

۲۲۳۴۶۱۸

بدنام او که هستی از اوست

مدیریت هتلداری (با نگرش استراتژیک)

دکتر علی عالیخانی

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - تهران شمال

www.ketab.ir



انتشارات آریا دانش

شهریور ۱۴۰۰

سرشناسه	:	عالیخانی، علی، ۱۳۳۶-
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت هتلداری (با نگرش استراتژیک)/علی عالیخانی.
مشخصات نشر	:	تهران: آریا دانش، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۴۱۱ ص: مصور (رنگی)، جدول، نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۷۶۶۲-۳۴-۴
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	صنعت مهمانداری — مدیریت
موضوع	:	Hospitality industry -- Management
موضوع	:	برنامه ریزی راهبردی
موضوع	:	Strategic planning
موضوع	:	گردشگری — مدیریت
موضوع	:	Tourism -- Management
رده بندی کنگره	:	۳/TX۹۱۱
رده بندی دیویی	:	۹۴۰.۶۸/۶۴۷
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۴۸۰۵۹۸
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیپا

هر گونه تکثیر کامل یا قسمتی از کتاب بدون اجازه پدید آورنده، یا ناشر خلاف قانون، شرع و اخلاق است. موارد تخلف را به دفتر مرکزی "انتشارات آریا دانش" گزارش فرمایید.

عنوان: مدیریت هتلداری (با نگرش استراتژیک)

مؤلف: دکتر علی عالیخانی

صفحه آرا: مهدی رادمهر

ناشر: آریا دانش

شمارگان: ۱۰۰ نسخه ⊕ نوبت: اول شهریور ۱۴۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۶۶۲-۳۴-۴

قیمت: ۱۰۰۰۰۰ تومان

مرکز بخش: تهران، میدان انقلاب، خیابان آزادی، خیابان بهزاد، پلاک ۳۲ واحد ۱۴ تلفن ۸۸۵۶۲۲۷۳

www.arivadanesh.ir

حق چاپ جهت ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

۱.....	فصل اول: مبانی و کلیات.....
۲.....	۱-۱. مقدمه.....
۳.....	۲-۱. تاریخچه گردشگری.....
۴.....	۳-۱. تاریخچه هتل و هتلداری.....
۷.....	۵-۱. تعریف هتل و هتلداری.....
۱۲.....	۷-۱. معیارهای دسته‌بندی هتل‌ها.....
۱۳.....	۸-۱. انواع هتل‌ها.....
۱۹.....	۹-۱. هتل‌های خاص.....
۲۸.....	۱۱-۱. تعریف توریسم (جهانگردی).....
۲۹.....	۱۲-۱. انواع توریسم.....
۳۰.....	تعریف توریسم.....
۳۰.....	انواع گردشگری.....
۳۷.....	۱۳-۱. روند توسعه هتل.....
۴۱.....	۱۴-۱. هنر و علم دایر کردن.....
۴۳.....	فصل دوم: مدیریت استراتژیک در صنعت گردشگری و هتلداری.....
۴۴.....	۱-۲. مقدمه ای بر استراتژی و مدیریت استراتژیک.....
۵۰.....	۲-۲-۳-۱. تجزیه ناپذیری.....
۵۱.....	۲-۲-۳-۲. همزمانی.....
۵۱.....	۲-۲-۳-۳. فسادپذیری (از بین رفتن).....
۵۱.....	۲-۲-۳-۴. لمس پذیری.....
۵۱.....	۲-۲-۳-۵. عدم تجانس (غیریکنواختی).....
۵۲.....	۲-۲-۳-۶. ساختار هزینه.....
۵۲.....	۲-۲-۳-۷. کاربر بودن.....
۵۳.....	۳-۲. بافت و فضای حاکم بر صنعت گردشگری و هتلداری.....
۵۴.....	۲-۳-۱-۱. تناسب استراتژیک و قصد استراتژیک.....
۵۴.....	۲-۳-۱-۲. ویژگی‌های محیط.....
۵۵.....	۲-۳-۱-۳. ابعاد محیط.....
۵۵.....	۲-۳-۱-۴. انواع محیط.....
۵۵.....	۲-۳-۲-۱. محیط سیاسی-قانونی.....

