

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**POTOVALNE NAVADE TURISTOV KOLESARJEV V SLOVENIJI**

Ljubljana, julij 2016

URŠKA SUHADOLC

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Urška Suhadolc, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Ljubico Knežević Cvelbar

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1 KOLESARSKI TURIZEM.....</b>	<b>3</b>
1.1 Trendi v kolesarskem turizmu .....	3
1.2 Pomen kolesarjenja in kolesarskega turizma v Evropski uniji .....	4
1.3 Kolesarski turizem in koncept trajnostnega razvoja .....	6
1.3.1 Kolesarski turizem kot oblika počasnega turizma (»SLOW« turizma) .....	9
1.3.1.1 Počasni tempo.....	10
1.3.1.2 Socialna interakcija z lokalnimi ljudmi in okoljem.....	10
1.3.1.3 Lokalnost .....	11
1.3.2 Elementi kolesarske turistične ponudbe .....	11
1.3.2.1 Kolesarska infrastruktura .....	12
1.3.2.2 Kolesarjem prilagojene transportne storitve.....	13
1.3.2.3 Informacijski viri za načrtovanje kolesarskih poti in dopolnilnih aktivnosti .....	14
1.3.2.4 Kolesarske specializirane nastanitve .....	14
1.3.2.5 Specializirane kolesarske turistične agencije .....	15
<b>2 OPREDELITEV IN ZNAČILNOSTI GLAVNIH SEGMENTOV TURISTOV KOLESARJEV .....</b>	<b>16</b>
2.1 Opredelitev kolesarskega turizma.....	16
2.2 Motivi turistov kolesarjev .....	18
2.3 Profili turistov kolesarjev glede stopnje predanosti kolesarjenju .....	19
2.4 Profili turistov kolesarjev glede zvrsti kolesarjenja.....	21
2.4.1 Gorsko kolesarjenje.....	21
2.4.2 Treking kolesarjenje.....	22
2.4.3 Cestno kolesarjenje .....	22
2.4.4 Kolesarjenje z električnimi kolesi .....	22
<b>3 KOLESARSKI TURIZEM V SLOVENIJI .....</b>	<b>23</b>
3.1 Priljubljenost kolesarstva v Sloveniji .....	23
3.2 Slovenija – kolesarska turistična destinacija .....	24
<b>4 METODOLOGIJA.....</b>	<b>26</b>
4.1 Namen in cilj raziskave .....	26
4.2 Metoda dela in določitev vzorca.....	26
<b>5 REZULTATI RAZISKAVE.....</b>	<b>27</b>
5.1 Opis vzorca anketirancev .....	27
5.2 Značilnosti in potovalne navade kolesarjev turistov .....	31
5.2.1 Značilnosti kolesarjev turistov .....	31
5.2.2 Motivi in destinacija preživljanja kolesarskih počitnic.....	31
5.2.3 Meseci preživljanja kolesarskih počitnic .....	33

5.2.4	Organizacija kolesarskih počitnic .....	34
5.2.5	Uporaba informacijskih virov pri načrtovanju kolesarskih počitnic .....	35
5.2.6	Načini preživljanja kolesarskih počitnic .....	35
5.2.7	Načini dostopanja do destinacije .....	36
5.2.8	Vrsta nastanitev .....	37
5.3	Dejavniki, ki vplivajo na izbiro turistične destinacije .....	38
5.4	Aktivnosti, ki prispevajo k večjemu doživetju kolesarskih počitnic .....	39
5.5	Pogostost in zvrst kolesarskih počitnic .....	40
5.6	Primerjava kolesarske turistične ponudbe v Sloveniji v primerjavi s tujino .....	42
5.7	Preverjanje hipotez .....	43
5.8	Povzetek in ključne ugotovitve .....	47
<b>SKLEP .....</b>		<b>51</b>
<b>LITERATURA IN VIRI .....</b>		<b>53</b>
<b>PRILOGE</b>		

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Povprečno število kolesarskih počitnic kolesarjev turistov (primerjava Slovenija, tujina) .....	32
Tabela 2: Povprečno število kolesarskih počitnic (krajše in daljše kolesarske počitnice) .....	41
Tabela 3: Zvrsti kolesarskih počitnic .....	42
Tabela 4: Organizacija kolesarskih počitnic (v lastni režiji v primerjavi z organiziranimi oblikami) .....	43
Tabela 5: Načini organizacije kolesarskih počitnic (preverjanje s testom Hi-kvadrat) .....	44
Tabela 6: Meseci preživljanja kolesarskih počitnic .....	44
Tabela 7: Meseci preživljanja kolesarskih počitnic (primerjava sezonskih mesecev ter tudi zunajsezonskih mesecev) .....	45
Tabela 8: Meseci preživljanja kolesarskih počitnic (preverjanje s testom Hi-kvadrat) .....	45
Tabela 9: Primerjava pomembnosti izbranih aktivnosti v destinaciji v primerjavi z obiskovanjem lokalnih gostiln s kakovostno kulinariko .....	46

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Evropska kolesarska mreža Eurovelo .....	5
Slika 2: Kolesarski turizem v okviru trajnostnega koncepta in eko turizma .....	7
Slika 3: Koncept »SLOW« turizma .....	10
Slika 4: Elementi kolesarsko turističnega produkta .....	12
Slika 5: Oznaka standardiziranih kolesarskih nastanitev v Sloveniji .....	15
Slika 6: Model razpona profilov turistov kolesarjev .....	20

Slika 7: Športne aktivnosti anketirancev kolesarjev (v %)	28
Slika 8: Športne aktivnosti anketirancev glede na pomembnost (v %)	29
Slika 9: Motivi za rekreativno kolesarjenje (v %)	30
Slika 10: Zvrsti kolesarjenja (v %)	30
Slika 11: Motivi za kolesarske počitnice (v %)	32
Slika 12: Meseci preživljanja kolesarskih počitnic (v %)	33
Slika 13: Načini organiziranja kolesarskih počitnic (v %)	34
Slika 14: Uporaba informacijskih virov (v %)	35
Slika 15: Načini preživljanja kolesarskih počitnic (v %)	36
Slika 16: Načini dostopanja do destinacije (v %)	37
Slika 17: Vrsta nastanitev (v %)	37
Slika 18: Dejavniki, ki vplivajo na izbor destinacije kolesarskih počitnic (v %)	39
Slika 19: Aktivnosti, ki prispevajo k večjemu doživetju kolesarskih počitnic (v %)	40
Slika 20: Udeležba kolesarskih počitnic v zadnjih dvanajstih mesecih (v %)	41
Slika 21: Izbrane aktivnosti v destinaciji, ki prispevajo k večjemu doživetju kolesarskih počitnic	46



## UVOD

Spodbujanje kolesarjenja in kolesarskega turizma je predmet politike mnogih držav, ki se zavedajo prednosti uporabe kolesa za zdravje ljudi in ohranjanje širšega okolja. Kolesarski turizem namreč ustreza kriterijem trajnostnega razvoja in novim prihajajočim trendom. Uporaba kolesa v kombinaciji z javnim potniškim prometom je eden izmed načinov zmanjševanja škodljivih emisij v okolje, ki je eden od prioritarnih ciljev Evropske unije na področju podnebnih sprememb. Nadalje postaja kolesarska panoga z novimi modeli koles vsako leto močnejša in narekuje življenjski slog vse večjemu številu kolesarjev (Auchapt, 2013; Dickinson, Lumsdon & Robinns, 2011).

V Evropi, ZDA, Kanadi, Novi Zelandiji in Avstraliji so primeri dobrih praks in pozitivni ekonomski učinki strateškega trženja kolesarskega turizma (Brent, Ritchie, & Hall, 1999; Dodds & Singh, 2010; Ritchie, 1998; Sirše, Berčič, & Sila, 2005). Pozitivni ekonomski učinki kolesarskega turizma, kakor jih beležijo konkurenčne kolesarske destinacije, so priložnost tudi za Slovenijo. Prepoznavanje in upoštevanje potreb in navad kolesarjev pri razvojnih lokalnih in regionalnih strategijah so bistvenega pomena pri nadaljnjem razvoju kolesarskega turizma.

Kolesarski turizem nagovarja različne ciljne segmente kolesarjev in lahko zadovolji avanturističnega športnega turista in turista, ki želi iz vsakodnevnega vrveža upočasniti tempo ter počasi in bolj interaktivno spoznavati nove kraje. Kolesar doživlja kraj neposredno z vsemi čutili in občutek svobode, ki ga navajajo navdušeni kolesarji, omogoča, da kolesar bolj zdravo in doživeto preživlja prosti čas. Med kolesarji je veliko t. i. individualnih turistov, ki sami načrtujejo kolesarske počitnice, na drugi strani pa se predvsem v tujini uspešno tržijo tudi različni turistični kolesarski produkti. Mnoge tuje ankete navajajo, da so kolesarji v povprečju bolj ozaveščeni, skrbijo za svoje zdravje, imajo dober ekonomski standard in izkazujejo odgovoren odnos do okolja.

Z magistrskim delom želim prikazati potencial rastočega nišnega turističnega trga za razvoj novih turističnih produktov. Ključni cilj magistrskega dela je razširiti razumevanje glavnih elementov kolesarske turistične ponudbe, ki temelji na razumevanju ciljnih segmentov turistov kolesarjev. Z rezultati raziskave rekreativnih kolesarjev, ki so že bili na kolesarskih počitnicah, bom opisala potovalne navade in dejavnike, ki vplivajo na izbiro kolesarske turistične destinacije.

Magistrsko delo obsega poleg uvoda in sklepa pet poglavij. Prvo poglavje je namenjeno širši predstavitvi kolesarjenja in kolesarskega turizma z vidika trajnostnega koncepta, v katerem opisujem tudi trende, ki narekujejo oblikovanje konkurenčne turistične ponudbe. V okviru trajnostnega koncepta posebno izpostavljam obliko »SLOW« turizma, katerega koncept je pomemben za razvoj kolesarskega turizma. V okviru splošne predstavitve kolesarskega turizma prvo poglavje končujem s pomenom oblikovanja celostne

specializirane ponudbe turistom kolesarjem in predstavljam pomembne elemente te ponudbe.

Drugo poglavje magistrskega dela je namenjeno ožji opredelitvi kolesarskega turizma. V tem poglavju predstavljam opredelitve kolesarskega turizma tujih avtorjev in opisujem glavne zvrsti kolesarskega turizma. Za namene razlikovanja turistov kolesarjev predstavljam osnovne zvrsti kolesarjenja in druge osnovne determinante, pomembne pri preučevanju razlik kolesarjev in prepoznavanju njihovih potreb. Posebno pozornost posvečam tudi različnim motivom za kolesarske počitnice.

V tretjem poglavju predstavljam kolesarjenje kot eno izmed pomembnih športnih dejavnosti Slovencev že od začetka zgodovine slovenskega športa in priljubljenost, ki z leti narašča. V tretjem poglavju želim predstaviti Slovenijo, kot turistično destinacijo z idealnimi naravnimi možnostmi za razvoj kolesarskega turizma. Pohodništvo in kolesarjenje sta tudi v Strategiji turizma Slovenije uvrščeni med najpomembnejše in trajnostne proizvode aktivnih počitnic. V poglavju na kratko povzemam tudi trenutno stanje kolesarske turistične ponudbe ter projekte, ki lahko prispevajo k razvoju turistične destinacije, ki bo prijaznejša kolesarjem.

Metodologijo raziskave predstavljam v četrtem poglavju. Vključno z določitvijo vzorca in z opisom načina zbiranja podatkov v tem poglavju predstavljam namen in ključni cilj raziskave. Poglavje vključuje tudi predstavitve hipotez, ki sem jih postavila zato, da empirično potrdim ali ovržem teze o značilnostih turistov kolesarjev, o katerih beremo v splošno literaturi. Nanašajo se na čas preživljanja kolesarskih počitnic, način organiziranja, ter gastronomijo kot pomembno turistično ponudbo za kolesarje.

Rezultate raziskave predstavljam v zadnjem petem poglavju. Prvi del poglavja je namenjen predstavitvi celotnega vzorca anketirancev (rekreativnih kolesarjev), v katerem predstavim njihove glavne demografske značilnosti, pripadnost kolesarjenju kot pomembni športni aktivnosti ter motive za kolesarjenje v vsakodnevem življenju. V srednjem delu, v katerem predstavljam vzorec samo tistih kolesarjev, ki so se pri anketiranju opredelili, da so že bili na kolesarskih počitnicah, preidem na glavno tematiko. V okviru tematike magistrskega dela v poglavju izpostavljam glavne sociodemografske značilnosti kolesarjev turistov, potovalne navade, dejavnike, ki vplivajo na izbor destinacije, in večje doživetje kolesarskih počitnic. V poglavju preučim tudi njihove motive ter pogostost preživljanja kolesarskih počitnic. Zadnji del petega poglavja je namenjen hipotezam, ki sem jih potrdila ali ovrгла z dodatnimi analizami podatkov.

V sklepnem delu magistrskega dela povzemam glavne ugotovitve teoretičnih in praktičnih izsledkov raziskav kolesarskega turizma, znotraj katerega izpostavim tudi glavne značilnosti kolesarjev turistov v Sloveniji in podam ugotovitve o priložnostih kolesarskega turizma v Sloveniji.



# 1 KOLESARSKI TURIZEM

## 1.1 Trendi v kolesarskem turizmu

Trend razvoja kolesarske turistične ponudbe je usmerjen v oblikovanje kolesarskih turističnih produktov, ki so prilagojeni različnim ciljnim segmentom turistov kolesarjev, in turistično ponudbo kraja. Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman & Scott (2009) za uspešen dolgoročni razvoj turizma izpostavljajo prav pomen strateškega trženja, usmerjenega na ciljne segmente turistov, in pomembnost oblikovanja novih turističnih produktov, ki upoštevajo napovedi o spreminjajočih se potrebah in navadah turistov.

V Evropi številne turiste kolesarje privabljajo že dobro znane daljinske kolesarske turistične poti, speljane ob rekah, vinogradih, poljih, ki povezujejo lokalne in kulturne znamenitosti. Kolesarji turisti na teh poteh povprašujejo po čim varnejši in zanimivejši vožnji skozi kraje, ki jih želijo podrobneje spoznati. Pomemben segment kolesarskega turizma je tudi gorsko kolesarjenje, ki se je v zadnjih letih zelo razširilo. Gorski kolesarji v zadnjih letih postajajo vse bolj izurjeni in izkušeni, iščejo vznemirljiva doživetja v stiku z neokrnjeno naravo. Prav tako povprašujejo po zanimivih turističnih destinacijah, ki ponujajo gorske kolesarske poti z različnimi stopnjami težavnosti, ki so urejene in primerno označene. Tudi med mladimi je vse več gorskih kolesarjev, ki želijo svoje sposobnosti preizkušati v različnih gorskih kolesarskih parkih. Nadalje se povečuje število kolesarjev popotnikov, ki se v popotniškem duhu odpravijo na daljše kolesarske počitnice, zato da obišejo tudi več destinacij hkrati. Na nekaterih območjih v tujini so tem kolesarjem za udobnejšo potovanje na voljo tudi dodatne javne storitve, ki omogočajo udobnejše potovanje. V zadnjih letih se veliko pozornosti posveča tudi uvajanju električnih koles v turizmu. Kolesarska turistična omrežja s turističnimi točkami oz. postojankami (za polnjenje baterij) in oblikovanimi turističnimi kolesarskimi omrežji omogočajo drugačno spoznavanje krajev, predvsem kondicijsko manj pripravljenim kolesarjem.

V podporo rasti kolesarskega turizma lahko izpostavim nekatere splošne trende v turizmu. Turisti na splošno postajajo bolj ozaveščeni o okolju in iščejo vse bolj naravna oz. avtentična doživetja. Napoveduje se, da se bo povpraševanje po aktivnih počitnicah še povečevalo zaradi večje skrbi za zdravje in dobro počutje. Zaradi fleksibilnejšega delovnega časa in potrebe po pobegu iz urbaniziranih in prenatrpanih mest bodo krajši oddihi ob koncu tedna in večkratne počitnice med letom vedno pogosteje zamenjevale tradicionalne počitnice (Dwyer et. al., 2009). Tudi Weed in Bull (2004) povzemata tri najpomembnejše trende v turizmu, ki ne kažejo sprememb. To so vedno večja skrb za zdravo življenje, vse razvitejša turistična ponudba, ki temelji na določeni tematiki in aktivnih počitnicah, in rast povpraševanja po krajših oddihih in počitnicah med letom.

Splošni trend, ki lahko vpliva tudi na povpraševanje v kolesarskem turizmu, je povečanje starejšega segmenta turistov. Zaradi ukvarjanja s športno aktivnostjo že v mladosti so tudi

v zrelejših letih kondicijsko sposobnejši, željni aktivnega udeleževanja in avantur (Hinch & Higham, 2001). V turističnem sektorju je pričakovati, da bo v naslednjih dveh desetletjih več upokoјencev v primerjavi s preteklimi generacijami vzdrževalo boljše zdravstveno stanje, povprečna starostna doba se bo povišala, razpolagali bodo s prostim časom in denarjem, zato bodo postali pomemben turistični segment (Moal Ulvoas & Taylor, 2014).

Predpostavljamo lahko, da se bo trend uporabe kolesa v turizmu v prihodnosti še nadaljeval kot prevozno sredstvo in možnost preživljanja prostega časa. V podporo razvoja kolesarskega turizma lahko izpostavimo navsezadnje tudi to, da velja turizem na splošno za največjo in najbolj rastočo gospodarsko panogo kljub svetovni krizi in da ima pozitivne napovedi tudi v prihodnosti (Eurostat regional yearbook 2014: tourism, b. l.). Za primer lahko navedem zadnji podatek za Slovenijo. V letu 2015 je število turističnih prenočitev prvič preseгло deset milijonov in doseglo tudi povečanje števila in nočitev domačih turistov (Slovenska turistična organizacija, 2015).

## **1.2 Pomen kolesarjenja in kolesarskega turizma v Evropski uniji**

Kolesarjenje velja za pomembno rekreativno aktivnost, zato je tudi pomembna gospodarska veja v Evropski uniji. S kolesarjenjem se ukvarja zelo širok razpon ljudi. Kolo kot prevozno sredstvo ponuja sprostitvene in zdravilne učinke in priložnosti za različna doživetja v neposrednem stiku z okoljem. Razvoj kolesarske infrastrukture in ponudba vsako leto bolj specializiranih koles privablja nove privrčence kolesarjenja. Kolesarjenje je priljubljeno tudi med starejšimi, ker ga priporoča zdravstvena stroka. K širši uporabi kolesa kot prevoznega sredstva na drugi strani prispeva tudi cenovna dosegljivost in minimalni stroški vzdrževanja.

Poleg priljubljenosti rekreativnega kolesarjenja postaja tudi uporaba koles v mestih (za vsakodnevne namene) zelo pogosta. Od leta 2008 v evropskih državah raste stopnja uporabe koles. K temu so pripomogle predvsem mestne kolesarske sheme. Danes je evidentiranih 395 kolesarskih shem v 33 državah Evrope. Za primer lahko navedemo Pariško kolesarsko shemo, ki je v letu 2008 zabeležila 27,5 milijona izposoj koles. V tem podatku so vključeni tudi turistični kolesarski izleti (Midgley, 2011).

Investicije v kolesarjenje, ki je oblika trajnostne mobilnosti, podpirajo številni Evropski skladi Evropske unije (Auchapt, 2016). Spodbujanje kolesarjenja in kolesarskega turizma je predmet politike mnogih držav, ki se zavedajo prednosti uporabe kolesa za zdravje ljudi in ohranjanje širšega okolja. Uporaba kolesa v kombinaciji z javnim potniškim prometom je eden izmed načinov zmanjševanja škodljivih emisij v okolje, ki je eden od prioritetenih ciljev Evropske unije na področju podnebnih sprememb.

Za spodbujanje trajnostne mobilnosti in razvoj kolesarskega turizma se je v okviru Evropskega kolesarskega združenja oblikovalo tudi Evropsko kolesarsko omrežje Eurovelo

(slika 1). Projekt, ki je začel delovati leta 1990, je do danes v kolesarsko turistično mrežo združil 15 standardiziranih kolesarskih daljinskih poti. Vizija Evropskega kolesarskega združenja (angl. *European Cyclists' Federation*), (v nadaljevanju EFC), je z vseevropsko kolesarsko mrežo povezati tudi regionalne in lokalne kolesarske poti celotne Evrope. Koncept daljinskih kolesarskih poti spodbuja in povezuje tri glavna področja; *kolesarjenje, kulturno dediščino, naravo*. Na primer daljinska kolesarska pot EuroVelo 13 povezuje štirinajst Unescovih znamenitosti. Nekatere spodaj zarisane evropske kolesarske poti so že dobro uveljavljene in beležijo številne obiske kolesarjev turistov (EuroVelo routes, 2016).

*Slika 1: Evropska kolesarska mreža Eurovelo*



*Vir: EuroVelo routes, 2016.*

Najbolj prepoznaven primer daljinske kolesarske turistične poti je Donavska kolesarska pot, ki je gostila prve kolesarje turiste že v osemdesetih letih. Pot vodi danes skozi številne stare vasi, mesta, mimo gradov v privlačni pokrajini. Kolesarska pot ima široko povezavo z avtobusnimi, železniškimi in ladijskimi linijami. Najbolj turistični zgornji avstrijski del letno privablja okoli 200.000 kolesarjev. Rezultati študije iz leta 2001 prikazujejo, da trajajo kolesarske ture turistov v povprečju šest dni, z dnevno ocenjeno porabo 65 EUR na

dan. Kolesarski turizem regiji prispeva pozitivne ekonomske učinke in spodbuja lokalno gospodarstvo. Več kot dve tretjini predstavljajo nemški turisti (Meschik, 2012). Donavska kolesarska pot je bila tudi v letu 2015 med nemškimi turisti razglašena za najbolj priljubljeno tujo daljinsko turistično kolesarsko pot (Bangel, 2015).

Poleg priljubljenosti ravninskih kolesarski turističnih poti pomemben delež kolesarskega turizma predstavlja gorsko kolesarjenje. Med države z razvitim gorskim kolesarskim turizmom štejemo Škotsko, Avstrijo, Švico in Italijo, Škotska pa velja za vodilno gorsko kolesarsko destinacijo; na primer: t. i. gorsko kolesarsko turistično območje The 7stanes letno obišče 400.000 kolesarjev (Scottish mountain bike development consortium, 2009).

Kolesarski turizem ni zabeležen v turistični statistiki Eurostata niti ni vključen v druge splošne preglede domačega in mednarodnega turizma, zato razpolagamo samo z ocenami njegovega obsega. Evropski unija je leta 2009 objavila oceno vrednosti in pomen kolesarskega turizma v Evropski uniji. Glavne ugotovitve študije so bile, da kolesarski turizem Evropski uniji (z Norveško in Švico) predstavlja 3-odstotni delež vseh turističnih potovanj. Največji in hitro rastoči trg predstavlja Nemčija, medtem ko Francija in Avstrija veljata za vodilno državo v organiziranih turističnih aranžmajih. Kolesarski turizem pomeni pomemben delež tudi na Nizozemskem, v Švici, na Danskem in v Belgiji (Lumsdon, Weston, McGrath, Davies, Peeters, Eijgelaar & Piket, 2009).

Nemško kolesarsko združenje Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club (v nadaljevanju ADFC), ki velja za eno izmed prvih organizacij na področju razvoja in spremljanja kolesarskega turizma vsako leto objavlja statistiko potovalnih navad kolesarjev v Nemčiji. Po njihovih navedbah se je v letu 2014 za kolesarske počitnice s tremi in več prenočitvami odločilo štiri milijone Nemcev (Bangel, 2015).

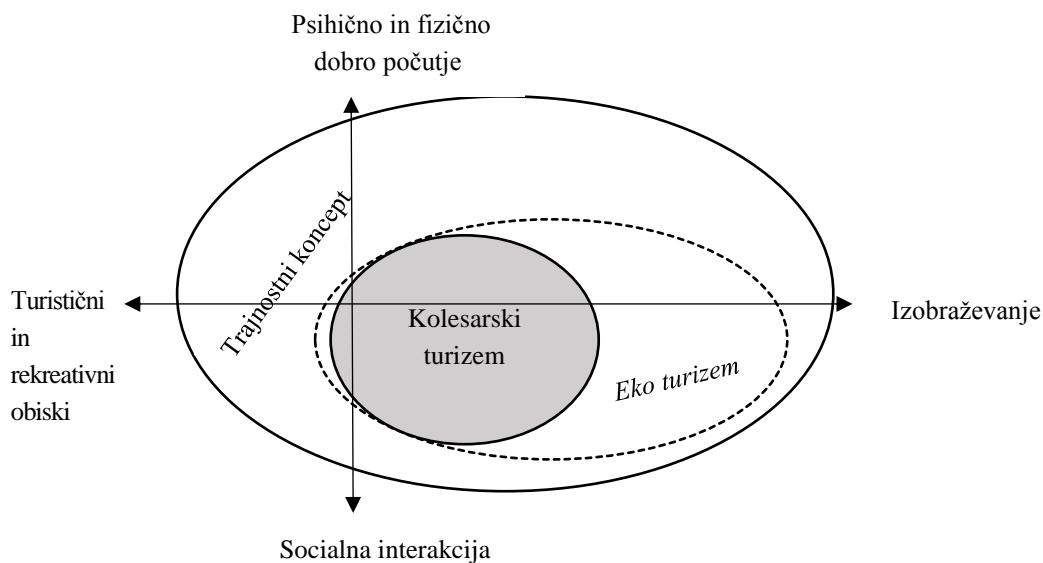
K predstavitvi pomena kolesarjenja lahko podam tudi podatek Evropskega kolesarskega združenja, ki je v letu 2014 objavilo oceno gospodarske vrednosti kolesarske panoge s podatkom, da šteje 650.000 vseh delovnih mest, ki so povezana s kolesarstvom (proizvodnja, prodaja, servisi, gradnja kolesarske infrastrukture, turizem). Po njihovih ocenah največji delež delovnih mest zavzema kolesarski turizem (Blondiau & Zeerbroeck, 2014).

### **1.3 Kolesarski turizem in koncept trajnostnega razvoja**

Po mnenju različnih avtorjev velja kolesarski turizem za trajnostno obliko turizma, ki lahko s svojimi ekonomskimi učinki in minimalnimi vplivi na okolje prispeva k razvoju predvsem turistično manj razvitih območij (Dickinson & Lumsdon, 2010, Faulks, Ritchie, & Fluker, 2007; Lumsdon, 2000; Lumsdon et al., 2009; Piket, Eijgelaar, & Peeters, 2012).

Neves in Esperanča (2011) izpostavljata, da kolesarski turizem kot ekološka oblika turizma (*angl. eco tourism*) zagotavlja optimalno uporabo virov, omogoča ohranjanje kulturne dediščine, spoštuje socialno kulturno avtentičnost lokalnega prebivalstva in omogoča socialne ekonomske učinke vsem udeleženiim. Kolesarski turizem ima v tem okviru podobne značilnosti kot druge oblike ekološkega turizma. Zelo podobne vzporednice lahko povežemo s konjeniškim turizmom. Pri obeh oblikah je značilna močna interakcija z gibanjem in naravo. Avtorja prikazujeta navedeni koncept kolesarskega turizma večdimenzionalno (slika 2).

*Slika 2: Kolesarski turizem v okviru trajnostnega koncepta in eko turizma*



*Vir: J. M. Neves & J. P. Esperanča, Bike usage and cycle tourism: the pattern of Portuguese associated bike riders, 2011, str. 191–200.*

Teorija trajnostnega razvoja vključuje koncept kriterijev, ki izhajajo iz med seboj povezanih stebrov; ekonomskega, socialno-kulturnega in ekološkega. To pomeni, da mora razvoj zagotoviti optimalno uporabo virov iz naravnega okolja, varovati naravne vire in biološko raznovrstnost, ohranjati socialno in kulturno okolje in spodbujati dolgoročno učinkovitost lokalnega gospodarstva. Cilj trajnostnega razvoja je izboljšati življenje lokalnega prebivalstva in omogočiti bodočim generacijam zadovoljevanje istih potreb (Mihalič, 2006).

