

# Analiza značaja ICT za poslovanje turoperatora

---

**Markov, Petra**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2017**

*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/um:nbn:hr:124:576665>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-04-24**

*Repository / Repozitorij:*

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



**EKONOMSKI FAKULTET  
SVEUČILIŠTE U SPLITU**

**ZAVRŠNI RAD  
ANALIZA ZNAČAJA ICT ZA POSLOVANJE  
TUROPERATORA**

**Mentor:**

Doc. dr. sc. Daniela Garbin  
Praničević

**Studentica:**

Markov Petra

## **SADRŽAJ:**

1. UVOD.....	4
2. TURIZAM.....	5
2.1. Turizam u Hrvatskoj.....	6
3. INFORMACIJSKI SUSTAVI.....	7
4. TUROPERATORI.....	9
5. ANALIZA ZNAČAJA ICT ZA POSLOVANJE TUROOPERATORA....	11
5.1. Kronološki pregled.....	11
5.2. Intranet.....	13
5.3. Extranet.....	13
5.4. Internet.....	14
5.5. Suvremene tehnologije u poslovanju turooperatora.....	15
6. PRIMJERI POSLOVANJA.....	16
6.1. AITO.....	17
6.2. Balkan Holidays London.....	19
6.3. Argo Holidays.....	20
6.4. First Choice.....	21
6.5. Holiday Cottages Group.....	22
6.6. Alan Lynch Travel Group.....	23
6.7. Infinity Holidays.....	25
7. USPOREDBA FUNKCIONALNOSTI RAZLIČITIH TEHNOLOŠKIH RJEŠENJA.....	27
8. CASE STUDY- ONLINE POSLOVANJE ZA TUROPERATORE U SKANDINAVIJI.....	28
9. ISTRAŽIVANJA I RADOVI RAZNIH AUTORA.....	29

10. ZAKLJUČAK.....	31
LITERATURA.....	33
SAŽETAK.....	35
SUMMARY.....	36
POPIS SLIKA.....	37

## 1. UVOD

Moderna informacijska tehnologija temelji se na korištenju računala i računalnih mreža te suvremenih informatičkih metoda i tehnika. Ona doživljava buran razvoj i ima velik utjecaj na sva područja rada i života razvijenih društava. Njezina je primjena od životne važnosti za opstojnost poduzeća u uvjetima sve veće tržišne konkurencije. Turooperatori, kao subjekti u turizmu imaju važne uloge koje se tiču kreiranja i organizacije putovanja te prodaje turističkih paket aranžmana.

Pojava i razvoj informacijskih tehnologija uvelike je olakšala samo djelovanje turooperatora na turističkom tržištu. Turooperator na tržištu nastupa kao tvorac paket aranžmana, preuzima rizik popunjavanja zakupljenih kapaciteta, ali i prihode ostvaruje zahvaljujući vlastitom angažiranju da uspješno zadovolji potrebe turista.

U sljedećim poglavljima čitatelji se mogu više upoznati s radom turooperatora, načina primjene informacijskih tehnologija u njihovom poslovanju, te u konačnici u primjerima poslovanja vidjeti kako to izgleda.

Rad je sastavljen od uvoda u kojem se predstavljaju cilj rada, metode izrade i izvori izrade rada, predmet i struktura rada. U sljedećem dijelu prezentiraju se turooperatori kao subjekti u turizmu te se analizira značenje ICT-a u poslovanju turooperatora. Nadalje, opisani su neki od vodećih turooperatora u Europi i svijetu, te je napravljena usporedba funkcionalnosti različitih tehnoloških rješenja. Zatim, u radu je opisan Case study na temu online poslovanja turooperatora u Skandinaviji, te su navedena i neka istraživanja i radovi raznih autora na ovu temu. Na kraju je zaključak rada gdje će se prokomentirati navedeni i na kraju ostvareni ciljevi rada, doprinos ovog rada za turističku praksu i akademsku zajednicu, metode te ograničenja rada, ako ih je bilo.

Predmet ovog rada jest važnost uloge ICT kod poslovanja turooperatora danas.

Metode korištene pri izradi ovog rada su metode analize, sinteze i usporedbe. Prilikom izrade teorijskog dijela rada korišteni su sekundarni podaci poput dostupne stručne literature i izvora s interneta.

Cilj ovog rada je detaljno analizirati sve mogućnosti korištenja i značaja informatičkih rješenja za poslovanje turooperatora.

## 2. TURIZAM

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost (Hunziker i Kräpf, 1942). Obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor.

Najčešće se turizam povezuje sa putovanjem izvan domicilne zemlje, ali se također može odnositi i na putovanje na druge lokacije u tuzemstvu izvan mjesta stanovanja. Svjetska turistička organizacija definira turiste kao: "ljudi koji putuju i odsjedaju u mjestima izvan uobičajenog mjesta na razdoblje ne dulje od jedne godine u svrhu zabave, posla ili drugih razloga". Turizam je danas popularna aktivnost većine ljudi u razvijenom svijetu, te može biti domaći ili međunarodni, a međunarodni turizam ima istovremeno implikacije i na gospodarstvo polazišne i odredišne zemlje. Danas je turizam jedan od glavnih izvora prihoda u mnogim državama, a u brojnim odredištima upravo je turizam najvažnija gospodarska grana. Nakon povremenih padova u globalnom broju turista uzrokovanih različitim uzrocima (od svjetskih epidemija do ratova ili gospodarskih kriza) u 2012.g. svjetski turizam prvi puta bilježi više od milijardu turista globalno, sa Kinom kao najvećim svjetskim potrošačem u vidu potrošnje njezinih građana u turističke svrhe i zemlji i izvan nje.

Turizam je značajan, za neke države i najvažniji izvor prihoda. Njegova važnost prepoznata je na "Manila Declaration on World Tourism of 1980" kao: "aktivnost vitalna za život nacije zbog svog utjecaja na socijalni, kulturni, obrazovni i ekonomski sektor društva unutar države, kao i njihove međunarodne odnose". Turizam donosi znatan priljev u lokalne ekonomije u obliku plaćanja za "robe i usluge" koje koriste turisti, što u konačnici iznosi 30% ukupne svjetske potrošnje usluga i 6% ukupnog izvoza roba i usluga. Turizam također stvara nove mogućnosti za zapošljavanje u uslužnom sektoru ekonomije koja se oslanja na turizam. Uslužne djelatnosti usko povezane uz turizam uključuje prijevoz (zrakoplovni prijevoz, brodski prijevoz, taxi), smještaj (hoteli, kampovi, apartmani, turistička naselja), zabavna i tematska mjesta (zabavni parkovi, kockarnice, trgovački centri, koncerti, kazališta, muzeji, Nacionalni i parkovi prirode). Uz sve ovo prisutna je i velika industrija stvari koje kupuju turisti (suveniri, odjeća, pokloni, ali i osnovne životne potrepštine).

## 2.1. Turizam u Hrvatskoj

<sup>1</sup>Hrvatski turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske. Povijest turizma u Hrvatskoj seže do sredine 19. stoljeća u razdoblje oko 1850. godine. Uspješno se razvijao sve do današnjih dana, a danas je Hrvatska jedno od najposjećenijih i najvažnijih turističkih odredišta Sredozemlja. U Hrvatskoj je 16. siječnja 2014. godine, prema podacima Ministarstva turizma, bio 851 kategorizirani turistički objekt, od čega je 605 hotela, 84 kampa, 52 turistička apartmana, 41 turističko naselje, 19 aparthotela i 50 marina. U svim ovim objektima nešto je više od 100 000 smještajnih jedinica i oko 237 000 stalnih kreveta. U 605 kategoriziranih hotela ukupno je 53 227 smještajnih jedinica i 102 430 kreveta, a među svim hotelima 301 je kategoriziran s tri zvjezdice, 192 s četiri, a pet zvjezdica ima 29 hotela.

Slika 1. Vodeće turističke destinacije u 2015.

	Noćenja/ <i>Tourist nights</i>	Udio u ukupnim noćenjima (u %)/ <i>Share in total tourist nights (in %)</i>		Stopa promjene (2015./2014.)/ <i>Rate of change (2015/ 2014)</i>	
		2014.	2015.	2014.	2015.
1.	Rovinj – Rovigno	3.019	3.142	4,5	4,4
2.	Dubrovnik	2.820	2.984	4,2	4,2
3.	Poreč – Parenzo	2.390	2.602	3,6	3,6
4.	Medulin	1.911	2.139	2,9	3,0
5.	Mali Lošinj	1.735	1.827	2,6	2,6
6.	Zagreb	1.602	1.804	2,4	2,5
7.	Umag – Umago	1.578	1.774	2,4	2,5
8.	Crikvenica	1.363	1.512	2,0	2,1
9.	Tar-Vabriga – Torre-Abrega	1.469	1.479	2,2	2,1
10.	Vrsar – Orsera	1.415	1.461	2,1	2,0
11.	Pula – Pola	1.363	1.442	2,1	2,0
12.	Zadar	1.310	1.434	2,0	2,0
13.	Funtana – Fontane	1.326	1.421	2,0	2,0
14.	Šibenik	1.312	1.415	2,0	2,0
15.	Novalja	1.288	1.372	1,9	1,9
16.	Split	1.046	1.340	1,6	1,9
17.	Opatija	1.136	1.220	1,7	1,7
18.	Labin	1.175	1.219	1,8	1,7
19.	Makarska	1.016	1.115	1,5	1,6
20.	Rab	1.089	1.106	1,6	1,5
21.	Krk	965	1.045	1,5	1,5
22.	Novigrad – Cittanova	931	1.025	1,4	1,4
23.	Vodice	1.002	1.024	1,5	1,4
<b>Ukupno (mjesta s milijun i više noćenja)/ Total (destinations with million or more nights)</b>		32.364	36.903	48,7	51,5
<b>Ostala mjesta/ Other destinations</b>		34.120	34.703	51,3	48,5
<b>Ukupno Hrvatska/ Total Croatia</b>		66.484	71.605	100,0	100,0
					7,7

Izvor: Hrvatski turizam u brojkama 4/2015; Institut za turizam, [05.07.2017.]

