

MENADŽMENT KVALITETA



Nastavnik:

Prof. dr Zlatko Langović

- Metode kontrole kvaliteta

- Metode kontrole kvaliteta
 - Kontrola kvaliteta u hotelijerstvu zasniva se na ispitavanju zadovoljstva korisnika primenom odgovarajućih metoda.

- Metoda posmatranja
 - Pošto je hotelski proizvod heterogen, kontrola njegovog kvaliteta zahteva kombinovanje različitih metoda;
 - Metode posmatranja se ostvaruju različitim tehnikama odnosno oblicima posmatranja:
 - Posmatranje u prirodnoj i veštački stvorenoj situaciji,
 - Primetno i neprimetno posmatranje,
 - Strukturano i nestruktuirano posmotranje,
 - Dirktno i indirektno posmtranje.

- Metode i tehnike merenja zadovoljstva korisnika
 - Metoda ispitivanja
 - Intervju;
 - Anketa (upitnici)
 - Strukturirani (ponuđeni odgovori);
 - Nestruktuirani (otvorena pitanja bez ponudjenih odgovora).

Слика бр. 28 - Пример анкетног упитника хотела

ANKETNI LIST (QUESTIONNAIRE)






Poštovani gosti,

Da li ste zadovoljni higijenom u hotelu?

Dear guests,

Are you satisfied with hygiene in our hotel?

Zaokružite željenu ocenu (Mark the number)

				
1	2	3	4	5

NAPOMENA/PREPORUKA (REMARK)

--

- SERVQUAL model. Ovaj model je široko zastupljen u domenu merenja kvaliteta usluga (service quality - SERVQUAL), pa samim tim i u hotelijerstvu;
- Zasniva se na stepenu usaglašenosti između očekivanog i percepiranog kvaliteta.

- SERVQUAL model u osnovi obuhvata pet grupa komponenti kvaliteta usluge:
 - Materijalne komponente kvaliteta usluge;
 - Pouzdanost – sposobnost da se usluga realizuje na ugovoreni način i u govoreno vreme;
 - Odgovornost – profesionalizam, svest o značaju usluge za korisnika;
 - Sigurnost – stručnost, sposobnost sticanja poverenja korisnika usluge;
 - Empatije (saosećanje) – razumevanje, sposobnost stavljanja u poziciju korisnika, individualizam pristup korisniku usluge.

- Kao alternativa nastao SERVPERF (service performance) koji meri samo performanse usluga;
- Smatra se, da je SERVQUAL model prikladniji, s obzirom da ocenom usaglešenosti između očekivanja i percepcije, meri kvalitet usluge, dok SERVPERF model, izostavljajući očekivanja, u stvari meri zadovoljstva korisnika.

- Indeks zadovoljstva korisnika – CSI (Customer Satisfaction Index)
 - Među najpoznatijim tehnikama objektivnog merenja stisfakcije korisnika proizvoda i usluga Američki indeks zadovoljstva potrpšača (ASCI – American Customer Satisfaction Index);
 - Dati model utvrđuje stepen zadovoljstva korisnika, na osnovu određenje metodologije, na osnovu merenja očekivanja korisnika percerpiranog (dobijenog) kvaliteta i percepiranje (dobijene) vrednosti;
 - Tako na primer, stanje, lokacija, izgled i opremljenost turističkih turističkih objekata ili ponašanje, stručnost, izgled zaposlenih mogu imati veliki uticaj na formiranje očekivanja korisnika.

- Percepirani kvalitet podrazumeva korisnikov doživljaj vrednosti realizovane usluge;
- Percepirana vrednost je vrednost koja izražava stepen usaglašenosti korisnikovih očekivanja i percepiranih kvaliteta realizovanih usluga;
- Prosečan ACSI izražava se u procentima (od mogućih 100%) i predstavlja rezultat izveden na osnovu tri ključne komponente:
 - Step en ukupnog zadovoljstva;
 - Step en ispunjenosti očekivanja;
 - Step en odstupanja od idealnog.

- Po uzoru na američki, razvio se i ESCI (Evropski indeks zadovoljstva potrošača korisnika);
- Uvažavajući varijacije u ponašanju potrošača u zavisnosti od uticaja etno-socioloških, društveno – ekonomskih i prostorno – geografskih faktora, mnoge zemlje su razvile sopstvene metodologije za izračunavanje indeksa zadovoljstva potrošača.

