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/urn:nbn:hr:124:576665

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

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 TUROPERATORA….11
   5.1. Kronološki pregled……...……...11
   5.2. Intranet……..…….13
   5.3. Extranet……...13
   5.4. Internet……...14
   5.5. Suvremene tehnologije u poslovanju turoperatora……..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. Turoperatori, 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 turoperatora na turističkom tržištu. Turoperator 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 turoperatora, 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 turoperatori kao subjekti u turizmu te se analizira značenje ICT-a u poslovanju turoperatora. Nadalje, opisani su neki od vodećih turoperatora u Europi i svijetu, te je napravljena usporedba funkcionalnosti različitih tehnoloških rješenja. Zatim, u radu je opisan Case study na temu online poslovanja turoperatora 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 turoperatora 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 turoperatora.

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 Krapf, 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: "ljude 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 nacija 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

[1]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/ *Tourist nights*		Udio u ukupnim noćenjima (u %)/ *Share in total tourist nights (in %)*		Stopa promjene (2015./ 2014.)/ *Rate of change (2015/ 2014)*
		2014.	2015.	2014.	2015.	2015./2014.
1.	Rovinj – *Rovigno*	3.019	3.142	4,5	4,4	4,1
2.	Dubrovnik	2.820	2.984	4,2	4,2	5,8
3.	Poreč – *Parenzo*	2.390	2.602	3,6	3,6	8,9
4.	Medulin	1.911	2.139	2,9	3,0	11,9
5.	Mali Lošinj	1.735	1.827	2,6	2,6	5,3
6.	Zagreb	1.602	1.804	2,4	2,5	12,6
7.	Umag – *Umago*	1.578	1.774	2,4	2,5	12,4
8.	Crikvenica	1.363	1.512	2,0	2,1	11,0
9.	Tar-Vabriga – *Torre-Abrega*	1.469	1.479	2,2	2,1	0,7
10.	Vrsar – *Orsera*	1.415	1.461	2,1	2,0	3,3
11.	Pula – *Pola*	1.363	1.442	2,1	2,0	5,7
12.	Zadar	1.310	1.434	2,0	2,0	9,4
13.	Funtana – *Fontane*	1.326	1.421	2,0	2,0	7,1
14.	Šibenik	1.312	1.415	2,0	2,0	7,9
15.	Novalja	1.288	1.372	1,9	1,9	6,5
16.	Split	1.046	1.340	1,6	1,9	28,1
17.	Opatija	1.136	1.220	1,7	1,7	7,4
18.	Labin	1.175	1.219	1,8	1,7	3,7
19.	Makarska	1.016	1.115	1,5	1,6	9,8
20.	Rab	1.089	1.106	1,6	1,5	1,6
21.	Krk	965	1.045	1,5	1,5	8,3
22.	Novigrad – *Cittanova*	931	1.025	1,4	1,4	10,1
23.	Vodice	1.002	1.024	1,5	1,4	2,2
	Ukupno (mjesta s milijun i više noćenja)/ ***Total*** *(destinations with million or more nights)*	32.364	36.903	48,7	51,5	14,0
	Ostala mjesta/ ***Other destinations***	34.120	34.703	51,3	48,5	1,7
	Ukupno Hrvatska/ ***Total Croatia***	66.484	71.605	100,0	100,0	7,7

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

[1] Turizam u Hrvatskoj https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj, [05.07.2017.]

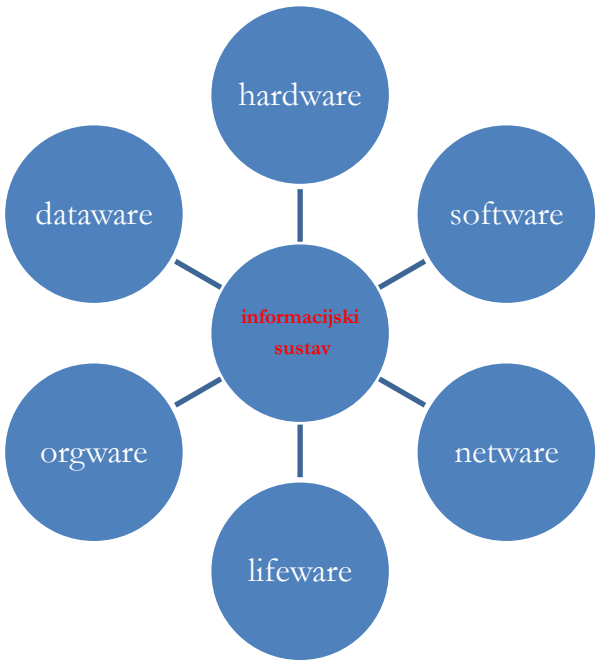
3. INFORMACIJSKI SUSTAVI

[2]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&tbm=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.psy-ab..3.13.2208...0i67k1j0i30k1.QTzFN6mzAAQ, [05.07.2017.]