<sup>1</sup> Turizam u Hrvatskoj [https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam\\_u\\_Hrvatskoj](https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj), [05.07.2017.]

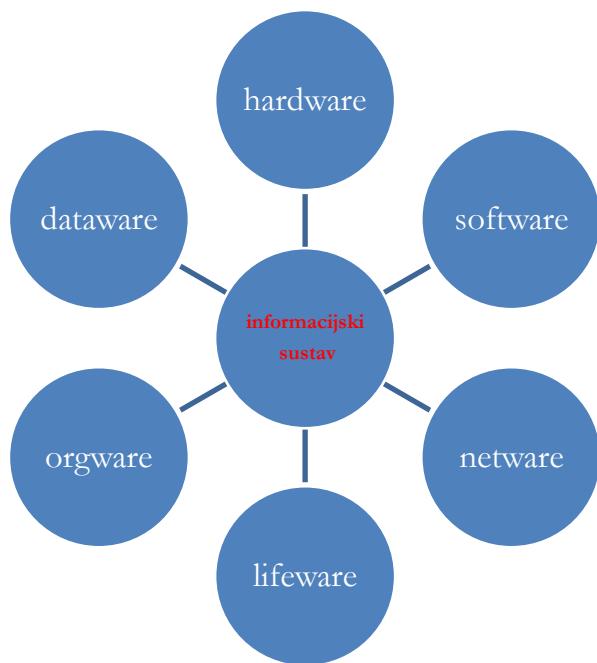
### 3. INFORMACIJSKI SUSTAVI

<sup>2</sup>Informacijski sustav je skup ljudi i procedura kojima se prikupljaju, transformiraju i dostavljaju informacije u organizaciji, služi i za uspostavljanje veza i odnosa s relevantnim sustavima u okolini. Pribavlja, pohranjuje, čuva, obrađuje i isporučuje informacije potrebne menadžmentu za proces donošenja odluka, odnosno proces upravljanja organizacijom (sustavom) radi ostvarenja njenih ciljeva, oblik komunikacijske mreže kojom pojedinci i grupe razmjenjuju informacije, udio je svake organizacije u ljudskoj povijesti.

Osnovne funkcije IS-a čine prikupljanje podataka i informacija, njihova obrada, pohranjivanje te krajnja distribucija podataka i informacija prema korisnicima.

U poslovnim sustavima, informacijski sustavi podržavaju i informacijski poslužuju poslovne procese i operacije, poslovno odlučivanje te razvijanje i implementaciju kompetitivnih strategija poslovanja.

Slika 2. Kombinacija komponenti IS kojima se omogućava realizacija različitih tehnoloških rješenja



Izvor: Internet;

[https://www.google.hr/search?dcr=0&biw=1280&bih=915&tbo=isch&sa=1&q=informacijski+sustav&oq=informacijski+su&gs\\_l=psy-ab.3.0.0j0i24k1l3.121453.123263.0.124374.16.15.0.0.0.0.247.2215.0j10j3.13.0....0...1.1.64.ps\\_y-ab..3.13.2208...0i67k1j0i30k1.QTzFN6mzAAQ](https://www.google.hr/search?dcr=0&biw=1280&bih=915&tbo=isch&sa=1&q=informacijski+sustav&oq=informacijski+su&gs_l=psy-ab.3.0.0j0i24k1l3.121453.123263.0.124374.16.15.0.0.0.0.247.2215.0j10j3.13.0....0...1.1.64.ps_y-ab..3.13.2208...0i67k1j0i30k1.QTzFN6mzAAQ), [05.07.2017.]

<sup>2</sup> [https://hr.wikipedia.org/wiki/Informacijski\\_sustavi](https://hr.wikipedia.org/wiki/Informacijski_sustavi), [05.07.2017.]

Hardware (materijalno-tehnička komponenta) čine veliki računalni sustavi, mini računala, osobna računala, Info terminali, CD/DVD ROM, mobilni uređaji i drugo.

Software (nematerijalna komponenta) čine upravljanje bazom podataka, uređivanje dokumenata, tablične kalkulacije, e-pošta i e-preglednici, računovodstvene aplikacije i drugo.

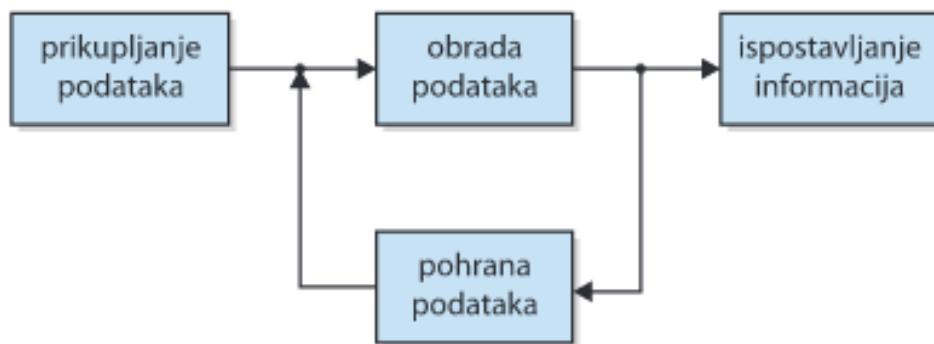
Lifeware (ljudska komponenta) čine svi ljudi koji u bilo kojoj funkciji i s bilo kakvom namjerom sudjeluju u radu sustava i koriste rezultate njegova rada. S jedne strane, to je skupina profesionalnih informatičara koji djeluju u sustavu i njihov je brojčani udio u ukupnom ljudskom potencijalu sustava daleko manji u odnosu na drugu skupinu – skupinu korisnika rezultata rada sustava.

Netware (prijenosna komponenta) čine mreže, sateliti, bežični komunikacijski sustavi, teletekst, videotext, Internet, extranet, intranet i drugo.

Orgware (organizacijska komponenta) predstavlja ukupnost standarda, mjera, postupaka i propisa kojima se funkcionalno i vremenski usklađuje rad prethodno navedenih četiriju komponenata, kako bi one činile skladnu cjelinu. Funkcionalno usklađivanje rada tih komponenata naziva se koordinacijom, dok se vremensko usklađivanje naziva sinkronizacijom rada sustava.

Dataware (podatkovna komponenta) je zadužena za organizaciju baze podataka i informacijskih resursa. Više se koristi kod velikih sustava gdje je potrebno izvršiti projektiranje baza podataka tako da ih mogu koristiti razni korisnici.

Slika 3. Priprema informacijske podloge za poslovno odlučivanje



Izvor: Poslovni informacijski sustavi <https://element.hr/artikli/file/1387>, [05.07.2017.]

## 4. TUROOPERATORI

<sup>3</sup>Turooperator je gospodarski subjekt koji objedinjavajući usluge različitih ponuđača kreira i organizira paušalna putovanja na veliko u svoje ime i za svoj račun za još nepoznate kupce, te na toj osnovi kontinuirano ostvaruje glavni izvor svojih prihoda. Turooperator kao trgovac/organizator putovanja na veliko kupuje u svoje ime i za svoj račun usluge različitih nositelja, te ih međusobno sastavlja i kombinira kreirajući jedinstven proizvod koji prodaje na tržištu nepoznatim kupcima u paušalnoj cijeni, gotovo u pravilu neizravnim putem, koristeći pri tome najčešće tuđu prodajnu mrežu. U obavljanju tog posla turooperatoru u cijelosti pripada zarada, odnosno on snosi rizik za mogući gubitak. Turooperatori generalisti ili univerzalni turooperatori nude vrlo široku lepezu paket-aranžmana za vrlo heterogenu masu turističkih potrošača (neki i za nekoliko milijuna klijenata) u velikom broju destinacija. Incoming turooperatori djeluju na domicilnom tržištu i kreiraju paket-aranžmane za inozemnu klijentelu, te ih posredstvom mreže turističkih agencija u inozemstvu prodaju na tim tržištima. Turooperatori specijalisti orijentirani su na uži segment tržišta potražnje, homogen s obzirom na poseban interes klijentele za koju turooperator specijalist kreira svoje aranžmane.

U praksi se mogu susresti različiti pojavnii oblici tih turooperatora, a mogu se grupirati barem prema tim osnovnim kriterijima:

- a) prema sadržaju proizvoda (specijalisti za ponudu aktivnosti na odmoru; npr. hobi-aktivnosti kao glavni sadržaj)
- b) primjenjujući geografski kriterij (npr. specijalisti za određenu turističku destinaciju)
- c) prema sociodemografskom kriteriju (npr. specijalisti za određene dobne skupine, samce i sl.).

