

**Sanja
Raspor
Janković
Paolina
Matas**

**ZADOVOLJSTVO
LOKALNOG STANOVNIŠTVA
TURISTIČKOM PONUDOM
– PRIMJER OTOČNE
TURISTIČKE DESTINACIJE**

**RESIDENT SATISFACTION
WITH TOURISM OFFER
– EXAMPLE OF ISLAND
TOURISM DESTINATION**

SAŽETAK:

Svrha: Svrha ovog istraživanja jest istražiti percepciju i zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom ponudom odabrane otočne turističke destinacije. Cilj je istraživanja ocijeniti razinu zadovoljstva lokalnog stanovništva pojedinim elementima ponude te utvrditi utjecaj pojedinih elemenata ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom.

Metodologija: Istraživanje se temelji na primarnim podacima prikupljenim tehnikom anketiranja. Varijable u upitniku preuzete su iz Muresan et al. (2019) i Qualitest modela. Uzorak čine stanovnici odabrane otočne turističke destinacije. Prikupljeni podaci analizirani su metodama deskriptivne statističke analize te primjenom eksploratorne faktorske analize i višestruke regresijske analize.

Rezultati: Rezultati istraživanja pokazuju da lokalno stanovništvo ima pozitivan stav prema turističkoj ponudi promatrane otočne turističke destinacije. Ujedno je dokazan značajan i pozitivan utjecaj zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom.

ABSTRACT:

Purpose: The purpose of this research paper was to study the perception and satisfaction of the local population with the tourism offer of a selected island tourism destination. The research objective was to assess the residents' satisfaction level with regard to individual elements of the offer, and to determine the impact of individual elements of the offer on total resident satisfaction with the tourism destination.

Methodology: The research is based on primary data collected through a questionnaire. The variables in the questionnaire were taken from Muresan et al. (2019) and the Qualitest model. The sample comprised residents of the selected island tourism destination. The collected data were analysed via descriptive statistical analysis methods, and by implementing the exploratory factor analysis and multiple regression analysis.

Results: The research results show that the local population has a positive attitude toward the tourism offer of the observed island tourism destination. Also, we corroborated a significant and positive impact of satisfaction with individual



This work is licensed under a CC BY-NC 4.0 license
© author(s)
Ovaj je rad licenciran pod licencom CC BY-NC 4.0
© autor(i)

Sanja Raspor Janković, Veleučilište u Rijeci e-mail: rsaspor@veleri.hr
Paolina Matas, Veleučilište u Rijeci e-mail: matas.paolina.99@gmail.com

Zaključak: Ovo istraživanje nadopunjuje jaz u literaturi razmatrajući elemente turističke ponude kao prediktore zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Ujedno, rezultati mogu institucijama koje upravljaju destinacijom poslužiti kao izvor dodatnih informacija u kreiranju razvojnih politika i strategija.

KLJUČNE RIJEČI: lokalno stanovništvo, zadovoljstvo stanovništva, percepcija stanovništva, turistička ponuda, otočna destinacija

elements of the tourism offer on total resident satisfaction with the tourism destination.

Conclusion: This research fills the gap in literature by observing elements of the tourism offer as predictors of resident satisfaction with the tourism destination. Also, the results can serve as a source of additional information to destination management organisations in creating development policies and strategies.

KEY WORDS: local population, resident satisfaction, resident perception, tourism offer, island destination

UVOD

Uloga i utjecaj turizma na lokalno stanovništvo te podrška lokalnog stanovništva razvoju turizma u njihovoj zajednici određuju i važnost poznavanja stavova i interesa lokalne zajednice, s ciljem uspješnog planiranja i upravljanja turizmom. Lokalno stanovništvo može se smatrati (unutarnjim) klijentima za institucije i administraciju koje upravljaju destinacijom. Ujedno, Soldić Frleta (2014) ističe da je za sociokulturnu i ekonomsku održivost destinacije potrebno pratiti stavove svih dionika u destinaciji.

Istraživanjem percepcija i zadovoljstva lokalnog stanovništva može se objasniti kako se oni odnose prema turizmu, kako ga ocjenjuju i što misle o turizmu općenito, ali i o utjecaju turizma na njihovu zajednicu i kvalitetu života, o razvoju turizma u njihovom kraju i o načinu upravljanja turističkom destinacijom. Istraživanja pokazuju da zadovoljni stanovnici pozitivno percipiraju utjecaj turizma na razvoj destinacije te iskazuju pozitivne oblike ponašanja i imaju pozitivne stavove prema turizmu (Shen et al., 2022). Osim toga, pozitivan stav i podrška stanovnika turizmu mogu utjecati na uspješan i održiv razvoj turističke destinacije. Zbog toga je važno istražiti koji faktori utječu na zadovoljstvo stanovnika turizmom. Soldić Frleta (2014) navodi da je važno istraživati zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom ponudom u destinaciji u kojoj žive i rade, s obzirom na važnu ulogu stanovništva u turističkom razvoju destinacije.

Iako postoji niz istraživanja o zadovoljstvu turista, Sánchez del Río-Vázquez et al. (2019) navode da postoji malo onih koji se odnose na zadovoljstvo domaćina, tj. lokalnog stanovništva. Osim toga, istraživanja o stavovima stanovnika o turizmu često su usmjerena na ocjenjivanje (pozitivnih i negativnih) utjecaja turizma na lokalno stanovništvo (Ngowi & Jani, 2018; Pavlič et al., 2019; Alrwajfah et al., 2019; Vidal Rua, 2020) te na mjerenje percepcije i zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkim razvojem destinacije s aspekta elemenata održivog razvoja (Sanchez del Rio et al., 2019; Obradović et

INTRODUCTION

The role and impact of tourism on the local population and resident support to tourism development in their community also determine the significance of insight into the residents' attitudes and interests, aimed at successful tourism planning and management. Residents can be considered as (internal) clients for the institutions and administration involved in tourism management. At the same time, Soldić Frleta (2014) points out that it is necessary to monitor the attitudes of all destination stakeholders for the sociocultural and economic sustainability of the destination.

Research into residents' perception and satisfaction can explain how they relate to, how they assess and what they think about tourism in general, but also about the impact of tourism on their community and quality of life, about tourism development in their area and methods of tourism destination management. Research studies show that satisfied residents positively perceive the impact of tourism on destination development and show positive behaviour and positive attitudes toward tourism (Shen et al., 2022). Moreover, residents' positive attitude and support to tourism can affect a successful and sustainable tourism destination development. This is why it is important to research the factors that impact residents' satisfaction with tourism. Soldić Frleta (2014) notes that it is important to research residents' satisfaction with the tourism offer in the destination in which they live and work, considering the important role the residents play in tourism destination development.

Whereas there are several research studies into tourist satisfaction, Sánchez del Río-Vázquez (2019) notes that there are few that relate to the satisfaction of the hosts, i.e., the residents. Besides, research into resident attitudes toward tourism is frequently directed to assessing (positive and negative) impacts of tourism on the local population (Ngowi & Jani, 2018;

al., 2021; Alrwajfah et al., 2021; Tiwari et al., 2021; Hassan et al., 2022).

Polazeći od ovog istraživačkog jaza, definiran je cilj istraživanja te su formulirana istraživačka pitanja. Ovo je istraživanje usmjereno na istraživanje percepcije i zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkom ponudom, s obzirom na to da je ona sastavni element razvoja turizma i privlačenja turista u destinaciju. Cilj je istraživanja ocijeniti zadovoljstvo lokalnog stanovništva elementima ponude u promatranoj otočnoj destinaciji te utvrditi utjecaj pojedinih elemenata ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. U tu su svrhu postavljena sljedeća istraživačka pitanja:

IP1: Kako lokalno stanovništvo percipira turističku ponudu otočne destinacije?

IP2: Kako pojedini elementi ponude utječu na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva otočnom turističkom destinacijom?

Istraživanje je provedeno na primjeru otočne turističke destinacije. Lošinjski arhipelag važna je turistička destinacija, čije se gospodarstvo uglavnom temelji na turizmu. Obuhvaća područje Grada Malog Lošinja te se sastoji od 14 manjih naselja (od kojih je 5 manjih otoka, 5 naselja na otoku Lošnju i 4 naselja na otoku Cresu). Administrativno je središte Mali Lošinj, gdje se nalazi i najviše turističkih sadržaja, iako cijelo područje obiluje turističkim znamenitostima koje privlače strane i domaće turiste. Destinacija je poznata po svojim povijesno-kulturnim i prirodnim atrakcijama, ima smještajne kapacitete prilagođene različitim profilima gostiju (hotelski smještaj, kampovi, privatni smještaj) te svojim posjetiteljima nudi sadržaje odmorišnog, kulturnog, aktivnog – sportskog, zdravstvenog, nautičkog i gastronomskog turizma.

TEORIJSKI OKVIR

U ovom je poglavlju ukratko predstavljen pregled literature o praćenju stavova i percepcije stanovništva

Pavlić et al., 2019; Alrwajfah et al., 2019; Vidal Rua, 2020), and to measuring the residents' perception of and satisfaction with tourism destination development from the point of view of sustainable development (Sanchez del Rio et al., 2019; Obradović et al., 2021; Alrwajfah et al., 2021; Tiwari et al., 2021; Hassan et al., 2022).