Če kolesarski turizem obravnavamo kot ekološko obliko turizma, mora izpolnjevati dodatne kriterije. Pri ekološkem turizmu gre namreč za podkoncept trajnostnega turizma, pri čemer se od slednjega razlikuje (Mihalič, 2006):

- izobraževalna vsebina je nujen sestavni del,

- se vedno odvija v neokrnjenem naravnem okolju,
- je primernejši za individualne popotnike in za manjše skupine organiziranih potovanj.

V povezavi z ekonomskimi učinki kolesarskega turizma moramo izpostaviti, da so le ti odvisni od prepoznavnosti kolesarske destinacije in dopolnjujoče turistične ponudbe. Študije kažejo, da potrošijo vsaj toliko kot povprečni turisti, ponekod tudi več. Z ekonomskega vidika so kolesarji turisti zaželen turistični segment zaradi potovalnih navad. Obiskujejo namreč turistično manj obljudene kraje, zaradi počasnega premikanja se v njih zadržijo dlje, pogosto povprašujejo po kakovostni lokalni gostinski ponudbi (zaradi telesne aktivnosti, prostorske omejenosti), želijo si tudi drugih aktivnosti v destinaciji (Arnold et al., 2012; Keeling, 1999; Lumsdon et al., 2009; Regional tourism organization 8, 2011).

Med pozitivne učinke kolesarskega turizma vključujemo tudi oblikovanje kolesarskih poti, kar posredno vpliva na povečanje gibanja in ohranjanja zdravja lokalnega prebivalstva, zmanjševanja škodljivih emisij, hrupa in izboljšanja življenjskega okolja lokalnega prebivalstva. Navedeni dejavniki potencialno povečujejo tudi privlačnost destinacije. Prednost razvoja kolesarskih poti je tudi relativno nizka investicija, posebno pri uporabi starih železniških poti in kolovozov ali redko prometnih cest (Mrnjavac & Kovačić, 2012). Tipi kolesarskih poti, ki ustrezajo sodobnemu povpraševanju, so primerni tudi za naravovarstvene zahteve in zato ne zmanjšujejo privlačnosti okolja (Berčič, Sila, Slak, & Pinar, 2010).

Kot za vse druge oblike turizma velja tudi za kolesarski turizem, da sta za trajnostni koncept razvoja potrebna celovito in podrobnejše strateško načrtovanje ter nadzor nad izvajanjem. Kljub navedenim pozitivnim učinkom kolesarskega turizma je treba izpostaviti, da nenadzorovani razvoj kolesarskega turizma lahko prav tako lahko povzroči podobne škodljive emisije in negativno poseganje v okolje kot masovni turizem. Ne glede na obseg kolesarskega turizma se trajnostnim kriterijem najbolj približajo kolesarji popotniki, ki kampirajo in katerim kolo pomeni glavno prevozno sredstvo, ko potujejo iz kraja v kraj (Faulks et al., 2007).

Eno izmed pomembnih tematik trajnostnega razvoja in kolesarskega turizma predstavlja gorsko kolesarjenje v naravnem okolju. S stališča vplivov na okolje zagovorniki gorskega kolesarjenja obravnavajo gorske kolesarje enako kot pohodnike, z dodatnim argumentom, da gorski kolesarji večkrat dostopajo do destinacij s kolesom kot z avtomobilom. Na drugi strani naravovarstvena stroka izpostavlja morebitne dolgoročne negativne vplive, kot so erozija tal, spremembe v vegetaciji in hrupnost, ki vplivajo na bivanjsko okolje divjih živali v občutljivejših življenjskih okoljih (Lumsdon et al., 2009). Gorsko kolesarjenje je lahko neproblematično za okolje, saj ne potrebuje posebne infrastrukture, če se izvaja kontrolirano, v omejenem obsegu in s predhodno opravljenimi presojami glede vplivov na okolje na občutljivejših območjih. Dejavnost namreč lahko postane vprašljiva pri

množičnem izvajanju na ranljivih območjih (Simoneti, Jankovič, & Matjašec, 2002; Tekavčič, 2014).

### 1.3.1 Kolesarski turizem kot oblika počasnega turizma (»SLOW« turizma)

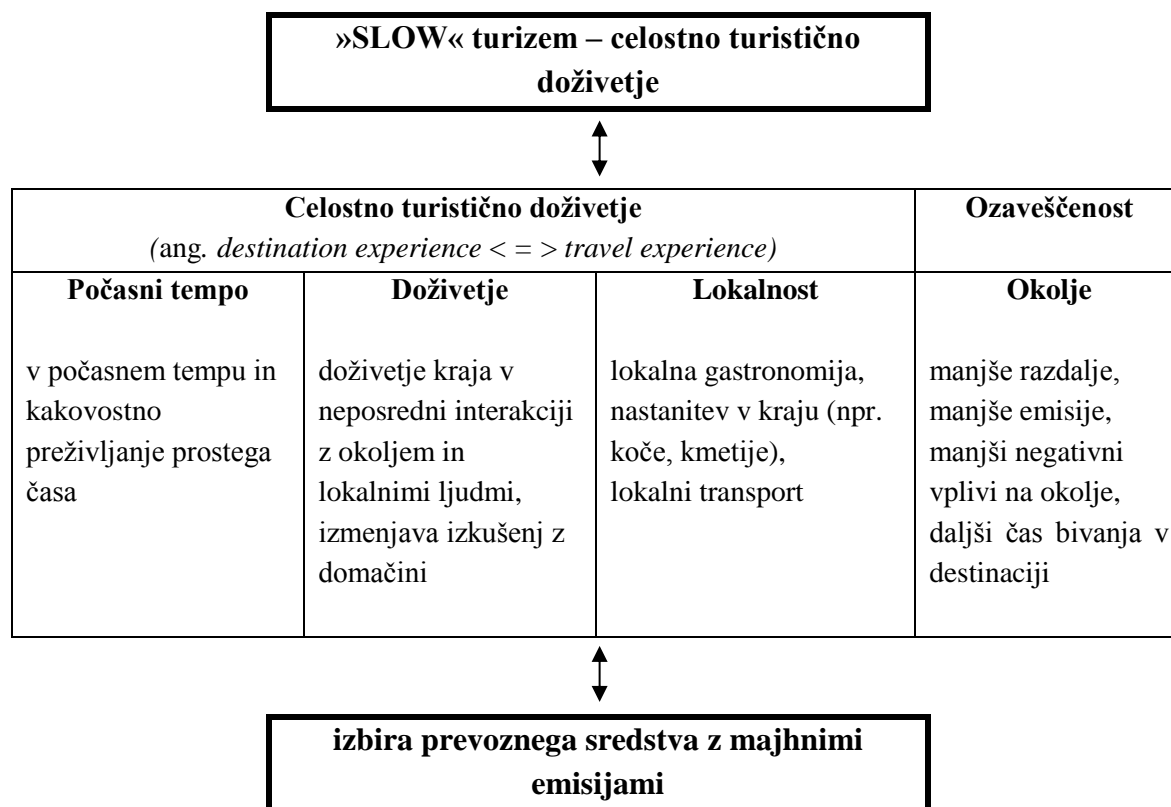
Kolesarski turizem uvrščamo tudi v t. i. obliko počasnega turizma (v nadaljevanju »SLOW« turizma). Gre za koncept, ki prinaša istočasne koristi v odnosu do dobrega lastnega psihofizičnega počutja in v odnosu do širšega okolja (Dickinson & Lumsdon, 2010; Fullagar, Markwell, & Wilson, 2012). Avtorji navedeni koncept ponazarjajo tudi s sloganom »*it is about the journey not the destination*«, kar vključuje tudi pomembnost celotnega potovanja, vključno z načinom dostopanja do destinacije (Lumsdon & McGrath, 2011).

Osnovni koncept »SLOW« turizma je preživljanje prostega časa kakovostno in v počasnem tempu. »SLOW« turizem nagovarja tiste turiste, ki v hitrem tempu življenja s standardizirano ponudbo iščejo avtentična doživetja in potrebujejo upočasnitev tempa, da bolj kakovostno in globlje doživljajo prosti čas. Poleg ključnega dejavnika – dobrega počutja obiskovalcev – je pomembno, da so do okolja ozaveščeni in se odločajo za prevozna sredstva, ki so prijaznejša do okolja. V okviru predlaganega koncepta »SLOW« turizma bi se morali potniki izogibati letalskih prevozov in večkrat izbrati ladijske prevoze, lokalne avtobuse in tradicionalne vlake (namesto hitrih vlakov). Potovanje z letali namreč povzroča velike negativne vplive na okolje, poleg tega hitra prevozna sredstva onemogočajo neposreden stik potnika s pokrajino, kar zmanjšuje celostno doživetje potovanja (Fullagar et al., 2012; Lumsdon & McGrath, 2011).

Dickinson in Lumsdon (2010) »SLOW« turizem obravnavata kot celostno turistično doživetje, ki ga ponuja širši koncept počasnega potovanja v neposredni interakciji z lokalnim okoljem. Pomembne so tudi potovalne navade turistov, ki temeljijo na večji ozaveščenosti do širšega okolja. Avtorja h konceptu »SLOW« turizma prišteva štiri bistvene elemente (slika 3):

- premikanje v počasnem tempu,
- socialna interakcija,
- lokalnost,
- ozaveščenost.

Slika 3: Koncept »SLOW« turizma



Vir: Povzeto in prirejeno po J. Dickinson & L. Lumsdon, *Slow travel and tourism*, 2010, str. 192.

#### 1.3.1.1 Počasni tempo

Element t. i. počasnosti (angl. *slowness*) ima širši pomen. Hkrati predstavlja tako počasno premikanje (potovanje s kolesom, peš), kot tudi kakovostno in bolj doživeto preživljanje časa. V nasprotju z masovnim turizmom, »SLOW« turizem zagovarja obiskovanje manj številnih izbranih krajev, kar omogoča daljše in zato bolj doživeto bivanje (Dickinson & Lumsdon, 2010).

#### 1.3.1.2 Socialna interakcija z lokalnimi ljudmi in okoljem

Pomemben element pri turističnem doživetju »SLOW« turizma je interakcija med obiskovalci in lokalnim prebivalstvom. Temelji na spoštljivem odnosu do navad in kulture, kar prispeva k razvoju identitete lokalnega prebivalstva in ga spodbuja. Pomembno je tudi, da se obiskovalci prilagodijo življenjskim navadam lokalnih ljudi v destinaciji, medtem ko je na drugi strani bistven element gostoljubnost domačinov (Fullagar et al., 2012).



### 1.3.1.3 Lokalnost

Element lokalnosti dodaja vrednost turističnemu doživetju ter istočasno krepi in spodbuja lokalno gospodarstvo. Spoznavanje in okušanje kakovostne lokalne kulinarike, izbira lokalnih nastanitev (npr. kočje, kmetije, predelani seniki, kočje ribičev) ter odločanje za lokalni transport so sestavni elementi »SLOW« turizma (Dickinson & Lumsdon, 2010; Fullagar et al., 2012). Gastronomija, kot ena izmed najpomembnejših prvin »SLOW« turizma, širše predstavlja kulinarčno dediščino in organske koncepte pridelovanja hrane ter prakso, ki izhaja iz živega okolja in običajev lokalnih prebivalcev (Dickinson & Lumsdon, 2010; Fullagar et al., 2012).

Koncept »SLOW« turizma izhaja prav iz koncepta t. i. *Slow Food gibanja*, ki se je oblikoval že v osemdesetih letih kot odziv na širjenje globalizacije. Gibanje se zavzema za lokalno diverzifikacijo in trajnostni razvoj z upoštevanjem tradicionalnega in sezonskega ritma kraja in lokalnih ljudi, da bi ohranili zdravo okolje za življenje lokalnega prebivalstva. Spodbujanje lokalne gastronomije poleg drugih koristi krepi tudi lokalno pokrajino (Fullagar et al., 2012; Lumsdon & McGrath, 2011).

### 1.3.2 Elementi kolesarske turistične ponudbe

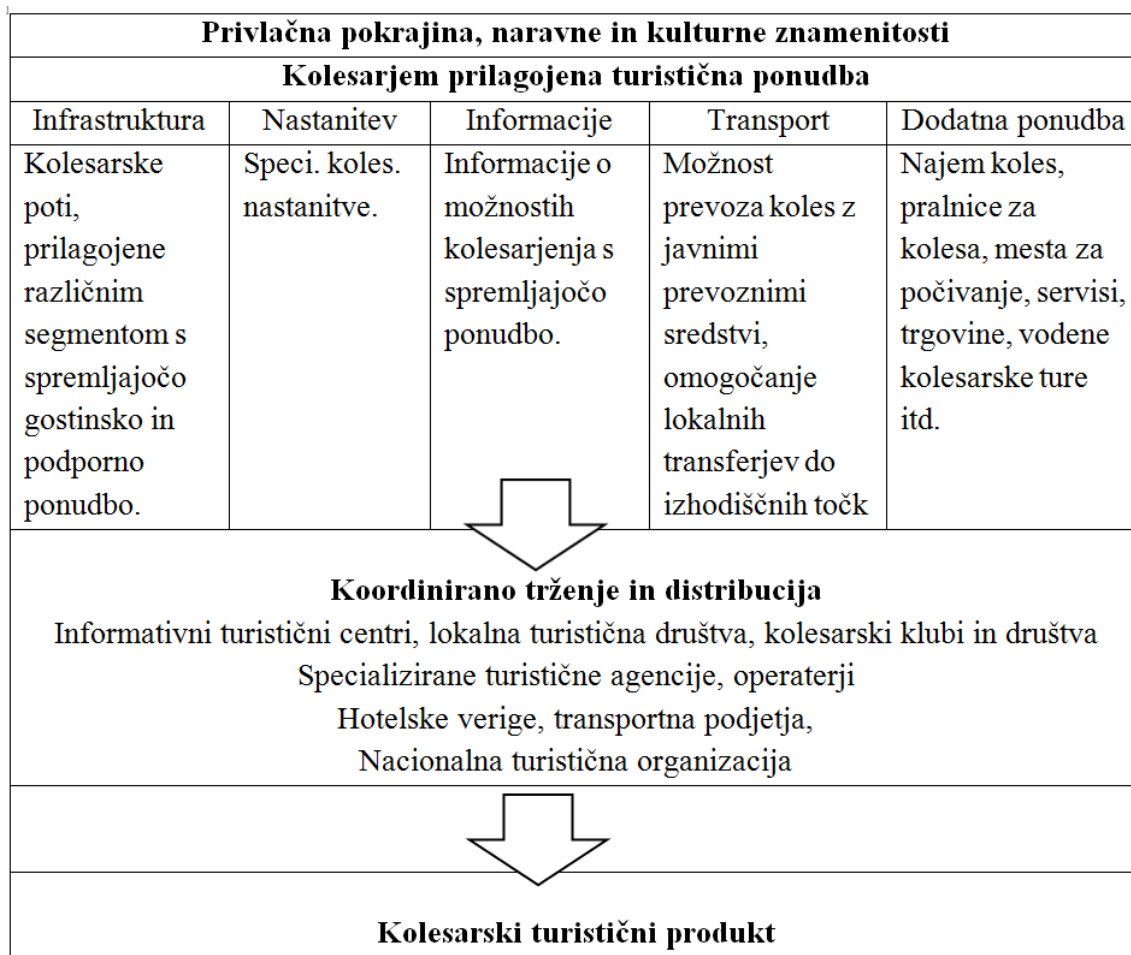
Kolesarsko turistično doživetje je poleg interakcije aktivnosti in primarne turistične ponudbe na destinaciji odvisno od stopnje razvitosti kolesarske infrastrukture ter turistične ponudbe in storitev, prilagojenih kolesarjem (Dickinson & Lumsdon, 2010). K dodani vrednosti kolesarskega doživetja pripomoreta tudi stopnja kolesarske kulture lokalnih prebivalcev in njihov odnos do turistov kolesarjev (Mrnjavac & Kovačić, 2012).

Simonsen, Jørgensen in Robbins (1998) s poenostavljenim modelom kolesarsko turističnega produkta predstavljajo sestavne elemente kolesarske turistične ponudbe in pomembnosti interakcije na različnih ravneh, ki prispevajo h kakovostnemu kolesarskemu doživetju. Med elemente vključujejo primarno ponudbo (pokrajino, infrastrukturo, naravne in kulturne turistične znamenitosti) in kolesarjem prilagojeno ponudbo (pestrost gostinske ponudbe za kolesarje s prilagojenimi meniji, specializirane kolesarske nastanitve, kolesarske servise in trgovine, ponudbo informacij prek različnih trženjskih kanalov, tiskane kolesarske zemljevide, turistične spletne strani o možnostih kolesarjenja, storitve javnega potniškega prevoza, podporne servisne storitve – kot npr. pralnice koles, transferje do izhodiščnih točk), pri čemer tako kot drugi avtorji poudarjajo, da je temelj oblikovanja celovite kolesarske turistične ponudbe povezovanje in sodelovanje javnih in zasebnih partnerstev v turizmu, prometu, športu in transportu (Dodds & Singh, 2010; Mrnjavac & Kovačić, 2012; Simonsen et al., 1998).

V spodnji poenostavljene tabeli (slika 4) predstavljam osnovne elemente kolesarske turistične ponudbe. Tabela je zasnovana na osnovi uspešnih praks trženja kolesarskega

turizma ter modela kolesarsko-turističnega produkta (ang. *the cycling tourism product*), ki ga v svojem delu študije kolesarskega turizma opredeljujejo Simonsen et al. (1998).

Slika 4: Elementi kolesarsko turističnega produkta



Vir: Povzeto in prirejeno po S. P. Simonsen et al., *Cycling tourism*, 1998, str. 47.

### 1.3.2.1 Kolesarska infrastruktura

Varne in označene **kolesarske poti** so eden izmed najpomembnejših elementov kolesarske turistične ponudbe (Simonsen et al., 1998). Lamont v študiji kolesarjev popotnikov izpostavlja še posebno pozornost tranzitnim kolesarskim potem (potem med turističnimi destinacijami), kjer ugotavlja, da so pomembnejši element od turistične ponudbe v destinaciji (Lamont, 2009a).

Deenihan in Caulfield (2015) v svoji zadnji študijski raziskavi navajata, da bi bili kolesarji turisti pripravljeni dvakrat povečati čas potovanja, če bi bila pot za kolesarje ločena od cestnega prometa. Downward in Lumsdon (2009) kot kakovostne kolesarske turistične poti opredeljujeta tiste, ki zagotavljajo varnost, so nepretrgoma povezane v kolesarsko omrežje

z drugimi kolesarskimi potmi, predvsem pa vodijo skozi zanimivo in privlačno pokrajino s kakovostno spremljajočo turistično gostinsko ponudbo. Dodajata, da je kolesarjenje v primerjavi s pohodništvom manj privlačno in da je obseg te dejavnosti manjši prav zaradi pomanjkanja primerljive razvite infrastrukture. Kakovostne kolesarske poti se ocenjujejo tudi po dobri standardizirani signalizaciji in označenosti.

#### 1.3.2.2 Kolesarjem prilagojene transportne storitve

Poleg kolesarskih poti predstavljajo pomemben element ponudbe tudi javna prevozna sredstva, ki ponujajo možnost prevoza koles in omogočajo različne kombinacije potovanja do destinacije. Iz različnih študij lahko povzamemo, da se kolesarji pogosto odločajo za potovanje v kombinaciji z vlakom, zato je železniški promet pomemben v kolesarski turistični ponudbi (Bangel, 2015; Dickinson & Lumsdon, 2010; Piket et al., 2012; Lumsdon et al., 2009).

Razvit sistem javnega potniškega prometa v kombinaciji z razvito kolesarsko-turistično ponudbo lahko privablja številne kolesarje. Uspešen študijski primer integracije javnega prevoznega prometa je nacionalna kolesarska mreža, t. i. *SwitzerlandMobility* – interaktivna kolesarska mreža zajema več kot 500 turističnih kolesarskih destinacij, ki so dostopne z javnim potniškim prometom. Okoli 18.000 turističnih kolesarskih točk je prikazanih na interaktivni spletni strani in povezanih s termini odhodov in prihodov vlakov v povezavi z drugimi turističnimi kolesarskimi točkami. Dostopnost in združljivost informacij na enem spletnem portalu (storitve javnega prevoza in turistične informacije) omogočata prijazno uporabo turistom kolesarjem za preprostejše načrtovanje kolesarskih izletov, kar posledično vpliva na podaljšanje prebivanja v destinaciji ter zmanjšuje dostopanje do destinacije z avtomobili (Beanland, 2013; Lumsdon et al., 2009; Switzerland Mobility Foundation, 2008).

Iz naslova nadaljnjega razvoja železniške infrastrukture v Evropski uniji, ki je trenutno še vedno zelo pomanjkljiva, ostaja za razvoj kolesarskega turizma še veliko potenciala. Stanje se sicer počasi izboljšuje, zlasti pri nemških, francoskih ter avstrijskih ponudnikih železniškega prevoza (Thomas, 2012).

S hitrejšimi medregijskimi povezavami ter kolesarjem prilagojenimi storitvami (možnost prevoza večjega števila koles ob različnih terminih), bi lahko prispevali k večjemu številu turistov, ki obiščejo izbrano destinacijo (Mrnjavac, Kovačić, & Topolšek, 2014). Da je ponudba javnega potniškega prometa zanimiva za kolesarje, dokazuje trženje avtobusnih linij ali manjših kombijev, ki organizirajo prevoz iz večjih mest na podeželje in v prepoznavne kolesarske turistične destinacije.

### 1.3.2.3 Informacijski viri za načrtovanje kolesarskih poti in dopolnilnih aktivnosti

Ključni element ponudbe je tudi ponudba informacij o možnostih kolesarjenja, kot so tiskani kolesarski zemljevidi, različni kolesarski vodniki, ki jih v zadnjem času vse bolj zamenjujejo zemljevidi GPS. V Italiji, Švici in Avstriji je več kot 80 % gorskih kolesarskih poti pokritih z zemljevidi GPS (Mrnjavac et al.). V ospredje prihajajo tudi kolesarjem prilagojene specializirane strani, pri katerih gre za veliko več kot le za informiranje o možnostih kolesarjenja. Tovrstne spletne strani se dnevno sproti posodabljaajo z vsemi potrebnimi informacijami za sprotno načrtovanje kolesarskih turističnih tur in so značilne za turistične destinacije z razvitimi kolesarskimi turističnimi omrežji. Uporabnikom omogočajo sproten vpogled v kolesarjem prilagojene ponudbe ob poti, turistične in naravne znamenitosti, kolesarske specializirane nastanitve, možne dopolnilne dejavnosti itd. Primer naprednejšega sistema je na Nizozemskem, kjer imajo turisti kolesarji na prepoznavnih turističnih poteh možnost, da poti načrtujejo s sledenjem točk na regionalnem navigacijskem informacijskem sistemu, ki povezuje poti z dvomestnimi standardnimi številkami. Vsaka točka na spletnem zemljevidu prikazuje najbližje točke drugih kolesarskih poti z opisi težavnosti in turističnimi znamenitostmi z vso kolesarsko turistično ponudbo. Spletna stran omogoča turistu kolesarju, da je z izbiro turistične točke ali aktivnosti na zemljevidu (npr. ogled muzeja) obveščen o najboljši možni poti na potovanju s kolesom in o znamenitostih na izbrani poti (About cyclicistic, 2015; Beanland, 2013).

Za poseben primer trženjskega modela informiranja kolesarjev turistov lahko predstavim ameriško zvezno državo Oregon, ki letno s kolesarskim turizmom ustvari 12,4 milijona neposrednih prihodkov (Travel Oregon and state parks and recreation department, 2015). S posebnimi informacijskimi tablami (Bike friendly sign, 2015) nazorno predstavljajo vse storitve in ponudbo, ki jih popotniki lahko pričakujejo v neki regiji ali pri ponudniku. Table imajo tudi posredno sporočilo in dajo kolesarjem vedeti, da so na vsakem koraku dobrodošli. Predvsem za kolesarje popotnike so pomembne informacije: bližina kolesarskega servisa, možnosti kampiranja, bližina in vrsta gostinskih ponudnikov ter trgovin (npr. trgovina s sadjem in zelenjavo), možnost javnega prhanja, razpoložljiva pitna voda, javna pralnica, parkirni prostor za avtomobile, toaletni prostori, bližina javno potniškega prometa, informacijske točke, možnost dostopanja do spletnega omrežja. Do navedene informacijske table so upravičeni vsi tisti ponudniki, ki lahko kakor koli pripomorejo k pestrejši kolesarski turistični ponudbi, olajšajo sprotno načrtovanje kolesarskih tur in izpolnjujejo najosnovnejše standardizirane kriterije (Travel Oregon and state parks and recreation department, 2015).

### 1.3.2.4 Kolesarske specializirane nastanitve

Specializirane nastanitve so del kolesarske turistične ponudbe in trženjsko orodje za privabljanje tujih turistov v regijo. Trženje je naravnano predvsem na kolesarje, ki v lastni

režiji prek spleta načrtujejo kolesarske počitnice. K ponudbi kolesarskih specializiranih nastanitev, ki je odvisna od ravni kategorije nastanitev, spada: možnost nočitve samo za eno noč, pralnica in sušilnica za kolesarsko opremo, izposoja osnovnega orodja in nakup rezervnih delov, nudenje koristnih informacij o možnostih kolesarjenja ter urnikih avtobusov in vlakov, zavarovani prostor za kolesa, ponudba prevoza do naslednje nastanitve, tehnična pomoč, omogočanje prevoza v nujnih primerih (telefon SOS), najem kolesarskega vodnika, možnost varstva otrok, nujna medicinska pomoč, wellness program (savna, masaže). Kolesarske specializirane nastanitve se razlikujejo tudi glede različnih kriterijev, kot so predlagana zvrst kolesarjenja v bližini, možnost dodatnih popoldanskih aktivnosti, bližina tradicionalnih in tematskih kolesarskih dogodkov v okolici ter dodatnih možnosti, kot so hranjenje kolesa v hotelski sobi, ponudba obrokov pripravljenih iz lokalno pridelanih sestavin v neposrednem okolju. Konkurenčne prednosti so še, da so lastniki nastanitev tudi kolesarski vodniki, strokovno usposobljeni in izkušeni zaposleni na področju kolesarjenja. Poudarek kolesarskih specializiranih nastanitev je velikokrat na ponudbi kakovostnih hranilnih obrokov, ki so ključnega pomena pri kolesarjenju kot športni aktivnosti, saj zahteva dobro telesno pripravljenost še posebno pri večdnevnih kolesarskih turah (Millington, 2013).

Prva standardizirana ponudba kolesarskih specializiranih nastanitev se je oblikovala že pred dvajsetimi leti v okviru Nemškega kolesarskega združenja (ADFC). Danes se pod trženjsko blagovno znamko **Bett&Bike** trži okoli 6000 nastanitev v osmih državah Evropske unije (About us, 2015). Kriteriji ADFC so bili tudi osnova za oblikovanje standardizirane ponudbe specializiranih kolesarskih nastanitev v Sloveniji, prepoznavni po logotipu (od 1–5) koles (slika 5).

