



## KREACIJA, VERIFIKACIJA I VALIDACIJA PAKET ARANŽMANA

### CREATION, VERIFICATION AND VALIDATION A PACKET ARRANGEMENT

mr Dragan Rajković<sup>1)</sup>, Ana Jekić<sup>2)</sup>

**Rezime:** *Zahtevima korisnika i promenama na turističkom tržištu turistička agencija se prilagođava kreiranjem vlastitih proizvoda - paket aranžmana. Imajući u vidu nemogućnost provere i pregleda ovog proizvoda pre korišćenja, procesu kreacije mora se sistemski pristupiti i sprovesti veći broj aktivnosti u cilju definisanja i usklađivanja elemenata specifikacije usluga. Pre objavljivanja novog programa neophodna je verifikacija, a nakon realizacije i validacija paket aranžmana.*

**Ključne reči:** *Paket aranžman, program, QMS*

**Summary** *For users inquiry and changes in the tourist market, tourist agency for adaptation need creation own products - packet arrangement. Providing impossibility to check and content this product before using, process of creation have to have methodic accede and to adjust a lot of activity for cause defining and coordination the elements of specification to accommodation. Before announcement a new program needs verification and after realization, validation the packet arrangement.*

**Key words:** *Packet arrangement, program, QMS*

#### 1. UVOD

Savremeni trend promena na turističkom tržištu ide u pravcu sve manje potražnje za pojedinačnim i klasičnim uslugama, a sve veće ponude i potražnje paket aranžmana.

Želje i potrebe turista su brojne i kompleksne. Njihovo potpuno zadovoljenje je moguće ostvariti samo širokom paletom različitih proizvoda i usluga u atraktivnim uslovima turističkog mesta - turističke destinacije.

Za tržišno orijentisanog organizatora putovanja prva aktivnost u formiranju paket aranžmana je prikupljanje informacija korisnih za formiranje i plasman paket aranžmana. Na kraju ili nakon realizacije aranžmana takođe se prikupljaju informacije od korisnika radi validacije realizovanog programa.

Ocenu kvaliteta sprovođenja paket aranžmana daju korisnici (putnici), ali utvrđuje i sama organizacija. Osim toga, uspešnost sprovođenja aranžmana i ukupni kvalitet rada agencija utvrđuju i druge organizacije kroz razne nagrade i sertifikate. Poznatije su: Znak kvaliteta za turizam (Istraživački institut za turizam - Švajcarska),

Kvalitet 1000 (Finski Odbor za turizam i centar za razvoj putovanja), Marka kvaliteta za turizam (Španski institut za kvalitet turizma), Beogradski kvalitet (PK Beograd, nagrada za kvalitet rada turističke agencije) i sertifikat ISO 9001 (Međunarodna organizacija ISO).

Sa aspekta sistema menadžmenta kvalitetom prema standardu ISO 9001 (QMS) pri kreaciji aranžmana (projektovanju novog programa) prvenstveno se respektuje tačka 7.3. Projektovanje i razvoj. U ovom radu prikazani su ti aspekti i primer kreacije novog programa turističke agencije Kragujturist, koja je u završnoj fazi uspostavljanja QMS-a.

#### 2. POJAM I ELEMENTI PAKET ARANŽMANA

Paket aranžman ili turistički aranžman definiše se kao skup ili paket turističkih usluga koje turistička agencija oblikuje u vlastiti proizvod i plasira ga na tržištu pod jedinstvenom cenom. Glavne komponente turističkog paket aranžmana su: 1) usluge prevoza, 2) usluge smeštaja, 3) trgovačke, kulturne, zabavne, rekreativne i druge

1) mr Dragan Rajković, draganraj2001@yahoo.com

2) Ana Jekić, Turistička agencija Kragujturist, Kragujevac, kragtur@infosky.net; 034 335 925

usluge, 4) prirodni ambijent (prostor) kao polazna tačka u formiranju paket aranžmana. Opširno

gledano, sistematizovani prikaz elementa od kojih se sastoji aranžman dat je tabelom 1.

