



---

# STRATEGIJSKO UPRAVLJANJE U HOTELIJERSTVU

---

Godina: III  
Semestar: letnji  
Časova nedeljno: 5+2  
ESPБ: 7



Beograd, 2022.

**Profesor:**  
**dr Marija Najdić**

### 3. Definisiranje okvira strategijskog upravljanja



- **Vizija i misija predstavljaju specifične dugoročne ciljeve organizacije.**
- Ciljevi su određeni u pogledu toga ŠTA organizacija želi da postigne u određenom vremenskom periodu.
- Strategija određuje **KAKO** će se ciljevi postići u pogledu plana, taktika i aktivnosti.



# Vrednosti:

- **Sredstvo za postizanje ciljeva** (načini delovanja ili instrumentalne vrednosti), i kao **trajna verovanja**
- **Ciljevi** (krajnja ili terminalna vrednost)
- **Vrednosti se ne nasleđuju, formiraju se kao produkti interakcije čoveka i društva u kome živi.**



## Instrumentalne vrednosti

- Ambicija
- Prostodušnost
- Sposobnost
- Veselost
- Radost
- Hrabrost
- Poštenje
- Pomaganje
- Praštanje
- Kreativnost
- Nezavisnost
- Integritetčnosti
- Ljubav
- Poštovanje
- Učtivost
- Odmerenost
- Samokontrola

## Krajnje (terminalne) vrednosti

- Udoban život
- Uzbudljiv život
- Smisao za ostvarenja
- Mir u svetu
- Svet lepote
- Jednakost
- Sigurnost
- Sloboda
- Sreća
- Unutrašnji sklad
- Zrela ljubav
- Nacionalna bezbednost
- Zadovoljstvo
- Spas
- Samopotvrđivanje
- Društveni položaj
- Druženje
- Mudrost

# Vizija

---

**Gde organizacija želi da se usmeri u odnosu na to gde se sada nalazi.**



„Ispuniti zemlju svetlošću i toplinom  
gostoprimstva“



# Ritz Carlton Hotel

---

„Ritz Carlton nadahnjuje najznačajnija  
životna putovanja“.





# Izjava o viziji ima 7 karakteristika:

1. **Konciznost** - lake za komuniciranje i pamćenje;
  2. **Jasnoća** - direktno upućuju na glavni cilj. Mogu se razumeti bez prezentacija i diskusija;
  3. **Izazov** - motivišu zaposlene da daju sve od sebe i postignu željene rezultate.
  4. **Apstraktnost** - sugerišu dugoročni cilj koji takođe omogućava individualne interpretacije.
  5. Poželjnost ili **sposobnost inspirisanja** - navode cilj koji inspiriše zaposlene.
-

# Izjava o viziji (nastavak)

6. **Orijentacija ka budućnosti** - vizije koje su snažne ne sastoje se od jednokratnog, određenog cilja ili zadate produktivnosti (npr. prodaja ili profit), koji se može ispuniti i potom odbaciti;

Why vision statements are so important...



"C'mon, put some muscle into it...we're not getting anywhere!"

7. **Stabilnost** - vizije se ne menjaju u odnosu na kratkoročne trendove, promene tehnologije ili tržišta.



# Misija

---

- **Misija** predstavlja kraći opis **osnovne svrhe** stvaranja organizacije i sastoji se od nekoliko elemenata:

- organizacione **filozofije**
  - organizacionog **identiteta**
  - glavnih proizvoda i usluga
  - potrošača i tržišta
  - geografske usmerenosti
  - obaveza prema stakeholderima
  - obeveza prema zaposlenima.
-

## Misija

“biti najgostoljubivija kompanija na svetu – kreiranjem **iskrenog doživljaja** za Goste, **značajnih mogućnosti** za Članove tima, **visokih vrednosti** za Vlasnike i pozitivnog uticaja u našoj zajednici.”

