

УДК: 004:338.48

Bibliid 1451-3188, 24 (2025)

Год XXIV, бр. 92, стр. 86–103

Изворни научни рад

Рад примљен 12. 10. 2025. године

Рад одобрен 30. 10. 2025. године

DOI: [https://doi.org/10.18485/iipe\\_ez.2025.24.92.5](https://doi.org/10.18485/iipe_ez.2025.24.92.5)

CC BY-SA 4.0

## УТИЦАЈ ИНФОРМАЦИОНИХ ТЕХНОЛОГИЈА И МЕНАЏМЕНТ СИСТЕМА НА РАЗВОЈ ХОТЕЛИЈЕРСТВА И ТУРИЗМА

Милош ТУЦОВИЋ\*

**Апстракт:** Информационе технологије (ИТ) владају светским тржиштем још од оснивања првог аутоматског букинг система у Сједињеним Америчким Државама 1946. године. Овај систем показао се изузетно успешним у раду авио-компанија, да би у касније био уведен у праксу ланца хотела „Шератон“. Данас се информационе технологије користе у сврху обезбеђења слободног времена, а потом и новчаних користи. Путницима је омогућено да из удобности сопственог дома креирају резервације у хотелима широм света, користе услуге свих светских *tour* оператера и букирају аеродромске или друге карте светских превозника. Оно што је омогућило функционисање данашњих система *e-туризма* покренуло је креирање првог централног резервационог система (*Computer Reservation System – CRS*) и каснијег глобалног дистрибутивног система (*Global Distribution System –GDS*), који је омогућио централизовање резервација од стране путника широм света у различите јединице модерног туристичког пословања. Разграничавањем рада *CRS* и *GDS* система туристичких агенција, *tour* оператера и авио-компанија омогућена су и компјутерска решења за хотелско пословање. Хотелска предузећа развојем информационих система (*Information system – IS*), послују у оквиру својих система резервација *CRS* и менаџмент система објекта (*Property Management System – PMS*). У међувремену су креирана оперативна решења за руковођење туристичким дестинацијама кроз развој маркетиншких стратегија и оперативних система пословања, тј. кроз употребу менаџмент

---

\* Угоститељско туристичка школа, Београд. Е-mail: [dr.milos.tucovic@gmail.com](mailto:dr.milos.tucovic@gmail.com).  
ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0003-2376-9154>.

систем дестинације (*Destinaton Management System – DMS*) и туристичког менаџмент систем дестинације (*Tourism Destination Management System – TDMS*). Сви ти системи допринели су смањењу трошкова и повећаној ефикасности обављања туристичких, хотелијерских и других повезаних услуга.

**Кључне речи:** Информациони систем, централни резервациони систем, глобални дистрибутивни систем, менаџмент систем објекта, менаџмент систем дестинације, туристички менаџмент систем дестинације

## 1) УВОД

У 21. веку примат у туризму представља знање информационих технологија и такозвана „компјутерска писменост“. На тржишту се могу наћи различита софтверска решења за различите туристичке делатности која доприносе развоју пословања и креирају читав низ олакшица за запослене. Када се направи благи осврт на период осамдесетих година у свету и деведесетих година у Србији, пословање у услужним предузећима у овом периоду 20. века обављало се по свему судећи веома отежано. Подаци о резултатима рада спорије су се извлачили, а анализе од којих нас данас дели „клик мишем“, радиле су се ручно и обично су захтевале запослење додатног особља које би те резултате припремало и спроводило на даљу анализу. Последњих година стране субвенције значајно су нарушиле унутрашње тржиште Европске уније.<sup>1</sup> У свет информационих технологија постепено су ушле различите делатности почев од хотелијерства, туристичких агенција до *tour* оператера. У анализи која следи, аутор износи објашњења везана за њихов развој кроз идејна софтверска решења за различите врсте делатности.

## 2) ИНФОРМАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ

Информациона технологија састоји се из неколико сегмената на које ћемо се на кратко осврнути. Тако се ова технологија описује кроз комбинацију рачунарске и телекомуникационе технологије која између осталог укључује:

- Хардвер (*Hardware*), који представља физичку опрему као што су механички, магнетски, електронски или оптички уређаји.

---

<sup>1</sup> Душко Димитријевић: „Уредба Европске уније о страним субвенцијама којима се нарушава унутрашње тржиште“, *Европско законодавство*, 2024, бр. 84. стр. 47.

