

RAZVOJNE MOGUĆNOSTI CIKLOTURIZMA KAO POSEBNOG OBLIKA TURISTIČKE PONUDE SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

Munitić, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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:124:698253>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-24**

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET



DIPLOMSKI RAD

**RAZVOJNE MOGUĆNOSTI CIKLOTURIZMA
KAO POSEBNOG OBLIKA TURISTIČKE PONUDE
SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE**

Mentor:

Doc. dr. sc. Ljudevit Pranić

Studentica:

Iva Munić univ. bacc. oec

Split, rujan, 2017.

SADRŽAJ

1. UVOD	4
1.1. Problem istraživanja	4
1.2. Predmet istraživanja	5
1.3. Istraživačke hipoteze.....	8
1.4. Ciljevi istraživanja	9
1.5. Metode istraživanja.....	10
1.6. Doprinos istraživanja.....	12
2. CIKLOTURIZAM KAO POSEBAN OBLIK TURIZMA	13
2.1. Turistička ponuda	13
2.2. Posebni oblici turizma.....	14
2.3. Sportski turizam.....	17
2.3.1. Pojam i značaj sportskog turizma	17
2.3.2. Povijest razvoja sportskog turizma.....	19
2.3.3. Veza između turizma i sporta	22
2.4. Cikloturizam	25
2.4.1. Pojam i značaj cikloturizma i cikloturista	25
2.4.2. Razvoj cikloturizma u Europi	29
2.4.3. Razvoj cikloturizma u Hrvatskoj.....	32
3. ANALIZA AKTUALNOG STANJA CIKLOTURIZMA U SPLITSKO-DALMATINSKOJ ŽUPANIJI.....	36
3.1. Prirodno-geografske značajke Splitsko-dalmatinske županije.....	36
3.2. Analiza ponude cikloturizma u županiji	37
3.3. Analiza potražnje za cikloturizmom u županiji	45

4. EMPRIJSKO ISTRAŽIVANJE	48
4.1. Metodologija istraživanja	48
4.2. Rezultati i analiza provedenog istraživanja.....	49
5.3. Testiranje hipoteza	55
5. ZAKLJUČAK.....	68
SAŽETAK.....	70
SUMMARY	71
LITERATURA	72
POPIS SLIKA	75
POPIS TABLICA.....	75
POPIS GRAFOVA.....	77
PRILOG: Anketni upitnik	78

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Industrijski razvoj društva i tehnološki napredak doveli su do značajnih promjena u razvoju turizma. Turistička putovanja postaju sve učestalija, zahvaljujući izgradnji prometne infrastrukture, dostupnosti prijevoznih sredstava te smanjenju radnog vremena, odnosno, povećanju slobodnog vremena. Kao posljedica takvih promjena, dolazi do masovnog turizma koji je potaknuo razvoj u mnogim dotad nerazvijenim krajevima, ali je istovremeno uzrokovao i niz negativnih posljedica koje se mogu prepoznati u narušavanju izvorne ljepote krajolika, u zagađenju okoliša te u mnogim drugim sociološkim, ekološkim, kulturološkim i ekonomskim promjenama. Negativni efekti masovnog turizma bude želju za razvojem turizma u skladu s prihvatnim kapacitetima destinacije tj. u skladu s načelima tzv. održivog razvoja.¹

Održivi razvoj turizma ima ključne zadaće, a to su:²

- Optimalno iskoristiti okolišne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bio raznolikosti.
- Poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacije, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti, te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
- Osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne, te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.

¹ Petrić, L. (2003): *Osnove turizma*. Ekonomski fakultet Split, Split, str. 13-14

² Održivi turizam Hrvatska, dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97> [pristupljeno 1.3.2017]

Održivi turizam potiče razvoj brojnih oblika tzv. posebnog ili selektivnog turizma s ciljem zadovoljenja posebnih želja i potreba suvremenih turista. Suvremena turistička ponuda se sve više orijentira prema aktivnom načinu odmaranja, što podrazumijeva uključenje turista u određene sportske i rekreacijske aktivnosti.³

Analiza različitih turističkih resursa, kao što su prirodni, klimatski, kulturni, hotelsko-ugostiteljski, sportsko-rekreacijski i dr., pokazuje da Hrvatska ima iznimne komparativne prednosti za razvoj različitih oblika sporta i rekreacije u turizmu. Međutim, za budućnost sportskog turizma u Hrvatskoj potrebno je obnoviti sportsko-turističku ponudu novim objektima i sadržajima prema suvremenim zahtjevima turističke potražnje, te osmisлити sportsko-rekreacijske programe koje mogu uspješno realizirati adekvatni stručnjaci. Dosadašnja iskustva, u brojnim europskim zemljama, pokazuju da su ulaganja u ovaj oblik turizma kvalitetna i profitabilna investicija.⁴

1.2. Predmet istraživanja

Istraživanje će biti usmjereno na Splitsko-dalmatinsku županiju koja svojim prirodnim ljepotama, bogatom kulturnom i povijesnom baštinom privlači brojne posjetitelje, te uz povoljne bio klimatske uvjete ima odlične preduvjete za razvoj posebnih oblika turizma, osobito cikloturizma koji je posljednjih godina rastući trend u Europi.

Cikloturizam predstavlja oblik turizma koji se odvija u visokovrijednom, ekološki očuvanom i privlačnom prirodnom krajoliku. To je turistička aktivnost koja je u prostornom smislu minimalno invazivna, jer najčešće ne rezultira velikim i nepopravljivim intervencijama u prostor. Razvojem cikloturističkih ruta se mogu na ekološki i cjenovno prihvatljiv način povezati europske regije i tako povećati teritorijalna povezanost među zemljama. Korištenje bicikla može

³ Geić, S., (2011): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu-Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split

⁴ Bartoluci, M., ur. (2006): *Unapređenje kvalitete sportsko-rekreacijskih sadržaja u hrvatskom turizmu*, Zbornik 15. ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske, Školska knjiga, Zagreb, str. 275

unaprijediti opće zdravstveno stanje ljudi te se razvojem cikloturizma može podići kvaliteta boravka turista u destinaciji i razina životnog standarda lokalnog stanovništva.⁵

Na temelju nalaza iz Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine izmijenjenih aktualnim saznanjima, autori Akcijskog plana razvoja cikloturizma (2015. god.) podijelili su bicikliste u posebne skupine, ovisno o njihovim interesima tj. vrsti proizvoda cikloturizma koju koriste. Osnovna podjela jest na bicikliste rekreativce te pasionirane bicikliste. U bicikliste rekreativce spadaju povremeni cikloturisti i cikloturisti na kratke udaljenosti, dok pasionirane bicikliste predstavljaju cikloturisti na duge staze te sportski biciklisti.⁶

Povremene cikloturiste, u koje spadaju i dnevni izletnici i rekreativci iz Hrvatske, karakteriziraju biciklisti koji preferiraju razmjerno kraće biciklističke rute u blizini svog ishodišta - smještajnog objekta za turiste, a mjesta stanovanja za domaću populaciju. Pri tom im je važno da su rute atraktivne i s malo automobilskeg 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 unajmljuju u destinaciji. Ovoj skupini atraktivnost ruta je još važnija nego prethodnoj skupini, a bitno im je i postojanje kvalitetnih ugostiteljskih i servisnih sadržaja u prostoru.

Za **cikloturiste na duge staze** ključno je postojanje dugih, dobro uređenih i atraktivnih ruta, a bitna im je i ponuda smještaja prilagođena cikloturistima, kao i ponuda kvalitetnih ugostiteljskih i servisnih sadržaja na ruti.

Za **sportske bicikliste** bitni su slični elementi kao i za cikloturiste na duge staze, ali za njih dodatnu važnost imaju i intenzitet automobilskeg prometa te povoljni klimatski uvjeti. Još veću važnost za ovu skupinu ima kvaliteta smještajne ponude i njena prilagođenost cikloturistima, s time da je s obzirom na činjenicu da se radi o grupama nužno postojanje većih hotela.

⁵ Institut za turizam Zagreb (2015): *Akcijski plan razvoja cikloturizma*, str.9. dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_akcijski_cikloturizam.pdf [pristupljeno 5.5.2017.]

⁶ Ibid., str. 22-23

Sukladno navedenom, da bi se cikloturizam adekvatno razvio, treba osigurati odgovarajuću cikloturističku infrastrukturu. To podrazumijeva postojanje biciklističkih staza povezanih u osmišljene, označene rute sa svom potrebnom signalizacijom, putokazima te mapama. Također, važan aspekt potreban cikloturistima jesu dostupni ugostiteljski i smještajni objekti te adekvatan servis ukoliko dođe do kvara bicikla.

U radu će se detaljno analizirati postojeće stanje biciklističke infrastrukture u SDŽ, te dostupnost smještajnih objekata prikladnih za cikloturiste. Potom će se provesti anketni upitnik u kojem će cikloturisti biti podijeljeni u tri skupine, prema vrsti proizvoda koju upotrebljavaju na odmoru u turističkoj destinaciji. U upitniku će se uz demografske podatke i podatke o putovanju ispitati i motivacija cikloturista za izborom cikloturističke destinacije te zadovoljstvo postojećom cikloturističkom ponudom u destinaciji. Dobiveni rezultati će se detaljno razraditi i statistički analizirati u svrhu mogućih daljnjih poboljšanja cikloturističke ponude u destinaciji.

Neka istraživanja pokazuju da se žene i muškarci razlikuju s obzirom na proizvode koje kupuju, način na koji reagiraju na promociju, način i vrijeme procesuiranja informacija za vrijeme kupovine, s obzirom na vrijeme koje provedu unutar prodavaonice i s obzirom na potrošnju. Istraživanja također ukazuju da potrošači s višom razinom obrazovanja imaju više znanja o problemima vezanim uz okoliš i njegovu zaštitu.⁷ Ako primijenimo istu logiku u vidu cikloturizma, onda se javlja mogućnost postojanja veze između različitih segmenata demografskih obilježja i odabira vrste proizvoda cikloturizma koje ćemo testirati u daljnjem radu.

Većina istraživanja ukazuje na to da su biciklisti motivirani za odlaskom na odmor i dnevne izlete biciklom jer uživaju u biciklizmu kao sportu ili tjelovježbi koja je opuštajuća i zdrava. Ostale temeljne motivacije uključuju blizinu prirode i sposobnost istraživanja različitih mjesta i krajolika.⁸ Nakon obrađenih podataka upitnika, u radu će se ispitati veza između odabranih motiva cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma koju koriste.

⁷ Anić, I.-D., Piri Rajh, S., Rajh, E. (2010): *Razlike u stilovima odlučivanja potrošača s obzirom na spol ispitanika uz poseban osvrt na Hrvatsku*, Ekonomski fakultet Zagreb, Market-tržište Vol. XXII (2010), br. 1, str. 29 - 42

⁸ EP (2012): *The european cycle route network eurovelo*. Brussels, Belgium: European Parliament, Directorate-General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism.

Zadovoljstvo korisnika je mjera koja se koristi pri određivanju zaključka o tome na koji način završni proizvod odgovara na zahtjeve i potrebe određene skupine korisnika.⁹ Zadovoljstvo turista je izrazito važno za održavanje konkurentnosti, budući da utječe na izbor destinacije te potrošnju proizvoda i usluga i odluku o ponovnom vraćanju u turističku destinaciju.¹⁰ Istraživanja pokazuju da potrošači višeg stupnja obrazovanja imaju veća očekivanja i žele ostvariti veći stupanj zadovoljstva pri kupovini proizvoda i usluga, dok npr. potrošači starije životne dobi imaju manja očekivanja, ali su zadovoljniji kupovinom proizvoda i usluga.¹¹ U radu će se istražiti postoji li veza između zadovoljstva cikloturista postojećom ponudom županije i vrste odabranog proizvoda cikloturizma.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na osnovu definiranog problema i predmeta istraživanja, postavljaju se sljedeće hipoteze:

H1 – Postoji veza između demografskih obilježja te obilježja putovanja cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

H1a – Postoji veza između spola cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

H1b – Postoji veza između dobne skupine cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

H1c – Postoji veza između države stalnog prebivališta i vrste proizvoda cikloturizma

H1d – Postoji veza između razine stečenog obrazovanja i vrste proizvoda cikloturizma

H1e – Postoji veza između prosječne tjedne vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta i vrste proizvoda cikloturizma

H1f – Postoji veza između svrhe vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta i vrste proizvoda cikloturizma

⁹ Golob, M., Sirotić, T., Golob, M. (2014): *Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom*, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 2 br. 1, str. 27-40

¹⁰ Kozak, M., Rimmington, M. (2000) : *Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination*, Journal of Travel Research, Vol. 38, pp.260-269

¹¹ Maričić, B. (2009): *Ponašanje potrošača*, Ekonomski fakultet, Beograd, str. 391-398

H2 – Postoji veza između motiva cikloturista prilikom odabira turističkog odredišta i vrste proizvoda cikloturizma

H3 – Postoji veza između zadovoljstva cikloturista postojećom cikloturističkom ponudom županije i vrste proizvoda cikloturizma

1.4. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj istraživanja jest analizirati postojeće cikloturističke resurse županije te ukazati na mogućnosti daljnjeg razvoja ovakve vrste turizma kao posebnog oblika turističke ponude.

Da bi postigli glavni cilj, potrebno je ostvariti pomoćne ciljeve:

- Teorijski će se objasniti i nabrojati posebni oblici turizma te detaljnije osvrnuti na sportski turizam
- Definirati će se pojam i značaj cikloturizma kao posebnog oblika turizma
- Analizirati će se razvijenost cikloturizma u Europi te će se detaljnije osvrnuti na najveću europsku cikloturističku rutu - EuroVelo
- Analizirati će se razvoj cikloturizma u Hrvatskoj
- Detaljno će se analizirati Splitsko-dalmatinska županija, prvobitno njeni prirodno-geografski elementi, potom će se analizirati postojeća ponuda i potražnja u vidu cikloturizma
- Provesti će se anketni upitnik
- Dobiveni rezultati će se statistički analizirati te će se koristiti u svrhu testiranja postavljenih hipoteza

1.5. Metode istraživanja

Kako bi se ostvarili navedeni ciljevi, koristiti će se primarni i sekundarni izvori podataka. Sekundarni podatci će se prikupiti iz knjiga, znanstvenih radova, znanstvenih časopisa, statističkih baza te s interneta. Primarni izvori podataka prikupiti će se anketnim upitnikom, na prigodnom uzorku ispitanika koji će predstavljati cikloturisti koji su podijeljeni prema vrsti proizvoda cikloturizma koje koriste. Prvu skupinu čine cikloturisti koji na odmoru u odabranoj turističkoj destinaciji voze bicikl na poludnevnom izletu, drugu skupinu čine cikloturisti koji na odmoru u odabranoj turističkoj destinaciji voze bicikl na cjelodnevnom izletu dok treću skupinu čine cikloturisti koji voze bicikl na višednevnim cikloturama.

Oko 50-tak anketnih upitnika će se podijeliti u nekoliko smještajnih objekata županije (hotelima, apartmanima te kampu u Stobreču) u kojima po raspoloživim podacima borave cikloturisti. Upitnici će biti u tiskanom obliku na hrvatskom i engleskom jeziku, te će se podijeliti tijekom mjeseca lipnja i srpnja. Dobiveni podaci će se statistički obraditi i grafički prikazati uz pomoć računalnog programa SPSS-a. Za testiranje hipoteza upotrijebit će se Mann-Whitney U-test koji se primjenjuje za dva neovisna skupa/uzorka koja se mjere pomoću redosljedne skale i Kruskal-Wallis test koji se primjenjuje za dva ili više neovisna skupa/uzorka koja se mjere pomoću redosljedne skale. Može se reći da se ovo testiranje temelji na testu analize varijance, gdje se umjesto brojčanih mjernih podataka koriste rangovi.¹²

Anketni upitnik (u prilogu) se sastoji od 4 dijela:

- Prvi dio sadrži pitanja o demografskim obilježjima cikloturista: spol, dob, država stalnog prebivališta, razina stečenog obrazovanja,
- Drugi dio sadrži pitanja o obilježjima putovanja cikloturista: prosječna tjedna vožnja bicikla u mjestu stalnog prebivališta i svrha vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta.
- Treći dio sadrži pitanje o motivima cikloturista za izborom cikloturističke destinacije.
- Četvrti dio sadrži pitanje o zadovoljstvu cikloturista postojećom cikloturističkom ponudom u destinaciji. Zadovoljstvo će se mjeriti pomoću ljestvice posuđene od „M. Golob, T. Sirotić, M. Golob (2014): Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista

¹² Pivac, S. (2008): *Skripta za kolegij Statističke metode*, Ekonomski fakultet, Split

turističkom ponudom“ u čijem se znanstvenom radu ocjenjuje zadovoljstvo turista atributima turističke ponude grada Umaga. Ljestvica je prilagođena za potrebe istraživanja zadovoljstva cikloturista u SDŽ.

Prilikom izrade rada te obrade dobivenih podataka, koristit će se sljedeće znanstveno-istraživačke metode: ¹³

- Induktivna metoda - na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi se do zaključka o općem sudu, od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva dolazi do općih zaključaka.
- Deduktivna metoda - iz općih sudova se izvode posebni i pojedinačni zaključci.
- Metoda analize - postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente.
- Metoda sinteze - postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije.
- Metoda deskripcije - postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- Statistička metoda – na temelju obilježja određenog broja elemenata neke skupine ili serije pojava, izvodi se opći zaključak o prosječnoj vrijednosti obilježja, devijaciji od srednje vrijednosti. Ova metoda će se koristiti za testiranje hipoteza.

¹³ Nastavni materijali, Sveučilište u Zadru, dostupno na:
http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf
[pristupljeno 10.05.2017]

1.6. Doprinos istraživanja

Cikloturizam dobiva sve veći značaj kao oblik sportskog turizma te pruža mogućnosti privlačenja relativno novog segmenta turista kojima omogućava jedinstveni turistički doživljaj destinacije korištenjem bicikla kao primarnog oblika transporta. Kao što je već prethodno spomenuto Splitsko-dalmatinska županija raspolaže atraktivnim prirodnim i važnim kulturnim resursima, koji uz povoljnu klimu čine odlične preduvjete za razvoj ovakvog oblika turizma. Ipak, za uspješan razvoj cikloturizma se ne može osloniti na samo jedan segment cikloturizma jer cikloturisti traže samo one destinacije koje su kompletno razvijene. Iz tog razloga, ovo će istraživanje biti od koristi u vidu sagledavanja postojećeg stanja cikloturističke ponude županije, saznanja o zadovoljstvu ispitanika te će služiti kao smjernice za daljnji razvoj cikloturizma koje mogu biti od pomoći i drugim destinacijama koje se odluče razvijati ovaj oblik turizma.