Taking this gap in research as a starting point, we defined the research objective, and research questions. This study is aimed at studying residents' perceptions of and satisfaction with the tourism offer, considering that it is a constituent of tourism development and the destination's pull factor for tourists. The research objective was to assess the residents' satisfaction with elements of the offer in the observed island destination, as well as determine the impact of specific elements of the offer on the total resident satisfaction with the tourism destination. For that purpose, the following research questions were determined:

RQ1: How do residents perceive the tourism offer of the island destination?

RQ2: How do specific elements of the offer impact the total resident satisfaction with the island tourism destination?

The research was conducted on the example of an island tourism destination. The archipelago of Lošinj is a significant tourism destination, the economy of which is mostly based on tourism. It encompasses the area of the town of Mali Lošinj and comprises 14 smaller towns (5 of which are smaller islands, 5 are towns on the island of Lošinj, and 4 are towns on the island of Cres). The administration hub is Mali Lošinj, featuring most tourism attractions, although the entire area is abundant with tourism landmarks that attract foreign and domestic tourists. The destination is renowned for its cultural, historic and natural attractions, it offers accommodation capacities adapted to various guest profiles (hotel accommodation, camps, private accommodation), and provides its visitors with leisure, cultural, active-sports, health, nautical and gastronomy tourism attractions.

o turizmu te o zadovoljstvu stanovništva i njihovoj važnosti za razvoj turističke destinacije.

Uloga stavova i percepcije lokalnog stanovništva o turizmu

Lokalno stanovništvo jedan je od glavnih dionika održivog razvoja turizma te je poznavanje njegovih stavova i percepcije o turizmu važno za uspješan i održiv razvoj turizma u destinaciji. Stavovi stanovnika predstavljaju važan izvor informacija na temelju kojih je moguće planirati i upravljati aktivnostima u turističkoj destinaciji. Osim toga, percepcije lokalnog stanovništva osnova su korisnih spoznaja i razumijevanja lokalnog stanovništva te polazište za predviđanje (utvrđivanje) stavova o turizmu i razine zadovoljstva stanovništva razvojem turizma u destinaciji. Ujedno, percepcije lokalnog stanovništva mogu utjecati i na njegovu podršku razvoju turizma, ali i na uključenost u očuvanje turističkih resursa, atrakcija te time i održivo gospodarenje destinacijom kao cjelinom.

Prema Ngowi i Jani (2018), poznavanje percepcija lokalnog stanovništva o turizmu ključno je za turistički razvoj destinacije. Slično, Obradović et al. (2021) ističu kako su stavovi i percepcije lokalnog stanovništva iznimno važni za uspješan i održiv turistički razvoj. Shen et al. (2022) svojim empirijskim istraživanjem potvrđuju da stavovi stanovnika o turizmu pozitivno utječu na njihovu podršku razvoju turizma u destinaciji. Ujedno, pregled literature pokazuje da percepcije stanovništva o turizmu utječu i na njihovo zadovoljstvo (Alrwajfah et al., 2019).

Prema tome, istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i njihove percepcije o tome kako turizam utječe na razvoj lokalne zajednice iznimno su važna i trebaju se provoditi kontinuirano. Takva istraživanja pružaju vrijedne informacije na temelju kojih se mogu kreirati razvojne politike i strategije. Osim toga, Alrwajfah et al. (2021) navode da je istraživanje percepcija lokalnog stanovništva važno jer se na taj način može

THEORETICAL FRAMEWORK

This chapter briefly presents the overview of literature on monitoring residents' attitudes toward and perceptions of tourism, and residents' satisfaction and their importance for the tourism destination development.

The role of residents' attitudes toward and perception of tourism

Local population represents one of the main stakeholders of sustainable tourism development, and insight into their attitudes toward and perceptions of tourism is significant for a successful and sustainable tourism destination development. Residents' attitudes are an important source of information based on which it is possible to plan and manage activities in the tourism destination. Moreover, residents' perceptions are the basis of useful knowledge about and understanding of the local population, and a starting point for predicting (determining) attitudes toward tourism and the level of residents' satisfaction with the tourism destination development. At the same time, residents' perceptions can affect their support to tourism development, but also inclusion in preserving tourism resources, attractions, thus also sustainable destination management as a whole.

According to Ngowi and Jani (2018), insight into the residents' perception of tourism is essential for tourism destination development. Likewise, Obradović et al. (2021) emphasise that residents' attitudes and perceptions are highly significant for a successful and sustainable tourism development. In their empirical research study, Shen et al. (2022) confirm that residents' attitudes toward tourism positively affect their support to tourism destination development. Also, the overview of literature shows that residents' perception of tourism also affects their satisfaction (Alrwajfah et al., 2019).

Accordingly, research into residents' attitudes toward tourism and their perception of the effects of tourism on the development of the local community

saznati kako lokalno stanovništvo ocjenjuje, upravlja i kako se odnosi prema pozitivnim i negativnim utjecajima turističkog razvoja.

Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu mogu utjecati i na zadovoljstvo turista. Oom do Valle et al. (2011) istraživali su povezanost stavova stanovnika o razvoju turizma u destinaciji i razinu zadovoljstva turista u toj destinaciji. Prema njihovim rezultatima, turisti izražavaju višu razinu zadovoljstva u destinacijama u kojima lokalno stanovništvo pozitivno percipira turistički razvoj, tj. podržava turizam. Pri tome stanovništvo iskazuje veću ljubaznost, gostoljubivost, spremnost na davanje informacija te pridonosi očuvanju okoliša i zaštiti turista. Postoji značajna pozitivna korelacija (povezanost) između podrške lokalnog stanovništva razvoju turizma te zadovoljstva turista i njihovog pozitivnog ponašanja prema destinaciji.

Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom u destinaciji

Zadovoljstvo stanovništva razvojem turizma u destinaciji važno je za ostvarivanje razvojnih ciljeva i učinaka (koristi) koje turizam stvara, osobito u kontekstu razvoja lokalne zajednice. Wang et al. (2019) navode da je zadovoljstvo stanovništva jedan od glavnih faktora koji dovodi do uspješnog turističkog razvoja. Ujedno, prema San Martín et al. (2018), ako stanovništvo ima pozitivan stav prema turizmu, bit će i najbolji promotor svoje destinacije kroz pozitivnu usmenu predaju i stvaranje pozitivnog imidža destinacije.

Zadovoljstvo predstavlja mjeru pozitivne percepcije o turizmu (Feroni et al., 2019; Alrwajfah et al., 2019). Konkretno, zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom multidimenzionalan je koncept (Nunkoo et al., 2013) te predstavlja općenit, ukupan osjećaj prema turizmu (Ngowi & Jani, 2018).

Na zadovoljstvo stanovništva utječu percepcije stanovnika o turizmu (Alrwajfah et al., 2019). Temeljem pregleda literature, Reyes-Gonzalez

is highly significant and should be conducted continuously. Such research studies provide valuable information based on which development policies and strategies can be created. Besides, Alrwajfah et al. (2021) state that research into residents' perceptions is important because it represents a way to get insight into how the local population assesses, manages and relates to the positive and negative impacts of tourism development.

Residents' attitudes toward tourism can also affect tourist satisfaction. Oom do Valle et al. (2011) studies the relationship between residents' attitudes toward tourism development in a destination and the level of tourist satisfaction with the destination. According to their results, tourists express a higher level of satisfaction with the destinations whose residents positively perceive tourism development, i.e., support tourism. Thereby, the residents express more kindness, hospitality, willingness to provide information, and contribute to environment preservation and tourist protection. There is a significant positive correlation (relationship) between the residents' support to tourism development and tourist satisfaction and their positive behaviour toward the destination.

Residents' satisfaction with tourism in a destination

Residents' satisfaction with tourism development in a destination is important for achieving development goals and effects (benefits) created by tourism, especially in the context of local community development. Wang et al. (2019) note that residents' satisfaction is one of the main factors leading to successful tourism development. Also, according to San Martín et al. (2018), if residents hold a positive attitude toward tourism, they will also be the best promoters of their destination through positive word-of-mouth and generation of a positive destination image.

Satisfaction means a measure of positive perception of tourism (Feroni, et al., 2019; Alrwajfah et al., 2019). Specifically, residents' satisfaction with

et al. (2019) zaključuju da se faktori koji utječu na percepciju i stavove lokalnog stanovništva prema turizmu mogu grupirati u unutarnje i vanjske faktore. Prema njima, unutarnji faktori odnose se na osobne karakteristike lokalnog stanovništva (na primjer, socio-demografske karakteristike, osjećaj pripadnosti zajednici, uključenost u turistički sektor), dok se vanjski faktori odnose na kulturološki jaz između lokalnog stanovništva i turista, odnos prema domaćem i stranom turizmu, razinu razvoja turizma u destinaciji, vrstu destinacije (urbana ili ruralna). Slično, Alrwajfah et al. (2019) u vanjske faktore ubrajaju razinu turističkog razvoja, vrstu turizma, turiste, turistički razvoj, sezonalnost i razinu razvoja države, dok unutarnji faktori uključuju ekonomski razvoj, ovisnost zaposljivosti o turizmu, pripadnost zajednici, udaljenost od turističkih središta, interakciju s turistima, osobne vrijednosti i demografske karakteristike (na primjer, dob, spol, razinu obrazovanja).