- Софтвер (*Software*), који представља предефинисане инструкције које контролишу рад рачунарских система или електронских уређаја. Софтвер координира рад хардверских компонената у једном информационом систему. Он инкорпорира стандардне софтвере као што су оперативни системи или апликације, софтверски процеси, вештачка интелигенција и интелигентни агенти и кориснички интерфејс.
- Телекомуникације, које значе пренос сигнала дуж различитих дистанци који укључују и пренос података, слика, гласова користећи радио, телевизију, телефонију и друге комуникационе технологије.
- Нетвер (*Netware*), који је опрема и софтвер који су неопходни за развој и подршку мреже рачунара, терминала и комуникационих канала и уређаја.
- Групвер (*Groupware*), који представља комуникационе алате као што су e-mail, видео-конференције и др., који подржавају електронску комуникацију и колаборацију између група.
- Хуманвер (*Humanware*), који обухвата интелектуалне капацитете неопходне за развој, програмирање, одржавање и руковање технологијом. Хуманвер инкорпорирају знање и експертизу.

Предуслов увођења информационог технологија у модерно предузеће је утврђивање јединственог система на основу којег ће се гранати пословне целине и које ће пословати по централизованом принципу генерисања података.

### **3) ДЕФИНИСАЊЕ ИНФОРМАЦИОНОГ СИСТЕМА (ИС)**

Информациони систем је уређени и интегрисани скуп података, процеса, интерфејса, мрежа и технологија која су у међусобној корелацији у циљу подршке и побољшања свакодневних пословних операција, а такође и у циљу подршке менаџменту у решавању пословних проблема и доношења одлука. Информациони системи треба да буду стратегијски, односно да испуњавају циљеве и стратегију пословања. Термин „електронско пословање“ све чешће се користи у савременој бизнис терминологији. Када говоримо о *e-пословању* тада подразумевамо следеће области: електронска трговина, електронско плаћање, електронске комуникације, електронску производњу и електронску дистрибуцију. Информационе технологије и туризам су два кључна катализатора који омогућавају да динамичке, иновативне и образовне заједнице и организације комуницирају и буду у интеракцији са спољним светом. Туризам се веома брзо шири и постаће једна од најдоминантнијих

индустрија данашњице, а као резултат тога захтева се бољи квалитет и ефикаснији пренос информација. С друге стране, ИТ нуди нове алате и механизме за управљање информацијама. Глобална концентрација и хоризонтална интеграција туристичких организација довеле су до развоја мултинационалних компанија које нуде услуге на неколико географских региона. Новонастало пословно окружење, услед дифузије ИТ-а, неминовно утиче на систем туризма. Нови термин „електронски туризам“ (*eТуризам*), дигитализује све процесе и ланце вредности у туризму, хотелијерству, путничким и катеринг индустријама. Промене у вези са информационо-комуникационим технологијама (ИКТ), такође имају одређени утицај у пословању европских привредних субјеката, будући да је процес комуникације довео до мултипликације знања.<sup>2</sup>

#### **4) ИНФОРМАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ У ХОТЕЛСКОЈ ИНДУСТРИЈИ - ХОТЕЛСКИ МЕНАЏМЕНТ СИСТЕМА ОБЈЕКТА**

Савремени тржишни услови убрзано се мењају, па дигитализација и одговарајућа употреба иновација несумњиво имају значајну улогу у управљању квалитетом.<sup>3</sup> У савременом хотелијерству користе се различита софтверска решења која омогућавају централизовано хотелско пословање и ефективно генерисање података у једну целину. Два основна информациона система која се употребљавају у хотелској индустрији су менаџмент система објекта (PMS) и централни резервациони систем (CRS). Хотелски CRS инкорпорира функцију историјата госта (*guest history*), која чува податке о ранијим гостима, као што су лични подаци, начин плаћања, потребе, омиљена јела и друге преференције, посебно о оним гостима који често долазе или припадају имућнијој категорији. PMS углавном покрива администрацију, планирање и оперативне функције као што су рачуноводство, маркетинг истраживање и планирање, менаџмент прихода, менаџмент особља, централизована контрола код ланаца хотела и др.

---

<sup>2</sup> Бирсена Нумановић Дуљевић: „Значај информационо-комуникационих технологија и медија у Европској унији“, *Европско законодавство*, 2024, бр. 87–88, стр. 333.