Podjela turooperatora po veličini:

- Veliki turooperatori: skloni kreiranju širokog spektra turističkih proizvoda kroz koje ostvaruju cjenovnu prednost, zauzimaju veći dio tržišta i ostvaruju veliki prihod
- Mali turooperatori: usmjereni na manja tržišta i politiku poslovne uspješnosti temeljem diferencijacije proizvoda, pronalaze i popunjavaju tržišne niše sa manjim brojem specifičnih proizvoda

Najveći doprinos turooperatora u turizmu čini tzv. „package tour“, odnosno paket aranžman. To znači da kombinacija različitih proizvoda i usluga čini jedinstveni paket aranžman.

---

<sup>3</sup> <https://zir.nsk.hr/islandora/object/mev%3A73/datastream/PDF/view>, [05.07.2017.]

Turooperatori predstavljaju organizatore koji sastavljaju te pakete te ih prodaju direktno ili putem drugih trgovaca.

Paketi predstavljaju unaprijed organiziranu i kompletiranu kombinaciju transporta, smještaja i drugih turističkih usluga, koje se prodaju po jedinstvenoj, već određenoj cijeni. ICT je uvelike pomogao radu turooperatora jer su revolucionizirali i samim time uvelike olakšali njihove komunikacijske odnose s klijentima i suradnicima. Turooperatori obavljaju velike pripremne radnje i pregovaraju sa dobavljačima kako bi sastavili paket aranžmane i prodali ih klijentima. U većini slučajeva oni unaprijed rezerviraju ili čak plate brojne usluge kako bi sastavili paket po jedinstvenoj cijeni. Ti paketi se sastoje najčešće od transfera i smještaja, a oni mogu uključivati i catering, zabavni sadržaj, atrakcije te ostale usluge i proizvode. Cilj sastavljanja paket aranžmana je da kombinacijom svih usluga i proizvoda koje nudi turooperator cijena bude prihvatljiva i primamljiva za potencijalnog kupca. Postoji razlika između velikih i malih turooperatora. Veliki turooperatori pokrivaju veliku broj destinacija i turističkih usluga, dok mali turooperatori nude odmore za nekoliko destinacija i/ili se specijaliziraju za određene tipove odmora, kao što su tematska ili sportska putovanja.

## 5. ANALIZA ZNAČAJA ICT ZA POSLOVANJE TUROPERATORA

### 5.1. Kronološki pregled

U ranim 80-im godinama, turooperatori su došli do zaključka da bi se trebali integrirati u internetske mreže i početi poslovati putem njih kako bi povećali svoju produktivnost i profit. Počeci se vežu za Thompson's Open line Programme (TOI) u 80.-im godinama. Real time centralni rezervacijski sustav (UK) putem videotexta, omogućena direktna veza s agencijama, mogućnost rezervacije isključivo putem TOI sustava, trend formiranja velikih baza i elektronskih veza sa agencijama (pad troškova telefoniranja), mogućnost prilagođavanja ponude potražnji i kontrole prometa putničkih agencija, veća brzina rada i efikasnost poslovanja. Što se tiče samog odnosa agencije i turooperatora, komunikacija putem videoteksta omogućava agencijama pristup rezervacijskom sustavu turooperatora sa svrhom uvida u slobodne kapacitete i booking-a po nižoj cijeni, a time je povezana kvalitetnija komunikacija i kompletna usluga korisniku. S vremenom su ovaj sistem videotekst terminala u svoje poslovanje počele uvoditi i ostale tvrtke na strani turističke ponude od kojih možemo izdvojiti putna osiguranja, željeznički i auto prijevoz te mnogi drugi. Sljedeći korak odnosno značajni događaj u kronologiji bio je 2000. godine kada se započelo sa umrežavanjem putem Interneta, intraneta te extraneta. Turooperatori moraju neprestano komunicirati sa svojim partnerima, odnosno davateljima usluga, bilo da se radi o prijevoznicima, smještajnim objektima, turističkim agencijama ili krajnjim korisnicima njihovih paket aranžmana. ICT tu ima presudnu ulogu, jer baš pomoću toga turooperatori mogu poslovati i koordinirati velikim brojem putnika bez straha od grešaka.

Slika 4. Razlike između turoperatora i turističkih agencija

TUROOPERATOR	TURISTIČKA AGENCIJA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trgovac na veliko</li> <li>- Poduzetnik i posrednik</li> <li>- Kupuje usluge za vlastito ime i za vlastiti račun</li> <li>- Kreira vlastiti proizvod</li> <li>- Osnovni izvor prihoda: prodaja vlastitih proizvoda</li> <li>- Snosi rizik za neprodane kapacitete</li> <li>- U pravilu nema izravni kontakt s klijentima</li> <li>- Prodaju svih proizvoda vrši najčešće koristeći posrednike</li> <li>- Lokacija nije presudna za uspješno poslovanje</li> <li>- Glavna funkcija: organizatorska</li> <li>- Specifična informativno savjetodavna funkcija na tržištu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trgovac na malo</li> <li>- Posrednik prodaja usluga za svoje ime i tudi račun</li> <li>- Plasira na tržište tuđe proizvode</li> <li>- Osnovni izvor prihoda: provizija</li> <li>- Ne snosi rizik za neprodane kapacitete</li> <li>- Ima izravan kontakt s klijentima</li> <li>- Vrši izravnu prodaju usluga klijentima</li> <li>- Lokacija je vrlo bitna za uspjeh u poslovanju</li> <li>- Glavna funkcija: posrednička</li> <li>- Opća informativno savjetodavna funkcija na tržištu</li> <li>- Izražena komercijalno propagandna funkcija</li> </ul>

Izvor: <https://drakic.files.wordpress.com/2013/03/razlika-izmec491u-turistic48dkih-agencija-i-turooperatora.pdf>, [05.07.2017.]

## 5.2. Intranet

<sup>4</sup>Intranet je privatna računalna mreža neke organizacije koja rabi internetski protokol, mrežnu povezanost i mogućnosti javnih telekomunikacijskih sustava kako bi omogućila svojim zaposlenicima sigurnu razmjenu informacija ili obavljanje nekih radnji vezanih za organizaciju.

Intranet omogućava (olakšava) turooperatorima sljedeće aktivnosti:

- Kontrolu učinkovitosti turooperatora
- Uvid u tržište (segmente, ciljane skupine)
- Uvid u regionalne specifičnosti
- Uvažavanje karakteristika pojedine destinacije, kapaciteta, osoblja...

Vrlo je važno da turooperatori mogu voditi i koordinirati svim poslovnim funkcijama unutar organizacije, kao što su finansijski odjeli, ljudski resursi, marketing, prodaja i slično. Posebno je važan za velike turooperatore koji trebaju brinuti o velikim količinama zaliha, velikom broju radne snage i ostalim unutarnjim izvorima rada.

## 5.3. Extranet

<sup>5</sup>Extranet je privatna mreža s ograničenim pristupom unutar jedne tvrtke koja uz pomoć internetskih protokola, "klijentsko-poslužiteljske arhitekture" i "javnog telekomunikacijskog sustava" sigurnosnim putem sudjeluje u poslovnim informacijama i operacijama s dobavljačima, kupcima i poslovnim partnerima te za ostale privatne aktivnosti.

Pospješuje poslovanje turooperatora s agencijama, hotelima i drugim dobavljačima. U relaciji turooperator-agencija, moguć je pristup bazama s podacima o bookingu, prosječnim iznosima potrošenog novca, in i out proizvodima/uslugama i destinacijama.

---

<sup>4</sup> <https://hr.wikipedia.org/wiki/Intranet>, [05.07.2017.]

<sup>5</sup> <https://hr.wikipedia.org/wiki/Ekstranet> [05.07.2017.]

#### 5.4. Internet

<sup>6</sup>Internet je javno dostupna globalna paketna podatkovna mreža koja zajedno povezuje računala i računalne mreže korištenjem istoimenog protokola (internetski protokol = IP). To je "mreža svih mreža" koja se sastoji od milijuna kućnih, akademskih, poslovnih i vladinih mreža koje međusobno razmjenjuju informacije i usluge kao što su elektronička pošta, chat i prijenos datoteka te povezane stranice i dokumente *World Wide Weba*.

U poslovanju turooperatora omogućava veću interakciju s kupcima, a samim time i bolje razumijevanje želja i potreba kupaca.

Internet igra veliku ulogu malim i specijaliziranim turooperatorima. Malim turooperatorima teško se probiti kroz cijelu mrežu velikih turooperatora, a pojavom interneta to se promijenilo i putnici znaju i cijene male turooperatore. Tako sve više na popularnosti dobivaju specijalizirani turooperatori koji nude tematska i druga putovanja. Umrežavanjem u AITO (Association of Independent Tour Operators), u internetskom svijetu igraju sve veću ulogu te počinju pokrivati veći raspon usluga, destinacija i aktivnosti.

---

<sup>6</sup> <https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet>, [05.07.2017.]

