

# Primjena kontrolinga u sektoru turizma putem aplikativnih rješenja

---

Kišurek, Zvonimir

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:018900>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-12**

*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**

**Zaprešić**

**Stručni prijediplomski studij**  
**Poslovanje i upravljanje**

**ZVONIMIR KIŠUREK**

**PRIMJENA KONTROLINGA U SEKTORU TURIZMA PUTEM APLIKATIVNIH**  
**RJEŠENJA**

**ZAVRŠNI RAD**

**Zaprešić, 2023. godine**

**VELEUČILIŠTE**

**s pravom javnosti**

**BALTAZAR**

**ZAPREŠIĆ**

*Zaprešić*

**Stručni prijediplomski**

**studij Poslovanje i**

**upravljanje**

**Usmjerenje Poslovna ekonomija i financije**

**ZAVRŠNI RAD**

**PRIMJENA KONTROLINGA U SEKTORU TURIZMA PUTEM  
APLIKATIVNIH RJEŠENJA**

**Mentor:**

**dr. sc. Matej Galić, prof. v. š., znan. sur.**

**Student:**

**Zvonimir Kišurek**

**Naziv kolegija:**

OSNOVE KONTROLINGA

0010231701

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	4
<b>1.1. Predmet istraživanja</b> .....	4
<b>1.2. Krajnji cilj istraživanja</b> .....	4
<b>1.3 Metode istraživanja</b> .....	5
<b>2. UVOD U KONTROLING I PRIMJENU U SEKTORU TURIZMA</b> .....	6
<b>2.1. Definiranje i svrha kontrolinga</b> .....	6
<b>2.2. Informiranje donositelja odluka</b> .....	7
<b>2.3. Prednosti i izazovi primjene kontrolinga u turizmu</b> .....	8
<b>3. SLOŽENOST TURISTIČKOG SEKTORA</b> .....	10
<b>3.1. Integracija informacijskih tehnologija</b> .....	10
<b>3.2. Specifičnosti primjene kontrolinga u sektoru turizma</b> .....	12
<b>4. RAČUNOVODSTVENI INFORMACIJSKI SUSTAVI ZA TURISTIČKI USLUŽNI SEKTOR</b> .....	15
<b>4.1. Računovodstveni informacijski sustavi primjenjivi u turizmu</b> .....	15
<b>4.2. Financiranje i planiranje u turizmu</b> .....	17
<b>4.3. Upravljanje zalihama</b> .....	19
<b>4.4. Analiza turističkog prometa i tržišnih trendova</b> .....	20
<b>5. MARKETINŠKE AKTIVNOSTI</b> .....	23
<b>5.1. Istraživanje tržišta i marketinške aktivnosti</b> .....	24
<b>5.2. Kontrola kvalitete podataka</b> .....	27
<b>5.3. Digitalna transformacija turističkog sektora</b> .....	29
<b>5.4. Kontroling u upravljanju ekološkim performansama</b> .....	32
<b>Zaključak</b> .....	36
<b>Literatura</b> .....	39

## **Predgovor**

U suvremenom poslovnom okruženju, sektor turizma ima ključnu ulogu u gospodarskom razvoju mnogih zemalja diljem svijeta. S povećanjem interesa za putovanjima diljem svijeta i stalnim rastom potražnje za turističkim destinacijama, turistička industrija se suočava s brojnim izazovima. Upravljanje turističkim organizacijama zahtijeva jasne i promišljene odluke kako bi se ostvarila konkurentna prednost i postigao uspjeh na tržištu. U tom kontekstu, primjena kontrolinga putem aplikativnih rješenja ima sve veću važnost u sektoru turizma. Kontroling se odnosi na procese planiranja, praćenja i analize poslovnih aktivnosti s ciljem optimizacije resursa, povećanja učinkovitosti i ostvarenja ciljeva organizacije. Aplikativna rješenja, uključujući različite softverske alate, omogućuju turističkim poduzećima prikupljanje, analizu i interpretaciju podataka kako bi donosili kvalitetne odluke.

Cilj ovog završnog rada je istražiti primjenu kontrolinga putem programskih rješenja u sektoru turizma. Fokusirajući se na primjere dobre prakse, istražiti ćemo kako informatička rješenja mogu poboljšati operativne procese, financijsko upravljanje, planiranje i kontrolu u turističkim poduzećima. Također, razmotriti prednosti i izazove uvođenja ovih rješenja, te kako ih integrirati u postojeće poslovne sustave. Kombinirajući teorijski okvir s praktičnim primjerima, ovaj rad ima za cilj pružiti konkretna rješenja i smjernice turističkim poduzećima koja žele iskoristiti prednosti kontrolinga putem aplikativnih rješenja. Na kraju, nadam se da će ovaj završni rad pružiti dublje razumijevanje važnosti i primjene kontrolinga putem aplikativnih rješenja u sektoru turizma. Također se nadam da će rezultati ovog istraživanja biti korisni za turistička poduzeća u donošenju korisnih odluka i postizanju uspješnih poslovnih rezultata u dinamičnom okruženju turističke industrije.

## **Sažetak**

Turistički sektor, koji je iz godine u godinu u sve većem zamahu, mora prije svega pratiti trendove na tržištu kako bi ostao konkurentan u svojem radu, osluškujući i prateći zahtjeve gostiju i trendove koji se nameću. Kontroling predstavlja iznimno važnu značajku u poslovanju, te osigurava da se poslovanje odvija proaktivno i efikasno, ali uz primaran cilj da se ostvare očekivani planovi. Esencijalna funkcija kontroliga u turizmu je analiza i planiranje, te kreiranje optimalnih rješenja poslovanja. Nadalje, kontroling pruža uvid u ekonomske pokazatelje poslovanja, smjerove razvitka i zahtjeve gostiju. Cilj rada je objasniti kao aplikativna rješenja mogu pomoći u današnjem poslovnom okruženju, te koje prednosti nudi kontroling, kada govorimo o turističkom sektoru.

Ključne riječi; kontroling, turistički sektor, aplikativna rješenja, upravljanje turističkim poduzećima

## **Summary**

The tourism sector, which is growing year by year, must primarily keep up with market trends to remain competitive by listening to and following the demands of guests and emerging trends. Controlling represents an extremely important feature in business and ensures that operations are carried out proactively and efficiently, with the primary goal of achieving expected plans. The essential function of controlling in tourism is analysis and planning, as well as creating optimal business solutions. Furthermore, controlling provides insight into economic indicators of operations, development directions, and guest requirements. The goal of this work is to explain how applied solutions can help in today's business environment and what advantages controlling offers when it comes to the tourism sector.

Keywords: controlling, tourism sector, applied solutions, managing tourism companies

## **1. UVOD**

Turizam je jedan od najdinamičnijih sektora u današnjem globalnom gospodarstvu. S internacionalnim putovanjima u porastu i sve većom potražnjom za zanimljivim destinacijama i novim uslugama, upravljanje u sektoru turizma postaje sve složenije. Upravo zbog toga, primjena kontrolinga u sektoru turizma putem aplikativnih rješenja postaje ključna za uspješno vođenje i upravljanje turističkim poduzećima. Kontroling je koncept koji se temelji na planiranju, kontroliranju i analizi poslovnih procesa s ciljem postizanja efikasnosti, optimizacije resursa i donošenja optimiziranih odluka. Primjena kontrolinga u sektoru turizma donosi niz prednosti, uključujući povećanje konkurentnosti, poboljšanje financijske održivosti, optimizaciju troškova i povećanje zadovoljstva gostiju.

### **1.1. Predmet istraživanja**

Aplikativna rješenja ili softverski alati koji imaju ključnu ulogu u implementaciji kontrolinga u turizmu. Omogućujući prikupljanje, analizu i interpretaciju podataka iz različitih izvora kao što su financijski izvještaji, rezervacije, povratne informacije gostiju, operativni pokazatelji i drugi relevantni podaci. Kroz integraciju ovih podataka, aplikativna rješenja pružaju holistički uvid u poslovanje turističkog poduzeća. Primjena kontrolinga putem aplikativnih rješenja u sektoru turizma omogućuje praćenje ključnih pokazatelja uspješnosti, kao što su popunjenost smještajnih kapaciteta, prosječna potrošnja gostiju, ocjene zadovoljstva gostiju i ostali relevantni parametri. Između ostalog omogućuje identifikaciju potencijalnih problema ili nedostataka te pravovremeno poduzimanje korektivnih mjera radi poboljšanja poslovnih rezultata.

### **1.2. Krajnji cilj istraživanja**

Ovaj rad ima za cilj istražiti primjenu kontrolinga u sektoru turizma putem aplikativnih rješenja. Kroz razradu konkretnih područja po segmentima i zahtjevima koji se nameću u turističkom sektoru, analizirat će se kako aplikativna rješenja olakšavaju procese planiranja, praćenja i analize poslovanja u turizmu. Također, razjasniti kako primjena kontrolinga putem programskih rješenja može doprinijeti optimizaciji resursa, poboljšanju financijske performanse i povećanju konkurentne prednosti turističkih poduzeća. Pružiti uvid u najnovije trendove i tehnologije u području kontrolinga u turizmu. Tijekom ovog rada, razmotrit će se

nekoliko ključnih tema vezanih uz primjenu kontrolinga putem aplikativnih rješenja u sektoru turizma.

### **1.3 Metode istraživanja**

U svrhu izrade ovog rada korištena je znanstveno-istraživačka metoda uz primjenu analitičke metode, komparacije i SWOT analize<sup>1</sup>. Rad se temelji na sekundarnim izvorima podataka i metodama dedukcije, indukcije i kompilacije do sada objavljenih radova na ovu temu ali i radi prikaza mogućih prednosti. S obzirom na navedeno, cilj rada je istražiti značajke suvremenoga kontrolinga te prikazati njegovu ulogu i važnost u sektoru turizma, sa svrhom predlaganja sveobuhvatnijeg uvođenja funkcije kontrolinga kao pretpostavke djelotvornoga rada suvremenog poslovanja.

---

<sup>1</sup> Albert Humphrey, Marion Doshier, Otis Benepe, Birger Lie, koji su na Sveučilištu Stanford u 1960-im i 1970-im, koristeći podatke Fortune 500 koja je i financirala projekt, uzeli za cilj utvrditi što je s korporativnim planiranjem krenulo krivim smjerom kao i kreirati novi sustav za menadžment.

## **2. UVOD U KONTROLING I PRIMJENU U SEKTORU TURIZMA**

### **2.1. Definiranje i svrha kontrolinga**

Kontroling je sustav upravljanja i nadzora koji se primjenjuje u organizacijama sa svrhom postizanja postavljenih ciljeva, optimizacije poslovnih procesa te donošenja kvalitetnih odluka. Kontroling se može promatrati kao interdisciplinarna funkcija koja obuhvaća financijski, operativni i strateški aspekt poslovanja. U svom temelju, kontroling je odgovoran za prikupljanje, analizu i interpretaciju podataka kako bi se osiguralo transparentno upravljanje i postizanje željenih rezultata.