<sup>3</sup> Слободан Нешковић, Иван Јелић: „Дигитализација пољопривредних газдинства и управљање квалитетом“, *Европско законодавство*, 2024, бр. 89, стр. 145.

## **Главне функционалности PMS**

PMS укључује:

- Оперативно управљање хотелским пословањем;
- Оперативно планирање и одлучивање (руковођење пословањем хотела, извештаји о промету гостију, соба, услуга и др.);
- Централно управљање и контрола пословања хотела (управљање ланцима хотела, јединствена контрола и сл.);
- Праћење пословања магацина хотела (праћење залиха, пријем, контрола роба при улазу, пријемнице, отпремнице и др.);
- Послови одржавања хотела;
- Оперативно одржавање (требовање алата и материјала, израда и попуњавање налога о извршеној поправци и обрачун вредности радова, извлада потврде и враћање неисправног дела и др.);
- Извођење грађевинских и занатских радова у сопственој режији (планирање, реализација и праћење радова, вођење дневника радова, праћење утрошка материјала и др.);
- Одржавање хигијене хотела (чишћење хотела и спремање соба, одржавање круга хотела, прање и пеглање веша и сл.);
- Управљање капацитетима (управљање свим уређајима и активностима у хотелу, базени, теретана, спа центри, терени за голф и сл.).

## **Модули PMS система**

Основни модули PMS система су:

- Рачуноводство и књиговодство: послови хотелске благајне, материјално књиговодство у хотелу, интегрисана главна књига, подршка за рад са више валута, вишедимензионална анализа и др;
- Рецепцијско пословање: Услуживање гостију на рецепцији (резервисање и ажурирање индивидуалних, групних или пословних резервација; руковање депозитима; отказивање; потврђивање; листа чекања; блокирање соба; пријем и смештај гостију, услуге и обавештења, одајава гостију, пријава недостатака, утврђивање наплате, издавање рачуна, систем резервисања других активности хотела, изнајмљивање сала, спортских простора, опреме, праћење вредних ствари, пртљага и др.);

- Продаја и маркетинг (Sales & Marketing): Продаја и поруџбина услуга и капацитета, управљање ценама (поређење и предвиђање, статистика и сл.), управљање кампањама (календар, e-mail листа клијената, слање пропагандног материјала, обавештавање о новим условима и сл.), кетеринг и догађаји (прављење распореда, обезбеђивање простора и кетеринг услуга, избор менија и кастимизација, декорације, план заузетости, хронолошки преглед услуга и др.);
- Управљање људским ресурсима: регрутовање кадрова, сезонски и оперативни кадрови, обучавање кадрова и др.

Примери употребе развијених PMS система у свету су многобројни. Један од најпознатијих је Фиделио, производ компаније *MICROS Systems, Inc.*, која је од јуна 2014. године у власништву компаније *Oracle*. Фиделио је основан 1987. године у Минхену и представља један од водећих иновативних интегрисаних међународних система за хотелијерство. Фиделио омогућава хотелима и ланцима хотела било које величине и типа, ресторанима, онима који организују крстарења, кетеринге и конференције да компјутеризују своје операције и да интегришу главне индустријске софтверске производе кроз анализу индивидуалних захтева.

Неки од производа *MICROS Systems, Inc.*, и софтверских решења изложени су у наредном приказу:<sup>4</sup>

