

Utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo

Prenc, David

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:723139>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-07**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Diplomski sveučilišni studij

DAVID PRENC

Utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo

The impact of mobile applications on the tourist experience

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Diplomski sveučilišni studij

Menadžment u turizmu

Utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo

The impact of mobile applications on the tourist experience

Diplomski rad

Kolegij: **Pametni turizam**

Student: **David Prenc**

Mentor: Izv. prof. dr. sc. **Ljubica Pilepić
Stifanich**

Matični broj: **Ds3820**

Opatija, rujan, 2024.



IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI DIPLOMSKOG RADA
IZJAVA O AUTORSTVU RADA I
O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

David Prenc

(ime i prezime studenta)

Ds3820

(matični broj studenta)

Utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradio, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 31.8.2024

Potpis studenta

Sažetak

Tema diplomskog rada je utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo. Provedeno istraživanje o utjecaju mobilnih aplikacija na planiranje putovanja i turističko iskustvo ukazuje na značajne promjene u načinu na koji moderni turisti pristupaju svojim putovanjima. Informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) su transformirale turističku industriju, a mobilne aplikacije su postale nezaobilazni alati za planiranje, rezervaciju i izvođenje putovanja. Istraživanje je pokazalo da mobilne aplikacije korisnicima pružaju niz prednosti koje uključuju trenutni pristup informacijama, personalizaciju itinerara, ažuriranja u stvarnom vremenu i povećanu učinkovitost u organizaciji putovanja. Korisnici cijene aplikacije koje nude personalizirane preporuke i omogućuju im jednostavno istraživanje i odabir destinacija na temelju njihovih preferencija i potreba. Međutim, istraživanje je također otkrilo i određene izazove i ograničenja u korištenju mobilnih aplikacija, kao što su zabrinutosti oko privatnosti i sigurnosti podataka, tehnički problemi te zastarjele ili netočne informacije.

Ključne riječi: bukiranje, digitalizacija, mobilne aplikacije, navigacija, sigurnost, turisti.

Summary

The topic of the thesis is the influence of mobile applications on the tourist experience. The research conducted on the impact of mobile applications on travel planning and tourist experience indicates significant changes in the way modern tourists approach their trips. Information and communication technologies (ICT) have transformed the tourism industry, and mobile applications have become indispensable tools for planning, booking and executing trips. Research has shown that mobile apps provide users with a number of benefits that include instant access to information, personalization of itineraries, real-time updates and increased efficiency in travel management. Users appreciate apps that offer personalized recommendations and allow them to easily research and select destinations based on their preferences and needs. However, the research also revealed certain challenges and limitations in using mobile apps, such as data privacy and security concerns, technical issues, and outdated or inaccurate information.

Keywords: booking, digitization, mobile applications, navigation, security, tourists.

Sadržaj

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA | 1 |
| 1.2. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA | 1 |
| 1.3. HIPOTEZE | 2 |
| 1.4. OCJENA DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA..... | 3 |
| 1.5. METODE ISTRAŽIVANJA | 4 |
| 1.6. STRUKTURA RADA | 5 |
| 2. UTJECAJ MOBILNIH APLIKACIJA NA PLANIRANJE PUTOVANJA..... | 6 |
| 2.1. ULOGA MOBILNIH APLIKACIJA U FAZI PLANIRANJA PUTOVANJA | 7 |
| 2.2. UTJECAJ MOBILNIH APLIKACIJA NA ODABIR DESTINACIJA | 8 |
| 2.3. PERSONALIZACIJA PUTOVANJA KROZ MOBILNE APLIKACIJE | 9 |
| 3. KOMUNIKACIJA I INFORMACIJE O DESTINACIJAMA | 11 |
| 3.1. PRUŽANJE INFORMACIJA O DESTINACIJAMA PUTEM MOBILNIH APLIKACIJA..... | 11 |
| 3.2. EVALUACIJA RELEVANTNOSTI INFORMACIJA KROZ MOBILNE APLIKACIJE | 13 |
| 4. POVEZANOST TURISTA SA DESTINACIJOM I MOBILNE APLIKACIJE . | 14 |
| 4.1. UTJECAJ MOBILNIH APLIKACIJA NA DOŽIVLJAJ DESTINACIJE | 14 |
| 4.2. IZAZOVI I OGRANIČENJA U KORIŠTENJU MOBILNIH APLIKACIJA U TURIZMU..... | 16 |
| 5. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA O UTJECAJU MOBILNIH TEHNOLOGIJA NA ISKUSTVO TURISTA | 17 |
| 6. ISTRAŽIVANJE UTJECAJA MOBILNIH APLIKACIJA NA TURISTIČKO ISKUSTVO | 21 |
| 6.1. CILJEVI I SADRŽAJ ISTRAŽIVANJA | 21 |
| 6.2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA | 22 |
| 6.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA..... | 23 |
| 6.4. DISKUSIJA | 44 |
| 6.5. OGRANIČENJA PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA I PREPORUKE ZA BUDUĆA ISTRAŽIVANJA | 46 |
| 7. ZAKLJUČAK | 48 |
| BIBLIOGRAFIJA..... | 50 |
| POPIS ILUSTRACIJA | 52 |
| POPIS PRILOGA | 54 |

1. Uvod

Mobilne aplikacije postale su nezamjenjivi dio modernih putnika jer omogućuju putovanja na različite načine. Mobilne aplikacije omogućuju trenutčan pristup informacijama o putovanjima, pojednostavljaju rezervacije, pružaju personalizirane preporuke i nude ažuriranja u stvarnom vremenu. Mobilne aplikacije transformirale su iskustvo putovanja. Od pomoći pri navigaciji i prevođenju jezika do bilježenja i dijeljenja uspomena, mobilne aplikacije su važne za to da putovanja postanu pristupačnija i ugodnija.

Zahvaljujući napretku tehnologije i širokoj dostupnosti pametnih telefona, putnici danas koriste mobilne aplikacije u svim fazama putovanja, od inspiracije i planiranja do samog putovanja i povratka kući. S brzim poboljšanjem podatkovnih i komunikacijskih sustava, turistička industrija pokazuje se kao potencijalno polje za napredak i korištenje mobilnih tehnologija. Različite aplikacije korisnicima pružaju informacije, preporuke, personalizirane itinerere te mogućnost rezervacije smještaja, prijevoza i raznih aktivnosti. Mobilne aplikacije omogućuju putnicima pristup mnoštvu informacija koje su važne za inspiraciju i donošenje odluka u fazi planiranja putovanja.

1.1. Predmet istraživanja

Turistička industrija je doživjela značajne promjene s razvojem mobilne tehnologije, a mobilne aplikacije su postale neizostavan dio putovanja i iskustva turista.

Predmet ovog diplomskog rada je proučiti utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo, analizirati kako te aplikacije oblikuju percepciju destinacija, pružaju informacije i olakšavaju putovanja.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha istraživanja je istražiti kako mobilne aplikacije utječu na turističko iskustvo, prikazati prednosti i izazove koje donose i predložiti smjernice za optimizaciju njihove uloge u poboljšanju putničkog doživljaja. Kroz rad je obrađena analiza utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo.

Osnovni ciljevi istraživanja diplomskog rada su:

- ispitati utjecaj mobilnih aplikacija na planiranje turističkih putovanja,
- analizirati ulogu mobilnih aplikacija u procesu odabira destinacij,
- procijeniti koliko mobilne aplikacije doprinose personalizaciji turističkog iskustva,

- prikazati utjecaj mobilnih aplikacija na emocionalnu povezanost turista s destinacijom,
- prikazati percepciju korisnika o sigurnosti i privatnosti podataka u mobilnim aplikacijama za putovanja,
- analizirati utjecaj mobilnih aplikacija na opće zadovoljstvo korisnika tijekom putovanja.

Istraživačka pitanja:

- Kako mobilne aplikacije utječu na planiranje turističkih putovanja?
- Koje su glavne funkcionalnosti mobilnih aplikacija koje korisnici najviše cijene prilikom planiranja putovanja?
- Na koji način mobilne aplikacije utiču na odabir turističkih destinacija?
- Koliko mobilne aplikacije doprinose personalizaciji turističkog iskustva?
- Kako mobilne aplikacije olakšavaju komunikaciju i pristup informacijama o destinacijama?
- Koliko su korisnici zabrinuti za sigurnost i privatnost podataka prilikom korištenja mobilnih aplikacija za putovanja?
- Koji su glavni izazovi i ograničenja s kojima se korisnici susreću prilikom korištenja mobilnih aplikacija u turizmu?
- Kako mobilne aplikacije utječu na opće zadovoljstvo korisnika tijekom putovanja?

1.3. Hipoteze

Hipoteze koje se postavljaju u radu su sljedeće:

H0: Mobilne aplikacije imaju pozitivan utjecaj na turističko iskustvo korisnika, omogućuju učinkovitije planiranje i personalizaciju putovanja.

H1: Korisnici mobilnih aplikacija za putovanja najviše cijene funkcionalnosti koje im omogućuju jednostavno bukiranje smještaja i navigaciju.

H2: Personalizirane preporuke u mobilnim aplikacijama znatno olakšavaju odabir turističkih destinacija.

H3: Mobilne aplikacije povećavaju osjećaj sigurnosti korisnika tijekom putovanja pružanjem ažuriranih informacija u stvarnom vremenu.

H4: Većina korisnika je zabrinuta u vezi sa sigurnošću i privatnošću svojih podataka prilikom korištenja mobilnih aplikacija za putovanja.

H5: Tehnički problemi i zastarjele informacije glavni su izazovi s kojima se korisnici susreću prilikom korištenja mobilnih aplikacija u turizmu.

1.4. Ocjena dosadašnjih istraživanja

Mobilne aplikacije omogućuju putnicima da lako pristupe informacijama koje su im potrebne tijekom planiranja putovanja. Statistika pokazuje da su prihodi od mobilnih aplikacija značajno porasli, sa 69,7 milijardi dolara u 2015. na predviđenih 188,9 milijardi dolara u 2020., što potvrđuje njihovu važnost i učinkovitost. Približno 80% putnika koristi aplikacije za organizaciju svojih odmora, što dodatno naglašava potrebu za prilagodbom turističkih usluga novim tehnologijama.¹

U suvremenom svijetu više od polovica čovječanstva koristi informacijske i komunikacijske tehnologije na različite načine i u različite svrhe. S obzirom da je turistička industrija u kojoj su posjetitelji turističkih destinacija sve zahtjevniji, tehnologija predstavlja značajan čimbenik koji nositeljima turističkih usluga može pomoći u zadovoljavanju tih potreba. Postoji mnogo trendova koji su bitni za specifičan razvoj turizma, kao one koji se odnose na razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija i one koji su povezani s navikama i preferencijama klijenata. Primjerice, primjetan je trend samostalnog organiziranja putovanja i smanjenja važnosti turističkih paket aranžmana, kao i povećanje interesa turista za personaliziranu uslugu. Digitalne tehnologije omogućuju korisnicima da relativno lako pretražuju, odabiru, rezerviraju i kombiniraju turističke usluge samostalno i u skladu sa svojim željama.²

Jedna od uloga novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija jest promocija turističke ponude i proizvoda koji su korisnicima prezentirani na suvremen i pristupačan način. Takav način prezentacije čini turističku destinaciju privlačnijom i doprinosi većoj atraktivnosti i konkurentnosti na tržištu.³

Kao jednu od specifičnosti primjene informacijsko-komunikacijske tehnologije u turizmu, Baird i Raghu (2015) ističu važnost uzimanja u obzir ne samo zadovoljstva korisnika digitalnom uslugom, već i zadovoljstva konkretnom fizičkom uslugom koja se ugovara putem digitalnih kanala, s obzirom na to da istraživanja pokazuju da i ta razina ima značajan utjecaj na ukupno percipiranu vrijednost digitalne usluge.⁴

¹ Factory. (2021, kolovoz 18). Why travel and tourism industry need to have a mobile app. Dostupno na: <https://factory.dev/blog/travel-tourism-mobile-app> (20.4.2024).

² Gračan i sur., 2023., 7, 116.

³ Ibidem, str. 118.

⁴ Baird, Raghu, 2015., 1, 4-8.

Trend korištenja mobilnih uređaja u turističkoj industriji vrlo je izražen. Prema podacima o trendovima mobilnog putovanja iz 2019. godine, 61% putnika gotovo uvijek ili ponekad koristi aplikaciju za pametne telefone za rezervaciju leta, a 62% putnika smatra da je mogućnost rezervacije hotela putem putničkih aplikacija bitna. E-turizam je nastao upravo iz ovog trenda spajanja ICT-a i turizma i može se definirati kao digitalizacija svih procesa i vrijednosnih lanaca inherentnih turizmu. E-turizam stoga predstavlja promjenu paradigme u sektoru koja je revolucionirala poslovne procese, vrijednosni lanac i strateške odnose između različitih aktera u procesu.⁵

Pametni telefoni su transformirali ponašanja potrošača, budući da su sada više povezani, bilo kada i bilo gdje. Mogućnosti novih pametnih telefona podržavaju tisuće aplikacija i široko proširuju njihovu funkcionalnost. Brzo su se koristili kao putno sredstvo te u istraživanju informacija o turizmu i planiranju putovanja. Budući da sadrže mnoge komponente kao osobna računala, moguće je prilagoditi i ažurirati pametne telefone kako bi zadovoljili različite individualne potrebe. Također je moguće pristupiti širokom rasponu usluga, kao što su personalizirano pretraživanje informacija, umrežavanje i navigacija.⁶

Do 2011. godine predviđalo se da će mobilne usluge i aplikacije, koje su tada bile u nastajanju, predstavljati značajnu vrijednost na digitalnom tržištu, a mnogi su predvidjeli da će brzo nadmašiti korištenje tradicionalnijih aplikacija za stolna računala. Potrošači su naglašavali jednostavnost korištenja mobilnih aplikacija.⁷

1.5. Metode istraživanja

U procesu istraživanja i pisanja rada korištena je znanstvena literatura i relevantni internetski izvori, a prilikom izrade korištene su sljedeće metode:

- metoda sinteze - kombiniranje različitih izvora informacija kako bi se dobio cjelovit prikaz utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo,
- metode analize - detaljna analiza podataka prikupljenih putem ankete,
- metoda deskripcije - opisivanje i dokumentiranje teorijskog dijela rada,
- induktivne metode - izvođenje općih zaključaka na temelju specifičnih podataka prikupljenih kroz anketno istraživanje,
- metode komparacije - Usporedba rezultata ovog istraživanja s ranijim istraživanjima kako bi se definirale razlike i sličnosti u percepciji i korištenju mobilnih aplikacija,

⁵ Dias, Afonso, 2021., 3, 113.

⁶ Ibidem, str. 114.

⁷ Ibidem, str. 115.

- metoda kompilacije - skupljanje podataka iz različitih izvora i njihovo povezivanje u koherentnu cjelinu,
- metoda sekundarne analize podataka - korištenje postojećih podataka iz ranijih istraživanja kao referenca za analizu rezultata ovog istraživanja,
- metode dedukcije - zaključivanje dijelova utjecaja mobilnih aplikacija na temelju općih teorija i koncepata iz područja turizma i tehnologije
- metoda anketiranja – na temelju anketnog upitnika vrši se istraživanje i prikupljanje podataka, stavova i mišljenja o predmetu istraživanja.

1.6. Struktura rada

Rad je strukturno podijeljen na sedam međusobno povezanih poglavlja te započinje uvodom. U uvodu je definiran predmet istraživanja, svrha i cilj istraživanja, ocjena dosadašnjih istraživanja, hipoteze, metode istraživanja i struktura rada.

Nakon uvoda je obrađena tema utjecaj mobilnih aplikacija na planiranje putovanja u sklopu čega je prikazana uloga mobilnih aplikacija u fazi planiranja putovanja, utjecaj mobilnih aplikacija na odabir destinacija i personalizacija putovanja kroz mobilne aplikacije. Kroz treće poglavlje je obrađena tema komunikacija i informacije o destinacijama u sklopu čega je opisano pružanje informacija o destinacijama putem mobilnih aplikacija i evaluacija relevantnosti informacija kroz mobilne aplikacije. Kroz četvrto poglavlje je obrađena tema povezanost turista sa destinacijom i mobilne aplikacije u sklopu čega je opisano utjecaj mobilnih aplikacija na doživljaj destinacije i prikazani su izazovi i ograničenja u korištenju mobilnih aplikacija u turizmu. U sklopu petog poglavlja su prikazani rezultati dosadašnjih istraživanja o utjecaju mobilnih tehnologija na iskustvo turista. U sklopu šestog poglavlja je provedeno istraživanje utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo u sklopu čega su prikazani ciljevi i sadržaj istraživanja, metodologija istraživanja, rezultati istraživanja, diskusija i ograničenja provedenog istraživanja i preporuke za buduća istraživanja. Diplomski rad završava zaključkom kao posljednjim poglavljem u radu.

2. Utjecaj mobilnih aplikacija na planiranje putovanja

Informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) imale su značajan utjecaj na cjelokupnu turističku industriju, dovevši do nove generacije turističkih potrošača.⁸

U turističkoj industriji ponašanje potrošača uvijek je bilo pod utjecajem razvoja tehnologije.⁹

Tehnološki napredak promijenio je način na koji se proizvode i konzumiraju turistički proizvodi i usluge.¹⁰ ICT su postale sastavni dio cijelog putovanja na kojem turisti koriste tehnologije za osmišljavanje bogatijih iskustava.¹¹

Iskorištavanje potencijala tehnologije može stvoriti privlačnija turistička iskustva za novu generaciju putnika koji uvijek traže svrhu u svom putovanju. Ovaj je koncept bitan u akademskim istraživanjima turizma, posebice u prepoznavanju motivacije i značenja koje turisti pridaju svojim iskustvima u kontekstu svakodnevnog života u napredno industrijaliziranim društvima.¹²

Tehnologije su svijet pretvorile u globalno selo, igrajući sve važniju ulogu, a te promjene snažno utječu i na turizam. Nova era ICT-a otvorila je brojne mogućnosti za turističku industriju. Budući da je turizam jedan od sektora koji se najviše oslanjaju na informacijske tehnologije, i to iz operativne i poslovne perspektive, ne iznenađuje da se koncept pametnih turističkih destinacija razvio prilično brzo. Način na koji potrošači danas komuniciraju potiče turistička poduzeća i destinacije da preispitaju i redefiniiraju svoj odnos s ovom novom 'vrstom' kupaca, što dovodi do razvoja alata koji mogu odgovoriti na njihove individualne preferencije.¹³

Zahvaljujući napretku tehnologije i širokoj dostupnosti pametnih telefona, putnici danas koriste mobilne aplikacije u svim fazama putovanja, od inspiracije i planiranja do samog putovanja i povratka kući.

S brzim poboljšanjem podatkovnih i komunikacijskih sustava, turistička se industrija pokazala kao potencijalno polje za napredak i korištenje mobilne tehnologije.¹⁴

⁸ Buhalis, Costa, 2006., 114.

⁹ Altınay, Güçer i Bağ, 2017., 1, 382-384.

¹⁰ Stamboulis, Skayannis, 2003., 1, 35-43.

¹¹ Gretzel, Jamal, 2009., 4, 471-480.

¹² Uriely, 2005., 1, 202-208.

¹³ Dias, Afonso, 2021, 1, 114-120.

¹⁴ Law, Buhalis, 5., 732-741.

Različite aplikacije pružaju korisnicima informacije, preporuke, personalizirane itinerere, kao i mogućnost rezervacije smještaja, prijevoza te različitih aktivnosti.

Mobilne aplikacije omogućuju putnicima pristup mnoštvu informacija koje su važne za inspiraciju i donošenje odluka u fazi planiranja putovanja.

2.1. Uloga mobilnih aplikacija u fazi planiranja putovanja

Među brojnim prednostima aplikacija se ističe pristup ekskluzivnim uslugama koje omogućuje mobilna tehnologija, a koje omogućuju visoko interaktivno korisničko iskustvo.¹⁵

Pametni telefoni također omogućuju turistima trenutni pristup informacijama o različitim varijablama koje utječu na njihovo putovanje: vremenu, smještaju, atrakcijama i prijevozu.¹⁶

Putem mobilnih aplikacija imaju pristup širokom spektru informacija, što im omogućuje učinkovito rješavanje problema, dijeljenje iskustava i pohranjivanje uspomena.¹⁷

Pristup tim izvorima informacija i istraživanja doveli su do promjena u percepcijama i ponašanju, naglašavajući povećanu fleksibilnost, značajnije i manje planiranja te povećana putovanja.¹⁸

Mobilne aplikacije omogućuju putnicima da lako biraju željena odredišta. Integracijom sustava kao što su Globalni distribucijski sustavi (GDS), aplikacije pružaju trenutne informacije o raspoloživosti letova, smještaju i prijevoznim opcijama, čime se značajno olakšava i ubrzava proces rezervacije. Mobilne aplikacije pridonose učinkovitosti i organizaciji planiranja putovanja jer omogućuju korisnicima da sve potrebne rezervacije obave na jednom mjestu, od avionskih karata do hotela i izleta, što smanjuje potrebu za interakcijom s više različitih servisa ili posrednika.¹⁹

Također, ažuriranja u realnom vremenu koja aplikacije pružaju, kao što su informacije o prometu, vremenske prilike, ili moguća kašnjenja letova, dodatno doprinose glatkom iskustvu planiranja.²⁰

¹⁵ Yu. i sur., 2018., 5, 581-590..

