogu u potpunosti odvojiti od ostalih učinaka, u ovom poglavlju će se oni ipak odijeliti i promatrati zasebno kako bi se bolje razumjela njihova bit. Naravno, i

ekonomski učinci mogu biti pozitivni i negativni. Sljedeći ekonomski učinci se generalno smatraju pozitivnima:³¹

- Doprinos deviznim prihodima
- Doprinos državnim prihodima
- Generator zaposlenja
- Doprinos regionalnom razvoju

Navedeni ekonomski učinci se mogu mjeriti na državnoj ili pak regionalnoj i lokalnoj razini. Prvo od svega tu je zarada od međunarodne razmjene koja je rezultat potrošnje stranih posjetitelja i doprinos izvozu. Potrošnja stranih posjetitelja također predstavlja izvor prihoda od oporezivanja vladi turističke receptivne države. To se može događati direktno od posebnih/specifičnih poreza za posjetitelje ili kroz uobičajene mehanizme neizravnog oporezivanja kao što je porez na promet ili porez na dodanu vrijednost. Nadalje, potrošnja posjetitelja generira profit poduzećima i organizacijama koji za uzvrat pružaju usluge i kapital turističkoj industriji/djelatnosti. Posebna važnost za mala gospodarstva je da turizam dopušta ekonomiju razmjera.³² Za pojedine države to može biti izuzetno značajno kao što se to može potvrditi na primjeru otočne države Novi Zeland, koji ima populaciju od 4 milijuna stanovnika. Strani posjetitelji ove zemlje, kojih ima 2 milijuna svake godine, predstavljaju znatno povećanje potražnje što dopušta ekonomiju razmjera u nekim operacijama. No ovo ne vrijedi samo za države koje imaju malu populaciju, npr. Ujedinjeno Kraljevstvo s populacijom od 58 milijuna stanovnika u kojoj je zastupljena ekonomija razmjera u raznim industrijama povezanih s putovanjima, prima 20 milijuna posjetitelja godišnje.³³ Kao doprinos regionalnom razvoju, turizam nudi priliku za redistribuciju prihoda i zaposlenosti regijama koje su tradicionalno periferne glavnim turističkim i ekonomskim središtima. To se događa jer se mnogo turističke imovine (kao što je povijesna baština i pejzaž) sada može pronaći i na rubnim zonama urbanih svjetskih zemalja koje dominiraju 21. stoljećem.

Ostali pozitivni ekonomski učinci na mikro i marko razini mogu biti:³⁴

- Doprinos prihodu i standardu življenja
- Unaprjeđuje lokalnu ekonomiju

³¹ Mason, P., op.cit. str. 45

³² Ryan, C.(2003): Recreational tourism : demand and impacts, Clevedon, England ; Buffalo [N.Y.], str. 149

³³ Ibid., str. 150

³⁴ Kreag, G., op.cit. str.6

- Poboljšava ulaganja, razvoj i potrošnju infrastrukture
- Poboljšava infrastrukturu javnih komunalnih usluga kao što je vode, kanalizacije, pločnika, osvjetljenja, parkinga, itd.
- Poboljšava prometnu infrastrukturu
- Širenje ekonomskih učinaka u zajednici
- Povećava prilike za kupovinu

Međutim, mogu se pojaviti i razni negativni ekonomski učinci na destinaciju, posebno kada se turizam razvija nekontrolirano, a pojedine zemlje turizam prepoznaju kao slamku spasa koja postaje jedina djelatnost u destinaciji.

Pa tako mogu se nabrojiti ekonomski učinci koji se generalno smatraju negativnim:³⁵

- Inflacija
- Oportunitetni trošak ili trošak prilike
- Previsoka ovisnost o turizmu

Inflacija se odnosi na porast cijena zemlje, nekretnina i hrane zbog turizma. Također cijene prethodno navedene robe mogu porasti kada turisti postavljaju dodatne zahtjeve na lokalne usluge u turističkoj destinaciji. Oportunitetni trošak odnosi se na troškove koji su uključeni u turizam umjesto u drugi oblik ekonomske aktivnosti. Npr. na nekom obalnom području s pretežno seoskim zaleđem, trošak prilike odnosi se na investiranje u turizam, a ne u druge ekonomske aktivnosti kao što su u ovom slučaju obrađivanje zemlje, vrtlarstvo ili ribolov. Previsoka ovisnost o turizmu može se pojaviti u malim državama gdje vlada vidi turizam kao najbolju metodu razvitka. S vremenom naglasak na turizmu bude prevelik te se ne pristupa drugim pristupima razvoju. To uzrokuje ovisnost države o turističkim prihodima do stupnja da svaka promjena u potražnji može rezultirati ekonomskom krizom.

Ostali negativni ekonomski učinci na destinaciju:³⁶

- Loše plaćeni poslovi
- Povećani troškovi života lokalnog stanovništva
- Povećanje troškova dodatne infrastrukture (kanalizacija, zdravstvo, gorivo)
- Povećava troškove održavanja cesta i transportnih sustava
- Sezonski turizam koji stvara problem nezaposlenosti ostatak godine

³⁵ Ryan, C., op.cit. str. 646

³⁶ Kreag, G., op.cit.str.6

- Suparništvo za borbu za zemljište s drugim djelatnostima s visokim ekonomskim koristima
- Izvlačenje novca iz lokalne ekonomije od strane turističkih tvrtki u stranom vlasništvu

2.1.3. Okolišni učinci na destinaciju

Okoliš se sastoji od prirodnih i ljudskih značajki. Naselja koja se nalaze u ruralnim dijelovima mogu sadržavati brojne atrakcije za turiste. Često se priroda poistovjećuje s fizičkim okolišem te se sastoji od pejzaža, određenih značajki kao što su rijeke, plaže, stijene, biljke i životinje tj. flora i fauna. Prema Swarbrooku postoji pet aspekata okoliša, a to su:³⁷

- Prirodni okoliš
- Divlje životinje
- Obradjeni okoliš
- Izgrađeni okoliš
- Prirodni resursi

Kada govorimo o prirodnom okolišu u tu kategoriju spadaju planinska područja, more, rijeke, plaže i šumski predjeli. Pod divlje životinje spadaju kopneni sisavci i gmazovi, insekti, ribe, ptice, morski sisavci i flora. Uzgojeni okoliš obuhvaća poljoprivredni krajolik, umjetne šume i ribogojilišta. U izgrađeni okoliš ubrajamo individualne zgrade i strukture, sela, gradski krajobraz i prometnu infrastrukturu. Pod kategoriju prirodni resursi ubrajamo vodu, klimu i zrak.

Ta ista priroda koja je prethodno navedena prepoznata je kao važna resursna osnova za razvoj turizma. Veza između turizma i okoliša je kompleksna te postoji međusobna ovisnost koja je objašnjena kao simbioza. Radi se o vezi u kojoj turizam ima koristi zato što se nalazi u kvalitetnom okolišu, a taj isti okoliš ima koristi od niza mjera u turizmu koje su usmjerene u zaštitu i održavanje okoliša i njegove vrijednosti kao turističkog resursa.³⁸ Poznato je i to je dokazala grupa znanstvenika angažirana od strane Organizaciju gospodarske suradnje i razvoja (eng. „Organisation for Economic Co-operation and Development“- OECD) da postoje mnogi negativni učinci turizma na okoliš kao što su gubitak prirodnog krajolika, zagađenje i uništenje flore i faune. S druge strane turizam je i čimbenik zaštite prirode. Turizmu je priroda ono što je industriji sirovina, koja se u ovom slučaju u obliku iskorištavanja, prerade i potrošnje odvija u

³⁷ Mason, P., op.cit. str. 670

³⁸ibid., str. 70

istom prostoru.³⁹ Zbog toga i turizam radi vlastitog razvoja i djelatnosti mora osigurati zaštitu prirode i čitavog prostora, jer će ih u suprotnom slučaju uništiti.

Općenito mnogo faktora utječe na stvaranje turističkih učinaka, a ovdje su izdvojene značajke koje utječu na stvaranje okolišnih učinaka a to su:⁴⁰

- faktor „gdje“ je važan jer neki okoliši su podložniji utjecaju turističkih učinaka nego ostali
- vrsta turističke aktivnosti
- priroda turističke infrastrukture
- „kada“ se turistička aktivnost pojavljuje, posebno sezonske oscilacije

S obzirom na faktor „gdje“, okolišni učinci bit će drugačiji u urbanom okolišu nego u ruralnom okolišu. Urbani okoliš koji je najčešće izgrađen može podnijeti viši stupanj posjeta nego većina ruralnog okoliša. To nije samo zbog ulica i putova koji smanjuju direktno utjecaj turističkih kretanja, nego i zbog organizacijske strukture kao što je proces planiranja u urbanim područjima.⁴¹ Međutim, turisti se također odlučuju i za posjet osjetljivijim područjima kao što su vrhovi litica, obala i planina koja nisu prilagođena za prihvatanje velikih broja posjeta.

Sama priroda aktivnosti u kojima su posjetitelji uključeni može uvelike utjecati na učinke koje imaju. Neke aktivnosti imaju minimalni utjecaj na okoliš i nisu potrošači resursa, dok druge aktivnosti mogu biti značajni potrošači resursa. Npr. Turističko razgledavanje autobusom ili pak biciklom ima minimalan utjecaj na okoliš (iako u slučaju autobusa može doći do zagađenja i zagušenja prometa), dok vozila za grube terene u planinama mogu imati veći direktan utjecaj na okoliš. Također, turizam koji uključuje lov i ribolov može biti veliki potrošač resursa, ako nije pažljivo kontroliran.

Infrastrukture koja služi turizmu povezana je s turističkim učincima. Za primjer, učinci koje proizvodi masovni turizam na mediteranskim obalama Francuske i Španjolske potencijalno su mnogo veći nego mala grupa planinara ili pješaka na Alpama. Međutim ako je masovni turizam dobro isplaniran i ako su grupe dobro koordinirane mogu se ograničiti utjecaji na minimum.

³⁹ Španjol, Ž. (1997): Turizam i zaštita prirode i čovjekova okoliša, stručni rad, Časopis za ekološku misao i sociološka istraživanja okoline, Vol.6, No.1-2, str. 95

⁴⁰ Mason, P., op.cit.str.71

⁴¹ Ibid., str. 71

Iako paradoksalno, mali broj turista koji posjećuju netaknuto područje npr. Nepala, gdje se malo priprema za turiste, može imati daleko štetnije posljedice na okoliš.⁴²

Turizam je većinom sezonska aktivnost u mnogim zemljama, pa tako turizam može imati određene efekte na okoliš samo jednim dijelom godine, a u drugom dijelu godine okoliš se može oporaviti. U određenim dijelovima svijeta, unatoč sezonskoj aktivnosti turizma učinci su ozbiljni i postoji mala šansa da se stignu oporaviti. Npr. u Švicarskim Alpama postoje područja koja se jako puno koriste za skijaški turizam te se ne mogu u potpunosti oporaviti tijekom ljetnog razdoblja. S vremenom, zbog velikog nagiba i nemogućnost obnove vegetacije, to područje je osjetljivije na erozije tla.⁴³

Važan pojam u vezi turističkih učinaka i fizičkog okoliša je ekologija, znanost koja proučava odnose među živim organizmima, kao i njihov utjecaj na okoliš u kojem obitavaju, te utjecaj tog okoliša na njih. Veza je uglavnom kompleksna uključujući tlo, vodu, mikroorganizme, biljke i životinje. Individualne komponente i veza između njih tvore ekosisteme kojih ima po cijelom svijetu. U nekim ekosistemima, ljudi su relativno mala briga, ali svi su ekosistemi pod utjecajem ljudske aktivnosti uključujući turizam, bilo direktno ili indirektno.⁴⁴ Može se navesti za primjer promjena u ponašanju životinja kao rezultat turista koji se kreću na njihovom staništu i koji se događa na manjem području, dok na globalnoj razini to bi bio primjer atmosferskog zagađenja uzrokovanog putničkim zrakoplovima, što doprinosi globalnom zatopljenju kopnenih i morskih ekosustava.

Okoliš je značajna atrakcija za turiste, a postoji i rastući dokaz da se sukobljavaju turističke aktivnosti i želja da se zaštiti krajolik i stanište. Okolišne učinke moguće je također podijeliti pod pozitivne i negativne. Opće poznati pozitivni okolišni učinci su:⁴⁵

- Turizam može stimulirati mjere za zaštitu okoliša i/ili krajolika i /ili divljih životinja
- Turizam može promovirati osnivanje nacionalnih parkova i rezervate s divljim životinjama
- Turizam može promovirati očuvanje zgrada/spomenika (to uključuje npr. svjetsku baštinu pod zaštitom UNESCO-a)

⁴² Ibid., str. 72

⁴³ Ibid., str. 72

⁴⁴ Holden, A., Ewen, M. (2002): Understanding the motivation of ecotourists, *International Journal of Tourism Research*, vol. 4, pp. 435-460

⁴⁵ Mason, P., op.cit. str. 73

- Turizam može osigurati npr. putem troškova ulaznica održavanje i očuvanje povijesnih zgrade, baštine i divljih staništa
- Poboljšanje izgleda područja (vizualno i estetski)
- Može promicati razne aktivnosti koje ne zagađuju okoliš ili smanjuju zagađenje
- Može utjecati na prenamjenu neiskorištenih dijelova prostora

S druge strane, opće poznati negativni okolišni učinci:⁴⁶

- Vjerojatnost je da će turisti u destinaciji bacati smeće i otpatke
- Turizam može doprinijeti zagušenju u smislu pretrpanosti ljudi, kao i zagušenje prometa
- Turizam može doprinijeti zagađenju vodenih i riječnih tokova
- Turizam može doprinijeti eroziji pješačkih staza
- Turizam može utjecati na izgradnju unakaženih ljudskom rukom izgrađenih struktura kao što su zgrade koje se ne uklapaju s postojećom arhitekturom
- Turizam može nanijeti štetu ili uznemiravati divlja staništa

Međutim, broj učinaka turizma na okoliš uključuje kompleksniju situaciju s obzirom na utjecaje turizma koji su prethodno navedeni kao što je to navedeno na početku poglavlja o turističkim učincima.

2.1.4. Društveno-kulturni učinci na destinaciju

Svaka rasprava o sociološko kulturnim učincima mora se za početak osvrnuti na termine sociologija i kultura. Sociologija je znanost koja proučava društvo i grupe ljudi, njihovu interakciju, stavove i ponašanje. Kultura se bavi ponašanjem ljudi kroz društvenu interakciju, društvene odnose i materijalne predmete. Drugim riječima sastoji od uzorka ponašanja, znanja i vrijednosti koje su stečene i prenesene kroz generacije te je vrlo kompleksna cjelina jer uključuje znanje, uvjerenje, umjetnost, moralni zakon, običaj i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek stekao kao član društva.⁴⁷ U ovom dijelu turistički učinci utječu na skupine ljudi, a to uključuje stanovnike turističkog područja kao i turista koji to područje posjećuju. Također govoriti će se o utjecajima na kulturu lokalnog stanovništva kao i na kulturu samih posjetitelja.

⁴⁶ Ibid., str. 74

⁴⁷ Ibid., str. 57

Interakcija između ove dvije grupe glavno je pitanje koji će utjecati na vrstu učinaka. Pozitivni društveno-kulturni učinci na destinaciju mogu biti :⁴⁸

- Stvaranje novih radnih mjesta (isprepliće se s ekonomskim učincima)
- Obnova siromašnih i neindustrijskih regija
- Obnova lokalnih umjetnosti i obrtništva i tradicionalnih kulturnih aktivnosti
- Oživljavanje društvenog i kulturnog života lokalnog stanovništva
- Obnavljanje lokalnih arhitektonskih tradicija
- Promicanje potrebe očuvanja područja izuzetne ljepote koja imaju estetsku i kulturnu vrijednost
- Potiče lokalni ponos
- Veća tolerancija na društvene razlike
- Pozitivna promjena stila života

U zemljama u razvoju, turizam može potaknuti društvenu mobilnost kroz promjene u zaposlenju iz tradicionalne agrikulture do uslužnih djelatnosti i može rezultirati višom plaćom i boljim izgledima za rad. Međutim, turizam ima i reputaciju da štetno djeluje na društvo i kulturu receptivne destinacije. Utječe na pretrpanost u destinacijama što može uzrokovati stres za stanovnike te turiste. Problem je kada je turizam sezonska aktivnost i kada stanovnici moraju oblikovati svoj način života jedan dio godine. U religioznim zemljama, promijenjene društvene vrijednosti uzrokovane turističkom invazijom mogu se smatrati nacionalno nepoželjnim. Mogući negativni društveno-kulturni učinci mogu biti:

- Narušavanje tradicionalne kulture destinacije
- Migracijski pritisci na turističku destinaciju i njene stanovnike
- Pojava kriminala i droge
- Devijantno ponašanje stanovnika
- Promjena moralnih normi
- Oponašanje turista od strane stanovnika što može dovesti do negativnih posljedica kao što je nezadovoljstvo ili apatija
- Izmjena načina života
- Povećana mogućnost epidemija raznim zaraznim bolestima
- Porast ubojstava i silovanja

⁴⁸ Ibid., str. 58

- Stvara se uski ekskluzivni krug ili skupina ljudi te dolazi do promjene društvene strukture stanovnika

Kad turizam preuzme ulogu glavnog poslodavca, tradicionalne aktivnosti kao što je poljoprivreda mogu nestati, a u ekstremnim slučajevima destinacije mogu postati ovisne o turizmu. U odnosu između turista i stanovnika postoji posebna istina, a to je da se nalaze u dijametralno suprotnim položajima. Dok jedni teže odmoru i relaksaciji, drugi odrađuju posao. Stanovnicima može postati zahtjevno koegzistirati zajedno s turistima koji su uključeni u slobodne aktivnosti i imaju drugačije vrijednosti od stanovništva koje tu živi. Više o turističkim učincima na lokalno stanovništvo nalazi se pod sljedećim naslovom.

2.1.4.1. Učinci turizma na stanovništvo destinacije

Turizam je općenito postao jedan od velikih kulturnih i ekonomskih sila u svijetu, ali i važnim sredstvom za ostvarivanje dobrobiti lokalne zajednice. Razvoj turizma u određenoj destinaciji tj. njenom području proizvodi učinke koji mogu biti negativni i pozitivni, a implementacijom strateškog planiranja i upravljanje turističkim razvojem u destinaciji negativni učinci mogu se izbjeći ili minimizirati. Turizam uz utjecaj na okoliš ima i utjecaj na lokalno stanovništvo destinacije. Kao posljedica turističkih učinaka okolina se mijenja, a promjene utječu na lokalno stanovništvo te destinacije. Ako se turizam razvija u takvom smjeru da se postignu pozitivni učinci, lokalni stanovnici će imati pozitivan stav i obrnuto. Mogući pozitivni učinci turizma na lokalno stanovništvo:⁴⁹

- Poboljšava kvalitetu života
- Donosi pozitivne promjene vrijednosti i običaja
- Potiče kulturne razmjene
- Poboljšava razumijevanje različitih zajednica
- Toleriranje društvenih razlika
- Čuva kulturni identitet stanovništva domaćina
- Potiče zadovoljstvo psiholoških potreba
- Potiče osjećaj ponosa kroz obnovu tradicije i nasljeđa

⁴⁹ Kreag, G., op.cit. str. 9

Navedeni učinci su važni jer je stajalište lokalnog stanovništva prema turizmu upravo posljedica tih utjecaja. Neki od negativnih učinaka turizma na lokalno stanovništvo mogu biti:⁵⁰

- Neželjene promjene životnog stila
- Iseljavanje stanovnika iz centra u periferne dijelove grada/destinacije ili selidba iz destinacije
- Povećani kriminal, droga i prostitucija
- Povećana krijumčarenja
- Negativne jezični i kulturne promjene stanovnika
- Isključivanje stanovnika u korištenju prirodnih resursa
- Obiteljski poremećaji, razdor u obitelji

Za lokalno stanovništvo, glavni cilj i doprinos turističkog razvitka trebalo bi biti povećanje kakvoće života. Također, lokalno stanovništvo dio je destinacijskog proizvoda te ga treba uključiti u turistički razvoj kako bi stanovnici stekli pozitivan stav prema turizmu i doprinijeli kvaliteti turističkog proizvoda.⁵¹ S jednog gledišta destinacija predstavlja područje u kojem turisti žele ispuniti svoja očekivanja, a s druge strane predstavlja životni prostor lokalnog stanovništva. Turistička destinacija je početna točka turističke kulture te je inspiracija za turistička putovanja. Interakcija turista i stanovnika domaćina mogu se podijeliti u sljedeće 3 kategorije:⁵²

1. Kada turisti kupuju proizvode od domaćina
2. Kada turisti i lokalno stanovništvo dijele prostor kao što su plaže, vlakovi, autobusi, restorani ili barovi
3. Kada se turisti i domaćini susreću s primarnim ciljem kulturne razmjene

U ovoj kategorizaciji prve dvije vrste kontakata najčešće su povezane s negativnim aspektima, a treći se smatra pozitivnim. Lokalno stanovništvo smatra se kao vrlo važan dionik u razvoju turizma destinacije, a zainteresirano je za njen razvoj jer je svjesno da iskorištavanjem resursa i lošim odlukama menadžmenta može rezultirati uništavanjem postojećih vrijednosti u njihovoj

⁵⁰ Ibid., str. 9

⁵¹ Zadel, Z., Ivančić, I., Čevapović, I.(2014): Residents' attitudes towards tourism potential of small rural city of Požega, Scientific paper, Tourism and Hospitality Industry 2014, CONGRESS PROCEEDINGS Trends in Tourism and Hospitality Industry, p.p. 174-188, str. 174

⁵² Timothy, D. J., Boyd, S. W.(2003): Heritage tourism, Pearson Education Limited, England, 2003., str. 181., prema De Kadt, 1979.

životnoj sredini.⁵³ Ukoliko se turističkim razvojem narušava kvaliteta života stanovništva, onda se domicilno stanovništvo gubi, a ono se smatra jednim od nositelja gospodarskog razvoja. Lokalno stanovništvo, vezano uz određeno područje i vlastiti okoliš, ponekad ima mnogo bolji osjećaj za to što su realne potrebe toga područja, kao i jasniju viziju budućeg razvoja nego li središnja uprava.⁵⁴

Mnogi istraživači u namjeri da pruže bolje objašnjenje percepcije stanovništva na turizam i potpore na turizam počeli su koristiti raznorazne teorije. Iako su neke od tih teorija bile predložene za objasniti percepciju stanovnika na turizam, najviše korištena teorija bila je Teorija društvene razmjene („Social Exchange Theory“-SET). SET je opsežno korištena kako bi proučavala stavove stanovnika prema turizmu. Iz turističke perspektive, jednostavan koncept navedene teorije objašnjava ako stanovništvo vidi da turizam ima više pozitivnih učinaka (koristi) nego negativnih učinaka (troškova), to isto stanovništvo u tom slučaju će biti naklonjeno turizmu.⁵⁵ Drugim riječima, stanovnici analiziraju turističke troškove i koristi i ako je njihova procjena pozitivna i njihov odnos prema ovoj vrsti industrije bit će pozitivan. Stoga, stanovnici koji vide više pozitivne (koristi) od negativnih (troškova) učinaka koji proizlaze iz turizma vjerojatno će podržati razmjenu i vjerojatno će biti skloni uključiti se u razmjenu.

2.2. Posebni oblici turizma

2.2.1. Turistička ponuda

Krajem 20. stoljeća dolazi do povratka ka kvalitetnijem turizmu kroz selektivne oblike turizma koji djeluju u okviru turističke ponude sukladno raspoloživim prirodnim resursima te izgrađenoj infrastrukturi. Sama pozicija neke destinacije izravno ovisi o kvaliteti turističke ponude.⁵⁶ Turistička ponuda u užem smislu predstavlja količinu roba i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. Međutim

⁵³ Rudan, E. (2012): Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Transition, Vol.14 No.29, str. 2-3 raspoloživo na:

http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=128093

⁵⁴ Rogič, J.(2015): Stanovništvo u razvoju turizma: primjer grada Splita, diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, rujan 2015., str. 13

⁵⁵ Seyhah, V.(2017): Residents' Attitude toward Community-Based Ecotourism in Cambodia: Based on Two Cases of Yeak Laom and Chi Phat Communes, Graduate school of international development, Nagoya University, str.

25, raspoloživo na: <http://ir.nul.nagoya-u.ac.jp/jspui/bitstream/2237/26326/5/%E7%94%B211822%E4%B8%BB%E8%AB%96%E6%96%87.pdf>

⁵⁶ Senkić, M. (2015): Poslovna znanja i kulturni turizam: Studija slučaja dubrovačkih luksuznih vila, Polemos, Vol. XVIII, No. 35, str 117

u širem smislu riječi, predstavlja sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje koji na direktan ili indirektan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje kao ekonomskog rezultata privremenog boravka domaćih i stranih turista.⁵⁷ Na nju utječu brojni čimbenici, a jedni od njih su društvo, gospodarstvo, potražnja, država, poduzeća i okolina.

Turistička ponuda obuhvaća sadržaje kojima turistička destinacija raspolaže te nastoji zadovoljiti zahtjeve potražnje. U najužem smislu ona obuhvaća sljedeće elemente:⁵⁸

- Atraktivni elementi
- Komunikativni elementi
- Receptivni elementi
- Posrednički elementi

U atraktivne elemente spadaju prirodni elementi i društvene atrakcije. Radi se o obilježjima i resursima koji su prilagođeni i dostupni za turističko razgledavanje te ne traže napor da se otkriju i u njima uživa. Prirodni elementi su klima, flora i fauna te reljef, a pod društvene elemente ubrajamo kulturno-povijesne spomenike, kulturne ustanove, festivale i manifestacije, obrazovne institucije, itd.

Pod komunikacijske elemente ubraja se cjelokupna prometna infrastruktura kao i same vrste prijevoznih sredstava u destinaciji. Upravo o razvijenosti infrastrukture ovisi i stupanj atraktivnosti pojedinog područja. Sam prijevoz čini destinaciju lako dostupnom turistima, a najvažniju ulogu na svjetskoj razini zauzima zračni promet, pa zatim cestovni, željeznički te brodski.

Receptivni elementi predstavljaju sve objekte koji služe za prihvata i prehranu gostiju te koji pružaju određeni rekreacijski sadržaj. U širem smislu radi se o objektima i službama koje posredno služe turistima kao što su servisi, radnje, trgovine, komunalna infrastruktura itd. U užem smislu ubrajamo ugostiteljske objekte koji nastoje zadovoljiti potrebe turista za smještajem, hranom i pićem te zabavom.

Posredničke elemente predstavljaju putničke agencije i turoperator. Turističko posredništvo olakšava organizaciju putovanja i omogućava da budu dostupna širim slojevima društva. Ima ulogu spajanja ponude i potražnje.

⁵⁷ Petrić L. (2013): Uvod u turizam, Nastavni materijal, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 159

⁵⁸ Ibid., str. 159

2.2.2. Teorijski aspekt posebnih oblika turizma

Počeci organiziranog turizma vezuju se uz napredak znanosti i tehnologije te porast životnog standarda i slobodnog vremena. Razvoj prometa kao što su željeznički i brodski igrali su važnu ulogu u omasovljavanju putovanja. Početak 20. stoljeća bilježio je brojne promjene uključujući industrijsku revoluciju što se najviše odrazilo na prometna sredstva, 1919. godine napravljena je prva komercijalna zračna linija između Pariza i Londona, a sindikalne radničke borbe izborile su radnicima pravo na veće plaće i plaćeni godišnji odmor.

Putovanja zbog dokolice i rasonode postaju jedan od masovnijih oblika provođenja slobodnog vremena stoga i izdaci za putovanja premašuju izdatke koji se troše na ostale oblike dokolice.⁵⁹ Turizam doživljava ekspanziju i kao dinamička kategorija nalazi se u neprestanom razvoju. Svojim omasovljavanjem potakao je razvoj nerazvijenih područja, a istovremeno donio i niz štetnih posljedica i negativnih efekata kao što je uništavanje prirodnih resursa i zagađenje okoliša.

Masovni turizam kojeg još nazivaju i „hard“ turizam pojavljuje se 50-tih godina prošlog stoljeća te predstavlja masovni grupni turizam koji je krut i isti za sve, te ga bolje objašnjava koncept „3 S“ koji označava sunce, more i pijesak. Prevladavala su jedna vrsta putovanja i to kupališno-odmorišna putovanja. Jedni od simbola masovnog turizma je poslovanje turoperatora i njihovih putovanja s punim pansionom, nastanak odmarališta, charter letovi, standardizacija usluga i proizvoda kako bi se reducirali troškovi.⁶⁰ Potrošač je pasivan i inertan dokoličar, sudionik masovnih unificiranih aranžman, neiskusni putnik, nemaran prema okolišu, itd. Turistička kretanja 50-tih godina zabilježila su brojku od 25 milijuna, a u 2000. godini taj je broj dosegao 700 milijuna te nastavio rasti do 2010. godine kada broji 935 milijuna turista.⁶¹

Zbog velikih globalnih promjena u društvu masovni turizam počinje se transformirati prema individualnom turizmu tj. selektivnim oblicima turizma. Na promjenu tržišta od masovnog turizma prema usko definiranim tržišnim segmentima utjecali su određeni faktori a to su:⁶²

- Neprestani rast turističke potražnje na globalnom nivou što se ogleda kroz stalni rast putovanja

⁵⁹ Ibid., str. 17

⁶⁰ Popović, B.(2013): Razvoj specifičnih oblika turizma kao model održivog razvoja turizma u zaštićenim područjima prirode republike Srpske, Master rad, Sveučilište Singidunum, str. 39

⁶¹ <http://unwto.org> [pristupljeno 27.6.2018.]

⁶² Popović, B., op.cit. str. 41

- Oskudnost i ugroženost temeljnih turističkih resursa što pojačava trendove za očuvanjem prirodnog okoliša te dovodi do promjene u strukturi vrijednosti i stila života u društvu
- Promjene u sistemu vrijednosti i potrebe suvremenog turista koji žudi za znanjem i aktivnim odmorom
- Brzorastuća konkurencija među destinacijama pa i pružateljima usluga koji su prepoznali prednosti koja im donosi ponuda specifičnih oblika turizma.

Zbog zahtjeva velikog broja turista i bogate prirodne i kulturne baštine za individualan pristup, autentičnost, jedinstveni doživljaj te prepoznatljive i specifične proizvode javlja se potreba za stvaranjem novih inovativnih sadržaja i događaja. Kao protuteža masovnom turizmu javlja se selektivni turizam. Radi se o dva suprotna turistička koncepta u kojem masovni turizam predstavlja koncept razvoja turizma u kojemu turist kao pojedinac nije prepoznat, a u selektivnom turizmu on to jest.⁶³ Posebni oblici turizma predstavljaju široku lepezu aktivnosti i sadržaja koje potiču turistička putovanja, a u teoriji i praksi koriste se pojmovi kao što je individualni, odgovorni, specifični, turizam na bazi posebnih interesa, selektivni, tematski i alternativni.

*Selektivne oblike turizma možemo svrstati u posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača.*⁶⁴

*Prema pojedinim izvorima selektivni turizam se može definirati i kao organizaciju različitih oblika turizma usklađenih s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućavaju gostima i gostoprimcima uživanje u pozitivnim i vrijednim interakcijama uzajamnog iskustva.*⁶⁵

Važno obilježje posebnih oblika turizma je diversifikacija turističke ponude i proizvoda tj. veliki broj turističkih proizvoda prilagođeni su manjim skupinama turista/potrošača. Drugo ne manje važno obilježje posebnih oblika turizma je postavljanje turista u srž istraživanja te oblikovanje turističke ponude i proizvoda prema njihovim potrebama, željama i očekivanjima. Moderan turist svoj odmor provodi aktivno baveći se nekim sportom ili hobirom razgledavajući kulturnu baštinu kraja kojeg posjećuje. Prema istraživanju Europske turističke komisije iz 2006.

⁶³ Luković, T.(2008): Selektivni turizam, hir ili znanstveno istraživačka potreba, Acta turistica 2, Zagreb, str. 7

⁶⁴ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici, op.cit. str. 17

⁶⁵ Geić, S. op.cit. str. 223, prema Pančić Kombol, 2000.

godine, odmor za modernog turista podrazumijeva zadovoljavanje sve raznolikijeg skupa motiva pa traži različite vrste i posebne oblike turizma kao što su ekoturizam, urbani turizam, nautički, pustolovni turizam, vinski turizam, itd.⁶⁶

Posebni oblici turizma temelje se na konceptu održivog turizma pa se prema tome može definirati i kao „*sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području*“.⁶⁷ Zbog negativnih efekata masovnog turizma, bilo je nužno pronaći model koji će podržavati načela održivosti kako bi se spriječilo uništavanje resursa i narušavanje prirodne ravnoteže. Selektivni oblici turizma potiču razvoj standarda neophodnih za zaštitu prirodnih resursa i povećanja sigurnosti turista u destinaciji. Održivi razvoj zahtjeva jedinstven sustav povezanosti između ljudi i njihovih resursa i poslova u dinamičnoj ravnoteži prirodnog i društvenog sustava. Također, postaje strateška odrednica selektivnih turističkih vrsta i važan činitelj njihovog razvoja.

2.2.3. Klasifikacija posebnih oblika turizma

Posebni oblici turizma određeni su specifičnim turističkim motivom koji pokreće turiste na putovanje u određenu destinaciju čija je turistička ponuda prilagođena zadovoljavanju specifičnih potreba tih istih turista. Postoje različite vrste posebnih oblika turizma, a njihova potpuna klasifikacija bila bi gotovo nemoguća zbog brojnih motiva turista i drugih karakteristika. Međutim, u okviru određenih turističkih makro-niša, moguće je identificirati brojne mikro-niše koje se pojavljuju zbog atraktivnih i živopisnih karakteristika, mjesta u destinacijama i posebnih turističkih interesa.

S obzirom na raznolikost prirodu posebnih oblika turizma i srodnih proizvoda mogu se definirati različiti pristupi.⁶⁸

- Geografski i demografski pristup- lokacija i populacija igra bitnu ulogu tamo gdje se odvijaju turistički potrošački proces. Može pripadati urbanom, ruralnom, obalnom ili

⁶⁶ Hendija, Z. (2014): Međunarodni turizam, Skripta za kolegij, Ekonomski fakultet u Zagrebu, str. 23, dostupno na: https://paperzz.com/doc/5155620/skripta-mt_zh_10-11-2014_od-74-do-90.pdf-size [pristupljeno 29.08.2018.]

