

بسم الله الرحمن الرحيم

آشنایی با
مدیریت و عملیات بخش های کوناکون هتل

تألیف و ترجمه:
مصطفی محمودی

سرشناسه	: محمودی، مصطفی، ۱۳۶۷-
عنوان و نام پدیدآور	: آشنایی با مدیریت و عملیات بخش‌های گوناگون هتل / تألیف و ترجمه مصطفی محمودی.
مشخصات نشر	: تهران: مهکامه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۴۰ ص.
شابک	: 978-600-8731-92-4
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: بخشی از کتاب ترجمه از کتاب "Hotel management and operations" است.
موضوع	: هتل‌ها و مسافرخانه‌ها -- مدیریت
موضوع	: Hotel management
رده‌بندی کنگره	: TX۹۱۱/۳
رده‌بندی دیویی	: ۶۴۷/۹۴۰۶۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۹۶۹۷۹۳

نام کتاب: آشنایی با مدیریت و عملیات بخش‌های گوناگون هتل
تألیف و ترجمه: مصطفی محمودی
ناشر: مهکامه
ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی
لیتوگرافی: نقش
نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۸
تیراژ: ۵۰۰ نسخه
قیمت: ۳۳۵۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۹۲-۴

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسید، به لای نیش کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و پخش مهکامه
تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰-۶۶۴۸۸۲۰۳
۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتابفروشی آگاه
تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳-۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkame@iranian.com
www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

- ۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتابفروشی رشد، تلفن: ۳-۳۲۲۱۷۰۰۰ (۰۶۱)
- ۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتابفروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)
- ۳- اصفهان: میدان شهدا، خیابان کاوه، بعد از میدان ۲۵ آبان، کوی ولی‌عصر، پلاک ۴۱۹، پخش کتاب کیمیا، تلفن: ۳۴۴۸۰۲۸۵ (۰۳۱۳)، موبایل: ۹۱۳۲۶۵۹۷۷۱
- ۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتابفروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)
- ۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نیش خلیلی، کتابفروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)
- ۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتابفروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublisher

فهرست مطالب

۹.....	پیش‌گفتار
۱۱.....	فصل ۱: سدرماندهی هتل
۱۳.....	مقدمه
۱۵.....	۱- موضوعات ساختار سازمانی
۲۵.....	۲- طراحی وظیفه‌ای سازمان
۳۲.....	۳- برگزاری جلسات هتل
۳۷.....	تجارب شخصی: ساختار سازمان هتل چگونه است؟ (سی‌بینم) (مارک کانکلین)
۴۱.....	فصل ۲: مدیرعامل هتل
۴۳.....	مقدمه
۴۴.....	۱- تقاضاهای شغلی و مسائل ارتباطی
۵۳.....	تجارب شخصی: یک روز کاری بعنوان مدیرعامل هتل‌های هیلتون (رابرت ا. بالمر)
۵۷.....	فصل ۳: فرانت آفیس
۵۹.....	مقدمه
۵۹.....	۱- مدیر فرانت آفیس
۶۲.....	۲- مدیریت بازده
۶۹.....	۳- ارتباط با مهمانان
۷۲.....	تجارب شخصی: یک روز کاری در سمت مدیر فرانت آفیس (اولیور مینزر)

فصل ۴: بخش‌های عملیاتی هتل.....	۷۷
مقدمه.....	۷۹
۱- سازمان‌های خانه‌داری.....	۸۳
۲- وظیفه مهندسی هتل.....	۹۲
۳- محیط قانونی بخش‌های عملیاتی.....	۹۸
خلاصه.....	۱۰۸
فصل ۵: بخش غذا و نوشیدنی.....	۱۱۱
مقدمه.....	۱۱۳
۱- مدیریت عملیات در بخش غذا و نوشیدنی.....	۱۱۶
۲- راهبرد اتحاد هتل‌ها و سازمان.....	۱۲۳
۳- بازاریابی و بازرگانی بخش نوشیدنی.....	۱۲۵
۴- منابع انسانی در بخش نوشیدنی.....	۱۲۶
تجارب شخصی: ریاست بخش غذا و نوشیدنی (دومنک برترانو).....	۱۲۷
فصل ۶: بخش بازاریابی هتل.....	۱۳۱
مقدمه.....	۱۳۳
۱- رهبری بازار.....	۱۳۴
۲- فرآیند بازاریابی.....	۱۳۵
۳- نرخ‌گذاری اتاق‌ها.....	۱۴۹
تجارب شخصی: یک روز از زندگی یک مدیر درآمد (پائول چپله).....	۱۶۰
فصل ۷: مدیریت منابع انسانی در هتل.....	۱۶۳
مقدمه.....	۱۶۵
۱- مسائل منابع انسانی.....	۱۶۵
۲- مفهوم جابجایی شغلی.....	۱۷۳
۳- مقررات استخدام در صنعت مهمان‌نوازی.....	۱۸۰

