

Универзитет Привредна академија у Новом Саду
University Business Academy in Novi Sad

Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије Београд
Faculty of Applied Management, Economics and Finance Belgrade

ФАКУЛТЕТ ЗА
ПРИМЕЊЕНИ
МЕНАЏМЕНТ
ЕКОНОМИЈУ
И ФИНАНСИЈЕ



MEFKON23

International Scientific & Professional Conference

МЕЂУНАРОДНА НАУЧНО-СТРУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА

**INNOVATION AS AN INITIATOR
OF THE DEVELOPMENT**
ИНОВАЦИЈЕ КАО ПОКРЕТАЧ РАЗВОЈА

INTERNATIONAL CONFERENCE PROCEEDINGS

ЗБОРНИК РАДОВА СА МЕЂУНАРОДНОГ СКУПА

I N N O V A T I O N S

December 7th
Belgrade, 2023

Универзитет Привредна академија у Новом Саду

University Business Academy in Novi Sad

Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, Београд

Faculty of Applied Management, Economics and Finance, Belgrade

Међународна научно-стручна конференција

International Scientific & Professional Conference

МЕФкон 2023 / MEFkon 2023

ИНОВАЦИЈЕ КАО ПОКРЕТАЧ РАЗВОЈА

INNOVATION AS THE INITIATOR OF DEVELOPMENT

ЗБОРНИК РАДОВА СА МЕЂУНАРОДНОГ СКУПА

INTERNATIONAL CONFERENCE PROCEEDINGS

Pregled očekivanih prednosti primene standarda kvaliteta u turizmu

An overview of the expected benefits of applying quality standards in tourism

Tatjana Janovac¹

¹Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije
Jevrejska 24, Beograd, Srbija, tatjana.janovac@mef.edu.rs

Apstrakt: Poslednjih nekoliko decenija kvalitet u sektoru turizma dobija sve više na značaju kao posledica sve veće tražnje, problema održivosti i konkurentnosti turističkih organizacija. U radu se analiziraju očekivane prednosti primene standarda kvaliteta u turizmu. Primena međunarodnih standarda kvaliteta u turističkoj industriji može da ima benefite u pogledu racionalizacije troškova poslovanja, identifikacije potencijalnih rizika poslovanja, povraćaja ulaganja, povećanja konkurentnosti, marketinških prednosti, zadržavanja postojećih i privlačenja novih korisnika, povećanja profitabilnosti, pozitivnog imidža, kao i uticaja na produktivnost, ekonomiju i BDP. Značaj ovog rada ogleda se sa aspekta davanja smernica menadžmentu turističkih organizacija i kreatorima politika u cilju unapređenja kvaliteta i održivosti poslovanja.

Ključne reči: sektor turizma, standardi kvaliteta, benefiti za poslovanje

Abstract: In the last few decades, quality in the tourism sector has gained much more importance as a result of the increasing demand, problems of sustainability and competitiveness of tourist organizations. The paper analyzes the expected benefits of applying quality standards in tourism. The application of international quality standards in the tourism industry can have benefits in terms of rationalizing business costs, identifying potential business risks, return on investment, increasing competitiveness, marketing advantages, retaining existing and attracting new users, increasing profitability, and positive image as well as the impact on productivity, economy and GDP. The importance of this manuscript is reflected in the aspect of providing guidelines to the management of tourist organizations and policy makers in order to improve the quality and sustainability of business.

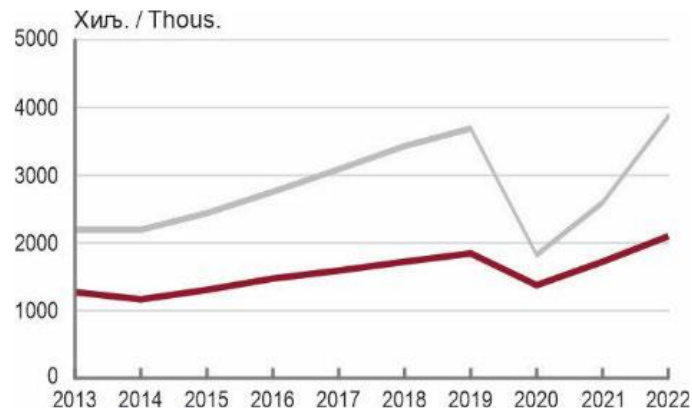
Keywords: tourism sector, quality standards, benefits for business

Uvod

Kvalitet u turizmu podrazumeva doslednu isporuku proizvoda i realizaciju usluga za korisnike prema očekivanim standardima. Pružanje kvalitetne usluge jedan je od glavnih izazova sa kojima će se organizacije u turizmu suočiti u narednim godinama, jer je to suštinski uslov za uspeh na novim, konkurentnim i globalnim tržištima (Kapiki, 2012).