## 5.5. Suvremene tehnologije u poslovanju turoperatora

U suvremenom turizmu korištenje informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ICT) postaje nužnost i uvjet napretka posrednika. Internet tehnologija omogućuje brži protok, više pravih, korisnih informacija, bolje predočavanje informacija potrebnih za vođenje poslovnih procesa. Omogućuje novi<sup>7</sup> elektronički business (e-business), novi sustav rukovođenja, nove odnose u radu koji dovode do pojave novih sudionika. Informacijsko-komunikacijske tehnologije uvele su brojne promjene u način rada turoperatora, pa sukladno tome većina turoperatora ima osobne CRS-e i web prezentacije koji im omogućuju sniženje troškova, povećanje točnosti i brzine u procesu bukinga, dosljednost u radu i drugo. Internet kroz razvoj World Wide Weba (WWW) ponudio je korisnicima interaktivno komuniciranje, uspostavljanje kontakata sa partnerima, slanje mailova, obavljanje kupovine i dr. Prednosti online poslovanja za organizatore putovanja su prezentacija, prodaja, dostupnost na globalnom tržištu, smanjenje troškova, povećana brzina, efikasnost i fleksibilnost. Prednosti za potrošače su kupovina različitih usluga putem elektronske trgovine uz sačuvanu privatnost, trenutno dobivanje informacija. Neki turooperatori su u potpunosti odustali od brošura u zamjenu za individualne virtualne brošure, koje sadrže sve potrebne informacije, odštampaju se za potrebe kupca iz baze podataka agenta, smanjuju troškove i ne opterećuju kupca informacijama koje ga ne zanimaju. Informacijsko-komunikacijska tehnologija svakodnevno potiče inovacije u turizmu i omogućava posrednicima učinkovitije poslovanje i ostvarivanje konkurentske prednosti

---

<sup>7</sup> <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A1188/datastream/PDF/view>, [05.07.2017.]

## 6. PRIMJERI POSLOVANJA

Slika 5. E-turooperatori



Izvor:

[https://www.google.hr/search?q=turooperatori+logo&dcr=0&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjUmOfZ4oTWAhWFXRQKHQS6AQMQ\\_AUICigB&biw=1280&bih=915](https://www.google.hr/search?q=turooperatori+logo&dcr=0&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjUmOfZ4oTWAhWFXRQKHQS6AQMQ_AUICigB&biw=1280&bih=915),  
[05.07.2017.]

## 6.1. AITO

<sup>8</sup>AITO (Association of Independent Tour Operators) je grupa čije je sjedište u Velikoj Britaniji, a čini ju oko 120 specijaliziranih i samostalnih turoperatora. Sastavljena je većinski od „outbound“ turoperatora. Članovi obuhvaćaju preko 140 zemalja, a pokrivaju avanturistički, odmorišni, kulturni, luksuzni, safari i sportski turizam. AITO je utemeljen 1976. godine, a baza se nalazi u Twickenhamu, u jugozapadnom dijelu Londona.

Slika 6. AITO logo



Izvor: <https://www.aito.com/>, [05.07.2017.]

---

<sup>8</sup> <https://www.aito.com/>, [05.07.2017.]

Slika 7. Web stranica AITO



Izvor: <https://www.aito.com/>, [05.07.2017.]

Na web stranici grupe AITO korisnici imaju pregled top destinacija, najtraženijih paket aranžmana i drugo. Mogu sa samo par klikova pronaći sve što im je potrebno, od odabira kontinenta, zemlje, tipa putovanja i preferiranom načinu prijevoza do željene destinacije. Ovakav način poslovanja uvelike je olakšao proceduru pronađaska idealnog putovanja za korisnike.

## 6.2. Balkan Holidays London

<sup>9</sup>Balkan Holidays je e-turooperator sa više od 50 godina iskustva u organiziranju i provođenju ljetnih i zimskih paket aranžmana, a specijalisti su za putovanja u Bugarsku, Hrvatsku, Crnu Goru, Sloveniju i Rumunjsku.

Slika 8. Web stranica Balkan Holidays London

The screenshot shows the homepage of Balkan Holidays London. At the top, there's a navigation bar with links for Home, Summer Holidays, Winter Holidays, Hotels, Flights, Deals, Extras, Destinations, News, and My favourites (0). The header also features logos for IATA and ABTA, and a banner for '50 Years of Specialists Holidays' with the phone number 0207 543 5555. A large search form on the left is highlighted with a yellow arrow pointing to the 'BOOK ONLINE & SAVE UP TO 10%' button. The main content area includes a 'SUMMER SALE NOW ON!' section with a price of £239, and sections for Bulgaria, Croatia, Slovenia, and Montenegro. There are also 'HOT OFFERS', 'VOUCHER CODES', and 'NEW DISCOVERY BROCHURE' sections.

Izvor: Balkan Holidays Touroperator <http://www.balkanholidays.co.uk/>, [05.07.2017.]

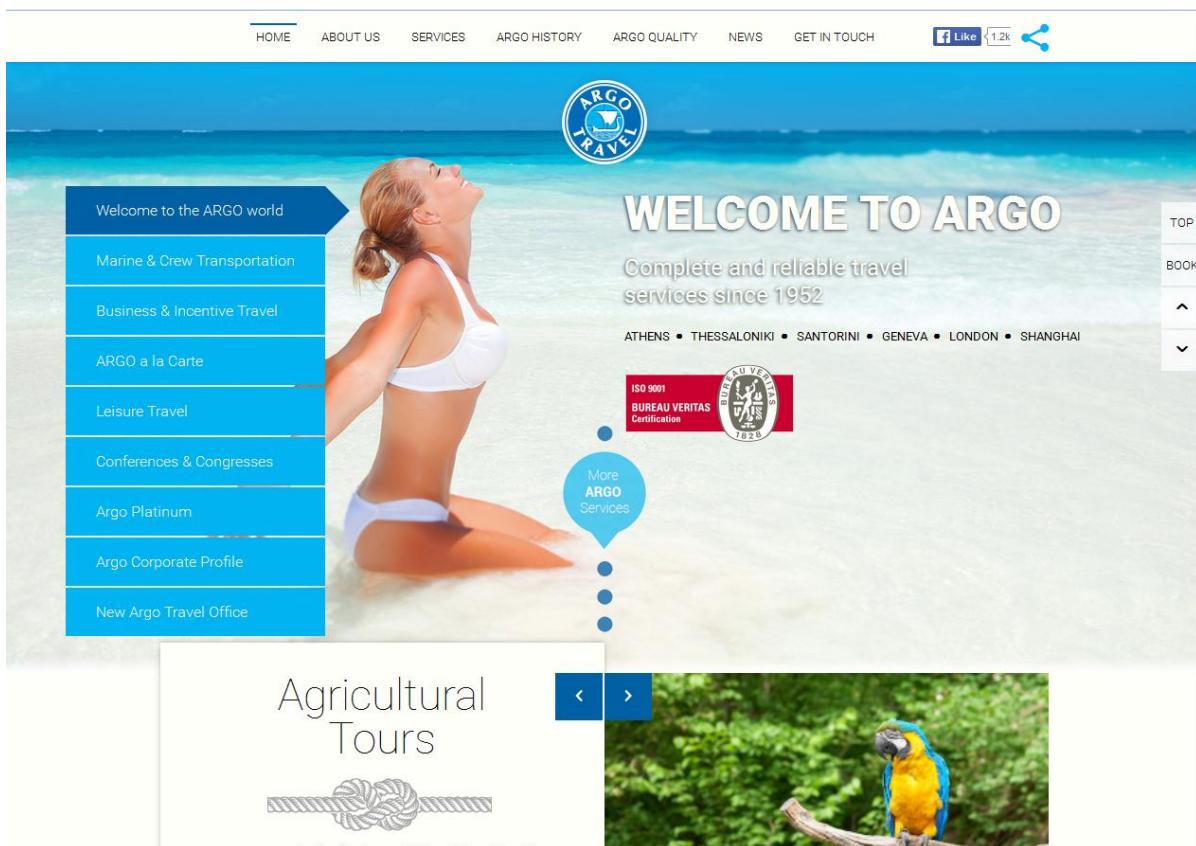
Na web stranici ovog e-turooperatora moguće je pretraživati putovanja i bookirati online, a moguće je i „listati“ brošure kako bi klijenti mogli vidjeti koliko će toga dobiti za najmanju moguću cijenu, kažu članovi.

<sup>9</sup> <http://www.balkanholidays.co.uk/>, [05.07.2017.]

### 6.3. Argo Holidays

<sup>10</sup>Argo Travel je e-turoperator koja posluje s multinacionalnim kompanijama, pomorskim kompanijama, korporacijama i individualnim turistima koji putuju poslovno i u svrhu odmora. U svom vlasništvu ima urede u centru Atene s podružnicama u Thessalonikiju u Grčkoj, Ženevi u Švicarskoj i Londonu u Velikoj Britaniji.

Slika 9. Web stranica Argo Travel



Izvor: Argo Travel Group <http://www.argotravel.com/en/>, [05.07.2017.]

Na web stranici moguće je pretražiti i bookirati razne vrste putovanja u nautičkom turizmu, poslovnom i odmorišnom turizmu, za potrebe konferencija i kongresa i drugo.

<sup>10</sup> <http://www.argotravel.com/en/>, [05.07.2017.]

## 6.4. First Choice

E-turopator u vlasništvu TUI-ja, a specijalisti su za All Inclusive putovanja.

