ТУРИСТИЧКЕ ВРЕДНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА ЛОВНОГ И РИБОЛОВНОГ ТУРИЗМА МОРОВИЋА*

TOURIST VALUES AND PERSPECTIVES OF HUNTING AND FISHING TOURISM DEVELOPMENT IN MOROVIĆ SETTLEMENT

Александра Вујко¹

Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад

Теодора Грчанац²

Марко Д. Петровић³

Географски институт „Јован Цвијић“, САНУ

Сажетак: Моровић је село у близини Шида, и као такав представља туристичку дестинацију на локалном нивоу и потенцијалом за ширење на међународни ниво. Циљ рада је сагледати недовољно развијене ресурсе Моровића, који би у великој мери могли допринети развоју Моровића као туристичке дестинације, затим на основу анкете сазнати мишљење испитаника о постојећим потенцијалима Моровића који би се у будућности могли искористити за развој ловног и риболовног туризма и осмишљавање других иновативних пројеката. Рад садржи лична и стручна разматрања, а резултати истраживања су показали да Моровић поседује потенцијале за развој туризма, али да потенцијали нису у довољној мери искоришћени.

Кључне речи: ловни туризам, риболовни туризам, посебни облици туризма, Моровић, Фрушка гора, Војводина

Abstract: Morović is a village near Šid. Represents a tourist destination at the local level and a potential for expansion to the international level. The aim of this paper is to examine Morović's insufficiently developed resources, which could greatly contribute to the development of Morović as a tourist destination. Then on the basis of the survey, find out the opinion of the respondents about the existing potentials of Morović, which could be used in the future for the development of hunting and fishing tourism and designing other innovative projects. The paper contains personal and expert considerations and the results of the research have shown that Morović has potentials for the development of tourism, but that the potentials are not sufficiently exploited.

Keywords: Hunting tourism, fishing tourism, Special forms of tourism, Morović, Fruska gora mountain, Vojvodina

* Рад је подржан од стране републичког пројекта III 47007, финансираног од стране Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

¹ aleksandravujko@yahoo.com

² teodoragrcanac@gmail.com

³ marko_d_petrovic@yahoo.com

1. УВОД

Задатак туризма, као пре свега услужне делатности (Marcouiller et al. 2004), је да природне ресурсе користи у складу са општим принципима одрживости (Waligo et al. 2013), али и да се кроз његово одвијање и развој, ресурси користе на најбољи могући начин, истичући оне атракције које имају снагу да последично привлаче туристе, а самим тим и одражавају кроз бројне економске показатеље (Вујко, Гајић, 2014).

Савремени развој туризма карактерише развој посебних облика туризма (Руо, 2005), међу којима су и ловни и риболовни туризам. Имајући у виду да се лов и риболов могу посматрати кроз различите призме, од тога да се сматрају саставним делом спортских и рекреативних активности, они су и веома уносан извор прихода за локалне просторе, па и читаве државе у којима се одвија. Највећи приходи се управо остварују директним путем од ловачких и риболовачких дозвола, лова и риболова у пратњи водичке службе, трофеја, пансионске и ванпансионске потрошње (Wu et al. 2012; Brida et al. 2013). С обзиром на то да су ови облици туризма уско везани за природне ресурсе неког простора, јасно је да право богатство представљају они делови неке земље у којима је могуће развијати ове облике туризма.

Моровић је село у Војводини, које административно припада општини Шид у Сремском округу. Моровић се налази 100 km западно од Београда. Од Новог Сада је удаљен 90 km преко Иришког венца или 70 km преко Илока у Хрватској (Миросављевић, 1983). Најважнији хидрографски објекти Моровића су језеро Слезен и канал Брек. Језеро Слезен се налази на 35 km од Сремске Митровице према Хрватској или на 10 km од Шида. Језеро је дубине 5 m, дужина језера је 3 km, а ширина до 200 m, и као такво представља мрестилисте за шарана, у површини од 900 m. Оближњи канал Брек, који је спојен са рекама Студва и Босут, пружа одличне услове за риболов, јер је богат слатководном рибом, нарочито шараном, штукаом, бабушком, девериком и амуром. Обале Босута и Студве су идеалне за спортски риболов тако да је седамдесетих година одржано такмичење на Европском нивоу. Речне воде су богате рибом, тако да је риболов привлачан за све узрасте. Ту је и рибњак Брек, природни резерват површине 142 ha богат шараном, штукаом, амуром, толстолобиком и другим слатководним рибама. Оближњи канал Брек прави је рај за пецароше, љубитеље шарана, штуче, бабушке и других слатководних врста риба (Лалић, 2013).