*Slika 5: Oznaka standardiziranih kolesarskih nastanitev v Sloveniji*



*Vir: Kolesarske nastanitve, 2016.*

#### 1.3.2.5 Specializirane kolesarske turistične agencije

Z vse večjo priljubljenostjo aktivnih počitnic različnih profilov kolesarjev se povečuje tudi ponudba kolesarskih tur, ki jih pripravljajo specializirane turistične agencije. Njihova ponudba pogosto sloni na udobju in določeni tematiki kolesarskih počitnic z različnimi težavnostmi stopnjami kolesarskih tur. Največkrat skupino spremlja poleg kolesarskega vodnika s predpisano licenco tudi spremljevalno vozilo. Vodnik vodi po vnaprej izbranih zanimivih poteh in skrbi za zanimive postojanke (z znamenitostmi, posebnostmi kraja) ter poskrbi tudi za tehnično podporo pri kakršni koli okvari. To pomeni, da se kolesarji lahko

brezskrbno prepustijo užitkom kolesarjenja in razgledovanju okolja. Kolesarji, ki si želijo biti bolj neodvisni, se odločajo za t. i. neodvisne ture oz. z zakupom organizacije poti z vsemi napotki (zemljevid z opisom poti potovanja s celotnim programom). V tem primeru imajo na razpolago tudi prevoz prtljage med nastanitvami. Kljub novemu nišnemu turističnemu segmentu je zaslediti relativno veliko specializiranih kolesarskih turističnih agencij, ki na tujem trgu delujejo že več kot desetletje in so specializirane za določene profile kolesarjev turistov. Za primere tujih specializiranih kolesarskih turističnih agencij lahko navedem Hooked on Cycling Holiday, BikeToursDirekt ZDA, Rotalis Germany, Saddle Skedaddle (ZK), Swedish Cycling, Austria-radreisen, DuVine ZDA. V Sloveniji sta za trženje kolesarskih turističnih produktov specializirani dve turistični agenciji.

## 2 OPREDELITEV IN ZNAČILNOSTI GLAVNIH SEGMENTOV TURISTOV KOLESARJEV

### 2.1 Opredelitev kolesarskega turizma

Turizem je heterogen družbeni pojav in se stalno razvija. Število definicij turizma je veliko. Splošna definicija turizma, ki jo opredeljuje Svetovna turistična organizacija UNWTO, določa, da morata biti izpolnjena dva bistvena pogoja, da govorimo o turizmu. To sta potovanje in prebivanje zunaj kraja običajnega življenjskega okolja za najmanj en dan oziroma eno nočitev (Mihalič, 2006).

Na osnovi splošne definicije turizma avtorji Simonsen et al. (1998) in Ritchie (1998) opredeljujejo, da je turist kolesar tisti obiskovalec, ki preživi več kot 24 ur zunaj domačega okolja, uporablja kolo kot prevozno sredstvo, in kateremu predstavlja kolesarjenje pomemben sestavni del počitnic.

Definicija velja za zelo splošno, zato drugi avtorji opredeljujejo in ločijo dve zvrsti kolesarskega turizma glede na primarnost motiva oziroma glede na pomembnost aktivnosti kolesarjenja med počitnicami. Opredelitev izhaja iz teorije segmentiranja športnih turistov, pri katerih ločimo tiste, katerim šport pomeni **primarni motiv** potovanja, to so t. i. športni turisti, in tisti, katerim šport pomeni **sekundarni motiv** potovanja, torej turisti športniki. Avtorja Robinson in Gammon (2004) rekreativne kolesarje označujeta z mehko definicijo športnega turizma, saj jim rekreativno kolesarjenje pomeni primarni motiv za kolesarske počitnice.

Na podlagi navedene teorije Keeling (1999) kolesarski turizem deli na **kolesarske počitnice** (angl. *cycling tourism*) in **počitniško kolesarjenje** (angl. *tourism cycling*) ter obravnava dva bistvena segmenta kolesarjev v turizmu:

- **kolesarje turiste**, katerim kolesarjenje pomeni primarni motiv za počitnice,

- **turiste kolesarje**, katerim kolesarjenje pomeni sekundarni motiv za počitnice.

**Kolesarjem turistom** kolesarjenje veliko pomeni in kolesarijo pogosto tudi v vsakodnevnem življenju, zato so bolj izkušeni in telesno pripravljeni, medtem ko **turisti kolesarji** v vsakodnevnem življenju kolesarijo manj pogosto oziroma priložnostno. Turistom kolesarjem kolesarjenje med počitnicami pomeni samo eno izmed dodatnih aktivnosti med počitnicami.

Poleg opredelitve kolesarjev turistov in turistov kolesarjev, katere pogoj je najmanj ena nočitev zunaj domačega kraja, Keeling (1999) in Lamont (2009b) izpostavljata pomembnost segmenta **enodnevnih kolesarskih obiskovalcev**. Velikokrat so ti obiskovalci številni v destinaciji in narekujejo možnost nadaljnjega razvoja specializirane kolesarske ponudbe. Avtorja predlagata, da se za enodnevne turistične izlete opredeli minimalno število ur in kilometrov od domačega kraja in da se ti kolesarji ločijo od domačih rekreativnih kolesarskih izletnikov. Spremljanje in proučevanje enodnevnih obiskovalcev kolesarjev omogočata turističnim destinacijam, da se pravočasno usmerijo v razvoj ponudbe, ki lahko v prihodnosti podaljša povprečno dobo prebivanja kolesarjev v njihovi destinaciji (Keeling, 1999; Lamont, 2009b).

V kolesarski turizem kot del športnega turizma nekateri avtorji vključujejo tudi **kolesarske dogodke in tekmovanja**, ki postajajo v zadnjih letih vse številnejši. Ritchie (1998) na podlagi koncepta športnega turizma h kolesarskemu turizmu prišteva tudi aktivno ali pasivno obiskovanje dogodkov, če je kolesarjem primaren motiv obisk kraja. Med najbolj prepoznavnimi kolesarskimi dogodki je kolesarsko tekmovanje »Tour de France« v Franciji ali »Giro« v Italiji. Na drugi strani navedeni veliki kolesarski dogodki odpirajo vprašanje, ali jih je primerno umestiti v kolesarski turizem, saj t. i. vrhunski kolesarji dejansko niso turisti, čeprav tovrstni dogodki prinašajo turističnemu gospodarstvu izjemne prihodke (Berčič et al., 2010).

V Sloveniji se je definicija kolesarskega turizma zapisala v strategiji razvoja turističnega proizvoda kolesarjenje v Sloveniji leta 2005. V omenjenem dokumentu je kolesarski turizem definiran kot »obisk ali potovanje, bodisi eno ali več dnevni, izven običajnega okolja, ki vključuje aktivnost kolesarjenja kot osnovni motiv za obisk določene turistične destinacije, hkrati pa vključuje tudi potovanja, kjer je kolesarjenje le ena izmed mnogih aktivnosti turista na potovanju, prav tako pa vključuje enodnevna kolesarska potovanja« (Sirše et al., 2005).

Za namene magistrskega dela v nadaljevanju empiričnega dela obravnavam potovalne navade tistih kolesarjev, ki ustrezajo definiciji splošne opredelitve turistov in katerim kolesarjenje pomeni glavni motiv počitnic, t. i. **kolesarjev turistov**:

- **prebivajo zunaj običajnega okolja najmanj 24 ur,**

- **in kolesarjenje jim pomeni glavni motiv počitnic.**

Kolesarji turisti se lahko odločajo za kolesarske počitnice s stalnim prenočiščem v določenem kraju in za počitnice s spreminjajočimi se prenočišči. Kolesarske počitnice s stalnim prenočiščem pomenijo, da so kolesarji turisti vseskozi na določeni turistični destinaciji, od koder se odpravljajo na dnevne kolesarske ture v okolici kraja in se vračajo na izhodiščno mesto. Kolesarske počitnice s spreminjajočimi se prenočišči pa pomenijo, da se kolesarji turisti premikajo iz kraja v kraj in spoznavajo različne turistične destinacije.

Terminologijo **turistov kolesarjev** (ki je navedena tudi v naslovu dela) za namene magistrskega dela uporabljam za splošno opredelitev tistih turistov, katerim kolesarjenje pomeni **primarni ali sekundarni motiv** za izbiro kolesarskih počitnic.

## 2.2 Motivi turistov kolesarjev

Poleg motiva kolesarjenja, ki je glavni motiv kolesarjev turistov, se pri kolesarjih turistih srečujemo z različno paleto motivov, ki vplivajo na samo odločitev za kolesarske počitnice in izbor destinacije. Poleg osnovnih motivov za počitnice, značilnih za vse tipe turistov, kot so na primer potreba po pobegu od vsakodnevne rutine in potreba po novih in drugačnih doživetjih, se pri turistih kolesarjih izpostavljajo motivi, povezani s športom in doživetjem narave.

Na splošno je obravnavanje motivov športnih turistov zelo kompleksno področje tudi zato, ker posega tako na področje športa kot turizma. Športni turizem istočasno združuje smiselnost in veselje v udejstvovanju priljubljene aktivnosti ter turistično doživetje izbranega kraja za to aktivnost (Robinson & Gammon, 2004).

V našem primeru lahko izpostavimo teorijo športnih turistov in predstavimo tri glavne kategorije motivov športno aktivnih turistov na potovanjih (Weed & Bull, 2004):

- **fizični motivatorji** (angl. *physical motivators*),
- **družbeni motivatorji** (angl. *interpersonal motivators*),
- **motivatorji prestiža** (angl. *status and prestige motivators*).

Fizični motivi so povezani s psihofizičnim počutjem (osvežitev telesa in duha, zdravstveni razlogi, prijetno počutje), družbeni motivi pa so spoznavanje ljudi, iskanje novih drugačnih doživetij, potreba po odmiku od vsakodnevne rutine, druženje in pripadnost skupini z enakim interesom. Motivatorji prestiža so povezani z osebnošnim razvojem posameznikov in njihovim statusom v družbi in povezujejo vse tri kategorije. Pri športnih turistih so tovrstni motivi lahko doseganje postavljenih izzivov, izboljšanje sposobnosti, izpolnjevanje življenjskih sanj in preživljanje eksotičnih in dragih počitnic (Weed & Bull, 2004).



V kolesarskem turizmu se zaradi različnosti segmentov turistov kolesarjev srečujemo tudi z različnimi motivi, ki kažejo veliko raznolikost potreb po določeni vrsti ponudbe in infrastrukture. Motivi družin z majhnimi otroki (kjer sta varnost in druženje poglavitna dejavnika) se na primer razlikujejo od motivov dobro pripravljenih gorskih kolesarjev, ki iščejo nova vznemirljiva drugačna doživetja, ali kolesarjev popotnikov, ki gredo na večtedenska kolesarska potovanja s popotniškim raziskovalnim duhom in z osebnimi motivi (na primer odločitev za novo življenjsko prelomnico) (Beierle, 2011; Taylor, 2011).

Za primer različnosti motivov lahko izpostavimo študijo kolesarjev popotnikov v Novi Zelandiji, kjer so kolesarji popotniki izrazili različne motive, ki so botrovali k temu, da so se odločili za načrtovanje kolesarskih počitnic. Pri navedenih turistih so na primer prevladovali motivi povezani s preskušanjem lastne sposobnosti, izboljšanja spretnosti, doseganja postavljenega izziva, in šele tem motivom so sledili motivi doživetja narave, izboljšanje zdravja, spoznavanje novih ljudi z enakim interesom, druženje z lokalnimi ljudmi, uživanje v panoramskih razgledih itd. (Ritchie, 1998, Ritchie, Tkaczynski, & Faulks, 2010).

### **2.3 Profili turistov kolesarjev glede stopnje predanosti kolesarjenju**

Čeprav kolesarski turizem velja za obliko interesnega turizma z višjo stopnjo predanosti aktivnosti, je kolesarski turistični trg zelo heterogen tudi zato, ker so turisti kolesarji v vsakdanjem življenju različno aktivni. Avtorji na podlagi študij navajajo, da na njihove značilnosti, motive in potovalne navade vpliva pomembnost, ki jo pripisujejo kolesarjenju, in koliko prostega časa mu posvečajo v vsakodnevnem življenju (Kovačič, 2014; Ritchie et al., 2010)

Navedeni koncept izhaja iz teorije t. i. stopnje predanosti (angl. *enduring involvement*) športnim aktivnostim, ki vpliva na pogostost udeleževanja in zato na izkušnost oz. telesno pripravljenost (Havitz & Howard, 1995).

Tako je na primer za športne navdušence značilno, da izbrana športna aktivnost narekuje življenjski slog. Pogosto se vključujejo v izbrano družbo, kjer čutijo pripadnost določenemu krogu podobno mislečih ljudi. Opazen je tudi podoben slog oblačenja, pri čemer je zaznati potrebe po nakupu najmodernejše športne opreme, ki pogosto predstavlja tudi statusni simbol (Rauter, 2012).

Rauter (2012) v svojem delu preučuje kolesarje, ki se udeležujejo množičnih športnih in kolesarskih prireditev v Sloveniji, in izpostavlja, da je pomembno razumevanje in razlikovanje drugačnih vrednot navdušenih kolesarjev od manj športno aktivnih kolesarjev, med katerimi posebej izpostavlja vztrajnost, odločnost, neizprosnost, in katerim posebno zadovoljstvo prinaša premagovanje težavnih preizkušenj. »Ti posamezniki v športu in na različnih športnih prireditvah ali v športnem turizmu iščejo srečo, zadovoljstvo, samega

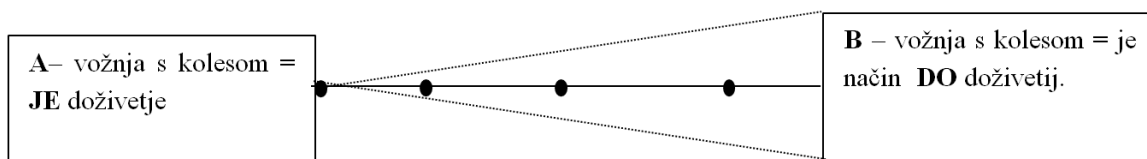
sebe, svojo osebnost in njeno potrditev«. (Rauter, 2012, str. 90) Njihova oprema je najmodernejša, kolo jim predstavlja statusni simbol, pri nekaterih vreden tudi več tisoč evrov.

Simonsen et al. (1998) predlagajo, da se na osnovi predanosti kolesarjenju turiste kolesarje kategorizirajo od kolesarjev navdušencev od priložnostnih kolesarjev.

Slika 6: Model razpona profilov turistov kolesarjev

**Kolesar navdušenec**  
(angl. *Cycling enthusiast*)

**Priložnostni kolesar**  
(angl. *Occasional cyclist*)



Vir: Povzeto in prirajeno po S. P. Simonsen et al., *Cycling tourism*, 1998, str. 22.

Simonsen et al. (1998) vključujejo med turiste kolesarje vse kolesarje na razponu od skrajne točke A do skrajne točke B (angl. *Continuum model of cycle tourists*) (slika 6), ki se razlikujejo po stopnji predanosti kolesarjenju (angl. *commitment to the cycling*). Največji segment turistov kolesarjev predstavlja razpon med skrajnima točkama A in B. Točka A predstavlja kolesarja navdušenca (angl. *hard core cycling tourists*), kateremu kolo predstavlja edino transportno sredstvo in edini način preživljanja počitnic. Na drugi strani točka B predstavlja turiste, ki občasno kolesarijo med počitnicami (dan ali dva) in katerim kolesarjenje predstavlja alternativni način raziskovanja destinacije, so manj fizično pripravljene in kolesarijo samo ob lepem vremenu.

Stopnja predanosti kolesarjenju vpliva na izkušnost in sposobnost kolesarjev, značilnosti skupine ter posledično na motive kolesarskih počitnic, način potovanja, pomembnost samega kolesarskega doživetja. Razumljivo je tudi, da se z zmanjševanjem stopnje izkušnosti in telesne pripravljenosti povečuje število potencialnih turistov kolesarjev, ki pripadajo določeni točki na premici od A do B (Kovačić, 2014; Simonsen et al., 1998).

Na podlagi navedene teorije je Keeling (1999) opredelil štiri glavne segmente kolesarjev in ugotovil glavne razlike pri turističnem povpraševanju. Za prvi segment kolesarjev, ki redko kolesarijo (angl. *infrequent leisure cyclists*), je značilno, da povprašujejo po urejenih kolesarskih poteh, odmaknjenih od prometa. Ti kolesarji se odločajo za kolesarske počitnice s stalnim prenočiščem in pogosto povprašujejo po turističnih aranžmajih. Za zadnji segment kolesarjev, ki so navdušeni kolesarji in kolesarijo pogosto (angl. *cyclist enthusiasts*), pa je značilno, da povprašujejo po vožnji v neokrnjenem okolju in se odločajo

za organizacijo počitnic v lastni režiji. Navedenemu segmentu predstavljajo pomemben element ponudbe informacije o samostojnem planiranju kolesarskih tur in možnost dostopanja do destinacij z železniškim prometom (Keeling, 1999).

## 2.4 Profili turistov kolesarjev glede zvrsti kolesarjenja

Zvrst kolesarjenja je najosnovnejša determinanta pri segmentiranju turistov kolesarjev. Zaradi različnosti tipov kolesarjev in njihovih potreb glede na zvrst kolesarjenja tudi študije turistov kolesarjev ločeno preučujejo gorske kolesarje, cestne kolesarje ali kolesarje popotnike. V nadaljevanju zato predstavljam osnovne značilnosti zvrsti kolesarjenja v povezavi s turističnim povpraševanjem.

### 2.4.1 Gorsko kolesarjenje

Za eno izmed pomembnih prelomnic rekreativnega kolesarjenja je iznajdba prvega gorskega kolesa leta 1970 v Združenih državah Amerike. V Evropi se je gorsko kolesarjenje začelo pojavljati v osemdesetih letih in se vse do danes močno razširilo (Taylor, 2011). Pomembni dejavniki pri gorskem kolesarjenju so neokrnjena narava, ugodne reliefne značilnosti območja in večje število poti različnih težavnosti (Tekavčič, 2014).

Gorsko kolesarjenje gojijo različne starostne skupine kolesarjev, tudi vse več je aktivnih družin in žensk, čeprav ta šport zahteva večjo telesno pripravljenost (Young & Littlejohn, 2008). Ta zvrst kolesarjenja ponuja širok spekter doživetij, od splošnih (sprostitvev na svežem zraku, privlačni panoramski razgledi, doživetje miru in divjine) do vznemirjanja/adrenalina (premagovanje nepričakovanih ovir, spusti, skoki) ter zadovoljstva pri napredovanju v spretnosti. Gorski kolesarji uporabljajo različne kolesarske poti; od urejenih makadamskih poti do tehnično zahtevnejših terenov (ožjih gorskokolesarskih poti, t. i. enoslednic). Kolesarjenje z gorskim kolesom je primerno tudi za kolesarske ture z manj urejenimi tereni v obmorskih in obrečnih predelih.

V okviru gorskega kolesarjenja so se v zadnjih letih tudi z razvojem specializiranih gorskih koles in opreme razvile tudi nove zvrsti. V grobem lahko govorimo o treh zvrsteh gorskega kolesarjenja: **kros** (angl. *cross country*), **vsegorsko** (angl. *allmountain*) in **gravitacijsko** (angl. *downhill*). Za kros gorsko kolesarjenje se uporabljajo makadamske ceste in že utrjene obstoječe poti, medtem ko so za vsegorsko kolesarjenje značilne, poleg že utrjenih poti, tudi vožnje po gozdnih, poljskih in pohodniških poteh. V Sloveniji se za to zvrst gorskega kolesarjenja uporablja izraz tudi turno kolesarstvo. Za gravitacijsko gorsko kolesarjenje so značilni spusti po tehnično zahtevnih enoslednicah, planinskih poteh, ki omogočajo zahtevne spuste, izhodišča pa so lahko dostopna z avtomobili. Za te vrste kolesarjenja je značilna tudi namenska infrastruktura, kot so gorskokolesarski parki (Zajc, 2016).

V tujini imamo primere, ko gorske turistične destinacije v poletni sezoni posvečajo kolesarjem enako pozornost kot smučarjem v zimski turistični sezoni. Navsezadnje lahko omenim najnovejše modele gorskih koles (angl. *fat bikes*), ki so primerna tudi za zimsko kolesarjenje. Ponujajo novo zvrst zimske rekreacije na prostem, ter odpirajo nove priložnosti za kolesarjenje in turizem tudi v zimski sezoni.

#### **2.4.2 Treking kolesarjenje**

V okviru turističnega kolesarjenja se treking kolesarjenju posvečajo zelo različni profili turistov kolesarjev. Treking kolo je primerno prevozno sredstvo za krajše turistične izlete in za daljše kolesarske ture iz kraja v kraj, glavni motiv kolesarjev pa je spoznavanje krajev. Neposredni stiki z okoljem pripomorejo k večjemu turističnemu doživetju. Tovrstnim kolesarjem je še posebno pomembna primerna kolesarska infrastruktura, kot so asfaltirane ali makadamske ceste, ki so ločene od cest gostega prometa. Največ kolesarjev privablja zanimive kolesarske turistične poti, speljane ob obrečnih terenih, jezerih, obalah in znamenitostih. Treking kolesarjenje je primerno tako za kondicijsko manj pripravljene kolesarje (npr. družine z otroki), kot kolesarje popotnike, ki se odločajo za večmesečne kolesarske počitnice. Treking kolo ima tanjšo širino koles in ravno krmilo in omogoča udobno, hitrejšo in zato daljšo vožnjo. V literaturi turističnega kolesarjenja se izpostavljajo naslednji pogosti segmenti, povezani z zvrstjo treking kolesarjenja: družinski kolesarji, kolesarji popotniki, kolesarji daljinskih turističnih kolesarskih poti. Vsi imajo svoje potrebe in značilnosti, na katerih se oblikuje posebna turistična ponudba in različni kolesarski turistični produkti.

#### **2.4.3 Cestno kolesarjenje**

Cestno kolesarjenje je najstarejša in najbolj razširjena športna disciplina poklicnih kolesarjev. V zadnjih letih se je z lansiranjem novih modelov koles dobro oprijela tudi med rekreativnimi kolesarji, ki se udeležujejo tudi številnih kolesarskih dogodkov. V okviru cestnega kolesarjenja se odvijajo številni kolesarski dogodki in tekmovanja rekreativne narave. Cestna kolesa (t. i. specialke – lahka kolesa z zelo tankimi zračnicami) omogočajo hitre kolesarske ture na gladkih in asfaltiranih cestah. Posvečajo se mu dobro pripravljene kolesarji, ki jim je pomemben športni motiv in doseganje rezultatov. Tudi ta segment postaja del ciljnih segmentov tistih kolesarskih turističnih destinacij, ki imajo primerno infrastrukturo in reliefne možnosti ter ocenjujejo potencial tovrstnega turizma.

#### **2.4.4 Kolesarjenje z električnimi kolesi**

Pomembno prelomnico za turistično kolesarjenje predstavljajo električna kolesa, ki dopolnjujejo ponudbo treking in gorskih koles. Njihova ključna značilnost je, da imajo kljub pomožni električni moči relativno majhno težo, pri čemer pomožna električna moč

pomeni samo dodatno možnost za lažje in hitrejše vrtenje pedal. Turistične destinacije in kolesarske specializirane agencije s trženjem turističnih produktov, ki vključujejo vožnjo z električnimi kolesi, ciljajo na turiste kolesarje, ki so kondicijsko manj pripravljeni, in kolesarje, ki si želijo opravljati daljše kolesarske ture predvsem v težjih gorskih predelih. Predstavljajo tudi idealno priložnost skupnega preživljanja aktivnega prostega časa parom, ki so različno kondicijsko pripravljeni. Nekatere že dobro uveljavljene turistične destinacije privabljajo nove segmente kolesarjev s trženjem t. i. električnih kolesarskih mrež, ki so trženjsko in infrastrukturno zelo dobro podkrepjene s številnimi postojankami, električnimi polnilnicami in naravnimi in kulturnimi znamenitostmi ob poti (Goletzke, 2012; Keutmann, 2013; Electric bikes, 2016).

### **3 KOLESARSKI TURIZEM V SLOVENIJI**

#### **3.1 Priljubljenost kolesarstva v Sloveniji**

Že Stepišnik (v Štih, 2010, str. 20) je navedel, da je kolesarstvo slovenska nacionalna športna panoga, ki je skupaj s telovadbo, planinstvom, smučanjem ter še nekaterimi drugimi športnimi panogami ustvarila slovensko telesno kulturo.

Razvoj kolesarstva sega v sredino 19. stoletja, ko so se na Slovenskem pojavila prva kolesa. K razvoju kolesarstva sta veliko pripomogla Janez Puh in Franc Batjel. Janez Puh je leta 1889 v Gradcu ustanovil delavnico koles in že v prvem desetletju izdelal okoli 100.000 koles. Franc Batjel leta 1919 ustanovil prvo slovensko tovarno koles (t. i. Tribuna, naslednica tovarna Rog), ki so bila prepoznavna tudi drugod po Evropi (Štih, 2010).

Kolesarje v Sloveniji so zaznamovali tudi kolesarski klubi, ki so bili pri Slovencih vedno priljubljeni. Prvi kolesarski klubi so sprva prirejali družabne izlete in šele pozneje organizirali tudi tekme. Prvi kolesarski klub, t. i. Klub slovenskih biciklistov Ljubljana, so Slovenci ustanovili že leta 1887. Sčasoma, ko se je razširilo športno kolesarstvo, so se začeli ustanavljati novi kolesarski klubi in do prve svetovne vojne jih je bilo že 31 (Štih, 2010; Zgodovina kolesarstva na Slovenskem, 2016).

Kolesarstvo je danes ena izmed najpomembnejših oblik rekreacij. To dokazujejo številni organizirani rekreativni kolesarski klubi in številne rekreativne kolesarske prireditve v Sloveniji. Tudi v naši raziskavi sem ugotovila, da je 45 % anketirancev včlanjenih v različne kolesarske klube (priloga 4). V okviru športnorekreacijskega turističnega projekta in gibanja Slovenija kolesari se vsako leto zvrsti od 60 do 70 različnih kolesarskih prireditev na različnih koncih Slovenije, namenjene rekreativnemu in turističnemu kolesarjenju. Najodmevnejša in najbolj prepoznavna prireditev je maraton Franja, katerega se je v preteklem letu 2015 udeležilo približno 7000 rekreativnih in poklicnih kolesarjev (Kolesarska zveza Slovenije, 2015). K temu lahko dodamo tudi podatek Evropskega

kolesarskega združenja, da se je Slovenija v letu 2013 uvrstila na prvo mesto s prodajo koles po številu prebivalcev (Mispelon, 2013).

Vse bolj priljubljeno postaja tudi gorsko kolesarjenje. Delovanje Komisije za turno kolesarstvo planinske zveze Slovenije (v nadaljevanju KTK) podpira razvoj gorskega kolesarjenja v Sloveniji. Po ocenah komisije je v Sloveniji okoli 160.000 kolesarjev, od tega več kot polovica gorskih, ki kažejo vse večje zanimanje za kolesarjenje po zapuščenih kolovozih in pešpoteh (Bizjak, 2013). Komisija opredeljuje turno kolesarstvo kot obliko gorskega kolesarstva, ki nima tekmovalnih ciljev, kolesar uživa pri vzponu in spustu, njegov cilj je doživetje v naravi. Ena izmed pomembnih nalog KTK je tudi usposabljanje turnih vodnikov kolesarjev, ki lahko samostojno organizirajo in vodijo kolesarske ture (Rovan, 2014).

V Sloveniji trenutno zakonodaja omejuje kolesarjenje v naravnem okolju, zato je prav tej tematiki v zadnjem času posvečene največ javne pozornosti gorskih kolesarjev in njihovih klubov. Strokovni delavci v turizmu in regionalnem razvoju za zgled navajajo dolgoletne pozitivne izkušnje nekaterih tujih držav, katerim bi lahko sledila tudi Slovenija. S tem namenom je začel delovati tudi gorskokolesarski konzorcij Odprimopoti.si, ki združuje 13 institucij za razvoj kolesarjenja, regionalnega razvoja in turizma. Njihov namen je spremeniti zakonodajne akte, ki bi omogočili nadaljnji razvoj gorskega kolesarjenja in turizma (Zajc, 2016).

### **3.2 Slovenija – kolesarska turistična destinacija**

Strategija turizma Slovenije uvršča **pohodništvo in kolesarjenje** med najpomembnejše in trajnostne oblike aktivnih počitnic v Sloveniji. Specializirani turistični proizvodi prilagojeni tržnim segmentom turistom, ki so ljubitelji narave in aktivnih počitnic, so v strategiji zapisani kot eden izmed temeljnih področij turizma Slovenije. Blagovna znamka **I feel Slovenia** pooseblja vsebinsko jedro strategije razvoja slovenskega turizma, katerega temeljne usmeritve turistične ponudbe temeljijo na treh glavnih okvirih: **zdrava, aktivna, zelena** (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2012).