---

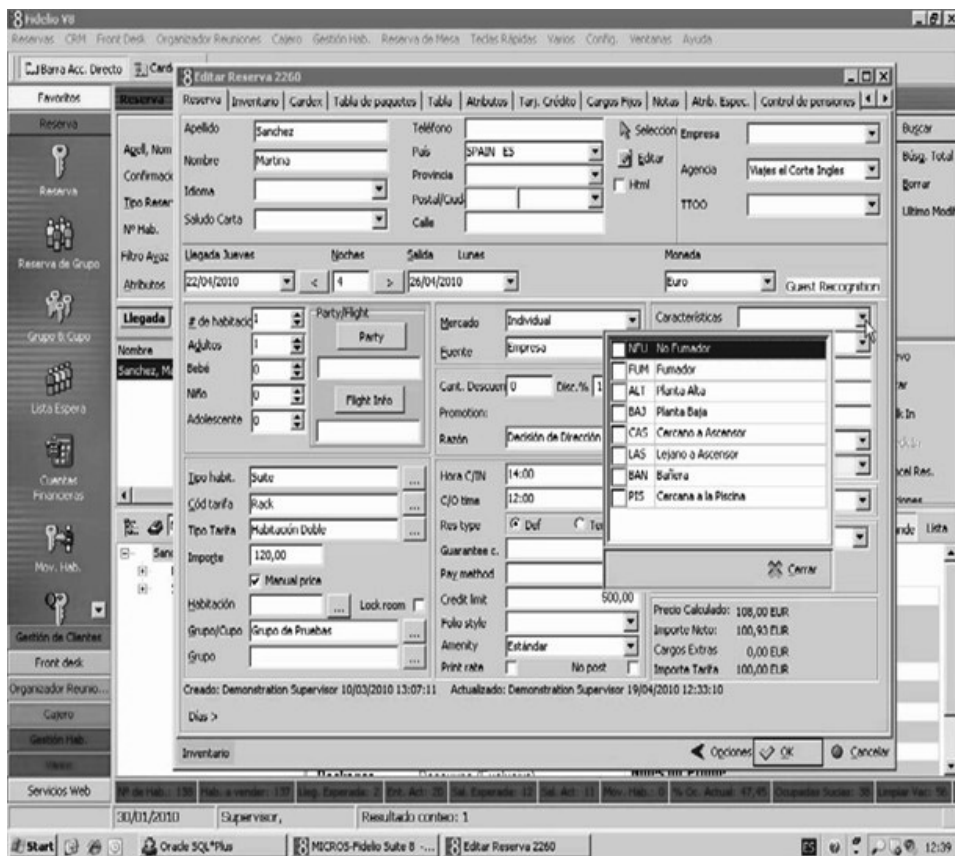
<sup>4</sup> Интернет: <http://www.micros-fidelio.eu/en/Support/Current-Product-Releases.aspx>

Приказ бр. 1: Последњи Fidelio производ је Fidelio SUITE 8 (PMS) намењен хотелима и поспешивању њиховог пословања.

Product	Current Version
Suite8	Version 8.9.4.0
OPERA	Version 5.03.03 (E23)
Materials Control	Version 8.8.00.52.1491
MCweb for Materials Control	Version 8.00.61.1491
MICROS e7	Version 3.0 EAME
MICROS-FIDELIO Financials	Version 4 = 4.2.6a
- powered by Systems Union	Version 5 = 5.1.4
	Vision 5 = 5.1.5
	Vision 6 = 6.0.5-1
Enterprise Management	Version 4.11 MR1; 5.1
Simphony	1.6 MR4; 2.5 MR3
MICROS 9700 HMS	Version 3.60 MR12
MICROS 3700 POS	Version 4.11 MR4; 5.1 MR1
Guest Connection	Version 3.20 Service Pack 10
INKA Pro	► <a href="http://www.indatec.de">www.indatec.de</a>
INKA Lite	► <a href="http://www.indatec.de">www.indatec.de</a>

Наведени софтвер омогућава оптимално пословање сваког хотелског предузећа, аутоматизира процесе, помаже у редуковању могућих грешака, повећава продају и окупираност објекта и увећава задовољство потрошача. Софтвер омогућава праћење резервација, *check in* и *check out* кроз опцију навигатора резервација, како би обезбедио што једноставнији ток информација на мониторима. Такође, омогућено је креирање персонализованих табеларних приказа који олакшавају и омогућавају статистичке упоредне анализе са максимизираном тачношћу информација. Кроз овај PMS свим запосленима је омогућен приступ резултатима рада и информацијама које се тичу оперативног пословања са дозираним овлашћењима одређеним од стране менаџмента.

## Приказ бр. 2: Шема – адресе softverskog PMS sistema Fidelio 8<sup>5</sup>



### CRS и GDS системи у туризму

Рачунарски резервациони систем (CRS) је компјутеризовани систем који се користи за складиштење и прикупљање информација, као и за управљање трансакцијама које су везане за путовања. Првобитно настаје у оквиру авио-компанија (60-их година *American Airlines* уводи *SABRE CRS*) да би се касније проширио на туристичке агенције као канале продаје. Средином 80-их CRS се развија у садржајан глобални дистрибуциони

<sup>5</sup> Интернет: <http://www.youtube.com/watch?v=N904YnJrGGg>

систем (GDS), који нуди широк спектар туристичких производа и услуга и обезбеђује механизме за комуникацију између авио-компанија и туристичких агенција. Развој CRS-а у GDS интегрише туристичке услуге, користи CRS инфраструктуру и обезбеђује додатну вредност услуга.