Kontroling<sup>2</sup> je funkcija menadžmenta koja se bavi procesom planiranja, praćenja, analize, kontrole i izvještavanja s ciljem postizanja ciljeva organizacije. On uključuje prikupljanje, analizu i interpretaciju podataka kako bi se pružile relevantne informacije i podrška donositeljima odluka u organizaciji.

Svrha kontrolinga je praćenje i usklađivanje s ciljevima. Jedna od glavnih namjena kontrolinga je osigurati da organizacija prati postavljene ciljeve i usklađuje svoje aktivnosti s tim ciljevima. Kroz kontroling, organizacija može pratiti svoj napredak, identificirati odstupanja i poduzeti korektivne mjere kako bi se postigla željena razina performansi.

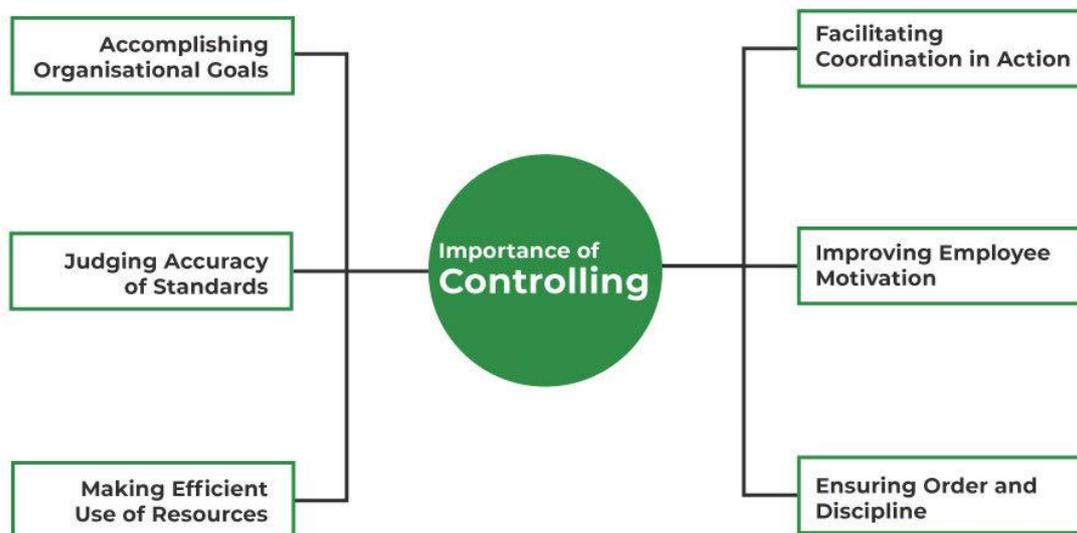
Kontroling je ključna funkcija u menadžmentu koja ima duboke koristi za organizacije različitih veličina i industrija. Njegova suština leži u vođenju organizacije prema postavljenim ciljevima, optimizaciji njenih operativnih procesa i omogućavanju informiranih odluka. Kontroling se često opisuje kao most između strateškog planiranja i svakodnevnih operacija, čineći ga vitalnim za dugoročni uspjeh organizacije.

Osim što prati napredak prema ciljevima, kontroling također igra ključnu ulogu u otkrivanju potencijalnih problema i pruža priliku za brzu korekciju tijekom provedbe poslovnih aktivnosti. Kroz analizu podataka, kontroling omogućava organizaciji da identificira odstupanja od planova i da odgovori na izazove koji se pojavljuju.

Važno je napomenuti da kontroling nije samo puka analiza brojki; on također uključuje komunikaciju i izvještavanje. Kontroleri su odgovorni za pružanje relevantnih informacija i izvještaja donositeljima odluka unutar organizacije, pomažući im da bolje razumiju trenutno stanje i usmjeravaju buduće akcije. Na niže navedenoj slici možemo vidjeti važnost kontrolinga

---

<sup>2</sup> Praktični menadžment, Doc. dr. sc. Nataša Rupčić i Antonio Datković, Vol. IV, br. 1, str. 43-49,



Slika 1. Značaj kontrolniga u poslovanju<sup>3</sup>

## 2.2. Informiranje donositelja odluka

Kontroling osigurava da donositelji odluka imaju pravovremene, relevantne i pouzdane informacije potrebne za donošenje odluka. To uključuje financijske izvještaje, analize troškova, informacije o performansama, financiranje i projekcije koje podržavaju donošenje odluka na svim razinama organizacije.

Optimizacija poslovnih procesa kod kontrolinga ima ulogu u identificiranju i optimizaciji poslovnih procesa unutar organizacije. Kroz analizu i mjerenje performansi procesa, kontroling može identificirati slabosti, prepoznati mogućnosti za poboljšanje i predložiti promjene koje će povećati učinkovitost i produktivnost.

Kontroling pomaže organizacijama u upravljanju rizicima i smanjivanju neizvjesnosti. To uključuje identifikaciju rizika, procjenu njihovog utjecaja i vjerojatnosti te implementaciju odgovarajućih kontrola kako bi se minimizirao rizik i zaštitilo poslovanje.

Nadalje, kontroling pruža podršku stratezijskom odlučivanju<sup>4</sup> kroz analizu tržišta, konkurencije, trendova i drugih relevantnih informacija. Kroz sustavno praćenje poslovnih

<sup>3</sup> <https://www.geeksforgeeks.org/controlling-nature-importance-and-limitations/>

<sup>4</sup> Filip Đoković | Dženan Kulović – Stratezijsko odlučivanje u hotelijerstvu, str.232

performansi i analizu podataka, kontroling može pružiti informacije koje pomažu u definiranju i provedbi strategija za postizanje konkurentske prednosti.

Nepobitna je njegova enormna uloga u upravljanju troškovima i optimizaciji profitabilnosti. Analiza troškova, praćenje ključnih pokazatelja performansi i identifikacija faktora koji utječu na profitabilnost omogućuju kontrolingu da identificira područja za smanjenje troškova, povećanje učinkovitosti i poboljšanje profitabilnosti organizacije.

Njegov doprinos ogleda se pri uspostavljanju odgovornosti i poticanju odgovornog ponašanja u organizaciji. Kroz praćenje i izvještavanje o performansama, kontroling pruža jasnu sliku o rezultatima pojedinaca, timova i odjela te potiče odgovornost za postizanje ciljeva i ispunjavanje očekivanja.

Ukratko, kontroling ima ključnu ulogu u podršci donošenju odluka, upravljanju performansama, optimizaciji procesa i postizanju ciljeva organizacije. Kroz sustavno prikupljanje, analizu i interpretaciju podataka, kontroling osigurava da organizacija djeluje učinkovito, prilagođava se promjenama i ostvaruje željene rezultate

### **2.3. Prednosti i izazovi primjene kontrolinga u turizmu**

U turističkom sektoru kontroling pruža organizacijama alate i informacije potrebne za uspješno upravljanje i postizanje ciljeva. Primjena kontrolinga u turizmu donosi brojne prednosti, ali istovremeno postoji i nekoliko izazova s kojima se organizacije susreću:

#### ➤ Praćenje i kontrola financijskih performansi

Kontroling omogućuje turističkim organizacijama praćenje financijskih performansi, identificiranje prihoda i rashoda te analizu financijskih pokazatelja. To pruža organizacijama jasnu sliku o financijskom zdravlju, omogućava identifikaciju slabosti i potencijalnih izvora poboljšanja te podržava donošenje kvalitetnih odluka za postizanje financijskih ciljeva.

#### ➤ Upravljanje troškovima i optimizacija profitabilnosti

Kontroling je ključan za upravljanje troškovima u turističkom sektoru. Analiza troškova i identifikacija troškovnih centara omogućuje organizacijama da pravilno alociraju resurse i identificiraju područja za smanjenje troškova. Osim toga, kontroling podržava optimizaciju profitabilnosti identificiranjem ključnih čimbenika koji utječu na profitabilnost i razvoj strategija za postizanje boljih rezultata.

#### ➤ Praćenje performansi i postizanje ciljeva

Omogućuje praćenje ključnih performansi turističke organizacije, kao što su broj dolazaka, noćenja, prosječna potrošnja po gostu, stopa zauzetosti itd. Kroz sustavno praćenje tih pokazatelja, organizacije mogu evaluirati svoj napredak prema postavljenim ciljevima i pravovremeno reagirati ako se pojave odstupanja. To omogućuje agilno upravljanje i optimizaciju rezultata.

➤ Podrška stratezijskom odlučivanju

Pružna ključne informacije i analize koje podržavaju donošenje stratezijskih odluka u turizmu. Kroz analizu tržišta, konkurencije, trendova potražnje i drugih relevantnih čimbenika, kontroling pruža informacije koje pomažu u definiranju ciljeva, odabiru ciljnih tržišta, razvoju marketinških strategija i identifikaciji novih poslovnih prilika.

➤ Upravljanje rizicima i neizvjesnošću

Turistički sektor suočen je s različitim rizicima i neizvjesnostima, kao što su sezonske fluktuacije, promjene u tržištu, prirodne katastrofe i promjene u političkom okruženju. Kontroling pomaže organizacijama identificirati i upravljati tim rizicima kroz sustavno praćenje, analizu i implementaciju odgovarajućih kontrola. To pomaže organizacijama u smanjivanju negativnih utjecaja rizika i jačanju njihove otpornosti.

➤ Pobołjšanje operativne učinkovitosti

Kontroling omogućuje identifikaciju slabosti u poslovnim procesima i predlaže mjere za poboljšanje operativne učinkovitosti. Kroz analizu procesa, eliminiranje nepotrebnih koraka, automatizaciju i implementaciju boljih praksi, kontroling podržava organizacije u postizanju veće produktivnosti, smanjenju troškova i povećanju zadovoljstva gostiju.

➤ Poticanje odgovornosti i donošenje ispravnih odluka

Pridonosi uspostavljanju odgovornosti u turističkim organizacijama. Jasan sustav praćenja performansi, transparentnost podataka i jasno definirane odgovornosti potiču zaposlenike na postizanje ciljeva i donošenje informiranih odluka. To pridonosi poboljšanju kvalitete usluga, povećanju zadovoljstva gostiju i jačanju konkurentske pozicije organizacije.

### **3. SLOŽENOST TURISTIČKOG SEKTORA**

Turistički sektor karakterizira visoka složenost i dinamika. Postoje brojni čimbenici i faktori koji utječu na poslovanje organizacija u turizmu, uključujući sezonalnost, konkurenciju, promjene u trendovima potražnje, političke faktore itd. Stoga je izazovno razviti kontrolni sustav koji adekvatno obuhvaća sve te aspekte i pruža relevantne informacije za upravljanje.

Kvalitetni podaci temelj su uspješne primjene kontrolinga. Međutim, prikupljanje podataka u turističkom sektoru može biti izazovno zbog različitih izvora podataka, heterogenosti podataka i potrebe za integracijom podataka iz različitih sustava. Također, kvaliteta podataka može biti varijabilna, što može utjecati na preciznost i pouzdanost analiza i donošenje odluka.

Turistički sektor često podliježe sezonalnim fluktuacijama<sup>5</sup>, što može predstavljati određene poteškoće za primjenu kontrolinga. Učinkovito praćenje i upravljanje performansama tijekom cijele godine može biti otežano zbog varijacija u broju gostiju, prihodima i troškovima. Potrebno je razviti prilagođene metode praćenja i planiranja kako bi se uspješno upravljalo sezonalnošću.