**Tabela 1 - Elementi paket aranžmana kao proizvoda**

ORGANIZACIJSKI ELEMENTI	SOCIJALNI ELEMENTI
Ciljna grupa Vreme odvijanja aranžmana Ciljna destinacija Analiza konkurencije Prevoz Prihvat i transfer Smeštaj Ishrana Turistički predstavnik Dužina boravka Aktivnosti u destinaciji Zabavni program Izleti Dodatne usluge	Saveti Imidž agencije Imidž turističke destinacije Veličina grupe Homogenost grupe Socijalni status emitivnog i receptivnog tržišta Kultura Tradicija Kontakti sa domaćim stanovništvom
EKONOMSKI ELEMENTI	PRAVNI ELEMENTI
Cena aranžmana Način plaćanja Odnos cena / usluga (kvalitet programa u odnosu na cenu ) Trošak <i>booking</i> -a Stimulacije (gratis putovanja) Ostali troškovi	Odustajanje agencije od aranžmana Odustajanje korisnika od aranžmana Izmene Osiguranje Garancije Reklamacije i prigovori

Specifikacija usluga aranžmana objavljuje se kroz **Program**.

### 3. PROJEKTOVANJE PAKET ARANŽMANA

Prema kriterijumu itinerera ili maršruti puta kreiraju se programi i katalozi za organizovana putovanja koja mogu biti *boravišna (stacionarana)* i *akciona tj. u vidu tzv. tura*. Stacionarni podrazumevaju putovanje sa dužim boravkom u jednom mestu. To su aranžmani sa čisto turističkim sadržajem vezanim za odmor i rekreaciju u letnjem, ali i u zimskom periodu. Drugi tip programa karakteriše se time što obuhvata više turističkih mesta, dinamično kretanje, širinu usluga i sadržaja. Ostali kriterijumi za klasifikaciju i imenovanje programa su: period u godini, praznici, dužina trajanja, sezona, lokacija, prevoz i dr. Prema kriterijumu nastanka aranžmane možemo podeliti na naručene i raspisane.

Kreiranje i preispitivanje "standardnih programa" agencije, kao i dopunu programa po zahtevu korisnika sprovodi komercijala agencije, a odobrava direktor (neformalno verifikuje).

Na osnovu odluke direktora, predloga saradnika, zahteva korisnika projektuje se (kreira) i "apsolutno" **novi program** (aranžman koji agencija prvi put organizuje, nije bila subagent, nema iskustva sa istim ili sličnim programima, nije

sprovedena infotura, ili u programu postoji veći broj novina i rizik).

Na osnovu predviđanja potražnje, zahteva i mišljenja korisnika, destinacija, broja dana, predviđanja broja putnika, iskustva sa realizacije prethodnih programa, informacija i cena učesnika u pružanju usluga, instrukcija direktora, sagledavanja podataka sa turističkog tržišta, saznanja sa berzi i sajмова, podataka sa interneta, pristupa se izradi programa/brošura.

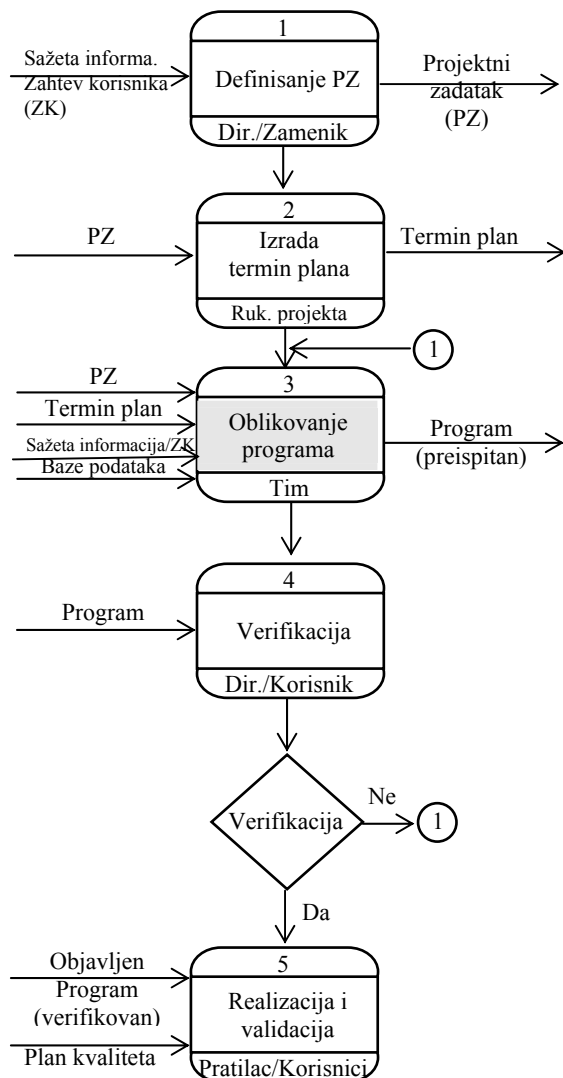
Agencija utvrđuje mišljenja, dopunske zahteve korisnika i dileme korisnika u vezi realizacije ponuđenih programa, kao i zahteve za realizacijom drugih programa. Agencija utvrđuje i druge uslove i zahteve koji su neophodni za realizaciju programa. Ovo se odnosi na zakonske propise, Kodeks i pravila YUTA, a kod izvođenja inoaranžmana i uslove dobijanja viza, osiguranja i carinskih propisa i formalnosti.

