

Susrećući se sa menadžment izazovima na raskršću XX i XXI veka, menadžeri moraju sve više biti inovativni, proaktivni, fleksibilni i u svemu fokusirani na kvalitet. Kvalitet proizvoda i usluga u kompanijama postaje sve više presudan tržišni faktor koji izdvaja određenu kompaniju od svih ostalih.

Novi standardi menadžmenta kvaliteta su rezultat dugogodišnje pozitivne prakse vodećih svetskih organizacija i njihove potrebe da svoje isporučiocce podignu na takav nivo kvaliteta da mogu da komuniciraju.

ISO 9001:2000, standard o kojem će u ovom radu biti reči, predstavlja sveobuhvatan skup pravila i propisa, specifikacija i preporuka koji omogućavaju proizvođaču odnosno isporučiocu, malom ili velikom, da postavi funkcionalne procedure obezbeđenja kvaliteta koje će se primenjivati u okviru njihovih ograničenja.

Značaj ovako koncipiranog sistema menadžmenta kvaliteta jeste u tome što se može uspešno primenjivati na gotovo svim organizacijama bez obzira na delatnost i veličinu.

Zahtevi za sistem menadžmenta kvaliteta, specificirani u izdanju ISO 9001:2000 uz obezbeđenje kvaliteta proizvoda, imaju za cilj i povećanje zadovoljenja korisnika. Ciljeve menadžmenta kvaliteta definiše top menadžment imajući u vidu snižavanje troškova, povećanje prihoda, odgovarajuće ovlašćenih zaposlenih itd.

Kvalitet proizvoda i usluga je izrastao u najkonkurentnije oružje brojnih kompanija širom sveta. Pri tome pobednici će biti one organizacije koje uspeju da razviju inovativnu kulturu, u kojoj će zaposleni da uživaju u promenama ali da budu nosioci takvih promena.

2. HOTELIJERSTVO KAO DELATNOST

Još u starom veku podizani su objekti za smeštaj putnika i zadovoljenje njihovih egzistencijalnih potreba. Obično su građeni u gradovima, pored važnih puteva, centrima sa razvijenom trgovinom, svetim mestima. Ovakvi objekti mogu se smatrati pretečama današnjih ugostiteljskih objekata.

Svrha ovakvih "ugostiteljskih" objekata, kao što je rečeno, bila je pružanje usluga putnicima, odnosno vezana je za kretanje ljudi i njihov boravak na putovanjima.

Upravo ovako okarakterisana delatnost (pružanje usluge smeštaja, ishrane i pića), vezana za prostor, kretanje ljudi i njihov boravak na putovanjima, direktno je povezala ugostiteljstvo (hotelijerstvo i restoraterstvo) i turizam.

Razvojem proizvodnih snaga (tehničko-tehnološke inovacije, industrijalizacija, automatizacija, kompjuterizacija...) došlo je do povećanja životnog standarda i porasta slobodnog vremena. Praćeno drugim društvenim pojavama putovanja su postala masovna pa se turizam formirao kao svojevrsni fenomen.

Danas je turizam jedna od tri vodeće "industrije" sveta. Prema podacima WTO-a iz 2001. godine u međunarodne turističke tokove uključeno je oko 700 miliona ljudi i po toj osnovi ostvaruje se 476 milijardi USD prihoda. Predviđeni

trendovi ukazuju na još intenzivniji razvoj turizma a samim tim normalno je očekivati dalje intenziviranje razvojnog procesa u hotelijerstvu.

Na osnovu suštinskih svojstava sredstava za proizvodnju, proizvodnih snaga i drugih karakteristika privredu možemo podeliti u tri osnovna sektora: primarni (poljoprivreda, ribarstvo, šumarstvo...), sekundarni (industrija i sve njene grane), tercijerni (trgovina, saobraćaj, turizam, ugostiteljstvo...).

