

UVOD

U savremenom poslovnom okruženju koje karakteriše neizvesnost, konkurentnost i sve kompleksniji zahtevi potrošača, kvalitet postaje jedan od osnovnih faktora uspešnog poslovanja, rasta i razvoja preduzeća. Vremenom, pristup kvalitetu razvijao se kvaliteta proizvoda i usluga, do kvaliteta vezanog za upravljanje. U sektoru usluga, s obzirom na razlike između proizvoda i usluga, kvalitet ima još veći značaj, i meri se očekivanjima potrošača. Ovo u velikoj meri otežava načine merenja i određivanja kvaliteta.

Kvalitet usluge u ugostiteljstvu je ključ ispunjenja očekivanja gostiju. S obzirom da se u procesu kupovine proizvoda i usluga potrošači oslanjaju prevashodno na sopstveno iskustvo, kao i iskustvo drugih, njima bliskih osoba, a manje na promociju koju kreiraju hotelske marketing službe, veoma je važno da potrošači budu zadovoljni pruženom uslugom. Od toga zavisi da li će oni ponovi doći u isti ugostiteljski objekat, i da li će ga preporučiti svojim prijateljima i okruženju.

Zadovoljstvo kvalitetom ugostiteljske usluge je preduslov izgradnje lojalnosti gostiju. Visok kvalitet ugostiteljske usluge zavisi u mnogome od angažovanja zaposlenih, njihove privrženosti i stručnosti. U ugostiteljstvu, osoblje je često izvor konkurentске prednosti, koja proističe iz njihovog zadovoljstva poslom koji obavljaju i stava menadžera i vlasnika hotela prema zaposlenima. Sa druge strane, nezadovoljstvo radnom atmosferom i neadekvatan sistem zarada i nagrada zaposlenih vodi lošim uslugama i povećanim troškovima poslovanja

Kvalitet usluge omogućava menadžmentu da odredi veću cenu usluga, jer se povećava vrednost usluge sa aspekta korisnika. "Visok kvalitet, uz mogućnost formiranja viših cena, smanjuje troškove grešaka i njihovog ponavljanja, što se pozitivno odražava na ukupne finansijske rezultate preduzeća".¹ Kvalitet usluge smanjuje broj pritužbi i negativnih komentara korisnika i troškove promocije, jer se ugostiteljski objekat može u velikoj meri osloniti na preporuke zadovoljnih gostiju, manji su troškovi održavanja opreme i inventara i efikasniji je menadžment zalihama. Sve ovo utiče na finansijski rezultat poslovanja.

S obzirom da kvalitet usluge u ugostiteljstvu treba da odgovara očekivanjima gostiju kako bi se obezbedilo zadovoljstvo pruženom uslugom, veoma je važno poznavanje i praćenje "zahteva savremenih turista, poštovanje utvrđenih standarda i kontinuirano unapređivanje hotelske ponude", pa je to suština upravljanja kvalitetom u ugostiteljstvu.²

U Republici Srbiji, sistema HACCP je obavezan u svim ugostiteljskim objektima. Njegova implementacija, međutim, značajno je uslovljena nepovojnom ekonomskom situacijom i neadekvatnom edukacijom vlasnika i zaposlenih u ugostiteljskim objektima, koji su uglavnom mala pravna lica.

Predmet istraživanja je značaj primene HACCP standarda za funkcionisanje ugostiteljskih objekata. Definisano je pojam HACCP a zatim prikazana implementacija sistema na primeru restorana.

¹ Barjaktarović, D. (2013) Upravljanje kvalitetom, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 22.

² Barjaktarović, D. (2013) Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 9.

Cilj istaživanja je objašnjenje HACCP sistema i uloge koju sistem ima u obezbeđivanju kvalitetne i ispravne hrane u ugostiteljskim objektima. Takođe, na primeru primene HACCP u restoranu u Srbiji, navedeni su nedostaci koji su rezultat nedekvatne edukacije vlasnika restorana ali i nedostatka finansijskih sredstava koji su potrebni za implementaciju.

Struktura rada

U prvom delu rada izneto je objašnjenje HACCP sistema, definisane su njegove osnovne komponente i predstavili osnovni koraci u njegovoj implementaciji u ugostiteljskim objektima.

U drugom delu rada objašnjen je zakonski okvir ugostiteljskog sektora u Republici Srbiji, i problem implementacije HACCP u malim subjektima. Takođe opisan je restoran u kome je implementiran HACCP.