¹⁶ No, Kim, 2014., 6, 534-544.

¹⁷ Wang, Xiang, Fesenmaier, 2016., 1, 54-60.

¹⁸ Ibidem, str. 61.

¹⁹ Ibidem, str. 61.

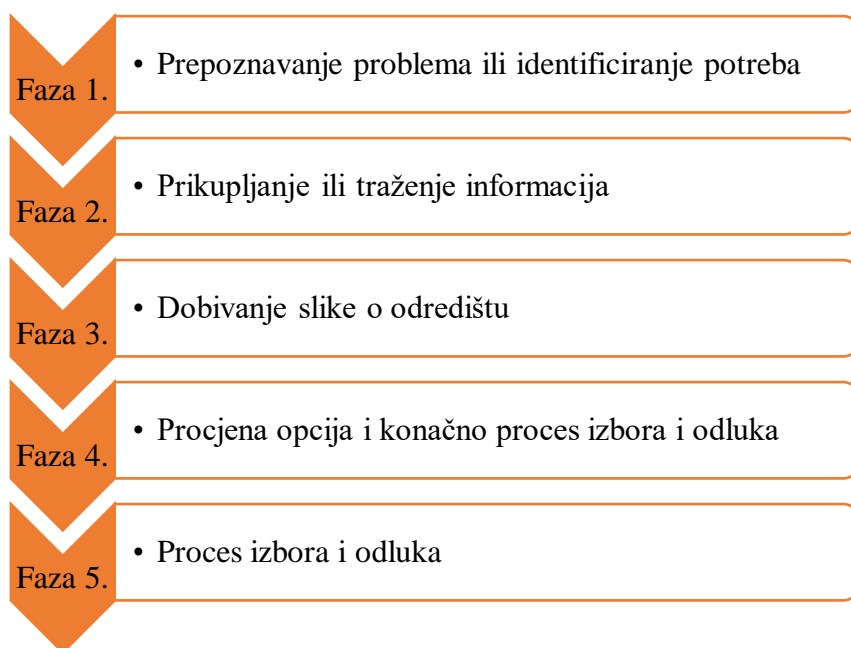
²⁰ Singh, M. (2024, ožujak 27). Navigating the digital journey: How mobile apps are transforming travel planning. TDM. Dostupno na: <https://www.traveldailymedia.com/navigating-the-digital-journey-how-mobile-apps-are-transforming-travel-planning/> (18.4.2024).

2.2. Utjecaj mobilnih aplikacija na odabir destinacija

Mobilne aplikacije utječu na odabir destinacija u turizmu jer omogućuju turistima da istražuju, planiraju i personaliziraju svoja putovanja na inovativne načine. Aplikacije služe kao digitalni portali koji povezuju turiste s atrakcijama i destinacijama, a nude niz usluga i doživljaja koji poboljšavaju turističko iskustvo.

Pristup donošenju odluka o putovanju se može podijeliti na pet faza prikazanim na Shemi 1.

Shema 1. Faze donošenja odluka o putovanju



Izvor: Izrada autora prema Wall, G., Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.

Proces donošenja odluka počinje od potrebe ili žudnje za putovanjem. Nakon toga slijede razne odluke koje je potrebno donijeti u vezi, na primjer, odredišta, vremena putovanja, prijevoza, smještaja i drugih usluga.²¹

U području putovanja pristup donošenju odluka usredotočen je na izbor odredišta, gdje je donošenje odluke o putovanju ekvivalentno odluci o tome gdje otići na odmor.²²

Odlazak na godišnji odmor ne uključuje jedan jedini izbor već se sastoji od nekoliko podizbora koje pojedinac treba razmotriti, kao što su: kamo ići, kada ići, što raditi tijekom odmora i kako doći do odabrane destinacije.²³

²¹ Kotler, Keller, 2016., 14, 88.

²² Wang, Pizam, 2011., 91-94.

²³ Ibidem.

2.3. Personalizacija putovanja kroz mobilne aplikacije

Mobilnim aplikacijama se vjerovalo više od službenih turističkih web stranica, turističkih agenata i oglašavanja u masovnim medijima. Oni nisu samo dostupni izvor podataka, već mijenjaju planiranje turizma. Interaktivnost mobilnih aplikacija, prilagodba i golemi izvori informacija omogućili su personalizirano pretraživanje i sadržaj korisnicima koji su mogli pokriti gotovo sve individualne preferencije.²⁴

Personalizacija putovanja kroz mobilne aplikacije postala je trend u turističkoj industriji, jer omogućava putnicima da prilagode svoje putovanje prema vlastitim preferencijama i potrebama. Razvoj tehnologije i široka dostupnost pametnih telefona doprinijeli su tome da mobilne aplikacije postanu nezaobilazni alat za modernog turista. Aplikacije koriste podatke i algoritme za stvaranje personaliziranog iskustva koje može značajno poboljšati kvalitetu i udobnost putovanja.²⁵

Načini personalizacije putovanja su prikazani u Tablici 1.

Tablica 1. Načini personalizacije putovanja

| Funkcionalnost | Opis | Prednosti |
|----------------------------------|--|---|
| Prilagodba itinerara | Omogućuje korisnicima stvaranje prilagođenog plana putovanja na temelju preferencija i ocjena. | Veća relevantnost aktivnosti, poboljšano korisničko iskustvo. |
| Rezervacije u realnom vremenu | Integrira online servise za brzu rezervaciju letova, smještaja, ulaznica. | Smanjuje vrijeme planiranja, povećava fleksibilnost. |
| Interaktivne mape i navigacija | Pruža detaljne mape s informacijama o lokalnim atrakcijama i transportu. | Olakšava orijentaciju, smanjuje mogućnost gubitka. |
| Komunikacijske funkcije | Uključuje alate za komunikaciju s pružateljima usluga i lokalnim agentima. | Omogućava instant pristup informacijama i podršci. |
| Povratne informacije i recenzije | Omogućava korisnicima da dijele i pristupaju recenzijama usluga. | Povećava povjerenje u usluge, informira nove korisnike. |

²⁴ Gavalas i sur., 2014., 39, 322-331.

²⁵ Ibidem.

| | | |
|-----------------------|--|---|
| Prilagođene preporuke | Nudi prijedloge na temelju analize korisničkih podataka i ponašanja. | Personalizirano iskustvo, povećana korisnička zadovoljstva. |
|-----------------------|--|---|

Izvor: Izrada autora prema mTrip. (n.d.). Benefits of customized mobile apps for travel management companies. Dostupno na: <https://www.mtrip.com/benefits-mobile-app-tmc/> (24.5.2024).

Mobilne aplikacije omogućuju korisnicima da prilagode svoj dnevni plan aktivnosti na temelju prethodnih iskustava, ocjena i preporuka drugih putnika. Primjerice, aplikacije mogu predložiti posjete manje poznatim lokacijama koje odgovaraju interesima korisnika, poput lokalnih restorana ili kulturnih događanja.

Integracija s online servisima za rezervaciju omogućava korisnicima da u tren oka rezerviraju letove, smještaj ili ulaznice za događanja.

Kroz mogućnost ocjenjivanja usluga i davanja povratnih informacija, korisnici doprinose zajednici putnika, dok istovremeno dobivaju uvid u kvalitetu ponuđenih usluga temeljen na stvarnim iskustvima.

3. Komunikacija i informacije o destinacijama

Komunikacija i pružanje turistima informacija o destinacijama imaju bitnu ulogu u oblikovanju turističkog iskustva. S razvojem digitalnih tehnologija, načini na koje turisti dobivaju informacije dramatično su se promijenili. Danas turistički sektor više nije ovisan samo o tiskanim brošurama i interakcijama na šalterima za informacije, već se sve više oslanja na digitalne platforme kao što su web stranice, mobilne aplikacije i društvene mreže. Digitalne platforme omogućuju korisnicima da brzo i učinkovito pristupe potrebnim informacijama.

3.1. Pružanje informacija o destinacijama putem mobilnih aplikacija

U današnjem brzo mijenjajućem digitalnom okruženju, mobilne aplikacije postale su neophodne za uspjeh u industriji putovanja i turizma. S obzirom na to da su mobilni uređaji postali pratitelji većine ljudi širom svijeta, neizostavno je da industrija putovanja prati ovaj trend.²⁶

Mobilne aplikacije omogućavaju putnicima da lako pristupaju informacijama koje su im potrebne tijekom planiranja putovanja. Statistika pokazuje da su prihodi od mobilnih aplikacija značajno porasli, s 69,7 milijardi dolara u 2015. na predviđenih 188,9 milijardi dolara u 2020., što potvrđuje njihovu važnost i učinkovitost. Približno 80% putnika koristi aplikacije za organizaciju svojih odmora, što dodatno ukazuje na potrebu za prilagodbom turističkih usluga novim tehnologijama.²⁷

Značajke turističke mobilne aplikacije su prikazane u Tablici 2.

Tablica 2. Značajke turističke mobilne aplikacije

| Značajka aplikacije | Opis | Korist za korisnike |
|---------------------|---|-----------------------------|
| Osnovne informacije | Omogućava pristup kontaktima, adresama i uputama za lokacije. | Brzi pristup informacijama. |

²⁶ Factory. (2021, kolovoz 18). Why travel and tourism industry need to have a mobile app. Dostupno na: <https://factory.dev/blog/travel-tourism-mobile-app> (20.4.2024).

²⁷ Ibidem.

| | | |
|-----------------------------------|---|--|
| Informacije temeljene na lokaciji | Personalizirani sadržaj na temelju GPS podataka. | Relevantne informacije i preporuke. |
| Proširena stvarnost | Omogućava interaktivno istraživanje lokacija. | Poboljšano iskustvo istraživanja. |
| Offline sadržaj | Pristup informacijama bez interneta. | Korisno u područjima s lošim internetom. |
| Višejezičnost | Podrška za više jezika. | Olakšava međunarodnu upotrebu. |
| Kalendar | Informacije o lokalnim događanjima i aktivnostima. | Planiranje posjeta i aktivnosti. |
| Konverter valuta | Pružuje tečajne liste valuta. | Korisno za međunarodne posjetitelje. |
| Geolokacija | Informacije o obližnjim atrakcijama i uslugama. | Pomaže u navigaciji i planiranju. |
| Karte | Pružuje karte i smjernice za navigaciju. | Olakšava pronalaženje destinacija. |
| Vremenska prognoza | Aktualne vremenske uvjete na destinaciji. | Pomaže u planiranju dnevnih aktivnosti. |
| Domaća kuhinja | Preporuke za lokalne restorane s tradicionalnom hranom. | Pružuje autentično gastro iskustvo. |

Izvor: Izrada autora prema Factory. (2021, kolovoz 18). Why travel and tourism industry need to have a mobile app. Dostupno na: <https://factory.dev/blog/travel-tourism-mobile-app> (20.4.2024).

Mobilne aplikacije pružaju korisnicima priliku da na brz i učinkovit način dođu do potrebnih informacija, što može uključivati pretragu za smještajem, prijevozom, atrakcijama i restoranima.

Putem aplikacija, turisti mogu primiti personalizirane ponude i preporuke koje odgovaraju njihovim interesima i preferencijama, što doprinosi većem zadovoljstvu korisnika. Mobilne aplikacije mogu omogućiti pristup važnim informacijama čak i kada nema internetske konekcije, što je posebno korisno u stranim zemljama gdje roaming može biti skup.

3.2. Evaluacija relevantnosti informacija kroz mobilne aplikacije

U brzo mijenjajućem digitalnom okruženju su mobilne aplikacije postale neophodne za uspjeh u industriji putovanja i turizma. S obzirom na to da su mobilni uređaji postali glavni pratitelji većine ljudi diljem svijeta, neizostavno je da industrija putovanja prati ovaj trend.²⁸

Neki od razloga zašto je bitno implementirati mobilne aplikacije u turistički sektor su prikazane na Shemi 2.

Shema 2. Razlozi implementacije mobilne aplikacije u turistički sektor



Izvor: Izrada autora prema Factory. (2021, kolovoz 18). Why travel and tourism industry need to have a mobile app. Dostupno na: <https://factory.dev/blog/travel-tourism-mobile-app> (20.4.2024).

Mobilne aplikacije korisnicima pružaju priliku da na brz i učinkovit način dođu do potrebnih informacija, što može uključiti pretragu za smještajem, prijevozom, atrakcijama i restoranima. Putem aplikacije, turisti mogu primiti personalizirane ponude i preporuke koje odgovaraju njihovim interesima i preferencijama, što doprinosi većem zadovoljstvu korisnika. Mobilne aplikacije mogu omogućiti pristup važnim informacijama čak i kada nema internetske veze, što je posebno korisno u stranim zemljama gdje roaming može biti skup.

²⁸ Ibidem.

4. Povezanost turista sa destinacijom i mobilne aplikacije

U vremenu kada su informacijske i komunikacijske tehnologije neizostavni dio svakodnevnog života, mobilne aplikacije postaju sve značajniji faktor u turizmu jer omogućavaju turistima pristup korisnim informacijama o destinaciji i stvaranje dublje emocionalne veze s mjestom koje posjećuju.

Informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) imaju značajan utjecaj na cijelu turističku industriju, što je dovelo do pojave nove generacije turističkih potrošača. Tehnološki napredak transformirao je način proizvodnje i potrošnje turističkih proizvoda i usluga. ICT su postale integralni dio cjelokupnog putovanja, omogućavajući turistima da koriste tehnologije za oblikovanje bogatijih iskustava i zajedničko stvaranje osobnijih doživljaja.

Iskorištavanjem potencijala tehnologije moguće je stvoriti privlačnija turistička iskustva za nove putnike koji uvijek traže svrhu u svojim putovanjima. Putno iskustvo predstavlja subjektivnu procjenu i doživljaj pojedinca vezan uz događaje povezane s njegovim/njezinim turističkim aktivnostima, koje počinju prije (planiranje i priprema), tijekom (na odredištu) i nakon putovanja (sjećanja).

Tehnologije su pretvorile svijet u globalno selo, igrajući sve važniju ulogu, a te promjene utječu i na turizam. Nova era ICT-a otvorila je nove puteve za turističku industriju. S obzirom na to da je turistička industrija jedan od sektora koji intenzivno koristi informacijsku tehnologiju s operativne i poslovne perspektive, nije iznenađujuće što se ideja o pametnim turističkim destinacijama brzo razvila.

4.1. Utjecaj mobilnih aplikacija na doživljaj destinacije

Mobilne aplikacije su značajno promijenile način na koji turisti doživljavaju i istražuju turističke destinacije jer omogućavaju korisnicima da na svojim mobilnim uređajima imaju brzi pristup velikom broju informacija, uključujući preporuke, navigaciju, rezervacije smještaja i prijevoza, što znatno obogaćuje njihovo putno iskustvo.²⁹

Mobilne aplikacije korisnicima omogućuju veću fleksibilnost i samostalnost u planiranju i provođenju aktivnosti, prilagođavaju putovanje njihovim osobnim interesima i potrebama.

²⁹ Ndimension Labs. (2024, veljača 1). The role of mobile apps in enhancing travel experiences: Trends and innovations. Medium. Dostupno na: <https://medium.com/@ndlabsdigital/the-role-of-mobile-apps-in-enhancing-travel-experiences-trends-and-innovations-bbb3b03dfbde> (24.5.2024).

Aplikacije poput Google Maps, TripAdvisor, i Booking.com korisnicima pružaju alate za navigaciju i planiranje i platformu za ocjenjivanje i recenziranje, što dodatno doprinosi njihovoj informiranosti i sigurnosti prilikom donošenja odluka. Osim toga, funkcionalnosti poput proširene stvarnosti u aplikacijama poput Google Translate ili lokalnih turističkih vodiča obogaćuju interakciju s okolinom.

Najvažniji utjecaji mobilnih aplikacija na turističko iskustvo su prikazani u Tablici 3.

Tablica 3. Najvažniji utjecaji mobilnih aplikacija na turističko iskustvo

| Utjecaj | Opis | Postotak korisnika koji potvrđuju utjecaj |
|--------------------|--|---|
| Bolje planiranje | Omogućuju detaljno planiranje putovanja iz udobnosti doma. | 60% |
| Veća praktičnost | Pružaju informacije i usluge dostupne na dlanu. | 55% |
| Sigurnost | Povećavaju osjećaj sigurnosti pružanjem pouzdanih informacija. | 50% |
| Povezanost | Održavaju korisnike povezanima s obitelji, prijateljima i servisima. | 45% |
| Obogaćeni sadržaji | Uključuju interaktivne i multimedijalne sadržaje o destinaciji. | 40% |

Izvor: Izrada autora prema Ndimension Labs. (2024, veljača 1). The role of mobile apps in enhancing travel experiences: Trends and innovations. Medium. Dostupno na: <https://medium.com/@ndlabsdigital/the-role-of-mobile-apps-in-enhancing-travel-experiences-trends-and-innovations-bbb3b03dfbde> (24.5.2024).

Mobilne aplikacije imaju značajan i mjerljiv utjecaj na poboljšanje turističkog iskustva jer omogućuju korisnicima da efikasnije planiraju, osjećaju se sigurnije, ostaju povezani i dožive destinaciju na interaktivan i zanimljiv način. Podaci ukazuju na potrebu daljnjeg razvoja i prilagodbe mobilnih aplikacija u svrhu unapređenja turističkih iskustava.

Pored olakšavanja logističkih dijela putovanja, mobilne aplikacije doprinose personalizaciji turističkog iskustva. Korisnici mogu prilagoditi svoje putovanje prema vlastitim interesima i preferencijama na način da koriste alate za filtriranje i pretraživanje koji su im na raspolaganju. Na primjer, aplikacije za prevođenje pomažu u prevladavanju jezičnih barijera, dok navigacijske aplikacije osiguravaju lako snalaženje u nepoznatim područjima.

4.2. Izazovi i ograničenja u korištenju mobilnih aplikacija u turizmu

Unatoč brojnim prednostima korištenje mobilnih aplikacija u turizmu donosi i određene izazove i ograničenja. Jedan od glavnih problema je pitanje privatnosti i sigurnosti podataka. Korisnici često moraju dijeliti osobne informacije prilikom korištenja ovih aplikacija, što može biti rizik ako aplikacija ne osigurava adekvatne sigurnosne mjere. Također, prekomjerna ovisnost o digitalnim alatima može umanjiti autentičnost iskustva putovanja, što može smanjiti interakciju s lokalnim stanovništvom i direktno istraživanje okoline. Jedan od najvećih izazova jest osiguranje privatnosti korisnika i zaštita njihovih podataka. Mobilne aplikacije često zahtijevaju pristup osobnim informacijama, uključujući lokaciju, kontakt podatke i podatke o plaćanju, što predstavlja rizik od zlouporabe. Nadalje, postoji problem prekomjerne ovisnosti o aplikacijama, gdje turisti mogu postati toliko oslonjeni na digitalne vodiče i preporuke da propuste spontanost i osobno otkrivanje novih mjesta.³⁰

Točnost i ažuriranost informacija koje aplikacije pružaju također su upitni. Ako aplikacija sadrži zastarjele ili netočne informacije, to može dovesti do frustracija i potencijalno negativnih iskustava. Aplikacije također moraju biti prilagođene različitim jezičnim i kulturnim kontekstima, što je posebno izazovno u globalnom turizmu.³¹

Najčešći izazovi mobilnih aplikacija u turizmu su prikazani u Tablici 4.

Tablica 4. Najčešći izazovi mobilnih aplikacija u turizmu

| Izazov | Opis | Utjecaj na korisnike |
|-----------------------------|---|----------------------|
| Privatnost i sigurnost | Rizik od zlouporabe osobnih podataka | Visok |
| Ovisnost o tehnologiji | Smanjenje spontanosti i osobnog iskustva | Srednji |
| Točnost informacija | Potencijal za pružanje zastarjelih ili netočnih informacija | Visok |
| Jezične i kulturne barijere | Potreba za lokalizacijom sadržaja | Srednji |

Izvor: Izrada autora prema Sharma, R. (2024, July 9). How travel mobile apps are changing the tourism industry? Markovate. Dostupno na: <https://markovate.com/blog/travel-mobile-app-for-tourism-industry/> (24.5.2024).