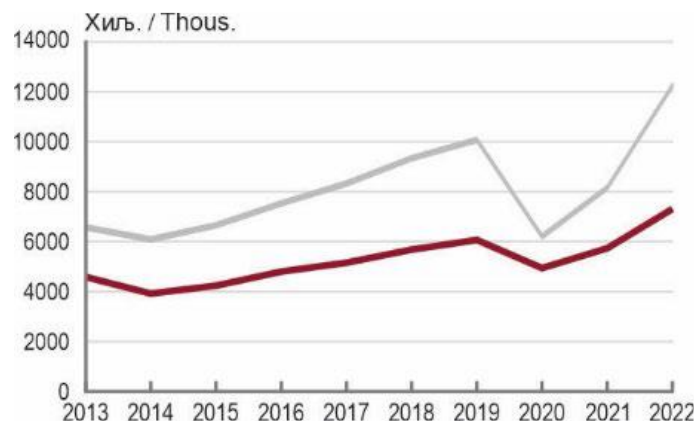
Prema najnovijem godišnjem izveštaju WTTC (World Travel Tourism Council) u 2022.god. sektor turizma je doprineo sa 7,6% globalnom BDP-u i povećanje od 22% u odnosu na 2021.god (World Travel Tourism Council, 2023). Što se tiče Republike Srbije, ukupan broj turista u 2022.god. iznosio je 3.869 hilj. Od toga je domaćih turista bilo 2096 hilj., što je više za 31,6% nego u 2021.god., dok je broj stranih turista koji su posetili našu zemlju iznosio 1.773 hilj. i bio je veći za 85,5% u odnosu na 2021.god. Ostvareni broj noćenja svih turista koji su koristili smeštajne kapacitete iznosio je 12.246 hilj. i bio je veći za 35,6% u poređenju sa 2021.god. Domaći turisti su ostvarili 7.306 hilj. noćenja (povećanje za 27,7% u odnosu na 2021.god.), dok je broj noćenja stranih turista za 49,3% veći nego u 2021.god. i iznosio je 4.939 hilj.noćenja (Republički zavod za statistiku, 2023). Pri tome treba imati u vidu da je

Svetska zdravstvena organizacija proglasila kraj pandemije izazvane koronavirusom (Covid -19) tek u maju 2023. Pandemija je znatno uticala na pad turističkog prometa svuda u svetu, pa i u Republici Srbiji, naročito u 2020 god. (Slika 1. i Slika 2), što se odrazilo i na poslovanje turističkih organizacija.



Slika 1. Dolasci turista za period 2013-2022.

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023



Slika 2. Noćenja turista za period od 2013- 2022

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023

U današnje vreme postoje veliki rizici što se tiče poslovanja naročito u sektoru turizma. Rizici koji dolaze iz spoljnog okruženja uslovljeni su mnogim globalnim krizama koje izazivaju nestabilnost i dovode do poremećaja poslovnih aktivnosti organizacija. Imajući u vidu nestabilnost i sve češće promene koje dolaze iz poslovnog ambijenta, pitanje kvaliteta u turizmu dobija sve više na značaju zbog problema održivosti i konkurentnosti turističkih organizacija.

U naučnoj literaturi postoji veliki broj istraživanja koja su usmerena na marketinški (Azimovna, et al., 2022; Deb et al., 2022; Xiao, et al., 2022; Lim et al., 2021; Katsikari et al., 2020) i menadžerski aspekt organizacije turističke industrije (Buhalis et al., 2023; Giotis & Papadionysiou, 2022; Fatima & Elbanna, 2020). Međutim, postoji istraživački jaz kada je u pitanju izučavanje kvaliteta u turizmu, naročito u pogledu benefita primene standarda kvaliteta.