[2] 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.

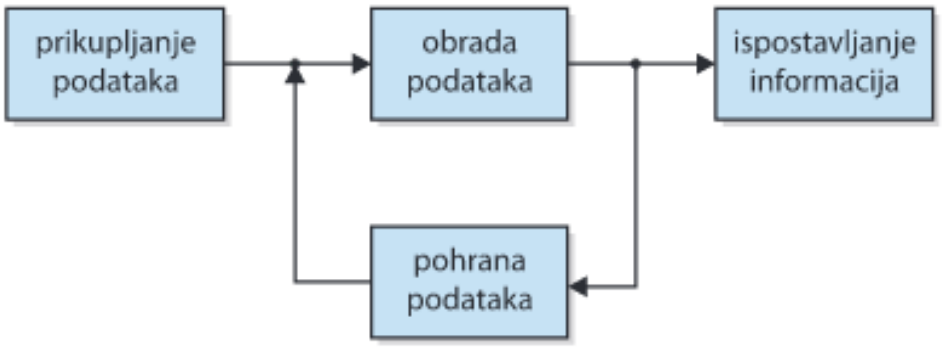
Lifeware (ljudska komponenta) čine svi ljudi koji u bilo kojoj funkciji i s bilo kakvom namjerom sudjeluju u radu sustava i koriste rezultate njegova rada. S jedne strane, to je skupina profesionalnih informatičara koji djeluju u sustavu i njihov je brojčani udio u ukupnom ljudskom potencijalu sustava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

[3]Turoperator 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. Turoperator 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 turoperatoru u cijelosti pripada zarada, odnosno on snosi rizik za mogući gubitak. Turoperatori generalisti ili univerzalni turoperatori nude vrlo široku lepezu paket-aranžmana za vrlo heterogenu masu turističkih potrošača (neki i za nekoliko milijuna klijenata) u velikom broju destinacija. Incoming turoperatori djeluju na domicilnom tržištu i kreiraju paket-aranžmane za inozemnu klijentelu, te ih posredstvom mreže turističkih agencija u inozemstvu prodaju na tim tržištima. Turoperatori specijalisti orijentirani su na uži segment tržišta potražnje, homogen s obzirom na poseban interes klijentele za koju turoperator specijalist kreira svoje aranžmane.

U praksi se mogu susresti različiti pojavni oblici tih turoperatora, 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 turoperatora po veličini:

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

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

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

Turoperatori 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 turoperatora jer su revolucionalizirali i samim time uvelike olakšali njihove komunikacijske odnose s klijentima i suradnicima. Turoperatori 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 turoperator cijena bude prihvatljiva i primamljiva za potencijalnog kupca. Postoji razlika između velikih i malih turoperatora. Veliki turoperatori pokrivaju veliku broj destinacija i turističkih usluga, dok mali turoperatori 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, turoperatori 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 turoperatora, komunikacija putem videoteksta omogućava agencijama pristup rezervacijskom sustavu turoperatora 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. Turoperatori 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 turoperatori mogu poslovati i koordinirati velikim brojem putnika bez straha od grešaka.

Slika 4. Razlike između turoperatora i turističkih agencija

TUROPERATOR	TURISTIČKA AGENCIJA
- Trgovac na veliko - Poduzetnik i posrednik - Kupuje usluge za vlastito ime i za vlastiti račun - Kreira vlastiti proizvod - Osnovni izvor prihoda: prodaja vlastitih proizvoda - Snosi rizik za neprodane kapacitete - U pravilu nema izravni kontakt s klijentima - Prodaju svih proizvoda vrši najčešće koristeći posrednike - Lokacija nije presudna za uspješno poslovanje - Glavna funkcija: organizatorska - Specifična informativno savjetodavna funkcija na tržištu	- Trgovac na malo - Posrednik prodaja usluga za svoje ime i tuđi račun - Plasira na tržište tuđe proizvode - Osnovni izvor prihoda: provizija - Ne snosi rizik za neprodane kapacitete - Ima izravan kontakt s klijentima - Vrši izravnu prodaju usluga klijentima - Lokacija je vrlo bitna za uspjeh u poslovanju - Glavna funkcija: posrednička - Opća informativno savjetodavna funkcija na tržištu - Izražena komercijalno propagandna funkcija

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

5.2. Intranet

[4]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) turoperatorima sljedeće aktivnosti:

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

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

5.3. Extranet

[5]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 turoperatora s agencijama, hotelima i drugim dobavljačima. U relaciji turoperator-agencija, moguć je pristup bazama s podacima o bookingu, prosječnim iznosima potrošenog novca, in i out proizvodima/uslugama i destinacijama.

