

UVODNIK

Poštovani čitatelji,

Bliži nam se kraj još jedne globalno turbulentne godine koju, eto, nije više dominantno obilježila COVID-19 pandemija, već nažalost rat u Ukrajini. I usprkos svih tih nedaća, želja za putovanjem dosegla je najvišu razinu od pojave pandemije. Međunarodna turistički dolasci ponovno su u svojoj uzletnoj fazi. Sve se više traže i analiziraju trendovi turističkih kretanja i ponašanja turističkih potrošača kako bi im se turističke destinacije i poslovni subjekti u turizmu što bolje prilagodili.

Znanstvena istraživanja u tom procesu imaju ključnu ulogu jer prije objavljivanja dodatno podliježu provjerama i strogim recenzentskim postupcima. Stoga je i odabir meritornih recenzenta najbitniji čimbenik u postupku pripreme znanstvenog rada za objavljivanje. Uloga recenzenta vrlo je kompleksna. Oni u svojoj ocjeni uvelike pomažu svim autorima u čijim su znanstvenim radovima prepoznali važnost i korisnost istraživanja ne samo za znanost, već i za praksu. Stoga koristim ovu priliku da se i ovim putem najiskrenije zahvalim svim dosadašnjim recenzentima na njihovom velikom doprinosu kvaliteti objavljenih radova u našem časopisu *Acta Turistica*.

Vjerujem da ćete sa zanimanjem pročitati znanstvene članke koje vam donosimo u ovom broju našega časopisa. Uvjerit ćete se da *Acta Turistica* nastavlja pokrivati široko područje znanstvenog interesa u turizmu. Problematika istraživanja je iznimno aktualna, a njihovi rezultati imaju i aplikativnu vrijednost za relevantne subjekte u praksi.

Istraživanje znanstvenika iz Bugarske ukazuje na postojeći veliki jaz u digitalnim vještinama njihovih djelatnika u turizmu. Iako su menadžeri svjesni važnosti digitalne pismenosti i kompetencija svojih djelatnika, na žalost svijest o potrebi ulaganja u njihovo osposobljavanje u digitalnim vještinama još uvijek je relativno niska. Jasna je to poruka i obrazovnim institucijama da svoje nastavne programe u turizmu i ugostiteljstvu znatno brže prilagođavaju suvremenim potrebama na tržištu rada kako bi utjecali na podizanje konkurentnosti Bugarske kao turističke destinacije.

Drugi članak obrađuje vrlo specifičnu problematiku vezanu uz komunikaciju destinacije s

EDITORIAL

Dear readers,

Another globally turbulent year is coming to a close. It was not marked predominantly by the COVID-19 pandemic, but by the unfortunate war in Ukraine. And, despite all the adversities, people's desire to travel has reached the highest levels since the outbreak of the pandemic, and international tourist arrivals are in the take-off phase. Tourism trends and tourist behaviour are increasingly investigated and analysed to facilitate optimal adjustment of the tourist destinations and tourism businesses to their clients.

Research plays the crucial role in this process while undergoing additional scrutiny and rigorous review procedures. Thereby the selection of meritorious reviewers is the most essential factor in the course of preparing a scientific article for publication. The role of the reviewers is highly complex as their assessments greatly assist all authors whose manuscripts indicate both scientific and practical relevance and benefits. Therefore, I would like to seize this opportunity to express my sincerest gratitude to all hitherto reviewers for their enormous contributions to the quality of the published articles in *Acta Turistica*.

I believe that you will read the articles that featured in this issue with eagerness and that you will be assured that *Acta Turistica* continues to address a wide range of academic perspectives on tourism. The research issues are remarkably current and their results possess applicative values for the relevant practices.

The researchers from Bulgaria investigated the incumbent digital skills gap among the tourism employees. Although the managers are aware of the importance of digital literacy and competences of their workforce, it is unfortunate that the awareness of the need to invest in digital skills training is still relatively low. This is a clear message to the educational institutions to intensify matching their tourism and hospitality training programmes to the contemporary labour market needs and thus encourage raising the competitiveness levels of Bulgaria as a tourism destination.

The second article elaborates on a very specific issue of communication between the destinations and the users within the social media domain. This research has determined how tourism

korisnicima u domeni društvenih medija. Istraživanjem je utvrđeno na koji način slikovni sadržaji turističkih destinacija utječu na različite podprocese angažiranosti potrošača. S obzirom da je dokazano da postoje značajne razlike u kategorijama slikovnog sadržaja koji utječu na pojedine podprocese angažiranosti potrošača/turista, to ukazuje i na nužnost turističkih destinacija da učinkovito upravljaju takvim sadržajima na društvenim medijima.

U trećem članku istraženi su učinci zemljišnih koncesija na poslovanje kampova korištenjem studije slučaja u primorskoj Hrvatskoj. Iako je istraživanje usmjereno na problematiku specifičnu za Hrvatsku, rezultati istraživanja relevantni su s dva aspekta. Prvi se odnosi na analizu performansi poduzeća koja upravljaju kampovima na turističkom zemljištu u usporedbi s drugim poduzećima, kao i na učinke koncesija na lokalne zajednice, a drugi upućuje na činjenicu da ovi rezultati itekako mogu biti relevantni za neka buduća komparativna istraživanja uspješnosti poslovanja kampova u destinacijama na Sredozemlju.

Nadam se da će neke od vas ovi članci potaknuti na daljnja istraživanja predmetne problematike, a *Acta Turistica* ostaje vaš vjeran medij u kojem ćete i dalje moći objavljivati istraživanja iz najšireg područja vašeg interesa u turizmu.

Važno je da svi ostanete zdravi te puni entuzijazma i energije za daljnja propitivanja u znanstvenom području kojim se bavite. To je upravo ono što želim da vam se ostvari u novoj 2023. godini. SRETNO!

Vaša,
Prof. dr. sc. Nevenka Čavlek
Glavna i odgovorna urednica

destination contents impact different sub-processes of consumer engagement. The evidence that significant differences in image content categories influence the specific sub-processes of tourist engagement leads to the conclusion that tourist destinations need to manage such contents effectively on social media.

The third article tackles the effects of state-owned tourist plots on camping businesses and presents a case study in Croatia's northern coastal region. Although the research was directed at a specifically Croatian topic, the results are relevant from two aspects. The first refers to the analysis of the performances of the companies that manage the campsites on state-owned tourist plots in comparison to the companies operating on their own properties and the effects of the concessions on local communities, while the latter indicates that these results can be relevant indeed for some future comparative research into the performance of the campsites in Mediterranean destinations.

I expect that you will find inspiration for further investigations on the subject issues, while *Acta Turistica* remains your platform committed to facilitating the publication of your research efforts from the wide array of your scientific interests within the vast realm of tourism.

It is imperative that you stay healthy and full of enthusiasm and energy for further enquiries in your areas of research. Precisely these are my wishes for you to realise in 2023. HAPPY NEW YEAR!

Yours,
Professor Nevenka Čavlek, PhD
Editor-in-Chief