Kvalitet u turizmu i primena međunarodnih standarda

Definicija pojma kvaliteta menjala se tokom vremena i uporedo sa promenom shvatanja suštine i sadržaja tog pojma, od početnog poimanja kvaliteta kroz performanse proizvoda do evoluiranja shvatanja ovog pojma u pogledu postizanja zadovoljstva korisnika. Univerzalana definicija kvaliteta ne postoji, iz razloga što se definicije kvaliteta percipiraju sa različitih aspekata posmatranja i različitih oblasti uključujući filozofiju, ekonomiju, marketing i upravljanje operacijama, ali i ekološke i

društvene nauke (Garrigos-Simon et al., 2019). Prema mišljenju dr Džurana (Joseph Juran), postoje dva glavna značenja kvaliteta sa aspekta organizacije:

„Marketinško značenje kvaliteta “ - karakteristike koje orijentišu kupce, odnosno korisnike;

„Troškovno orijentisano značenje kvaliteta” - odnosi se na manjkavosti, nedostake, dorade.

Edwards Deming (Edwards Deming) smatra da „Kvalitet svoju težnju treba da usmeri na sadašnje i buduće potrebe korisnika“, na sličan način i Filip Krozbi (Philip Crosby) daje definiciju: „Kvalitet znači prilagođavanje zahtevima korisnika“. Ciljevi postignuća kvaliteta organizacije odnose se na ispunjenje zahteva i prevazilaženje očekivanja korisnika i zainteresovanih strana, postizanje konkurentske prednosti i održivosti i stvaranje nove vrednosti za pojedinca, organizaciju i čitavo društvo (Janovac, 2014, p.22).

Poslovanje turističkih organizacija odvija se u uslovima jake konkurencije, a kao najznačajnije za uspešnost izdvajaju se dva faktora: dobro rukovođenje organizacijom i visok nivo kvaliteta usluga (Rajković & Arsovski, 2009). Kvalitet usluga se određuje na osnovu ispunjenosti zahteva i zadovoljstva korisnika. Najbolji način da se vrši stalno praćenje kvaliteta jeste kontinuirana komunikacija sa korisnicima, istraživanje njihovih potreba, želja i očekivanja. Asimetrične informacije koje podvlače razliku između kvaliteta koji korisnik percipira i kvaliteta koji nudi davaoc usluga, mogu negativno uticati na vrednost celokupnog turističkog iskustva čak i kada nedostatak zadovoljstva podrazumeva samo jedan element ponude (Asero & Patti, 2009).

Kako je upravljanje kvalitetom postalo značajno u turističkom sektoru, primena standardizovanih sistema menadžmenta postala je sve češća pojava u ovoj industriji (Casadesus et al., 2010). Međunarodna organizacija za standardizaciju ISO širom sveta sprovodi godišnje istraživanje prikupljanjem podataka o broju važećih sertifikata za međunarodne standarde sistema menadžmenta. Na Tabeli 1. prikazan je ukupan broj izdatih sertifikata u turističkoj industriji na bazi uzorka od 187 zemalja sveta. Podaci su prikupljeni od sertifikacionih tela akreditovanih od strane članova IAF MLA zaključno sa 2022.god.

Tabela 1. Broj izdatih sertifikata u turističkoj industriji

Standard	Broj sertifikata
ISO 9001:2015	4.881
ISO 14001: 2015	3.314
ISO/IEC 27001: 2013	31
ISO 45001:2018	2.829
ISO 50001:2011&2018	41
ISO 22301:2012	3
ISO/IEC20000-1:2018	5
ISO 37001:2016	5
ISO 20121:2012	3

Izvor: Prilagođeno prema ISO, 2023

Tabela 2. Ukupan broj izdatih sertifikata u turističkoj industriji na teritoriji Republike Srbije

Standard	Broj sertifikata
ISO 9001:2015	42
ISO 14001: 2015	16
ISO/IEC 27001: 2013	1
ISO 45001:2018	9
ISO 50001:2011&2018	-
ISO 22301:2012	-

ISO/IEC 20000-1:2018	1
ISO 37001:2016	-
ISO 20121:2012	-

Izvor: Prilagođeno prema ISO, 2023

Na osnovu prikupljenih i analiziranih podataka može se zaključiti da najveći broj turističkih organizacija u Republici Srbiji primenjuje standard ISO 9001, na šta ukazuje 42 izdata sertifikata. Ovaj rezultat je i razumljiv ukoliko uzmemo u obzir činjenicu da je standard ISO 9001 generički standard i da se može primeniti na sve organizacije bez obzira na delatnost ili veličinu. Pored toga, ISO 9001 je kompatibilan sa drugim standardima.

