

Postupak ocjene doktorskog rada

DOKTORAND/ICA:	Ivana Žganjar, dipl. ing.
-----------------------	---------------------------

NASLOV RADA na hrv. jeziku:	Optimizacija mrežnih alata za promotivne aktivnosti
------------------------------------	---

NASLOV RADA na engl. jeziku:	Optimization of web tools for promotional activities
-------------------------------------	--

SAŽETAK:

Razvoj promotivne aktivnosti u turizmu proučavan je kroz tehnološki dostupne nove alate, a istraživanje podupire ciljeve i predložene aktivnosti „Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“. Mrežno okruženje i informacijsko komunikacijski razvoj mrežnih stranica predstavlja temelj za promotivnu aktivnost, a predložene mjere, koje je potrebno kontinuirano provoditi s ciljem prepoznatljivosti provjera je kvalitete i unapređenje mrežnih stranica sustava turističkih zajednica, intenzivnije korištenje novih mrežnih alata te redizajn sadržaja mrežnih stranica turističkih zajednica u smislu informativnosti i čitljivosti, intenziviranje društvenog medija i prilagođavanje sadržaja kampanje mrežnih stranica. Podupirući sadržaj poruka važno je se grafički dizajn oslanja na razvoj mrežne tehnologije, u skladu s time na tehničke, vizualne i tematske mrežne alate kako bi se ponudio nov način za odabir i traženje potencijalnih turističkih destinacija. Hipoteze istraživanja (H1) su potvrđene temeljeno na rezultatima empirijskog istraživanja pomoću uređaja za praćenje pokreta oka te subjektivne analize na temelju anketnog istraživanja. Na temelju zaključaka daje se smjernica za uključivanje predloženih tehničkih i vizualnih mrežnih alata za razvoj turizma te ostvarivanje strateških ciljeva. Rezultati pokazuju sa ispitanici, kojima je bio ponuđen vizualni sadržaj uzoraka mrežnih stranica temeljen na novim mrežnim alatima, procijenili dostupnijima, informativnijima i vjerodostojnijima prilikom planiranja i organizacije putovanja.

Hipoteza (H2) podupire tezu o primjeni i optimizaciji novih mrežni alata, što omogućava aktivnu ulogu korisnika pri samostalnom organiziranju putovanja, a potvrđena je na temelju istraživanja provedenog anketnog ispitivanja te istraživanja uz pomoć uređaja za praćenje pokreta oka. Ispitanici su koristili sadržaj po svom vlastitom nahođenju i interesu, a uređaj je mjerio varijable: Vrijeme do prve fiksacije na odabrani sadržaj, Ukupno trajanje fiksacije, Broj fiksacija i Trajanje posjeta. Istraživanje je potvrdilo obrnuto- proporcionalan odnos između vremena do prve fiksacije i ostale tri varijable kod svih uzoraka, ukupno trajanje fiksacije i broj fiksacija pokazuju statistički značajnu negativnu korelaciju s vremenom do prve fiksacije, dok trajanje posjeta pokazuje ili vrlo slabu negativnu korelaciju ili nepostojanje korelacije. Prisutnost mrežnih alata pozitivno se odražava na broj fiksacija i vrijeme zadržavanja na uzorku, predstavljajući odraz interesa korisnika, Iz čega proizlazi zaključak da novi mrežni alati utječu na izgradnju vizualnog sadržaja te da njihova prisutnost i oblikovanje pozitivno utječu na korisničko iskustvo u skladu sa „Strategijom razvoja turizma RH do 2020“.

Ključne riječi: mrežni alati, promotivna aktivnost, grafička reprodukcija i dizajn

EXTENDED ABSTRACT:

The development of promotional activity in tourism has been studied through available technological new tools, and the research supports the goals and proposed activities of the "Croatian Tourism Development Strategy until 2020". The network environment and information and communication development of the web pages is the basis for the promotional activity. The proposed measures, which must be continuously implemented in order to be recognizable, are quality checks and improvement of the web pages of the tourist boards system, intensive use of new web tools and redesign of the content of the web pages of the tourist boards in the in terms of information and readability, intensifying social media and tailoring campaign content to web pages. Underpinning the content of the messages, it is important that graphic design relies on the development of network technology, and accordingly on technical, visual and thematic networking tools, in order to offer a new way to select and search for potential tourist destinations. The research hypotheses (H1) was confirmed based on the results of empirical research using an eye tracker and subjective analysis based on a survey. Based on the conclusions, guidance is provided to integrate the proposed technical and visual online tools for tourism development and to achieve strategic goals. The results show that respondents who were offered the visual content of web site samples based on new online tools were rated more accessible, informative and credible when planning and organizing travel. Hypothesis (H2) supports the thesis of the application and optimization of new web tools, which enables an active

role of users in self-organizing travel, which was confirmed on the basis of research conducted by the survey and the research using the eye movement monitoring device. Respondents used the content at their own discretion and interest, and the device measured variables: Time to first fixation on selected content, Total fixation duration, Number of fixations, and Visit duration. The study confirmed an inversely proportional relationship between time to first fixation and the other three variables in all samples, total duration of fixation and number of fixations showing statistically significant negative correlation with time to first fixation, while visit duration showed either very poor negative correlation or no correlation. The presence of network tools has a positive impact on the number of fixations and retention time in the sample, reflecting the interest of users, which leads to the conclusion that new network tools affect the construction of visual content and that their presence and design have a positive impact on user experience in accordance with the "Croatian Tourism Development Strategy until 2020".

Keywords: online tools, promotional activity, graphic reproduction and design

Zagreb, 17.02.2020.