⁶⁷ Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 223, prema Jadrešić, 1998.

⁶⁸ Novelli, M. (2005): Niche Tourism: Contemporary issue, trends and cases, Oxford Elsevier, str. 9

planinskom okolišu unutar razvijenog ili razvojnog konteksta, no važno je njihovo značenje za specifičnu aktivnost u koju se turisti žele uključiti.

- Pristup povezan s proizvodom- naglašena je prisutnost aktivnosti, atrakcija, naselja, hrane i ostalih sadržaja. Navedeni elementi predstavljaju ključne dijelove destinacijskog miksa posebnih oblika turizma koji je oblikovan u skladu sa specifičnim potrebama i željama turista.
- Pristup povezan s potrošačem/turistom- turistički zahtjevi i očekivanja su u fokusu marketinškog pristupa posebnih oblika turizma. Pozornost se postavlja na odnose između potražnje i ponude na način da se razmatra koje su to turističke aktivnosti koje turisti traže kako bi imali zadovoljavajuće iskustvo tijekom odmora bilo to jednostavno promatranje prirode ili izravno sudjelovanje u jedinstvenom životnom stilu lokalne zajednice.

Postoji nesuglasje između klasifikacije posebnih oblika turizma te se javljaju novi i uži elementi turističkih kretanja koji su proizvod potreba, želja i motiva što otežava samu klasifikaciju posebnih oblika turizma. No, sljedeća klasifikacija napravljena je prema više različitih osnova i na mnoge oblike unutar dvije osnovne podjele prema motivaciji te vanjskim učincima.⁶⁹

Podjela prema motivaciji:

- rekreativni turizam (rekreativni turizam u bližim ili dalekim destinacijama, zdravstveni turizam)
- kulturni turizam (kulturni svjetovni turizam i religijski turizam)
- socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza)
- sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam)
- komercijalni turizam (poslovni i kongresni, turizam sajmovi i izložbi)
- politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija).

Podjela prema vanjskim učincima i uzrocima:

- prema podrijetlu (nacionalni turizam, međunarodni turizam)
- prema trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora)
- prema sezonama (ljetni turizam, zimski turizam)

⁶⁹ Geić, S., op.cit.str. 225, prema Kasper, 1975.

- prema broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina ili društava, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam)
- prema dobi sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi),
- o vrstama prijevoza (željeznički turizam, automobilski turizam, avionski turizam, pomorski, riječni i jezerski turizam)
- prema vrsti smještaja (hotelski turizam, para – hotelski turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam)
- prema učincima na platnu bilancu (aktivni turizam – receptivni turizam, pasivni turizam – emitivni turizam)
- prema načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam iz štednje i kredita)
- prema sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam).

2.2.2.1. Urbani turizam/gradski turizam

Jedan od posebnih oblika turizma je i urbani turizam koji je relativno nova vrsta posebnih oblika turizma koja predstavlja turističke aktivnosti koje se odvijaju na urbanom području tj. na području nekog grada. Čini ga 35% od ukupnog broja putovanja Europljana i raste po stopi od 4%, a tržišni udio mu je 18%.⁷⁰ Kako bi se u potpunosti razumio grad kao turistička destinacija potrebno je razumjeti koncept grada kao kompleksni društveni i ekonomski sistem i kao destinaciju koja nudi razne atrakcije i sadržaje.

U literaturi sve što se povezuje s gradovima zove se gradski turizam iako neki autori rade razliku između gradskog turizma koji se odnosi na manje gradove i urbani turizam koji se odnosi na veće gradove.⁷¹ U ovom radu urbani turizam će se koristiti za sve aktivnosti koje se odvijaju u gradu kao turističkoj destinaciji. Dakle, urbani turizam čini cijeli niz različitih aktivnosti, a potiču različiti motivi. Međutim, to sve ovisi o samom gradu jer je svaki specifičan kao turistička destinacija i ima specifične vrste atrakcija koje posjeduje, pa tako motivi mogu biti stručni skupovi, rekreacija na otvorenome, razgledavanje znamenitosti, kupovina,

⁷⁰ Petrić, L. (2012): Upravljanje razvojem turizma- aktualne teme i trendovi, materijal za studente 1. god diplomskog studija Turizama i hotelijerstva, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, str.113

⁷¹ Smolčić J., D., Sušilović, Z.(2006): Planing city tourism development: principles and issues, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 2, pp. 135-144, str 137

obrazovanje, itd.⁷² To je prilika gradovima da se odmaknu od sezonskog turizma koji traje samo 3 mjeseca te ponude turističke proizvode i usluga kroz cijelu godinu i to na jednom mjestu za široku skupinu turista.

Urbani turizam najviše se veže uz kulturne, sportske te poslovne motive, a uvjetovan je izgledom grada, raznim kulturnim, sportskim i umjetničkim sadržajima te povezanošću i komunikacijom raznih subjekata u turizmu kako bi se kreirala što bolja turistička ponuda.

Urbani turizam se najčešće povezuje s kulturnim turizmom kojeg mnogi smatraju također jednog od posebnog oblika turizma u kojem prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog karaktera te upoznavanje sa suvremenim kulturnim životom grada ili turističke destinacije, posjet nekoj kulturnoj tradicionalnoj priredbi te kazališnoj i koncertnoj predstavi.⁷³ Oba oblika turizma igraju bitnu ulogu u samom procesu regeneracije gradova jer imaju zajedničku karakteristiku zajedno s procesom regeneracije, a to je da zahtijevaju prenamjenu i obnovu zastarjelih područja.

Sami gradovi mogu birati kakvu vrstu turizma će razvijati ovisno o resursima, atrakcijama i mogućnostima, a to može biti: kulturni turizam, manifestacijski turizam, zdravstveni turizam, sportski i rekreacijski turizam, poslovni turizam, omladinski turizam, obrazovni turizam, itd. Na taj način privlače se različiti marketinški segmenti, grupe različitih dobnih skupina i kupovne moći te operacije na lokalnom tržištu mogu se odvijati tokom cijene godine. Ciljevi razvoja i stvaranja atrakcija je rezultat turističke razvojne strategije u gradovima kao turističkim destinacijama.

2.2.2.2. Sportsko-rekreacijski turizam

Turizam i sport su dvije forme društvenih aktivnosti koje su međuovisne. Srodnost i bliskost njihovih funkcija proizlazi iz činjenice prema kojoj su nositelji tih dvaju društvenih fenomena u pravilu isti subjekti.⁷⁴ Njihova povezanost datira od samih početaka njihovog razvoja, no ona se tijekom vremena značajno i promijenila. Tako je u staroj Antici sport bio značajan motiv

⁷² Petrić, L., Mikulić, D. (2009): Uloga kulturnog turizma u procesu urbane regeneracije, Acta Turistica Nova, Vol. 3 broj 1., str. 5

⁷³ Vukonić, B., Čavlek, N. (2001): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, str. 186.

⁷⁴ Bartoluci, M. (1995): Uloga športa i rekreacije u razvitku hrvatskog turizma, Tourism and Hospitality Management, Vol. 1, No. 2, , p.p. 253-265, str. 254, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/182526> [pristupljeno 07.06.2018.]

putovanja ljudi, a cilj su bile velike sportske priredbe kao što su Olimpijske igre. Danas sport u turizmu ima širu ulogu pa je zato došlo do promjene između turizma i sporta.

Sam sport može se definirati kao vrsta tjelesnog vježbanja ili djelatnosti kojoj je svrha radnja čije izvođenje počiva na zamisli o borbi s nekim određenim elementom: daljinom, vremenom, preprekom, materijalom, teškoćama, opasnostima, životinjama, protivnikom li pored toga, samim sobom.⁷⁵ Sport više nema samo natjecateljsku ulogu nego je i važan sadržaj boravka u nekoj destinaciji u kojem turisti postaju aktivni sudionici različitih sportova kao što su sportovi na vodi, jahanje, biciklizam, tenis, golf, trčanje, sportske igre, itd.

Povezanost između turizma i sporta najviše se očituje kroz funkcije koje stvaraju. Te funkcije se dijele na dvije grupe:⁷⁶

- Društveno-humanistička funkcija
- Ekonomska funkcija

Društveno-humanistička funkcija obuhvaća zdravstvenu funkciju, edukativnu funkciju i društveno-političku funkciju.

Zdravstvena funkcija jedna je od najvažnijih funkcija sporta u turizmu. Poznato je da razni programi sporta i rekreacije pozitivno utječu na očuvanje i poboljšanje psihofizičkih sposobnosti, u ovom konkretno primjeru sposobnosti turista. Istraživanja su potvrdila tezu da sudjelovanje u sportu i rekreaciji doprinosi i sprječavanju modernih bolesti (psihološke i kardiovaskularne bolesti) i poboljšanju funkcionalnih sposobnosti organizma.

Edukativna funkcija se ogleda kroz učenje i usvajanje određenih sportskih vještina kao što je tenis, golf, jahanje, skijanje, jedrenje, itd. Ipak ova funkcija ne utječe samo na povećanje obrazovanja turista nego također pridonosi stvaranju navike (osobito u djece i mladih) redovitog sudjelovanja u određenim sportskim aktivnostima.

Društveno-politička funkcija odnosi se na upoznavanje drugih ljudi tijekom sudjelovanja u sportsko-rekreativnim aktivnostima bez obzira na društvene i druge razlike među njima. To pomaže realizaciji određene društvene funkcije sporta u turizmu. Sport je gotovo uvijek povezan s putovanjima u razne destinacije i zato zajedno s turizmom postaje takozvani

⁷⁵ Geić, S., op.cit.str. 225

⁷⁶ Bartoluci, M. op.cit.str. 255

„ambasador mira“ između zemalja. Osim toga, vrhunske sportske izvedbe su najbolji način za promocije zemlje u svijetu. Sve to pripisuje određenoj političkoj funkciji sporta i turizma.

U području turizma, sport zajedno s raznim programima, nije samo faktor koji poboljšava turističku ponudu nego je i kreator određenih ekonomskih učinaka. Ekonomska funkcija očituje se kroz konzumaciju sportskih proizvoda i usluga na turističkom tržištu. Na taj način generira dodatni ekonomske učinke u turizmu. Najveći ekonomski učinci stvaraju se unutar turističkih organizacija ili sportskih tvrtki koje pružaju različite sportsko-rekreativne usluge. Iako danas postoje brojni sportski i rekreativni programi na temelju kojih se ostvaruju ekonomski učinci, ovdje će se navesti samo neki od njih:⁷⁷

- iznajmljivanje raznih sportskih sadržaja (teniski tereni, tečaj golfa, sportske dvorane, bazeni, itd)
- korištenje sportskih objekata i opreme (žičara, plovila za vodene sportove, opremu za ronjenje, opremu za jedrenje, opremu za fitness / pribor, itd.)
- razne sportske škole (skijanje, tenis, golf, vožnja, vodeni sportovi, itd.)
- sportskih igara, turnira i raznih natjecanja
- sportskih atrakcija (zmajarenje, vodeni tobogan, itd.).

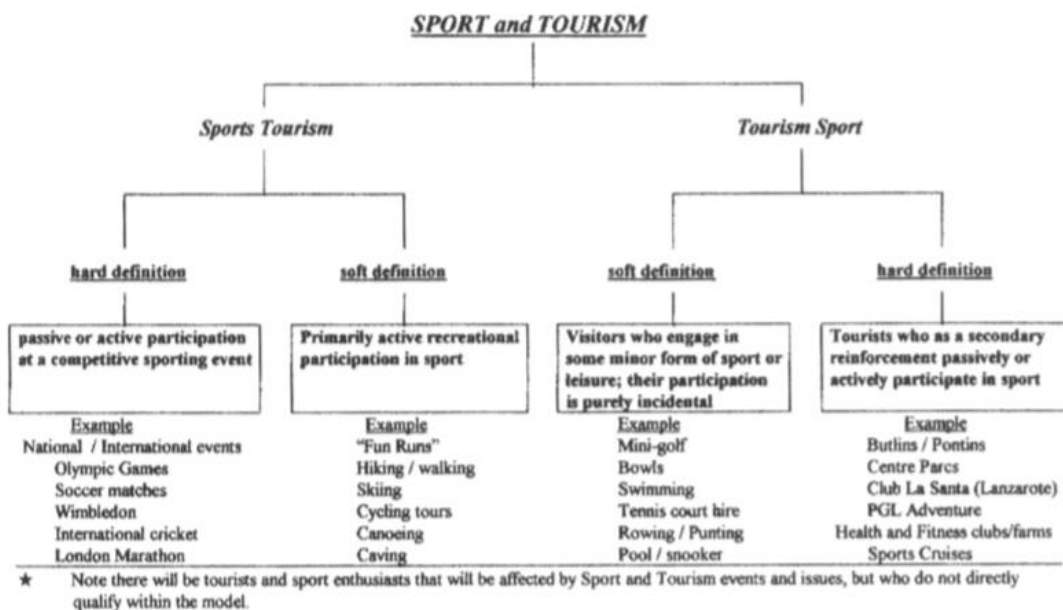
Turizam i sport kao međusobni komplementi pokreću se na temelju istih neekonomskih motiva radi zadovoljavanja zdravstvenih i zabavno kulturnih potreba čemu doprinose posebice u segmentima zdravstvenih i sportsko rekreativnih oblika turizma. Sport u suvremenom turizmu nije samo svrha boravka u određenoj turističkoj destinaciji nego često proizlazi da je glavni motiv za putovanje u određenu destinaciju.⁷⁸ Takva poveznica između turizma i sporta dovela je do razvoja posebnih oblika turizma koji je u konkretnom slučaju sportsko-rekreativni turizam.

Shema br. 1 prikazuje podjelu predmetnog područja sporta i turizma kako bi se pokazala njihova priroda podjele, bilo iz sportske ili turističke baze, i kako bi se opisala daljnja područja fokusiranja.⁷⁹

⁷⁷ Ibid., str. 258

⁷⁸ Bartoluci, M., op.cit.str. 255

⁷⁹ Gammon, S., Robinson, T. (2003) Sport and Tourism: A Conceptual Framework, Journal of Sport & Tourism, 8:1, 21-26, str. 23



Shema 1 : Model razdiobe sporta i turizma

Izvor: Gammon, S., Robinson, T. (2003): Sport and Tourism: A Conceptual Framework, Journal of Sport & Tourism, 8:1, 21-26, str. 23

Shema 1 ujedno predstavlja i klasifikaciju potrošača sporta i turizma. Pod-podjele takozvanih „mekih“ i „tvrđih“ kategorija jasno prikazuje četiri različita polja izučavanja, od kojih svako ima različite organizacijske, financijske i akademske metode i implikacije.

- Sportski turizam (eng. „Sports Tourism“)

Predstavljaju pojedinci i/ ili skupina ljudi koji aktivno ili pasivno sudjeluju u natjecateljskom ili rekreativnom sportu, dok putuju i/ ili borave na mjestima izvan uobičajenog okruženja. Sport je glavna motivacija za putovanje, iako turistički element može djelovati kako bi pojačao cjelokupno iskustvo. Može se podijeliti u dvije različite kategorije:

Tvrda (eng. „hard“) definicija: Sportski turisti aktivno i pasivno sudjeluje na nekom natjecateljskom sportskom događaju, a sportskog turista definiramo kao netko tko putuje s primarnim motivom aktivnog ili pasivnog sudjelovanja u natjecateljskom sportu. Dakle sport je glavni motiv njihovog putovanja. Obuhvaća velike sportske događaje, npr. Olimpijske igre, Wimbledon i Londonski maraton. Konkurentnost prirode tih događaja je faktor razlikovanja.

Meka (eng. „soft“) definicija: sportski turist je osoba koja putuje (i koja ostaje na mjestima izvan uobičajenog okruženja) s primarnim motivom rekreacijsko aktivnog sudjelovanja u

raznim sportskim i slobodnim interesima. Rekreativno-aktivni aspekti ovdje čine faktor razlikovanja.

- Turistički sport (eng. „Tourism sport“)

Obuhvaća turiste koje putuju i / ili borave na mjestima izvan njihovog uobičajenog okruženja i aktivno ili pasivno sudjeluju u natjecateljskom ili rekreativnom sportu kao sekundarnoj aktivnosti. Odmor ili posjet njihov je glavni motiv za putovanje. Turistički sportovi su u literaturi gotovo zanemareni, ali sadrže vrlo važan aspekt turizma i sporta. Mogu se podijeliti u dvije različite kategorije:

Tvrda (eng. „hard“) definicija: bavljenje sportom aktivno ili pasivno za turiste djeluju kao sekundarno obogaćivanje odmora. To može biti natjecateljski ili rekreativni sport. Dok je njihova primarna motivacija za putovanje odmor, sudjelovati će također i u sportu. Na sport se gleda kao sekundarno pojačanje.

Meka (eng. „soft“) definicija: turistički sport uključuje posjetitelje koji u manjem dijelu vremena tijekom svoga odmora uključeni u nekakav oblik sporta i to na slučajan način. To se smatra "mekim" jer je njihovo sudjelovanje isključivo slučajno.

U modernom turizmu ljudi putuju sve više i više kako bi zadovoljili svoje rekreativne potrebe. Sport i rekreacija postaju sve veća potreba ljudi za koji se odvaja i sve veći dio prihoda. Rekreacijske potrebe mogu se zadovoljiti raznim aktivnostima, a to su trčanje, plivanje, sportovi na vodi, tenis, golf, jahanje, sportske igre, skijanje, itd. Ono što sve ove aktivnosti imaju zajedničko je sport, samo načini i sredstva kojima se provode su različiti. Sportsko-rekreacijski turizam jedan je od najmasovnijih selektivnih oblika turizma u kome prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u određenim mjestima i centrima.⁸⁰ Pojavljuje se u različitim oblicima a to su:

- natjecateljski sportski turizam
- zimski sportsko-rekreativni turizam
- ljetni sportsko-rekreativni turizam

Natjecateljski sportski turizam obuhvaća sva putovanja poduzeta u svrhu sudjelovanja na pojedinim sportskim natjecanjima, od nacionalnih do međunarodnih sportskih natjecanja. Bez obzira na prisutnost medija i mogućnosti prijenosa uživo na popularnim sportskim događanjima

⁸⁰ Geić, S., op.cit. str. 271, prema Vukonić 2001.

široj svijeta, još uvijek veliki broj ljudi putuje na ove sportske događaje zbog osjećaja "prisutnosti". Ovi ljudi, naravno, sudjeluju u svim vrstama turističke potrošnje i stoga se smatraju turistima.

Zimski sportski i rekreativni turizam se prvenstveno odvija u zimskim centrima koji nude brojne mogućnosti sporta i rekreacije: skijanje, skijaško trčanje, klizanje, sportske igre na snijegu i ledu itd. Mnoge receptivne turističke zemlje poput Austrije i Švicarske ostvaruju velik dio svojih turističkih prihoda upravo od takvog turizma.

Ljetni sportski i rekreativni turizam ima još širu osnovu, jer se odvija na moru, u planinama, na rijekama, jezerima i drugim prirodnim resursima. Obuhvaća razne sportsko-rekreacijske sadržaje poput hodanja, trčanja, pješaćenja, biciklizma, sportova na vodi, sportskih igara, golfa, tenisa, jahanja i sl.

2.2.2.3. Pustolovni turizam

Većina komentatora slaže se da je pustolovni turizam ili avanturizam sektorska niša turističke industrije, ali postoji i niz drugih sektora kao što su ekoturizam i aktivni turizam koji imaju obilježja koja se preklapaju s onima pustolovnog turizma. Postoji i povezane fraze kao što su „pustolovno putovanje“, „pustolovna rekreacija“ i „hard“ i „soft“ pustolovni turizam koje mogu zbuniti, ali na drugu stranu i doprinijeti razumijevanju potencijalne širine i obuhvata pustolovnog turizma.

Sam pojam pustolovine kao stanje uma opisuje da sudionik dobrovoljno sebe stavlja u poziciju za koju vjeruje da zalazi u nepoznato, gdje će se suočiti s izazovima, otkriti i zadržati nešto vrijedno od dobivenog iskustva. U turističkom kontekstu za svako turističko iskustvo sudionik može misliti da je pustolovina što i vrijedi, ali je nezgrapno jer pogled koji imaju turisti samo je polovica cijele priče. Treba se razmotriti i strana ponude jer da bi pustolovni turizam bio prodajna roba treba se upakirati u nešto što se može isporučiti.

Postoji mnogo definicija pustolovnog, a jedna od njih je da se radi o „*rekreativnoj aktivnosti na otvorenom koji se odvija u neobičnoj, egzotičnoj, udaljenoj destinaciji ili divljini koja uključuje neuobičajen način prijevoza te teži biti povezan s niskom i visokom razinom*

aktivnosti. ⁸¹ Radi se o širokom konceptu sa širokim rasponom proizvoda i ljudi te su brojni autori nastojali stvoriti kategorije ili tipologije pustolovnog turizma. Ovdje će se ukratko predstaviti razlika između hard pustolovnog turizma i soft pustolovnog turizma.

Ove često korištene pojmove koristili su istraživači koji su razvili kontinuum kako bi objasnili raznolikost ponašanja, počevši od soft pustolovnog turizma na jednom kraju i napredujući do hard pustolovnog turizma koja se nalazi na drugom kraju kontinuuma. Kontinuum uključuje različite stupnjeve izazova, nesigurnosti, izazov poznavanja, osobnih sposobnosti, intenziteta, trajanja i percepcije kontrole. Hard pustolovni turizam zahtjeva iskustvo i znanje o aktivnostima prije doživljavanja turističkog iskustva, dok soft pustolovni turizam ne mora zahtijevati prethodno iskustvo.

Pustolovni turisti se mogu razdijeliti s obzirom u kojoj vrsti pustolovnog turizma sudjeluju pa tako hard pustolovni turizam zahtjeva element iskustva u aktivnostima koje se poduzimaju i zato što obuhvaća element rizika, a sudionici moraju biti fizički i mentalno pripremljeni. Uključuje blisko iskustvo s okolišem i kulturom destinacije. Sudionici trebaju biti pripremljeni za sve vremenske uvjete, nagodbe za noćenje i prehrambena ograničenja. Hard pustolovni turizam uključuje aktivnosti kao što su planinarski biciklizam, ronilaštvo, penjanje, opstanak u divljini, pješaćenje, letenje zmajem, itd.

Soft pustolovni turizam ne zahtjeva veliki fizički napor, ne treba iskustvo ili vrlo malo i nudi veću udobnost po pitanju obroka i noćenja. Puno aktivnosti je istih kao i za hard pustolovni turizam samo što fizička pripremljenost može biti na manje zahtjevnoj razini. Soft pustolovni turizam nudi široki raspon aktivnosti i pustolovine za putnika, a među njima se uključuje jahanje, rafting, vožnja kajakom, biciklističke ture, kampiranje, surfanje, pješачke ture, promatranje divljih životinja, itd. Trendovi na području soft pustolovnog turizma upućuju na konstantan rast potražnje koja se temelji na potrebi suvremenih potrošača za fizičkim aktivnostima i brizi o zdravlju. Međutim, mnogi će turisti sudjelovati možda u obje vrste prethodno navedenih aktivnosti, pa možda čak i tijekom istog odmora.

Među spektrom aktivnosti pustolovnog turizma koje su se prethodno nabrojali biciklizam i biciklističke ture su aktivnosti koje rastu za razliku od npr. od skijanja koje je u svom zrelom stadiju. Cikloturizam kao posebni oblik turizma (o kojem će se detaljnije govoriti u 3. poglavlju diplomskog rada) može se promatrati kao jedan pod-segment soft pustolovnog turizma

⁸¹ Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. i Pomfret, G. (2003): Adventure tourism: The New Frontier, Butterworth-Heinemann: Oxford, str. 29, prema Canadian Tourism Commission, 1995.

(„mekog“ avanturizma) te se preklapa sa sportsko-rekreacijskim turizmom, a neki ga čak svrstavaju kao pod-segment ekoturizma. U poletu je diljem svijeta, sa rastućim brojem pustolovnih turista (avanturista) koji kreću na cestovne i brdske biciklističke ture, sudjelujući u biciklističkim događajima kao što su „Ride the Rockies“ ili su samo gledatelji događaja poput „Tour de France“.

2.2.4. Posebni oblici turizma u okviru održivog razvoja

Održivi razvoj može se definirati kao odnos između dinamičnih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek i većih dinamičnih ekoloških sustava koji se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži. Postoje tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:⁸²

- 1. Koncept razvoja-** Razvoj koji se odnosi na kvalitativnu koncepciju razvoja društva koja u sebi uključuje gospodarske, kulturološke i društvene opsege razvoja.
- 2. Koncept potreba-** Odnosi se na raspodjelu osnovnih resursa za ostvarivanje kvalitetnog života. S obzirom da su resursi ograničeni, za zadovoljenje osnovnih potreba pučanstva dolazi do degradacije okoliša te je termin "osnovnih potreba " nužno preispitati u koncepciji održivog razvoja.
- 3. Koncept budućih naraštaja-** Ukazuje na bit održivosti koja se svodi na pitanje što ostaviti budućim naraštajima i kako im prenijeti bolju kvalitetu ekoloških sustava nego što je to danas s tim da se buduća pokoljenja ne opterećuju našim razvojnim i ekološkim problemima.

Održivost u odnosu na turizam može se smatrati kao okvir za razvoj turizma. Pojam održivog turizma nastao je s ciljem smanjenja negativnih učinaka turističkih aktivnosti, koji je gotovo univerzalno prihvaćen kao poželjan i politički prikladan pristup razvoju turizma. Svrha održivog turizma u kratkom i dugom roku je postizanje ravnoteže između zaštite okoliša, održavanja kulturnog integriteta, uspostavljanja socijalne pravde i promicanja gospodarskih koristi, ispunjavanje potreba stanovništva u smislu poboljšanja životnog standarda, itd. Svjetska turistička organizacija(WTO) dala je definiciju održivog turizma:⁸³

⁸² Črnjar, M. (2002): Ekonomika i politika zaštite okoliša, Rijeka, str 189-190

⁸³ Hashemkhani Zolfani, S., Sedaghat, M., Maknoon, R., Kazimieras Z., E. (2015): Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications, Economic Research- Ekonomska Istraživanja, , Vol. 28, No. 1, 1–30, str. 3

Održivi razvoj turizma zadovoljava potrebe sadašnjih turista i domaćina, istodobno štiteći i unapređujući mogućnosti za budućnost. Predviđeno je upravljanja svim resursima na takav način da se mogu ispuniti gospodarske, društvene i estetske potrebe uz održavanje kulturne cjelovitosti, bitnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sustava za životnu podršku.

Nužno je zadovoljiti ključne faktore održivosti kako bi se uspostavila ravnoteža između turističkog razvitka i očuvanja okoliša te baštine. To uključuje određene procese kao što su prepoznavanje resursa za razvoj turističkog proizvoda i odgovornost dionika u turizmu. Koncept održivog turizma zagovara:⁸⁴

- Visoko kvalitetni turistički proizvod koji zadovoljava trenutne potrebe turista, a u isto vrijeme štiti turističke resurse za buduće generacije
- Unaprjeđenje kvalitete životne sredine i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, dobara i vrijednosti
- Ekonomski razvoj uz očuvanje socijalnog integriteta i unaprjeđenja kvalitete življenja lokalnih zajednica na turističkom području
- Afirmacija i očuvanje kulturnog identiteta turističkog područja uz doprinos kulturnog razumijevanja i tolerancije
- Ekonomski profit od turizma i u turizmu

Da bi se realiziralo navedeno neophodno je strateško planiranje i upravljanje održivim razvojem turističkih destinacija. Koncept održivog razvoja može se primijeniti na sve oblike turizma pod uvjetom da će dugoročno biti usklađeni sa prirodnim, socijalnim i kulturnim okruženjem. Tu se ubrajaju oblici turizma koji zadovoljavaju potrebe turista, turističke djelatnosti/industrije i lokalne zajednice danas, bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Održivi pristup želi potaknuti razvoj “ umjerenijih ” oblika turizma, manjih razmjera, osjetljivih na lokalne ekološke i kulturne utjecaje, a u funkciji lokalnog društveno-ekonomskog razvoja.⁸⁵ Selektivni oblici turizma smatraju se više održivi s obzirom na masovni turizam iz perspektive destinacija jer potiču razvoj standarda neophodnih za zaštitu prirodnih resursa i povećanja sigurnosti turista u destinaciji.

⁸⁴ Popović, B., op.cit. str. 26

⁸⁵ Dulčić, A., Petrić, L. (2001.): Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb, str 238.

3. CIKLOTURIZAM U SVIJETU I HRVATSKOJ

3.1. Pojam cikloturizma i cikloturista

Vožnja biciklom je aktivnost kojom se bavi sve više ljudi bez obzira na godine i socijalni status. Može se svrstati pod soft pustolovni i soft sportsko-rekreacijski turizam te ima pozitivne rezultate jer je ekološki održiv, promovira zdravi životni stil i bicikl predstavlja jeftin način prijevoza. Biciklizam je interesantan i iz ekonomske perspektive te kao turistički proizvod ima mnoge prednosti.⁸⁶

- Vožnja biciklom kao dodatna aktivnost i ponudom atraktivnih usluga može privući mnogo potražnje u kratkom vremenskom razdoblju, što će omogućiti razvoju dodatnih industrija kao što su usluge hrane, smještaja, informacijske usluge i usluge servisiranja.
- Cikloturizam je ekološki oblik turizma s minimalnim utjecajem na okoliš i lokalnu zajednicu
- Promicanjem biciklizma i cikloturizma može se iskoristiti postojeća ali i neiskorištena infrastruktura kao što su sporedne državne ceste ili neiskorištene željezničke pruge kao što je npr. Parenzana u Istri
- Razvoj cikloturizma potiče nova ulaganja u raznoliku infrastrukturu, uključujući i biciklističku infrastrukturu, čime donose velike koristi lokalnim zajednicama
- Cikloturizam potiče svakodnevno bicikliranje
- Cikloturizam je pokazao značajan rastu u zadnjem desetljeću, što predstavlja dragocjeno tržište, a cikloturist je rangiran u kategoriji nadprosječnog potrošača.

Odnos između biciklizma i turizma prilično je složen jer postoji nekoliko pokušaja definiranja cikloturizma i cikloturista, te je literatura raspršena jer se uzimaju različiti parametri u analizi. Cikloturizam i cikloturist definirani su na razne načine od strane akademika i vladinih organizacija sa definicijama koje se dalje razvijaju i oblikuju. Tako je Južno Australijska Turistička komisija 2002. godine definirala cikloturizam kao:⁸⁷

⁸⁶ Rotar, J., Gantar, A., Kočiš, D., Pehnc, M. (2012): How to develop cycle tourism?, Program Središnje Europe, Maribor, str. 15, dostupno na: http://bicy.it/docs/35/How_to_develop_cycle_tourism_ang.pdf [pristupljeno 07.08.2018.]

⁸⁷ Faulks, P., Ritchie, B., Fluker, M. (2006): Cycle tourism in Australia: An investigation into its size and scope, Sustainable Tourism Corporate Research Centre, 5(2), 121-132, str. 7

„Bilo kakav odmor ili putovanje iz zadovoljstva koji uključuje boravak daleko od kuće za jedno ili više noćenja na kojem je uključeno bicikliranje kao aktivnost i bicikl kao sredstvo prijevoza.“

Međutim, nekoliko godina kasnije u Cikloturističkoj strategiji 2005-2009 za južnu Australiju, turistička komisija je dala drugu definiciju cikloturizma koja je specifičnija i uključiva:⁸⁸

„Cikloturistički posjeti smatraju se svrhom odmora, rekreacije, zadovoljstva ili sporta: uključujući noćenja ili dnevne izlete u druge turističke regije tijekom kojih se posjetitelji uključuju u aktivni biciklizam ili su pasivni gledatelji biciklističkog događaja.“

Međutim, većina starije literature se slaže da putnik mora biti daleko od svog uobičajenog okruženja najmanje 24 sata kako bi se smatrao turistom, a cikloturist se može definirati kao:⁸⁹

„Osoba koja je daleko od svog uobičajenog okruženja, grada ili države na period ne manji od 24 sata ili jedne noći u svrhu odmora te za koga je korištenje bicikla kao vrste prijevoznog sredstva integrirani dio odmora. Odmor može biti individualno organiziran ili dio komercijalne ture i može uključivati korištenje usluga za podršku transportu te bilo koji tip formalnog i neformalnog smještaja.“

Ova definicija ne uključuje rekreativne bicikliste i izletnike koji su van kuće manje od 24 sata, i razlikuju se od prethodno definiranog cikloturista te se definira kao:⁹⁰

„Osoba uključena u rekreacijsku biciklističku aktivnost ili izlet van kuće koji traju u periodu do 24 sata ili jednog noćenja i za koga bicikliranje predstavlja pozitivan način provođenja slobodnog vremena.“

Prema tome, rekreacijski biciklisti i izletnici trebali bi biti isključeni iz definicije samog cikloturizma jer su van kuće manje od 24 sata, no prema novijim definicijama Australijske turističke komisije koje su prethodno navedene vidimo da se spominju dnevni izletnici što možemo zaključiti da su podijeljena mišljenja glede toga te da novija istraživanja uključuju u cikloturizam i dnevne izletnike koji aktivno bicikliraju. Slično „Munda Biddi Train Foundation“ predložili su definiciju cikloturizma koja također ne uključuje nužno noćenje te definiraju cikloturizam kao:⁹¹

⁸⁸ Ibid., str. 7

⁸⁹Ritchie, B. W. (1998): Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: Planning and management issues, Tourism Management, Vol. 19, No.6, pp. 567-582 23, str.568

⁹⁰ Ibid., str. 569

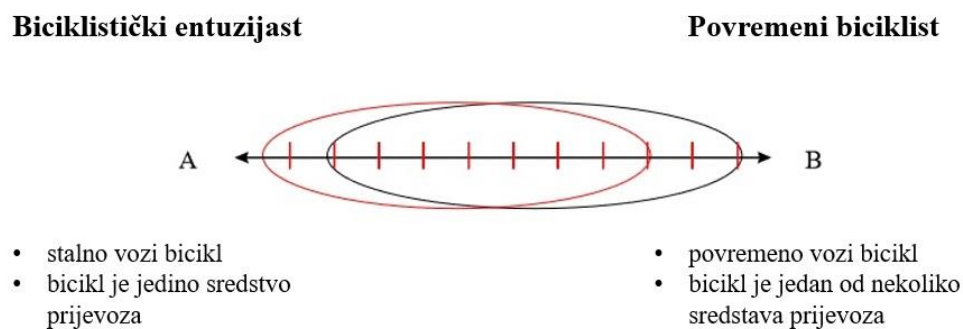
⁹¹ Faulks, P., Ritchie, B., Fluker, M. (2006): Cycle tourism in Australia: An investigation into its size and scope, Sustainable Tourism Corporate Research Centre, 5(2), pp. 121-132, str. 7

„rekreacijski posjet, bilo s noćenjem ili dnevni izlet van kuće koji uključuje bicikliranje kao značajan dio posjeta.“

Nadalje, Simonsen i Jorgensen u svom djelu daju definiciju cikloturista:⁹²

„Osoba bilo koje nacionalnosti koje u jednom momentu svoga odmora koristi bicikl kao sredstvo prijevoza i za kojeg je biciklizam važan dio samog odmora.“

Lokalno stanovništvo se koje rekreativno bavi biciklizmom nije uključeno u ovu definiciju, a domaći turisti jesu. Biciklističke utrke su također isključene iz ove definicije jer se smatra da tu sudjeluju turisti kojima je primarni motiv je sport, a ne odmor. Uz ovu definiciju Simonsen and Jorgensen predstavili su kontinuum prikazujući različite tipove cikloturista.



