

ANALIZA SUSTAVA ZA UPRAVLJANJE SMJEŠTAJNIM KAPACITETIMA SA ASPEKTA TURISTIČKE AGENCIJE

Gagić, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:342004>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA SUSTAVA ZA UPRAVLJANJE
SMJEŠTAJNIM KAPACITETIMA SA ASPEKTA
TURISTIČKE AGENCIJE**

Mentor: izv.prof.dr.sc. Garbin Praničević Danijela

Student: Ana Gagić

Split, kolovoz, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Definicija problema	1
1.2. Cilj rada.....	1
1.3. Metode rada	1
1.4. Struktura rada	1
2. TURISTIČKE AGENCIJE I NJIHOVO POSLOVANJE	2
2.1. Vrste turističkih agencija	3
2.2. Usluge turističkih agencija.....	4
2.3. Osnovne funkcije turističke agencije	5
2.4. Agencijsko osoblje	5
2.5. Utjecaj tehnologije	7
2.6. Primjena ICT-a u agencijskom poslovanju.....	7
3. SUSTAVI UPRAVLJANJA SMJEŠTAJNIM KAPACITETIMA	11
3.1. Channel manager sustavi u turističkim agencijama	11
3.2. Primjeri channel manager sustava	12
3.3. Ostali sustavi podrške agencijskom poslovanju	16
3.4. Usporedba sustava podrške, karakteristike i nedostaci	23
3.5. Osvrt na sustave podrške	26
4. ZAKLJUČAK.....	27
5. LITERATURA:.....	29
6. SAŽETAK / SUMMARY.....	31

1. UVOD

1.1. Definicija problema

Putničke agencije su pod kontinuiranim pritiskom i potrebom da se prilagode okruženju, prihvaćaju inovacije i nove izazove, te da sve promjene iz okruženja primjene u općem poslovanju i u stvaranju vlastitih proizvoda. Iz tog razloga je razvoj tehnologije ključan faktor za stvaranje inovacija unutar turističkog sektora. Tehnologija današnjice je obuhvatila svaki dio ljudskog života, a njeno širenje i dostupnost su sastavni dio kako strategije razvoja svake turističke zemlje ali i poslovanja putničkih agencija turističkih zemalja. Tehnologija 21. stoljeća dosegla je toliki stupanj razvoja da su danas sve informacije dostupne na jednom mjestu, te je tako uvelike omogućeno i ubrzano njihovo širenje u globalnim razmjerima. Informacijske tehnologije omogućavaju brz protok informacija koje uz ispravno korištenje dovode do smanjenja troškova, povećanja profitabilnosti, bolje konkurentnosti i zadovoljnijih klijenata. Programi podrške također prolaze kroz inovacije i razvoj tako da je danas moguće pronaći veliki broj različitih programa koji nude slične ili iste usluge putničkim agencijama. Različiti sustavi podrške osmišljeni su u svrhu olakšavanja poslovanja s obzirom na kompleksnost i obujam poslova djelatnika turističkih agencija. Istraživačko pitanje je percepcija korisnosti sustava za upravljanje smještajnim kapacitetima za poslovanje i aktivnosti turističkih agencija.

1.2. Cilj rada

Cilj je utvrditi različite potpore koje sustavi za upravljanje smještajnim kapacitetima omogućavaju.

1.3. Metode rada

Kao prikladne metode za rad odabrane su: metoda prikupljanja podataka, metoda deskripcije i analize, metoda usporedbe te metoda indukcije i dedukcije.

1.4. Struktura rada

U prvom dijelu rada naveden je problem i cilj rada kao i metode istraživanja te struktura rada. Drugi dio rada se odnosi na vrste turističkih agencija i njihovo poslovanje, usluge koje pružaju kao i primjenu tehnologije i informacijskih tehnologija na njihovo poslovanje. Treći i

najvažniji dio rada, odnosi se na sustave potpore agencijskom poslovanju, njihove karakteristike te prednosti i nedostatke. Na samom kraju je zaključak koji ukazuje na važnost prikazanih sustava, njihov utjecaj na poslovanje i moguće napretke u budućnosti.

2. TURISTIČKE AGENCIJE I NJIHOVO POSLOVANJE

Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu (čl. 5.) turistička agencija je trgovačko društvo, trgovac pojedinac, obrtnik ili njihova organizacijska jedinica koji pružaju usluge organiziranja putovanja ili posredovanja usluga vezanih uz putovanje i boravak turista.

Turističke agencije su glavni distributeri turističkih proizvoda i posrednici u prodaji proizvoda iz asortimana turističke ponude. Poveznica su između industrije turizma i krajnjih potrošača (turista), mjesta obavljanja poslova rezervacija, informiranja i savjetovanja uz niz dodatnih, pomoćnih usluga. Putnička agencija je gospodarski subjekt čija se osnovna djelatnost sastoji od organiziranja i prodaje putovanja i boravka te pružanja drugih usluga putnicima i sudionicima turističkog prometa.

„Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu, oznaka „turistička agencija“:

1. obvezno se koristi kao pobliža oznaka djelatnosti
2. iznimno umjesto oznake „turistička agencija“ može se koristiti i oznaka „putnička agencija“
3. putnička agencija može, uz oznaku kojom se obilježava ime putničke agencije, koristiti i izraze uobičajene u turističkom poslovanju, kao što su: „tours“, „travel“. I sl.

Turističkoj agenciji se može odobriti da se uz ime turističke agencije koriste i kratice uobičajene u agencijskom poslovanju „DMC“ (trgovačko društvo za upravljanje destinacijom) ili „PCO“ (profesionalni organizator kongresa).“¹

¹ Zakon.hr (2019.); raspoloživo na: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pruzanju-usluga-u-turizmu>

2.1. Vrste turističkih agencija

Turističke agencije na turističkom tržištu razlikuju se prema sljedećim kriterijima:

S OBZIROM NA KRITERIJ POSLOVANJA:

- **Emitivne** agencije usmjeravaju svoju aktivnost na pokretanje i motiviranje građana svog područja na putovanje i boravak u određenu destinaciju
- **Receptivne** agencije aktivnost usmjeravaju na privlačenje turista s emitivnih područja na domicilno turističko tržište
- **Mješovite** agencije se bave prihvatom putnika i organizacijom izleta s jedne strane te slanjem putnika u određenu destinaciju²

PREMA PROSTORNOM OBUHVATU TRŽIŠTA:

- **Regionalne (lokalne)** djeluju na području grada ili regije
- **Nacionalne** djeluju unutar granica svoje zemlje
- **Međunarodne** obavljaju turistički promet s inozemstvom³

PREMA ORGANIZACIJSKOM SASTAVU NA TRŽIŠTU:

- **Turistička agencija sa razvijenom mrežom poslovnica** očituje se u podjeli poslova, decentralizaciji poslova prodaje i specijalizaciji poslovanja te ima karakter velikih organizacija koje proširuju poslovanje izvan granica svoje zemlje.

- **Turistička agencija bez mreže poslovnica** je gospodarska organizacija s jednim poslovnim, prodajnim mjestom, a njene su usluge uglavnom namjenjene lokalnom stanovništvu.⁴

² Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, str. Str 117.

³ Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, str. Str 117.

⁴ Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, str. 117.-119.