Pored standarda ISO 9001- sistem menadžmenta kvalitetom, međunarodni standardi koji se preporučuju u poslovanju turističkih organizacija su: ISO 14001 – sistem menadžmenta zaštitom životne sredine; ISO 27000 – sistem menadžmenta bezbednosti informacija; ISO 31000 – sistem menadžmenta rizicima; ISO 13810 – menadžmenta turističkim uslugama, ISO 22000- sistem upravljanja bezbednosti hrane; ISO 100001- zadovoljstvo korisnika.

U cilju efikasnijeg poslovanja, menadžment sistemi se mogu integrisati. Uvođenje integrisanog sistem menadžmenta (IMS) predstavlja smanjenje administriranja kroz poboljšanje interne koordinacije, lakše upravljanje u ostarenju ciljeva, stvaranje boljeg imidža organizacije.

Uprkos stalnom porastu popularnosti međunarodnih standarda u turističkoj industriji poslednjih godina, još uvek je nedovoljan broj sertifikata, s obzirom na prednosti primene. Nepoverenje u primenu međunarodnih standarda u turističkoj industriji može se opravdati time što postoji ustaljeno mišljenje da su međunarodni standardi više namenjeni organizacijama drugih delatnosti za postizanje poslovne izvrsnosti i da su irelevantne za sektor turizma (Lazić et al.,2013).

Međunarodni standardi donose tehnološke, ekonomske i društvene koristi. Oni pomažu da se usklade i harmonizuju tehničke specifikacije proizvoda i usluga, čineći industriju efikasnijom. Istraživanje koje su sprovedi kineski istraživači na uzorku od 157 kompanija, ukazuju da kompanije koje su implementirale više od jednog standarda kvaliteta mogu imati bolje korporativne performanse, kvalitet proizvoda i marketinške prednosti (To et al.,2012). Isto tako, postoji nekoliko studija o uticaju standard na ekonomiju, BDP i produktivnost rada koje je obradila i analizirala Međunarodna organizacija za standardizaciju ISO u publikaciji iz 2021. godine: “Standardi i ekonomski rast – Istraživanje članova ISO-a o uticaju standarda na njihove nacionalne ekonomije”. Svaka studija je otkrila da je povećanje broja standarda bilo u korelaciji sa merom ekonomskog rasta (Bojanić et al., 2022).

Primenom međunarodnih standarda, pored proizvodnih organizacija i organizacije u turizmu mogu podići nivo poslovne uspešnosti i održivosti. Očekivane prednosti primene standarda kvaliteta ogledaju se kroz (Raković, 2014, p.66): povećanje profitabilnosti, povraćaj ulaganja, povećanje konkurentnosti, racionalizaciju troškova poslovanja, optimizaciju korišćenja raspoloživih resursa, zadržavanje postojećih i privlačenje novih korisnika, uspešnu identifikaciju rizika i upravljanje rizicima koji se javljaju u poslovanju.

Zaključak

Održivost turističke organizacije uslovljena je konkurentnošću i kontinuitetom kvaliteta poslovanja. Za organizaciju je od velike važnosti da zadrži tržišnu poziciju uprkos promenama iz spoljnog okruženja. Primenom standarda kvaliteta organizacija može unaprediti kvalitet usluga i postići zadovoljstvo korisnika. Za uvođenje sistema menadžmenta u poslovanju turističke organizacije neophodna je posvećenost menadžmenta i svih zaposlenih. Primena međunarodnih standarda kvaliteta u turističkoj industriji može da ima prednosti u pogledu racionalizacije troškova poslovanja, identifikacije potencijalnih rizika poslovanja, povećanja konkurentnosti, zadržavanja postojećih i privlačenja novih

korisnika, povećanja profitabilnosti, stvaranja pozitivnog imidža organizacije, kao i uticaja na produktivnost, ekonomiju i BDP. I pored porasta popularnosti međunarodnih standarda u turističkoj industriji poslednjih nekoliko godina, još uvek je nedovoljan broj sertifikata, s obzirom na prednosti primene.

Značaj ovog rada ogleda se sa aspekta davanja smernica menadžmentu turističkih organizacija i kreatorima politika u cilju unapređenja kvaliteta i održivosti poslovanja. Rad pruža teoretsku osnovu za istraživanje sertifikovanih organizacija u oblasti turizma u pogledu prednosti primene standarda kvaliteta.