Za promocijo in trženje kolesarskega turizma je bilo v letu 2008 na nacionalni ravni oblikovano združenje Pohodništvo in kolesarjenje GIZ. V tem okviru se je oblikovala tudi standardizacija kolesarskih nastanitev, danes jo sestavlja 70 kolesarskih specializiranih nastanitev, ki se glede na število izpolnjenih kriterijev ločujejo po nivojskem sistemu števila koles (od 1 do 5 koles). Združenje je oblikovalo kriterije za kolesarjem prijazno destinacijo in zagotavlja osnovne možnosti: označene kolesarske poti, zemljevid kolesarskih izletov in poti; specializirane kolesarske nastanitve, usposobljene kolesarske vodnike, izposajo koles in opreme, servis koles, kolesarsko trgovino, najmanj eno kolesarsko informacijsko točko in kolesarske informacije na osrednji regionalni spletni

strani, kjer se lahko pridružijo skupni promociji na nacionalni turistični spletni strani (Kolesarske destinacije, 2016).

Slovenija ima izjemne možnosti za razvoj gorskega in nižinskega kolesarjenja predvsem zaradi naravnih danosti, kratkih razdalj, številnih naravnih in kulturnih znamenitosti, čistega in ohranjenega okolja, ugodnih vremenskih razmer in pestre kulinarične ponudbe. Vse to je bilo zapisano že v Strategiji razvoja produkta kolesarjenje leta 2005 po naročilu Slovenske turistične organizacije (Sirše et al., 2005).

V kolesarski infrastrukturi je bila v podporo razvoja turističnega proizvoda istega leta oblikovana tudi strategija državnega kolesarskega omrežja z vizijo, da se s pomočjo daljinskih, regionalnih in lokalnih kolesarskih poti povežejo posamezni kraji ter turistična in kulturnozgodovinska območja z mednarodnimi kolesarskimi potmi (Andrejčič Mušič, 2005).

Kljub ugotovljenim pomanjkljivostim in postavljenim strateškim ciljem, zapisanim v strategijah, lahko glavne pomanjkljivosti navežemo tudi na trenutno stanje, kar kaže na počasen razvoj in stopnjo razvitosti kolesarske turistične destinacije. Nepokrito kolesarsko omrežje brez skupnega označevanja, neurejena podporna kolesarska turistična infrastruktura, neurejene razmere v zakonodaji (vožnja s kolesi v naravnem okolju), neprilagojene storitve potniškega prometa, pomanjkanje spremljanja razvoja na nacionalni ravni, so le eden izmed pokazateljev, da je še veliko ključnih nalog za razvoj konkurenčne kolesarske turistične destinacije nedokončanih.

V zadnjem desetletju se je največ investiralo v oblikovanje kolesarskih poti s črpanjem sredstev iz različnih Evropskih skladov. Zaradi pomanjkanja nadaljnega investiranja in upravljanja na različnih ravneh (za nadaljnje infrastrukturno in trženjsko povezovanje) veliko kolesarskih poti ostaja še nepovezanih, krajših in trženjsko neprepoznanih. Med večjimi in uspešnimi projekti kolesarskih turističnih poti lahko izpostavimo gradnjo kolesarske poti Porečanka (t. i. Parenzana) in kolesarske poti Treh dežel na Gorenjskem, ki so potekali v sodelovanju s sosednjimi državami. Navedem lahko tudi daljinsko gorsko-kolesarsko pot, t. i. Trans Slovenija, ki se je v zadnjih letih dobro uveljavila predvsem pri nemško govorečih kolesarjih turistih (Blazetič, 2014). Med pomembnejše projekte, ki potekajo v sodelovanju s sosednjimi državami, lahko vključim tudi kolesarsko pot Mura - Drava, ki je nadaljevanje daljinske kolesarske poti ob reki Muri v sosednji Avstriji.

Slovenija se od leta 2015 intenzivneje vključuje tudi v vseevropski projekt Eurovelo, s katerim ima priložnost oblikovati turistično privlačne dele treh daljinskih kolesarskih poti, ki potekajo po Sloveniji: Kolesarska pot Baltik - Jadran (št. 9), Mediteranska kolesarska pot (št. 8), Železna kolesarska pot (št. 13). Kolesarska pot EuroVelo 8 bo potekala po primorskem delu Slovenije, medtem ko bo Kolesarska pot EuroVelo 9 predstavljala vezni člen med Baltikom in Jadranom in bo potekala od Šentilja do obale. Na najbolj skrajnem

severovzhodnem delu bo Slovenijo prečkala najdaljša kolesarska pot EuroVelo 13, ki povezuje Norveško in Grčijo. Za razvoj navedenih daljinskih kolesarskih poti, ki bodo povezovale naravne in kulturne znamenitosti in nekatera glavna mesta, se je oblikovala tudi organizacija t. i. Zavod Eurovelo (Zavod EuroVelo, 2015).

Trenutno v Sloveniji potekajo še številni projekti na državni in lokalni ravni (npr. Slovenska turnokolesarska pot, Čezmejni kolesarski krog, različne občinske kolesarske strategije, razvoj gorsko kolesarskih parkov), ki podpirajo razvoj rekreativnega kolesarjenja in turizma. Uspešnost teh strategij bo odvisna predvsem od pripravljenosti sodelovanja različnih lokalnih skupnosti in drugih organizacij v turizmu, gostinstvu, športu in podpore regionalnih in državnih ustanov.

## **4 METODOLOGIJA**

### **4.1 Namen in cilj raziskave**

Namen magistrskega dela je razširiti razumevanje kolesarsko-turističnega trga in predstaviti njegov potencial za razvoj novih turističnih produktov. Ključni cilj naloge je predstaviti značilnosti kolesarjev v Sloveniji, ki se odločajo za kolesarske počitnice, ključne dejavnike, ki vplivajo na izbiro turistične destinacije, potovalne navade ter dejavnike, ki vplivajo na večje doživetje kolesarskih počitnic. V okviru magistrskega dela sem postavila spodnje hipoteze, s katerimi sem želela prispevati k razumevanju kolesarsko-turističnega trga.

Hipoteza 1: Kolesarji turisti si v Sloveniji potovanja organizirajo večinoma v lastni režiji in ne prek specializiranih turističnih agencij.

Hipoteza 2: Kolesarji turisti v Sloveniji si kolesarske počitnice organizirajo zunaj visoke sezone.

Hipoteza 3: Za kolesarje turiste je gastronomija pomembnejša kot drugi elementi turistične ponudbe v destinaciji.

### **4.2 Metoda dela in določitev vzorca**

Empirični del magistrskega dela temelji na kvantitativni analizi. Raziskavo sem izvedla s spletnim vprašalnikom s pomočjo spletne aplikacije Lime Survey ter obdelala podatke s statističnim programom SPSS. Glede na namen magistrskega dela sem se odločila za posredovanje ankete različnim rekreativnim kolesarjem. Osredotočila sem se na tiste prijatelje, znance, kolesarske klube, za katere sem predvidevala, da so že bili na kolesarskih počitnicah in jih načrtujejo tudi v prihodnje. Povabila za izpolnjevanje ankete



sem poslala po elektronski pošti izbranim osebam in vodjem različnih rekreativnih kolesarskih društev in klubov. Z nekaterimi sem tudi predhodno osebno kontaktirala. Splošen odziv mnogih posameznikov kolesarjev je bil izjemno pozitiven in je hkrati izrazilo podporo tematiki magistrskega dela in pomembnosti področja za Slovenijo.

Anketa je poleg vprašanj v zvezi s kolesarskimi počitnicami vključevala tudi vprašanja o vsakodnevnem rekreativnem kolesarjenju, pogostosti udeleževanja kolesarskih prireditev ter sociodemografskih značilnosti (priloga 1). Zaradi pozitivne naravnosti kolesarjev anketirancev do izbrane tematike je bila anketa posredno posredovana nadaljnjemu širokemu krogu kolesarjev. Iz tega razloga sem prejela veliko izpolnjenih anket tistih rekreativnih kolesarjev, ki še niso bili na kolesarskih počitnicah. Pri anketiranju se nisem omejila na zvrst kolesarjenja. Anketo so izpolnjevali različni profili kolesarjev od cestnih, gorskih, popotniških. Anketa je bila zasnovana na teoretičnih podlagah vprašalnikov tujih avtorjev, ki so raziskovali demografske značilnosti, potrebe in navade določenih segmentov turistov kolesarjev (Faulks, Ritchie, Brown, & Beeton, 2008; Lamont, 2007; Simonsen et al., 1998), in prilagojena namenom raziskave.

Z zasnovanim konceptom vprašalnika sem ločila kolesarje, ki so že bili na kolesarskih počitnicah, od tistih, ki še niso bili. Kolesarji, ki so označili, da še niso bili na kolesarskih počitnicah, so avtomatično začeli reševati vprašanja, povezana samo z vsakodnevnim rekreativnim kolesarjenjem, obiskovanjem kolesarskih dogodkov ter sociodemografskimi značilnostmi.

Kolesarje, ki so zapisali, da so že bili na kolesarskih počitnicah oziroma hodijo na kolesarske počitnice, sem v nadaljevanju obravnavala kot **kolesarje turiste**. V magistrskem delu sem opredelila **kolesarje turiste** kot tiste, katerim kolesarjenje pomeni glavni motiv počitnic. Kolesarske počitnice vključujejo krajše ali daljše oddihe s stalnim ali spreminjajočim se prebivališčem, s pogojem, da kolesar prebiva zunaj domačega kraja z najmanj eno nočitvijo.

## 5 REZULTATI RAZISKAVE

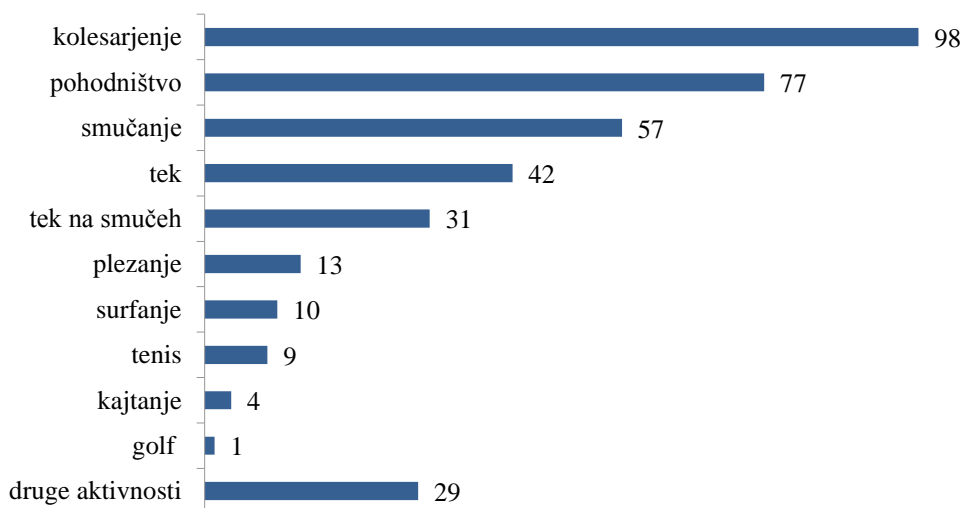
### 5.1 Opis vzorca anketirancev

V času anketiranja od 27. 10. 2015 do 15. 1. 2016 sem prejela 441 izpolnjenih anket rekreativnih kolesarjev. Od tega je bilo že 322 (75 %) kolesarjev na kolesarskih počitnicah. Kolesarske počitnice so preživljali tako v tujini kot v Sloveniji. Strukturo vzorca anketirancev glede na spol sestavlja 74 % moških in 26 % žensk. Vzorec sestavljajo kolesarji iz treh pomembnejših starostnih skupin od 26–35 (23 %), 36–45 (28 %), 45–55 (23 %). Vzorec zajema tudi relativno visok delež višjega starostnega razreda nad 56 let, in sicer 14 % (priloga 2).

Več kot 40 % anketirancev izhaja iz Osrednjeslovenske regije (43 %), sledijo anketiranci iz Podravske regije (14 %) in Gorenjske regije (13 %). Več kot polovica anketirancev ima najmanj visokošolsko univerzitetno izobrazbo (55 %). Vzorec zajema tudi relativno visoke dohodkovne razrede. Približno 40 % anketirancev ima neto mesečni dohodek, ki je večji od 1200 evrov (v nadaljevanju EUR) neto mesečno, od tega je 16 % vseh anketirancev, ki prejemajo najmanj 1700 EUR neto mesečno. Največ anketirancev živi v partnerstvu (64 %), medtem ko samski predstavljajo 29-odstotni delež anketirancev (priloga 2).

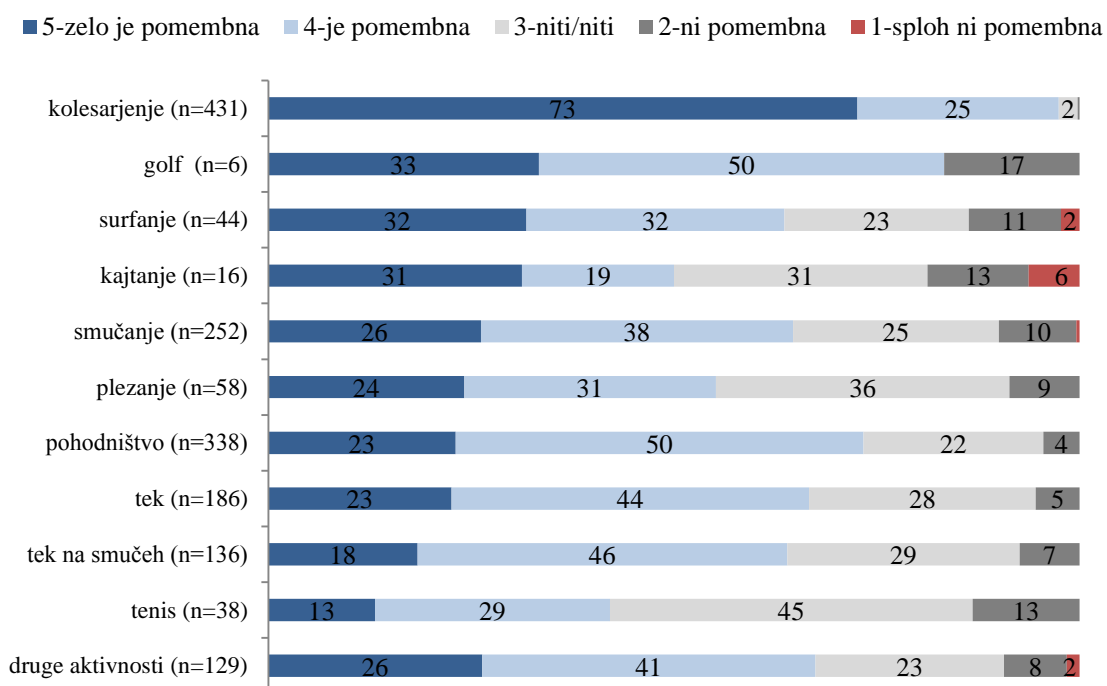
Rezultati raziskave so pokazali, da se anketiranci poleg kolesarjenja največ ukvarjajo s pohodništvom in smučanjem. Med drugimi pomembnejšimi aktivnostmi so navedli tudi tek in tek na smučeh. Iz rezultatov lahko ugotovimo, da je 29 % anketirancev označilo, da se ukvarja tudi z drugimi aktivnostmi, ki v anketi niso bile zajete. Med navedeno kategorijo drugih aktivnosti anketiranci pogosto navajajo plavanje, turno smučanje in potapljanje (slika 7).

*Slika 7: Športne aktivnosti anketirancev kolesarjev (v %)*



V primerjavi z drugimi aktivnostmi se je za kolesarjenje kot najpomembnejšo zvrst opredelilo 73 % anketirancev (slika 8). To kaže, da se anketiranci pogosto ukvarjajo s kolesarjenjem, povprečno se namreč ukvarjajo s kolesarjenjem najmanj štirikrat tedensko ( $M = 3,8$ ). Več kot polovica (52 %) se najmanj trikrat letno udeležuje tudi kolesarskih prireditev. Relativno visok delež je včlanjenih tudi v kolesarski klub (45 %) (priloga 4). Kot zanimiv podatek v okviru pomembnosti športnih aktivnosti lahko navedem, da zaseda pomembno mesto za določen segment kolesarjev tudi igranje golfa, surfanje in kajtanje. Za igranje golfa kot najpomembnejšo zvrst, na primer, se je opredelilo 33 % anketiranih kolesarjev (slika 8).

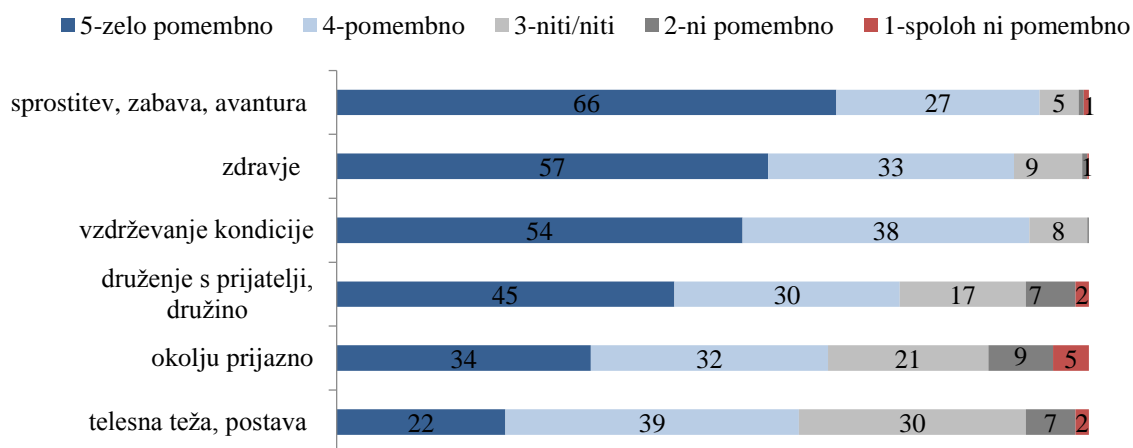
Slika 8: Športne aktivnosti anketirancev glede na pomembnost (v %)



Iz rezultatov odgovorov športnih aktivnosti glede na pomembnost lahko izpostavimo, da vzorec zajema relativno izkušene rekreativne kolesarje, katerim kolesarjenje veliko pomeni. V vsakodnevem življenju pogosto rekreativno kolesarijo z različnimi motivi. Motiv sprostitve je za največ anketirancev (66 %) najpomembnejši motiv, šele nato jim sledijo motivi zdravja (57 %) in vzdrževanje kondicije (54 %) (slika 9).

Po podatkih Evropskega barometra Slovenija v nasprotju z drugimi državami izstopa prav v tem, da predstavlja motiv sprostitve za najpomembnejši motiv za športne aktivnosti (60 %). V drugih evropskih državah namreč motiv sprostitve zaseda v povprečju tretje najpomembnejše mesto, medtem ko motiv zdravja zaseda prvo mesto (62 %) (European Commission, 2014).

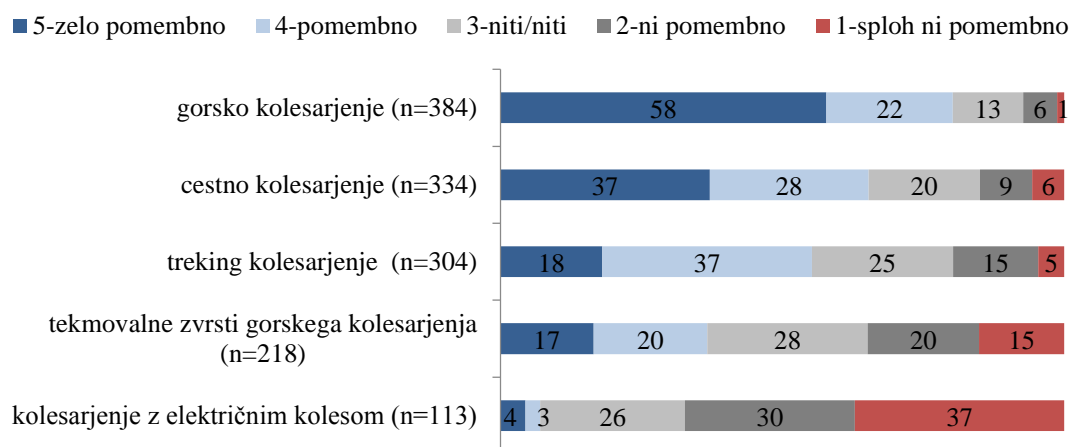
Slika 9: Motivi za rekreativno kolesarjenje (v %)



Pri preučitvi, katera zvrst kolesarjenja je za naš vzorec anketirancev najpomembnejša, sem ugotovila, da je kar 58 % anketirancev označilo, da gorsko kolesarjenje predstavlja zelo pomembno zvrst, temu sledi cestno (37 %) in trekning kolesarjenje (18 %). Med anketiranimi imamo tudi relativno visok delež tistih (17 %), ki se ukvarjajo s tekmovalnimi zvrstmi gorskega kolesarjenja (slika 10).

Rezultati analize potrjujejo splošno oceno strokovnjakov, da postajajo gorski kolesarji vse pomembnejši segment. K velikemu številu anketirancev, katerim je gorsko kolesarjenje zelo pomembno, lahko pripišemo tudi dejstvo, da se le ti pogosto združujejo v različnih društvih, forumih za rekreativno gorsko kolesarjenje zaradi druženja in kolesarskih izletov, in so tako tudi lažje dostopna skupina za raziskovanje. Najmanjši pričakovani delež glede na stopnjo pomembnosti za anketirance zaseda kolesarjenje z električnimi kolesi, čeprav se tovrstno kolesarjenje v tujini že zelo dobro uveljavlja tudi s pomočjo širšega promoviranja prek različnih kolesarsko-turističnih paketov.

Slika 10: Zvrsti kolesarjenja (v %)



## **5.2 Značilnosti in potovalne navade kolesarjev turistov**

V naslednjem poglavju sem preučila glavne značilnosti kolesarjev turistov in njihove potovalne navade. Kot sem opredelila uvodoma, sem v magistrskem delu **kolesarje turiste** opredelila kot tiste, ki so že bili na kolesarskih počitnicah z glavnim motivom kolesarjenja in z minimalno eno nočitvijo. Od vseh 441 rekreativnih kolesarjev v nadaljevanju obravnavam značilnosti 322 kolesarjev turistov, ki so že bili na kolesarskih počitnicah.

### **5.2.1 Značilnosti kolesarjev turistov**

Demografske značilnosti kolesarjev turistov v našem primeru sovpadajo z značilnostmi celotnega vzorca rekreativnih kolesarjev. Med kolesarji turisti, ki so že bili na kolesarskih počitnicah, prevladujejo moški z 72-odstotnim deležem, medtem ko ženske predstavljajo samo 28-odstotni delež. Prevladujoča starostna skupina kolesarjev turistov se giblje od 36 do 45 let (z 29-odstotnim deležem) (priloga 3).

Med demografske značilnosti kolesarjev turistov lahko navedem tudi, da gre za bolj izobražen segment ljudi, saj ima več kot 65 % najmanj visokošolsko izobrazbo. Več kot 41 % deleža kolesarjev turistov ima neto mesečni dohodek najmanj v višini 1200 EUR (priloga 3).

Za preučevanje razlik med glavnimi segmenti kolesarjev turistov sem opredelila gorske, cestne in treking kolesarje na podlagi njihove izbire tiste zvrsti kolesarjenja, ki je zanje najpomembnejša. Tako sem za gorske kolesarje opredelila vse tiste, ki so označili gorsko kolesarjenje za najpomembnejšo zvrst kolesarjenja. Rezultati analize so pokazali, da vzorec kolesarjev turistov zaseda najpomembnejši delež gorskih kolesarjev (52 %), nato cestnih kolesarjev (26 %) ter v manjšem obsegu kolesarje, katerim treking kolesarjenje predstavlja najpomembnejšo zvrst (t. i. treking kolesarjev) (13 %) (priloga 3).

Na podlagi navedenega razvrščanja kolesarjev na gorske, cestne in treking kolesarje turiste je analiza pokazala, da med cestnimi in gorskimi kolesarji v primerjavi z razmerjem med moškimi in ženskami zasedajo relativno visok delež moški, medtem ko pri treking kolesarjih predstavljajo pomemben delež ženske in starejši ljudje (priloga 5).

### **5.2.2 Motivi in destinacija preživljanja kolesarskih počitnic**

V naslednjem sklopu sem želela preveriti, ali kolesarji turisti preživljajo kolesarske počitnice tudi v Sloveniji in kolikokrat povprečno so že bili na kolesarskih počitnicah. S tem namenom sem postavila vprašanje, ki se je navezovalo na približno število kolesarskih počitnic v posameznikovem življenjskem obdobju, ko so začeli preživljati različne vrste počitnic vse do danes. Rezultati so pokazali, da je preživljanje kolesarskih počitnic med

kolesarji turisti priljubljeno v Sloveniji in tujini, saj so se anketiranci povprečno približno sedemkrat udeležili kolesarskih počitnic v tujini in sedemkrat v Sloveniji (tabela 1).

*Tabela 1: Povprečno število kolesarskih počitnic kolesarjev turistov (primerjava Slovenija, tujina)*

Povprečno število kolesarskih počitnic kolesarjev turistov	Povprečno število
Povprečno število kolesarskih počitnic anketirancev, v Sloveniji	6,6
Povprečno število kolesarskih počitnic anketirancev, v tujini	7,1

Razloge za priljubljenost kolesarskih počitnic lahko poiščemo poleg glavnega motiva kolesarjenja tudi v dodatnih motivih kolesarjev turistov. Motiv spoznavanja novih krajev je izbralo največ kolesarjev (85 %). Med druge tri najpogosteje izbrane motive, katere so kolesarji še izbrali med pogostejšimi, lahko izpostavim aktivno preživljanje prostega časa z družino in prijatelji (76 %), pobeg iz vsakdanjega življenja (doživetje miru, divjine, svobode) (67 %) ter druženje z ljudmi z enakimi interesi (in sklepanje novih poznanstev) (58 %) (slika 11).

Izpostavim lahko, da zasedajo relativno visok delež tudi športni motivi: iskanje novih vznemirljivih adrenalinskih doživetij (39 %), premagovanje postavljenih ciljev (31 %), obiskovanje tradicionalnih in drugih kolesarskih prireditev (22 %), priprave na kolesarske dogodke (19 %) (slika 11). Navedeni motivi nakazujejo, da vzorec predstavlja relativno visok delež dobro pripravljenih in izkušenih kolesarjev turistov (predvsem gorskih in cestnih kolesarjev).

*Slika 11: Motivi za kolesarske počitnice (v %)*



Z analizo sem želela tudi preveriti ali so zgornji motivi značilni za posamezne segmente kolesarjev turistov. Rezultati so pokazali, da so tisti kolesarji, ki so opredelili treking kolesarjenje kot najpomembnejšo zvrst, večkrat izbrali motiv spoznavanje novih krajev ter motiv druženje z ljudmi z enakimi interesi (priloga 6).