2.2 Usluge turističkih agencija

Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu (čl. 12) usluge turističke agencije su:

1. organiziranje, prodaja i provedba paket-aranžmana
2. omogućavanje kupnje putovanja u povezanom putnom aranžamanu
3. organiziranje, prodaja i provedba izleta
4. posredovanje u prodaji paket aranžmana
5. posredovanje u prodaji izleta
6. prodaja, posredovanje i rezervacija ugostiteljskih usluga
7. prodaja, posredovanje i rezervacija usluga prijevoza
8. organiziranje, prodaja i provedba usluga turističkog transfera
9. prodaja, posredovanje i rezervacija usluga u posebnim oblicima turističke ponude
10. prodaja, posredovanje i rezervacija usluga turističkih vodiča, voditelja putovanja i usluga upravljanja plovnim objektima nautičara (skipera)
11. zastupanje domaćih i stranih putničkih agencija
12. organiziranje, prodaja i provedba turističkih usluga u kongresnom turizmu
13. prihvata i ispraćaj gostiju te ostala asistencija gostima za vrijeme boravka, izdavanje računa, naplata, obračun i uplate boravišne pristojbe i drugih pristojbi, vođenje propisa, u ime i za račun pružatelja ugostiteljskih usluga u domaćinstvi i/ili poljoprivrednom gospodarstvu
14. organiziranje i obavljanje usluga vezanih uz održavanje i čišćenje smještajnih objekata pružatelja ugostiteljskih usluga čiju uslugu posreduju
15. posredovanje u sklapanju ugovora o osiguranju putnika i prtljage
16. pomoć u pribavljanju putnih isprava, viza i drugih isprava potrebnih za prijelaz granice i boravak u inozemstvu, isprava za lov, ribolov, ronjenje, plovidbu nautičara te drugih isprava potrebnih za organizaciju i provođenje različitih oblika turističke ponude
17. prodaja, posredovanje i rezervacija ulaznica za sve vrste priredbi, muzeja i dr.
18. prodaja robe vezane za potrebe putovanja (razne putne potrepštine, suveniri, turističke publikacije i slično)
19. pružanje usluga u vezi s poslovanjem karticama i putničkim čekovima te pružanje mjenjačkih usluga sukladno posebnim propisima
20. prodaja, posredovanje i rezervacija usluga iznajmljivanja vozila (rent a car, rent a scooter i slično), letjelica i plovnih objekata (rent a boat)

21. agencijsko-pomorske usluge za prihvat i otpremu jahti i brodica sukladno posebnim propisima⁵

2.3 Osnovne funkcije turističke agencije

- Informativno – savjetodavna funkcija je jedna od najstarijih funkcija, a sastoji se od besplatnih turističkih informacija i korisnih savjeta za boravak u destinaciji. Može ponuditi svoje usluge velikom broju potencijalnih klijenata s obzirom na veličinu tržišta potražnje.
- Posrednička funkcija očituje se kroz posredništvo kao oblik rada agencije na tržištu i u samoj je suštini njezine egzistencije pa se može reći da se ova funkcija provlači kroz sve ostale funkcije poslovanja.
- Organizatorska funkcija je funkcija kojom agencija privređuje i kao poduzetnik stvara i prodaje za vlastiti račun i na vlastiti rizik organizirana putovanja kao svoje usluge, čime naglo utječe na porast turističkih kretanja u svijetu.⁶

Kao posrednici agencije su ostvarile vezu između ponuđača i potrošača turističkih usluga, omogućavajući turistima da lakše osiguraju potrebne proizvode i usluge tijekom putovanja i boravka u destinaciji. Turističke agencije su od svog nastanka pružale putnicima i turistima korisne informacije u vezi putovanja. Za agencije je od velikog značaja davanje točnih, preciznih i ažurnih informacija u procesu komunikacije s klijentom. U slučaju lošeg prijenosa informacija potrošač će se opredijeliti za usluge druge agencije.

2.4. Agencijsko osoblje

Značaj koji poslovnice imaju u ukupnoj organizacijskoj strukturi agencije, odnosno činjenica da se u njima ostvaruje neposredan kontakt s potrošačima pokazuje značaj pravilnog izbora kadrova za rad i direktnu komunikaciju s potrošačima u prodaji proizvoda i usluga. Kadrovi koji rade na informacijama i u prodaji ostvaruju neposredan kontakt s potencijalnim potrošačima i u najvećoj mjeri utječu na ostvarivanje željenih efekata.

Agencijsko osoblje može se podijeliti u tri temeljne skupine:

⁵ Zakon.hr 2019. (<https://zakon.hr/z/343/Zakon-o-pruzanju-usluga-u-turizmu>)

⁶ Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, str. 55.-57.

1. Komercijalni
2. Specijalizirani kadrovi za poslove turističkih agencija
3. Pomoćni

Specijalistički kadrovi su zanimanja koja se bave kreiranjem, prodajom i izvršenjem aranžmana u radu turističkih agencija.

- Turistički vodič je osoba koja stručno objašnjava i pokazuje turistima prirodne ljepote, rijetkosti, povijesne spomenike i druge znamenitosti tijekom njihovog boravka u destinaciji. Vodiči su ovlašteni i specijalizirani za razgled određenog mjesta i da grupe inozemnih turista upoznaju sa određenom destinacijom na njihovom jeziku.⁷
- Turistički pratitelj obavlja sljedeće poslove:
 - Stručno vođenje
 - Tehničku asistenciju
 - Kombinirano vođenje
- Predstavnik turističke agencije je organizator putovanja te predstavlja turističku agenciju pred dobavljačem i neposrednim korisnikom turističkog aranžmana. Brine se za odvijanje turističkog aranžmana u samoj destinaciji te sudjeluje u njegovom odvijanju i izvršenju.
- Šalterski kadrovi su vitalni dio svih poslovnica i u njima se odvija svaki kontakt s klijentima
- Rukovodeći kadar je u većini poslovnica jedna osoba i to je šef poslovnice koji koordinira rad svih službi u poslovnici te održava vezu s matičnom agencijom.
- Pomoćni kadar bavi se posrednim poslovima kao što su terenski poslovi, poslovi dostave, primanja gostiju, čišćenja i slično.⁸

⁷ Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, str. 117.-119.

⁸ Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, str 134.-139.

2.5. Utjecaj tehnologije

Razvoj tehnologije ključan je za inovacije unutar turističkog sustava jer će osigurati primjerene pretpostavke poput kreiranja prihvatljivog softvera i umrežavanja koje će poboljšati komunikaciju s klijentima i partnerima. Razvija se pretpostavka da je radi što učinkovitijeg korištenja vremena tijekom putovanja turista, potrebno prikupiti bitne informacije vezane za specifičnosti odredišta ali i za sadržaje usluga dostupnih turistima te navedene informacije iskoristiti na što djelotvorniji način. Razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije uvelike je olakšao dostupnost turističkih informacija ali je i doveo do prevelikog broja informacija što turistima može otežavati izbor. Istraživanja potvrđuju da siromašan sadržaj web stranice, bez kvalitetnih informacija, može rezultirati gubitkom od 50% potencijalne prodaje te stvoriti negativan dojam kod korisnika.⁹ Informacijska i komunikacijska tehnologija pojačava snagu povratnog odnosa između davatelja usluga, odnosno posrednika i turista, stvarajući novi ustroj na tržištu i nove prioritete. Nove informacijske tehnologije povezuju svijet u globalne mreže. Računala se povezuju u računalne mreže, te se podaci velikom brzinom šire i prenose od korisnika do korisnika. Danas se takav sustav jednim imenom zove informacijska i komunikacijska tehnologija – ICT. Prednosti tehnologije su u brzini primanja, obradi i upotrebi svih dostupnih informacija.¹⁰

2.6. Primjena ICT-a u agencijskom poslovanju

Razvoj ICT-a utječe na cjelokupni turistički sustav te rezultira promjenama na strani turističke ponude i potražnje. Turističke destinacije kao i turistička poduzeća na temelju informacija koje im ICT pruža mogu brzo reagirati na promjene turističkog tržišta prilagođavajući postojeće turističke proizvode i kreirajući nove specijalizirane turističke proizvode. S obzirom da se turizam u velikoj mjeri oslanja na tehnologiju, e-turizam je donio novu revoluciju u segmentu poslovanja:

- ICT omogućava nuditeljima turističkih usluga izravnu komunikaciju s kupcima, što stavlja izniman pritisak na tradicionalne posrednike (turističke agencije i tuoperatore).