Ugostiteljstvo kao privredna delatnost tercijarnog karaktera zadovoljava potrebe ljudi koje pretežno proističu iz putovanja i boravka van mesta stanovanja. Pri tome se pre svega misli na hotelijerstvo koje te potrebe zadovoljava pružanjem usluga, uz naplatu, prema utvrđenim cenama. Kao privredna delatnost hotelijerstvo posluje po komercijalnim principima. To znači da usluge koje se pružaju imaju upotrebnu, ali i tržišnu vrednost. Tržišna vrednost usluga se ogleda u ceni koju plaćaju korisnici radi zadovoljenja svih potreba.(Kosar Lj, 2002).

Prema tome, hotelijerstvo je privredna delatnost u okviru ugostiteljstva koja prostorno i funkcionalno objedinjuje usluge smeštaja sa uslugama ishrane, uključujući i prateće usluge koje njima gravitiraju.(Kosar Lj, 2002).

Iz ovoga se vidi da u hotelijerstvu egzistiraju dve vrste usluga, osnovne i dodatne. U osnovne usluge spadaju smeštaj i ishrana koje se uobičajeno objedinjuju i kao takve prodaju, odnosno za njih se formira jedinstvena cena. Tako nastaju osnovne ugostiteljske usluge u hotelijerstvu: noćenje sa doručkom, polupansion i pansion. Ovo ne isključuje mogućnost postojanja nekih drugih varijanti usluga (upravo je to specifičnost hotelijerstva) koje omogućavaju korisnicima da se opredele za onu varijantu koja im odgovara. Produkt hotelijerstva se ne iscrpljuje realizacijom osnovnih ugostiteljskih komponenti kao "nadgradnja" javljaju se dodatne usluge.

Dodatne usluge imaju vanosnovni, neugostiteljski karakter i mogu da egzistiraju i van hotelijerstva. One imaju status dopunskih, odnosno komplementarnih usluga ukoliko funkcionišu u organizaciono-tehnološkom sklopu hotelijerstva. Uslov funkcionisanja dodatnih usluga je pružanje osnovnih, ugostiteljskih usluga. Koje će se dodatne usluge pružati zavisi od čitavog niza faktora a to su: motivi posete, dužina boravka, vrsta osnovnih usluga, lokacija, kapacitet, kategorija objekta itd. Uobičajene dodatne usluge su: transport stvari i lica, organizovanje izleta, menjanje valute, prodaja trgovinske robe (suveniri, časopisi, propagandni materijal...), pružanje zdravstvenih usluga itd.

Kreatori radnog procesa u hotelijerstvu teže da predvide što više različitih potreba potencijalnih korisnika, odnosno da im na bazi materijalno-prostornih i tehničko-tehnoloških i nematerijalno- organizaciono-kadrovskih mogućnosti, ponude kompleksnu uslugu, odnosno integralni hotelski proizvod. Treba imati na umu da što je viši stepen razvijenosti hotelijerstva na određenom prostoru to je veća heterogenost i složenija tehničko-tehnološka i organizaciono kadrovska struktura hotelskog proizvoda. To se odnosi i na proces konzumiranja ovog kompleksnog produkta, odnosno na subjektivnu spoznaju o njegovim odlikama i kvalitetu u percepciji potrošača (Kosar Lj, 2002).

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)

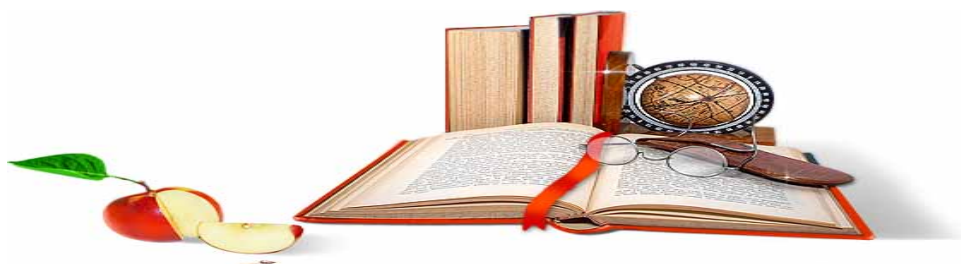
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM

[FORUMU](#) ILI NA maturskiradovi.net@gmail.com