

PUTNIČKE AGENCIJE KAO ČINILAC RAZVOJA BICIKLISTIČKOG TURIZMA NA VRŠAČKIM PLANINAMA

ALEKSANDRA VUJKO

Visoka poslovna škola strukovnih studija u Novom Sadu, Srbija

JOVAN PLAVŠA

Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Institut za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad, Srbija

NATALIJA OSTOJIĆ

Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Institut za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad, Srbija

Korenspondencija:

Dr Aleksandra Vujko,

*Visoka poslovna škola strukovnih studija u Novom Sadu,
Vladimira Perića Valtera 4, 21000 Novi Sad, Serbia
aleksandravujko@yahoo.com*

Sažetak: Biciklizam je danas veoma atraktivna sport-sko-rekreativna aktivnost koja zaokuplja milione neposrednih učesnika. Bilo da je reč o takmičarskom sportu (profesionalnom ili amaterskom), ekstremnom ili rekreativnom biciklizmu, njegova uloga u turizmu može biti od izuzetnog značaja. Sagledavajući biciklizam u kontekstu zdravog načina života, aktivnog odmora i rekreacije, uočava se širok programski obuhvat koji doprinosi razvoju turizma i turističkih destinacija. Vršacke planine predstavljaju veoma interesantno područje za razvoj biciklističkog turizma na području Vojvodine, posebno sa aspekta kreiranja tematskih biciklističkih staza (vinska biciklistička staza, etno biciklistička staza, i drugo). Za sada ne postoji jasno definisana ponuda biciklističkog turizma na ovom prostoru kao deo ukupnog turističkog proizvoda Vojvodine. Empirijsko istraživanje koje je sprovedeno na uzorku od 10 putničkih agencija u Vršcu imalo je za cilj da detektuje osnovne uzroke nepostojanja ponude za biciklistički turizam na području Vršackih planina. Primenom Survey metoda došlo se do podataka o organizacionim činiocima koji utiču na razvoj i funkcionisanje ovog vida selektivnih oblika turizma.

Ključne reči: biciklistički turizam, Vršacke planine, putničke agencije

TRAVEL AGENCIES AS A FACTOR OF CYCLING TOURISM DEVELOPMENT ON THE MOUNTAIN OF VRŠAC

ALEKSANDRA VUJKO

Higher School of professional studies, Novi Sad, Serbia

JOVAN PLAVŠA

Faculty of science, Department of geography, tourism and hotel management, Novi Sad, Serbia

NATALIJA OSTOJIĆ

Faculty of science, Department of geography, tourism and hotel management, Novi Sad, Serbia

Correspondence:

PhD Aleksandra Vujko,

*Higher School of professional studies,
Vladimira Perića Valtera 4, 21000 Novi Sad, Serbia
aleksandravujko@yahoo.com*

Abstract: Cycling is very attractive sport activity that attracts millions of direct participants. Whether it comes to competitive sports (professional or amateur), or extreme recreational cycling, its role in tourism can be of great importance. Taking cycling in the context of a healthy lifestyle, active rest and recreation, sees the wide coverage program that contributes to the development of tourism and tourist destinations. Mountain of Vršac is a very interesting area for the development of cycling tourism in the region of Vojvodina, especially with regards to creating themed cycle paths (wine paths by bike, etc.). For now, there is no clearly defined cycle tourism offer in the region as part of the total tourist product of Vojvodina. Empirical research was conducted on a sample of 10 travel agencies from Vršac. It was aimed to detect the basic causes of the lack of offers for cycling tourism in the Mountain of Vršac area. Survey application methods led to data on the organizational factors that influence the development and operation of this type of selective forms of tourism.