Mobilne aplikacije u turizmu suočavaju se s nizom izazova koji mogu ograničiti njihovu učinkovitost i prihvaćenost među korisnicima.

³⁰ Sharma, R. (2024, July 9). How travel mobile apps are changing the tourism industry? Markovate. Dostupno na: <https://markovate.com/blog/travel-mobile-app-for-tourism-industry/> (24.5.2024).

³¹ Ibidem.

5. Dosadašnja istraživanja o utjecaju mobilnih tehnologija na iskustvo turista

Istraživanje koje su proveli Dias i Afonso je koristilo kvantitativnu metodologiju kako bi se razumjelo percepcije i stavove prema mobilnim turističkim aplikacijama. U razdoblju između kolovoza i rujna 2018. godine, provedeno je online istraživanje pomoću upitnika sa zatvorenim pitanjima. Sudjelovalo je ukupno 111 ispitanika, od kojih je 110 dalo valjane podatke. Istraživanje je ciljalo portugalske turiste koji koriste ili su već koristili mobilne aplikacije za potrebe turizma. Uzorkovanje je provedeno na temelju broja Portugalaca koji koriste pametne telefone prema podacima Marktest telekomunikacijskog barometra. Od ukupno 6,5 milijuna korisnika pametnih telefona, uzorak je obuhvatio 110 ispitanika s ciljem postizanja 95% razine pouzdanosti i 9,34% pogreške. Upitnik je sadržavao pitanja organizirana prema Likertovoj ljestvici, a bio je strukturiran u četiri dijela: (1) poznavanje i korištenje, (2) motivacija za korištenje, (3) trenutci korištenja i (4) zadovoljstvo, utjecaj na iskustvo i vrijednost. Demografski profil ispitanika pokazao je da većinu (87,3%) čine žene, s prosječnom dobi od 37,78 godina, pri čemu je najzastupljenija Generacija X (dob 39-54). Više od 80% ispitanika ima diplomu ili višu stručnu spremu. Kad je riječ o putničkom profilu, 92% ispitanika putuje najmanje jednom godišnje, dok je 88,2% upoznato s mobilnim aplikacijama za turizam a 84,5% ih koristi. Najpoznatije vrste aplikacija uključuju one za rezervaciju letova i smještaja (26%), preporuke i rezervacije restorana (16%) te kupovinu karata za zabavu (14%). Glavne motivacije za korištenje mobilnih aplikacija uključuju performanse (28%), zadovoljstvo (23%) i percepciju korisnosti/vrijednosti (21%). Ostale motivacije obuhvaćaju naviku (10%) i cijenu (7%). S druge strane, najveće prednosti MTA-a su sveprisutnost (23%), trenutna dostupnost (21%), pristup informacijama (20%) i praktičnost (15%), uz dodatnu prednost organizacije i planiranja (12%). Većina ispitanika (60,3%) prepoznaje utjecaj aplikacija na turističko iskustvo. Glavni utjecaji uključuju bolju organizaciju tijekom putovanja (27%), veću praktičnost (18%) te osjećaj sigurnosti i povezivanja (po 11%). Autori su u konačnici zaključili da mobilne aplikacije znatno mijenjaju turističko iskustvo jer omogućuju bolje planiranje, veću sigurnost i povezanost te bogatije i personaliziranije iskustvo.³²

Na temelju istraživanja otkriveno je da pametni telefoni i mobilne aplikacije za putovanja značajno mijenjaju turističko iskustvo.

³² Dias, Afonso, 2021., 3, 113-120.

Aplikacije olakšavaju planiranje putovanja i pružaju veću praktičnost i sigurnost turistima, omogućujući im pristup važnim informacijama u realnom vremenu. Također, mobilne aplikacije za putovanja poboljšavaju angažman korisnika kroz personalizirane informacije i prijedloge, što dovodi do bogatijih i dubljih iskustava. Istraživanje je pokazalo da korisnici cijene brzinu, efikasnost i korisnost mobilnih aplikacija, koje im pomažu da se bolje snalaze u destinacijama i optimiziraju svoje aktivnosti tijekom putovanja.

Pametni telefoni su postali sastavni dio turističkog iskustva, djelujući kao nezaobilazni asistenti u navigaciji, komunikaciji i dokumentaciji putovanja.³³

Glavni motivi za korištenje aplikacija za putovanja su prikazani u Tablici 5.

Tablica 5. Glavni motivi za korištenje aplikacija za putovanja

| Motivacije | Postotak |
|----------------------------------|----------|
| Izvedba | 28% |
| Zadovoljstvo | 23% |
| Korisnost/percipirana vrijednost | 21% |
| Navika | 10% |
| Cijena | 7% |
| Ocjena aplikacije | 6% |
| Očekivanja menadžmenta | 3% |
| Društvena vrijednost | 2% |
| Emocionalna vrijednost | 0% |

Izvor: Izrada autora prema Dias, S., Afonso, V. A. (2021). Impact of mobile applications in changing the tourist experience. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 11(1).

U istraživanju o sustavnom pregledu mobilnih aplikacija za putovanja i njihovih pametnih značajki i izazova koji su proveli Sia i sur. (2023) je analiziran utjecaj pametnih značajki mobilnih aplikacija za putovanja (MTA) na turističku industriju, definirane su značajke koje povećavaju korisnički interes. Studija je obuhvatila analizu 193 Appleovih i 250 Googleovih aplikacija, od kojih je 36 aplikacija odabrano na temelju strogo definiranih kriterija za daljnju analizu. Otkriveno je da su usluge geolokacije, generatori planova putovanja, te personalizacija i preporuke u stvarnom vremenu najcjjenjenije značajke među korisnicima.³⁴

Također, istraživanje je istaknulo izazove s kojima se susreću turističke organizacije, programeri aplikacija i sami korisnici.

³³ Dias, Afonso, 2021., 3, 113.

³⁴ Sia i sur., 2023., 5, 2115-2138.

Izazovi uključuju visoka ulaganja potrebna za tehnološki razvoj, točnost geolokacijskih usluga i probleme povezane s privatnošću. Studija pruža uvide koje mogu koristiti turističke organizacije i programeri za optimizaciju pametnih značajki u svojim aplikacijama, čime se može poboljšati korisničko iskustvo i proširiti tržišni doseg.³⁵

Istraživanje koje je predstavljeno u radu "*A Study on the Trends and Influence of Mobile Applications in Travel & Tourism*" detaljno istražuje kako mobilne aplikacije mijenjaju pejzaž putovanja i turizma.

Autori se fokusiraju na to kako mobilne aplikacije zamjenjuju tradicionalne metode kao što su vodiči, karte i druge tiskane materijale, pružajući korisnicima novi i efikasniji način planiranja i provođenja putovanja.

Prema zaključcima istraživanja, aplikacije olakšavaju planiranje putovanja jer omogućuju korisnicima da pristupe informacijama o letovima, hotelima i atrakcijama te da izvrše rezervacije. Korisnici mogu pristupiti potrebnim informacijama u realnom vremenu, što povećava njihovu sigurnost i udobnost tijekom putovanja. Aplikacije pružaju personalizirane preporuke temeljene na prethodnim putovanjima i preferencijama korisnika.³⁶

Prikaz utjecaja mobilnih aplikacija na industriju putovanja i turizma je prikazan u Tablici 6.

Tablica 6. Prikaz utjecaja mobilnih aplikacija na industriju putovanja i turizma

| Kategorija | Detalji |
|-----------------------|---|
| Rezervacije | 45% korisnika vrši rezervacije putem mobilnih aplikacija. |
| Informacijski pristup | 52.2% turista koristi mobilne aplikacije za kupnju turističkih usluga. |
| Financijski utjecaj | 61.4% korisnika je spremno potrošiti više novca koristeći mobilne aplikacije za dodatne usluge. |

Izvor: Izrada autora prema Aishwarya, A., Agarwal, K., Rachana, C. R. (2018). A study on the trends and influence of mobile applications in travel & tourism. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 5(12).

Istraživanje također naglašava trendove u tehnologiji unutar industrije turizma, gdje je utvrđeno da do 80% rezervacija u posljednji trenutak dolazi putem mobilnih uređaja, što ukazuje na potrebu za mobilno optimiziranim rezervacijskim procesima.

³⁵ Ibidem.

³⁶ Aishwarya, Agarwal, Rachana, 2018., 5, 12.

Knjiga "Technology Application in the Tourism Industry in Asia: Theories and Practices" autora Anukrati Sharma i Shruti Arora detaljno istražuje kako se primjena tehnologije manifestira unutar turističke industrije u Aziji, naglašavajući njezin utjecaj na unaprjeđenje poslovnih procesa, povećanje konkurentnosti i poboljšanje korisničkog iskustva.³⁷

Knjiga "Technology Application in the Tourism Industry in Asia: Theories and Practices" autora Anukrati Sharma i Shruti Arora detaljno istražuje kako se primjena tehnologije manifestira unutar turističke industrije u Aziji, naglašavajući njezin utjecaj na unaprjeđenje poslovnih procesa, povećanje konkurentnosti i poboljšanje korisničkog iskustva.³⁸

Primjeri primjene tehnologija u azijskim zemljama su sljedeći:

- Indija - implementacija chatbota za pomoć u online rezervacijama.
- Kina - razvoj platformi za online rezervacije i virtualne turističke vodiče.
- Japan - upotreba tehnologije prepoznavanja lica i robotike u hotelskoj industriji.
- Ujedinjeni Arapski Emirati - integracija mobilnih aplikacija za poboljšanje turističkog iskustva u Dubaiju.³⁹

Promjene koje tehnologija donosi industriji:

- promjene u načinu na koji potrošači pristupaju uslugama, s povećanim očekivanjima u pogledu udobnosti i personalizacije usluga,
- implementacija inovativnih rješenja kao što su biometrijska verifikacija i automatizirani sustavi upravljanja gostima.⁴⁰

Istraživanje naglašava da je tehnologija važan pokretač evolucije i rasta turističke industrije u Aziji. Korištenje naprednih tehnoloških rješenja omogućava turističkim poduzećima da unaprijede operativne procese, poboljšaju korisničko iskustvo i ojačaju svoju tržišnu poziciju. U svjetlu trenutnih izazova, kao što su pandemija COVID-19, tehnologija nudi alate za brže prilagođavanje i efikasnije upravljanje kriznim situacijama.

³⁷ Hossain, 2023.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ Ibidem.

6. Istraživanje utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo

Mobilne aplikacije pružaju alate koji putovanja čine pristupačnijima, informativnijima i ugodnijima jer omogućuju korisnicima da na novi način dožive destinacije. U sklopu ovog poglavlja je istraženo kako korisnici percipiraju i koriste mobilne aplikacije u turističke svrhe.

6.1. Ciljevi i sadržaj istraživanja

Glavni cilj ovog istraživanja bio je razumjeti kako mobilne aplikacije utječu na turističko iskustvo korisnika. Cilj istraživanja je bio analizirati koje vrste mobilnih aplikacija turisti najčešće koriste tijekom planiranja i provedbe svojih putovanja, kako mobilne aplikacije utječu na odabir destinacija, te kako korisnici percipiraju korisnost i ograničenja povezana s tim aplikacijama.

Istraživačka pitanja su sljedeća:

- Kako mobilne aplikacije utječu na planiranje turističkih putovanja?
- Koje su glavne funkcionalnosti mobilnih aplikacija koje korisnici najviše cijene prilikom planiranja putovanja?
- Na koji način mobilne aplikacije utiču na odabir turističkih destinacija?
- Koliko mobilne aplikacije doprinose personalizaciji turističkog iskustva?
- Kako mobilne aplikacije olakšavaju komunikaciju i pristup informacijama o destinacijama?
- Koliko su korisnici zabrinuti za sigurnost i privatnost podataka prilikom korištenja mobilnih aplikacija za putovanja?
- Koji su glavni izazovi i ograničenja s kojima se korisnici susreću prilikom korištenja mobilnih aplikacija u turizmu?
- Kako mobilne aplikacije utječu na opće zadovoljstvo korisnika tijekom putovanja?

Hipoteze koje se postavljaju u radu su sljedeće:

H0: Mobilne aplikacije imaju pozitivan utjecaj na turističko iskustvo korisnika, omogućuju učinkovitije planiranje i personalizaciju putovanja.

H1: Korisnici mobilnih aplikacija za putovanja najviše cijene funkcionalnosti koje im omogućuju jednostavno bukiranje smještaja i navigaciju.

H2: Personalizirane preporuke u mobilnim aplikacijama znatno olakšavaju odabir turističkih destinacija.

H3: Mobilne aplikacije povećavaju osjećaj sigurnosti korisnika tijekom putovanja pružanjem ažuriranih informacija u stvarnom vremenu.

H4: Većina korisnika je zabrinuta u vezi sa sigurnošću i privatnošću svojih podataka prilikom korištenja mobilnih aplikacija za putovanja.

H5: Tehnički problemi i zastarjele informacije glavni su izazovi s kojima se korisnici susreću prilikom korištenja mobilnih aplikacija u turizmu.

6.2. Metodologija istraživanja

Sadržaj istraživanja obuhvaćao je sljedeće dijelove:

1. Demografski podaci ispitanika, spol i dob.
2. Vrste mobilnih aplikacija koje se koriste u procesu planiranja putovanja.
3. Učestalost preuzimanja novih aplikacija specifičnih za putovanja.
4. Načini na koje korisnici saznaju za mobilne aplikacije koje koriste.
5. Stavovi korisnika o korištenju mobilnih aplikacija za potrebe putovanja.
6. Utjecaj mobilnih aplikacija na planiranje i odabir destinacija.
7. Komunikacija i pristup informacijama putem mobilnih aplikacija.
8. Izazovi i ograničenja s kojima se korisnici susreću prilikom korištenja mobilnih aplikacija u turizmu

Istraživanje je realizirano putem anketnog upitnika, koji je osmišljen kako bi obuhvatio različite aspekte korištenja mobilnih aplikacija, koje uključuju demografske podatke, opća pitanja o korištenju aplikacije, utjecaj na planiranje i odabir destinacije, komunikaciju i informacije, te izazove i ograničenja s kojima se korisnici suočavaju. Istraživanje je trajalo mjesec dana, odnosno tijekom kolovoza 2024. godine.

Anketni upitnik kreiran je pomoću Google Forms alata i distribuiran je putem Facebook grupa koje se bave temama turizma. Ukupno je sudjelovalo 137 ispitanika koji su dobrovoljno i anonimno ispunili anketu. Upitnik se sastojao od zatvorenih pitanja s višestrukim izborom i pitanja koja su koristila Likertovu skalu za mjerenje intenziteta stavova ispitanika o različitim funkcionalnostima korištenja mobilnih aplikacija u turizmu.

Anketni upitnik korišten u ovom istraživanju sastoji se od niza zatvorenih pitanja, organiziranih u nekoliko tematskih cjelina. U prvoj sekciji prikupljeni su demografski podaci, koji uključuju spol i dobnu skupinu ispitanika.

Drugi dio upitnika fokusiran je na opća pitanja o korištenju mobilnih aplikacija za putovanja, uključujući vrste aplikacija koje ispitanici koriste, učestalost preuzimanja novih aplikacija, broj trenutno instaliranih aplikacija, te načine na koje su saznali za aplikacije.

Treći dio upitnika ispituje stavove o korištenju mobilnih aplikacija za potrebe putovanja kroz niz tvrdnji na Likertovoj skali, uključujući tvrdnje poput "Mobilne aplikacije su potrebne za planiranje putovanja" i "Više vjerujem aplikacijama s visokim ocjenama korisnika".

Četvrta sekcija istražuje utjecaj mobilnih aplikacija na planiranje i odabir destinacija, dok peta sekcija ispituje način na koji ispitanici koriste mobilne aplikacije za prikupljanje informacija o destinacijama, kao i važnost interaktivne komunikacije unutar aplikacije.

U nastavku upitnika je fokus bio na doprinos mobilnih aplikacija doživljaju destinacije, dok se posljednja sekcija bavi izazovima i ograničenjima kojima se korisnici susreću prilikom korištenja aplikacije tijekom putovanja. Pitanja u ovoj sekciji također su ocjenjivana na Likertovoj skali, pri čemu su ispitanici izražavali svoje slaganje s tvrdnjama poput "Zabrinut/a sam zbog mogućih sigurnosnih rizika prilikom korištenja osobnih podataka na mobilnim aplikacijama za putovanja" i "Tehnički problemi s mobilnim aplikacijama mogu negativno utjecati na moje iskustvo putovanja".

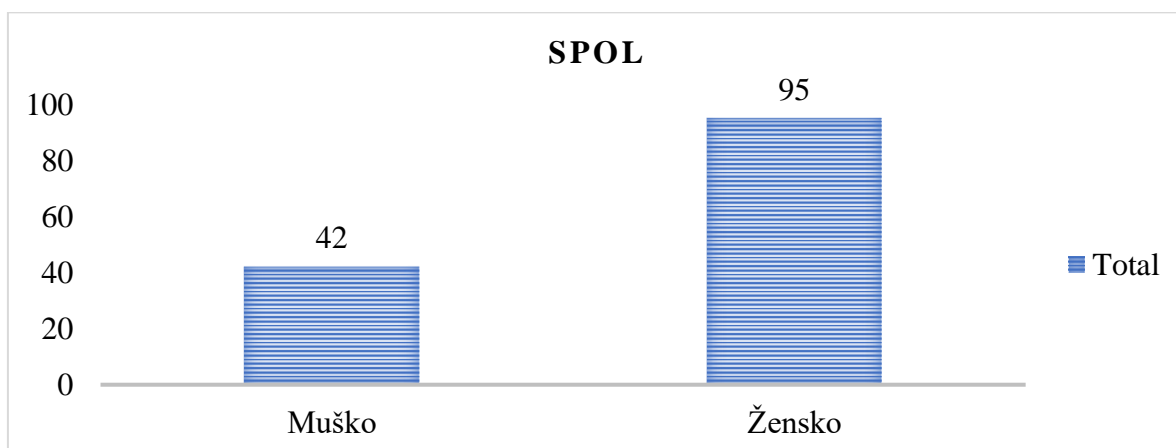
Pitanja u anketnom upitniku preuzeta su i prilagođena prethodnim istraživanjima provedenim sa strane različitih autora. Pitanja koja ispituju motivaciju za korištenje mobilnih aplikacija te percepciju njihova utjecaja na turističko iskustvo preuzeta su iz istraživanja koja su proveli Dias i Afonso (2021), koji su analizirali percepciju portugalskih turista o korištenju mobilnih turističkih aplikacija. Nadalje, pitanja koja ispituju izazove i ograničenja korisnika prilikom korištenja aplikacije prilagođena su iz istraživanja koje je proveo Sia i suradnici (2023), u kojem su analizirane pametne značajke mobilnih aplikacija za putovanja te izazovi s kojima se suočavaju turističke organizacije i korisnici.

6.3. Rezultati istraživanja

U ovom dijelu poglavlja su prikazani rezultati istraživanja koji se odnose na utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo.

Distribucija ispitanika po spolu je prikazana na Grafikonu 1.