Uvođenje kontrolinga u organizaciju zahtijeva svijest o važnosti kontrolinga i promjenu organizacijske kulture. Ovo može biti izazovno, posebno ako organizacija do sad nije bila svjesna prednosti kontrolinga ili ako postoji otpor prema promjenama. Potrebno je uložiti napore u obuku i osvještavanje zaposlenika o važnosti kontrolinga te razviti sustav poticaja za primjenu kontrolinga.

#### **3.1. Integracija informacijskih tehnologija**

Integracija informacijskih tehnologija i aplikativnih rješenja za kontroling u turizmu predstavljaju ključne elemente koji omogućuju modernizaciju i optimizaciju poslovanja u turističkoj industriji. Turizam je jedna od najbrže rastućih gospodarskih grana koja zahtijeva učinkovito upravljanje, praćenje performansi i donošenje brzih odluka. Prvenstveno ona pruža organizacijama u turizmu mogućnost da u realnom vremenu pristupaju relevantnim podacima i optimiziraju svoje operacije.

---

<sup>5</sup> Sezonalna fluktuacija je pojava u kojoj određeni proces, aktivnost ili gospodarski pokazatelj doživljava redovite promjene tijekom godine, ponavljajući se svake sezone. Ova fluktuacija karakterizira periodično povećanje i smanjenje aktivnosti ili potražnje u određenom razdoblju godine.

Turistička industrija obuhvaća raznolike segmente, kao što su hotelski sektor, putničke agencije, avio prijevoznici, krizing kompanije, turistički vodiči i mnogi drugi. Svaki od ovih segmenata ima svoje specifične potrebe i zahtjeve u pogledu upravljanja i kontrolinga poslovanja. Integracija informacijskih tehnologija omogućuje da se različiti informacijski sustavi i aplikacije koriste kao jedinstveni povezani sustav, što omogućuje bolju koordinaciju i suradnju među različitim akterima u turističkom lancu.

Jedan od ključnih aspekata integracije informacijskih tehnologija u turizmu je povezivanje rezervacijskih sustava i sustava upravljanja hotelskim objektima. Ovo omogućuje da se informacije o raspoloživosti smještaja, cijenama, promocijama i drugim relevantnim podacima lako dijele između različitih kanala distribucije, kao što su internetske platforme za rezervacije, putničke agencije i hotelski front deskovi. Time se povećava vidljivost i dostupnost ponuda, olakšava proces rezervacije za putnike i smanjuje mogućnost overbookinga<sup>6</sup>.

Uz to, integracija informacijskih tehnologija omogućuje i automatizaciju financijskog kontrolinga u turizmu. Financijski menadžeri i kontrolori mogu koristiti posebne aplikacije za praćenje prihoda, troškova, profita i drugih financijskih pokazatelja u stvarnom vremenu. Ove aplikacije pružaju detaljan uvid u financijsko stanje organizacije te omogućuju donošenje brzih i ispravnih odluka. Integracija informacijskih tehnologija s financijskim aplikacijama također pomaže u praćenju troškova putovanja, inventara i druge važne financijske aktivnosti.

Nadalje, integracija informacijskih tehnologija može se primijeniti i na praćenje i analizu zadovoljstva gostiju. Putem sustava za upravljanje odnosima s klijentima (CRM), hotelski i ostali turistički objekti mogu pratiti povratne informacije gostiju, analizirati njihove preferencije i potrebe te na temelju toga unaprijediti svoje usluge i ponude. CRM sustavi<sup>7</sup> omogućuju personalizirani pristup gostima, što može znatno poboljšati ukupno iskustvo boravka i potaknuti lojalnost klijenata. Na niže navedenoj slici možemo vidjeti komponente koje čine većinu CRM sustava.

---

<sup>6</sup> Ivanov, S., Dynamic overbooking limits for guaranteed and nonguaranteed hotel reservations, *Tourism Today*, Vol 7, pp 100-108

<sup>7</sup> A.Krajnović, P. Gospić, D.Sikirić, *Strateški utjecaj alata digitalnog marketinga i CRM u turizmu*, str.216



Slika 2. sastavnice CRM sustava<sup>8</sup>

Navedeni podaci i informacije temelje se na općenitim saznanjima o integraciji informacijskih tehnologija i aplikativnih rješenja za kontroling u turizmu, stoga bi svaka organizacija trebala provesti detaljnu analizu i prilagoditi rješenja svojim specifičnim potrebama i zahtjevima.

### 3.2. Specifičnosti primjene kontrolinga u sektoru turizma

Sektor turizma predstavlja jednu od najdinamičnijih grana gospodarstava, koja se kontinuirano mijenja i prilagođava novim trendovima i zahtjevima tržišta. Upravljanje i kontrola poslovnih procesa u turizmu su ključni za uspješno poslovanje, konkurentnost i ostvarenje ciljeva. Međutim, primjena kontrolinga u turizmu ima specifičnosti koje se razlikuju od drugih industrija.

Kao što je prethodno u radu spomenuto, jedna od glavnih specifičnosti turizma je sezonalnost i fluktuacije u potražnji. Turističke destinacije često doživljavaju sezonske vrhunce i padove u

<sup>8</sup> ShipShave: <https://shipshape-solutions.com/hr/crm-sustavi-i-rjesenja>

posjećenosti, što zahtijeva posebno praćenje i upravljanje performansama. Kontroling u turizmu treba biti usmjeren na praćenje sezonskih varijacija u prihodima, troškovima i drugim ključnim pokazateljima, kako bi se mogla pravovremeno poduzeti odgovarajuća akcija i optimizirati poslovni rezultati.

Nepredvidljivost i vanjski utjecaji poput promjena u političkoj stabilnosti određene zemlje, gospodarskim uvjetima, prirodnim katastrofama i drugim nepredvidivim događajima mogu utjecati na turizam. Ovi faktori mogu značajno utjecati na turističko poslovanje i zahtijevaju prilagodljivost kontroling sustava kako bi se brzo identificirale i analizirale promjene te poduzele odgovarajuće akcije.

Raznolikost i heterogenost turističkih proizvoda<sup>9</sup> obuhvaća različite vrste turističkih proizvoda i usluga, poput hotela, restorana, putničkih agencija, prijevoza i drugih turističkih atrakcija. Svaki od tih segmenata ima svoje specifičnosti i karakteristike, što zahtijeva prilagođeni pristup kontrolingu. Kontroling u turizmu treba biti fleksibilan i prilagodljiv različitim vrstama turističkih proizvoda, s ciljem praćenja performansi, identifikacije slabosti i pronalaska najboljih praksi za svaki segment.

Važnost kvalitete usluge i zadovoljstva gostiju za turizam je od presudnog značaja, jer je često kvaliteta usluge ključni faktor uspjeha. Zadovoljstvo gostiju igra ključnu ulogu u privlačenju i zadržavanju gostiju, te stoga kontroling u turizmu mora biti usmjeren na praćenje i mjerenje zadovoljstva gostiju. To uključuje praćenje recenzija gostiju, povratnih informacija dobivenih od gostiju, kao i analizu ključnih pokazatelja zadovoljstva gostiju, poput ocjena usluge, ponovnih posjeta i preporuka. Kontroling treba biti usmjeren na identifikaciju potencijalnih problema i slabosti u kvaliteti usluge te na pronalaženje načina za njihovo rješavanje i poboljšanje zadovoljstva gostiju. Turistički sektor oslanja se na različite prirodne, kulturne i druge resurse koji su ključni za turističku atraktivnost destinacija. Upravljanje tim resursima i održivi razvoj turizma važni su aspekti kontrolinga u turizmu. Kontroling treba biti usmjeren na praćenje i upravljanje iskorištavanjem turističkih resursa, održivost poslovanja, zaštitu okoliša i kulturnog nasljeđa te ravnotežu između ekonomskih, socijalnih i ekoloških aspekata turizma. Na niže navedenoj slici možemo vidjeti vrijednosti koje mogu biti parametri kontrolinga.

---

<sup>9</sup> Heterogenost turističkih proizvoda odnosi se na raznolikost i različitost ponude turističkih doživljaja, usluga i destinacija koje su dostupne turistima.



Slika 3. Sustav vrijednosti nove vizije hrvatskog turizma<sup>10</sup>

<sup>10</sup> [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_05\\_55\\_1119.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html)

## **4. RAČUNOVODSTVENI INFORMACIJSKI SUSTAVI ZA TURISTIČKI USLUŽNI SEKTOR**

U turističkom sektoru, kao i u svim drugim gospodarskim granama, računovodstveni informacijski sustavi igraju ključnu ulogu u praćenju financijskih informacija, upravljanju poslovnim procesima i donošenju pravilnih odluka. Računovodstveni informacijski sustavi obuhvaćaju skup alata, postupaka, softvera i tehnologija koji omogućuju prikupljanje, obradu, analizu i izvještavanje o financijskim podacima organizacije. Računovodstveni informacijski sustavi (RIS) su nezaobilazan element za efikasno upravljanje i održavanje financijske stabilnosti u turističkom sektoru zbog toga što je turizam dinamična industrija koja se temelji na pružanju raznovrsnih usluga putnicima i turistima, a pravilno upravljanje financijskim podacima ključno je za uspjeh i održivost poslovanja u ovom sektoru.

### **4.1. Računovodstveni informacijski sustavi primjenjivi u turizmu**

Turističke organizacije, kao što su hoteli, restorani, putničke agencije, turističke destinacije i drugi dionici turizma, suočavaju se s jedinstvenim izazovima i potrebama u vođenju svojih poslovnih aktivnosti. Računovodstveni informacijski sustavi u turizmu trebaju biti prilagođeni specifičnim zahtjevima ovog sektora kako bi se osigurala učinkovita financijska kontrola, optimizacija poslovnih procesa i podrška donošenju odluka.

Jedna od ključnih karakteristika računovodstvenih informacijskih sustava u turizmu je integracija s drugim poslovnim sustavima koji se koriste u turističkim organizacijama. To uključuje integraciju s hotelskim upravljačkim sustavima, sustavima za rezervaciju, sustavima za upravljanje gostima, sustavima za upravljanje prihodima, kao i s drugim relevantnim sustavima. Integracija omogućuje automatsko prikupljanje podataka iz različitih izvora i smanjuje potrebu za ručnim unosom podataka, čime se povećava točnost, efikasnost i pouzdanost informacija.

U turističkom sektoru, posebna pažnja posvećuje se praćenju financijskih podataka povezanih s turističkim aktivnostima. To uključuje praćenje prihoda od smještaja, restorana, izleta, ture, prodaje suvenira i drugih usluga. Računovodstveni informacijski sustavi trebaju biti sposobni generirati detaljne izvještaje o prihodima po različitim kategorijama, segmentima ili tržištima, kako bi se omogućila analiza profitabilnosti i identifikacija ključnih izvora prihoda.

Upravljanje zalihama u turističkoj djelatnosti također je važno jer uslužne djelatnosti moraju uvijek biti opremljene adekvatnim količinama robe i usluga kako bi zadovoljile potrebe gostiju.