2. CIKLOTURIZAM KAO POSEBAN OBLIK TURIZMA

2.1. Turistička ponuda

U širem smislu, turistička ponuda „podrazumijeva 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 ekonomske rezultate privremenog boravka domaćih ili inozemnih turista.“ Dok u užem smislu, turistička ponuda „predstavlja količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. „¹⁴

Turistička ponuda jest dislocirana od potražnje, ona je heterogena (složena i kompleksna), statična (vezana uz određeni prostor), uglavnom je sezonskog karaktera te je neelastična. Njeni elementi mogu biti atraktivni, komunikacijski te receptivni. U atraktivne elemente ponude spadaju prirodni elementi, kao što su klima, reljef, flora i fauna, hidrografski elementi, te društveni elementi kao što su kulturno-povijesni spomenici, kulturne ustanove, ustanove u kojima se odvijaju sportske i gospodarske priredbe, festivali i manifestacije te obrazovne institucije. U komunikacijske elemente ponude ubrajamo prometnu infrastrukturu te vrste prijevoznih sredstava u destinaciji, dok u receptivne elemente ponude spadaju objekti namijenjeni prehrani i smještaju turista.¹⁵

Posljednjih godina, brojne tehnološke inovacije znatno utječu na način poslovanja u turizmu, kako turističkih poduzeća tako i cijelih destinacija. Kontinuirano povećanje turističke potražnje i sve zahtjevniji potrošači dovode do rasta broja destinacija. Sukladno navedenim, suvremenim društvenim procesima i promjenama dolazi do nastanka novih oblika turističke ponude kao i do novih trendova.¹⁶

¹⁴ Petrić, L. (2003): *Osnove turizma*, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 88

¹⁵ Ibid., str. 89-101

¹⁶ Ibid., str. 109

2.2. Posebni oblici turizma

Rastom životnog standarda sve su izraženije promjene u potrebama potencijalnih turista, koji raspolažu sa sve više novca što je uz povećanje slobodnog vremena utjecalo na porast intenziteta putovanja tijekom godine. Također, kao posljedica mogućnosti korištenja nekoliko odmora tijekom godine došlo je do produženja turističke sezone. Rezultat tih promjena jest sve veća popularnost kratkih putovanja te intenzivni rast potražnje za nedirnutim ekološko čistim područjima, kao odgovor na brzi ritam suvremenog načina života, uz sve veći trend brige za vlastito zdravlje. Tržište se sve više raščlanjuje na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim prilikama. Sve ovo potiče interes za različite oblike turizma na svim razinama turističke potražnje koje prati sektor turističke ponude kroz brojne inovacije.¹⁷

Postoji nekoliko definicija posebnih oblika turizma, primjerice Pančić Kombol ih definira 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.“¹⁸ V. Jadrešić smatra da posebni oblici turizma „označavaju novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma“, utemeljeni na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini usluge, izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan i zakonomjeran te uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području.¹⁹ Važno obilježje posebnih oblika turizma je disperzija, odnosno diverzifikacija ponude i turističkih proizvoda. Veliki broj proizvoda turističke ponude prilagođen je manjim skupinama turista, potrošača. Nastoje se uvažiti želje i potrebe suvremenog turista za sadržajnijim i raznolikijim odmorom na koji odlazi više puta godišnje.²⁰

¹⁷ Geić, S. (2011): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu-Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, str. 211

¹⁸ Pančić Kombol, T. (2000): *Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, TMPC Sagena, Zagreb, str. 86.

¹⁹ Jadrešić, V. (1998): *Europski i hrvatski turizam – od masovnog prema selektivnom ili održivom turizmu*, Hotelijerski fakultet Opatija

²⁰ Geić, S., op.cit.str. 223

Prema Alfier D. najznačajniji posebni oblici turizma se manifestiraju kroz: ²¹

- **zdravstveni turizam**, u koji spadaju talasoterapija, balaneo terapija, klimo terapija i silvo terapija,
- **sportski i rekreacijski turizam** na moru, vodama i planinama sa specifičnim vidovima kao što su pješački, konjički (jahački), kružni (ciklički) turizam za opušteni odmor u prirodnom okruženju i sl.,
- **ruralni (seoski) turizam** u manjim mirnim primorskim i kontinentalnim naseljima,
- **kulturni turizam** s najrazličitijim sadržajima i oblicima

Jadrešić V. daje podjelu posebnih oblika turizma kroz šest osnovnih grupa: ²²

- **ekološki turizam** u koji se ubraja ambijentalni turizam, tzv. mali turizam, naturizam, individualni te obiteljski turizam, eko-edukativni, ruralni, zdravstveni ili lječilišni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, konjički, pješački te planinski turizam
- **alternativni turizam**: specifični ekstremno sportsko-rekreacijski programi, zabavni i edukativni programi, pješački i cikloturizam, avanturistički, polinezijski, safari turizam, vinske i gastronomske ture, istraživačka putovanja turista pojedinaca, izvansezonski oblici kao što su jezerski, riječni, kontinentalni, shopping turizam, umirovljenički ili turizam treće dobi i sl.
- **edukativno-komunikacijski**: dječji, đачki, studentski, omladinski, edukativni, ekskurzionizam, ekumenski, religijski, kongresni, kulturni, manifestacijski, memorijalni, patriotski, politički, poslovni i sl.
- **ekskluzivni**: avanturistički, elitni, gastronomski, hedonistički, jahting turizam, karnevalski, klupski, konjički, lovni, nautički, seksualni turizam i sl.
- **zabavno rekreativni**: klimatski, izletnički i pješački turizam, rekreacijski, termalni, zabavni, zdravstveno-rekreacijski, lječilišno-klimatski, sportsko-rekreacijski turizam i sl.
- **ostale vrste** posebnih oblika turizma nastale su kao rezultat organizacijskoga i sadržajnoga ili statističkog te vremenskog odnosno prostornog obuhvata

²¹ Alfier, D. (1994): *Turizam : izbor radova*, Zagreb, Institut za turizam

²² Jadrešić, V. (2001): *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*. Zbornik istraživanja. Zagreb: Školska knjiga

Prema Petrić L. i Geić S. posebni oblici turizma se dijele prema: ²³

- **sadržaju boravka tj. aktivnostima:** nautički, sportsko rekreacijski, avanturistički, zdravstveni i wellness, kongresni i poslovni te kulturni turizam s brojnim podvrstama,
- **prostornim obilježjima:** urbani, ruralni i ekoturizam, turizam artificijelnih atrakcija,
- **ostali noviji oblici turizma:** dark turizam, seks turizam, astro turizam

Posebni oblici turizma pružaju velike mogućnosti u implementaciji razvoja turizma u skladu s prihvatnim kapacitetima destinacije tj. u skladu s načelima tzv. održivog razvoja turističke destinacije. Također osiguravaju polagan, ali dugoročan razvoj destinacije u kojoj je većina rezidenata uključena u neku direktnu ili indirektnu aktivnost koja podupire specifične turističke aktivnosti. ²⁴

Treba imati na umu da turisti, koji su uključeni u neki od posebnih oblika turizma, ne traže samo vrijednost za novac, nego i vrijednost za vrijeme zbog činjenice da u suvremenom društvu više nije privilegij putovati, već doživjeti jedinstven turistički proizvod. Turistička putovanja ne omogućavaju samo tradicionalan bijeg od svakodnevnice već i potragu za vlastitim ispunjenjem i srećom. ²⁵

²³ Geić, S., op.cit.str.228

²⁴ Bartoluci, M., Čavlek, N. i suradnici (2007) *Turizam i sport – razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, str.56

²⁵ Ibid.,str.51

2.3. Sportski turizam

Sport je danas vrlo važna aktivnost pa se on u turizmu istražuje i kao posebna djelatnost, odnosno kroz razvoj posebnog oblika turizma koji se naziva sportski turizam, ali i kroz kreiranje dodatne turističke ponude. Veliki doprinos tome jest popularnost i masovnost pojedinih sportskih događaja u svim dijelovima svijeta poput svjetskih i europskih natjecanja u određenim sportovima, primjerice nogometu, tenisu, košarci, skijanju, i dr., no i činjenica kako se velik dio turista na svojim putovanjima bavi određenim sportovima. Nove tendencije u razvoju turizma pokazuju da promjene u turističkim trendovima zamjenjuju tradicionalne motive odmora s motivima i sadržajima aktivnog odmora. Kako su sport i sportska rekreacija ključni motivi i sadržaji aktivnog odmora, njihov razvoj utječe na sadržaj i kvalitetu aktivnog odmora u turizmu.²⁶

2.3.1. Pojam i značaj sportskog turizma

Sportski turizam predstavlja posebni oblik turizma kojeg su brojni autori definirali na različite načine. Bartoluci M. definira sportski turizam kao „turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu“.²⁷ On smatra da su turizam i sport ne samo dvije popularne društvene aktivnosti, nego su postale i dio globalne kulture.

Hudson S. i suradnici konstatiraju da sportski turizam podrazumijeva putovanja za vrijeme odmora s ciljem bavljenja sportom te putovanja kako bi se promatrao sportski događaj ili neke druge sportske atrakcije.²⁸

Sportski turizam prema Vukonić B. jest „poseban oblik turizma u kome prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u određenim turističkim mjestima i centrima“.²⁹

²⁶ Bartoluci, M., ur. (2006): *Unapređenje kvalitete sportsko-rekreacijskih sadržaja u hrvatskom turizmu*, Zbornik 15. ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske, Školska knjiga, Zagreb, str. 271

²⁷ Bartoluci, M. (2004.). *Odnos turizma i sporta*. Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa "Menadžment u sportu i turizmu", Školska knjiga, Zagreb, str.21

²⁸ Hudson, S. et al (2006): *Sport and adventure tourism*, The Haworth Press. Inc, NY, pp.2

²⁹ Vukonić, B. et al. (2001): *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb, str. 365

Sportski turizam se može razvijati kroz tri oblika ³⁰:

- 1) natjecateljski sportski turizam
- 2) zimski sportsko-rekreacijski turizam
- 3) ljetni sportsko-rekreacijski turizam

Prvi oblik, natjecateljski sportski turizam, podrazumijeva „sva putovanja radi sudjelovanja u određenim sportskim natjecanjima, od domaćih do međunarodnih“ . ³¹ Osnovni motiv putovanja je neka sportska manifestacija, bilo da sudionici aktivno sudjeluju u njoj (sportaši) ili su pasivni sudionici (gledatelji). Primjerice, mega manifestacije kao što su Svjetsko nogometno prvenstvo i Olimpijske igre, karakteristična manifestacija kao što je „Tour de France“, velike manifestacije kao što su teniski turniri poput Roland Garrosa-a u Parizu, Wimbledonu u Londonu, Australian Open-a u Melbourneu, ali i brojne druge lokalne sportske manifestacije. ³²

Kod sportsko-rekreacijskog turizma osnovni motiv jest aktivno sudjelovanje turista u sportsko-rekreacijskim aktivnostima, a ovisno o aktivnostima koje se mogu provoditi u pojedinoj sezoni te mjestu njihova provođenja razlikujemo zimski i ljetni sportsko-rekreacijski turizam. Zimski se provodi u planinskim zimskim centrima, ali i u toplicama, kao i na moru, dok se ljetni provodi na moru, u planinama, na rijekama, jezerima i sl. Postoje sportsko-rekreacijske aktivnosti karakteristične za pojedinu sezonu, pa je tako u okviru zimskog sportsko-rekreacijskog turizma popularno skijanje, skijaško trčanje, klizanje, sportske igre na snijegu i ledu i druge, a u okviru ljetnog trčanje, vožnja bicikla, planinarenje, sportovi na vodi, sportske igre, golf, tenis, jahanje itd.³³ Sportski turizam također uključuje i posjete poznatim sportskim atrakcijama, kao što su sportske dvorane slavni, sportski muzeji, olimpijski stadioni i dr.

³⁰ Bartoluci, M.(2003): *Ekonomika i menadžment sporta*, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, str. 73

³¹ Bartoluci, M. (2004.). Odnos turizma i sporta. Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa "Menadžment u sportu i turizmu", Školska knjiga, Zagreb, str.21

³² Pivčević, S. (2015.): Skripta za kolegij, *Upravljanje manifestacijama*, Ekonomski fakultet Split, Split, str 6

³³ Bartoluci, M. (2004.), op.cit.str.23

2.3.2. Povijest razvoja sportskog turizma

Putovanja iz zadovoljstva javljaju se već u antičko doba. Tako su u antičkoj Grčkoj poznata putovanja motivirana sportskim događanjima, od kojih su najpoznatije Olimpijske igre koje su se počele održavati 776. g. p. n. e., ali i brojne druge igre regionalnog karaktera kao npr. Istamske, Nemejske i Pitijске.³⁴ Ove igre, osobito Olimpijske, privlačile su veliki broj posjetitelja koji su generirali značajne prihode gradovima domaćinima, u kojim su se igre održavale. Muzeji diljem svijeta imaju arheološke dokaze, predmete koji se povezuju s grčkim sportom. Među umjetnošću i predmetima antike pronađeni su dokazi koji se odnose na atletske događaje, utrke konja, dizanje utega, boks, hrvanje te brojne druge sportove.³⁵

Sredinom šestog stoljeća prije nove ere, za vrijeme Perzijskog carstva lov je bio omiljeni sport tadašnjih ljudi. Također je bila popularna igra Polo u kojoj su sudjelovala dva tima s 4 ili 6 igrača, te se igrala s lopticom napravljenom od korijena vrbe. U to doba, održavala su se natjecanja u jahanju, streljaštvu te bacanju koplja. Prvaci su putovali u veće gradove i izazvali lokalne talente u tim sportovima, to je bio tadašnji sportski doživljaj turizma.³⁶

Za vrijeme Rimskog carstva, popularni sportovi bili su; hrvanje, boksanje, konjičke utrke, igre s loptom, kuglanje i sl. Kako je rasla strast za sportskim aktivnostima, putovanja iz različitih dijelova svijeta za sudjelovanjem u natjecanjima postala su uobičajena. Pored odlaska u terme, Rimljani su tijekom ljetnih vrućina odlazili i u svoje ladanjske kuće (tzv. villa-e rustica-e) u čemu se mogu naslutiti tragovi odlaska na putovanja zbog rekreacijskih motiva.³⁷

Sportska aktivnost u Europi, u razdoblju od 10. do 14. stoljeća bila je specifična, ovisila je o društvenom statusu ili klasi. Tako su primjerice „seljaci“ uživali u nogometu, srednja klasa je sudjelovala u streljaštvu, a vitezovi i plemići uživali su u gledanju turnira. Timovi iz Engleske i Normandije putovali su zajedno diljem Europe te sudjelovali kao specifične reprezentativne skupine ili partneri u igrama koje su trajale nekoliko dana. U tom razdoblju, u Italiji i Engleskoj

³⁴ Petrić, L. (2003): *Osnove turizma*. Ekonomski fakultet Split, str.5

³⁵ Hudson, S. et al (2006): *Sport and adventure tourism*, The Haworth Press. Inc, NY, pp. 27-28

³⁶ Ibid., pp. 29

³⁷ Petrić, L., op. cit. str.6

bile su popularne konjske utrke, dok je u Francuskoj te kasnije i Engleskoj tenis privlačio brojne igrače i gledatelje.³⁸

Najpopularniji sportovi 18. stoljeća bili su kriket, boks, kuglanje, hrvanje, utrke konja, veslanje, hokey na travi, itd. U Italiji je više od 30 000 turista iz svih dijelova Europe prisustvovalo karnevalu u Veneciji koji je u svom bogatom programu sadržavao i brojne utrke te regate.³⁹

U 19. stoljeću značajan je rast sportskih klubova, društava te saveza diljem svijeta. Razvoj željeznice je pripomogao lakšem i bržem prijevozu s jedne na drugu sportsku destinaciju što je pozitivno utjecalo na razvoj sportskog turizma. Još jedan veliki pomak jest sudjelovanje sve više žena u raznim sportovima, primjerice atletici, boksanju, hrvanju itd.. U Pittsburgu 1888. godine, žene su se natjecale u biciklističkim utrkama koje su trajale šest dana i privukle više od 1500 gledatelja. Razvili su se i brojni novi sportovi, primjerice 1892. godine odigrala se prva košarkaška utakmica koja je privukla 200 gledatelja, a 1895. godine, održala se i prva profesionalna nogometna utakmica.⁴⁰

Međunarodni olimpijski odbor osnovan je 1894. godine na inicijativu francuskog plemića Pierrea Frédyja Barona de Coubertina. Prve moderne olimpijske igre pod vodstvom međunarodnog olimpijskog odbora bile su ljetne olimpijske igre 1896. godine održane u Ateni. U počecima održavanja igara, problem su bili prijevoz, smještaj, sukobi među sportašima i sl., no s vremenom organizatori su stekli iskustvo te poboljšali i unaprijedili sve potrebne segmente. Broj sudionika i gledatelja iz godine u godinu je sve više rastao. U tablici 1. prikazane su ljetne olimpijske igre, počevši od prvih modernih 1896. godine u Ateni, potom svih ostalih ljetnih olimpijskih igara održanih tijekom 20. stoljeća.

³⁸ Hudson, S. et al (2006): *Sport and adventure tourism*, The Haworth Press. Inc, NY, pp. 34

³⁹ Ibid., pp. 37-38

⁴⁰ Ibid., pp. 39-42

Tablica 1 : Ljetne Olimpijske igre

Godina i mjesto	Muški sudionici	Ženski sudionici	Broj država
1896 – Atena	200	0	14
1900 – Pariz	1.066	11	26
1924 – Pariz	2.956	136	44
1952 – Helsinki	4.407	519	67
1988 – Seoul	6.270	2.186	159
1996 – Atlanta	6.797	3.613	197
2000 – Sydney	6.582	4.069	200

Izvor: Hudson, S. et al (2006): Sport and adventure tourism, The Haworth Press. Inc, NY, pp. 45

Drugi popularni fenomen dvadesetog stoljeća su takozvane „dvorane slave“, specijalizirani muzeji čija je svrha sustavno prikupljanje, proučavanje i prezentiranje dobara iz područja sporta, kako bi se odala čast uspješnim sportašima i timovima. I danas oni privlače brojne posjetitelje diljem svijeta i generiraju velike prihode od sportskog turizma. ⁴¹

Od početnih godina razvoja sporta, sportski turizam postao je masovni svjetski turistički okvir, implicirajući niz sportskih aktivnosti i natjecanja. Od antike do suvremenog doba, sportski sudionici, gledatelji i putovanja uvijek su povezani s različitim razinama sportskog turizma. Proučavanjem prošlosti vidi se da sportski turistički pokret ima svoje cikluse, trendove i značajne čimbenike i aspekte koji se pojavljuju. Odredišne udaljenosti variraju u pogledu mogućnosti, načina prijevoza, ekonomskih sredstava i slobodnog vremena. ⁴² Putovanja zbog sporta i sportskih događanja oduvijek su bila društveni, ekonomski i kulturni fenomen.