Shema 2: Kontinuum različitih tipova cikloturista

Izvor: Vlastiti prikaz preuzet od Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D. (1998): Cycling tourism, Unit of Tourism Research at Research Centre of Bornholm, Bornholm, str. 206

Na jednoj strani kontinuum nalazi se biciklist kojemu je bicikl jedino pravo sredstvo prijevoza i jedini način na koji će provesti svoj odmor. Svrha njegovog odmora je vožnja biciklom. Na drugoj strani kontinuum nalaze se turisti koji su povremeni biciklisti jer tijekom svog odmora smatraju bicikl kao alternativno i ugodno sredstvo prijevoza tijekom istraživanja destinacije. Međutim, koriste bicikl samo ako je dobro vrijeme. Većina cikloturista nalaze se između ova dva ekstrema.

⁹² Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D., op.cit.str. 5

3.2. Potencijalne koristi cikloturizma na destinaciju i lokalnu zajednicu

Među posebnim oblicima turizma, cikloturizam se smatra kao visoko profiliran iz razloga što mnogi smatraju da je posebno ekološki prihvatljiv i održiva turistička kategorija.⁹³ Kao takav može proizvesti određene ekonomske, okolišne i društvene učinke u lokalnoj zajednici. Kroz literaturu ističu se brojne prednosti i koristi biciklizma i cikloturizma na destinaciju i lokalnu zajednicu.

3.2.1. Potencijalne ekonomske koristi

Određene destinacije i zajednice u regionalnim i seoskim odredištima mogu imati koristi od cikloturizma kao i individualne tvrtke koje su uključene u ovaj oblik turizma. Za primjer može se uzeti Engleska koja je pokazala da spoj opuštenog rekreativnog cikloturizma, lokacija, biciklističke infrastrukture i ruta mogu natjerati korisnike i turiste da troše više i koriste usluge smještaja u većem broju od prosječnog posjetitelja. Njihova biciklistička ruta u engleskoj, 1996. godine zabilježila je 15 000 biciklista koji su generirali 1.5 milijuna funti tijekom putovanja koje je u prosjeku trajalo 3-4 dana.⁹⁴ Ti prihodi potekli su od usluga podrške kao što je najam bicikli i popravci, smještaj i restorani te kafići koji su otvoreni uz biciklističke staze kako bi nudili usluge cikloturistima.

Na taj način su individualne tvrtke ostvarile ekonomske koristi od biciklista koji su tijekom vožnje koristili i dodatne usluge kako bi zadovoljili svoje potrebe. Cikloturizam je tako osigurao značajne turističke prihode i u udaljenim i zavučenim područjima kroz koja su te rute prolazile. U Sjedinjenim Američkim Državama procjene su pokazale zaradu 1.2 milijuna dolara i 1.8 milijuna dolara od smještaja, restorana i trgovina koji su se nalazili duž biciklističkih staza i ruta.⁹⁵

Cikloturizam zbog svoje male veličine i obujma s obzirom na masovni turizam, osigurava i podržava lokalno vlasništvo nad objektima i tvrtkama koje spadaju u malo lokalno poduzetništvo te se na taj način smanjuje količina izvlačenja novca iz lokalne zajednice. Tako je u Australiji procijenjeno 2 milijuna australskih dolara povrata zarade od „Murray do

⁹³ Ibid., str. 159

⁹⁴ Faulks, P., Ritchie, B., Fluker, M, op.cit. str. 10

⁹⁵ Ibid., str. 10

Mountain Rail Trail“ staze koja se zadržala u lokalnom gospodarstvu.⁹⁶ Međutim, pojedini istraživači došli su do zaključka da cikloturisti imaju nižu dnevnu potrošnju i zato nisu iz ekonomske perspektive atraktivni tip turista s obzirom na druge turiste, dok se u drugom izvorima navodi suprotno.⁹⁷

Na Novom Zelandu istraživači su također otkrili da cikloturizam može značajno ostvariti ekonomsku korist u lokalnoj zajednici. Otkriveno je da samostalni cikloturisti imaju nižu dnevnu potrošnju u usporedbi s ostalim strani posjetiteljima (64 australskih dolara u usporedbi s 152 australska dolara), no imaju veću ukupnu turističku potrošnju zbog duljine boravka koja traje duže (3 021 australskih dolara s obzirom na 2 776 australskih dolara).⁹⁸ To je rezultiralo i 76 milijuna australskih dolara godišnje te 1472 radnih mjesta za područje južnog otoka Novog Zelanda u regionalnim područjima.

Cikloturisti ostvaruju potrošnju u lokalnim trgovinama i sadržajima i na taj način je veća vjerojatnost da će novac koji potroše ostati u lokalnoj ekonomiji. Potvrđuju to i drugi izvori literature te se smatra da je cikloturizam dobar za otvaranje lokalnih i ruralnih trgovina, smještaja restorana, kafića i lokalnih atrakcija.⁹⁹ Uz to, cikloturizam može potaknuti lokalnoj vlasti pružiti dodatnu opravdanost za ulaganje u biciklistički sadržaj i infrastrukturu.

3.2.2. Potencijalne društvene koristi

Izgradnja osnovne biciklističke infrastrukture kao što su biciklističke staze i potrebna signalizacija, potaknula je potražnju za cikloturizmom i pružila brojne prilike za stanovništvo i turiste. Također osigurao se fokus na održivi razvoj i inicijative Lokalne Agende 21 u Ujedinjenom Kraljevstvu.¹⁰⁰ Tijekom izrade biciklističkih staza i infrastrukture određeni zemljoposjednici pokazivali snažnu zabrinutost i negodovanje. Ipak, određena istraživanja pokazala su da zabrinutost obično nestaje nakon što se staza napravi i kada se vide određene koristi koje donosi.¹⁰¹ Zaključuje se da se problemi mogu olakšati pravilnim planiranjem i razvijanjem pozitivnih odnosa s vlasnicima zemljoposjeda u ranim stadijima razvoja

⁹⁶ Ibid., str. 11

⁹⁷ Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D., op.cit. str. 145

⁹⁸ Faulks, P., Ritchie, B., Fluker, M. op.cit. str. 11, prema Ritchie 1999.

⁹⁹ Sustrans, op.cit. str. 3

¹⁰⁰ Faulks, P., Ritchie, B., Fluker, M, op.cit.str. 12

¹⁰¹ Moore, R., Graefe, A. and Gitelson, R. (1994): Living near greenways: Neighboring landowners experience with and attitudes toward rail-trails, *Journal of Parks and Recreation Administration*, 12(1), pp. 79-93

biciklističkih staza. Kao potencijalna društvena korist prepoznao se i duh zajednice. U Novom Zelandu istraživači su zaključili da cikloturizam pružio zajednici sljedeće društvene pogodnosti:¹⁰²

- Mentalno i fizičko blagostanje kao što su zdravlje, estetska zahvalnost i osjećaj postignuća
- Potiče želju za učenjem i razumijevanjem
- Zajedništvo s obitelji i prijateljima
- Upoznavanje i druženje s ljudima sličnih interesa
- Bolja društvena interakcija turista i lokalnog stanovništva
- Osjećaj ponosa i identiteta zajednice

U Irskoj, razvoj biciklističkih ruta olakšao je prekograničnu suradnju između političkih odjela Sjeverne Irske i Republike Irske.¹⁰³ U Australiji međunarodni biciklistički događaji kao što je „Jacob's Creek Tour Down Under“ imaju pozitivan učinak na lokalne zajednice koje se uključuju u sudjelovanje u takvim događajima. Događaji takvog tipa potiču veći interes (povezan sa zdravljem) za vožnju biciklom na cesti, vožnju brdskim biciklima i drugim aktivnostima na otvorenom.¹⁰⁴ Europska biciklistička federacija istaknula je da društveni cikloturistički učinci koji se pojavljuju kroz uključivanje sudionika u vožnju biciklističkim stazama ili sudjelovanjem u biciklističkim događajima utječu na poboljšanje zdravlja i želju za tjelovježbom, a mogu ublažavati i prometne gužve.

U terminu društveno-kulturnog utjecaja cikloturizma na destinaciju pojedini istraživači zaključuju da su društveni aspekti najvažniji jer se cikloturisti se vole uključivati u ovakav tip društvene aktivnosti na način da provode vrijeme s drugima cikloturistima ili stanovnicima određene destinacije koji imaju iste interese ili samo da budu dio kolektiva.¹⁰⁵ Ključne stavke koje čine biciklizam kao društvenu aktivnost je provođenje vremena i interakcija s drugim biciklistima sličnih interesa, nošenje odjeće koja označava da je biciklist dio kolektiva i da je sport timska aktivnost.

¹⁰² Blackwell, D. (2001): The Community and Visitor Benefits of the Otago Central Rail Trail, Lincoln University, Canterbury, New Zealand, str. 19

¹⁰³ Jackson, & Morpeth, N. (1999): Local Agenda 21 and community participation in tourism policy and planning: Future or fallacy, *Current Issues in Tourism*, 2(8), pp. 1-38.

¹⁰⁴ Faulks, P., Ritchie, B., Fluker, M., op.cit.str. 13

¹⁰⁵ Brown, T., O'Connor, J., Barkatsas, A. (2009): Instrumentation and motivations for organized cycling: the development of the Cyclist Motivation Instrument (CMI), *Journal of Sports Science & Medicine*, 8(2), 211-218.

3.2.3. Potencijalne okolišne koristi

Smatra se da su cikloturisti za razliku od običnih turista više osjetljivi na okoliš. Neki od istraživača primijetili su da cikloturisti odabiru smještaj koji je ekološki prihvatljiviji i za koje je utvrđeno da uzrokuju manje štete kroz potrošnju energije, potrošnju vode, otpadnih voda i kanalizacije, promet, buku i vizualno onečišćenje.¹⁰⁶ Za cikloturizam ističu kako ima puno obilježja održivosti.

Međutim, u pojedinim zemljama automobil se i dalje u velikoj mjeri koristi za putovanja, a zabrinutost oko toga pokazali su već određeni turisti u Nacionalnim parkovima u Engleskoj. U Novom Zelandu, otkrilo se da 50,6 % turista koristilo ili su namjeravali koristiti dodatne usluge transporta tijekom svog biciklističkog odmora, što dovodi u pitanje njihov stupanj osjetljivosti na okoliš.¹⁰⁷ Međutim, mnogi naglašavaju okolišne prednosti razvoja cikloturizma te smatraju da je cikloturizam ekološki održivi oblik turizma s minimalnim utjecajem na okoliš i lokalnu zajednicu, dobro iskorištava postojeće i nedovoljno iskorištene resurse, npr. zemljišta i puteljke i zelene površine, može pružiti alternativnu upotrebu za suvišne ili zapuštene resurse kao što je željeznička pruga, itd.

Ekološki utjecaj cikloturizma donosi smanjenje potražnje za fosilnim gorivima što može pomoći u reduciranju zagađenje bukom kojeg uzrokuju motorna vozila¹⁰⁸ Također, može pomoći u smanjenju prekomjernog prometa. Putem cikloturizma mogu se potaknuti turisti da promjene način putovanja prema održivim alternativama i na taj način pridonese smanjenju emisija ugljikovim dioksidom u nekoj zemlji. Čak ako i ne žele promijeniti način putovanja do odredišta, dodatne mogućnosti koje destinacija nudi za bicikljanje može potaknuti prebacivanje s motornih vozila na bicikl. Cikloturisti u Njemačkoj proizvode 66% manje emisija nego prosječni njemački turist.¹⁰⁹ Podaci na europskoj razini pokazali su da tokom cijelog životnog ciklusa proizvoda što su u ovom slučaju prijevozna sredstva ispusti se određena

¹⁰⁶ Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D.(1998): Cycling tourism, Unit of Tourism Research at Research Centre of Bornholm, Bornholm, str. 5 , raspoloživo na: www.crt.dk/media/34591/12_rapport_Cycling_tourism.pdf

¹⁰⁷ Ritchie, B. W. (1998): Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: Planning and management issues, *Tourism Management*, Vol.19, No.6, pp. 567-582

¹⁰⁸ Mandara, L. (2012): Sustainable business under changing economic conditions; Contribution of cycling tourism to sustainable tourism development in Riga, University of Southern Denmark, Denmark, str. 75, prema McClinock, 2002.

¹⁰⁹ Beanland, A. (2013): Cycle tourism for sustainable rural development: Understanding and interpreting lessons from europe, A report of a Winston Churchill Travelling Fellowship 2013, London, str. 35

količina ugljikovog dioksida (to uključuje i njihovu proizvodnju). Konkretnije, pokazuju da bicikl za razliku od auta proizvodi 13 puta manje ugljikovog dioksida po putniku i kilometru i to samo u tijeku proizvodnje, a 5 puta manje od javnog autobusa.¹¹⁰ U sljedećim godinama trend za održivim oblicima turizma definitivno će rasti, a cikloturizam se vidi kao veliki potencijal za rješavanje negativnih učinaka turizma, posebno u vidu prometnog zagušenja i emisiji plinova koji zagađuju okoliš.

3.3. Kompleksnost cikloturističke ponude

Cikloturizam se može promatrati s 2 aspekta, a to su aspekt potražnje (čine ju turisti) i aspekt ponude (čini je turistička djelatnost/ industrija). Pretpostavlja se da postoji razlika između potražnje i ponude tj. onoga što se traži i što se dobije. Pa tako je biciklizam važan za cikloturista jer mu predstavlja primaran motiv putovanja dok smještaj nije od tolike važnosti. S druge strane, za ponuđača je u interesu da turist ostane preko noći i potroši svoj novac te zbog toga ovaj pogled može rezultirati visokom fokusiranosti ponude na proizvod s naglaskom na smještaj, način prijevoza, itd.¹¹¹ Ukupni cikloturistički proizvod mnogi istraživači kao što je Simonsen smatraju kompleksnim te ga opisuju kao santu leda. Dok se primarni dijelovi turizma mogu vrlo lako opisati kao što je smještaj, prijevoz i ugostiteljstvo (predstavljaju vrh sante leda), teže je odrediti ukupan sadržaj turističkog proizvoda (ako se može govoriti da se radi o proizvodu) kada se moraju uključiti i drugi proizvodi, znamenitosti, atrakcije i usluge (čine podvodni dio sante leda). Slična situacija kao i s ukupnim turizmom.

Cikloturistička ponuda prema Simonsen-u sastoji se od mnogo elemenata, a on ih je podijelio kao:¹¹²

- Primarno iskustvo biciklističkog turističkog proizvoda
- Organizirani turistički proizvod
- Marketinška infrastruktura
- Distribucija

¹¹⁰ <https://ecf.com/resources/cycling-facts-and-figures> [pristupljeno 01.07.2018.]

¹¹¹ Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D., op.cit. str. 46

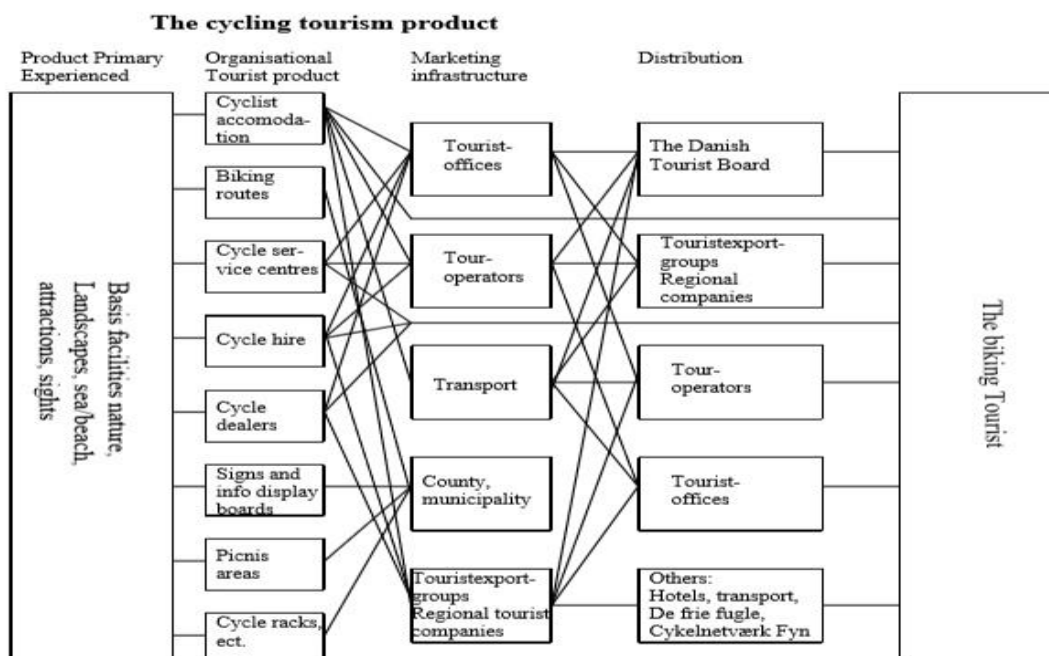
¹¹² Ibid., str 47

Pod proizvode koji se najprije doživljavaju Simonsen misli na atraktivne elemente kao što je pejzaž, plaže, reljef, klima, kulturno-povijesna baština koji čine temeljni dio ponude i privlače turiste da posjete baš tu destinaciju.

Organizirani turistički proizvodi za slučaj ponude cikloturizma ubrajaju smještaj koji je prilagođen za prihvat biciklista, biciklističke rute, centri za servis tj. popravak/ održavanje bicikli, usluge za najam bicikla, biciklističke trgovine, biciklistička signalizacija i info ploče, područja za piknike, parkovi, trgovine biciklističke opreme, itd.

Zatim imamo marketinšku infrastrukturu koja obuhvaća turističke urede, turoperatore, prijevoz, turističke izvozne skupine i regionalne turističke tvrtke, a pod distribuciju spadaju nacionalni turistički portali, turoperatorima, turistički uredi, izvozne skupine, itd.

Bitno je naglasiti da svi elementi mogu imati više uloga. Npr. hoteli ne koriste samo jedan kanal prodaje za sebe, već nekoliko, a mogu imati i kontakt s prijevoznim tvrtkama, turoperatorima, turističkim uredima i regionalnim tvrtkama. Istodobno, hotel može imati vlastite kontakte na lokalnoj razini s prodajnim centrima za najam bicikala, trgovcima za bicikle i centrima za održavanje (popravke). Na taj način više pojedinih tvrtki djeluje na više razina cikloturističke ponude.



Shema 3: Prikaz elemenata cikloturističke ponude

Izvor: Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D.(1998): Cycling tourism, Unit of Tourism Research at Research Centre of Bornholm, Bornholm, str. 47

3.4. Cikloturizam u svijetu i Europi

Cikloturizam spada u rastuće oblike turističkih aktivnosti u kojima je vožnja biciklom glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo. Važna je turistička niša koja ima potencijal za razne ekonomske, socijalne i okolišne pozitivne učinke za lokalna i regionalna područja te širu zajednicu.

Biciklizam je u posljednjem desetljeću pokazao veliki interes. Ukupno gledano, u Sjedinjenim Državama procjenjuje se da nacionalna industrija biciklizma godišnje pridonosi američkom gospodarstvu oko 133 milijarde dolara godišnje. Podržava gotovo 1,1 milijun radnih mjesta i generira 17,7 milijardi dolara u federalnim, državnim i lokalnim porezima. Još 46,9 milijardi dolara potrošeno je na jela, prijevoz, smještaj, darove i zabavu tijekom biciklističkih izleta i tura.¹¹³

U Američkim državama kao što je San Franciscu imamo porast biciklističkih aktivnosti za 71 %, a u Minneapolisu za 49 %.¹¹⁴ I druge države u Sjedinjenim Američkim Državama zabilježile su slične trendove porasta među kojima je država Wisconsin utvrdila da je njihov cikloturizam generirao 924 milijuna dolara od domaćih i stranih posjetitelja.¹¹⁵ Nadalje, 2010. godine Sveučilište Wisconsin-Madison izdalo je izvješće pod nazivom „Ekonomske učinci biciklizma u državi Wisconsin“ (eng. „The Economic Impact of Bicycling in Wisconsin“) u kojem su izneseni rezultati:

- Biciklizam je kreirao 13 000 poslova u državi Wisconsin 2010. godine
- 48 % stanovnika prijavilo je sudjelovanje u rekreacijskom biciklizmu
- Ukoliko biciklizam poraste za 20 % to bi moglo povećati gospodarsku aktivnost za 107 milijuna dolara i stvoriti više od 1500 poslova

¹¹³ Ga, D., Kamal, N., Lopez Silveira, M., C., Naccarato, G., Scott, S., i Dodds, R., op.cit.str. 14

¹¹⁴ Rene Lee, M.(2015): Bicycle tourism plan for economic development: A template for rural agricultural towns and a case study for the city of Winters, California , San Luis Obispo, str. 3, dostupno na: <https://digitalcommons.calpoly.edu> [pristupljeno 20.08.2018.]

¹¹⁵ Ibid., str. 23, prema The Nelson Institute for Environmental Studies Center for Sustainability and the Global Environment University of Wisconsin-Madison, 2010.

Biciklistički događaji se šire duž cijele Amerike, sudjelovanje u velikim i višednevnim biciklističkim događajima veći su nego ikada, kao što je i prikupljanje financijskih sredstava na tim događajima.

Također, sudjelovanje u biciklizmu je u porastu na razini cijele Kanade i sve više ljudi prepoznaje biciklizam kao zdravu i zabavnu aktivnost te bicikl kao održivu opciju prijevoznog sredstva. Trenutno se najviše koristi za vožnju do posla ili kako bi se pristupilo odmorišnim destinacijama u Kanadi. Mnoge provincije već su zabilježile pozitivan rast ciklotrizma pa je tako pokrajina Ontario u Kanadi tijekom 2007. godine zabilježila 1.5 milijuna kanadskih posjetitelja koji su se vozili biciklom dok su putovali u Ontariju, a potrošili su oko 303 milijuna dolara. Od ukupnih kanadskih posjetitelja koji su 2007. godine vozili bicikl bilo gdje u Kanadi, Ontario je privukao 38% posjetitelja. U 2008. godini broj kanadskih posjetitelja koji su vozili bicikl tijekom putovanja u Ontario smanjio se za oko 20 % u usporedbi s 2007. na 1.2 milijuna, uz potrošnju na 278 milijuna dolara (pad od 8 %). Samo 29 % svih kanadskih posjetitelja koji su putovali bilo gdje u Kanadi došli su u Ontario. Turistička zajednica Ontarija i druge regionalne turističke agencije prepoznale su potencijal cikloturizma, dajući mu prioritet kao ključni tržišni segment.

Na Europskom kontinentu biciklizam je prepoznat kao važna dodatna aktivnost. Euro barometarska studija "Stavovi europskih građana prema urbanoj mobilnosti" iz 2013. godine pokazala je da 49% posto građana Europske unije redovito koristi bicikl, među kojima Nizozemska broji najviši postotak od 87% dok Malta ima najmanji postotak od 7%. U Hrvatskoj 49% stanovništva vozi bicikl jednom dnevno, jednom tjedno ili rjeđe.

Prema Europskoj biciklističkoj federaciji (eng. „European Cyclists Federation“) biciklizam donosi 44 milijardi eura godišnje na europski kontinent što je rezultat 2,3 milijarde biciklističkih izleta s turističkom vrijednošću.¹¹⁶ U europskim okvirima procjene su da će udio putovanja u kojima je bicikl glavno prijevozno sredstvo ili je vožnja bicikla glavna aktivnost porasti u idućih deset godina više od 10 posto, te će biti sve značajniji segment potrošača kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Europska udruga za bicikliste pokrenula je mrežu visokokvalitetnih biciklističkih staza koje povezuju sve zemlje Europe i koja bi se trebala

¹¹⁶ UNWTO (2014): Global report on Adventure Tourism, AM Reports: Volume 9, Madrid, str. 23, dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416622> [pristupljeno 20.08.2018.]

dovršiti do 2020. godine. Mrežu mogu koristiti dugotrajni turisti kao i lokalni ljudi koji dnevno putuju.

U nekim europskim zemljama kao što su Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska i Danska, razvoj biciklističkih staza i ruta pomoglo je stimulirati potražnju cikloturističkih putovanja i odmora. Tako za primjer, u Ujedinjenom Kraljevstvu cikloturizam raste paralelno s interesom za osobno zdravlje i tjelovježbu („fitness“), ali i sve veće zabrinutosti zbog štete za okoliš uzrokovane cestovnim prometom. Razvojem Nacionalne biciklističke mreže koja broji nešto više od 14 000 kilometara nudi se prilika lokalnoj vlasti, turističkim promotorima i drugim agencijama da definiraju dosljedan razvoj nacionalne rute i marketinške strategije kako bi izvukli koristi od cikloturizma. U Velikoj Britaniji na početku 21. stoljeća procjenjivala se vrijednost cikloturizma na 635 milijuna funti godišnje što je pokazivalo veliki potencijal za rast.¹¹⁷ U škotskoj se procjenjuje doprinos cikloturizma ukupnoj ekonomiji u iznosu od 239 milijuna godišnje, što se može usporediti s Irskom gdje su procjene 196 milijuna funti godišnje.¹¹⁸ S optimističnim predviđanjima na početku 21. stoljeća s brojkama kao što je 14 milijardi funti godišnje u roku od 20 godina ne iznenađuje što je postojao interes kako razviti rute za privlačenje posjetitelja i turista te kako im učinkovito naplatiti usluge i proizvode koje će koristiti.

Na području Europske Unije, inicijative koje su usmjerene na razvoj održive turističke ponude, temeljene na zdravom i aktivnom načinu života, doprinose koheziji i povezivanju regija, omogućuju podizanje razine životnog standarda lokalne zajednice, itd. imati će prioritet. Razvoj cikloturizma usklađen je s razvojnim ciljevima Europske unije koji su povezani sa zapošljavanjem, istraživanjem i razvojem, klimatskim promjenama i energijom, obrazovanjem te borbom protiv siromaštva i socijalne isključenosti. Ta usklađenost povezana je sa sljedećim obilježjima cikloturizma:¹¹⁹

- Cikloturizam je oblik turizma koji se odvija u ekološki očuvanom i privlačnom prirodnom krajoliku koji ima visoku vrijednost
- Cikloturizam je turistička aktivnost koja je u prostornom smislu minimalno intezivna i ne rezultira velikim i nepopravljivim intervencijama u prostor

¹¹⁷ McKibbin, D.(2014): Cycling for leisure, recreation and tourism, Research and Information Service Briefing Paper, Northern Ireland Assembly, Irland, str. 3

¹¹⁸ Ibid., str. 6

¹¹⁹ Institut za turizam Zagreb (2015): Akcijski plan razvoja cikloturizma, Zagreb, str 9.

- Može se povećati teritorijalna kohezija među zemljama članicama EU-a razvojem cikloturističkih ruta
- Korištenje bicikala može unaprijediti opće zdravstveno stanje stanovnika
- Razvojem cikloturizma može se podići kvaliteta boravka turista u destinaciji i razina životnog standarda lokalnog stanovništva.

Isto tako, istraživanje Europskog Parlamenta zaključilo je da cikloturizam ima ulogu u održivoj budućnosti domaćeg i međunarodnog turizma, te da cikloturisti donose velike koristi lokalnim zajednicama kojima se trenutno ne dopada masovni turizam.¹²⁰

3.4.1. Sustavi javnog iznajmljivanja bicikla u Europskim gradovima

Sustav javnog iznajmljivanja bicikala (eng. „Bicycle sharing scheme“) definira se kao sustav za razmjenu bicikala koji uključuje kratkoročno iznajmljivanje bicikla s mogućnošću pristupa bilo kojoj samostalnoj biciklističkoj postaji i vraćanje također na bilo koju drugu biciklističku postaju što čini idealnu vožnju biciklom od jedne točke odredišta „A“ do druge točke odredišta „B“. Princip sustava je omogućavanje pojedincu jednostavno korištenje bicikle po određenoj potrebi bez odgovornosti i troškova vlasništva nad biciklom.

Cilj iznajmljivanja bicikla je integriranje vožnje biciklom u prometne sustave kako bi se lakše postigao način dnevnog prijevoza. Iako udaljenosti variraju od zemlje do zemlje i od grada do grada, većina ljudi je spremna prošetati do 10 minuta. Biciklističke udaljenosti obično se kreću od 1km do 5km. Dakle, dijeljenje bicikala može, ispuniti važnu nišu u sustavu gradskog prometa u smislu duljine putovanja i troškova.¹²¹

Sustav iznajmljivanja bicikla u vidu troškova je odmah nakon hodanja (koje je besplatno) s obzirom na druge oblike prometa kao što je korištenje privatnog bicikla za vožnju, javnog prijevoza, taksija i privatnog automobila, a uz to ne zagađuje okoliš.¹²² Korištenje privatnog bicikla za primjer iziskuje dodatne troškove servisiranja i održavanja te parkirnog mjesta ukoliko korisnik nema vlastiti prostor za pohranu bicikla. Ostali oblici transporta kao što su

¹²⁰ Lumsdon, L., Weston, R., Davies, N., McGrath, P., Peeters, P., Eijgelaar, E. and Piket, P.(2009): The European Cycle Network- EuroVelo, Directorate General for Internal Policies, Brussels, str. 12

¹²¹ Ibid., str. 4

¹²² Ibid., str. 5

motocikli, automobili iziskuju dodatne troškove servisiranja, registracije parkirnog mjesta, troškove goriva i zagađuju okoliš.

U prvom desetljeću 21. stoljeća sustav javnog iznajmljivanja bicikla razvio se iz zanimljivog eksperimenta urbane mobilnosti u glavnu opciju javnog prijevoza u većim i kompleksnijim gradovima kao što su Pariz i London. U tom razdoblju postojalo je pet sustava koji su djelovali u pet zemalja i to u Danskoj, Francuskoj, Njemačkoj Italiji i Portugalu s ukupnim brojem od 4000 bicikla, a najveći broj bicikli imao je grad Kopenhagen (oko 2000 bicikli).¹²³ Dakle, prvi sustavi nastali su u velikim svjetskim gradovima u kojima su prepoznati izazovi suvremenog načina življenja. Danas ga koriste i brojne turističke tvrtke diljem svijeta kako bi svojim gostima ponudile dodatnu uslugu, podigle vrijednost turističkog kompleksa i destinacije te kroz brzi povrat investicije ostvarile i dodatni profit.¹²⁴ Sustavi nisu identični te je svaki prilagođen lokalnim specifičnostima destinacije kao što su klima, infrastruktura, topografija i kulturne atrakcije.

U 2008. godini bilo je 213 sustava za razmjenu bicikala u 14 zemalja, koristeći 73.500 bicikala. Svi sustavi su uglavnom djelovali u Europi s iznimkom Washingtonu D.C.-a.¹²⁵ Dvije godine poslije taj broj je ubrzano narastao za 76% te 2010. godine broj bicikli više nego udvostručen. Otvorilo se 375 sustava iznajmljivanja javnog bicikla koji djeluje u 33 zemlje i gotovo u svakoj regiji u svijetu s ukupnim brojem od 236 000 bicikala, s najvećim sustavom u gradu Hangzhou u Kini koji broji 40 000 bicikli. Iako se u Europi nalazi nešto više od 90% sustava, gotovo 50 % sustava za javno iznajmljivanje nalazi se u Aziji i Pacifiku. Izvan Europe, sustavi sada djeluju u Australiji, Kanadi, Japanu, Novom Zelandu i Republici Koreji, a prvi put u zemljama u razvoju - Brazil, Čile, Kina, Indija, Iran i Meksiko.

U Europi su se sustavi iznajmljivanja bicikala širili po Španjolskoj i Italiji, te su vrijedni spomena jer je taj rast bio uglavnom u srednjim i malim gradovima sa sustavima od 50 bicikala. Može se istaknuti da sustavi iznajmljivanja bicikala nisu samo atraktivni nego također vrlo prilagodljivi različitim vrstama gradova i veličinama gradova.

3.4.1.1. Utjecaji i prednosti sustava javnog iznajmljivanja bicikla

¹²³ Midgely, P., op.cit. str. 1.

¹²⁴ <http://www.go2bike.eu/> [pristupljeno 01.09.2018.]

¹²⁵ Midgely, P., op.cit.str. 3.

Postoji vrlo malo značajnih podataka o utjecajima sustava javnog iznajmljivanja bicikla. Ipak, najočitija korist je povećana upotreba bicikla pa je tako u Lyonu u Francuskoj nakon pokretanja javnog sustava iznajmljivanja bicikla po nazivom „Vélo'v“ povećana upotreba bicikla za 44%, dok je u Parizu nakon pokretanja njihovog sustava postignuto 70% povećanja upotrebe bicikla.

126

Postoje također ograničeni podaci o promjenama načina putovanja prije i nakon uvođenja sustava javnog iznajmljivanja bicikala. Podaci iz Barcelone, Lyona, Montreala i Pariza pokazuju da je sustav javnog iznajmljivanja bicikala imao mali utjecaj na smanjenje korištenja automobila. Postotak putovanja automobila ili motocikala zamijenjenih sustavom javnog iznajmljivanja bicikla u navedenim gradovima kreće se od 2% do 10%. Zapravo, pomak je uglavnom od javnog prijevoza do sustava javnog iznajmljivanja bicikala. Anketni upitnik korisnika sustava javnog iznajmljivanja bicikla „Vélib“ u Parizu proveden u 2008. godini pokazao je da je 19 % korisnika izjavilo da je „Vélib“ dopustio da naprave određeni put koji bi inače bio nemoguć i da je 20 % korisnika reklo da manje koriste automobile.¹²⁷

Sustav javnog iznajmljivanja bicikla ima brojne prednosti, a to su da promiče biciklizam, povećava izvor mobilnosti, djeluje na okoliš kroz poboljšanje kakvoće zraka i zagušenja. Smatra se sredstvom za promicanje održivosti javnog prijevoza pružanjem tzv. „produžene usluge“ za „prvu i posljednju milju“ koja se smatra predalekom hodajući od kuće i javnog prijevoza ili od javnog prijevoza do javnog mjesta.

