

# **INFORMACIONI SISTEMI U TURIZMU I POSLOVANJE UZ SAGLEDAVANJE KORISNIČKIH ZAHTJEVA TURISTA NOVOG DOBA**

## **INFORMATION SYSTEMS IN TOURISM AND BUSINESS WITH CONSIDERATION OF USER REQUIREMENTS TOURISTS NEW AGE**

Mirsad Nuković\*

Jusuf Nuković\*\*

### **SAŽETAK**

Turisti su sve više informisani o upotrebi novih tehnologija i u mogućnosti su da koriste mnogo više pogodnosti da bi direktno komunicirali sa prodavcem usluga, izabrali destinacije, upoređivali cijene i druge sadržaje. Korišćenjem multimedije preko Interneta mogu se direktno upoznati sa destinacijom, hotelom, uslugama, atraktivnostima i direktno podjeliti iskustva i svoje utiske o putovanjima sa ostalim turistima. Istraživanje korisnika novog doba, dakle korisnika kojima su dostupne sve tehnološke aplikacije, umnogome doprinosi razvoju novih informacionih sistema i savremenom poslovanju turističkih organizacija.

*Ključne reči:* turizam, upravljanje korisnicima, informacioni sistem, internet.

### **SUMMARY**

Tourists are increasingly informed about the use of new technologies and are able to use a lot more benefits to directly communicate with the seller of services, choose destinations, comparing prices and other content. Using multimedia over the Internet can be directly familiar with the destination, hotel, services, attractiveness and directly share experiences and their impressions of travel with other tourists. Research for the new era, so users have access to all the technological applications, greatly contributes to the

development of new information systems and modern business tourist organizations.

*Keywords:* tourism, user management, information system, internet.

### **UVOD**

Turisti su najkritičniji faktor na turističkom tržištu. Njihove profile treba dobro istražiti i izvršiti segmentaciju. Upotreba informacionih tehnologija omogućava praćenje kretanja tražnje. Kroz elektronsko tržište moguće je ostvariti direktan kontakt sa turistima i izaći u susret njihovim navikama, potrebama i zahtjevima što dalje može rezultirati pravilnim poslovnim odlukama i unapređenju tržišnog položaja.

Dobavljači usluga, kao što su avio-kompanije i hoteli, oslanjaju se na e-poslovanje da bi premostili tradicionalni način distribucije preko turističkih agencija.

Turističke agencije su tradicionalni posrednici u prodaji usluga i imaju više uloga. Neke od tih uloga su da prenose ključne informacije od dobavljača do potrošača usluga, vrše novčane transakcije, izdaju karte, daju informacije i savetuju putnike pri kupovini usluga ili aranžmana, izboru destinacije i sl. Tradicionalne agencije transformišu poslovanje koristeći prednosti e-poslovanja i upotrebom savremenih informacionih tehnologija grade svoju konkurenčku poziciju na tržištu.

---

\* - Univerzitet u Travniku

Pojava Interneta omogućila je agencijama da uklone barijere i otvore nove mogućnosti poslovanja. S druge strane za turističke agencije koje se bave tradicionalnim načinom poslovanja javljaju se mnoge opasnosti. Internet postaje alat u direktnoj distribuciji paket aranžmana. Turističke agencije će sve više nuditi sopstvene usluge zasnovane na Internet tehnologijama. Nastajaće sve više virtuelnih agencija, malih organizacija, koje nude informacije i ostale pogodnosti onim putnicima koji žele da korišćenjem interneta uštede vreme, novac i donesu pravilne odluke. One će na bazi direktnog kontakta imati veoma izraženu informativno-savetodavnu ulogu upravo zbog osnovne vrednosti koja se pojavljuje sa novim tehnologijama, a to je informacija. Turističke agencije neće nestati ali će se njihova uloga na tržištu redefinisati. Upotreba Interneta u poslovanju pojedinačnih preduzeća turističke privrede doprinela je redefinicijanu klasičnih sistema distribucije turističkih usluga. Hoteli mogu plasirati svoje proizvode/usluge na tržište preko agencija ili koristeći sopstvene informaciono-komunikacione sisteme i Internet. Poslovna odluka hotelskog menadžmenta mora uzeti u obzir različite faktore koji utiču na plasman proizvoda, sezonalnost, troškovi distribucije i sl. Tako, na primjer hotel u visokoj sezoni može da izbegne plaćanje provizija turističkim agencijama i zbog visoke tražnje opredeli se za prodaju uz korišćenje Interneta kao alata u direktnoj distribuciji. S druge strane, u periodu van turističke sezone hoteli mogu intenzivirati saradnju sa turističkim agencijama kako bi doprineli boljoj popunjenošti kapaciteta.

