

Naziv projekta	HR: Primjena metode praćenja očiju u proučavanju online ponašanja turista
	EN: <i>Application of eye tracking method in studying online tourist behaviour</i>
Šifra	uniri-mladi-drustv-22-65
Voditelj/ica projekta	Jelena Dorčić Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?user=8rFbNngAAAAJ&hl=hr ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5885-3626 Publons: https://publons.com/researcher/1389075/jelena-dorcic/ CROSB: 32959
Znanstveno područje, polje i grana	društvene znanosti, ekonomija, kvantitativna ekonomija, marketing i turizam
Vrsta istraživanja	primijenjeno istraživanje
Vrijeme trajanja istraživanja	01/2023 – 01/2024 (1 godina)
Vrijednost projekta	20.617,86 HRK
Izvor financiranja	Sveučilište u Rijeci
Ključne riječi	HR: metoda praćenja očiju, turizam, ponašanje potrošača, donošenje odluka, generacije
	ENG: <i>eye tracking method, tourism, consumer behaviour, decision making, generations</i>
Sažetak	<p>HR:</p> <p><i>Turizam kao gospodarska djelatnost postaje sve složeniji i konkurentniji te je za mnoga turistička poduzeća postalo ključno dobiti stvarni uvid u ponašanje turista. Većina dosadašnjih istraživanja online ponašanja turista temelji se na prisjećanju i samo-vrednovanju vlastitog ponašanja. Primjena ovakve metodologije ima mnoga ograničenja. Iz tog razloga, kako bi se dobio bolji uvid u online ponašanje turista mnoga najnovija znanstvena istraživanja pozivaju istraživače na primjenu neuromarketinških alata. Vizualna pozornost ključna je tema u znanstvenim istraživanjima u području turizma. Metoda praćenja očiju je relativno nova tehnika u istraživanju vizualne pozornosti i percepcije u području turizma. Cilj ovog projekta jest primjenom metode praćenja očiju istražiti vizualnu pozornost turista tijekom online pretraživanja smještaja i donošenja odluke o izradi rezervacije dviju generacijskih skupina - generacije Y i generacije Z. Ove dvije generacije odrasle su uz upotrebu novih digitalnih tehnologija, a njihova će potrošačka moć u narednim godinama sve više rasti. Primjenom eksperimenta u kontroliranim uvjetima ispitanici će imati opisan scenarij i zadatak pretražiti i odlučiti se za rezervaciju smještaja. Upotrebom metode praćenje očiju i dodatnih tehnika koje se uobičajeno primjenjuju uz ovu metodologiju (retrospektivno razmišljanje naglas i upitnik) dobiti će se sveobuhvatni uvid u online ponašanje turista pri rezervaciji smještaja. Turistička poduzeća koja ciljaju na pripadnike ovih dviju skupina imati će koristi od ovog znanstvenog projekta jer će znati koji elementi privlače njihovu vizualnu pozornost i što stimulira njihovu namjeru rezervacije smještaja. Sredstva dodijeljena ovim projektom biti će utrošena na</i></p>

nabavku uređaja i programa za primjenu metode praćenja očiju kao i edukaciju istraživačice u navedenom području. Doprinos ovog projekta ogleda se ponajviše u znanstvenom profiliranju istraživačice, primjene nove tehnologije u istraživanju ali i podučavanju u području turizma i ugostiteljstva što će u budućnosti rezultirati mogućnošću prijave na kompetitivne natječaje za financiranje znanstvenih projekata.

EN:

Tourism as an industry is becoming increasingly complex and competitive, and it has become crucial for many tourism businesses to gain real insight into tourist behaviour. Most of the current research on tourist behaviour is based on recall and self-assessment of one's own behaviour. The application of this methodology has many limitations. To gain better insight into tourists' online behaviour, many recent scientific studies call on researchers to apply neuromarketing tools. Visual attention is a central topic in scientific research in tourism. Eye tracking is a relatively new technique in the research of visual attention and perception in the field of tourism. The aim of this project is to use eye-tracking to explore the visual attention of tourists during online accommodation search and booking decision-making of two generations - Generation Y and Generation Z. The two generations are growing up with new digital technologies and their consumer power will increase in the coming years. By applying the experiment under controlled conditions, subjects will be given the scenario and the task of searching for and booking accommodation. The use of eye-tracking and additional techniques commonly used in this methodology (retrospective thinking aloud and questionnaires) will provide a comprehensive insight into tourists' online behaviour when booking accommodation. Tourism businesses targeting members of these two generations will benefit from this scientific project as they will know what elements capture their visual attention and what stimulates their intention to book accommodation. The funds allocated to this project will be used to purchase eye-tracking equipment and programme and to train researcher in this field. The contribution of this project is mainly reflected in the scientific profiling of researcher, the application of new technology in research and teaching in the field of tourism and hospitality, which will lead to the possibility of applying for competitive funding for scientific projects in the future.