Uz praćenje financijskih podataka, računovodstveni informacijski sustavi u turizmu također se koriste za praćenje i analizu ne-financijskih informacija, poput zadovoljstva gostiju, ocjena kvalitete usluge, statistika posjećenosti, rezervacija, segmentacije gostiju i drugih ključnih indikatora performansi. Integracija ne-financijskih informacija s financijskim podacima pruža cjelovit pregled poslovnih performansi i omogućuje donošenje kvalitetnih odluka.

Pored prihoda, troškovi su također važan aspekt praćenja u turističkim organizacijama. Računovodstveni informacijski sustavi trebaju omogućiti detaljno praćenje i analizu troškova povezanih s operativnim aktivnostima, kao što su plaće, nabava, marketing, održavanje, porezi i druge operativne troškove. Analiza troškova omogućuje identifikaciju područja u kojima se mogu ostvariti uštede i optimizirati resursi.

Važan aspekt računovodstvenih informacijskih sustava u turizmu je i usklađenost s poreznim propisima i regulatornim zahtjevima. Turističke organizacije moraju voditi računa o pravilnom izvještavanju i plaćanju poreza, vođenju knjiga, pripremi financijskih izvještaja i druge financijske regulative. Računovodstveni informacijski sustavi trebaju biti dizajnirani tako da podržavaju ove zahtjeve i omogućuju jednostavno izvještavanje i usklađivanje s relevantnim propisima.

Uz brojne prednosti, primjena računovodstvenih informacijskih sustava u turizmu može se susresti s određenim izazovima. Jedan od izazova je povezan s implementacijom i integracijom sustava. Turističke organizacije mogu se suočiti s tehničkim poteškoćama, visokim troškovima implementacije i potrebom za obukom osoblja kako bi se osigurala pravilna uporaba sustava.

Računovodstveni informacijski sustavi trebaju biti fleksibilni i prilagodljivi kako bi podržali ove promjene. Uz to, zaštita podataka i sigurnost informacija također su važni u primjeni računovodstvenih informacijskih sustava u turizmu. S obzirom na osjetljivost financijskih podataka i informacija o gostima, organizacije moraju osigurati sigurnosne mjere i politike kako bi spriječile neovlašten pristup i zloupotrebu podataka.

Možemo konstatirati kako računovodstveni informacijski sustavi imaju ključnu ulogu u turističkim organizacijama za praćenje financijskih podataka, upravljanje poslovnim procesima i donošenje uspješnih odluka. Integracija s drugim poslovnim sustavima, praćenje prihoda, troškova i zaliha, analiza ne-financijskih informacija, usklađenost s poreznim

propisima i zaštita podataka samo su neki od ključnih aspekata računovodstvenih informacijskih sustava u turizmu. Unatoč izazovima, pravilna primjena i uporaba ovih sustava mogu pružiti turističkim organizacijama konkurentske prednosti, učinkovito upravljanje i poboljšanje poslovnih rezultata.

Aplikacije u okviru računovodstvenih informacijskih sustava pružaju različite mogućnosti i prednosti koje značajno olakšavaju poslovanje u turističkoj industriji. One mogu pomoći u praksi putem automatizacije financijskih transakcija, praćenja prihoda i rashoda, upravljanja financijskim izvještajima i zalihama te drugim, znatno proširenim mogućnostima koje se mogu individualno prilagoditi pojedinim zahtjevima. U cjelini, aplikativna rješenja pridonose i računovodstvenim djelatnostima jer se povećava njena automatizacija, ubrzavaju se sami procesi računovodstva i upravljanja imovinom u turističkome sektoru. Naglasak se mora staviti i na ljudski faktor koji je još uvijek od velikog značenja, jer se aplikativna rješenja ne mogu dalje usavršavati i razvijati, a da ih ne pokreće ljudski faktor koji u sebi nosi iskustvo, mogućnost promišljanja kod promijenjenih okolnosti i sl. Naime, tehnologija još nije toliko uznapredovala da bi samu sebe ispravljala i uglavnom funkcionira kada su uvjeti i informacije apsolutno točne.

#### **4.2. Financiranje i planiranje u turizmu**

U turističkom sektoru, financiranje i planiranje igraju ključnu ulogu u upravljanju novčanim resursima, postizanju ciljeva i održavanju konkurentske prednosti. Financiranje se odnosi na proces planiranja, alokacije i praćenja financijskih resursa, dok planiranje obuhvaća definiranje ciljeva, strategija i aktivnosti potrebnih za postizanje tih ciljeva. Glavni cilj financiranja je osigurati da organizacija ima dovoljno financijskih sredstava za pokrivanje svojih operativnih potreba, investicija i postizanje ciljeva. Praćenje i analiza hotelskih prihoda i rashoda ključni su elementi upravljanja financijama u hotelskom sektoru. To omogućuje hotelima da imaju cjelovit uvid u svoje financijske rezultate, identificiraju izvore prihoda, analiziraju troškove i donose promišljene odluke kako bi poboljšali svoju profitabilnost. To uključuje prihode od smještaja, restorana, banketa, usluga konferencija, spa i wellness centara te ostalih dodatnih usluga.

Ključni koraci u praćenju hotelskih prihoda uključuju:

- Identifikacija izvora prihoda - prvi korak je identifikacija svih potencijalnih izvora prihoda hotela. To može uključivati smještajne kapacitete, restorane, barove, spa i wellness usluge, prodaju suvenira i druge dodatne usluge.
- Sustavno bilježenje prihoda - hotel treba imati učinkovit sustav računovodstva i evidencije koji omogućuje precizno bilježenje svih prihoda po izvorima. To može uključivati upotrebu hotelskih softverskih sustava ili drugih računovodstvenih alata koji olakšavaju praćenje prihoda.
- Analiza prihoda - nakon prikupljanja podataka o prihodima, provodi se analiza kako bi se identificirali najprofitabilniji izvori prihoda. To uključuje usporedbu prihoda iz različitih izvora, identifikaciju sezonskih i trendovskih varijacija te procjenu doprinosa svakog izvora prihoda ukupnoj dobiti hotela.
- Praćenje hotelskih rashoda - s druge strane, uključuje bilježenje i praćenje svih troškova i izdataka hotela. To obuhvaća operativne troškove, troškove rada, nabave, marketinga, održavanja, energetike, poreza i drugih relevantnih stavki. Hotel treba imati učinkovit sustav bilježenja i evidencije rashoda kako bi se osiguralo precizno praćenje troškova. To uključuje pravilno knjiženje i evidenciju svih transakcija rashoda.

Praćenje i analiza hotelskih prihoda i rashoda su ključni elementi upravljanja financijama u hotelskom sektoru. Oni omogućuju hotelima da imaju cjelovit uvid u svoje financijske rezultate, identificiraju izvore prihoda, analiziraju troškove i donose najoptimalnije odluke. Unatoč zahtjevnosti, pravilno praćenje i analiza financijskih rezultata pomažu hotelima da optimiziraju svoje poslovanje, poboljšaju profitabilnost i ostvare uspjeh na tržištu turizma.

Aplikativna rješenja mogu pristupiti tom problemu na način da evidentiraju automatski svaki rashod i prihod koji je turistički objekt ostvario u danome trenutku. Istodobno pomaže prilikom same financijske analize, putem generiranih statističkih izvještaja za dani period, grafikona određenih prihoda/rashoda, putem predviđanja budućih prihoda/rashoda, te po mogućnosti može prikazati nepotrebne stavke odnosno poslove u organizaciji koji povećavaju troškove ili nepotrebno opterećuju organizaciju. Programska rješenja nadalje imaju tu mogućnost predviđanja budućeg stanja, što predstavlja svakako dobru stavku prilikom sastavljanja poslovnog plana za budućnost, no isto tako moramo uzeti u obzir da sam sustav funkcionira na prikupljenim podacima, te predviđa buduće stanje na temelju stavki koje su već postojeće, one ne može predvidjeti buduće devijacije ili raznorazne uvjete koji mogu nastati iz nekog

izvanrednog događaja. Među ostalim, ono pridonosi brzini evidentiranja financijskih događaja i samim time optimiziraju organizaciju.

### 4.3. Upravljanje zalihama

Upravljanje zalihama i nabavom ključni su elementi uspješnog poslovanja u svim sektorima, uključujući i sektor turizma. Efikasno upravljanje zalihama omogućuje organizacijama da zadovolje potrebe svojih klijenata, minimiziraju troškove, optimiziraju raspoloživost resursa i poboljšaju ukupnu produktivnost. Zalihe u turističkom sektoru mogu obuhvaćati raznolike resurse poput hrane, pića, opreme, materijala za izgradnju, suvenira i drugih relevantnih stavki.

Ključni koraci u upravljanju zalihama uključuju:

- Procjena potreba za zalihama - prvi korak u upravljanju zalihama je procjena potreba organizacije za određenim resursima. To uključuje analizu potražnje, identifikaciju sezonskih varijacija i trendova, praćenje povratnih informacija klijenata i praćenje unutarnjih operativnih zahtjeva.
- Nabava i prijem robe - nakon procjene potreba za zalihama, organizacija treba provesti postupak nabave i prijema robe. To uključuje identifikaciju dobavljača, pregovaranje o uvjetima nabave, izradu narudžbenica i praćenje isporuke i prijema robe.
- Spremanje i kontrola zaliha - nakon što se roba primi, organizacija treba osigurati adekvatno skladištenje i kontrolu zaliha. To uključuje odgovarajuće označavanje i smještaj zaliha, redovito praćenje stanja zaliha, provođenje inventura i upotrebu tehnologija poput barkod sustava ili upravljanja zalihama putem računalnih sustava.
- Upravljanje rotacijom zaliha - upravljanje rotacijom zaliha je važan korak u upravljanju zalihama. To uključuje praćenje brzine prodaje i korištenja zaliha te osiguravanje da se Upravljanje zalihama i nabavom u sektoru turizma donosi brojne prednosti. Prvo, učinkovito upravljanje zalihama omogućuje organizacijama da zadovolje potrebe svojih klijenata. Osiguravanje dostupnosti potrebnih roba u pravo vrijeme ključno je za pružanje visokokvalitetnih usluga i zadovoljstvo klijenata.

Optimizacija zaliha i nabave može rezultirati smanjenjem troškova. Upravljanje optimalnom količinom zaliha i odabir najpovoljnijih dobavljača omogućuje organizacijama da smanje troškove skladištenja, rizika od zastarjelih zaliha i troškove nabave. Efikasno upravljanje zalihama i nabavom može poboljšati produktivnost organizacije. Pravodobna nabava dobara i

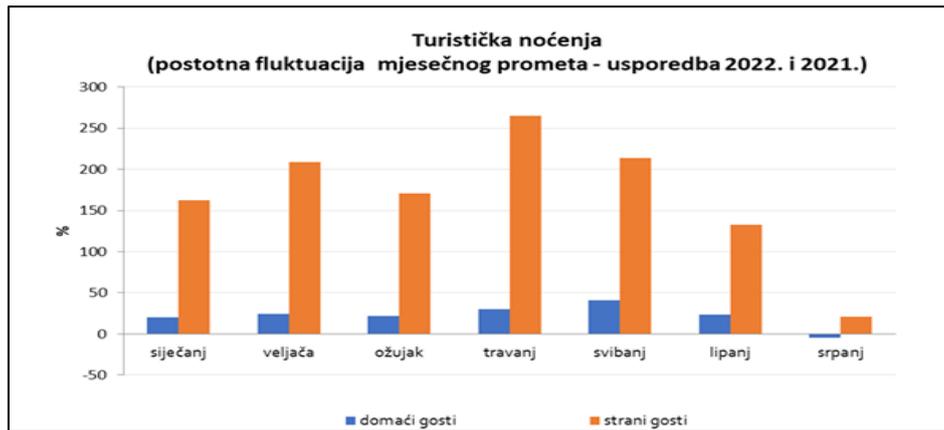
optimizacija zaliha omogućuju organizacijama da poboljšaju svoje operativne procese, smanje gubitke vremena i povećaju učinkovitost.