Slika 10. Web stranica First Choice

The screenshot shows the First Choice website homepage. At the top, there's a navigation bar with links for Shortlist, Website Feedback, Travel Alerts, API login, and Manage My Booking. Below the navigation is a search bar with fields for 'FLYING FROM?' (Choose airports), 'WHERE TO?' (Any destination, with a link to Destination List), 'WHEN?' (Select a date, with a checkbox for Flexible by +/- 3 days), 'HOW LONG?' (Around a week), 'ADULTS' (2), 'CHILDREN (0-7)' (0), and a 'SEARCH' button. A large pink promotional banner on the left says 'Start your year of yes today' and offers an extra £40 per adult on summer 2016 holidays with code SALE40. It also features the hashtag #JustSayYes and a 'BOOK NOW' button. To the right of the banner is a photo of a smiling couple in swimwear. Below the banner, there's a section for travel deals: 'Up to 25% off holidays to Turkey this summer.' (with terms and conditions apply) and 'Save up to £400 per couple plus low deposits from £75pp' (with terms and conditions apply). To the right of these deals is a section for '1000's of free kids' places' (with terms and conditions apply). At the bottom, there are three categories: 'RECOMMENDED JUST FOR YOU' (with a 'Holiday Villages' thumbnail), 'Holiday Villages' (with a 'Premier' thumbnail), and another 'Holiday Villages' thumbnail.

Izvor: First Choice Touroperator <http://www.firstchoice.co.uk/>, [05.07.2017.]

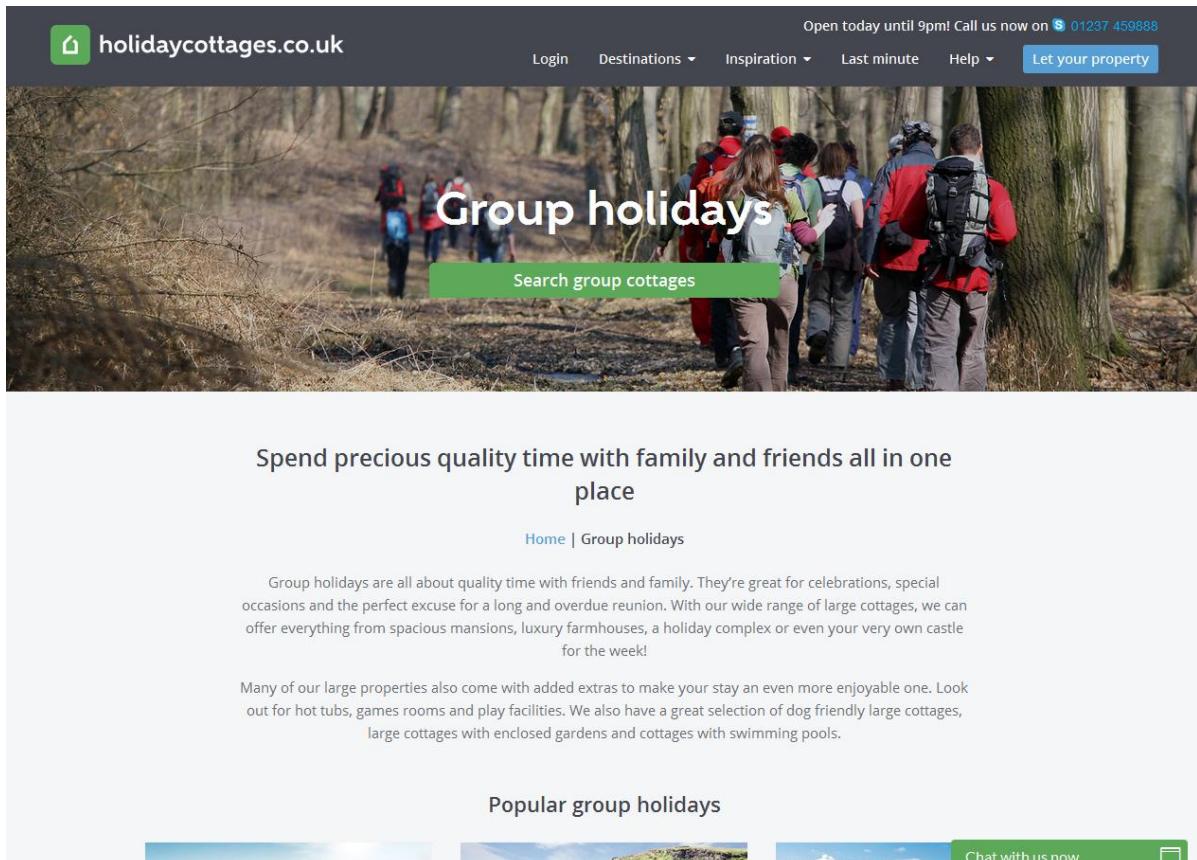
Na web stranici moguće je odabrat putovanja unosom početne točke, odredišta, vremenskog razdoblja putovanja i broja osoba.<sup>11</sup>First Choice nudi mnoge paket aranžmane koji uključuju ronjenje u egipatskom Crvenom moru, odmoru na Kubanskim plažama, kušanja španjolskih delicija i drugo.

<sup>11</sup> <http://www.firstchoice.co.uk/>, [05.07.2017.]

## 6.5. Holiday Cottages Groups

Turoperator specijaliziran za grupna putovanja u prirodu. Član je Wyndham Worldwide-a (kompanije koja organizira putovanja i posjeduje hotele diljem svijeta).

Slika 11. Web stranica Holiday Cottages Groups



Izvor: Holiday Cottages Turoperator

<http://www.holidaycottages.co.uk/large>, [05.07.2017.]

Na početnoj stranici <sup>12</sup>Holiday Cottages Group nalazi se kratak opis tog turooperatora. Nadalje, mogu se pronaći trenutno popularna grupna putovanja, a posjetitelji mogu sami pronaći ono što im najviše odgovara. Mogu se pronaći destinacije u koje je moguće organizirati putovanje te Last minute ponude.

<sup>12</sup> <http://www.holidaycottages.co.uk/large>, [05.07.2017.]

## 6.6. Alan Lynch Travel Group

<sup>13</sup>Alan Lynch Travel Group je turoperator utemeljen 1992. godine u Dublinu, Irska. Citiescapes, Cruisescapes i Travel Escapes specijaliziraju se za ture uz vodiče i pratnju po Evropi, ali i u međunarodnim putovanjima, posebice krstarenjima. Ovaj turoperator, osim svojih specijaliziranih paket aranžmana, nudi putovanja po Americi i Kanadi, Sjevernoj, Istočnoj i Južnoj Africi, Kini, Japanu itd.

Slika 12. Citiescapes logo



Izvor: Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

Slika 13. Travel Escapes logo



Izvor: Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

Slika 14. Cruisescapes logo



Izvor: Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

---

<sup>13</sup> <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

Slika 15. Web stranica Alan Lynch Travel Group

The screenshot shows the homepage of the Citiescapes travel website. At the top left is the TRAVEL ESCAPES logo with the tagline "Discover The World". Next to it is the Citiescapes logo with the tagline "Worldwide Travel". To the right is a dark grey rectangular area. Further right are two boxes: one for contact information (Call us today: 01 - 294 1000, Email: book@travelescapes.ie, From Outside Ireland +35312941000) and one for searching the website. Below these are several navigation links: Home, Themes, Destinations, 55Club, 55Club Subscription Success, About us, Book now, City Information, Gift Vouchers, Insurance, Travel Blog, Try a City Cruise, and Contact us.

**Find A Tour**

Destination: Select  
Theme: Show all  
Depart from: Show all  
Length: Show all  
Price range: All prices  
Search

**Browse By Theme**

- 55Club
- Adventure & Activity
- Christmas Gift
- Christmas Markets
- Cities
- Citiescapes Sale!
- Culture
- Facebook
- Frontpage slideshow
- Rail Journeys
- Religious
- Special
- Summer Selection
- Sun Holidays
- Tours
- Weekend Breaks
- Wildlife
- World Wars and Battlefields

**Discover Georgia**

June - Oct 2017  
7 Nights  
Prices from €2,019 pp

**Cruisescapes**  
Escape with us

Visit our Cruise Website Cruisescapes.ie for information on all of our river & ocean cruises. We offer itineraries worldwide, with Royal Caribbean, Fred. Olsen, MSC Cruises, NCL, Holland America, Celebrity, Carnival and more.

**Special Offers**

Insider's Tour Sale now on! 3 night city breaks including tours from as little as €299! Offers include: Return flights, transfers, 3 nights hotel stay - B&B basis, baggage and you also get a tour of your chosen destination.

**Travel Escapes**  
Escape with us

Directors Choice: Baltic Highlights – April to September from €1,279 pp – 8 nights stay with tours of beautiful Baltic cities. Also available: Return to Havana – Explore Cuba for 9 nights Czar Route – 8 nights Helsinki to St. Petersburg

**Check out our great value tour packages**

**Follow Us**

- RSS Feed
- Twitter @TravelEscapesie
- Facebook
- Google+
- Subscribe to Special Offers

Izvor: Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

Web stranica ovog turooperatora je prilično pregledna. U lijevome kutu potencijalni korisnici njihovih usluga mogu sami pronaći turu kakva im odgovara ako takva postoji u ponudi, mogu odabrati sve opcije, od destinacije, teme, odnosno tipa odmora, mjesto i vrijeme polaska, dužina trajanja odmora te raspon cijena. Potencijalni korisnici preko web stranice mogu vidjeti koje su trenutne posebne ponude ovog turooperatora, te trenutne najbolje prodavane paket aranžmane.

