

Naziv projekta / Project title	HR: Mjerenje turističkog doživljaja u fizičkom i virtualnom prostoru EN: Tourism experience measurement in physical and virtual space
Šifra projekta / Project code	ZIP-UNIRI-116-1-21
Znanstveno područje, polje i grana / Scientific area, field and branch	Društvene znanosti / Ekonomija / Kvantitativna ekonomija, turizam, marketing Social Sciences / Economics / Quantitative Economy, Tourism, Marketing
Vrsta istraživanja / Type of research	Primijenjeno istraživanje Applied research
Vrijeme trajanja istraživanja / Duration of the research	01.10.2021.-01.10.2023.
Vrijednost projekta / Project value	30.000,00 HRK
Izvor financiranja / Source of funding	Sveučilište u Rijeci University of Rijeka
Ključne riječi / Keywords	ekonomija doživljaja, digitalna ekonomija, turistički doživljaj, mjerenje, kvantitativna i kvalitativna analiza experience economy, digital economy, tourism experience, measurement, quantitative and qualitative analysis
Sažetak	HR: Doživljaj klijenta teško je definirati i mjeriti (Palmer, 2010) obzirom na to da na njega utječu osobni i vanjski čimbenici, te se razlikuje ovisno o uslužnom području općenito, a posebno u turističkom prostoru. Osim toga, prema Gretzel et al. (2015), nove tehnologije su u osnovi promijenile načine/uvjete u kojima se turistički doživljaji stvaraju, razmjenjuju, koriste i dijele. Iako su Walls et al. (2011) prepoznali njegovu višedimenzionalnost, te u literaturi postoji niz istraživanja, još je uvijek potrebno utvrditi specifične dimenzije doživljaja klijenta (Quan and Wang, 2004; Walls, 2013). Iako u povezanim područjima postoji nekoliko istraživanja, u istraživanjima u turizmu i hotelskoj industriji nedostaje holistički pristup. Istraživanje u okviru ovog projekta usmjereno je na zatvaranje postojećeg jaza u literaturi, istraživanjem specifičnih dimenzija koje čine osnovnu strukturu turističkog doživljaja u fizičkom i virtualnom prostoru u različitim turističkim i hotelskim objektima, prije, tijekom i nakon turističkog putovanja. Ciljevi projekta su izraditi pregled prethodnih istraživanja s bazom definicija i mjernih ljestvica za konstrukt „turistički doživljaj“ i razviti valjane i pouzdane instrumente za mjerenje turističkog doživljaja u fizičkom i virtualnom prostoru u različitim turističkim područjima. Svrha i ciljevi istraživanja ostvariti će se za stolom i na terenu. Za potrebe ovog istraživanja prikupljati će se primarni i sekundarni podaci, te će se provesti kvalitativna i kvantitativna analiza podataka. Za prikupljanje primarnih podataka na terenu koristiti će se metoda ispitivanja i strukturani intervjui s ekspertima i posjetiteljima. Primjenom metoda univarijatne, bivarijatne i multivarijatne statističke analize testirati će se postavljene hipoteze. Rezultati istraživanja namijenjeni su znanstvenoj javnosti i dionicima iz prakse. Multidisciplinarni pristup istraživanju turističkog doživljaja unapređuje teorijske spoznaje i načine mjerenja ovog konstrukta u turizmu i hotelskoj industriji, te naglašava ključna područja za buduća istraživanja.
Summary	EN: Customer experience is difficult to define and measure (Palmer, 2010), since it is affected by personal and external factors and differs in accordance with the service field in general, and the tourist space in particular. According to Gretzel et al. (2015), new technologies have fundamentally changed the ways in which tourism experiences are created, exchanged, consumed and shared. Although Walls et al. (2011) acknowledged its multidimensionality, and despite the growth of the literature on the tourist experience construct, there is still a need for identifying context-specific consumer experience dimensions (Quan and Wang, 2004; Walls, 2013). Although a few studies are available in related areas, in hospitality and tourism research a holistic approach is missing. The research focus of this project is to fill this gap, by exploring what

specific dimensions comprise the primary structure of tourism experience construct in physical and virtual space in different tourism and hospitality settings, before, during and after the tourist journey. The project aims to provide reference guide of existing "tourism experience" construct definitions and measurement scales and develop valid and reliable instruments for measuring tourism experience construct in physical and virtual space in different tourism sectors. Desk and field research will be carried out to accomplish the project's purpose and objectives. Primary and secondary data will be collected for the purpose of this research and qualitative and quantitative data analysis will be performed. Primary data will be collected on the field using the survey method and structured interview with experts and visitors. The hypothesis will be analysed using univariate, bivariate and multivariate statistical analysis. The scientific contribution of this project are of interest to both academics and practitioners. This multi-disciplinary approach to researching the tourism experience advances not only theorisation but also operationalization of the construct in tourism and hospitality field, and points out critical areas for future research.

ISTRAŽIVAČKI TIM / RESEARCH TEAM

Voditelj/ica projekta / Project leader	Suzana Marković, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
Članovi tima / Team members	Josip Mikulić, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet University of Zagreb, Faculty of Economics and Business
	Josipa Mijoč, Sveučilište J.J. Strossmayer u Osijeku, Ekonomski fakultet J. J. Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business
	Damir Krešić, Institut za turizam, Zagreb
	Matina Gjurašić, Institut za turizam, Zagreb
	Sanja Raspor Janković, Veleučilište u Rijeci
	Maja Arslanagić Kalajdžić, Sveučilište u Sarajevu, Ekonomski fakultet
	Jelena Dorčić, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
	Vedran Zubović, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
	Sandra Barač Miftarević, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
	Srđan Mitrović, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
	Marija Pičuljan, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
	Iva Benić, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management