Nakon procesa marketinga (*tačka 7.2, ISO 9001*) pristupa se analizi ulaznih elemenata kreacije aranžmana tj. izrade programa (*7.3.2, ISO 9001*).

Primarni ulaz kreacije novog programa može biti zahtev korisnika ili zapis o istraživanju tržišta. Zaduženi saradnik nakon istraživanja tržišta formira Izveštaj o istraživanju tržišta. Zapis sadrži i sažetu informaciju o programu (termin, vreme,

ciljnu grupu, način prevoza, smeštaj, lokalitete, orijentacionu cenu).  
Po dobijanju Izveštaja direktor/predstavnik rukovodstva za kvalitet određuje rukovodioca

projekta i članove tima kroz Projektni zadatak za kreaciju programa \_\_\_\_\_.



#### Aktivnosti kreacije (oblikovanja):

- Prikupljanje i analiza programa konkurencije i partnera
- Pretraživanje informacija o atraktivnosti i ostalim podacima lokaliteta
- Izbor hotela
- Izbor prevoznika
- Kontaktiranje vodiča/predstavnika receptivne agencije
- Kontaktiranje ambasade
- Izrada specifikacije toka programa (jezgra aranžmana)
- Kalkulisanje cena
- Razrada i formiranje programa
- Preispitivanje i poboljšanje programa
- Grafičko dizajniranje programa

**Slika 1 - Projektovanje (kreacija) novog programa**

Oblikovanje i preispitivanje programa sprovodi tim redosledno po aktivnostima datim u Planu projekta/kreacije programa (koji izrađuje rukovodilac projekta). Najvažnije je kako je kreirano "jezgro" aranžmana: 1) atraktivnost destinacije; 2) smeštaj i 3) putovanje; specificirano/prikazano kroz tok programa.

Izlaz iz projektnih aktivnosti je **Program** (7.3.3, ISO 9001). Program se verifikuje na zajedničkom sastanku (na kome se vodi zapisnik). Glavne karakteristike specificiranih usluga razmatraju se pri verifikaciji (7.3.5, ISO 9001). Ukoliko je kreacija programa sprovedena po zahtevu korisnika, isti vrši konačnu verifikaciju. Projektni tim sprovodi sve neophodne izmene, bilo

da su rezultat internih aktivnosti, izazvane "višom silom", ili su zahtev korisnika.

Nakon objavljivanja i promocije programa sledi prodaja. Uspešnost prodaje, u izvesnom smislu, predstavlja potvrdu verifikacije.

Na kraju ili nakon realizacije programa sprovodi se anketiranje ili se traži stav korisnika o zadovoljstvu pruženom uslugom. Na osnovu toga dobija se informacija o validaciji programa (7.3.6, 8.2.1, 8.2.4, ISO 9001). Obračun aranžmana agenciji daje informaciju o finansijskom aspektu validnosti aranžmana.

Dijagram toka projektovanja novog programa prikazan je na slici 1.

Izlaz kreacije standardnog ili novog programa predstavlja specifikaciju usluge. **Program** putovanja sadrži minimum sledeće podatke:

1. Naziv organizatora putovanja;
2. Kategoriju i broj licence;
3. Mesto i datum početka i završetka putovanja, opis odredišta putovanja i periode boravka sa datumima, ako je boravak u delovima;
4. Podatke o vrsti prevoza i svojstvima prevoznog sredstva koje se koristi;
5. Podatke o vrsti i lokaciji smeštajnog objekta, kategoriji prema važećim propisima zemlje u kojoj se objekat nalazi, odnosno nivou komfora, vrsti i načinu usluživanja obroka;
6. Ukupnu cenu putovanja i usluge koje su obuhvaćene tom cenom, kao i iznose taksa i naknada koje se odnose na određene usluge, a koje nisu uključene u cenu putovanja;
7. Posebne obaveze putnika koje su uslov za realizaciju putovanja (zdravstvene, vizne, administrativne i sl.);
8. Minimalni broj putnika ako je to uslov za realizaciju putovanja i krajnji rok za obaveštavanje putnika za slučaj otkazivanja.