Brzina implementacije jedna je od bitnih prednosti javnog iznajmljivanja bicikla s obzirom na druge oblike prijevoza. Navedeni sustavi mogu se relativno brzo montirati, a za dobar primjer možemo navesti grad Pariz gdje su početnih 700 priključnih stanica i 10 000 bicikla postavili za manje od 6 mjeseci, a sustav je udvostručio veličinu 6 mjeseci kasnije.¹²⁸ Brz porast ovakvih sustava između 2008. i 2009. godine izvan Europe, a posebno u jugoistočnoj Aziji i Latinskoj Americi, pokazatelj je privlačnosti takvih sustava i njihove prilagodljivosti različitim situacijama i destinacijama.

¹²⁶ Shaheen, S., Guzman, S., Zhang, H. (2010): Bikesharing in Europe, the Americas, an Asia: Past, Present, and Future, Transportation Research Board Annual Meeting, Washington D.C., pp. 159-167, str. 162

¹²⁷ Midgely, P. op.cit. str. 18

¹²⁸ Ibid., str. 5

Objašnjenje prednosti sustava javnih bicikala može se sažeti i kroz ciljeve koje gradovi kao što su Barcelona u Španjolskoj ili Lyon u Francuskoj postavljaju za svoje sustave javnih bicikala. Jedni od ciljeva za određene gradove su sljedeći: ¹²⁹

Ciljevi Barcelone (Španjolska):

- Poboľšati razmjenu između različitih načina prijevoza i promicati održivo putovanje
- Stvoriti novi pojedini sustav javnog prijevoza za uobičajene putne potrebe građana
- Provođenje održive, zdravstvene usluge koja se u potpunosti integrira s gradskim sustavom javnog prijevoza.
- Promovirati bicikl kao zajedničko sredstvo prijevoza
- Poboľšati kvalitetu života, smanjiti zagađenje zraka i buke

Ciljevi Gotenborga (Švedska):

- Podignuti status biciklizma
- Promicati korištenje bicikala za putovanja na kratke udaljenosti

Ciljevi Lyona (Francuska):

- Pomoći u stvaranju održivijeg transportnog sustava u regiji pokretanjem sustava javnog bicikla koji nudi novu mogućnost mobilnosti za kratke izlete.
- Pomoći u postizanju ciljeva planiranja transporta i korištenja zemljišta, uključujući smanjenje emisija štetnih tvari, smanjenje zagušenja prometa, smanjenje troškova ceste i parkiranja, uštede troškova potrošača, očuvanje energije, smanjenje rizika od sudara, poboljšanje javnog zdravstva i podrška razvoju pametnog rasta

Ciljevi Pariza (Francuska):

- Djelovati na kvaliteti zraka i javnog zdravstva
- Poboľšati mobilnost za sve
- Pružiti gradu lijepo i ugodno mjesto za život
- Potaknuti gospodarsku vitalnost
- Pojačati regionalnu solidarnost

¹²⁹ Ibid., str. 18

3.4.1.2. Izazovi sustava javnog iznajmljivanja bicikla

Jedan od najvažnijih izazova s kojima se suočavaju navedeni sustavi su krađa i vandalizam, korištenje kacige, pretjerivanje u isticanju prednosti, neiskusni biciklisti te klima i topografija.

Krađa i vandalizam: krađa i oštećivanje javnih bicikala glavni je izazov mnogim svjetskim sustavima za iznajmljivanje bicikala. U Parizu je zabilježena najveća stopa krađe i vandalizma od svih sustava, dok su Hangzhou-ov sustav i sustav u Montrealu iskusili su relativno niske stope. U slučaju Pariza, u prve dvije godine rada gotovo cijela flota sustava od 20.600 bicikala morala se zamijeniti po cijeni od 400 eura po biciklu. Ukradeno je oko 7.800 bicikla i 11.600 bicikala su oštećeni bez mogućnosti popravka.¹³⁰ Uvođenjem pametnih kartica i visoke tehnologije (odgovarajućim parkirnim sustavima za potporu u sustave javnih iznajmljivanja bicikala, zaštićena skladišta poput ormarića i nadziranih biciklističkih centara) šanse za krađu bicikla uvelike smanjile i to je učinjeno prvi puta u Barceloni 2007. godine.

Zakoni o nošenju kacige: zakoni o kacigi i kultura kacige u nekim regijama u svijetu je glavna prepreka provođenja programa. Dugi niz godina, pretpostavljalo se da nijedan Australijski grad neće otvoriti sustav javnog iznajmljivanja bicikla zbog državnog zakona o nošenju kacige tijekom vožnje biciklom. Ipak, Melbourne je lansirao svoj sustav u lipnju 2010., a u listopadu 2010. otvorio je pilot program kojim korisnici mogu kupiti kacige za australskih 5 dolara iz automata i čuvati ih ili ih vratiti u trgovinu za recikliranje i dobiti povrat novca od 3 dolara.¹³¹ Na drugu stranu, Mexico City ukinuo je svoj zakon o nošenju kacige u veljači 2010. godine kako bi se omogućilo otvaranje sustava za javno iznajmljivanje bicikla.¹³²

Klima i topografija: tijekom cijele godine vruće i vlažne klime nisu posve pogodne za vožnju biciklom. Mnogi sustavi zatvaraju zimi (npr. Montreal) zbog leda i snijega. Što se tiče topografije, biciklizam u brdovitim krajevima može biti prikladan za biciklističke utrke kao što je „Tour de France“, ali može biti vrlo neprikladan za gradske putove. Padovi između 4% i 8% predstavljaju značajna ograničenja, a padine iznad 8% su nepraktične.¹³³ Atraktivne mogućnosti za prevladavanje ovih izazova su bicikli koji pružaju električnu energiju za vrijeme

¹³⁰ Shaheen, S., Guzman, S. and Zhang, H., str. 163

¹³¹ Midgely, P., op.cit. str. 17

¹³² Ibid., str. 18, prema VicRoads 2010.

¹³³ Ibid., str. 19, prema MetroBike, LLC., 2010.

pedaliranja (eng. „Pedelecovi“) i električni bicikli koji pružaju električnu energiju bez pedaliranja (eng. „E-bike“).

Pretjerivanje u isticanju prednosti sustava: predlagatelji sustava za razmjenu bicikala moraju biti oprezniji u svojim procjenama potencijalnih prednosti i potrebno je poduzeti više istraživanja o utjecajima sustava na smanjenje korištenja automobila. To pokazuju rezultati Internet ankete koja je provedena 2010. godine nad stanovnicima Montreala vezano za korištenje sustava javnog iznajmljivanja bicikla. Istraživanje su proveli istraživači McGillove škole za urbanizam. Rezultati su pokazali da je velika većina putovanja biciklom (86%) zamijenila održive načine poput hodanja ili vožnje osobnim biciklima ili javnim prijevozom, dok je 8% korisnika sustava javnog iznajmljivanja bicikla zamijenilo taksijem. Samo 2% ispitanika koristilo je sustav umjesto vožnje, a cijelo istraživanje je otkrilo da su službene procjene smanjenja ugljikovog dioksida zbog provedbe programa pretjerane.¹³⁴

Neiskusni biciklisti: u nekim gradovima pojavile su se pritužbi vozača vezano za bicikliste koji koriste sustave za dijeljenje bicikla. Tvrde da se radi o neiskusnim vozačima bicikala koji ne slijede pravila o prometu. Međutim, to se može savladati raznim programima obuke.

3.5. Cikloturizam u Hrvatskoj

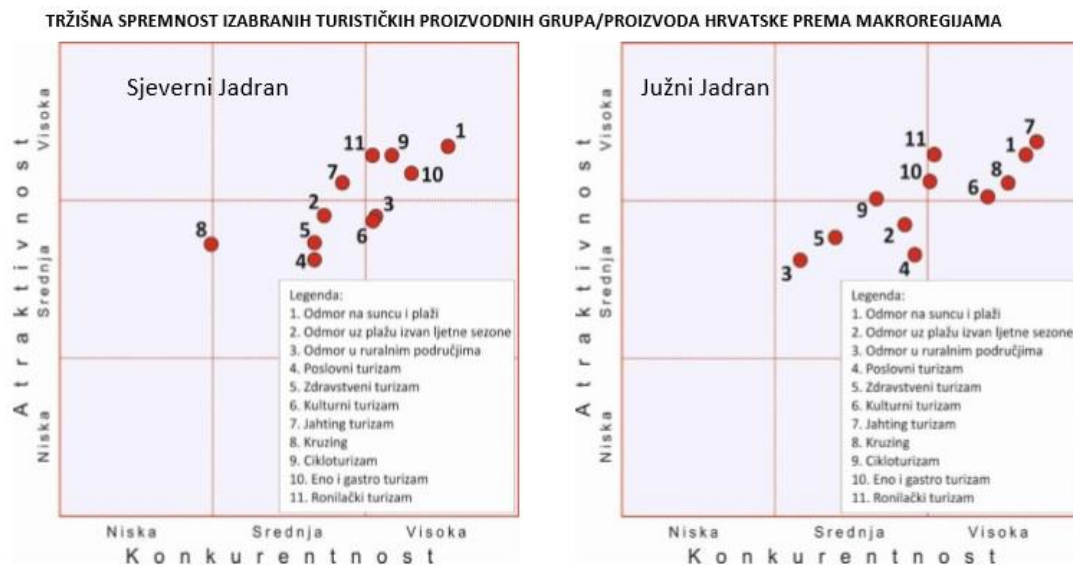
Cikloturizam kao posebni oblik turizma se tek planski počeo progresivnije razvijati prije nekoliko godina. I ne misli se samo pod tip cikloturizma gdje je glavno prijevozno sredstvo bicikl nego i na korištenje bicikla kao dodatna aktivnost u destinaciji tijekom odmora. Hrvatska je uvidjela da mora razvijati turistički proizvod koji će biti više od sunca i mora te je trenutno u procesu komercijaliziranja niz novih, međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su kulturni turizam, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam, ekoturizam, golf turizam, zdravstveni i ruralni turizam.

Istra je pionir u razvoju cikloturizma na području Hrvatske te je s razvojem krenula već 2004. godine, dok je Splitsko-dalmatinska županija krenula je sa sustavnim razvojem cikloturizma tek 2015. godine.¹³⁵ Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine prepoznat je razvoj cikloturizma na području Hrvatske zbog njenog atraktivnog i raznolikog prirodnog okoliša,

¹³⁴ Ibid., str. 18, prema Bachand-Marleau, 2010.

¹³⁵ <http://hrturizam.hr/martin-cotar-potencijal-cikloturizma-je-veliki-samo-to-trebamo-dobro-upakirati-i-prodati/> [pristupljeno 15.07.2018.]

bogate kulturno-povijesne baštine, povoljne klime, blizine velikih tržišta Europe, sigurnosti zemlje te mnoštvo cesta s manjim intenzitetom motornog prometa i puteva pogodnih za kretanje bicikala. U dokumentu su izneseni i podaci tržišne spremnosti pojedinih turističkih proizvoda po značajnijim regijama. Za makroregiju Sjeverni Jadran, u kojima spada i Istra, može se vidjeti da 3 proizvoda koja su najspremnija su sunce i more, cikloturizam i ronilački turizam. Spadaju u kategoriju visoke konkurentnosti i atraktivnosti. Za Južni Jadran možemo vidjeti da proizvod cikloturizma još spada u kategoriju srednje atraktivnosti i konkurentnosti.



Slika 1: Tržišna spremnost izabranih turističkih proizvoda Hrvatske prema makroregijama

Izvor: Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2020.god., str. 17

U navedenoj strategiji cikloturizam je istaknut kao proizvod s izraženom perspektivom razvoja i u globalnim okvirima prognozira se rast cikloturizma kroz sljedeće godine. Razlog tomu su sve izraženije potrebe potrošača za aktivnim i zdravim te okolišno odgovornim odmorom. Zbog zahtjevnijih modernih turista u bliskoj budućnosti na području Hrvatske očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda te će se razvijati takozvani 'kombinirani' proizvodi koji mogu povezati razne vrste turističkih proizvoda kao npr. pustolovno-sportski turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću u sklopu 'putovanja sa značenjem'.

Prema Tomas istraživanju 2017. godine, rezultati su pokazali da je i dalje dominantan motiv dolaska sunce i more, iako je došlo do pada motiva pasivnog odmora s 75% u 2014. na 55% u

2017.¹³⁶ S druge strane došlo je do porasta gastronomije te važnosti motiva za aktivnim odmorom. Sport i rekreacija sa 7% u 2014.g porasli na 20% u 2017. godini.

Općenito se naglašava važnost sinergije ostalih uslužnih i turistički komponenti s turizmom pa tako i s cikloturizmom. Da bi se bi kvalitetno i dugoročno razvijao cikloturizam potrebno je razviti i povezati puno komponenti. Cikloturisti u destinaciji žele uživati u pejzažu i prirodnim ljepotama, žele sigurnu i dobro opremljenu infrastrukturu i staze s potrebnom signalizacijom, nakon aktivnosti žele dobro pojesti i smjestiti se, vidjeti kulturnu baštinu i druge znamenitosti, itd.¹³⁷

Ministarstvo turizma dalo je izraditi akcijski plana razvoja cikloturizma s ciljem da bi se hrvatska dovela na poziciju jedne od vodećih mediteranskih cikloturističkih destinacija. U tom kontekstu ne gleda se na cikloturizam samo u užem smislu gdje je vožnja bicikla glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo koje obuhvaća razmjerno uži segment turističke potražnje. Sve više pažnju pridaje i znatno šira skupina turista kojima je vožnja biciklom dodatna aktivnost.

Pod mjerom 18 navedene strategije u planu je izradu „Programa razvoja cikloturizma“ u kojem će se između ostaloga poticati izgradnja i primjereno opremanje većeg broja novih biciklističkih staza, tematskih bike parkova/područja u svim dijelovima zemlje, a osobito u glavnim turističkim područjima, područjima oko velikih gradova te na područjima gdje se biciklistički promet odvija na cestama s velikim intenzitetom motornog prometa.¹³⁸

U Hrvatskoj se trenutno procjenjuje da postoje biciklističke staze duge 13 000 kilometara, ali su jako loše uređene i turistička signalizacija je nedostatna. S obzirom na trenutno lošu biciklističku infrastrukturu ili nepostojanje iste program će poticati i brži razvoj glavnih i ‘kapilarnih’ mreža biciklističkih ruta na području cijele Hrvatske, posebice kroz osposobljavanje manje prometnih lokalnih cesta, seoskih putova, riječnih nasipa i napuštenih pruga te njihovo tematiziranje i označavanje (npr. vinske, gastronomske, edukacijske biciklističke rute).

Program obuhvaća i označavanje dijelova važnih biciklističkih pravaca pod programom Eurovelo koji prolaz kroz Hrvatsku, a radi se o pravcu E-6 Atlantik-Crno more koji kroz

¹³⁶ Institut za turizam Zagreb (2018): Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, prezentacija, Zagreb, str. 8, dostupno na: <http://www.iztg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/> [pristupljeno 15.07.2018.]

¹³⁷ <http://hrturizam.hr/martin-cotar-potencijal-cikloturizma-je-veliki-samo-to-trebamo-dobro-upakirati-i-prodati/>

¹³⁸ Vlada Republike Hrvatske(2013): Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2020., Zagreb, str. 43

Hrvatsku prolazi dunavskom rutom (granica Mađarske - Batina - Osijek -Vukovar - Ilok - granica Srbije), te E-8 Mediteranska ruta koja kroz Hrvatsku prolazi Jadranskom rutom (granica Slovenije – Umag – Pula – Rijeka – Zadar – Šibenik – Split – Dubrovnik - granica Crne Gore).

Mediteranska ruta ujedno je i najduža ruta koja povezuje obalno područje Hrvatske povezujući Sjeverni Jadran sa srednjim i južnim Jadranom te je dužine 1100 km. Prolazi kroz svih sedam obalnih županija: Istra, Primorje-Gorski kotar, Lika-Senj, Zadar, Šibenik-Knin, Split-Dalmacija i Dubrovnik-Neretva. Uređenje pravaca voditi će se na način koji omogućava kretanje cikloturista bez ugrožavanja njihove sigurnosti i značajnijeg ometanja motornog cestovnog prometa (posebice na mjestima gdje nema alternativnih putova).

Također, bitno je napomenuti da Hrvatska turistička zajednica podupire europski projekt pod nazivom „MedCycleTour“ te je ujedno i njihov partner zajedno sa klasterom za eko-socijalnu inovaciju i razvoj pod nazivom „Cedra“.¹³⁹ Svrha projekta je razvoj i promocija cikloturizma u mediteranskoj regiji kroz Mediteransku rutu Eurovelo 8. Cilj je povezati cijelu mediteransku regiju od Cádiza na zapadu prema Cipru na istoku. Mediteranska ruta jedna je od 15 transnacionalnih biciklističkih staza koja su dio europske mreže Eurovelo te je predviđeno da će to postati glavna turistička ruta na Mediteranu koja prolazi kroz 11 zemalja.

Kako bi Hrvatska pristupila članstvu Europske biciklističke federacije („European Cycling Federation“) morala je osnovati koordinacijsko tijelo razvoja cikloturizma Hrvatske. Koordinacijsko tijelo osnovano je 2016. godine ciljem da se ubrza stvaranje i označavanje mreže standardiziranih nacionalnih, regionalnih i lokalnih biciklističkih ruta, kako bi se uspješnije integriralo u europsku biciklističku mrežu Eurovelo ruta od koje Hrvatskom trenutno prolaze dijelovi četiri Eurovelo rute (EV6, EV8, EV9 i EV13).

Kordinacijsko tijelo raditi na provođenju glavnih zadataka i prioriternih aktivnosti iz Akcijskog plana razvoja cikloturizma Hrvatske, a riječ je o infrastrukturi, zakonskoj regulativi, edukaciji, cikloturističkoj ponudi, te informiranju i marketingu. Neki od zadataka nalaze se u nastavku.

Infrastruktura:

¹³⁹ Službena stranica Hrvatske turističke zajednice: <https://www.htz.hr/en-GB/projects-and-support/medcycletour> [pristupljeno 27.07.2018.]

Smatra se kao važan preduvjet za kvalitetan razvoj cikloturizma, sigurnost i udobnost vožnje biciklističkim rutama. Trenutno je osnovna prepreka razvoju cikloturizma u Hrvatskoj. Mjere obuhvaćaju:¹⁴⁰

- Definiranje nacionalne mreže cikloturističkih pravaca na bazi postojećih biciklističkih ruta
- Izgradnja biciklističkih traka na kolniku i biciklističkih staza odvojeno od kolnika, kao i biciklističkih cesta u većim gradovima
- Uređenje i prilagodba riječnih nasipa za potrebe biciklista
- Uređenje i prilagodba šumskih i kolnih puteva za biciklističke puteve
- Izgradnja, uređenje i ujednačeno označavanje cikloturističke nacionalne mreže ruta i dijela regionalnih ruta
- Izgradnja i uređenje biciklističkih odmorišta i vidikovaca sa servisnim uslugama
- Postavljanje brojača biciklističkog prometa na EuroVelo i glavnim državnim rutama
- Identificiranje potencijala i preuređenje željezničkih pruga izvan uporabe za potrebe cikloturista, tzv. „Greenways“
- Prenamjena i prilagodba željezničkih vagona za prijevoz cikloturista
- Uređenje bike parkova i sl.

Cikloturistička ponuda:

- Programi financiranja cikloturističke ponude za male i srednje poduzetnike u turizmu s naglaskom na specijalizaciji ponude i konkurentnosti
- Organizacija sportskih i rekreativnih biciklističkih manifestacija
- Razvijanje smještajne ponude u skladu sa posebnim standardom za bicikliste „Bike“
- Stvaranje novih proizvoda za cikloturizam u pred i post sezoni
- Jačanje razvoja „Bike share“ - sustava javnih uslužnih bicikala u gradovima i općinama
- Jačanje kapaciteta kontinentalnih turističkih zajednica - ugostiteljski i servisni sadržaji uz rute, te regionalno povezivanje ponude u više županija, gradova ili općina

3.5.1. Potražnja za cikloturizmom na razini Hrvatske

Na razini Hrvatske i pojedinih županija trenutno nedostaju informacije i brojke vezano za potražnju cikloturista i biciklista. Razlog tomu je teško sakupljanje podataka od cikloturista

¹⁴⁰ <https://cikloturizam.hr/sto-radimo/> [pristupljeno 28.7.2018.]

kojima je vožnja biciklom dodatna aktivnost, a oni kojima je glavna aktivnost bicikliranje predstavljaju grupe turista koji čine relativno mali dio cjelokupne cikloturističke potražnje.

No, zbog pozitivnog trenda porasta za ovim oblikom turizma u cijeloj Europi i s obzirom da se za Hrvatsku smatra da ima komparativne prednosti za razvoj cikloturizma, očekuje se porast interesa bilo da je bicikl glavni motiv za putovanje ili je korištenje bicikla jedna od dodatnih aktivnosti tijekom odmora.

Ipak, prema podacima iz strategije razvoja Hrvatskog turizma do 2020. mogu se generalno odrediti potencijalna ciljna tržišta koja su prikazana u sljedećoj tablici koja prikazuje segmentaciju ciljnih tržišta cikloturizma.

Tablica 1: Segmentacija glavnih ciljnih tržišta cikloturista u Hrvatskoj

Ciljno tržište		Geografska pripadnost	Opis	Proizvodi
Biciklisti rekreativci	Povremeni cikloturisti	· Hrvatska · Mađarska · Slovenija · BiH	Predstavljaju veći potrošački segment, preferiraju fizički manje zahtjevne rute, imaju unaprijed planiran i organiziran itinerer, traže udoban smještaj. Većinom srednje i zrelije dobi (35 - 60 godina), dolaze vlastitim biciklom, a koriste i „bike-sharing“ sustav. Često putuju u grupama ili cijele obitelji.	· Manje zahtjevne cikloture · Vožnja kroz očuvanu prirodu · „Bike-sharing“ sustav · Kulturne i prirodne atrakcije · Tematske manifestacije
	Cikloturisti na kratke udaljenosti	· Hrvatska · Mađarska · Slovenija · BiH · Austrija		
Pasionirani biciklisti	Cikloturisti na duge staze	· Hrvatska · Zemlje Srednje Europe	Najčešće nemaju razrađen plan putovanja, traže jednostavan i cjenovno prihvatljiv smještaj te su većinom mlađe životne dobi, od 20 do ranih tridesetih godina. Zanima ih izazov i zahtjevnije biciklističke staze. Dolaze vlastitim biciklom.	· Duže, zahtjevnije staze · Vožnja kroz očuvanu prirodu · Kulturne i prirodne atrakcije · Međunarodna i nacionalna biciklistička natjecanja
	Sportski biciklisti	· Hrvatska · Zemlje Srednje i Zapadne Europe		

Izvor: Institut za turizam Zagreb (2015): Akcijski plan razvoja cikloturizma, Zagreb, str 22-23.

Prema opisanim tržišnim segmentima u prethodnoj tablici mogu se istaknuti i posebne skupine biciklista u Hrvatskoj ovisno o njihovim interesima. Izdvojene su 4 skupine a to su:¹⁴¹

- Povremeni biciklisti: u tu kategoriju spadaju dnevni izletnici i rekreativci iz Hrvatske, preferiraju kraće ture u blizini svog ishodišta (turističkog smještaja ili vlastitog doma),

¹⁴¹ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.22-23

važne su im atraktivne i rute s niskim intezitetom prometa, a ponuda dodatnih usluga ima manju ulogu

- Cikloturisti na kraće udaljenosti: uključuju osobe koje za ishodišta cikloturističkih putovanja ne uzimaju uvijek mjesto boravka, nego neku drugu lokaciju do koje prevoze bicikle vlastitim automobilom, željeznicom ili ih iznajmljuju na licu mjesta izravno ili korištenjem bike sharing sustava. Ovoj skupini atraktivnost ruta je još važnija nego prethodnoj skupini, a bitno im je i postojanje kvalitetnih ugostiteljskih i servisnih sadržaja u prostoru.
- Cikloturisti na duge staze: za ovaj tip cikloturista nužno je postojanje biciklističke infrastrukture, a značajno je postojanje dugih dobro uređenih ruta, bitna im je ponuda prilagođena cikloturistima, kao i ponuda kvalitetnih ugostiteljskih i servisnih sadržaja na odabranoj ruti.
- Sportski biciklisti: vrijede slični elementi kao i za cikloturiste na duge staze, dodatnu važnost im predstavljaju povoljni klimatski uvjeti van sezone i kvaliteta smještajne ponude i prilagođenost cikloturistima. Najčešće putuju u grupama što iziskuje postojanje većih hotela u destinaciji.

3.5.2. Sustav javnog iznajmljivanja bicikla u Hrvatskim gradovima

Sustavi javni bicikala u Hrvatskoj pojavili su se tek 2013. godine. Prepoznali su se kao moderno rješenje problema mobilnosti i kao potreba i želja modernog čovjeka za kvalitetnijim životom u svakodnevici i u slobodno vrijeme. Prvi instalirani sustav bio je pilot-projekt javnog servisa za prijevoz biciklima u Rijeci u svibnju iste godine. Također 2013. godine, tvrtka Uljanik Tesu Elektronika (UTE) d.o.o. pustio je prvi svjetski sustav koji nudi kombinaciju električnih i mehaničkih bicikala u grad Umagu. Riječ je o tvrtki za projektiranje, proizvodnju i prodaju električnih i elektroničkih uređaja koji od 1975. godine postoji na svjetskom tržištu kao proizvođač električne i elektroničke opreme.

Nakon toga uslijedilo je i otvaranje sustava javnih bicikala i u drugim gradovima kroz 2014., 2015. i 2016. godinu. Tako su pušteni su sustavi „Bicko“ i Kampus “ u Koprivnici, Štromček u Čakovcu, „Nextbike“ u Zagrebu „MEDbike“ u Medulinu, „Gackabike“ u Otočcu i „Bičikleta“ u Puli koji su lokalnog karaktera.¹⁴²

¹⁴² <http://mojotok.info/go2bike-sustav-javnog-iznajmljivanja-bicikala/> [pristupljeno 25.08.2018.]

Uvođenjem jednog od najvećih sustava za javno iznajmljivanje bicikala u svijetu pod nazivom „Nextbike“ u glavnom gradu Zagrebu u 2013. godini u obliku pilot projekta napravio se dodatan iskorak. U početku korisnici su imali na raspolaganju 50 bicikli na šest različitih lokacija u centru grada. Tijekom pilot projekta „Nextbike“ se pokazao kao odlična nadopuna javnog gradskog prijevoza, te je broj terminala kao i bicikala udvostručen. S ovim poduhvatom nastavilo se s politikom grada za razvijanje sustava biciklističke infrastrukture, promoviranje bicikla zbog zaštite okoliša, obogaćivanje turističke ponude grada Zagreba te poboljšanje kvalitete života u gradu i smanjenja prometnih gužvi. S obzirom da se radi o jednom od vodećih sustava za korištenje javnog bicikla svim „Nextbike“ članovima omogućava se korištenje bicikala bilo gdje u svijetu, bez obzira u kojem gradu su registrirani. Tvrtka trenutno ima razgranate sustave diljem Hrvatske i to u Vukovaru, Sisku, Karlovcu, Poreču, Zadru, Šibeniku, Makarskoj, Metkoviću i otoku Lastovu.¹⁴³

Tvrtka UTE u suradnji s tvrtkom Penta iz Pule 2014. godine razvila je marku „Go2bike“, a riječ je o sustavu automatskog iznajmljivanja bicikla jednostavne implementacije i načina korištenja. Navedeni sustav je trenutno otvoren u gradovima Puli, Umagu, Čakovcu i Koprivnici. Trenutno se u Umagu nalazi najviše bicikala pod ovim sustavom (75 mehaničkih, 18 električnih bicikala, 6 stanica i 120 električnih postaja). Sustav je namijenjen je za stanovnike, studente na sveučilištima te turiste za lakše kretanje po gradovima, ali i manjim mjestima u okolici. Sustav posjeduje svoju vlastitu mrežnu stranicu na kojoj između ostalog naglašava prednosti korištenja usluge:

- Brzo i jeftino
- Nema prostornog ograničenja
- Za svakodnevnu upotrebu užurbanog radnog stanovništva
- Za turistički obilazak grada i prirode
- Smanjenje zagađenja
- Podizanje imidža grada
- Poboljšanje zdravlja kroz aktivnost bicikliranja

Način rada sustava i korištenje je pomoću najsuvremenije automatske tehnologije. Korištenje usluge odvija se na 4 koraka:¹⁴⁴

¹⁴³ <https://www.nextbike.hr/en/zagreb/> [pristupljeno 01.09.2018.]

¹⁴⁴ <http://www.go2bike.eu/> [pristupljeno 01.09.2018.]

1. prijava u sustav: korisnik se prijavljuje za uslugu i dobiva RFID-karticu ili PIN za korištenje putem kojih ga sustav i identificira. Prijava i kupnja kartice obavlja se na bilo kojem punktu koji odredi naručitelj, putem web-stranice ili aplikacijom na pametnim telefonima (iOS, Android platforma).
2. preuzimanje bicikla: korisnik pristupa punktu i prelazi RFID-karticom preko označenog mjesta ili ukucava PIN. Sustav na taj način identificira korisnika i bicikl te povezuje koji korisnik je preuzeo koji bicikl. Prepoznaje i koji bicikli su na stanicama a koji se koriste te koje su stanice zauzete. GPS-sustav bilježi poziciju bicikla.
3. Vožnja: zabavan i zdrav dio usluge, uživanje u vožnji kako u prirodi tako i po gradskim ulicama.
4. Vraćanje bicikla na punkt: korisnik vraća bicikl na stanicu i jednostavno ga odlaže u postolje bez potrebe za bilo kojom dodatnom radnjom. Sustav prepoznaje korisnika i bicikl te ga razdužuje. Čuva podatke o korisniku i vremenu korištenja bicikla. Omogućava financijske i statističke izračune te nadzor i upravljanje.

3.5.3. Cikloturizam u Istri

Cikloturizam se postepeno razvija u Hrvatskoj te se uz kontinentalne dijelove Hrvatske kao što je okolica Zagreba, područje Međimurja i Podunavlja, Istra se smatra kao najrazvijenija turistička regija općenito pa i cikloturistička destinacija trenutno u Hrvatskoj. Istra je poznata kao županija koja dominira u broju turista, noćenja i posjetitelja, pa je tako u 2016. godini u Istri ostvareno 3,76 milijuna dolazaka i 23,12 milijuna noćenja, od čega su oko 95% turističkog prometa ostvarili strani turisti.¹⁴⁵ Istarska županija je i dalje prva po broju ostvarenih noćenja, u srpnju 2017. godine 7,3 milijuna noćenja, a ukupno 28 milijuna noćenja. Nakon Istre je Splitsko dalmatinska s 19 milijuna noćenja pa Kvarner s 18,6 milijuna noćenja.¹⁴⁶

Najveće mogućnosti za razvoj sportskog turizma u Hrvatskoj pa tako i u Istri pruža tzv. ljetni sportsko-rekreacijski turizam i to posebno na moru. To je zbog činjenice što se turistički promet ostvaruje najviše upravo u ljetnim mjesecima na moru. Istra se u razvoju turizma pored

¹⁴⁵ http://www.istra.hr/hr/pr/priopcenja/891-ch-0?&cr_offset=1 [pristupljeno 02.09.2018.]

¹⁴⁶ http://www.istra.hr/hr/pr/priopcenja/891-ch-0?&cr_offset=1 [pristupljeno 02.09.2018.]

stacionarnog, odmorišnog turizma, orijentirala i na razvoj pojedinih specifičnih oblika turizma, među kojim se ističe sportski turizam.

Za istraživanje turističke potražnje Škorić je provela primarno istraživanje Motiva turista koji dolaze u Istru metodom anketnog upitnika za 2005. godinu te su izneseni sljedeći rezultati:¹⁴⁷

Tablica 2 : Motivi putovanja turista u Istri

MOTIVI	Ukupno u %	Travnj u %	Kolovoz u %
Odmor i relaksacija	79,06	78,13	79,26
Ljepota prirode i krajolika	50,41	64,06	47,49
Zabava i novi doživljaji	32,78	28,13	33,78
Sportski i sportsko-rekreativni sadržaji	34,71	39,06	33,78
Kulturni sadržaji	14,05	10,94	14,72
Zdravstveni sadržaji	4,96	6,25	4,68
Blizina destinacije	21,76	23,44	21,4
Posao	3,86	6,25	3,34
Drugo	6,34	7,81	6,02

Izvor: Škorić, S. (2008): Sportski turizam i njegovi učinci na turističke destinacije-primjer Istre / Sports tourism and its impact on tourism destinations- the case of Istria (prethodno priopćenje/preliminary communication paper). Acta Turistica 20(1), str. 67-92.

S obzirom da se smatra kako je uloga sporta i rekreacije izraženija u predsezoni nego u sezoni istraživanje je provedeno u dva dijela i to u predsezoni (travnju) i sezoni(kolovozu). Najzastupljeniji motiv u sva tri promatrana slučaja je motiv odmor i relaksacija u ukupnom postotku od 79,06%. Motiv sporta i sportske rekreacije odabralo je 34,71% ispitanika te se nalazi na trećem mjestu, a nakon slijedi zabava i novi doživljaji s 32,78%. U travnju je motiv „sportskih i sportsko-rekreativnih sadržaja“ bio zastupljen iznad prosjeka s 39,1% ispitanika, a u kolovozu ispod prosjeka su iznosu 33,8%. Može se zaključiti da je motiv „sportskih i sportsko-rekreativnih sadržaja“ zastupljeniji u predsezoni nego u glavnoj sezoni. U istom istraživanju razmatralo se i kojim aktivnostima se sportski turisti bave za vrijeme svog boravka u destinaciji.¹⁴⁸ Među aktivnostima kao što su kupanje, tenis, aktivnosti u prirodi i aktivnosti na otvorenom (džoging, trčanje, hodanje), aktivnosti na moru i vodeni sportovi (ronjenje, jedrenje, surfanje i veslanje), sportske igre (nogomet, košarka, odbojka), biciklizam se nalazi u zlatnoj sredini, tj. na 4. mjestu s ukupnim postotkom od 34,9%.