Alrwajfah et al. (2021) navode da važnu ulogu u percepciji lokalnog stanovništva o razvoju turizma na primjeru destinacije svjetske kulturne baštine imaju sljedeći elementi: stupanj uključenosti u turistički razvoj, sudjelovanje (participacija) u lokalnim organizacijama, kontakt između turista i stanovništva te povezanost stanovništva s lokalnom zajednicom.

Prema rezultatima istraživanja Wang et al. (2014), faktori kao što su percipirane koristi turističkog razvoja, percipirani troškovi turističkog razvoja, sudjelovanje stanovništva u turističkom razvoju, sveobuhvatnost osobnih koristi od turizma, očekivanja lokalnog stanovništva o turističkom razvoju i povezanost sa zajednicom značajno utječu na zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkim razvojem.

Nekoliko je autora istraživalo zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkim razvojem destinacije u kontekstu dimenzija održivog razvoja.

Na primjeru destinacije kulturne baštine, najjači su prediktor zadovoljstva lokalnog stanovništva

tourism is a multidimensional concept (Nunkoo et al., 2013), and represents a general, total feeling toward tourism (Ngowi & Jani, 2018).

Residents' satisfaction is affected by residents' perceptions of tourism (Alrwajfah et al., 2019). Based on the overview of literature, Reyes-Gonzalez et al. (2019) conclude that the factors impacting residents' perception of and attitudes toward tourism can be grouped as internal and external factors. According to the authors, internal factors relate to personal characteristics of the local population (for example, socio-demographic characteristics, a sense of belonging to the community, inclusion in the tourism sector); whereas, external factors relate to the cultural gap between the residents and tourists, attitude towards domestic and foreign tourism, extent of tourism development in the destination, type of destination (urban or rural). Likewise, according to Alrwajfah et al. (2019), external factors include the level of tourism development, type of tourism, tourists, tourism development, seasonality and level of country's development, while internal factors include economic development, employability dependence on tourism, community belonging, distance from tourism centres, interaction with tourists, personal values and demographic characteristics (e.g., age, gender, education level).

Alrwajfah et al. (2021) state that an important role in the residents' perception of tourism development in the case of world cultural heritage destination is played by the following elements: level of inclusion in tourism development, participation in local organisations, contact between tourists and residents, and sense of connection of residents with the local community.

According to research results by Wang et al. (2014), factors such as perceived benefits of tourism development, perceived costs of tourism development, residents' participation in tourism development, the totality of personal benefits from tourism, residents' expectations from tourism development and connection to

percipirani pozitivni ekonomski učinci, nakon čega slijede pozitivni okolišni i pozitivni socio-kulturni učinci (Alrwajfah et al., 2019). Slično, Sánchez del Río-Vázquez et al. (2019) na primjeru grada Seville (Španjolska) zaključuju da pozitivan ekonomski utjecaj, pozitivan socio-kulturni utjecaj te nizak okolišni utjecaj imaju značajne i pozitivne učinke na zadovoljstvo stanovništva javnom upravom.

Obradović et al. (2021) istraživali su utjecaj dimenzija održivog razvoja na zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom na primjeru prirodnog rezervata Uvac (Srbija). Rezultati pokazuju da na zadovoljstvo lokalnog stanovništva najviše utječe socio-kulturna dimenzija, a slijede ekonomska, ekološka i institucijska dimenzija održivog razvoja. Slično, Khan et al. (2022) na primjeru destinacije bogate prirodnim resursima došli su do zaključka da su okolišna, ekonomska, kulturna i institucijska dimenzija održivog razvoja značajno povezane sa zadovoljstvom lokalnog stanovništva.

Nadalje, rezultati istraživanja koje su proveli Hassan et al. (2022) na uzorku stanovnika ruralne turističke destinacije u Saudijskoj Arabiji pokazuju da na zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma najveći utjecaj imaju okolišni učinci (očuvanje prirodnih resursa i poticanje svjesnosti kod lokalnog stanovništva o važnosti prirode), nakon čega slijede ekonomski i društveni učinci.

Osim toga, na zadovoljstvo stanovništva turizmom utječu i turistička sezona te socio-demografske karakteristike stanovnika. Feroni et al. (2019) navode da je sezonalnost faktor koji znatno utječe na razinu zadovoljstva stanovništva turizmom. Konkretno, na primjeru stanovnika Južne Sardinije (Italija) zaključuju da su ispitanici bili jako zadovoljni turizmom tijekom visoke sezone, dok su za razdoblje izvan glavne sezone iskazali nezadovoljstvo. Također, na zadovoljstvo stanovnika utječu i dob te ekonomski status, pri čemu su stariji stanovnici i oni koji su nezaposleni ili u mirovini iskazali više razine zadovoljstva turizmom u svojoj zajednici u odnosu na ostale.

the community significantly impact residents' satisfaction with tourism development.

Several authors studied the satisfaction of the local population with tourism development in the context of sustainable development.

On an example of a cultural heritage destination, the strongest predictors of resident satisfaction are perceived economic effects, followed by positive environmental and positive socio-cultural effects (Alrwajfah et al., 2019). Similarly, Sánchez del Río-Vázquez (2019), on the example of the city of Seville (Spain), concludes that a positive economic effect, a positive socio-cultural effect, and low environmental impact have significant and positive effects on resident satisfaction with public administration.

Obradović et al. (2021) studied the effects of sustainable development dimensions on resident satisfaction with tourism on the example of Uvac natural reserve (Serbia). The results show that resident satisfaction is mostly affected by the socio-cultural dimension, followed by economic, ecological and institutional dimensions of sustainable development. Likewise, on the example of a destination rich in natural resources, Khan et al. (2022) concluded that the environmental, economic, cultural and institutional dimensions of sustainable development are significantly connected with resident satisfaction.

Furthermore, results of research conducted by Hassan et al. (2022) on the sample of rural tourism destination residents in Saudi Arabia show that resident satisfaction with tourism development is mostly affected by environmental effects (preservation of natural resources and raising resident awareness of the importance of nature), followed by economic and social effects.

Besides, resident satisfaction with tourism is also affected by tourism season and socio-demographic characteristics of residents. Feroni et al. (2019) note that seasonality is a factor that significantly impacts the level of residents' satisfaction with tourism. Specifically, on the example of residents of South

Na temelju ovog pregleda literature može se zaključiti da je koncept zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom u destinaciji istraživana s različitih aspekata i da na njega utječu različiti faktori. Stoga je cilj ovog istraživanja usmjeren na ocjenjivanje percepcije i zadovoljstva stanovništva turističkom ponudom u destinaciji te se dobivenim rezultatima nastoje proširiti dosadašnje spoznaje.

Turistička ponuda važan je element razvoja destinacije i privlačenja turista u destinaciju te je potrebno poznavati stavove korisnika (klijenata) o ponuđenim, tj. korištenim proizvodima i uslugama. Turistička ponuda kombinacija je opipljivih i neopipljivih elemenata. Raznovrsnost i kompleksnost ponude utječu i na način ocjenjivanja i mjerenja zadovoljstva klijenta sadržajima u turističkoj destinaciji. Oliver (1997) naglašava da se zadovoljstvo klijenta može povezati s pojedinim elementom proizvoda ili usluge ili ga se može sagledavati kao ukupnu ocjenu proizvoda ili usluge. Smatra se da je kod složenih usluga opravdano ocjenjivati zadovoljstvo pojedinim elementom jer takve ocjene daju detaljne i pouzdane informacije, a zadovoljstvo (ili nezadovoljstvo) pojedinim elementom usluge dovodi do ocjene ukupnog zadovoljstva (Grigoroudis & Siskos, 2010; Kozak & Rimmington, 2000). S obzirom na sve navedeno, opravdano je pretpostaviti da percepcija pojedinih elemenata ponude može utjecati na ukupno zadovoljstvo klijenta, u ovom slučaju lokalnog stanovništva. Stoga se postavlja sljedeća hipoteza:

H1: Percepcija stanovništva o pojedinim elementima ponude pozitivno i značajno utječe na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje se temelji na primarnim podacima prikupljenima tehnikom anketiranja. Varijable

Sardinia (Italy), they concluded that respondents were very satisfied with tourism during high season, while they showed dissatisfaction during off-season. Also, resident satisfaction is affected by age and economic status, whereby older residents and those who are unemployed or retired showed higher levels of satisfaction with tourism in their community in comparison with other residents.

Based on this overview of literature, we can conclude that the concept of resident satisfaction with tourism in a destination was studied from different points of view and that it is affected by different factors. Therefore, the objective of this research is directed toward assessing the perception and satisfaction of residents with the tourism offer in a destination, aimed at broadening the current findings with the obtained results.

Tourism offer is an important element of destination development and destination pull factor for tourists, and it is necessary to know consumer (client) attitudes towards the offered, i.e., consumed products and services. The variety and complexity of the offer also impact the methods of assessing and measuring client satisfaction with tourism destination attractions. Oliver (1997) highlights that client satisfaction can be related to individual elements of a product or service, or it can be viewed as a total assessment of a product or service. It is considered justified with complex services to assess satisfaction with individual elements because such assessments provide more detailed and reliable information, and satisfaction (or dissatisfaction) with individual elements of service leads to the assessment of total satisfaction (Grigoroudis & Siskos, 2010; Kozak & Rimmington, 2000). With that in mind, it is justified to assume that the perception of individual elements of the offer can affect total client satisfaction, in this case resident satisfaction. Therefore, the following hypothesis is set:

H1: Resident perception of individual elements of the offer positively and significantly affects total resident satisfaction with the tourism destination.

u upitniku preuzete su iz Muresan et al. (2019) i Qualitest modela (European Commission, 2003) te su prilagođene potrebama ovog istraživanja.