## 6.7. Infinity Holidays

Turoperator specijaliziran za domaća i međunarodna putovanja, posebice za Novi Zeland. Timovi zaduženi za sastavljanje paket aranžmana organiziraju putovanja po Australiji, Novom Zelandu, Pacifiku, Europi, Kanadi, Aljasci, Havajima, Karibima i Aziji. Posluju od 1995. godine, a 4 godine zaredom, od 2012. do 2015. dobitnici su nagrade AFTA-inog trgovca na veliko za najbolji domaći i međunarodni proizvod. Kategorije proizvoda i usluga koje obuhvaća poslovanje Infinity Holidays-a odnosi se na paket aranžmane, smještaj, razgledavanja i ture, najam automobila i transfere, krstarenja po rijekama i oceanima i putovanja željeznicom.<sup>14</sup> Infinity Holidays ima preko 350 prodavača proizvoda i usluga raspoređenih u 45 timova.

Slika 16. Infinity Holidays logo



Izvor: Infinity Holidays Touroperator <http://www.infinityholidays.com.au/explore-holidays>,

[05.07.2017.]

---

<sup>14</sup> <http://www.infinityholidays.com.au/explore-holidays>, [05.07.2017.]

Slika 17. Web stranica Infinity Holidays

The screenshot shows the homepage of the Infinity Holidays website. At the top, there is a banner featuring a scenic view of a hillside town in Tuscany, Italy. The Infinity logo, which includes the word "infinity" in a stylized font with a dot above the 'i', and the tagline "MAKING HOLIDAYS EASY", is positioned in the top left corner. A blue button labeled "MAKE A HOLIDAY ENQUIRY >" is in the top right corner. Below the banner, a navigation menu bar contains links for HOME, HOLIDAYS, PROMOTIONS, CRUISE, RAIL, DESTINATIONS, HOW TO BOOK, BROCHURES, and EXPLORE. Social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and a blog are also present. A large, semi-transparent overlay window titled "Explore Holidays" covers the central portion of the page. This window features a sub-menu with "Explore" and "HOME" options, and a section titled "Infinity's European Specialists" with a brief description and a call to action. To the right of this overlay, a dark purple sidebar titled "Explore HOLIDAYS" contains sections for "WHERE TO STAY" (listing "K+K am Harras, Munich" with a small building icon and a detailed description), "WHILE YOU'RE THERE" (listing "The Royal Castles of Mad King" with a small castle icon), and "Infinity Recommends ..." (with a list of travel destinations). At the bottom of the main content area, there is a row of four travel brochures for "Britain & Ireland", "Italy", "European Christmas", and "Europe Britain & Ireland TOURS".

Izvor: Infinity Holidays Touroperator <http://www.infinityholidays.com.au/explore-holidays>,  
[05.07.2017.]

Na web stranici Infinity Holidays-a potencijalni korisnici njihovih usluga mogu sami poslati upit za odmor po svome izboru. Osim svoje web stranice, Infinity Holidays se oglašava i putem različitih društvenih mreža kao što su Facebook, Twitter, imaju svoj blog, a također postavljaju videa putovanja na Youtube kanal. Na početnoj stranici mogu se pregledavati brošure nekih paket aranžmana, a u desnom kutu nalaze se preporuke Infinity Holidays-a.

## 7. USPOREDBA FUNKCIONALNOSTI RAZLIČITIH TEHNOLOŠKIH RJEŠENJA

Razvoj suvremenih informacijsko komunikacijskih tehnologija uvjetovao je inovativnosti u poslovanju posrednika. Turooperatori mijenjaju svoju tradicionalnu poslovnu praksu, pa uvode fleksibilne aranžmane, poštuju individualne želje turista, inoviraju marketinške strategije. Potrošači uz pomoć Interneta pristupaju samostalnom prikupljanju informacija, organizaciji putovanja i rezerviranju. Turooperatorima je uvelike olakšano poslovanje jer dobivaju mnogo veću kontrolu. Posrednici osmišljavaju ponude različitog tipa (ture specijalnih interesa, ture uz pratnju, inozemne neovisne ture ili domaće neovisne ture, grupne ture) te na taj način doprinose razvoju autentičnosti destinacija. Uz sveprisutnu informatizaciju, bitna je i savjetodavno-informativna funkcija koja klijentima/turistima daje raznovrsne informacije za organizaciju putovanja ali i informacije o turističkoj destinaciji u koju putuju. Specijalizirane ponude su fokus djelovanja. Analizirani turooperatori u ovome radu upravo koriste sve moguće načine kako bi se približili određenim tipovima putnika, nudeći im specijalizirana putovanja i pružajući im mogućnost da sami sastave odmor po svojoj želji. Kako su danas društvene mreže poput Facebooka, Twittera, Instagrama i drugih jako popularne, još više ljudi dolazi u susret s online turooperatorima kojima je pojava Interneta uvelike olakšala cjelokupno poslovanje i komunikaciju s partnerima i kupcima. Važan aspekt kvalitete turooperatora u online svijetu je također i sam izgled i preglednost web stranice. Ljudi su naviknuli da na početnoj stranici mogu pronaći sve što žele, a to je područje na kojem neki turooperatori mogu još poraditi. Pristup istraživanju turooperatora ukazuje na nužnost primjene tehnoloških inovacija, te kontinuirano praćenje istih jer se sami opstanak turooperatora vezuje uz uvođenje informacijskih tehnologija u poslovanje. Tehnološke promjene posljedično će izazvati nove poglede na turizam, zahtijevat će se nove web stranice, osmišljavanje novih sadržaja, mobilnost, društveno mrežni pristup. Turooperatori koji usvajaju ICT rješenja za povećanje efikasnosti i ubrzanje prodaje turističkog proizvoda mogu ostvariti konkurencku prednost.

## 8. CASE STUDY- ONLINE POSLOVANJE ZA TUROPERATORE U SKANDINAVIJI

Švedski turooperator<sup>15</sup> Fritidsresor, [www.fritidsresor.se](http://www.fritidsresor.se) pripada organizaciji TUI. U Švedskoj, ovaj turooperator nosi 15% ukupne prodaje proizvoda i usluga. Španjolski otok Gran Canaria, Tenerife i Cipar su top tri destinacije za koje paket aranžmane sastavlja ovaj turooperator i prodaje preko interneta. Također, u Finskoj ovaj turooperator nosi čak 17% ukupne prodaje, a u cijeloj Nordijskoj regiji 20% kao jedan od vodećih turooperatora. Godišnji promet broji preko 100 milijuna eura, što ga čini vjerojatno i najjačim prodavačem paket aranžmana u Nordijskoj regiji. Ovaj case study je još jedan dokaz koliko je ICT pomogao u poslovanju turooperatora i njihovom održavanju konkurentnosti na tržištu. Danas, ovaj turooperator nosi ime<sup>16</sup> Hotellweekend, [www.hotellweekend.se](http://www.hotellweekend.se) i specijalizira se za kratka vikend putovanja.

Slika 18. Web stranica Hotellweekend

The screenshot shows the homepage of Hotellweekend.se. At the top, there's a banner featuring a photo of a city square with people and a fountain. A white callout box on the left says "Hotellweekend.se RESEGUIDEN". On the right, there's a button "Gilla Hotellweekend.se!" with social media links for Facebook ("Rekommendera 30") and Twitter ("Dela"), and a Swedish flag icon. Below the banner, there are navigation links: "Hem", "Kupongkoder", "Stockholm", and "Göteborg". The main content area has a green header "När kollade du dina tänder senast?". Below it, the text "Boka nu – snabbt och enkelt på Tandläkare.se" and a photo of a smiling woman. To the left, there's a logo for "TANDLÄKARE.SE" with a green crown icon. The main headline "Välkomna till Hotellweekend.se" is displayed. Below it, a subtext: "Här hittar du information och tips på olika hotell i hela Sverige. Allt du behöver veta för att kunna boka ett bra hotell till bästa pris." A sidebar on the left lists travel tips: "TIPS PÅ SAKER ATT GÖRA" (Combined bus-hop tour with bus and boat in Stockholm), "Varaktighet: 3 timmar", "Avgår: Stockholm, Sverige", and "Upplev Stockholm på land och vatten, allt med en biljett. Kombinationsbiljetten ...". To the right, there's a search form for "Hotellsökning" with fields for "Sök efter hotell i ...", "Check in" (date input), "Check ut" (date input), and a "Sok" button. The "Hotels.com" logo is visible at the bottom of the search form. At the very bottom of the page, there's a "Hem" link.

Izvor: <http://hotellweekend.se/>, [05.07.2017.]

<sup>15</sup> <http://www.tui.se/>, [05.07.2017.]

<sup>16</sup> <http://hotellweekend.se/>, [05.07.2017.]

## 9. ISTRAŽIVANJA I RADOVI RAZNIH AUTORA

Utjecaji informatičkih tehnologija vidljivi su na tradicionalnim metodama i tehnikama marketinga, stvarajući tzv. elektronički marketing koji ima veliku ulogu u poslovanju turističkih subjekata. Ulazak poduzeća u marketinške projekte na internetu je relativno jeftin i lak pa tisuće poduzeća i poslovnih ljudi iz područja turizma svakodnevno lansiraju svoje web stranice u svijet interneta. Od svih prednosti e-poslovanja koje se pružaju u turizmu, svakako je najznačajnija mogućnost pružanja trenutačnog i uvijek otvorenog pristupa informacijama u cijelom svijetu. Internet pruža podršku nizu funkcija i procesa u poduzeću u cilju razvoja proizvoda i pružanja usluga za potrošače. Dosljednom implementacijom e-marketing strategija u turizmu osigurat će se dugoročni rast pozitivnih efekata od turizma, koji će na taj način ojačati svoju poziciju značajnog čimbenika gospodarskog rasta, što će u konačnici dovesti do rasta konkurentnosti u turizmu<sup>17</sup>.