¹⁴⁷ Škorić, S. (2008). Sportski turizam i njegovi učinci na turističke destinacije-primjer Istre / Sports tourism and its impact on tourism destinations-the case of Istria (prethodno priopćenje/preliminary communication paper). Acta Turistica 20(1), str. 67-92.

¹⁴⁸ Ibid., str. 84

U Istri se ulažu naponi za razvoj selektivnih oblika turizma i vanjskih aktivnosti, a biciklizam i cikloturizam su jedni od primarnih interesa. Prema podacima na specializiranoj mrežnoj stranici pod nazivom „Bike portal“ do 2016. portal je objavio 124 objavljene staze od kojih su 34 za obitelji i rekreaciju, dok je 41 malo zahtjevnije.¹⁴⁹

Biciklističke staze nalaze se na područjima: Umaga i Novigrad, Poreč, Vrsar, Rovinj, Pule i Medulina, Labin i Rabca, i u središnjoj Istri. Najpoznatije su staze Parenzana i Eufrazijana. Od smještaja koji je prilagođen za bicikliste („Bike & Bed“) na mrežnoj stranici Istra-bike može se naći 68 objekata privatnog smještaja, 12 „boutique“ hotela te 18 velikih hotela kao što je Hotel Valamar Sanfior u Rabcu, Hotel Eden u Rovinju i Valamar Diamant hotel u Poreču.¹⁵⁰

Od 2016. godine brojke su se povećale te sada Istra ima ukupno 140 staza duljine veće od 3200 kilometara. Od komplementarnih djelatnosti povećao se broj objekata i sada ima 200 objekata koji su prilagođeni za bicikliste, a zarada od cikloturizma u 2016. godini procjenjuje se na 10 milijuna kuna.¹⁵¹

Iako je Istra trenutno najrazvijenija cikloturistička destinacija u Hrvatskoj, postoji još mnogo prostora za poboljšanje. U financijskom planu grada Poreča za 2017. godinu tako se ističu područja rada dionika i odjela na koja se treba obratiti pozornost na bolje zajedničko funkcioniranje koje će dovesti do cilja, a to je da Istra bude konkurentna na svjetskom tržištu kao kvalitetna destinacija turizma na otvorenom.

Područja na koja se treba obratiti pozornost su primjena standarda vezano za bicikliranje, primjena izrađenih kriterija i analiza kako bi se prikupili podaci za cikloturizam, bolja suradnja ključnih dionika u turizmu te nužnost pravovremenog i jasnog definiranja statusa Odjela za bike&outdoor, na dulji rok (3-5 godina) zbog kvalitetnijeg planiranja rada, budžeta, suradnji i strateškog razvoja. Odjel Istra bike&outdoor nalazi se u sklopu Istarske razvojne turističke agencije kojeg podržava Istarska županija i druge velike hotelske tvrtke kao što su Maistra d.d., Valamar Riviera d.d., Istraturist Umag d.d., itd.¹⁵² Trenutno provodi mnogobrojne aktivnosti od kojih su najznačajnije:

¹⁴⁹ Turistička zajednica grada Poreča (2017): Izvještaj o radu i financijski izvještaj u 2017. godini, Poreč, str. 26

¹⁵⁰ www.istria-bike.com [pristupljeno 28.08.2018.]

¹⁵¹ <http://hotspots.net.hr/2016/04/veliki-planovi-za-razvoj-cikloturizma-u-splitsko-dalmatinskoj-zupaniji/> [pristupljeno 28.08.2018.]

¹⁵² http://www.istria-bike.com/hr/opce/o_nama [pristupljeno 28.08.2018.]

- koordinira aktivnosti lokalnih turističkih zajednica i svih ostalih relevantnih dionika privatnog i javnog sektora vezano uz destinacijski proizvod aktivnog i outdoor turizma Istre,
- brine o razvoju, te analiza i prati destinacijsku ponudu aktivnog iturizma na otvorenom na području Istre,
- provodi opću promidžbu cjelokupnog destinacijskog proizvoda aktivnog i turizma na otvorenom,
- upravlja i održava specijalizirane web portale kao što su Bike portal (www.istria-bike.com), Trails portal (www.istria-trails.com), portal turizma na otvorenom (www.istria-outdoor.com) te vrši pripremu, dizajn, tisak i distribuciju promotivnih brošura i ostalih publikacija na temu destinacijske ponude aktivnog i turizma na otvorenom,
- provodi projekt označavanja privatnog smještaja Istra Bike & Bed; izrađuje kriterije i standarde, dodjeljuje certifikate, provodi kontrolu i nadzor objekata, edukaciju privatnih iznajmljivača,
- suorganizira biciklističke manifestacije i organizira edukacije za biciklističke vodiče,
- izrađuje standarde za razvoj biciklističke infrastrukture i signalizacije, standarde za biciklizam u Istri i karte biciklističkih staza za cijelu Istru, besplatnu javnu online i offline kartografiju,
- razvija ostalu ponudu aktivnosti na otvorenom, uključujući pješaćenje i penjanje

3.5.4. Cikloturizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji

3.5.4.1. Opće značajke i trenutno stanje u Splitsko-Dalmatinskoj županiji

Splitsko-dalmatinska županija geografski je smještena na središnjem dijelu jadranske obale. Ukupne je površine 14.106,40 km², a dijeli se na tri geografske cjeline: zaobalje, priobalje i otoke. Najveći dio površine zauzima zaobalje (59,88%), dok najmanji udio površine otpada na otoke (19%). Zaobalje je rijetko naseljeno i ekonomski siromašno te se nalazi u kontinentalnom dijelu županije. Otoci su također slabo nastanjeni, ali ekonomski su razvijeniji od zaobalja. Priobalje čini uski pojas uz more između planinskih lanaca i mora. To je područje visoko urbanizirano i ekonomski razvijenije u odnosu na zaobalje i otoke.

Prema popisu stanovništva 2001. godine u županiji Splitsko – dalmatinskoj živjelo je 463.676 stanovnika, odnosno 10,4% stanovništva Hrvatske. Međutim, Splitsko-dalmatinsku županiju

obilježavaju negativni zabrinjavajući demografski trendovi od 2011.g. pa nadalje čak i u dijelovima priobalja. Riječ je o negativnom prirodnom prirastu, sve nižem vitalnom indeksu te postupno starenje stanovništva. Udio mlađeg stanovništva (15-24. godine) najveći je u velikim gradovima kao što je Split zbog migracija mladog stanovništva radi školovanja i zapošljavanja iz nerazvijenih područja (otoci i zaobalje) u razvijena područja što dodatno ističe subregionalne razlike unutar županije.

Na području županije flora i fauna je iznimno bogata i raznolika. Radi se o područjima šumske vegetacije, travnjacima kao što su livade i pašnjaci, vegetaciji pukotina stijena, vegetaciji točila, obalnim pjeskovitim i šljunkovitim sipinama te vegetaciji u zoni prskanja mora. Specifična karakteristika faune županije predstavlja bogatstvo različitih podzemnih staništa, špilja i jama te podzemnih voda, osobito u području krša, bogatih reliktnim oblicima.

U županiji prevladava karakterističan jadranski tip mediteranske klime čije su značajke suha i vruća ljeta te blage i vlažne zime. Klima priobalja je karakterizirana maksimalnim oborinama u hladno doba godine te vrućim i suhim izrazito vedrim ljetom. Temperatura najhladnijeg mjeseca se kreće između -3°C i $+18^{\circ}\text{C}$, dok je srednja temperatura najtoplijeg mjeseca veća od 22°C . Klima priobalja je karakterizirana maksimalnim oborinama u hladno doba godine te vrućim i suhim izrazito vedrim ljetom.

Na području Splitsko-dalmatinske županije u 2009. kategorizirano je 2.659 kilometara cesta, od čega su 864 km državne, 854 km županijske i 941 km lokalne ceste prema podacima Državnog zavoda za statistiku. Gustoća cestovne mreže iznosi 586 m/km^2 . Postojeće ceste su u lošijem stanju te se u proteklim razdobljima izvršila rekonstrukcija važnijih dionica kao što su Split-Solin-Dugopolje, Solin-Kaštela- Trogir, Split-obilaznica, Split-Omiš, Omiš-Gata, Omiš-Dupci-Makarska, Šestanovac-Dupci, Imotski-Lovreć, Han-Vaganj. U strategiji razvoja SDŽ ističe se kako su prigradske i gradske ceste najviše zagušene tijekom turističke sezone i u vremenu svakodnevnih odlazaka i dolazaka na posao i to najviše u gradovima Split, Trogir, Omiš i Kaštela. navodi se potreba za izgradnju dodatnih trakova i reorganizacija postojećih prometnih tokova. Ističe se i nedostatak parkirnih mjesta u gradovima kao i potreba za stalnim održavanjem i rekonstrukcijom gradskih cesta. Među razvojnim problemima u vidu prometne infrastrukture najviše kao problem se ističe slaba povezanost autoceste s turističkim destinacijama, slaba kvaliteta prometnica na otocima, nedostatnost cestovne infrastrukture u prigradskim i gradskim prometnim vezama, postojeći autobusni kolodvori u gradovima s naglaskom na Split zastarjeli su i ne udovoljavaju potrebama prihvata i otpreme putnika u

domaćem i međunarodnom cestovnom prometu, postojeći željeznički kolodvor u Splitu je zastario i ne odgovara suvremenim standardima, itd.

3.5.4.2. Turizam i cikloturizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Turizam predstavlja jednu od najvažnijih gospodarskih aktivnosti na području županije zbog kvalitetne i diversificirane turističke resursne osnove i bogatom tradicijom.¹⁵³ Turizam se prepoznao kao sredstvo za poticanje gospodarskog rasta i razvoja cijele županije te podizanje standarda loknog stanovništva. Rast i razvoj ostvaruje kroz realizaciju infrastrukturnih projekata kao što je preuređenje i proširenje zračne luke, prometnica, uređenja javnih površina koje će biti od jednakog značaja lokalnom stanovništvu i turistima. Također standard lokalnog stanovništva se može povećati kroz ostvarivanje prihoda od turizma kao glavne ili dodatne djelatnosti. Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku tijekom 2014. godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji zabilježeno je 2,2 milijuna turističkih dolazaka i 12,1 milijun turističkih noćenja, što predstavlja porast od 5,8% u broju noćenja i porast od 8,6% u broju dolazaka u odnosu na 2013. godinu.¹⁵⁴

Prema rezultatima Tomas ljeta 2014. istraživanja o stavovima i potrošnji turista u hrvatskim primorskim destinacijama, turisti koji borave u Splitsko-dalmatinskoj županiji najzadovoljniji su ljepotom prirode i krajolika, ljubaznošću osoblja u smještajnom objektu te pogodnostima za provođenje obiteljskog odmora.¹⁵⁵ Međutim, najmanje su zadovoljni s opremljenošću i uređenošću plaža, bogatstvom sportskih sadržaja, bogatstvom sadržaja za zabavu, raznolikošću kulturnih manifestacija, kvalitetom lokalnog prijevoza te s prilagođenosti destinacije osobama s posebnim potrebama. Sveukupno je stupanj zadovoljstva turista elementima turističke ponude u Splitsko-dalmatinskoj županiji niži u odnosu na ostale primorske županije. Prosječni dnevni izdaci turista u Županiji su 69,64 EUR, što je nešto iznad prosjeka (66,36 EUR), a u strukturi prosječnih dnevnih izdataka prevladavaju izdaci za smještaj (53%), ugostiteljske usluge (16,5%) i kupnju (15,1%).¹⁵⁶ Isto istraživanje pokazalo je da je oko 5 % turista vozilo bicikl tijekom boravka u županiji, što predstavlja nizak postotak u odnosu na prosjek svih obalnih županija od 13 %.

¹⁵³ Javna ustanova RERA S.D. za koordinaciju i razvoj SDŽ(2013): Županijska razvojna strategija do 2020. str, 39, dostupna na: <http://www.rera.hr/upload/stranice/2017/02/2017-02-09/34/nacrtupanijskerazvojnestrategije.pdf> [pristupljeno 30.08.2018.]

¹⁵⁴ Ibid., str 40.

¹⁵⁵ Ibid., str. 43

¹⁵⁶ Ibid., str. 44

U dokumentu Strategija hrvatskog turizma do 2020., prepoznat je cikloturizam kao proizvod s izraženom perspektivom razvoja, a Splitsko-dalmatinska županija je započela 2015. godine sa sustavnim razvojem cikloturizma na svom području. U programu rada za 2017. godinu Splitsko-dalmatinske županije navodi se da krivulja sezonalnosti i dalje pokazuje da se najveći dio ukupnog prometa ostvaruje u srcu sezone od lipnja do rujna (više od 2/3 turističkih noćenja) te zbog navedenih razloga, TZ Splitsko – dalmatinska ulaže u poticanje, kreiranje i razvoj selektivnih oblika turističke ponude i to posebice sljedećih oblika:

- cikloturizam
- pješačke staze
- rimske staze Srednje Dalmacije
- medicinski/zdravstveni turizam
- ruralni i kulturni turizam
- ostali oblici

Među istaknutim posebnim oblicima koje razvijaju naglašavaju i cikloturizam.¹⁵⁷ Također, navodi se kako je Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije pokrenula 2014. godine zajedno s Biciklističkim savezom SD županije projekt pod nazivom „Razvoj cikloturizma u Splitsko-dalmatinskoj Županiji“. Do tada nije postojala ni jedna uređena biciklistička staza, niti jedan objekt prilagođen prihvatu cikloturista, a prihoda nije bilo. Glavne provedbene aktivnosti navedenog programa su sljedeće:¹⁵⁸

- Edukacije za biciklističke vodiče (osposobljavanje i licenciranje)
- Izrada i održavanje specijalizirane stranice (www.dalmatia-bike.com)
- Unos novih biciklističkih staza na web
- Označavanje staza unificiranom signalizacijom
- Tisak karata novih staza
- Distribucija unificiranih biciklističkih karata
- Promocija proizvoda cikloturizma Srednje Dalmacije

¹⁵⁷ Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2017): Plan rada SDŽ u 2018. Godini s financijskim planom za 2018. godinu, str. 67, raspoloživo na : <https://www.dalmacija.hr> [pristupljeno 30.08.2018.]

¹⁵⁸ Ibid., str. 68

Uređene su biciklističke staze ukupne duljine od 600 km s potrebnom signalizacijom i biciklističkim obilježjima. U prvoj fazi uređene su biciklističke staze s potrebnom signalizacijom i biciklističkim obilježjima na području Zagore na relaciji Dugopolje – Trilj – Sinj – Vrlika. U 2015. i 2016. nastavljene su aktivnosti te su realizirane biciklističke karte otoka Brača i Hvara te Makarske rivijere u suradnji s Parkom prirode Biokovo. Početkom 2016. zbrojilo se 2250 kilometara, tj. 69 uređenih staza prilagođenih najzahtjevnijim potrebama cikloturista, 7 organiziranih utrka, 50 objekata prilagođenih potrebama modernog cikloturista. Zarada županije procijenila se preko 2 milijuna kuna.¹⁵⁹ Ključne planirane aktivnosti u 2017. godini je izrada staza i karata na području Splitske rivijere te jačoj promociji do sada realiziranog proizvoda cikloturizma na inozemnim tržištima. Planira se do kraja 2018. godine urediti čak 150 biciklističkih staza, ukupne duljine 3500 km, organizirati samostalno i u suradnji s partnerima čak 20 utrka, urediti preko 200 objekata prilagođenih potrebama modernog cikloturista, te povećati zaradu županije na 5 milijuna eura.

Jedna od zadnjih inicijativa Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije te biciklističkog saveza SDŽ bilo je osnivanje Dalmacija bike servisa za razvoj cikloturizma, ali i ostalih oblika aktivnog turizma. Mrežna stranica je napravljena u cilju stvaranja sinergije svih subjekata u turizmu Srednjoj Dalmaciji i s ciljem repozicioniranja i restrukturiranja Srednje Dalmacije u visokokvalitetnu turističku regiju s turističkom ponudom kroz cijelu godinu. Na službenoj mrežnoj stranici „Dalmatia-bike“ Splitsko dalmatinska županija trenutno je podijeljena na takozvanih 5 ciklo-regije te ih ima ukupno pet, a to su:

1. Dalmatinska zagora,
2. Makarska rivijera,
3. otok Brač,
4. otok Hvar
5. Splitska rivijera

Svaka ciklo regija ima razvijene, osmišljene tematske rute, osim Splitske rivijere na kojoj se još radi. U 2018. godini naglasak aktivnosti biti će na izgradnji staza i izradi karata za područje Splitske rivijere-zapad, otoka Visa i Šolte te područja Zagore – Imotski i Vrgorac.

¹⁵⁹ <http://hotspots.net.hr/2016/04/veliki-planovi-za-razvoj-cikloturizma-u-splitsko-dalmatinskoj-zupaniji/>
[pristupljeno 28.08.2018.]

3.5.5. Cikloturizam u gradu Splitu i okolici

3.5.5.1. Opća obilježja i kratak pregled trenutnog stanja u gradu Splitu

Split je drugi po redu grad u Hrvatskoj te najveći grad u Splitsko dalmatinskoj županiji. Smješten je na splitskom poluotoku te je omeđen uzvisinama Mosor, Perun, Kozjak te se nalazi u podnožju park-šume Marjan. Smatra se gospodarskim središtem županije i značajnom kulturnom turističkom destinacijom Mediterana zbog kulturne baštine pod zaštitom UNESCO-a. Od 2015. godine grad Split postao je nositelj urbane aglomeracije zajedno s 12 gradova i općina koji također ulaze u sustav, a to su: Trogir, Omiš, Sinj, Kaštela i Solin, te Općina Podstrana, Dugi Rat, Klis, Dugopolje, Muć, Lećevica i Dicmo.

Teritorijalno i administrativno Grad obuhvaća osam naselja Slatine, Stobreč, Kamen, Žrnovnica, Gornje sitno, Donje sitno i Srinjine. Ukupna površina teritorija je 80 km² od kojih 26,9 km² otpada na grad Split koji je podijeljen na 27 kotareva. Može se reći da grad Split poprima regionalno značenje, a posebno s gospodarskog, prometnog, kulturnog i sportskog gledišta za skoro cijelu Splitsko-dalmatinsku županiju. Split će se i dalje širiti po regiji te je već sad prerastao iz zatvorenog oblika u oblik otvorenog regionalnog grada koji spaja gradove i naselja duž obale, u zaleđu i na otocima u jedinstvenu urbano-regionalnu cjelinu.

Splitsko područje ima povoljnu klimu, veliku količinu poljoprivrednog zemljišta te pošumljene padine priobalnih planina koje ga zaklanjaju od kontinentalnih utjecaja. Riječ je o sredozemnoj klimi koja prevladava na Splitskom području, a koju karakteriziraju duga i suha ljeta te blage i vlažne zime što čini Split idealnim područjem za razvoj turizma tokom cijele godine, a ne samo u ljetnim mjesecima. Tijekom zimskih mjeseci temperature se rijetko kad spuštaju ispod 0 Celzijevih stupnjeva dok su srednje temperature od svibnja do rujna veće od 20°C, a u srpnju i kolovozu prosječna temperatura raste i iznad 25°C. Srednja količina padalina tijekom godine iznosi 783 mm pri čemu je u prosjeku 110 dana s kišom te prosječno 0,4 dana sa snijegom.¹⁶⁰

Popis stanovništva 2011. godine za Split broji 178 102 stanovnika te po broju stanovnika dominira s obzirom na druge gradove u okolici. No ipak, broj stanovnika se smanjio s obzirom na 2001. godinu za 5,61% manje, a pad stanovnika je izrazitiji s obzirom na SDŽ gdje je pad

¹⁶⁰ Grad Split (2016): Strategija razvoja urbane aglomeracije Split, Sveučilište u Splitu, Split, str. 10., prema Zaninović i dr., 2008.

stanovnik samo 1,93%.¹⁶¹ Negativne tendencije pokazuje i podjela stanovništva po kontigentima te se broj djece od 0-19 godina smanjio za 5,61% u 2011. godini s obzirom na 2001. godinu, žene u fertilnoj dobi za 14,86%, radno sposobno stanovništvo za 2,4%. Kontigent u dobi od 60 godina i više jedini pokazuje pozitivne stope promjene.¹⁶² Struktura obrazovanja stanovništva i dalje pokazuje da najveći udio (56%) čini stanovništvo koje ima srednje školsko obrazovanje. Međutim, smanjio se udio stanovnika s niskom stručnom spremom s 24% na 18% , a povećao se udio stanovnika s fakultetskim obrazovanjem s 13% na 17% te višom i stručnom školom s 7% na 9%.¹⁶³

Split zbog svog izuzetno dobrog položaja zajedno sa svojom okolicom i prirodnih ljepotama, blagom klimom i interesantnim povijesno-umjetničkim spomenicima postaje sve popularniji posebno u zadnjih nekoliko godina. Cijelo područje urbane aglomeracije Splita obiluje bogatom florom i faunom na kopnu, te posebnom podmorskom florom i faunom.¹⁶⁴ S obzirom na dobar geografski položaj može se reći da je prostor za Split jedan od najvažnijih resursa s kojima raspolaže. More je također osnovni turistički resurs te je obala Splita pogodna za razvoj kupališnog i nautičkog turizma.¹⁶⁵ Na području Splita i okolice postoje zaštićeni dijelovi prirode koji su podijeljeni u nekoliko kategorija: na park šumu (park šuma Marjan u Splitu), posebne rezervate, dva značajna krajobraza (npr. kanjon rijeke Cetine), četiri spomenika prirode te četiri spomenika parkovne arhitekture.¹⁶⁶ Specifičnu vrijednost grada čini park-šuma Marjan koja se smatra prirodnim rezervatom i zajedno s Mosorom i Perunom čini temeljnu osnovu zelenog pravca grada.

Od kulturnih resursa na području Split i okolice dominira spomenička baština pod zaštitom UNESCO-a s naglaskom na Dioklecijanovu palaču te širi povijesni kompleks Splita koji su upisani 1979. godine na listu Svjetske kulturne materijalne baštine UNESCO-a. Prema registru kulturnih dobara Republike Hrvatske na području grada Splita nalazi se 145 zaštićenih kulturnih dobara, 15 preventivno zaštićenih kulturnih dobara te listu kulturnih dobara od nacionalne važnosti kao kulturno povijesna cjelina (uključuje Dioklecijanovu palaču i srednjovjekovni Split).¹⁶⁷ Unatoč bogatim prirodnim i kulturnim resursima, neki još uvijek nisu

¹⁶¹ Turistička zajednica grada Splita (2017): Strateški marketing plan destinacije Split (2017-2020), Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 9, dostupno na: <https://visitsplit.com/hr/3136/strateski-marketing-plan> [pristupljeno 28.08.2018.]

¹⁶² Ibid., str. 10

¹⁶³ Ibid., str. 10

¹⁶⁴ Ibid., str. 31

¹⁶⁵ Ibid., str. 31

¹⁶⁶ Strategija razvoja urbane aglomeracije Split, op.cit.str.419

¹⁶⁷ Strateški marketing plan destinacije Split (2017-2020), op.cit.str.33

odgovarajuće iskorišteni i turistički valorizirani. Zbog dobre prirodne osnove Splitske rivijere moguće je razviti široki opus turističkih proizvoda i tako povezati dionike i osigurati visoku vrijednost boravka turista u destinaciji. Trenutno se većina turističkih proizvoda posebno onih koji spadaju u posebne oblike na navedenom prostoru nalazi u početnoj fazi razvoja i oblikovanja kao što je to i cikloturizam.

Prometna povezanost u kontekstu turizma je vrlo važna zbor integriranja raznih turističkih proizvoda na nekom području. Osnovu cestovnog prometa na području Split i okolice čini Autocesta A1 s čvorištima Prgomet, Vučevica, i Dugopolje, postojeća državna cesta D8 tzv. Jadranska magistrala (Trogir-Solin-Omiš) te mreža glavnih gradskih prometnica.¹⁶⁸ Jadranska magistrala proteže se longitudinalno prateći obalu u smjeru sjeverozapad-jugoistok, povezuje najvažnije hrvatske primorske gradove, te predstavlja jednu od najopterećenijih cesta u regiji posebno u ljetnim mjesecima.

Na području grada Splita izgrađene su ceste ukupne duljine 69,91 kilometara, a riječ o državnim, županijskim i lokanim cestama.¹⁶⁹ Većina državnih cesta uređena je po propisima s odgovarajućom prometnom signalizacijom i opremom, a jedan dio županijskih i lokalnih cesta ne zadovoljavaju propisane uvjete. Atraktivnost pojedinih lokacija u Splitu kao što je uža jezgra grada uzrokovala je na pojedinačnim cestama zagušenja, zasićenost kapaciteta, gužve, dugo čekanje, zagađenje bukom i zagađenjem zraka i još mnogo drugih negativnih efekata. To se najviše odnosi na cestu koja vodi prema trajektnoj luci Split u kojoj se tijekom ljetne sezone javljaju zastoji u prometu te je zbog toga Gradska luka Split trenutno jedno od najopterećenijih područja u gradu. Provedba cestovne i ulične mreže stvara problem u istočnim dijelovima grada zbog načina izgrađenosti određenih gradskih cjelina.

Split ima problem i s parking mjestima tj. prometom u mirovanju posebno u užem gradskom središtu. Npr. gradski kotar Split 3 nema dostatnu infrastrukturu za promet u mirovanju i zbog toga se vozači nepropisno parkiraju ili vozilo ostavljaju na neregulirano parking mjesto kao što je kolnik što otežava prolaz pješaka i biciklista. Na području cijelog grada pretežno je 6 300 vozila nepropisno parkirano, a njih 13 000 je parkirano na nereguliranim parking mjestima. Procjenjuje se da trenutno nedostaje 5000 parking mjesta. Ovaj se problem planira riješiti s

¹⁶⁸ Ibid., str. 14

¹⁶⁹ Ibid., str. 14

izgradnjom montažnih garaža, modernizacijom postojećih te izgradnjom novih 3500 parkirnih mjesta.¹⁷⁰

Javni putnički prijevoz na području grada Splita organizira se u obliku gradskog, prigradskog i međugradskog. Generalno su kapaciteti u nedostatku i u pogledu infrastrukture te operativnog sustava zbog čega negoduju građani i turisti, posebno u turističkoj sezoni gdje dolazi do kašnjenja, koristi se zastarjeli vozni park, nedostatnost linija, itd. Tvrtka promet d.o.o. koja obavlja glavninu javnog prometa u gradu Splitu nalazi se trenutno u kompleksnoj situaciji vlasničkih odnosa i financijske situacije te je odavno najavljena sanacija i restrukturacija tvrtke.¹⁷¹

Biciklistička infrastruktura je u potpunom nedostatku te grad Split trenutno ima samo jednu biciklističku stazu o kojoj će biti riječ više u sljedećem poglavlju. Generalno ovaj slučaj je od velikog prioriteta te se ističe i u planovima turističke zajednice Splitsko- dalmatinske županije gdje ističu da će jedna od aktivnosti biti izrada staza i karata za područje Splitske rivijere-zapad.

3.5.5.2. Turizam u gradu Splitu

Po pitaju turizma grad Split je u zadnjih 5 godina postao iznimno popularna turistička destinacija koja iz godine u godinu broji sve veći broj turističkih dolazaka, a turistima predstavlja neizostavnu lokaciju tijekom boravka u Hrvatskoj. Tako prema rezultatima turističkog prometa na području Splitsko- dalmatinske županije u 2016. godini za prvih devet mjeseci u Splitu zabilježeno je 509 189 tisuća dolazaka i 1 585 438 milijuna noćenja što pokazuje pozitivne trendove u porastu za 26% (dolazaka) i 31% (noćenja) u odnosu na 2015. godinu.¹⁷² S navedenim rezultatima može se reći da Split kao turistička destinacija sve više privlači turiste u sezoni i van sezone čemu svjedoče visoki rujanski rezultati prema podacima „eVisitor“ sustava gdje je zabilježeno 75 084 tisuća dolazaka i 219 649 tisuća noćenja u rujnu. S navedenim pozamašnim brojkama može se reći kako je Split postao jedna od traženih destinacija na europskom pa i svjetskom tržištu.

Glavni plan razvoja Splitsko-dalmatinske županije u poglavlju o prioritizaciji proizvoda po područjima za Splitsku rivijeru ističu se posebni oblici turizma kao visoki prioritet za grad Split i okolice, a pod posebnim oblicima posebno se ističe: kulturno i povijesno naslijeđe, uključujući

¹⁷⁰ Ibid., str. 15

¹⁷¹ Ibid., str 16.

¹⁷² Turistička zajednica grada Splita (2017.): Program rada i financijski plan turističke zajednice grada Splita za 2017. Godinu ,Split, str. 11

UNESCO muzeji i umjetničke galerije, vjerski turizam, gastronomske ture i recepti, lokalne tržnice, športovi (biciklizam, nogomet, udičarenje, itd.).¹⁷³

3.5.5.3. Cikloturizam i sustav javnog iznajmljivanja bicikla u gradu Splitu

Na ulicama grada Splita može se vidjeti sve više biciklista bilo turista ili građana. Po pitanju cikloturizma u gradu Splitu nisu se još poduzele ozbiljniji pothvati uređenja biciklističke infrastrukture koja predstavlja temelj za razvoj cikloturizma. Međutim, poduzeto je nekoliko koraka i mnogi projekti su u planu po pitanju razvijanja cikloturizam u gradu.

Split zasad ima otvorenu jednu biciklističku stazu koja je uređena 2015. godine. Riječ je o biciklističkoj stazi dugoj 12 kilometara koja povezuje područje istočnog ulaza u grad i Zapadne obale, a vodi Ulicom Domovinskog rata – Putem Supavla – Ulicom Hrvatske mornarice (već postojala uređena jedna dionica staze) – Ulicom sedam Kaštela – Matoševom – Marjanom – Šetalištem Ivana Meštrovića i spaja se na izvedenu biciklističku stazu na Zapadnoj obali. Staza je obilježena horizontalnom signalizacijom i vertikalnom signalizacijom, ali nije zadovoljila parametre iz Pravilnika o uvjetima za projektiranje i izgradnju biciklističkih staza koji je još u radnoj verziji. Naime, staza treba biti široka minimalno 2 metra, a navedena staza je široka 1,6 metara no iz uprave i biciklističkog saveza su objasnili da je staza napravljena prema kompromisu između standarda i prostornih mogućnosti te su se koristili EU standardima gdje je god bila mogućnost. Iz uprave i biciklističkog saveza naveli su da je ovo tek početak izgradnje biciklističkih staza u Splitu. Vrijednost investicije procjenjuje se na 230 tisuća kuna.¹⁷⁴

U tijeku je i postupak izrade projektne dokumentacije za definiranje biciklističke staze koja će se povezivati područje Velebitske ulice – Žnjana – Poljičke ceste s centrom Grada kako bi se biciklističkim stazama povezali svi kvartovi s rekreacijskim zonama Marjana i Žnjana. Također u planu je i gradnju biciklističkih staza pod nazivom Games of Thrones koja bi vodila od Općine Klisa kroz naselje Stobreč pa do Duilova, i na taj način bi se spojila sa prethodnom prvom biciklističkom stazom u Splitu. Za 2019. godinu planira se izgraditi nastavak staze od istočnog dijela Rive, od Turističke palače pa do Bačvica, Firula, Žnjana do Duilova. U dugoročnom planu je produžiti stazu sve do Stobreča, ali tek nakon realizacije projekta „Eko kaštelanski zaljev“, kojim će se polagati cijevi u more od Duilova do Stobreča, a na površini bi

¹⁷³ Glavni plan razvoja turizma splitsko-dalmatinske županije, str. 94, dostupno na: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/GLAVNI-PLAN-TURIZMA.pdf> [pristupljeno 06.09.2018.]

¹⁷⁴ <https://www.radiodalmacija.hr/split-biciklisti-dobili-svoju-stazu/> [pristupljeno 03.09.2018.]

trebala biti formirana pješačko-biciklistička staza širine 7 metara. Na takav način dobio bi se cijeli prsten biciklističkih staza u Splitu, što bi potaklo građane i turiste na korištenje bicikla češće u svakodnevnom prijevozu, ali i u slobodno vrijeme.

Grad Split radi na tome da u bliskoj budućnosti dobije prvi integrirani sustav javnih bicikala kao što to trenutno imaju Zagreb, Šibenik, Poreč, Umag, Zadar i Makarska i mnogi drugi gradovi i destinacije u Europskoj Uniji koji su to odavno uvrstili u svoju ponudu. Riječ je o projektu Europske unije pod nazivom „Remedio“ (eng. „Regenerating mixed-use medurban communities congested by traffic through Innovative low carbon mobility solutions“) vrijedan 112 tisuća eura kojeg sufinancira Europski fond za regionalni razvoj. Cilj projekta je smanjenja emisije ugljikova dioksida u prometu na preopterećenom području i poticanja korištenja nisko-ugljičnih transportnih sustava. Članovi radne skupine projekta su predstavnici Sveučilišta u Splitu, Splitsko-dalmatinske županije, Udruge Sunce, Biciklističkog saveza Dalmacije, Hrvatske gospodarske komore i Grada Splita. Sustav bi trebao biti spreman do 4. mjeseca 2019. godine (prije početka ljetne sezone).

Gradu Splitu odobren je još jedan EU projekt pod nazivom „SUTRA“ iz Inter regionalnog programa prekogranične suradnje s Italijom, u kojem predviđen iznos od 100 tisuća eura za sustav javnih bicikala i u kojem Grad Split ima budžet od 206 tisuća eura uz 80 % sufinanciranja iz Europskih fondova. Zbog toga se procjenjuje da će flota bicikla u Splitu biti još veća nakon navedenih pilot projekata.