Upitnik se sastoji od tri dijela. Prvi dio upitnika sadrži pitanja kojima se mjeri zadovoljstvo ispitanika pojedinim elementima ponude turističke destinacije. Ovaj dio upitnika uključuje 14 varijabli, a stupanj zadovoljstva ocjenjuje se Likertovom ljestvicom u rasponu od „vrlo nezadovoljan/na“ (ocjena 1) do „vrlo zadovoljan/na“ (ocjena 5). Drugi dio upitnika sadrži dvije tvrdnje za mjerenje ukupnog zadovoljstva ispitanika turističkom destinacijom. Stupanj slaganja ocjenjuje se Likertovom ljestvicom ocjenama od „u potpunosti se ne slažem“ (ocjena 1) do „u potpunosti se slažem“ (ocjena 5). Treći dio upitnika uključuje demografske varijable koje se odnose na dob, spol, stupanj obrazovanja, mjesto stanovanja i izvore prihoda ispitanika.

Istraživanje je provedeno na primjeru otočne turističke destinacije te konkretno obuhvaća prostor lošinjskog arhipelaga. Populaciju stoga čine stanovnici lošinjskog arhipelaga, tj. područja Grada Malog Lošinja. Podaci su prikupljeni primjenom *online* ankete, koja je bila objavljena u različitim lokalnim grupama na društvenim mrežama. Prikupljeno je 200 ispravno ispunjenih upitnika.

Prikupljeni podaci analizirani su metodama deskriptivne i multivarijatne statističke analize. Metode deskriptivne analize korištene su za opis karakteristika uzorka, ocjenu zadovoljstva pojedinim elementima ponude u destinaciji i ocjenu razine ukupnog zadovoljstva turističkom destinacijom. Korištenjem metoda multivarijatne statističke analize testirana je hipoteza H1. Pri tome je primjenom eksploratorne faktorske analize utvrđena faktorska struktura zadovoljstva pojedinim elementom ponude u destinaciji. Pouzdanost izlučenih faktora testirana je izračunavanjem Cronbach alpha koeficijena. Utjecaj pojedinih faktora na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom ispitan je višestrukoum regresijskom analizom.

RESEARCH METHODOLOGY

Our research is based on primary data collected via questionnaire. The questionnaire variables were taken from Muresan et al. (2019) and the Qualitest model (European Commission, 2003), and were adapted to the needs of this research.

The questionnaire was divided into three parts. The first part comprised questions measuring respondents' satisfaction with specific elements of the tourism destination offer. This part of the questionnaire included 14 variables, and the level of satisfaction was expressed on a Likert scale from „very dissatisfied“ (point 1) to „very satisfied“ (point 5). The second part of the questionnaire comprised two statements for measuring the total respondents' satisfaction with the tourism destination. The levels of agreement were expressed on a Likert scale graded from „I completely disagree“ (point 1) to „I completely agree“ (point 5). The third part of the questionnaire includes demographic variables relating to respondents' age, gender, level of education, place of residence and source of income.

The research was conducted on the example of an island tourism destination and specifically encompasses the area of the Lošinj archipelago. The population is thus made up of residents of the Lošinj archipelago, i.e., the area of the town of Mali Lošinj. Data were collected via online questionnaire, published in various local groups on social media. A total of 200 valid responses were collected.

The collected data were analysed by methods of descriptive and multivariate statistical analysis. Descriptive analysis methods were used for describing the character of the sample, the level of satisfaction with individual elements of the offer in the destination and the level of total satisfaction with the tourism destination. The multivariate analysis was used to test the hypothesis H1. By using exploratory factor analysis, we determined the factor structure of satisfaction with individual elements of the offer in the destination. The reliability of the obtained results was tested by

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja grupirani su u nekoliko dijelova. Prvo su opisane karakteristike uzorka. Slijede rezultati analize zadovoljstva lokalnog stanovništva ponudom u turističkoj destinaciji, pri čemu su istaknute razina zadovoljstva pojedinim elementima ponude, razina ukupnog zadovoljstva i faktorska struktura zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude u destinaciji. Na kraju su predstavljeni rezultati testiranja utjecaja zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom.

Opis uzorka

Uzorak se sastoji od 200 ispitanika, od kojih je 69,5 % ženskog spola, a 30,5 % ispitanika muškog spola. U strukturi uzorka prema dobi prevladavaju ispitanici do 30 godina (49 %), a slijede oni u dobi između 30 i 44 godina (29 %). Dvadeset i dva posto ispitanika starije je od 45 godina. S obzirom na mjesto stanovanja, većina ispitanika (58 %) stanuje u Malom Lošinj, dok preostalih 42 % ispitanika stanuje u ostalim mjestima koji pripadaju lošinjskom arhipelagu. Većina ispitanika (51,5 %) visoko je obrazovana. Srednje obrazovanje ima 46,5 % ispitanika, dok je 2 % ispitanika kao najviši stupanj postignutog obrazovanja navelo osnovnu školu. Više od polovine ispitanika (55,5 %) ostvaruje prihode u turizmu, dok preostali (44,5 %) ne ostvaruju prihode u ovoj djelatnosti.

Zadovoljstvo lokalnog stanovništva ponudom u turističkoj destinaciji

Rezultati deskriptivne analize, eksploratorne faktorske analize i analize pouzdanosti sažeti su u Tablici 1.

Ispitanici su u prosjeku zadovoljni ili izražavaju neutralan stav prema pojedinim elementima ponude. Prosječne ocjene u Tablici 1 pokazuju da su ispitanici najmanje zadovoljni mogućnostima

calculating the Cronbach's alpha coefficient. The effects of individual factors on the total resident satisfaction with the tourism destination was tested by the multiple regression analysis.

RESEARCH RESULTS

Research results are grouped in several sections. First, sample characteristics are described. This is followed by the results of analysis of resident satisfaction with the offer in the tourism destination, whereby we highlight satisfaction with individual elements of the offer, the level of total satisfaction and factor structure of satisfaction with elements of the tourism offer in the destination. Finally, we present the results of testing the impact of satisfaction with individual elements of the tourism offer on total resident satisfaction with the tourism destination.

Sample description

The sample consists of 200 respondents, 69.5 % of which are female and 30.5 % are male. As regards the age structure of the sample, respondents below the age of 30 prevail (49 %), followed by respondents aged between 30 and 44 (29 %). Twenty-two percent of the respondents are older than 45. As regards the place of residents, the majority of respondents (58 %) live in Mali Lošinj, while the remaining 42 % live in other areas belonging to the Lošinj archipelago. The majority of respondents (51.5 %) hold a higher education degree. 46.5 % of respondents have a secondary education degree, while 2 % stated primary education as the highest completed degree of education. More than half of the respondents (55.5 %) receive income from tourism, while the others (44.5 %) do not receive income from this sector.

Resident satisfaction with the tourism destination offer

Table 1 shows a summary of results of the descriptive analysis, exploratory factor analysis and reliability analysis.

TABLICA 1. ANALIZA ZADOVOLJSTVA POJEDINIM ELEMENTIMA PONUDE U TURISTIČKOJ DESTINACIJI
TABLE 1. ANALYSIS OF SATISFACTION WITH INDIVIDUAL ELEMENTS OF THE OFFER IN THE TOURISM DESTINATION

VARIJABLE / VARIABLES	A. S. (S. D.) A. M. (S. D.)	FAKTORSKA OPTEREĆENJA FACTOR LOADING	SVOJSTVENA VRIJEDNOST EIGENVALUE	% VARIJANCE % VARIANCE	CRONBACH ALPHA CRONBACH'S ALPHA
Faktor 1 / Factor 1	3,27		4,401	31,436	0,874
Dostupnost parkirnih mjesta Availability of parking spaces	2,76 (1,225)	0,783			
Mogućnosti zabave Entertainment opportunities	2,72 (1,284)	0,753			
Raznovrsnost kulturnih sadržaja Diversity of cultural attractions	3,23 (1,137)	0,748			
Dostupnost informacija Availability of information	3,56 (1,026)	0,724			
Raznovrsnost sportskih sadržaja Diversity of sports attractions	3,27 (1,137)	0,664			
Dostupnost destinacije (prometna povezanost) Destination accessibility (traffic connections)	3,24 (1,122)	0,633			
Vidljivost destinacije Destination visibility	3,84 (0,959)	0,611			
Raznovrsnost gastronomske ponude Diversity of gastronomy offer	3,55 (1,106)	0,458			
Faktor 2 / Factor 2	3,83		3,831	30,065	0,805
Osjećaj sigurnosti u destinaciji Sense of safety in the destination	4,43 (0,871)	0,789			
Ljubaznost lokalnog stanovništva Residents' hospitality	3,91 (0,991)	0,782			
Odnos cijene i kvalitete usluga Service price and quality ratio	3,37 (1,067)	0,615			
Čistoća i uređenost destinacije Destination cleanliness and orderliness	3,63 (1,077)	0,587			
Kvaliteta smještajnih kapaciteta Quality of accommodation capacities	3,98 (0,842)	0,536			