Aplikativna rješenja pomažu u upravljanju zalihama na način da je sami inventar odnosno stanje skladišta dostupno svakom članu osoblja na njihovom uređaju. Na taj način osoblje u svakome trenutku zna kakvo je stanje na skladištu i koliko im je određene robe ostalo. Također ubrzava i proces otpisa robe, dodavanja robe i same evidencije stanja jer se ono ne mora raditi manualno nego je sve automatizirano, na taj način se pospješuje organiziranost upravljanja zalihama u organizaciji i ukida se nepotrebno vrijeme popisivanja i evidentiranja stanja robe. Aplikativna rješenja mogu i predvidjeti putem statističke analize i grafova koje robe će u idućem razdoblju (tjednu ili mjesecu) trebati više. Naime, ono prikazuje koja roba se najviše troši i koje robe se treba naručiti kako ne bih organizacija ostala bez iste na zalihama. Na taj način organizacija ima jasan uvid pri planiranju nabave za iduće razdoblje, samim time štedi na nepotrebnom bacanju robe, prekomjernom trošenju financijskih sredstava, skladištenju robe koja bi se mogla pokvariti.

Turizam često zahtijeva visok standard usluga i proizvoda, stoga je važno osigurati da dobavljači zadovoljavaju ove standarde i pružaju pouzdane proizvode ili usluge. Također, upravljanje zalihama i nabavom može biti složen proces koji zahtijeva suradnju različitih odjela unutar organizacije, kao i koordinaciju s dobavljačima. Koordinacija i komunikacija među timovima, pravilno upravljanje informacijama i praćenje performansi ključni su za uspješno upravljanje zalihama i nabavom u sektoru turizma.

#### **4.4. Analiza turističkog prometa i tržišnih trendova**

Razumijevanje prometa i trendova pomaže turističkim organizacijama u donošenju kvalitetnih odluka, prilagodbi svoje ponude i marketing strategije te pronalaženju novih prilika za rast i razvoj. Analiza turističkog prometa podrazumijeva prikupljanje, obradu i interpretaciju podataka o dolascima turista, njihovim preferencijama, ponašanju, potrošnji i drugim relevantnim informacijama, kao što možemo vidjeti primjer analize na dolje navedenom grafu.



Graf 1. Prikaz usporedbe domaćih gostiju i stranih gostiju kroz 2021. i 2022. godinu<sup>11</sup>

Ključni koraci u procesu analize turističkog prometa uključuju prikupljanje podataka o dolascima, zemlji odakle dolaze turisti, trajanju boravka, vrsti smještaja, vrsti putovanja, aktivnostima koje su odabrali i drugim relevantnim informacijama. Podaci se mogu dobiti iz različitih izvora, kao što su turističke statistike, anketiranje gostiju, rezervacijski sustavi, podaci o prihodima i drugi relevantni izvori. Turističke organizacije analiziraju demografske i socioekonomske karakteristike turista kako bi razumjele njihove preferencije, potrebe i ponašanje. To uključuje analizu dobne strukture, spola, obrazovanja, prihoda, interesa i drugih demografskih i socioekonomskih faktora koji mogu utjecati na turističke odluke.

Organizacije analiziraju potrošnju turista kako bi razumjele njihovu vrijednost i utjecaj na lokalnu ekonomiju. To uključuje analizu potrošnje na smještaj, hranu i piće, atrakcije, kupovinu, prijevoz i druge aspekte putovanja. Analiza potrošnje pomaže organizacijama da identificiraju ključne izvore prihoda, targetiraju visoko vrijedne segmente tržišta i prilagode svoju ponudu kako bi povećale prihode.

Kontrola kvalitete i zadovoljstva gostiju ključni su aspekti u upravljanju turističkim organizacijama. Kvalitetna usluga i visoka razina zadovoljstva gostiju od vitalnog su značaja za dugoročni uspjeh i konkurentnost organizacija u turističkom sektoru. Cilj kontrole kvalitete je postići i održavati visoke standarde usluge, zadovoljstvo gostiju i izgraditi reputaciju organizacije kao pouzdanog pružatelja kvalitetnih usluga. Kontrola kvalitete uključuje različite aspekte, uključujući fizičku infrastrukturu, ljude, procese, komunikaciju, sigurnost, higijenu, ispunjavanje očekivanja gostiju i druge relevantne čimbenike.

<sup>11</sup> Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Aplikativna rješenja mogu pomoći na način da predlože određeni sadržaj klijentu, odnosno korisniku aplikacije, na temelju njegovih osobnih podataka i turističkih preferencija (dob, interesi, potrebe, financijske mogućnosti i drugo). Također ona mogu prikazati voditeljima ili vlasniku samog objekta koliko je novca klijent potrošio na dodatni sadržaj ili usluge koje turistički objekt pruža kako bih mogao unaprijediti ili proširiti iste. Daje uvid koji se sadržaji više koriste, a koji manje, na taj način pružatelj usluga zna koje usluge i sadržaja može implementirati u organizaciji ili s kojim partnerima bi trebao ući u potencijalnu suradnju, ukoliko on sam ne može ponuditi navedene usluge. Takvom analizom voditelji ili vlasnici turističkih objekata mogu prilagoditi i cijene tih dodatnih usluga, ali i vidjeti ocjene gostiju kako bi ih znali valorizirati, a da time zadrže svoju postojeću kvalitetu ili ju unaprijede.

Zadovoljstvo gostiju odnosi se na percepciju gostiju o kvaliteti usluge koju su primili tijekom svog boravka ili iskustva s turističkom organizacijom. Zadovoljni gosti su skloni ponovnom posjetu, preporučivanju turističke organizacije drugima i razvijanju pozitivnog dojma o destinaciji i usluzi. Mjerenje zadovoljstva gostiju obično uključuje anketiranje gostiju, prikupljanje povratnih informacija i analizu komentara gostiju kako bi se identificirali ključni aspekti koji utječu na njihovo zadovoljstvo.

## 5. MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

Upravljanje marketinškim aktivnostima i promocija destinacija su ključni elementi uspješnog turističkog sektora. Turističke destinacije moraju provoditi strategije marketinga i promocije kako bi privukle goste, povećale svijest o destinaciji, potaknule posjete i ostvarile konkurentsku prednost na tržištu.

To obuhvaća planiranje, organiziranje, provedbu i praćenje marketinških strategija i taktika za postizanje ciljeva destinacije. Ključni aspekti upravljanja marketinškim aktivnostima uključuju istraživanje tržišta, segmentaciju ciljnih skupina, razvoj marketinških strategija, odabir marketinških kanala, izradu marketinških poruka i komunikacija s potencijalnim gostima.

Promocija destinacije se odnosi na aktivnosti usmjerene na povećanje svijesti o destinaciji, promociju njezinih atrakcija, događaja i ponuda te poticanje posjeta i interesa potencijalnih gostiju. Promocija destinacija uključuje različite marketinške alate i tehnike kao što su oglašavanje, odnosi s javnošću, digitalni marketing, društveni mediji, sudjelovanje na sajmovima i događanjima te partnerstva s drugim dionicima u turističkom sektoru.

Mobilne aplikacije postaju sve važnije u turističkom marketingu. S mobilnim uređajima postaju sveprisutni, destinacije se oslanjaju na inovativne mobilne aplikacije kako bi gostima pružile informacije o atrakcijama, restoranima, aktivnostima i događanjima. Prikaz najuspješnije marketinške mobilne aplikacije za Republiku Hrvatsku ilustrira koliko su takvi alati postali ključni za promociju destinacija.



Slika 4. Mobilna aplikacija Explore Croatia<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Developer, Mediatorium d.o.o, <https://apps.apple.com/eg/app/explore-croatia/id1669535822>

Komunikacija s potencijalnim gostima je ključna faza. Destinacije moraju biti prisutne na pravim mjestima i u pravo vrijeme kako bi privukle interes putnika. To uključuje upotrebu digitalnog marketinga, društvenih medija, e-mail marketinga i drugih kanala kako bi se održala kontinuirana komunikacija s potencijalnim gostima.

U zaključku, upravljanje marketinškim aktivnostima i promocija destinacija su neizostavni dijelovi turističke strategije. Kroz pravilno istraživanje, segmentaciju, strategiju i komunikaciju, destinacije mogu privući goste, povećati svijest i ostvariti konkurentske prednosti na tržištu. Mobilne aplikacije i digitalni alati postaju sve važniji za ovu svrhu, omogućavajući destinacijama da ostanu relevantne i povezane s modernim putnicima.

### **5.1. Istraživanje tržišta i marketinške aktivnosti**

Turistički sektor treba provesti dubinsko istraživanje tržišta kako bi razumjelo potrebe, preferencije i trendove potencijalnih gostiju. Istraživanje tržišta pomaže turističkom sektoru da definira svoje ciljne skupine, prouči konkurenciju i prepozna svoje jedinstvene prodajne prednosti.

Evaluacija ciljnih skupina poput obiteljskih posjeta, avanturista, poslovnih putnika, istraživača kulturne baštine, gastronomije itd. Svaka skupina ima specifične potrebe i preference, stoga turističke organizacije moraju prilagoditi svoje marketinške poruke i aktivnosti kako bi privukle određene skupine.

Na temelju istraživanja tržišta i segmentacije ciljnih skupina, destinacije trebaju razviti sveobuhvatnu marketinšku strategiju. Strategija bi trebala odražavati viziju i ciljeve destinacije te identificirati ključne marketinške aktivnosti, kanale i budžet.

Odabrati odgovarajuće marketinške kanale kako bi dosegle svoju ciljanu skupinu. To može uključivati oglašavanje na televiziji, radiju, digitalnim medijima, plakatima, letcima, društvenim medijima itd. Važno je odabrati kanale koji su najučinkovitiji za doseganje ciljnih skupina i koji odgovaraju budžetu destinacije.

Nadalje, trebaju izraditi privlačne i relevantne marketinške poruke koje će privući pažnju potencijalnih gostiju. Poruke trebaju naglašavati jedinstvene prodajne prednosti destinacije, kao što su ljepota prirode, kulturno nasljeđe, avanturističke aktivnosti, kvalitetna usluga itd.

Komunikacija s potencijalnim gostima putem različitih kanala i alata. To može uključivati web stranice, društvene medije, blogove, newslettere, e-poštu, oglašavanje itd. Komunikacija treba biti konzistentna, relevantna i prilagođena interesima i potrebama ciljnih skupina.