CRS Модули обухватају:

- Резервације;
- Дата базе клијената са свим подацима;
- Групне резервације;
- Резервације корпоративних догађаја;
- Контролу цена и инвентара;
- Администрацију;
- Извештаје;
- GDS Интерфејс;
- PMS Интерфејс.

CRS садржи следеће информације:

- Типове соба;
- Ценовнике;
- Инвентар соба (типови, графикони и сл.);
- Адресе клијената;
- Описе производа, слике и остале информације;
- Информације о резервацијама;
- *Geocode* информације;
- IATA градове и локације.

Приказ бр. 3: *Globres GDS system*<sup>6</sup>



<sup>6</sup> Интернет: <http://www.globres.com/>

GDS системи омогућени су данас на светском *е-туристичком* тржишту и сваки хотелски објекат је у могућности да користи само један GDS преко провајдера који могу бити *е-туристичке агенције* или *е-tour оператори*. Истакли смо да GDS функционише по принципу генерисања података са *weba* (интернета), а он то чини преко комуникације са свим сајтовима који имају могућност резервисања хотелских смештајних капацитета. GDS нуди информације и резервације над свим туристичким производима као што су смештај, рентирање кола, распоред ваздушног саобраћаја итд. Четири водећа GDS-а су *Амадеус*, *SABRE*, *Worldspan* и *Галилео*. Постоје и неке мање или регионалне GDS-а као што су *SITA Sahara*, *Infini*, *Axess* (Јапан), *Taras* (Кореа), *Fantasia* (Јужни Пацифик), *Abacus* (Азија/Пацифик), и др., које служе интересима специфичних региона или земаља.

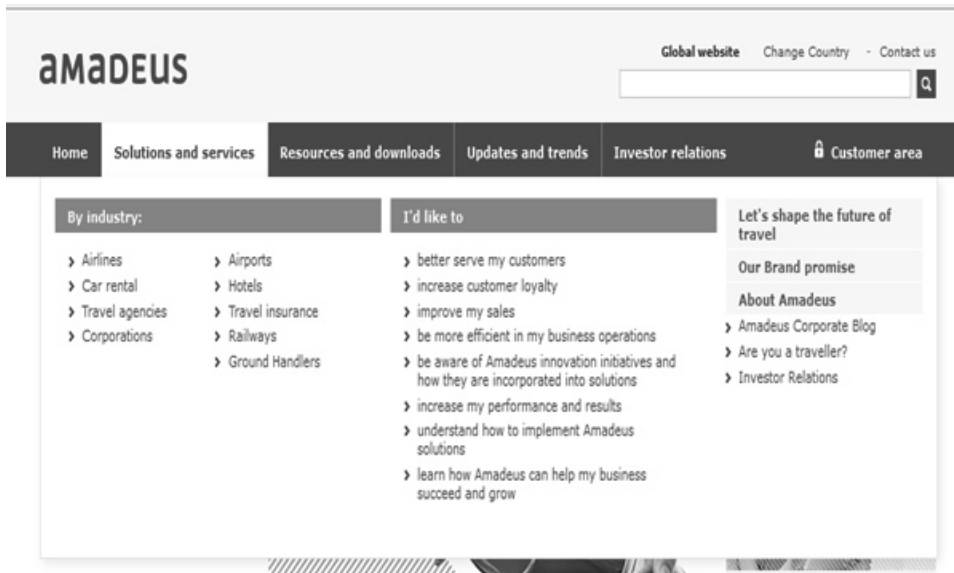
#### Приказ бр. 4: Amadeus GDS систем<sup>7</sup>



<sup>7</sup> Интернет: <http://www.amadeus.com/>

Основни циљ GDS система јесте инкорпорирање пословања авио-компанија, туристичких агенција и *tour* оператора са хотелским и другим смештајним капацитетима како би се обезбедио један циклус узајамног пословања.