Keywords: cycling tourism, Mountain of Vršac, tourist agencies

UVOD

Prednosti bicikla nad drugim prevoznim sredstvima su višestruke. Bicikl je potpuno ekološko prevozno sredstvo koje ne zagađuje okolinu, a unapređuje celokupno zdravlje čoveka. Vožnja bicikla može znatno da utiče na poboljšanje različitih funkcionalnih i motoričkih sistema čoveka, a brojna istraživanja su pokazala da je životni vek ljudi koji voze bicikl znatno duži. (Simonsen, P., & Jorgenson, B., 1998, Ritchie, B.W., & Hall, C.M., 1999; Hayward, 2001; Hudson, 2003; Weed, M., & Bull, C, 2004; Torkildsen, 2005; Weed, 2008; Matthew, 2009; Paul, D. and other, 2009, Vujko, Plavša, 2010; Vujko, 2011). Dakle, trasiranje biciklističkih staza u Srbiji trebalo bi da bude jedan od strateških ciljeva, pogotovo kada se zna da se biciklistički turizam danas smatra tržištem u intenzivnom porastu u okviru turizma kao privredne grane. Kada je reč o Vršackim planinama postoji znatan broj resursa koji zaslužuju odgovarajuću pažnju unutar razmatranja pitanja o definisanju potencijalnih biciklističkih staza. Vršacke planine predstavlja jedan od dva planinska predela u Vojvodini i jedan od atraktivnijih rekreativnih prostora za veliki emitivni centar u Srbiji, Beograd. Vršacke planine se prostiru između 21°30' i 21°58' istočne geografske dužine i između 45°10' i 45°22' severne geografske širine i predstavljaju izolovano pobrđe u jugoistočnom Banatu, pružajući se u pravcu zapad – istok u dužini od oko 20 km. Planine su izolovane horstovske planine, a čine ih četiri jasno izdefinerirana oblika Vršacka kula (399 m), Vršacki vrh (590 m), Gudurički vrh (641 m) i Donji Veršišor (463 m), (Bukurov, 1950; Zeremski, 1985; Vujko, 2011). Individualnost planine uslovljena je sa tri prostrane i relativno duboke preseline Prevale, Kulmea i Korkan što znači da se na relativno kratkom i asimetričnom uzdužnom profilu javljaju izrazite denivelacije, zbog kojih su Vršacke planine upravo i prozване „planinama”. Imajući sve to u vidu, može se zaključiti da su sportsko-rekreativnim turistima na Vršackim planinama na raspolaganju dve mikroreljefne celine: centralni masiv i podgorina. Obe ove celine su relativno pristupačne tako da je na njima moguće trasirati staze za biciklizam ali i punktove za druge oblike sportsko-rekreativnog turizma: planinarenje, terensko jahanje i drugo. Međutim, za sada ne postoji jasno definisana ponuda biciklističkog turizma na ovom području kao dela ukupnog turističkog proizvoda Vojvodine. U tom smislu za cilj rada je postavljeno da se prikaže direktan uticaj putničkih agencija na ponudu biciklističkog turizma, a svrha rada je da se uočeni negativni uticaji u najskorijoj budućnosti pokušaju sanirati.