Reference

- Asero, V., & Patti, S. (2009). Asymmetric information, tourist satisfaction and quality in tourism. OF THE UNIVERSITY OF PETROŠANI~ ECONOMICS~, 9(3), 5-16.
- Azimovna, M. S., Shokhrukhovich, U. F., & Sodirovich, U. B. (2022). Analysis of the market of tourist products of the samarkand region. barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, 2(4), 422-427.
- Bojanić, T., Nešković- Popović, V. & Knežević R. (2022). Istraživanje o korišćenju standarda i njihovom uticaju na poslovanje orghanizacija u Republici Srbiji. Institut za standardizaciju Srbije. Beograd.
- Buhalis, D., Leung, D., & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, 97, 104724. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104724>
- Casadesus, M., Marimon, F., & Alonso, M. (2010). The future of standardised quality management in tourism: evidence from the Spanish tourist sector. *The Service Industries Journal*, 30(14), 2457-2474. <https://doi.org/10.1080/02642060802712822>
- Deb, S. K., Nafi, S. M., & Valeri, M. (2022). Promoting tourism business through digital marketing in the new normal era: a sustainable approach. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2022-0218>
- Fatima, T., & Elbanna, S. (2020). Balanced scorecard in the hospitality and tourism industry: Past, present and future. *International Journal of hospitality management*, 91, 102656. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102656>
- Garrigos-Simon, F. J., Narangajavana-Kaosiri, Y., & Narangajavana, Y. (2019). Quality in tourism literature: A bibliometric review. *Sustainability*, 11(14), 3859. <https://doi.org/10.3390/su11143859>
- Giotis, G., & Papadionysiou, E. (2022). The role of managerial and technological innovations in the Tourism industry: A review of the empirical literature. *Sustainability*, 14(9), 5182. <https://doi.org/10.3390/su14095182>
- Hatvany, N., & Pucik, V. (1981). An integrated management system: Lessons from the Japanese experience. *Academy of Management Review*, 6(3), 469-480. <https://doi.org/10.5465/amr.1981.4285790>
- Holdsworth, R. (2003). Practical applications approach to design, development and implementation of an integrated management system. *Journal of hazardous materials*, 104(1-3), 193-205. <https://doi.org/10.1016/j.jhazmat.2003.08.001>
- ISO (2023). ISO Survey of certifications to management system standards - Full results. <https://www.iso.org/committee/54998.html?t=KomURwikWDLiuB1P1c7SjLMLEAgXOA7emZ>

HKGWyn8f3KQUTU3m287NxnPA3DIuxm&view=documents#section-isodocuments-top
(5.10.2023).

- Janovac, T. (2014). Unapređenje kvaliteta visokoškolske ustanove na osnovu kriterijuma potreba korisnika. Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu.
- Kapiki, S. (2012). Quality management in tourism and hospitality: An exploratory study among tourism stakeholders. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 2(2).
- Katsikari, C., Hatzithomas, L., Fotiadis, T., & Folinas, D. (2020). Push and pull travel motivation: Segmentation of the greek market for social media marketing in tourism. *Sustainability*, 12(11), 4770. <https://doi.org/10.3390/su12114770>
- Lazić, J., Cvijanović, J. M., & Ljumović, I. (2013). Međunarodni standardi upravljanja kvalitetom u turizmu. *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 1(2), 36-46.
- Lim, W. M., Yap, S. F., & Makkar, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading?. *Journal of business research*, 122, 534-566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.051>
- Rajković, M. D., & Arsovski, S. (2009). Kvalitet i qms turističke agencije . 6. Naučno-stručni skup sa međunarodnim učešćem "KVALITET 2009", Neum, B&H, 04. - 07 juni 2009
- Raković, R. (2014). *Integrirani sistem menadžmenta-Teorija i praksa*. Građevinska knjiga Stylos, Beograd.
- Republički zavod za statistiku (2023). *Statistički godišnjak*, Beograd.
- To, W. M., Lee, P. K., & Yu, B. T. (2012). Benefits of implementing management system standards: A case study of certified companies in the Pearl River Delta, China. *The TQM Journal*, 24(1), 17-28. <https://doi.org/10.1108/17542731211191195>
- World Travel Tourism Council (2023). *Economic Impact Research*. <https://wtcc.org/research/economic-impact> (20.09.2023)
- Xiao, X., Fang, C., Lin, H., & Chen, J. (2022). A framework for quantitative analysis and differentiated marketing of tourism destination image based on visual content of photos. *Tourism Management*, 93, 104585. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104585>