[4] https://hr.wikipedia.org/wiki/Intranet, [05.07.2017.]
[5] https://hr.wikipedia.org/wiki/Ekstranet [05.07.2017.]

5.4. Internet

[6]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 turoperatora omogućava veću interakciju s kupcima, a samim time i bolje razumijevanje želja i potreba kupaca.

Internet igra veliku ulogu malim i specijaliziranim turoperatorima. Malim turoperatorima teško se probiti kroz cijelu mrežu velikih turoperatora, a pojavom interneta to se promijenilo i putnici znaju i cijene male turoperatore. Tako sve više na popularnosti dobivaju specijalizirani turoperatori 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.

[6] 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 [7]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 turoperatori 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

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

6. PRIMJERI POSLOVANJA

Slika 5. E-turoperatori



Izvor: https://www.google.hr/search?q=turoperatori+logo&dcr=0&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjUmOfZ4oTWAhWFXRQKHQS6AQMQ_AUICigB&biw=1280&bih=915, [05.07.2017.]

6.1. AITO

[8]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.]

[8] 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 pronalaska idealnog putovanja za korisnike.

6.2. Balkan Holidays London

[9]Balkan Holidays je e-turoperator 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



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

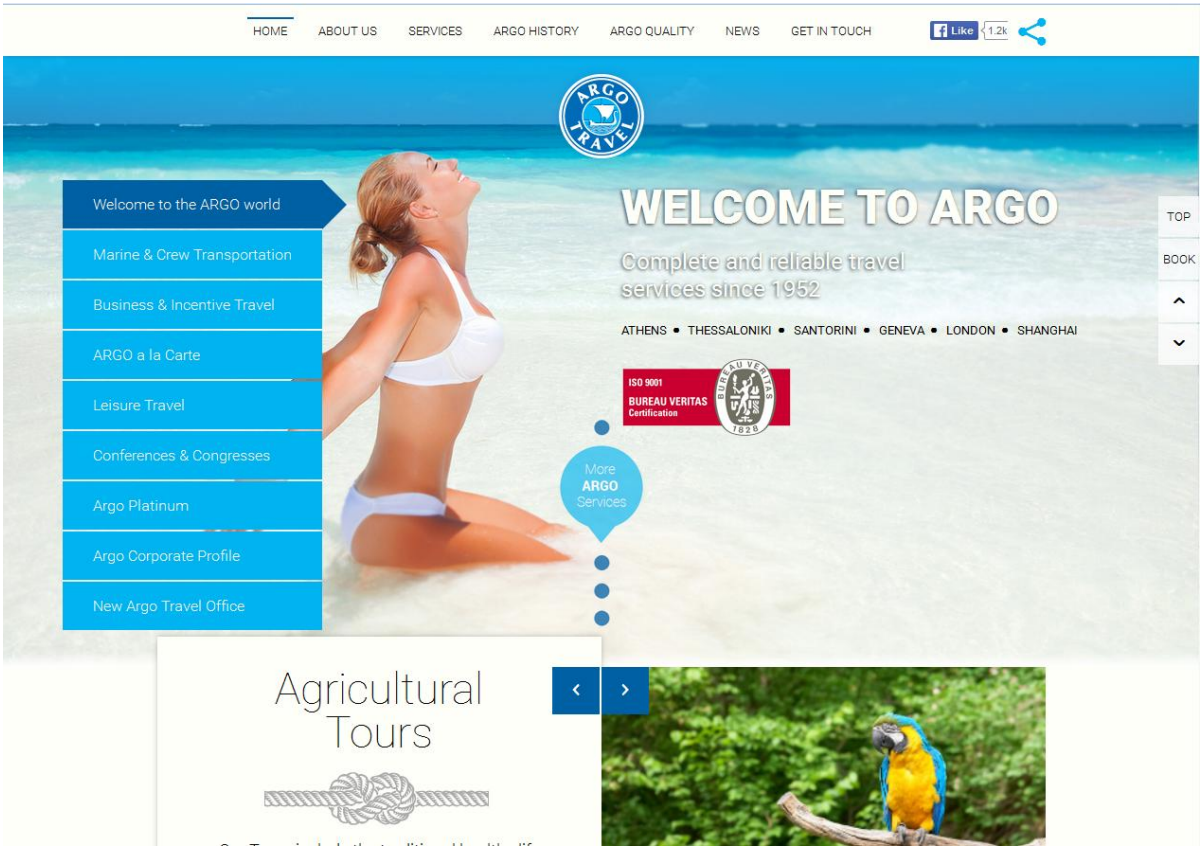
Na web stranici ovog e-turoperatora moguće je pretraživati putovanja i bookirati online, a moguće je i „listati“ brošure kako bi klijenti mogli vidjeti koliko će toga dobiti za najmanju moguću cijenu, kažu članovi.

