

# UPRAVLJANJE KVALITETOM U HOTELIJERSTVU

dr Miroslav Knežević

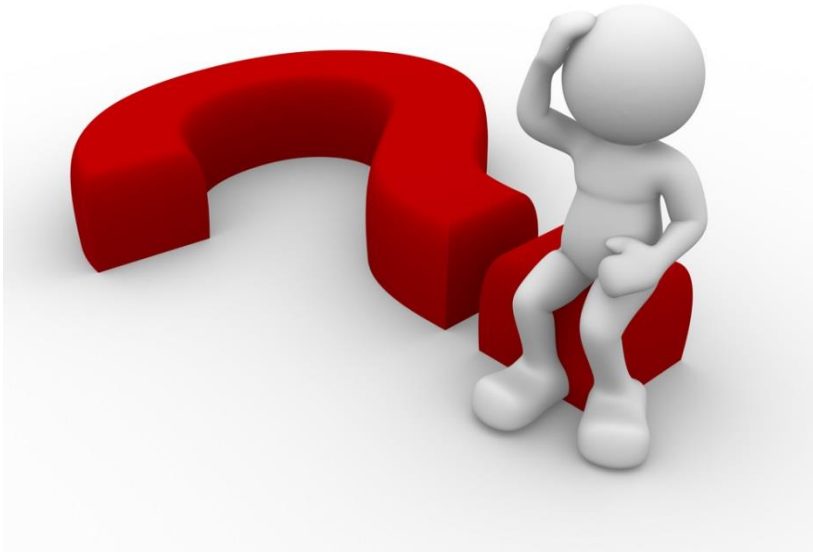


## UPRAVLJANJE KVALITETOM U HOTELIJERSTVU

- Definisanje i značaj kvaliteta
- Kvalitet u uslužnim delatnostima
- Mesto usluga u privrednom razvoju  
(u međunarodnoj trgovini, učešće u BDP, učešće u zaposlenosti)
- Pozicija turizma u strukturi međunarodne privrede  
(broj učesnika u međ. turizmu, dev. priliv, učešće u BDP, izvozu roba i usluga)
- Mesto i uloga hotelijerstva na turističkom tržištu



- Zašto je određeni kupac spreman da za određene proizvode ili usluge plati više nego za druge?
- Šta je to zbog čega kupac plaća?
- Koje su “vrednosne komponente” nekog proizvoda ili usluge?
- Šta je to što je za kupca najvažnije pri kupovini našeg proizvoda ili usluge?



## Definisanje i značaj kvaliteta

- Pojam kvaliteta asocira na "nešto što je *izuzetno*", „nešto *vredno*“ ili „nešto što je u očima potrošača iznad očekivanja“.
- *Qualitas* (lat.reč)=vrednost, kakvoća, svojstvo ili osobina koja označava određeni predmet, usklađenost sa zahtevima, zadovoljenje
- **Proizvodno zasnovane definicije**
- **Definicije zasnovane na korisniku**
- **Procesno zasnovane definicije**
- **Vrednosno zasnovane definicije**
- **Transcendentalni pristup u definisanju pojma kvaliteta (subjektivni kriterijum)**



- Subjektivni kriterijum:

“Kvalitet nije ni um ni materijal, već treći entitet nezavisan od druga dva...iako se kvalitet ne može definisati, zna se šta on predstavlja”.

Robert Pirsing

“Stanje izvrsnosti nalaže dobar kvalitet koji se razlikuje od slabog kvaliteta... Kvalitet je postizanje ili dostizanje najvišeg standarda”

Barbara W. Tuchman

- Kriterijum zasnovan na proizvodu/usluzi:

“Razlike u kvalitetu svode se na razlike u kvantitetu nekog željenog sastojka ili atributa”