#### 4. KREACIJA, VERIFIKACIJA I VALIDACIJA PAKET ARANŽMANA (PRIMER IZ PRAKSE)

U ovoj tački daje se selektirani prikaz procesa kreacije, verifikacije i validacije aranžmana "Mađarska - 4 dana autobusom", koji je kroz ekskurziju realizovan prošle godine (organizator putovanja: Kragujturist, Kragujevac).

Aktivnosti istraživanja tržišta od strane komercijalista rezultirale su Sažetom informacijom o novom programu - Ekskurzija Mađarska:

*Sezona:* Jesen (oktobar 2005)

*Vreme trajanja:* 4 ili 5 dana

*Ciljna grupa:* Srednje škole, Kragujevac

*Prevoz:* Turističkim autobusima

*Hotelski smeštaj:* Budimpešta

*Lokaliteti:* Budimpešta, Višegrad,

Estergom, Sentandreja

*Cena:* 115 – 150 EUR

*Način plaćanja:* u ratama

Nakon analize Izveštaja o istraživanju tržišta, zamenik direktora (predstavnik rukovodstva za kvalitet) definisao je Projektni zadatak za kreaciju programa (ekskurzija Mađarska, jesen 2005). Imenovan je tim i date instrukcije za kreaciju programa.

U skladu sa Projektnim zadatkom i termin planom, tim je kreirao i preispitao četvorodnevni aranžman ekskurzije.




Razmatranje programa sprovedeno je na sastanku saradnika agencije. Nakon prezentacije programa od strane rukovodioca projekta, kao i na osnovu prethodnog upoznavanja i informisanja o karakteristikama programa zaključeno je sledeće:

1. S obzirom na predviđanje **broja** i iskazanih želja škola o terminu odvijanja ekskurzija, manjeg opterećenja učenika na početku školske godine, manje zauzetosti lokaliteta predviđenih programom usvaja se planirani **termin** (28. 09. do 01. 10. 2005).
2. Program je sadržajan sa **nastavno-obrazovnog i zabavnog** aspekta.
3. Na osnovu sagledavanja toka puta, informisanja o konkurentskim programima, iskustvenog saznanja o vremenskim terminima, procenjuje se da je moguće realizovati program sa **umerenim tempom puta** u periodu od **4 dana**.
4. Postojanje partnerskih odnosa sa većim brojem prevoznika (prvenstveno: Allegro tours, Kragujexpres, Litas) koji raspoložu udobnim turističkim autobusima, omogućiće **kvalitetan prevoz**.
5. **Hoteli** u Budimpešti (prvenstveno NAP) pružaju smeštajne, restorantske usluge i druge usluge koje zadovoljavaju potrebe aranžmana.
6. Usluge loco vodiča i logističku podršku pružaće **receptivna** agencija.
7. Kalkulacija cena prikazuje opravdanost **cene** aranžmana od 120 EUR-a. Takođe pruža mogućnost da se daju 2 **gratisa** za pratioca grupe na 45 osoba po školi, i dnevnice za pratiocce grupe.
8. Obezbeđuje se grupna **viza** prema uslovima Mađarske ambasade.
9. Dinamika plaćanja prema pružaocima usluga dozvoljava **način plaćanja** u deset mesečnih rata.
10. **Isplativost realizacije** programa: 45 putnika.

Na osnovu zaključaka konstatovana je *opravdanost objavljivanja programa*. Uzimajući u obzir *verifikaciju programa* direktor je dao instrukcije za dalje aktivnosti sprovođenja programa:













1. Odmah krenuti sa štampanjem i promocijom.
2. Prikupiti cene (*šta nije obuhvaćeno aranžmanom*).
3. Izraditi Plan obilaska škola i iste obilaziti prema planu.

4. Promociju i komuniciranje kontinualno sprovoditi.
5. Dostavljati ponude, a nakon toga zaključiti ugovore.
6. Pripremiti operativni plan realizacije (Plan kvaliteta).
7. Nakon realizacije (najkasnije do kraja 2005) utvrditi zadovoljstvo korisnika (sprovesti anketiranje nastavnog osoblja).