## **INFORMACIONI SISTEMI**

Informacione tehnologije imaju ulogu da pruže automatizaciju pri rješavanju problema, da povećaju produktivnost i kvalitet poslovanja, kvalitet usluga, kao i komunikaciju i saradnju u okviru raznovrsnih poslovnih procesa. Savremeni informacioni sistemi su ključni faktor uspjeha u poslovanju

mnogih organizacija. Kompjuterski informacioni sistemi su zastupljeni i u sklopu manjih organizacija. Prisutni su u gotovo svim segmentima: ekonomiji, menadžmentu, zdravstvenim i obrazovnim institucijama, telekomunikacijama, turističkim sistemima, itd.

Informacioni sistem predstavlja sistem u kome se veze između objekata, kao i veze sistema sa okolinom ostvaruju razmjenom informacija.

Informacioni sistemi se mogu podijeliti u sljedeće kategorije:

- Upravljački informacioni sistemi su oni koji prenose, čuvaju, organizuju i obrađuju podatke u cilju upravljanja različitim procesima.
- Sistemi za podršku odlučivanju sadrže skup alata i procedura koje služe kao pomoć pri donošenju odluka.
- Ekspertni sistemi su inteligentni računarski sistemi koji se koriste znanjima i procedurama zaključivanja u cilju rješavanja konkretnih problema.

## **Identifikacija potreba za uvođenjem informacionog sistema**

Potrebe za uvođenjem i osavremenjavanjem računarskih informacionih sistema, posljedica su povećane konkurenциje na tržištu poslovanja, potrebe za optimizacijom i automatizacijom pojedinih djelatnosti, a sve u cilju obezbjeđivanja efikasnije i brže ponude. Na primjer, uvođenje informacionih sistema u turizmu i hotelijerstvu omogućava lakši pristup informacijama o turističkim i hotelskim ponudama, on-line rezervacije smještaja i propratnih turističkih sadržaja (izletničkih tura, i slično). Ovo su samo neki od segmenata u kojima upotreba informacionih sistema poboljšava kvalitet i automatizuje poslovanje, te shodno tome doprinosi povećanju broja gostiju.

Nakon usvajanja plana razvoja sistema započinje faza analize i dizajna informacionog sistema. Osnovna tehnika koja se koristi za analizu informacionog sistema je struktorna systemska analiza. Dizajn sistema se sastoji iz

dvije faze:

- logičko projektovanje;
- fizičko projektovanje.

Logičko projektovanje obuhvata modelovanje procesa i podataka. Logički modeli moraju biti razumljivi i bliski i projektantu i korisniku. Takođe, moraju biti nezavisni od implementacije. Fizičko projektovanje je implementacija logičkog modela na konkretnu fizičku opremu, odnosno hardver i softver koji uključuju baze podataka.

## STRUKTURNΑ SISTEMSКА ANALИZA

Strukturalna sistemska analiza (SSA) predstavlja metodu za modelovanje procesa u okviru sistema. Spada u grupu najčešće korišćenih i afirmisanih metoda, a bazirana je na grafičkom opisu sistema. Koristi se u ranoj fazi razvoja informacionog sistema za izgradnju modela procesa i zajedno sa modelom podataka predstavlja glavni oslonac u razvoju informacionog sistema.