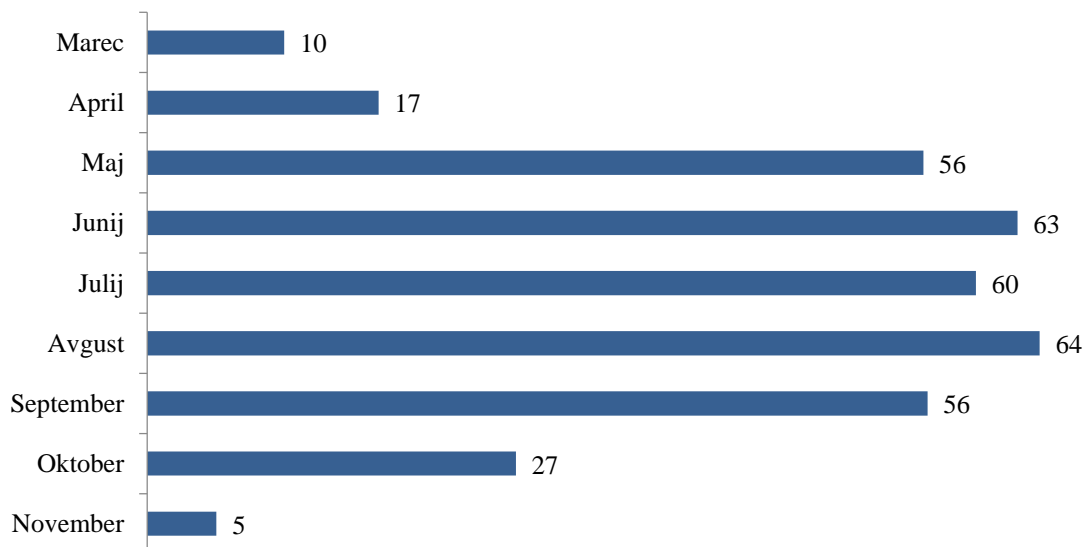
Na drugi strani predstavlja motiv iskanje novih, vznemirljivih adrenalinskih doživetij najpogostejši motiv tistim kolesarjem, katerim najpomembnejšo zvrst predstavlja gorsko kolesarjenje. Gre za profil kolesarjev, ki so pogosto tehnično bolj usposobljeni in potrebujejo nova doživetja, tudi na zahtevnejših terenih. Pri gorskih kolesarjih, ki se ukvarjajo s tekmovalnimi zvrstmi, lahko izpostavim tudi motiv priprave na kolesarske dogodke (priloga 6).

Raziskava je tudi pokazala, da je motiv obiskovanje tradicionalnih prireditev in motiv priprave na kolesarske dogodke statistično značilen tudi za kolesarje, ki so opredelili cestno kolesarjenje kot pomembnejšo zvrst kolesarjenja (Priloga 6). Veliko število rekreativnih kolesarskih prireditev v Sloveniji, namenjenih cestnim kolesarjem, potrjuje njihovo priljubljenost.

### 5.2.3 Meseci preživljanja kolesarskih počitnic

Kolesarji se za kolesarske počitnice odločajo v različnih mesecih. Anketirance sem prosila, naj izberejo 4 mesece, ko gredo najpogosteje na kolesarske počitnice. Rezultati so pokazali, da se za kolesarske počitnice odločajo najpogosteje v mesecih od maja do septembra. Med vsemi meseci so bili najgosteje izbrani avgust (64 %), junij (63 %) in julij (60 %), kar pomeni, da se kolesarji turisti odločajo za kolesarske počitnice tudi v vročih mesecih (slika 12).

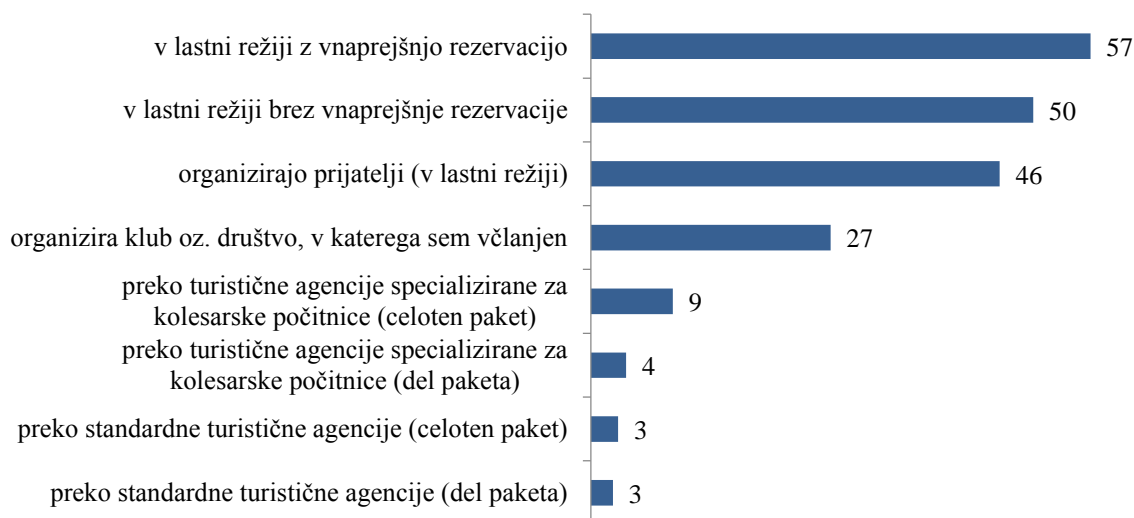
Slika 12: Meseci preživljanja kolesarskih počitnic (v %)



## 5.2.4 Organizacija kolesarskih počitnic

V raziskavi sem anketirance prosila, naj navedejo načine organiziranja kolesarskih počitnic. Anketiranci so imeli na voljo več različnih možnosti o načinu organiziranja kolesarskih počitnic. Ugotovila sem, da prevladuje organizacija v lastni režiji z vnaprejšnjo rezervacijo (57 %) ter organizacija v lastni režiji brez vnaprejšnje rezervacije (50 %). Brez vnaprejšnje rezervacije se na kolesarske počitnice večinoma odpravijo tisti, ki so brez otrok (42 %), sledijo tisti z dvema otrokoma (38 %) (slika 13, priloga 7).

Slika 13: Načini organiziranja kolesarskih počitnic (v %)



Iz rezultatov lahko povzamem, da organizacija kolesarskih klubov (27 %) ali prijateljev (46 %) predstavlja relativno pomemben dejavnik pri odločanju za kolesarske počitnice. Ta način organizirane oblike pomeni večjo brezskrbnost in možnost druženja z ljudmi s podobnimi interesi. Kljub navedenemu ugotovimo, da organizirane oblike turističnih organizacij v našem primeru ne dosegajo pomembnega deleža. Vprašanje sem postavila tudi z vidika turističnih agencij, ker je v tujini opaziti vedno več specializiranih kolesarskih turističnih agencij, ki ponujajo različne tematske aranžmaje za različne ciljne skupine kolesarjev. V našem primeru rezultat odslkava najverjetneje tudi to, da imamo vzorec izkušenih kolesarjev turistov, ki želijo biti neodvisni pri organiziranju kolesarskih počitnic.

Značilnost kolesarskih specializiranih turističnih paketov je velikokrat omogočanje spremljevalnega vozila (pri preveliki utrujenosti) in spremstva kolesarskega vodnika, ki pomaga pri tehničnih okvarah koles, kar je prednost za manj pripravljene in manj izkušene kolesarje.



### 5.2.5 Uporaba informacijskih virov pri načrtovanju kolesarskih počitnic

Predvsem zaradi pogostega organiziranja kolesarskih počitnic v lastni režiji sem postavila tudi vprašanje, katere vire informacij kolesarji najpogosteje uporabljajo. Rezultati so pokazali, da poleg priporočil prijateljev (73 %) predstavljajo najpomembnejši vir informacij specializirane spletne strani, namenjene kolesarjem (z zemljevidi kolesarskih poti GPS) (51 %), in drugi spletni zemljevidi, ki so opora pri načrtovanju kolesarskih tur (49 %). Iz rezultata raziskave je tudi razvidno, da anketiranci pogosto uporabljajo internetne vire in specializirane vire za kolesarje, pri čemer pomemben delež predstavljajo kolesarski zemljevidi (v spletni in tiskani obliki) (slika 14).

Slika 14: Uporaba informacijskih virov (v %)



### 5.2.6 Načini preživljanja kolesarskih počitnic

Potrdimo lahko, da se kolesarji pogosto odločajo za kolesarske počitnice v večjem številu. Rezultati analize kažejo, da so se kolesarji turisti v zadnjih 12 mesecih najpogosteje odločili za potovanje v skupini treh do desetih prijateljev/članov (48 %) ali v paru (42 %) (slika 15). Za primerjavo lahko podam podatke študije Donavske turistične kolesarske poti, kjer je v času anketiranja 51 % kolesarjev potovalo s partnerjem, 30 % z večjo skupino kolesarjev ter 16 % z družino in otroki (Meschik, 2012). Navedeni podatek nakazuje, da so ravninske turistične kolesarske poti še posebno primerne za družinsko kolesarjenje.

Slika 15: Načini preživljanja kolesarskih počitnic (v %)

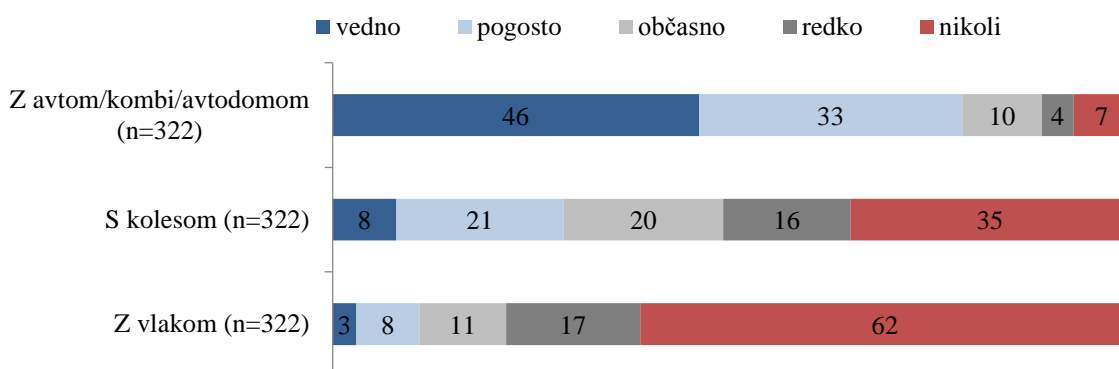


### 5.2.7 Načini dostopanja do destinacije

V zvezi s problematiko potovalnih navad v okviru trajnostnih odločitev sem želela preveriti tudi načine dostopanja do destinacije. Za največ kolesarjev (79 %) predstavlja dostopanje z avtom (ali drugimi motoriziranimi sredstvi) še vedno najpogostejšo izbiro. Kljub temu se je relativno velik delež anketirancev (29 %) opredelil, da pogosto ali vedno dostopa do destinacije tudi s kolesom (slika 16).

V okviru najpogostejše ali pogoste izbire zaseda potovanje z vlakom šele tretje mesto in je pomembno le za 11 % anketirancev. Izpostavim lahko, da zelo visok delež (62 %) kolesarjev turistov nikoli ne dostopa do destinacije z vlakom (slika 16). Rezultat kaže najverjetneje tudi slabšo dostopnost z javnimi prevoznimi sredstvi za kolesarje zanimivih destinacij. Na nekaterih naprednejših območjih Evropske unije imamo primere dobrih praks, kjer se poleg dobrih logističnih povezav spodbujajo potovanja v kombinaciji kolo-vlak tudi s posebnimi storitvami za kolesarje in nižjimi cenami za prevoz koles. Lahko trdimo, da navedeni dejavniki vplivajo na potovalne navade kolesarjev turistov pri načinu dostopanja kolesarjev do destinacije in da v Sloveniji železniška infrastruktura tudi v odnosu do kolesarjev zaostaja v primerjavi z mnogimi razvitimi evropskimi konkurenčnimi kolesarskimi destinacijami.

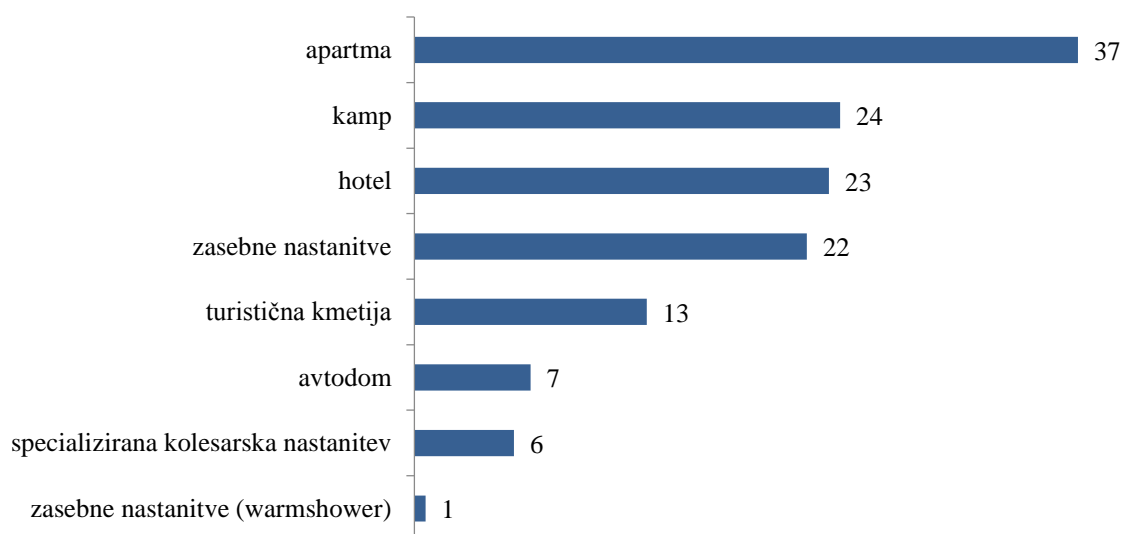
Slika 16: Načini dostopanja do destinacije (v %)



### 5.2.8 Vrsta nastanitev

Z raziskavo sem želela tudi preveriti, za kateri tip nastanitve se kolesarji turisti največkrat odločajo. Eden izmed bolj prepoznavnih elementov kolesarske turistične ponudbe so prav specializirane kolesarske nastanitve, ki se v Evropi tržijo že vrsto let. Poleg prilagojenih storitev za kolesarje predstavljajo dobro trženjsko orodje, ki na drugi strani ne predstavlja glavnega elementa za privabljanje kolesarjev turistov v destinacijo. To smo ugotovili, tudi iz naše raziskave, saj je delež tistih, ki so se na zadnjih kolesarskih počitnicah odločili za specializirane kolesarske nastanitve predstavlja le 6 % (slika 17). Razlog za nizek delež lahko pripišemo tudi, da se tovrstne nastanitve v Sloveniji tržijo šele zadnja leta in še niso dovolj trženjsko prepoznavne med kolesarji turisti v Sloveniji. Anketiranci so imeli možnost izbire tudi več odgovorov, če so bile zadnje kolesarske počitnice s spreminjajočimi se prenočišči.

Slika 17: Vrsta nastanitev (v %)



Rezultati raziskave so pokazali, da najpogostejši tip nastanitev anketirancev predstavljajo apartmaji (37 %), katerim sledijo kampi (24 %) in hoteli (23 %) v relativnem enakomernem deležu (slika 17).

Rezultati kažejo, da visok delež predstavljajo tudi zasebne nastanitve (22 %). V tujini se je v kategoriji zasebnih nastanitev dobro uveljavila tudi organizacija t. i. *Warm Showers*, ki je prisotna na šestih kontinentih sveta in trenutno beleži 87,363 članov (Member statistics, 2016). Kolesarji, ki so člani te organizacije, lahko povprašujejo po zasebnih nastanitvah kolesarjev in ponujajo svoja prenočišča tujim kolesarjem turistom. Priljubljena so med kolesarji popotniki, katerim je kolo glavno prevozno sredstvo in se odločajo tudi za večtedenske kolesarske počitnice. Prednost teh nastanitev je, da si kolesarji medsebojno izmenjujejo izkušnje in neposredno spoznavajo življenje lokalnih ljudi.

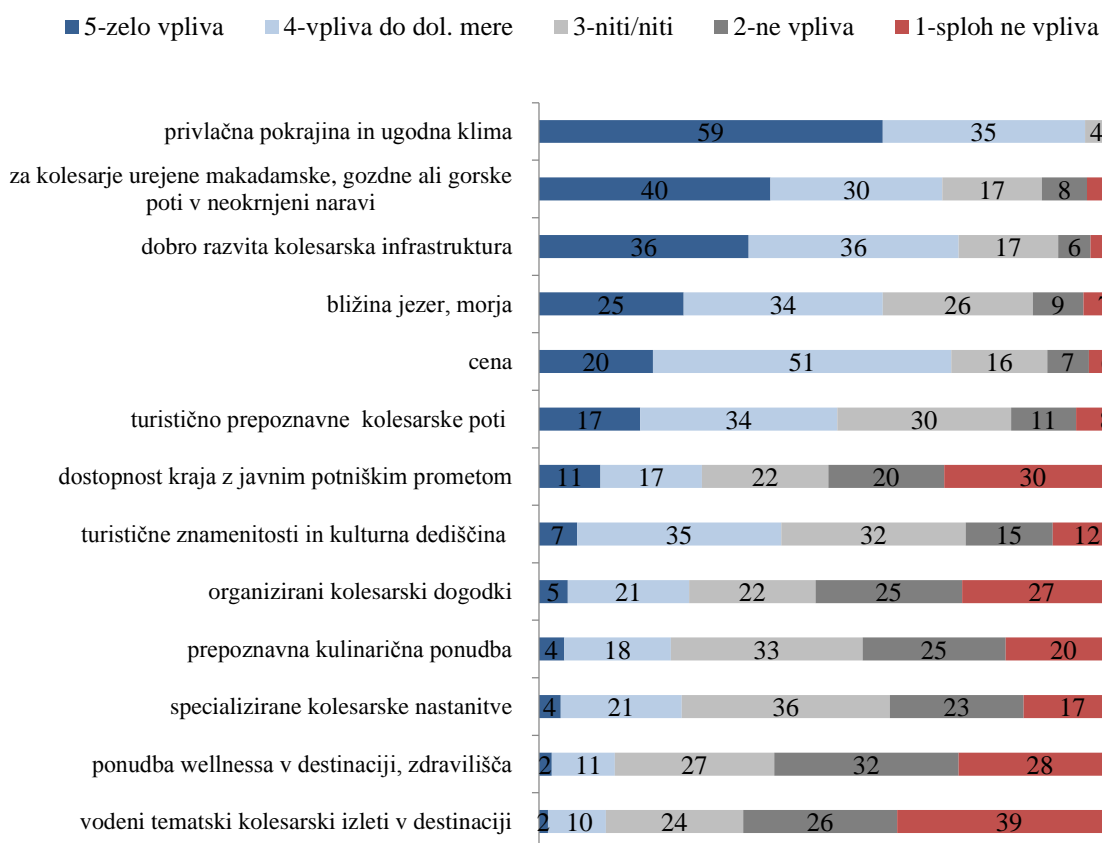
Organizacija trenutno zajema 82.585 članov iz različnih držav sveta, v Sloveniji je v organizacijo trenutno včlanjenih 175 članov (Member statistics, 2016). Raziskava je pokazala, da so se kolesarji na zadnjih počitnicah tudi že odločili za tovrstno zasebno nastanitev, vendar je njihov delež zanemarljiv (1 %) (slika 17).

### **5.3 Dejavniki, ki vplivajo na izbiro turistične destinacije**

Pri preučevanju dejavnikov, ki vplivajo na izbiro destinacije kolesarskih počitnic, je bilo ugotovljeno, da za največ kolesarjev turistov (59 %) predvsem zelo vplivata privlačna pokrajina in ugodna klima. Velik delež kolesarjev (40 %) je opredelil za zelo pomemben dejavnik ponudbo urejenih makadamskih, gozdnih ali gorskih poti v neokrnjeni naravi. Podatek najverjetneje odslikava tudi relativno visok delež ukvarjanja z gorskim kolesarjenjem, ki sem ga prikazala v uvodnem delu rezultatov (slika 10).

36 % anketirancev je za zelo vpliven dejavnik določilo dobro razvito kolesarsko infrastrukturo. Poleg navedenih dejavnikov tudi bližina jezer in morja (25 %) ter turistično prepoznavne kolesarske poti (17 %) pomenijo pomembne dejavnike pri izbiri destinacije za kolesarske počitnice. Relativno visok delež v kategoriji dejavnikov, ki do določene mere vplivajo na izbor destinacije, lahko izpostavim tudi ceno (51%) (slika 18).

Slika 18: Dejavniki, ki vplivajo na izbor destinacije kolesarskih počitnic (v %)



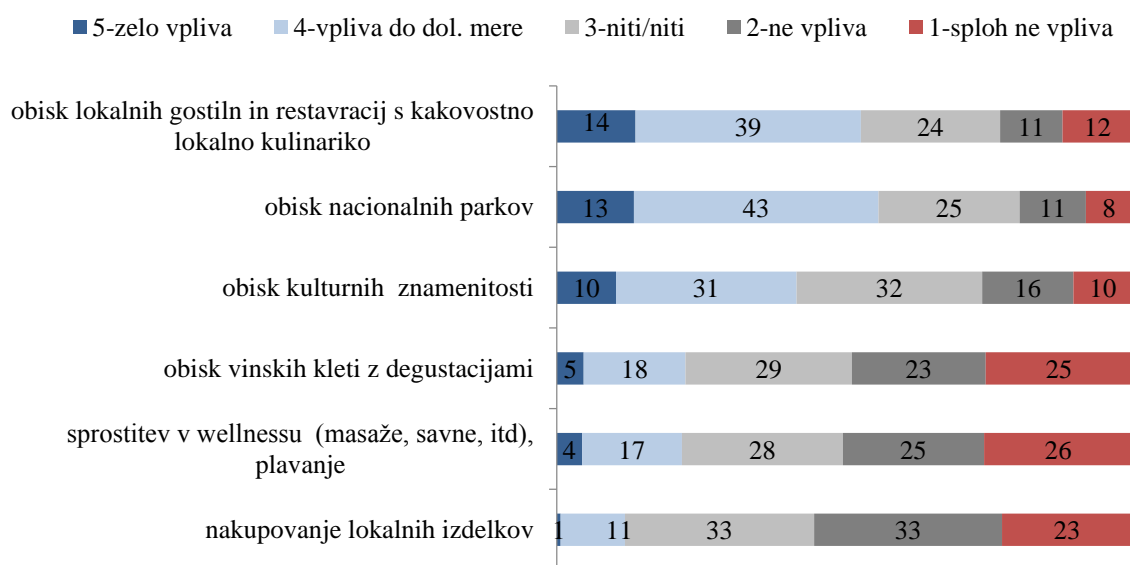
#### 5.4 Aktivnosti, ki prispevajo k večjemu doživetju kolesarskih počitnic

V prejšnjem poglavju sem izpostavila vse tiste pomembne dejavnike, ki vplivajo na izbor destinacije za kolesarske počitnice (privlačna pokrajina z ugodno klimo, urejene kolesarske poti v neokrnjeni naravi, kolesarska infrastruktura, bližina jezer in morja, cena).

Z anketo sem tudi želela preveriti, katera je tista ponudba v destinaciji, ki prispeva k večjemu doživetju kolesarskih počitnic. Navezuje se na dodatne aktivnosti v destinaciji, ki prispevajo vrednost k osnovni turistični kolesarski ponudbi. Pri preučitvi kolesarskih turističnih paketov, ki jih ponujajo specializirane turistične agencije, lahko zasledimo, da predstavlja okušanje kakovostne lokalne hrane enega izmed najpogostejših elementov. V magistrskem delu sem predpostavila, da je gastronomija v kombinaciji s kolesarjenjem pomemben element. Ponudba kakovostne lokalne hrane namreč združuje dva učinka; prispeva k dobremu psihofizičnemu počutju pri aktivnem kolesarjenju (kakovostni obroki s hranilno vrednostjo) ter predstavlja način spoznavanja kulinarične dediščine ter navad lokalnih ljudi. Tudi v našem primeru so rezultati pokazali, da poleg obiskovanja nacionalnih parkov (13 %) in obiskovanja kulturnih znamenitosti (10 %) zaseda pomembno mesto obiskovanje lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko (14 %) (slika 19). Izpostavim lahko tudi, da je velik delež kolesarjevih

aktivnosti, kot so razvajanje v *wellnessu*, obiskovanje vinskih kleti in nakupovanje lokalnih izdelkov, označil za nezanimive, in dodal, da ne vplivajo na doživetje kolesarskih počitnic (slika 19). Element *wellnessa* (sprostitev po celodnevni fizični aktivnosti) v našem primeru le ni tako pomemben, čeprav je pogosto ponujena možnost kolesarskih turističnih paketov. Tudi obiskovanje vinskih kleti zaseda majhen delež glede na pomembnost. To možnost sem dodala zaradi bogate kulture vinogradništva in številnih vinskih turističnih poti v Sloveniji, ki se v tujini pogosto tržijo tudi v kombinaciji s kolesarskimi turami.

Slika 19: Aktivnosti, ki prispevajo k večjemu doživetju kolesarskih počitnic (v %)

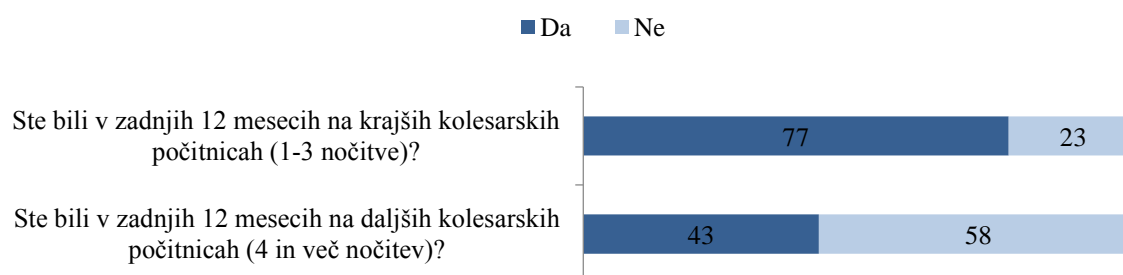


## 5.5 Pogostost in zvrst kolesarskih počitnic

V zadnjih letih narašča priljubljenost krajših počitnic, zato sem želela preučiti, kako pogosto se kolesarji turisti odločajo za krajše kolesarske počitnice v obdobju enega leta. Z vprašanjem, ki se je navezovalo na kolesarske počitnice v zadnjih 12 mesecih, je raziskava pokazala, da so v zadnjih 12 mesecih kolesarji turistov preživljali hkrati krajše in daljše kolesarske počitnice (slika 20).

Za krajše kolesarske počitnice sem opredelila tiste počitnice, ki vključujejo najmanj eno do tri nočitve, medtem ko sem za daljše kolesarske počitnice opredelila tiste, ki vključujejo najmanj štiri nočitve in več. Največ anketirancev (77 %) je v zadnjem letu (oziroma v zadnjih 12 mesecih) preživljalo krajše kolesarske počitnice, medtem ko je daljše kolesarske počitnice preživljajo 43 % anketirancev (slika 20).

Slika 20: Udeležba kolesarskih počitnic v zadnjih dvanajstih mesecih (v %)



Izpostavim lahko relativno visoko stopnjo pogostosti udeležbe. Kolesarji turisti so se v zadnjih 12 mesecih večkrat udeležili kolesarskih počitnic. Rezultat je pokazal, da so se v zadnjih 12 mesecih povprečno trikrat odločili za krajše kolesarske počitnice (1–3 nočitve) in dvakrat za daljše kolesarske počitnice (4 in več nočitev) (tabela 2).

Tabela 2: Povprečno število kolesarskih počitnic (krajše in daljše kolesarske počitnice)

Povprečno število kolesarskih počitnic	Število
Povprečno število udeležbe kolesarskih počitnic v zadnjih 12 mesecih: <b>krajše kolesarske počitnice</b> (1–3 nočitve)	2,8
Povprečno število udeležbe kolesarskih počitnic zadnjih 12 mesecih: <b>daljše kolesarske počitnice</b> (4 in več nočitev)	1,9

Kolesarske počitnice lahko razlikujemo tudi glede na način organiziranja kolesarskih tur v zvezi s stalnimi ali menjajočimi se prenočišči. Kolesarske počitnice s stalnim prenočiščem pomenijo, da so kolesarji turisti vseskozi med prebivanjem nameščeni v določeni turistični destinaciji, od koder se odpravljajo na dnevne kolesarske ture v okolico kraja in se vračajo na izhodiščno mesto. Nasprotno pa kolesarske počitnice s spreminjajočimi se prenočišči pomenijo, da se kolesarji turisti premikajo iz kraja v kraj in spoznavajo različne turistične destinacije.