 I dan	MAĐARSKA, 4 dana autobusom Kragujevac - Beograd - Novi Sad - Budimpešta - Višegrad - Estergom – Budimpešta - Sent Andreja - Beograd - Kragujevac <hr/> KRAGUJEVAC - NOVI SAD - BUDIMPEŠTA
II dan 	BUDIMPEŠTA - VIŠEGRAD - ESTERGOM Doručak. Odlazak na celodnevni izlet koji obuhvata obilazak Višegrada i Estergoma. Obilazak Sent Andreje, trg Vuka Kraradžića, Saborna crkva, obilazak varoši. Postoji mogućnost organizovanog odlaska u disko klub. Večera. Noćenje.
III dan 	BUDIMPEŠTA Doručak. Polazak autobusom na razgledanje grada uz pratnju lokalnog vodiča sa obilaskom Starog Budima, crkve Matije Korvina, Ribarske tvrđave, Bazilike Sv. Stevana, Paralamenta, Trga heroja, Opere i drugih mnogobrojnih znamenitosti Budimpešte. povratak u hotel. Slobodno popodne. Večera. Noćenje.
IV dan	BUDIMPEŠTA - SENT ANDREJA - BEOGRAD - KRAGUJEVAC

Slika 2 - Selektirani prikaz programa Mađarska, jesen 2005 (ilustracija)

Tabela 2 - Elementi ankete

 Elementi usluge	Ocene (10-najviša, 1-najniža)									
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
 Ispunjenost nastavno obrazovnog cilja										
 Bezbednost										
 Program, sadržaj i tempo putovanja										
 Odabir obilaska lokaliteta										
 Kvalitet pruženih informacija										
 Rad vodiča										
 Kvalitet prevoza										
 Hotel (smeštaj, ishrana, lokacija)										
 Fakultativni izleti										
 Zabavni program										
€ Kvalitet usluge u odnosu na cenu aranžmana										
 Uslovi plaćanja										
Ljubaznost i kooperativnost organizatora putovanja										

U skladu sa Programom (slika 2), Ugovorima i Planu kvaliteta u planiranom terminu realizovana je ekskurzija škola iz Kragujevca: Ekonomska, Medicinska, VIŠ.

Anketiranje nastavnog osoblja - pratioća grupa, sprovedeno je nakon realizacije (po odluci direktora, a u skladu sa planom kvaliteta).

Pri anketiranju korišćena je anketa (tabela 2), definisana dokumentima QMS-a.

Poslovnikom o kvalitetu propisana je metrika ocene zadovoljstva korisnika i validacije novog programa, kako sledi:

- 1 do 4 - ne zadovoljava,
- 4 do 5 - delimično zadovoljava,
- 5 do 7 - zadovoljava,
- 7 do 9 - zadovoljava u potpunosti,
- 9 do 10 - izvrsno.

Validacija novog programa tj. aranžmana je prihvatljiva ako je prosečna ocena obrađenih anketa iznad 7,5.

Imajući u vidu ocene učesnika ankete (oko 30), odnosno prosečnu ocenu od 8,99 konstatovana je validacija programa i zadovoljstvo škola realizovanom ekskurzijom.

#### **4. ZAKLJUČAK**

Pod uticajem brojnih faktora potrebe turista izložene su stalnim promenama. Sa druge strane, sve brojnija turistička konkurencija na tržištu nudi sve bolje i bolje proizvode. Sve to izaziva promenu

opsega i strukture turističke potražnje. Promena potražnje pokazuje agencijama - organizatorima putovanja da se trebaju prilagoditi novim turističkim aranžmanima. Imajući to u vidu proces kreiranja paket aranžmana treba dosledno sprovesti i uskladiti: želje i potrebe turista, interese agencije i učešće svih subjekta u pružanju usluga. Pre objavljivanja programa neophodna je verifikacija važnijih karakteristika aranžmana od strane agencije ili korisnika (naručioca). U cilju utvrđivanja zadovoljstva korisnika i ocene uspešnosti realizacije neophodno je definisati i sprovesti validaciju. Podizanje nivoa kvaliteta i sistematizacija ovih procesa postiže se i uspostavljanjem QMS-a.

#### **LITERATURA**

- [1] Gardijan P., Turističke agencije i turoperatori, VŠ za turizam, Šibenik, 2001.
- [2] Dokumenti QMS-a Turističke agencije Kragujturist iz Kragujevca.