Prikupljanje podataka se odnosi na postupak sakupljanja i akvizicije podataka iz različitih izvora. Izvori podataka mogu uključivati internu organizacijsku bazu podataka, vanjske izvore poput javnih izvještaja, istraživanja tržišta, društvenih medija, senzora i drugih uređaja koji generiraju podatke. Važno je identificirati relevantne izvore podataka koji su relevantni za potrebe organizacije.

Organizacija treba identificirati relevantne izvore podataka koji su dostupni za prikupljanje. To može uključivati interne izvore, kao što su interna baza podataka i sustavi, kao i vanjske izvore poput istraživanja tržišta, društvenih medija, web stranica itd. Nakon identifikacije izvora podataka, organizacija treba pripremiti postupke i alate za prikupljanje podataka. To može uključivati automatsko prikupljanje podataka putem API-ja, ručno unos podataka ili korištenje senzora i uređaja za prikupljanje podataka u stvarnom vremenu, dolje navedena slika prikazuje primjere aplikacije koje sadržavaju API reference.



Slika 5. Prikupljanje podataka kroz druge software-e putem njihovih eksternih ključeva(API referenci)<sup>13</sup>

Integracija podataka se odnosi na proces spajanja podataka iz različitih izvora u jedinstvenu i konzistentnu cjelinu. Ovaj proces uključuje mapiranje i transformaciju podataka kako bi se

<sup>13</sup> <https://www.fiverr.com/uttamsingh31/web-scraping-and-extract-data-jobs>

uskladili s ciljnom strukturom i formatom. Integrirani podaci mogu se koristiti za daljnju analizu, izvješćivanje, modeliranje i donošenje odluka.

Prikupljeni podaci mogu biti u različitim formatima i strukturama. U ovom koraku, podaci se konsolidiraju i transformiraju kako bi se uskladili s ciljnom strukturom i formatom. To može uključivati čišćenje podataka, uklanjanje dupliciranih unosa, mapiranje podataka i transformaciju izvornih podataka.

Integracija podataka uključuje spajanje podataka iz različitih izvora u jedinstvenu cjelinu. To se može postići upotrebom tehnika poput baze podataka, skladišta podataka ili upotrebe alata za integraciju podataka.

Prikupljanje i integracija podataka donose brojne prednosti organizacijama u sektoru turizma.

Putem turističkih web stranica i aplikacija prikupljaju se podatci o korisniku, samim time se proučavaju njegove preference i njegove želje kako bi mu se mogla ponuditi najbolja moguća opcija za putovanje. Naime, samim prikupljanjem poželjnih lokacija, sadržaja i ostalih atrakcija aplikacija može korisniku kreirati odnosno postaviti savršenu ponudu za pristupačnu cijenu, te ga samim time navesti da iskoristi tu aplikaciju. Što više podataka korisnik navede u aplikaciji, samim time ona brže i konkretnije određuje njegove želje i lakše pronalazi poželjna mjesta za samoga korisnika. Pretražuje odredišta prema njegovim preferencama, kupovnoj moći, udaljenosti od turističke lokacije i ostalim faktorima kako bi mu pružila maksimalno zadovoljstvo.

Upravljanje marketinškim aktivnostima i promocija destinacije pomažu u povećanju svijesti o destinaciji među potencijalnim gostima. To dovodi do većeg interesa za posjet destinaciji i povećava broj dolazaka. Učinkovita promocija destinacije potiče posjete i povećava broj turista. To može dovesti do rasta turističke industrije, povećanja prihoda i stvaranja radnih mjesta.

Turistička industrija je izuzetno konkurentna, a destinacije se suočavaju s velikom konkurencijom kako na domaćem tako i na međunarodnom tržištu. Destinacije moraju uložiti dodatne napore u razvijanje inovativnih i diferenciranih marketinških strategija kako bi se izdvojile i privukle goste.

Upravljanje marketinškim aktivnostima i promocija destinacije ključni su elementi uspješnog turističkog sektora. Učinkovito planiranje, organiziranje i provedba marketinških strategija i aktivnosti omogućuju destinacijama da povećaju svijest, privuku goste i ostvare konkurentske

prednosti. Međutim, destinacije se suočavaju s izazovima poput ograničenog budžeta, mijenjanja trendova i konkurencije. Upravljanje marketinškim aktivnostima zahtijeva strateški pristup, kontinuirano praćenje tržišta i prilagodbu novim trendovima kako bi se postigli željeni rezultati i dugoročni uspjeh destinacija.

Prikupljanje i integracija podataka iz različitih izvora igraju ključnu ulogu u suvremenom poslovnom okruženju. S obzirom na to da se podaci generiraju na različitim mjestima i u različitim formatima, njihovo prikupljanje i integracija omogućuju organizacijama da dobiju cjelovitu sliku i koriste relevantne informacije za donošenje informiranih odluka.

## 5.2. Kontrola kvalitete podataka

Prikupljeni podaci često sadrže osjetljive informacije o gostima, financijske podatke i druge povjerljive informacije. Zakon o zaštiti osobnih podataka<sup>14</sup> regulira to područje, a tvrtke ga trebaju poštivati, te uskladiti svoje poslovanje u skladu s njegovim zahtjevima. Podaci gostiju i poslovne informacije su osjetljivi i zahtijevaju adekvatnu sigurnost. Organizacije moraju osigurati da su podaci zaštićeni od neovlaštenog pristupa i da se pridržavaju zakonodavstva o privatnosti podataka.

Kvaliteta podataka može biti izazov jer podaci mogu biti nepotpuni, netočni ili zastarjeli. Važno je provesti postupke kontrole kvalitete kako bi se osigurala pouzdanost i točnost podataka.

Prikupljanje i integracija podataka iz različitih izvora ključni su za organizacije u sektoru turizma. Ovi procesi omogućuju organizacijama da dobiju cjelovitu sliku, informiraju odluke i optimiziraju poslovne rezultate. Međutim, organizacije se suočavaju s poteškoćama poput kompleksnosti podataka, sigurnosti podataka i kvalitete podataka. Upravljanje ovim izazovima zahtijeva pažljivo planiranje, implementaciju odgovarajućih alata i tehnologija te usvajanje postupaka kontrole kvalitete kako bi se osiguralo uspješno prikupljanje i integracija podataka.

Analitički izvještaji pomažu organizacijama da evaluiraju učinkovitost marketinških kampanja. Na primjer, mogu analizirati rezultate oglašavanja, praćenje konverzija, ROI<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Zakon o zaštiti osobnih podataka, NN 103/03, 118/06, 41/08, 130/11, 106/12

<sup>15</sup> **Povrat ulaganja (ROI)** je omjer između [neto dobiti](#) i troška ulaganja koji proizlazi iz ulaganja određenih resursa. Visok povrat uloženi sredstava znači povoljno ulaganje u njegovu cijenu.

(povrat na ulaganje) i segmentiranje ciljne publike. Vizualizacija podataka omogućuje jasno praćenje uspješnosti marketinških napora i identifikaciju najučinkovitijih strategija.

Na primjer, mogu pratiti stope popunjenosti, prihode po sobi, stope otkaza, zadovoljstvo gostiju i druge operativne metrike.

Organizacije nadalje trebaju identificirati ključne pokazatelje uspješnosti (KPI) koji su relevantni za njihovo poslovanje, kao što su prihodi, profitabilnost, zadovoljstvo gostiju, konverzije i drugi ključni metrički pokazatelji. Analiza podataka omogućuje organizacijama da dobiju dublje razumijevanje potreba, preferencija i ponašanja svojih gostiju. To omogućuje personalizirani pristup i prilagođavanje ponude kako bi se zadovoljile njihove potrebe. Podatci se često nalaze u različitim izvorima i formatima. Integracija tih podataka može biti složen i zahtjevan zadatak, posebno ako organizacije koriste različite sustave za prikupljanje podataka. Potrebno je uložiti napore u integraciju podataka kako bi se dobila cjelovita slika.

Uspješna primjena analitičkog izvještavanja i vizualizacije podataka zahtijeva stručnost u analitičkim alatima i tehnologijama. Organizacije moraju ulagati u obuku i razvoj zaposlenika ili angažirati stručnjake s potrebnim vještinama. Također, potrebni su resursi za implementaciju i održavanje analitičkih sustava.

Predikativna analiza<sup>16</sup>, također poznata kao prediktivno modeliranje, koristi statističke metode i algoritme za predviđanje budućih događaja ili trendova na temelju postojećih podataka. U kontekstu turističkog sektora, predikativna analiza može biti snažan alat za donošenje informiranih odluka i poboljšanje poslovnih rezultata.

Predikativna analiza se temelji na prikupljanju i analizi velikih skupova podataka iz različitih izvora kao što su podaci o gostima, rezervacijama, povratnim informacijama gostiju, prometnim podacima, klimatskim uvjetima, društvenim medijima i drugim relevantnim izvorima. Na temelju tih podataka, algoritmi predikativne analize mogu identificirati uzorke, trendove i povezanosti te stvoriti modele koji predviđaju buduće događaje ili ponašanje gostiju.

Predviđanje potražnje na temelju povijesnih podataka o rezervacijama, sezonalnosti, događanjima i drugim čimbenicima, predikativna analiza može predvidjeti buduću potražnju

---

<sup>16</sup> Prediktivna analitika opisuje niz analitičkih i statističkih tehnika koje se koriste za razvijanje modela koji se mogu koristiti za predviđanje budućih događaja ili ponašanja. („ Predictive Analytics” - <https://hr.theastrologypage.com/predictive-analytics> )

za određenim destinacijama, smještajem ili turističkim aktivnostima. To omogućuje organizacijama da prilagode svoju ponudu i marketinške aktivnosti kako bi iskoristile prilike ili izbjegle prekomjerne zalihe.

Predikativna analiza također može pomoći kod cjenovnog prilagođavanja organizacijama, da bi adekvatno određivale cijene svojih proizvoda i usluga. Na primjer, analiza podataka o konkurenciji, sezonalnosti i povijesti rezervacija može sugerirati optimalne cijene koje će maksimizirati prihode i iskoristiti promjene u potražnji.

Primjena predikativne analize može pomoći organizacijama da unaprijede svoje poslovanje, pruže personalizirane usluge, prilagode cijene i upravljaju rizicima. Međutim, važno je pažljivo prikupljati, obraditi i interpretirati podatke kako bi se postigli pouzdani rezultati i poštovali relevantni zakoni i propisi o privatnosti podataka.

Važno je napomenuti da predikativna analiza nije apsolutna predikcija budućnosti, već temeljena na statističkim modelima i pretpostavkama. Stoga, njena točnost ovisi o kvaliteti podataka, odgovarajućem izboru modela i valjanosti pretpostavki.