INTRODUCTION

Benefits of bicycle over the other means of transport are manifold. The bicycle is completely environmentally friendly means of transportation that does not pollute the environment, and improve the overall health of a human. Cycling can significantly affect the improvement of various functional and motor system of human, a number of studies have shown that the lifetime significantly longer in people who ride bicycles (Simonsen, P., & Jorgenson, B., 1998, Ritchie, B.W., & Hall, C.M., 1999; Hayward, 2001; Hudson, 2003; Weed, M., & Bull, C, 2004; Torkildsen, 2005; Weed, 2008; Matthew, 2009; Paul, D. and other, 2009, Vujko, Plavša, 2010; Vujko, 2011). So, bike trails in Serbia should be one of the strategic objectives, especially when we know that cycling tourism today is considered a growing market within the Tourism Industry. Kada je reč o Vršackim planinama postoji znatan broj resursa koji zaslužuju odgovarajuću pažnju unutar razmatranja pitanja o definisanju potencijalnih biciklističkih staza. When it comes to the Mountain of Vršac there is a considerable number of resources that deserve proper attention within the review questions on the definition of potential bike paths. Mountain of Vršac is one of two mountainous regions in Vojvodina and one of the most attractive recreational area for large emissive center in Serbia, Belgrade. Mountain of Vršac extending between 21° 30' and 21° 58' east longitude and between 45° 10' and 45° 22' north latitude and are isolated hills in the south-eastern Banat, extending in the direction west - east, a distance of about 20 km. The Mountains are isolated mountain, and consist of four distinctly different forms: Vršac tower (399 m), Vršacki vrh (590 m), Gudurički vrh (641 m) and lower Veršišor (463 m), (Bukurov 1950; Zeremski, 1985; Vujko, 2011). Individuality of mountains conditioned with three large and relatively deep rifts: Prevala, Kulmea and Korkan which means that the relatively short and asymmetric longitudinal profile of the slanting occur, for which the Mountain of Vršac just named the “mountains”. Bearing all this in mind, it can be concluded that the sports and recreational tourists in Mountain of Vršac available microrelief two parts: the central massif and piedmont. Both of these units are relatively affordable so that they can be traced to the cycling routes and points for other forms of sports and recreational tourism: hiking, horseback riding and more. However, so far there is no clearly defined offer of cycling tourism in the area as part of the overall tourism product of Vojvodina. In this sense, the aim of the paper is to show the direct impact of travel agencies on the cycling tourism supply and the purpose of this paper is that the observed negative effects try to repair.

METODOLOGIJA

Podaci prikupljeni ovim istraživanjem dobijeni su direktnim ispitivanjem, primenom Survey metoda i deo su šireg istraživačkog projekta koji je sproveden od strane jednog od autora rada (Vujko, 2011). Na uzorku koji je sačinjavalo 10 putničkih agencija sa prostora Vršca, primenom odgovarajućih istraživačkih instrumenata, obuhvaćene su četiri osnovne grupe varijabli: prirodno-geografske karakteristike Vršačkih planina za biciklistički turizam, ponuda aranžmana biciklističkog turizma u turističkoj ponudi vršačkih agencija, ponuda aranžmana biciklističkog turizma u ukupnoj turističkoj ponudi Vojvodine i marketing aktivnosti turističkih agencija. Dobijeni podaci su obrađeni odgovarajućim statističkim metodama deskriptivnog karaktera, čime je omogućena eksplikacija rezultata istraživanja i izvođenje određenih zaključaka.

REZULTATI I DISKUSIJA

Biciklizam se na Vršačkim planinama, u skladu sa osnovnim karakteristikama reljefa, klimatskim karakteristikama, hidrografskom mrežom i biodiverzitetom može razvijati u različitim vidovima. Kao turističko-rekreativni biciklizam (sve staze unutar biciklističke rute Vršačkih planina), preko manifestacionog biciklizma (bilo koji deo staza unutar biciklističke rute Vršačkih planina), pa do ekstremnog biciklizma s obzirom da unutar biciklističke rute Vršačkih planina postoje delovi terena koji su po svojim karakteristikama fizički veoma zahtevni (gotovo svaka staza unutar biciklističke rute Vršačkih planina ima i svojih naporanijih delova, u zavisnosti od toga da li se ide u jednom ili drugom smeru), (Vujko, 2011). Iako ne podleže sezonalnosti, jer se bicikl može voziti u bilo koje doba godine, moglo bi se istaći da je, sa aspekta turizma, najinteresantniji i ekonomski isplativiji period od marta do oktobra. S druge strane i interesantne prirodne vrednosti doprineli bi dužini i bogatstvu boravka ciklo turista. Imajući sve to u vidu može se konstatovati da je prva grupa dobijenih podataka iz istraživanja u putničkim agencijama bila u skladu sa evidentnim potencijalima kojima ova planina raspolaže. Svih deset putničkih agencija (100%) su saglasne sa stavom da su Vršačke planine pogodno područje za vožnju bicikla.

