

Dizajn istraživanja mreža interesnih dionika u turističkoj destinaciji

DAMIR PAVLOVIĆ
Stručni studij Turistički i hotelski menadžment
Sveučilište Libertas, Zagreb
Zagreb, Trg J. F. Kennedy 6b
Republika Hrvatska
dpavlovic1@libertas.hr

Prethodno priopćenje / *Preliminary communication*

UDK: 338.48 : 303.4

Primljeno / Received: 25. veljače 2024. / February 25th, 2024.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 11. travnja 2024. / April 11th, 2024.

DOI: 10.15291/oeec.4407

Sažetak: Cilj ovoga rada je provesti kritičku analizu dizajna istraživanja u turizmu s naglaskom na interesne dionike u destinacijskoj mreži, koja bi trebala rezultirati pronalaženjem optimalnoga istraživačkog i metodološkog modela u svrhu znanstvene i praktične primjene kod adaptabilnoga i učinkovitoga destinacijskog upravljanja. U radu se razmatra široka lepeza/mapa istraživačkoga dizajna i pristupa u svim fazama istraživačkoga procesa: prikupljanju i procesuiranju podataka te interpretaciji rezultata. Preporuke za pronalaženje adekvatnoga metodološkog pristupa istraživanja u turizmu i turističkoj destinaciji dobivene su testiranjem, odnosno projiciranjem specifičnosti istraživačkoga procesa u turizmu na opću istraživačku matricu/paradigmu predstavljenu sukcesivnom gradacijom istraživačkih koraka: konteksta, paradigme, epistemologije, opće metodološke orijentacije i primijenjenih konkretnih metoda. Metoda tzv. lančanoga referalnog upućivanja pokazala se najučinkovitijom u prikupljanju podataka o topološkoj strukturi destinacijske mreže dionika. Hibridni eksplanatorni sekvencijalni dizajn u kombinatorici kvantitativnoga i kvalitativnoga metodološkog pristupa čini se optimalnim i može biti najkorisniji u istraživanju odnosa među interesnim dionicima u upravljanju turističkom destinacijom. U dosadašnjim istraživanjima na konceptualnom području destinacijskih mreža dionika predloženi istraživački model nije specificiran i fokusiran kao u ovome radu. U ovome radu preporučeni i obrazloženi selektivni istraživački dizajn može bitno olakšati orijentaciju u istraživačkom pristupu budućim znanstvenicima i praktičarima destinacijskog upravljanja. Ograničenja ovoga rada odnose se na potrebu višestrukog testiranja predloženoga istraživačkog modela na konkretnim studijama slučaja. Slijedom tih ograničenja u budućim istraživanjima preporučuje se testirati predloženi metodološki pristup i koncept na studije slučaja dvjema kvalitativno različitim destinacijskim mrežama dionika (npr. primorskoj i kontinentalnoj) u Hrvatskoj za potvrdu njegove valjanosti.

Ključne riječi: dionici, destinacijska mreža, istraživački dizajn, metodološki pristup, eksplanatorni sekvencijalni dizajn

JEL klasifikacija: Z32, L83, B4

1 Uvod

Istraživanje je sustavno ispitivanje koje se odnosi na prikupljanje, analiziranje i interpretiranje podataka za razumijevanje, opisivanje, predviđanje i kontrolu neke pojave (Mackenzie i Knipe, 2006). Iako se primarnim ciljem u procesu istraživanja smatra povećanje opsega znanja, za valjanost znanstvene tvrdnje važan je teorijski okvir i filozofski stav (istraživačka paradigma) na kojem se temelji istraživačka metodologija.

Zahvaljujući istraživačkim paradigmama, istraživači mogu izvesti zaključke iz domena ontologije (što predstavlja znanje), epistemologije (kako doći do znanja), aksiologije (koji je značaj toga znanja), retorike (na koji način o tome pisati) i metodologije (kojim procesima istraživanja postići to znanje) (Creswell, 2003: 6).

Društvene mreže u destinaciji čine interesni dionici koji mogu biti predstavljeni pojedincima i organizacijama privatnog i javnog sektora koji na temelju dodira s turizmom kreiraju suradničke odnose (mrežu interesnih dionika) po različitim principima i motivima. Dionici se povezuju na dvjema temeljnim osnovama: formalnoj, u kojoj su dionici povezani institucionalno, pri čemu su temelj službeni sporazumi i ugovori o suradnji, i neformalnoj, pri čemu su temelj povezivanja osobne društveno konstruirane kategorije (poznanstvo, rodbinstvo, prijateljstvo, homofilija i sl.).

Na početku rada raspravlja se opća metodološka problematika istraživačkog pristupa u turizmu kako bi se dodatno obrazložili metodološki pristupi u istraživanju društvenih mreža u turističkoj destinaciji. Da bi se razumjela struktura i obrasci umrežavanja destinacijskih interesnih dionika (pogled izvana) te motivacijske i pokretačke snage ili prepreke kojima se otežavaju njihova umrežavanja (pogled iznutra), nužna je metodološka kombinatorika (Teddlie i Tashakkori, 2009). Riječ je o pragmatičnoj paradigmi i njome uvjetovani mješoviti metodološki pristupi, nakon čega slijede konceptualni okvir istraživanja, u kojem su jednako važni kvantitativni i kvalitativni podaci koji će zajedno pribaviti bogatu količinu dopunskih informacija za adekvatne rezultate istraživanja.

Nakon toga se raspravljaju i objašnjavaju kriteriji izbora uzoraka. Opisivanje procedure u anketiranju i smjernica za polustrukturirano intervjuiranje slijedi nakon elaboracije implementacijskih procedura. Uz to, prezentiraju se provedbe kvantitativnih i kvalitativnih analiza kod procesuiranja prikupljenih podataka te način na koji se dobiveni podaci u tim analizama upotrebljavaju u istraživačkom izvješćivanju.

U konačnici uz valjana obrazloženja sugerira se izbalansirani specifični metodološki pristup koji najbolje odgovara kontekstu proučavanja mreže interesnih dionika u turističkoj destinaciji.

2 Teorijski pregled

U ovom se dijelu donosi teorijski pregled i pregled literature koji sadrži opće korištene istraživačke perspektive i metodološke pristupe koji se odnose na turizam općenito te specifično na društvene mreže u turističkoj destinaciji.