Због мноштва шума Моровић је идеалан простор за станиште дивљачи разних врста. Стално гајене врсте дивљачи су обични јелен, јелен лопатар, срна, дивља свиња и зец, а мочварно тло нуди идеалан амбијент мочварним птицама, међу којима доминира дивља патка. Све врсте су у понуди за ловни туризам. Комплекс Моровић газдује са 2.850 ha шумског комплекса. У срцу Босутских шума налази се атрактивно ловиште са изузетним примерцима високе дивљачи као што су: европски јелен, срна, јелен лопатар и дивља свиња. У саставу ВУ Моровић послује и погон Карађорђево (општина Бачка Паланка) у чијем саставу се налази ловиште површине око 4000 ha са крупном дивљачи- европски јелен, амерички јелен, срнећа дивљач, муфлони и дивља свиња. Ловиште „Босутске шуме“ Шид је укупне површине 14.912,18 ha. Главне врсте крупне дивљачи су дивље свиње и обичан јелен, а пратећа врста срнећа дивљач. Ово ловиште спада у равничарски тип са надморском висином од 85 до 92 m. Лов крупне дивљачи се обавља са високе чеке. На дивље свиње, у овом ловишту, организује се групни лов (Синђић, 2010; Бабац, 2007).

Рад садржи лична и стручна разматрања. Истраживање је усмерено на потенцијале за развој ловног и риболовног туризма Моровића. Овај потенцијал, Моровић има захваљујући шумама и водама попут Војне Установе Моровић, Босутске шуме, Језера Слезен и канала Брек. Предмет овог рада јесте истраживање Моровића, села у округу Шида, као туристичке дестинације на локалном нивоу и потенцијалом за ширење на међународни ниво. Циљ рада је сагледати природне ресурсе Моровића, који би у великој мери могли допринети развоју Моровића као туристичке дестинације ловног и риболовног туризма.

2. МЕТОДОЛОГИЈА

Истраживање је било део ширег истраживачког пројекта који су спровели аутори рада у току 2017. године, са циљем утврђивања мишљења о постојећим потенцијалима за развој туризма у неким местима у Војводини, у којима, по мишљењу аутора, постоје потенцијали за развој неких од посебних облика туризма. Први део рада чинило је теренско истраживање и прикупљање података директним испитивањем које је спроведено на терену, међу ловцима и риболовцима, али и међу случајним пролазницима града Новог Сада. Кроз истраживање се настојало утврдити мишљење испитаника о Моровићу као потенцијалу за развој ловног и риболовног туризма. Анкета је реализована у току 2017. године. Варијабле су груписане на начин да одражавају степен упознатости са

потенцијалима Моровића, и изражавају личне ставове испитаника о лову и риболову као могућим мотивима за боравак у Моровићу.

Што се другог дела рада тиче, поред анкете урађена је валоризација природних ресурса за развој ловног и риболовног туризма Моровића, зонирање простора, SWOT анализа, као и анализа материјалне базе. Валоризација је рађена по квалитативно-квантитативном методу (Чомић, Пјевач, 1997). Ова метода представља процес квалитативног и квантитативног оцењивања природних и антропогених вредности неког простора од значаја за туристички развој. Приликом истраживања, валоризовани, односно оцењивани су следећи локалитети Моровића: ВУ Моровић, Босутска шума, језеро Слезен и канал Брек.