⁹Iris Mihajlovic, (2010) Anketno istraživanje na uzorku turističkih agencija u RH, autorova obrada, Iris Mihajlović <https://hrcak.srce.hr/file/156306>

¹⁰ Iris Mihajlovic, (2010) Dinamika utjecaja novih trendova u turizmu primjenom ict-a i posljedice transformacijskih procesa na poslovanje turističkih agencija <https://hrcak.srce.hr/file/156306>

- Marketinška konsolidacija je potaknuta rastom organizacije, spajanjima, savezima i slično. To može povećati konkurentnost na razini tvrtke ali i dovesti do smanjenja dugoročne konkurentnosti na tržištu.
- ICT rješenja također mogu ponuditi nove internet prilike tradicionalnim sudionicima i internetskim posrednicima u nastajanju tako što će osigurati položaj na tržištu nudeći internetske usluge s dodanom vrijednošću
- Elektronička prodaja karata – kod niskotarifnih zračnih kompanija¹¹

ICT je svojim utjecajem doveo do promjene u distribuciji turističkog proizvoda , a to je posljedično dovelo i do promjene ponašanja samih potrošača. Sada potrošači samostalno prikupljaju potrebne informacije, organiziraju putovanja te rezerviraju ista.

Zadovoljstvo potrošača korištenjem ICT-a očituje se kroz:

- Personaliziranu uslugu,
- Veću mogućnost izbora,
- Usporedbu i mogućnost kupnje pri najnižim cijenama,
- Mogućnost preuzimanja digitaliziranih materijala,
- Uspostavljanje novih načina samopromocije
- Veći pristup informacijama¹²

¹¹ Zelenika, J. (2009.) Information and communication technologies in tourism – influence, dynamics, trends, preuzeto sa http://www.ekonomie-management.cz/download/1331826706_c396/12_zelenka.pdf

¹² Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., Viehland, J., (2008) raspoloživo na: http://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/6904/7070238/MIS415_Ch01.pdf

Najznačajnije primjene ICT-a u turizmu istaknute u poslovanju agencija:

1. Rezervacijski sustavi
2. Mreža partnera za uobičajene transakcije
3. Globalni distribucijski sustavi (GDS; Galileo, SABRE, Amadeus is l.)
4. Sustavi za upravljanje destinacijama
5. Posrednici u mrežnim putovanjima (Expedia.com, Travelocity.com, Preview Travel i sl.)
6. Mobilni rezervacijski sustav¹³

Uz pomoć ICT-a putničke agencije olakšano obavljaju sljedeće poslove:

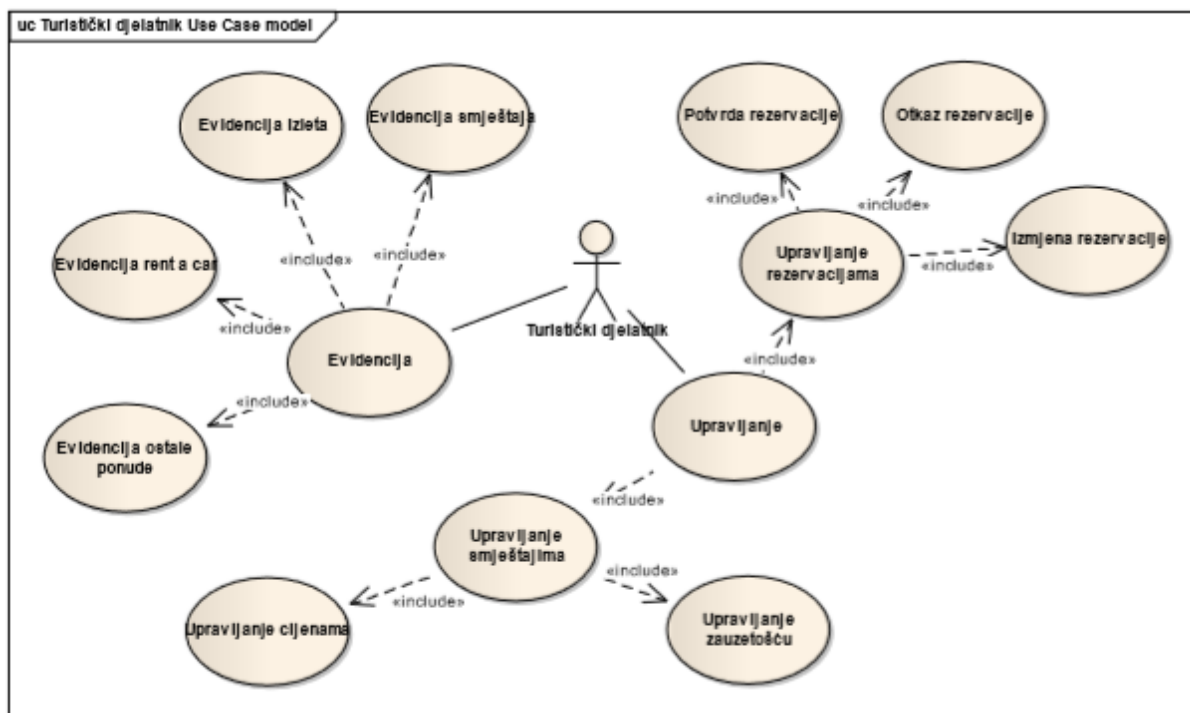
1. Izravni kontakt s klijentima u vidu rezervacija, plaćanja, informacija i sl.,
2. Kreiranje i diferenciranje proizvoda,
3. Upravljanje neočekivanim proizvodima,
4. Komunikacija s kupcima i partnerima,
5. Istraživanje tržišta
6. Uredski poslovi kao što su: marketing, upravljanje kadrovima, platni spiskovi i sl.
7. Određivanje cijena kroz upravljanje prihodima

Primjena ICT-a u mrežnoj domeni potražnje pospješuje:

- bolje razumijevanje potreba turista temeljem istraživanja
- osjećaj nadmoći zbog dobre informiranosti
- fleksibilnost cijena
- minimalna papirologija
- nove mogućnosti dodavanja vrijednosti
- okruženje prilagođeno korisnicima
- diferencijacija tržišta i prilagodba individualnim potrebama
- smanjenje jaza između očekivanog i stvarnog doživljaja
- velika informiranost i izbor sadržaja¹⁴

¹³ Institut za turizam, (2011): Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, raspoloživo na: <http://iztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-05-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf>

¹⁴ Galičić, V., Šimunić M. (2006): Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, str. 323.



http://www.program-agencija.net/images/agencija_logic.png

Slika 1.: Korištenje ICT-a od strane turističkih djelatnika

Izvor: http://bib.irb.hr/datoteka/495298.MV_dipl.pdf

3. SUSTAVI UPRAVLJANJA SMJEŠTAJNIM KAPACITETIMA

3.1. Channel manager sustavi u turističkim agencijama

Suvremeno poslovanje i način rada zahtjeva maksimalnu prisutnost na tržištu kako bi se održala konkurentnost i povećali prihodi. Upravo zbog toga agencije se sve više oslanjaju na informacijske tehnologije u poslovanju te svoje proizvode i usluge oglašavaju na internetu. Ostvarenje cilja i dopiranje do krajnjih korisnika ostvaruje se oglašavanjem i distribucijom na različite online rezervacijske kanale. To iziskuje mnogo vremena i potrebnog dodatnog osoblja pa su za pojednostavljenje poslovanja i uštedu vremena razvijeni channel manager sustavi. Channel manager sustav može se definirati kao interni sustav osmišljen za privatne iznajmljivače, hotele, agencije koji povezuje sustav za upravljanje objektima s online rezervacijskim kanalima. Sustav channel managera omogućava sinkronizaciju i automatsko ažuriranje cijena, raspoloživosti i rezervacija na više online distribucijskih kanala odjednom. Najveća prednost ovakvih sustava je ušteda vremena i rasterećenje radnika od ručnog unošenja podataka na razne online kanale prodaje. Veliki problem agencija je tzv. overbooking to jest preklapanje rezervacija na više kanala. Korištenjem ovih sustava kalendari se automatski ažuriraju i smanjuje se mogućnost preklapanja.¹⁵

