

## Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. SISTEMI USLUŽNOG MENADŽMENTA.....	3
3. USLUŽNI SEKTOR U PRIVREDNOM RAZVOJU.....	4
4. POJAM I KARAKTERISTIKE HOTELIJERSTVA U SRBIJI.....	5
4.1. Pojam i karakteristike hotela.....	5
4.2. Funkcije hotela.....	6
4.3. Hotelske usluge.....	6
4.3.1. <i>Smeštajne usluge</i> .....	6
4.3.2. <i>Gastronomske usluge</i> .....	7
4.3.3. <i>Komplementarne usluge</i> .....	7
4.3.4. <i>Stručne i lične usluge</i> .....	7
5. ZNAČAJ HOTELSKOG PERSONALA.....	7
6. HOTEL TURIST KRALJEVO.....	8
7. PAKET PONUDE HOTELA TURIST KRALJEVO.....	10
7.1. Smeštajni kapaciteti.....	10
7.2. Objekti u okviru hotela.....	10
7.3. Posebne ponude.....	11
7.3.1 <i>Matarski bal srednjih škola</i> .....	11
7.3.2. <i>Paketi za svadbene svečanosti</i> .....	11
7.3.3. <i>Ponuda za proslavu rođendana</i> .....	12
7.3.4. <i>Prednovogodišnje proslave za firme</i> .....	13
7.3.5. <i>Kongresni centar</i> .....	13
7.3.6. <i>Wellnes paketi i tretmani</i> .....	14
8. ULOGA FIZIČKIH DOKAZA NA PRIMERU HOTELA TURIST.....	15
9. ORGANIZACIONA STRUKTURA HOTELA TURIST KRALJEVO.....	16
10. MODEL OČEKIVANJA POSETIOCA.....	17
11. CILJNI POSETIOCI HOTELA TURIST KRALJEVO.....	18
12. KONCEPT UPRAVLJANJA KVALITETOM.....	19
13. PREPORUKE ZA POBOLJŠANJE KVALITETA USLUGA.....	20
15. LITERATURA.....	23

## 1. UVOD

Razvoj uslužne ekonomije značajno se odrazio na promene u poslovnom pristupu uslužnih institucija, ali najuspešnije uslužne institucije su one koje su prve počele sa primenom koncepta marketinga usluga u svom poslovanju. Uslužna ekonomija je prepoznatljiva po odnosima koji se uspostavljaju između proizvođača i potrošača, za razliku od industrijske u kojoj dominira orijentacija na proizvodnju proizvoda i ostvarivanje rezultata po tom osnovu. U industrijskoj ekonomiji standard potrošača se meri količinom proizvoda koji su njima dostupni, dok se u uslužnoj ekonomiji naglasak stavlja na kvalitet i standard života, odnosno na promene u stanju ličnosti ili stvari. Međutim, treba imati u vidu da usluge nisu karakteristične samo za uslužne delatnosti, već su često i sastavni deo ponude mnogih industrijski proizvedenih proizvoda. Slična je uloga uslužne ekonomije i u privredama manje razvijenih zemalja, ali je njen intenzitet uticaja slabiji. Iz tih razloga se privreda razvijenih zemalja naziva „uslužnom ekonomijom“. Stoga je važno imati u vidu da je uslužni menadžment u velikoj meri tržišno orijentisan pristup i da se često koristi umesto termina uslužni marketing.

Uslužni menadžment identifikuje načine kako da se upravlja poslovanjem u uslužnoj konkurenciji gde se nalaze usluge, što uvek predstavlja ključ uspeha na tržištu, bez obzira da li je suština ponude usluga ili proizvod. Međutim, sposobnost i želja menadžera u pojedinim uslužnim organizacijama da odgovore na velike promene koje oblikuju ekonomiju usluga, omogućiće njihovim organizacijama ili da prežive i prosperiraju, ili da budu poražene fleksibilnijim konkurentima.

Usluge su bile značajne za ekonomski rast u poslednja dva veka, što se najbolje uočava kroz industrijsku revoluciju u 18. veku (promene u proizvodnji, finansijskoj strukturi, transportu i komunikacijama). Zahvaljujući velikom značaju usluga i njihovom učešću u ekonomiji razvijenih zemalja, sve se više pojavljuju izrazi uslužno društvo i uslužna ekonomija. Ovi termini javljaju se početkom osamdesetih godina i od tada se upotrebljavaju za opisivanje ekonomije koja se u najvećoj meri oslanja na sferu usluga.

Društvo prolazi kroz fazu „revolucije uslužnih delatnosti“, naročito od kraja prošlog veka. To je posebno vidljivo ukoliko se posmatra:

- Razvoj pojedinih uslužnih delatnosti i diverzifikacija ponude (širenje spektra usluga i stvaranje novih tipova, u skladu sa potrebama potrošača i poslovnih subjekata);
- Uticaj uslužnog sektora na razvoj ekonomije;
- Uticaj uslužnog sektora na poboljšanje kvaliteta života
- Korelacija razvoja uslužnih delatnosti sa zaposlenošću.