

ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA SLOVENSКИH TURISTA KVALITETOM PROIZVODA TURISTIČKE DESTINACIJE OREBIĆ

Marija Dragičević¹ & Stjepo Letunić²

UDK/UDC: 339.138:338.48

JEL klasifikacija / JEL classification: M₃₁

Stručni rad / Professional paper

Primljeno / Received: 19. studenog 2008 / November 19, 2008

Prihvaćeno za tisak/ Accepted for publishing: 22. prosinca 2008/December 22, 2008

Sažetak

Orebić predstavlja značajno turističko odredište za slovenske turiste. Uzimajući u obzir oštru konkurenciju na turističkom tržištu, da bi se zadržali postojeći potrošači turističkog proizvoda i privukli novi, potrebno je kontinuirano pratiti stupanj zadovoljstva turista turističkim proizvodom i uskladiti ponudu s očekivanjima turista. Cilj rada bio je istražiti i utvrditi stupanj zadovoljstva slovenskih turista turističkim proizvodom na području navedene turističke destinacije. U tu svrhu napravljeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 191 slovenskog turista koji su boravili u privatnom smještaju, kampovima i hotelima na području Orebića.

Ključne riječi: slovensko tržište, stupanj zadovoljstva, kvaliteta, turistička destinacija, Orebić.

1. UVOD

Turistička potražnja doživljava turističku destinaciju kao cjeloviti proizvod. Visokosofisticirani turisti ne traže masovni asortiman već jedinstven profil turističke ponude, visokokvalitetan proizvod, u skladu s vlastitim preferencijama i očekivanjima. U tom smislu turističke destinacije moraju marketinškim aktivnostima udovoljiti očekivanjima turista ili ih čak premašiti. S tim u vezi potrebne su prilagodbe ponude turističke destinacije u odnosu na tržišni segment/e. Temeljem istraživanja može se omogućiti kvalitativan razvoj

¹ Mr.sc. Marija Dragičević, asistent, Sveučilište u Dubrovniku, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, Lapadska obala 7, 20000 Dubrovnik, E-mail: marija.dragicevic@unidu.hr

² Mr. sc. Stjepo Letunić, asistent, Sveučilište u Dubrovniku, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, Lapadska obala 7, 20000 Dubrovnik, E-mail: stjepo.letunic@unidu.hr

u funkciji stvaranja kvalitete proizvoda i prepoznatljivog *imagea* turističke destinacije. To u konačnici rezultira stvaranjem i zadovoljavanjem kupaca te vodi nositelje turističke ponude do profitabilnog rasta.

Istraživanje provedeno na slovenskom turističkom tržištu na području Orebiča ima za cilj utvrditi razinu zadovoljstva slovenskih turista turističkim proizvodom na području ove turističke destinacije, kako bi se na temelju istraživanja došlo do spoznaje o razini zadovoljstva slovenskih turista i predložile aktivnosti u budućem razvoju ove turističke destinacije.

Istraživanje je provedeno na uzorku od 191 slovenskog turista koji su boravili u hotelima, kampovima i privatno smještaju na području Orebiča. U istraživanju je korištena metoda osobnog anketiranja. Uzorak je odabran namjernim odabirom. U obradi rezultata istraživanja korištene je metoda deskriptivne statistike.

2. KVALITETA USLUGE U TURISTIČKOJ DESTINACIJI

Kvaliteta se standardno definira kao skup svih značajki proizvoda ili usluge koje zadovoljavaju izražene ili očekivane potrebe potrošača.³ Pitanje kvalitete postaje presudno za rezultate koji se postižu u turističkoj djelatnosti, posebice za financijske učinke i rezultate. Optimalnu kvalitetu gost prepoznaje i prihvaća ako udovoljava njegovim poimanjima i težnjama za kvalitetnim sadržajima u životu. To vodi do stvaranja lojalnog klijenta. Lojalnost gosta prema turističkoj destinaciji ogleda se upravo u ponovljenoj kupnji proizvoda odnosno usluge.⁴