### **5.3. Digitalna transformacija turističkog sektora**

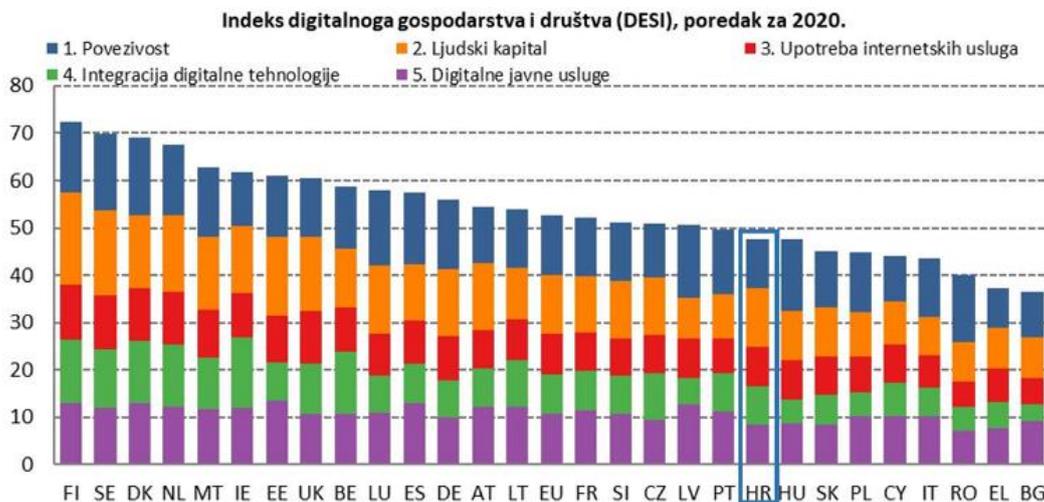
Utjecaj digitalizacije na kontroling u turizmu je značajan i sveprisutan. Digitalna transformacija <sup>17</sup> donosi brojne promjene u načinu poslovanja turističkih organizacija, a kontroling igra ključnu ulogu u praćenju i upravljanju tim promjenama.

Digitalizacija je donijela višestruke količine podataka turističkom sektoru. Turističke organizacije prikupljaju podatke o rezervacijama, gostima, preferencijama, pretraživanju na web stranicama i društvenim mrežama, ocjenama i recenzijama gostiju te mnoge druge vrste podataka. Kontroling mora razviti sposobnost prikupljanja, pohrane i analize tih podataka kako bi stvorio vrijedne uvide za upravljanje poslovanjem. U tu svrhu, kontroling mora usvojiti nove tehnologije i alate za obradu velike količine podataka (big data), poslovnu analitiku, strojno učenje i ostale informatičke sustave. Digitalizacija također mijenja način upravljanja rizicima u turizmu. Novi rizici se javljaju s digitalnom transformacijom, kao što su sigurnost podataka, cyber napadi, privatnost gostiju i društveni mediji. Kontroling mora razviti nove vještine i pristupe za identifikaciju, procjenu i upravljanje tim rizicima. Primjerice, kontroling može

---

<sup>17</sup> Digitalna transformacija je proces usvajanja i implementacije digitalne tehnologije od strane organizacije kako bi se stvorili novi ili modifikovali postojeći proizvodi, usluge i operacije. - <https://hr.wikipedia.org>

suradivati s odjelom IT-a kako bi osigurao sigurnost podataka i zaštitu od cyber prijetnji. Također, analiza podataka može pomoći u otkrivanju prijevara, identifikaciji nepravilnosti ili nepravilnosti u poslovanju, kao što možemo vidjeti na idućem grafu.



Graf 2. Indeks digitalnog gospodarstva i društva - Digitalna Hrvatska<sup>18</sup>

Donošenje odluka također prolazi kroz transformaciju s digitalizacijom. Kontroling može koristiti simulacije, scenarije i modeliranje kako bi evaluirao različite mogućnosti i predvidio rezultate različitih odluka. Osim toga, digitalizacija omogućuje brže i lakše dijeljenje informacija i suradnju među različitim dionicima u turističkom sektoru, što poboljšava proces donošenja odluka.

Međutim, unatoč brojnim prednostima digitalizacije, potrebno je osigurati kvalitetu podataka i integritet sustava kako bi se izbjegle pogreške i netočnosti. Također je važno osigurati pravnu i etičku usklađenost pri obradi i korištenju podataka, posebno u kontekstu privatnosti gostiju. Kontroling mora osigurati da su odgovarajući sigurnosni mehanizmi ugrađeni u digitalne sustave kako bi se spriječile prijave i zloupotrebe podataka.

Neminovno kontroling mora usvojiti nove tehnologije, alate i vještine kako bi iskoristio prednosti digitalne transformacije. Prikupljanje i analiza podataka, planiranje i praćenje, upravljanje rizicima te donošenje odluka postaju sve dinamičniji i prilagodljiviji. Unatoč

<sup>18</sup> <https://rdd.gov.hr/vijesti/europska-komisija-objavila-indeks-gospodarske-i-drustvene-digitalizacije-desi-za-2020-godinu/1452>

izazovima, kontroling u turizmu ima priliku postati strateški partner u digitalnoj transformaciji turističkih organizacija i pridonijeti njihovom uspjehu u sve konkurentnijem okruženju.

Big data i analitika podataka imaju značajan utjecaj na turizam, omogućavajući turističkim organizacijama da steknu dublje uvide, bolje razumiju svoje goste, optimiziraju operacije i donose informirane poslovne odluke.

U turizmu big data se odnosi na velike i kompleksne skupove podataka koji se generiraju iz različitih izvora, poput rezervacijskih sustava, društvenih medija, web stranica, mobilnih aplikacija, GPS praćenja, senzora itd. Ovi podaci mogu biti strukturirani, polustrukturirani i nestrukturirani te pružaju obilje informacija o preferencijama gostiju, ponašanju, potrebama, trendovima i ostalim relevantnim čimbenicima.

Analitika podataka omogućuje turističkim organizacijama da iz tih velikih i složenih skupova podataka izvuku vrijedne informacije. To uključuje proces prikupljanja, čišćenja, transformacije i analize podataka kako bi se dobili uvidi, trendovi, korisne informacije i predikcije za podršku poslovnim odlukama. Analitika podataka koristi različite tehnike, kao što su statistička analiza, strojno učenje i umjetna inteligencija, kako bi otkrila skrivene uzorke, identificirala trendove, predvidjela buduće događaje i donijela ispravne odluke.

Prednosti primjene big data svakako su bolje razumijevanje gostiju, njihovih preferencija, potreba i ponašanja. To omogućuje personaliziranu uslugu, prilagođene ponude i bolje zadovoljstvo gostiju, ali i predikciju buduće potražnje, što je ključno za pravovremeno prilagođavanje kapaciteta, cijena i marketinških strategija.

Unatoč brojnim prednostima, primjena big data i analitike podataka u turizmu također nosi izazove, a to je svakako potreba raspolaganja sustavom za prikupljanje i integraciju podataka iz različitih izvora. To može biti složen i zahtjevan proces koji zahtijeva odgovarajuće infrastrukture i alate. Turističke organizacije moraju primijeniti odgovarajuće sigurnosne mjere i usklađenost s propisima o zaštiti podataka, nadalje, moraju raspolagati s timom stručnjaka koji posjeduje znanja o analizi podataka, statistici, programiranju i interpretaciji rezultata.

Primjena big data i analitike podataka u turizmu može biti vidljiva u različitim područjima turističke industrije:

- Personalizirano iskustvo gostiju - turističke organizacije mogu koristiti analitiku podataka za pružanje personaliziranog iskustva gostima. Na temelju podataka o

njihovim preferencijama, mogu se prilagoditi ponude, preporučiti relevantne aktivnosti i usluge te stvoriti posebne pakete.

- Yield management <sup>19</sup> odnosno upravljanje cijenama i kapacitetom, može se poboljšati analizom podataka o potražnji, sezonalnosti, konkurenciji i drugim čimbenicima. Turističke organizacije mogu koristiti te podatke za dinamično prilagođavanje cijena i upravljanje raspoloživim kapacitetom.
- Marketing i oglašavanje - omogućuje turističkim organizacijama da bolje ciljaju svoje marketinške kampanje. Na temelju podataka o ciljnoj publici, preferencijama i ponašanju, mogu se usmjeriti marketinški naponi na odgovarajuće kanale i stvoriti relevantne poruke.
- Operativna optimizacija - može pomoći u optimizaciji operacija turističkih organizacija. Na primjer, podaci o prometu i potrošnji gostiju mogu se analizirati kako bi se poboljšala raspodjela resursa, upravljanje zalihama i planiranje radne snage.

Primjena big data i analitike podataka u turizmu ima ogroman potencijal za poboljšanje poslovnih procesa, donošenje najboljih odluka i stvaranje personaliziranog iskustva za goste. Međutim, to zahtijeva odgovarajuću infrastrukturu, stručnost i usklađenost s pravilima o zaštiti podataka. Turističke organizacije koje uspješno iskoriste prednosti big data i analitike podataka bit će sposobne prilagoditi se promjenama tržišta, poboljšati konkurentnost i ostvariti veći uspjeh u sve digitaliziranijem turističkom okruženju.

#### **5.4. Kontroling u upravljanju ekološkim performansama**

Primjena kontrolinga u održivom turizmu i upravljanju ekološkim pokazateljima igra ključnu ulogu u promicanju odgovornog i ekološki osviještenog razvoja turističke industrije. Kontroling u ovom kontekstu ima svrhu mjerenja, praćenja, analize i upravljanja ekološkim performansama turističkih organizacija s ciljem smanjenja negativnog utjecaja na okoliš i promicanja održivosti. Na dolje navedenoj slici možemo vidjeti važnost faktora ekonomije, ekologije i kapitala, te njihove poveznice.

---

<sup>19</sup> Yield management - je strategija promjenjivog cjenovnog planiranja koja se temelji na razumijevanju, predviđanju i utjecanju na ponašanje potrošača kako bi se maksimizirali prihodi ili profiti od ograničenih resursa u određenom vremenskom razdoblju.- <https://en.wikipedia.org/>



Slika 6. Isprepletenost faktora ekonomije, ekologije i kapitala za održiv turizam<sup>20</sup>

Prvi korak je identificirati ključne ekološke pokazatelje koji će se pratiti. To mogu biti energetska potrošnja, prekomjerna posjeta osjetljivim područjima<sup>21</sup> (zaštićenim prirodnim područjima - nacionalni parkovi i parkovi prirode), vožnja automobilima i motorima po prirodi, izgradnja golf igrališta i sl.), potrošnja vode, generiranje otpada, zaštita prirodnih resursa itd. Ti pokazatelji pomažu u praćenju i mjerenju utjecaja turističkih aktivnosti na okoliš. Aplikativna rješenja u kontroingu mogu se koristiti za upravljanje ukupnim brojem posjetitelja tijekom jednog dana unutar nacionalnog parka, parka prirode i UNESCO područjima. Na način da reguliraju broj posjetitelja, kontrolu i naplatu parkiranja, plaćanja ulaznica online, pomoć komunalnom redarstvu. Nadalje aplikativna rješenja mogu pomoći sankcioniranjem prekršitelja koji su uhvaćeni u uništavanju prirode na način da se njihove radnje (videonadzor počinjenja) mogu poslati nadležnim službama.