⁴¹ Hudson, S. et al., op.cit.pp.45

⁴² Ibid., pp.48

2.3.3. Veza između turizma i sporta

Iako turizam i sport imaju svoje korijene od antičkih vremena, a poveznice između njih postoje još od davnina, sportski turizam se tek u novije vrijeme počeo promatrati kao zanimljivo područje akademskog istraživanja. Najnovija istraživanja koja su dokazala pozitivan utjecaj turizma i sporta na ekonomski razvoj stalno povećavaju zanimanje znanstvenika i ljudi koji rade u praksi za ove dvije međusobno povezane aktivnosti.⁴³

Sport i turizam djeluju sinergijski u većoj ili manjoj mjeri i često razvitak jednog potiče razvoj drugog. Turizam sa svojim prirodnim resursima i kapacitetima nudi osnovne uvjete boravka gostiju, dok sport u različitim oblicima sudjeluje u oblikovanju, obogaćenju i oplemenjivanju turističke ponude.⁴⁴

Njihova se povezanost zasniva kako na faktorima koji dovode do njihova razvitka, tako i na funkcijama koje generiraju, ali i ekonomskim učincima.⁴⁵ Faktore razvoja turizma i sporta Bartoluci je podijelio na faktore potražnje, posredničke faktore te faktore ponude. Faktori potražnje sportsko-rekreacijskih usluga gotovo su jednaki kao i kod turističkih usluga, primjerice objektivni faktori kao što su urbanizacija, dohodak stanovništva i slobodno vrijeme, te subjektivni faktori kao što su moda, oponašanje, navike i prestiž. Iz tablice 2. možemo vidjeti kako se faktori razvoja turizma u mnogo stavki podudaraju s faktorima razvoja sporta i rekreacije. Stoga se može reći da su turizam i sport djelatnosti povezane zajedničkim faktorima koji uvjetuju i pospješuju njihov razvoj.

⁴³ Bartoluci, M., Čavlek, N. i suradnici, op.cit.str.11

⁴⁴ Geić, S., op.cit.str. 280

⁴⁵ Bartoluci, M. (2003) *Ekonomika i menadžment sporta*, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, str. 66.

Tablica 2 : Faktori razvoja turizma i sporta

FAKTORI RAZVOJA TURIZMA	FAKTORI RAZVOJA SPORTA I REKREACIJE
I. FAKTORI TURISTIČKE POTRAŽNJE 1) <u>Objektivni</u> - stanovništvo - urbanizacija - dohodak stanovnika - slobodno vrijeme 2) <u>Subjektivni</u> - moda - oponašanje - navike - prestiž - vjera - ljubav	I. FAKTORI POTRAŽNJE SPORTSKO-REKREACIJSKIH USLUGA - urbanizacija i industrijalizacija - dohodak stanovništva - slobodno vrijeme - subjektivni čimbenici (moda, oponašanje, navike, prestiž)
II. POSREDNIČKI FAKTORI - turoperatori - turističke agencije - turistička društva i biroi	II. POSREDNIČKI FAKTORI - turističko-sportske agencije - sportske organizacije
III. FAKTORI TURISTIČKE PONUDE 1) <u>Faktori atraktivnosti turističke ponude</u> - prirodni - društveni 2) <u>Komunikacijski faktori</u> - prijevozna sredstva - PTT veze 3) <u>Receptivni faktori</u> - smještajni kapaciteti - ugostiteljski kapaciteti - ostali kapaciteti	III. FAKTORI SPORTSKO-REKREACIJSKE PONUDE - prirodni resursi - sportsko-rekreacijski objekti i sadržaji - sportsko-rekreacijski programi

Izvor: Bartoluci, M. (2003): *Ekonomika i menadžment sporta*, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, str. 66.

Veza između sporta i turizma proizlazi i iz funkcija koje generiraju ove dvije društvene pojave, a one su podijeljene na društvene ili humanističke funkcije i ekonomske funkcije.⁴⁶ Zajedničke društvene funkcije su im zdravstvena, odgojno-obrazovna te politička funkcija, dok kod ekonomskih funkcija i turizmu i sportu su zajedničke devizna funkcija, funkcija u zapošljavanju te multiplikativna funkcija.

Mnoga istraživanja dovela su do zaključka da sport nije samo čimbenik unaprjeđenja turističke ponude već je i generator dodatnih ekonomskih učinaka. Sport u turizmu omogućuje dodatno tržište za različite sportske proizvode i sportsku opremu koju proizvodi sportska industrija, također se razvija i graditeljstvo, gradnjom sportskih objekata. Najveći ekonomski učinci stvaraju se u području pružanja različitih sportsko-rekreacijskih usluga koje omogućuju turističke ili sportske organizacije. Neke od usluga su primjerice iznajmljivanje različitih sportskih objekata, terena (tenis, golf, sportske dvorane, bazeni i sl.), korištenje sportskih objekata i opreme (skijaške vučnice, plovila za sportove na vodi, opreme za ronjenje, jedrenje, korištenje fitness-opreme i dr.), škole učenja raznih sportskih vještina (skijanja, tenisa, golfa, jahanja,

⁴⁶ Relac, M., Bartoluci, M. (1987): *Turizam i sportska rekreacija*, Informator, Zagreb, str.36

sportova na vodi i sl.), sportske igre (turniri i razna natjecanja), te razne sportsko zabavne atrakcije.⁴⁷

I sport i turizam podrazumijevaju aktivnosti kojima se korisnici bave u slobodno vrijeme kao vremenu koje nam stoji na raspolaganju nakon radnih obveza kao kvantitativnoj kategoriji, ali i vremenu „slobode kada možemo zadovoljiti, prema našim potrebama za uživanjem, i potrebu za participacijom u društvenom i kulturnom životu” kao kvalitativnoj kategoriji.⁴⁸ Iz toga proizlazi da aktivnosti sporta, posebno sportske rekreacije, i turizma spadaju u sekundarne potrebe koje čovjek zadovoljava tek nakon što je zadovoljio svoje primarne potrebe, te ovise o količini slobodnog vremena i o raspoloživim financijskim sredstvima. Kako bi zadovoljili neke svoje potrebe, pojedinci se u slobodno se vrijeme uključuju u razne aktivnosti poput sportskih (sportsko-rekreacijskih), turističkih, itd., koje su u potpunosti individualizirane i prilagođene upravo njima jer ih biraju prema vlastitim preferencijama i željama.⁴⁹

U prethodnim desetljećima akademici su se bavili sportom i turizmom kao zasebnim područjima aktivnosti, međutim, oni su neraskidivo povezani. Veliki sportski događaji postali su važna turistička atrakcija. Događaji poput Olimpijskih igara mogu doprinijeti dugotrajnu korist gradu domaćinu, osobito poboljšanjem infrastrukture te generiranjem značajnih prihoda od turizma. Također su se počele održavati i konferencije posvećene sportskom turizmu. Međunarodno vijeće za sportski turizam pokrenulo je 1993. godine godišnje konferencije o sportskom turizmu, a u veljači 2001. Svjetska turistička organizacija održala je prvu konferenciju na tu temu u Barceloni. Časopis za sportski turizam (*Journal of Sport & Tourism*) potiče znanstvenike, stručnjake i akademike da pišu i dijele sportsko-turističke članke, a istodobno pružaju dodatne mogućnosti za razvoj znanja o struci.⁵⁰

⁴⁷ Bartoluci, M., Čavlek, N. i suradnici, op.cit.str.90

⁴⁸ Žugić, Z., Bartoluci, S. (2004.): Slobodno vrijeme i sport. U M. Bartoluci i suradnici: *Menedžment u sportu i turizmu / Management in Sport and Tourism*, Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet, str 59.

⁴⁹ Arai, S., Pedlar, A. (2003.): Moving beyond individualism in leisure theory: a critical analysis of concepts of community and social engagement, *Leisure Studies* 22, str. 188

⁵⁰ Hudson, S. et al, op.cit.preface,“xviii“

2.4. Cikloturizam

Biciklizam se definira kao način kretanja kopnom uz upotrebu bicikla, prijevoznog sredstva na ljudski pogon. Osnovni koncept bicikla do današnjih dana nije se bitno mijenjao, osim što je tehnološki napredak donio primjenu kvalitetnijih materijala, te su današnji bicikli daleko lakši za vožnju i sigurniji, a pomoću njih se mogu postizati i relativno velike brzine. Pojavio se u 19. stoljeću u Europi kao način bržeg i lakšeg transporta ljudi, a danas je osim načina prijevoza i rašireni sport te oblik rekreacije i dio je razvitka novog vida turizma koji se zove cikloturizam.

2.4.1. Pojam i značaj cikloturizma i cikloturista

Akcijски plan cikloturizam promatra u najširem mogućem smislu, kao „turističko putovanje biciklom, biciklistički izlet, dodatnu sportsko rekreativnu ponudu vožnje biciklom uređenim ili neuređenim stazama, sportsku manifestaciju te povremenu vožnju“. Cikloturizam u užem smislu promatra kao „oblik turističkih putovanja tijekom kojih je vožnja bicikla glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo obuhvaća razmjerno uzak segment turističke potražnje, dok znatno širu skupinu čine turisti kojima je vožnja biciklom dodatna aktivnost“. ⁵¹

Andrew Keeling, član dobrotvorne organizacije održivog prijevoza u Velikoj Britaniji („Sustrans“) smatra da cikloturizam podrazumijeva „rekreativne posjete, bilo s noćenjem ili dnevne posjete, udaljene od kuće, što uključuje vožnju bicikla kao temeljni i značajni dio posjete“ ⁵²

U Strategiji cikloturizma Australije (2005-2009), navodi se da cikloturizam podrazumijeva biciklizam kao svrhu odmora, rekreacije, užitka ili sporta i uključuje ili noćenja ili izlete u druge

⁵¹ Akcijски plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.3.

⁵² Sustrans (1999): *Cycle Tourism*, Information pack TT21, Sustrans, Bristol, UK., pp.1, dostupno na: <http://www.tourisminsights.info/ONLINEPUB/ONLINEP/PDFS/SUSTRAN/SUSTRANS%20-%20CYCLE%20TOURISM.pdf> [pristupljeno 19.8.2017.]

turističke regije tijekom kojih se posjetitelj bavi aktivnim biciklizmom ili je gledatelj na biciklističkom događaju.⁵³

Cikloturizam predstavlja rekreativne biciklističke aktivnosti od dnevnog ili poludnevnog povremenog izleta do višednevnih ciklotura na duge staze.⁵⁴ Lumsdon smatra da je najvažnije da posjetitelj percipira biciklizam kao sastavni dio izleta ili odmora, tj. kao pozitivan način provođenja slobodnog vremena.

S obzirom da definicija turista podrazumijeva osobu koja na putovanju izvan svojega mjesta stalnoga boravka (domicila) provede najmanje 24 sata, cikloturist treba stoga biti definiran kao osoba koja je udaljena od mjesta stalnog prebivališta u razdoblju od najmanje 24 sata (jednu noć), u svrhu odmora, a za koga je bicikl kao način prijevoza tijekom tog vremena sastavni dio odmora. Dok bi rekreativni biciklist trebao biti definiran kao osoba uključena u rekreativnu biciklističku aktivnost ili izlet, udaljena od mjesta stalnog prebivališta u vremenskom periodu koji nije duži od 24 sata (jednu noć) i biciklizam smatra pozitivnim korištenja slobodnog vremena.⁵⁵

Cikloturisti u većoj mjeri od ostalih vrsta turista koriste lokalnu trgovačku i ugostiteljsku ponudu, zbog čega im je važna njena raspoloživost i kvaliteta. Po pitanju prometne infrastrukture iznimno im je važna sigurnost ceste, zbog čega u slučaju nepostojanja uređenih biciklističkih staza i putova preferiraju ceste sa slabijim intenzitetom prometa na kojima se ostvaruju manje brzine te destinacije s označenim rutama i raznolikim sadržajima i atrakcijama uz njih.

Prilikom odabira smještaja cikloturisti preferiraju smještajne objekte prilagođene njihovim potrebama, odnosno koji udovoljavaju tzv. „bike and bed“ standardima. Ti standardi podrazumijevaju:⁵⁶

- Mogućnost prihvata cikloturista za samo jednu noć
- Sigurne prostorije za spremanje bicikala

⁵³ Faulks P., Ritchie B., Fluker M. (2007): *Cycle tourism in Australia: an investigation into its size and scope*, pp.7, dostupno na: http://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2015/02/Faulks_AustnCycleTourism.pdf [pristupljeno 20.8.2017.]

⁵⁴ Lumsdon L. (1996): *Cycle tourism in Britain*. Insights, D27-D32

⁵⁵ 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

⁵⁶ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.25.

- Raspoloživost preciznih i kvalitetnih karata regije po mogućnosti s označenim biciklističkim rutama
- Raspoloživost informacija o javnom prijevozu (željeznica, trajekti)
- Mogućnost korištenja alata za jednostavne popravke
- Informacije o lokacijama, radnom vremenu biciklističkih servisa u destinaciji ili njenom bližem okruženju za slučaj većih kvarova.

Biciklisti rekreativci predstavljaju veći potrošački segment, preferiraju fizički manje zahtjevne rute, imaju unaprijed planiran i organiziran itinerar te traže udoban smještaj. Većinom su srednje i zrelije dobi, od 35 do 60 godina, uglavnom koriste vlastiti bicikl, a ponekad unajmljuju bicikl u destinaciji. Često putuju u grupama ili cijele obitelji. Vole vožnju kroz očuvanu prirodu, a bitne su im kulturne i prirodne atrakcije kojim destinacija raspolaže te su zainteresirani za tematske manifestacije.⁵⁷

Tablica 3 : Tržište cikloturista prema osnovnim varijablama

Segment	Demografske značajke	Učestalost putovanja	Udaljenost	Motivacija	Lokacija
Povremeni cikloturisti	- Mladi - Obitelji s djecom - 55+	Nekoliko puta godišnje	- Kratke staze (30-40 km po danu) - 1-2 sata vožnje	- Zabava i rekreacija - Obiteljsko druženje	- Rute blizu mjesta stanovanja - Zaštićena područja
Cikloturisti koji preferiraju kratke staze	- Zrela dob - Obitelji s djecom	- Tjedne vožnje - Mjesečne vožnje	- 30-40 km po danu	- Zabava i rekreacija - Obiteljsko druženje	- Rute blizu mjesta stanovanja - Organizirana putovanja
Cikloturisti koji preferiraju duge staze	- Zrela dob - Obitelji s odraslom djecom - Samci	- Tjedne vožnje - Mjesečne vožnje	- 65-100 km po danu	- Zabava i rekreacija - Upoznavanje novih staza	- Dobro održavane rute - Duža organizirana putovanja
Natjecatelji	- Mladi i srednja dob - Grupe ili samci	Redovni treninzi i vožnje	- 100-160 km po danu	- Zabava i rekreacija - Natjecateljski izazov	- Dobro održavane rute - Duža organizirana putovanja - Izazovne rute

Izvor: Bike on tours

⁵⁷ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.26

Pasionarni biciklisti 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. Većina cikloturista dolazi vlastitim biciklom, a jedan manji dio u destinaciji unajmljuje bicikle. Uz vožnju kroz očuvanu prirodu, značajne su im kulturne i prirodne atrakcije na ruti. Ova vrsta cikloturista specifična je po tome što sudjeluje na međunarodnim i nacionalnim biciklističkim natjecanjima.⁵⁸

U skladu s iskustvima vodećeg svjetskog ciklo turoperatora „Saddle Skedaddle“ cikloturisti se mogu segmentirati i prema vrsti rute ovisno o njenoj težini i udaljenosti.⁵⁹

- 0 – blaga ruta /15-35 km dnevno / pretežito ravan teren, blagi usponi
- 1 – lagana ruta / 25-40 km dnevno / blagi teren, blagi usponi
- 2 – umjerena ruta / 35-65 km dnevno / za bicikliste rekreativce koji redovno vježbaju, zahtjevniji usponi
- 3 – ruta višeg intenziteta / 40-80 km dnevno / aktivni biciklisti, veće udaljenosti, zahtjevniji usponi
- 4 – izazovna ruta / 65-120 km dnevno / iskusni biciklisti, izazovne staze i izazovni usponi
- 5 – zahtjevna ruta / 90-160 km dnevno / pasionirani biciklisti, visoka razina fizičke spremnosti, duge, izazovne, zahtjevne staze

⁵⁸ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.27

⁵⁹ Ibid.

2.4.2. Razvoj cikloturizma u Europi

Prava revolucija u razvoju bicikla započela je 1855. godine kada je francuski radnik Ernest Michaux na drezinu primijenio nekoliko vlastitih mehanizama. Ta naprava se sastojala od dva kotača sa sjedalom i upravljačem. Kada je John Dunlop 1889. godine izumio pneumatike za kotače, novo prometalo nazvano je biciklom. Početkom 20. stoljeća došlo je do novih poboljšanja na biciklu koji je tako postao prvo vozilo pristupačno većini ljudi.⁶⁰

Danas cikloturizam spada u rastuće oblike turističkih aktivnosti. Procjenjuje se da će u europskim okvirima udio putovanja tijekom kojih je vožnja bicikla glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih desetak godina više od deset posto, a još je značajniji tržišni segment onih kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Iz toga proizlazi da cikloturizam predstavlja jedan od turističkih proizvoda s najvećom perspektivom razvoja.⁶¹

Prema procjenama Svjetske turističke organizacije (UNWTO-a) u Europi trenutno postoji više od 60 milijuna aktivnih biciklista, 60% muškaraca i 40% žena, različitih dobnih skupina. Oko 90% cikloturističkih putovanja je organizirano samostalno, a samo 10% putem turističkih posrednika. Prema podacima Europskog Parlamenta, cikloturističko tržište EU uključujući Norvešku i Švicarsku svakodnevno raste. Broj jednodnevnih posjetitelja koji koriste bicikle tijekom svog putovanja je teško procijeniti, dok se broj cikloturista koji ostvaruju najmanje jedno noćenje procjenjuje na oko 20 milijuna. Nešto više od jedne četvrtine europskih cikloturističkih putovanja se odvija u Njemačkoj, a oko 8% u Skandinavskim zemljama. Cikloturisti pripadaju skupini srednje ili visoko obrazovanih turista. Najčešće putuju u paru (50%), oko 30% cikloturista dolazi u skupini od 3 do 5 ljudi, a preostalih 20% su samci. Skoro 60% cikloturista promjeni smještaj nekoliko puta za vrijeme putovanja, dok oko 40% boravi u jednoj destinaciji.