Sledeća grupa varijabli odnosila se na identifikaciju prisutnosti aranžmana biciklističkog turizma u turističkoj ponudi agencija. Dobijeni rezultati ukazuju na dijametralno suprotnu situaciju, u odnosu na iskazan stav o pogodnosti Vršačkih planina za biciklistički turizam. Ni jedna od agencija obuhvaćenih istraživanjem nikada nije imala, niti u skorijoj budućnosti planira da ima, turističke aranžmane za biciklistički turizam u svojoj ponudi.

METHODOLOGY

The data collected in this study were obtained by direct examination using the Survey methods and are part of a wider research project that was conducted by one of the paper's authors (Vujko, 2011). In a sample of 10 travel agencies from the area of Vršac, applying appropriate research instruments, includes four main groups of variables: the natural and geographical characteristics of the Vršac mountains for cycling tourism, cycling tourism supply in the tourist offer of Vršac agencies, supply of cycling tourism in total tourism offer of Vojvodina and marketing activities of travel agencies. Data were analyzed by appropriate statistical methods of descriptive character, enabling the explication of the research results and the performance of certain conclusions.

RESULTS AND DISCUSSION

The cycling in the Mountains of Vršac, in accordance with the basic characteristics of the relief, climate characteristics, hydrographic network and biodiversity can be developed in various forms. As a recreational cycling (all paths within biking distance of the Mountains of Vršac), manifestation cycling (any part of the trail within biking distance of the Mountains of Vršac), and the extreme cycling (almost every track within biking distance of the Mountains of Vršac has its extreme parts), (Vujko, 2011). Although cycling is not the subject of seasonality, because the bike can be ride at any time of year, it might be noted that, in terms of tourism, the most interesting and economically profitable period is from March to October. On the other hand, interesting natural values contributed to the length and richness stay cyclo tourists. Bearing all this in mind, it can be concluded that the first group of data obtained from the survey of travel agencies to comply with evident potential that this area offers. All ten travel agencies (100%) agree with the statement that the Mountains of Vršac are perfect area for cycling.

The next group of variables related to the identification of the presence of a package of cycling tourism in the travel agency offer. The results suggest a diametrically opposite situation, in relation to the stated position on the benefits of the Mountains of Vršac for cycling tourism. Ni jedna od agencija obuhvaćenih istraživanjem nikada nije imala, niti u skorijoj budućnosti planira da ima, turističke aranžmane za biciklistički turizam u svojoj ponudi. None of the agencies surveyed never had, nor in the near future they plan to have, travel arrangements for cycling tourism in their offer.

Varijable koje su obuhvatile indikatore ponude aranžmana biciklističkog turizma u ukupnoj turističkoj ponudi Vojvodine, takođe su iskazale veoma interesantne tendencije. Sve opservirane agencije smatraju da je Srbija zemlja koja nema uopšte, a time ni adekvatnu ponudu biciklističkog turizma, mada za to postoje brojni povoljni resursi (Fruška gora, Vršaačke planine, i drugo.). Takođe, smatra se da postoji i odgovarajući nivo interesovanja za sportsko-rekreativni turizam od strane građana Vršaa, ali i Beograđana. Pokušavajući otkriti šta su uzroci nepostojanja aranžmana za biciklistički turizam, putničkim agencijama je postavljena grupa pitanja u vezi sa marketing aktivnostima koje preduzimaju, odnosno koje bi preduzeli u cilju promocije biciklističkog turizma u Srbiji. Pored toga, postavljen je kao indikator i pitanje o uviđanju važnosti marketinških aktivnosti. Interesantno je da većina ispitanih agencija potvrđuje da je marketing nastup Srbije, kada je biciklistički turizam u pitanju, na veoma niskom nivou. O tome svedoči i prosečna skalna vrednost odgovora ispitanika (1,70), što ukazuje na izrazito negativan stav (tabela 1). Mada smatraju da primena savremenih tehnika i koncepata marketinga predstavlja jedini način za prevazilaženje postojećih problema. Dakle, isticanje važnosti promocije biciklističkog turizma od strane putničkih agencija se nametnulo kao jedna od najznačajnijih aktivnosti putničkih agencija kada je budućnost biciklističkog turizma u pitanju.