Prije pojave SSA metode specifikacija sistema je bila u tekstuallnom obliku. Međutim,

glavne mane opisa sistema tekstrom su:

- realni sistem čovjek posmatra kroz slike, pa mu je grafički opis bliži od tekstuallnog,
- potreba dodatnog napora za shvatanje sistema opisanog tekstrom,
- često postoji redundansa opisa,
- manje ispravke u sistemu mogu da zahtijevaju ponovno pravljenje tekstuallnog modela,
- pretraživanje pojmove u dokumentaciji je sporo.

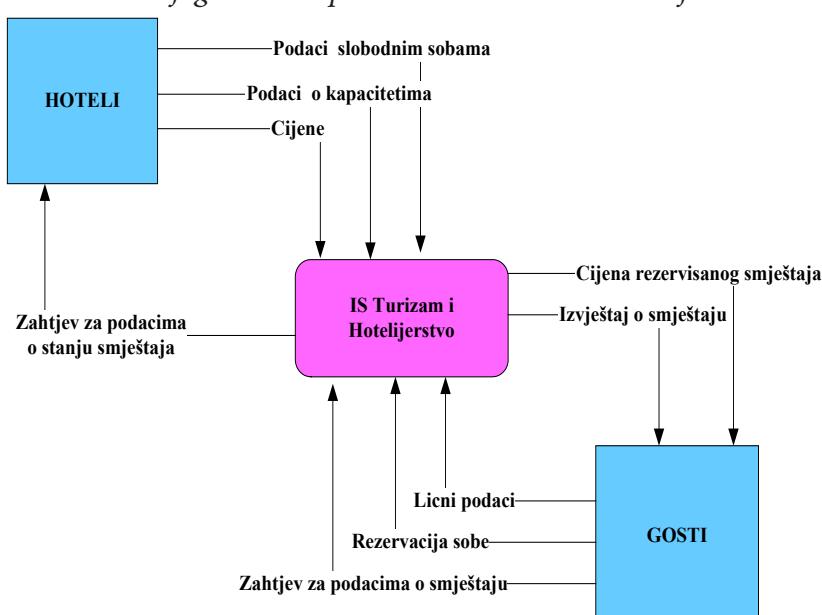
Stoga je uvedena SSA metoda, koja prevazilazi nedostatke tekstuallnog opisa i modelovanja sistema. Osnovna sredstva za realizaciju SSA metode su:

- dijagram toka podataka
- rječnik podataka.

## STRUKTURNΑ SISTEMSКА ANALИZA

U ovom primjeru razmatran je informacioni sistem za turizam i hotelijerstvo. Na slici 1. prikazan je dijagram najvišeg nivoa. Sistem komunicira sa dva interfejsa: Hoteli i Gosti.

*Slika 1. Dijagram toka podataka IS turizam i hotelijerstvo*



## **ERP – ENTERPRISE RESOURCE PLANNING**

### **Integrirana softverska rešenja**

- Obezbeđuju integraciju svih informacionih tokova u organizaciji: upravljanje finansijsko-računovodstvenim tokovima, ljudskim resursima, lancem snabdevanja i podacima o klijentima.
- Integracija svih funkcionalnih oblasti.
- Poslovni informacioni sistemi – komercijalni softverski paketi za mala, srednja i velika preduzeća.
- Obuhvataju sve standardne poslovne funkcije
- Imaju mogućnost prilagođavanja konkretnim potrebama preduzeća
- Proizvedeni po međunarodnim standardima poslovanja

Osnovni zadatok ERP sistema je integriranje podataka iz funkcionalnih oblasti preduzeća u jednoznačne informacije.