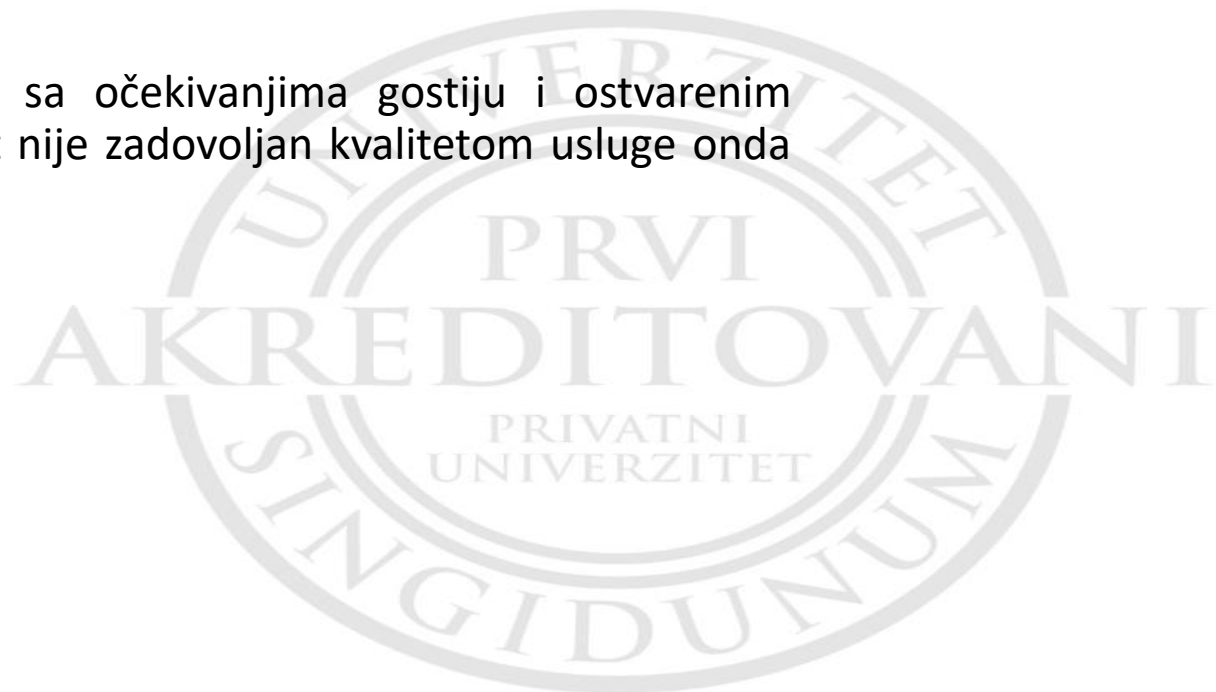
Lawrence Abbott

“Kvalitet se odnosi na iznos ( količinu ) necenovnog atributa ( osobine ) sadržanog u svakoj jedinici cenovnog atributa”

Keith B. Leffler

## Definisanje kvaliteta

- Kvalitet hotelskih usluga čine njihova svojstva koja obezbeđuju zadovoljavanje potreba i očekivanja korisnika tih usluga, pri čemu je korisnik usluge taj koji daje konačan sud o stepenu ostvarenog zadovoljstva.
- Kvalitet hot. usluga treba da korespondira sa očekivanjima gostiju i ostvarenim stepenom njihovog zadovoljstva. Ukoliko gost nije zadovoljan kvalitetom usluge onda ona nije ispunila njegova očekivanja.



## Značaj kvaliteta

- **Kvalitet doprinosi ostvarivanju konkurentske prednosti**
- **Kvalitet je glavni preduslov lojalnosti gostiju i zaposlenih**
- **Kvalitet povećava vrednost usluge, smanjuje troškove poslovanja i omogućava cenovnu prednost**



## Kvalitet u uslužnim delatnostima

- Hronološki razvoj (seoska pijaca → razvoj trgovine → rani XX vek → II sv. rat → savremeni koncept)  
→
- Savremeni koncept kvaliteta - tvorevina iz ?
- Deming, Juran, Işikava