Tabela 1. Ocena marketing aktivnosti (1-5) za biciklistički turizam na Vršaačkim planinama od strane putničkih agencija

Ocena	f	%	s.v.
1	4	40,0	
2	6	60,0	1,70
Σ	10	100,0	

Mada se prilikom istraživanja došlo do podataka koji ukazuju na to da nijedna od ispitanih putničkih agencija trenutno ne koristi nijedan od elemenata promocije (tabela 2) kada je biciklistički turizam u pitanju, ipak se može uočiti da pojedine agencije već sada shvataju važnost promotivnih aktivnosti.

Tabela 2. Postojanje marketing aktivnosti za promociju biciklizma u putničkim agencijama

Odgovori	f	%
Da	3	30,0
Ne	7	70,0
Σ	10	100,0

Variables that included the supply side arrangement of bicycle tourism in the overall tourism offer of Vojvodina, also expressed a very interesting trend. All observable agencies believe that Serbia is a country that does not have at all, and thus no adequate supply of cycle tourism, although there are numerous resources (Fruška Gora, Vršaa mountains, etc.). Also, it is considered that there is an appropriate level of interest in sports and recreational tourism by citizens of Vršaa, and Belgrade. Trying to figure out what are the causes of lack of arrangements for cycling tourism, to the travel agencies are set up a group of questions related to undertaken marketing activities, and that would have taken to promote cycling tourism in Serbia. Furthermore, as an indicator the question was raised about the importance of the recognition of marketing activities. It is interesting that most of the respondents confirmed that the marketing performance of Serbia, where cycling tourism is concerned, is on very low level. This is confirmed by the average value (1.70), indicating an extremely negative attitude (Table 1). Although we believe that the application of modern techniques and concepts of marketing is the only way to overcome the existing problems. Thus, highlighting the importance of promoting bicycle tourism by travel agency has established itself as one of the most important activities of travel agencies when the future of cycling tourism is concerned.

Table 1. Assessment of marketing activities (1-5) for cycling tourism in Mountain of Vršaa by travel agency

Mark	f	%	s.v.
1	4	40,0	
2	6	60,0	1,70
Σ	10	100,0	

The study obtained data which indicate that none of the respondents travel agencies do not currently use any of the elements of promotion (Table 2) when cycling tourism is concerned, it can be seen that some agencies now recognize the importance of promotional activities.

Table 2. Existence of marketing activities to promote cycling in travel agencies

Answers	f	%
Yes	3	30,0
No	7	70,0
Σ	10	100,0

Od ukupnog broja ispitanih putničkih agencija, tri su bile saglasne da budućnost biciklističkog turizma na Fruškoj gori dobrim delom zavisi i od adekvatne promocije, kako pojedinačnih resursa (Vršačke planine), tako i Vojvodine, Srbije kao buduće biciklističke destinacije. Elementi promocije u ovom istraživanju obuhvatili su ukupno šest elemenata koji su se kao indikatori koristili u pojedinim agencijama (tabela 3). Uočljivo je da su samo tri agencije bile usmerene na neke oblike promotivnih aktivnosti biciklističkog turizma na Vršačkim planinama, što je od ukupnog broja agencija obuhvaćenih istraživanjem svega 30%. Uglavnom su se oblici promocije pojavljivali kroz odnose sa javnošću (PR), a samo u slučaju jedne agencije je to bilo kroz oglašavanje ili u direktnom marketingu, odnosno u ličnoj prodaji.