### **IS ZA UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA KORISNICIMA**

#### **CRM (Customer Relationship Management)**

Baza podataka o karakteristikama korisnika (kada i šta je od nas kupovao)

Osnovna ideja: Tretirati različite korisnike na različit način! Razvijati dugoročan odnos sa korisnicima!

- pomaže zadržavanju najboljih kupaca
- pruža sugestije o potrebi kampanje ili specijalne ponude grupi kupaca
- čestitke i pokloni kupcima za praznike

CRM - Tačke dodira sa kupcima: Web site, E-mail, Market, Konvencionalna pošta, Help desk, Telefon

#### **CRM - Servis za kupce**

- Tehničke i druge informacije i usluge
- Mogućnost praćenja porudžbine ili predmeta

- Personalizovanje Web sajta
- Najčešća pitanja i odgovori (FAQs)
- E-mail i automatski odgovori
- Call centar

#### **Razlozi za uvodenje CRM**

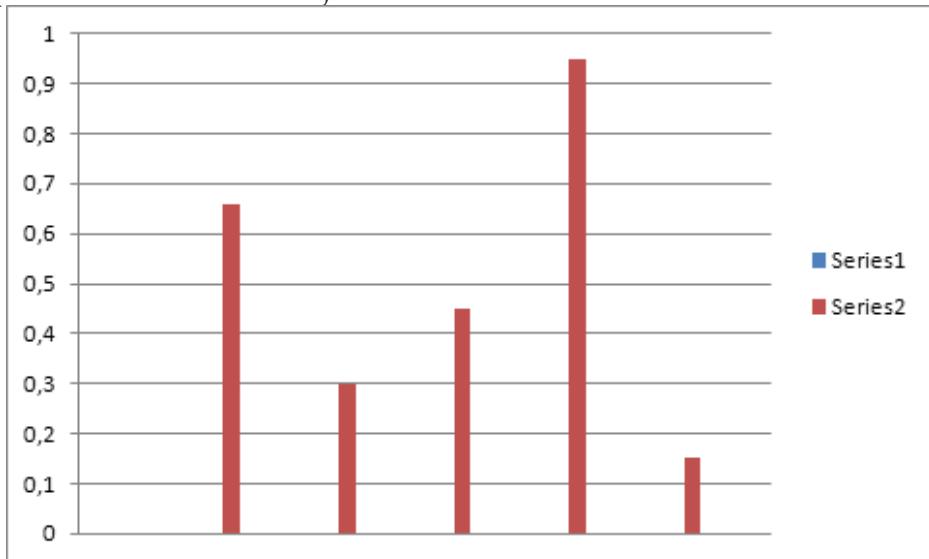
- U proseku, 6 puta je skuplje steći novog kupca, nego zadržati starog
- Nezadovoljan kupac to saopšti u proseku 8-10 drugih ljudi.
- Najčešće, 10% kupaca donosi 80% profita.
- Verovatnoća kupovine od strane novih kupaca = 15%, a kod starih 50%.
- 70% nezadovoljnih kupaca ostaju lojalni ako im se problem reši.

### **ISTRAŽIVANJE KORISNIKA**

U cilju sagledavanja novih korisničkih zahtjeva u oblasti turizma sprovedeno je istraživanje na temu savremeno turističko poslovanje, u organizaciji Centra za nauku I kulturu u okviru On-lajn nedelje 2015. Učešće u istraživanju uzela su 100 turista iz 10 hotela i 5 hostela u Srbiji.