Приказ бр. 5: *Amadeus GDS* опције повезивања и инкорпорирања пословног система информација<sup>8</sup>



## Е дестинације (DMS)

Менаџмент систем дестинације (DMS) – представља систем који консолидује и дистрибуира свеобухватан низ туристичких производа кроз велики број канала и платформи, углавном за специфичну регију. Он подржава и активности DMS организације за ту регију. DMS систем покушава да приближи и усмери потрошаче на тржиште регије као јединствене целине, кроз давање информација о тој дестинацији, правовремених резервација, алата DMS система, обраћањем посебне пажње на подржавање малих и средњих добављача у туризму.

<sup>8</sup> Интернет: <http://www.amadeus.com/>

Дестинационе туристичке организације користе *интернет* да би обезбедиле информације за све *стејкхолдере*, подржале клијенте у набавци туристичких производа, омогућиле електронску трговину (*eCommerce*), информисале и координирале кризним ситуацијама (нпр. лавина у Аустрији, земљотрес у Турској и сл.), потом да би обезбедиле *Extranet*, да би координирале са свим партнерима, испоручивале документе и друге ресурсе, развијале и побољшавале партнерство, те коначно и да би обезбедиле *Intranet* којим би дошло координације туристичким активностима, побољшања интерне администрације, стратегијског планирања и управљања и олакшавања маркетиншких активности. DMS обезбеђују нове алате за маркетинг и промоцију дестинација. Он је скуп интерактивно доступних дигитализованих информација о дестинацијама. DMS обично укључује информације о атракцијама и капацитетима, као и могућност резервације. Поред тога што омогућава претраживање и избор индивидуалних туристичких производа, DMS може да пружи подршку путницима у прављењу њихове персонализоване дестинације. Они могу да планирају своја путовања, развијају индивидуалне пакете *online* или да купују комерцијалне пакете од *tour* оператера (*eТрговина*). DMS-ом обично управља организација за управљање дестинацијама које могу бити јавне и приватне или комбинација обе. DMS обично укључује базу података производа и клијената и механизме за њихово повезивање. Добри примери из праксе су *Tiscover* из Аустрије, *Gulliver* из Ирске, *WorldNet*, *Integra*, *Infocentre* и др.

### Могућност које пружа DMS

DMS пружа следеће могућности:

- Претраживање информација по категорији, географији и кључним речима;
- Израду плана пута за клијенте;
- Резервације;
- Клијент систем за управљање базама података;
- Функције за управљање односима са клијентима;
- Истраживање тржишта и анализе;
- Библиотеке слика и ПР материјале за штампу;
- Објављивање електронским и традиционалним каналима
- Планирање догађаја и менаџмент;
- Оптимизација маркетинга;

- Унос података и управљање;
- Финансијски менаџмент;
- Менаџмент информационих система и оцену перформанси;
- Економске анализе;
- Приступ спољним изворима као што су време, распореди превоза и планирање путовања, позоришта, резервације карата и др.

DMS омогућава „6А“ оквир за анализу туристичких дестинација, и то:

- *Attractions* (атракције) – споменици културе, музеји, море, песак и сунце, фестивали, концерти, конференције, религијске церемоније, спортски догађаји...
- *Accessibility* (приступачност) – систем превоза (авиони, бродови, аутобуси, рентакар/бродова/бицикла) ...
- *Amenities* (угођај, привлачност) – катеринг, смештај, клубови, позоришта, ресторани, спортски капацитети, рентакар, шопинг ...
- *Available packages* (расположиви пакети) – готови туристички пакети које нуде *tour* оператери, туристичке агенције, *DICIRMS* ...
- *Activities* (активности) – све активности при дестинацији које ће клијент радити током посете (фотографисање, тениски турнири, роњење, планинарење, стручно обучавање...
- *Ancillary services* (помоћне услуге) – мапе, e-mail, временска прогноза, међународне вести, банке, поште, болнице итд.

Унапређени DMS довео је до система за управљање резервацијама интегрисаним са дестинацијама (*Destination Integrated Computerized Information Reservation Management Systems* – *DICRMS*), који дигитализује читаву туристичку индустрију и интегрише све аспекте ланца вредности. Он обезбеђује инфо-структуру за комуникације и пословне процесе између свих *стејкхолдера* у ланцу вредности. *DICRMS* треба да омогући резервације и куповину *online*, да ради у глобалној мрежи (*WAN*) и да буде приступачан како путем *интернета* тако и путем мобилних уређаја.

## **Циљеви TDMS**

Системи управљања туристичких дестинација (*Tourism Destination Management Systems* – *TDMS*) представља мрежу туристичких информација. *TDMS* има три кључна циља и то: 1) да олакша претрагу информација и помогне у доношењу одлуке о избору туристичке дестинације, 2) да

подстакне развој туристичке индустрије и омогући бољи приступ глобалном тржишту и, 3) да унапреди владин маркетинг и промоцију региона.

### Приказ бр. 6: *Gulliverov DMS sistem*<sup>9</sup>



Фазе развоја TDMS – решење једне дестинације могле би се поделити у три корака:

#### Фаза I: *Резервисање услуга и смештаја*

Тренутно бројни туристички агенти ручно претражују одређене информације. У првој фази требало би направити базу података која ће садржати мултимедијалне информације о свим туристичким атракцијама и услугама. Овај информациони систем ће омогућити:

- Претраживање и прибављање информација чиме се омогућава ефикасније управљање захтевима за одређеним подацима;
- Агенти ће бити у могућности да аутоматски претражују информације о одређеној области интересовања (нпр., смештај, храна, ресторани, догађаји, спортски капацитети и сл.), и да имају ажурне информације о ценама, расположивости, угодности, временским распоредима итд;

<sup>9</sup> Интернет: <http://www.gulliverstravel.com/default.asp>

- Завршетак ове фазе било би повезивање рачунарских резервационих система (CRS) са овим информационим системом. Када TDMS постане оперативан требало би активирати *call центар* који ће руковати пристиглим захтевима и вршити резервације путем TDMS-а.

*Фаза II: Експанзија резервација*

- TDMS систем ће се проширити тако да укључи и могућности резервације и других атракција, догађаја, ресторана, тура и сл.

*Фаза III: Интерактивне мултимедијалне услуге*

- Фаза III развоја TDMS-а је дугорочнија визија система. Резервисање и туристичке информације прошириће се укључивањем гласа, видеа и аудија, графике и друго, и дистрибуирало би се путем говорне поште, интелигентних телефона и других сервиса интернета.
- Ова мрежа туристичких информација требало би да омогући једном потенцијалном путнику да претражује и виртуелно посети градове, хотеле, погледа излете, претражује по продавницама итд., и на крају резервише све елементе свог путовања и то од куће.

Из наведеног произилази да информационе технологије имају посебан значај на светском хотелијерском тржишту. Хотелска предузећа, туристичке дестинације, па и *tour* оператори, као и туристичке агенције удруженим снагама омогућиле су функционалне токове информација са јединственим циљем да омогуће задовољавање различитих потреба потрошача. Компаније тако користе различите системе – од централног резервационог система (*Computer Reservation System – CRS*), глобалног дистрибутивног система (*Global Distribution System – GDS*), менаџмент система објекта (*Property Management System – PMS*), менаџмент система дестинације (*Destinaton Management System – DMS*) и туристичког менаџмент система дестинације (*Tourism Destination Management System – TDMS*). Коначно, у савременом свету посредством информационих технологија потрошачима је омогућен једноставан, брз и ефикасан начин добијања информација о свим елементима везаним за одмор, пословна путовања или било које друге врсте информација везане за туристичке делатности. Ове технологије доприносе повезивању домаће туристичке индустрије са потрошачима широм света, што применом

поменутих система додатно олакшава дистрибуцију туристичких и других повезаних услуга.<sup>10</sup>

## **5) ИЗВОРИ**

Черовић, Слободан, Кнежевић, Мирослав, *Менаџмент у хотелијерству*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2019.

Frew, A. J., Horan, P., *Destination Website Effectiveness – A Delphi Study-based eMetric Approach*, Proceedings of the Hospitality Information Technology Association Conference, HITA 07, Orlando, USA, 2007.

Димитријевић, Душко, „Уредба Европске уније о страним субвенцијама којима се нарушава унутрашње тржиште“, *Европско законодавство*, 2024, бр. 86.

Ђелић, Тања, *Електронски маркетинг у туризму*, Дерета, Београд, 2004, Нумановић Дуљевић, Бирсена, „Значај информационо-комуникационих технологија и медија у Европској унији“, *Европско законодавство* 2024.

Нешковић, Слободан, Јелић, Иван, „Дигитализација пољопривредних газдинства и управљање квалитетом“, *Европско законодавство*, 2025, бр. 89.

