Nastavni predmet: Hotelijerstvo

Broj časa: 54 i 55.

Nastavna jedinica: Upravljanje organizacionom strukturom hotela

Organizaciona struktura je bitan elemenat potencijala hotela, koji određuje njegovo mesto u okruženju (njegovu strategijsku poziciju). Ona definiše formalnu lokaciju (podelu) posla i ko će te poslove da obavlja, a ko će njima da rukovodi, odnosno da ih koordinira. Razume se da pritom postoji precizirana odgovornost svakog člana kolektiva.

Brojne promene u savremenom privređivanju, a pre svih globalizacija poslovanja, dovode u sve većoj meri do novih organizacionih struktura, procesa donošenja poslovnih odluka i načina upravljanja hotelom. Sposobnost adaptiranja hotela kao poslovnog sistema zavisi više od toga kako delovi uzajamno utiču jedni na druge, nego kako oni funkcionišu nezavisno jedan od drugog.

Savremeni hotel, odnosno hotelska korporacija, predstavlja otvoren, često velik i složen, ali uvek jednostavan poslovni sistem. Pri stvaranju organizacione strukture treba poći od ciljeva poslovanja i strategijskih procesa razvoja. Strategija se zasniva na oceni potencijala hotela i predviđanja zbivanja na domaćem i međunarodnom tržištu hotelskih proizvoda i usluga.

U stvaranju organizacione strukture hotela koji je sposoban da sprovede izabranu strategiju njegovog razvoja, treba odgovoriti na sledeća pitanja: prvo, kako uskladiti organizacionu strukturu sa potrebama strategije; drugo, kako stvoriti i održavati konkuretnost hotela na tržištu i na odgovorna mesta postaviti adekvatno hotelsko osoblje; i treće, koji profil menadžerske ekipe je potreban za svaku poslovnu aktivnost hotela.

Od posebnog značaja je koncept marketinga. To je pristup od tržišta ka hotelu, u kom se organizovanje ne shvata kao pitanje interne prirode koje isključivo zavisi od tehnologije posla. Ne samo karakter ponude i tehnologije, već i organizaciona struktura, moraju se prilagođavati načinu kontaktiranja hotela s određenim tržišnim segmentima.

Zadatak: odgovoriti na pitanja

1. Šta je organizaciona struktura?

2. Na koja pitanja treba odgovoriti u stvaranju organizacione strukture hotela?

3. Koliko je bitan marketing u organizacionoj strukturi hotela?