Otklanjane nedostataka u turističkoj ponudi i povećanje kvalitete turističkog proizvoda postaje strateška varijabla u borbi za tržišni segment na sve zahtjevnijem turističkom tržištu. Njena bespriječnost glavni je način da se osiguraju niski troškovi i diferencijacija proizvoda.⁵ Pružanje usluge visoke kvalitete i osiguranje zadovoljstva klijenta su činitelji koji se nadaleko smatraju vodećim u postizanju uspjeha u turizmu.⁶

Pizam, Neumann i Reichel⁷ (1978) te Chon⁸ (1989) definiraju zadovoljstvo turista proizvodom upravo kao rezultat koji nastaje kada se usporede iskustvo koje je imao u turističkoj destinaciji i njihova očekivanja. Nesklad nastaje kada postoji razlika između očekivanja i percepcije/iskustva.⁹

³ Prema Injac N., Mala enciklopedija kvalitete, I dio, Upoznajmo normu ISO 9000, Drugo preuređeno izdanje, Oskar, Zagreb, 2002., str. 74.

⁴ Prema Sheng-Hshung T., Yi-Chang C., Chung-Huei H., Determinants of quest loyalty to international tourist hotels-a neural network approach, *Tourism Management*, vol. 23., broj 4., 2002., str. 397.

⁵ Skoko H., Upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb, 2000., str. 23.

⁶ Stevens P., Knutson B., Patton M., Dineserv: A tool for measuring service quality in restaurants, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 36., 1995., str. 56-60

⁷ Pizam A., Neumann Y., Reichel A., Dimensions of tourist satisfaction with a destination area, *Annals of Tourism Research*, broj 5., 1978., str. 314-322.

⁸ Chon K., Understanding recreational travellers' motivation, attitude and satisfaction, *Tourist review*, broj 44., 1989., str. 3-7.

⁹ Hui T., Wan D., Ho A., Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore, *Tourism Management*, vol. 28., broj 4., 2007., str. 967.

Stoga je izuzetno važno da turistički proizvod destinacije u svim segmentima ponude bude prilagođen potrebama i očekivanjima tržišnih segmenata. U protivnom, nastaje jaz između očekivane vrijednosti i iskustva koje je turist imao u turističkoj destinaciji koji može rezultirati nezadovoljstvom.

Nažalost, u praksi vrlo često izostaje kontinuirano istraživanje tržišta i praćenje stavova potrošača o turističkom proizvodu što nanosi mnogostruke štete turistima, ali i samom turističkom odredištu. Vodeći se osnovnom hipotezom da postojeća turistička ponuda u turističkoj destinaciji Orebić u potpunosti ne udovoljava očekivanjima slovenskih turista, proveli smo preliminarno istraživanje te njegove rezultate iznosimo u daljnjem tekstu.

3. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

3.1. Definicija problema i metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno na području Orebića u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine. Uključeni su slovenski turisti koji su boravili u privatnom smještaju, kampovima i hotelima. Pri istraživanju korištena je metoda osobnog anketiranja na uzorku od 191. ispitanika. Cilj istraživanja bio je istražiti i utvrditi stupanj zadovoljstva slovenskih turista turističkim proizvodom na području turističke destinacije Orebić. Da bi se dobili opći podatci o ispitanicima u prvom dijelu ankete postavljeno je pet pitanja općeg tipa. Pitanja su se odnosila na spol ispitanika, starost ispitanika, stručnu spremu, prosječnu visinu godišnjeg prihoda te potrošnju po danu u turističkoj destinaciji. Da bi se utvrdio stupanj zadovoljstva slovenskih turista pojedinim komponentama turističkog proizvoda postavljeno je osam pitanja u anketnom upitniku. Pri ocjenjivanju intenziteta zadovoljstva korištena je Likertova skala raspona 1-5. Pri tome je broj 1 označava najmanji, a broj pet označava najveći intenzitet zadovoljstva uslugom. Na temelju provedenog istraživanja dobiveni su podatci koje će se prikazati i analizirati u sljedećem poglavlju rada. Pri obradi podataka korištena je metoda deskriptivne statistike.

3.2. Rezultati istraživanja

Strukturu ispitanika prema spolu pokazuje sljedeća tablica.

Tablica 1: Ispitanici prema spolu

Spol ispitanika	Broj ispitanika	%
Muški	88	46,07
Ženski	103	53,93
Ukupno:	191	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Iz prikazanog može se uočiti da je u istraživanju sudjelovalo 53,93 posto žena i 46,07 posto muškaraca.

Tablica 2: Ispitanici prema starosti

Starost ispitanika	Broj ispitanika	%
Do 25 god.	25	13,10
25-34	31	16,23
34-44	55	28,97
45-54	35	18,23
55-64	34	17,81
65 i više	20	10,45
Ukupno:	191	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Analizirajući starost ispitanika vidljivo je da je najviše ispitanika bilo u dobi od 35 do 44 godine. Oni čine 28,79 posto ispitanika.

Tablica 3: Ispitanici prema visini godišnjeg prihoda

Prosječna visina godišnjeg prihoda (u 000 €)	Broj ispitanika	%
Do 6	54	35,06
6-12	67	43,07
13-20	21	13,63
21-30	14	8,24
Ukupno:	154	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Analizirajući visinu godišnjeg prihoda ispitanika može se vidjeti da je najviše ispitanika odnosno njih 43,07 posto koji zarađuju godišnje od 6000 do 12000 eura, dok 35,06 posto ispitanika zarađuje do 6000 eura. Postotak ispitanika koji zarađuju između 13 000 eura i 20000 eura je 13,63. Najmanje ispitanika, njih 8,24 posto zarađuje od 21000 eura do 30000 eura. U ovom istraživanju nije bilo ispitanika koji zarađuju više od 31000 eura godišnje.

Tablica 4: Ispitanici prema prosječnoj potrošnji po danu

Prosječna potrošnja po danu (u €)	Broj ispitanika	%
Do 50	101	59,76
50-100	45	26,63
100-200	23	13,61
Ukupno:	169	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Najviše ispitanika, njih 59,76 posto troši do 50 eura na dan. Nešto manje ispitanika odnosno njih 26,63 posto troši od 50 do 100 eura na dan, dok samo 13,61 posto ispitanika troši 100 do 200 eura na dan.

Tablica 5: Ispitanici prema zadovoljstvu uslugom na području turističke destinacije Orebić

Zadovoljstvo uslugom	Broj ispitanika	%
Zadovoljan	146	78
Nezadovoljan	41	22
Ukupno	187	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007.

Opća ocjena zadovoljstva ispitanika ukazuje na to da je veliki dio ispitanika zadovoljan uslugom, njih 78 posto. Ipak postoji i značajan dio ispitanika, odnosno 22 posto ispitanika koji nisu zadovoljni uslugom na području Orebića.

U sljedećim tablicama prikazani su rezultati istraživanja koji se odnose na zadovoljstvo slovenskih turista pojedinom komponentom turističkog proizvoda.

Tablica 6: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić uslugama smještaja

Stupanj zadovoljstva uslugom smještaja	Broj ispitanika	%
Potpuno nezadovoljan	10	5,61
Uglavnom nezadovoljan	12	6,74
Niti zadovoljan niti nezadovoljan	45	25,28
Uglavnom zadovoljan	64	35,95
Potpuno zadovoljan	43	26,42
Ukupno:	178	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Kvalitetom smještaja uglavnom je zadovoljno 35,95 posto turista, od čega je potpuno zadovoljno 26,42 posto ispitanika. Manji stupanj zadovoljstva pokazuje ostalih 46,31 posto ispitanika. Potpuno nezadovoljno je 5,61 posto ispitanika, uglavnom nezadovoljno je 6,74 posto ispitanika, dok 25,28 posto ispitanika nije ni zadovoljno ni nezadovoljno.

Tablica 7: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić uslugama prehrane

Stupanj zadovoljstva uslugom prehrane	Broj ispitanika	%
Potpuno nezadovoljan	9	5,10
Uglavnom nezadovoljan	6	3,30
Niti zadovoljan niti nezadovoljan	50	28,09
Uglavnom zadovoljan	59	33,15
Potpuno zadovoljan	51	30,36
Ukupno:	178	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Prilikom ocjenjivanja zadovoljstva prehranom uglavnom je zadovoljno 33,15 posto turista. Potpuno je zadovoljno 30,36 posto turista. Manji stupanj zadovoljstva pokazuje 28,09 posto ispitanika koji nisu ni zadovoljni ni nezadovoljni prehranom u ovoj turističkoj destinaciji. Uglavnom je nezadovoljno 3,3 posto ispitanika, a 5,1 posto ispitanika potpuno je nezadovoljno.

Tablica 8: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić cijenom smještaja i ostalih usluga

Stupanj zadovoljstva cijenom smještaja i ostalih usluga	Broj ispitanika	%
Potpuno nezadovoljan	7	3,89
Uglavnom nezadovoljan	15	8,33
Niti zadovoljan niti nezadovoljan	55	30,56
Uglavnom zadovoljan	63	35,00
Potpuno zadovoljan	40	22,22
Ukupno:	180	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Kada se analizira zadovoljstvo slovenskih turista cijenom smještaja i drugih usluga može se uočiti da je potpuno zadovoljno cijenom 22,22 posto turista, a uglavnom je zadovoljno 35 posto turista. Značajan slovenskih turista, njih 30,56 posto nije ni zadovoljno ni nezadovoljno. Potpuno je nezadovoljno cijenom 3,89 posto ispitanika, a uglavnom nezadovoljno cijenom je 8,33 posto ispitanika.

Tablica 9: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić gostoljubivošću domaćina

Stupanj zadovoljstva gostoljubivošću domaćina	Broj ispitanika	%
Potpuno nezadovoljan	7	3,96
Uglavnom nezadovoljan	3	1,67
Niti zadovoljan niti nezadovoljan	12	6,70
Uglavnom zadovoljan	61	34,07
Potpuno zadovoljan	96	53,60
Ukupno:	179	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Gostoljubivošću domaćina potpuno je zadovoljno 53,60 posto slovenskih turista, dok je 34,07 posto uglavnom zadovoljno. Manji je postotak turista koji su potpuno nezadovoljni odnosno njih 3,96 posto. Jedan mali dio slovenskih turista, odnosno 1,67 posto ispitanika uglavnom je nezadovoljno. Oko 7 posto ispitanika pripada kategoriji turista koji nisu ni zadovoljni ni nezadovoljni gostoljubivošću u turističkoj destinaciji.

Tablica 10: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić izvanpansionskom potrošnjom

Broj ispitanika	%
20	11,05
25	13,81
56	30,93
43	23,76
37	21,45
181	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007. godine

Ocjena zadovoljstva izvanpansionskom potrošnjom pokazuje da je potpuno zadovoljno izvanpansionskom potrošnjom 21,45 posto slovenskih turista, a 23,76 posto ispitanika uglavnom je zadovoljno. Potpuno je nezadovoljno 11,05 posto ispitanika, dok je 13,01 posto ispitanika uglavnom nezadovoljno. Značajan dio slovenskih turista, oko 30 posto ispitanika nije ni zadovoljno ni nezadovoljno izvanpansionskom potrošnjom.

Tablica 11: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić sportskim sadržajima

Stupanj zadovoljstva sportskim sadržajima	Broj ispitanika	%
Potpuno nezadovoljan	19	11,24
Uglavnom nezadovoljan	25	14,79
Niti zadovoljan niti nezadovoljan	55	32,54
Uglavnom zadovoljan	47	27,81
Potpuno zadovoljan	23	13,62
Ukupno:	169	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007.godine

Ocjena zadovoljstva sportskim sadržajima pokazuje da je potpuno i uglavnom zadovoljno ponudom sportskih sadržaja 41,43 posto ispitanika. Najviše slovenskih turista pripada kategoriji koja nije ni zadovoljna ni nezadovoljna. Nezadovoljstvo je iskazalo 26,03 posto ispitanika.

Tablica 12: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić zabavnim sadržajima

Stupanj zadovoljstva zabavnim sadržajima	Broj ispitanika	%
Potpuno nezadovoljan	18	9,27
Uglavnom nezadovoljan	36	19,45
Niti zadovoljan niti nezadovoljan	83	44,86
Uglavnom zadovoljan	30	16,22
Potpuno zadovoljan	18	9,75
Ukupno:	185	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007.godine

Prema ovom istraživanju zabavnim sadržajima najveći broj ispitanika, njih 44,86 posto, nije ni zadovoljno ni nezadovoljno. Samo 25,97 posto ispitanika zadovoljno je zabavnim sadržajima, od čega je potpuno zadovoljno samo 9,75 posto ispitanika. Nezadovoljno je 29,17 posto slovenskih turista, od čega značajan broj, oko 20 posto ispitanika je uglavnom nezadovoljno.

Tablica 13: Ocjena zadovoljstva slovenskih turista na području turističke destinacije Orebić kulturnim sadržajima

Stupanj zadovoljstva kulturnim sadržajima	Broj ispitanika	%
Potpuno nezadovoljan	20	11,83
Uglavnom nezadovoljan	23	13,61
Niti zadovoljan niti nezadovoljan	74	43,79
Uglavnom zadovoljan	35	20,71
Potpuno zadovoljan	17	10,06
Ukupno:	169	100,00

Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u srpnju, kolovozu i rujnu 2007.godine

Analizirajući ocjenu zadovoljstva slovenskih turista kulturnim sadržajima u ovoj turističkoj destinaciji može se uočiti da je samo 30,77 posto turista zadovoljno zabavnim sadržajima. Potpuno je zadovoljno kulturnim sadržajima samo 10,06 posto turista, dok je oko 20 posto uglavnom zadovoljno. Najveći broj slovenskih turista, njih 43,79 posto nije ni zadovoljan ni nezadovoljan. Nezadovoljno kulturnim sadržajima je 25,44 posto ispitanika.

4. ZAKLJUČAK

Na temelju rezultata istraživanja može se zaključiti da je veliki dio slovenskih turista zadovoljan uslugom na području turističke destinacije Orebić, ali isto tako značajan dio slovenskih turista nije zadovoljan kvalitetom pružene usluge. To bi moglo rezultirati okretanjem tog dijela tržišta prema nekoj drugoj turističkoj destinaciji kao i negativnom promocijom ove turističke destinacije.

Kada se analizira zadovoljstvo pojedinom komponentom turističkog proizvoda može se zaključiti da je uslugom smještaja zadovoljno oko 60 posto slovenskih turista, dok oko 25 posto nije ni zadovoljno, ni nezadovoljno. Preostalih, 15 posto slovenskih turista je nezadovoljno uslugama smještaja. Ovi pokazatelji ukazuju na to da je potrebno raditi na povećanju kvalitete smještaja u ovoj turističkoj destinaciji.

Uslugama prehrane zadovoljno je oko 64 posto slovenskih turista, 28 posto nije ni zadovoljno, ni nezadovoljno. Potpuno je zadovoljno samo 30 posto ispitanika. S obzirom na to da je zadovoljstvo prehranom izuzetno važno, posebice u hotelima, treba raditi na poboljšanju standarda koji se odnose na kvalitetu prehrane.

Cijenom smještaja i ostalih usluga nije zadovoljno oko 13 posto ispitanika što pokazuje prilično veliki stupanj zadovoljstva. Međutim, treba isto tako uzeti u obzir da je odabir adekvatne cjenovne politike važno prilagoditi platežnoj moći slovenskih turista, posebice stoga što je istraživanje pokazalo da su slovenski turisti koji su boravili na području Orebića manje platežne moći. Onaj dio slovenskih turista kojih je bilo oko 30 posto, a nisu ni zadovoljni ni nezadovoljni cijenom usluga, mogao bi se u protivnom lako preorijentirati na neku jeftiniju turističku destinaciju.