Prednosti korištenja channel manager sustava su:

- Oglašavanje smještajnih kapaciteta na najpoznatije online rezervacijske sustave i distribuciju na sve kanale prodaje kao što su Booking. Com, Tripadvisor, Homeaway, Expedia, Airbnb i sl.
- Smanjenje troškova i povećanje zarade kroz veću dostupnost i uštedu vremena do većih prihoda
- Bolja vidljivost
- Mogućnost naplate online i putem kreditnih kartica
- Automatsko ažuriranje podataka – promjena cijena, dostupnosti kroz jedinstveno sučelje te smanjena mogućnost overbookinga
- Dvosmjerna sinkronizacija

¹⁵ Delost D., (2017) <https://megabooker.hr/top-10-channel-booking-manager-ko-najbolje-puni-apartmane-medu-njima/>

3.2. Primjeri channel manager sustava

1. Siteminder

Omogućava kompletno upravljanje poslovanjem sa jednog mjesta. Razvijen je kompletno automatizirani sustav koji se ažurira u realnom vremenu sa svim kanalima. Kroz jedno nadzorno sučelje u svakom trenutku može se pristupiti sljedećim podacima: broj rezervacija, popunjenost određene smještajne jedinice, izvješća i statistika za svaki pojedini online booking portal i stranice za oglašavanje apartmana. S obzirom na kompletnu sinkronizaciju maksimalno je uklonjena mogućnost overbookinga unatoč tome što su smještaji postavljeni direktno na preko 300 online booking portala uz dvosmjernu komunikaciju.



Slika 2. Siteminder ponuda

Izvor: <https://megabooker.hr/top-10-channel-booking-manager-ko-najbolje-puni-apartmane-medu-njima/>

Karakteristike:

- Nudi mogućnost kreiranja vlastite internetske stranice za direktne rezervacije
- Jednostavan je za korištenje, nije potrebna dodatna obuka za korištenje
- Vršiti sinkronizaciju kalendara u svakom trenutku
- Daje mogućnost kartične naplate¹⁶

¹⁶ Delost D., (2017) <https://megabooker.hr/top-10-channel-booking-manager-ko-najbolje-puni-apartmane-medu-njima/>

2. Megabooker.hr

Kompletan sustav s prilagođenim sučeljem korisniku, namjenjen isključivo agencijama.

Software za turističke agencije nudi:

- Samo jedan rezervacijski kalendar iz kojeg su vidljiva sva zauzeća
- Dvosmjernu sinkronizaciju podataka
- Export kalendara u iCal formatu
- Instant ažuriranje informacija u svakom trenutku

Značajke sustava koje olakšavaju poslovanje turističkih agencija:

- Pruža mogućnost promjene oničnog cjenika u PDF cjenik i automatsko slanje istih
- Postavljanje opisa smještajnih jedinica na više jezika
- Ažurnost pri zaprimanju rezervacija i slanju istih partnerima tj. iznajmljivačima
- Mogućnost pristupanja programu sa više mjesta, multi login
- Opcija „masterfile“ omogućava višestruko djeljenje objekata
- Brzo i jednostavno filtriranje tj. pronalaženje potrebnih podataka u sustavu

Channel manager software za turističke agencije:



Slika 3. Channel manager sustavi

Izvor: Megabooker.hr

- Oglašava smještajne jedinice na više od 300 kanala oglašavanja
- Višestruko oglašavanje samim time povećava broj mogućih rezervacija
- Ažuriranje cijene i ostalih podataka o objektu na svim portalima u minimalnom vremenu
- Ažurnost, mogući veći broj rezervacija, olakšano poslovanje dovode do rasta prihoda
- Maksimalno je smanjena mogućnost overbookinga
- Upravljanje cijenama i dostupnošću iz jednog mjesta na svim kanalima prodaje

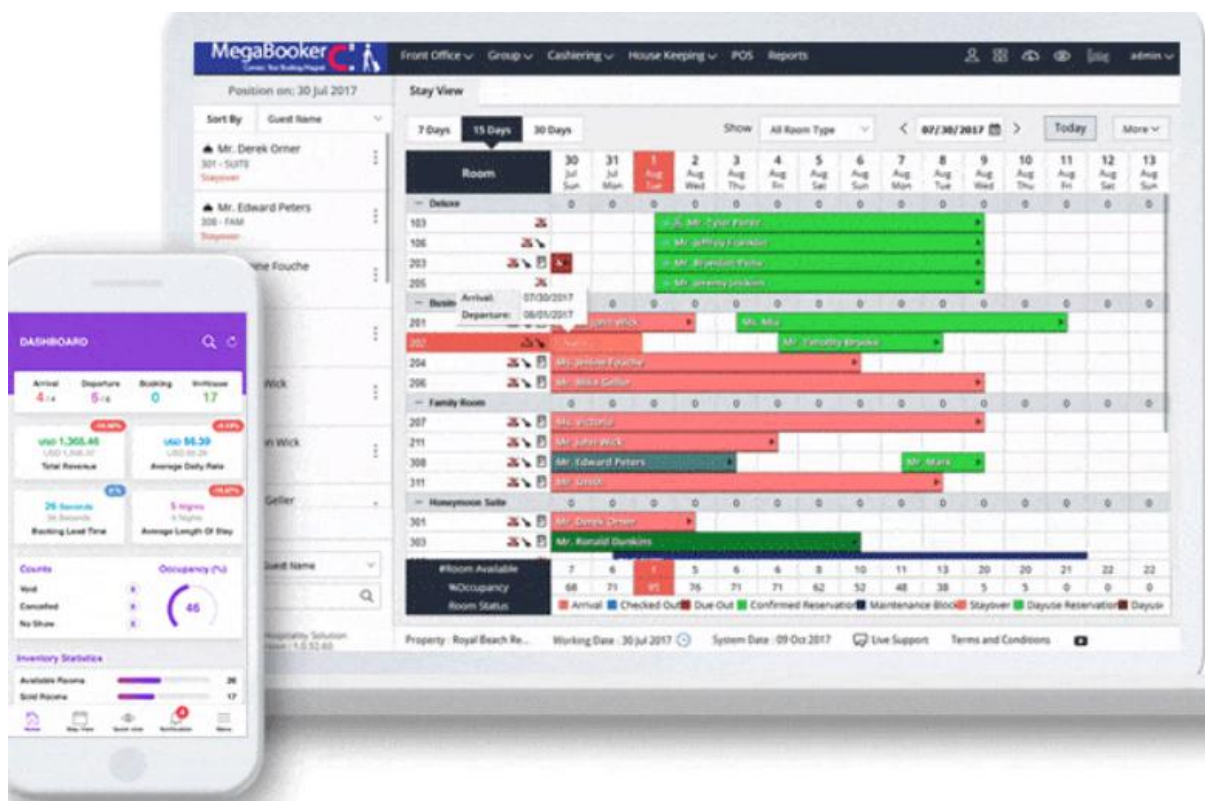
Administracija:

- mogućnost izrade cjenika sa naprednim opcijama
- mogućnost korištenja sučelja od strane većeg broja korisnika
- Mogućnost slanja ponuda i predračuna
- Agencijski cjenik prilagođen željama i potrebama potrošača
- E-visitor prijava gostiju

Ostale mogućnosti:

- Povezanost sustava rezervacije sa web stranicom agencije
- WordPress integracije
- Mogućnost izrade nove web stranice u sinkronizaciji sa megabookerom
- Automatski odgovori na poruke, podsjetnici
- Automatsko kreiranje i slanje vouchera¹⁷

¹⁷ Delost D., (2017) <https://megabooker.hr/top-10-channel-booking-manager-tko-najbolje-puni-apartmane-medu-njima/>



Slika 4. Megabooker.hr izgled sustava

Izvor: <https://megabooker.hr/>

3. Kigo.net

Stvoren od strane vlasnika više smještajnih jedinica koji je uvidio potrebu za stvaranjem sustava koji bi sveobuhvatno pojednostavio njegovo poslovanje i povećao dobit iznajmljivanja. Spajanjem RealPagea i InstaManagera Kigo.net počinje rasti u jedno od vodećih softvera takvog tipa na svijetu. Kigo uredi nalaze se u Barceloni, Manilli i drugim velikim gradovima te omogućava podršku na 6 jezika.



Slika 5. Mjesečni plan Kigo podrške

Izvor: <https://megabooker.hr/top-10-channel-booking-manager-ko-najbolje-puni-apartmane-medu-njima/>

Cilj softwera je omogućiti uštedu vremena, olakšati upravljanje kanalima prodaje, oglasiti smještajne kapacitete na što većem broju prodajnih kanala, povećati učinkovitost poslovanja te samim time omogućiti rast prihoda turističkih agencija kao i privatnih iznajmljivača. Kigo je i platforma koja omogućava kreativnim i naprednim sustavima razvijanje novih aplikacija i programa sa direktnom integracijom unutar Kigo.net. Mana mu je neefikasno i sporo rješavanje tekuće problematike.¹⁸

3.3. Ostali sustavi podrške agencijskom poslovanju

1. Agencija.net

„Agencija.NET“ je sustav namjenjen agencijama orijentiranim na ulazni turizam. Tehničke karakteristike aplikacije omogućuju jedinstvenu bazu podataka koja omogućuje konstantni pristup podacima kako za zaposlenike tako i za goste putem front office web stranice.

Desktop aplikacija (back office rješenje) glavna je i najkompleksnija komponenta ovog sustava. Aplikacija je podjeljena na tri glavna modula:

- Osnovni modul A - smještaj

¹⁸ Daniela D., (2017) <https://megabooker.hr/top-10-channel-booking-manager-ko-najbolje-puni-apartmane-medu-njima/>

- Dodatni modul B - transferi
- Dodatni modul C – izleti

Opće karakteristike programa Agencija.Net su:

- Formiranje i ispis ponuda, računa „u svoje ime i za svoj račun“, „u tuđe ime i za tuđi račun“, računi za akontacije, računi za proviziju, voucheri, obračuni...
- Računi za smještaj, izlete, transfere ili slične usluge turističke agencije
- Fiskaliziranje agencijskih računa
- B2B I B2C način rada
- Automatizirano formiranje tečajne liste
- Slanje poruka i upita direktno iz programa na mail
- Automatizirano slanje prijave gostiju TZ-u i MUP-u
- Podaci se nalaze na jednom mjestu i moguće ih je grupirati zbog lakše organizacije
- Jednostavno i brzo formiranje cjenika za klijente i partnere
- Sigurnost podataka (svakodnevni automatizirani backup podataka)
- Pregled podataka po iznajmljivačima/partnerima kao i periodični ispis obračuna i računa za proviziju
- Rekapitulacije računa i prometa po raznim kriterijima i razna statistička izvješća

Karakteristike modula smještaja su:

- Mogućnost prikazivanja rezervacija u tablicama i grafički
- Mogućnost automatskog uvjetovanja cijene vremenom boravka i brojem osoba
- Dodavanje brojnih dodatnih sadržaja smještajnim jedinicama
- Mogućnost prikaza smještajnih kapaciteta na različitim web portalima
- Zaprimanje upita u program preko definiranog formulara na webu

Karakteristike modula transferi:

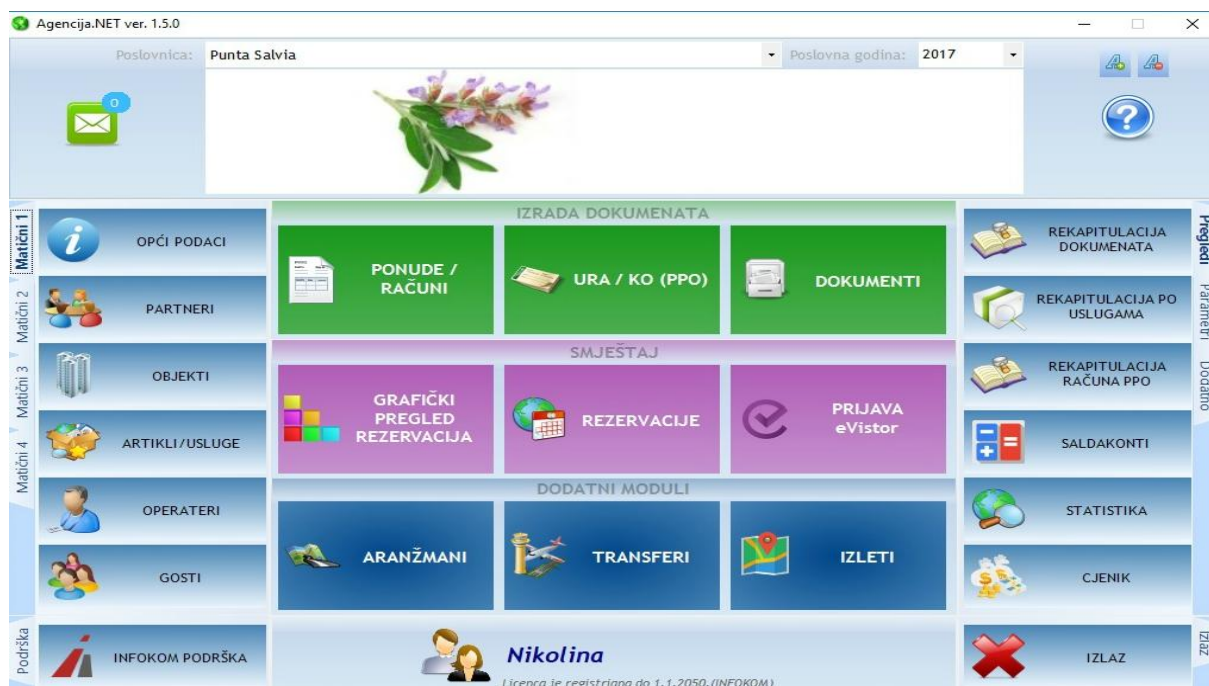
- Definiranje cijena, relacija transfera, polaznih i završnih točaka
- Mogućnost formiranja cjenika, excel prikaz liste transfera
- Definiranje obilježja i detalja transfera(datum, broj osoba, vozač, relacija...)
- Upis korisnika transfera, mogućnost pridruživanja transfera rezervaciji smještaja
- Obavješćavanje vozača o transferu

Karakteristike modula izleti:

- Definiranje svih bitnih detalja izleta kao što su vodič, mjesto, trajanje, cijena..
- Formiranje osnovnih podataka o izletu i dodjeljivanje vodiča
- Formiranje mjesta okupljanja, upis broja gostiju, plan i program
- Ispis potvrde za pratitelja i vozača sa svim bitnim informacijama
- Statistika i ispis po izletima, predstavnicima, hotelima i datumima