Rezultati raziskave so pokazali, da se kolesarji turisti v našem primeru odločajo tako kolesarske počitnice s stalnim prenočiščem in s spreminjajočimi se prenočišči. Predvidevali sem, da se kolesarji turisti v krajših kolesarskih počitnicah večinoma odločajo za stalna prenočišča (76 %), kar so pokazali tudi rezultati raziskave (tabela 3). To pomeni, da so nameščeni v določenem kraju, od koder si organizirajo različne dnevne kolesarske ture in se vračajo na izhodiščno točko prebivanja. Na drugi strani se za menjajoča se prenočišča pogosto odločajo kolesarji na daljših kolesarskih počitnicah. V tem okviru lahko izpostavim posebno kolesarje popotnike, ki se odločajo tudi za večtedenske kolesarske počitnice, zato da spoznavajo različne turistične destinacije. V našem primeru so se kolesarji turisti v zadnjih 12 mesecih pri daljših kolesarskih počitnicah odločali za menjajoča se (52 %) in stalna prenočišča (48 %) (tabela 3).

Tabela 3: Zvrsti kolesarskih počitnic

Zvrst zadnjih kolesarskih počitnic	f	Delež (v %)
Krajše kolesarske počitnice	180	100
s stalnim prenočiščem	136	<b>76</b>
z menjajočimi prenočišči	44	24
Daljše kolesarske počitnice	136	100
s stalnim prenočiščem	65	48
z menjajočimi prenočišči	71	<b>52</b>

## 5.6 Primerjava kolesarske turistične ponudbe v Sloveniji v primerjavi s tujino

V naslednjem poglavju predstavljam izražena mnenja anketirancev o kolesarski turistični ponudbi v Sloveniji v primerjavi s tujino. Čeprav je bilo vprašanje postavljeno kot dodatna možnost, se je odzvalo relativno veliko kolesarjev (298).

Za boljšo predstavitev različnih mnenj sem odgovore kodirala v štiri pomembnejše skupine (priloga 12). Le 8 % (od 298) ocenjuje trenutno stanje kolesarske turistične ponudbe v Sloveniji kot pozitivno in primerljivo s tujino.

V prvo največjo skupino (60 %) sem vključila kolesarje, katerih mnenja lahko povzamemo, da Slovenija zaostaja za konkurenčnimi kolesarskimi turističnimi destinacijami in da je še veliko neizkoriščenega potenciala za razvoj kolesarskega turizma. Za konkurenčne primere so največkrat navedli države Nizozemska, Francijo, Italijo, Avstrijo in Nemčijo. Med glavnimi pomanjkljivostmi je bilo izpostavljeno pomanjkanje kolesarskih poti, skromna turistična ponudba kolesarjem, slabša ponudba gorskih kolesarskih parkov, slaba organizacija in povezanost, premalo urejenih daljinskih kolesarskih poti, pomanjkanje kolesarskih povezav med vsemi deli države, pomanjkanje informacijskega gradiva o možnostih kolesarjenja ter navsezadnje prepoved vožnje po utrjenih poteh v naravnem okolju. Če spremljamo poljubnostno literaturo o kolesarskem turizmu zadnjih nekaj letih in izmenjamo mnenja s strokovnjaki na tem področju, ugotovimo, da so mnenja podobna, da Slovenija napreduje, toda prepočasi.

Iz odgovorov lahko povzamem, da se pričakovanja glede kolesarske turistične ponudbe razlikujejo oziroma da tudi terminologija kolesarske turistične ponudbe med kolesarji ni vedno razumljena. Tudi 8 % (od 298) je izrazilo, da ne vedo, kaj pomeni kolesarska turistična ponudba. Vzroke lahko pripišemo temu, da se za razvoju kolesarskega turizma šele v zadnjih letih posveča več pozornosti in trženjskih aktivnosti. Nekaj mnenj prilagam v tudi prilogi (priloga 12).



## 5.7 Preverjanje hipotez

Z empiričnim delom magistrskega dela sem preverila spodnje hipoteze, ki lahko prispevajo k širšemu razumevanju kolesarjev turistov v Sloveniji.

**Hipoteza H1: Kolesarji turisti si v Sloveniji potovanja organizirajo večinoma v lastni režiji in ne prek turističnih agencij.**

Za analizo sem delila kolesarje turiste na tiste, ki organizirajo kolesarske počitnice le v **lastni režiji** (v lastni režiji brez vnaprejšnje rezervacije, v lastni režiji z vnaprejšnjo rezervacijo) in tiste, ki se odločajo **za organizacijo prek organizirane ponudbe** (prek standardne turistične agencije – del paketa, prek standardne turistične agencije – celoten paket, prek turistične agencije, specializirane za kolesarske počitnice – del paketa, prek turistične agencije, specializirane za kolesarske počitnice – celoten paket). Organizacijo v okviru kluba sem štela za organizirano obliko, saj v tem primeru kolesarski klub (podobno kot pri agenciji) prevzame organizacijo kolesarskih počitnic.

Rezultati raziskave so pokazali, da se 61 % vseh anketirancev odloča za organizacijo počitnic v lastni režiji, medtem ko se za organizirane oblike organizacije počitnic odloča 39 % vseh anketirancev (tabela 4).

*Tabela 4: Organizacija kolesarskih počitnic (v lastni režiji v primerjavi z organiziranimi oblikami)*

	Opazovani N	Pričakovani N	Ostane
Samo lastna organizacija	196	160,5	35,5
Prek turističnih agencij in drugih organ. oblik (npr. kolesarski klub)	125	160,5	-35,5
Skupaj	321		

**Legenda:** Opazovani N – število anketirancev, Pričakovani N – pričakovano število anketirancev v primeru veljavne ničelne hipoteze H<sub>0</sub>, Ostane- razlika med opazovanim številom anketirancev in pričakovanim št. anketirancev.

Za potrditev hipoteze sem uporabila test verjetnosti hi-kvadrat in preverila, ali je vzorec enakomerno porazdeljen med dvema skupinama kolesarjev (H<sub>0</sub>: vzorec je porazdeljen enakomerno, H<sub>1</sub>: vzorec ni porazdeljen enakomerno). Ugotovila sem, da vzorec ni enakomerno porazdeljen med skupinama kolesarjev in da je rezultat statistično značilen (hi-kvadrat = 15,704, p = 0,000) (tabela 5).

Tabela 5: Načini organizacije kolesarskih počitnic (preverjanje s testom Hi-kvadrat)

	Način organizacije kolesarskih počitnic
Hi-kvadrat	15,704 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	1
p (angl. <i>asympt.sig,2-sided</i> )	0,000

**Opomba:** a.0 celic (0,0 %) ima pričakovano frekvenco manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je 160,5

Hipotezo, da si kolesarji turisti v Sloveniji potovanja organizirajo večinoma v lastni režiji in ne prek turističnih agencij, lahko potrdimo.

**Hipoteza H2: Kolesarji turisti si v Sloveniji kolesarske počitnice organizirajo zunaj visoke sezone**

Preverjanje hipoteze H2 temelji na vprašanju z več možnimi odgovori. Kolesarji turisti so bili naprošeni, da označijo 4 mesece, ko najpogosteje preživljajo kolesarske počitnice. Kolesarji so torej označili mesece v visoki sezoni (junij, julij, avgust) in mesece zunaj visoke sezone (drugi meseci v letu). Analiza tako temelji na številu odgovorov (1155) in ne na številu anketirancev (322) (tabela 6).

Iz spodnje tabele je razvidno, da je preživljanje kolesarskih počitnic najpogosteje označeno v mesecih visoke sezone, in sicer v 604 primerih (v juniju 203 odgovorov, v juliju 193 odgovorov, v avgustu 208 odgovorov), kar predstavlja 52 % vseh odgovorov. Na drugi strani je bilo preživljanje v kolesarskih mesecih v drugih mesecih/zunaj visoke sezone (marec, april, maj, september, oktober, november) označeno v 551 primerih (največ v septembru 182 in maju 181), kar predstavlja 48 % vseh odgovorov (tabela 6).

Tabela 6: Meseci preživljanja kolesarskih počitnic

Označite 4 najpogostejše mesece, ko preživljate kolesarske počitnice	Odgovori		Anketiranci
	Število	%	%
Marec	32	2,8	10,1
April	54	4,7	17,1
Maj	181	15,7	57,3
Junij	203	17,6	64,2
Julij	193	16,7	61,1
Avgust	208	18,0	65,8
September	182	15,8	57,6
Oktober	86	7,4	27,2
November	16	1,4	5,1
	1.155	100,0	

Za preverjanje hipoteze sem uporabila test verjetnosti hi-kvadrat in preverila, ali je vzorec enakomerno porazdeljen med dvema skupinama kolesarjev glede na sezono. Ugotovila sem, da je vzorec enakomerno porazdeljen med skupinama kolesarjev glede na sezono in da rezultat ni statistično značilen (hi-kvadrat = 2,432,  $p = 0,119$ ) (tabela 8).

*Tabela 7: Meseči preživljanja kolesarskih počitnic (primerjava sezonskih mesecev ter tudi zunajsezonskih mesecev)*

	<b>Opazovani N</b>	<b>Pričakovani N</b>	<b>Ostanek</b>
Sezonski (junij, julij, avgust)	604	577,5	26,5
Tudi zunajsezonski (vse leto)	551	577,5	-26,5
Skupaj	1155		

**Legenda:** Opazovani N – število anketirancev, Pričakovani N – pričakovano število anketirancev v primeru veljavne ničelne hipoteze  $H_0$ , Ostanek- razlika med opazovanim številom anketirancev in pričakovanim št. anketirancev.

*Tabela 8: Meseči preživljanja kolesarskih počitnic (preverjanje s testom Hi-kvadrat)*

	<b>Meseči preživljanja kolesarskih počitnic</b>
Hi-kvadrat	2,432 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	1
p (angl. <i>asym.sig.2-sided</i> )	0,119

**Opomba:** a.0 celic (0,0 %) ima pričakovano frekvenco, manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je 577,5.

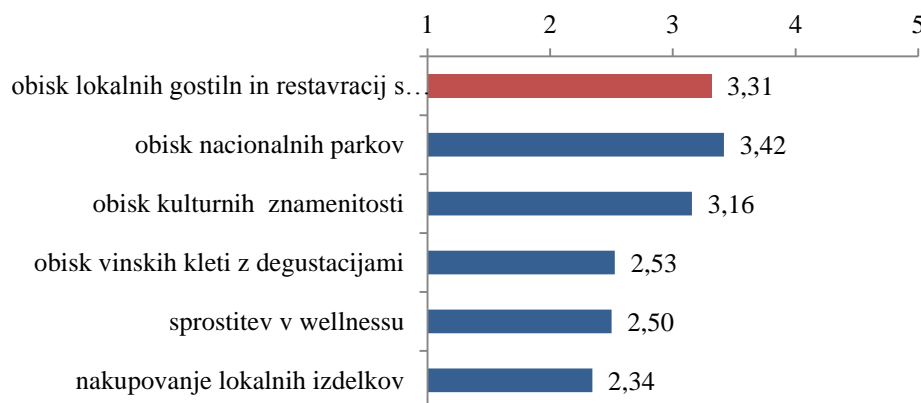
Povzamem lahko, da si kolesarji turisti organizirajo kolesarske počitnice približno enako v visoki sezoni in zunaj nje, kaže pa se nekoliko višji delež kolesarskih počitnic v visoki sezoni (junij, julij, avgust). Na podlagi razpoložljivih podatkov in zgornjih ugotovitev hipoteze  $H_2$  ne morem potrditi.

**Hipoteza  $H_3$ : Za kolesarje turiste je gastronomija pomembnejša kot drugi elementi turistične ponudbe v destinaciji.**

Za preverjanje hipoteze sem uporabila vprašanje, ki se je navezovalo na dodatno turistično ponudbo oziroma aktivnosti v destinaciji, ki lahko prispevajo k večjemu doživetju kolesarskih počitnic. Anketiranci so imeli možnost izbirati med naslednjimi možnostmi; obiskovanje lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko, obiskovanje nacionalnih parkov, obiskovanje kulturnih znamenitosti in nakupovanje lokalnih izdelkov. Pri pregledu kolesarskih turističnih paketov sem namreč ugotovila, da predstavlja spoznavanje kakovostne lokalne gastronomije enega izmed pogostih elementov. Hipoteza je bila postavljena prav na temelju, da je gastronomija v kombinaciji s kolesarjenjem pomemben element.

Hipotezo sem preverjala s parnim t-testom. Povprečno pomembnost gastronomije (obisk lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko) sem primerjala s povprečno pomembnostjo vsakega posameznega elementa (slika 21, tabela 9, priloga 10). Rezultat parnega t-testa je pokazal, da je razlika med povprečji statistično značilna pri vseh aktivnostih, razen pri aktivnosti obiskovanje nacionalnih parkov ( $p = 0,180$ ) (tabela 9).

*Slika 21: Izbrane aktivnosti v destinaciji, ki prispevajo k večjemu doživetju kolesarskih počitnic*



**Legenda:** lestvica odgovorov: 1 – sploh ne vpliva, 2 – ne vpliva, 3 – niti/niti, 4 – vpliva do določene mere, 5 – zelo vpliva

*Tabela 9: Primerjava pomembnosti izbranih aktivnosti v destinaciji v primerjavi z obiskovanjem lokalnih gostiln s kakovostno kulinariko*

Testiranje razlik s parnim t-testom			
Katere aktivnosti pripomorejo k vašemu večjemu doživetju kolesarskih počitnic?	t	Df	p (2-stransko)
Par 1 Obisk lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko/obisk. vinskih kleti z degustacijami	12,442	321	0,000
Par 2 Obisk lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko/obiskovanje nacionalnih parkov	-1,343	321	0,180
Par 3 Obisk. lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko/obiskovanje kulturnih znamenitosti	1,996	321	0,047
Par 4 Obisk. lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko/nakupovanje lokalnih izdelkov	14,890	321	0,000
Par 5 Obisk lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko/sprostitve v wellnessu	9,717	321	0,000

Obiskovanje lokalnih gostiln s kakovostno kulinariko je tako v povprečju statistično značilno pomembnejše od večine navedenih aktivnosti v destinaciji (od obiskovanja

kulturnih znamenitosti, obiskovanja vinskih kleti z degustacijami, nakupovanja lokalnih izdelkov ter sprostitev v wellnesu), pri čemer to ne velja za obiskovanje nacionalnih parkov ( $p = 0,180$ ; tabela 9). Tudi že sam izračun povprečja pomembnosti je nakazoval, da je obiskovanje naravnih parkov v povprečju pomembnejše od obiskovanja lokalnih gostiln s kakovostno kulinariko (slika 21).

Čeprav velja obiskovanje lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko za pomemben element pri doživetju kolesarskih počitnic v destinaciji, na podlagi izračunanih rezultatov ne moremo trditi, da je gastronomija pomembnejša kot drugi elementi turistične ponudbe, tudi v okviru dejavnikov, ki vplivajo na izbor destinacije. Rezultati so pokazali, da gastronomija na sam izbor destinacije nima pomembnejšega vpliva (slika 18; poglavje 5.3). Hipoteze H3 tako ne morem potrditi.

## **5.8 Povzetek in ključne ugotovitve**

Z raziskavo sem želela preučiti glavne segmente kolesarjev, ki se odločajo za kolesarske počitnice. Raziskava je pokazala, da se rekreativni kolesarji, katerim kolesarjenje kot športna aktivnost veliko pomeni, pogosto odločajo tudi za kolesarske počitnice. Poleg kolesarjenja se mnogi pogosto posvetijo tudi pohodništvu, smučanju, teku in teku na smučeh. Izpostavim lahko, da so tudi aktivnosti, kot so igranje golfa, kajtanje in surfanje zelo pomembne aktivnosti za določen segment kolesarjev.

Vzorec zajema vse profile kolesarjev, katerim so pomembne različne zvrsti kolesarjenja (gorsko kolesarjenje, cestno kolesarjenje, treking kolesarjenje, gorskotekmovalne zvrsti kolesarjenja, kolesarjenje z električnimi kolesi). Med vzorcem raziskave prevladujejo kolesarji, katerim predstavlja gorsko kolesarjenje najpomembnejšo zvrst kolesarjenja (58 %), nato sledijo cestni kolesarji (37 %) in treking kolesarji (18 %). Pomemben delež predstavljajo kolesarji, ki se ukvarjajo s tekmovalnimi gorskimi zvrstmi kolesarjenja (17 %). Kolesarji se s kolesarjenjem ukvarjajo z različnimi motivi. Poleg prevladujočega motiva sprostitev, so najpogosteje zastopani motivi, kot so zdravje, vzdrževanje kondicije in druženje.

Sociodemografske značilnosti anketiranih kolesarjev v študiji so pokazale, da so podobne, kot jih navaja avtor Rauter (2012) v študiji profilov kolesarjev udeležencev športno-rekreativnih prireditev v Sloveniji ter avtorica Podobnik (2007) v študiji kolesarjev udeležencev prireditev akcije Slovenija kolesari. Oba avtorja navajata pretežni delež moških, višji prevladujoči starostni razred in relativno visoko stopnjo izobrazbe.

Raziskava je pokazala, da se rekreativni kolesarji, katerim kolesarjenje predstavlja pomembno vsakodnevno rekreacijo, pogosto odločajo tudi za kolesarjenje med počitnicami. Od vseh 441 anketiranih rekreativnih kolesarjev se je 322 opredelilo, da so že bili na kolesarskih počitnicah. Za namene magistrskega dela so kolesarske počitnice

opredeljene kot oddih zunaj domačega kraja z glavnim motivom kolesarjenja, ki vključujejo krajše (1–3 nočitve) in daljše (4 in več nočitev) kolesarske počitnice.

Rezultati so pokazali, da so demografske značilnosti kolesarjev turistov podobne celotnemu vzorcu rekreativnih kolesarjev. Ugotovljene demografske značilnosti kolesarjev turistov lahko primerjamo z nekaterimi objavljenimi tujimi študijami kolesarjev turistov. Lumsdon et al. (2009) je na podlagi petih opravljenih evropskih analiz kolesarjev turistov (»Eti 2007, Ickert et al. 2005, Manova 2007, Öhlschläger 2007, Trendscape 2008a«) objavil, da kolesarski turistični trg sestavlja večji delež moških (60 %), pri čemer je izpostavil večji prevladujoči starostni razred (od 45 do 55 let) kolesarjev turistov. Prav tako zadnja študija nemških kolesarjev turistov izpostavlja, da predstavljajo 47 % delež kolesarjev turistov, starih med 45–64. Največji delež (66 %) prav tako predstavljajo moški kolesarji turisti (Bangel, 2015).

Med razloge za priljubljenost kolesarskih počitnic in pogostosti preživljanja takih počitnic lahko povzamem, da se motiv kolesarjenja največkrat prepleta z drugimi turističnimi ali športnimi motivi. V našem primeru predstavlja motiv spoznavanja novih krajev enega izmed najpogostejših motivov, izbralo ga je največ kolesarjev (85 %). Pri rezultatih raziskave lahko izpostavim, da so motivi, ki so bolj športno naravnani (na primer iskanje novih vznemirljivih adrenalinskih doživetij, obiskovanje tradicionalnih in drugih kolesarskih prireditev, priprave na kolesarske dogodke), statistično bolj značilni za kolesarje, ki se ukvarjajo s cestnim, gorskim ali tekmovalnimi gorskimi zvrstmi kolesarjenja. V nasprotju s tistimi, ki jim je treking kolesarjenje najpomembnejše, in ki so večkrat izbrali motive, kot so motiv spoznavanja novih krajev (98 %), druženja z ljudmi z enakimi interesi (73 %) (priloga 6).

Na podlagi ugotovljenih motivov in profilov kolesarjev turistov lahko izpostavim smernice med bolj izkušenimi gorskimi in cestnimi kolesarji. Le ti so povprečno bolj telesno pripravljene, kolesarjenje jim pomeni pomembno športno aktivnost v vsakodnevnem življenju in želijo preživeti čim bolj športno aktivno tudi počitnice. Na drugi strani so kolesarji, ki so v vsakodnevnem življenju manj športno aktivni, vendar jim kolo predstavlja idealno prevozno sredstvo za bolj doživeto spoznavanje krajev.

V kategorijo kolesarjev, katerim kolesarjenje predstavlja prijetno in udobno spoznavanje destinacije, uvrščamo tudi turiste kolesarje na električnih kolesih. Strokovnjaki na področju kolesarskega turizma so že pred leti napovedali, da predstavljajo električna kolesa velik potencial v turizmu. V zvezi z našim vzorcem rekreativnih kolesarjev je bil pričakovan majhen delež (4 %) pomembnosti električnih koles. Razlog za manjšo priljubljenost električnih koles med anketiranimi kolesarji je lahko tudi manjša promocija kot v tujini. Na nekaterih gorskih turističnih območjih obstajajo na primer t. i. kolesarske turistične mreže, ki vključujejo zemljevide s postojankami za polnjenje baterij. V zadnjem času prihajajo na

trg tudi gorska električna kolesa in ciljna skupina so poleg starejših tudi mlajši in aktivni kolesarji.

Pomembna ugotovitev magistrskega dela je, da se kolesarji turisti v Sloveniji v povprečno pogosto odločajo za preživljanje kolesarskih počitnic ne glede na destinacijo potovanja. V zadnjih dvanajstih mesecih so se kolesarji turisti povprečno trikrat odločili za preživljanje krajših (1–3 nočitve) kolesarskih počitnic in dvakrat za daljše kolesarske počitnice (4 in več nočitev). Navedeni rezultati zgovorno govorijo, da se kolesarji turisti povprečno večkrat letno odpravijo na krajše in daljše oddihe, z glavnim motivom kolesarjenja. Zanimivo je, da se v podobnem razmerju odločajo za preživljanje kolesarskih počitnic v Sloveniji kot v tujini.

Kolesarske počitnice si kolesarji najpogosteje organizirajo v lastni režiji, tudi brez vnaprejšnje rezervacije. Poleg organiziranja v lastni režiji imajo pomembno vlogo pri odločanju za kolesarske počitnice tudi različni ljubiteljski kolesarski klubi ali društva, v katere so včlanjeni. Raziskava je pokazala, da je 45 % deleža anketirancev včlanjenih v različne kolesarske klube. Kar 27 % anketirancev predstavlja tudi vlogo organizacije kolesarskih počitnic.

Raziskava je pokazala, da se kolesarji turisti za kolesarske počitnice odločajo vse leto, nekateri redki posamezniki so pri dodatni možnosti vpisali tudi zimske mesece (januar, februar). Pri vprašanju, ki se je navezovalo na štiri najpomembnejše mesece preživljanja kolesarskih počitnic, so bili najpogosteje izbrani meseci avgust (64 %), junij (63 %) in julij (60 %). Ker tudi meseca maj (56 %) in september (56 %) predstavljata pogosto izbrano možnost za preživljanje kolesarskih počitnic, lahko povzamem, da si kolesarji najpogosteje izberejo počitnice od maja do septembra.

Kolesarji turisti se odločajo za različne vrste nastanitve od hotelov do kampov, pri čemer sem z raziskavo želela preveriti, kolikšen delež zasedajo specializirane kolesarske nastanitve. Ugotovila sem, da se kolesarji turisti v povprečju malokrat odločajo za kolesarske specializirane nastanitve, le 6 % se je pri zadnjih kolesarskih počitnicah odločilo prespati v specializirani kolesarski nastanitvi. Iz raziskave povzamem, da tovrstna nastanitev pri večini anketirancev niti ali sploh ne vpliva na odločitev o izbiri destinacije počitnikovanja. Le 24 % vseh anketirancev meni, da so specializirane kolesarske nastanitve zelo pomembne ali pomembne pri izbiri destinacije. Vendarle naj izpostavim uspešen primer kolesarske specializirane nastanitve v Sloveniji. Kolesarski Ekohotel Koroš, ki dokazuje, da je trženje kolesarske nastanitve s preostalo zanimivo ponudbo za kolesarje zelo pomemben dejavnik, ki privablja kolesarje turiste.

Športne aktivnosti postajajo pomemben način socialnega druženja tudi med počitnicami. To trditev lahko podpremo z ugotovitvijo, da je skoraj polovica (48 %) kolesarjev zadnje kolesarske počitnice preživljala v družbi prijateljev (od 3–10 članov). K temu lahko dodam

tudi podatek, da predstavlja aktivno preživljanje prostega časa z družino in prijatelji več kot 75 % kolesarjev zelo pomemben motiv za kolesarske počitnice. Po navedbah avtorja Downwarda, Lumsdon, & Weston (2009) to posledično pozitivno vpliva tudi na potrošnjo kolesarjev turistov. Kolesarjem, ki potujejo v skupini, lahko pripišemo potencialno večjo potrošnjo v primerjavi s kolesarji, ki potujejo sami. V naši raziskavi je samo (8 %) vseh kolesarjev navedlo, da so zadnje kolesarske počitnice preživljali sami.

Z raziskavo sem želela tudi preveriti, koliko različni dejavniki vplivajo na doživetje kolesarskih počitnic. Kolesarji so imeli možnost izbrati med aktivnostmi, ki sem jih pri pripravi magistrskega dela pogosteje zasledila v turistični ponudbi oziroma turističnih paketih v kombinaciji s kolesarjenjem. Gastronomijo sem že v prvem delu teoretičnega dela opredelila kot pomemben element »SLOW turizma« in tudi v praktičnem delu ugotovila, da so kolesarji največkrat označili poleg obiskovanja naravnih parkov in kulturnih znamenitosti prav obisk lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko kot zelo pomemben element, ki prispeva k večjemu doživetju kolesarskih počitnic. Poleg tega je gastronomija v kombinaciji s kolesarjenjem pomemben element tudi z vidika narave aktivnih počitnic. Kolesarjenje lahko predstavlja celodnevno telesno aktivnost, ki zahteva kakovostne hranilne obroke in tekočino. Tako lahko potrdim tudi navedbe drugih virov, da je ponudba gostinskih obratov in kavarn s kakovostnimi hranilnimi jedmi in pijačo na območjih, kjer so kolesarske poti, zelo pomembna.

Po stopnji ozaveščenosti kolesarjev in njihovih potovalnih navad pri izbiri trajnostnih prevoznih sredstev lahko ocenimo, ali so kolesarji z vidika trajnostnega razvoja bolj zaželen turistični segment od drugih turistov. V raziskavi sem ugotovila, da pretežni del anketirancev (46 %) vedno ali pogosto (33 %) uporablja mobiliziran prevoz, medtem ko delež anketirancev, ki vedno ali pogosto dostopa do destinacije z javnimi prevoznimi sredstvi, predstavlja relativno majhen delež (10 %). Pomembno je izpostaviti razliko med rezultati naše študije in rezultati tujih študij, ki prihajajo iz držav z razvitejšo železniško in kolesarsko infrastrukturo. Slednje ugotavljajo značilno večji delež kolesarjev, ki do izbrane destinacije potujejo z vlakom ali kolesom. Študija Evropske kolesarske mreže t.i. Eurovela povzema, da kolesarji v povprečju uporabljajo do okolja prijaznejše načine prevoza in opravijo krajšo pot do svojih destinacij. Tudi večina enodnevnih kolesarjev izletnikov predvsem na območjih z razvito kolesarsko infrastrukturo prične izlete iz izhodiščne točke. To vpliva na manjše izpuste, večjo kakovost zraka, ter manjšo gostoto prometa v destinacijah (Lumsdon et al., 2009; Thomas, 2012). Zadnja nemška raziskava o navadah turistov kolesarjev navaja, da približno tretjina kolesarjev turistov dostopa do destinacije z vlakom, medtem ko 15 odstotni delež kolesarjev dostopa do destinacije s kolesom (Bangel, 2015). Na podlagi navedenega lahko povzamem, da sta uporaba javnih prevoznih sredstev in pogostost dostopa do destinacije s kolesom odvisna tudi od razvitosti kolesarske in železniške infrastrukture.