Оцене су се кретале у интервалу од 1 до 5, а обележавају величину контрактивну зоне, заправо значај саме дестинације. Одређени бројеви имају следеће значење: јединицом је означен недовољан квалитет, двојком квалитет који задовољава локални туристички значај, тројка означава добар квалитет ресурса са регионалним значајем, четворка врло добар квалитет са ширим регионалним (националним значајем), а петица одличан квалитет ресурса који има међународни значај. Што се зонирања тиче, Моровић је подељен на две зоне: ловна зона и риболовна зона. Материјалну базу Моровића чине Вила Нова и ВУ Моровић са Вилом Кошута и Вилом Срна и 5 бунгалова. Приликом истраживања дошло се и до података о промету туриста у Вила Нова и ВУ Моровић. Валоризацију и зонирање су извршиле Радмила Бобић и Кристина Радосављевић, запослене у Туристичкој организацији Шид, као и аутори рада.

Један од поступака анализе добијених података био је и Pearson Chi-Square Test који је послужио да би се добили подаци о постојању статистички значајне разлике у одговорима испитаника у односу на пол испитаника. За статистички значајну разлику узима се она за коју је $p < 0,05$.

3. РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЈА

Анкетом је обухваћено 328 испитаника (Табела 1), од тога 156 (47,6%) женског пола и 172 (52,4%) мушког пола.

Табела 1.: Пол испитаника

	Број испитаника	Проценат
Мушки	172	52,4
Женски	156	47,6
Укупно	328	100

Увидом у табелу 2 можемо закључити да највећи проценат испитаника сматра да је Моровић погодан простор за развој ловног и риболовног туризма (82,6%), а увидом у табелу 3 да не постоји статистички значајна разлика у одговорима испитаника у односу на њихов пол, с обзиром на то да је $p=0,000$.

Табела 2.: Мишљење испитаника о погодностима Моровића за развој ловног и риболовног туризма

Пол испитаника		Да ли је по вашем мишљењу Моровић погодан простор за развој ловног и риболовног туризма?			Укупно
		Да	Не	Не знам	
Мушки	Број	170	1	1	172
	%	51,8%	0,3%	0,3%	52,4%
Женски	Број	101	4	51	156
	%	30,8%	1,2%	15,5%	47,6%
Укупно	Број	271	5	52	328
	%	82,6%	1,5%	15,9%	100%

Табела 3.: Pearson Chi-Square Test

Тест	Вредност	df	Статистичка значајност (p)
Pearson Chi-Square Test	66,824	2	0,000

На питање, да ли су се некада или се још увек баве ловом (Табела 4), испитаници су одговорили у већини одговорили да јесу некада пробали или се још увек баве ловом (48,8%), а такође, као и у претходном питању, ни овде није уочена статистички значајна разлика у односу на пол испитаника (Табела 5).

Табела 4.: Став испитаника о бављењу ловом

Пол испитаника		Да ли сте се некада бавили или се још бавите ловом?			Укупно
		Да	Не	Не желим да одговорим	
Мушки	Број	156	15	1	172
	%	47,6%	4,6%	,3%	52,4%
Женски	Број	4	109	43	156
	%	1,2%	33,2%	13,1%	47,6%
Укупно	Број	160	124	44	328
	%	48,8%	37,8%	13,4%	100,0%

Табела 5.: Pearson Chi-Square Test

Тест	Вредност	df	Статистичка значајност (p)
Pearson Chi-Square Test	255,577	2	0,000

Подаци из табеле 6 нам показују да се много више испитаника бавило, или се још увек бави риболовом (61,0%), без обзира на пол, јер није уочена статистички значајна разлика у одговорима (Табела 7).