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

6.3. Argo Holidays

[10]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.]

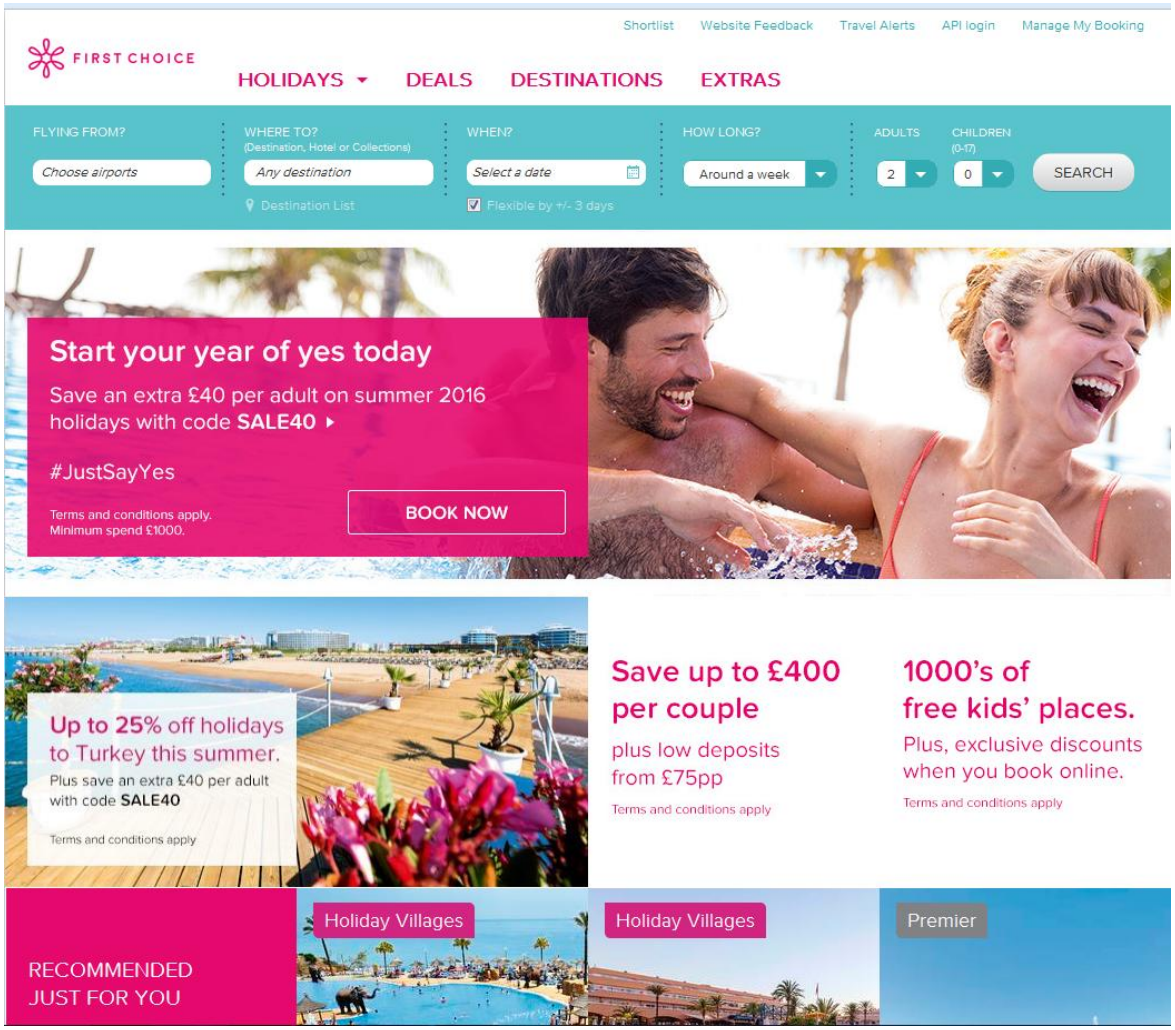
Na web stranici moguće je pretražiti i bookirati razne vrste putovanja u nautičkom turizmu, poslovnom i odmorišnom turizmu, za potrebe konferencija i kongresa i drugo.