Grafikon 1. Distribucija ispitanika po spolu

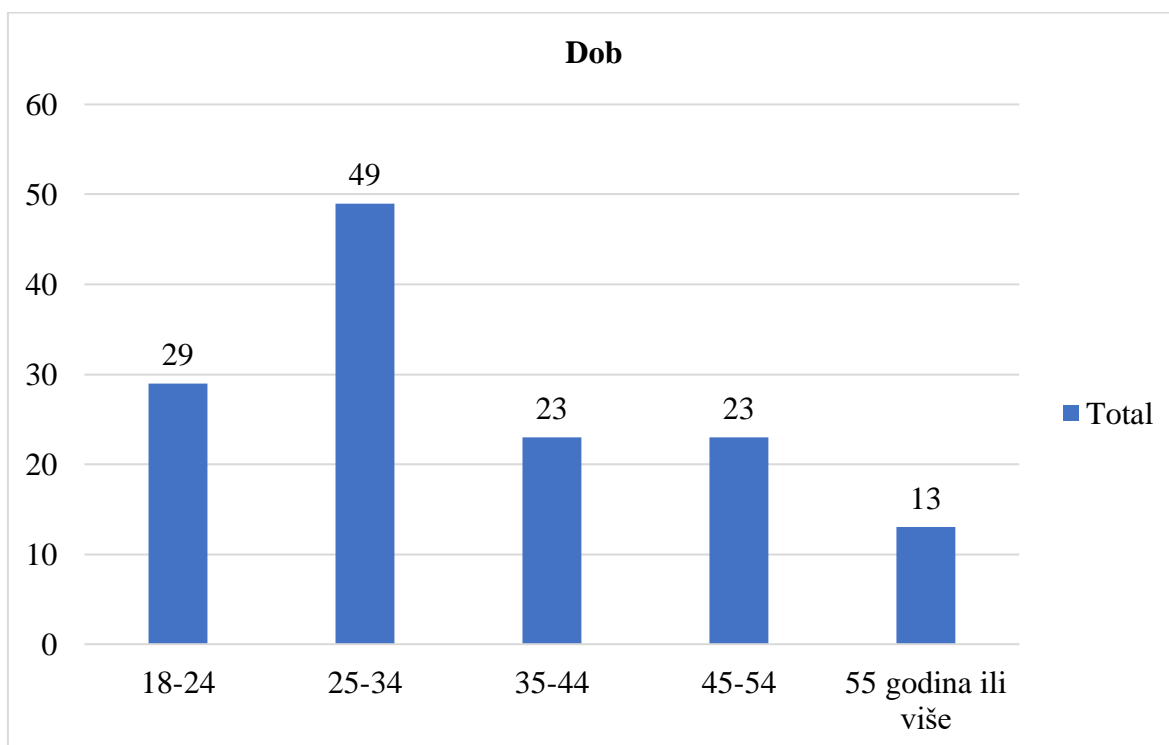


Izvor: Izrada autora

Iz podataka je vidljivo da je znatno veći broj ženskih ispitanika (95) u usporedbi s muškim ispitanicima (42).

Raspodjela ispitanika po dobnim skupinama je prikazana na Grafikonu 2.

Grafikon 2. Raspodjela ispitanika po dobnim skupinama



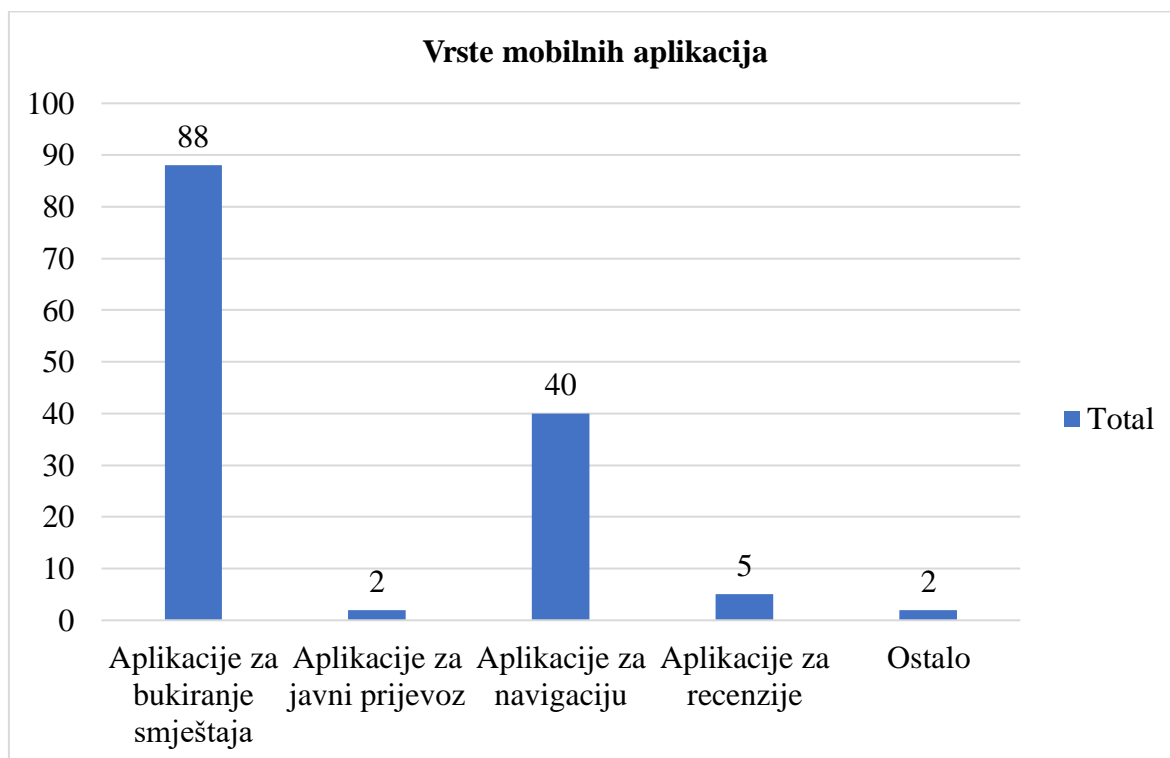
Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje distribuciju ispitanika različitih dobnih skupina koji su sudjelovali u istraživanju. Najbrojnija skupina su ispitanici u dobnom rasponu od 25 do 34 godine, njih 49, što ukazuje na to da je istraživanje privuklo mlađu populaciju.

Skupina od 18 do 24 godine broji 29 ispitanika je također prilično visoko. Broj ispitanika smanjuje se kod starijih dobnih skupina, sa 23 ispitanika u dobnim skupinama od 35 do 44 i od 45 do 54 godine. Najmanje ispitanika, njih 13, pripada skupini od 55 godina ili više.

Popularnost različitih vrsta mobilnih aplikacija za planiranje putovanja je prikazan na Grafikonu 3.

Grafikon 3. Popularnost različitih vrsta mobilnih aplikacija za planiranje putovanja



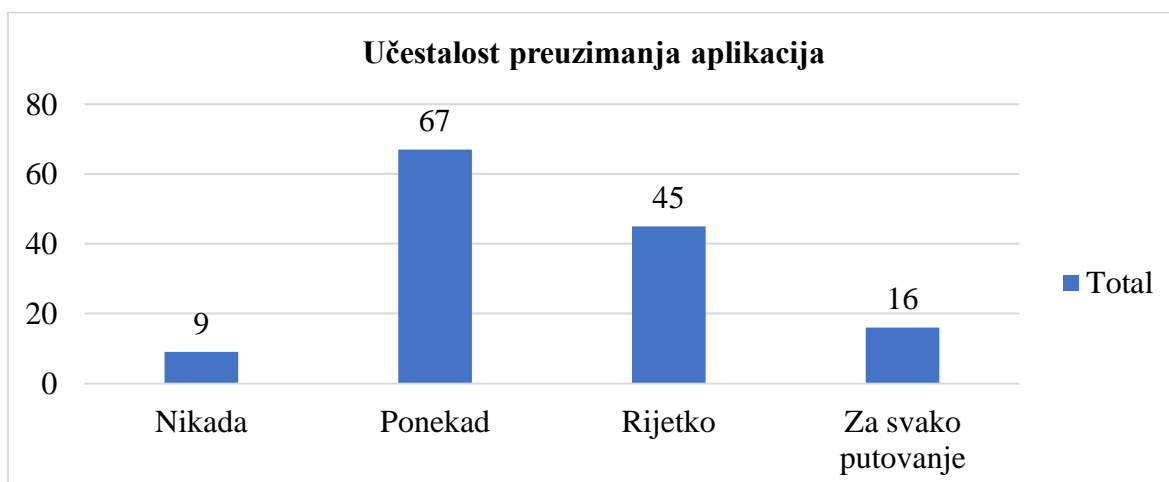
Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje odgovore na pitanje o upotrebi različitih vrsta mobilnih aplikacija koje ispitanici koriste prilikom planiranja putovanja. Iz rezultata je vidljivo da aplikacije za bukiranje smještaja dominiraju s ukupno 88 ispitanika koji ih koriste, što ukazuje na to da su aplikacije za bukiranje smještaja najčešće korištene vrsta aplikacija među ispitanicima.

Aplikacije za navigaciju su također popularne s 40 ispitanika koji ih koriste. Aplikacije za navigaciju su bitne orijentaciju u nepoznatom okruženju, što je čest slučaj tijekom putovanja. Sa sve većom dostupnošću GPS tehnologije na pametnim telefonima aplikacije za navigaciju vjerojatno koriste svi putnici, iako je po rezultatima vidljivo da su aplikacije za bukiranje smještaja dominantnije.

Učestalost preuzimanja novih mobilnih aplikacija za planiranje putovanja je prikazana na Grafikonu 4.

Grafikon 4. Učestalost preuzimanja novih mobilnih aplikacija za planiranje putovanja

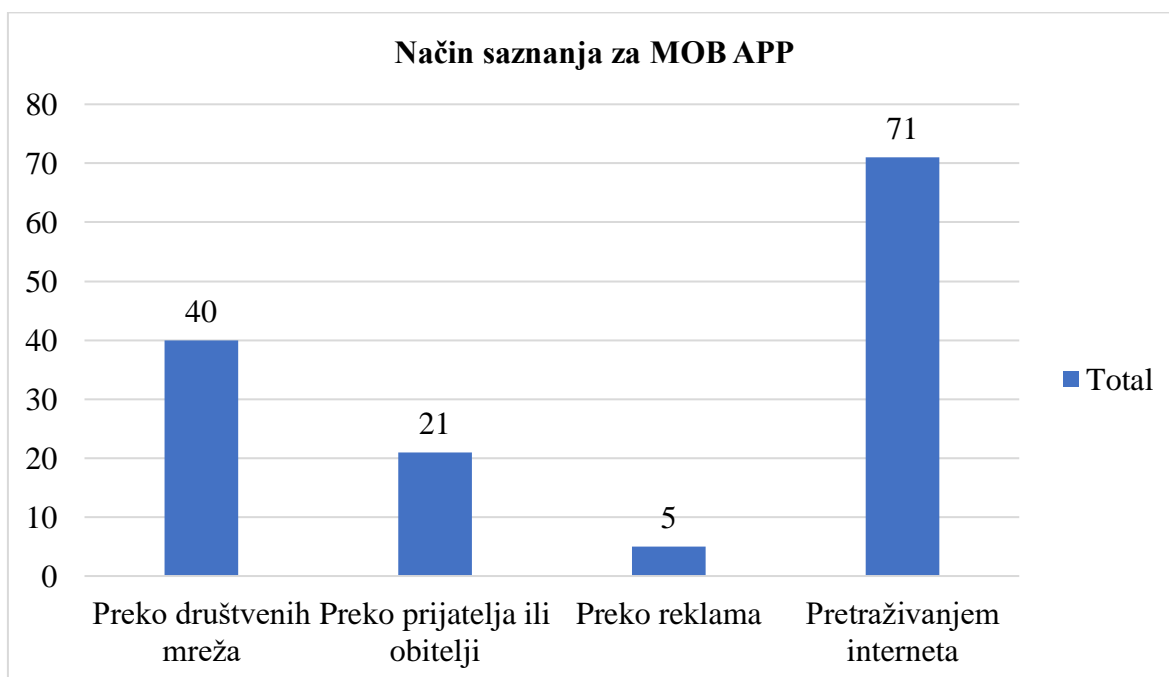


Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje kako ispitanici učestalo preuzimaju nove mobilne aplikacije za planiranje putovanja. Iz podataka vidljivo je da većina ispitanika (67 osoba) ponekad preuzima nove aplikacije za planiranje putovanja. Druga najčešća kategorija s 45 ispitanika je ona koja rijetko preuzima nove aplikacije. Značajan broj ispitanika, njih 16, navodi da za svako putovanje preuzimaju nove aplikacije.

Načini otkrivanja mobilnih aplikacija za planiranje putovanja su prikazani na Grafikonu 5.

Grafikon 5. Načini otkrivanja mobilnih aplikacija za planiranje putovanja

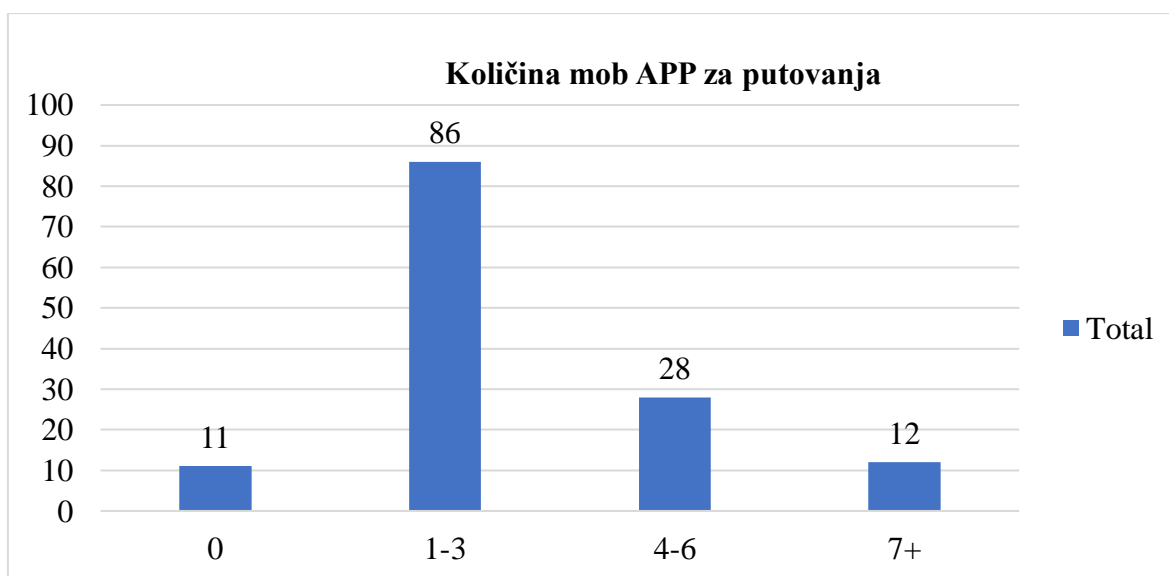


Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje različite načine na koje su ispitanici saznali za mobilne aplikacije koje koriste za planiranje putovanja. Pretraživanje interneta je najčešći način s ukupno 71 ispitanikom koji je naveo da za mobilne aplikacije u turizmu saznaje preko interneta. Na drugom mjestu po popularnosti su društvene mreže s 40 ispitanika, dok su preporuke prijatelja ili obitelji zabilježene kao izvor informacija za 21 ispitanika. Reklame su najmanje utjecajne, s samo 5 ispitanika koji su putem njih saznali za aplikacije.

Broj mobilnih aplikacija za putovanja instaliranih na uređajima ispitanika je prikazan na Grafikonu 6.

Grafikon 6. Broj mobilnih aplikacija za putovanja instaliranih na uređajima ispitanika



Izvor: Izrada autora

Većina ispitanika, njih 86, ima između 1 i 3 aplikacije instalirane. Grupa ispitanika koja ima između 4 i 6 aplikacija broji 28 sudionika, dok 12 ispitanika koristi 7 ili više aplikacija. Samo 11 ispitanika nema niti jednu mobilnu aplikaciju za putovanja instaliranu na svojim uređajima. Manji broj ispitanika preferira veći broj aplikacija, što ukazuje na određene potrebe korištenja mobilnih resursa za planiranje i organizaciju putovanja.

Stavovi o korištenju mobilnih aplikacija za planiranje putovanja su prikazani u Tablici 7.

Tablica 7. Stavovi o korištenju mobilnih aplikacija za planiranje putovanja

| Pitanje | AVERAGE | MODE | MEDIAN | STDEVP |
|---|---------|------|--------|--------|
| Mobilne aplikacije su neophodne za planiranje putovanja | 3.77 | 4 | 4.00 | 1.09 |

| | | | | |
|---|------|---|------|------|
| Lako nalazim aplikacije koje odgovaraju mojim potrebama za putovanjem | 4.07 | 5 | 4.00 | 0.90 |
| Prednost dajem aplikacijama koje su besplatne | 4.85 | 5 | 5.00 | 0.60 |
| Sklon/sklona sam isprobavanju novih aplikacija koje bi mogle poboljšati moje iskustvo putovanja | 3.70 | 5 | 4.00 | 1.16 |
| Mobilne aplikacije čine planiranje putovanja zabavnijim | 3.74 | 4 | 4.00 | 1.05 |
| Više vjerujem aplikacijama s visokim ocjenama korisnika | 4.28 | 5 | 5.00 | 0.93 |
| Brinem se o privatnosti i sigurnosti podataka prilikom korištenja aplikacija za putovanja | 3.88 | 5 | 4.00 | 1.14 |
| Mobilne aplikacije pomažu mi uštedjeti vrijeme prilikom planiranja putovanja | 4.28 | 5 | 4.00 | 0.90 |
| Preferiram aplikacije koje mi omogućuju personalizaciju planiranja putovanja | 3.85 | 5 | 4.00 | 1.11 |
| Sklon/sklona sam dijeliti svoja iskustva s putovanja putem mobilnih aplikacija | 3.03 | 3 | 3.00 | 1.25 |

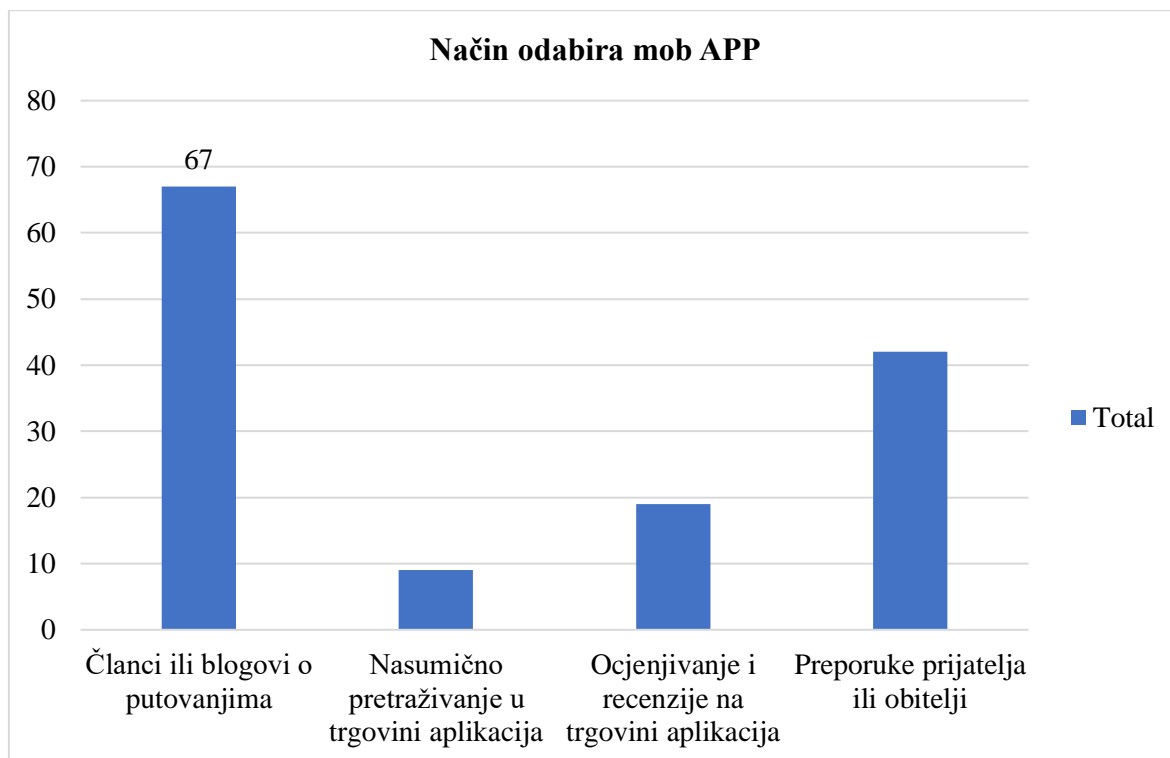
Izvor: Izrada autora

Rezultati pokazuju da je stav ispitanika prema mobilnim aplikacijama generalno pozitivan, s visokim ocjenama za korisnost i funkcionalnost u procesu planiranja putovanja. Osim toga, ispitanici izražavaju preferenciju za besplatne aplikacije te visoko vrednuju aplikacije koje omogućuju personalizaciju iskustva.

Iako postoji umjerena sklonost ka dijeljenju iskustava putem mobilnih aplikacija, većina ispitanika pokazuje ozbiljnu zabrinutost za sigurnost i privatnost svojih podataka prilikom korištenja aplikacije.

Metode odabira mobilnih aplikacija za planiranje putovanja su prikazane na Grafikonu 7.