2.1 Istraživačke perspektive

U istraživačkim pristupima postoje sukcesivne faze u kontinuitetu od šireg prema užem pri čemu paradigma istraživanja diktira ontološko, epistemološko i metodološko usmjerenje (Denzin i Lincoln, 2003). Slijedom toga u nastavku se detaljnije prezentira ta kategorizacija s prikazom relevantnih teoretičara radi cjelovitog razumijevanja istraživačkih pristupa. Temeljni znanstveni svjetonazori su (Teddlie i Tashakkori, 2009): pozitivistički, postpozitivistički, konstruktivistički, transformativistički i pragmatistički. Pozitivistički i njemu nasljedni postpozitivistički dominantno su vezani za kvantitativno

istraživanje, dok je konstruktivizam vezan dominantno za kvalitativno istraživanje. Ostali svjetonazori, transformativni pogled i pragmatizam poistovjećuju se s istraživačkim pristupima mješovite metodologije (Morgan, 2007). Kvantitativna i kvalitativna istraživanja dva su potpuno različita paradigmska pristupa, a istraživanja temeljena na mješovitoj metodologiji zasebna su paradigmu u istraživanju. Slijedom toga, istraživači primjenjuju paradigme koje obuhvaćaju kvalitativno i kvantitativno istraživanje. Tim su pristupom obuhvaćene dvije paradigme: pragmatizam i transformativni pristup. Zahvaljujući tomu, barem su načelno riješeni problemi u inicijalnom razilaženju kod višestrukih paradigmskih pristupa kojima su temelj različite pretpostavke (Pawson i Tilly, 1997).

2.2 Pristup mješovitom metodologijom

Prosvjetiteljstvo (kraj 18. stoljeća) obuhvaća širok društveni pokret koji počiva na temeljnom načelu univerzalne jednakosti i racionalnosti među svim pojedincima. Istovremeno, prepoznaje važnost istraživanja za boljitak čovječanstva. Međutim, pojavila se alternativna perspektiva, sugerirajući da na percepcije i odluke ljudi mogu utjecati različitosti u znanju, vrijednostima, spolu, kulturi i individualne razlike (Abercrombie et al., 2000; Teddlie i Tashakkori, 2009). Ta su različita gledišta kasnije dovela do dihotomije između kvantitativno-pozitivističkog i kvalitativno-konstruktivističkog pristupa unutar područja istraživanja društvenih znanosti. Kako bi riješili inherentnu pristranost u pojedinim izvorima, istraživači su predložili primjenu različitih tehnika za unakrsnu provjeru svojih nalaza (Denzin, 1978; Jick, 1979). Taj pristup, poznat kao istraživačka triangulacija, omogućuje istraživačima da se snađu u mnoštvu objašnjenja promatranih pojava.

U kasnim 1980-ima, sporovi u vezi s paradigmama istraživanja riješeni su uvođenjem srednjeg pristupa poznatog kao paradigma mješovitih metoda. Taj pristup je kompromis između postpozitivističke i konstruktivističke istraživačke paradigme. Mješovita metodologija odnosi se na korištenje višestrukih postupaka u istraživačkom projektu za prikupljanje kvalitativnih i kvantitativnih podataka. Kada se metode kombiniraju za prikupljanje podataka iste vrste, nazivaju se višestruke metode. Za razliku od mješovitih metoda, višestruke metode ne nailaze na iste paradigmske izazove zato što mogu upotrebljavaju primjerene paradigme za posebnu vrstu informacija koje se trebaju prikupiti. Paradigmski pragmatizam mješovitih metodologija ide u dva smjera. Prvi je eksperimentalni smjer s težištem na kvantitativnoj dimenziji, a istraživanje se provodi iz perspektive vanjskog istraživača čija je zadaća procijeniti i identificirati rješenja. Drugi smjer, koji utjelovljuje takozvani interpretivizam mješovite metodologije – razvija se iz tzv. unutarnje perspektive, pretežno kvalitativnog razumijevanja odnosa (Howe, 2011). Kako bi se osiguralo da se čuju svi relevantni glasovi, cilj interpretivizma mješovite metodologije, koji se temelji na demokratskom sudjelovanju, je uključivanje i dijalog s različitim akterima (Howe, 2004: 54). Turistička destinacija, kao i sam turizam, je sustav sastavljen od različitih aktera koji međusobno djeluju kako bi formirali mrežu dionika. Uspjeh njihova upravljanja ovisi ponajprije o njihovoj sposobnosti da komuniciraju i postignu konsenzus.

Dobar temelj rješavanja i razumijevanja koji se odnose na moć, socijalnu pravdu i kulturnu složenost pruža Mertensov (2007) tzv. transformativni mješoviti metodološki pristup razvijen tijekom njegova istraživanja. Za demonstriranje gledišta zajednice potrebna je kvalitativna dimenzija. S druge strane, kvantitativna dimenzija daje zajednici i znanstvenicima povjerenje u rezultate, njegujući odnose zasnovane na međusobnom povjerenju i promicanju dugotrajnih promjena u zajednici.

2.3 Istraživački pristupi u turizmu

Već dulje vrijeme vode se rasprave o istraživačkoj metodologiji (Tribe, 2005; Wearing et al., 2005). Dominantna razmimoilaženja su oko metodologije koja treba imati primat i relevantnost: kvalitativna ili kvantitativna. Razlog tomu treba tražiti u nekoliko činjenica. Prvo, fenomen turizma u organiziranom

obliku i putovanja tek su skoro pobudili akademski interes. Fenomen turizma dobio je na važnosti nakon Drugoga svjetskog rata u pozadini međunarodnoga gospodarskog procvata i tehnološkog razvoja koji je poticao i olakšavao putovanja (Wearing et al., 2005). Liu (2003) primjećuje da je održivi razvoj turizma postao fascinantna akademska tema tek kasnih 1980-ih. Drugo, putovanja i turizam više se ne promatraju kao poseban gospodarski sektor (WTTC, 2002), već se radi o sustavu neraskidivo povezanom s različitim uslugama i logistikom (npr. trgovina, transport, kultura itd.). Treće, postojale su zabrinutosti da će turizam, kao zasebna znanost, stvoriti podjele u istraživanju i odvojiti se od prakse (WTO, 2001). Veliku istraživačku bazu turizma predstavljaju poslovne škole, gdje je naglasak na marketingu i prikupljanju konkretnih podataka za procjenu ekonomskih indikatora potrebnih privatnom sektoru. Mnoge organizacije i profesionalne udruge, ponajprije Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC), uključene su u procjenu i izvješćivanje o pokazateljima korisnim za analizu razvoja i potencijalnih prijetnji turističkom sustavu.