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

6.4. First Choice

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

Slika 10. Web stranica First Choice



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

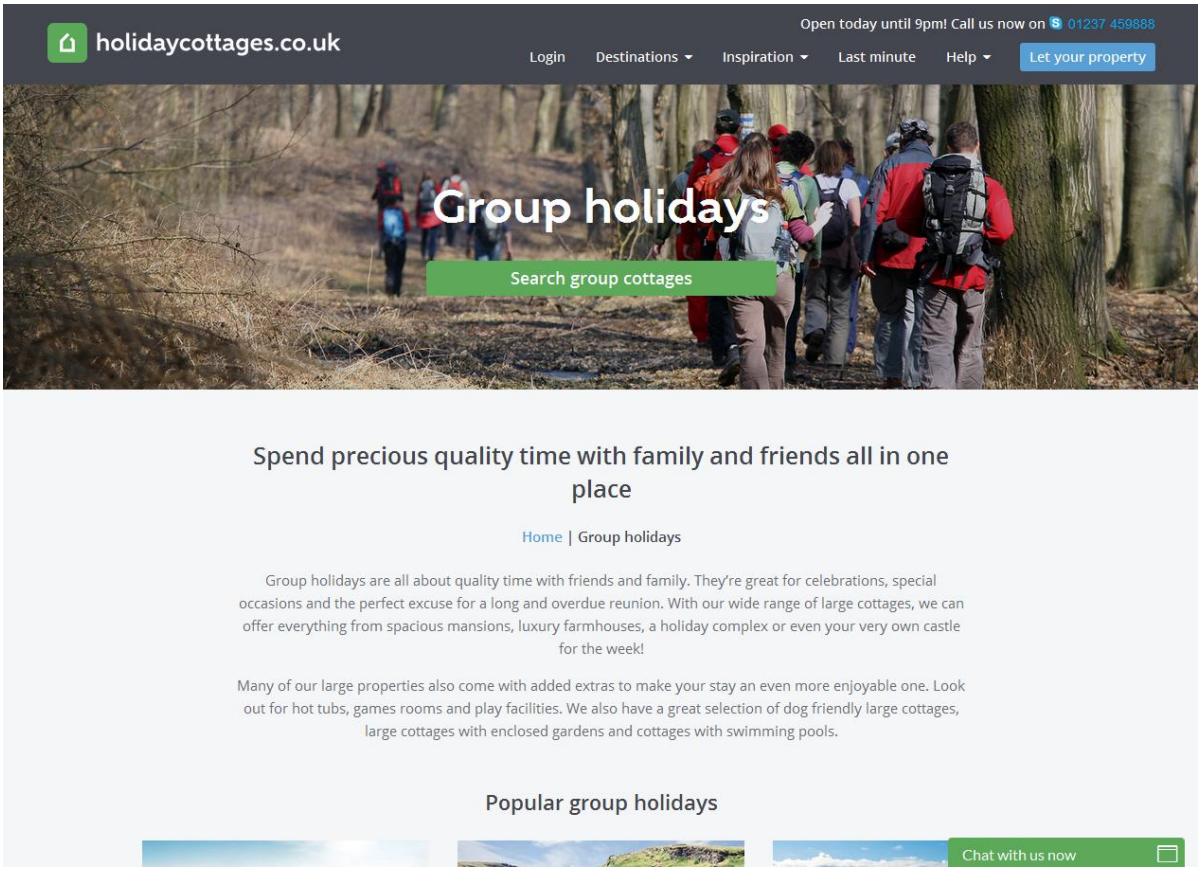
Na web stranici moguće je odabrati putovanja unosom početne točke, odredišta, vremenskog razdoblja putovanja i broja osoba. [11]First Choice nudi mnoge paket aranžmane koji uključuju ronjenje u egipatskom Crvenom moru, odmoru na Kubanskim plažama, kušanja španjolskih delicija i drugo.

[11] 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 Touroperator

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

Na početnoj stranici [12]Holiday Cottages Group nalazi se kratak opis tog turoperatora. 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.

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

6.6. Alan Lynch Travel Group

[13]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 Europi, 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.]