Web katalog i stranice (front office)

Web katalog je web stranica unaprijed određenog izgleda a riječ je o front office dijelu desktop aplikacije namijenjenom svim klijentima agencije. Osnovna svrha je jednostavak ali i sveobuhvatan prikaz ponude i statusa zauzetosti kapaciteta kojima agencija raspolaže. Katalog nudi brojne mogućnosti pretraživanja kapaciteta po različitim kriterijima kao što su: datum, mjesto, broj osoba, određene značajke u objektu, a pronalaskom odgovarajućeg smještaja moguće je dobiti informacije o popunjenosti kapaciteta, značajkama, geografskoj lokaciji, izgledu itd.¹⁹



Slika 6. Agencija.NET aplikacija

Izvor: <https://korp.hr/www/index.php/programi/agencija-net>

¹⁹ Agencija.net, softversko agencijsko rješenje, (2019): <http://www.program-agencija.net/>

2. Micro World

Tvrtka Micro World je najveći proizvođač software-a za mjenjačnice u Hrvatskoj. Svojim dugogodišnjim poslovanjem stekla je vjerne i zadovoljne klijente i na njihov zahtjev kreirala sustav podrške agencijskom poslovanju. Fiskaizirani program za poslovanje turističkih agencija izrađen je uz pomoć najsuvremenijih alata za izradu Windows aplikacija. Baza pohranjivanja podataka poznata je kao MS SQL Server 2008 te osigurava visok stupanj pouzdanosti, integritet i brz dohvat i prijenos podataka. Uz osiguranu internetsku vezu korištenje server baze podataka pruža mogućnost višekorisničkog rada s programom. U primarnu bazu podataka unešeni su svi važeći podaci tj. šifre s državama, putnim ispravama, tipovima smještaja, graničnim prijelazima, mjestima i gradovima u Hrvatskoj s poštanskim brojevima. Programski sustav agencija razvijen je u suradnji s turističkim agencijama iz raznih dijelova Hrvatske. Kod izrade programa naročito se vodilo računa o brzini unosa podataka i učinkovitosti prijenosa podataka.

Operativni rad s programom Agencija korisniku omogućava sljedeće opcije:

- unos podataka o iznajmljivačima s odgovarajućim smještajnim kapacitetima, slikama i cijenama smještajnih jedinica
- mogućnost automatske izrade ugovora s iznajmljivačima
- automatiziran unos rezervacije gosta (gost ima mogućnost pristupa sustavu i unošenja zauzeća)
- unos grupnih i last minute rezervacija
- mogućnosti izrade potvrde rezervacije kao i automatski otkaz rezervacije na povezanim kanalima
- ispis ponuda za partnere i goste, automatska izrada vouchera za unešene rezervacije u pdf formatu uz prikaz slike smještajnog objekta ili loga agencije na voucheru ukoliko je potrebno
- automatska prijava gostiju na temelju unesenih rezervacija
- izrada i ispis vouchera i ponuda za goste
- kreiranje datoteke za slanje prijave stranih gostiju na MUP i TZ
- kalendarski pregled unešenih rezervacija, prijava i slobodnih kapaciteta uz mogućnost prebacivanja podataka u MS Excel format

- automatska izrada računa u ime i za račun iznajmljivača na temelju prijave prema postavljenom cjeniku
- automatska izrada obračuna za iznajmljivača na temelju računa za gosta
- izrada računa i za iznajmljivače s kojima agencija ne posluje direktno već preko posrednika
- trajno pohranjivanje informacije zbog daljeg marketinga i oglašavanja
- fakturiranje ostalih usluga poput izleta, najma bicikla, skutera i slično

Grafički prikaz rezervacija i prijave je optimiziran za brz i pregledan uvid u slobodne kapacitete uz mogućnost pretraživanja po različitim parametrima (po mjestu smještaja, broju soba, kreveta, važnosti iznajmljivača, datumu dolaska i odlaska...).

Broj	Vrijedi do	Potvr.	Prezime	Ime	Iznajmljivač	Kapacitet	Datum od	Datum do	Od.	<18	Dj.	Cijena	Avans
568		Ne	LAST MINUTE	LAST MINUTE	PETERKO ANDELKA	A23	20.09.2012	28.09.2012	0	0	0	0,00	0,00
567		Ne	LAST MINUTE	LAST MINUTE	PETERKO ANDELKA	A43	16.09.2012	24.09.2012	0	0	0	0,00	0,00
566		Ne	LAST MINUTE	LAST MINUTE	LAPOV BOJAN	A33	10.09.2012	15.09.2012	0	0	0	0,00	0,00
565	15.08.2012	Ne	D	D	GUST STOJA	App. C	21.09.2012	29.09.2012	0	0	0	3.200,00	0,00
564	01.08.2012	Ne	A	A	KUMIČIĆ DARKO	A43	21.09.2012	29.09.2012	0	0	0	3.440,00	0,00
563			BAKALBAŠIĆ SADETA, HF	KUTNJAK DRAGICA		A43	17.09.2012	23.09.2012					
562			BAKALBAŠIĆ SADETA, HF	KUMIČIĆ DARKO		A43	08.09.2012	18.09.2012					
561			SALAMI GIULIANO, ITAL	DUJMIĆ IVO		App. br. 3	29.12.2012	01.01.2013					
560			SCHIPP SNEZANA, GERM	BRNEČIĆ SONJA		A21	23.12.2012	01.01.2013					
559			KUHN DARJO, GERMANY	KINKELA SREČKO		A43	30.10.2012	03.11.2012					
558			MASALA MEHO, SWITZER	KOLMANIĆ MILOJKO		A23	21.09.2012	23.09.2012					
557			REIFERS RUDOLF, GERM	DUJMIĆ IVO		App. br. 3	20.09.2012	26.09.2012					
556			WALTER SVETLANA, GER	JOVIĆ MILENKO		A22	20.09.2012	23.09.2012					
555			SCHNEIDER ELISABETH,	ZAHEJ SONJA		A23	20.09.2012	24.09.2012					
554			DŽENE INNA, LATVIA	FRLOG VLADIMIR		S22	20.09.2012	25.09.2012					
553			KOZLOVS IGORS, LATVIA	FRLOG VLADIMIR		S31	20.09.2012	25.09.2012					

Detalji rezervacije			
Odrasli: 0	Cijena (kn): 0,00		
Do 18g: 0	Avans: 0,00	Tečaj:	
Djeca: 0	Preostalo (kn):		
Napomena:			

Slika 7. Micro World sustav, prikaz rezervacija

Izvor: <http://www.microworld.hr/wp-content/uploads/2013/05/agencija-software-3.jpg>

Unosom podataka također se bilježi i vrijeme unosa kao i operater u svrhu veće kontrole ali i lakše organizacije. Kako se agencije danas osim organizacijom smještaja bave i raznim drugim uslužnim djelatnostima računi su složeni u tzv. knjige izlaznih računa koje omogućavaju pregledniju organizaciju i kontrolu poslovanja.

Program buhvaća i brojne izvještaje kao što su izvještaji za turističku zajednicu, statistički izvještaji, financijski izvještaji...²⁰

3. Edcom rezervacijski, prezentacijski i prodajni sustav

Rezervacijsko prezentacijski sustav nastao na osnovu dugogodišnjeg iskustva u primjeni bookinga na internetu. Sustav je moguće nadopunjavati prema željama i poslovnim potrebama potencijalnih klijenata tj. turističkih agencija.