Kvantitativno istraživanje široko se primjenjuje u turizmu radi ispitivanja odnosa između putovanja i različitih, društvenih i ekonomskih pojavnosti. Clift i Carter (2000) tvrde da kvantitativno istraživanje turizma favorizira kombiniranu upotrebu upitnika i strukturiranih intervjuja za prikupljanje podataka koji se mogu mjeriti i koji predstavljaju osnovu za provođenje različitih oblika statističkih analiza i modeliranja. Prema UNWTO-u (2001), doseg u razvoju istraživanja turizma određen je razlozima kao što su multidisciplinarna priroda sustava i heterogena konceptualizacija proizvodnje ovih istraživanja. Kao posljedica toga, nedostaju određeni alati kojima bi se definirale i mjerile varijable korištene u istraživačkom procesu.

Phillimore i Goodson (2004) tvrde da su se prigovori vezani za isključivo korištenje kvantitativne metodologije u turizmu pojavili s promjenom epistemološkog sastava i pristupa, odnosno s obzirom na prirodu znanja o turizmu. Posebno kritizira „generaliziranje nalaza iz određenoga konteksta na šire društvene kontekste“, fokusirajući se na „predviđanje što će se dogoditi u određenim okolnostima, a ne na pokušaj objašnjenja dominantnih procesa“ i razumijevanje „specifičnih ponašanja i pojave u turizmu“ (Phillimore i Goodson, 2004). U članku se tvrdi da se istraživanja u području turizma dotiču različitih društvenih i ekonomskih tema te stoga zahtijevaju transdisciplinarni pristup. Kao što Walle (1997) navodi: „...turizam treba jasno i široko definirati kao široko i raznoliko područje koje obuhvaća niz odgovarajućih istraživačkih strategija. Ovakav pristup će podići svijest o postojanju nekoliko jednako važnih strategija istraživanja u turizmu“ (Walle, 1997: 535). Prema Becheru i Trowleru (2001) i Tribeu (2010), ističe se značaj društvenih, moćnih i političkih aspekata svojstvenih proizvodnji znanja. U skladu s tim, istraživanje turizma integrira karakteristične elemente drugih disciplina u dostizanju novih znanstvenih spoznaja.

Tako primjerice proučavanja u ekonomiji nisu samo proučavanja u ekonomiji, već i razumijevanje ostalih društvenih aspekata s racionalnim odlučivanjem (Sayer, 2001: 84). Malo je poznato da je profesor Adam Smith proučavao i predavao moralnu filozofiju, a danas važi za utemeljitelja (oca) ekonomije, jer se bavio i društvenim pitanjima, u što je uključivao psihologiju. Shvaćao je višedimenzionalnost u istraživačkom problemu i prepustio ga daljnjem istraživanju, već je nastavio tragati za logičnim ciljevima. Njegov znanstvena praksa temelji se na ontološkom i epistemološkom pristupu koji su bili alternativa različitim strogim disciplinarnim pristupima i strukturama. Primjerice, u domeni istraživanja turističke potrošnje, nameće se pitanje: mogu li se ponašanja turista potrošača smatrati društvenim fenomenom vođenim globalnim korporativnim vrijednostima ili su to duboko individualna ponašanja temeljena na emocionalnim vezama i individualnom identitetu. Je li turizam samo bijeg od svakodnevice ili drukčiji način života? Istraživači turizma moraju biti posebno oprezni pri ispitivanju egzistencijalnih pitanja, želja i iskustava – to jest ontoloških pitanja o postojanju i značenju (Hollinshead, 2004: 67).

Dok istraživač u prva dva smjera, fleksibilnom društvenom istraživanju i pragmatičnom eksperimentalizmu, nastoji izvana zauzeti neutralniju poziciju, u druga dva smjera, interpretativnom i transformacijskom, gradi suradnju s ljudima u području koje proučava zajednicu.

Mješovita metodološka paradigma, koncipirana na mreži središnjih aktera, kao filozofska hipoteza u istraživačkom pristupu činila se najlogičnijim rješenjem, posebice zbog odgovarajuće dvostruke perspektive. Ponajprije, s vanjskog stajališta moguće je provesti pretežno kvantitativnu analizu aktera (dionika) ciljanih mreža te nakon pripreme dobivenih rezultata i njihova sistematiziranja internu analizu na višoj razini, tj. kvalitativnoj (interpretavističkoj) odvija se između relevantnih aktera u okviru njihovih mreža.

Analiza društvenih mreža (SNA) kvantitativnim pristupom mapira i mjeri društvene mreže kroz izražavanje i pojednostavljeno predstavljanje društvenih odnosa numeričkim podacima koji se mogu koristiti za ispitivanje jesu li društvene veze prisutne.

Za razliku od toga, kvalitativni pristup omogućuje analizu pitanja izgradnje, reproduciranja, promjenjivosti i dinamike kompleksnih povezivanja u društvu (Heath et al., 2009). Kombiniranjem kvantitativnih i kvalitativnih pristupa istražuje se struktura (ili oblik) mreže iz vanjske perspektive, a mrežni sadržaji i procesi iz unutarnje perspektive (Edwards, 2010). To je potvrđeno znanstvenim raspravama koje ističu da se analizom destinacijske društvene mreže metodološkom kombinatorikom istovremeno dolazi do glavnih odrednica u destinacijskim društvenim mrežama: struktura i procesa – čime je moguće izbjeći jednostavnu kategorizaciju kvalitativnog ili kvantitativnog fenomena (Emmel i Clark 2009; Heath et al., 2009). Stoga se oni međusobno nadopunjuju tako da formalni (kvantitativni) pristupi zadržavaju vrijednost jer se njima može postići ono što se kvalitativnim pristupima ne može: sposobni su sustavno i precizno mapirati i mjeriti neke aspekte društvenih odnosa, dok kvalitativni pristupi mogu pribaviti ono što kvantitativnim pristupom nije moguće – mogu povećati spoznaju u procesnom, sadržajnom i kontekstualnom pogledu (Edwards, 2010).

Kroz formalnu (kvantitativnu) analizu društvenih mreža upoznaju se stvari koje cirkuliraju mrežom i mjerljivi učinci promjene u mreži koji se time događaju. To se na primjer može odnositi na razmjenu resursa, informacija i ideja.