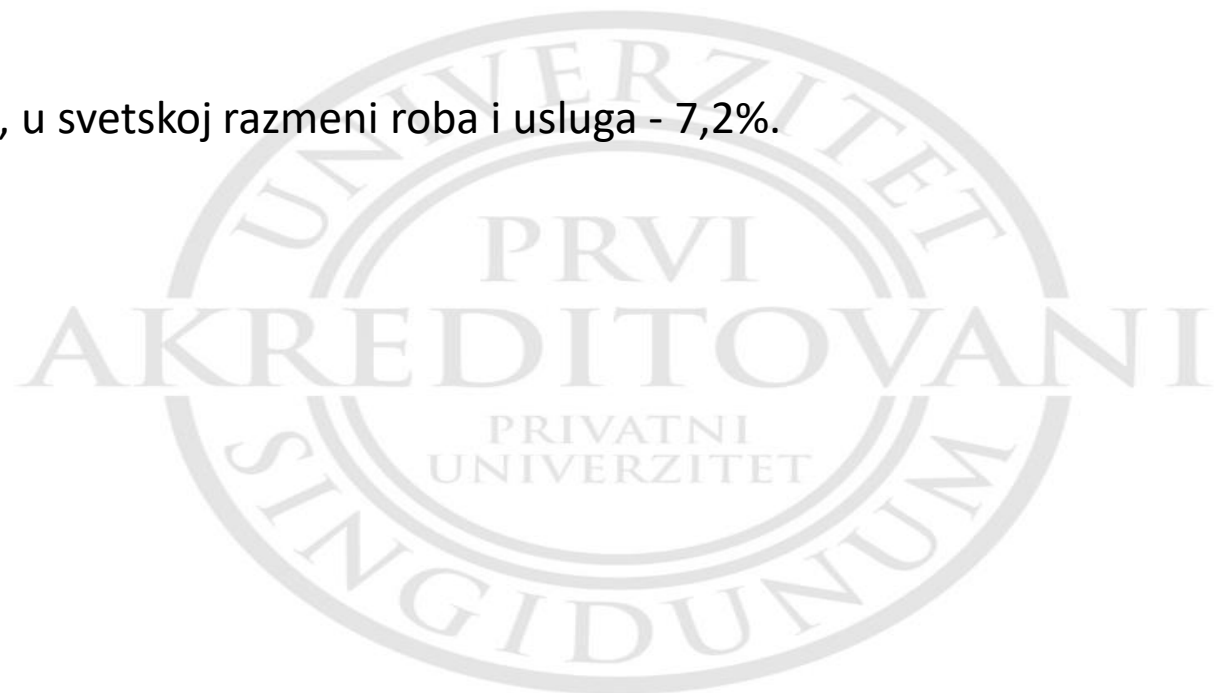




## Mesto usluga u privrednom razvoju

- **Učešće usluga:** u međunarodnoj trgovini – 20%, u BDP između - 55 i 80%, u zaposlenosti – više od 60%
- **Pozicija turizma :** broj učesnika u međ. turizmu u 2013 godini oko 1070 miliona, turistička potrošnja preko 1.300 mlrd. USD.
- Učešće prihoda od međ. u izvozu usluga - 34%, u svetskoj razmeni roba i usluga - 7,2%.

Broj zaposlenih preko 150 miliona.



## Značaj i uloga hotelijerstva u privrednom razvoju - Struktura hotelske industrije

- Mali, nezavisni hoteli
- Hoteli u sastavu velikih kompanija (hotelskih ili drugih)
- Hotelski lanci (Korporativni i dobrovoljni)
- Kompanije za menadžment (upravljaju hotelskim objektima);



## Hotelski lanci po broju hotela i soba 2014-2015

Ранг		Групе	Бр. хотела		Бр. соба		Разлика	Раст (%)
2015	2014		2015	2014	2015	2014		
1	1	IHG (Велика Британија)	4.840	4.697	710.295	686.873	23.422	3,4
2	2	Hilton Worldwide (САД)	4.278	4.073	708.268	672.083	36.185	5,4
3	3	Marriot International (САД)	4.117	3.854	701.899	662.821	39.078	5,9
4	4	Wyndham Hotel Group (САД)	7.645	7.485	660.826	645.423	15.403	2,4
5	5	Choice Hotels International (САД)	6.376	6.340	504.808	506.058	-1.250	-0,2
6	6	Accor (Француска)	3.717	3.576	482.296	461.719	20.577	4,5
7	7	Starwood Hotels & Resorts (САД)	1.207	1.161	346.599	339.243	7.353	2,2
8	8	Best Western (САД)	3.900	4.046	302.144	314.318	-12.174	-3,9
9	9	Home Inns (Кина)	2.609	2.180	296.075	256.555	39.250	15,4
10	13	Jin Jiang (inc. Louvre Hotels) (Кина)	2.208	918	241.910	128.952	112.958	87,6

**Каква је ситуација данас?**

## Značaj i uloga hotelijerstva u privrednom razvoju

Hotelijerstvo :

- tržište brojnim privred. i neprivred. delatnostima
- faktor angažovanja radno sposobnog stanovništva
- delatnost kroz koju se postižu daleko povoljniji izvozni efekti
- faktor ravnomernijeg i ubrzanijeg privrednog razvoja
- vrši i značajne uticaje na ukupna društvena, kulturna, obrazovna i druga kretanja