Pomen javnih prevoznih sredstev in možnost kolesarjenja na varnih zunajprometnih cestah je pomemben dejavnik predvsem za tiste kolesarje, ki se s kolesom kot glavnim prevoznim sredstvom premikajo iz kraja v kraj. Tudi Lamont (2009c), ki preučuje kolesarje, t. i. kolesarje popotnike (angl. *independent bicycle tourists*), ki se premikajo iz kraja v kraj, poudarja pomen obravnavanja širšega koncepta kolesarske turistične destinacije z vidika, da je kolesarjem treba ponuditi čim boljše razmere potovanja v destinacijo iz destinacije (urejene poti zunaj prometnih cest, možnost prevozov javnih sredstev, javna počivališča itd.).

Med zadnje sklepne ugotovitve raziskave lahko dodam rezultate odgovorov, ki so se nanašali na vprašanje o mnenju kolesarske turistične ponudbe v Sloveniji v primerjavi s tujino. Kolesarji turisti v Sloveniji prepoznavajo prednosti naravnih danosti za kolesarjenje, pri čemer jih je več kot polovica izrazila mnenje, da Slovenija v ponudbi kolesarskega turizma ni primerljiva s tujino (Avstrija, Nemčija, Francija, Italija, Švica). Med glavnimi pomanjkljivostmi so navedli pomanjkanje kolesarskih poti in kolesarskih omrežij, skromna specializirana turistična ponudba za kolesarje, slabša ponudba gorskih kolesarskih parkov, pomanjkanje informacijskega gradiva o možnostih kolesarjenja. Gorski kolesarji so izrazili tudi nestrinjanje s trenutno zakonodajo, ki omejuje vožnjo s kolesom v naravnem okolju.

## **SKLEP**

Za nadaljnjo konkurenčnost slovenskega turizma je pomembno, da se oblikujejo inovativni turistični produkti, ki izpolnjujejo potrebe specifičnih segmentov turistov in katerih razvoj temelji na trajnostnih kriterijih. Kolesarski turizem je v tem pogledu velik potencial. Slovenija ima idealne naravne možnosti za kolesarjenje, pri čemer lahko izkoristi tudi priložnosti, ki jih ponuja lega med državami z že razvitim kolesarskim turizmom.

Prepoznavanje glavnih ciljnih segmentov kolesarjev turistov in njihovih potreb je ključnega pomena pri razvijanju strategije kolesarskega turizma v destinaciji. Čeprav kolesarje turiste povezuje skupna aktivnost, se značilnosti in potrebe kolesarjev turistov med seboj razlikujejo na podlagi različnih dejavnikov (po zvrsti kolesarjenja, demografskih značilnosti, kondicijski pripravljenosti, motivih za kolesarske počitnice itd.), ki zahtevajo tudi določeno zvrst kolesarske infrastrukture in prilagojeno turistično ponudbo.

Razvita kolesarska infrastruktura s spremljajočo gostinsko turistično ponudbo je temelj kolesarskega turizma. Tudi pri gorskem kolesarjenju je pomembno, da so poti standardizirano označene in povezane v kolesarska omrežja. Pomembno vlogo pri privabljanju kolesarjev v destinacijo imajo specializirane kolesarske strani za načrtovanje kolesarskih počitnic in spletni kolesarski zemljevidi, ki jih uporablja vse več kolesarjev.

Značilnosti kolesarjev turistov, ki jih lahko izpostavimo na osnovi rezultatov študije in so pomembne z vidika nadaljnjega razvoja turizma, so: (i) kolesarji turisti se pogosto udeležujejo večkratnih kolesarskih počitnic med letom, (ii) kolesarske počitnice v večini organizirajo v lastni režiji, (iii) za kolesarske počitnice se odločajo najpogosteje v obdobju od maja do septembra, (iv) za načrtovanje kolesarskih počitnic so pomemben vir informacij specializirane spletne kolesarskih strani in kolesarski zemljevidi, (v) pogosto se odločajo preživeti kolesarske počitnice v družbi prijateljev ali v večji skupini kolesarjev.

Na koncu želim izpostaviti, da v Sloveniji primanjkuje raziskav na področju kolesarskega turizma, ki bi osvetlile pomembnost kolesarjenja v povezavi s turizmom. Na osnovi raziskave smo potrdili, da predstavlja kolesarjenje pomembno športno aktivnost Slovencev in da se pogosto odločajo za kolesarske počitnice. Na drugi strani je trženje kolesarskega turizma v Sloveniji premalo zastopano zaradi pomanjkanja kolesarske infrastrukture in slabega povezovanja različnih partnerstev (nacionalnih in lokalnih) pri oblikovanju kolesarskih turističnih mrež in skupnih medregijskih kolesarskih povezav. Sklenem lahko, da je na tem področju še veliko neizkoriščenega potenciala, ki se lahko v polnosti izkoristi samo s celovitim trženjem.

## LITERATURA IN VIRI

1. *About cyclistic*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <http://cyclistic.dk/en/about-cyclistic/>
2. *About us*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <http://www.adfc.de/about-us/about-us>
3. Andrejčič Mušič, P. (2005). *Zasnova državnega kolesarskega omrežja v Sloveniji*. Ljubljana: Direkcija Republike Slovenije za ceste.
4. Arnold, L., Dawson, A., Djacic, M., Hives, S., Mckenna, J., & St. Arnaud, M. (2012). *Impacts of cycle tourism in Ontario*. Toronto: Ryerson University.
5. Auchapt, D. (2016, 14. marec). EU Funds Observatory for Cycling launched. *European Cyclist Federation*. Najdeno 08. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://efc.com/news-and-events/news/eu-funds-observatory-cycling-launched>
6. Auchapt, D. (2013, 7. avgust). Angela Merkel to visit Eurobike, giving highest status to cycling. *European Cyclists Federation*. Najdeno 09. februarja 2015 na spletnem naslovu <https://efc.com/news-and-events/angela-merkel-visti-eurobike-giving-highest-status-cycling>
7. Bangel, G. (2015). *Fahrradtourismus: daten, fakten, zahlen*. Berlin: Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club (ADFC).
8. Beanland, A. (2013). *Cycle tourism for sustainable rural development: understanding and interpreting lessons from Europe*. London: Winston Memorial Trust.
9. Beierle, H. (2011). *Bicycle tourism as a rural economic development vehicle*. Oregon: University of Oregon.
10. Berčič, H., Sila, B., Slak, V. N., & Pinar, D. (2010). *Šport v turizmu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
11. *Bike friendly sign*. Najdeno 12. novembra 2015 na spletnem naslovu <http://industry.traveloregon.com/industry-resources/product-development/bike-friendly-business-program/bike-friendly-sign/>
12. Bizjak, M. (2013, 10. julij). Gorsko kolesarjenje pri nas velik, a neizkoriščen potencial. *MMC RTV Slovenija*. Najdeno 1. maja 2015 na spletnem naslovu <https://www.rtv slo.si/tureavanture/novice/gorsko-kolesarjenje-pri-nas-velik-a-neizkoriscen-potencial/312802>
13. Blazetič, N. (2014, 8. april). Kolesarski turizem naj bo ena od paradnih ponudb. *Primorske novice*. Najdeno 15. januarja 2016 na spletnem naslovu <http://www.primorske.si/Primorska/Goriska/Kolesarski-turizem-naj-bo-ena-od-paradnih-ponudb-.aspx>
14. Blondiau, T., & Zeerbroeck, B. (2014). *Cycling works: jobs and job creation in the cycling economy*. Bruselj: European Cyclists' Federation.
15. Brent, W., Ritchie, A., & Hall, C. (1999). Bicycle tourism and regional development: a new Zealand case study. *International journal of tourism and hospitality research*, 10(2), 89–112.

16. Deenihan, G., & Caulfield, B. (2015). Do tourists value different levels of cycling infrastructure? *Tourism management*, 46, 92–101.
17. Dickinson, J., & Lumsdon, L. (2010). *Slow travel and tourism*. London: University of Central Lancashire.
18. Dickinson, J., Lumsdon, L., & Robinns, D. (2011). Slow travel: issue for tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 281-300.
19. Dodds, R., & Singh, M. (2010). *Potential to move towards an Ontario-wide cycle tourism partnership (cycle tourism research)*. Toronto: Transportation Options.
20. Downward, P., & Lumsdon, L. (2009). The development of recreational cycle routes. *Managing leisure*, 30(1), 50–60.
21. Downward, P., Lumsdon, L., & Weston, R. (2009). Visitor Expenditure: the case of cycle recreation and tourism. *Journal of sport & tourism*, 1(14), 25–42.
22. Dwyer, A., Edwards, B., Mistilis, N., Roman, K., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism management*, 30(1), 63–74.
23. *Electric bike. The largest E-bike region in the world*. Najdeno 15. februarja na [www.wilderkaiser.info/en/summer-active/electric-bikes.html](http://www.wilderkaiser.info/en/summer-active/electric-bikes.html)
24. Esperança, J. P. (2011). Bike usage and cycle tourism: the pattern of Portuguese associated bike riders. V *Book of proceeding vol.I. – international conference on tourism & management studies – Algarve 2011* (str. 191–200). Algarve: University of the Algarve.
25. European Commission. (2014, marec). *Sport and physical activity*. Special Eurobarometer 412. Bruselj: European Commission.
26. Eurostat regional yearbook 2014: tourism, (b.l.). V Eurostat. Najdeno 15. februarja 2016 na spletnem naslovu [ec.europa.eu/eurostat/](http://ec.europa.eu/eurostat/)
27. *EuroVelo routes*. Najdeno 18. februarja 2016 na spletnem naslovu <http://www.eurovelo.com/en/eurovelos>
28. Faulks, P., Ritchie, B., & Fluker, M. (2007). *Cycle tourism in Australia: an investigation into its size and scope*. Queensland: The sustainable tourism cooperative research centre.
29. Faulks, P., Ritchie, B., Brown, G., & Beeton, S. (2008). *Cycle tourism and South Australia destination marketing*. Queensland: The sustainable tourism cooperative research centre.
30. Fullagar, S., Markwell, K. W., & Wilson, E. (2012). *Aspects of Tourism: slow tourism experiences and mobilities*. Bristol: Channel View Publications.
31. Goletzke, S. (2012). *Elektrofahrräder - Chancen für den Tourismus*. Rostock: Wirtschafts und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Rostock.
32. Havitz, M., & Howard, D. R. (1995). How enduring is enduring involvement? A seasonal examination of three recreational activities. *Journal of consumer psychology*, 3(4), 255–276.
33. Hinch, T. D., & Higham, J. (2001). Sport tourism. *international journal of tourism research*, 3(1), 45–58.
34. Keeling, A. (1999). *Cycle tourism*. Bristol: Sustrans.

35. Keutmann, U. (2013). E-Bikes in tourism. Najdeno 15. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.techcast.com/events/eurobike/2013/en>
36. Kolesarska zveza Slovenije. (2015). *Slovenija kolesari 2015*. Ljubljana: Kolesarska zveza Slovenije.
37. *Kolesarske destinacije*. Najdeno 20. januarja 2016 na spletnem naslovu [http://www.hiking-biking-slovenia.com/nova/?page\\_id=3068](http://www.hiking-biking-slovenia.com/nova/?page_id=3068)
38. *Kolesarske nastanitve*. Najdeno 20. januarja 2016 na spletnem naslovu [http://www.hiking-biking-slovenia.com/nova/?page\\_id=1621](http://www.hiking-biking-slovenia.com/nova/?page_id=1621)
39. Kovačič, N. (2014). *Hotelski logistički proizvod u ponudi sportskoga turizma* (doktorsko delo). Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
40. Lamont, M. (2007). *Bicycle tourists in Australia: infrastructure needs, destination attributes & travel behaviours*. Lismore: Southern Cross University.
41. Lamont, M. (2009a). *Independent bicycle tourism in Australia: a whole tourism systems analysis (PhD thesis)*. Lismore: Southern Cross University.
42. Lamont, M. (2009b). Reinventing the wheel: A definitional discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 5-23.
43. Lamont, M. (2009c). Independent bicycle tourism: a whole tourism systems perspective. *Tourism analysis*, 14(5), 605–620.
44. Lumsdon, L. (2000). Transport and tourism: cycle tourism – a model for sustainable development? *Journal of sustainable tourism*, 5(8), 361–377.
45. Lumsdon, L., Weston, R., McGrath, P., Davies, N., Peeters, P., Eijgelaar, E., & Piket, P. (2009). *The European cycle route network Eurovelo: challenges and opportunities for sustainable tourism*. Bruselj: European parliament policy department B.
46. Lumsdon, M., & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: a grounded theory approach. *Journal of sustainable tourism*, 19(3), 265–279.
47. *Member statistics. Warm Shower. A community for touring cyclists and hosts*. Najdeno 18. marca 2016 na spletnem naslovu [https://www.warmshowers.org/country\\_count](https://www.warmshowers.org/country_count)
48. Meschik, M. (2012). Sustainable cycle tourism along the Danube cycle route in Austria. *Tourism planning & development*, 1(9), 41–56.
49. Midgley, P. (2011). *Bicycle – sharing schemes: enhancing sustainable mobility in urban areas*. New York: United nations department of economic and social affairs.
50. Mihalič, T. (2006). *Trajnostni turizem*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
51. Millington, K. (2013). *Cycling in Scandinavia – september 2013*. London: Mintel Group Ltd.
52. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2012, junij). *Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016: »Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma«*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije.
53. Mispelon, C. (2013). *Cycling barometer technical document*. Bruselj: European cyclists federation.
54. Moal Ulvoas, G., & Taylor, V. A. (2014). The spiritual benefits of travel for senior tourists. *Journal of consumer behaviour*, 13(6), 453–462.

55. Mrnjavac, E., & Kovačić, N. (2012). Cycling-friendly tourist destination. V E. Christou, D. Chionic, D. Aursoy, M. Sigala & C. Chatzigeorgiou (ur.), *Proceedings of the 2nd advances in hospitality and tourism marketing & management conference* (str. 1–8). Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
56. Mrnjavac, E., Kovačić, N., & Topolšek, D. (2014). The logistic product of bicycle destination. *Tourism and hospitality management*, 20(2), 171–184.
57. Neves, J. M., & Esperança, J. P. (2011). Bike usage and cycle tourism: the pattern of Portuguese associated bike riders. V *Book of proceeding vol.I. – international conference on tourism & management studies – Algarve 2011* (str. 191–200). Algarve: University of the Algarve.
58. Piket, P., Eijgelaar, E., & Peeters, P. (2012). *European cycle tourism: a tool for sustainable regional rural development*. Breda: NHTV Breda University of Applied Sciences, Centre for Sustainable Tourism and Transport.
59. Podobnik, S. (2007). *Povezanost kolesarjenja kot turističnega proizvoda s socialno – demografskimi značilnostmi udeležencev akcije Slovenija kolesari* (magistrsko delo). Ljubljana: Fakulteta za šport.
60. Rauter, S. (2012). *Socialni profil športnih turistov – udeležencev množičnih športnih prireditel v Sloveniji* (doktorska disertacija). Ljubljana: Fakulteta za šport.
61. Regional tourism organization 8. (2011). *Cycle tourism assesment and strategy study*. Ontario: Regional tourism organization 8.
62. Ritchie, B. W. (1998). Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues. *Tourism management*, 19(6), 567–582.
63. Ritchie, B. W., Tkaczynski, A., & Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Journal of travel & tourism marketing*, 27(4), 409–425.
64. Robinson, T., & Gammon, S. (2004). A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of sport tourism*, 9(3), 221–233.
65. Rovan, J. (2014). *Turnokolesarski vodnik*. Ljubljana: Komisija za turno kolesarstvo planinske zveze Slovenije.
66. Scottish mountain bike development consortium. (2009). *A national development of mountain biking in Scotland: the sustainable development of mountain biking in Scotland*. Dunkeld: Scottish mountain bike development consortium.
67. Simoneti, M., Jankovič, K., & Matjašec, D. (2002). *Prostočasne dejavnosti in prostorski razvoj Slovenije*. Ljubljana: Ljubljanski urbanistični zavod d.d.
68. Simonsen, S. P., Jørgensen, B., & Robbins, D. (1998). *Cycling tourism*. Bornholm: Research Centre of Bornholm.
69. Sirše, J., Berčič, H., & Sila, B. (2005). *Strategija razvoja turističnega proizvoda kolesarjenje v Sloveniji*. Ljubljana: Mednarodni inštitut za turizem.
70. Slovenska turistična organizacija. (2015). *Slovenski turizem v številkah*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija.

71. Switzerland Mobility Foundation. (2008). *The network for non-motorized traffic, leisure and tourism*. Bern: Switzerland Mobility Foundation.
72. Štih, G. (2010). *Razvoj kolesarstva na Dolenjskem in razvoj novomeškega kolesarskega kluba* (diplomsko delo). Ljubljana: Fakulteta za šport.
73. Taylor, S. (2011). Extending the dream machine: understanding people's participation in mountain biking. *Annals of leisure research department of tourism*, 13(1-2), 259–281.
74. Tekavčič, T. (2014). *Možnosti razvoja gorskega kolesarjenja na območju mestne občine Ljubljana, mestne občine Ig, in občine Dobrova*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
75. Thomas, M. (2012). *The European cycle route network Eurovelo: challenges and opportunities for sustainable tourism. Executive summary*. Bruselj: European parliament policy department B.
76. Travel Oregon and state parks and recreation department. (2015, junij). *The economic significance of cycling on Oregon scenic bikeways, 2014*. Oregon: Travel Oregon and state parks and recreation department.
77. Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sports tourism: participants, policy, and providers*. Oxford: Burlington.
78. Weston, R., Davies, N., Lumsdon, L., McGrath, P., Peeters, P., Eijgelaar, E., & Piket, N. (2012). *The European cycle route network Eurovelo: challenges and opportunities for sustainable tourism*. Bruselj: European parliament policy department B.
79. Young, J., & Littlejohn, M. (2008). *Mountain bike tourism*. British Columbia: Tourism British Columbia.
80. Zajc, P. (2016). (Ne)razumevanje problematike gorskega kolesarjenja. Najdeno 18. marca 2016 na spletnem naslovu <http://odprimopoti.si/dokumenti.htm>
81. *Zavod EuroVelo*. Najdeno 12. novembra 2015 na spletnem naslovu <http://eurovelo-slo.com/trase/>
82. *Zgodovina kolesarstva na Slovenskem*. Najdeno 15. januarja 2016 na spletnem naslovu <http://kolesarska-zveza.si/sl/delovanje-kzs/zgodovina-kolesarske-zveze-slovenije/>





## **PRILOGE**



## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik .....	1
Priloga 2: Sociodemografske značilnosti vseh anketirancev .....	9
Priloga 3: Sociodemografske značilnosti anketirancev, ki so že bili na kolesarskih počitnicah (kolesarje turistov) .....	11
Priloga 4: Rekreativno kolesarjenje v vsakodnevem življenju.....	13
Priloga 5: Značilnosti anketirancev glede na zvrst kolesarjenja.....	14
Priloga 6: Motivi kolesarjev turistov .....	16
Priloga 7: Organizacija počitnic v lastni režiji brez vnaprejšnje rezervacije (glede na status starševstvo) .....	20
Priloga 8: Pomembnost izbranih aktivnosti v destinaciji .....	21
Priloga 9: Primerjava kolesarske turistične ponudbe s tujino – mnenja anketirancev .....	22



## PRILOGA 1: Anketni vprašalnik

**A1. Kolikokrat v povprečju kolesarite na teden/mesec v času sezone maj–oktober, ne glede na razlog kolesarjenja?**

x tedensko

x mesečno

**A2. Koliko km naredite v povprečju tedensko/letno v času sezone maj–oktober?**

x letno

x tedensko

**A3. Ali ste član kolesarskega združenja, kluba?**

Da

Ne

**A4. Razvrstite spodnje navedene aktivnosti glede na to, koliko je za vas pomembna**

	0 – se ne ukvarjam s to aktivnostjo	5 – zelo pomembna	4 – je pomembna	3 – niti/niti	2 – ni pomembna	1 – sploh ni pomembna
Kolesarjenje						
Pohodništvo						
Plezanje						
Tek						
Tek na smučeh						
Smučanje						
Surfanje						
Kajtanje						
Tenis						
Golf						
Drugo/navedite:						

**A5. Spodaj navedene razloge za kolesarjenje ocenite glede na to, koliko so za vas osebno pomembni.**

	5 – zelo pomembno	4 – pomembno	3 – niti/niti	2 – ni pomembno	1 – sploh ni pomembno
Vzdrževanje kondicije					
Zdravje					
Telesna teža, postava					
Sprostitev, zabava, avantura					
Druženje s prijatelji, družino					
Okolju prijazno					

**A6. Za vsako izmed spodaj navedenih zvrsti kolesarjenja ocenite glede na to, koliko je za vas pomembna.**

	0 – se ne ukvarjam s to vrsto kolesarjenja	5 – zelo pomembna	4 – pomembna	3 – niti/niti	2 – ni pomembna	1 – sploh ni pomembna
Cestno kolesarjenje						
Treking kolesarjenje						
Gorsko kolesarjenje						
Tekm. zvrsti gorskega kolesarjenja (npr. downhill)						
Kolesarjenje z električnim kolesom						

Kolesarske počitnice

**B1. Ali ste že bili na kolesarskih počitnicah? Kolesarske počitnice pomenijo potovanje z najmanj eno nočitvijo, kjer je kolesarjenje glavni motiv počitnic.**

Da.

Ne.

Če ste bili že na kolesarskih počitnicah, lahko nadaljujete z vprašalnikom.

**B2. Kolikokrat ste bili na kolesarskih počitnicah v vseh letih do zdaj v Sloveniji?**

**B3. Kolikokrat ste bili na kolesarskih počitnicah v vseh letih do zdaj v tujini?**

**B4. Ste bili v zadnjih 12 mesecih na krajših kolesarskih počitnicah (1–3 nočitve)?**

Da, kolikokrat:

Ne.

**B5. Ste bili v zadnjih 12 mesecih na daljših kolesarskih počitnicah (4 in več nočitev) in kolikokrat?**

Da, kolikokrat:

Ne.

**B6. Kaj je bil poleg kolesarjenja dodatni motiv za izbiro kolesarskih počitnic?**

Aktivno preživljanje časa z družino, prijatelji.

Druženje z ljudmi z enakimi interesi in sklepanje novih poznanstev.  
 Spoznavanje novih krajev v neposrednem stiku z naravo in lokalnim prebivalstvom.  
 Obiskovanje tradicionalnih kolesarskih in drugih prireditiv.  
 Pobeg iz vsakdanjega življenja (doživetje miru, divjine, svobode).  
 Premagovanje osebnih izzivov.  
 Iskanje novih, vznemirljivih, adrenalinskih doživetij.  
 Priprave na kolesarski dogodek ali tekmovanje.

**B7. Obkrožite, kako organizirate kolesarske počitnice.**

*(več možnih odgovorov)*

V lastni režiji brez vnaprejšnje rezervacije.  
 V lastni režiji z vnaprejšnjo rezervacijo.  
 Prek standardne turistične agencije (del paketa).  
 Prek standardne turistične agencije (celoten paket).  
 Prek turistične agencije specializirane za kolesarske počitnice (del paketa).  
 Prek turistične agencije specializirane za kolesarske počitnice (celoten paket).  
 Organizirajo prijatelji (v lastni režiji).  
 Organizira klub oz. društvo, v katerega sem včlanjen.

**B8. Katere vire informacij uporabljate pri načrtovanju kolesarskih počitnic v lastni režiji?** *(več možnih odgovorov)*

Priporočila prijateljev.  
 Pohodniški vodniki.  
 Kolesarski vodniki.  
 Tiskani kolesarski zemljevidi.  
 Kolesarski turistični prospekti.  
 Specializirane spletne strani namenjene kolesarjem (z GPS zemljevidi kolesarskih poti).  
 Spletni kolesarski forumi.  
 Turistične kolesarske spletne strani namenjene za načrtovanje kolesarskih počitnic.  
 Splošni spletni zemljevidi (npr. Google maps, Maps.me, Scout GPS navigation).  
 Kolesarske revije.

**B9. Kako pogosto od spodaj navedenih prevoznih sredstev dostopate do destinacije kolesarskih počitnic?**

	5 – vedno	4 – pogosto	3 – občasno	2 – redko	1 – nikoli
S kolesom					
Z avtom/kombi/avtodomom					
Z avtobusom					
Z vlakom					
Z letalom					
Z ladjo					

**B10. Z lestvico za vsakega izmed navedenih dejavnikov označite, koliko vpliva na vašo izbiro destinacije kolesarskih počitnic:**

	5 – zelo vpliva	4 – vpliva delno	3 – niti/niti	2 – ne vpliva	1 – sploh ne vpliva
Dostopnost kraja z javnim potniškim prometom					
Dobro razvita kolesarska infrastruktura					
Turistično prepoznavne kolesarske poti					
Za kolesarje urejene makadamske, gozdne ali gorske poti v neokrnjeni naravi					
Privlačna pokrajina in ugodna klima					
Bližina jezer, morja,					
Ponudba wellnesa v destinaciji, zdravilišča					
Ugodna klima					
Specializirane kolesarske nastanitve					
Prepoznavna kulinarčna ponudba					
Turistične znamenitosti in kulturna dediščina					
Vodeni tematski kolesarski izleti v destinaciji					
Organizirani kolesarski dogodki					
Cena					

**B11. Katere aktivnosti pripomorejo k vašemu večjemu doživetju kolesarskih počitnic?**

	5 – zelo vplivajo	4 – vplivajo delno	3 – niti/niti	2 – ne vplivajo	1 – sploh ne vplivajo
Obisk lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko					
Obisk vinskih kleti z degustacijami					
Obisk nacionalnih parkov					
Obisk kulturnih znamenitosti					
Nakupovanje lokalnih izdelkov					
Sprostitev v wellnesu (masaže, savne itd.), plavanje					

**B12. Označite 4 najpogostejše mesece, ko preživljate kolesarske počitnice.**

*(več možnih odgovorov)*

Marec.

April.

Maj.

Junij.

Julij.

Avgust.

September.

Oktober.



November.

Drugo:

**C1. Kako bi opredelili svoje zadnje kolesarske počitnice.**

Krajše kolesarske počitnice (1–3 nočitve) s stalnim prenočiščem.

Krajše kolesarske počitnice (1–3 nočitve) z menjajočimi prenočišči.

Daljše kolesarske počitnice (4 nočitve in več) s stalnim prenočiščem.

Daljše kolesarske počitnice (4 nočitve in več) z menjajočimi prenočišči.

**C2. Katero nastanitev/nastanitve ste izbrali na svojih zadnjih kolesarskih počitnicah?**

*(možno več odgovorov)*

Hotel.

Apartma.

Kamp.

Avtodom.

Turistična kmetija.

Specializirana kolesarska nastanitev.

Zasebne nastanitve.

Zasebne nastanitve -<https://www.warmshowers.org/>.

Drugo:

**C3. Kateri tip specializirane kolesarske nastanitve ste izbrali?**

*(več možnih odgovorov)*

Hotel.

Apartma.

Kamp.

Turistična kmetija.

**C4. Svoje zadnje kolesarske počitnice ste preživeli:**

*(več možnih odgovorov)*

Sam.

S partnerjem/partnerko/ženo/možem.

S prijatelji (od 3–10 članov).

Z otroki.

Z večjo organizirano skupino kolesarjev (od 10–40).

**C5. Koliko km na dan ste prevozili na svojih zadnjih kolesarskih počitnicah?**

0–10 km.

11–20 km.

21–40 km.

41–60 km.

61–100 km.

100 km in več.

**C6. Koliko dni so trajale vaše zadnje kolesarske počitnice?**

**C7. Koliko ste v povprečju porabili za vaše zadnje kolesarske počitnice na osebo:**

< 300 EUR.

300–600 EUR.

600–1000 EUR.

1000–1500 EUR.

1600 EUR in več.

**C8. Koliko ste povprečno porabili na dan na kolesarskih počitnicah brez nastanitve/na osebo:**

20–40 EUR na dan.

40–60 EUR na dan.

60–70 EUR na dan.