Moderna komunikacija zahtjeva podršku sofisticirane tehnologije, te se nametnula kao standard bez kojeg nije moguće pratiti aktualne trendove. U tom dijelu značajno mjesto zauzima Internet, virtualni medij koji je zbog svojih karakteristika pronašao široku primjenu u društvenom i poslovnom životu ljudi. Funkcionalnost Interneta se očituje i u turizmu, kroz bolju povezanosti udaljenih mjesta i lakoće organizacije putovanja. Omogućio je turističkoj ponudi da kreira i ponudi diversificiranu paletu proizvoda i usluga, te ih približi potražnji s ciljanim dopiranjem do krajnjeg kupca<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Veleučilište u Požegi (2007.): Primjena e-marketinga u turizmu; Andrić Berislav, str. 12

<sup>18</sup> Zekanović-Korona Ljiljana, Klarin Tomislav (2012.): Informacijsko-komunikacijska platforma za nove načine putovanja

Turooperatori specijalisti danas vladaju turističkim tržištem i da se sve više turista odlučuje na kupnju njihovih aranžmana. Turooperatori specijalisti zbog usmjeravanja svog poslovanja na pojedine segmente potencijalnih gostiju vrše pozitivne učinke na turistička kretanja, odnosno aranžmanima turooperatora specijalista se produžava sezona, zakupljuje se veći broj turističkih kapaciteta i time nudi širi izbor za potencijalne goste. Većom ponudom omogućava se turistima pronalaženje posebnih aranžmana u za njih najpovoljnije vrijeme i na način njima najdostupniji. Struktura turističke potražnje se diferencira zbog velikog iskustva turista i zbog sve veće informiranosti. Prijašnji motivi zbog kojih su ljudi putovali su bili sunce i more a danas se sve više okreću kulturnim i prirodnim znamenitostima te novim vidovima provođenja odmora kao safari ili pustolovna putovanja. Novi oblici putovanja promiču i nove turističke destinacije koje ranije nisu primale dovoljan broj turista, manje razvijene zemlje na koje se želi skrenuti pažnja i koje bi se od prihoda u turizmu mogle razviti. Specijalisti su upravo svojom dinamičnom ponudom uspjeli zadovoljiti specifične potrebe i zahtjeve modernog turista<sup>19</sup>.

Utvrđuje se značaj i razvoj prihvaćanja suvremenih trendova od strane posrednika u svrhu unaprjeđenja kvalitete proizvoda i usluga. Pristup istraživanju turooperatora i online agencija ukazuje na nužnost primjene tehnoloških inovacija, te kontinuirano praćenje istih. Suvremeni posrednici prepoznaju važnost strateškog upravljanja okolišem, te svoj utjecaj usmjeravaju na održivi razvoj. Budućnost neće biti samo ovisnost o specifičnim tržištima i stvaranje diversificirane ponude, potrebno je djelovati na podizanju elemenata kao što su sigurnost i uvažavanje klijenta, otklanjanje ekoloških i ekonomskih kriza, odnos sa dionicima, edukacija i zdravstvo, sustav povratnih veza. Zasigurno će neka nova buduća istraživanja i interakcija znanosti i struke dati nove poglede na trendove u turizmu, koji će pomoći prilagođavanju promjena na tržištu<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Knežević Melania (2010.): Turooperatori specijalisti i analiza utjecaja na turistička kretanja; diplomska rad, sažetak

<sup>20</sup> Suvremeni trendovi u poslovanju turooperatora; završni rad; mentor dr. Mirković Mijo, str. 57

## 10. ZAKLJUČAK

Jedna od osnovnih karakteristika današnjeg suvremenog poslovanja u turizmu i hotelijerstvu jest prisutnost računala, koja se nalaze u gotovo svim hotelima, restoranima, putničkim agencijama, u uredima gotovo svakog menadžera. Zapravo nema više područja rada u kojima računala nisu postala nezamjenjiva pomagala.

Razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije te koncepta elektroničkog poslovanja znatno je utjecao na poslovanje svih organizacija, pa tako i onih turističkih. Taj utjecaj se očituje kroz smanjenje troškova tvrtke, poboljšanje kvalitete rada i podizanja konkurentnosti. Primjena novih informacijskih tehnologija od strateškog je značaja za svaku tvrtku, jer smanjuje troškove, ubrzava administrativne poslove, potiče i unapređuje proces odlučivanja, jača konkurentnost, povećava produktivnost, postaje strateškim oružjem i svaki rad čini ugodnijim, uspješnijim i djelotvornijim. Iz toga proizlazi prirodna potreba i osjećaj da se o ovim tehnologijama informiraju svi oni koji su na bilo koji način uključeni u djelatnosti turizma i hotelijerstva.

Informacijske tehnologije imaju nedvojbeno veliku ulogu u poslovanju turoperatora, ali i drugih subjekata u turizmu, poput hotela i agencija. Mijenja se model poslovanja u turizmu, i svi elementi informacijske tehnologije, posebice Internet, uvelike olakšava i poboljšava poslovanje.

Neosporno je da zadnjih godina uloga turoperatora ostaje velika i bit će još i veća u nekim segmentima. turooperatori imaju ulogu konsolidatora turističke ponude koji pojednostavljaju komunikaciju i dostupnost turističkih ponuda.

Naime, u Hrvatskoj još uvijek prednjači broj onih posjetitelja koji svoje putovanje organiziraju individualno iako je posljednjih godina zabilježen rast posjetitelja koji svoja putovanja organiziraju putem posrednika. Turooperatori ne mogu sami od Hrvatske napraviti jedinstven i prepoznatljiv brend. Izuzetno im je potrebna podrška državnih institucija, a tu se u prvom redu očekuje pomoći Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice, lokalnih, regionalnih vlasti i ostalih turističkih institucija.

Ono što je posebno bitno je mogućnost bolje analize stanja na tržištu na kojem određeni turooperator posluje, analize konkurenčije, promocije i zadovoljenja potreba i želja korisnika turističkih usluga.

Turooperatori su svjesni uloge suvremenih tehnologija iz razloga što je ona temelj čitavog niza društvenih i poslovnih djelatnosti. Dakle, za uspješno poslovanje turooperatora veoma je važna razina usluga koju mogu pružiti svojim klijentima, a ona se danas uvelike mjeri i stupnjem tehnoloških inovacija koje je taj turooperator uključio u svoje poslovanje.

U ovom radu se korištenjem metode analize došlo do zaključka da je izgled i preglednost web stranice turooperatora, zajedno s mogućnostima koje potencijalni klijenti imaju korištenjem stranice jedan od presudnih u pitanju donošenja odluke za putovanje. Potencijalnim klijentima je vrlo važno da samim odlaskom na web stranicu mogu saznati sve što ih zanima, a da zapravo i ne dolaze u direktni kontakt s organizatorom. Također, to je jedan od zaključaka drugih autora čiji su radovi opisani u ovome radu: „Od svih prednosti e-poslovanja koje se pružaju u turizmu, svakako je najznačajnija mogućnost pružanja trenutačnog i uvijek otvorenog pristupa informacijama u cijelom svijetu.“ (Primjena e-marketinga u turizmu; Andrić Berislav, Veleučilište u Požegi). Pristup istraživanju turooperatora i online agencija ukazuje na nužnost primjene tehnoloških inovacija, te kontinuirano praćenje istih. Turooperatori su shvatili da je to najbolji način da potencijalni klijenti dođu sami, a ne da ih oni moraju tražiti. Na ovaj način su postali vidljiviji.

Analizirajući sve što su turooperatori iskoristili, nekoliko se njih izdvaja od konkurencije, a najviše na temelju toga koliko gosti sami mogu birati koristeći njihovu web stranicu, odnosno koliko se može ići u srž odabira vlastitog putovanja. First Choice je vrlo adekvatan za sve vrste gostiju jer se lako može odabrati putovanje tako da se na njihovoј web stranici unese početna točka, odredište, vremensko razdoblje putovanja i broj osoba. Infinity Holidays je turooperator kod kojeg je moguće organizirati željeno putovanje jednim kratkim upitom preko web stranice, a njihove usluge se odnose na paket aranžmane, smještaj, razgledavanja i ture, najam automobila i transfere, krstarenja po riječima i oceanima i putovanja željeznicom. Gost sam može sve odabrati i upitom saznati mogu li dobiti takvo putovanje i koliko će ih koštati. Alan Lynch Travel Group je turooperator koji se najviše ističe od navedenih i opisanih turooperatora u radu. Potencijalni klijenti mogu odabrati sve opcije, od destinacije, teme, odnosno tipa odmora, mjesto i vrijeme polaska, dužina trajanja odmora te raspon cijena. Potencijalni korisnici preko web stranice mogu vidjeti koje su trenutne posebne ponude ovog turooperatora, te trenutne najbolje prodavane paket aranžmane.

Čitajući razna istraživanja i radove drugih autora, zaključak je uvijek isti, a to je da je informacijska tehnologija danas od presudnog značaja za uspješno poslovanje bilo kojeg poslovnog subjekta. Bez odgovarajuće informatizacije turooperatori nisu u mogućnosti ostvariti konkurenčke prednosti, veći profit i minimalne troškove na tržištu.

## LITERATURA

Knjige:

1. Buhalis D.; eTourism- Information Technology for strategic tourism management, 2003. [02.07.2017.]
2. Galičić V., Šimunić M.; Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, 2006. [04.07.2017.]