VARIJABLE / VARIABLE	A. S. (S. D.) A. M. (S. D.)	FAKTORSKA OPTEREĆENJA FACTOR LOADING	SVOJSTVENA VRIJEDNOST EIGENVALUE	% VARIJANCE % VARIANCE	CRONBACH ALPHA CRONBACH'S ALPHA
Dostupnost turističkih sadržaja i usluga Availability of tourist attractions and services	3,64 (1,033)	0,483			
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0,900				
Bartlettov test / Bartlett test	1245,303 (p < 0,01)				

Napomena: Primijenjena je metoda glavnih komponenta (*principal component analysis*). Metoda rotacije: varimax s Kaiser normalizacijom. Vrijednosti faktorskih opterećenja koje ne pripadaju određenom faktoru nisu prikazane. Vrijednosti u zagradi su standardne devijacije. A. S. – aritmetička sredina. S. D. – standardna devijacija. / N. B.: We used the principal component analysis. Rotation method: varimax with Kaiser normalization. Factor loading values that do not belong to a specific factor were not included. Values in brackets are standard deviations. A. M. – arithmetic mean. S. D. – standard deviation.

Izvor: autorice / Source: authors

zabave u destinaciji i dostupnošću parkirnih mjesta, dok su najzadovoljniji osjećajem sigurnosti u destinaciji. Na temelju vrijednosti prosječnih ocjena može se zaključiti da ispitanici ni za jedan element ponude nisu iskazali najviši stupanj zadovoljstva („vrlo zadovoljan“). Ocjene ujedno pokazuju da ispitanici nisu nezadovoljni promatranim elementima ponude te ih ne percipiraju negativno.

Ispitanici su u prosjeku zadovoljni osjećajem sigurnosti, kvalitetom smještajnih kapaciteta, vlastitom ljubaznošću, vidljivošću destinacije (u smislu postojanja informacija o destinaciji u tiskanom i elektronskim medijima), dostupnošću turističkih sadržaja i usluga (na primjer, radno vrijeme objekata), čistoćom i uređenošću destinacije, dostupnošću informacija o mogućim načinima provođenja vremena u destinaciji te raznovrsnošću gastronomske ponude. S druge strane, umjerenu razinu zadovoljstva (tj. neutralan stav) pokazuju prema sljedećim elementima ponude: odnos cijene i kvalitete usluga, raznovrsnost sportskih i kulturnih sadržaja, dostupnost destinacije (u smislu prometne povezanosti), dostupnost parkirnih mjesta i mogućnost zabave.

On average, the respondents are satisfied with or have a neutral attitude toward individual elements of the offer. The average grades in Table 1 show that the respondents are least satisfied with entertainment opportunities in the destination and the availability of parking spaces, whereas they are most satisfied with the sense of safety in the destination. Based on average grade values, we can conclude that the respondents did not assess a single element of the offer with the highest level of satisfaction („very satisfied“). The grades also show that the respondents are not dissatisfied with the observed elements of the offer and that they do not perceive them in a negative way.

On average, all respondents are satisfied with the sense of safety, the quality of accommodation capacities, their own hospitality, destination visibility (related to information visibility about the destination in print and online media), availability of tourist attractions and services (e.g., facilities' working hours), cleanliness and orderliness of the destination, availability of information on possible ways to spend time in the destination, and the diversity of the gastronomy offer. On the other hand, they showed a moderate level of

Nadalje, cilj provođenja eksploratorne faktorske analize bio je utvrditi faktorsku strukturu zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude u destinaciji. Ujedno je izračunavanjem Cronbach alpha koeficijentata ocijenjena pouzdanost izlučenih faktora. Rezultati su sadržani u Tablici 1.

Od ukupno 14 varijabli uključenih u analizu izlučena su dva faktora koji objašnjavaju 61,5 % ukupne varijance. Ujedno su prema podacima prikazanim u Tablici 1 zadovoljeni svi kriteriji prema Hair et al. (2010), koji ukazuju na zadovoljavajuću faktorsku strukturu: svojstvena vrijednost za svaki faktor premašuje vrijednost 1, faktorska opterećenja veća su od 0,4, pri čemu je većina vrijednosti veća od 0,6, te izlučeni faktori sadrže više od tri varijable. Osim toga, vrijednosti Cronbach alpha koeficijentata veće su od 0,8, što prema Hair et al. (2010) pokazuje jaku unutarnju dosljednost i visoku pouzdanost izlučenih faktora.

Temeljem varijabli koje su obuhvaćene u pojedinom faktoru, izlučeni faktori protumačeni su na sljedeći način: „infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda“ te „osnovni elementi ponude“.

Faktor 1 („infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda“) obuhvaća varijable koje se odnose na prometnu infrastrukturu (prometna povezanost destinacije i dovoljan broj parkirnih mjesta), dostupnost informacija o destinaciji (vidljivost destinacije u medijima), dostupnost informacija u destinaciji (osnovne servisne informacije) te na dodatne sadržaje (gastronomija, sport, kultura, zabava) koji upotpunjuju osnovnu ponudu i stvaraju dodanu vrijednost destinacije.

Faktor 2 („osnovni elementi ponude“) sadrži varijable koje se odnose na neopipljive elemente (sigurnost, ljubaznost, dobivena vrijednost), kvalitetu smještajnih objekata, dostupnost turističkih sadržaja (radno vrijeme objekata) i izgled destinacije (uređenost i čistoća).

Prema dobivenim rezultatima, faktor 1 važan je lokalnom stanovništvu, a elementi ponude

satisfaction with (i.e., a neutral attitude toward) the following elements of the offer: service price and quality ratio, diversity of sports and cultural attractions, destination accessibility (in terms of traffic connections), availability of parking spaces and entertainment opportunities.

Furthermore, the aim of conducting the exploratory factor analysis was to determine the structure of satisfaction with individual elements of tourism offer in the destination. Also, the Cronbach's alpha coefficient served to assess the reliability of extracted factors. The results are included in Table 1.

From the total of 14 variables included in the analysis, two factors were extracted that explain 61.5 % of total variance. Likewise, according to data shown in Table 1, all criteria were met in accordance with Hair et al. (2010), who point to the satisfactory factor structure: eigenvalue for each factor surpasses value 1, factor loadings are over 0.4, whereby the majority of values are over 0.6, and the extracted factors comprise more than three variables. Besides, the values of the Cronbach's alpha coefficient are higher than 0.8, which, according to Hair et al. (2010), indicates a strong internal consistency and high reliability of extracted factors.

Based on the variables comprised in an individual factor, the extracted factors were interpreted in the following way: „infrastructure facilities and non-accommodation offer“ and „basic elements of the offer“.

Factor 1 („infrastructure facilities and non-accommodation offer“) comprises variables relating to traffic infrastructure (traffic connection of the destination and sufficient number of parking spaces), availability of information about the destination (media visibility of the destination), availability of information in the destination (basic service information), and complementary amenities (gastronomy, sport, culture, entertainment) that complete the basic offer and create an added value for the destination.

Factor 2 („basic elements of the offer“) includes variables relating to the intangible elements

sadržani u njemu za ispitanike imaju nešto veću vrijednost u odnosu na faktor 2. Naime, faktor 1 sadrži više varijabli, objašnjava veći postotak varijance izvornih varijabli, tj. sadrži veći postotak informacija, te ima veću pouzdanost u usporedbi s faktorom 2. S druge strane, ispitanici su većom prosječnom ocjenom ocijenili elemente ponude sadržane u faktoru 2. Prema vrijednostima prosječnih ocjena može se zaključiti da je lokalno stanovništvo zadovoljno osnovnim elementima ponude u destinaciji (prosječna ocjena iznosi 3,83), dok o infrastrukturnim sadržajima i izvanpansionskoj ponudi imaju neutralan stav (niti su zadovoljni niti su nezadovoljni) (prosječna ocjena iznosi 3,27).

Tablica 2 prikazuje razinu ukupnog zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkom destinacijom.

Prosječne ocjene ukupnog zadovoljstva stanovništva pokazuju osrednje zadovoljstvo turističkom ponudom u destinaciji, tj. neutralan stav. S druge strane, uspoređujući ponudu lošinjskog arhipelaga s drugim destinacijama, ispitanici imaju izraženiji pozitivan stav te se slažu da njihova destinacija nudi

(safety, hospitality, received value), quality of accommodation facilities, availability of tourism attractions (facilities' working hours) and appearance of the destination (orderliness and cleanliness).

According to the obtained results, factor 1 is important to the local population, and the offer elements contained in it hold a slightly higher value for respondents as opposed to factor 2. Namely, factor 1 includes more variables, explains the higher percentage of variance of the original variables, i.e., contains a higher percentage of information, and has higher reliability than factor 2. On the other hand, respondents gave a higher average grade to elements comprised in factor 2. According to the values of average grades, we can conclude that the residents are satisfied with the basic elements of the offer in the destination (average grade is 3.83), while they hold a neutral attitude (neither satisfied nor dissatisfied) toward infrastructure facilities and non-accommodation offer (the average grade is 3.27).