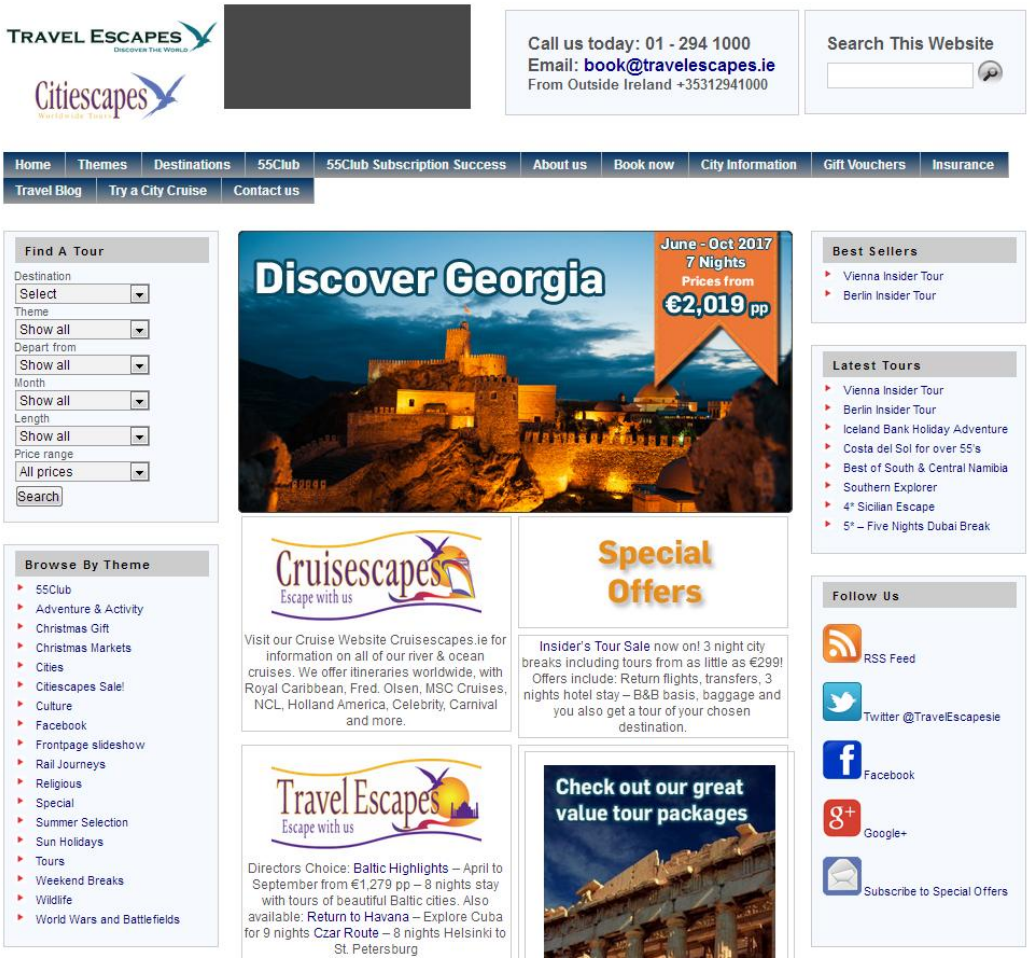
Slika 14. Cruisescapes logo



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

[13] http://citiescapes.ie/, [05.07.2017.]

Slika 15. Web stranica Alan Lynch Travel Group



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

Web stranica ovog turoperatora 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 turoperatora, te trenutne najbolje prodavane paket aranžmane.

6.7. Infinity Holidays

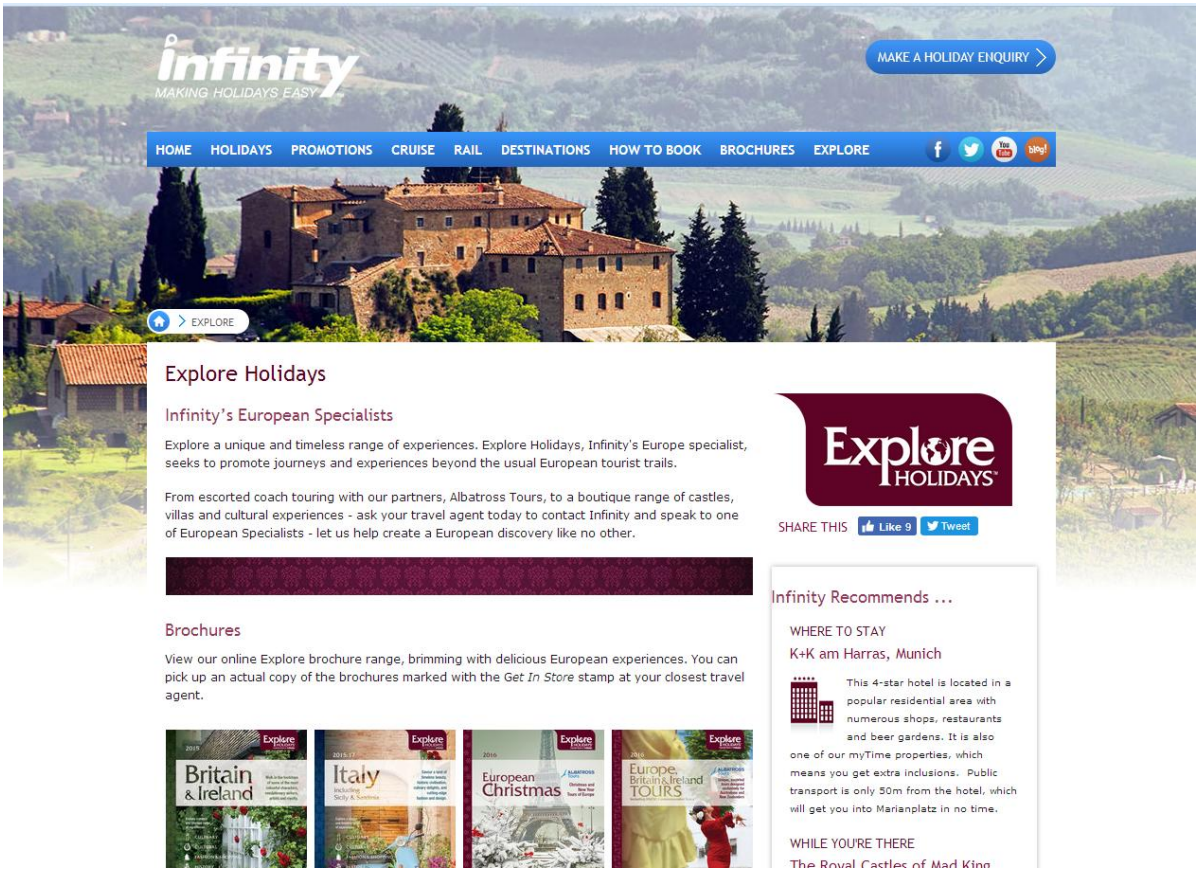
Turoperator specijaliziran za domaća i međunarodna putovanja, posebice za Novi Zeland. Timovi zaduženi za sastavljanje paket aranžmana organiziraju putovanja po Australiji, Novom Zelandu, Pacifiku, Europi, Kanadi, Aljasci, Havajima, Karibima i Aziji. Posluju od 1995. godine, a 4 godine zaredom, od 2012. 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. [14]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.]