Grafikon 7. Metode odabira mobilnih aplikacija za planiranje putovanja



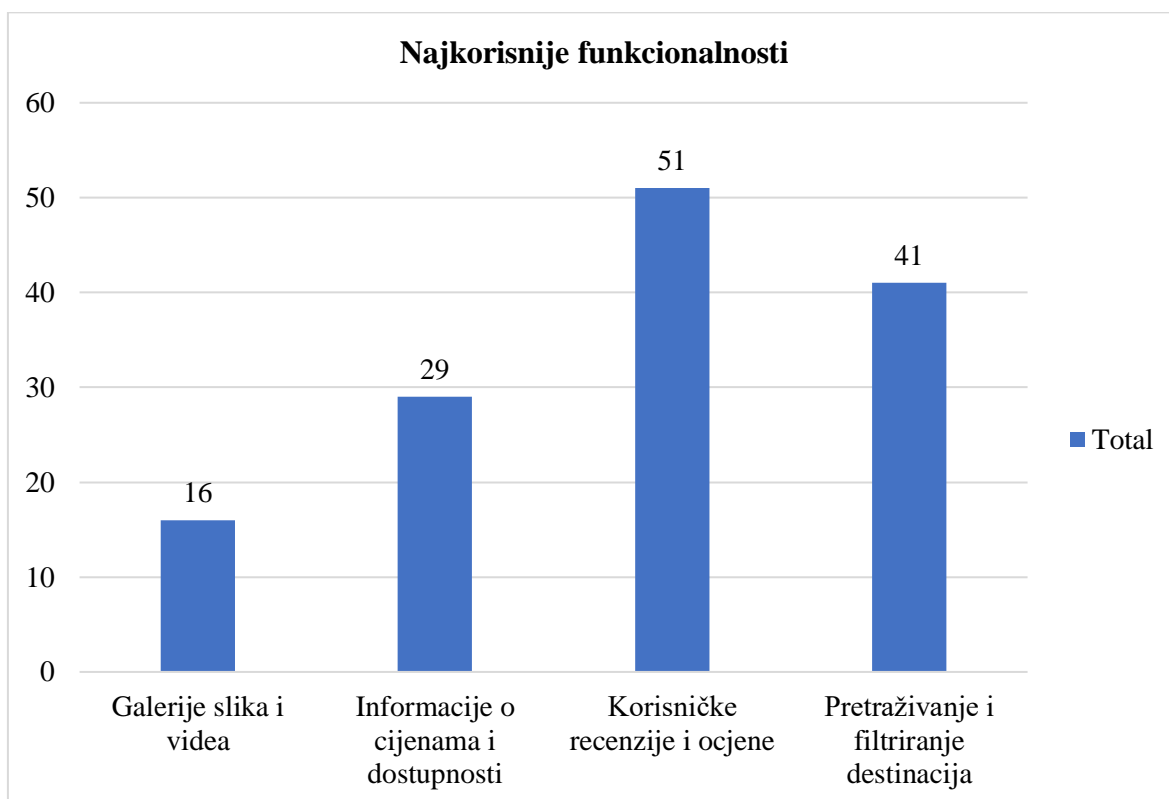
Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje kako ispitanici biraju mobilne aplikacije koje koriste za planiranje putovanja. Podaci su prikazani kroz četiri kategorije: članci ili blogovi o putovanjima, nasumično pretraživanje u trgovini aplikacija, ocjenjivanje i recenzije na trgovini aplikacija te preporuke prijatelja ili obitelji.

Iz grafikona je vidljivo da najveći broj ispitanika, njih 67, preferira odabir aplikacija na temelju preporuka prijatelja ili obitelji, što ukazuje na važnost osobnih preporuka u odlučivanju o korištenju određene aplikacije. Članci ili blogovi o putovanjima također su popularan izvor za odabir aplikacija, s 40 ispitanika koji ih koriste kao glavni način odabira. Manji broj ispitanika, njih 15 se oslanja na ocjenjivanje i recenzije dostupne u trgovinama aplikacija, dok je nasumično pretraživanje u trgovini aplikacija najmanje popularan izbor, s samo 12 ispitanika koji ga koriste kao metodu odabira.

Najvažnije funkcionalnosti mobilnih aplikacija za odabir destinacije su prikazane na Grafikonu 8.

Grafikon 8. Najvažnije funkcionalnosti mobilnih aplikacija za odabir destinacije



Izvor: Izrada autora

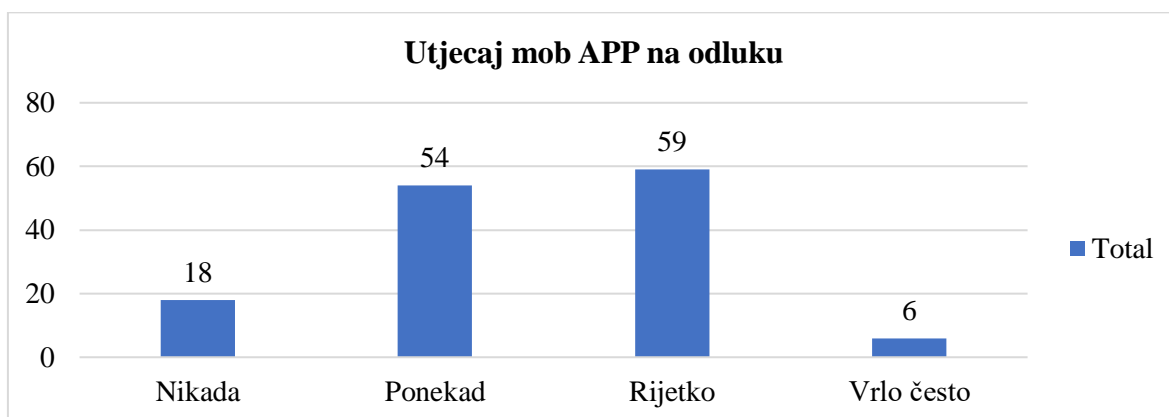
Grafikon prikazuje različite funkcionalnosti koje korisnici smatraju najkorisnijima pri korištenju mobilnih aplikacija za odabir destinacija. Funkcionalnosti su prikazane kroz četiri kategorije: galerije slika i videa, informacije o cijenama i dostupnosti, korisničke recenzije i ocjene, te pretraživanje i filtriranje destinacija.

Na grafikonu se vidi da najveći broj ispitanika, njih 51, najviše cijeni korisničke recenzije i ocjene prilikom korištenja aplikacija za odabir destinacija. Ova funkcionalnost omogućuje korisnicima da dobiju uvid u iskustva drugih, što im može pomoći u donošenju odluka o putovanju. Slijedi pretraživanje i filtriranje destinacija s 41 odgovorom, što ukazuje na to da korisnici cijene mogućnost prilagodbe pretrage kako bi pronašli destinacije koje najbolje odgovaraju njihovim interesima i potrebama.

Informacije o cijenama i dostupnosti zauzimaju treće mjesto s 29 odgovora što pokazuje da korisnici također cijene transparentnost i pristupačnost informacija koje mogu utjecati na planiranje i budžetiranje putovanja. Najmanje popularna funkcionalnost, prema grafikonu, su galerije slika i videa s 16 odgovora.

Utjecaj mobilnih aplikacija na odluku o odredištu putovanja je prikazan na Grafikonu 9.

Grafikon 9. Utjecaj mobilnih aplikacija na odluku o odredištu putovanja

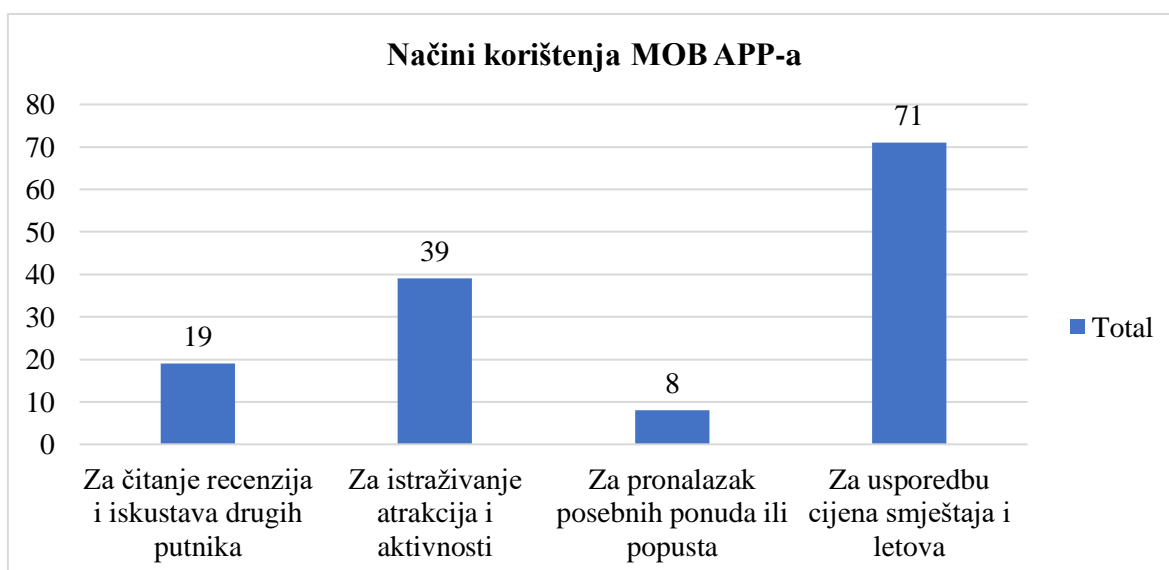


Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje kako mobilne aplikacije utječu na promjene odluka korisnika o odredištima putovanja. Odgovori su prikazani u četiri kategorije: "Nikada", "Ponekad", "Rijetko" i "Vrlo često". Na grafikonu se vidi da najveći broj ispitanika, njih 59, navodi da mobilne aplikacije "Rijetko" utječu na njihove odluke o odredištima putovanja. Slijedi kategorija "Ponekad" s 54 odgovora, što ukazuje na to da mobilne aplikacije ponekad imaju ulogu u promjeni odluka o destinacijama. Kategorija "Nikada" uključuje 18 odgovora, što pokazuje da značajan broj korisnika smatra da mobilne aplikacije ne utječu na njihove odluke o putovanjima. Naposljetku, vrlo mali broj ispitanika, samo 6, osjeća da mobilne aplikacije "Vrlo često" utječu na njihove odluke o odredištima putovanja.

Načini korištenja mobilnih aplikacija pri odabiru destinacije su prikazani u Tablici 10.

Grafikon 10. Načini korištenja mobilnih aplikacija pri odabiru destinacije



Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje različite načine na koje korisnici koriste mobilne aplikacije prilikom odabira destinacija za putovanja. Kategorije koje su istražene uključuju čitanje recenzija i iskustava drugih putnika, istraživanje atrakcija i aktivnosti, pronalazak posebnih ponuda ili popusta te usporedbu cijena smještaja i letova.

Većina ispitanika, njih 71, koristi mobilne aplikacije primarno za usporedbu cijena smještaja i letova. Slijedi istraživanje atrakcija i aktivnosti s 39 odgovora, pokazujući interes za detaljno planiranje i iskustvo na odredištu. Čitanje recenzija i iskustava drugih putnika koristi 19 ispitanika. Čitanje recenzija i iskustava drugih putnika u mobilnoj aplikaciji koristi 19 ispitanika.

Analiza utjecaja mobilnih aplikacija na odabir destinacije putovanja je prikazana u Tablici 8.

Tablica 8. Analiza utjecaja mobilnih aplikacija na odabir destinacije putovanja

| Statistička mjera | AVERAGE | MODE | MEDIAN | STDEVP |
|--|---------|------|--------|--------|
| Mobilne aplikacije su važne u procesu donošenja odluke o destinaciji putovanja | 3.17 | 3 | 3 | 1.17 |
| Informacije pronađene u mobilnim aplikacijama daju mi veće povjerenje u odabir destinacije | 3.55 | 3 | 4 | 0.97 |
| Personalizirane preporuke u aplikacijama znatno olakšavaju odabir destinacije | 3.53 | 4 | 4 | 1.08 |
| Mobilne aplikacije pomažu mi otkriti destinacije koje inače ne bih razmatrao/la | 3.46 | 3 | 4 | 1.14 |
| Vjerujem da mobilne aplikacije pružaju najnovije i najtočnije informacije o destinacijama | 3.47 | 3 | 3 | 0.94 |

Izvor: Izrada autora

Tablica Prikazuje statističke podatke o utjecaju mobilnih aplikacija na proces donošenja odluka o destinacijama putovanja. Analiza obuhvaća pet različitih dijelova, od važnosti mobilnih aplikacija u odlučivanju do povjerenja u informacije koje pružaju.

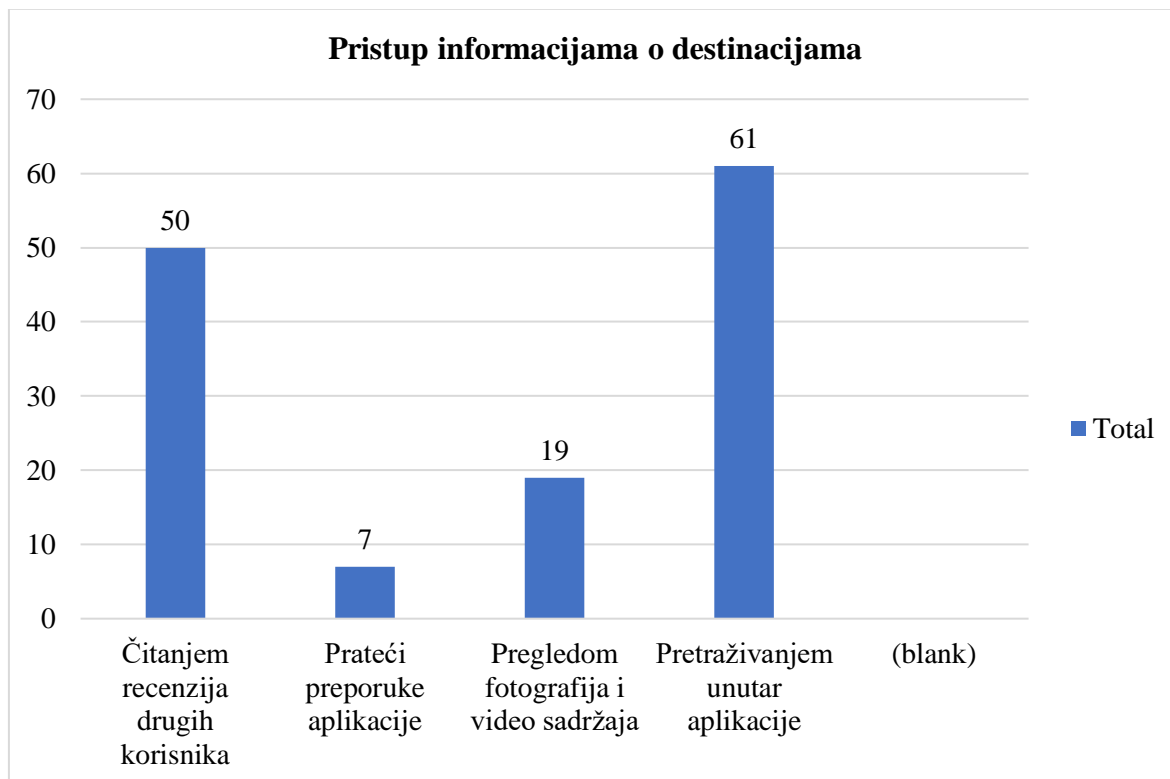
Za svaku tvrdnju prikazani su prosječni rezultati (AVERAGE), najčešće odabrane vrijednosti (MODE), medijani (MEDIAN) i standardne devijacije (STDEVP) ocjena koje su ispitanici dali, na skali od 1 do 5.

Prosjeci ocjena za sve tvrdnje se kreću od 3,17 do 3,55, što ukazuje na umjereno pozitivne stavove korisnika prema mobilnim aplikacijama kod planiranja putovanja. Medijanske vrijednosti su pretežno 4 za većinu tvrdnji, osim za prvu i posljednju tvrdnju gdje medijan iznosi 3. Najčešće odabrane vrijednosti (mode) su uglavnom 3, dok su za tvrdnje o personaliziranim preporukama i informacijama koje povećavaju povjerenje mode vrijednosti 4. Standardne devijacije su relativno niske, što ukazuje na manju varijabilnost u odgovorima, posebno za tvrdnje o povjerenju u informacije koje aplikacije pružaju, gdje je standardna devijacija 0,94.

Iz prikazanih podataka se može zaključiti da korisnici generalno cijene mobilne aplikacije kao korisne alate u planiranju putovanja.

Metode pristupa informacijama o destinacijama putem mobilnih aplikacija su prikazane na Grafikonu 11.

Grafikon 11. Metode pristupa informacijama o destinacijama putem mobilnih aplikacija

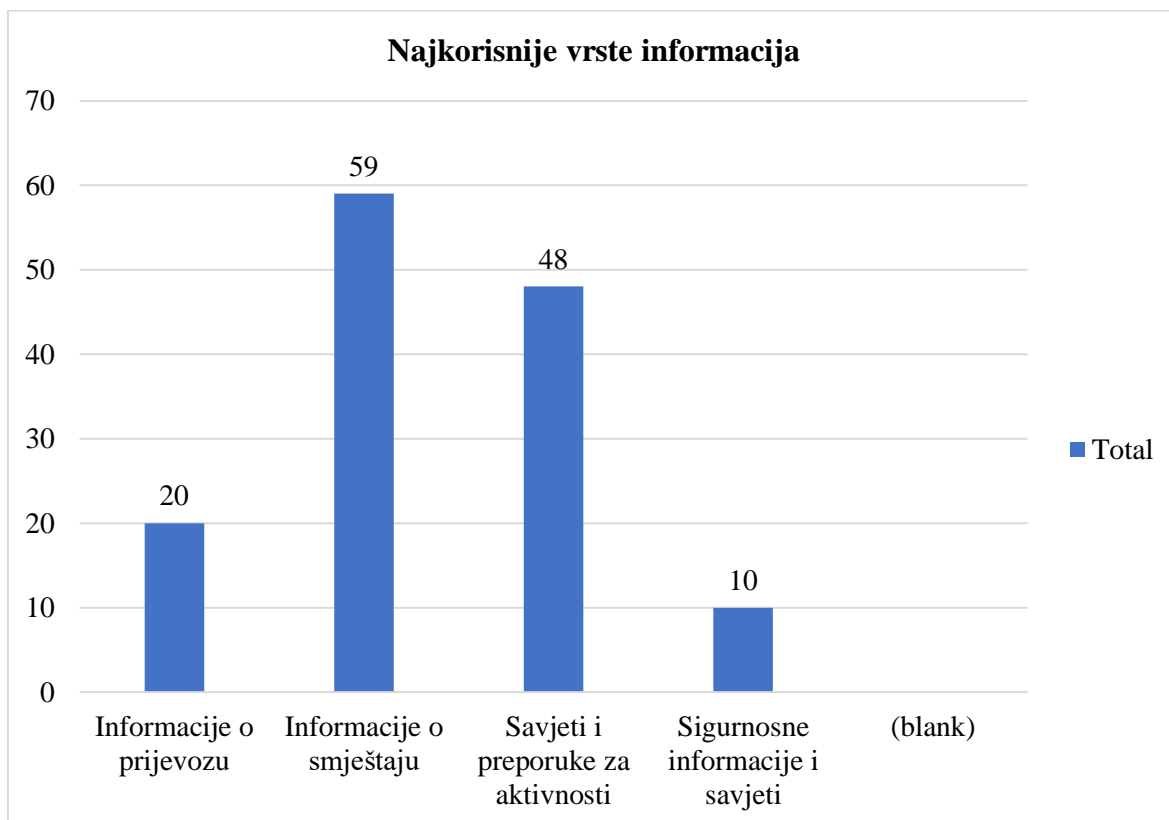


Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje koliko često ispitanici koriste različite metode za pristup informacijama o destinacijama putem mobilnih aplikacija. Na grafikonu se ističu dvije najpopularnije metode: čitanje recenzija drugih korisnika i pretraživanje unutar aplikacije. Ukupno pedeset ispitanika je navelo da čita komentare i recenzije drugih putnika dok je pretraživanje unutar aplikacije također popularno među ispitanicima. Pregled fotografija i video sadržaja koristi se u umjerenom broju, s 19 odgovora, dok prateće preporuke aplikacije koristi znatno manji broj korisnika, evidentirano je 7 odgovora.

Preferirane vrste informacija pri istraživanju destinacija putem mobilnih aplikacija su prikazane na Grafikonu 12.