⁶⁰ Tour of Croatia (2017): Službeni vodič, str.10, dostupno na:
<http://www.tourofcroatia.com/press/2017/Roadbook%20Tour%20of%20Croatia%202017.pdf>
[pristupljeno 23.8.2017.]

⁶¹ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.3.

Cikloturisti u prosjeku troše 53 eura dnevno uključujući i smještaj, dok jednodnevni posjetitelji u prosjeku troše 16 eura dnevno.⁶²

EuroVelo - Europska mreža biciklističkih ruta

Da razvoj cikloturizma u Europskoj uniji ima dobru razvojnu perspektivu pokazuje i razvoj projekta EuroVelo, koju vodi Europska federacija biciklista u suradnji s nacionalnim i regionalnim partnerima, kojoj je osnovni cilj inkorporirati postojeće i planirane nacionalne i regionalne biciklističke rute u jedinstvenu europsku mrežu.⁶³



Slika 1 : Europska mreža biciklističkih ruta EuroVelo

Izvor: <http://www.eurovelo.com/en/eurovelos>

⁶² EP (2012): *The european cycle route network eurovelo*. Brussels, Belgium: European Parliament, Directorate-General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism

⁶³ Akcijski plan razvoja cikloturizma (2015), op.cit.str.10

Za razdoblje od 2012. do 2020. godine Europska biciklistička federacija je u sklopu projekta “EuroVelo Central Coordination“ izradila strategiju razvoja cikloturizma za cijelo područje Europske unije koju je u cijelosti financirala Europska komisija i u njoj navodi slijedeće glavne ciljeve razvoja:⁶⁴

- Poticanje ekonomskog rasta i otvaranje novih radnih mjesta;
- Smanjenje negativnih učinaka prijevoza i turizma na okoliš;
- Poticanje regionalnog razvoja i razvoja ruralnih krajeva;
- Podizanje teritorijalne kohezije i međusobnog razumijevanja među europskim regijama;
- Pобољшanje zdravstvenog stanja građana Europske unije kroz poticanje zdravog načina života;
- Međusobno dijeljenje biciklističkih iskustava s ciljem poticanja razvoja kvalitetnih biciklističkih ruta.

Svi strateški dokumenti vezani za biciklizam ističu važnost primjerene realizacije četiri EuroVelo pravca kroz Hrvatsku:⁶⁵

- **EuroVelo 6** = Atlantik - Crno more / u Hrvatskoj Dunavska ruta (granica Mađarske – Batina – Osijek – Vukovar – Ilok – granica Srbije);
- **EuroVelo 8** = Mediteranska ruta / u Hrvatskoj Jadranska ruta (granica Slovenije – Umag – Pula – Rijeka – Zadar – Šibenik – Split – Dubrovnik – granica Crne Gore);
- **EuroVelo 9** = Baltik – Jadran (granica Slovenije – Umag – Poreč – Rovinj - Pula); i
- **EuroVelo 13** = Ruta željezne zavjese / u Hrvatskoj Dravska ruta (granica Slovenije – Varaždin – Hlebine – Donji Miholjac – granica Mađarske)

⁶⁴ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.10-11

⁶⁵ Ibid., op.cit.str.11

2.4.3. Razvoj cikloturizma u Hrvatskoj

Kao prometno sredstvo bicikl se u Hrvatskoj pojavio šezdesetih godina 19.stoljeća, a kao sportska grana 20 godina kasnije. Nazivao se i „koturaštvo“, a bicikl – „kotur“, „smovot“, „trkalica“, „brznoga“ i „dvokolica“. Prvi bicikl u Zagreb donio je Ladislav Beluš, sa svjetske izložbe iz Pariza 1867. godine. Rad prvog biciklističkog kluba u Hrvatskoj odobren je 1885.godine, a to je ujedno početak biciklizma kao sportske grane. U godini osnivanja klub je tiskao knjižicu „Pravila voznih propisa“ u kojoj je detaljno propisano ponašanje članova, to je bilo potrebno jer su prve bicikliste građani dočekali neprijateljski, a bilo je čak i prijedloga da se uvede taksa za upotrebu bicikla. ⁶⁶

Prvo hrvatsko društvo biciklista je 1886. godine u Zagrebu priredilo prvu biciklističku utrku, na 2400 metara i 20 kilometara. Diljem Hrvatske su osnivani prvi biciklistički klubovi, čiji su članovi ostvarivali velike uspjehe na međunarodnim natjecanjima. Prva cestovna biciklistička utrka u Hrvatskoj održana je 1892. na relaciji Zagreb - Petrinja, a nastupilo je osam vozača. Iste godine održano je i prvo prvenstvo Hrvatske, Slavonije i Dalmacije na 5000 metara, a utrku je pratilo 3000 gledatelja. Sve do početka 20.st. biciklizam je bio najrasprostranjeniji sport u Hrvatskoj. ⁶⁷

Republika Hrvatska je prema omjeru broja stanovnika i postignutih rezultata u vrhunskom biciklizmu u samom vrhu. Najvažniji biciklistički događaj proteklih godina u Hrvatskoj je „Tour of Croatia“, međunarodna biciklistička utrka koja se održava već treću godinu zaredom i okuplja timove iz najvišeg ranga klasifikacije Svjetske biciklističke organizacije (UCI). Ima izuzetno jak pozitivan utjecaj na porast interesa za biciklizam, što se očituje u zainteresiranosti medija za utrku, ali i u rastu broja rekreativaca i rekreativnih utrka. Ova manifestacija nema samo sportski značaj, već znatno pridonosi turističkoj promociji Hrvatske i njezinih prirodnih ljepota u svijetu. No, u Hrvatskoj se osim „Tour of Croatia“, održava još 5 cestovnih utrka koje su u UCI-jevom kalendaru, od čega su četiri u Istri početkom sezone i jedna u Zagrebu te 8 MTB utrka u UCI-jevom kalendaru od Premanture, Lošinja, Vodica, Sutivana, Samobora i Grožnjana. ⁶⁸

⁶⁶ Tour of Croatia (2017), op.cit.str.10

⁶⁷ Ibid., op.cit.str.10-11

⁶⁸ Ibid.,op.cit.str. 14

Povoljna klima, atraktivan i raznolik prirodni okoliš, bogata kulturno-povijesna baština iz raznolikih perioda, blizina velikih tržišta, sigurnost zemlje te mnogo cesta s manjim intenzitetom motornog prometa i putova pogodnih za kretanje bicikala pružaju Hrvatskoj brojne komparativne prednosti za razvoj cikloturizma. Unatoč brojnim prednostima koje Hrvatska posjeduje za razvoj cikloturizma, prepreka snažnijem razvoju cikloturizma u Hrvatskoj je mali broj posebno izgrađenih biciklističkih staza i traka, te loše održavanje i nepovezanost postojećih cikloturističkih ruta. Najveći dio postojećih, obilježenih cikloturističkih ruta često se nalazi na cestama gdje se odvija intenzivan promet motornih vozila, a brojne rute prolaze makadamskim cestama i zemljanim putovima pogodnim samo za brdske bicikle.

Po infrastrukturi namijenjenoj biciklistima, Hrvatska zaostaje za većinom zemalja u konkurentskom okruženju, no probleme predstavljaju i nedostatna smještajno-ugostiteljska ponuda za cikloturiste te neopremljenost turističkih atrakcija. Što dovodi do razmjerno malog broja cikloturista koji dolaze u našu zemlju unatoč atraktivnosti i raznolikosti hrvatskih krajolika i pogodnosti terena za vožnju bicikla. Stoga ovaj turistički proizvod, osim donekle u Istri, još uvijek nije dovoljno valoriziran, komercijaliziran niti promoviran, usprkos činjenici da je za razmjerno veliki broj turista na našim najvažnijim emitivnim tržištima vožnja biciklom važan faktor prilikom odluka o odabiru destinacije za odmor.⁶⁹

⁶⁹ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.3

Kako bi se potakao brži razvoj mreža biciklističkih ruta u svim dijelovima Hrvatske, osobito kroz osposobljavanje manje prometnih lokalnih cesta i putova, riječnih nasipa i napuštenih pruga te njihovog tematiziranja i označavanja, navode se prioriteti po pitanju uređenja biciklističkih ruta:⁷⁰

- povezivanje važnijih urbanih središta primorske Hrvatske i turističkih rivijera s okolicom (Pula – Rovinj, Opatija - Rijeka - Crikvenica, Nin - Zadar - Biograd, Vodice - Šibenik - Primošten, Trogir - Split - Omiš, Makarska rivijera, Dubrovnik – Konavle);
- glavni otoci (Krk, Cres, Lošinj, Rab, Pag, Brač, Hvar, Korčula) i poluotok Pelješac;
- Dalmatinsko zaleđe (Ravni kotari - Vransko jezero, područje NP Krka - Drniš - Knin, područje Vrlika - Sinj – Imotski);
- Gorski kotar i Lika, posebno okolica NP Plitvička jezera;
- povezivanje većih kontinentalnih urbanih središta s okolicom (Zagreb, Osijek, Varaždin, Karlovac, Sisak, Bjelovar, Koprivnica, Slavonski Brod, Vukovar);
- područja uz velike rijeke (Dunav, Drava, Sava, karlovačke rijeke); i
- područja uz termalna središta (zagorski termalni grozd, Sveti Martin na Muri, zona Daruvar – Lipik) i glavna vinogorja (Međimursko, Zagorsko, Moslavačko, Požeško-kutjevačko, Brodsko, Đakovačko, Baranjsko, Srijemsko).

⁷⁰ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.11-12



Slika 2 : Nacionalne biciklističke rute prema Pravilniku o funkcionalnim kategorijama za određivanje mreže biciklističkih ruta i EuroVelo mreža

Izvor: Pravilnik o funkcionalnim kategorijama za određivanje mreže biciklističkih ruta (NN 2057/2013.)

3. ANALIZA AKTUALNOG STANJA CIKLOTURIZMA U SPLITSKO-DALMATINSKOJ ŽUPANIJI

3.1. Prirodno-geografske značajke Splitsko-dalmatinske županije

Splitsko-dalmatinska županija geografski je smještena na središnjem dijelu jadranske obale. Prostire se na 14.106,40 km², od Vrlike na sjeveru do otoka Palagruže na jugu, od Marine na zapadu do Vrgorca na istoku. Prosječna gustoća nastanjenosti županije je 102,5 st/km². Glavno središte je grad Split u kojemu su smještene uglavnom sve regionalne i funkcije, a važnu subregionalnu funkciju imaju naselja Sinj, Imotski, Vrgorac, Makarska te otočna središta.⁷¹

Županija se dijeli u tri geografske pod cjeline: zaobalje, priobalje i otoke. Zaobalje, u kontinentalnom dijelu županije, ispresijecano je planinama koje se pružaju paralelno s obalom. Kraj je rijetko nastanjen i ekonomski siromašan. Priobalje čini uski pojas uz more između planinskih lanaca i mora, visoko je urbanizirano i ekonomski razvijenije u odnosu na zaobalje. Otoci su slabo nastanjeni, ali su ekonomski razvijeniji od zaobalja. Otočno područje Županije sastoji se od 74 otoka i 57 hridi i grebena. Veličinom i naseljenošću izdvaja se 5 otoka, a to su: Brač, Hvar, Vis, Čiovo i Šolta.⁷²

Županija se nalazi u zoni jadranskog tipa mediteranske klime čije su osnovne osobine suha i vruća ljeta te blage i vlažne zime. Klima otočkog područja je topla s obiljem sunca i temperaturama koje rijetko padnu ispod nule, te sa malo oborina, za razliku od klime zaobalnog područja gdje temperature tijekom jesenskih i zimskih mjeseci često padaju ispod nule, a prisutna je i veća količina oborina. Temperatura najhladnijeg mjeseca se kreće između -3°C i +18°C, dok je srednja temperatura najtoplijeg mjeseca veća od 22°C.⁷³

Jadransko more kao prirodni izvor relativno tople vode s temperaturom od 10 do 26°C najvažniji je indikator klimatskih karakteristika na širem području Županije. Srednja godišnja temperatura

⁷¹ Regionalni operativni program Splitsko-dalmatinske županije (2006.-2013.), Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, dostupno na: http://www.dalmacija.hr/Portals/0/docs/Tajnistvo/ROP_S-D_%C5%BDupanije.pdf [pristupljeno: 1.9.2017.]

⁷² Javna ustanova RERA S.D. za koordinaciju i razvoj SDŽ: *Razvojna strategija SDŽ* (2011.-2013.) str. 7, dostupno na: http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Splitsko_dalmatinska_%C5%BEupanija.pdf [pristupljeno: 1.9.2017.]

⁷³ Ibid., op.cit.str. 8-9

mora je 17,6 °C, a raspored struja, vjetrova i utjecaj riječnih tokova je takav da ga čini s jedne strane čistim i izvanrednom pretpostavkom razvitka turizma, te s druge strane u mnogim područjima pogodnim za sve djelatnosti ribarstva. Flora i fauna na području Županije bogate su i raznolike, s velikim brojem endemskih, ugroženih i zaštićenih vrsta.

Najviši planinski vrh na kopnu je Sveti Juraj na Biokovu (1762 m), a na otoku Vidova gora na Braču s oko 900 m visine. Najduža je rijeka Cetina, duga 105 km. U županiji se nalazi i Park prirode Biokovo, dok otoci Hvar, Brač i Vis kriju desetke prirodnih atrakcija kao što su Pakleni otoci, Modra špilja i pustinja Blaca. Riječ je o prostoru koji integrira različitosti i od njih čini neobične atrakcije.⁷⁴

Velika raznolikost krajolika na razmjerno malom prostoru i visoka razina očuvanosti prirode te razmjerno ugodna klima u većem dijelu godine, županiji daje izvrsnu podlogu za razvoj cikloturizma.

3.2. Analiza ponude cikloturizma u županiji

Početak 2014. godine u Splitsko – dalmatinskoj županiji nije postojala ni jedna uređena biciklistička staza, niti jedan objekt prilagođen prihvatni cikloturista. Stoga turistička zajednica u suradnji s biciklističkim savezom županije kreira svoj model razvoja cikloturizma. Oformljen je tim, donesena je Strategija razvoja cikloturizma u županiji, napisani su standardi za razvoj te je uspostavljena piramida dionika. Uz naporan trud i rad, početkom 2017. godine županija ima čak 3.500 km ruta, na 100 uređenih, označenih staza prilagođenih najzahtjevnijim potrebama cikloturista, 7 organiziranih utrka, 18 objekata prilagođenih potrebama modernog cikloturista.

Cikloturizam u SDŽ podijeljen je na 5 ciklo-regija; Dalmatinsku zagoru, Makarsku rivijeru, otok Brač, otok Hvar i Splitsku rivijeru. Svaka ciklo regija (osim Splitske rivijere na kojoj se još radi) ima razvijene, osmišljene tematske rute. Na službenoj Internet stranici cikloturizma SDŽ, kreiranoj od strane biciklističkog saveza i turističke zajednice županije, dostupno je 46

⁷⁴ Glavni plan razvoja turizma splitsko-dalmatinske županije (2005), dostupno na: <http://www.dalmacija.hr/portals/0/docs/UOturizam/GLAVNI%20PLAN%20TURIZMA.pdf> [pristupljeno 1.9.2017.]

osmišljenih, označenih staza koje su prema težini podijeljene u brežuljkaste, planinske i ravne, a prema tipu staze mogu biti asfaltne, kombinacija asfalta i makadama te makadamske.



Slika 3 : Ravne staze (duljine do 30km i 300m uspona)

Izvor: Službena stranica cikloturizma SDŽ, <http://www.dalmatia-bike.com/signalizacija-i-oznake/>



Slika 4 : Brežuljkaste staze (do 700m uspona)

Izvor: Službena stranica cikloturizma SDŽ, <http://www.dalmatia-bike.com/signalizacija-i-oznake/>



Slika 5 : Planinske staze (sa preko 1000m uspona s tehnički zahtjevnim dionicama)

Izvor: Službena stranica cikloturizma SDŽ, <http://www.dalmatia-bike.com/signalizacija-i-oznake/>

Prema vrsti, staze su podijeljene u morske, koje povezuju više plaža i obalnih atrakcija čak i otoke međusobno, povijesne koje povezuju bar tri povijesne atrakcije ili muzeja, ruralne koje povezuju stara naselja, crkve, mlinove, OPG, konobe, vinske koje povezuju vinograde, konobe, OPG, i prirodne atrakcije koje povezuju rijeke, šume, polja, jezera, planine i parkove prirode.

Ciklo regija **Dalmatinske zagore** raspolaže s dvije cikloturističke staze od kojih se obje nalaze u području grada Vrgorca. Prva staza pod nazivom „Tri polja“ prolazi rutom = Vrgorac-Banja-Orah-Veliki Prolog-Umčani-Kokorići-Višnjica-Ravča. Staza je brežuljkasta i cijelom dužinom staze (43.3 km) se vozi asfaltom, a obilazi polja Rastok, Jezero i Bunina.

Druga staza ciklo regije Dalmatinske zagore pod nazivom „Mate svjetskoga“ prolazi rutom Vrgorac-Prapatnica-Stilja-Poljica kozička-Kozica-Vrgorac. Staza je planinska i cijelom dužinom staze (47.9 km) se vozi asfaltom, a otkriva zanimljivu priču poznatog svjetskog putnika, Vrgorčanina Mate Šimunovića. U blizini ove dvije staze nalazi se prikladan smještaj za cikloturiste u hotelu Prvan u središtu Vrgorca.

Ciklo regija **Makarska rivijera** sadrži šest staza, a to su; Drvenik-Gradac, Igrane-Živogošće, Tučepi-Podgora Tour, Biokovo Tour (jedina planinska staza, sve ostale su brežuljkaste), Makarska Tour te Brela Tour, od kojih su odabrane dvije najzanimljivije staze o kojima će se pisati u nastavku rada.