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

Slika 17. Web stranica Infinity Holidays



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.

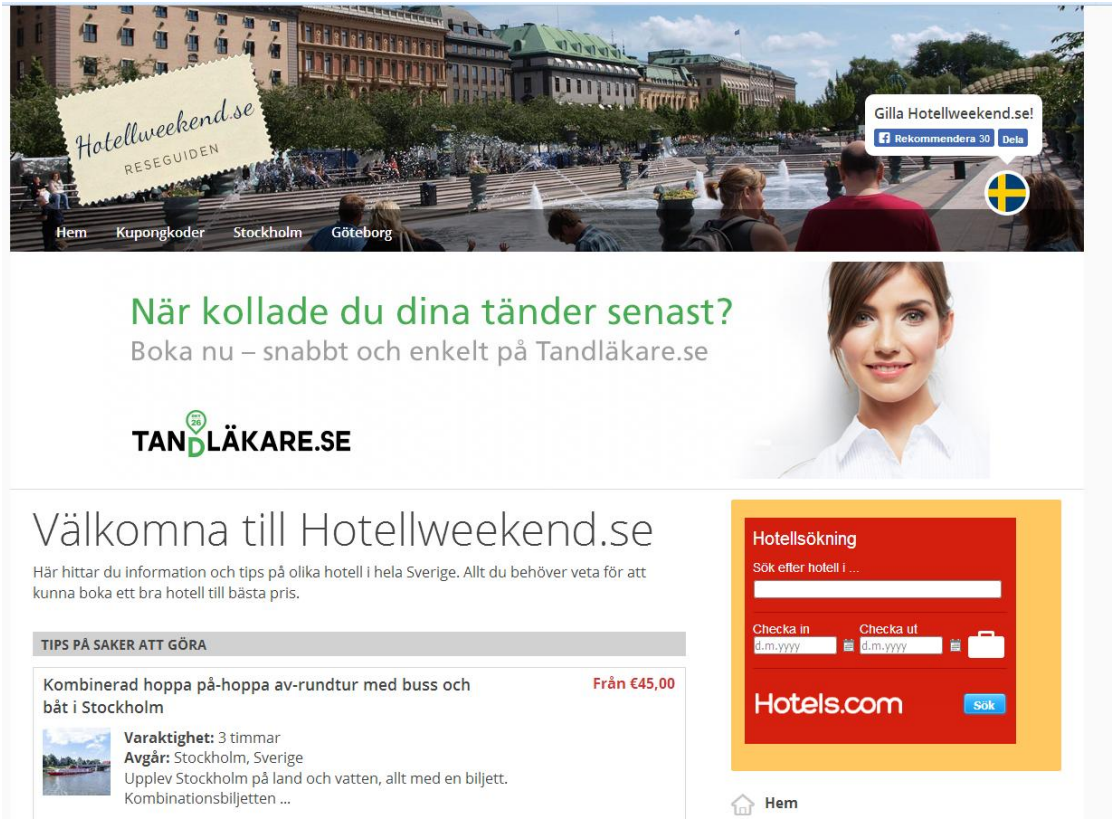
7. USPOREDBA FUNKCIONALNOSTI RAZLIČITIH TEHNOLOŠKIH RJEŠENJA

Razvoj suvremenih informacijsko komunikacijskih tehnologija uvjetovao je inovativnosti u poslovanju posrednika. Turoperatori 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. Turoperatorima 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 turoperatori 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 turoperatorima kojima je pojava Interneta uvelike olakšala cjelokupno poslovanje i komunikaciju s partnerima i kupcima. Važan aspekt kvalitete turoperatora 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 turoperatori mogu još poraditi. Pristup istraživanju turoperatora ukazuje na nužnost primjene tehnoloških inovacija, te kontinuirano praćenje istih jer se sami opstanak turoperatora 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. Turoperatori koji usvajaju ICT rješenja za povećanje efikasnosti i ubrzanje prodaje turističkog proizvoda mogu ostvariti konkurentsku prednost.

8. CASE STUDY- ONLINE POSLOVANJE ZA TUROPERATORE U SKANDINAVIJI

Švedski turoperator [15]Fritidsresor, www.fritidsresor.se pripada organizaciji TUI. U Švedskoj, ovaj turoperator nosi 15% ukupne prodaje proizvoda i usluga. Španjolski otok Gran Canaria, Tenerife i Cipar su top tri destinacije za koje paket aranžmane sastavlja ovaj turoperator i prodaje preko interneta. Također, u Finskoj ovaj turoperator nosi čak 17% ukupne prodaje, a u cijeloj Nordijskoj regiji 20% kao jedan od vodećih turoperatora. 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 turoperatora i njihovom održavanju konkurentnosti na tržištu. Danas, ovaj turoperator nosi ime [16]Hotellweekend, www.hotellweekend.se i specijalizira se za kratka vikend putovanja.

Slika 18. Web stranica Hotellweekend



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

[15] http://www.tui.se/, [05.07.2017.]
[16] 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[17].

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[18].

[17] Veleučilište u Požegi (2007.): Primjena e-marketinga u turizmu; Andrlić Berislav, str. 12
[18] Zekanović-Korona Ljiljana, Klarin Tomislav (2012.): Informacijsko-komunikacijska platforma za nove načine putovanja

Turoperatori specijalisti danas vladaju turističkim tržištem i da se sve više turista odlučuje na kupnju njihovih aranžmana. Turoperatori specijalisti zbog usmjeravanja svog poslovanja na pojedine segmente potencijalnih gostiju vrše pozitivne učinke na turistička kretanja, odnosno aranžmanima turoperatora 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[19].

Utvrđuje se značaj i razvoj prihvaćanja suvremenih trendova od strane posrednika u svrhu unaprjeđenja kvalitete proizvoda i usluga. Pristup istraživanju turoperatora 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[20].

[19] Knežević Melania (2010.): Turoperatori specijalisti i analiza utjecaja na turistička kretanja; diplomski rad, sažetak