Turističke organizacije moraju prikupiti relevantne podatke o ekološkim pokazateljima. To uključuje sustavno praćenje potrošnje energije, vode, otpada i drugih resursa te praćenje prekomjerne posjete osjetljivim područjima. Prikupljeni podaci se analiziraju kako bi se dobili uvidi o ekološkim performansama turističke organizacije. Mjere se uspostavljaju kako bi se ostvarili ti ciljevi, poput implementacije energetske učinkovite opreme, korištenja obnovljivih

<sup>20</sup> <https://www.devalt.org/newsletter/sep18/lead.htm>

<sup>21</sup> Tour. Hospitality Management God. 10, Br.2, Str. 67-159.

izvora energije, implementacije recikliranja i smanjenja otpada itd. Primjena kontrolinga omogućuje turističkim organizacijama da identificiraju područja u kojima se generira najveći negativni utjecaj na okoliš i poduzmu mjere za smanjenje tog utjecaja. Na dolje navedenoj slici vidimo primjer sustava koji se bavi obradom otpadnih voda kako bi smanjili negativni utjecaj na okoliš.



Slika 7. Sustav za pročišćavanje otpadne vode u hotelima<sup>22</sup>

Održivi turizam<sup>23</sup> sve više postaje važan faktor pri odabiru destinacije od strane gostiju. Turističke organizacije koje primjenjuju kontroling i postižu dobre ekološke rezultate stječu povjerenje gostiju i poboljšavaju svoju reputaciju. To može rezultirati većim brojem gostiju i povećanim prihodima. U mnogim zemljama postoje propisi i regulative vezane za ekološke standarde i održivost u turizmu. Zelena gradnja je puno širi termin koji uključuje korištenje obnovljivih izvora energije, održive i reciklirane materijale, kvalitetu okoliša, zdravlje i komfor ljudi, ekološko postupanje s otpadom, transport, i brojne druge parametre. Primjena kontrolinga omogućuje turističkim organizacijama da budu u skladu s tim propisima i izbjegnu sankcije.

Složenija strana implementacija kontrolinga može zahtijevati financijska sredstva za nabavu potrebne opreme i tehnologija, edukaciju zaposlenika i provedbu mjera za poboljšanje

<sup>22</sup> <https://www.kolektorwater.com/hr/sustavi-doziranja>

<sup>23</sup> Nives Vidak, Joško Sindik, PRAVCI RAZVOJA SUVREMENOG TURIZMA –PRETPOSTAVKE ZA ODRŽIVI TURIZAM U HRVATSKOJ, str. 298

održivosti. Manje turističke organizacije s ograničenim proračunom mogu se suočiti s izazovom nedostatka financijskih resursa.

## Zaključak

Kontroling predstavlja praktičnu pomoć u upravljanju i vođenju poslovanja, u smislu kreiranja i prezentiranja izvještaja, planiranja, financiranja, analize poslovnoga rezultata, unaprjeđenja sustava informiranja. Brz napredak tehnologije potiče turističku industriju da se razvija i pretvara u digitalnu. Nepobitno je digitalna transformacija prisutna u svim sferama društvenog i poslovnog djelovanja, tako je i industrija turizma usvojila benefite koje donosi IT. Digitalna industrija kroz aplikativna rješenja nudi puno brži način proučavanje poslovnih procesa, tijekom dokumentacije, definiranja izvještaja s upravom i menadžmentom hotela, uočavanje odstupanja i kritična područja, razloge njihovog nastanka te predlaže upravi menadžmenta načine rješavanja koji su utemeljeni na analizama i financijskim izvještajima. Tijekom razrade ovog rada po podnaslovima dan je prikaz kako aplikativna rješenja mogu pomoći u pojedinom segmentu poslovanja u turizmu.

Neslućene su mogućnosti koje hotelskim menadžerima donosi nova tehnologija, posebno razvojem aplikativnih sustava, međutim za to je prethodno potrebno osigurati hardversku infrastrukturu i potrebne preduvjete za formiranje jedinstvene baze podataka koja će biti adekvatna podrška softverskim rješenjima. Cloud poslovanje je na primjer novi koncept isporuke softverskih rješenja koji koristi postojeće resurse. Daljinski hosting, virtualizacija hardvera, udruživanje resursa web aplikacije su primjeri suvremenih tehnologija koje su dostupne na lokalnom i globalnom nivou. U radu je navedeno kako aplikacije mogu najviše pomoći osobama koje odlučuju ili su u izravnom kontaktu s gostima na način da ubrzaju upravljanje smještajnim hotelskim jedinicama, komunikaciju s turistima pri rezerviranja smještaja, praćenju osoblja, stanju zaliha, u knjigovodstvu i druge mogućnosti. Upotreba aplikativnih rješenja u turizmu omogućava istovremeno smanjivanje troškova poslovanja i povećanje broja klijenata, vodi ka integraciji operativnih sistema, povećava internu efikasnost, smanjuje broj zaposlenih u administraciji i omogućava potrošačima - turistima direktan kontakt s najrazličitijim pružateljima turističkih usluga.

Hrvatska posjeduje prirodne atrakcije, među kojima najvažnije mjesto imaju more, razvedena obala te mnoštvo otoka, brojne očuvane prirodne plaže, kao i zelenilo i šumovitost velikog dijela teritorija, pitka voda i raznolikost biljnog i životinjskog svijeta. Zbog svega navedenog svake godine možemo očekivati sve veći priljev gostiju, strani gosti se ne snalaze dobro u zemlji čiji jezik i običaje ne poznaju, tu će značajno pomoći aplikacije koje je potrebno razviti

te im pomoći oko rezervacije, planiranja prijevoza, informacije o događajima, elektronski vodiči, socijalne mreže bazirane na lokacijama, aplikacije koje nude usluge prevođenja i slično. Zaključno, ovaj rad predstavlja svojevrstan „pokušaj ukazivanja“ na mogućnosti koje nude aplikacije, bez kojih je i naš svakodneveni život, privatni i poslovni gotovo nezamisliv.

## **Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti**

**Ime i prezime studenta: Zvonimir Kišurek**

**Matični broj studenta: 0010231701**

**Naslov rada: Primjena Kontrolinga U Sektoru Turizma Putem Aplikativnih Rješenja**

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

11.10.2023.

Potpis studenta



## Literatura

### Knjige

1. Praktični Menadžment, Doc. Dr. Sc. Nataša Rupčić I Antonio Datković, Vol. IV
2. Filip Đoković | Dženan Kulović – Strategijsko Odlučivanje U Hotelijerstvu
3. Ivanov, S., Dynamic Overbooking Limits For Guaranteed And Nonguaranteed Hotel Reservations, Tourism Today, Vol 7
4. A.Krajnović, P. Gospić, D.Sikirić, Strateški Utjecaj Alata Digitalnog Marketinga I CRM U Turizmu
5. Nives Vidak, Joško Sindik, Pravci Razvoja Suvremenog Turizma

### Internetski izvori

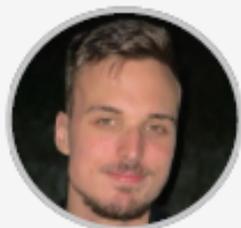
1. <https://www.geeksforgeeks.org/controlling-nature-importance-and-limitations/>
2. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_05\\_55\\_1119.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html)
3. <https://apps.apple.com/eg/app/explore-croatia/id1669535822>
4. <https://www.fiverr.com/uttamsingh31/web-scraping-and-extract-data-jobs>
5. <https://hr.theastrologypage.com/predictive-analytics>
6. <https://www.kolektorwater.com/hr/sustavi-doziranja>

### Slike

1. Značaj kontrolniga u poslovanju
2. Sastavnice CRM sustava
3. Sustav vrijednosti nove vizije hrvatskog turizma
4. Mobilna aplikacija Explore Croatia
5. Prikupljanje podataka kroz druge software-e putem njihovih eksternih ključeva(API referenci)
6. Isprepletenost faktora ekonomije, ekologije i kapitala za održiv turizam
7. Sustav za pročišćavanje otpadne vode u hotelima

## **Grafovi**

1. Prikaz usporedbe domaćih gostiju i stranih gostiju kroz 2021. i 2022. godinu
2. Indeks digitalnog gospodarstva i društva - Digitalna Hrvatska



## Zvonimir Kisurek

**Datum rođenja:** 05/10/2000 | **Državljanstvo:** hrvatsko | **Spol:** Muško |

**Telefonski broj:** (+385) 0991944689 (Mobilni telefon) | **E-adresa:**

[zvonimir0510@gmail.com](mailto:zvonimir0510@gmail.com) | **LinkedIn:**

<https://www.linkedin.com/in/zvonimir-kisurek-b60328202/> |

**Whatsapp Messenger:** 0991944689 |

**Adresa:** Ivana Gundulića , 31000, Osijek, Hrvatska (Kućna)

### ● O MENI

Nešto o meni... Dio sam male start-up tvrtke primarno bazirane na razvoju aplikacija i Tech/Backend Leadu u Croatia Osiguranju. Imam 5 godina iskustva u Javi i PL/SQL, oko 3 godine u Kotlinu i C#. Radio sam na velikim poslovnim aplikacijama kao što su Liferay i Sapien's Idit, koje su me upoznale s načinom funkcioniranja korporacija. Uglavnom sam usredotočen na Backend i razvoj aplikacija (Java, Kotlin), ali u nekim okruženjima sebe vidim kao Full-stack programera aplikacija. Radoholičar sam i cilj mi je kroz svakodnevni rad znati i naučiti što više.

### ● RADNO ISKUSTVO

01/03/2022 – TRENUTAČNO Zagreb, Hrvatska

**SOFTWARE DEVELOPER CROATIA OSIGURANJE**

Neke stvari koje sam radio u Croatia Osiguranju:

- stvaranje Jasper izvješća (PL/SQL)
- full-stack razvoj
- rad s okvirom Spring
- Otklanjanje pogrešaka i izrada softvera uglavnom u Javi
- Voditelj backend tima

01/02/2023 – TRENUTAČNO Vukovar, Hrvatska

**CDO DAIDREAM D.O.O.**

### ● OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

01/10/2019 – TRENUTAČNO Zaprešić, Hrvatska

**PRVOSTUPNIK EKONOMIJE, POSLOVNA EKONOMIJA I FINACIJE** University of Baltazar

**Adresa** Ul. Vladimira Novaka 23, 10290, Zaprešić, Hrvatska | **Internetske stranice** <https://www.bak.hr/>

### ● JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/jezici: **HRVATSKI**

Drugi jezici:

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna produkcija	Govorna interakcija	
<b>ENGLESKI</b>	C2	C2	C2	C2	C1

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna produkcija	Govorna interakcija	
<b>ŠPANJOLSKI</b>	B1	B1	A2	A2	B1
<b>NJEMAČKI</b>	B2	B2	B1	B1	B2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

## ● DIGITALNE VJEŠTINE

---

SQL | Java | Kotlin | C#

## ● DODATNE INFORMACIJE

---

### PROJEKTI

01/01/2020 – TRENUTAČNO

**Application Development** Također imam 5 godina iskustva u razvoju aplikacija, jer sam radio za vanjske tvrtke kao Java i Kotlin programer aplikacija. Imam puno vlastitih projekata napisanih u Kotlinu i Javi, što pokazuje moje dobro poznavanje razvoja aplikacija.

---