Kvalitativnom analizom destinacijskih mreža mogu se ispitati podaci za cjelovitu mrežu, definiranjem granica pojedinog /uzorka ili na osobnim mrežama, pri čemu se sve veze bilježe iz perspektive ega pojedinca.

Slijedom navedenog, postoji mnogo praktičnih i teorijskih argumenata u korist kombiniranog korištenja kvantitativnog i kvalitativnog pristupa u analizi destinacijskih mreža. Konačno, moguće je zaključiti da različiti predmeti istraživanja diktiraju i određenu metodološku kombinatoriku. Na primjer, ekonomska literatura (Monsted, 1995) tvrdi da su kvantitativne metode prikladne za proučavanje stabilnih, uspostavljenih mrežnih struktura, ali su slabo primjenjive u promatranju procesa stvaranja novih mrežnih struktura (Monsted, 1995).

U ovom slučaju to je stvaranje mreže procesa pri sklapanju novih komercijalnih ugovora. Monsted (1995) također ističe da neke vrste odnosa, osobito latentnih, vrlo slabih ili onih u nastajanju, nisu dovoljno obuhvaćene (vidljive) u podatkovnoj matrici, ali su često bitne kod određenih mrežnih promjena. Kao rezultat toga, kvantitativne analize društvenih mreža mogu biti slijepe kada su u pitanju fluidnije mreže s većim transformativnim potencijalom (Monsted, 1995: 201).

3 Projiciranje istraživačkih pristupa na destinacijske mreže dionika i rezultirani model

Ontološki pristup bavi se prirodom postojanja, stvarnosti i bića. Konstruktivisti vjeruju da postoji mnogo konstruiranih stvarnosti koje se mijenjaju ovisno o subjektivitetu postavljenog pitanja, dok pozitivisti vjeruju u postojanje samo jedne stvarnosti, fizike, i da se nju može smatrati jedinom istinskom stvarnosti

(Teddlie i Tashakkori, 2009). Mješovite metodologije interpretivizma karakterizira demokratski pristup prema ontologiji istraživanja, koji ističe da je u pouzdanom i smislenom istraživanju potrebno pribaviti što više stajališta o mogućim pitanjima ili pojavama.

To znači da je ontološki pristup konstruktivistički kada se radi o mješovitoj interpretativnoj metodologiji u kojoj percepciju svijeta diktiraju subjekti koji postavljaju pitanja kao i vrijeme kada ih postavljaju. Ako ih se projicira na društvene mreže destinacije, stvarnost (ontologija) je temeljno određena odnosima moći i društvenim utjecajem.

Prema Websterovu New World Dictionary, epistemološki pristup predstavlja studiju ili teoriju o podrijetlu, prirodu, metode i granice znanja (Guralnik, 1984).

Mješovita epistemološka vizija koja proizlazi iz metodologije koja se služi i jednim i drugim pristupom; konstruktivističkim koji karakterizira tumačenje značenja i postpozitivističkim sa svojim redukcionističkim mjerenjem, moguće je dobiti komplementarno, čime se dolazi do smislenijeg znanja nego primjenom jedne metode.

Izazov istraživanja turizma temelji se na pretpostavci da vrijedno znanje pruža točnu predodžbu o strukturi i odnosima unutar i između društvenih struktura koje predstavlja mreža aktera u turističkoj praksi. Na primjer, ako se želi dobiti informacija o položaju aktera u mreži i njihovoj međusobnoj percepciji moći i utjecajnosti, primjenjuje se metodologija sekvencijalnoga mješovitog dizajna u kojoj kvantitativne metode imaju glavnu ulogu, a kvalitativne metode pružaju podršku.

Aksiološki pristup definiran je ulogom vrijednosti u istraživanju. Konstruktivisti smatraju da bi sva istraživanja trebala biti vrijednosno orijentirana, dok pozitivisti zaključuju da su vrijednosno oslobođena ili vrijednosno neutralna. Interpretivističkim aksiološkim istraživanjem mješovitim metodama istraživači sugeriraju usvajanje više „unutarnje“ perspektive da bi se u potpunosti razumjele teme koje se proučavaju. To uključuje određeni stupanj angažmana i dijaloga s pojedincima i zajednicama koje se proučavaju i osigurava da su različite perspektive i glasovi (mišljenja) dio istraživanja.

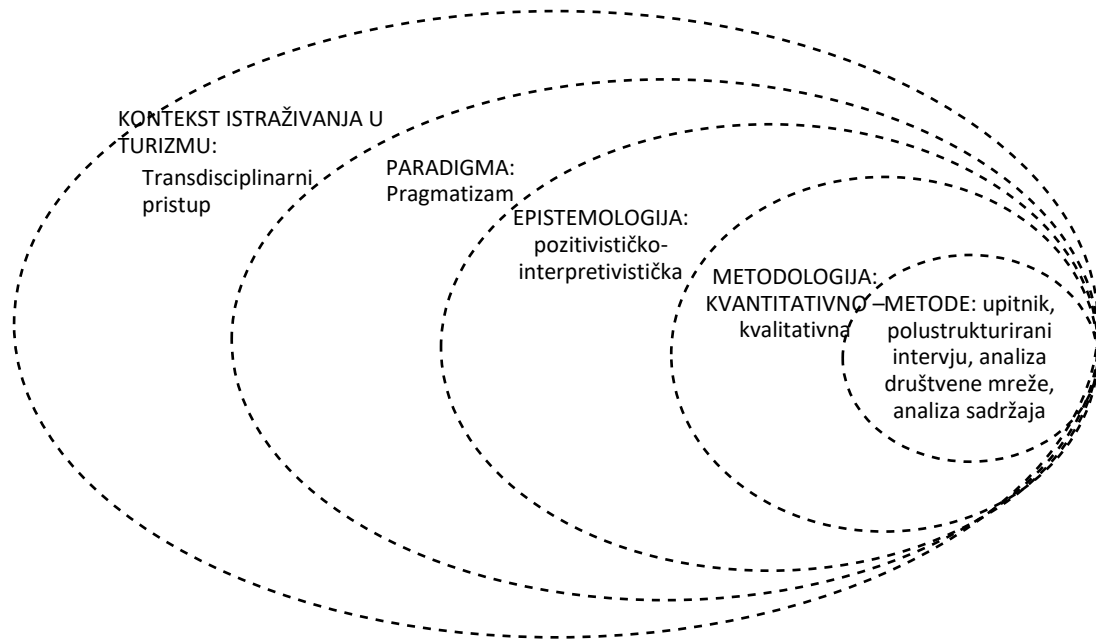
Pri projektiranju turističkoga istraživačkog područja pristup aksiološkom istraživanju može biti vrlo koristan u smislu da njegovi rezultati mogu, na primjer, pomoći u pronalaženju glavnih polazišta u prilagodljivom i učinkovitom upravljanju turističkom destinacijom u određenom području.