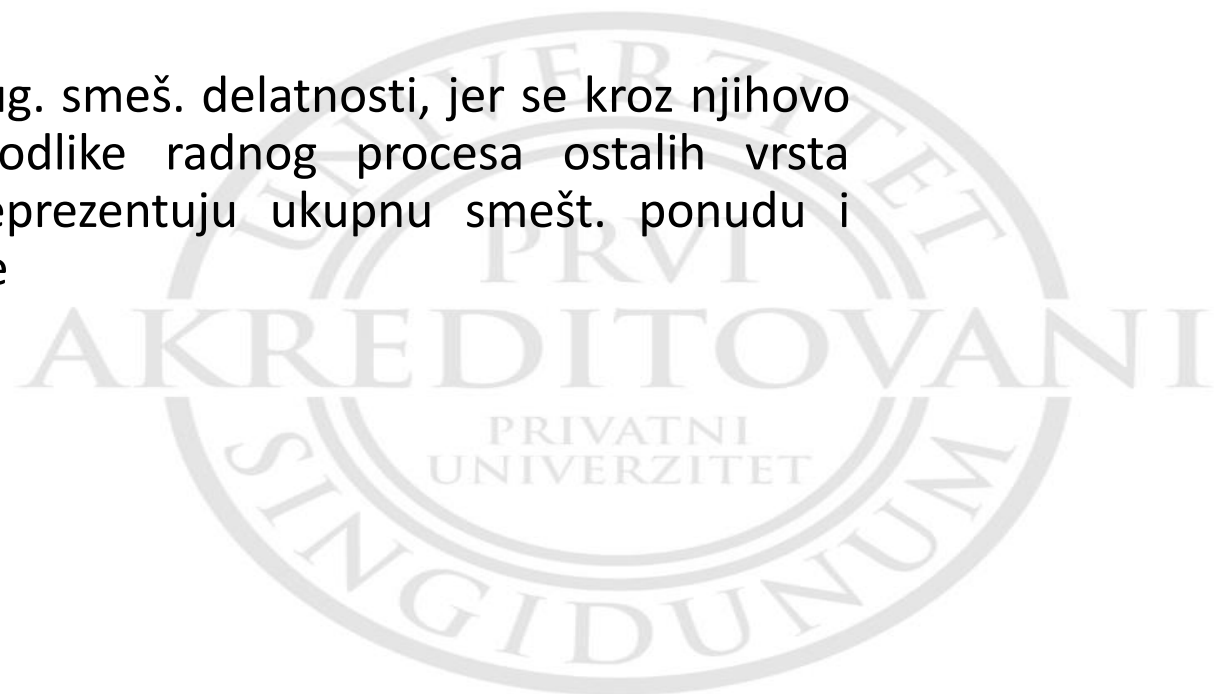
## Karakteristike kvaliteta u hotelijerstvu

- Karakteristike kvaliteta u hotelijerstvu
- Hotelski proizvod
  - Komponente hotelskog proizvoda
  - Nivoi i oblici ispoljavanja kvaliteta hotelskog proizvoda
- Ključne osobine kvaliteta hotelskih usluga
- Dimenzije kvaliteta hotelskih usluga



## Karakteristike hotelijerstva

- Hotelska ponuda, za razliku od drugih oblika smeštajne ponude podrazumeva **viši nivo komfora, širi spektar usluga i brojne neugostit. sadržaje**, drugim rečima **garantovani kvalitet** koji ga i preporučuje gostu.
- Obavljanje ove delatnosti uslovljeno je postojanjem objekata namenskog karaktera koji moraju da ispunjavaju odgovarajuće prostorno, tehničko-tehnološke, organizacioni-kadrovske, sanitarno higijenske i dr. standarde
- Hoteli predstavljaju najhomogeniji deo ug. smešt. delatnosti, jer se kroz njihovo funkcionisanje odražavaju sve bitne odlike radnog procesa ostalih vrsta smeštajnih objekata. Kao takvi oni reprezentuju ukupnu smešt. ponudu i predstavljaju okosnicu hotelske industrije



## Karakteristike kvaliteta u hotelijerstvu

- heterogenost hotelske strukture,
- neopipljivost značajnog dela usluga,
- istovremenost odvijanja procesa proizvodnje i potrošnje
- proizvodno - uslužni karaktera rada,
- način komunikacije i prodaje usluga,
- visok stepen interpersonalnih odnosa zaposlenih i gostiju,
- varijabilnost hotelske usluge,
- odsustvo svojine nad uslugom,
- naglašen sezonski karakter poslovanja i osetljivost na promena.



# Heterogenost hotelske strukture





## Karakteristike kvaliteta u hotelijerstvu

- heterogenost hotelske strukture,
- neopipljivost značajnog dela usluga,
- istovremenost odvijanja procesa proizvodnje i potrošnje
- proizvodno - uslužni karaktera rada,
- način komunikacije i prodaje usluga,
- visok stepen interpersonalnih odnosa zaposlenih i gostiju,
- varijabilnost hotelske usluge,
- odsustvo svojine nad uslugom,
- naglašen sezonski karakter poslovanja i osetljivost na promena.