Табела 6.: Став испитаника о бављењу риболовом

Пол испитаника		Да ли сте се некада бавили или се још бавите риболовом?			Укупно
		Да	Не	Не желим да одговорим	
Мушки	Број	171	0	1	172
	%	52,1%	,0%	,3%	52,4%
Женски	Број	29	84	43	156
	%	8,8%	25,6%	13,1%	47,6%
Укупно	Број	200	84	44	328
	%	61,0%	25,6%	13,4%	100,0%

Оно што је показало позитиван став о развоју ловног и риболовног туризма, може се видети у табелама 8, 9, 10 и 11. Подаци говоре да постоји позитиван тренд када је развој ових облика туризма у питању, јер постоји повећано интересовање како за ловом

(55,8%), тако и за риболовом (67,1%), без обзира на пол (Табеле 10 и 11).

Табела 7.: Pearson Chi-Square Test

Тест	Вредност	df	Статистичка значајност (p)
Pearson Chi-Square Test	224,665	2	0,000

Табела 8. Став испитаника о бављењу ловом у будућности

Пол испитаника		Да ли бисте желели да се опробате у лову?			Укупно
		Да	Не	Не желим да одговорим	
Мушки	Број	156	15	1	172
	%	47,6%	4,6%	,3%	52,4%
Женски	Број	27	86	43	156
	%	8,2%	26,2%	13,1%	47,6%
Укупно	Број	183	101	44	328
	%	55,8%	30,8%	13,4%	100,0%

Табела 9.: Pearson Chi-Square Test

Тест	Вредност	df	Статистичка значајност (p)
Pearson Chi-Square Test	180,585	2	0,000

Табела 10.: Став испитаника о бављењу риболовом у будућности

Пол испитаника		Да ли бисте желели да се опробате у риболову?			Укупно
		Да	Не	Не желим да одговорим	
Мушки	Број	171	0	1	172
	%	52,1%	,0%	,3%	52,4%
Женски	Број	49	64	43	156
	%	14,9%	19,5%	13,1%	47,6%
Укупно	Број	220	64	44	328
	%	67,1%	19,5%	13,4%	100,0%

Табела 11.: Pearson Chi-Square Test

Тест	Вредност	df	Статистичка значајност (p)
Pearson Chi-Square Test	171,373	2	0,000

Истраживање је пре свега било усмерено на ловни и риболовни туризам Моровића, као једних од највећих потенцијала за развој Моровића као туристичке дестинације. Овај потенцијал, Моровић има захваљујући шумама и водама попут Војне Установе Моровић, Босутске шуме, Језера Слезен, Рибњака Брек, као и река Босут и Студва. На основу валоризације коју су вршиле Радмила Бобић, Кристина Радосављевић и аутори рада (Табела 12), може се увидети да приступачност ресурса за све локалитете има највишу оцену, односно локалитет је свима лако приступачан. Са друге стране, најнижу оцену, односно недовољан квалитет има уметничка вредност следећих локалитета: језеро Слезен, рибњак Брек и Босутска шума. Што се тиче значаја ресурса, на основу датих оцена можемо закључити да највећи значај има Тврђава Моровић, ВУ Моровић и Босутске шуме. На основу датих оцена, може се израчунати просечна вредност за сваки локалитет, на основу које се долази до закључка да сви локалитети имају национални значај, изузев језера Слезен и рибњака Брек који имају регионалан значај.

Табела 12.: Валоризација по квантитативном и квалитативном методу

Локалитет	Приступачност ресурса	Туристичка опремљеност	Амбијент	Специфичност ресурса	Значај ресурса	Уметничка вредност	Просечна вредност
ВУ Моровић	5	4	5	5	5	2	4
	5	3	4	4	5	1	
	5	4	5	5	5	3	
Босутска шума	5	2	5	5	5	1	4
	4	1	5	5	5	1	
	5	2	5	5	5	2	
Језеро Слезен	4	1	3	2	2	1	3
	5	1	4	4	4	1	
	5	2	3	3	4	2	
Рибњак Брек	5	1	3	2	2	1	3
	5	2	4	4	3	1	
	5	2	3	3	3	2	

На основу ловног и риболовног туризма, Моровић је могуће поделити на две зоне. Прва зона је зона лова, а друга зона је зона риболова.