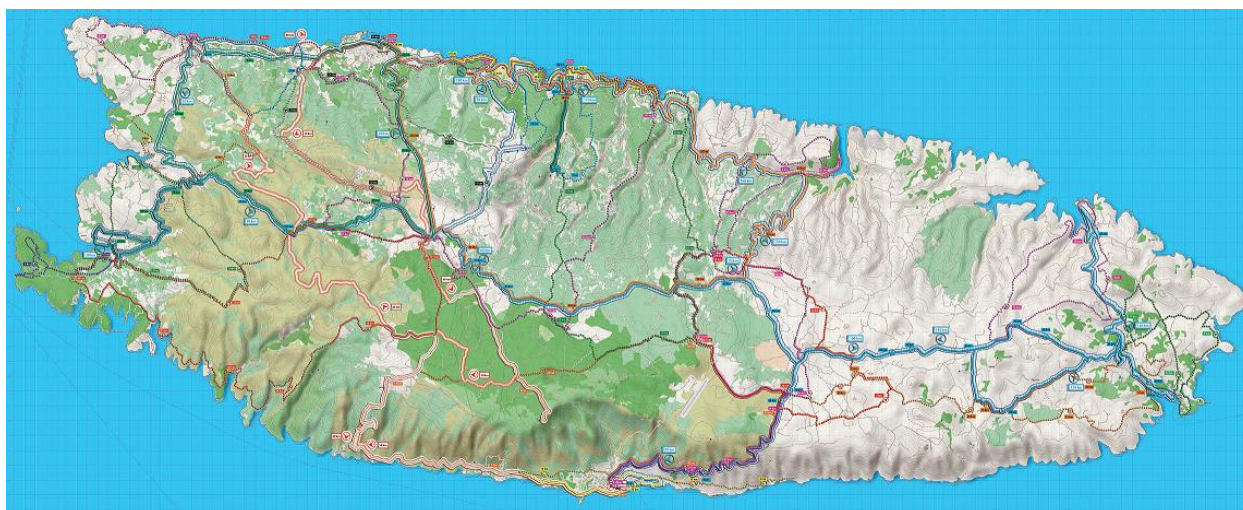
Staza „Drvenik-Gradac“ prolazi rutom Drvenik-Zaostrog-Podaca-Brist-Gradac-stari Gradac-stari Zaostrog-Drvenik (27.5 km), od koje se asfaltom vozi 14.7 km, a makadamom 12.8 km. Staza spaja ljepotu obalnog dijela rivijere u blizini kojeg se nalazi poznati Franjevački samostan te planinskog predjela Biokova koji vodi kroz autohtona dalmatinska stara sela i mnogim povijesnim građevinama i znamenitostima, od kojih je najvažnija fortifikacijska utvrda Gradina. U blizini ove staze uz samu plažu u mjestu Brist, nalazi se apartman Nina, pogodan za boravak cikloturista. U mjestima Podaca i Gradac, također se nalazi privatan smještaj prikladan cikloturistima.

Staza „Biokovo tour“ (Makarska 0m/nv - Sv. Jure 1762m/nv -Makarska 0m/nv) jest jedna od zahtjevnijih staza zbog njenog uspona do najvišeg vrha planine Biokovo - Sv. Jure, koji se nalazi na nadmorskoj visini od 1762 m te ulazi u kategoriju zahtjevne i teške staze. Prosječno vrijeme vožnje potrebno za dolazak do vrha Sv. Jure je tri sata, ali sve ovisi o fizičkoj spremnosti vozača.

Smještaj pogodan za boravak cikloturista u blizini ove dvije staze, nalazi se u Tučepima u hotelu Alga, u Brelima u Bluesun hotelu Soline, te u hotelu Bonaca i apartmanu West u Makarskoj.

Otok Brač broji čak 25 staza, čija je ukupna dužina 1026 km što Brač čini otokom s najviše biciklističkih staza. Staze koje nose imena svetaca su staza sv. Josipa (dužine 45 km), sv. Jelene (29.54 km), sv. Jere (55.18 km), sv. Petar (49.16 km) sv. Lovre (27.59 km), sv. Roka (14.72 km). Staza koja povezuje Brač u cijelosti nosi naziv zaštitnika otoka sv. Juraj i ukupne je dužine 180.13 km. Tu su i staze koje nose imena kao sto je Sunce (36.71 km), Pinija (90.43 km), Srce Brača (53.46 km), Vrh Brača (16.98 km), Via Brachia (36,71 km), Medulla (109.22 km), Kadulja (54.99 km), Maestral (9.19 km), Tvrđava i lanterna (10.44 km), Profunda (32.12 km), Tramuntana (16.59 km), Cvrčka (16.82 km), Macica, Vivera (19.74 km), Plavac mali (44.05 km), Ruzmarin (19.80 km), Panorama Povlja (17.51 km), Česmina (24.04 km) ili Levanat (10.54 km).

Na otoku Braču, u mjestu Bol, nalazi se smještaj prikladan cikloturistima u hotelu Elaphusa.



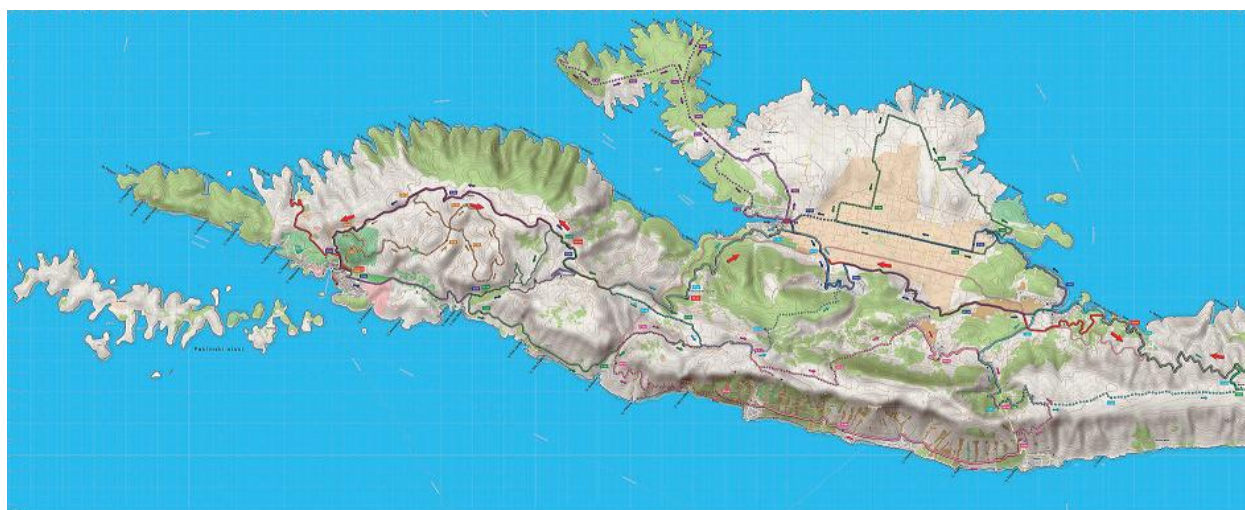
Slika 6 : Mapa cikloturističkih ruta otoka Brača

Izvor: Službena stranica cikloturizma SDŽ – „Dalmatia-Bike“ ,

dostupno na: <http://www.dalmatia-bike.com/popis-brosura/>

Na **Otoku Hvaru** nalazi se 13 uređenih staza ukupne duljine 470 kilometara, a to su ; Lesina, Težačka, Malo Grablje, Sveti Nikola, Purkin kuk, Kroz Dračevicu, Kabal, Preko vrha, Za UNESCO-m, Dubova, Humac, Deset uvala i Sućuraj. Hotel Amfora u gradu Hvaru nudi prikladan smještaj za cikloturiste.

Jedna od većih prepreka u razvoju cikloturizma na otocima predstavlja prijevoz bicikla do otoka. Naime, katamaranom je nemoguće prevesti biciklu, a cijena prijevoza bicikle na trajektu, skuplja je od karte za prijevoz osobe. U suradnji s otočkim općinama aktivno se radi na rješavanju tog problema s Jadrolinijom.



Slika 7 : Mapa cikloturističkih ruta otoka Hvara

Izvor: Službena stranica cikloturizma SDŽ – „Dalmatia-Bike“ ,

dostupno na: <http://www.dalmatia-bike.com/popis-brosura/>

Splitska rivijera nema ni jednu mapiranu biciklističku stazu na stranicama cikloturizma županije iz razloga što je na tom području cestovni promet jakog intenziteta što nije pogodno za cikloturiste. Taj problem nastoji se riješiti alternativnim rutama u područjima manjeg prometnog intenziteta i na tome se kontinuirano radi.

Detaljne informacije kao i mape svih ruta nalaze se na službenoj stranici cikloturizma SDŽ (<http://www.dalmatia-bike.com>)

Važno je spomenuti da kroz SDŽ prolazi i ruta EuroVelo 8. To je ruta duljine 5888 km i proteže se kroz 11 zemalja te povezuje mnoga odredišta koja su ujedno i popularne turističke destinacije, primjerice Barcelonu, Monaco, Veneciju, hrvatsku obalu Jadranskog mora, Cipar. Ruta još nije završena iako je u potpunosti financira EU.



Slika 8 : Biciklistička ruta EuroVelo 8

Izvor: <http://www.eurovelo8.com/>

Smještaj prikladan cikloturistima u SDŽ

Da bi se dobila oznaka kvalitete „bike“ objekta (u privatnom smještaju) Splitsko-dalmatinske županije potrebno je imati: rješenje o kategorizaciji objekta, prostoriju za siguran smještaj bicikla, na upit, osigurati smještaj cikloturistu i na jednu noć, dati informacije o stazama u blizini, o trgovinama i servisima, posjedovanje kompleta osnovnog alata za popravak bicikla. Da bi se dobila oznaka kvalitete „bike hotel“ objekta (u hotelima) Splitsko-dalmatinske županije, pored prethodno navedenog za privatni smještaj potrebno je još imati stalak za bicikl ispred objekta, mogućnost pranja bicikla, hotelskog „specijalistu“ za bicikl te informirano osoblje, hotelski kutak s kartama i turama, posjedovanje alata i dijelova za popravak bicikla. Dobivanje oznake „bike kamp“ zahtjeva gotovo jednake stavke kao i za „bike hotel“, jedina razlika jest u tome što je za kamp potreban komplet osnovnog alata za popravak bicikla, kao i za privatne iznajmljivače te nije potrebna stručna osoba.

Turističke zajednice SDŽ su početkom godine raspisale natječaje za sufinanciranje certificiranja objekata pogodnih za smještaj cikloturista. Visina iznosa certificiranja bike objekata iznosi 300 kn za male iznajmljivače, 700 kn za kampove te 1200 kn za hotele. Iz dolje priloženog dokumenta može se vidjeti da je turistička zajednica općine Gradac sufinancirala 50% sredstava od prethodno navedenih iznosa, odnosno 300 kn za male iznajmljivače, 350 kn za kampove te 600 kn za hotele.

Turistička zajednica općine Gradac s danom 7.2.2017. raspisuje

NATJEČAJ za sufinanciranje certificiranja Bike objekata

Članak 1.

U cilju proširenja osnovne turističke ponude, Turistička zajednica općine Gradac raspisuje natječaj za sufinanciranje Bike objekata.

Članak 2.

Prihvatljivi prijavitelji na ovaj natječaj jesu davatelji usluge smještaja: sobe, apartmani, kampovi i hoteli. Prijavitelji se mogu kandidirati u kategorijama:

- Bike & bed
- Bike kampovi
- Bike hoteli

Članak 3.

Predmet ovog natječaja je pedesetpostotno (50%) sufinanciranje certificiranja Bike objekata, što uključuje

- Nabavu kompleta alata i rezervnih dijelova
- Pregled objekata od strane ovlaštenih certifikatora
- Dodjelu oznake Bike & bed (ili Bike hotel ili Bike camp)
- Pleksiglas ploču s predmetnom oznakom kvalitete
- Uvrštenje na web stranicu www.dalmatia-bike.com

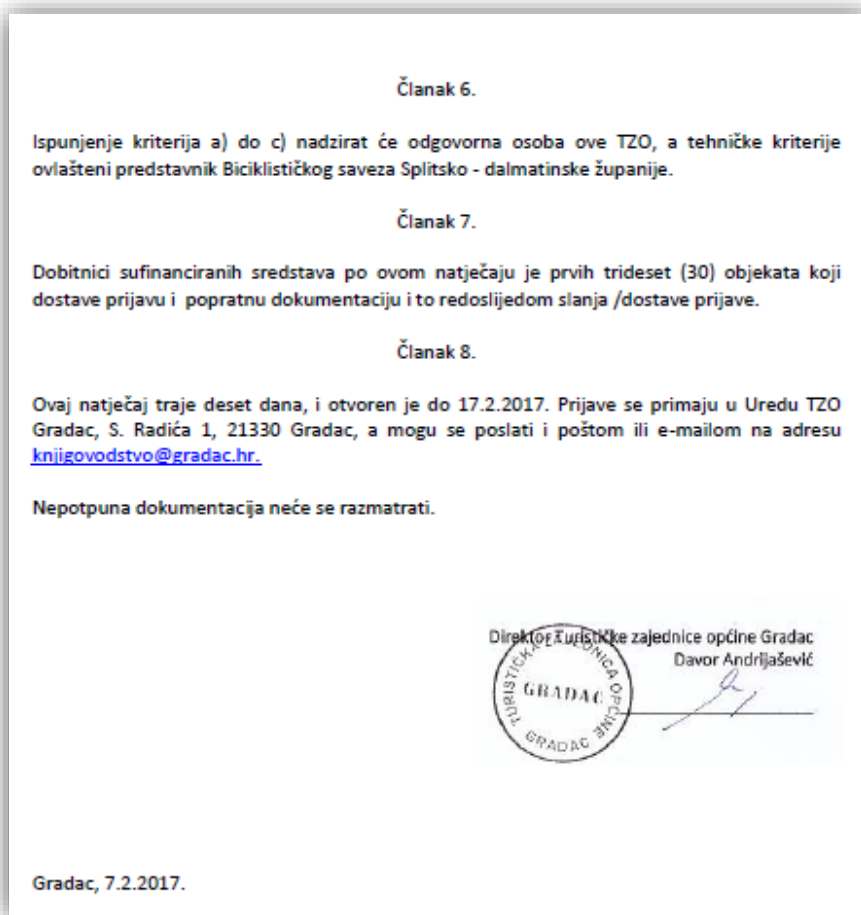
Članak 4.

Visina iznosa certificiranja Bike objekata iznosi 300 kn za Bike & bed objekte (sobe i apartmane, male iznajmljivače), 700 kn za Bike kampove i 1200 kn za Bike hotele. Turistička zajednica općine Gradac sufinancira 50% tih sredstava, odnosno 300 kn za Bike & bed objekte, 350 kn za Bike kampove i 600 kn za Bike hotele.

Članak 5.

Kriteriji koje prihvatljivi natjecatelji moraju ispuniti jesu:

- a) Da su registrirani davatelji usluge smještaja
- b) Da nemaju obveza prema ovoj TZO s naslova članarine i boravišne pristojbe
- c) Da nemaju obveza prema poreznoj upravi, što dokazuju potvrdom, ne starijom od 15 dana
- d) Da zadovoljavaju tehničke kriterije, i to:
 - Da je njihovom smještajnom objektu moguće neposredno prići biciklom
 - Da u sklopu svojeg objekta imaju sigurnu prostoriju za smještaj bicikla
 - Da imaju mogućnost pranja bicikla (za kampove)
 - Da imaju kutak s mapama i kartama (za kampove i hotele)



Slika 9 : Natječaj za sufinanciranje certificiranja objekata prikladnih za smještaj cikloturista

Izvor: Turistička zajednica općine Gradac

Ukoliko smještajni objekt u županiji ispuni sve potrebne uvjete i dobije oznaku kvalitete „bike“ smještaja, turistička zajednica i biciklistički savez županije oglase ga na svojoj službenoj internet stranici. Na stranici je trenutno oglašeno 18 objekata prikladnih za cikloturiste, a iz dana u dan njihov broj je sve veći.

Jako bitan segment cikloturistima jest i prikladan servis za bicikl, ukoliko dođe do kvara. Na službenim internet stranicama oglašene su samo dvije trgovine u kojima se može servisirati bicikl, od kojih se jedna nalazi u gradu Splitu, a druga u Makarskoj. No, na nekoliko mjesta uz same biciklističke rute, postavljeni su samoposlužni servis punktovi koji sadrže osnovni alat za popravak bicikla.

3.3. Analiza potražnje za cikloturizmom u županiji

Teško je utvrditi sveukupni obujam cikloturističke potražnje, zbog toga što se određeni podatci mogu skupiti samo za organizirane grupe cikloturista i biciklista na sportskim pripremama, koji zauzimaju samo dio sveukupne cikloturističke potražnje. Primjerice, hoteli u Baškoj Vodi su u ožujku 2015. godine ugostili na pripremama, 280 biciklista iz Slovačke, koji su ostvarili oko 2000 noćenja. Općina Sutivan u svibnju 2015. godine ostvarila je 600 noćenja sudionika biciklističke utrke „XCM Uvati vitar“. Općina Klis u ožujku 2016. primila je 300 sudionika utrke „XCM Atrium spring“ na izletu u Klisu.⁷⁵

Jako je teško doći do podataka o broju turista koji u destinaciji koriste vlastite bicikle dovezene motornim vozilom, te o broju turista koji koriste usluge iznajmljivanja bicikla. Stoga je u svrhu planiranja budućih akcija vezanih za cikloturizam nužno poduzimanje anketnih istraživanja i mjerenja prometa biciklista na turistički zanimljivijim rutama radi utvrđivanja stvarnog obujma cikloturističke potražnje.

Usprkos nedostatku pouzdanih brojčanih pokazatelja, zbog utvrđenih prednosti Hrvatske kao nove članice Europske unije s mnoštvom krajolika privlačnim za biciklizam, očekuje se stalni rast interesa kako za cikloturizam u užem smislu, tako i za korištenje bicikala kao jednog od oblika rekreacije tijekom provođenja odmora. Na temelju nalaza iz Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine izmijenjenih aktualnim saznanjima mogu se odrediti potencijalna ciljna tržišta, prikazana u tablici 4.