۵۶	 محیط اقتصادی ۲-۳-۲-۲
۵۶	 محیط اجتماعی - فرهنگی ۲-۳-۲-۳
۵۷	 محیط فناوریانه ۲-۳-۲-۴
۵۷	 محیط بوم شناختی ۲-۳-۲-۵
۵۷	 محیط کار و تأثیر ساختار صنعت ۲-۳-۲-۶
۵۸	 رقابای احتمالی ۲-۳-۳-۱
۵۸	 رقابت در بین متصدیان صنعت ۲-۳-۳-۲
۵۸	 تأثیر خریداران ۲-۳-۳-۳
۵۸	 تأثیر تأمین کنندگان و عرضه کنندگان ۲-۳-۳-۴
۵۹	 کالاهای جایگزین ۲-۳-۳-۵
۶۰	 بافت و فضای سازمانی ۴-۲
۶۶	 استراتژی‌های عمومی ۲-۵-۳-۱
۶۶	 گیر افتادن بین دو استراتژی: ۲-۵-۳-۱
۷۶	 فرایند استراتژی: اجرای استراتژی و تغییر ۹-۲
۸۱	فصل سوم : سازماندهی
۸۲	 ۱-۳ مقدمه
۸۳	 ۲-۳ سازمان کلاسیک
۸۶	 ۳-۳ سازمان‌های عصر مدرن
۸۷	 ۴-۳ طراحی سازمانی
۸۷	 ۱-۴-۲ تخصص
۸۸	 ۱-۴-۲-۲ بخش‌بندی کردن
۸۸	 ۱-۴-۲-۳ قدرت
۸۹	 ۱-۴-۲-۴ محدوده و گستردگی کنترل
۸۹	 ۱-۴-۲-۵ هماهنگی فعالیت‌ها
۹۰	 ۱-۴-۲-۱ زنجیره دستور
۹۱	 ۲-۴-۲-۲ یگانگی دستور
۹۱	 ۳-۴-۲-۳ واگذاری
۹۲	 ۵-۳ طراحی سازمانی کاربردی هتل
۹۷	 ۳-۶ نقاط قوت و ضعف سازمان کاربردی
۹۸	 ۳-۷ جلسات چطور به هماهنگی فعالیت‌های یک هتل کمک می‌کنند
۱۰۱	 ۳-۸ مراجع:
۱۰۳	فصل چهارم : مدیریت منابع انسانی

بنام خدا

« خداوند!... نگذار فراموش کنم که بس

ضعیف و نادان و ناتوانم لیک آنقدر

سرمرست از عشق تو هستم که از تلاش

در شناخت خود دست برنخواهم داشت » علی عالیخانی

پیشگفتار مولف

صنعت گردشگری و هتلداری با ماهیت اقتصادی خود میتوانند از جمله راهبردهایی باشند که کشور از پتانسیل آنها در حوزه های اقتصادی استفاده بهینه نماید . گردشگری و به تبعه آن هتلداری و ظرفیت های نهفته در آنها میتوانند در پیاده سازی اقتصاد بویا و حتی تفکر اقتصاد مقاومتی مورد استفاده قرار گیرد . میتوان از این صنایع به عنوان ثروت پنهانی یاد کرد که کشور هنوز نتوانسته بخش های مختلف آنها را از قوه به فعل برساند ، زیرا پتانسیل بسیار بالایی در آنها برای توسعه اقتصادی کشور و تکثر منابع درآمدی و کاهش وابستگی کشور به منابع نفتی و ایجاد اشتغال وجود دارد . بهر حال توسعه این صنایع موجبات رشد در سایر بخش های اقتصادی کشور را فراهم ساخته و سرمایه گذاری روی این بخش از ظرفیت نهفته اقتصاد کشور ، مولدی برای پیشرفت و رشد درآمد خواهد بود .

صنعت هتلداری در ۳۸ سال گذشته در ایران نه تنها رشد چشمگیری نداشته بلکه ضریب اشتغال هتل های ایران در برخی موارد به ۵۰ تا ۶۰٪ می رسد . در نتیجه بررسی عواملی که این کاهش را در پی داشته و راهکارهای افزایش ظرفیت این هتل ها چالشی است که پیش روی مدیران قرار دارد . در همین راستا مدیریت هتلداری از تکنیکهایی میباشد که شاید تا کنون به آن توجه ویژه ای صورت نگرفته و کتاب حاضر تلاش دارد با واکاوی و نگرش استراتژیک در حوزه مدیریت هتل و هتلداری فرآیند جدیدی در این زمینه بوجود آورد . به گونه ای که مدیران هتلها بتوانند با کسب اطلاع از نقاط ضعف و قوت بخش های مختلف عملیاتی و خدماتی باعث ایجاد توازن بین نیاز مشتریان و خدمات ارائه شده شوند و به مرور با هموار سازی و حذف نقاط ضعف ها ، خدماتی با کیفیت و رضایت بخش و با رقابت پذیری بالا به مشتریان خود ارائه دهند .

تدریس این کتاب برای رشته های تخصصی در زمینه مدیریت هتلداری توصیه میشود و ممکن هست مورد استفاده هتلداران و مدیران اجرایی آنان واقع شود . کما اینکه بخش های از این کتاب طی چندین دوره توسط اینجانب در موسسات آموزشی تدریس شده است .

در پایان از کلیه دوستان و همکاران گرامی دانشجویانی که با تلاش بی وقفه خود ، جمع بندی و ویرایش مطالب را بعهده داشته و این حقیر را در این مهم یاری نموده اند کمال تشکر را دارم و کتاب حاضر را به این عزیزان تقدیم می نمایم و همچنین لازم میدانم از زحمات آقای دکتر علی امین مدیر عامل محترم شرکت مهندسی شایان تکین و سرکار خانم بلالی مدیر حوزه مدیریت شرکت که مراحل و فرآیند چاپ کتاب را فراهم نمودند تقدیر و قدردانی نمایم . امید است کتاب تقدیمی مورد قبول دانش پژوهان واقع گردیده و انتقادات مفید آنان موجب هدایت اینجانب در تالیفات بعدی گردد .

علی عالیخانی

شهریور ماه - ۱۴۰۰