Ловна зона би се кретала од Ловишта Моровић, све до Војне установе Моровић, на основу чега километража ловне зоне износи 3km, односно 40 минута пешачења или 5 минута аутомобилом. Стаза води кроз шуму, на чијем излазу се улази у ВУ Моровић где има простора за рекреацију, као на пример фудбал захваљујући терену за фудбал који поседује ВУ Моровић или на пример возња фијакером. Такође може се направити пауза за ручак у Вили Срна, или такозваној Титовој вили, као и смештај у Вили Срна, Вили Кошута и 5 прелепих бунгалова, по не тако високим ценама.

Риболовна зона би се кретала од језера Слезен до реке Босут, што износи 2,6km, односно 30 минута пешачења или 2 минута аутомобилом. Затим од реке Босут би наставили ка реци Студва, која је удаљена од Босута свега 1,5km и до које би се дошло за неких 20 минута пешачења. Стаза се затим наставља до канала, односно рибњака Брек до ког се стиже за сат и по пешачења, или десетак минута аутомобилом, и који је удаљен 6,8km. На основу овога можемо закључити да је стаза риболовне зоне дужине од 10,9km, односно два сата и двадесет минута пешачења.

Што се материјалне базе тиче, угоститељско туристички објекат ВУ Моровић чине виле Срна са 8 лежаја и вила Кошута са 26 лежаја као и 5 луксузних бунгалова са по четири лежаја. **Вила Кошута** поседује лепо уређене апартмане, ресторан са врхунском кухињом и добром услугом, где се могу организовати све врсте забава, славља и пословних састанака као што су испраћаји, матурске вечери, свадбена веселја, пословни и породчни ручкови, семинари, конгреси и слично, капацитета до 350 места. **Вила Срна** је било место предвиђено за Јосипа Броза Тита, па је зато позната као и Титова вила. Далеке 1979. године, када је оперисан у Љубљани, било је предвиђено да се опоравља у Војној установи "Моровић", оази од 27.000 хектара. Међутим, Тито никада није дошао у ову вилу. Умро је годину дана касније. Овај резиденцијални објекат поседује велику салу за билијар, 2 луксузна апартмана са стилским намештајем и уређеним купатилима. Амбијент је украшен вредним ловачким трофејима из богатог ловишта Моровића, међу којима су и укрштени рогови 2 јелена који су се у борби "запетљали" и тако угинули. Иако само с поткровљем, вила Срна изграђена за време Титове болести 1979-80. године, опремљена је чак и лифтом, како кажу, због маршаловете ампутиране ноге. Ноћење је по цени од 1300 динара, колико кошта пун пансион. Уколико се остаје дуже од три дана, онда

цена ноћења износи 1100 динара. **Бунгалови** - Укупно 5 бунгалова (Лане, Магнолија, Софор, Липа и Дафина) налазе се у понуди ВУ и сви веома комфортно могу угостити породице са децом, парове или групу до четири пријатеља. Сваки бунгалов има дневни боравак, мини кухињу, по две спаваће собе, купатило и терасу. Изграђени су у ловачком стилу и лепо се стапају са природом окружењем, а и у њима гости могу користити и бесплатан бежични интернет. Сви бунгалови су исти, типски грађени, а једина разлика им је у називу (Лукић, 2007).

Табела 13.: Туристички промет и потрошња у ВУ Моровић

Година	Врста посете	Број туриста	Укупан број туриста	Укупна туристичка потрошња
2015.	Ноћење са доручком	694	1120	3.138.000,00 динара
	Ноћење са пуним или полупансионом	242		
	Организована посета преко агенције	134		
	Дневна посета (без ноћења)	50		
2016.	Ноћење са доручком	768	1232	3.450.800,00 динара
	Ноћење са пуним или полупансионом	260		
	Организована посета преко агенције	147		
	Дневна посета (без ноћења)	57		

Извор: истраживање аутора

На основу табеле 13 може се закључити да је промет туриста у 2016. години порастао за 10% у односу на 2015. годину и да је највише туриста било на ноћењу са доручком. У ВУ Моровић долазе и домаћи и страни туристи. ВУ Моровић има своје сталне госте који ту долазе бар једном годишње.