Tablica 1. Sažeti prikaz za istraživačku paradigmu pragmatizma i metodologije u turističkoj destinaciji

Pristupi u paradigmi pragmatizma	
Ontološki	Stvarnost je temeljno zasnovana društvenom moći i međusobnim utjecajem aktera u destinacijskoj mreži
Epistemološki	Analizom njihovih međusobnih percepcija utjecajnosti i pozicioniranosti u destinacijskoj društvenoj mreži dolazi se do razumijevanja odnosa međuljudskih odnosa
Aksiološki	Analizom društvenih mreža u destinaciji stvara se solidan temelj adaptabilnog i učinkovitog destinacijskog upravljanja.
Metodološki	Mješovita kombinatna metodologija (kvantitativno-kvalitativno) nužna je za ispitivanje društvene moći i utjecaja u turističkoj destinaciji
Metodski	Anketni upitnici, analiza društvene mreže, polustrukturirano intervjuiranje, dubinsko intervjuiranje, komparativne studije slučaja.

Izvor: Izrada autora (2024)

Tablica 1. i Slika 1. daju sažetak odabira preporučene istraživačke paradigme i metodologije za proučavanje mreža dionika na različitim mjestima.



Slika 1. Sažeti prikaz sukcesivnog istraživačkog i metodološkog pristupa u turističkoj destinaciji
Izvor: Izrada autora (2024)

Iz gornjeg prikaza može se vidjeti kontinuitet, tj. razlikovati gradaciju i referencijalnost temelja u istraživačkom pristupu, koji počinje s njegovom posebnosti na području turizma do specifično primjenjivanih metoda u njemu. U dijelu metodologije velikim tiskanim slovima označene su prevladavajuće (kvantitativne) metode, a malim slovima pomoćne (kvalitativne) metode, o čemu se više govori u nastavku.

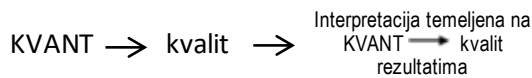
3.1 Eksplanatorni sekvencijalni dizajn istraživanja

U skladu s navedenim, može se zaključiti da eksplanatorni sekvencijalni dizajn koji se temelji na kombinaciji kvantitativnih i kvalitativnih metoda može biti vrlo koristan za proučavanje odnosa između dionika u upravljanju turističkom destinacijom.

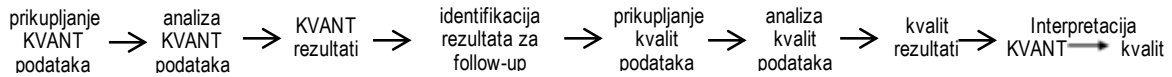
Eksplanatorni sekvencijalni dizajn kombinira kvantitativne i kvalitativne metode u dvije faze. Opći cilj ovoga modela je da se kvalitativnim podacima pomognu objasniti ili proširiti preliminarne kvantitativne nalaze (Creswell et al., 2003). Ovaj je model vrlo prikladan za studije u kojima istraživač mora koristiti kvalitativne podatke kako bi objasnio značajne (ili neznčajne), neobične ili iznenađujuće nalaze (Morse, 1991). Ovaj dizajn može se upotrebljavati kada istraživač želi stvoriti i odabrati skupine na temelju kvantitativnih rezultata i nastaviti istraživanje sa skupinama primjenom naknadnog kvalitativnog pristupa (Morgan, 1998; Tashakkori i Teddlie, 1998) ili kvantitativnih rezultata koji žele provoditi istraživanje sa sudionicima koji ponovno provode namjerno uzorkovanje za kvalitativnu fazu (Creswell et al., 2003).

Stoga postoje dvije varijante sekvencijalnog dizajna objašnjenja; model kontinuiranog praćenja i model selekcije sudionika. Iako oba modela uključuju početnu kvantitativnu fazu nakon koje slijedi kvalitativna faza, razlikuju se u načinu na koji su dvije faze povezane. U prvom slučaju fokus je na rezultatima koji zahtijevaju dubinsko proučavanje, a u drugom slučaju na odabiru odgovarajućih sudionika koji je potom nastavljen drugom (kvalitativnom) fazom (Slika 2.).

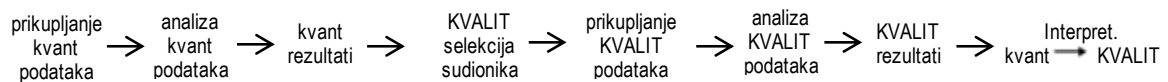
(a) Model općeg eksplanatornog sekvencijalnog dizajna



(b) *Follow-up* model eksplanatornog sekvencijalnog dizajna:

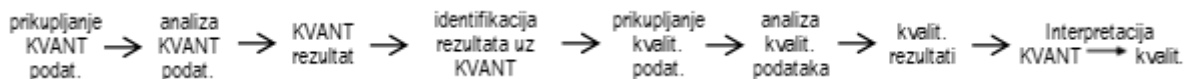


(c) *Model prema selekciji sudionika* u eksplanatornom sekvencijalnom dizajnu



Slika 2. Modeli u eksplanatornom sekvencijalnom dizajnu istraživanju kombiniranjem metoda
Izvor: autor prema Creswell i Piano Clark (2007)

U gornjoj prezentaciji detaljnije su objašnjena dva podmodela (b i c), od kojih nijedan nije u potpunosti prikladan za ispunjavanje specifičnih zahtjeva istraživanja ciljne mreže. Prvi model je primjereniji zbog dominacije kvantitativne faze istraživanja, dok drugi model u međufazi uključuje odabir sudionika na kojima će se provoditi dublja istraživanja u sljedećim fazama. Otuda i tzv. hibridni model (Slika 3.), koji u potpunosti zadovoljava zahtjeve predmetnoga područja istraživanja. Hibridni model eksplanatornoga sekvencijalnog dizajna: baziran je na kombinaciji *follow-up* modela i modela baziranog na selekciji sudionika (Slika 3.).