⁷⁵ Croatian hot spots, dostupno na: <http://hotspots.net.hr/2016/04/veliki-planovi-za-razvoj-cikloturizma-u-splitsko-dalmatinskoj-zupaniji/> [pristupljeno 3.9.2017.]

Tablica 4 : Segmentacija glavnih ciljnih tržišta cikloturista

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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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. Zanimaju ih izazov i zahtjevnije biciklističke staze. Dolaze vlastitim biciklom.	<ul style="list-style-type: none"> - 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, str.22, dostupno na:

http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_akcijski_cikloturizam.pdf

U skladu s ovako opisanim tržišnim segmentima mogu se izdvojiti i posebne skupine biciklista ovisno o njihovim interesima, iz čega onda proizlaze i prioritete po pitanju uređenja infrastrukture.⁷⁶

- Povremeni cikloturisti, u koje spadaju i dnevni izletnici i rekreativci iz Hrvatske, preferiraju razmjerno kraće biciklističke rute u blizini svog ishodišta - smještajnog objekta za turiste, a mjesta stanovanja za domaću populaciju. Pri tom im je važno da su rute atraktivne i s malo automobilskeg prometa, a ponuda dodatnih usluga ima manju ulogu;

⁷⁶ Akcijski plan razvoja cikloturizma, op.cit.str.22-23

- 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. Ovoj skupini atraktivnost ruta je još važnija nego prethodnoj skupini, a bitno im je i postojanje kvalitetnih ugostiteljskih i servisnih sadržaja u prostoru.
- Za cikloturiste na duge staze ključno je postojanje dugih (najmanje 100 kilometara) dobro uređenih i atraktivnih ruta, a bitna im je i ponuda smještaja prilagođenom cikloturistima, kao i ponuda kvalitetnih ugostiteljskih i servisnih sadržaja na ruti.
- Za sportske bicikliste bitni su slični elementi kao i za cikloturiste na duge staze, ali za njih dodatnu važnost imaju i intenzitet automobilske prometa te povoljni klimatski uvjeti, osobito izvan ljetne sezone. Još veću važnost za ovu skupinu ima kvaliteta smještajne ponude i njena prilagođenost cikloturistima, s time da je s obzirom na činjenicu da se radi o grupama nužno postojanje većih hotela.

Zahvaljujući obilju slabo korištenih makadamskih cesta i šumskih putova neopterećenih velikom pješačko-planinarskom potražnjom, u županiji su već sada vrlo povoljni uvjeti za korisnike brdskih bicikala. Uvjeti za udovoljavanje zahtjevima potražnje osoba koji koriste cestovne bicikle su znatno lošiji zbog prolaska mnogih ruta po cestama s velikim intenzitetom prometa motornih vozila. To je osobito velik problem u razvijenim turističkim područjima županije kao što su Makarska rivijera i Splitsko područje. U tim destinacijama usprkos atraktivnosti krajolika miješanje s intenzivnim automobilskim prometom (osobito u ljetnim mjesecima) znatno ograničava razvoj cikloturizma, a tako i jače korištenje bicikala kao oblika dodatne turističke aktivnosti.⁷⁷

⁷⁷ Akcijski plan za razvoj cikloturizma, op.cit.23

4. EMPRIJSKO ISTRAŽIVANJE

4.1. Metodologija istraživanja

Krajem mjeseca lipnja te tijekom mjeseca srpnja 2017. godine, podijeljeni su anketni upitnici (u prilogu) u tiskanom obliku na hrvatskom i engleskom jeziku. Najveći dio anketnih upitnika nalazio se na recepciji kampa u Stobreču. Prilikom prikupljanja ispunjenih anketa, u razgovoru s djelatnicom recepcije kampa, zaključeno je da su ankete ispunjavali cikloturisti po odlasku iz kampa. Većina gostiju kampa posjedovala je bicikl, bilo unajmljeni, bilo vlastiti. Upravo iz tog razloga što posjetitelji kampa veći dio svog odmora provode biciklirajući, kamp u dodatnoj ponudi nudi mogućnost iznajmljivanja bicikla. Ostali upitnici podijeljeni su u neposrednoj blizini kampa Viter u Zaostrogu (zaustavljajući turiste koji su u to vrijeme vozili bicikl), te u privatnom smještaju (apartmanima) u kojima su po raspoloživim informacijama boravili cikloturisti.

Anketni upitnik je bio u potpunosti anonimn, a u njegovom ispunjavanju sudjelovalo je ukupno 46 ispitanika. Važno je ponovno napomenuti da su ispitanici podijeljeni prema vrsti odabranog proizvoda cikloturizma u destinaciji. Prvu skupinu čine cikloturisti koji na odmoru u destinaciji voze bicikl na poludnevnom izletu, drugu skupinu čine cikloturisti koji na odmoru u destinaciji voze bicikl na cjelodnevnom izletu, dok treću skupinu čine cikloturisti koji na odmoru u destinaciji voze bicikl na višednevnim cikloturama. Anketni upitnik se sastojao od osam pitanja koja su utvrdila demografska obilježja posjetitelja (spol, dob, razinu stečenog obrazovanja), obilježja putovanja cikloturista (prosječnu tjednu vožnja bicikla u mjestu stalnog prebivališta i svrhu vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta), motive cikloturista za izborom cikloturističke destinacije te zadovoljstvo cikloturista postojećom cikloturističkom ponudom u destinaciji. Dobiveni podatci statistički su se obradili uz pomoć računalnog programa SPSS-a i grafički će biti prikazani i detaljno opisani u nastavku rada. Za testiranje postavljenih hipoteza, upotrijebljeni su Mann-Whitney U-test, koji se primijenio u slučaju testiranja dva neovisna uzorka te Kruskal-Wallis test koji se primijenio u slučaju testiranja više od dva neovisna uzorka.

4.2. Rezultati i analiza provedenog istraživanja

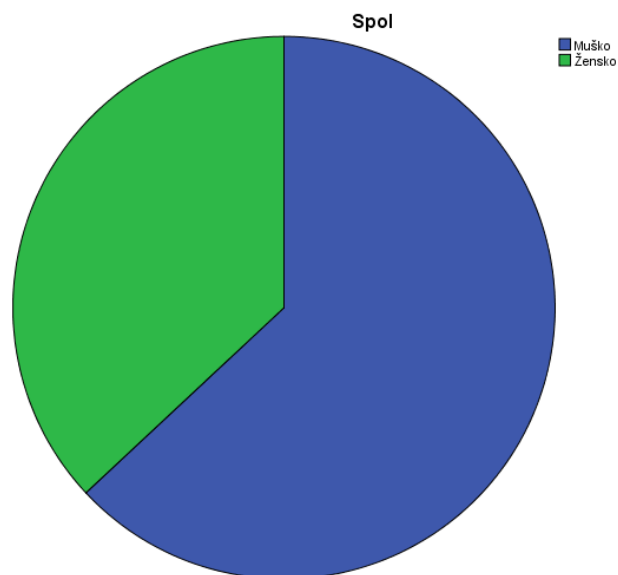
Uvodne varijable

Tablica 5. Ispitanici prema spolu

		Spol			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muško	29	63.0	63.0	63.0
	Žensko	17	37.0	37.0	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

Iz promatrane tablice je vidljivo da je u istraživanju sudjelovalo ukupno 46 ispitanika, od čega ih je 29 ili 63% muškog spola, dok je ženskih ispitanika 17 ili 37%. Omjer ispitanika prema spolu je vidljiv na grafičkom prikazu 1.



Grafički prikaz 1. Ispitanici prema spolu

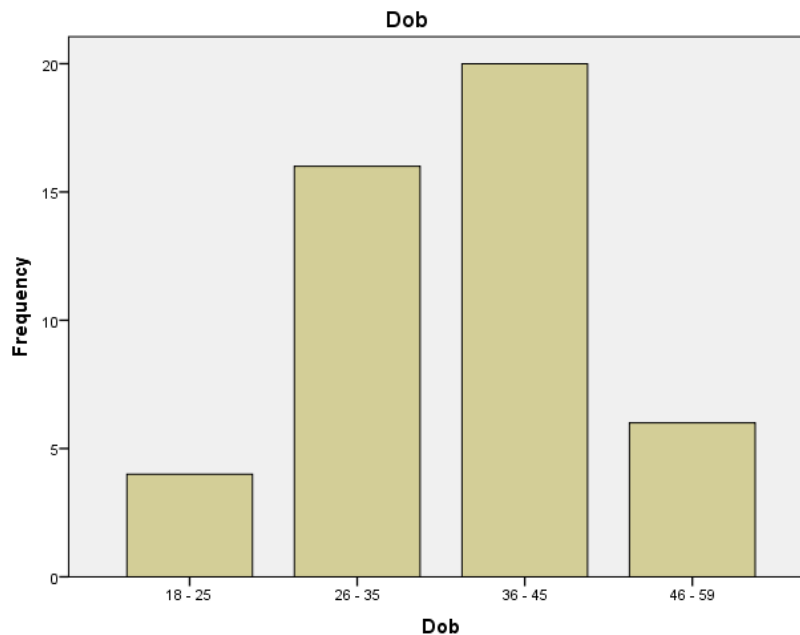
Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 6. Ispitanici prema dobnoj skupini

		Dob		
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	18 - 25	4	8.7	8.7
	26 - 35	16	34.8	43.5
Valid	36 - 45	20	43.5	87.0
	46 - 59	6	13.0	100.0
	Total	46	100.0	100.0

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica prikazuje ispitanika prema dobi, te je iz iste vidljivo da je ispitanika u dobi od 18 do 25 godina 4 i čine 8,7% uzorka; ispitanika u dobi od 26 do 35 godina je 16 te čine 34,8% uzorka; ispitanika u dobi od 36 do 45 godina je 20 i čine 43,5% uzorka; te da je ispitanika u dobi od 46 do 59 godina 6 i čine 13% uzorka. Nitko od ispitanika nema 60 i više godina. Omjeri ispitanika prema dobi je vidljiv na grafičkom prikazu 2.



Grafički prikaz 2. Ispitanici prema dobnoj skupini

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 7. Ispitanici prema državi prebivališta

		Država prebivališta			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hrvatska	10	21.7	21.7	21.7
	BiH	14	30.4	30.4	52.2
	Njemačka	8	17.4	17.4	69.6
	Italija	2	4.3	4.3	73.9
	Austrija	7	15.2	15.2	89.1
	Češka	2	4.3	4.3	93.5
	Poljska	3	6.5	6.5	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

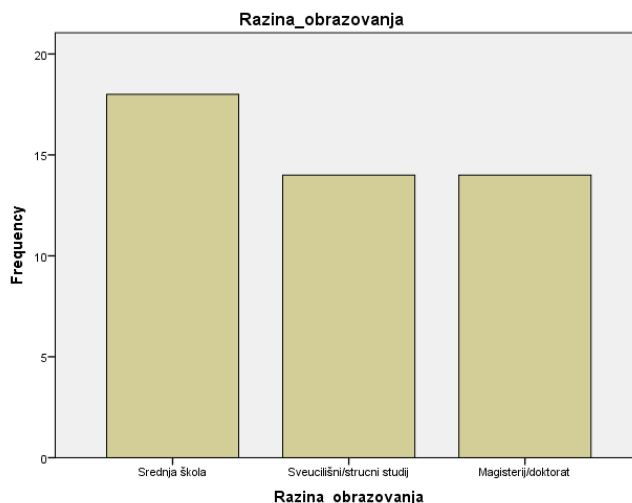
U tablici 7. prikazani su ispitanici prema državi prebivališta. Najviše ispitanika je iz Bosne i Hercegovine, njih ukupno 14 i čine 30,4% uzorka. Zatim su najbrojniji domaći ispitanici, tj. ispitanici s prebivalištem u RH, njih je ukupno 10 i čine 21,7% uzorka. Potom redom slijede ispitanici s prebivalištem u Njemačkoj (njih je ukupno 8 ili 17,4%), Austriji (njih je ukupno 7 ili 15,2%), Poljskoj (njih ukupno 3 ili 6,5%), te ispitanici iz Italije i Češke (njih ukupno po 2 ili 4,3%).

Tablica 8. Ispitanici prema razini obrazovanja

		Razina obrazovanja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Srednja škola	18	39.1	39.1	39.1
	Sveučilišni/stručni studij	14	30.4	30.4	69.6
	Magisterij/doktorat	14	30.4	30.4	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

Promatrana tablica prikazuje ispitanike prema stupnju obrazovanja, te je iz iste vidljivo da je u istraživanju sudjelovalo 18 ispitanika koji imaju završenu srednju školu te čine 39,1% uzorka. Ispitanika koji imaju završeni sveučilišni ili stručni studij ima 14 i čine 30,4% uzorka. Dok je ispitanika s magisterijem ili doktoratom ukupno 14 te također čine 30,4% uzorka. Omjer ispitanika prema stupnju obrazovanja je vidljiv na grafičkom prikazu 3.



Grafički prikaz 3. Ispitanici prema razini obrazovanja

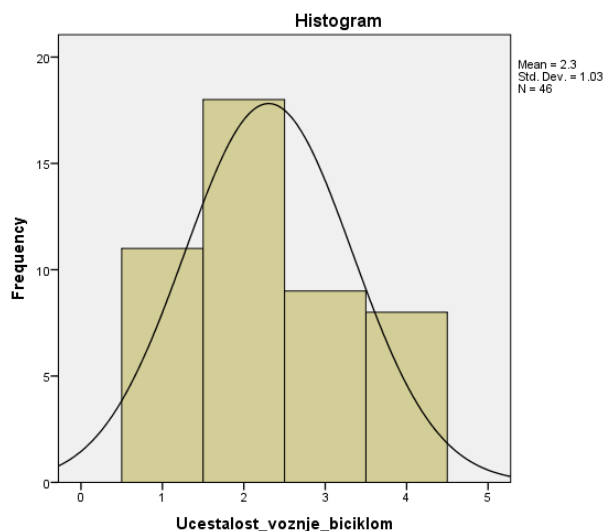
Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 9. Ispitanici prema učestalosti vožnje biciklom

Učestalost vožnje biciklom				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 - 2 puta tjedno	11	23.9	23.9	23.9
3 - 4 puta tjedno	18	39.1	39.1	63.0
Valid 5 - 6 puta tjedno	9	19.6	19.6	82.6
Više od 6 puta tjedno	8	17.4	17.4	100.0
Total	46	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

Prikazana tablice prikazuje ispitanika prema učestalosti vožnje biciklom, te je iz nje vidljivo da 11 ispitanika (ili njih 23,9%) koristi bicikl 1-2 puta tjedno; 18 ispitanika (ili njih 39,1%) ga koristi 3-4 puta tjedno; 9 ispitanika (ili njih 19,6%) ga koristi 5-6 puta jedno; dok 8 ispitanika (ili njih 17,4%) ga koristi više od 6 puta tjedno, tj. svakodnevno. Omjer ispitanika prema učestalosti vožnje biciklom je prikazan na grafičkom prikazu 4.



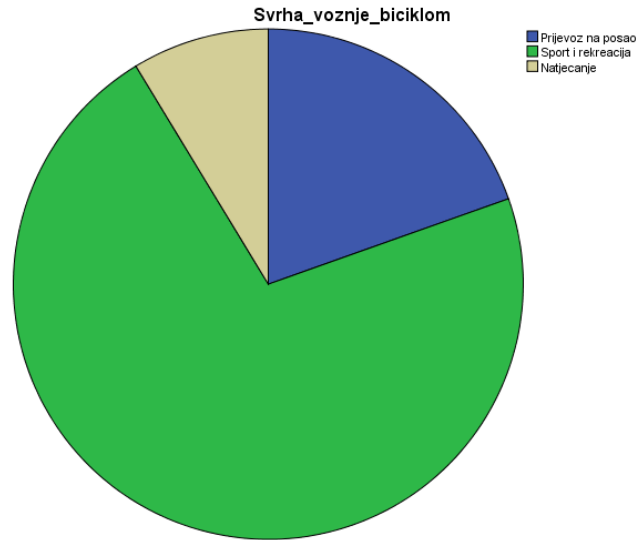
Grafički prikaz 4. Ispitanici prema učestalosti vožnje biciklom
Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 10. Ispitanici prema svrsi vožnje biciklom

		Svrha vožnje_biciklom			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Prijevoz na posao	9	19.6	19.6	19.6
	Sport i rekreacija	33	71.7	71.7	91.3
	Natjecanje	4	8.7	8.7	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

U promatranoj tablici prikazani su ispitanici prema svrsi zbog koje voze bicikl, te je iz iste vidljivo da 9 ispitanika (ili njih 19,6%) bicikli koristi kao prijevozno sredstvo na posao; 33 ispitanika (ili njih 71,7%) bicikl koriste u svrhu sporta i rekreacije; dok 4 ispitanika (ili njih 8,7%) ga koristi za natjecanja. Omjer ispitanika prema svrsi vožnje biciklom je prikazan na grafičkom prikazu 5.



Grafički prikaz 5. Ispitanici prema svrsi vožnje biciklom

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 11. Ispitanici prema vrsti proizvoda cikloturizma

		Vrsta_proizvoda			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Poludnevni izleti	13	28.3	28.3	28.3
	Cjelodnevni izleti	20	43.5	43.5	71.7
	Višednevni izleti	13	28.3	28.3	100.0
Total		46	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici 11. prikazani su ispitanici prema vrsti proizvoda cikloturizma, te je iz iste vidljivo da 13 ispitanika (ili njih 28,3%) bicikle koristi za poludnevne izlete; 20 ispitanika (ili njih 43,5%) bicikle koristi za cjelodnevne izlete; dok 13 ispitanika (ili njih 28,3%) bicikle koristi za višednevne izlete.

5.3. Testiranje hipoteza

H1 – postoji veza između demografskih obilježja te obilježja putovanja cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

Ova hipoteza je raščlanjena na 6 pomoćnih hipoteza, tj. po jedna za svaku pojedinu demografsku varijablu (spol, dob, država stalnog prebivališta, razina stečenog obrazovanja) te varijabli putovanja cikloturista u mjestu prebivališta (tjedna učestalost vožnje biciklom i svrha vožnje bicikla). Zaključci ovih pomoćnih hipoteza će dati odgovor na hipotezu H1.

H1a – postoji veza između spola cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

Tablica 12. Vrsta proizvoda cikloturizma prema spolu ispitanika

		Ranks		
	Spol	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Vrsta_proizvoda	Muško	29	24.07	698.00
	Žensko	17	22.53	383.00
	Total	46		

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 12. pokazuje prosječne rangove vrste proizvoda cikloturizma prema spolu ispitanika. Iz iste je vidljivo da prosječni rang za ispitanike muškog spola iznosi 24,07 dok za ispitanike ženskog spola iznosi 22,53. Očito je da razlika u rangovima prema spolu postoji, no treba utvrditi je li ona i statistički značajna. Odgovor se nalazi u sljedećoj tablici.