Grafikon 12. Preferirane vrste informacija pri istraživanju destinacija putem mobilnih aplikacija



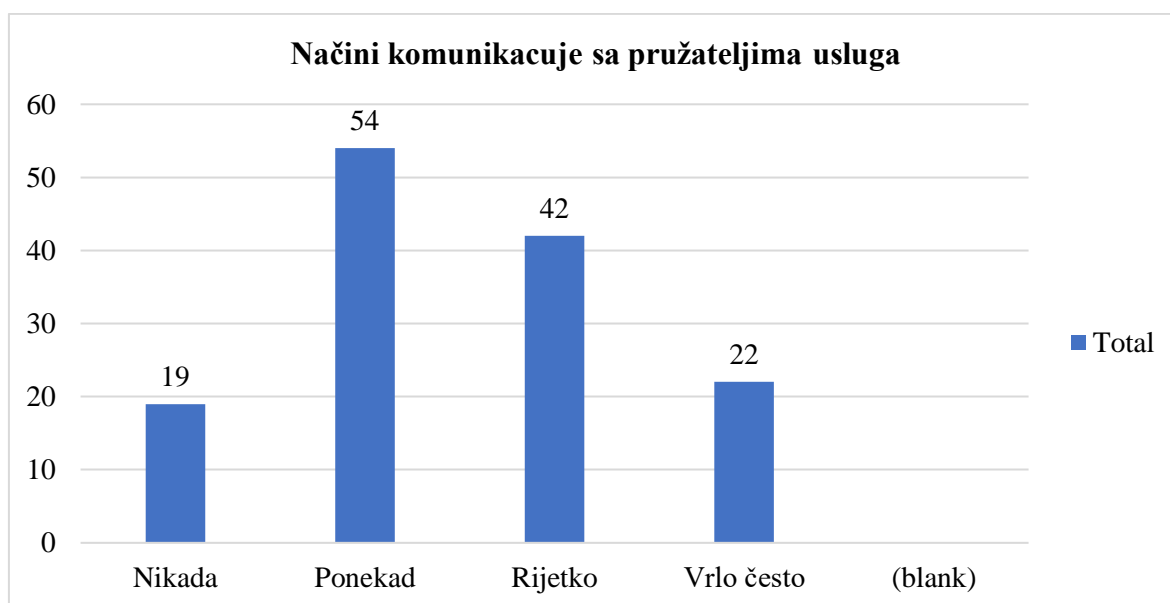
Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje preferencije korisnika vezano za vrste informacija koje smatraju najkorisnijima pri korištenju mobilnih aplikacija za istraživanje destinacija. Najveći broj korisnika, njih 59, najviše cijene informacije o smještaju kao važne pri planiranju putovanja. Savjeti i preporuke za aktivnosti također su visoko rangirani s 48 odgovora, što ukazuje na to da korisnici cijene aplikacije koje nude praktične savjete za stvari koje se mogu raditi na destinaciji.

Informacije o prijevozu su također zanimljive većem broju ispitanika, za 20 ispitanika, dok su sigurnosne informacije i savjeti najmanje preferirani s samo 10 odgovora, što može ukazati da sigurnost možda nije primarna briga prilikom korištenja aplikacija za istraživanje destinacija ili da korisnici smatraju da su te informacije manje relevantnim za njihove potrebe.

Učestalost komunikacije s pružateljima usluga putem mobilnih aplikacija su prikazane na Grafikonu 13.

Grafikon 13. Učestalost komunikacije s pružateljima usluga putem mobilnih aplikacija



Izvor: Izrada autora

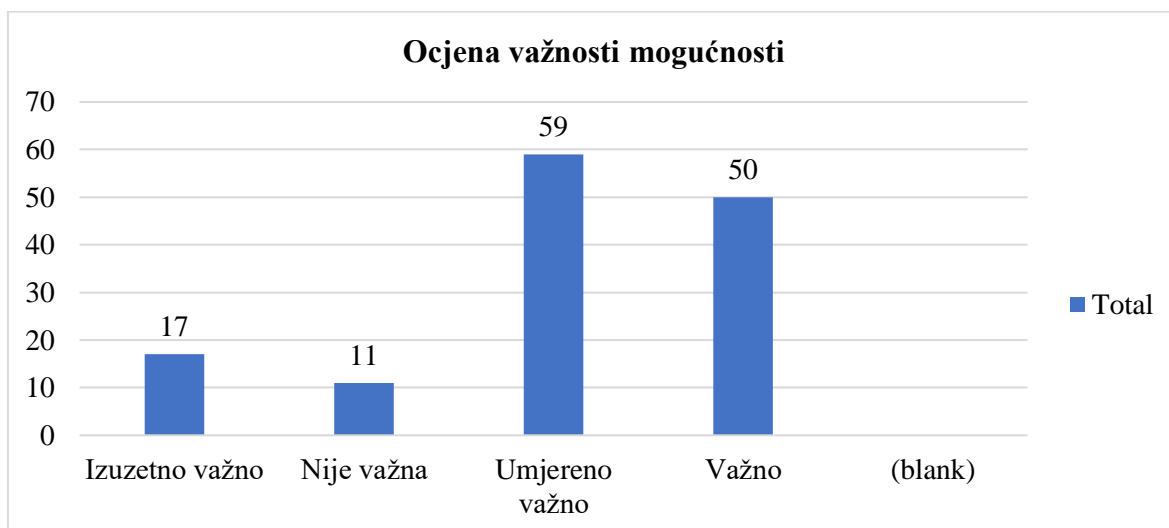
Grafikon prikazuje različite razine učestalosti s kojima korisnici komuniciraju s pružateljima usluga kao što su hoteli i restorani kroz mobilne aplikacije. Većina korisnika, njih 54, odgovorila je da rijetko koriste mobilne aplikacije za izravnu komunikaciju s pružateljima usluga.

Drugi najveći broj odgovora, 42, pripada kategoriji 'ponekad', što ukazuje na umjerenu upotrebu mobilnih aplikacija za komunikaciju s pružateljima usluga. Manji broj korisnika, 22, naveo je da vrlo često koriste mobilne aplikacije za ovu svrhu, što može sugerirati veću ovisnost o digitalnim alatima za organizaciju i planiranje svojih aktivnosti.

Manji broj korisnika, 19, izjavio je da nikada ne komuniciraju s pružateljima usluga putem mobilnih aplikacija, što može ukazivati na preferenciju za tradicionalnije oblike komunikacije ili na nedostatak potrebe za takvom interakcijom.

Važnost interaktivne komunikacije u mobilnim aplikacijama za putovanja je prikazana na Grafikonu 14.

Grafikon 14. Važnost interaktivne komunikacije u mobilnim aplikacijama za putovanja



Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje kako ispitanici vrijede mogućnost interaktivne komunikacije, poput chatova s lokalnim vodičima, unutar mobilnih aplikacija za putovanja. Najveći broj ispitanika, njih 59, smatra interaktivnu komunikaciju umjereno važnom. Navedeno može ukazati na to da korisnici cijene mogućnost komuniciranja kroz aplikacije, ali se ne smatraju važnim za svoje iskustvo putovanja.

Druga po skupina, s 50 ispitanika, ocijenila je ovu mogućnost kao važnu. Manji broj ispitanika, odnosno njih 17, funkcionalnost smatra važnom, što može implicirati da postoji određena skupina korisnika koja iznimno ovisi o interakciji unutar aplikacije za optimalno planiranje putovanja. S druge strane, 11 ispitanika je pokazalo da interaktivna komunikacija za njih nije važna, ukazuje na to da neki korisnici možda preferiraju manje izravne ili manje tehnološki oslonjene pristupe u organizaciji putovanja.

Korištenje mobilnih aplikacija za putovanje je prikazano u Tablici 9.

Tablica 9. Korištenje mobilnih aplikacija za putovanje

| Statistička mjera | AVERAGE | MODE | MEDIAN | STDEVP |
|--|---------|------|--------|--------|
| Informacije koje pružaju mobilne aplikacije olakšavaju mi planiranje putovanja | 4,04 | 5 | 4 | 0,91 |
| Pouzdanost informacija na mobilnim aplikacijama je važna za moje zadovoljstvo prilikom putovanja | 4,11 | 5 | 4 | 0,89 |

| | | | | |
|---|------|---|---|------|
| Preferiram aplikacije koje omogućavaju personalizaciju informacija prema mojim interesima | 3,85 | 4 | 4 | 0,9 |
| Komunikacija s lokalnim stanovništvom preko mobilnih aplikacija obogatila je moje putovanje | 2,98 | 3 | 3 | 1,22 |
| Ažurirane informacije na mobilnim aplikacijama su mi važne | 4,18 | 5 | 4 | 0,97 |

Izvor: Izrada autora

Prva tvrdnja "Informacije koje pružaju mobilne aplikacije olakšavaju mi planiranje putovanja" ima prosječnu ocjenu od 4,04, što se ukazuje da većina korisnika smatra da mobilne aplikacije imaju bitnu ulogu u pojednostavljenju procesa planiranja putovanja. Najčešća ocjena je 5, što dodatno potvrđuje da većina ispitanika misli da informacije koje pružaju mobilne aplikacije olakšavaju planiranje putovanja.

Druga tvrdnja, „Pouzdanost informacija na mobilnim aplikacijama važna je za moje zadovoljstvo prilikom putovanja“, dobila je prosječnu ocjenu od 4,11, s najvećom ocjenom 5 i medijanom 4. Rezultati potvrđuju na to da ispitanici koji koriste mobilne aplikacije cijene točne i pouzdane informacije, što je važno za zadovoljstvo tijekom putovanja.

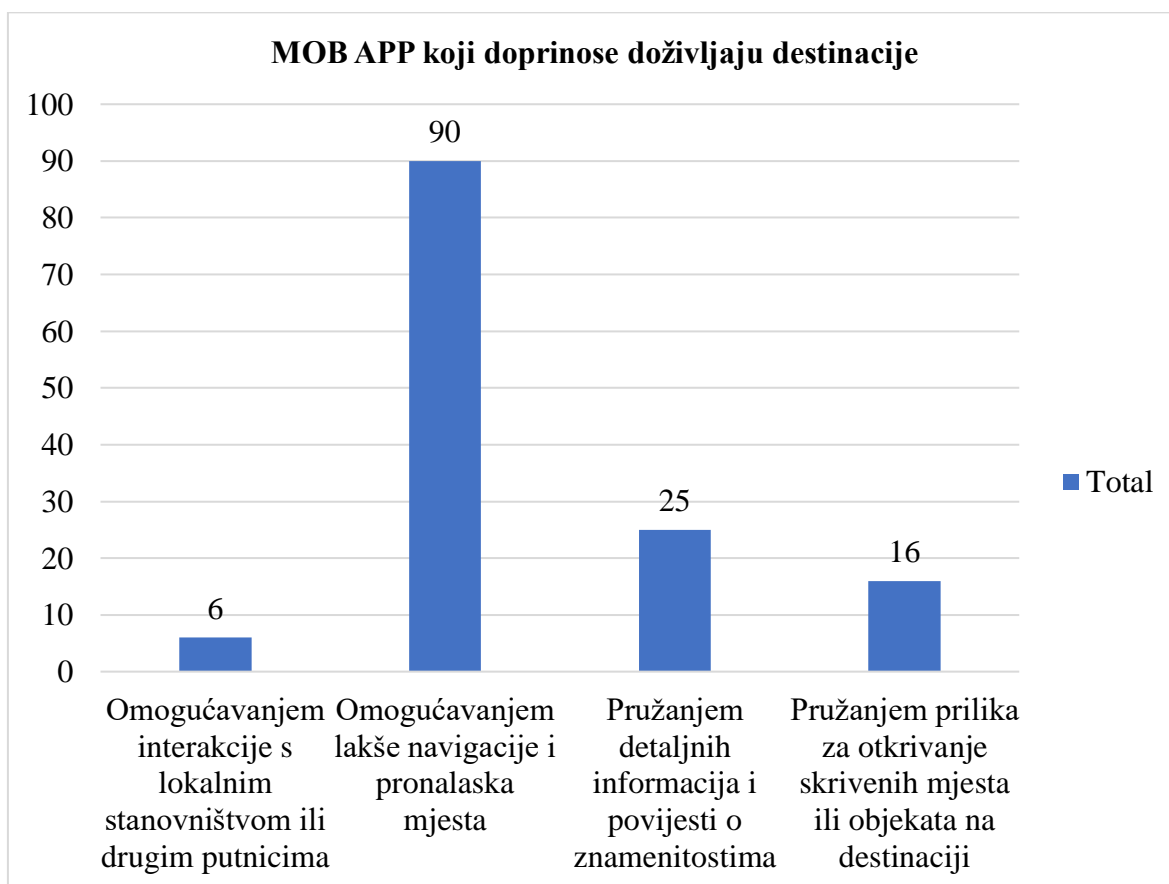
Treća tvrdnja "Preferiram aplikacije koje omogućuju personalizaciju informacija prema mojim interesima" ima nešto nižu prosječnu ocjenu od 3,85. Iako je medijan 4, najveća ocjena je 4, što ukazuje na to da korisnici vrijede personalizaciju, ali možda ne u istoj mjeri kao i pouzdanost informacija.

Četvrta tvrdnja "Komunikacija s lokalnim stanovništvom putem mobilnih aplikacija obogatila je moje putovanje" ima znatno nižu prosječnu ocjenu od 2,98, s medijanom i najčešćom ocjenom od 3 što ukazuje na to da korisnici ne smatraju interakciju s lokalnim stanovništvom putem aplikacije osobito korisnim za svoje iskustvo putovanja, a visoka standardna devijacija ukazuje na značajnu raznolikost u mišljenju.

Zadnja tvrdnja "Ažurirane informacije o mobilnim aplikacijama su mi važne" ima visoku prosječnu ocjenu od 4,18, s najvećom ocjenom 5 i medijanom 4, što pokazuje da korisnici visoko cijene informacije koje pružaju mobilne aplikacije.

Mobilne aplikacije i njihov doprinos doživljaju destinacije su prikazane na Grafikonu 15.

Grafikon 15. Mobilne aplikacije i njihov doprinos doživljaju destinacije



Izvor: Izrada autora

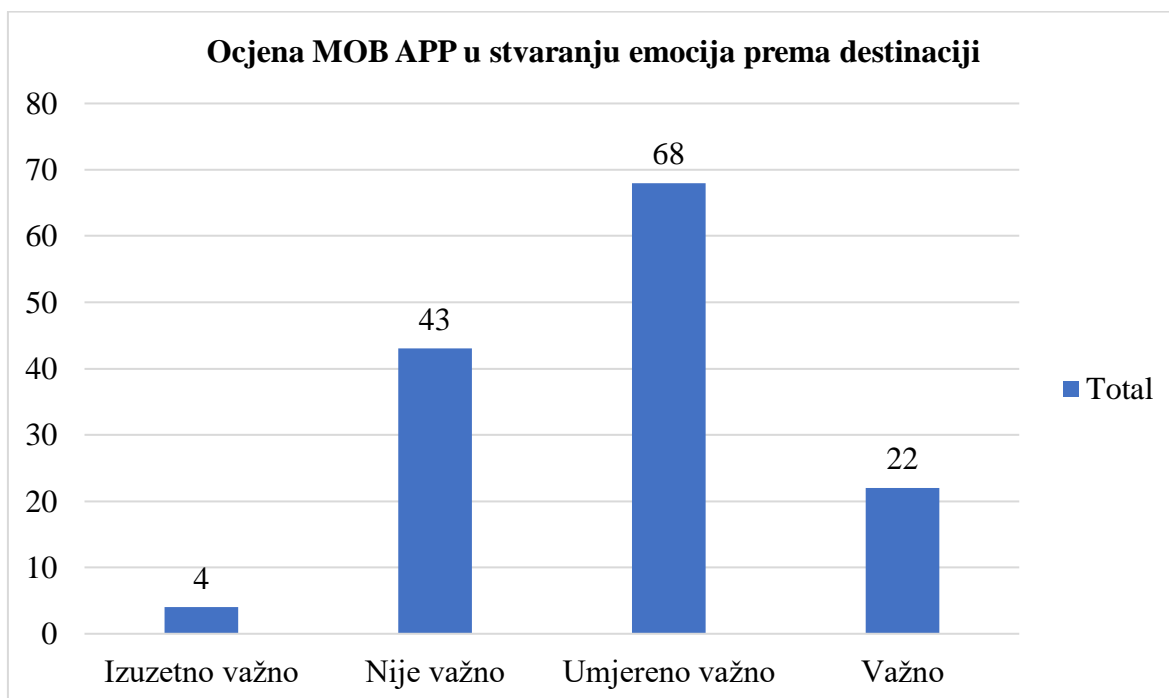
Grafikon prikazuje kako korisnici percipiraju doprinos različitih vrsta mobilnih aplikacija njihovom iskustvu destinacije. Navedene su četiri kategorije mobilnih aplikacija koje korisnici koriste za poboljšanje doživljaja destinacije. Najviše korisnika, njih 90, smatra da aplikacije koje olakšavaju navigaciju i pronalazak mjesta najviše doprinose njihovom doživljaju odredišta.

Druga najpopularnija kategorija su aplikacije koje pružaju detaljne informacije i povijest o znamenitostima, s ukupno 25 ispitanika koji su naveli da prate informacije o povijesnim znamenitostima. Manje popularna, ali i dalje značajna, je kategorija aplikacija koje pružaju priliku za otkrivanje skrivenih mjesta ili objekata na destinaciji, što 16 korisnika smatra važnim za svoje putovanje.

Najmanje korisnika, samo njih 6, smatra da aplikacije koje omogućuju interakciju s lokalnim stanovništvom ili drugim putnicima značajno doprinose njihovom doživljaju destinacije.

Važnost mobilnih aplikacija u stvaranju emocionalne povezanosti s destinacijom je prikazana na Grafikonu 16.

Grafikon 16. Važnost mobilnih aplikacija u stvaranju emocionalne povezanosti s destinacijom



Izvor: Izrada autora

Vidljivo je da većina ispitanika, njih 68, smatra da je umjereno važno kako mobilne aplikacije doprinose emocionalnom doživljaju odredišta, što ukazuje na to da korisnici prepoznaju neku razinu doprinosa mobilnih aplikacija, ali to nije presudno za njihovu emocionalnu povezanost s mjestom.

Kategorija koja je ocijenjena kao 'Važno' također ima značajan broj odgovora, s ukupno 22 ispitanika koji vjeruju da mobilne aplikacije bitnu ulogu u stvaranju emocionalne povezanosti s destinacijama koje posjećuju.

S druge strane, 43 ispitanika smatra da mobilne aplikacije nisu važne za stvaranje emocionalne povezanosti s destinacijom. Najmanje ispitanika, samo 4, vidi mobilne aplikacije kao iznimno važne u stvaranju emocionalne povezanosti.

Utjecaj mobilnih aplikacija na iskustvo putovanja je prikazano u Tablici 10.

Tablica 11. Utjecaj mobilnih aplikacija na iskustvo putovanja

Tablica 10. Utjecaj mobilnih aplikacija na iskustvo putovanja

| Statistička mjera | AVERAGE | MODE | MEDIAN | STDEVP |
|-------------------|---------|------|--------|--------|
|-------------------|---------|------|--------|--------|

| | | | | |
|--|------|---|---|------|
| Mobilne aplikacije povećavaju moju znatiželju i želju za istraživanjem novih mjesta | 3,52 | 4 | 4 | 1,21 |
| Koristeći mobilne aplikacije, osjećam se sigurnije tijekom istraživanja nepoznatih destinacija | 3,83 | 4 | 4 | 0,95 |
| Mobilne aplikacije pružaju mi osjećaj povezanosti s lokalnom kulturom i zajednicom | 2,95 | 3 | 3 | 1,03 |
| Putem mobilnih aplikacija lakše pronalazim lokalne događaje i aktivnosti koje obogaćuju moje putovanje | 3,83 | 4 | 4 | 0,96 |
| Uloga mobilnih aplikacija je važna u stvaranju nezaboravnih doživljaja na mojim putovanjima | 3,20 | 3 | 3 | 1,13 |

Izvor: Izrada autora

Tablica prikazuje podatke o percepciji korisnika mobilnih aplikacija u kontekstu njihova putovanja. Podaci su prikazani kroz različite tvrdnje koje ocjenjuju važnost mobilnih aplikacija za istraživanje novih mjesta, osjećaj sigurnosti, povezanost s lokalnom kulturom, pronalazak lokalnih događanja i aktivnosti te stvaranje nezaboravnih doživljaja.

Za tvrdnju da mobilne aplikacije povećavaju znatiželju i želju za istraživanjem, prosječna ocjena je 3,52, s modom i medijanom 4, što ukazuje na općenito pozitivan stav prema utjecaju mobilnih aplikacija na istraživački duh korisnika. Standardna devijacija je 1,21, što ukazuje na umjerenu varijabilnost u odgovorima.