- Benčamarking – poređenje sa drugim
 - Data metoda se može okarakterisati kao metoda poređenja;
 - U osnovi „benčamarkinga“ (benchmarking) je termin „benčmark“ (benchmark);
 - Benčmark predstavlja normu ili standard pomoću kojeg se neka pojava može meriti, odnosno ocenjivati;
 - Benčmarking je kontinuiran proces prilagođavanja resursa, proizvoda u funkciji poboljšanja poslovanja.

- Proces uključuje:
 - Upoređenje organizacija i njenih organizacionih jedinica sa najboljima, ne ograničavajući sa na istu delatnost ni na istu zemlju;
 - Upoređenje proizvodnih i drugih aktivnosti organizacije sa ekvivalentnim aktivnostima drugih organizacija iste delatnosti kako bi se definisali najbolji;
 - Upoređenje proizvoda i usluga organizacije sa proizvodima i uslugama konkurenata koji imaju vodeće rezultate;
 - Upoređenja tehničkih rešenja organizacije sa ciljem izbora najbolje opreme;
 - Primena najbolje definisanog poslovnog procese.

- Benčamarking je postupak postavljanja ciljeva, definisanje programa i politika radi postizanja rezultata većih od ostalih u datom sektoru;
- Benčmarking odgovara na pitanja
 - Ko je bolji?
 - Zašto je bolji?
- Ovo je kontinuiran proces, kada se završi jedan benčmarking uspostavlja se drugi, jer i konkurencija teži neprekidnom poboljšanju.

- Interni benčmarking se sprovodi unutar organizacije da bi se definisale slabosti snage, prednosti i nedostaci (SWOT analiza);
- Internim benčamarkingom mogu se ustanoviti razlike u kvalitetu proizvoda- usluga pojedinih objekata ili grupe objekata u okviru međunarodnog hotelskog lanca
 - Na primer, hotelski lanac koji potiče iz SAD a širi se u Evropi i Aziji, može ostvariti lošije rezultate u novim regionima i pristupiti postupku benčmarkinga;

- Eksterni benčmarking predstavlja proces poređenja sa drugim organizacijama;
- Pojavljuje se u više oblika:
 - Konkurencijski;
 - Transindustrijski ;
 - Sektorski.

- Kada se vrši poređenje sa organizacijama unutar iste delatnosti, tada se radi o konkurencijskom benčamarkingu
 - Sprovodi se među hotelskim lancima na nivou destinacije, države, regiona;
- Kada se radi o poređenju organizacija iz drugih delatnosti, dakle nekonkurentima, tada se radi o transindustrijskom benčamarkingu
 - Sprovodi se na organizacijama drugih delatnosti koji posluju u istim društveno ekonomskim uslovima;
 - Poređenje zasnovano na univerzalnim principima koji su primenljivi u svim industrijskim granama.

- Kada se poređenje organizacije vrši u odnosu na agregatne pokazatelje koncentrisane na nivou sektora ili privredne grane, tada se radi o sektorskom benčamarkingu
 - Sektorski benčamarkig je teritorijalno definisan;
 - Hotelska organizacija se poredi sa rezultatima na nivou grada, turističke destinacije, države, regiona i šire.

- Benčmarking je proces koji se paralelno odvija orijentacijom na procese;
- I orijentacijom na rezultate, kada su ciljevi eksplicitni merljivi i kvantitativno iskazani;
- Uslov uspeha je sinhronizacija aktivnosti na poboljšanju procesa i na planu poboljšanja rezultata.

Табела бр.8 - Бенчмаркинг у хотелијерству

Туристичка дестинација	
Ровињ (Хрватска)	Portofino Coast (Италија)
0 хотела x 5* = 0	3 хотела x 5* = 15
3 хотела x 4* = 12	22 хотела x 4* = 88
5 хотела x 3* = 15	3 хотела x 3* = 9
2 хотела x 2* = 4	0 хотела x 2* = 0
0 хотела x 1* = 0	0 хотела x 1* = 0
10 УКУПНО 31	28 УКУПНО 112
Просечна оцена: 3,1	Просечна оцена: 4

- Benčmarking se odvija u 4 faze:
 - Planiranje (izbor područja, identifikovanje potencijalnih partnera, definisanje procesa i utvrđivanje izvora podataka i metoda);
 - Aktivnosti (prikupljanje podataka i izbor partnera, utvrđivanje razlika u odnosu na benčamarking partnera, iznalaženje uzoraka i definisanje budućih željenih osobina);
 - Akcija (komunikacija na svim nivoima menadžmenta, prilagođavanje ciljeva, izrada planova i njihova implementacija);
 - Monitoring (stalna kontrola nad procesom).