Tablica 13. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema spolu ispitanika

Test Statistics ^a	
	Vrsta_proizvoda
Mann-Whitney U	230.000
Wilcoxon W	383.000
Z	-.402
Asymp. Sig. (2-tailed)	.688

a. Grouping Variable: Spol

Izvor: Istraživanje autorice

Zaključak o značajnosti razlike u rangovima se donosi na temelju empirijske signifikantnosti. Naime, ako je empirijska signifikantnost manja od 5% zaključuje se da je razlika u rangovima statistički značajna.

Kao što je i vidljivo iz tablice empirijska signifikantnost iznosi 68,8% i budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ ($68,8\% > 5\%$) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma prema spolu ispitanika. Drugim riječima, pomoćna hipoteza **H1a** (postoji veza između spola cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma) se odbacuje.

H1b – postoji veza između dobne skupine cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

Tablica 14. Vrsta proizvoda cikloturizma prema dobi ispitanika

Ranks			
	Dob	N	Mean Rank
Vrsta_proizvoda	18 - 25	4	40.00
	26 - 35	16	17.31
	36 - 45	20	25.15
	46 - 59	6	23.50
	Total	46	

Izvor: Istraživanje autorice

Na jednak princip se analiza i zaključak donose i za ostale pomoćne hipoteze. Sukladno navedenom, prosječni rang proizvoda cikloturizma za ispitanike u dobi od 18 do 25 godina iznosi 40; za ispitanike u dobi od 26 do 35 godina iznosi 17,31; za ispitanike u dobi od 36 do 45 godina iznosi 25,15; dok za ispitanike u dobi od 46 do 59 godina iznosi 23,50. Očito je da razlika u rangovima postoji, no u sljedećem koraku treba utvrditi je li ona i statistički značajna.

Tablica 15. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema dobi ispitanika

Test Statistics ^{a,b}	
	Vrsta_proizvoda
Chi-Square	11.163
df	3
Asymp. Sig.	.011

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Dob

Izvor: Istraživanje autorice

Kao što je i navedeno, zaključak se donosi na temelju empirijske signifikantnosti koja iznosi 1,1%. Budući da vrijedi da je $\alpha^* < \alpha$ ($1,1\% < 5\%$) zaključuje se da postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma prema dobi ispitanika. Tj. pomoćna hipoteza **H1b** (postoji veza između dobne skupine cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma) se **prihvća**.

H1c – postoji veza između države stalnog prebivališta cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

Tablica 16. Vrsta proizvoda cikloturizma prema državi prebivališta ispitanika

	Država prebivališta	N	Mean Rank
Vrsta_proizvoda	Hrvatska	10	18.55
	BiH	14	23.50
	Njemačka	8	23.50
	Italija	2	23.50
	Austrija	7	25.86
	Češka	2	40.00
	Poljska	3	23.50
	Total	46	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani prosječni rangovi vrsta proizvoda cikloturizma prema državi stalnog prebivališta ispitanika. Prosječni rang za domaće ispitanike iznosi 18,55; za ispitanike iz BiH 23,50; za ispitanike iz Njemačke 23,50; za ispitanike iz Italije 23,50; za ispitanike iz Austrije

25,86; za ispitanike iz Češke 40,00; te za ispitanike iz Poljske 23,50. U sljedećem koraku se testira značajnost razlike među istima.

Tablica 17. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema državi prebivališta ispitanika

	Vrsta_proizvoda
Chi-Square	5.266
df	6
Asymp. Sig.	.510

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:

Drzava_prebivalista

Izvor: Istraživanje autorice

Budući empirijska signifikantnosti iznosi 51% i budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (51% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma prema državi stalnog prebivališta. Stoga se pomoćna hipoteza **H1c** (postoji veza između države stalnog prebivališta cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma) **odbacuje**.

H1d – postoji veza između razine stečenog obrazovanja cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

Tablica 18. Vrsta proizvoda cikloturizma prema stupnju obrazovanja ispitanika

	Razina_obrazovanja	N	Mean Rank
Vrsta_proizvoda	Srednja škola	18	22.58
	Sveučilišni/stručni studij	14	28.21
	Magisterij/doktorat	14	19.96
	Total	46	

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječni rang vrsta proizvoda cikloturizma za ispitanike s završenom srednjom školom iznosi 22,58; za ispitanike s završenim sveučilišnim i stručnim studijem iznosi 28,21; dok za ispitanike s magisterijem ili doktoratom iznosi 19,96. U sljedećem koraku se testira značajnost razlike među istima.

Tablica 19. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema stupnju obrazovanja ispitanika

	Vrsta_proizvoda
Chi-Square	3.187
df	2
Asymp. Sig.	.203

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:

Razina_obrazovanja

Izvor: Istraživanje autorice

Pošto empirijska signifikantnosti iznosi 20,3% i budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (20,3% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma prema razini obrazovanja ispitanika, tj. pomoćna hipoteza **H1d** (postoji veza između razine stečenog obrazovanja cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma) **se odbacuje**.

H1e – postoji veza između prosječne tjedne vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

Tablica 20. Vrsta proizvoda cikloturizma prema učestalosti vožnje biciklom

	Učestalost vožnje_biciklom	N	Mean Rank
Vrsta_proizvoda	1 - 2 puta tjedno	11	16.00
	3 - 4 puta tjedno	18	21.67
	5 - 6 puta tjedno	9	29.00
	Više od 6 puta tjedno	8	31.75
	Total	46	

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječni rang vrsta proizvoda cikloturizma za ispitanike koji bicikl voze 1-2 puta jedno iznosi 16; za ispitanike koji voze bicikl 3-4 puta tjedno iznosi 21,67; za ispitanike koji ga voze 5-6 puta tjedno iznosi 29; te za ispitanike koji ga voze više od 6 puta tjedno iznosi 31,75. U sljedećem koraku se testira značajnost razlike među navedenim rangovima.

Tablica 21. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema učestalosti vožnje biciklom

	Vrsta_proizvoda
Chi-Square	9.510
df	3
Asymp. Sig.	.023

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:

Učestalost_vožnje_biciklom

Izvor: Istraživanje autorice

Budući empirijska signifikantnost iznosi 2,3% i budući da vrijedi da je $\alpha^* < \alpha$ ($2,3\% < 5\%$) zaključuje se da postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma prema učestalosti vožnje biciklom. Drugim riječima, pomoćna hipoteza **H1e** (postoji veza između prosječne tjedne vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma) **se prihvća.**

H1f – postoji veza između svrhe vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma

Tablica 22. Vrsta proizvoda cikloturizma prema svrsi vožnje bicikla

	Svrha_vožnje_biciklom	N	Mean Rank
Vrsta_proizvoda	Prijevoz na posao	9	30.83
	Sport i rekreacija	33	21.50
	Natjecanje	4	23.50
	Total	46	

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječan rang vrsta proizvoda turizma za ispitanike koji koriste bicikl kao prijevozno sredstvo za i s posla iznosi 30,83; za ispitanike koji bicikl koriste u svrhu sporta i rekreacije iznosi 21,50; dok za ispitanike koji ga koriste u natjecateljske svrhe iznosi 23,50. U sljedećem koraku se testira značajnost razlike među navedenim prosječnim rangovima.

Tablica 23. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema svrsi vožnje biciklom

	Vrsta_proizvoda
Chi-Square	3.916
df	2
Asymp. Sig.	.141

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:

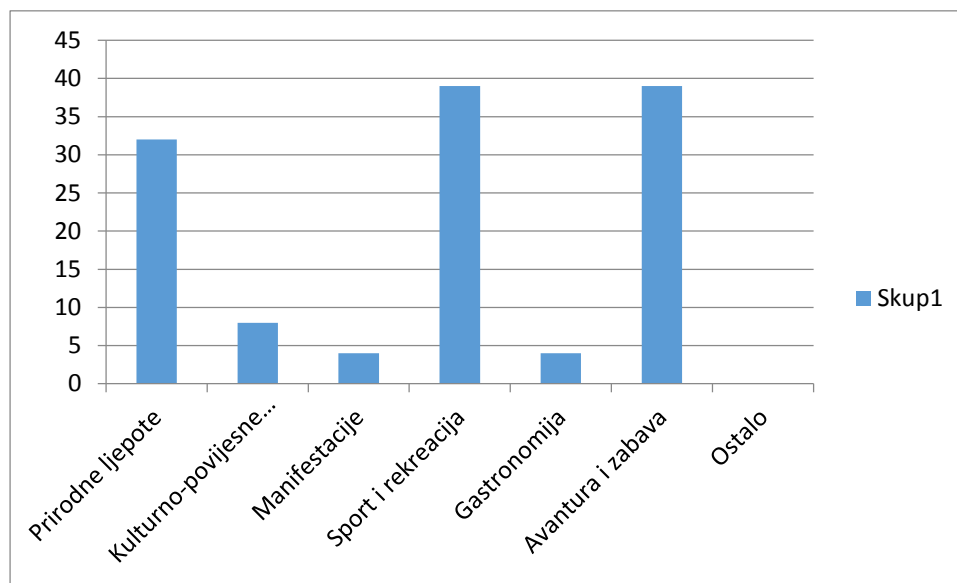
Svrha_vožnje_biciklom

Izvor: Istraživanje autorice

Empirijska signifikantnost iznosi 14,1% i vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ ($14,1\% > 5\%$) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma prema svrsi vožnje biciklom. Stoga se pomoćna hipoteza **H1f** (postoji veza između svrhe vožnje bicikla u mjestu stalnog prebivališta cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma) **odbacuje**.

Nakon provedenih testiranja, zaključuje se kako postoji veza između vrsta proizvoda cikloturizma i dobi ispitanika te učestalosti vožnje bicikla. Tj. da ne postoji veza između vrsta proizvoda cikloturizma i spola ispitanika, države stalnog prebivališta i svrsi vožnje biciklom. Stoga se **hipoteza H1** (postoji veza između demografskih obilježja te obilježja putovanja cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma) **djelomično prihvaća**.

H2 – postoji veza između motiva cikloturista prilikom odabira turističkog odredišta i vrste proizvoda cikloturizma



Grafički prikaz 6. Motivi ispitanika prilikom posjete cikloturističkog odredišta

Izvor: Istraživanje autorice

Na grafičkom prikazu 6. se vide odgovori ispitanika o motivima prilikom odabira turističkog odredišta. Na navedenom grafičkom prikazu se vidi da je glavni motiv ispitanika prilikom odabira turističkog odredišta avantura i zabava te sport i rekreacija (oboje s po 39 ispitanika), dok zatim slijede prirodne ljepote (ukupno 32 ispitanika) kao motiv prilikom odabira turističkog odredišta; kulturne i povijesne znamenitosti (ukupno 8 ispitanika); te manifestacije i gastronomija (ukupno s po 4 ispitanika). Bitno za napomenuti je da su prilikom odgovaranja na ovo pitanje ispitanici mogli odabrati više mogućih odgovora, stoga je ukupan broj odgovora na motive prilikom odabira turističkog odredišta veći od ukupnog broja ispitanika.

Budući da motivi kulturne i povijesne znamenitosti, manifestacije i gastronomija imaju manje od 30 odgovora ispitanika oni će biti zanemareni prilikom testiranja ove hipoteze jer zbog premaloga uzorka testiranje neće biti reprezentativno niti pouzdano.

Tablica 24. Vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu upoznavanja prirodnih ljepota

	Motiv_Upoznavanje_prirodnih _ljepota	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Vrsta_proizvoda	Ne	14	23.50	329.00
	Da	32	23.50	752.00
	Total	46		

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 24. prikazuje prosječne rangove vrsta proizvoda cikloturizma obzirom na motiv upoznavanje prirodnih ljepota. Tako je iz tablice vidljivo da prosječni rang za ispitanika kojima to nije motiv iznosi 23,50 dok toliko iznosi i za ispitanike kojima to i je motiv. Evidentno je da razlike u prosječnim rangovima nema, stoga testiranje značajnosti nije potrebo, ali je svejedno provedeno.

Tablica 25. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu upoznavanja prirodnih ljepota

	Vrsta_proizvoda
Mann-Whitney U	224.000
Wilcoxon W	752.000
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

a. Grouping Variable:

Motiv_Upoznavanje_prirodnih_ljepota

Izvor: Istraživanje autorice

Kao što je i navedeno, zbog jednakih prosječnih rangova empirijska signifikantnost 100% i vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (100% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma obzirom na motiv upoznavanje prirodnih ljepota.

Tablica 26. Vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu sport i rekreacija

	Motiv_Sport_rekreacija	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Vrsta_proizvoda	Ne	7	21.14	148.00
	Da	39	23.92	933.00
	Total	46		

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 26. prikazuje prosječne rangove vrsta proizvoda cikloturizma obzirom na motiv sport i rekreacija. Tako je iz tablice vidljivo da prosječni rang za ispitanika kojima to nije motiv iznosi 21,14 dok za ispitanike kojima to je motiv iznosi 23,92. Evidentno je da razlika u prosječnim rangovima postoji, stoga se u sljedećem koraku testira značajnost razlike.

Tablica 27. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu sport i rekreacija

	Vrsta_proizvoda
Mann-Whitney U	120.000
Wilcoxon W	148.000
Z	-.540
Asymp. Sig. (2-tailed)	.589
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.632 ^b

a. Grouping Variable: Motiv_Sport_rekreacija

b. Not corrected for ties.

Izvor: Istraživanje autorice

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost 63,2% i vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (63,2% > 5%) te se zaključuje da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma obzirom na motiv sport i rekreacija.

Tablica 28. Vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu avantura i zabava

	Motiv_Avantura_zabava	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Vrsta_proizvoda	Ne	7	28.21	197.50
	Da	39	22.65	883.50
	Total	46		

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 28. prikazuje prosječne rangove vrsta proizvoda cikloturizma obzirom na motiv avantura i zabava. Tako je iz tablice vidljivo da prosječni rang za ispitanika kojima to nije motiv iznosi 28,21 dok za ispitanike kojima to je motiv iznosi 22,65. Evidentno je da razlika u prosječnim rangovima postoji, stoga se u sljedećem koraku testira značajnost razlike.

Tablica 29. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu avantura i zabava

	Vrsta_proizvoda
Mann-Whitney U	103.500
Wilcoxon W	883.500
Z	-1.080
Asymp. Sig. (2-tailed)	.280
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.320 ^b

a. Grouping Variable: Motiv_Avantura_zabava

b. Not corrected for ties.

Izvor: Istraživanje autorice

Empirijska signifikantnost 32% i vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ ($32\% > 5\%$) te se zaključuje da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma obzirom na motiv avantura i zabava.

Nakon provedenih testiranja zaključuje se da ne postoji statistički značajna između motiva cikloturista prilikom odabira turističkog odredišta i vrste proizvoda cikloturizma, te se **hipoteza H2 odbacuje**.

H3 – postoji veza između zadovoljstva cikloturista postojećom cikloturističkom ponudom županije i vrste proizvoda cikloturizma

Tablica 30. Vrsta proizvoda cikloturizma prema ukupnoj ocjeni atributa

	Vrsta_proizvoda	N	Mean Rank
Uk_atributi	Poludnevni izleti	13	25.92
	Cjelodnevni izleti	20	25.60
	Višednevni izleti	13	17.85
	Total	46	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici 30. prikazani su prosječni rangovi vrsta proizvoda cikloturizma prema ukupnoj ocjeni atributa cikloturističke ponude. Prema prikazanome iz tablice 26. prosječni rang za ispitanike koji koriste poludnevne izlete iznosi 25,92; prosječni rang za turiste koji koriste cjelodnevne izlete iznosi 25,60; dok prosječni rang za turiste koji koriste višednevne izlete iznosi 17,85. Razlika među navedenim rangovima se testira u sljedećem koraku.

Tablica 31. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike proizvoda cikloturizma prema ukupnoj ocjeni atributa

	Uk_atributi
Chi-Square	3.887
Df	2
Asymp. Sig.	.143

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Vrsta_proizvoda

Izvor: Istraživanje autorice

Empirijska signifikantnost 14,3% i vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ ($14,3\% > 5\%$) te se zaključuje da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima vrsta proizvoda cikloturizma prema ukupnoj ocjeni atributa cikloturističke ponude.

Drugim riječima, **hipoteza H3** (postoji veza između zadovoljstva cikloturista postojećom cikloturističkom ponudom županije i vrste proizvoda cikloturizma) **se odbacuje**.

Dodatno, napravljena je i tablica u kojoj se vide prosječne vrijednosti ukupnog zadovoljstva postojećom cikloturističkom ponudom.

Tablica 32. Prosječne statističke vrijednosti varijable ukupnih atributa

N	Valid	46
	Missing	0
Mean		53.20
Median		55.00
Mode		62
Range		29
Minimum		36
Maximum		65
Percentiles	25	50.50
	50	55.00
	75	62.00

Izvor: Istraživanje autorice

Moguće ocjene se kreću u intervalu od 15 do 75. Prosječna ocjena iznosi 53,2 dok najčešća ocjena iznosi 62. Navedeno ukazuje da su ispitanici u pravilu zadovoljni postojećom cikloturističkom ponudom iako ne postoji veza između zadovoljstva iste i vrsta proizvoda cikloturizma.

5. ZAKLJUČAK

Tradicionalni motivi odmora sve više se zamjenjuju s motivima i sadržajima aktivnog odmora, a kako su sport i sportska rekreacija ključni dio aktivnog odmora, njihov razvoj utječe na sadržaj i kvalitetu istog. Dok turizam sa svojim prirodnim resursima i kapacitetima nudi osnovne uvjete boravka gostiju, sport u različitim oblicima sudjeluje u oblikovanju i obogaćenju turističke ponude.