Pitanja koja su korišćena u anketi:	
1. DA li koristite internet u nalaženj turističke ponude?	66%
2. Da li koristite pametni telefon?	30%
3. Da li ste koristili multimedijalne sadržaje prilikom potražnje turističkih ponuda?	45%
4. Da li smatrate da nove tehnologije pomažu u bržem I svršishodnjem određenju najpovoljnije ponude?	95%
5. Da li vaši prodavci turističkih usluga koriste CRM program za odnose sa korisnicima (jesu Vam se javljali tokom korišćenja usluga)?	15%

Grafički prikaz rezultata istraživanja:



Rezultati istraživanja pokazali su da internet koriste 66% korisnika prilikom pronalaženja turističke ponude, pametne telefone koristi preko 30 % turista, multimedijalne sadržaje koristi 45% turista, preko 95% turista kaže da nove tehnologije pomažu u bržem i svrsishodnjem održenju najpovoljnije ponude. 15% turista kaže da njihovi ponuđači usluga koriste CRM u svom poslovanju, tj. dugoročan odnos sa korisnicima.

Iz svega navedenog može se zaključiti da je na tržištu prisutan jedan novi profil turističkog korisnika novog doba, koji naravno ima i nove zahteve i očekuje uslugu u kontekstu savremenog doba. IT je prisutan u većoj meri u upotrebi, stim da implementacija CRMa, ERPa, i drugih softvera u toj funkciji je još u povoju, bar u sredini u kojoj je istraživanje izvršeno.

## ZAKLJUČAK

Uz pomoć novih tehnologija obavljaju se mnogi poslovi u turizmu, kao što su: direktni kontakt sa klijentima i partnerima, (rezervacije, prijave/odjave, plaćanje), kancelarijski poslovi (računovodstvo, platni spiskovi, upravljanje kadrovima, marketing), zabava i usluge za klijente, komunikacija sa kupcima i partnerima, istgraživanje tržišta, reakcija i upravljanje kriznim situacijama, fleksibilno i idnamičko određivanje cena kroz upravljanje prihodima,

diferencijacija i personalizacija proizvoda, kontrola pokazatelja realizacije i izgradnja mehanizama povratne veze, upravljanje poslovnim procesima i osobljem i dr. Sa povećanjem velikog broja informacija u sadašnjosti, informacioni sistemi su našli ulogu u mnogim granama industrije pa tako i u turizmu. Kako je turizam jedan od najdominantnijih industrija sa velikim obrtom novca, prenos informacija, kao i alati i mehanizmi za upravljanje istim, zahtevaju da budu vrlo visokih standarda i kvaliteta. Svaka destinacija sadrži brojne aspekte (kulturna, umetnost, sport, zabava i sl.), elemente atrakcije (muzeji, pozorišta, parkovi, kulturne i druge manifestacije), kao i smeštajne kapacitete, transport i turističke usluge. Svi ovi aspekti čine destinacionu sliku i proizvod o kojima turisti traže informacije pred polazak na put i samim tim one destinacije o kojima su dostupne pravovremene, adekvatne i tačne informacije imaju veću šansu da budu odabране. To im omogućava upravo IT koji poboljšava funkcije i performanse destinacionog menadžment sistema DMS (Destination Management Systems), tj. sistema za upravljanje destinacijama.

Takođe, implementacija novih softvera za praćanje i dugoročan odnos sa korisnicima umnogome pomažu u osvajanju poverenja korisnika u određene turističke organizacije.

## LITERATURA

- [1] Medlik, S., Ingram, H.(2007): The Business of Hotels (4th), Elsevier Ltd.
- [2] Tourism Principles And Practice, Chris Cooper
- [3] Poslovni informacioni sistemi, Angelina Njeguš, Univerzitet Singidunum, 2007.
- [4] Informacioni sistemi u turističkom poslovanju, doc. dr Angelina Njeguš, Univerzitet Singidunum, 2010.
- [5] [http://en.wikipedia.org/wiki/Computer\\_reservations\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Computer_reservations_system)
- [6] Biederman, P. S., (2008): Travel and Tourism : an industry primer, Upper Saddle River, NJ : Pearson edu.
- [7] Đurašević, S.(2008): Turistička putovanja – Savremeni koncepti prodaje, Podgorica: CID.
- [8] Verka Jovanović: Turizam i prostor (2017.)