Tvrdnja da aplikacije povećavaju osjećaj sigurnosti tijekom istraživanja nepoznatih destinacija ima prosjek 3,83, s modom i medijanom 4, što ukazuje na to da mnogi korisnici vjeruju u sigurnosni dio aplikacije. Niska standardna devijacija od 0,95 implicira relativno usklađene stavove među ispitanicima.

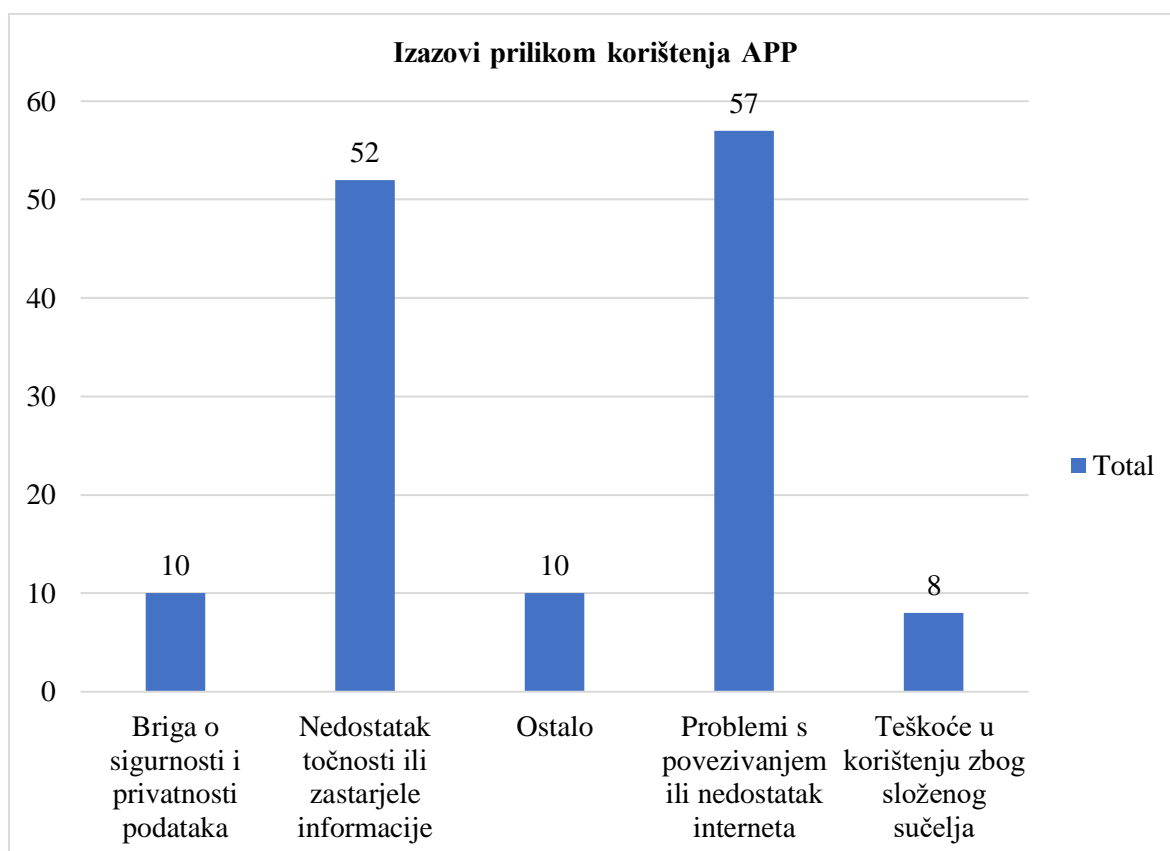
Što se tiče povezanosti s lokalnom kulturom i zajednicom, prosječna ocjena je najniža od svih, 2,95, s modom 3 i medijanom 3. Prikazani rezultat može ukazati na to da mobilne aplikacije možda ne uspijevaju u potpunosti prenijeti dublje kulturne dijelove destinacije ili da korisnici preferiraju druge metode povezivanja.

Pronalazak lokalnih događaja i aktivnosti putem mobilnih aplikacija ocijenjen je visoko, s prosječnom ocjenom 3,83 i modom te medijanom 4, što ukazuje na to da korisnici cijene aplikacije koje im omogućuju lako otkrivanje i uključivanje u lokalne događaje.

Ocjena važnosti mobilnih aplikacija u stvaranju nezaboravnih doživljaja na putovanjima je 3,20, s modom 3 i medijanom 3. Standardna devijacija od 1,13.

Izazovi pri korištenju mobilnih aplikacija tijekom putovanja su prikazani na Grafikonu 17.

Grafikon 17. Izazovi pri korištenju mobilnih aplikacija tijekom putovanja



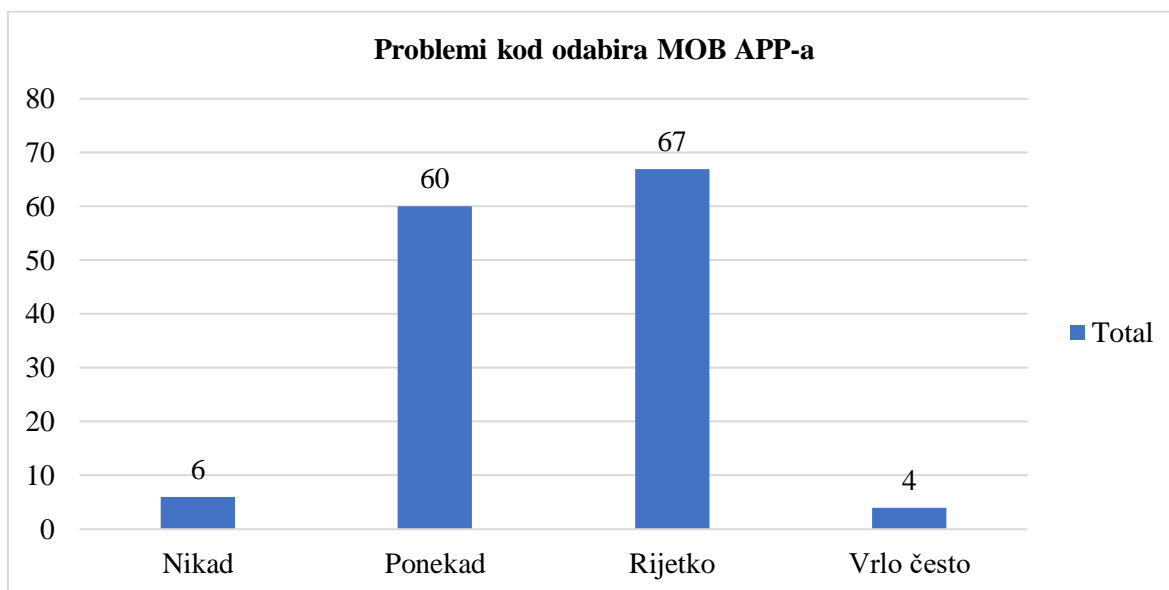
Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje odgovore ispitanika na izazove s kojima se korisnici aplikacije suočavaju prilikom korištenja mobilnih aplikacija za putovanja. Najveći broj korisnika izdvaja probleme s povezivanjem ili nedostatak interneta i nedostatak točnosti ili zastarjele informacije kao glavni izazov.

Ostale navedene kategorije uključuju brigu o sigurnosti i privatnosti podataka, teškoće zbog složenog sučelja te druge probleme.

Učestalost tehničkih problema pri korištenju mobilnih aplikacija za putovanja je prikazana na Grafikonu 18.

Grafikon 18. Učestalost tehničkih problema pri korištenju mobilnih aplikacija za putovanja



Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje kako korisnici mobilnih aplikacija za putovanja percipiraju učestalost tehničkih problema, poput grešaka u aplikaciji ili problema s prijavom. Većina korisnika navodi da rijetko ili vrlo često susreće tehničke probleme, što ukazuje na varijabilnost u iskustvima korisnika s različitim aplikacijama ili možda ovisno o njihovim uređajima i mrežnim uvjetima. Manji broj korisnika navodi da se nikada ili ponekad ne susreću tehnički problemi, što ukazuje na stabilnost i pouzdanost nekih aplikacija.

Izazovi u korištenju mobilnih aplikacija za putovanja su prikazani u Tablici 11.

Tablica 11. Izazovi u korištenju mobilnih aplikacija za putovanja

| Statistička mjera | AVERAGE | MODE | MEDIAN | STDEVP |
|---|---------|------|--------|--------|
| Mobilne aplikacije ponekad pružaju informacije koje nisu prilagođene mojim potrebama | 3,18 | 3 | 3 | 0,82 |
| Zabrinut/a sam zbog mogućih sigurnosnih rizika prilikom korištenja osobnih podataka na mobilnim aplikacijama za putovanja | 2,91 | 3 | 3 | 1,15 |

| | | | | |
|---|------|---|---|------|
| Tehnički problemi s mobilnim aplikacijama mogu negativno utjecati na moje iskustvo putovanja | 3,14 | 3 | 3 | 1,20 |
| Naišao/la sam na situacije gdje su mobilne aplikacije prikazivale zastarjele ili netočne informacije o destinaciji | 3,15 | 3 | 3 | 1,17 |
| Osjećam se ograničeno/ograničena prilikom korištenja mobilnih aplikacija zbog nedostatka prilagodbe sadržaju na jezicima koje razumijem | 2,58 | 3 | 3 | 1,23 |

Izvor: Izrada autora

Korisnici smatraju da mobilne aplikacije ponekad ne pružaju informacije koje su prilagođene njihovim potrebama, s prosječnom ocjenom od 3,18, što upućuje na to da postoji prostor za poboljšanje personalizacije sadržaja. Zabrinutost zbog sigurnosti osobnih podataka također je prisutna, ali s nešto nižim prosječnim ocjenama što ukazuje na umjerenu razinu brige među korisnicima.

Tehnički problemi i zastarjele ili netočne informacije također negativno utječu na korisničko iskustvo, s prosječnim ocjenama oko 3,14 i 3,15. Navedeno pokazuje da korisnici često nailaze na tehnička ograničenja ili pogreške koje mogu smanjiti njihovo zadovoljstvo učinkovitost prilikom korištenja aplikacije. Zanimljivo je primijetiti da je ograničenost zbog jezičnih barijera ocijenjena najnižom prosječnom ocjenom od 2,58, što ukazuje da većina korisnika ne smatra jezik značajno preprekom, vjerojatno zbog dostupnosti aplikacije na više jezika ili zbog korisnika koji uglavnom koriste aplikacije na jezicima koji razumiju.

Rezultati provedenog istraživanja prikazuju načine na koje mobilne aplikacije utječu na turističko iskustvo korisnika. Istraživanje pokazuje kako se aplikacije smatraju važnim mobilnim alatom u planiranju i provedbi putovanja, što je vidljivo iz visoke učestalosti njihove upotrebe i pozitivnih stavova ispitanika prema njihovoj korisnosti. Ispitanici koriste aplikacije za bukiranje smještaja i navigaciju, što ukazuje na to da su te funkcionalnosti većinom percipirane kao najkorisnije.

Ispitanici cijene aplikacija koje pružaju ažurirane i pouzdane informacije te omogućuju personalizaciju iskustva, što je vidljivo iz njihove sklonosti prema aplikacijama koje omogućuju personalizaciju planiranja.

Ipak, iako korisnici prepoznaju brojne prednosti mobilnih aplikacija, istraživanje također otkriva izazove s kojima se korisnici susreću. Glavni izazovi uključuju tehničke probleme, poteškoće s povezivanjem, zastarjele ili netočne informacije te zabrinutost za sigurnost i privatnost podataka.

Istraživanje također ukazuje na bitnu ulogu osobnih preporuka u odabiru aplikacije, što ukazuje na to da unatoč dostupnosti različitih izvora informacija, osobna komunikacija i dalje ima bitnu ulogu u procesu donošenja odluka.

Na temelju provedene analize se može zaključiti da, iako mobilne aplikacije znatno obogaćuju turističko iskustvo, postoji prostor za njihovo unaprjeđenje, posebno u pogledu tehničke pouzdanosti i personalizacije sadržaja.

6.4. Diskusija

Rezultati provedenog istraživanja prikazuju načine na koje mobilne aplikacije utječu na turističko iskustvo korisnika. Istraživanje pokazuje kako se aplikacije smatraju važnim mobilnim alatom u planiranju i provedbi putovanja, što je vidljivo iz visoke učestalosti njihove upotrebe i pozitivnih stavova ispitanika prema njihovoj korisnosti. Ispitanici koriste aplikacije za bukiranje smještaja i navigaciju, što ukazuje na to da su te funkcionalnosti većina percepirane kao najkorisnije.

Ispitanici cijene aplikacija koje pružaju ažurirane i pouzdane informacije te omogućuju personalizaciju iskustva, što je vidljivo iz njihove sklonosti prema aplikacijama koje omogućuju personalizaciju planiranja.

Ipak, iako korisnici prepoznaju brojne prednosti mobilnih aplikacija, istraživanje također otkriva izazove s kojima se korisnici susreću. Glavni izazovi uključuju tehničke probleme, poteškoće s povezivanjem, zastarjele ili netočne informacije te zabrinutost za sigurnost i privatnost podataka.

Istraživanje također ukazuje na bitnu ulogu osobnih preporuka u odabiru aplikacije, što ukazuje na to da unatoč dostupnosti različitih izvora informacija, osobna komunikacija i dalje ima bitnu ulogu u procesu donošenja odluka.

Na temelju provedene analize se može zaključiti da, iako mobilne aplikacije znatno obogaćuju turističko iskustvo, postoji prostor za njihovo unaprjeđenje, posebno u pogledu tehničke pouzdanosti i personalizacije sadržaja. IT stručnjaci koji razvijaju aplikacije bi trebali težiti kreiranju intuitivnih, pouzdanih i personaliziranih aplikacija koje ne samo da će zadovoljiti trenutne potrebe korisnika već i predvidjeti i integrirati nove funkcionalnosti koje će dodatno obogatiti korisničko iskustvo.

Razlika između ranije provedenih istraživanja i rezultata istraživanja koje je provedeno u ovom radu se mogu istaknuti u nekoliko dijelova. Ranija istraživanja općenito su se fokusirala na opće trendove i percepciju korisnika mobilnih aplikacija za putovanja, dok je istraživanje provedeno u ovom radu prikazalo specifične motive, učestalost korištenja i izazove s kojima se korisnici aplikacija suočavaju.

Ranija provedena istraživanja u usporedbi sa istraživanjem utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo su prikazana u Tablici 12.

Tablica 12. Ranija provedena istraživanja u usporedbi sa istraživanjem utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo

| Kategorija | Ranija istraživanja | Rezultati istraživanja utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo |
|-------------------------------------|--|--|
| Motivacija za korištenje | Većinom funkcionalnosti (npr. rezervacije) | Raznoliki motivi uključujući zadovoljstvo (23%), korisnost (21%) |
| Percepcija korisnosti | Općenito visoko cijenjene | Visoka cijena personalizacije i ažuriranosti informacija |
| Izazovi u korištenju | Dominacija tehničkih problema | Tehnički problemi, nedostatak prilagođenosti, zabrinutost za privatnost |
| Učestalost korištenja | Većina ispitanika ponekad koristi mobilnu aplikaciju | 67 ispitanika ponekad preuzima nove aplikacije, 45 rijetko, 16 često |
| Načini otkrivanja novih aplikacija | Većinom preko društvenih mreža | Internet (71 društveni ispitanik), mreže (40), preporuke (21) |
| Preferencije pri odabiru aplikacije | Recenzije | Recenzije i ocjene (većina), preporuke prijatelja, nasumično pretraživanje |
| Utjecaj na odluke o putovanjima | Ne utječe na odluke putovanja | Rijetko (59 ispitanika), ponekad (54), nikada (18), vrlo često (6) |
| Korištenje aplikacija za navigaciju | Generalno popularne | Dominantne među korisnicima (88 ispitanika koristi aplikacije za smještaj) |

Izvor: Izrada autora

Detaljna analiza konkretnih odgovora ispitanika u autorovom istraživanju, u usporedbi s ranije provedenim istraživanjima, može pružiti jasniji uvid u specifične razlike u percepcijama i ponašanjima korisnika. U prethodnoj tablici se nalazi tablični prikaz koji prikazuje razlike kroz te konkretne odgovore ispitanika na određene funkcionalnosti upotrebe mobilnih aplikacija za putovanja.

Ranija istraživanja su pokazala da su korisnici mobilnih aplikacija većinom koristili zbog funkcionalnosti kao što su rezervacije. Nasuprot tome, istraživanje provedeno u radu prikazuje da su motivi za korištenje aplikacije mnogo veći. Osim funkcionalnih prednosti, cijene i zadovoljstvo korisnika (23%) te percipiranu korisnost (21%), što ukazuje na to da aplikacije ne služe samo praktičnoj vrsti, već i poboljšavaju doživljaj putovanja.

Iako su tehnički problemi još uvijek prisutni kao glavni izazov, istraživanje provedeno u radu prikazuje i druge probleme kao što su nedostatak prilagođenosti sadržaja i zabrinutost za privatnost.

Detaljniji podaci iz istraživanja pokazuju kako 67 ponekad ispitanika preuzima nove aplikacije, dok 45 njih čini rijetko, a 16 često.

6.5. Ograničenja provedenog istraživanja i preporuke za buduća istraživanja

Ograničenja provedenog istraživanja su višestruka i obuhvaćaju različite dijelove metodologije i prikupljenih podataka, što bi trebalo uzeti u obzir pri tumačenju rezultata i planiranju budućih istraživanja.

Iako su rezultati istraživanja prikazali rezultate na utjecaj mobilnih aplikacija na turističko iskustvo, postoje određena ograničenja koja treba uzeti u obzir. Prvo, veličina uzorka i demografska raspodjela ispitanika mogli bi utjecati na generalizaciju rezultata. Većinom mlađa populacija koja koristi tehnologiju možda nije reprezentativna za sve turističke profile, što može dovesti do pristranosti u rezultatima.

Drugo, istraživanje se oslanjalo na samoprocjene ispitanika što može dovesti do subjektivnih odgovora i mogućnosti socijalne poželjnosti. Točnost samoprocijenjenih odgovora možda nije u potpunosti pouzdana, posebno kada se radi o pitanjima koja uključuju osobne navike i preferencije.

Također, istraživanje se fokusiralo samo na korisnike mobilnih aplikacija, oni koje možda preferiraju druge metode planiranja putovanja su isključeni. Zbog navedenog se mogu izostaviti perspektive koje bi mogli prikazati drugačiji uvid u turističko iskustvo.

Za buduća istraživanja preporučuje se proširenje demografske raznolikosti ispitanika kako bi se uključile različite dobne skupine.

Buduća istraživanja također bi trebala razmotriti longitudinalni pristup kako bi se pratile promjene u korištenju i percepcijama mobilnih aplikacija tijekom vremena, što bi omogućilo bolje razumijevanje dinamike i trendova u tehnološkom angažmanu turista.

Također, istraživanja bi mogla istražiti utjecaj novih tehnologija, kao što su proširena i virtualna stvarnost, koje postaju sve prisutne u turističkoj industriji, kako bi se utvrdilo kako ove tehnologije mijenjaju turističko iskustvo.

7. Zaključak

Mobilne aplikacije su promijenile način na koji turisti planiraju i doživljavaju svoja putovanja i postale su važan alat u modernoj turističkoj industriji. Pristup velikom broju informacija i personaliziranim sadržajima aplikacije turistima omogućuju veću autonomiju i fleksibilnost u organizaciji putovanja. Aplikacije olakšavaju planiranje i rezervaciju općenito i obogaćuju turističko iskustvo kroz interaktivne značajke kao što su proširena stvarnost, personalizirane preporuke i interaktivne karte.

Međutim, važno je istaknuti da mobilne aplikacije imaju i određene nedostatke koji mogu utjecati na kvalitetu turističkog doživljaja. Problemi uključuju privatnosti i sigurnosti podataka, prekomjerne ovisnosti o digitalnim servisima te potencijal za pružanje zastarjelih ili netočnih informacija, što zapravo predstavlja izazove koje industrija mora rješavati kako bi održala povjerenje i zadovoljstvo korisnika.

Iako postoje izazovi, neosporno je da mobilne aplikacije imaju sve važniju ulogu u turizmu, omogućuju korisnicima informacije i alate potrebne za planiranje putovanja te mogućnost da svoja putovanja učine jedinstvenim i prilagođenim osobnim interesima. U budućnosti, s razvojem novih tehnologija i sve većom integracijom digitalnih alata, očekuje se daljnje poboljšanje i prilagodba mobilnih aplikacija, što će dodatno unaprijediti turističku industriju i omogućiti korisnicima još bogatija i personaliziranija putovanja.