## **6) ЗНАЧАЈ ЗА РЕПУБЛИКУ СРБИЈУ**

Туризам се налази у фази зрелости коју карактеришу засићеност тржишта постојећим начинима задовољавања туристичких потреба. Специфичност најновије фазе његовог развоја огледа се у томе што у њој туристичко тржиште карактерише масовност и постојање великог броја конкурената. Раст и развој туризма у глобалним размерама последица је развоја великог броја делатности које учествују у креирању туристичког производа, а међу њима значајну улогу има хотелијерство. Захваљујући капацитетима за смештај, угоститељским и другим садржајима, хотелска индустрија је значајно подстицала развој туризма, без обзира на то да ли су у питању домаћи туристи или странци. Промоција у туризму заснива се на стварању свести код купаца о постојању туристичког производа, његовог имиџа и што бољег позиционирања на туристичком тржишту. У

---

<sup>10</sup> Слободан Черовић, Мирослав Кнежевић, *Менаџмент у хотелијерству*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2019, стр. 285–286; Тања Ђелић, *Електронски маркетинг у туризму*, Дерета, Београд, 2004, стр. 103–105.

модерном периоду то је директно повезано са развојем информационих технологија, посебно интернета преко којег се стварају нове могућности и ресурси за побољшање конкурентности и профитабилности туристичких дестинација и предузећа у будућности. Савремени трендови у области *e-туризма* фокусирани су од стране туристичких компанија на потрошаче, као и на предности које се нуде стварањем мреже међусобних партнерстава. Предметна анализа досадашњих трендова и могућности које се јављају са развојем савремених информационих технологија, указује да су туристи све захтевнији и да траже диференциране и персонализоване услуге. У складу с тим, компаније све више користе различите системе како би боље разумеле потребе и ставове клијената и како би омогућиле адекватну понуду персонализованих услуга. Оваква пракса генерално се може применити и на домаћем нивоу, тј. на нивоу Републике Србије чије би компаније могле имати користи од употребе различитих система почев од централног резервационог система (CRS), глобалног дистрибутивног система (GDS), менаџмент система објекта (PMS), менаџмент система дестинације (DMS) и туристичког менаџмент система дестинације (TDMS) чија је примена увелико заступљена на простору Европске уније. Примена поменутих система омогућила би релативно једноставан, брз и ефикасан начин добијања информација о свим елементима везаним за одмор, пословно путовање или било коју другу врсту информација које су везане за туристичке, хотелијерске и друге повезане делатности. Коначно, сви ти системи допринели би смањењу укупних трошкова и повећању ефикасности обављања поменутих делатности.

**THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY  
AND MANAGEMENT SYSTEMS ON THE DEVELOPMENT  
OF THE HOTEL INDUSTRY AND TOURISM**

Miloš TUČOVIĆ\*

**Abstract:** Information technology (IT) has shaped the global market since the establishment of the first automated booking system in the United States in 1946. This system proved successful in the work of airlines and was later adopted by the Sheraton hotel chain. Today, information technology is used both to provide leisure time and to generate financial benefits. Travellers can make reservations at hotels worldwide from the comfort of their own home, utilise the services of global tour operators, and book airline or other transportation tickets. The functioning of today's e-tourism systems was enabled by the creation of the first central reservation system (Computer Reservation System – CRS) and the global distribution system (Global Distribution System – GDS), which centralised reservations from travellers worldwide across various units of the modern tourism business. The separation of the CRS and GDS systems for travel agencies, tour operators, and airlines also facilitated the implementation of computer-based solutions in hotel operations. By developing Information Systems (IS), hotel companies operate within their CRS reservation systems and property management systems (PMS). Meanwhile, operational solutions for managing tourist destinations have been developed through the creation of marketing strategies and operational business systems, notably through the use of the Destination Management System (DMS) and the Tourism Destination Management System (TDMS). All these systems have contributed to reducing costs and enhancing the efficiency of providing tourists, hotels, and other related services.

**Keywords:** Information system (IS), Central Reservation System (CRS), Global Distribution System (GDS), Facility Management System (PMS), Destination Management System DMS, Tourism Destination Management System (TDMS).

---

\* Hospitality and Tourism School, Belgrade. E-mail: dr.milos.tucovic@gmail.com. ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0003-2376-9154>