۱۸۵	۴- الگوی در حال ظهور منابع انسانی
۱۹۴	۵- تربیت رهبران آینده صنعت مهمان‌نوازی: الگوی شایستگی‌ها
۲۰۳	فصل ۸: سایر موضوعات کسب‌وکار هتلداری
۲۰۵	بخش اول: فرایند ساخت‌وساز هتل
۲۱۷	بخش دوم: تباطؤ با مشتریان
۲۲۷	بخش سوم: صنعت اسپا
۲۳۷	منابع برای مطالعه بیشتر

پیش‌گفتار

صنعت هتلداری از جمله بخش‌های حوزه گردشگری است که برای بهبود و اصلاح ساختار سازمانی به بررسی و مطالعه بسیار نیازمند است. این بخش حوزه‌ای در بخش خدماتی است که نقشی مهم و ایدار در افزایش میزان GDP برخی از کشورها بازی می‌کند- حتی کشورهای فاقد جاذبه‌های گردشگری شاخص. تمرکز صرف بر روی منابع ارزان قیمت و طبیعی منجر به رقابت‌پذیری ملی نمی‌شود بلکه رقابت‌پذیری باید براساس چگونگی استفاده از انواع منابع انسانی، طبیعی و سرمایه‌ای به شیوه‌ای بهره‌ورانه و ارائه محصول کامل به گردشگران باشد. این موضوع به طور گسترده‌ای مورد توجه واقع شده که هتل‌ها باید به طور مداوم با استفاده از روش‌ها و فرآیندهای مختلف، بولب محصولات متمایز را در ساختار عملیاتی خود نهادینه کرده و همیشه یک گام از رقابتی فعلی و آینده‌نگار نهند- البته یک بازگشت سرمایه معقولانه هم داشته باشند.

برای رضایت مهمانان، مدیران خدمات اقامتی به درک نیازهای ارزشی مشتریان خود و سپس توسعه خدمات ارزشی منحصر فرد براساس این نیازها احتیاج دارند. این درک از طریق تلاش آنان برای ارائه ارزش عالی به مهمانان و تحویل این خدمات پیشنهادی توسط کارکنان تقویت می‌شود. اندیشمندان از مفهوم خلق ارزش برای توضیح نحوه شکست دادن رقبای از طریق ایجاد و ارائه ارزش عالی به مهمانان استفاده می‌کنند. بنابراین برای ارائه ارزش متفاوت تمام بخش‌های پازل یعنی مدیران، کارکنان و مشتریان باید نقش خود را بدرستی ایفا کنند، اما نقش کارکنان بعنوان واحدهای لب مرزی در مراحل خلق ارزش و اتصال‌دهنده بین تولید کننده و مشتری بسیار پر رنگ‌تر است.

درکل، بخش هتلداری قادر است تا بعنوان یکی از اجزای مهم اقتصاد ایران شناخته شود و اگر مدیران در ارائه تسهیلات اقامتی مناسب به گردشگران دچار ضعف باشند، نه تنها نخواهند توانست گردشگران خارجی را جذب کنند حتی شاهد کوچ گردشگران داخلی به کشورهای اطراف مثل امارات و ترکیه و خروج ارز از کشور خواهیم بود که این فرآیند در سطح وسیع‌تر به رقابت‌پذیری صنعت گردشگری ملی در عرصه بین‌الملل ضربه خواهد زد. در فصل‌های این

کتاب سعی شده است تا با معرفی بخش‌های گوناگون هتل و نحوه مدیریت و عملیات موجود درون آن‌ها به‌علاوه با گردآوری دیدگاه‌ها، نظریات و الگوهای جدید در صنعت هتلداری، مطالب مفیدی هم برای فراگیران و هم متخصصان این حوزه فراهم و ارائه گردد.