Karakteristike sustava:

- vođenje smještajnih kapaciteta za pojedini objekat - ukoliko u objektu imamo više od jedne jedinice istog tipa i cijena
- automatsko ažuriranje stanja raspoloživosti na osnovu unesenih rezervacija, opcija, zauzeća u kalendarima
- vođenje smještajnih kapaciteta za pojedinu agenciju-partnera - tzv. fix rezervacije
- vođenje i tipovi rezervacija:
 - automatsko poništavanje opcije ili rezervacije nakon isteka predviđenog roka
 - pretvaranje opcije u rezervaciju
 - pretvaranje upita u rezervaciju
 - obrada i komunikacija rezervacije za pojedinog partnera
 - automatsko storniranje rezervacija
 - zatvaranje kalendara smještajnih kapaciteta
- vođenje rooming liste tj. liste zauzetosti za neograničeni broj smještajnih jedinica
- unos rezervacija sa svim potrebnim podacima
- informiranje gosta i partnera o promjeni ili otkazu rezervacije
- brzo pretraživanje slobodnih kapaciteta u nekom periodu za određeni broj osoba
- pregled dolazaka i odlazaka na dan ili u određenom periodu
- pregled zauzeća unaprijed po mjesecima
- pregled bookinga po tjednu ili godini, po objektima, partneru ili broju dana zauzetosti
- rad više agencija-partnera i više operatera na jedinstvenom rezervacijskom sustavu sa bilo koje lokacije (moguće je dodijeliti pristup agenciji ili partneru koji kapacitete prodaje u

²⁰ Micro world (2018): <http://www.microworld.hr/wp-content/uploads/2013/05/agencija-software-3.jpg>

nekoj drugoj državi i rezervacije upisuje direktno u sustav bez potrebe prethodne provjere zauzeća)

- prijenos potrebnih podataka putem web servisa drugim partnerima u njihove stranice, koji direktno prodaju objekte automatski na svojim stranicama kao da su njihovi bez prethodne provjere
- distribucija kalendara zauzeća drugim globalnim portalima (Housetrip, Homeaway, Only apartments i slično)
- ažuriranje podataka prema partnerskom portalu za automatsku razmjenu podataka prema pravilima partnerskog portala²¹



Slika 8. Tablica zauzeća Edcom

Izvor: <http://www.edcom.hr/rjesenja-za-turizam/rezervacijski-sustav/>

²¹ 5. Edcom rezervacijski, prezentacijski i prodajni sustav, (2019): <http://www.edcom.hr/rjesenja-za-turizam/rezervacijski-sustav/>

3.4. Usporedba sustava podrške, karakteristike i nedostaci

Sustav podrške	Ključne karakteristike podrške	Nedostaci
1. Siteminder	- kompletno upravljanje poslovanjem sa jednog mjesta - automatizirani sustav ažuriranja - minimalna mogućnost overbookinga - jednostavnost korištenja	- loša korisnička podrška - neučinkovito upravljanje sustava od strane osoblja - loš protok informacija - sporo vrijeme ažuriranja - loša mobilna aplikacija - neažurirani softwer
2. Megabooker	- dvosmjerna sinkronizacija - instant ažuriranje informacija - multi jezično postavljanje - multi-login korisničko sučelje - brzo i jednostavno filtriranje - lako importiranje velikog broja smještajnih kapaciteta, opcija masterfile - ažurnost - cjenik sa naprednim opcijama - automatsko kreiranje i slanje vouchera - direktna integracija bookinga na web stranici - automatsko formiranje izlazne cijene - GDS povezanost	- neintegriranje sukladno trendovima
3. Kigo.net	- ušteda vremena	- neefikasno i sporo

	- lakše upravljanje kanalima prodaje - distribucija na stranice za oglašavanje - automatsko ažuriranje - dobra podrška klijentima - lak pristup - brzo prilagođavanje trendovima - sinkronizacija kalendara	rješavanje problematike - slabija povezanost sa ostalim channel managerima - loše ažuriranje promjena na web stranici - nema mobilnu aplikaciju
4. Agencija.net	- orijetnacija na "incoming" turizam - centralizirana baza podataka sa 24 satnim pristupom - finansijska podrška (formiranje i ispis ponuda, računa, vouchera, obračuna, fiskalizacija računa) - automatizirano slanje prijave gostiju TZ-u i MUP-u - svakodnevni backup podataka - rekapitulacija računa i prometa - statistička izvješća - podrška kod kreiranja izleta i ponude transfera kao i njihove realizacije - front office: desktop aplikacija namjenjena klijentima agencije (iznajmljivačima i gostima)	- zasada nema definiranih nedostataka za navedeni sustav
5. Micro world	- MS SQL server 2008	

	(visoka pouzdanost, integritet i brzi dohvat podataka) - višekorisnički rad u programu - brzina unosa podataka - automatska izrada ugovora, ispis vouchera, trajna pohrana podataka, automatska izrada obračuna, skupnih računa - optimiziran grafički prikaz rezervacija	- instalacija programa - kompleksnost korištenja - moguća potreba obuke
6. Edcom	- automatsko ažuriranje stanja raspoloživosti - vođenje rezervacija - automatski istek opcije - brzo pretraživanje - istovremeni rad više operatera - distribucija potrebnih podataka putem XML web servera drugim partnerima - generiranje linka kalendara zauzetosti koji se kopira u prijave jedinica drugim globalnim partnerima - channel prema partnerskom portalu	- loš marketing - slaba informiranost vezano uz program kao i njegove prednosti i nedostatke

Tablica 1. Usporedba, glavne karakteristike i nedostaci programa potpore

Izvor: Istraživanje autora

3.5. Osvrt na sustave podrške

Iz priloženog je vidljivo da svaki od navedenih sustava ima određene prednosti i mane. Svi analizirani sustavi svakako imaju brojne prednosti koje doprinose kvalitetnijem i uspješnijem poslovanju turističkih agencija. Zajednička su im ostvarenja interesa potrošača i kvalitetnije poslovanje što je vidljivo iz boljih poslovnih rezultata. Korisnicima omogućavaju jednostavniju i bržu komunikaciju te poslovanje, lakšu obradu svakodnevnih procesa, stvaranje novih proizvoda, jednostavniji sustav rezervacija i praćenja i kontroliranja zauzeća, brz dolazak do željenih informacija i slično. Uz brži pristup informacijama i razvijenih tehnoloških rješenja može isporučiti više osobnih usluga. Uz brojne pogodnosti također treba spomenuti i nedostatke tehnoloških rješenja koja je potrebno stalno nadograđivati . Kao glavni nedostatak svakako se može navesti cijena sustava podrške, loš sustav podrške ili customer service kao i slaba ažurnost podataka.

4. ZAKLJUČAK

Turističke agencije razvijale su svoje poslovanje usporedno s razvojem turizma. U svojim počecima obavljale su jednostavne funkcije poput preprodaje putnih karata i organizacije izleta, dok danas imaju ulogu poduzetnika na turističkom tržištu koji približava odvojenu ponudu i potražnju. Pojavom i razvojem informacijskih tehnologija poslovanje turističkih agencija uvelike se mijenja, ponajviše u načinu distribucije i prodaje vlastitih proizvoda i usluga. Tradicionalne distribucijske kanale poput radija i novinskih oglasa, brošura i slično zamjenjuje internet i online distribucijski kanali, a upotreba tehnologije nametnula se kao standard u poslovanju bez kojeg turističke agencije sve teže mogu opstati na tržištu. S obzirom da se većina agencija odlučuje na veliki broj online distribucijskih kanala kako bi povećale svoju vidljivost na tržištu i proširile poslovanje, bilo je potrebno osmisliti online rezervacijski sustav koji će objediniti sve kanale prodaje i odgovoriti na zahtjeve poslovanja. Time channel manager sustavi dobivaju važnu ulogu u poslovanju turističkih agencija kao i ostalih sudionika turističke ponude kao efikasno sredstvo upravljanja rezervacijama s jednog mjesta.