Na temelju provedenog istraživanja o utjecaju mobilnih aplikacija na turističko iskustvo, može se zaključiti da mobilne aplikacije imaju značajan pozitivan utjecaj na planiranje i realizaciju putovanja. Istraživanje je pokazalo kako korisnici percipiraju mobilne aplikacije kao alate koji im omogućuju pristup ažuriranim informacijama, personalizaciju planiranja te povećavaju njihovu sigurnost i udobnost tijekom putovanja.

Jedan od važnijih nalaza istraživanja je prepoznavanje važnosti mobilnih aplikacija za bukiranje smještaja i navigaciju, koje su ispitanici ocijenili kao najkorisnije funkcionalnosti. Uz to, rezultati su pokazali da korisnici visoko vrednuju personalizirane preporuke i ažuriraju informacije koje aplikacije imaju što im pomaže u boljoj organizaciji putovanja i donošenju odluka kod planiranja putovanja.

Iako su korisnici prepoznali brojne prednosti mobilnih aplikacija, istraživanje je ukazalo i na nekoliko izazova s kojima se suočava. Tehnički problemi, zastarjele ili netočne informacije te zabrinutost za sigurnost i privatnost podataka istaknuti su kao glavne prepreke koje mogu umanjiti korisničko iskustvo.

Istaknuta je i uloga osobnih preporuka u otkrivanju novih aplikacija, što ukazuje na to da usmena predaja i dalje ima značajan utjecaj na izbor aplikacija unatoč digitalnim izvorima informacija.

Hipoteza 0 (H0): Mobilne aplikacije imaju pozitivan utjecaj na turističko iskustvo korisnika, omogućuju učinkovito planiranje i personalizaciju putovanja – hipoteza je potvrđena. Istraživanje je pokazalo da mobilne aplikacije znatno poboljšavaju turističko iskustvo korisnika.

Hipoteza 1 (H1): Korisnici mobilnih aplikacija za putovanja najviše cijene funkcionalnosti koje im omogućuju jednostavno bukiranje smještaja i navigaciju – hipoteza je potvrđena. Rezultati istraživanja prikazani na Grafikonu 3 pokazuju da su aplikacije za bukiranje smještaja i navigaciju najčešće korištene među ispitanicima. Osim toga, visoke ocjene za jednostavnost korištenja i relevantnost ovih funkcionalnosti dodatno potvrđuju da su ove dvije značajke najviše cijenjene među korisnicima mobilnih aplikacija za putovanja.

Hipoteza 2 (H2): Personalizirane preporuke u mobilnim aplikacijama znatno olakšavaju odabir turističkih destinacija - hipoteza je potvrđena. Tablica 8 prikazuje prosječne ocjene za tvrdnje o personaliziranim preporukama, gdje korisnici izražavaju da im personalizirane preporuke značajno olakšavaju odabir destinacije. Prosječne ocjene za ovu tvrdnju su visoke, što ukazuje na pozitivan utjecaj personaliziranih preporuka na odluke korisnika.

Hipoteza 3 (H3): Mobilne aplikacije povećavaju osjećaj sigurnosti korisnika tijekom putovanja pružanjem ažuriranih informacija u stvarnom vremenu - hipoteza je potvrđena. Tablica 9 i Tablica 10 pokazuju visoke ocjene za tvrdnje koje se odnose na osjećaj sigurnosti tijekom putovanja zahvaljujući ažuriranim informacijama. Korisnici su izrazili da su osjećaj sigurni kada imaju pristup ažuriranim informacijama putem mobilnih aplikacija, što potvrđuje hipotezu.

Hipoteza 4 (H4): Većina korisnika je zabrinuta u vezi sa sigurnošću i privatnošću svojih podataka prilikom korištenja mobilnih aplikacija za putovanja - hipoteza je potvrđena. Tablica 11 prikazuje prosječne ocjene za zabrinutost korisnika u vezi sa sigurnošću i privatnošću podataka. Prosječne ocjene su relativno visoke, što ukazuje na značajnu zabrinutost među korisnicima.

Hipoteza 5 (H5): Tehnički problemi i zastarjele informacije glavni su izazovi s kojima se korisnici susreću prilikom korištenja mobilnih aplikacija u turizmu - hipoteza je potvrđena. Rezultati prikazanom Grafikonu 17 i Tablici 11 pokazuju da su tehnički problemi i zastarjele informacije glavni izazovi s kojima se korisnici suočavaju.

Bibliografija

- Aishwarya, A., Agarwal, K., Rachana, C. R. (2018). A study on the trends and influence of mobile applications in travel & tourism. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 5(12).
- Altınay, M., Güçer, E., Bağ, C. (2017). Consumer behavior in the process of purchasing tourism product in social media. *Journal of Business Research-Türk*, 9(1), 381-402.
- Baird, A., Raghu, T. S. (2015). Associating consumer perceived value with business models for digital services. *European Journal of Information Systems*, 24(1), 4-22.
- Buhalis, D., Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Butterworth-Heinemann.
- Dias, S. Afonso, V. A. (2021). Impact of mobile applications in changing the tourist experience. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 11(3), 113-120.
- Dias, S., Afonso, V. A. (2021). Impact of mobile applications in changing the tourist experience. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 11(1), 113-120.
- Dias, S., Afonso, V. A. (2021). Impact of mobile applications in changing the tourist experience. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 11(1).
- Factory. (2021, kolovoz 18). Why travel and tourism industry need to have a mobile app. Dostupno na: <https://factory.dev/blog/travel-tourism-mobile-app> (20.4.2024).
- Gavalas, D., Konstantopoulos, C., Mastakas, K., Pantziou, G. (2014). Mobile recommender systems in tourism. *Journal of Network and Computer Applications*, 39, 319-333.
- Gračan, D., Šerić Honović, N., Lopatny, M. L. (2023). The relationship between using tourist mobile applications and the satisfaction of young visitors of a tourist destination. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 7, 115-127.
- Gretzel, U., Jamal, T. (2009). Conceptualizing the creative tourist class: Technology, mobility, and tourism experiences. *Tourism Analysis*, 14(4), 471-481.
- Hossain, A. (Ed.). (2022). *Handbook of technology application in tourism in Asia*. Springer.
- Kotler, P., Keller, L. (2016). *Marketing management (14th global ed.)*. Pearson.
- Law, R., Buhalis, D., Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727-750.
- mTrip. (n.d.). Benefits of customized mobile apps for travel management companies. Dostupno na: <https://www.mtrip.com/benefits-mobile-app-tmc/> (24.5.2024).
- Ndimension Labs. (2024, veljača 1). The role of mobile apps in enhancing travel experiences: Trends and innovations. Medium. Dostupno na:

<https://medium.com/@ndlabsdigital/the-role-of-mobile-apps-in-enhancing-travel-experiences-trends-and-innovations-bbb3b03dfbde> (24.5.2024).

- No, E., Kim, J. K. (2014). Determinants of the adoption for travel information on smartphone: Travel information on smartphone. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 534–545.
- Sharma, R. (2024, July 9). How travel mobile apps are changing the tourism industry? Markovate. Dostupno na: <https://markovate.com/blog/travel-mobile-app-for-tourism-industry/> (24.5.2024).
- Sia, P. Y.-H., Saidin, S. S., Iskandar, Y. H. P. (2023). Systematic review of mobile travel apps and their smart features and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 2115-2138.
- Singh, M. (2024, ožujak 27). Navigating the digital journey: How mobile apps are transforming travel planning. TDM. Dostupno na: <https://www.traveldailymedia.com/navigating-the-digital-journey-how-mobile-apps-are-transforming-travel-planning/> (18.4.2024).
- Stamboulis, Y., Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35–43.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199–216.
- Wall, G., Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.
- Wang, D., Xiang, Z., Fesenmaier, D. R. (2016). Smartphone use in everyday life and travel. *Journal of Travel Research*, 55(1), 52–63.
- Wang, Y., Pizam, A. (2011). *Tourism destination marketing and management: Theories and applications*. CAB International.
- Yu, X., Anaya, G. J., Miao, L., Lehto, X., Wong, I. A. (2018). The impact of smartphones on the family vacation experience. *Journal of Travel Research*, 57(5), 579–596.

Popis ilustracija

Tablice:

| | |
|---|----|
| Tablica 1. Načini personalizacije putovanja..... | 9 |
| Tablica 2. Značajke turističke mobilne aplikacije | 11 |
| Tablica 3. Najvažniji utjecaji mobilnih aplikacija na turističko iskustvo | 15 |
| Tablica 4. Najčešći izazovi mobilnih aplikacija u turizmu | 16 |
| Tablica 5. Glavni motivi za korištenje aplikacija za putovanja..... | 18 |
| Tablica 6. Prikaz utjecaja mobilnih aplikacija na industriju putovanja i turizma | 19 |
| Tablica 7. Stavovi o korištenju mobilnih aplikacija za planiranje putovanja | 27 |
| Tablica 8. Analiza utjecaja mobilnih aplikacija na odabir destinacije putovanja | 32 |
| Tablica 9. Korištenje mobilnih aplikacija za putovanje..... | 36 |
| Tablica 10. Utjecaj mobilnih aplikacija na iskustvo putovanja..... | 39 |
| Tablica 11. Izazovi u korištenju mobilnih aplikacija za putovanja | 42 |
| Tablica 12. Ranija provedena istraživanja u usporedbi sa istraživanjem utjecaja mobilnih aplikacija na turističko iskustvo..... | 45 |

Grafikoni:

| | |
|---|----|
| Grafikon 1. Distribucija ispitanika po spolu | 24 |
| Grafikon 2. Raspodjela ispitanika po dobnim skupinama | 24 |
| Grafikon 3. Popularnost različitih vrsta mobilnih aplikacija za planiranje putovanja..... | 25 |
| Grafikon 4. Učestalost preuzimanja novih mobilnih aplikacija za planiranje putovanja | 26 |
| Grafikon 5. Načini otkrivanja mobilnih aplikacija za planiranje putovanja | 26 |
| Grafikon 6. Broj mobilnih aplikacija za putovanja instaliranih na uređajima ispitanika | 27 |
| Grafikon 7. Metode odabira mobilnih aplikacija za planiranje putovanja..... | 29 |
| Grafikon 8. Najvažnije funkcionalnosti mobilnih aplikacija za odabir destinacije..... | 30 |
| Grafikon 9. Utjecaj mobilnih aplikacija na odluku o odredištu putovanja | 31 |
| Grafikon 10. Načini korištenja mobilnih aplikacija pri odabiru destinacije | 31 |
| Grafikon 11. Metode pristupa informacijama o destinacijama putem mobilnih aplikacija .. | 33 |
| Grafikon 12. Preferirane vrste informacija pri istraživanju destinacija putem mobilnih aplikacija | 34 |
| Grafikon 13. Učestalost komunikacije s pružateljima usluga putem mobilnih aplikacija ... | 35 |
| Grafikon 14. Važnost interaktivne komunikacije u mobilnim aplikacijama za putovanja .. | 36 |

| | |
|--|----|
| Grafikon 15. Mobilne aplikacije i njihov doprinos doživljaju destinacije | 38 |
| Grafikon 16. Važnost mobilnih aplikacija u stvaranju emocionalne povezanosti s destinacijom..... | 39 |
| Grafikon 17. Izazovi pri korištenju mobilnih aplikacija tijekom putovanja | 41 |
| Grafikon 18. Učestalost tehničkih problema pri korištenju mobilnih aplikacija za putovanja | 42 |

Scheme:

| | |
|--|----|
| Shema 1. Faze donošenja odluka o putovanju..... | 8 |
| Shema 2. Razlozi implementacije mobilne aplikacije u turistički sektor | 13 |

Popis priloga

UTJECAJ MOBILNIH APLIKACIJA NA TURISTIČKO ISKUSTVO

ISTRAŽIVANJE

Anketna pitanja:

Dobrodošli u našu anketu o utjecaju mobilnih aplikacija na turističko iskustvo.

Anketni upitnik provodi se u svrhu istraživanja za potrebe diplomskog rada. Za popunjavanje je potrebno 10-15 minuta Vašeg vremena.

Zahvaljujemo vam unaprijed na Vašem odvojenom vremenu.

Demografski podaci

1. Spol

- Žensko
- Muško

2. Dobna skupina

- Manje od 18 godina
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55 godina ili više

Opća pitanja o korištenju mobilnih aplikacija

1. Koje vrste mobilnih aplikacija koristite prilikom planiranja putovanja?

- a) Aplikacije za bukiranje smještaja
- b) Aplikacije za navigaciju
- c) Aplikacije za recenzije
- d) Aplikacije za javni prijevoz
- e) Ostalo

2. Koliko često preuzimate nove mobilne aplikacije specifično za planiranje putovanja?

- a) Za svako putovanje
- b) Ponekad
- c) Rijetko
- d) Nikada

3. Koliko mobilnih aplikacija za putovanja trenutno imate instalirano na svom uređaju?

- a) 0
- b) 1-3
- c) 4-6
- d) 7+

4. Kako ste saznali za mobilne aplikacije koje koristite u planiranju putovanja?

- a) Preko prijatelja ili obitelji
- b) Pretraživanjem interneta
- c) Preko društvenih mreža
- d) Preko reklama

5. Stavovi o korištenju mobilnih aplikacija za potrebe putovanja

Likertova skala (1 - U potpunosti se ne slažem, 5 - U potpunosti se slažem):

| Pitanje | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Mobilne aplikacije su neophodne za planiranje putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Lako nalazim aplikacije koje odgovaraju mojim potrebama za putovanjem | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Prednost dajem aplikacijama koje su besplatne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sklon/sklona sam isprobavanju novih aplikacija koje bi mogle poboljšati moje iskustvo putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mobilne aplikacije čine planiranje putovanja zabavnijim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Više vjerujem aplikacijama s visokim ocjenama korisnika | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Brinem se o privatnosti i sigurnosti podataka prilikom korištenja aplikacija za putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mobilne aplikacije pomažu mi uštedjeti vrijeme prilikom planiranja putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Preferiram aplikacije koje mi omogućuju personalizaciju planiranja putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sklon/sklona sam dijeliti svoja iskustva s putovanja putem mobilnih aplikacija | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Utjecaj na planiranje i odabir destinacija

6. Kako odabirete mobilne aplikacije za planiranje putovanja?
 - a) Preporuke prijatelja ili obitelji
 - b) Ocjenjivanje i recenzije na trgovini aplikacija
 - c) Članci ili blogovi o putovanjima
 - d) Nasumično pretraživanje u trgovini aplikacija

7. Koju funkcionalnost smatrate najkorisnijom prilikom korištenja mobilnih aplikacija za odabir destinacije?
 - a) Pretraživanje i filtriranje destinacija
 - b) Korisničke recenzije i ocjene
 - c) Galerije slika i videa
 - d) Informacije o cijenama i dostupnosti

8. Koliko često mobilne aplikacije utječu na promjenu vaše odluke o destinaciji putovanja?
 - a) Vrlo često

- b) Ponekad
- c) Rijetko
- d) Nikada

9. Na koji način najčešće koristite mobilne aplikacije prilikom odabira destinacije?

- a) Za usporedbu cijena smještaja i letova
- b) Za istraživanje atrakcija i aktivnosti
- c) Za čitanje recenzija i iskustava drugih putnika
- d) Za pronalazak posebnih ponuda ili popusta

10. Stavovi o utjecaju na planiranje i odabir destinacija

Likertova skala (1 - U potpunosti se ne slažem, 5 - U potpunosti se slažem):

| Pitanje | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Mobilne aplikacije su važne u procesu donošenja odluke o destinaciji putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Informacije pronađene u mobilnim aplikacijama daju mi veće povjerenje u odabir destinacije | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Personalizirane preporuke u aplikacijama znatno olakšavaju odabir destinacije | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mobilne aplikacije pomažu mi otkriti destinacije koje inače ne bih razmatrao/la | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Vjerujem da mobilne aplikacije pružaju najnovije i najtočnije informacije o destinacijama | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Komunikacija i informacije

11. Kako najčešće pristupate informacijama o destinacijama putem mobilnih aplikacija?

- a) Pretraživanjem unutar aplikacije

- b) Prateći preporuke aplikacije
- c) Čitanjem recenzija drugih korisnika
- d) Pregledom fotografija i video sadržaja

12. Koju vrstu informacija smatrate najkorisnijom prilikom korištenja mobilnih aplikacija za istraživanje destinacija?

- a) Informacije o smještaju
- b) Informacije o prijevozu
- c) Savjeti i preporuke za aktivnosti
- d) Sigurnosne informacije i savjeti

13. Koliko često komunicirate s pružateljima usluga (npr. hoteli, restorani) direktno putem mobilnih aplikacija?

- a) Vrlo često
- b) Ponekad
- c) Rijetko
- d) Nikada

14. Kako ocjenjujete važnost mogućnosti interaktivne komunikacije (npr. chat s lokalnim vodičima) unutar mobilnih aplikacija za putovanja?

- a) Izuzetno važno
- b) Važno
- c) Umjereno važno
- d) Nije važna

15. Stavovi o komunikaciji i informacijama

Likertova skala (1 - U potpunosti se ne slažem, 5 - U potpunosti se slažem):

| Pitanje | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Informacije koje pružaju mobilne aplikacije olakšavaju mi planiranje putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Pouzdanost informacija na mobilnim aplikacijama je važna za | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| moje zadovoljstvo prilikom putovanja | | | | | |
| Preferiram aplikacije koje omogućavaju personalizaciju informacija prema mojim interesima | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Komunikacija s lokalnim stanovništvom preko mobilnih aplikacija obogatila je moje putovanje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ažurirane informacija na mobilnim aplikacijama su mi važne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Povezanost i doživljaj

16. Na koji način mobilne aplikacije najviše doprinose vašem doživljaju destinacije?

- a) Pružanjem detaljnih informacija i povijesti o znamenitostima
- b) Omogućavanjem lakše navigacije i pronalaska mjesta
- c) Omogućavanjem interakcije s lokalnim stanovništvom ili drugim putnicima
- d) Pružanjem prilika za otkrivanje skrivenih mjesta ili objekata na destinaciji

17. Kako ocjenjujete ulogu mobilnih aplikacija u stvaranju emocionalne povezanosti s destinacijom?

- a) Izuzetno važno
- b) Važno
- a) Umjereno važno
- b) Nije važno

18. Stavovi o povezanosti i doživljajima

Likertova skala (1 - U potpunosti se ne slažem, 5 - U potpunosti se slažem):

| Pitanje | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Mobilne aplikacije povećavaju moju znatiželju i želju za istraživanjem novih mjesta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Koristeći mobilne aplikacije, osjećam se sigurnije tijekom istraživanja nepoznatih destinacija | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mobilne aplikacije pružaju mi osjećaj povezanosti s lokalnom kulturom i zajednicom | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Putem mobilnih aplikacija lakše pronalazim lokalne događaje i aktivnosti koje obogaćuju moje putovanje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Uloga mobilnih aplikacija je važna u stvaranju nezaboravnih doživljaja na mojim putovanjima | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Izazovi i ograničenja

19. Koji je najveći izazov koji ste doživjeli prilikom korištenja mobilnih aplikacija tijekom putovanja?

- a) Problemi s povezivanjem ili nedostatak interneta
- b) Nedostatak točnosti ili zastarjele informacije
- c) Teškoće u korištenju zbog složenog sučelja
- d) Briga o sigurnosti i privatnosti podataka
- e) Ostalo

20. Kako često susrećete tehničke probleme (npr. greške u aplikaciji, problemi s prijavom) prilikom korištenja mobilnih aplikacija za putovanja?

- a) Vrlo često

- b) Ponekad
- c) Rijetko
- d) Nikad

21. Stavovi o izazovima i ograničenjima

Likertova skala (1 - U potpunosti se ne slažem, 5 - U potpunosti se slažem):

| Pitanje | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena | Ocjena |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Mobilne aplikacije ponekad pružaju informacije koje nisu prilagođene mojim potrebama | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Zabrinut/a sam zbog mogućih sigurnosnih rizika prilikom korištenja osobnih podataka na mobilnim aplikacijama za putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tehnički problemi s mobilnim aplikacijama mogu negativno utjecati na moje iskustvo putovanja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Naišao/la sam na situacije gdje su mobilne aplikacije prikazivale zastarjele ili netočne informacije o destinaciji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Osjećam se ograničeno/ograničena prilikom korištenja mobilnih aplikacija zbog nedostatka prilagodbe sadržaju na jezicima koje razumijem | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |