

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

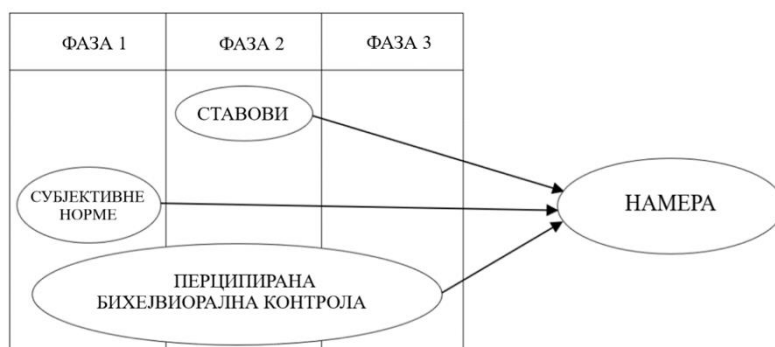
Social-psychological Determinants of Serbian Tourists' Choice of Green Rural Hotels, Sustainability, 11(23)

Научни рад

проф. др Александар Грубор, доц. др Никола Милићевић, доц. др Ненад Ђокић

Значај зеленог руралног туризма за одрживи развој је широко познат. При томе, у одређеном броју истраживања пажња је посвећена анализи понашања туриста по питању њиховог избора. За ту сврху, коришћени су различити теоријски приступи. У овом раду имплементиран је динамички приступ теорији планираног понашања (ТПП). Према наведеном приступу, утицај различитих елемената ТПП-а (ставови, субјективне норме, перципирана бихејвиорална контрола) на намеру да се посете зелени рурални хотели, тестира се у контексту различитих фаза понашања испитаника (фаза пре одлучивања, фаза која претходи акцији и сама акција). Према сазнањима аутора, ово је прва примена динамичког приступа ТПП у вези са разумевањем избора зелених руралних хотела. Приликом обраде података, коришћено је моделирање структуралним једначинама. Резултати показују да је постојање и јачина утицаја елемената ТПП-а различита у различитим фазама понашања. У раду су представљене и импликације за анализирано тржиште (Србија).

На нивоу целог модела забележени су значајни позитивни ефекти за сва три независна конструкта, ставове, субјективне норме и перципирану бихејвиоралну контролу (0,327, 0,189 и 0,259, респективно). Када је реч о фазама, конструкт ставови има значајан



позитиван ефекат само у другој фази (0,643), субјективне норме у првој (0,787) и перципирана бихејвиорална контрола у трећој фази (0,891). У раду су додатно тестиране разлике у коефицијентима између фаза. У вези са конструктом ставови, коефицијент у другој фази је значајно већи од коефицијената у првој и трећој фази. У случају субјективних норми, коефицијент у првој фази је значајно већи од коефицијената у другој и трећој фази. Коначно, код перципиране бихејвиоралне контроле, коефицијент у трећој фази је значајно већи од коефицијената у првој и другој фази.