3.5.5.4. Kratak pregled trenutnog stanja dijelova turističke Ponude komplementarne s cikloturizmom na razini grada Splita

Osnovu turističke suprastrukture u gradu Splitu čine smještajni kapaciteti. Prije otprilike 8 godina smještajni kapaciteti bili su nedostadni za prihvat svih turista. Poduzele su se mjere po tom pitanju te je 2014. godine Indeks turističke funkcionalnosti (pokazuje broj kreveta na 100 stanovnika) pokazao da su na 100 stanovnika bila raspoloživa 94 kreveta. Kreveti su na području neravnomjerno raspoređeni te je najveće opterećenje u centru grada u staroj gradskoj jezgri. Po pitanju vrste smještaja i dalje dominira smještaj u domaćinstvu koji čini 68,06% udjela, a hotelski smještaj čini tek 11,21% iako se smatra kao glavni motor prihoda i zaposlenosti te mjerilo razvijenosti destinacijske ponude.¹⁷⁵ Slučaj bi se mogao promijeniti u sljedećih nekoliko godina s obzirom da su trenutno u izgradnji novi hotelski objekti na

¹⁷⁵ Strateški marketing plan destinacije Split (2017-2020), op.cit. str 15

lokacijama Bačvice, Trstenik, Žnjan, Lovret, Zapadna obala te je u planu obnoviti postojeće hotelske objekti kao što je Hotel Marjan, dio Radisson hotela, itd. Što se tiče smještaja prilagođenih za bicikliste Split se ne može pohvaliti baš po tom pitanju. Prema dostupnim informacijama na stranici Dalmatia-bike od ukupnog popisa od 55 objekata prilagođenih cikloturistima tek njih nekoliko nalazi se na području Splita i okolice. Ukupno ih ima 6, a to su Hotel Split (Podstrana), studio apartman Melisa (Split), Grand villa Dario (Podstrana), Apartman Intrada (Podstrana), Panorama Holidays (Kaštel Stari) i apartman Periska (Kaštela).

Ugostiteljski objekti za hranu i piće u posljednjih nekoliko godina su porasli, bilo da nude internacionalnu ili nacionalnu kuhinju. U gradu Splitu posluje otprilike 100 ugostiteljskih objekata od kojih je 57 restorana, 10 pizzerija, 9 enoteka i barova sira te 24 konobe.¹⁷⁶ Obilježja dalmatinskog područja među ostalom je kvalitetna tradicionalna kuhinja (pašticada s njokima, dalmatinske kroštule, Splitska torta) i kvalitetne namirnice (dalmatinski pršut, maslinovo ulje i sir), ali i tradicija poljoprivrede i ribarstva što daje na značenju visokokvalitetnoj tipičnoj gastronomiji. Porastu ugostiteljskih objekata pridonosi i činjenica da se na djelatnost pružanja usluga hrane i pića gleda kao djelatnost koja donosi laku zaradu i ne zahtjeva profesionalnost, a njome se može baviti bez formalnog ugostiteljskog zvanja.¹⁷⁷ Trenutno ni jedan ugostiteljski objekt iz Splita nije uvršten u neke od međunarodne gastro vodiča. Međutim, novi Splitski restoran „Zoi“ dobio je neslužbenu potvrdu svoje iznimne kvalitete i izvrsnosti te se u vrlo kratkom roku progurao kao jedna od najpopularnijih gastronomskih destinacija u Dalmaciji.¹⁷⁸ Može se zaključiti da je evidentna rastuća ponuda i kvaliteta te se u narednim godinama treba nastaviti unaprjeđivati.

U gradu je također došlo do porast receptivnih putničkih i turističkih agencija koje su većinom mali poduzetnici te nude razne jednodnevne izlete i ture. Dostupni izvori podataka pokazuju da trenutno na području grada Splita djeluje 88 agencija koje nude široki opus aktivnosti u gradu i njegovoj okolici, a pojedine su specijalizirane i za privatni smještaj. Neke od agencija već su prepoznale biciklizam kao zdravu aktivnost koja ne zagađuje okoliš te su u sklopu svoje ponude uključili iznajmljivanje bicikla i biciklističke ture. Neke od takvih agencija su „Emanuel Travel“, „Meridien Ten“, „Bike rent Split“, „Split Rent“, „Baracuda“, „TourSplit“, „Rent-a-Bike Croatia“.

¹⁷⁶ Ibid., str. 47

¹⁷⁷ Ibid., str. 15

¹⁷⁸ <https://cover.style/hr/foto-najprestizniji-svjetski-gastronomski-vodic-dodijelio-michelinovu-preporuku-splitskom-restoranu-zoi/> [pristupljeno 01.09.2018.]

Tour Split agencija u svojoj ponudi nudi biciklističku turu po Splitu u dužini 15-20km koja traje otprilike 3 sata.¹⁷⁹ Vozi se kroz cijeli Split prateći liniju uz more. Planirana ruta uključuje posjet Splitskim plažama i uvalama te znamenitosti kao što je Dioklecijanovu palača, park Marjan i druge poznate lokacije. Tijekom izleta postoje i dodatne opcije kao što je posjet muzeju, obilazak palače, plivanje u moru i odmor za ručak ili večeru. Za turu se mora izdvojiti 30 eura po osobi tj. otprilike 225 kn.

„Split Rent Agency“ među svojim aktivnostima ima i mogućnost iznajmljivanja bicikli te nudi izlete s biciklom. Nudi brdske bicikle za istraživanje Splita i park šume Marjan, a nudi i razne izlete kroz Dalmatinsku zagoru u okviru avanturističkog turizma. Izleti u Splitu mogu se uzeti uz vodiča ili bez. Cijene iznajmljivanja bicikla su sljedeće:¹⁸⁰

- Za 1 sat vožnje – 20,00kn
- Za 24 sata vožnje (1 dan)- 120,00 kn
- Za 7 dana vožnje- 720,00 kn

Dodatna oprema:

- GPS GARMIN Nuvi550- 50,00 kn/dan
- Sjedalo za djecu(B-one-250)- 11,00 kn/dan
- Pedale- 11 kn /dan
- Svijetlo- 4kn/dan

„Memento Travel Agency“ je još jedna od turističkih agencija koja nudi iznajmljivanje bicikli i pozivaju turiste da:

- na zdrav i zabavan način razgledaju grad Split
- Siguran i lak način obiću Split obalnim putem pa sve do park šume Marjan
- Na Dobar način izbjegnu prometne gužve
- Na brz način odlaska na gradske plaže
- Na brzo i jednostavno razgledavanje svih gradskih plaža u jednom danu

Cijene koje agencija nudi za svoje bicikle su sljedeće:

- 6 sati (1 – 6 h)- 80,00 kn

¹⁷⁹ <https://www.toursplit.com/activities/split-biking-tour> [pristupljeno 06.09.2018.]

¹⁸⁰ <http://www.split-rent.com/en/rental/rent-a-bike-split/> [pristupljeno 06.09.2018.]

- 1 dan (6-24 h) - 120,00 kn
- 3 dana - 250,00 kn
- 7 dana - 520,00 kn

„Emanuel travel“ turistička agencija u svojoj ponudi osim mehaničkih bicikla imaju i električne bicikle koje proizvode struju kada se pedalira. Trenutno imaju ponudu samo za dnevno iznajmljivanje, te se električne bicikle mogu iznajmiti po cijeni od 180,00 kn-220,00 kn/dan.¹⁸¹

3.5.5.5. Kratak pregled ukupne potražnje na razini grada Splita

Prema analizi turističkog prometa navedene u strateškom marketing planu za Grad Split, dogodio se kontinuirani rast turističke potražnje te brži rast noćenja s obzirom na dolaske. Split je unazad 15. godina bio tranzitna destinacija s neiskorištenim resursima, a sada se to uvelike promijenilo. Prosječna duljina boravka turista u gradu povećala se s 1,88 u 2004. na 3,04 u 2016. godini što predstavlja pozitivan korak u vidu razvoja turizma.¹⁸² Međutim, potražnja na razini Splita i dalje pokazuje sezonalnost, pa se u planovima i strategijama na razini grada i županije upravo zato stavlja prioritet na razvoj posebnih oblika turizma kako bi se turistička sezona produžila na predsezonu i posezonu, a s druge strane zadovoljile sve zahtjevnije želje i potrebe turista.

Po pitanju strukture gostiju, za godinu 2016. najvažnije inozemno tržište bili su gosti iz Velike Britanije i Sjeverne Irske, a zatim Njemačke, Sjedinjenih Američkih Država, Francuske, Poljske i Australije. S obzirom na 2010. godinu struktura gostiju se značajno promijenila, a u ključnih 10 tržišta ušla je Švedska, a izašla Češka. Geografski tržišni portfelj Splita je raznolikiji i manje ovisan o ključnim tržištima te čini tek 35% noćenja za razliku od Splitsko-dalmatinske županije (50%) i Republike Hrvatske (47,15%).

Prema posebno kreiranom upitniku za turiste grada Splita, istražili su se motivi i kupovno ponašanje turista na razini grada Splita za potrebe izrade strateškog marketing plana. Rezultati istraživanja, koji su također obrađeni prema posezoni, predsezoni i sezoni, pokazali su da potrebno još raditi da se očekivanja gostiju nadmaše i opravdaju zbog razvijanja vjernosti gostiju. Najčešći motivi putovanja su kultura i povijest, priroda i aktivan odmor, dok su najmanje zastupljeni motivi putovanja zdravlje i fitness, posao te noćni život. Jednim dijelom

¹⁸¹ <https://emanueltravelsplit.com/> [pristupljeno 06.09.2018.]

¹⁸² Strateški marketing plan destinacije Split (2017-2020), op.cit.str. 52

rezultati su razumljivi s obzirom koje vrste turizma Split ima/nema razvijene tj. koje vrste turista privlači/ne privlači. Motivi putovanja turista koji su posjetili Split nalazi se u tablici br. 3.

Tablica 3: Motivi putovanja turista u Splitu

	PREDESEZONA	SEZONA	POSEZONA
Najčešći motivi putovanja:	%	%	%
kultura/povijest	17,6	17,8	21,2
priroda	17,6	16,3	21,5
aktivni odmor	17,2	20,4	22,8
pasivni odmor	14,0	15,1	11,5
gastronomija	11,6	9,3	9,5
rodbina/prijatelji	7,9	6,6	5,6
zdravlje/wellness	5,4	3,3	2,1
posao	4,5	3,6	1,8
noćni život	4,3	7,2	3,4
Motivi ovog putovanja:	%	%	%
kultura/povijest	25,8	20,6	28,9
priroda	18,4	18,2	20,9
aktivni odmor	19,1	21,7	23,0
pasivni odmor	14,1	16,9	10,3
gastronomija	11,2	9,1	9,7
rodbina/prijatelji	4,5	1,7	1,8
zdravlje/wellness	2,2	2,4	2,0
posao	0,7	1,0	0,7
noćni život	3,0	8,4	2,7

Izvor: Strateški marketing plan destinacije Split 2017-2022., str. 60

Također za dobivanje uvida u zadovoljstvo turista određenim obilježjima grada Splita ponuđeno je ocjenjivanje od 1 do 5 za 21 obilježje destinacije od kojih je 19 prikazano u tablici br. 4.

Tablica 4: Prosječno ocjena zadovoljstva Splitom po obilježjima destinacije

	PREDESEZONA	SEZONA	POSEZONA
Zadovoljstvo Splitom po obilježjima:			
kultura/povijest	4,26	4,11	4,30
atmosfera/duh	4,26	4,34	4,38
vrijednost za novac (<i>value for money</i>)	3,84	3,69	3,84
smještaj	3,92	3,87	4,09
pružateljci usluge	3,97	3,88	4,13
gastro ponuda	3,94	3,84	3,92
plaže	3,89	3,70	3,89
gostoljubivost	4,03	4,08	4,14
uređenost i čistoća grada	3,96	3,96	4,15
ponuda okolice	4,02	4,09	4,27
promet „do“ i „u“	3,70	3,56	3,98
zabava za mlade	3,45	3,53	3,40
autohtonost	3,51	3,36	3,41
<i>shopping</i>	3,72	3,60	3,62
ostala zabava	3,46	3,68	3,59
sportska ponuda	3,40	3,38	3,50
zdravstvena ponuda	3,39	3,21	3,39
ostale usluge	3,80	3,68	3,97
informacije „u“	3,76	3,69	3,92

Izvor: Strateški marketing plan destinacije Split 2017-2022, str. 65

Iz tablice se vidi da nema oscilacija u sezonama, a najbolje su ocjenjeni atmosfera i duh (4,26 do 4,38), kultura i povijest (4,11 do 4,30) te ponuda okolice destinacije (4,02 do 4,27).¹⁸³ Ističe se u strategiji da to predstavlja dodatno značenje zbog toga što ta obilježja spadaju u grupu deset najznačajnijih obilježja za ocjenu destinacije. S druge strane, najlošije ocjenjena obilježja su dostupnost medicinskih usluga (3,21 do 3,39), autohtonost ponude (3,36 do 3,51) i raznolikost sportsko-rekreacijske ponude (3,38 do 3,5). Generalno su u sezoni ocjene najniže, a to se prema procjeni autora marketing strategije može prepisati smanjenju kvalitete ponude u tom periodu zbog velikih gužvi i preopterećenosti u centru grada. Što se tiče prosječne dnevne potrošnje, uobičajeno i na ovom putovanju turisti najviše troše između 21-100 eura, čak 71-80%.¹⁸⁴ Slabija iskorištenost potencijala uobičajene dnevne potrošnje uočila se u predsezoni jer je u tom periodu svodu novca do 20 eura i od 21-50 eura potrošilo čak 60% ispitanika, s obzirom na uobičajenu potrošnju koju troši 50% njih.

4. METODOLOGIJA

U prethodnim dijelovima rada prikupljeni su i analizirani podaci stručne i znanstvene literature te se došlo do određenih teorijskih spoznaja kako bi se moglo pristupiti empirijskom dijelu rada. Za provedbu empirijskog dijela istraživanja koristio se kraći anketni upitnik koji je bio

¹⁸³ Ibid., str. 60

¹⁸⁴ Ibid., str. 63

sastavljen od 6 pitanja, pri čemu se posljednje pitanje dijeli na više pitanja (tvrdnji). Prvih pet pitanja iz anketnog upitnika odnosila se na demografske karakteristike ispitanika, a riječ je o spolu, dobi, stupnju obrazovanja, (ne)zaposlenost u turizmu te mjestu stanovanja (splitski kotarevi, naselja i gradovi u bližem okruženju Splita). Tvrdnje za šesto pitanje ocjenjene su pomoću Likertove ljestvice koja je pogodna za ispitivanje stavova. Na svaku od postavljenih tvrdnji, ispitanici su mogli odgovoriti „stupnjem slaganja/neslaganja“ od 1 do 5, kojima bi izjasnili stavove o određenoj tvrdnji, a to su:

- 1- U potpunosti se ne slažem
- 2- Ne slažem se
- 3- Niti se slažem niti se ne slažem
- 4- Slažem se
- 5- U potpunosti se slažem

Šesto pitanje odnosilo se na stavove stanovnika o ekonomskim, okolišnim i društveno-kulturnim učincima cikloturizma. Tvrdnje za posljednje pitanje sastavile su se na temelju dostupne literature o mogućim učincima cikloturizma te radovima o učincima turizma na destinaciju i lokalno stanovništvo. Konkretno, anketni upitnik izradio se na temelju postojećih upitnika koji su korišteni u istraživanjima kao što su Ramseook-Munhurrun i Naidoo¹⁸⁵, Pham¹⁸⁶, Assante¹⁸⁷ te Jalani¹⁸⁸. Uz to, upitnik se sastavio i na temelju dostupne literature vezano uz cikloturizam i koristi koji stvara, a koja je navedena u predmetu istraživanja. Također, neki od anketnih upitnika iz prethodnih diplomskih radova koji se bave turističkim učincima specifičnih oblika turizma poslužili su kao misao vodilja u sastavljanju upitnika.¹⁸⁹ Pitanja su se preoblikovala za potrebe konkretnog problema istraživanja s obzirom da se radi o specifičnom obliku turizma. Iako su turistički učinci višedimenzionalni, za potrebe empirijskog

¹⁸⁵ Ramseook-Munhurrun, P., Naidoo, P.(2011): Residents' Attitudes Toward Perceived Tourism Benefits International Journal of Management and Marketing Research, Vol. 4, No. 3, pp. 45-56

¹⁸⁶ Pham, L., H.(2011): Perceptions of Tourism Impact and Tourism Development Among Residents of CucPhuong National Park, NinhBinh, Vietnam, Journal of Ritsumeikan Social sciences and Humanities, Vol 3, March 2011. Raspoloživo na: <https://ssrn.com/abstract=2094784>

¹⁸⁷ Assante, L., M., Wen, H., I., Lottig, K. (2014): An empirical assessmen tof residents' attitudes for sustainable tourism development: A case study of O'ahu, Hawai'i, Journal of Sustainability and Green Business

¹⁸⁸ Jalani, J. (2012): Local people's perception on the impacts and importance of ecotourism in Sabang, Palawan, Philippines, Ateneo de Zamboanga Univeristy, Tumaga, Zamboanga City 7000, Philippines

¹⁸⁹Jakovčević, J.(2015):Stavovi stanovnika grada Splita o kulturološkim i drugim učincima Ultra Europe glazbenog festivala na grad Split, diplomski rad, Ekonomski fakultet Split, str.84

istraživanja podijeljeni su prema teoriji u tri kategorije: ekonomski, okolišni i društveno-kulturne zbog lakše analize podataka i razumijevanja biti.

Za geografsko područje provedbe ankete uzeo se Grad Split koji je organiziran na 27 gradskih kotara te njegovu bližu okolicu koja obuhvaća naselja/općine, gradove i mjesta koja su dio aglomeracije Splita, a za ovo istraživanje odabrana su naselja: Kamen, Slatine, Srinjine, Stobreč, Žrnovnica, Mravinci, Vranjic, Solin, Kaštela, Sitno gornje, Sitno donje i Podstrana.

Svrha provođenja ankete bila je istražiti i dobiti jasniji uvid u problematiku učinaka cikloturizma te istražiti stavove stanovnika grada Splita i okolice o učincima cikloturizma. Anketni upitnik ukupno je ispunilo 142 ispitanika u periodu od sredine lipnja do sredine srpnja 2018. godine. To je isto jedno od ograničenja s obzirom na ukupnu populaciju stanovnika grada i okolice.

Pri prikupljanju podataka korišten je neprobabilistički uzorak Grude snijega (eng. Snowball Sample). Ovaj tip uzorka izabran je zbog svoje praktičnosti i jednostavnosti, zbog ograničenog vremena i financijskih sredstava autorice rada, ali i mogućnost izbora predstavnika manjih, raspršenih i teško dostupnih populacija, bez odgovarajućih popisa. Moguća ograničenja ovog uzorka su određene manjkavosti glede reprezentativnosti uzorka, čak i u slučaju manjih i razmjerno homogenih populacija.

Anketni upitnik sastavljen je na mrežnom obrascu te se slao putem društvenih mreža i mobilnih aplikacija za komunikaciju. Anketni upitnici prosljeđeni su poznanicima koji su ujedno i stanovnici grada Splita ili žive u njegovoj okolini, a oni su ih dalje prosljeđili svojim poznanicima. Ograničenje istraživanja predstavlja činjenica da se anketni upitnik provodio samo putem interneta zbog čega osobe koje nisu imali mobilne aplikacije ili elektroničku poštu nisu mogle sudjelovati u istraživanju tj. bile su isključene, pri čemu je to najviše pogodilo kategoriju ispitanika u dobi od 60 godina i više, za koje je poznato da se bitno razlikuju i prema mnogim društvenim stavovima koje zastupaju za razliku od mlađih ispitanika.

Za statističku obradu podataka korišten je programski paket SPSS. Analiza rezultata anketnog upitnika započinje deskriptivnom statistikom, nakon čega slijedi testiranje postavljenih hipoteza. Pri obradi podataka korišten je Mann-Whitney U-test za dva nezavisna uzorka (spol, (ne)zaposlenosti u turizmu) i Kruskal Wallis test za više od dva nezavisna uzorka (dob, stupanj obrazovanja) za ispitivanje utjecaja navedenih demografskih karakteristika na stavove ispitanika o učincima cikloturizma na grad Split i okolicu. Rezultati su prikazani tablično i grafički u sljedećem poglavlju.

5. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

5.1. Analiza podatka i interpretacija rezultata

Provedeno je istraživanje o stavovima stanovnika grada Splita i okolice o učincima cikloturizma na tom području. Njegov doprinos za grad očituje se kroz tri dimenzije, a to su ekonomski, okolišni i društveno-kulturni učinci koje stvara. Ispunjeno je 142 anketna upitnika od kojih je važećih 138. Ispunjeni anketni upitnici koji nisu korišteni prilikom statističke obrade (njih 4) potječu od ispitanika koji ne žive na definiranom geografskom području istraživanja (grada Splita i njegove bliže okolice), a uglavnom se radilo o ispitanicima iz dalje okolice Splita kao što su Dugopolje, Sinj i Omiš.

Tablica 5 prikazuje razdiobu ispitanika prema spolu, dok tablica 6 prikazuje razdiobu ispitanika prema dobnoj skupini.

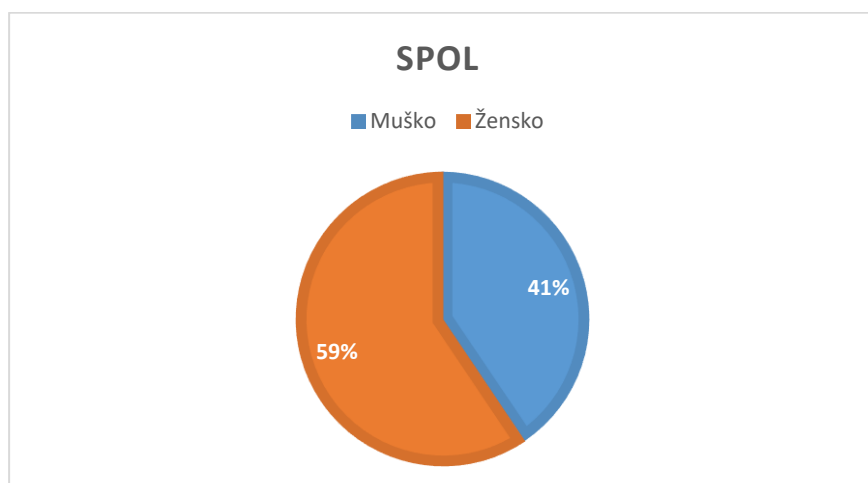
Tablica 5: Ispitanici prema spolu

Spol		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muško	56	40,6	40,6	40,6
	Žensko	82	59,4	59,4	100,0
Total		138	100,0	100,0	

Izvor: Istraživanje autorice

Analiza spola ispitanika pokazuje da u uzorku od 138 ispitanika, njih 82 tj. 59% je ženskog spola, dok je njih 56 tj. 41% muškog spola. Omjer ispitanika po spolu jasno se vidi iz grafičkog prikaza br. 1 te ukazuje da je u istraživanju više sudjelovalo žena nego muškaraca.

Graf 1: Struktura ispitanika prema spolu



Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 6: Ispitanici prema dobnoj skupini

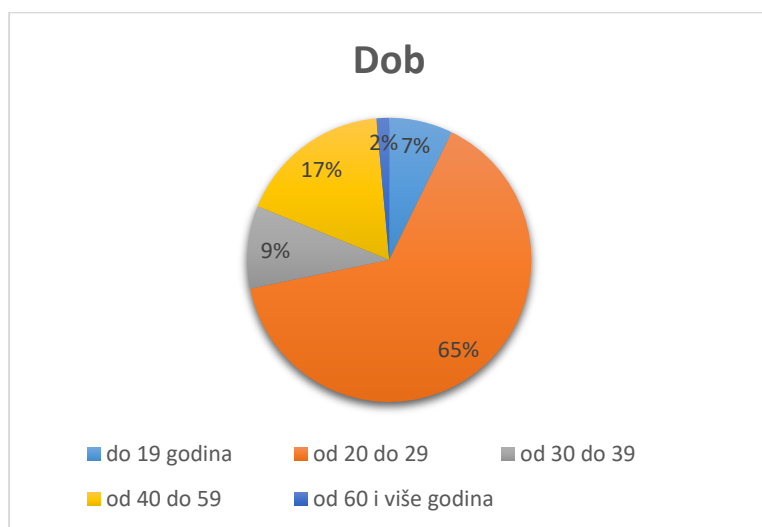
Dob		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	do 19 godina	10	7,2	7,2	7,2
	od 20 do 29	89	64,5	64,5	71,7
	od 30 do 39	13	9,4	9,4	81,2
	od 40 do 59	24	17,4	17,4	98,6
	od 60 i više godina	2	1,4	1,4	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Izvor: Istraživanje autorice

Iz tablice 2 je vidljivo uzorak ima pretežitu zastupljenost ispitanika od 20 do 29 godina starosti, čak 64,5 %. Nešto manje ispitanika čini dobna skupina od 40 do 59, njih 24 ispitanika te čine 17,4% uzorka. Potom slijedi skupina ispitanika u dobi od 30 do 39 godina s 9,4% udjela, a nakon njih ispitanici u dobnoj skupini do 19 godina koji čine 7,2% uzorka. Najmanje ispitanika je u dobi od 60 godina i više, njih 1,4%. Kao što je navedeno u poglavlju prije, može se zaključiti da postoji neravnomjerna zastupljenost kategorije dobi u uzorku što je jedno od glavnih ograničenja ovog istraživanja.

Na sljedećem grafičkom prikazu br. 2 mogu se vidjeti omjeri ispitanika prema dobnoj skupini te su postoci zaokruženi na cijele brojeve.

Graf 2: Struktura ispitanika prema dobi



Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 3 prikazuje distribuciju ispitanika prema stupnju obrazovanja.

Tablica 7: Ispitanici prema stupnju obrazovanja

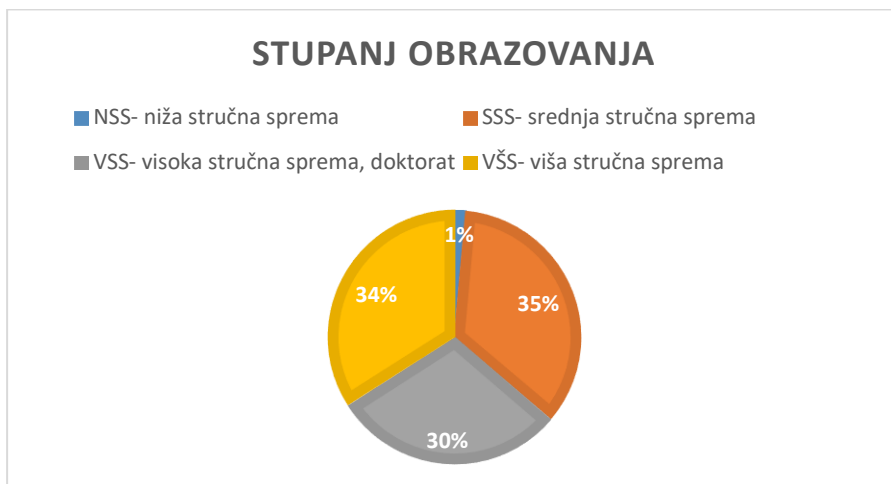
obrazovanje		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NSS- niža stručna sprema	2	1,4	1,4	1,4
	SSS- srednja stručna sprema	48	34,8	34,8	36,2
	VSS- visoka stručna sprema, doktorat	41	29,7	29,7	65,9
	VŠS- viša stručna sprema	47	34,1	34,1	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Izvor: Istraživanje autorice

U istraživanju od ukupno 138 ispitanika u najvećem postotku ima ispitanika sa završenom srednjom školom koji čine 34,8% uzorka, a odmah iza njih slijede ispitanici s višom stručnom spremom sa približnim rezultatom od 34,1% udjela u ukupnom uzorku. Niti malo ne zaostaju

ispitanici s visokom stručnom spremom, doktoratom koji čine 29,7% uzorka, dok najmanji postotak (samo 1,4%) čine ispitanici s nižom stručnom spremom. Na grafičkom prikazu br. 3 Mogu se vidjeti udjeli ispitanika prema stupnju obrazovanja te su postoci zaokruženi na cijele brojeve.

Graf 3: Ispitanici prema stupnju obrazovanja



Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 8: Ispitanici prema zaposlenosti u sektoru turizma

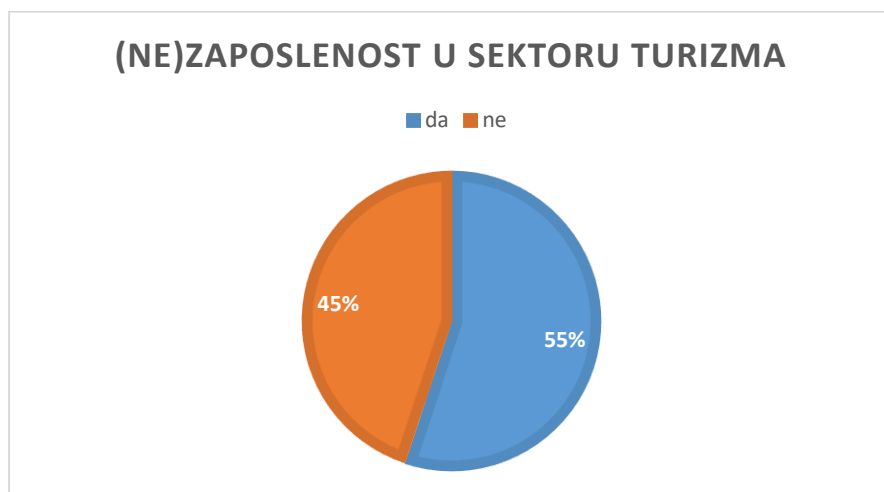
zaposlenost u turizmu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid da	76	55,1	55,1	55,1
ne	62	44,9	44,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici 4. prikazani su ispitanici prema kriteriju (ne)zaposlenosti u sektoru turizma. Od svih ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju, najveći udio (55,1%) pripada onim ispitanicima kojima je netko iz kućanstva ili oni sami, stalno ili sezonski zaposleni u sektoru turizmu. Ostatak ispitanika nije zaposleno u sektoru turizma te čine 44,9% uzorka. Relativno ravnomjeran omjer ispitanika po (ne)zaposlenosti u sektoru turizma jasno se vidi iz grafičkog prikaza br. 4.

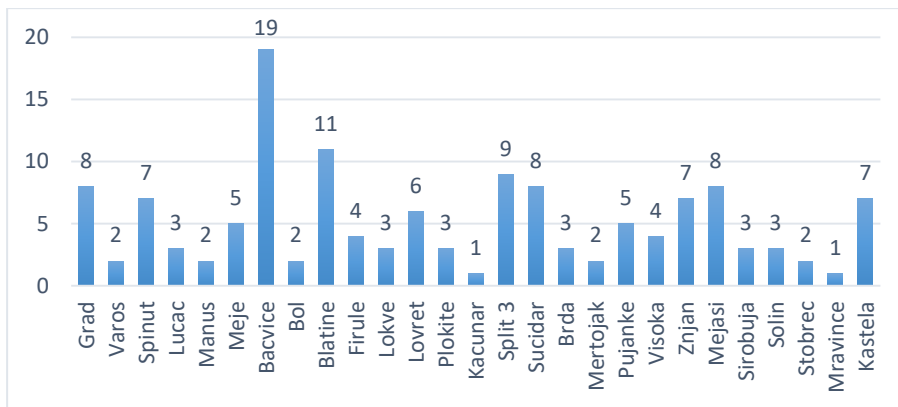
Graf 4: Omjer ispitanika prema (ne)zaposlenosti u sektoru turizma



Izvor: Istraživanje autorice

Grafikon br. 5 pokazuje ispitanike po geografskom obuhvatu istraživanja. Iz grafikona se može vidjeti da je najviše ispitanika koji su sudjelovali u anketi žive unutar granica grada Splita (91%) te žive u jednom od kotareva. Drugi dio ispitanika (9%) žive u naseljima i gradovima u bližoj okolini Splita. Odgovori ispitanika koji ne žive u Splitu i njegovoj definiranoj okolini nisu se uzeli kao relevantni prilikom ovog istraživanja. Detaljnije se može vidjeti u kojim kotarima u Splitu te naseljima i gradovima u okolini žive ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju. Pa tako najveći broj ispitanika 13,77% udjela u ukupnom uzorku je iz gradskog kotara Bačvice koji se nalazi približno blizu centra grada gdje se najveći dio turizma odvija. Zatim imamo 11 ispitanika koji žive u kotaru Blatine-Škrabe te čine 7,97% udjela u ukupnom uzorku pa slijedi Split 3 (6,52%). Gradski kotar Grad, Sućidar, Mejaši imaju zasebno po 5,8% udjela, a Kaštela, Žnjan i Spinut zasebno 5,07% udjela. Najmanje ispitanika bilo je iz naselja Mravinci (0,73%) i kotara Kacunar (0,73%).

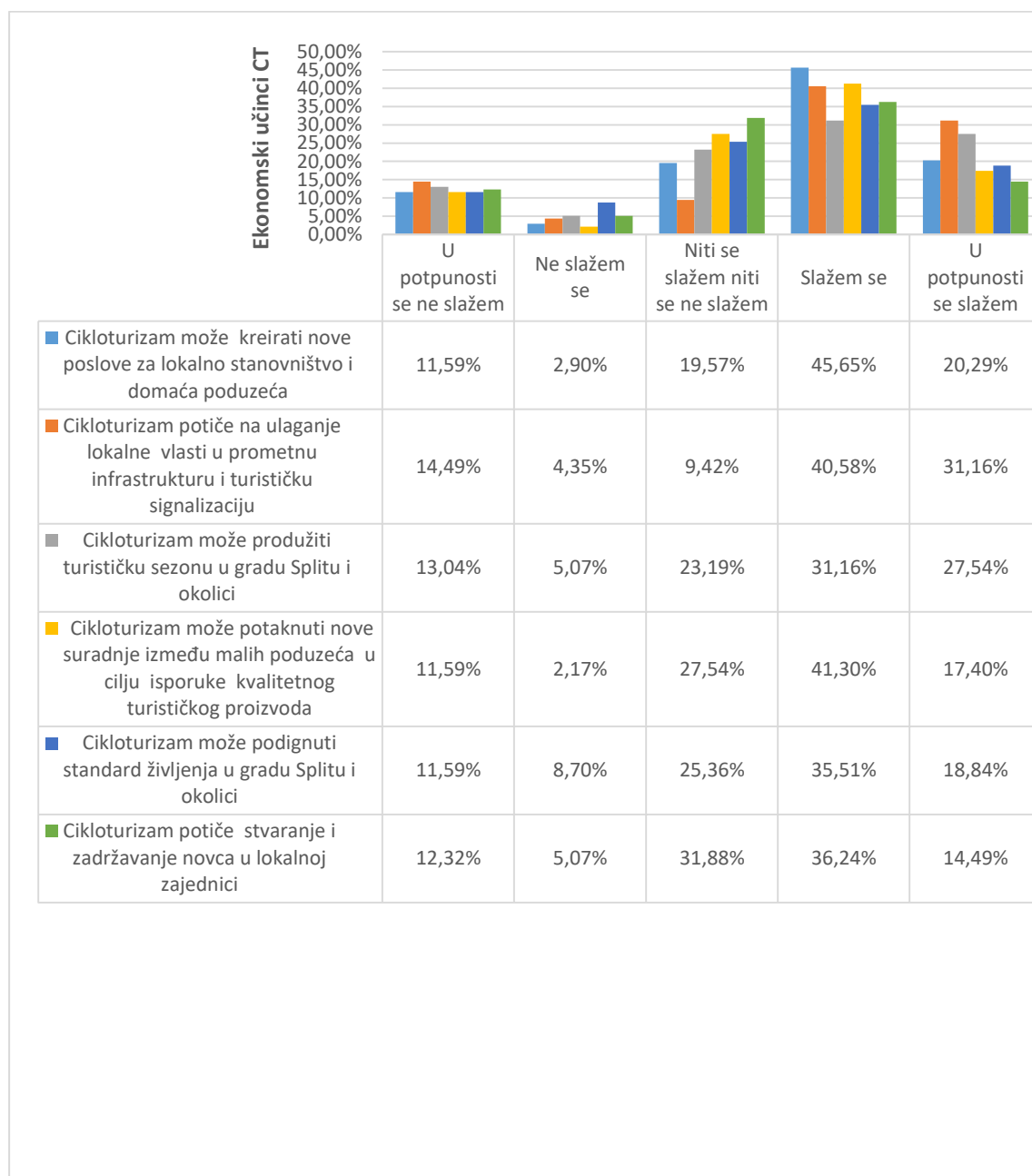
Graf 5: Ispitanici prema gradskim kotarima te naseljima i gradovima u okolini



Izvor: Istraživanje Autorice

Tijekom provođenja anketnog upitnika, ispitani su i stavovi stanovnika grada Splita i okolice o ekonomskim, okolišnim i društveno-kulturnim učincima cikloturizma na grad Split. Što se tiče ekonomskih učinaka cikloturizma, generalni zaključak koji se može donijeti na temelju odgovora ispitanika jest da su stavovi većine stanovnika pozitivni, ali ne u visokom stupnju slaganja.