Izvor s interneta:

1. AITO- Association of Independent Touroperators <https://www.aito.com/>, [05.07.2017.]
2. Argo Travel Group <http://www.argotravel.com/en/>, [05.07.2017.]
3. Balkan Holidays Touroperator <http://www.balkanholidays.co.uk/>, [05.07.2017.]
4. Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]
5. Croatialink- Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela  
[http://croatialink.com/wiki/Turizam:\\_definicija,\\_nastanak,\\_razvoj\\_i\\_podjela](http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela), [05.07.2017.]
6. Eknjižnica FET „Dr. Mijo Mirković“ <http://eknjiznica.unipu.hr/232/>, [22.08.2017.]
7. Ekstranet <https://hr.wikipedia.org/wiki/Ekstranet>, [05.07.2017.]
8. First Choice Touroperator <http://www.firstchoice.co.uk/>, [05.07.2017.]
9. Holiday Cottages Touroperator <http://www.holidaycottages.co.uk/large>, [05.07.2017.]
10. Hrvatski turizam u brojkama 2014.  
<http://www.itzg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2014-Broj-04.pdf>, [05.07.2017.]
11. Hrvatski turizam u brojkama 2015.  
<http://www.itzg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2015-Broj-02.pdf>, [05.07.2017.]
12. Hotel Weekend touroperator <http://hotellweekend.se/>, [05.07.2017.]
13. Infinity Holidays Touroperator <http://www.infinityholidays.com.au/explore-holidays>, [05.07.2017.]
14. Informacijski sustavi  
[https://hr.wikipedia.org/wiki/Informacijski\\_sustavi](https://hr.wikipedia.org/wiki/Informacijski_sustavi), [05.07.2017.]

15. Internet <https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet>, [05.07.2017.]
16. Intranet <https://hr.wikipedia.org/wiki/Intranet>, [05.07.2017.]
17. Institut za turizam <http://www.iztzg.hr/>, [05.07.2017.]
18. Održivi turizam Hrvatska <http://www.odrzivi.turizam.hr/>, [05.07.2017.]
19. Poslovni dnevnik <http://www.poslovni.hr/svijet-i-regija/svjetom-u-2014-putovalo-vise-od-11-milijardi-turista-288756>, [05.07.2017.]
20. Poslovni informacijski sustavi <https://element.hr/artikli/file/1387>, [05.07.2017.]
21. Turizam u Hrvatskoj  
[https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam\\_u\\_Hrvatskoj](https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj), [05.07.2017.]
22. Upravljanje marketingom turističke destinacije: Stanje i perspektive u Republici Hrvatskoj <http://hrcak.srce.hr/file/59982>, [22.08.2017.]
23. Wyndham Worldwide Corporation  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Wyndham\\_Worldwide](https://en.wikipedia.org/wiki/Wyndham_Worldwide), [05.07.2017.]
24. Turizmologija- turooperatori i svjetski turizam  
<http://www.turizmologija.com/knjiga/turooperatori-i-svjetski-turizam/>, [05.07.2017.]

## SAŽETAK

Pojava i razvoj informacijskih tehnologija uvelike je olakšala samo djelovanje turoperatora na turističkom tržištu. Glavna funkcija turoperatora na tržištu je organizatorska, što znači da je on kreator i organizator ponude, a prodaju svojih usluga vrši koristeći posrednike (turističke agencije) koji izravno prodaju svoje usluge klijentima i ne snose rizik za neprodane kapacitete, dok turooperator snosi rizik.

U pravilu turooperator nema izravan kontakt s klijentima, i njegova sama lokacija nije presudna za uspjeh kao što je to jedna od glavnih stavki putničkoj agenciji.

Prije nešto više od trideset godina turooperatori su došli do zaključka da bi se trebali integrirati u internetske mreže i takvim poslovanjem povećati svoju prodaju, a time i profit. U suvremenom turizmu korištenje informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ICT) postaje nužnost i uvjet napretka posrednika.

U radu su navedene i opisane web stranice nekih od vodećih turoperatora u Europi i svijetu, te kako se njima koristiti i koliko su reprezentativne za što bolje poslovanje tih turooperatora. Također, u radu su navedeni i neki članci i radovi raznih autora i studenata koji u svojim istraživanjima dolaze do raznih zaključaka za poboljšanje poslovanja e-turooperatora jer Internet ima neograničeno veliku ulogu u njihovom radu i zaradi.

Sam zaključak rada odnosi se na to da je primjena novih informacijskih tehnologija od strateškog značaja za svaku tvrtku jer smanjuje troškove, jača konkurentnost te povećava produktivnost.

Ključne riječi: turooperator, informacijske tehnologije, konkurentnost

## SUMMARY

The emergence and development of information technology has really made the work of touroperators on the market easy. The main function of touroperator is organisational, which means that touroperator is the creator and the organizer of tourism supply, and the sale of its services is done through intermediaries (travel agencies) who sell their services to their clients directly and do not bear the risk of unsold capacities, while touroperators do.

Generally, touroperators don't have a direct contact with their clients, and their location is not crucial for success, while situation with travel agencies is different.

Just over thirty years ago, tour operators came to the conclusion that they should integrate into the Internet and increase their sales and with that their profits, by doing so. In modern tourism, the use of information and communication technologies (ICT) becomes a necessity and a requirement for the progress of intermediaries.

This thesis paper lists and describes the websites of some of the leading tour operators in Europe and the world, how they are used and how representative they are for the best business of these tour operators. In addition, some articles and researches by various authors and students are quoted. In their researches, they come up with various conclusions to improve the e-touroperator business because Internet has an unlimited role in their work and profit.

The conclusion of this paper itself is that the application of new information technologies is of strategic importance to every company because it reduces expenses, strengthens competitiveness and increases productivity.

Keywords: touroperator, information technology, competitiveness

## POPIS SLIKA

**Slika 1.** Vodeće turističke destinacije u 2015.,

Hrvatski turizam u brojkama 4/2015; Institut za turizam, [05.07.2017.]

**Slika 2.** Kombinacija komponenti IS kojima se omogućava realizacija različitih tehnoloških rješenja;

Internet;

[https://www.google.hr/search?dcr=0&biw=1280&bih=915&tbo=isch&sa=1&q=informacijski+sustav&oq=informacijski+su&gs\\_l=psy-ab.3.0.0j0i24k1l3.121453.123263.0.124374.16.15.0.0.0.247.2215.0j10j3.13.0...0...1.1.64.ps\\_y-ab..3.13.2208...0i67k1j0i30k1.QTzFN6mzAAQ](https://www.google.hr/search?dcr=0&biw=1280&bih=915&tbo=isch&sa=1&q=informacijski+sustav&oq=informacijski+su&gs_l=psy-ab.3.0.0j0i24k1l3.121453.123263.0.124374.16.15.0.0.0.247.2215.0j10j3.13.0...0...1.1.64.ps_y-ab..3.13.2208...0i67k1j0i30k1.QTzFN6mzAAQ), [05.07.2017.]

**Slika 3.** Priprema informacijske podloge za poslovno odlučivanje

Poslovni informacijski sustavi <https://element.hr/artikli/file/1387>, [05.07.2017.]

**Slika 4.** Razlike između turoperatora i turističkih agencija

<https://drakic.files.wordpress.com/2013/03/razlika-izmec491u-turistic48dkih-agencija-i-turoperatora.pdf>, [05.07.2017.]

**Slika 5.** E-turooperatori

[https://www.google.hr/search?q=turooperatori+logo&dcr=0&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjUmOfZ4oTWAhWFXRQKHQS6AQMQ\\_AUICigB&biw=1280&bih=915](https://www.google.hr/search?q=turooperatori+logo&dcr=0&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjUmOfZ4oTWAhWFXRQKHQS6AQMQ_AUICigB&biw=1280&bih=915), [05.07.2017.]

**Slika 6.** AITO logo

<https://www.aito.com/>, [05.07.2017.]

**Slika 7.** Web stranica AITO

<https://www.aito.com/>, [05.07.2017.]

**Slika 8.** Web stranica Balkan Holidays London

Balkan Holidays Touroperator <http://www.balkanholidays.co.uk/>, [05.07.2017.]

**Slika 9.** Web stranica Argo Travel

Argo Travel Group <http://www.argotravel.com/en/>, [05.07.2017.]

**Slika 10.** Web stranica First Choice

First Choice Touroperator <http://www.firstchoice.co.uk/>, [05.07.2017.]

**Slika 11.** Web stranica Holiday Cottages Groups

Holiday Cottages Touroperator <http://www.holidaycottages.co.uk/large>, [05.07.2017.]

**Slika 12.** Citiescapes logo

Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

**Slika 13.** Travel Escapes logo

Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

**Slika 14.** Cruisescapes logo

Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

**Slika 15.** Web stranica Alan Lynch Travel Group

Citiescapes Touroperator <http://citiescapes.ie/>, [05.07.2017.]

**Slika 16.** Infinity Holidays logo

Infinity Holidays Touroperator <http://www.infinityholidays.com.au/explore-holidays>,  
[05.07.2017.]

**Slika 17.** Web stranica Infinity Holidays

Infinity Holidays Touroperator <http://www.infinityholidays.com.au/explore-holidays>,  
[05.07.2017.]

**Slika 18.** Web stranica Hotellweekend

<http://hotellweekend.se/>, [05.07.2017.]