Posljednjih godina, cikloturizam dobiva sve veći značaj kao oblik sportskog turizma te je rastući trend u Europi. To je oblik turizma koji se odvija u ekološki očuvanom i privlačnom prirodnom krajoliku. Razvojem cikloturističkih ruta, na ekološki i cjenovno prihvatljiv način se povezuju regije čime se smanjuju negativni učinci prijevoza i turizma na okoliš. Da bi se cikloturizam adekvatno razvio, cikloturistima treba osigurati odgovarajuću cikloturističku infrastrukturu; biciklističke staze sa svom potrebnom signalizacijom, putokazima te mapama, ugostiteljske i smještajne objekte prilagođene potrebama cikloturista te adekvatan servis ukoliko dođe do kvara bicikla. Po infrastrukturi, u vidu opremljenih staza namijenjenih biciklistima, Hrvatska zaostaje za većinom zemalja u konkurentskom okruženju, no probleme predstavlja i nedostatna smještajno-ugostiteljska ponuda prikladna cikloturistima, što dovodi do razmjerno malog broja cikloturista koji dolaze u našu zemlju.

Splitsko-dalmatinska županija obiluje prirodnim ljepotama, bogatom kulturnom i povijesnom baštinom te uz pogodnu klimu ima odlične preduvjete za razvoj cikloturizma. No, da bi se cikloturizam adekvatno razvio, jako je bitna odgovarajuća cikloturistička infrastruktura koja je u županiji još uvijek u početnim fazama razvoja. Turistička zajednica SDŽ u suradnji s biciklističkim savezom SDŽ kontinuirano radi na promociji cikloturizma, provodi prezentacije, posebno kako bi educirala i potakla hotelijere i privatne iznajmljivače da omoguće adekvatan smještaj, prikladan cikloturistima.

Provedeno empirijsko istraživanje ukazuje da postoji djelomična veza između demografskih obilježja te obilježja putovanja cikloturista i vrste proizvoda cikloturizma. No statistički nije značajna veza između motiva cikloturista prilikom odabira turističkog odredišta i vrste proizvoda cikloturizma, niti između zadovoljstva cikloturista postojećom cikloturističkom ponudom županije i vrste proizvoda cikloturizma. To dovodi do činjenice da se te dvije postavljene

hipoteze odbacuju. Provedeno istraživanje također pokazuje da su sport i rekreacija te upoznavanje prirodnih ljepota destinacije jedni od glavnih motiva prilikom odabira cikloturističkog odredišta. Statističkom analizom podataka prikupljenih anketnih upitnika, utvrđeno je da su ispitanici u globalu zadovoljni postojećom cikloturističkom ponudom županije. S obzirom da je u provedenom anketnom upitniku sudjelovalo samo 46 ispitanika, to ne može biti adekvatan pokazatelj postojećeg stanja cikloturizma u županiji.

SAŽETAK

Nakon utvrđenog problema i predmeta istraživanja te postavljenih hipoteza, ciljeva i metoda istraživanja, teorijski su analizirani posebni oblici turizma koje nudi suvremena turistička ponuda na temelju preferencija sve zahtjevnije turističke potražnje. Definirani su pojam i značaj sportskog turizma te cikloturizma kao jednog od njegovih segmenata.

Da bi se cikloturizam adekvatno razvio, treba osigurati odgovarajuću cikloturističku infrastrukturu, što podrazumijeva postojanje povezanih, označenih biciklističkih ruta sa svom potrebnom signalizacijom, putokazima te mapama. Također, važan aspekt su dostupni ugostiteljski i smještajni objekti te adekvatan servis za bicikl.

Geografska analiza Splitsko-dalmatinske županije ukazala je na raznolikost krajolika, očuvanost prirode te ugodnu klimu što daje izvrsnu podlogu za razvoj cikloturizma. Cikloturistička infrastruktura županije je u fazi razvoja te na njoj treba ustrajno raditi.

Empirijsko istraživanje provedeno je krajem lipnja te tijekom mjeseca srpnja, putem anketnog upitnika u čijem je ispunjavanju sudjelovalo 46 ispitanika. Sastojao se od 8 pitanja koja su utvrdila demografska obilježja i obilježja putovanja cikloturista, motive prilikom izbora cikloturističke destinacije te njihovo zadovoljstvo postojećom cikloturističkom ponudom u destinaciji.

Ključne riječi: posebni oblici turizma, razvoj cikloturizma, Splitsko-dalmatinska županija

SUMMARY

After the defined problems and subject of the research and the hypothesis, objectives and methods of research, theoretically are analyzed special forms of tourism, offered by contemporary tourist offer based on the preferences of increasingly demanding tourist demand. The concept and importance of sport tourism and cyclotourism as one of its segments have also been defined.

In order to develop cyclotourism adequately, an appropriate cyclotouristic infrastructure should be provided, which implies the existence of related, marked cycling routes with all necessary signaling, road signs and maps. Also, important aspects are available catering and accommodation facilities and an adequate bicycle service.

The geographic analysis of the Split-Dalmatia County has highlighted the variety of landscapes, the preservation of nature and a pleasant climate which provides an excellent platform for the development of cyclotourism. The cycling infrastructure of the county is in the development phase and it has to work hard on it.

Empirical research was conducted at the end of June and during July through a survey questionnaire in which 46 respondents participated. It consisted of 8 questions that identified the demographic characteristics and travel characteristics of cyclotourist, the motives for choosing a cyclotouristic destination and their satisfaction with the existing cyclotouristic offer in the destination.

Key words: special forms of tourism, cyclotourism development, Split-Dalmatia County

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Anić, I.-D., Piri Rajh, S., Rajh, E. (2010): *Razlike u stilovima odlučivanja potrošača s obzirom na spol ispitanika uz poseban osvrt na Hrvatsku*, Ekonomski fakultet Zagreb, Market-tržište Vol. XXII (2010), br. 1, str. 29 – 42
2. Arai, S., Pedlar, A. (2003.): *Moving beyond individualism in leisure theory: a critical analysis of concepts of community and social engagement*, Leisure Studies 22
3. Bartoluci, M. (2003): *Ekonomika i menadžment sporta*, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
4. Bartoluci, M. (2004.): *Odnos turizma i sporta*. Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa "Menadžment u sportu i turizmu", Školska knjiga, Zagreb
5. Bartoluci, M., Čavlek, N. i suradnici (2007): *Turizam i sport – razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb
6. Bartoluci, M., ur. (2006): *Unapređenje kvalitete sportsko-rekreacijskih sadržaja u hrvatskom turizmu*, Zbornik 15. ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske, Školska knjiga, Zagreb
7. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., (2011): *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustavi*, Školska knjiga, Zagreb
8. EP (2012): *The european cycle route network eurovelo*, Brussels, Belgium: European Parliament, Directorate-General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism.
9. Geić, S., (2011): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu-Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split
10. Golob, M., Sirotić, T., Golob, M. (2014): *Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom*, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 2 No. 1, str. 27-40
11. Hudson, S. et al (2006): *Sport and adventure tourism*, The Haworth Press. Inc, NY
12. Jadrešić, V. (1998): *Europski i hrvatski turizam – od masovnog prema selektivnom ili održivom turizmu*, Hotelijerski fakultet Opatija

13. Kovačić, N., (2015): *Profiling bicycle tourists: a case of Croatia*, Tourism and Hospitality Management, Vol. 21, No. 2, pp. 159-177
14. Kozak, M., Rimmington, M. (2000) : *Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination*, Journal of Travel Research, Vol. 38, pp.260-269
15. Mrnjavac, E., Kovacic, N., Topolšek, D. (2014): *The logistic product of bicycle destinations*, Tourism and Hospitality Management, Vol. 20, No. 2, pp. 171-184
16. Pančić Kombol, T. (2000): *Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, TMPC Sagena, Zagreb
17. Petrić, L. (2003): *Osnove turizma*. Ekonomski fakultet Split, Split
18. Petrić L. (2006): *Upravljanje turističkom destinacijom*. Ekonomski fakultet, Split
19. Pivac, S. (2008): *Skripta za kolegij Statističke metode*, Ekonomski fakultet, Split.
20. Pivčević, S. (2015): *Upravljanje manifestacijama*. Ekonomski fakultet, Split
21. Relac, M., Bartoluci, M. (1987): *Turizam i sportska rekreacija*, Informator, Zagreb
22. 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
23. Vukonić, B. et al. (2001): *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb
24. Žugić, Z., Bartoluci, S. (2004): *Slobodno vrijeme i sport*. U M. Bartoluci i suradnici: Menedžment u sportu i turizmu / Management in Sport and Tourism, Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet, Zagreb

Internet izvori:

1. Croatian hot spots, dostupno na: <http://hotspots.net.hr/2016/04/veliki-planovi-za-razvoj-cikloturizma-u-splitsko-dalmatinskoj-zupaniji/> [pristupljeno 3.9.2017.]
2. Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2005), dostupno na: <http://www.dalmacija.hr/portals/0/docs/UOturizam/GLAVNI%20PLAN%20TURIZMA.pdf> [pristupljeno 1.9.2017.]
3. Institut za turizam Zagreb (2015): Akcijski plan razvoja cikloturizma, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_akcijski_cikloturizam.pdf [pristupljeno 5.5.2017.]
4. Održivi turizam Hrvatska, dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97> [pristupljeno 1.3.2017.]

5. Razvojna strategija Splitsko-dalmatinske županije (2011.-2013.), dostupno na:
http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Splitsko_dalmatinska_%C5%BEupanija.pdf
[pristupljeno 1.9.2017.]
6. Regionalni operativni program Splitsko-dalmatinske županije (2006.-2013.), dostupno na: http://www.dalmacija.hr/Portals/0/docs/Tajnistvo/ROP_S-D_%C5%BDupanije.pdf
[pristupljeno: 1.9.2017.]
7. Službena stranica cikloturizma Splitsko-dalmatinske županije, dostupno na:
<http://www.dalmatia-bike.com>
8. Sveučilište u Zadru, http://www.unizd.hr/portals/4/nastavnimat/1godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [pristupljeno 10.5.2017]
9. Sustrans (1999): Cycle Tourism, Information pack TT21, Sustrans, Bristol, UK., dostupno na:
http://www.tourisminsights.info/ONLINEPUB/ONLINEP/PDFS/SUSTRAN/SUSTRAN_S%20-%20CYCLE%20TOURISM.pdf [pristupljeno 19.8.2017.]
10. Tour of Croatia (2017): Službeni vodič, dostupno na :
<http://www.tourofcroatia.com/press/2017/Roadbook%20Tour%20of%20Croatia%202017.pdf> [pristupljeno 23.8.2017.]

POPIS SLIKA

Slika 1 : Europska mreža biciklističkih ruta EuroVelo

Slika 2 : Nacionalne biciklističke rute prema Pravilniku o funkcionalnim kategorijama za određivanje mreže biciklističkih ruta i EuroVelo mreža

Slika 3 : Ravne staze (duljine do 30km i 300m uspona)

Slika 4 : Brežuljkaste staze (do 700m uspona)

Slika 5 : Planinske staze (sa preko 1000m uspona s tehnički zahtjevnim dionicama)

Slika 6 : Mapa cikloturističkih ruta otoka Brača

Slika 7 : Mapa cikloturističkih ruta otoka Hvara

Slika 8 : Biciklistička ruta EuroVelo 8

Slika 9 : Natječaj za sufinanciranje certificiranja objekata prikladnih za smještaj cikloturista

POPIS TABLICA

Tablica 1 : Ljetne Olimpijske igre

Tablica 2 : Faktori razvoja turizma i sporta

Tablica 3 : Tržište cikloturista prema osnovnim varijablama

Tablica 4 : Segmentacija glavnih ciljnih tržišta cikloturista

Tablica 5. Ispitanici prema spolu

Tablica 6. Ispitanici prema dobnoj skupini

Tablica 7. Ispitanici prema državi prebivališta

Tablica 8. Ispitanici prema razini obrazovanja

Tablica 9. Ispitanici prema učestalosti vožnje biciklom

Tablica 10. Ispitanici prema svrsi vožnje biciklom

Tablica 11. Ispitanici prema vrsti proizvoda cikloturizma

Tablica 12. Vrsta proizvoda cikloturizma prema spolu ispitanika

Tablica 13. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema spolu ispitanika

Tablica 15. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema dobi ispitanika

Tablica 14. Vrsta proizvoda cikloturizma prema dobi ispitanika

Tablica 16. Vrsta proizvoda cikloturizma prema državi prebivališta ispitanika

Tablica 17. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema državi prebivališta ispitanika

Tablica 18. Vrsta proizvoda cikloturizma prema stupnju obrazovanja ispitanika

Tablica 19. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema stupnju obrazovanja ispitanika

Tablica 20. Vrsta proizvoda cikloturizma prema učestalosti vožnje biciklom

Tablica 21. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema učestalosti vožnje biciklom

Tablica 22. Vrsta proizvoda cikloturizma prema svrsi vožnje bicikla

Tablica 23. Kruskal Wallis test o značajnosti razlike vrste proizvoda cikloturizma prema svrsi vožnje biciklom

Tablica 24. Vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu upoznavanja prirodnih ljepota

Tablica 25. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu upoznavanja prirodnih ljepota

Tablica 26. Vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu sport i rekreacija

Tablica 27. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu sport i rekreacija

Tablica 28. Vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu avantura i zabava

Tablica 29. Mann-Whitney U test o značajnosti razlike vrsta proizvoda cikloturizma prema motivu avantura i zabava

Tablica 30. Vrsta proizvoda cikloturizma prema ukupnoj ocjeni atributa

Tablica 31. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike proizvoda cikloturizma prema ukupnoj ocjeni atributa

Tablica 32. Prosječne statističke vrijednosti varijable ukupnih atributa

POPIS GRAFOVA

Grafički prikaz 1 : Ispitanici prema spolu

Grafički prikaz 2 : Ispitanici prema dobnoj skupini

Grafički prikaz 3 : Ispitanici prema razini obrazovanja

Grafički prikaz 4 : Ispitanici prema učestalosti vožnje biciklom

Grafički prikaz 5 : Ispitanici prema svrsi vožnje biciklom

Grafički prikaz 6 : Motivi ispitanika prilikom posjete cikloturističkog odredišta

PRILOG: Anketni upitnik

Anketa cikloturista, Splitsko-dalmatinska županija (2017)

Na odmoru u odabranoj turističkoj destinaciji bicikl vozite tijekom:

a) poludnevnog izleta b) cjelodnevnog izleta c) višednevnih ciklotura

1. Spol:

a) muško b) žensko

2. Dobna skupina:

a) 18-25 b) 26-35 c) 36-45 d) 46-59 e) 60+

3. Država stalnog prebivališta:

a) Hrvatska b) Bosna i Hercegovina c) Srbija d) _____

4. Razina stečenog obrazovanja:

a) Završena osnovna škola b) Završena srednja škola c) Završen sveučilišni/stručni studij
d) Završen magisterij, doktorat

5. Koliko prosječno puta tjedno vozite bicikl u mjestu stalnog prebivališta?

a) 1-2 puta b) 3-4 puta c) 5-6 puta d) više od 6 puta

6. U koju svrhu najčešće vozite bicikl u mjestu stalnog prebivališta?

a) prijevoz na posao b) sport i rekreacija c) natjecanje d) ostalo _____

7. Koji su vaši motivi prilikom odabira cikloturističkog odredišta? (Zaokružite 2-3 ponuđena motiva)

a) upoznavanje prirodnih ljepota b) kulturne i povijesne znamenitosti c) manifestacije
d) sport i rekreacija e) gastronomija f) avantura/zabava
g) ostalo _____

8. Rabeći ljestvicu u rasponu od 1 (potpuno nezadovoljan) do 5 (iznimno zadovoljan), molimo ocijenite zadovoljstvo cikloturističkom ponudom tijekom sadašnjeg odmora

Atributi cikloturističke ponude	Potpuno nezadovoljan				Iznimno zadovoljan
Klima i vremenske prilike	1	2	3	4	5
Ljepote prirode i okoliša	1	2	3	4	5
Gostoljubivost stanovništva	1	2	3	4	5
Ljubaznost zaposlenika u turizmu	1	2	3	4	5
Osobna sigurnost	1	2	3	4	5
Sigurnost biciklističkih staza (mala prometnost drugih vozila)	1	2	3	4	5
Ponuda smještaja (prikladna cikloturistima)	1	2	3	4	5
Cikloturistička signalizacija (putokazi, mape, info table)	1	2	3	4	5
Informativni materijali o rutama	1	2	3	4	5
Prometna dostupnost i povezanost	1	2	3	4	5
Servis za bicikle	1	2	3	4	5
Bogatstvo gastronomske ponude	1	2	3	4	5
Mogućnost izbora izleta	1	2	3	4	5
Raznolikost sadržaja za zabavu	1	2	3	4	5
Kulturno bogatstvo	1	2	3	4	5

QUESTIONNAIRE

Cyclotourist, Split-Dalmatia County (2017)

On a vacation in a tourist destination you ride bike during:

a) half day trip b) day trip c) multi-day cyclo tour

1. Gender:

a) male b) female

2. Age group:

a) 18-25 b) 26-35 c) 36-45 d) 46-59 e) 60+

3. County of origin:

a) Germany b) Italy c) Austria d) Czech Republic e) Poland f) Slovakia g) other _____

4. Level of education:

a) Primary/Elementary school b) Secondary/High school c) Bachelors/Undergraduate degree
d) Masters, Doctorate

5. How many times a week on a regular basis do you ride a bike at a permanent residence?

a) 1-2 b) 3-4 c) 5-6 d) more than 6

6. For what purpose do you usually ride a bike at the place of permanent residence?

a) as a transport to work b) sport and recreation c) competition d) other _____

7. Your motives while you choosing a cyclotourist destination (circle 2-3 offered motives):

a) natural attractions b) cultural and historic heritage c) events
d) sport and recreation e) gastronomy f) adventure / fun
g) other _____

8. Using a scale ranging from 1 (completely dissatisfied) to 5 (very satisfied), please evaluate satisfaction with the cyclotouristic offer during the current holiday

Attributes of cyclotouristic offer	completely dissatisfied				very satisfied
Climate and weather conditions	1	2	3	4	5
The beauty of nature and the environment	1	2	3	4	5
Hospitality of the local people	1	2	3	4	5
Kindness of employees in tourism	1	2	3	4	5
Personal safety	1	2	3	4	5
Safety of bicycle routes (low traffic of other vehicles)	1	2	3	4	5
Accommodation (suitable for cyclists)	1	2	3	4	5
Equipment for cycling trails (signalization; road signs, maps, info tables)	1	2	3	4	5
Information materials of routes	1	2	3	4	5
Traffic availability and connectivity	1	2	3	4	5
Bicycle service	1	2	3	4	5
Gastronomic offer	1	2	3	4	5
Possibility to choose excursions	1	2	3	4	5
The variety of entertainment	1	2	3	4	5
Cultural heritage	1	2	3	4	5

Thank you for your time and effort 😊

The survey is anonymous and data will be used only for research purposes.