Graf 6 : Stavovi ispitanika o ekonomskim učincima cikloturizma



Izvor: istraživanje autorice

Tvrđnju da cikloturizam može kreirati nove poslove za lokalno stanovništvo i domaća poduzeća sa stupnjem slaganja „u potpunosti se slažem“ ocijenilo je 20,29% ispitanika, dok je stupnjem slaganja „slažem se“ čak 45,65% ispitanika tj. većinom je postignut je pozitivan, ali ne i visoki stupanj slaganja. Istom tvrdnjom nije se u potpunosti složilo 11,59% ispitanika, a ne slaže se njih 2,9%. Ispitanici koji su imali indiferentan stav o ovoj tvrdnji činili su 19,57% od ukupnog uzorka ispitanika.

Tvrđnju da cikloturizam potiče lokalne vlasti u ulaganje u prometnu infrastrukturu i turističku signalizaciju u potpunosti prihvaća 31,16% ispitanika, a slaže se 40,58% što zaključujemo da je većina stanovnika ima pozitivan i čvrst stav. Istu tvrdnju u potpunosti ne prihvaća 14,49%, ne prihvaća 4,35%, a indiferentno je 9,42% ispitanika.

Niti se slaže niti se ne slaže 23,19% ispitanika prema tvrdnji da cikloturizam može produžiti turističku sezonu u gradu Splitu i okolici. S istom tvrdnjom u potpunosti se slaže 27,54% , slaže se 31,16%, ne slaže se njih 5,07%, a u potpunosti ne slaže 13,04% ispitanika.

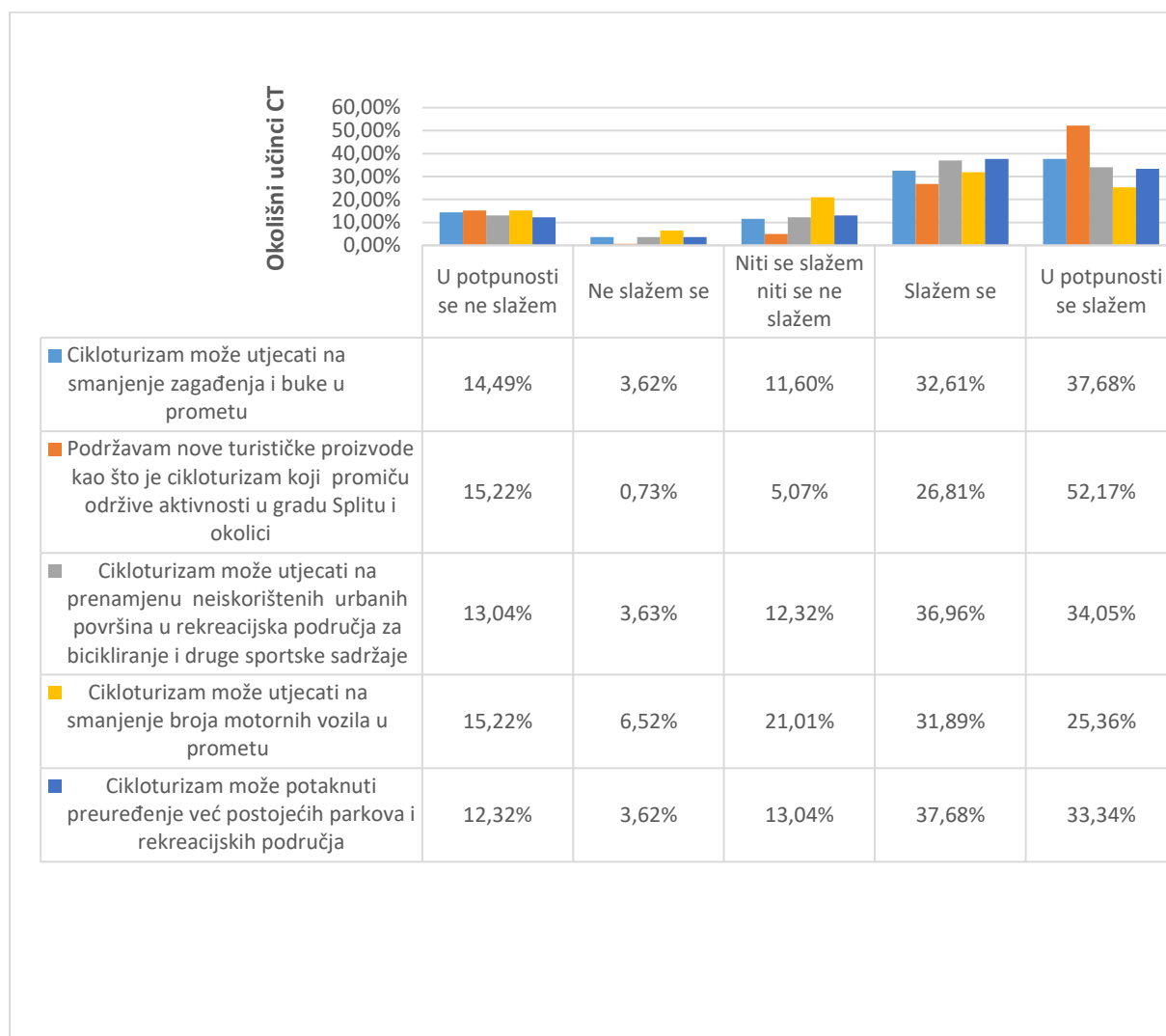
Tvrđnju da cikloturizam može potaknuti nove suradnje između malih poduzeća u cilju isporuke kvalitetnog turističkog proizvoda sa stupnjem slaganja „u potpunosti se ne slažem“ ocijenilo je 11,59% ispitanika, dok se ne slaže tek 2,17%. Istu tvrdnju u potpunosti prihvaća 17,40%, slaže se 41,30%, a indiferentno je 27,54% ispitanika.

Ispitanici stupnjem slaganja „slažem se“ ocijenili su da cikloturizam može podignuti standard življenja u gradu Splitu i okolici u postotku od 35,51, a s tom tvrdnjom u potpunosti se slaže 18,84% ispitanika. Tek njih 8,70% se ne slaže, 11,59% se u potpunosti ne slaže, a 25,36% ispitanika niti se slaže niti se ne slaže.

Tvrđnju da cikloturizam potiče stvaranje i zadržavanje novca u lokalnoj zajednici u potpunosti prihvaća tek 14,49% ispitanika, dok prihvaća njih 36,24%. Istu tvrdnju u potpunosti ne prihvaća 12,32%, ne prihvaća 5,80%. Indiferentno je 31,88% ispitanika, , što je skoro dvostruko veći postotak od ukupnog postotaka oba stupnja neslaganja (17,39%).

Iako su stavovi većine ispitanika pozitivni, može se reći da ispitanici imaju čvrsta uvjerenja po pitanju većine ekonomskih učinaka cikloturizma na grad Split i okolicu jer u najvećim postocima za pojedine tvrdnje o ekonomskim učincima dominira pozitivan stupanj slaganja „slažem se“. Za tvrdnju da cikloturizam potiče stvaranje i zadržavanje novca u lokalnoj zajednici je u malo višem postotku ispitanika indiferentno (31,88%) tj. niti se slaže niti se ne slaže.

Graf 7: Stavovi ispitanika o okolišnim učincima cikloturizma



Izvor: istraživanje autorice

Na sljedećem grafu i tabličnom prikazu nalaze se rezultati stavova ispitanika o okolišnim učincima cikloturizma na grad Split i okolicu, te rezultati također pokazuju generalno pozitivan stav ispitanika koji je kad uspoređujemo s ekonomskim učincima mnogo čvršći. Konkretnije, za tvrdnju da cikloturizam može utjecati na smanjenje buke i zagađenja u prometu u potpunosti se složilo čak 37,68% ispitanika, dok se slaže njih 32,61%. S istom tvrdnjom u potpunosti se nije složilo 14,49% ispitanika, njih 3,62% se ne slaže, a niti se slaže niti se ne slaže 11,60% ispitanika.

Za tvrdnju podržavam nove turističke proizvode kao što je cikloturizam koji promiču održive aktivnosti u gradu Splitu u potpunosti se slaže više od 50% ispitanika tj, njih 52,17%, dok se slaže njih 26,81% te se može zaključiti da je ovaj učinak postigao visoki stupanj slaganja u

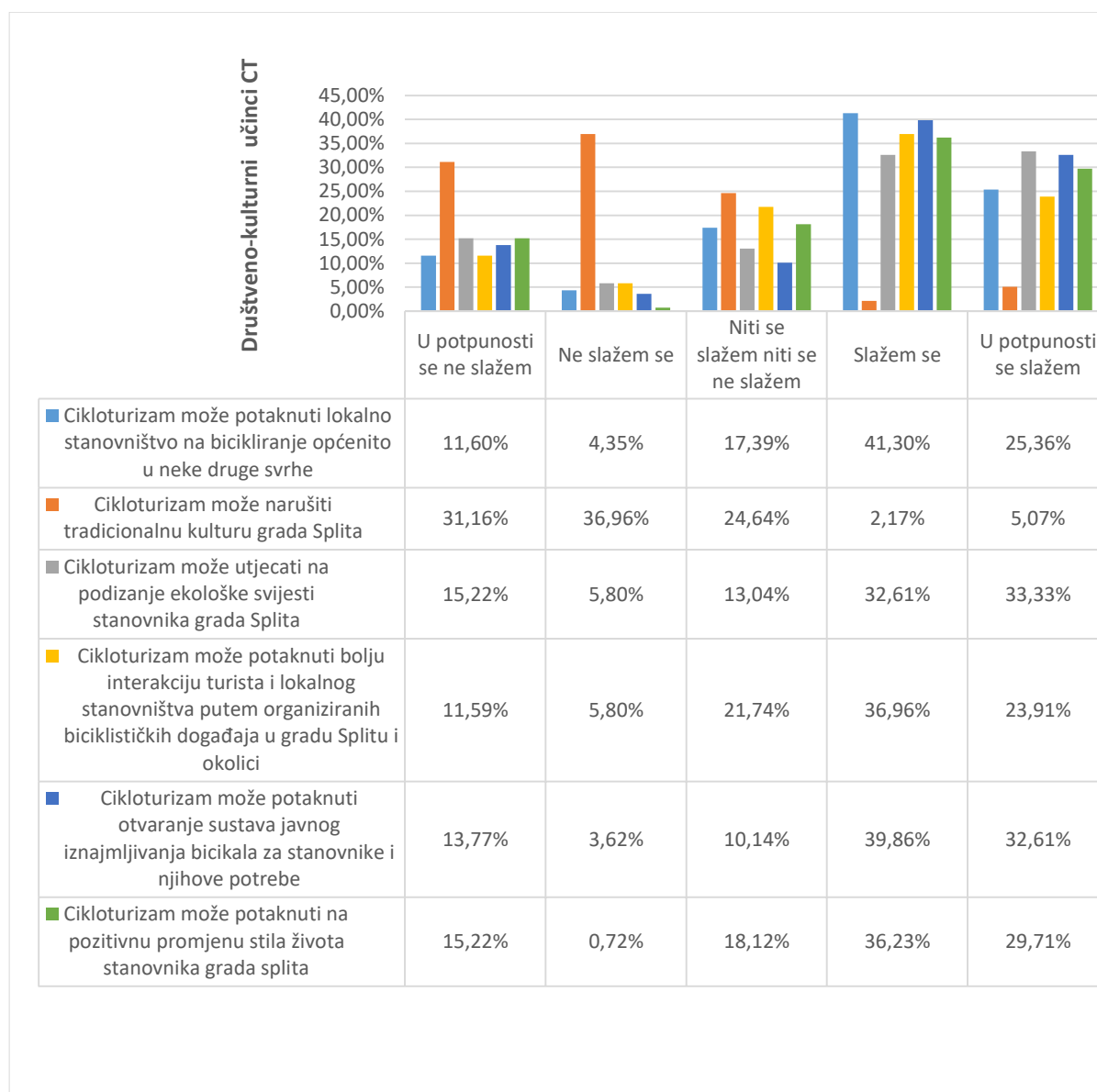
najvišem postotku s obzirom na sve ostale učinke cikloturizma što dokazuje čvrst stav ispitanika po pitanju ovog okolišnog učinka. Može reći da su ispitanici relativno ekološki osviješteni. U potpunosti se ne slaže 15,22% ispitanika, dok se ne slaže tek njih 0,73%, a indiferentno je 5,07%.

Za tvrdnju da cikloturizam može utjecati na prenamjenu neiskorištenih urbanih površina u rekreacijska područja za bicikliranje i dr. sportske sadržaje većina ispitanika smatra pozitivnim tj. njih 34,05% posto se u potpunosti slaže, dok se njih slaže u udjelu od 36,96%. Niti se slaže niti se ne slaže 12,32% ispitanika, dok se u potpunosti ne slaže 13,04%, a ne slaže tek 3,63% ispitanika.

S tvrdnjom da cikloturizam može utjecati na smanjenje motornih vozila u prometu slaže se 31,89% ispitanika, dok se u potpunosti slaže njih 25,36%. Za istu tvrdnju nema stav 21,01% ispitanika što je dosta veći postotak među svim tvrdnjama o okolišnim učincima gdje su za ispitanici tek u manjem postotku indiferentni. U potpunosti se ne slaže njih 15,22%, a ne slaže se tek 6,52%.

Što se tiče tvrdnje da cikloturizam može potaknuti preuređenje već postojećih parkova i rekreacijskih područja, 37,68% ispitanika se slaže s tvrdnjom, a njih 33,34% se u potpunosti slaže. Ispitanici koji tvrdnju nisu u potpunosti prihvatili su u udjelu od 12,32%, dok je nije prihvatilo 3,62% ispitanika. Ono što se može zaključiti da ispitanici okolišne učinke koje donosi cikloturizam percipiraju generalno kao pozitivne, a ostatak ispitanika tek u manjoj mjeri imaju negativne stupanj slaganja.

Graf 8: Stavovi ispitanika o društveno-kulturnim učincima cikloturizma



Izvor: istraživanje autorice

Po pitanju društveno-kulturnih učinaka cikloturizma može se zaključiti po odgovoru ispitanika da uglavnom svi ispitanici imaju generalno pozitivne stavove o navedenim učincima.

S tvrdnjom da cikloturizam može potaknuti lokalno stanovništvo na bicikliranje općenito u neke druge svrhe slaže se čak 41,30%, dok se u potpunosti slaže njih 25,36%. Nema stav za navedenu tvrdnju 17,39% ispitanika, 11,60% ispitanika se u potpunosti ne slaže, a 4,35% ne prihvaća tvrdnju.

Za tvrdnju da Cikoturizam može narušiti tradicionalnu kulturu grada Splita ne prihvaća 36,96% ispitanika, a njih 31,16% u potpunosti ne prihvaća te se može zaključiti da dominira stupanj neslaganja. Niti se slaže niti se ne slaže 24,64%, dok se u potpunosti slaže njih 5,07%, a slaže 2,17% ispitanika.

U potpunosti se slaže 33,33% ispitanika da cikloturizam može utjecati na podizanje ekološke svijesti stanovnika grada Splita i okolice, dok se neznatno manje ispitanika (32,61%) slaže s tvrdnjom. Indiferentno je po tom pitanju njih 13,04%, a ne slaže se njih 5,8% i u potpunosti ne slaže 15,22% ispitanika.

S tvrdnjom da cikloturizam može potaknuti bolju interakciju turista i lokalnog stanovništva putem organiziranih biciklističkih događaja slaže se 36,96%, a u potpunosti prihvaća 23,93% ispitanika. U potpunosti se ne slaže njih 11,59%, a ne slaže se tek 5,8%. S istom tvrdnjom niti se slaže niti se ne slaže 21,74% ispitanika.

Za tvrdnju da cikloturizam može potaknuti otvaranje sustava javnog iznajmljivanja bicikala za potrebe stanovnika i turista slaže se čak 39,86% ispitanika dok se u potpunosti slaže 32,61% te se može reći da većina stanovnika za ovu tvrdnju imaju čvrst pozitivan stav. S istom tvrdnjom indiferentno je tek 10,14% ispitanika, dok u potpunosti ne prihvaća njih 13,77% te ne prihvaća 3,62% ispitanika.

U potpunosti se slaže 29,71% ispitanika da cikloturizam može potaknuti na pozitivnu promjenu stila života stanovnika grada Splita, a slaže se njih 36,23%. Niti se slaže niti se ne slaže 18,12%, u potpunosti ne slaže 15,22%, a ne slaže tek 0,72% ispitanika. Može se reći da ispitanici društveno-kulturne učinke cikloturizma ne percipiraju negativno već pozitivno što se može vidjeti iz grafičkog prikaza prethodne tablice.

5.2. Testiranje hipoteza

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada predstavljaju faktori koji oblikuju stavove lokalnog stanovništva o učincima cikloturizma na grad Split i okolicu. S obzirom na spomenuti predmet istraživanja, postavljene su tri glavne hipoteze sa pomoćnim hipotezama. Sve tri osnovne hipoteze temelje se na tvrdnji da demografska obilježja ispitanika utječu na pojedine vrste učinaka (ekonomske, okolišne i društveno-kulturne) cikloturizma.

Prva glavna hipoteza u istraživanju temeljila se na tvrdnji da demografska obilježja stanovnika grada Splita i okolice utječu na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma. Za testiranje njene utemeljenosti oblikovane su i četiri pomoćne hipoteze kako bi se sagledali utjecaji pojedinih demografskih karakteristika na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma kao što je u konkretnom slučaju spol, dob, zaposlenost u turizmu i stupanj obrazovanja. Prva glavna hipoteza je glasila:

H1- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o njihovim demografskim obilježjima (spol, dob, obrazovanje i zaposlenost u turizmu).

S prvom pomoćnom hipotezom H1a istražen je utjecaj spola stanovnika na njihove stavove o ekonomskim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Pomoćna hipoteza je glasila:

H1a- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o spolu stanovnika

Tablica 9: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja spola ispitanika na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1. CT može kreirati nove poslove za lokalno stanovništvo i domaća poduzeća	2249,500	3845,500	-,214	,831
2. CT potiče na ulaganje lokalne vlasti u prometnu infrastrukturu i turističku signalizaciju	2136,000	3732,000	-,732	,464
3. CT može produžiti turističku sezonu u gradu Splitu i okolici	2003,500	5406,500	-1,312	,189
4. CT može potaknuti nove suradnje između malih poduzeća u cilju isporuke kvalitetnog turističkog proizvoda	2144,000	5547,000	-,694	,488
5. CT može podignuti standard življenja u gradu Splitu i okolici	2198,000	5601,000	-,441	,659
6. CT potiče stvaranje i zadržavanje novca u lokalnoj zajednici	1980,000	5383,000	-1,432	,152

a. Grouping Variable: spol ispitanika

Izvor: Istraživanje autorice

Kao što se može vidjeti iz priložene tablice, u analizu je izabrano šest varijabli o stavovima ekonomskih učinaka cikloturizma. Zaključak je donesen na temelju signifikantnosti testa 5%, a može se iščitati da je empirijska signifikantnost svih šest aspekata veća od 5% tj. $\alpha^* > \alpha$ (83,1%, 46,4%, 18,9%, 48,8%, 65,9%, 15,2% > 5%). Može se zaključiti da spol nema statistički značajan utjecaj na stavove ispitanika o ekonomskim učincima cikloturizma na grad Split i okolice stoga se prva pomoćna hipoteza H1a odbacuje. Drugim riječima, prva pomoćna hipoteza smatra se neutemeljenom.

Pomoću druge pomoćne hipoteze istražen je utjecaj dobi stanovnika na njihove stavove o ekonomskim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Druga pomoćna hipoteza je glasila:

H1b - Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o dobi stanovnika

Tablica 10: Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja dobi ispitanika na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma

Test Statistics ^{a,b}			
	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
1. CT može potaknuti nove suradnje između malih poduzeća u cilju isporuke kvalitetnog turističkog proizvoda	4,381	4	,357
2. CT može podignuti standard življenja u gradu Splitu i okolici	3,669	4	,453
3. CT potiče stvaranje i zadržavanje novca u lokalnoj zajednici	3,848	4	,427
4. CT može kreirati nove poslove za lokalno stanovništvo i domaća poduzeća	1,485	4	,829
5. CT potiče na ulaganje lokalne vlasti u prometnu infrastrukturu i turističku signalizaciju	2,402	4	,662
6. CT može produžiti turističku sezonu u gradu Splitu i okolici	5,158	4	,272

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Dob ispitanika_

Izvor: Istraživanje autorice

Rezultati testa ukazuju da i dob ispitanika kao i spol ispitanika u prethodnom slučaju nema statistički značajan utjecaj na svih šest aspekata ekonomskih učinaka cikloturizma. Empirijska signifikantnost u svih šest slučajeva je veća od 5% tj. $\alpha^* > \alpha$ (35,7%, 45,3%, 42,7%, 82,9%, 66,2%, 27,2% > 5%) te se zaključuje da dob nema statistički značajan utjecaj na stavove ispitanika o ekonomskim učincima cikloturizma na grad Split i okolice. Stoga, druga pomoćna hipoteza H1b se smatra neutemeljenom te se odbacuje.

S trećom pomoćnom hipotezom H1c istražen je utjecaj obrazovanja stanovnika na njihove stavove o ekonomskim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Treća hipoteza je glasila:

H1c- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o stupnju obrazovanja stanovnika

Tablica 11: Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja stupnja obrazovanja ispitanika na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma

Test Statistics ^{a,b}			
	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
1.CT može potaknuti nove suradnje između malih poduzeća u cilju isporuke kvalitetnog turističkog proizvoda	2,005	3	,571
2.CT može podignuti standard življenja u gradu Splitu i okolici	,880	3	,830
3.CT potiče stvaranje i zadržavanje novca u lokalnoj zajednici	1,426	3	,699
4.CT može kreirati nove poslove za lokalno stanovništvo i domaća poduzeća	4,155	3	,245
5.CT potiče na ulaganje lokalne vlasti u prometnu infrastrukturu i turističku signalizaciju	3,209	3	,361
6.CT može produžiti turističku sezonu u gradu Splitu i okolici	3,006	3	,391

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: obrazovanje ispitanika_

Izvor: Istraživanje autorice

Rezultati testa prikazuju da obrazovanje nema statistički značajan utjecaj na svih šest aspekata ekonomskih učinaka cikloturizma, a to se može zaključiti jer je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti testa za svih šest aspekata $\alpha^* > \alpha$ (57,1%, 83%, 69,9%, 24,5%, 36,1%, 39,1% > 5%). Dakle, treća pomoćna hipoteza H1c se odbacuje tj. smatra se neutemeljenom.

Pomoću četvrte pomoćne hipoteze istražen je utjecaj zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma na njihove stavove o ekonomskim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Četvrta pomoćna hipoteza je glasila:

H1d- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o ekonomskim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma

Tablica 12: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja zaposlenosti ispitanika u sektoru turizma na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma

Test Statistics ^a				
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1.CT može kreirati nove poslove za lokalno stanovništvo i domaća poduzeća	2256,000	4209,000	-,454	,650
2.CT potiče na ulaganje lokalne vlasti u prometnu infrastrukturu i turističku signalizaciju	2229,000	5155,000	-,573	,566
3.CT može produžiti turističku sezonu u gradu Splitu i okolici	2345,500	4298,500	-,047	,963
4.CT može potaknuti nove suradnje između malih poduzeća u cilju isporuke kvalitetnog turističkog proizvoda	2170,000	5096,000	-,838	,402
5.CT može podignuti standard življenja u gradu Splitu i okolici	2282,500	5208,500	-,326	,744
6.CT potiče stvaranje i zadržavanje novca u lokalnoj zajednici	2193,500	5119,500	-,727	,467

a. Grouping Variable: zaposlenost u turizmu

Izvor: Istraživanje autorice

Budući da rezultati testa pokazuju da je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti 5% tj. $\alpha^* > \alpha$ (65%, 56,6%, 96,3%, 40,2%, 74,4%, 46,7% > 5%) može se zaključiti da zaposlenost u turizmu nema statistički značajan utjecaj na svih šest aspekata ekonomskih učinaka cikloturizma. Drugim riječima pomoćna hipoteza H1d se može odbaciti.

Iz testova koji su provedeni nad pomoćnim hipotezama (H1a, H1b, H1c, H1d) proizlazi da demografska obilježja kao što su spol, dob, stupanj obrazovanja i (ne)zaposlenost u turizmu ne utječu statistički značajno na stavove ispitanika o ekonomskim učincima cikloturizma, zbog čega se prva glavna hipoteza (H1) može odbaciti.

Nadalje, druga glavna hipoteza u istraživanju temeljila se na tvrdnji da demografska obilježja stanovnika grada Splita i okolice utječu na stavove o okolišnim učincima cikloturizma. Za

testiranje njene utemeljenosti oblikovane su i četiri pomoćne hipoteze kako bi se sagledali utjecaji pojedinih demografskih karakteristika na stavove o okolišnim učincima cikloturizma kao što je u konkretnom slučaju spol, dob, zaposlenost u turizmu i stupanj obrazovanja. Druga glavna hipoteza je glasila:

H2- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o njihovim demografskim obilježjima (spol, dob, obrazovanje i zaposlenost u turizmu).

Prvom pomoćnom hipotezom H2a istražen je utjecaj spola stanovnika na njihove stavove o okolišnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Prva pomoćna hipoteza je glasila:

H2a- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o spolu stanovnika

Tablica 13: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja spola ispitanika u sektoru turizma na stavove o okolišnim učincima cikloturizma

Test Statistics^a

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1.CT može utjecati na smanjenje zagađenja i buke u prometu	2183,500	3779,500	-,512	,609
2.Podržavam nove turističke proizvode kao što je CT koji promiču održive aktivnosti u gradu Splitu i okolici	2276,500	3872,500	-,093	,926
3.CT može utjecati na prenamjenu neiskorištenih urbanih površina u rekreacijska područja za vožnju biciklom i druge sportske sadržaje	2240,000	3836,000	-,255	,799
4.CT može utjecati na smanjenje broja motornih vozila u prometu	2110,500	3706,500	-,830	,406
5.CT može potaknuti preuređenje već postojećih parkova i rekreacijskih područja	2241,500	5644,500	-,248	,804

a. Grouping Variable: spol ispitanika

Izvor: Istraživanje autorice

U analizu je izabrano pet varijabli o stavovima okolišnih učinaka cikloturizma. Zaključak je donesen na temelju granične signifikantnosti testa 5% te se zaključilo kako spol ispitanika nema statistički značajan utjecaj na stavove o okolišnim učincima cikloturizma na grad Split i okolice budući da je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti testa, $\alpha^* > \alpha$

(60,9%, 92,6%, 79,9%, 40,6%, 80,4% > 5%). Drugim riječima, prva pomoćna hipoteza H2a se smatra neutemeljenom te se odbacuje.

Sljedećom pomoćnom hipotezom H2b istražio se utjecaj spola stanovnika na njihove stavove o okolišnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Druga pomoćna hipoteza je glasila:

H2b - Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o dobi stanovnika

Tablica 14: Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja dobi ispitanika na stavove o okolišnim učincima cikloturizma

Test Statistics ^{a,b}			
	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
1. CT može utjecati na smanjenje zagađenja i buke u prometu	3,133	4	,536
2. Podržavam nove turističke proizvode kao što je CT koji promiču održive aktivnosti u gradu Splitu i okolici	1,547	4	,818
3. CT može utjecati na prenamjenu neiskorištenih urbanih površina u rekreacijska područja za bicikliranje i druge sportske sadržaje	5,500	4	,240
4. CT može utjecati na smanjenje broja motornih vozila u prometu	1,436	4	,838
5. CT može potaknuti preuređenje već postojećih parkova i rekreacijskih područja	3,738	4	,443

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Dob ispitanika_

Izvor: Istraživanje autorice

Kao što se može vidjeti iz priložene tablice, u analizu je izabrano pet varijabli o stavovima okolišnih učinaka cikloturizma. Zaključak je donesen na temelju signifikantnosti testa 5%, a može iščitati da je empirijska signifikantnost svih pet aspekata veća od 5% tj. $\alpha^* > \alpha$ (53,6%, 81,8%, 24%, 83,8%, 44,3% > 5%). Može se zaključiti da dob nema statistički značajan utjecaj na stavove ispitanika o okolišnim učincima cikloturizma na grad Split i okolicu stoga se druga pomoćna hipoteza H2b odbacuje.

Pomoću treće pomoćne hipoteze H2c istražen je utjecaj stupnja obrazovanja stanovnika na njihove stavove o okolišnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Treća pomoćna hipoteza je glasila:

H2c- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovisi o stupnju obrazovanja stanovnika

Tablica 15: Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja stupnja obrazovanja ispitanika na stavove o okolišnim učincima cikloturizma

Test Statistics ^{a,b}			
	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
1. CT može utjecati na smanjenje zagađenja i buke u prometu	1,443	3	,695
2. Podržavam nove turističke proizvode kao što je CT koji promiču održive aktivnosti u gradu Splitu i okolici	,064	3	,996
3. CT može utjecati na prenamjenu neiskorištenih urbanih površina u rekreacijska područja za bicikliranje i druge sportske sadržaje	3,213	3	,360
4. CT može utjecati na smanjenje broja motornih vozila u prometu	5,656	3	,130
5. CT može potaknuti preuređenje već postojećih parkova i rekreacijskih područja	2,123	3	,547

a. Kruskal Wallis Test

c. Grouping Variable: obrazovanje ispitanika_

Izvor: Istraživanje autorice

U analizu je izabrano pet varijabli o stavovima okolišnih učinaka cikloturizma te rezultati testa pokazuju da je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti za svih pet aspekata $\alpha^* > \alpha$ (69,5%, 99,6%, 36%, 13%, 54,7% > 5%) stoga se može zaključiti da obrazovanje nema statistički značajan utjecaj na svih pet aspekata okolišnih učinaka cikloturizma. Drugim riječima, treća pomoćna hipoteza H2c je neutemeljena te se odbacuje.

Četvrtom pomoćnom hipotezom H2d istražen je utjecaj zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma na njihove stavove o okolišnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Četvrta pomoćna hipoteza je glasila:

H2d - Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o okolišnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovisi o zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma

Tablica 16: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja zaposlenosti ispitanika u sektoru turizma na stavove o okolišnim učincima cikloturizma

Test Statistics^a

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1.CT može utjecati na smanjenje zagađenja i buke u prometu	2294,500	4247,500	-,276	,782
2.Podržavam nove turističke proizvode kao što je CT koji promiču održive aktivnosti u gradu Splitu i okolici	2254,000	5180,000	-,478	,633
3.CT može utjecati na prenamjenu neiskorištenih urbanih površina u rekreacijska područja za bicikliranje i druge sportske sadržaje	2260,000	4213,000	-,432	,666
4.CT može utjecati na smanjenje broja motornih vozila u prometu	2309,500	5235,500	-,205	,837
5.CT može potaknuti preuređenje već postojećih parkova i rekreacijskih područja	2352,000	4305,000	-,018	,986

a. Grouping Variable: zaposlenost u turizmu_

Izvor: Istraživanje autorice

Rezultati testa prikazuju da zaposlenost ispitanika u sektoru turizma nema statistički značajan utjecaj na svih pet aspekata okolišnih učinaka cikloturizma, a to se može zaključiti jer je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti za svih pet aspekata $\alpha^* > \alpha$ (78,2%, 63,3%, 66,6%, 83,7%, 98,6% > 5%). Dakle, četvrta pomoćna hipoteza H2d se odbacuje.

S obzirom na rezultate testiranja pomoćnih hipoteza (H2a, H2b, H2c, H2d), može se zaključiti da demografska obilježja kao što su spol, dob, stupanj obrazovanja i (ne)zaposlenost u turizmu statistički značajno ne utječu na stavove ispitanika o okolišnim učincima cikloturizma, zbog čega se druga glavna hipoteza (H2) može odbaciti.

Treća glavna hipoteza u istraživanju temeljila se na tvrdnji da demografska obilježja stanovnika grada Splita i okolice utječu na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma. Za testiranje njene utemeljenosti oblikovane su i četiri pomoćne hipoteze kako bi se sagledali utjecaji pojedinih demografskih karakteristika na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma kao što je u konkretnom slučaju spol, dob, zaposlenost u turizmu i stupanj obrazovanja. Treća glavna hipoteza je glasila:

H3- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o njihovim demografskim obilježjima (dob, spol, zaposlenost u turizmu, obrazovanje).