Tabela 3. Korišćeni elementi promocije

Ponudeni elementi promocije / Offered elements of promotions	Putničke agencije / Travel agencies		
	Agencija 1 / Agency 1	Agencija 2 / Agency 2	Agencija 3 / Agency 3
Oglašavanje / Advertising	+	+	
Unapređenje prodaje / Personal sales			
Lična prodaja / Promotion with direct marketing			+
Ekonomski publicitet / Public Relations			
Promocija direktnim marketingom	+		
Odnosi sa javnošću	+	+	+

Pod promotivnim aktivnostima ove tri agencije su podrazumevale pružanje određenih informacija eventualnim interesentima, najčešće strancima prilikom posete njihovim sajtovima ili pri direktnom kontaktu u agencijama. Sasvim je jasno da putničke agencije treba da predstavljaju jedan od glavnih faktora promocije i aktualizacije biciklističkog turizma. Neke su već shvatile značaj promotivnih aktivnosti, kao i to da se većina domaćih turista koji se žele baviti biciklističkim turizmom, ali i stranaca koji su u proputovanju kroz našu zemlju, pre svega oslanja na putničke agencije. To znači da veliku ulogu u promovisanju planina u Srbiji, imaju i moraju imati upravo putničke agencije, a da je promotivna aktivnost jedan od osnovnih koraka pri afirmaciji Vršačkih planina za biciklistički turizam.

ZAKLJUČAK

Putničke agencije locirane su na mestima gde je najjača i najgušća frekvencija potencijalnih potrošača. To su uglavnom lokacije u centru grada, na železničkim i autobuskim stanicama, aerodromima, a u novije vreme i u okviru

Of the total number of travel agencies, three were agreed that the future of cycling tourism in Fruška Gora largely depends on the proper promotion, as individual resources (Mountain of Vršac) and Vojvodina, Serbia as a future cycling destination. Elements of promotion in this study included a total of six elements that are used as indicators of individual agencies (Table 3). It is notable that only three agencies were directed to some forms of promotion of cycling tourism in Mountain of Vršac, which is the total number of agencies surveyed, only 30%. Basically the forms of promotion appeared in public relations (PR), and only in the case of an agency that was through advertising or direct marketing, or in personal sales.

Table 3. Used promotions components

Under the promotional activities, these three agencies have entailed the provision of certain information to the possible stakeholders, mostly foreigners, when visiting their sites or in direct contact at the agency. It is clear that travel agents should represent one of the major factors promoting and actualization of cycling tourism. Some have already realized the importance of promotional activities, and that the majority of domestic tourists who wish to engage in cycling tourism and foreigners who are traveling through our country, primarily relies on travel agents. This means that a major role in promoting the mountains in Serbia, has and must have just the travel agency, and promotional activities is one of the basic steps for promotion of Mountains of Vršac for cycling tourism.

CONCLUSION

Travel agencies are located in places where is the strongest and densest frequency of potential consumers. These are generally the location in the city center, the railway and bus stations, airports, and more

velikih šoping centara. Prvi kontakti turista koji žele da se bave biciklizmom na nekoj destinaciji, upravo se odigravaju u agencijama i veoma je važno da agencije pružaju adekvatne informacije o mogućnostima upražnjavanja ovakvog oblika turizma, pa čak iako se direktno, one same ne bave biciklističkim turizmom. Biciklistička putovanja, gde je biciklizam glavni motiv putovanja i osnovni oblik transporta, 2010. godine su činila čak 2-4% od ukupnih putovanja u nekim evropskim zemljama, a predviđeno je da se taj broj udvostruči i utrostruči u narednim decenijama (Cope, Doxford, 1998; www.sustrans.co.uk; www.adventurecycling.org). Biciklisti tragaju za novim turističkim destinacijama na kojima će moći voziti svoje bicikle ali i iznajmljivati bicikl gde bi vožnja bila jedan od komplementarnih aktivnosti na destinaciji. Međutim, sve dok se aktuelni nosioci turističke privrede u Srbiji ne ujedine i udruženim snagama zajedno ne počnu da deluju, ne možemo govoriti o napretku. To, pre svega, znači da putničke agencije moraju shvatiti važnost biciklističkog turizma i promotivnih aktivnosti. Samo zajedničkim zalaganjima i objedinjenom promotivnom aktivnošću može se doći do pozitivnih promena, što direktno apostrofira ljudski faktor kao osnovni uzrok nepostojanja ponude za biciklistički turizam na području Vršackih planina, Vojvodine i Srbije.