[20] Suvremeni trendovi u poslovanju turoperatora; 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. turoperatori imaju ulogu konsolidatora turističke ponude koji pojednostavljuju 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. Turoperatori ne mogu sami od Hrvatske napraviti jedinstven i prepoznatljiv brend. Izuzetno im je potrebna podrška državnih institucija, a tu se u prvom redu očekuje pomoć 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 turoperator posluje, analize konkurencije, promocije i zadovoljenja potreba i želja korisnika turističkih usluga.

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

U ovom radu se korištenjem metode analize došlo do zaključka da je izgled i preglednost web stranice turoperatora, 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 direktan 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; Andrlić Berislav, Veleučilište u Požegi). Pristup istraživanju turoperatora i online agencija ukazuje na nužnost primjene tehnoloških inovacija, te kontinuirano praćenje istih. Turoperatori 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 turoperatori 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 njihovoj web stranici unese početna točka, odredište, vremensko razdoblje putovanja i broj osoba. Infinity Holidays je turoperator 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 rijekama 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 turoperator koji se najviše ističe od navedenih i opisanih turoperatora 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 turoperatora, 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 turoperatori nisu u mogućnosti ostvariti konkurentske 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, [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.iztzg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2014-Broj-04.pdf, [05.07.2017.]
11. Hrvatski turizam u brojkama 2015. http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2015-Broj-02.pdf, [05.07.2017.]
12. Hotel Weekend turoperator 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, [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/svijetom-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, [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, [05.07.2017.]
24. Turizmologija- turoperatori i svjetski turizam http://www.turizmologija.com/knjiga/turoperatori-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 turoperator snosi rizik.

U pravilu turoperator 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 turoperatori 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 turoperatora. 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-turoperatora 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: turoperator, 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 and the organizer of tourism supply, and the sale of it's 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 beacuse 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&tbm=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.psy-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-turoperatori
https://www.google.hr/search?q=turoperatori+logo&dcr=0&source=lnms&tbm=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.]