Slika 3. Eksplanatorni sekvencijalni dizajn – hibridni model
Izvor: Autor uz prilagodbu prema Creswell i Piano Clark VL (2007)

Polazeći od pragmatičnog pristupa mješovitih metoda proučavanju ciljne mreže sudionika, preporučuje se eksplanatorni sekvencijalni dizajn koji koristi hibrid (kombinaciju) Creswellovih dvaju modela: nastavka i odabira sudionika (Slika 3.). Glavna prilagodba odnosi se na uvođenje postupka odabira najistaknutijih sudionika (aktera ciljne mreže) u modelu praćenja tijekom prijelaza iz kvantitativne u kvalitativnu fazu. Stoga su rezultati kvantitativnih analiza obrađeni na višoj razini, čime je odabirom sudionika definiran ograničen, ali smislen uzorak za kvalitativnu fazu istraživanja.

3.2 Izbor uzorka istraživanja

Kako bi se ispunili zahtjevi vanjske valjanosti (Eisenhardt, 1989), postoji niz kriterija odabira slučajeva za predmetno područje istraživanja. Nadalje, odabir uzorka poduzima se pod pretpostavkom sličnosti u veličini i fokusu, dok institucionalne i kontekstualne razlike ostaju. Odgovarajući kontrasti trebali bi se koristiti za poboljšanje postojeće teorije ili u konačnici za razvoj nove (Yin, 2003; Eisenhardt i Graebner, 2007).

3.3 Metodološki pristup za prikupljanje podataka

Metodološki pristup za prikupljanje podataka u destinacijama može se malo razlikovati između formalnih i neformalnih mreža, jer potonje općenito nisu vidljive javnosti. Na početku prikupljanja analitičkih podataka prikupljaju se preliminarnе informacije za daljnju optimizaciju analitičkoga konteksta, posebice pri izradi anketnih upitnika.

Identificirati aktere formalne (institucionalne) mreže i njihove lokalne veze moguće je pristupom javno dostupnim izvorima, kao što su: popisi članova susreta turističkih zajednica, klubova, uprava, popisi sudionika susreta i turističkih manifestacija, internetske veze itd.

Identificiranje aktera u neformalnim mrežama i njihovih uglavnom skrivenih veza čini se složenijim. Tamo se često primjenjuje metoda grude snijega, ali u ovom slučaju to je glavna metoda.

Metoda snježne grude (Sudman i Kalton, 1986) pripada skupini metoda uzorkovanja kroz tzv. lančano upućivanje u kojem inicijalna fokusna grupa čvorova (tzv. klica) regrutira (nominira) aktere (čvorove) unutar vlastite mreže koji iterativnim postupcima regrutiraju nove aktere. Proces se zaustavlja kada se ne dobiju novi čvorovi ili kada se odluči zaustaviti zbog vremena, resursa, nevažnih rubnih podataka i sličnih razloga. S obzirom na prirodu grupa, postoji jaka tendencija stvaranja veza, što olakšava dostizanje krajnje granice za dovršavanje popisa (grafika društvenih medija).

Budući da ova metoda ima svoja ograničenja, kao što su moguće pristranosti i važnost odabira prvih aktera (čvorova), namjerno je odabran uzorak od destinacija u kojima istraživač zauzima „insajdersku“ poziciju kako bi se optimizirao odabir odredišta.

Nakon identificiranja aktera (čvorova) na razini dviju vrsta mreže (neformalne i formalne), svi akteri su intervjuirani komplementarnim upitnikom. Dopunski upitnik uz anketu sastoji se od fiksne ljestvice odgovora i komentara od jedan do pet, koji moraju istaknuti prirodu svoje povezanosti, a prema kriterijima učestalosti i intenziteta suradnje te percipirane važnosti stručnih vještina, tj. moć i utjecaj aktera na međuorganizacijskoj i individualnoj razini.

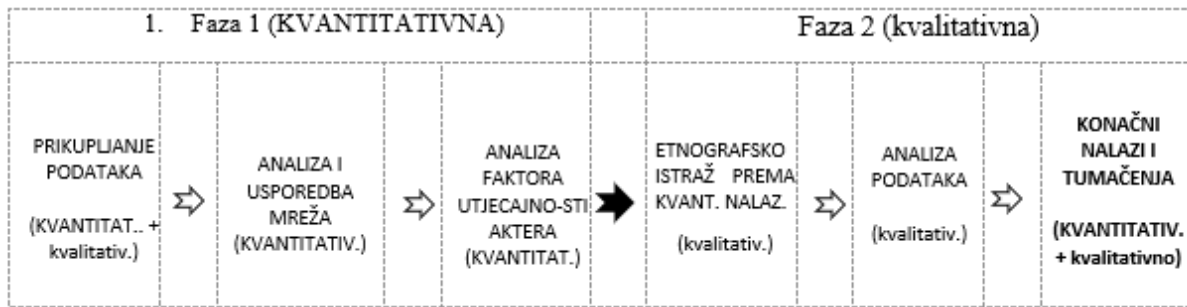
Upitnik za neformalne mreže osobnosti, integriran s pitanjima koja moraju otkriti njihove međusobne veze, kako po učestalosti i stupnju suradnje, tako i po kriteriju privatnih odnosa (poznanstva, prijateljstva, srodstva, homofilija itd.) i konačno, obostrano percipirana važnost individualne dimenzije moći, utemeljena na utjecaju mrežnih aktera promatranom na kognitivnoj osnovi. Za poboljšanje ankete trenutno se provode pilot studije s voditeljima lokalnih turističkih zajednica s ciljem unošenja potrebnih promjena u svrhu optimizacije sadržaja anketa.

Ankete su, u skladu s povratnim informacijama, podložne manjim izmjenama, ponajprije u formi pitanja, kako bi se ispitanik osjećao ugodnije zbog tematskog kontinuiteta, misaonog vodstva i dosljednosti danih odgovora. Po završetku studije rezultati se prezentiraju relevantnim stručnjacima u određenoj destinaciji te se dobivaju njihova mišljenja i komentari na dane odgovore, čime se već u početnoj fazi analize mogu dobiti gruba tumačenja koja se uspoređuju s rezultatima.

Pri ocjeni cjelovitosti prikupljenih podataka važna su dva aspekta: identifikacija svih relevantnih aktera ciljnih mreža i priroda njihove međusobne povezanosti u formalnom i neformalnom smislu.