70 EUR na dan in več.

Kolesarski dogodki

**D1. Ali se kot kolesar udeležujete kolesarskih dogodkov (v Sloveniji npr.: Maraton Franja, Juriš na Vršič, Praznik češenj, Vinska vigred itd.)?**

Da.

Ne.

**D2. Kolikokrat se povprečno na leto udeležite kolesarskih dogodkov (kot kolesar)?**

Nikoli.

Redkeje kot enkrat letno.

Enkrat ali dvakrat letno.

Trikrat letno in več.

**D3. Kako bi primerjali kolesarsko turistično ponudbo v Sloveniji v primerjavi s tujino?**

---

Demografske značilnosti

**E1. Označite spol:**

Moški.

Ženska.

**E2. Vpišite letnico rojstva:**

**E3. Označite regijo svojega prebivališča:**

Gorenjska.

Goriška.

Jugovzhodna Slovenija.

Koroška.

Notranjsko kraška.

Obalno-kraška.

Osrednjeslovenska.

Podravska.

Pomurska.

Savinjska.

Spodnjeposavska.

Zasavska.

**E4. Označite svojo najvišjo stopnjo izobrazbe:**

Nedokončana osnovna šola.

Osnovna šola.

Poklicna šola.

Štiriletna srednja šola.

Višja šola.

Visokošolski strokovni študij.

Visoka šola.

Univerzitetni študij.

Magisterij (bolonjska stopnja).

Doktorat.

Specializacija.

**E5. Zakonski status:**

Sem samski.

Sem poročen.

Živim v zunajzakonski skupnosti.

Sem ločen.

Sem poročen, a živim ločeno.

Sem ovdovel.

**E6. Starševstvo:**

Brez otrok.

En otrok.

Dva otroka,

Tri in več otrok.

**E7. Meseční dohodek (neto EUR):**

do 800.

1201–1700.

1701–2300.

2301–3000.

3001 in več.

## PRILOGA 2: Sociodemografske značilnosti vseh anketirancev

Tabela 1: Sociodemografske značilnosti vseh anketirancev

		n	%
Spol	Ženski	116	26
	Moški	325	74
Regija	Gorenjska	57	13
	Goriška	20	5
	Jugovzhodna Slovenija	30	7
	Koroška	10	2
	Notranjsko kraška	13	3
	Obalno-kraška	15	3
	Osrednjeslovenska	189	43
	Podravska	60	14
	Pomurska	14	3
	Savinjska	24	5
	Spodnjeposavska	2	0
	Zasavska	7	2
Starost	do 25	55	12
	26 do 35	102	23
	36 do 45	123	28
	46 do 55	100	23
	56 in več	61	14
Izobrazba	Nedokončana osnovna šola	1	0
	Končana osnovna šola	7	2
	Poklicna šola	21	5
	Štiriletna srednja šola	108	25
	Višja strokovna (star sistem)/višješolska izobrazba (6. stopnja)	62	14
	Visokošolska strokovna (star sistem)/univerzitetna strokovna izobrazba (prva bolonjska stopnja) (6. stopnja)	77	18
	Visokošolska univerzitetna (star sistem)/magistrska izobrazba (druga bolonjska stopnja) (7. stopnja)	116	26
	Specializacija po višji šoli	2	0
	Specializacija po visoki šoli	2	0
	Specializacija po univerzitetni izobrazbi	8	2
	Znanstveni magisterij	20	5
	Doktorat	16	4
	Zakonski status	Samski	126
Poročen		162	37
Zunajzakonska skupnost		121	27
Ločen		19	4
Poročen, a živim ločeno		5	1
Ovdovel		8	2

se nadaljuje

*Tabela 1: Sociodemografske značilnosti vseh anketirancev (nad.)*

		<b>n</b>	<b>%</b>
Starševstvo	Brez otrok	200	45
	1 otrok	70	16
	2 otroka	150	34
	3 in več otrok	21	5
Mesečni doh.	do 800 EUR	118	27
	801–1200 EUR	149	34
	1201–1700 EUR	104	24
	1701–2300 EUR	43	10
	2301–3000 EUR	17	4
	3001 EUR ali več	10	2

**PRILOGA 3: Sociodemografske značilnosti anketirancev, ki so že bili na kolesarskih počitnicah (kolesarje turistov)**

*Tabela 2: Sociodemografske značilnosti anketirancev, ki so že bili na kolesarskih počitnicah (kolesarje turistov)*

		Ali ste že bili na kolesarskih počitnicah?	
		Da (v %)	Ne (v %)
Prosimo, označite svoj spol.	ženski	28	22
	moški	72	78
Starost	do 25	11	16
	26 do 35	22	25
	36 do 45	29	26
	46 do 55	21	28
	56 in več	17	5
Označite regijo svojega prebivališča.	Gorenjska	14	10
	Goriška	5	3
	Jugovzhodna Slovenija	6	8
	Koroška	3	2
	Notranjsko kraška	3	4
	Obalno kraška	3	3
	Osrednjeslovenska	43	44
	Podravska	13	14
	Pomurska	4	1
	Savinjska	4	8
	Spodnjeposavska	0	1
Označite svojo najvišjo stopnjo izobrazbe.	Zasavska	2	1
	nedokončana osnovna šola	0	0
	končana osnovna šola	1	3
	poklicna šola	4	6
	štiriletna srednja šola	21	34
	višja strokovna (star sistem)/višješolska izobrazba (6. stopnja)	16	10
	visokošolska strokovna (star sistem)/univerzitetna strokovna izobrazba (prva bolonjska stopnja) (6. stopnja)	17	19
	visokošolska univerzitetna (star sistem)/magistrska izobrazba (druga bolonjska stopnja) (7. stopnja)	28	22
	specializacija po višji šoli	0	1
specializacija po visoki šoli	1	0	

se nadaljuje

*Tabela 2: Sociodemografske značilnosti anketirancev, ki so že bili na kolesarskih počitnicah (kolesarje turistov) (nad.)*

		Ali ste že bili na kolesarskih počitnicah?	
		Da (v %)	Ne (v %)
	specializacija po univerzitetni izobrazbi	2	2
	znanstveni magisterij	5	3
	doktorat	4	3
Zakonski status	sem samski	27	33
	sem poročen	38	33
	živim v zunajzakonski skupnosti	29	24
	sem ločen	4	6
	sem poročen, a živim ločeno	1	3
	sem ovdovel	2	2
Starševstvo	Brez otrok	44	48
	1 otrok	15	19
	2 otroka	36	28
	3 in več otrok	5	5
Ali nam lahko zaupate svoj mesečni dohodek (neto v EUR)?	do 800 EUR	25	31
	801–1200 EUR	34	34
	1201–1700 EUR	23	24
	1701–2300 EUR	11	7
	2301–3000 EUR	4	3
	3001 EUR ali več	3	1
Cestni kolesar	Ne	73,9	66,4
	Da	<b>26,1</b>	33,6
Treking kolesar	Ne	87,3	88,2
	Da	<b>12,7</b>	11,8
Gorski kolesar	Ne	47,8	52,9
	Da	<b>52,2</b>	47,1



## PRILOGA 4: Rekreativno kolesarjenje v vsakodnevnem življenju

### 4.1 Pogostost ukvarjanja z rekreativnim kolesarjenjem

*Tabela 3: Pogostost ukvarjanja z rekreativnim kolesarjenjem*

Pogostost ukvarjanja z rekreativnim kolesarjenjem	Delež anketirancev %
Redko (do 5-krat mesečno)	15
Občasno (6- do 10-krat mesečno)	22
Pogosto (11- do 15-krat mesečno)	28
Redno (več kot 15-krat mesečno)	35

### 4.2 Povprečno ukvarjanje s kolesarjenjem (tedensko) vseh anketiranih kolesarjev

*Tabela 4: Povprečno ukvarjanje s kolesarjenjem (tedensko) vseh anketiranih kolesarjev*

Povprečje (Mean)	3,797625329815403
------------------	-------------------

### 4.3 Pogostost udeležbe kolesarskih dogodkov vseh anketiranih kolesarjev

*Tabela 5: Pogostost udeležbe kolesarskih dogodkov vseh anketiranih kolesarjev*

Pogostost udeležbe kolesarskih dogodkov	Delež anketirancev %
Redkeje kot enkrat letno	10
Enkrat do dvakrat letno	38
Najmanj trikrat letno	52
Ne vem/brez odgovora	1

### 4.4 Članstvo v kolesarskem klubu, društvu

*Tabela 6: Članstvo v kolesarskem klubu, društvu*

Ali ste član kolesarskega združenja, kluba?	Delež anketirancev %
Da	45
Ne	55

## PRILOGA 5: Značilnosti anketirancev glede na zvrst kolesarjenja

5.1 Demografske značilnosti kolesarjev, ki so izbrali **treking kolesarjenje** kot najpomembnejšo zvrst

*Tabela 7: Demografske značilnosti kolesarjev, ki so izbrali treking kolesarjenje kot najpomembnejšo zvrst*

Treking kolesarjenje – kot najpomembnejša zvrst		Delež (v %)
Spol	Moški	47,3
	<b>Ženski</b>	<b>52,7</b>
Starost	do 25	7,3
	26 do 35	10,9
	36 do 45	23,6
	46 do 55	23,6
	56 in več	<b>34,5</b>

5.2 Demografske značilnosti anketirancev, ki so izbrali **cestno kolesarjenje** kot najpomembnejšo zvrst

*Tabela 8: Demografske značilnosti anketirancev, ki so izbrali cestno kolesarjenje kot najpomembnejšo zvrst*

Cestno kolesarjenje – kot najpomembnejša zvrst		Delež (v %)
Spol	moški	<b>68,5</b>
	ženski	31,5
Starost	do 25	12,9
	26 do 35	21,0
	36 do 45	29,8
	46 do 55	24,2
	56 in več	12,1

5.3 Demografske značilnosti anketirancev, ki so izbrali **gorsko kolesarjenje** kot najpomembnejšo zvrst

*Tabela 9: Demografske značilnosti anketirancev, ki so izbrali gorsko kolesarjenje kot najpomembnejšo zvrst*

<b>Gorsko kolesarjenje – kot najpomembnejša zvrst</b>		<b>Delež (v %)</b>
Spol	<b>moški</b>	<b>83,9</b>
	ženski	16,1
Starost		
	do 25	19,6
	26 do 35	29,5
	36 do 45	28,1
	46 do 55	16,5
	56 in več	6,3

## PRILOGA 6: Motivi kolesarjev turistov

B6\_3 Motiv spoznavanja novih krajev (za kolesarje, katerim je treking kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_2).

*Tabela 10: Motiv spoznavanja novih krajev (za kolesarje, katerim je treking kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_2)*

Motiv			A6_2 – treking kolesarjenje					Skupaj
			1*	2*	3*	4*	5*	
B6_3	Ni izbrano	Št.	1	8	8	7	1	25
		%	12,5 %	25,8 %	14,0 %	8,1 %	2,4 %	11,2 %
	Da	Št.	7	23	49	79	40	198
		%	87,5 %	74,2 %	86,0 %	91,9 %	97,6 %	88,8 %
Skupaj		Št.	8	31	57	86	41	223
		%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

**Legenda:** \*1 – sploh ni pomembno, 2 – ni pomembno, 3 – niti/niti, 4 – pomembno, 5 – zelo pomembno

*Tabela 11: Preverjanje s testom HI-kvadrat*

	Treking kolesarji/motiv spoznavanja novih krajev
Hi-kvadrat	11,089 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	4
p (angl. <i>asympt.sig.2-sided</i> )	0,026

**Opomba:** a.3 celic (30,0 %) ima pričakovano frekvenco, manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je ,90.

B6\_2 Motiv druženje z ljudmi z enakimi interesi (za kolesarje, katerim je treking kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_2)

*Tabela 12: Motiv druženje z ljudmi z enakimi interesi (za kolesarje, katerim je treking kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_2)*

Motiv			A6_2 – treking kolesarjenje					Skupaj
			1*	2*	3*	4*	5*	
B6_2	Ni izbrano	Št.	2	19	22	34	11	88
		%	25,0 %	61,3 %	38,6 %	39,5 %	26,8 %	39,5 %
	Da	Št.	6	12	35	52	30	135
		%	75,0 %	38,7 %	61,4 %	60,5 %	73,2 %	60,5 %
Skupaj		Št.	8	31	57	86	41	223
		%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

**Legenda:** \*1 – sploh ni pomembno, 2 – ni pomembno, 3 – niti/niti, 4 – pomembno, 5 – zelo pomembno

Tabela 13: Preverjanje s testom HI-kvadrat

	Treking kolesarji/motiv druženje z ljudmi z enakimi interesi
Hi-kvadrat	9,640 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	4
p (angl. <i>asym.sig.2-sided</i> )	0,047

**Opomba:** a.2 celici (20,0 %) imata pričakovano frekvenco, manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je 3,16

B6\_7 Motiv iskanje novih vznemirljivih doživetij (za kolesarje, katerim je gorsko kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_3)

Tabela 14: Motiv iskanje novih vznemirljivih doživetij (za kolesarje, katerim je gorsko kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_3)

Motiv			A6_3 – gorsko kolesarjenje					Skupaj
			1*	2*	3*	4*	5*	
B6_7	Ni izbrano	Št.	3	14	27	40	72	156
		%	100,0 %	87,5 %	73,0 %	69,0 %	43,4 %	55,7 %
	Da	Št.	0	2	10	18	94	124
		%	0,0 %	12,5 %	27,0 %	31,0 %	56,6 %	44,3 %
Skupaj		Št.	3	16	37	58	166	280
		%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

**Legenda:** \*1 – sploh ni pomembno, 2 – ni pomembno, 3 – niti/niti, 4 – pomembno, 5 – zelo pomembno

Tabela 15: Preverjanje s testom HI-kvadrat

	Gorski kolesarji/motiv iskanje novih vznemirljivih doživetij
Hi-kvadrat	27,777 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	4
p (angl. <i>asym.sig.2-sided</i> )	0,000

**Opomba:** a.2 celici (20,0 %) imata pričakovano frekvenco, manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je 1,33.

B6\_4 Motiv obiskovanje tradicionalnih kolesarskih prireditev (za kolesarje, katerim je cestno kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_1)

Tabela 16: Motiv obiskovanje tradicionalnih kolesarskih prireditev (za kolesarje, katerim je cestno kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_1)

Motiv			A6_1 – cestno kolesarjenje	Skupaj
-------	--	--	----------------------------	--------

se nadaljuje

*Tabela 16: Motiv obiskovanje tradicionalnih kolesarskih prireditev (za kolesarje, katerim je cestno kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_1) (nad.)*

Motiv			A6_1 – cestno kolesarjenje					Skupaj
			1*	2*	3*	4*	5*	
B6_4	Ni izbrano	Št.	13	24	38	54	56	185
		%	86,7 %	92,3 %	84,4 %	77,1 %	66,7 %	77,1 %
	Da	Št.	2	2	7	16	28	55
		%	13,3 %	7,7 %	15,6 %	22,9 %	33,3 %	22,9 %
Skupaj		Št.	15	26	45	70	84	240
		%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

**Legenda:** \*1 – sploh ni pomembno, 2 – ni pomembno, 3 – niti/niti, 4 – pomembno, 5 – zelo pomembno

*Tabela 17: Preverjanje s testom HI-kvadrat*

	Cestni kolesarji/Obiskovanje tradicionalnih kolesarskih prireditev
Hi-kvadrat	10,731 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	4
p (angl. <i>asym.sig.2-sided</i> )	0,030

**Opomba:** a.1 celica (10,0 %) ima pričakovano frekvenco, manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je 3,44.

B6\_8 Motiv priprave na kolesarski dogodek ali tekmovanje (za kolesarje, katerim je cestno kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_1)

*Tabela 18: Motiv priprave na kolesarski dogodek ali tekmovanje (za kolesarje, katerim je cestno kolesarjenje najpomembnejša zvrst A6\_1)*

Motiv			A6_1 – cestno kolesarjenje					Skupaj
			1*	2*	3*	4*	5*	
B6_8	Ni izbrano	Št.	13	24	40	61	53	191
		%	86,7%	92,3%	88,9%	87,1%	63,1%	79,6%
	Da	Št.	2	2	5	9	31	49
		%	13,3%	7,7%	11,1%	12,9%	36,9%	20,4%
Skupaj		Št.	15	26	45	70	84	240
		%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

**Legenda:** \*1 – sploh ni pomembno, 2 – ni pomembno, 3 – niti/niti, 4 – pomembno, 5 – zelo pomembno

Tabela 19: Preverjanje s testom HI-kvadrat

	Cestni kolesarji/priprave na kolesarski dogodek ali tekmovanje
Hi-kvadrat	21,969 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	4
p (angl. <i>asym.sig.2-sided</i> )	0,000

**Opomba:** a.1 celica (10,0 %) ima pričakovano frekvenco, manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je 3,06

B6\_8 Motiv priprave na kolesarski dogodek ali tekmovanje (za kolesarje, katerim so gorske tekmovalne zvrst najpomembnejše A6\_4)

Tabela 20: Motiv priprave na kolesarski dogodek ali tekmovanje (za kolesarje, katerim so gorske tekmovalne zvrst najpomembnejše A6\_4)

Motiv			A6_4 – gorsko tekmovalne zvrsti					Skupaj
			1*	2*	3*	4*	5*	
B6_8	Ni izbrano	Št.	19	26	37	26	8	116
		%	95,0 %	81,3 %	80,4 %	86,7 %	29,6 %	74,8 %
	Da	Št.	1	6	9	4	19	39
		%	5,0 %	18,8 %	19,6 %	13,3 %	70,4 %	25,2 %
Skupaj		Št.	20	32	46	30	27	155
		%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

**Legenda:** \*1 – sploh ni pomembno, 2 – ni pomembno, 3 – niti/niti, 4 – pomembno, 5 – zelo pomembno

Tabela 21: Preverjanje s testom HI-kvadrat

	Gorski kolesarji (tekmovalne zvrsti)/ priprave na kolesarske dogodke
Hi-kvadrat	37,316 <sup>a</sup>
Df (angl. <i>degrees of freedom</i> )	4
p (angl. <i>asym.sig.2-sided</i> )	0,000

**Opomba:** a.0 celic (0,0 %) ima pričakovano frekvenco, manjšo od 5. Najmanjša pričakovana frekvenca v celici je 5,03.

**PRILOGA 7: Organizacija počitnic v lastni režiji brez vnaprejšnje rezervacije (glede na status starševstvo)**

*Tabela 22: Organizacija počitnic v lastni režiji brez vnaprejšnje rezervacije*

<b>Obkrožite na kakšen način organizirate kolesarske počitnice? (v lastni režiji brez vnaprejšnje rezervacije)</b>			
<b>Izbrano</b>		<b>Ni izbrano (v %)</b>	<b>Da (v %)</b>
Starševstvo.	Brez otrok	47,2	42
	1 otrok	16,1	13
	2 otroka	34,8	38
	3 in več otrok	1,9	7,4



## PRILOGA 8: Pomembnost izbranih aktivnosti v destinaciji

Tabela 23: Pomembnost izbranih aktivnosti v destinaciji (povprečje pomembnosti posameznih elementov)

	Katere aktivnosti pripomorejo k vašemu večjemu doživetju kolesarskih počitnic?	Aritm. sredina	N	Stand. odklon	Stand. napaka aritmetične sredine
Par 1	B11_1 [obisk lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko]	3,31	322	1,199	0,067
	B11_2 [obisk vinskih kleti z degustacijami]	2,53	322	1,182	0,066
Par 2	B11_1 [obisk lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko]	3,31	322	1,199	0,067
	B11_3 [obisk nacionalnih parkov]	3,42	322	1,108	0,062
Par 3	B11_1 [obisk lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko]	3,31	322	1,199	0,067
	B11_4 [obisk kulturnih znamenitosti]	3,16	322	1,128	0,063
Par 4	B11_1 [obisk lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko]	3,31	322	1,199	0,067
	B11_5 [nakupovanje lokalnih izdelkov]	2,34	322	,971	0,054
Par 5	B11_1 [obisk lokalnih gostiln in restavracij s kakovostno lokalno kulinariko]	3,31	322	1,199	0,067
	B11_6 [sprostitve v wellnesu (masaže, savne itd.), plavanje]	2,50	322	1,174	0,065

Tabela 24: Primerjava pomembnosti izbranih aktivnosti v destinaciji z obiskom lokalnih gostiln s kakovostno lokalno kulinariko (testiranje s parnim t-testom)

Par *	Stand. odklon	Stand. napaka arit. sredine	95-odstotni interval zaupanja razlik		t		df	p (dvostransko)
			spodnji	zgornji				
Par 1	0,786	1,133	0,063	,661	0,910	12,442	321	0,000
Par 2	-0,102	1,369	0,076	-0,253	0,048	-1,343	321	0,180
Par 3	0,158	1,424	0,079	,002	0,315	1,996	321	0,047
Par 4	0,969	1,168	0,065	,841	1,097	14,890	321	0,000
Par 5	0,814	1,503	0,084	,649	,978	9,717	321	0,000

**Opomba:** \*Opis parov je identična z opisom parov v prilogi 10.

## PRILOGA 9: Primerjava kolesarske turistične ponudbe s tujino – mnenja anketirancev

Tabela 25: Primerjava kolesarske turistične ponudbe s tujino – mnenja anketirancev

	Mnenje	Št. anketirancev, ki je izrazilo mnenje	Delež (v %)
Skupina 1	Negativno mnenje v primerjavi s tujino	179	60
Skupina 2	Pozitivno mnenje v primerjavi s tujino	23	8
Skupina 3	Ponudba v primerjavi s tujino se izboljšuje	27	9
Skupina 4	Drugo:		
	Ponudbo se lahko primerja samo za določena območja ali poznavanje le te doma ali v tujini	34	11
	Splošno nepoznavanje terminologije kolesarske turistične ponudbe	24	8
	Negativno mnenje – glede strpnosti do kolesarjev v prometu ter nižja kolesarska kultura v primerjavi s tujino	11	4
Skupno št. mnenj		298	100

### 9.1 Primeri negativnih mnenj iz skupine 1 (60 % vseh izraženih mnenj):

Odg. 1: »Manjkajo daljinske poti, slabe oznake na terenu, manjka zemljevidov.«

Odg. 2: »Slabo, zelo malo označenih kolesarskih poti.«

Odg. 3: »Premalo razvita, premalo ločenih kolesarskih poti od ostalega prometa. V Sloveniji imamo dobro turistično ponudbo za kolesarje, žal pa vse premalo kolesarskih stez, premalo urejenih kolesarskih poti.«

Odg. 6: »Naša bi lahko bila boljša in v primerjavi s tujino, predvsem pa glede na naravne danosti. Pri nas se niti ne promovira, da bi se temu lahko tako reklo.«

Odg. 7: »V Avstriji več 'daljinskih' kolesarskih poti – bike povšal pri prenočiščih (sprejmejo za eno noč, ni doplačila), nekateri kampi za kolesarje bolj ugodne cene. Planinske kočice, hoteli – nekako enako. Turistične informacije težko primerjam – ker Slovenijo bolje poznam, v tujini včasih turistične informacije zelo lokalne – cca 10 (morda do 20 km) v okolico.«

Odg. 8: »V Sloveniji so MTB parki zelo počasi širijo. Npr. v Franciji imaš v smučarskih središčih brezplačen prevoz z žičnico ali kombijem na vrh destinacije, ter nato spust po urejenih kolesnicah.«

Odg. 9: »20 let za razvitimi, še zmeraj privlačna.«

Odg. 10: »Dobri naravni pogoji, nerazvita infrastruktura.«

Odg. 11: »Določena območja se trudijo, a zaradi majhnosti bi se moralo enotno delati na področju celotne Slovenije. Tuje destinacije vlagajo ogromna sredstva v kolesarski turizem in to se jim vrača. Problem je, ker je na začetku potrebno le vlagati in čakati, da se obrne prvi cikel. Celo Hrvaška (zlasti Istra in Kvarner) je v zadnjih letih naredila veliko na promociji kolesarjenja in bo v prihodnjih letih postala ena vodilnih ponudnic kolesarskih počitnic.«

Odg. 12: »Osnovni problem je problem z legalnostjo kolesarjenja, kar se močno kaže pri ponudbi. V tujini je več specializiranih nastanitvev in se kolesarskega turizma lotevajo bolj celostno, vsaj na nivoju regije ali celo države.«

Odg. 13: »V tujini je za kolesarje poskrbljeno mnogo bolje, kot v Sloveniji. Pri nas je kolesarstvo še v povojih...ne bi bilo slabo, če bi se začeli zgledovati po sosedih Avstrijcih, Italijanih...«

Odg. 14: »Slovenija še vedno ne prepozna potenciala kolesarskega turizma/turističnih produktov, namenjenih kolesarjem. Največ nerazumevanja je na področju pomena potreb kolesarjev-turistov, pomena specializirane kolesarske infrastrukture ter s tem povezanega pojma kolesarski turistični produkt.«

Odg. 15: »Turistična ponudba v Sloveniji je slabo razvita že v primerjavi s Hrvaško.«

Odg. 16: »Tudi v kvaliteti je pomembno: specialke ali dobrega gorskega kolesa si v Sloveniji ne moreš nikjer sposoditi.«

Odg. 17: »V tujini so kolesarske steze veliko bolje urejene in označene gostinska ponudba ob progah kvalitetnejša.«

Odg. 18: »Komaj primerljiva, širšim množicam slabo poznana, potenciali pa zelo slabo izkoriščeni. Se pa stvari občutno premikajo na bolje.«

Odg. 19: »V tujini je bolj razvita kolesarsko infrastruktura – kolesarske poti, vodici. Pa tudi turistične agencije ponujajo več kolesarskih doživetij, kjer vključujejo tudi lokalno kulinariko, lokalne kulturne znamenitosti in pa npr obisk kmetij... «

Odg. 20: »Predvsem v Sloveniji ni poskrbljeno za shranjevanje koles kot v tujini, premalo označenih kolesarskih poti/izletov z znamenitostmi...«

Odg. 21: »Ponudba je slaba, neorganizirana, informacije slabo dostopne, predvidene ture z oznakami kratke.«

Odg. 22: »V zametkih, premalo kolesarskih poti, pomanjkanje informacij.«

Odg. 23: »Za ponudbo v tujini zaostajamo. Imamo slabše urejene in označene kolesarske poti, predvsem pa manj prepoznavne. V zadnjih letih se kolesarske poti v Sloveniji vse bolj urejajo, vendar še vedno močno zaostajamo za tujino, po urejenosti, označenosti, povezanosti poti, spremljajočo ponudbo...«

9.2 Primeri pozitivnih mnenj iz skupine 2/Pozitivno mnenje v primerjavi s tujino (8 % vseh izraženih mnenj):

Odg. 1 »Ocena je dobra ni pa odlična v primerjavi z Avstrijo, Italijo in Švico!«

Odg. 2: »Je kar primerljiva.«

*Odg. 3: »Kolesaril sem le v Italiji, Avstriji in na Hrvaškem. Turistična ponudba je v tej primerjavi zelo dobra.«*

*Odg. 4: »Solidna, kjer je organizirano, je zelo dobra.«*

9.3 Primeri mnenj iz skupine 3/ Ponudba v primerjavi s tujino se izboljšuje (9 % vseh izraženih mnenj):

*Odg. 1: »Kar dobro se razvija v zadnjih letih.«*

*Odg. 2: »Se izboljšuje, vendar zaenkrat še ni konkurenčna z recimo avstrijsko.«*

*Odg. 3: »Se izboljšuje, ponekod je dobra predvsem v Prekmurju.«*

*Odg. 4: »Gorsko kolesarstvo, zadnja leta zelo napreduje rastejo razni kolesarski parki, razne steze, vodniki.... Kljub da je Slovenija majhna ima prekrasne pokrajine kjer lahko kolesariš. Kar se tiče kolesarskih parkov, če se bodo se razvijali se bodo lahko premerjali z velikimi tujimi parki: Whistler, Schladming... Bomo videli.«*

*Odg. 5: »Po občutku, se zadeva izboljšuje. Vsekakor pa več rekreativnih dogodkov (tipa Dust Lust) ne bi bilo narobe.;).«*