Prvom pomoćnom hipotezom H3a istražen je utjecaj spola stanovnika na njihove stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Prva pomoćna hipoteza je glasila:

H3a - Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o spolu stanovnika

Tablica 17: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja spola ispitanika na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma

Test Statistics ^a				
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1.CT može potaknuti lokalno stanovništvo na bicikljanje općenito u neke druge svrhe	2186,000	5589,000	-,501	,616
2.CT može narušiti tradicionalnu kulturu grada Splita	1965,000	3561,000	-1,509	,131
3.CT može utjecati na podizanje ekološke svijesti stanovnika grada Splita	2119,000	5522,000	-,799	,424
4.CT može potaknuti bolju interakciju turista i lokalnog stanovništva putem organiziranih biciklističkih događaja	2136,000	5539,000	-,722	,470
5.CT može potaknuti otvaranje sustava javnog iznajmljivanja bicikala za potrebe stanovnika i turista	2279,500	3875,500	-,075	,940
6.CT može potaknuti na pozitivnu promjenu stila života stanovnika grada splita i okolice	2170,500	5573,500	-,568	,570

a. Grouping Variable: spol ispitanika

Izvor: Istraživanje autorice

Iz tablice se može vidjeti da je u analizi izabrano šest varijabli o stavovima društveno-kulturnih učinaka cikloturizma. Zaključak je donesen na temelju signifikantnosti testa 5%, a može se

iščitati da je empirijska signifikantnost svih pet aspekata veća od 5% tj. $\alpha^* > \alpha$ (61,6%, 13,1%, 42,4%, 47%, 94%, 57% > 5%). Može se zaključiti da spol nema statistički značajan utjecaj na stavove ispitanika o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na grad Split i okolice stoga se prva pomoćna hipoteza H3a odbacuje.

Pomoću druge pomoćne hipoteze H3b istražen je utjecaj dobi ispitanika na njihove stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Druga pomoćna hipoteza je glasila:

H3b- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o dobi stanovnika

Tablica 18: Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja dobi ispitanika na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma

Test Statistics ^{a,b}			
	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
1.CT može potaknuti lokalno stanovništvo na bicikljanje općenito u neke druge svrhe	3,542	4	,472
2.CT može narušiti tradicionalnu kulturu grada Splita	4,690	4	,321
3.CT može utjecati na podizanje ekološke svijesti stanovnika grada Splita i okolice	6,032	4	,197
4.CT može potaknuti bolju interakciju turista i lokalnog stanovništva putem organiziranih biciklističkih događaja	5,134	4	,274
5.CT može potaknuti otvaranje sustava javnog iznajmljivanja bicikala za potrebe stanovnika i turista	,965	4	,915
6.CT može potaknuti na pozitivnu promjenu stila života stanovnika grada Splita i okolice	2,565	4	,633

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Dob ispitanika_

Izvor: Istraživanje autorice

Rezultati testa prikazuju da dob ispitanika nema statistički značajan utjecaj na svih šest aspekata društveno-kulturnih učinaka cikloturizma, a to se može zaključiti jer je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti za svih šest aspekata, $\alpha^* > \alpha$ (47,2%, 32,1%, 19,7%, 27,4%, 91,5%, 63,3% > 5%). Dakle, druga pomoćna hipoteza H3b se odbacuje tj. smatra se neutemeljenom.

Sljedećom pomoćnom hipotezom *H3c* istražio se utjecaj stupnja obrazovanja ispitanika na njihove stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Treća pomoćna hipoteza je glasila:

H3c- Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovise o stupnju obrazovanja stanovnika

Tablica 19: Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja stupnja obrazovanja ispitanika na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma

Test Statistics ^{a,b}			
	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
1.CT može potaknuti lokalno stanovništvo na bicikljanje općenito u neke druge svrhe	1,524	3	,677
2.CT može narušiti tradicionalnu kulturu grada Splita	2,854	3	,415
3.CT može utjecati na podizanje ekološke svijesti stanovnika grada Splita i okolice	,596	3	,897
4.CT može potaknuti bolju interakciju turista i lokalnog stanovništva putem organiziranih biciklističkih događaja	2,626	3	,453
5.CT može potaknuti otvaranje sustava javnog iznajmljivanja bicikala za potrebe stanovnika i turista	3,023	3	,388
6.CT može potaknuti na pozitivnu promjenu stila života stanovnika grada Splita i okolice	1,132	3	,769

a. Kruskal Wallis Test

c. Grouping Variable: obrazovanje ispitanika_

Izvor: istraživanje autorice

U analizi pet varijabli o stavovima društveno kulturnih učinaka cikloturizma, rezultati testa su pokazali da je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti za svih šest aspekata $\alpha^* > \alpha$ (67,5%, 41,5%, 89,7%, 45,3%, 38,8%, 76,9% > 5%) stoga se može zaključiti da stupanj obrazovanja nema statistički značajan utjecaj na svih šest aspekata društveno-kulturnih učinaka cikloturizma. Drugim riječima, treća pomoćna hipoteza se može odbaciti.

S četvrtom pomoćnom hipotezom *H3d* istražen je utjecaj zaposlenosti ispitanika u sektoru turizma na njihove stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma te je prikaz tablice i rezultata testa dan u nastavku. Četvrta pomoćna hipoteza glasi:

H3d - Stavovi stanovnika Splita i njegove okolice o društveno-kulturnim učincima cikloturizma na lokalnu zajednicu ovisi o zaposlenosti stanovnika u sektoru turizma

Tablica 20: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja zaposlenosti ispitanika u sektoru turizma na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma

Test Statistics ^a				
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1. CT može potaknuti lokalno stanovništvo na bicikljanje općenito u neke druge svrhe	2243,000	4196,000	-,508	,611
2. CT može narušiti tradicionalnu kulturu grada Splita	2059,500	4012,500	-1,335	,182
3. CT može utjecati na podizanje ekološke svijesti stanovnika grada Splita i okolice	2345,500	5271,500	-,047	,963
4. CT može potaknuti bolju interakciju turista i lokalnog stanovništva putem organiziranih biciklističkih događaja	2203,500	5129,500	-,679	,497
5. CT može potaknuti otvaranje sustava javnog iznajmljivanja bicikala za potrebe stanovnika i turista	2343,500	5269,500	-,056	,955
6. CT može potaknuti na pozitivnu promjenu stila života stanovnika grada Splita i okolice	2143,000	5069,000	-,952	,341

a. Grouping Variable: zaposlenost u turizmu_

Izvor: istraživanje autorice

Rezultati testa prikazuju da zaposlenost u sektoru turizma nema statistički značajan utjecaj na svih šest aspekata društveno-kulturnih učinaka cikloturizma zbog toga što je empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti za svih šest aspekata $\alpha^* > \alpha$ (61,1%, 18,2%, 96,3%, 49,7%, 95,5%, 34,1% > 5%). Dakle, četvrta pomoćna hipoteza H3d se odbacuje.

S obzirom na rezultate testiranja pomoćnih hipoteza (H3a, H3b, H3c, H3d), zaključuje se kako spol, dob, stupanj obrazovanja te (ne)zaposlenost u sektoru turizma statistički značajno ne utječu na stavove ispitanika o društveno-kulturnim učincima cikloturizma. Iz navedenog proizlazi da treća glavna hipoteza rada ne pronalazi uporišta te se ista može odbaciti.

6. ZAKLJUČAK

Turizam je danas nedvojbeno postao iznimno važna gospodarska djelatnost za mnoge zemlje, posebno one koje su slabije razvijene i koje vide turizam kao određenu slamku spasa svog gospodarstva. S druge strane, situacija se na strani potražnje mijenja, turisti postaju sve zahtjevniji, a turizam i putovanja danas predstavljaju primarnu ljudsku potrebu. Pasivan odmor poznat kao turizam sunca i mora više nije dovoljan te turisti traže aktivan odmor i individualniji pristup. Međutim, efekti masovnog turizma u destinaciji uzrokovali su brojne negativne učinke, a pojedine zemlje i manje destinacije uviđaju da rješenje leži u prelasku na oblike turizma koji su ekonomski, ekološki i društveno održivi kako bi se sačuvali resursi destinacije te pokušali smanjiti negativni učinci.

U tu kategoriju spada cikloturizam kao posebni oblik turizma koji je prepoznat na razini svijeta kao prijatelj zdravlja i okoliša, a u određenoj mjeri može donijeti određene ekonomske učinke destinaciji i potaknuti lokalno malo poduzetništvo. Na razini Europe predviđen je pozitivan trend rasta cikloturizma u narednim godinama za više od 10%. Cikloturizam nije samo ruralni proizvod, radi se o turističkom proizvodu koji je lako prilagodljiv i relativno se lako može implementirati i u gradovima. Tako i većina europskih gradova kao što su Amsterdam, Barcelona i Pariz razvijaju ovaj tip turizma i potiču otvaranje sustava javnog iznajmljivanja bicikla kako bi olakšali kretanje kroz grad kako turistima tako i lokalnom stanovništvu. Obilježja cikloturizma koja ujedno i vide kao prednosti podudaraju se s ciljevima Europske unije. Europska Unija mnogo ulaže u izradu europskih ruta koje bi povezale destinacije i regije i na taj način osigurala temeljnu infrastrukturu za bolji razvoj ovog tipa turizma u budućnosti. Također, u okviru raznih programa nudi poticaje u obliku financijskih sredstva lokalnim zajednicama za razvoj cikloturizma u gradovima i ruralnim područjima.

Hrvatska svojim komparativnim prednostima kao što su prirodne ljepote, bogata kulturna i povijesna baština te ugodna klima ima dobre predispozicije za razvoj cikloturizma. Istarska županija aktivno radi na razvoju cikloturizma već dugi niz godina te je na dobrom putu da postane prepoznata cikloturistička destinacija. Ipak, na razini cijele Hrvatske zabilježena je nedovoljna, loša prometna infrastruktura i turistička signalizacija što otežava i usporava razvoj ovog tipa selektivnog turizma. Uz to, bitan problem predstavlja nedostatak je konkretnih statističkih podataka na razini destinacija kojih za cikloturizam skoro pa i nema, a sve je temeljeno na procjenama što otežava proučavanje. Slična situacija je i na razini Splitsko-dalmatinske županije čija se ponuda temelji i dalje na turizmu sunca i mora, a potražnja

pokazuje i dalje zastupljenu sezonalnost. Međutim, menadžment županije je posebne oblike turizma prepoznala kao dobro rješenje na izraziti problem sezonalnosti i radi na njihovom razvijanju, a područje županije bogato florom i faunom te kulturnim nasljeđem ima veliki potencijal da to i ostvari.

Grad Split turistički je procvjetao po pitanju dolazaka i noćenja turista te je prepoznat kao iznimno atraktivna destinacija na svjetskom tržištu u zadnjih nekoliko godina. Ta cijela situacija dovela do određenih pozitivnih, ali i negativnih učinaka lokalnoj zajednici i svakodnevnom životu stanovnika. Grad Split i okolica po pitanju razvoja cikloturizma definitivno zaostaju za drugim Hrvatskim gradovima i trenutno ima tek jednu otvorenu biciklističku stazu, a sustavi javnog iznajmljivanja bicikala te druge staze koje bi povezale grad još su samo u planovima ili procesu izrade dokumentacije.

Nije novost da Splitu drastično nedostaje biciklistička infrastruktura koja je jako bitna za daljnji razvoj cikloturizma, ali i ključna turistička infrastruktura kao što je smještaj koji je prilagođen za cikloturiste. Sporo rješavanje trenutne situacije s prometnom infrastrukturom dovodi i do loše pripremljenosti za sezonske prometne gužve i zagušenja koje otežavaju život lokalne zajednice tijekom ljetnih mjeseci. U užem i širem gradskom središtu nedostaje parkirališnih mjesta, a zagušenje vozilima značajno je ograničenje odvijanja gospodarskih tokova i ukupnog života u gradu te je uzrok ekoloških problema. Cikloturizam može biti dobar poticaj za rasterećenje lokalnih prometnica, kao supstitut može smanjiti zagađenje koje uzrokuju motorna vozila te može potaknuti stanovnike grada Splita i okolice da mijenjaju svoje životne navike na bolje. Po pitanju motiva putovanja turista koji dolaze u Split, većini njih je motiv dolaska aktivan odmor i to najviše u sezoni. Takvi tipovi turista, u slučaju da se omogući adekvatna infrastruktura i signalizacija za bicikliranje, sigurno bi imali jači motiv za korištenje bicikla za razgledavanje grada, dodatnu rekreaciju, ali lakše i brže kretanje kroz grad.

U empirijskom dijelu ovog rada ispitivali su se stavovi stanovnika grada Splita i okolice o mogućim utjecajima učinaka cikloturizma tj. utječu li demografska obilježja spol, dob, obrazovanje i zaposlenost u turizmu lokalnog stanovništva na njihove stavove o učincima cikloturizma na destinaciju. Pretpostavke su bile da će rezultati istraživanja pokazati da demografske karakteristike značajno utječu na stavove o navedenim učincima s obzirom da su određena turistička istraživanja potvrdila da demografske karakteristike ispitanika mogu značajno utjecati na stavove o učincima turizma. Međutim, rezultati istraživanja pokazali su upravo suprotno. Na temelju rezultata utvrdilo se da demografska obilježja ipak ne utječu na

stavove ispitanika o učincima cikloturizma tj. sve glavne hipoteze rada odbacile i niti jedna pomoćna hipoteza nije bila statistički značajna.

Zbog male veličine uzorka s obzirom na populaciju stanovnika grada Splita i okolice, provedena anketa i rezultati istraživanja ne mogu biti adekvatni pokazatelji stvarnog stanja percepcije stanovnika o cikloturizmu i ne može se reći da menadžment i voditelji turističkih odjela mogu koristiti iste za buduća istraživanja. Također, i druga ograničenja utjecala su na rezultate istraživanja kao što je neravnomjerna podjela strukture dobi gdje su u jako maloj mjeri bilo zastupljeni ispitanici od 60 godina i više, a najviše zastupljeni ispitanici od 20 do 29 godina kao i relativno veća zastupljenost žena u istraživanju. Većina ispitanika imala je pozitivne stavove prema svim učincima cikloturizma, ali ne i s najvišim stupnjem slaganja. Određeni broj ispitanika za pojedine učinke cikloturizma bio je indiferentan te se može zaključiti da određenom broju ispitanika relativno nedostaje stručnih znanja i informacija o učincima cikloturizma. To svakako može biti motiv lokalnoj vlasti i turističkim organizatorima da se više aktiviraju u edukaciji i informiranju stanovništva o učincima koje selektivni oblici turizma kao što je cikloturizam.

SAŽETAK

Masovni turizam uzrok je mnogih negativnih učinaka turizma na destinaciju, te se sve više destinacija okreće posebnim oblicima turizma kako bi negativne efekte turizma sveli na minimum. Cikloturizam može prouzročiti brojne pozitivne učinke i koristi lokalnoj zajednici i stanovništvu.

Prije provođenja praktičnog dijela, obrađen je teorijski aspekt učinaka turizma i posebnih oblika turizma, učinaka i koristi cikloturizma, sustava javnog iznajmljivanja bicikla, kratki pregledi trenutnog stanja cikloturizma u svijetu, Europi, Hrvatskoj, Istri i Splitsko-dalmatinskoj županiji te gradu Splitu. U praktičnom dijelu rada ispitivali su se stavovi stanovnika grada Splita i okolice o učincima cikloturizma na tom području. Postavile su se hipoteze i ciljevi, te se provelo anketno istraživanje.

Nakon prikupljenih podataka te interpretaciji i analizi rezultata došlo se do zaključka kako demografska obilježja ispitanika ne utječu na njihove stavove o učincima cikloturizma. Može se reći da ispitanici podupiru cikloturizam jer su stavovi ispitanika o učincima spomenutog oblika turizma većinom pozitivni.

Ključne riječi: turistički učinci, posebni oblici turizma, cikloturizam, grad Split i okolica, demografska obilježja

SUMMARY

Mass tourism is causing many negative tourism effects on a certain destination, and ever-increasing number of destinations are turning to special forms of tourism in order to minimize the negative effects of tourism. Cycle tourism can cause a number of positive effects and benefits to a local community and to its inhabitants.

Before the practical part, the theoretical aspect of the impacts of tourism and special forms of tourism have been processed, as well as the effects and benefits of cycle tourism, a bicycle-sharing system, and short reviews of the current situation of cycle tourism in the world, Europe, Croatia, Istria, the Dalmatian County of Split, and the city of Split itself.

In the practical part of the work, there were examined the attitudes of the residents of the city of Split and its surrounding area regarding the impacts of cycle tourism in the mentioned area. Hypotheses and goals were set, and a survey was conducted.

In conclusion, after the data has been collected and the results have been analyzed and interpreted, it was shown that the demographic characteristics of the respondents did not affect their attitudes on the impacts of cycle tourism. It can be said that the respondents support cycle tourism because their attitudes regarding the effects of this form of tourism are mostly positive.

Key words: tourism impacts, special interest tourism, cycle tourism, citySplit and its surrounding, demographic characteristics

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Bartoluci, M.(1995): *Uloga športa i rekreacije u razvitku hrvatskog turizma*, Tourism and hospitality management, Vol. 1, No. 2, , p.p. 253-265
2. Beanland, A. (2013): *Cycle tourism for sustainable rural development: Understanding and interpreting lessons from europe*, A report of a Winston Churchill Travelling Fellowship 2013, London

3. Blackwell, D. (2001): *The Community and Visitor Benefits of the Otago Central Rail Trail*, Lincoln University, Canterbury, New Zealand
4. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., (2011): *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustavi*, Školska knjiga, Zagreb
5. Črnjar, M. (2002): *Ekonomika i politika zaštite okoliša*, Ekonomski fakultet i Glosa, Rijeka
6. Dulčić, A., Petrić, L. (2001.): *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb
7. Faulks P., Ritchie B., Fluker M. (2007): *Cycle tourism in Australia: an investigation into its size and scope*, Australia, pp.7, dostupno na:
http://sustain.pata.org/wpcontent/uploads/2015/02/Faulks_AustnCycleTourism.pdf
 [pristupljeno 25.8.2018.]
8. Ga, D., Kamal, N., Lopez Silveira, M., C., Naccarato, G., Scott, S., i Dodds, R.(2010): *The demand for cycle tourism in Ontario "S greenbelt region "*, Ryerson University Toronto, Canada
9. Garcia, F.,M., Vazquez Balbauena, A., Macias Cortes, R.(2014): *Resident's attitudes towards the impacts of tourism*, *Tourism Management Perspectives* 13 (2015), pp. 33–40
10. Geić, S., (2011): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu-Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split
11. Gu, M., Wong, P.P. (2007): *Residents' Perception of Tourism Impacts: A Case Study of Homestay Operators in Dachangshan Dao*, North-East China, *Tourism Geographies*, 8:3, 253-273
12. Hashemkhani Z., S., Sedaghat, M., Maknoon, R., Kazimieras, Z., E. (2015): *Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications*, *Economic Research- Ekonomska Istraživanja*, , Vol. 28, No. 1, pp. 1–30
13. Hendija, Z. (2014): *Međunarodni turizam*, Skripta za kolegij, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb, raspoloživo na: https://paperzz.com/doc/5155620/skripta-mt_zh_10-11-2014_od-74-do-90.pdf-size
14. Holden, A., Ewen, M. (2002): *Understanding the motivation of ecotourists*, *International Journal of Tourism Research*, vol. 4, pp. 435-460
15. Hudson, S. et al (2006): *Sport and adventure tourism*, The Haworth Press. Inc, NY
16. Kreag, G.(2003): *The Impacts of Tourism*, University of Minnesota, Minnesota
17. Luković, T.(2008): *Selektivni turizam, hir ili znanstveno istraživačka potreba*, *Acta turistica* 2, Zagreb, str. 51-74

18. Lumsdon, L. et al. (2009): *The European Cycle Network- EuroVelo*, Directorate General for Internal Policies, Brussels
19. Mandara, L. (2012): *Sustainable business under changing economic conditions; Contribution of cycling tourism to sustainable tourism development in Riga*, University of Southern Denmark, Denmark
20. Mason, P. (2003): *Tourism Impacts Planning and Management*, Oxford: Butterworth-Heinemann
21. McKibbin, D. (2014): *Cycling for leisure, recreation and tourism*, Research and Information Service Briefing Paper, Northern Ireland assembly, Ireland
22. Midgely, P. (2011): *Bicycle Sharing Schemes: Enhancing Urban Mobility in Urban Areas*, United Nations Department of Economic and Social Affairs, New York
23. Moore, R., Graefe, A. and Gitelson, R. (1994): *Living near greenways: Neighboring landowners experience with and attitudes toward rail-trails*, Journal of Parks and Recreation Administration, 12(1), pp. 79-93
24. Mrnjavac, E., Kovacic, N., Topolšek, D. (2014): *The logistic product of bicycle destinations*, Tourism and Hospitality Management, Vol. 20, No. 2, pp. 171-184
25. Novelli, M. (2005): *Niche Tourism: Contemporary issue, trends and cases*, Oxford Elsevier, Oxford
26. Petrić, L. (2003): *Uvod u turizam*, Ekonomski fakultet Split, Split
27. Petrić, L. (2012): *Upravljanje razvojem turizma- aktualne teme i trendovi*, materijal za nastavu, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split
28. Petrić, L., Mikulić, D. (2009): *Uloga kulturnog turizma u procesu urbane regeneracije*, Acta Turistica Nova, Vol. 3 broj 1., str. 5-26
29. Petrić, L., Pivčević, S. (2016): *Community based tourism development – insights from Split*, Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings, pp. 294-307
30. Pivac, S. (2008): *Skripta za kolegij Statističke metode*, Ekonomski fakultet, Split.
31. Popović, B. (2013): *Razvoj specifičnih oblika turizma kao model održivog razvoja turizma u zaštićenim područjima prirode republike Srbije*, Master rad, Sveučilište Singidunum
32. Pranić, Lj., Petrić, L., Cetinić, Lj. (2012): *Host population perceptions of the social impacts of sport tourism events in transition countries: Evidence from Croatia*, International Journal of Event and Festival Management, Vol. 3 Iss: 3, pp. 236 – 256
33. Rene Lee, M. (2015): *Bicycle tourism plan for economic development: A template for rural agricultural towns and a case study for the city of Winters*, San Luis Obispo, California

34. Ritchie, B. W. (1998): *Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: Planning and management issues*, Tourism Management, Vol.19, No.6, pp. 567-582
35. Rotar, J., Gantar, A., Kočiš, D., Pehnc, M. (2012): *How to develop cycle tourism*, Program Središnje Europe, Maribor
36. Rudan, E.(2012): *Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Transion, Vol.14 No.29, str. 58-67
37. Senkić, M. (2015): *Poslovna znanja i kulturni turizam: Studija slučaja dubrovačkih luksuznih vila*, Polemos, Vol. XVIII, No. 35, pp. 113-138
38. Seyhah, V.(2017): *Residents' Attitude toward Community-Based Ecotourism in Cambodia: Based on Two Cases of Yeak Laom and Chi Phat Communes*, Asia Pacific Journal of Tourism Research, Graduate school of international development, Nagoya University, pp. 1-158
39. Simonsen, P., Jørgensen, B. i Robbins, D.(1998): *Cycling tourism*, Unit of Tourism Research at Research Centre of Bornholm, Bornholm
40. Smolčić, J., D., Sušilović, Z.(2006): *Planing city tourism development: principles and issues*, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 2, pp. 135-144
41. Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. i Pomfret, G. (2003): *Adventure tourism: The New Frontier*, Butterworth-Heinemann: Oxford
42. Gammon, S., Robinson, T. (2003): *Sport and Tourism: A Conceptual Framework*, Journal of Sport & Tourism, 8:1, 21-26
43. Španjol, Ž.(1997): *Turizam i zaštita prirode i čovjekova okoliša*, stručni rad, Časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline, Vol.6, No.1-2, str. 93-108
44. Timothy, Dallen J & Boyd, Stephen W (2002). *Heritage tourism (1st ed)*, Pearson Education, Harlow, England, New York
45. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001): *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb
46. Xu, S., Barbieri, S., Anderson, D., Leung, Y., Rozier-Rich, S. (2016): *Residents' perceptions of wine tourism development*, Tourism Management, Volume 55, August 2016, pp. 276-286
47. Zadel, Z., Ivančić, I., Čevapović, I.(2014): *Residents' attitudes towards tourism potential of small rural city of Požega*, Scientific paper, Tourism and Hospitality Industry 2014, Congress proceedings Trends in Tourism and Hospitality Industry, p.p. 174-188

Internet izvori :

Sustrans (1999): *Cycle Tourism*, Information pack TT21, Sustrans, Bristol, UK.,

raspoloživo na:

<http://www.tourisminsights.info/ONLINEPUB/ONLINEP/PDFS/SUSTRAN/SUSTRAN%20-%20CYCLE%20TOURISM.pdf> [pristupljeno 07.08.2018.]

Razvojna strategija Splitsko-dalmatinske županije do 2020., raspoloživo na:

<http://www.rera.hr/upload/stranice/2017/02/2017-02-09/34/nacrtupanijskerazvojnestrategije.pdf> [pristupljeno 07.08.2018.]

Unwto (2014): *Global report on Adventure Tourism*, AM Reports: Volume 9, Madrid

Raspoloživo na: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416622> [pristupljeno 20.08.2018.]

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2017): *Plan rada SDŽ u 2018. godini s financijskim planom za 2018. godinu*, raspoloživo na: <https://www.dalmacija.hr> [pristupljeno 28.08.2018.]

Akcijski plan razvoja cikloturizma, raspoloživo na:

http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_akcijski_cikloturizam.pdf [pristupljeno 30.06.2018.]

Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2020., raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html [pristupljeno 20.08.2018.]

Strateški marketing plan destinacije Split (2017-2020), raspoloživo na:

<https://visitsplit.com/hr/3136/strateski-marketing-plan> [pristupljeno 01.09.2018.]

Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije, raspoloživo na:

<http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/GLAVNI-PLAN-TURIZMA.pdf> [pristupljeno 06.09.2018.]

Strategija razvoja urbane aglomeracije Split, raspoloživo na: www.split.hr [pristupljeno 01.09.2018.]

<http://dalmatinskiportal.hr/vijesti/splitsko-dalmatinska-zupanija-zeli-postati-jedna-od-najjacih-cikloturistickih-regija-planiramo-5-milijuna-eura-prihoda-godisnje-od-2018--/12147>, [pristupljeno 27.7.2018.]

<https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split/clanak/id/284426/split-sljedeceg-tjedna-dobiva-prvu-biciklisticku-stazuv>, [pristupljeno 27.7.2018.]

http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/METODE_ZNANSTVE_NIH_ISTRAZIVANJA.pdf [pristupljeno 27.8.2017.]

<http://unwto.org> [pristupljeno 27.7.2018.]

<https://ecf.com/resources/cycling-facts-and-figures> [pristupljeno 01.07.2018.]

<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416622> [pristupljeno 27.7.2018.]

<http://www.go2bike.eu/> [pristupljeno 01.09.2018.]

<http://hrturizam.hr/martin-cotar-potencijal-cikloturizma-je-veliki-samo-to-trebamo-dobro-upakirati-i-prodati/> [pristupljeno 15.07.2018.]

<http://www.iztg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanje/> [pristupljeno 15.07.2018.]

<https://www.htz.hr/en-GB/projects-and-support/medcycletour> [pristupljeno 27.7.2018.]

<https://cikloturizam.hr> [pristupljeno 28.7.2018.]

http://www.istra.hr/hr/pr/priopcenja/891-ch-0?&cr_offset=1 [pristupljeno 02.09.2018.]

<http://mojotok.info/go2bike-sustav-javnog-iznajmljivanja-bicikala/>

<https://www.nextbike.hr/en/zagreb/> [pristupljeno 01.09.2018.]

http://www.istra.hr/hr/pr/priopcenja/891-ch-0?&cr_offset=1

<http://hotspots.net.hr/2016/04/veliki-planovi-za-razvoj-cikloturizma-u-splitsko-dalmatinskoj-zupaniji/> [pristupljeno 28.08.2018.]

<http://www.dalmatia-bike.com> [pristupljeno 01.09.2018.]

POPIS SLIKA, TABLICA, GRAFOVA

Shema 1. Model razdiobe sporta i turizma.....	38
Shema 2. Kontinuum različitih tipova cikloturista.....	46
Shema 3. Prikaz elemenata cikloturističke ponude.....	52
Slika 1. Tržišna spremnost izabranih turističkih proizvoda Hrvatske prema makroregijama...	62
Tablica 1. Segmentacija glavnih ciljnih tržišta cikloturista u Hrvatskoj.....	66
Tablica 2. Motivi putovanja turista u Istri.....	70
Tablica 3. Motivi putovanja turista u Splitu.....	86
Tablica 4. Prosječna ocjena zadovoljstva Splitom po obilježjima destinacije.....	87

Tablica 5. Ispitanici prema spolu.....	90
Tablica 6. Ispitanici prema dobnoj skupini.....	91
Tablica 7. Ispitanici prema stupnju obrazovanja.....	92
Tablica 8. Ispitanici prema zaposlenosti u sektoru turizma.....	93
Tablica 9. Mann-Whitney test za testiranje utjecaja spola ispitanika na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma....	102
Tablica 10. Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja dobi ispitanika na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma.....	103
Tablica 11. Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja stupnja obrazovanja ispitanika na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma.....	104
Tablica 12. Mann-Whitney test za testiranje utjecaja zaposlenosti ispitanika u sektoru turizma na stavove o ekonomskim učincima cikloturizma.....	105
Tablica 13. Mann-Whitney test za testiranje utjecaja spola ispitanika u sektoru turizma na stavove o okolišnim učincima cikloturizma.....	106
Tablica 14. Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja dobi ispitanika na stavove o okolišnim učincima cikloturizma.....	107
Tablica 15: Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja stupnja obrazovanja ispitanika na stavove o okolišnim učincima cikloturizma.....	108
Tablica 16: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja zaposlenosti ispitanika u sektoru turizma na stavove o okolišnim učincima cikloturizma.....	109
Tablica 17: Mann-Whitney test za testiranje utjecaja spola ispitanika na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma.....	111
Tablica 18. Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja dobi ispitanika na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma.....	111
Tablica 19. Kruskal Wallis test za testiranje utjecaja stupnja obrazovanja ispitanika na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma.....	112
Tablica 20. Mann-Whitney test za testiranje utjecaja zaposlenosti ispitanika u sektoru turizma na stavove o društveno-kulturnim učincima cikloturizma.....	113
Graf 1. Struktura ispitanika prema spolu.....	91
Graf 2. Struktura ispitanika prema dobi.....	92

Graf 3. Ispitanici prema stupnju obrazovanja.....	93
Graf 4. Omjer ispitanika prema (ne)zaposlenosti u sektoru turizma.....	94
Graf 5. Ispitanici prema gradskim kotarima te naseljima i gradovima u okolici.....	94
Graf 6. Stavovi ispitanika o ekonomskim učincima cikloturizma.....	96
Graf 7. Stavovi ispitanika o okolišnim učincima cikloturizma.....	99
Graf 8. Stavovi ispitanika o društveno-kulturnim učincima cikloturizma.....	100

PRILOZI

Prilog 1: Anketni upitnik

Anketni upitnik o stavovima stanovnika grada Split i okolice o učincima Cikloturizma na grad Split i okolicu



Poštovani,

Ispunjavanjem upitnika sudjelujete u praktičnom dijelu diplomskog rada na temu "Istraživanje stavova stanovnika grada Splita i okolice o učincima cikloturizma na području Splita i okolice". Želi se istražiti Vaše stajalište vezano za utjecaje cikloturizma kao posebnog oblika turizma na područje Splita i okolice. Sudjelovanje je u potpunosti anonimno te će se sakupljeni podaci koristiti samo za potrebe pisanja diplomskog rada.

Popunjavanje upitnika traje svega 5min, a svaki ispunjeni upitnik veoma je dragocjen. Unaprijed se zahvaljujem na izdvojenom vremenu i trudu te iskrenosti u vašim odgovorima.

Ana Tičinović

univ. bacc. oec.

1. Spol: M Ž
2. Dobna skupina : a) do 19 b) od 20 do 29 b) od 30 do 39 c) od 40 do 59 d) od 60 i više
3. Stupanj obrazovanja : a) NSS b) SSS c) VŠS d) VSS, Doktorat

4. Jeste li vi ili netko u vašoj obitelji zaposleni u sektoru turizma i ugostiteljstva bilo sezonski ili za stalno?

a) da b) ne

5. Napišite kojoj gradskoj četvrti/kotaru ili naselju, gradu(koje se nalazi u okolici Splita) pripadate ? _____

6. Ocijenite Vaše slaganje sa sljedećim tvrdnjama koristeći ljestvicu u rasponu od 1 (uopće se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem)

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti se ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Cikloturizam može kreirati nove poslove za lokalno stanovništvo i domaća poduzeća					
Cikloturizam može utjecati na smanjenje zagađenja i buke u prometu					
Cikloturizam potiče na ulaganje lokalne vlasti u prometnu infrastrukturu i turističku signalizaciju					
Cikloturizam može potaknuti lokalno stanovništvo na bicikliranje općenito u neke druge svrhe					
Podržavam turističke proizvode kao što je cikloturizam koji promiču održive aktivnosti u gradu Splitu i okolici					
Cikloturizam može produžiti turističku sezonu u gradu Splitu i okolici					
Cikloturizam može narušiti tradicionalnu kulturu grada Splita					
Cikloturizam može potaknuti nove suradnje između malih poduzeća u cilju isporuke kvalitetnog turističkog proizvoda					
Cikloturizam može utjecati na prenamjenu neiskorištenih urbanih površina u rekreacijska područja za bicikliranje i druge sportske sadržaje					
Cikloturizam može utjecati na podizanje ekološke svijesti stanovnika grada Splita					
Cikloturizam može podignuti standard življenja u gradu Splitu i okolici					

Cikloturizam potiče stvaranje i zadržavanje novca u lokalnoj zajednici					
Cikloturizam može potaknuti bolju interakciju turista i lokalnog stanovništva putem organiziranih biciklističkih događaja u gradu Splitu i okolici					
Cikloturizam može utjecati na smanjenje broja motornih vozila u prometu					
Cikloturizam može potaknuti otvaranje sustava javnog iznajmljivanja bicikala za stanovnike i njihove potrebe					
Cikloturizam može potaknuti na pozitivnu promjenu stila života stanovnika grada Splita					
Cikloturizam može potaknuti izgradnju parkova i rekreacijskih područja					

Zahvaljujemo na suradnji i doprinosu !

