

Naziv projekta / Project title	HR: Integracija virtualne stvarnosti kao sastavni dio smještaja nove generacije – percepcija vrijednosti i spremnost na plaćanje EN: Integration of Virtual Reality as an Integral Part of Next-Generation Accommodation – Perceived Value and Willingness to Pay
Šifra projekta / Project code	uniri-mz-25-65
Znanstveno područje, polje i grana / Scientific area, field and branch	Društvene znanosti / Ekonomija / Ekonomika poduzetništva Social Sciences / Economics / Economics of entrepreneurship
Vrsta istraživanja / Type of research	Empirijsko istraživanje Empirical research
Vrijeme trajanja istraživanja / Duration of the research	10/2025 – 09/2029
Vrijednost projekta / Project value	29.960,00 EUR
Izvor financiranja / Source of funding	Europska unija – NextGenerationEU European union – NextGenerationEU
Ključne riječi / Keywords	Hotelska industrija, Virtualna stvarnost (VR), Spremnost na plaćanje Hotel industry, Virtual reality (VR), Willingness to pay
Sažetak	<p>HR: Napredak tehnologije i primjena virtualne stvarnosti (VR) u hotelijerstvu otvaraju nove poduzetničke mogućnosti. VR tehnologija u hotelskim sobama može gostima omogućiti jedinstvena iskustva poput virtualnih razgleda destinacija, interaktivnih turističkih vodiča ili simulaciju dodatnih aktivnosti unutar hotela. Cilj projekta je empirijski istražiti spremnost gostiju da plate višu cijenu sobe opremljene VR sadržajima i mjerenje njihovog zadovoljstva. Fokus je i na ispitivanju povezanosti korisnosti VR-a, zadovoljstva i spremnosti na plaćanje. Istraživanje će se provesti eksperimentom u tri hotela na Jadranu, koristeći online rezervacijske kanale (OTA) na kojima će istovremeno biti dostupne ponuda soba s i bez VR opreme u cilju praćenja analize spremnosti na plaćanje (Willingness to Pay – WTP) što označava prvu fazu projekta (F1). Naglasak će biti stavljen na istovremenu dostupnost soba iste kategorije, s identičnim karakteristikama i uslugama, a razlikovat će se u opremljenosti VR tehnologije čiji će sadržaji obuhvaćati VR igre, VR glazbene sadržaje, VR sport, VR filmove i VR šetnje destinacijom, VR turističke vodiče i sl. Druga faza (F2) obuhvaćat će istraživanje zadovoljstva gostiju VR sadržajima putem anketnog upitnika što će pružiti relevantne podatke o vrijednosti primjene VR-a u hotelskim sobama. Za testiranje odnosa između percepcije korisnosti VR sadržaja, zadovoljstva gostiju i njihove spremnosti na plaćanje, koristit će se modeliranje strukturnih jednadžbi metodom djelomičnih najmanjih kvadrata (PLS-SEM), dok će se za ispitivanje razlika među skupinama gostiju, primijeniti Multigroup (MGA) analiza. Rezultati istraživanja doprinijet će znanstvenom razumijevanju tržišne spremnosti na plaćanje VR tehnologije u hotelijerstvu te će poslužiti kao temelj za razvoj održivih poslovnih modela i strateških smjernica za hotelijere usmjerenih na digitalnu transformaciju i prilagodbu očekivanjima novih generacija putnika.</p>
Summary	<p>EN: Technological advancement and virtual reality (VR) applications in the hotel industry are opening new entrepreneurial opportunities. VR technology in hotel rooms can provide guests unique experiences such as virtual destination tours, interactive travel guides, or simulations of additional in-hotel activities. The project aims to empirically investigate guests' willingness to pay a premium price for rooms equipped with VR content and to measure their satisfaction. The focus is also on examining the relationship between the perceived usefulness of VR, guest satisfaction, and willingness to pay. The research will be conducted through an experiment in three hotels along the Adriatic coast, using online travel agency (OTA) channels where rooms</p>

with and without VR equipment will be simultaneously offered to analyze willingness to pay (WTP), representing the first phase of the project (F1). The emphasis will be on rooms of the same category, with identical characteristics and services, differing only in the inclusion of VR technology. The VR content will include VR games, VR music, VR sports, VR movies, virtual destination walks, VR tourist guides, and more. The second phase (F2) will involve a guest satisfaction survey regarding the VR experience, providing valuable data on the perceived value of VR in hotel rooms. For testing the relationships between the perceived usefulness of VR content, guest satisfaction, and their willingness to pay, partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) will be used, and multigroup analysis (MGA) will be applied to examine differences among guest segments. The findings will enhance the scientific understanding of consumers' willingness to pay for VR technology in the hospitality sector and serve as a basis for developing sustainable business models and strategic guidelines for hoteliers focused on digital transformation and addressing the evolving expectations of modern travelers.

ISTRAŽIVAČKI TIM / RESEARCH TEAM

<i>Voditelj/ica projekta / Project leader</i>	dr. sc. Vedran Zubović, viši asistent Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Vedran Zubović, PhD, Senior Assistant University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
---	--
