

Uvod

Hotelsko poslovanje predstavlja veoma bitnu, ako ne i najvažniju kariku turističke privrede. I ako se najvećim delom smatra neproizvodnom delatnošću kao i sam turizam, ono predstavlja ključ turističke privrede i veoma značajan faktor u modernom turističkom poslovanju. Uzimajući u obzir da je hotelijerstvo nemoguće razdvojiti od turizma, moderna politika hotelskog poslovanja mora biti veoma progresivna i stimulatívna u cilju privlačenja što većeg broja potencijalnih klijenata i gostiju. Zato je u prvom delu rada pažnja posvećena karakteristikama i oblicima razvoja hotelskih preduzeća kao svojevrsan uvod u materiju koja sledi. Zatim se posmatraju karakteristike i specifičnosti integracije hotelskih preduzeća, gde najznačajniju ulogu igraju horizontalna i vertikalna integracija. Treći deo govori o poslovnim operacijama u hotelskom preduzeću, gde su obrađene vrste hotelskih objekata, izbor lokacije hotelskih objekata i utvrđivanje misije hotelskih preduzeća, koje je nemoguće zanemariti kada se govori o hotelskom poslovanju. Četvrti deo govori o načinu poslovanja hotelskih preduzeća. Peti deo rada govori o uvođenju totalnog kvaliteta u hotelska preduzeća, i osvrće se na teme obuke zaposlenih kadrova u hotelijerstvu, hotelskoj propagandi i kanalima prodaje hotelskih preduzeća kao i inovaciji i razvoju novih hotelskih proizvoda. Šesti deo rada je posvećen hotelskom proizvodu Beograda i poslovanju Beogradskih hotela, kao neka vrsta rezimea i osvrt na hotelsko poslovanje prestonog grada, uz prilog kategorizacije beogradskih hotela.

1. KARAKTERISTIKE I OBLICI RASTA I RAZVOJA HOTELSKIH PREDUZEĆA

1.1 Osnovni ciljevi poslovanja hotelskog preduzeća

U procesu osnivanja i poslovanja hotelskog preduzeća osnovni cilj je njegova ekonomska efikasnost i efektivnost, s obzirom da to predstavlja neophodnu pretpostavku za njegov opstanak na tržištu odnosno dalji rast i razvoj.

Poslovanje savremenog hotelskog preduzeća podrazumeva racionalno ponašanje u angažovanju i trošenju elemenata reprodukcije, dobro organizovane poslovne funkcije, naročito istraživačko-razvojnu koja obezbeđuje inovacije u proizvodnom programu i efikasno upravljanje poslovanjem i razvojem zasnovano na novim informacionim tehnologijama, koje, povratno, omogućuju postavljanje i sprovođenje uspešne marketing strategije. Međutim, organizovanje i uspešno poslovanje preduzeća je permanentan proces. Izbor ciljeva organizacije je, isto tako, kontinuiran proces adaptacije preduzeća novonastalim uslovima i procesima na tržištu, u okruženju ili unutar preduzeća, kojima preduzeće otklanja poremećaje u poslovanju, rastu i razvoju. Dakle, hotelsko preduzeće i okruženje su u stalnoj interakciji, u kojoj je dominantan uticaj, sve kompleksnijeg okruženja.

Sve promene koje hotelsko preduzeće preduzima, bilo poslovnih aktivnosti ili organizacije (nezavisno da li su posledica pritiska iz okruženja ili odraz preduzetničkog ponašanja) uvek znače prilagođavanje preduzeća. Prilagođavanje je imperativ ponašanja hotelskog preduzeća ukoliko ne želi da nestane sa poslovne scene. U tom cilju hotelsko preduzeće preduzima niz poslovnih akcija, poteza i mera koji obezbeđuju da se, u datim uslovima, ponaša na racionalan način, odnosno da svoje materijalne, ljudske i finansijske resurse racionalno koristi, da bi poslovalo efikasno i efektivno.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com