Table 2 shows the level of total resident satisfaction with the tourism destination.

TABLICA 2. DESKRIPTIVNA STATISTIČKA ANALIZA UKUPNOG ZADOVOLJSTVA STANOVNIŠTVA TURISTIČKOM DESTINACIJOM

TABLE 2. DESCRIPTIVE STATISTICAL ANALYSIS OF TOTAL RESIDENT SATISFACTION WITH THE TOURISM DESTINATION

VARIJABLE / VARIABLES	ARITMETIČKA SREDINA ARITHMETIC MEAN	STANDARDNA DEVIJACIJA STANDARD DEVIATION
Općenito, zadovoljan/na sam turističkom ponudom u destinaciji. / In general, I am satisfied with the tourism offer in the destination.	3,47	0,972
Mislim da lošinjski arhipelag nudi puno više nego druge destinacije. / I think that the Lošinj archipelago offers much more than other destinations.	3,60	1,130
Ukupna prosječna ocjena / Total average grade	3,54	

Napomena: ljestvica ocjenjivanja obuhvaća 5 ocjena (1 = „u potpunosti se ne slažem“, 5 = „u potpunosti se slažem“).
N. B.: the grading scale comprised 5 grades (1 = "I completely disagree", 5 = "I completely agree").

Izvor: autorice / Source: authors

više u odnosu na druge. Ukupna prosječna ocjena pokazuje umjerenu razinu ukupnog zadovoljstva destinacijom.

Utjecaj zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom

Višestruka regresijska analiza provedena je s ciljem testiranja utjecaja zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Pri tome su pojedini elementi turističke ponude sažeti u faktore koji su bili izlučeni u ranije provedenoj faktorskoj analizi. Definirani regresijski model stoga sadrži dvije nezavisne i jednu zavisnu varijablu. Faktori „infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda“ te „osnovni elementi ponude“ predstavljaju nezavisne varijable, dok je ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom definirano kao zavisna varijabla.

Ispitivanje utjecaja zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom provest će se u dva dijela. Prvo će se provjeriti moguće postojanje multikolinearnosti u modelu, dok drugi dio analize obuhvaća testiranje postavljenog modela.

Provjera moguće multikolinearnosti u modelu provedena je korelacijskom analizom te su rezultati prikazani u Tablici 3.

Rezultati korelacijske analize sadržani u Tablici 3 ukazuju na značajnu povezanost varijabli u modelu. Svi su koeficijenti manji od 0,80, što zadovoljava preporuku prema Bryman i Cramer (2009) te upućuje na zaključak da u ovom modelu ne postoji problem multikolinearnosti.

Rezultati testiranja regresijskog modela sažeto su prikazani u Tablici 4.

Rezultati u Tablici 4 pokazuju jaku, pozitivnu i statistički značajnu povezanost pojedinih elemenata turističke ponude i ukupnog zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkom destinacijom ($R = 0,801$,

The average grades for total resident satisfaction show moderate satisfaction with the tourism offer in the destination, i.e., a neutral attitude. On the other hand, comparing the offer of the Lošinj archipelago with other destinations, respondents show a more positive attitude, and they agree that their destination offers more in comparison to others. The total average grade shows a moderate level of total satisfaction with the destination.

The impact of satisfaction with individual elements of the offer on total resident satisfaction with the tourism destination

The multiple regression analysis was conducted with the purpose of testing the impact of satisfaction with individual elements of the tourism offer on total resident satisfaction with the tourism destination. In doing so, the individual elements of the tourism offer were summarised into factors extracted in the previously conducted factor analysis. Therefore, the defined regression model contains two independent and one dependent variable. The factors „infrastructure facilities and non-accommodation offer“ and „basic elements of the offer“ represent independent variables, while total resident satisfaction with the tourism destination is defined as a dependent variable.

The testing of the impact of satisfaction with the individual elements of the tourism offer on total resident satisfaction with the tourism destination was conducted in two parts. First, we checked the possible existence of multicollinearity in the model, while the second part of the analysis entailed testing of the set model.

Evaluation of the possible multicollinearity in the model was conducted by correlation analysis, with the results shown in Table 3.

The results of the correlation analysis shown in Table 3 point to a significant correlation of variables in the model. All coefficients are lower than 0.80, which meets the recommendation by Bryman and Cramer (2009) and leads to a conclusion that the multicollinearity issue does not exist in this model.

TABLICA 3. KORELACIJSKA MATRICA / TABLE 3. CORRELATION MATRIX

VARIJABLE / VARIABLES	1	2	3
1. Infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda 1. Infrastructure facilities and non-accommodation offer	1,000		
2. Osnovni elementi ponude / 2. Basic elements of the offer	0,731	1,000	
3. Ukupno zadovoljstvo / 3. Total satisfaction	0,783	0,689	1,000

Napomena: svi koeficijenti korelacije značajni su na razini 0,01. / N. B.: all correlation coefficients are significant at 0.01.

Izvor: autorice / Source: authors

TABLICA 4. VIŠESTRUKA REGRESIJSKA ANALIZA / TABLE 4. MULTIPLE REGRESSION ANALYSIS

NEZAVISNE VARIJABLE INDEPENDENT VARIABLES	b	BETA	t	SIG.	TOLERANCIJA TOLERANCE	VIF
Konstanta / Constant	-0,176		-0,767	0,444		
Faktor 1 / Factor 1	0,708	0,599	9,586	0,000*	0,465	2,151
Faktor 2 / Factor 2	0,348	0,251	4,013	0,000*	0,465	2,151
F (2,197) = 176,660, p < 0,01; R = 0,801, R ² = 0,642						

Napomena: zavisna varijabla: ukupno zadovoljstvo; * – značajno na razini 0,01.

N. B.: dependent variable: total satisfaction; * – significant at 0.01

Izvor: autorice / Source: authors

p < 0,01). Prema vrijednosti koeficijenta determinacije (R²) varijable „infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda“ (faktor 1) te „osnovni elementi ponude“ (faktor 2) objašnjavaju 64,2 % varijance u ukupnom zadovoljstvu lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Ujedno, prema F-pokazatelju zaključuje se da su rezultati u testiranom regresijskom modelu statistički značajni, što potvrđuje da ova kombinacija nezavisnih varijabli značajno predviđa zavisnu varijablu.

Nadalje, obje nezavisne varijable imaju značajan utjecaj na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Faktor „infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda“ ima najvišu značajnu standardiziranu vrijednost ($\beta = 0,599$, p < 0,01), što znači da najviše utječe na ukupno

The results of regression model testing are shown in detail in Table 4.

The results shown in Table 4 show a strong, positive and statistically significant correlation between individual elements of the tourism offer and total resident satisfaction with the tourism destination (R = 0.801, p < 0.01). According to the coefficient of determination (R²), the variables „infrastructure facilities and non-accommodation offer“ (factor 1) and „basic elements of the offer“ (factor 2) explain 64.2 % of variance in total resident satisfaction with the tourism destination. Likewise, according to indicator F, we can conclude that the results in the regression model are statistically significant, which confirms that the combination of independent variables significantly predicts the dependent variable.

zadovoljstvo lokalnog stanovništva. Slijedi faktor „osnovni elementi ponude“, čiji je utjecaj na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva također značajan ($\beta = 0,251$, $p < 0,01$).

Tablica 4 također sadrži pokazatelje kolinearnosti, na temelju kojih se može provjeriti valjanost testiranog regresijskog modela. Prema Leech et al. (2005), pokazatelji tolerancije ne bi smjeli biti manji od vrijednosti $1-R^2$. S obzirom na to, kriterij ocjene u ovom modelu iznosi 0,358. Iz Tablice 4 vidljivo je da su vrijednosti pokazatelja tolerancije za obje nezavisne varijable veće od izračunatog kriterija ocjene. Zaključuje se da ne postoji problem multikolinearnosti koji bi smanjio mogućnost predviđanja modela te se potvrđuje značajnost i valjanost testiranog modela.

Zaključno, rezultati višestruke regresijske analize pokazuju da su infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda te osnovni elementi ponude značajni prediktori ukupnog zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Time je potvrđena hipoteza H1.

ZAKLJUČAK

U ovom su radu prikazani rezultati istraživanja zadovoljstva lokalnog stanovništva elementima turističke ponude u otopnoj destinaciji. Istražena je razina zadovoljstva pojedinim elementima ponude te faktori koji utječu na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom.

Na temelju dobivenih rezultata može se zaključiti da lokalno stanovništvo ima neutralan ili pozitivan stav prema pojedinim elementima ponude u promatranoj turističkoj destinaciji, što dovodi do umjerene ukupne razine zadovoljstva. Najzadovoljniji su osjećajem sigurnosti u destinaciji, dok su najmanje zadovoljni mogućnostima zabave u destinaciji i dostupnošću parkirnih mjesta. Ovi rezultati daju sažeti odgovor na prvo istraživačko pitanje (IP1). Ujedno su usporedivi s rezultatima sličnih istraživanja. Naime, Soldić Frleta (2014)

Furthermore, both independent variables have a significant effect on the total resident satisfaction with the tourism destination. The factor „infrastructure facilities and non-accommodation offer“ has the highest significant standardised value ($\beta = 0.599$, $p < 0.01$), which means that it has the strongest effect on total resident satisfaction. It is followed by the factor „basic elements of the offer“, the impact of which on total resident satisfaction is also significant ($\beta = 0.251$, $p < 0.01$).