U prvom aspektu, provjera se temelji na usporedbi dobivenog popisa imena sa službenim popisima nekih vrsta ciljnih aktera (npr. teme recepcija, posredovanje, transport, ugostiteljstvo, kultura itd.). Očekivana potpunost popisa identificiranih subjekata trebala bi biti najmanje 90 %.

Preostalih 10 % odnosi se na aktere koji nemaju značajan utjecaj u ciljanim mrežama. Predmet je metodologija za izradu liste aktera, prema kojoj postupak završava međusobnom preporukom i drugom preporukom (nominacijom) prema kriteriju njihove važnosti i utjecaja u trenutku zasićenja nominirane liste (ponovljena imena).



Slika 4. Redosljed istraživanja mreža interesnih dionika u turističkoj destinaciji
Izvor: Izrada autora (2024)

U gornjem pristupu, radi jasnoće, važno je naglasiti da vodoravna linija predstavlja redosljed istraživanja sa svakom fazom i korištenu metodologiju, dok okomita linija (stupci) predstavlja pojedinačne pristupe, operacionalizaciju varijabli i rezultate svake faze. Ovisno o području primjene, metodologija istraživanja postupno se prikazuje velikim i malim slovima u kvantitativno-kvalitativnom kontekstu.

4 Doprinos, ograničenje i preporuke za buduća istraživanja

Dosadašnje publikacije (literatura) i istraživanja nisu se često bavila specificiranjem i modeliranjem istraživačke matrice (dizajna) na užim konceptualnim područjima znanosti, a posebno u domeni turizma. Turistička destinacija i njezini interesni dionici od čije interakcije dominantno ovise ishodi turističkih procesa također je u tom pogledu još rjeđe zastupljena, ali nijedanput nije prezentiran sveobuhvatni kritički pristup u definiranju i optimizaciji metodološkog pristupa

U dosadašnjim istraživanjima na konceptualnom području destinacijskih mreža dionika predloženi istraživački model nije u toj mjeri specificiran i fokusiran kao u ovom rada. Preporučeni i obrazloženi selektivni istraživački dizajn u ovom radu može bitno olakšati orijentaciju u istraživačkom pristupu budućim znanstvenicima i praktičarima destinacijskog upravljanja. Ipak, postoje i određena ograničenja ovoga rada koja se odnose ponajprije na potrebu višestrukog testiranja predloženoga istraživačkog modela na konkretnim studijama slučaja, što ujedno predstavlja i preporuku za buduća istraživanja.

5 Zaključak

Turistička destinacija je kompleksan i fragmentiran sustav velikog broja interesnih dionika (pojedinaca i grupa/organizacija), često i suprotstavljenih interesa koji tvore destinacijske mreže i submreže na formalnoj (eksplicitnoj) i neformalnoj (implicitnoj) osnovi i koja predstavlja glavnu bazu generiranja turističkih aktivnosti i procesa. Razumijevanje strukture i tipologije tih mreža nužno je za adaptabilno upravljanje i odlučivanje u destinaciji.

Nakon uvodnog teorijskog razmatranja općih istraživačkih pristupa, oni su projicirani na područje turizma i turističku destinaciju kao njegovu centralnu jedinicu, te u sklopu nje na mreže interesnih dionika. Projicirano na destinacijske mreže interesnih dionika, kombinacijom kvantitativnih i kvalitativnih pristupa istraživačima je omogućeno istražiti strukture (ili oblike) mreža iz vanjske perspektive, a mrežne sadržaje i procese iz unutarnje perspektive, zahvaljujući čemu se izbjegavaju jednostranosti i ograničenosti u istraživačkim pristupima. Dodatnu i precizniju metodološku optimizaciju nužno je provesti u svim istraživačkim koracima koji se odnose na destinacijske mreže dionika, koji počinju pristupom u uzorkovanja, zatim načinom prikupljanja podataka te završavaju analizom i konačnim tumačenjima ishoda istraživanja. Primarna istraživanja temelje se na sveobuhvatnoj analizi mreže destinacijskih dionika (formalne i neformalne) na strukturnoj i relacijskoj

razini. U prikupljanju podataka, metoda tzv. referalnog upućivanja pokazala se kao najkorisnija i kod definicije strukture (listinga) destinacijske mreže i kod određivanja topološke pozicije (moći, utjecaja, uključenosti) pojedinih aktera/dionika te mreže. Kvalitativnim istraživanjem (polustrukturirani intervjui i sl.) postiže se s jedne strane verifikacija i interpretacija rezultata kvantitativnog istraživanja i s druge strane još dublji uvid i razumijevanje djelovanja pojedinih mrežnih aktera kao i destinacijske mreže u cjelini.

Zaključno, hibridni eksplanatorni sekvencijalni dizajn temeljen na metodološkoj kombinatorici koju sačinjavaju kvantitativne i kvalitativne metode korištene sukcesivno u više faza, a prema relevantnosti svake od tih metoda za pojedinu istraživačku fazu, čini se optimalan i može biti vrlo koristan u istraživanju relacija među interesnim dionicima u funkciji adaptabilnog upravljanja turističkom destinacijom.

Na kraju važno je podsjetiti da ovaj rad, uz doprinos u domeni metodološke optimizacije istraživanja, ima i svoja ograničenja: ponajprije nije provedeno testiranje, odnosno primjena predloženoga metodološkog koncepta na nekoliko kvalitativno različitih studija slučaja, odnosno nekoliko kvalitativno različitih destinacija i njihovih mreža interesnih dionika. Slijedom toga, mogu se dati i preporuke za buduća istraživanja u predmetnom konceptualnom području: konkretno, preporučuje se uzeti za studije slučaja dvije kvalitativno različite turističke destinacije (npr. primorsku i kontinentalnu) u Hrvatskoj na kojima bi se primijenio i testirao predloženi metodološki pristup i koncept spomenut u zaključku ovoga rada.

Literatura

Baggio, R. (2008). *Network Analysis of Tourism Destination*, PhD Thesis, University of Queensland, Queensland.

Becher, T., Trowler, P. (2001). *Academic Tribes and Territories*, Open University Press, Buckingham.

Clark, A. (2007). *Understanding communities: a review of networks, ties, and contacts*, NCRM Working Paper. ESRC National Centre for Research Methods, Southampton.

Clift, S. Carter, S. (2000). *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion*, Cassell, London

Creswell, J.W., Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*, Sage, Thousand Oaks, CA.

Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, (2nd ed.), Sage Publications, Thousand Oaks.

Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, (2nd ed.), Sage Publications, Thousand Oaks.

Crow, G. (2004). Social Networks and Social Exclusion: An overview of the debate, prema Phillipson, C., Aallan, G. and Morgan, D. (Eds) *Social Networks and Social Exclusion. Sociological and Policy Perspectives*, Aldershot UK and Burlington Ashgate USA.

Denzin, N. K., Lincoln, Y. S. (2003). The discipline and practice of qualitative research, prema N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *Collecting and interpreting qualitative materials* (2nd ed.), pp. 1-45., Sage Publications, Thousand Oaks, California.

- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2nd ed.), McGraw-Hill, New York.
- Edwards, G. (2010). Mixed-method approaches to social network analysis, pogledano 20.08.2016., online: <http://eprints.ncrm.ac.uk/842/> (accessed November 25, 2015).
- Eisenhardt, K., Graebner, M. (2007). Theory Building from Cases: Opportunities and Challenges, *Academy of Management Journal*, 50(1), pp. 32–38.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research, *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 532–550.
- Emmel, N., Clark, A. (2009). The Methods Used in Connected Lives: Investigating Networks, Neighbourhoods and Communities, *ESRC National Centre for Research Methods: Real Life Methods Node*, working paper no. 06/09. pogledano 20.8.2016., online: www.ncrm.ac.uk.
- Heath, B., Hill, R., Ciarello, F. (2009). A Survey of Agent-Based Modeling Practices (January 1998 to July 2008), *Journal of Artificial Societies and Social Simulation (JASSS)*, 12(4), pp. 9.
- Hollinshead, K. (2004). A Primer in Ontological Craft, pp. 63–82, prema J. Phillimore and L. Goodson (eds) *Qualitative Research in Tourism*, Routledge, London.
- Howe, K. R. (2004). A critique of experimentalism, *Qualitative Inquiry*, 10(1), pp. 42–61.
- Howe, K. R. (2011). Mixed methods, mixed causes, *Qualitative Inquiry*, 17, pp. 166–171.
- Jick, T. D. (1979). *Process and Impacts of a Merger: Individual and Organizational Perspectives*, PhD Thesis.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique', *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), pp. 459–475.
- Mackenzie, N., Knipe, S. (2006). Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology, *Issues in Educational Research*, 16(2), pp. 193–205.
- Mertens, D. M. (2003). Mixed Methods and the Politics of Human Research: The Transformative-Emanicipatory Perspective, pp. 135–66, prema Tashakkori A., Teddlie C. (eds) *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Monsted, M. (1995). Processes and structures: reflections on methodology, *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, pp. 193–213.
- Morgan, D. L. (2007). Paradigms lost and pragmatism regained: Methodological implications of combining qualitative and quantitative methods, *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), pp. 48–76.
- Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R. (2002). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.
- Morse, J. (1991). Approaches to Qualitative-Quantitative Methodological Triangulation, *Nursing Research*, 40, pp. 120–123.

- Pawson, R., Tilley, N. (1997). *Realistic Evaluation*, Sage, London.
- Phillimore, J., Goodson, L. (2004). *Qualitative Research in Tourism*, Routledge Taylor & Francis Group, New York.
- Sayer, A. (2001). Reply to Holmwood, *Sociology*, 35(4), pp. 967–984.
- Schwandt, T. A. (1989). 'Solutions To The Paradigm Conflict: Coping With Uncertainty', *Sage Journals*, 17(4), pp. 379–407.
- Sudman, S., Kalton, G. (1986). New Developments in the Sampling of Special Populations, *Annual Review of Sociology*, 12, pp. 401–429.
- Teddlie, C., Tashakkori, A. (2009). *Foundations of Mixed Methods Research*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Tribe, J. (2010). *Strategy for Tourism*, 1st edn, Goodfellow Publishers Ltd, Oxford, UK.
- Tribe, J. (2010). *Strategy for Tourism*, 1st edn, Goodfellow Publishers Ltd, Oxford, UK.
- Walle, A. H. (1997). Quantitative versus qualitative tourism research', *Original Research Article*, 24(6), pp. 524–536.
- Wearing, S., McDonald, M., Ponting, J. (2005). Building a Decommodified Research Paradigm in Tourism: The Contribution of NGOs, *Journal of Sustainable Tourism*, 13(5), pp. 424–455.
- Wellman, B. (1990). The Place of Kinfolk in Community Networks, *Marriage and Family Review* 15(1-2), pp. 195–228
- WTTC. (2002). The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy, pogledano 25.06.2016., online <http://www.wttc.org>
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.), Sage, Thousand Oaks, CA.

Research design of stakeholder networks in a tourist destination

DAMIR PAVLOVIĆ

Professional study of tourism and hotel management

Libertas International University

Zagreb, Trg J. F. Kennedy 6b

Croatia

dpavlovic1@libertas.hr

Abstract: The aim of this work is to make a critical analysis of research design in tourism with an emphasis on stakeholders in the destination network, which should result in finding the most optimal research and methodological model for the purpose of scientific and practical application in adaptable and efficient destination management. The paper considers a wide range/map of research design and approach in all phases of the research process: data collection and processing, and interpretation of the obtained results. Recommendations for finding an adequate methodological approach to research in tourism and tourist destinations were obtained by testing, that is, by projecting the specificity of the research process in tourism onto the general research matrix/paradigm represented by the successive gradation of research steps: context, paradigm, epistemology, general methodological orientation and applied concrete methods. The so-called *method of chain referral* proved to be the most effective in collecting data on the topological structure of the destination network of stakeholders. A *hybrid explanatory sequential design* in a combination of quantitative and qualitative methodological approach seems to be the most optimal and can be the most useful in researching the relationship between stakeholders in the management of a tourist destination. In previous research in the conceptual field of destination stakeholder networks, the proposed research model is not as specified and focused as in the case of this paper. management. However, there are also certain limitations of this work, which primarily refer to the need for multiple testing of the proposed research model on concrete case studies. Following the highlighted limitations in future research, it is recommended to test the proposed methodological approach and concept on case studies of two qualitatively different destination networks of stakeholders (e.g. coastal and continental) in Croatia to confirm its validity.

Keywords: stakeholders, destination network, research design, methodological approach. explanatory sequential design

JEL classification: Z32, L83, B41