U teorijskom dijelu iznsene su vrste turističkih agencija, njihove uloge i oblici poslovanja kao i njihova uloga na rastućem turističkom tržištu. Objašnjen je i pojam channel managera kao i ostalih sustava podrške agencijskom poslovanju u smislu popunjavanja smještajnih kapaciteta. Objašnjen je i utjecaj informacijsko komunikacijske tehnologije koja svakim danom sve više utječe na turističku industriju i njene potrošače. Informacijsko komunikacijski alati sada pružaju nova sredstva za analizu informacija te su agencije primorane pratiti promjene na tržištu tehnologije i prilagođavati im se.

Sustavi podrške agencijskom poslovanju u smislu podrške upravljanjem smještajnim kapacitetima uvelike olakšavaju poslovanje turističkih agencija. S godinama i napretkom tehnologije kao i utjecajem trendova sustavi se mjenjaju i napreduju te uvelike olakšavaju poslovanje agencija i njenih djelatnika. S jedne strane klijenti mogu unaprijed osigurati smještaj, uslugu ili proizvod i na jednom mjestu se informirati o željenim uslugama. S druge strane prodavatelj usluga putem sustava ima bolji uvid u prodane usluge i popunjenost kapaciteta, lakši uvid u poslovanje kao i mnoge druge prednosti. Svaki od navedenih sustava podrške na neki način sa svojim sadržajem smanjuje obujam rada i povećava prihode turističkih agencija. Isto tako svaki od sustava ima prostora za napredak u smislu olakšavanja

poslovanja. Svrha sustava podrške je lakši proces razmjene dobara i usluga na turističkom tržištu te organizacija poslovanja poduzeća u smjeru u kojem djelatnici imaju više vremena i prostora za direktni kontakt s klijentima ili gostima, a da manje vremena utroše baveći se tehničkim stvarima.

5. LITERATURA:

1. Agencija.net, softversko agencijsko rješenje, (2019) raspoloživo na: <http://www.program-agencija.net/>
2. Aplikacija agencije.net, (2019) raspoloživo na: <https://www.korp.hr/www/>
3. Capterra, (2018): Prednosti i nedostaci siteminder sustava, raspoloživo na: <https://www.getapp.com/hospitality-travel-software/a/siteminder/reviews/>
4. Delost D. (2017): Channel Booking manager, raspoloživo na: <https://megabooker.hr/top-10-channel-booking-manager-tko-najbolje-puni-apartmane-medu-njima/>
5. Edcom rezervacijski, prezentacijski i prodajni sustav, (2019) raspoloživo na: <http://www.edcom.hr/rjesenja-za-turizam/rezervacijski-sustav/>
6. Galičić V., Šimunić M. (2006): Informacijski sustav i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, str. 323.
7. Institut za turizam, (2011): Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, raspoloživo na: <http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-05-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf>
8. Mihajlović, I. (2010): Dinamika utjecaja novih trendova u turizmu primjenom ict-a i posljedice transformacijskih procesa na poslovanje turističkih agencija, raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/10613>
9. Megabooker, (2017): Siteminder channel manager sustav, raspoloživo na: <https://megabooker.hr/wp-content/uploads/2017/10/PMS-bro%C5%A1ura.pdf>
10. Micro world (2018), raspoloživo na: <http://www.microworld.hr/wp-content/uploads/2013/05/agencija-software-3.jpg>
11. Narodne novine, (2019): Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine d.d. Zagreb, broj 130.
12. Osvrti Kigo agencijskog sustava, (2018) raspoloživo na: <https://www.capterra.com/p/113369/Kigo/>
13. Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., Viehland, J., (2008): Zadovoljstvo potrošača ICT-em, raspoloživo na: http://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/6904/7070238/MIS415_Ch01.pdf
14. Vesna S., Danijel P. (2018), Poslovanje turističkih agencija i organizatora putovanja, raspoloživo na: <https://singipedia.singidunum.ac.rs/>

15. Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagren, 55-139.
16. Zelenika, J. (2009) Information and communication technologies in tourism - influence, dynamics, trends, raspoloživo na: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.457.6912&rep=rep1&type=pdf>

POPIS SLIKA:

Slika 1: Korištenje ICT-a od strane turističkih djelatnika.....	10
Slika 2: Siteminder ponuda.....	12
Slika 3: Channel manager sustavi.....	13
Slika 4: Megabooker.hr izgled sustava.....	15
Slika 5: Mjesečni plan Kigo podrške.....	16
Slika 6: Agencija.NET aplikacija.....	18
Slika 7: Micro World sustav, prikaz rezervacija.....	20
Slika 8: Tablica zauzeća Edcom.....	22

6. SAŽETAK / SUMMARY

Putničke agencije su pod kontinuiranim pritiskom i potrebom da se prilagode okruženju, prihvaćaju inovacije i nove izazove, te da sve promjene iz okruženja primjene u općem poslovanju i u stvaranju vlastitih proizvoda. Različiti sustavi podrške osmišljeni su u svrhu olakšavanja poslovanja s obzirom na kompleksnost i obujam poslova djelatnika turističkih agencija. Razvoj tehnologije ključan je za inovacije unutar turističkog sustava jer će osigurati primjerene pretpostavke poput kreiranja prihvatljivog softvera i umrežavanja koje će poboljšati komunikaciju s klijentima i partnerima. Razvoj ICT-a utječe na cjelokupni turistički sustav te rezultira promjenama na strani turističke ponude i potražnje. Turističke destinacije kao i turistička poduzeća na temelju informacija koje im ICT pruža mogu brzo reagirati na promjene turističkog tržišta prilagođavajući postojeće turističke proizvode i kreirajući nove specijalizirane turističke proizvode. Suvremeno poslovanje i način rada zahtjeva maksimalnu prisutnost na tržištu kako bi se održala konkurentnost i povećali prihodi. Upravo zbog toga agencije se sve više oslanjaju na informacijske tehnologije u poslovanju te svoje proizvode i usluge oglašavaju na internetu. To iziskuje mnogo vremena i potrebnog dodatnog osoblja pa su za pojednostavljenje poslovanja i uštedu vremena razvijeni channel manager sustavi. Svrha sustava podrške je lakši proces razmjene dobara i usluga na turističkom tržištu te organizacija poslovanja poduzeća u smjeru u kojem djelatnici imaju više vremena i prostora za direktni kontakt s klijentima ili gostima, a da manje vremena utroše baveći se tehničkim stvarima.

Ključne riječi: agencije, ICT, sustavi podrške, tehnologija

Travel agencies are under constant pressure and the need to adapt to the environment, to embrace innovation and new challenges, and to make all changes from the environment to the general business and the creation of their own products. The various support systems are designed to facilitate business operations, given the complexity and scope of the work of travel agency staff. The development of technology is crucial for innovation within the tourism system, as it will provide appropriate assumptions such as creating affordable software and networking that will improve communication with clients and partners. The development of ICT affects the overall tourism system and results in changes in tourism supply and demand. Tourism destinations as well as tourism companies, based on information provided by ICT, can respond quickly to changes in the tourism market by adapting existing tourism products

and creating new specialized tourism products. Modern business and operating practices require maximum market presence in order to maintain competitiveness and increase revenues. For this reason, agencies are increasingly relying on information technology in their business and advertising their products and services on the Internet. This requires a lot of time and additional staff, so channel manager system have been developed to simplify operations and save time. The purpose of the support system is to facilitate the exchange of goods and services in the tourism market and to organize the business of the company in the direction that employees have more time and space for direct contact with customers or guests, and to spend less time dealing with technical matters.

Key words: agencies, ICT, support systems, technology