На основу SWOT анализе (Табела 14) може се видети да Моровић има снаге као што су добар географски положај, повољна клима, расположиви смештајни капацитети, разноврсност животињског света и више облика туризма као што су манифестациони, ловни, риболовни и други. Што се тиче претњи, као и у целој Србији, највећи проблем је економска криза, затим неразвијен маркетинг и друго.

Табела 14.: SWOT анализа

S	W	O	T
<ul style="list-style-type: none">- Дobar географски положај- Повољна клима- Реке Босут и Студва- Могућност за развој ловног и риболовног туризма- Могућност за развој спортско-рекреативног туризма- Манифестације које су добро посећене- Гостопримство и љубазност- Ловни терени- Расположиви смештајни капацитети- Разноврсност животињског света	<ul style="list-style-type: none">- Није опште познато туристима- Лоша тур.организација- Нема довољно рекламе- Недовољно искоришћен потенцијал природе, шума, винограда, и ловно-риболовних терена	<ul style="list-style-type: none">- Боља презентација и реклама села и њених манифестација- Проширење сарадње са другим околним местима- Промовисање ловног и риболовног туризма	<ul style="list-style-type: none">- Економска криза- Друга места се више развијају и расте конкуренција- Неразвијен маркетинг- Загађивање воде и природе

Визија Моровића је развијена туристичка дестинација базирана на принципима екологије и одрживог развоја туризма. Моровић треба да буде развијено место са квалитетним условима живота локалног становништва, који неће бити нарушени повећањем броја посетилаца. Мисија Моровића је формирање и примена таквих програма развоја и активности на њиховом остварењу, који омогућавају даљи развој туризма и побољшање живота локалног становништва. Циљеви Моровића су да се отклоне претње, да се привуку страни посетиоци кроз добар маркетиншки програм, као и стране инвестиције које ће допринети развоју туризма у Моровићу.

ЗАКЉУЧАК

Научници се слажу да је један од фактора од којег даљи развој туризма највише зависи, јесте *улагање* у туризам и његов развој, ослушкивање тражње и изналагање нових начина за задовољење све захтевније и комплексније туристичке тражње (Vuјko, Gajić, 2014a). Тај посао у многоме зависи од ресурса којима посматрани простор располаже, али исто тако и од „слуша“ локалне самоуправе надлежних институција (Vuјko, Gajić, 2014b).

На основу истраживања утврђено је да Моровић поседује потенцијале за развој туризма, нарочито ловног и риболовног. Мешутим, да би се Моровић туристички развио потребан је добар маркетинг како би се привукли посетиоци и повећао туристички промет. Добар географски положај, клима, разни видови туризма су само неке од снага Моровића, које му дају потенцијал за туристички развој, па уз мало улагања и пре свега уз добар маркетинг, ово место би могло у туристичком смислу да оживи (Абјановић, 2008). Моровић се може промовисати путем радио станица, неких ТВ реклама, у часописима, неких видео снимака као додатак неким новинама или часопису и друго. За маркетинг ловног туризма би се могла осмислити видео игрица са мапом ВУ Моровић и Босутске шуме, где би играчи ловили животиње које се управо тамо могу уловити. Такође добар маркетинг ово место може имати и од предходних посетиоца уколико су они били задовољни. Зато становништво Моровића и запослени у Моровићу који су у директном контакту са посетиоцима морају оставити добар утисак, помоћи посетиоцу уколико има неких дилема или проблема и пружити му адекватну услугу и потрудити се да његов боравак ту буде пријатан. На тај начин ће он своје добро искуство преносити другима и на тај начин довести у Моровић нове посетиоце. Као сувенир од дрвета би се могао направити трофеј Виле Срна, односно запетљани рогови 2 јелена који су се упетљали током борбе и тако угинули и који су познати у ВУ Моровић и испод тих рогова да буде уклесано Војна Установа Моровић. Затим је један од сувенира може бити и подметачи за чаше са разним сликама Моровића, као и нека разгледница или магнети.