Izjava autora

Autori pridonijeli jednako.

Konflikt interesa

Mi izjavljujemo da nemamo konflikt interesa.

recently in the framework of large shopping centers. The first contact of tourists who want to engage in a cycling destination, just happen in agencies, and it is important that agencies provide adequate information about the possibilities of practicing this form of tourism, even though they directly, are not involved in cycling tourism. Bicycle travel, where cycling is the main motivation for travel and the main form of transportation, 2010th year they did even 2-4% of the total trips in some European countries, (Cope, Doxford, 1998; www.sustrans.co.uk; www.adventurecycling.org). Cyclists looking for new tourist destinations where they can ride their bikes and rented a bike where the cycling was one of the complementary activities of the destination. However, until the current holders of the tourism industry in Serbia unite and join forces together they begin to act, we can not talk about progress. This primarily means that the travel agency must understand the importance of cycling tourism and promotional activities. Only joint efforts and unified promotional activity can lead to positive change, which directly emphasizes the human factor as the main cause of the lack of offers for cycling tourism in the Mountain of Vršac, Vojvodina and Serbia.

Authorship statement

The authors have contributed equally.

Financial disclosure

We declare that we have no conflicts of interest.

LITERATURA / REFERENCES

- Bukurovb, B. (1950). *Vršačke planine. Novi sad*, Matica Srpska.
- Cope, A.M., Doxford, D. (1998). Visitor Monitoring of the C2C Cycle Route 1997, *University of Sunderland School of Environment*.
- Hayward, P. (2001). Leisure and Tourism, *Heinemann GNVQ Intermediate*, Heineman.
- Hudson, S. (2003). Sport and adventure tourism. The Haworth Press, Inc., Binghamton.
- Matthew, L. (2009). Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, Routledge, London, Vol. 14, No. 1, pp. 5–23
- Paul, D., et al. (2009). Visitor Expenditure: The Case of Cycle Recreation and Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, , Routledge, London, Vol. 14, No. 1, pp. 25-42
- Ritchie, B.W., Hall, C.M. (1999). Bicycle tourism and regional development: A New Zealand case study. *Anatolia: An international journal of tourism and hospitality research*, 10, (2), 89–112.
- Simonsen, P., Jorgenson, B. (1998). Cycle tourism: an economic and environmental sustainable form of tourism? Unit of Tourism Research, Research Centre of Bornholm.
- Torkildsen, G. (2005). Leisure and recreation management (5th edn). Abingdon: Routledge.
- Vujko, A., Plavša, J. (2011). Networking of Fruška gora lakes tourist offer through system of cyclepaths – case study Sot, Bruje and Moharač, *Scientific and technical journal in tourism Tourism*, Faculty of Science, Novi Sad, Vol. 15 Issue 1, p. 1-10,
- Vujko, A. (2011). Fruška gora i Vršačke planine – sadašnje i buduće destinacije sportsko-rekreativnog turizma, (doktorska teza), PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.
- Weed, M., Bull, C. (2004). Sports tourism: participants, policy and providers. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Weed, M. (2008). Sport tourism experience. *Journal of Sport and tourism*, Routledge, London, Vol 13, pp. 1-4.
- www.adventurecycling.org
- www.sustrans.org.uk
- Zeremski, M. (1985). Geomorfologija Vršačkih planina, Matica Srpska, Novi sad.

Primljen: 08. novembar 2013. / Received: November 08, 2013
Izmjene primljene: 13. decembar 2013. / Revision received: December 13, 2013
Prihvaćen: 18. decembar 2013. / Accepted: December 18, 2013