Ljubaznost domaćina je zadovoljavajuće ocijenjena, s obzirom na to da je oko 90 posto slovenskih turista zadovoljno ljubaznošću domaćina. Neophodno je povećati kvalitetu izvanpansionske potrošnje jer je samo 44,21 posto ispitanika zadovoljno njezinim uslugama. Značajan dio slovenskih turista, njih 30 posto, nije ni zadovoljno ni nezadovoljno izvanpansionskom potrošnjom.

Također treba poboljšati ponudu i kvalitetu sportskih sadržaja kojima je zadovoljno samo 41 posto ispitanika, od čega je potpuno zadovoljno samo 13 posto turista. U ovoj turističkoj destinaciji postoje izuzetne mogućnosti za sport i rekreaciju. Nažalost, one su iskorištene samo manjim dijelom.

Zabavnim sadržajima zadovoljno je 25 posto ispitanika, dok njih 45 posto nije ni zadovoljno, ni nezadovoljno. To ukazuje na potrebu obogaćivanja ponude kulturnih sadržaja.

Navedeni zaključci upućuju na potrebu kontinuiranog praćenja stavova slovenskih turista o kvaliteti turističkog proizvoda i prilagođavanja ponude očekivanjima turista. Većim stupnjem zadovoljstva uslugom zasigurno bi se povećao i broj slovenskih turista u ovom odredištu i ostvareni prihodi od turističke potrošnje te podigla konkurentnost ove turističke destinacije.

LITERATURA:

1. Chon K., Understanding recreational travellers' motivation, attitude and satisfaction, *Tourist review*, broj 44., 1989., str. 3-7.
2. Hui T., Wan D., Ho A., Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore, *Tourism Management*, vol. 28., broj 4., 2007., str. 965-975
3. Injac N., Mala enciklopedija kvalitete, I dio, Upoznajmo normu ISO 9000, Drugo preuređeno izdanje, Oskar, Zagreb, 2002.
4. Pizam A., Neumann Y., Reichel A., Dimensions of tourist satisfaction with a destination area, *Annals of Tourism Research*, broj 5., 1978., str. 314-322.
5. Sheng-Hshiang T., Yi-Chang C., Chung-Huei H., Determinants of quest loyalty to international tourist hotels-a neural network approach, *Tourism Management*, vol. 23., broj 4., 2002., str 397-
6. Skoko H., Upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb, 2000.
7. Stevens P., Knutson B., Patton M., Dineserv: A tool for measuring service quality in restaurants, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 36., 1995., str.56-60

RESEARCH INTO SATISFACTION LEVELS OF SLOVENIAN TOURISTS WITH PRODUCTS OF OREBIĆ TOURIST DESTINATION

*Marija Dragičević*¹⁰ & *Stijepo Letunić*¹¹

Summary

Orebić is a significant tourist destination for Slovenian tourists. Because of tough competition on the tourist market, and in order to keep the existing level of tourist supply and attract new consumers, it is necessary to permanently test guest satisfaction and match the tourist offer to tourist expectations. The main purpose of this paper is to research the satisfaction level of Slovenian tourists with the tourist product in the area of Orebić. In order to achieve this, an empirical research was conducted, including 191 Slovenian tourists staying in hotels, private accommodation and camps.

Key words: *Slovenian market, satisfaction level, quality, tourist destination, Orebić.*

JEL classification: *M₃₁*

¹⁰ Marija Dragičević, M.Sc., Assistant, University of Dubrovnik, Economics and Business Economics Department, Dubrovnik, E-mail: marija.dragicevic@unidu.hr

¹¹ Stijepo Letunić, M.Sc., Assistant, University of Dubrovnik, Economics and Business Economics Department, Dubrovnik, E-mail: stijepo.letunic@unidu.hr