Table 4 also contains collinearity indicators, based on which the validity of the tested regression model can be checked. According to Leech et al. (2005), the tolerance indicators should not be lower than value $1-R^2$. With that in mind, the assessment criterium in this model is 0.358. Table 4 indicates that the values of tolerance indicators for both independent variables are higher than the calculated assessment criterium, leading to a conclusion that the multicollinearity issue that would reduce the possibility of model prediction does not exist, and confirming the significance and validity of the tested model.

In conclusion, the results of the multiple regression analysis show that the infrastructure facilities and non-accommodation offer, as well as basic elements of the offer are significant predictors of total resident satisfaction with the tourism destination. This confirms the hypothesis H1.

CONCLUSION

This paper shows the research results of resident satisfaction with elements of the tourism offer in an island destination. We looked into the level of satisfaction with individual elements of the offer, and factors that affect the total resident satisfaction with the tourism destination.

The obtained results lead to a conclusion that the local population holds a neutral or a positive attitude toward individual elements of the offer in the observed tourism destination, showing a moderate total level of satisfaction. The residents are most

zaključuje da lokalno stanovništvo dviju otočnih destinacija najlošijim percipira upravo dostupnost parkirnih mjesta te događanja, kulturne, sportske, zdravstvene i kongresne sadržaje. Slično, Rudančić-Lugarić (2014) navodi da lokalno stanovništvo dviju obalnih turističkih destinacija kao najveći problem percipira promet i parkirna mjesta te nedostatak zabavnih i sportskih sadržaja u destinaciji. Također, lokalno stanovništvo ruralne destinacije najlošije ocjenjuje prometnu situaciju u destinaciji (Muresan et al., 2019). S druge strane, lokalno stanovništvo u tim destinacijama pozitivno ocjenjuje osjećaj sigurnosti u destinaciji i vlastitu ljubaznost (Soldić Frleta, 2014; Rudančić-Lugarić, 2014; Muresan et al., 2019).

Rezultati faktorske analize pokazuju da se zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom ponudom u otočnoj destinaciji može opisati dvama faktorima (dimenzijama), i to kao infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda te osnovni elementi ponude. Slično, prema Muresan et al. (2019) lokalno stanovništvo ruralnog područja percipira turističku ponudu kroz tri dimenzije: „osnovna infrastruktura i ukupna kvaliteta“, „turistički potencijal“ i „kvaliteta osnovnih usluga“.

Nadalje, rezultati višestruke regresijske analize pokazuju značajan i pozitivan utjecaj zadovoljstva pojedinim elementima turističke ponude na ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Ti rezultati ujedno potvrđuju hipotezu H1 i pridonose drugom istraživačkom pitanju (IP2). Prema tome, veće zadovoljstvo infrastrukturnim sadržajima i izvanpansionskom ponudom te osnovnim elementima ponude dovodi i do više razine ukupnog zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Pri tome, najjači utjecaj na ukupno zadovoljstvo imaju infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda, dok osnovni elementi ponude imaju nešto slabiji utjecaj.

Konkretno, elementi ponude koji se odnose na prometnu infrastrukturu, vidljivost destinacije,

satisfied with the feeling of safety in the destination, whereas they are least satisfied with entertainment opportunities and availability of parking spaces in the destination. These results provide a summarised answer to the first research question (RQ1). They are also comparable with the results of similar research studies. Namely, Soldić Frleta (2014) concludes that residents of two island destinations view availability of parking spaces as the worst aspect, as well as events, cultural, sports, health and congress amenities. Similarly, Rudančić-Lugarić (2014) states that the residents of two coastal tourism destinations perceive traffic and parking spaces, as well as lack of entertainment and sport amenities as the biggest problem in the destination. Likewise, the residents of a rural destination view the traffic situation in the destination as the worst aspect (Muresan et al., 2019). On the other hand, the residents in these destinations positively assess the feeling of safety and their own hospitality (Soldić Frleta, 2014; Rudančić-Lugarić, 2014; Muresan et al., 2019).

The results of factor analysis show that the resident satisfaction with the tourism offer in an island destination can be described with two factors (dimensions), which are the infrastructure facilities and non-accommodation offer and the basic elements of the offer. Similarly, according to Muresan et al. (2019) rural destination residents perceives tourism offer through three dimensions, which are „basic infrastructure and total quality“, „tourism potential“ and „quality of basic services“.

Furthermore, the results of the multiple regression analysis indicate a significant and positive impact of satisfaction with individual elements of the tourism offer on total resident satisfaction with the tourism destination. The results also confirm the hypothesis H1 and contribute to the second research question (RQ2). Accordingly, higher satisfaction with infrastructure facilities and non-accommodation offer and the basic elements of the offer lead to a higher level of total resident satisfaction with the tourism destination. Thereby, infrastructure facilities and non-accommodation offer have the strongest effect on total satisfaction,

dostupnost informacija u destinaciji te na dodatne sadržaje (gastromonija, sport, kultura, zabava) najvažniji su prediktori ukupnog zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkom destinacijom. Osim toga, neopipljivi elementi ponude (sigurnost, ljubaznost, dobivena vrijednost), kvaliteta smještajnih objekata, dostupnost turističkih sadržaja i izgled destinacije također mogu značajno povećati razinu ukupnog zadovoljstva lokalnog stanovništva.

Nadalje, iako ukupno zadovoljstvo lokalnog stanovništva najviše ovisi o infrastrukturnim sadržajima i izvanpansionskoj ponudi u destinaciji, ispitanici te elemente percipiraju osrednjima. Naime, rezultati u ovom istraživanju pokazuju da lokalno stanovništvo prema tim elementima izražava nešto nižu razinu zadovoljstva u usporedbi s osnovnim elementima ponude u destinaciji, koje su ocijenili višim prosječnim ocjenama i prema kojima su iskazali zadovoljstvo. Ovi se rezultati mogu objasniti činjenicom da je riječ o razvijenoj turističkoj destinaciji, u kojoj su osnovni elementi ponude na zadovoljavajućoj razini. S druge strane, infrastrukturni sadržaji i izvanpansionska ponuda predstavljaju elemente koji osim turističke uloge imaju i važnu ulogu u svakodnevnom životu lokalnog stanovništva te utječu na kvalitetu života u destinaciji. Stoga ovi elementi turističke ponude pridonose zadovoljenju potreba lokalne zajednice. Njihova važnost u ostvarivanju ukupnog zadovoljstva lokalnog stanovništva i osrednja ocjena kojom su ispitanici ocijenili svoje zadovoljstvo njima pokazuju da lokalne (gradske i turističke) vlasti tim elementima trebaju posvetiti osobitu pažnju da bi se uklonili nedostaci, povećala razina zadovoljstva i kvaliteta života lokalnog stanovništva, a posljedično i kvaliteta turističke ponude u destinaciji.

Ovo istraživanje pridonosi razumijevanju stavova lokalnog stanovništva o razvoju turizma u destinaciji. Konkretno, proširuje postojeću literaturu o zadovoljstvu lokalnog stanovništva u otočnoj turističkoj destinaciji te predstavlja elemente turističke ponude kao značajne prediktore zadovoljstva lokalnog stanovništva. Ujedno, rezultati nadopunjuju jaz u literaturi,

while the basic elements of the offer affect it to a somewhat lesser extent.

Specifically, the elements of the offer relating to traffic infrastructure, destination visibility, availability of information in the destination, and additional amenities (gastromony, sport, culture, entertainment) are the most important predictors of total resident satisfaction with the tourism destination. Moreover, the intangible elements of the offer (safety, hospitality, received value), the quality of accommodation facilities, availability of tourism attractions and the appearance of the destination can also significantly increase the level of total resident satisfaction.

Furthermore, although total resident satisfaction mostly depends on the infrastructure facilities and non-accommodation offer in the destination, the respondents perceive these elements as moderate. Namely, the results of this research show that the residents express a somewhat lower level of satisfaction with these elements, compared to the basic elements of the offer that they evaluated with higher average grades and with which they expressed satisfaction. The fact that they live in a developed tourism destination, whose elements of the offer are on a satisfactory level can explain these results. On the other hand, infrastructure facilities and non-accommodation offer represent elements that, apart from tourism, also play an important role in residents' everyday lives and impact the quality of life in the destination. Therefore, these elements of the tourism offer contribute to the needs of the local community. Their importance in achieving total resident satisfaction and a moderate grade given to them by residents to express their satisfaction indicate that local (municipal and tourism) authorities need to take these elements under special consideration in order to eliminate flaws, increase the level of satisfaction and quality of life of the local population, and consequently the quality of tourism offer in the destination.

This research contributes to understanding of residents' attitudes toward tourism development in

jer je u Hrvatskoj, iako je turistička zemlja, malo objavljenih radova usmjereno na analizu stavova lokalnog stanovništva o turizmu te na utvrđivanje prediktora zadovoljstva lokalnog stanovništva, osobito na primjeru otočne turističke destinacije. Rezultati ovog istraživanja ukazuju koji elementi ponude su pozitivno percipirani sa stajališta stanovništva te s druge strane ukazuju na potrebu provođenja određenih promjena, tj. daju moguće smjernice za poboljšanje. Time pridonose učinkovitijem i održivijem načinu korištenja postojećih resursa u destinaciji. Dobiveni rezultati institucijama koje upravljaju destinacijom mogu poslužiti kao izvor dodatnih informacija u kreiranju razvojnih politika i strategija.