Захваљујући великом богатству и разноврсности животињског света, Моровић поседује потенцијал у области ловног и риболовног туризма. Две велике реке, језеро и рибњак пружају могућности за развој риболовног туризма, а развоју ловном туризму погодује велики шумски комплекс. Међутим за сада се може рећи да је све то ипак у недовољној мери искоришћено, а да развој

искључиво зависи пре свега од свести локалног становништва о значају који само место има и може да има од развоја туризма (McKercher, et al. 2006; Divisekera, 2010; Crouch, 1992; Wanhill, 1994). Едукујући локално становништво (Petrović et al. 2017), о значају развоја туризма и користима које могу имати од развоја туризма, отварају се врата одрживом развоју туризма под чијим окриљем се налазе позитивни економски, демографски и еколошки аспекти тог развоја (Andereck, 2005; Farmaki et al. 2015; Tosun, 2006).

ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ

1. Абјановић, М. (2008). *Туристичка валоризација Моровића*, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
2. Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
3. Бабац, М. (2007). *Стање и могућности развоја ловства у ловишту "Моровић"*, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
4. Brida, G.J. & Scuderi, R. (2013). Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models, *Tourism Management Perspectives*, 6, 28-40.
5. Crouch, I.G. (1992). Effect of income and price on international tourism, *Annals of Tourism Research*, 19(4), 643-664.
6. Чомић, Ђ. & Певач, Н. (1997). *Туристичка географија*, Савезни центар за унапређење хотелијерства и угоститељства, Београд
7. Divisekera, S. (2010). Economics of tourist's consumption behaviour: Some evidence from Australia, *Tourism Management*, 31(5), 629-636.
8. Farmaki, A., Altinay, L., Botterill, D., & Hilke, S. (2015). Politics and sustainable tourism: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 47, 178-190.
9. Лалић, Б. (2013). *Географске карактеристике Моровића*, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
10. Лукић, Т. (2007). *Структура и квалитет гастрономске понуде у угоститељским објектима ловишта "Моровић"*, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
11. Marcouiller, W.D., Kim, K.K., & Deller, C.S. (2004). Natural amenities, tourism and income distribution, *Annals of Tourism Research*, 31(4), 1031-1050.

12. McKercher, B., Wong, C., & Lau, G. (2006). How tourists consume a destination, *Journal of Business Research*, 59(5), 647-652.
13. Миросављевић, Љ. (1983). *Географски приказ Моровића*, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
14. Petrović, M., Blešić, I., Vujko, A., & Gajić, T. (2017). The role of agrotourism impact in local community in a transition society – a report from Serbia. *Transylvanian Review of Administrative Structure Sciences*, 50(1), 146-163.
15. Pyo, S. (2005). Knowledge map for tourist destinations—needs and implications, *Tourism Management*, 26(4), pp. 583-594.
16. Синђић, П. (2010). *Туристичка понуда јелена у В.У. „Моровић“*, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
17. Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism Management*, 27(3), 493-504.
18. Vujko, A. & Gajić, T. (2014b). The government policy impact on economic development of tourism. *Ekonomika poljoprivrede*, 61(3), 789-804.
19. Vujko, A. & Gajić, T. (2014a). Opportunities for tourism development and cooperation in the region by improving quality supply – The Cycle Danube Route - Case study. *Economic Research*, 27(1), 847-860.
20. Вујко, А. & Гајић, Т. (2014). Туризам као фактор економског развоја туристичких дестинација, *Економски погледи*, 16(1), 15-30
21. Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework, *Tourism Management*, 36, 432-453.
22. Wanhill, S. (1994). The measurement of tourist income multipliers, *Tourism Management*, 15(4), 281-283.
23. Wu, C.D., Li, G., & Song, H. (2012). Economic analysis of tourism consumption dynamics: A Time-varying Parameter Demand System Approach, *Annals of Tourism Research*, 39(2), 667-685.

Рад је примљен: 18.07.2017.

Рад је прихваћен за штампање: 11.09.2017.