\* Članovi tima – zaposleni

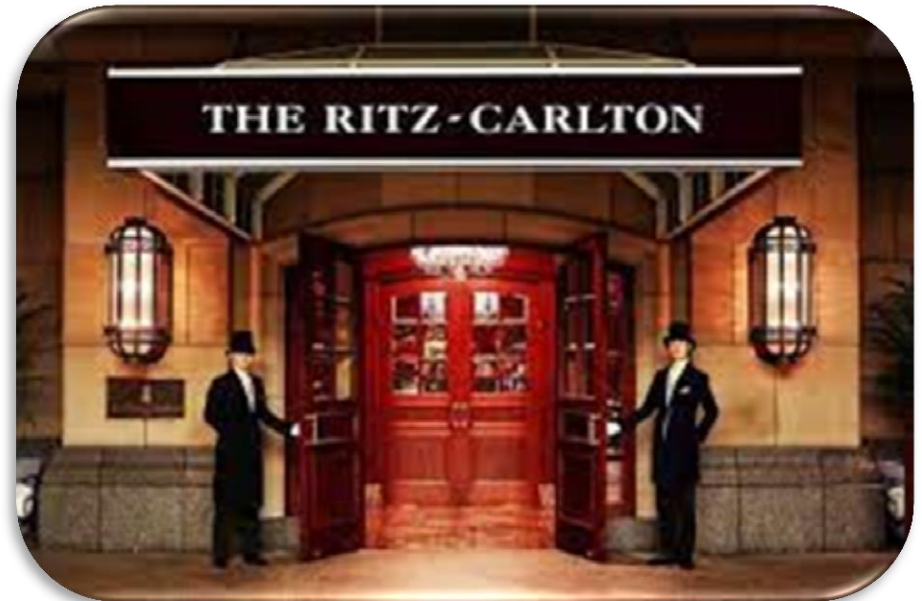
\* Vlasnici - stejkholderi

---

# Ritz Carlton Hotel

---

**Misija** poslovanja se bazira na filozofiji i principima koja je sadržana u takozvanim **Zlatnim standardima** (*The Gold Standards*) koji su sačinjeni od Credo, Moto hotela, Usluge u tri koraka (*Three Steps Service*), Obećanja zaposlenih (*The Employee Promise*).





# 1. Credo sadrži 3 rečenice:

- *Ritz Carlton* je mesto gde je iskrena **briga i komfor** naših gostiju naš najveći zadatak;
- Zalažemo se da pružimo najbolju ličnu uslugu i sadržaje našim gostima koji će uvek uživati u **toplom, opuštenom i prefinjenom** ambijentu;
- *Ritz Carlton* iskustvo **oživljava sva čula**, uliva **blagostanje** i ispunjava čak i neizrecive **želje i potrebe** naših gostiju.

## 2. Moto



**Moto hotelskog lanca  
*Ritz Carlton* glasi:**

**„Mi smo dame i  
gospoda, i služimo  
dame i gospodu”.**


---

## 3. „Usluga u tri koraka”



1. Anticipacija i ispunjavanje svih **potreba gosta**;
  2. Topao i iskreni **pozdrav dobrodošlice**, uvek koristiti ime kada je to moguće.
  3. **Otpozdrav**, pozdravljanje pri odlasku gosta kojeg oslovljavamo po imenu;
-





Our Promise  
To You.

## 4. „Obećanje zaposlenih”

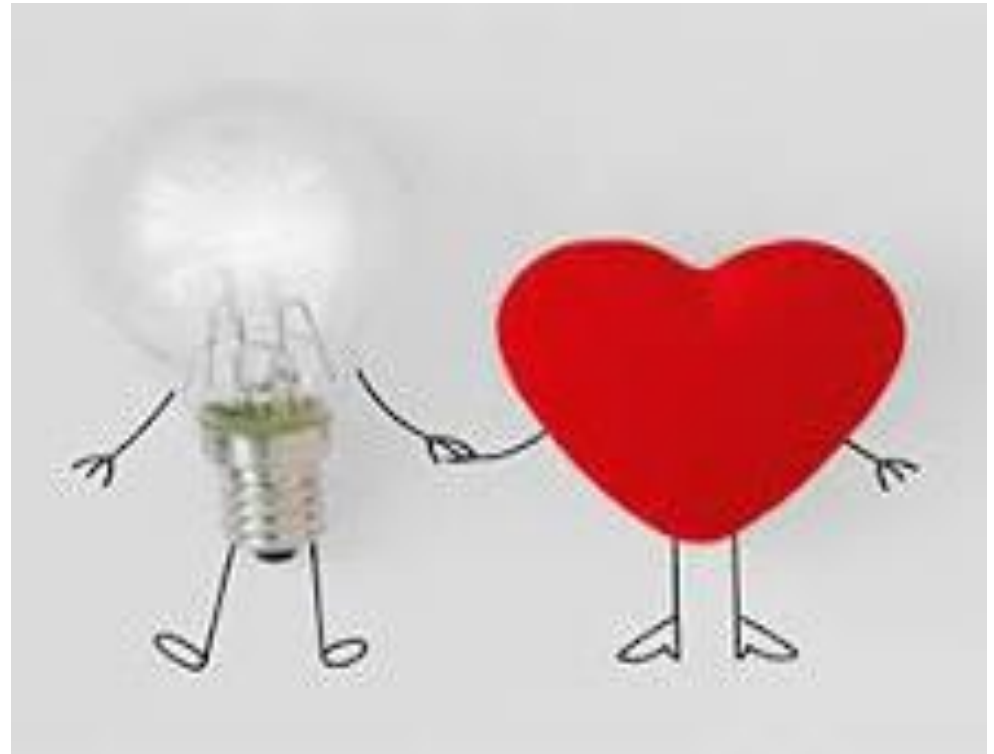
---



- U *Ritz Carltonu*, naše dame i gospoda su najbitniji izvor u pružanju usluga našim gostima;
  - Prihvatajući **principe poverenja, iskrenosti, poštovanja, integriteta i posvećenosti**, mi negujemo i povećavamo talente svakog pojedinca u kompaniji;
  - *Ritz Carlton* je domaćin radnog ambijenta gde se **različitost** ceni, kvalitet se vrednuje, a individualne težnje se ispunjavaju...
-

# Predlozi za kreiranje misije organizacije

- Jasna
- Relevantna
- Trenutna
- Pozitivna
- Individualna
- Trajna
- Prilagođena



# Pojam organizacionih vrednosti

- Vrednosti organizacija se mogu posmatrati kao **principi** koji su zajednički većini zaposlenih;
- Vrednosti su obično trajne i često usko povezane sa **organizacionim liderstvom** (parametri unutar kojih organizacija posluje).