Ovo istraživanje ima nekoliko ograničenja koja treba uzeti u obzir prilikom generalizacije rezultata. Iako je *online* anketiranje sve češći način prikupljanja primarnih podataka u znanstvenim istraživanjima, postoji mogućnost da uzorak ne obuhvaća sve karakteristike populacije. Ipak, smatra se da je način distribucije *online* upitnika pridonio da ovo ograničenje što manje utječe na reprezentativnost prikupljenih podataka. Nadalje, iako je riječ o značajnoj turističkoj destinaciji, istraživanje obuhvaća jednu otočnu destinaciju. Također, zadovoljstvo lokalnog stanovništva uključuje manji broj varijabli, tj. temelji se na ocjenjivanju 14 elemenata ponude te je moguće da nisu obuhvaćeni svi elementi relevantni za konkretnu destinaciju.

Navedena ograničenja mogu predstavljati smjernice za daljnja istraživanja. Osim toga, u budućim istraživanjima trebalo bi nastaviti istraživati prediktore zadovoljstva lokalnog stanovništva. Također, istraživanja bi trebalo proširiti i na ispitivanje utjecaja zadovoljstva na lojalnost lokalnog stanovništva, osobito na stvaranje pozitivnog imidža i pozitivnu usmenu predaju.

a destination. Specifically, it expands the existing literature on resident satisfaction in an island tourism destination and represents elements of the tourism offer as significant predictors of resident satisfaction. Also, although Croatia is a tourism country, the results fill the gap in literature, as there are few published papers aimed at analysing residents' attitudes toward tourism and determining predictors of resident satisfaction, especially on the example of an island tourism destination. The results of this research indicate what elements of the offer are perceived positively by residents, and also point to the necessity of implementing specific changes, i.e., provide possible improvement guidelines. In doing so, they contribute to a more effective and more sustainable ways of utilising existing resources in the destination. The obtained results can serve as a source of additional information to tourism management organisations in creating development policies and strategies.

There are several research limitations that need to be taken into account upon generalisation of results. Although an online survey is becoming a more frequent method of collecting primary data in research studies, there is a possibility of the sample not encompassing all the population characteristics. Nevertheless, the method of online questionnaire distribution is considered to have contributed to this limitation having the least effect on the representativeness of the collected data. Also, although the observed destination is a significant tourism destination, the research focuses on only one island destination. Likewise, the resident satisfaction includes a lesser number of variables, i.e., it is based on assessing 15 elements of the offer, making it possible that not all elements relevant for a specific destination were included.

The above-mentioned limitations may present guidelines for further research. Besides, future research should continue to study predictors of resident satisfaction. Also, research studies should be expanded to the effects of satisfaction on residents' loyalty, especially on generating a positive image and positive word-of-mouth promotion.

LITERATURA / LITERATURE

- ALRWAJFAH, M. M., ALMEIDA-GARCIA, F. & CORTES-MACIAS, R. (2019). „Residents' Perceptions and Satisfaction toward Tourism Development: A Case Study of Petra Region, Jordan“. *Sustainability*, 11, 1907; DOI:10.3390/su11071907
- ALRWAJFAH, M. M., ALMEIDA-GARCIA, F., CORTES-MACIAS, R. (2021). „The satisfaction of local communities in World Heritage Site destinations. The case of the Petra region, Jordan“. *Tourism Management Perspectives*, 39, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100841>
- BRYMAN, A., CRAMER, D. (2009). *Quantitative Data Analysis with SPSS 14, 15 and 16: A Guide for Social Scientists*. Routledge, London, New York
- EUROPEAN COMMISSION (2003). *A Manual for Evaluating the Quality Performance of Tourist Destinations and Services*. Enterprise DG Publication, European Communities, Luxembourg
- FORONI, I., MODICA, P., ZENGA, M. (2019). „Residents' Satisfaction with Tourism and the European Tourism Indicator System in South Sardinia“. *Sustainability*, 11, 2243; DOI:10.3390/su11082243
- GONZÁLEZ, R., GASCÓ, J. & LLOPIS, J. (2019). „Local residents' perception about tourism and foreign residents: A Spanish case study“. *Psychology & Marketing*, 36, 1098-1108; DOI:10.1002/mar.21259
- GRIGOROUDIS, E. & SISKOS, Y. (2010). *Customer Satisfaction Evaluation: Methods for Measuring and Implementing Service Quality*. Springer Science and Business Media, LLC, New York
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J. & ANDERSON, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7th Edition. Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey
- HASSAN, T. H., SALEM, A. E. & ABDELMOATY, M. A. (2022). „Impact of Rural Tourism Development on Residents' Satisfaction with the Local Environment, Socio-Economy and Quality of Life in Al-Ahsa Region, Saudi Arabia“. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 4410; <https://doi.org/10.3390/ijerph19074410>
- KHAN, I. U., KHAN, S. U. & KHAN, S. (2022). „Residents' satisfaction with sustainable tourism: the moderating role of environmental awareness“. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 2633-1225; DOI: 10.1108/TRC-04-2022-0007
- KOZAK, M. & REMMINGTON, M. (2000). „Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination“. *Journal of Travel Research*, 38, 260-269
- LEECH, N. L., BARETT, K. C. & MORGAN, G. A. (2005). *SPSS for Intermediate Statistics: Use and Interpretation*, 2nd Edition. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey
- MURESAN, I. C., HARUN, R., ARION, F. H., OROIAN, C. F., DUMITRAS, D. E., MIHAI, V. C., ILEA, M., CHICIUDEAN, D. I., GLIGA, I. D. & CHICIUDEAN, G. O. (2019). „Residents' Perception of Destination Quality: Key Factors for Sustainable Rural Development“. *Sustainability*, 11, 2594; DOI: 10.3390/su11092594
- NGOWI, R. E. & JANI, D. (2018). „Residents' perception of tourism and their satisfaction: Evidence from Mount Kilimanjaro, Tanzania“. *Development Southern Africa*, DOI: 10.1080/0376835X.2018.1442712
- NUNKOO, R., SMITH, S. L. J. & RAMKISSOON, H. (2013). „Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010“. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25
- OBRADOVIĆ, S., TEŠIN, A., BROŽOVIĆ, T. (2021). „Residents' perceptions of and satisfaction with tourism development: A case study of the Uvac Special Nature Reserve, Serbia“. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1), 31-43
- OLIVER, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill, New York, NY
- OOM DO VALLE, P., MENDES, J., GUERREIRO, M. & SILVA, J. A. (2011). „Can welcoming residents increase tourist satisfaction?“ *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(2), 260-277; DOI: 10.1080/13032917.2011.593915
- PAVLIĆ, I., PUH, B. & MIŠKOVIĆ, LJ. (2019). „Residents' attitudes toward tourism impacts in rural area“. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 521-532
- RUDANČIĆ-LUGARIĆ, A. (2014). „Integrated quality management of a tourist destination – the key factor in achieving a competitive advantage“. *Interdisciplinary Management Research*, X, 312-331
- SAN MARTÍN, H., GARCÍA-DE LOS SALMONES, M. D. M., HERRERO, Á. & PÉREZ, A. (2018). „Explaining residents' attitudes towards tourism and tourists: A new approach based on brand theory“. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 738-747
- SÁNCHEZ DEL RÍO-VÁZQUEZ, M. E., RODRÍGUEZ-RAD, C. J. & REVILLA-CAMACHO, M. A. (2019). „Relevance of Social, Economic, and Environmental Impacts on Residents' Satisfaction with the Public Administration of Tourism“. *Sustainability*, 11, 6380; DOI:10.3390/su11226380
- SHEN, K., YANG, J. & GENG, C. (2022). „How Residents' Attitudes to Tourists and Tourism Affect Their Pro-tourism Behaviours: The Moderating Role of Chinese

Traditionality“. *Frontiers of Psychology*, 12; DOI: 10.3389/fpsyg.2021.792324

SOLDIĆ FRLETA, D. (2014). „Island destinations’ tourism offer – tourists’ vs residents’ attitudes“. *Tourism and Hospitality Management*, 20 (1), 1-14

TIWARI, S., TOMCZEWSKA-POPOWYCZ, N., GUPTA, S. K. & SWART, M.P. (2021). „Local Community Satisfaction toward Tourism Development in Pushkar Region of Rajasthan, India“. *Sustainability*, 13, 13468; <https://doi.org/10.3390/su132313468>

VIDAL RUA, S. (2020). „Perceptions of tourism: a study of residents’ attitudes toward tourism in the city of Girona“. *Journal of Tourism Analysis*, 27 (2), 165-184

WANG, X., ZHEN, F., ZHANG, J. & WU, X. (2014). „Exploring Factors Influencing Residents’ Satisfaction with Tourism Development in Poverty-Stricken Areas: A Case Study of Five Poor Villages in China“. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19 (5), 517–537; DOI:10.1080/10941665.2013.768283