

مدرسه

www.ketab.ir

مرضیه صالحی



سرشناسه	مرضیه صالحی ۱۳۵۲
عنوان و نام پدیدآور	مدیر هتل، مرضیه صالحی.
مشخصات ناشر	تهران: بال نو، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۲۴۴ ص، جدول
شابک	۹-۸-۹۹۲۲۹-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	فیبای مختصر
یادداشت	فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است.
مدرس	مدیر هتل
شناسه افزوده	نصرالله صالحی، ۱۳۴۲ - امور فنی
شماره کتابخانه ملی	۵۸۹۲۶۰۴

مدیر هتل

تألیف	مرضیه صالحی
ویراستار	نصرالله صالحی
ناشر	انتشارات بال نو
نوبت چاپ	اول، ۱۳۹۸
چاپ	میران
شمارگان	۵۰۰ نسخه
حروفچینی و صفحه‌آرایی	حروفچینی مهدی ۰۹۳۶۹۱۲۲۲۰۳-۶۶۰۸۶۵۷۰
شابک	۹-۸-۹۹۲۲۹-۶۲۲-۹۷۸
قیمت	۵۵۰۰۰ تومان
مرکز پخش	۰۹۳۵۲۵۰۲۸۱۶ - ۰۹۱۲۲۱۱۹۷۹۲ - ۰۸۱۲۲۴۵۳۹-۲۱

تهران: امیرآباد شمالی، بعد از جلال‌آل‌احمد، خیابان هفتم، مجتمع گلستان، شماره ۵۹، واحد ۹۰۳

همه حقوق برای انتشارات بال نو محفوظ بوده و هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل، بدون اجازه کتبی ممنوع و پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۳
مقدمه.....	۱۷
فصل اول. سازماندهی و تجزیه و تحلیل تشکیلات هتل.....	۱۹
سازماندهی و تجزیه و تحلیل تشکیلات هتل.....	۲۲
– سازمان هتل‌ها.....	۲۲
طبقه‌بندی هتل‌ها براساس تعداد اتاق.....	۳۵
انواع اتاق.....	۳۵
طبقه‌بندی هتل‌ها براساس بازار هدف.....	۳۹
درجه‌بندی هتل‌ها.....	۴۰
انواع سرویس در هتل‌ها.....	۴۷
اصطلاحات مربوطه به هتل و اتاق‌ها.....	۴۸
اصطلاحات مربوط به سن مسافر.....	۵۰
نمودار سازمانی هتل و اهمیت آن.....	۵۰
فصل دوم. برقراری ارتباط مؤثر با میهمانان و مشتریان هتل.....	۵۵
۱- تعریف ارتباط و انواع آن.....	۵۶
تعریف ارتباط.....	۵۶

۵۶	انواع ارتباط
۵۷	۲- اهمیت برقراری ارتباط مؤثر در هتل داری
۵۸	۳- ارتباط غیر کلامی، کلامی، نوشتاری، الکترونیکی
۵۸	۳-۱- ارتباط غیر کلامی (زبان بدن)
۶۲	۳-۲- ارتباط کلامی
۶۴	۳-۳- ارتباط نوشتاری
۶۵	۳-۴- ارتباط الکترونیکی
۶۵	۴- اهمیت گردش در هتل به سؤالات و صحبت های دیگران
۶۵	۵- ارتباط انسانی، در گروهی
۶۷	۶- اهمیت رسیدگی به شکایات - گلایه میهمانان
۶۸	۷- علاقه، انگیزه و اشتیاق به کار زندگی
۶۸	۸- آداب معاشرت اجتماعی و الهوها: رفتاری
۷۱	فصل سوم. مدیریت و رهبری در هتل
۷۲	۳-۱- مبانی مدیریت و رهبری
۷۲	تعریف مدیریت
۷۲	مفاهیم کلیدی مدیریت
۷۳	تعریف رهبری
۷۶	۳-۲- رفتار سازمانی
۷۸	۳-۳- سبک های مؤثر در رهبری هتل
۸۱	۳-۴- امور اداری کارکنان
۸۱	- مدیریت هتل
۸۲	مدیر شب
۸۲	- معاون مدیر

۸۲	 سایر نیروهای انسانی در هتل
۸۲	 لابی «سرسرای هتل»
۸۳	 فرانت آفیس
۸۳	 پذیرش
۸۳	 اطلاعات
۸۳	 صندوق
۸۴	 کانسیرج
۸۴	 خدمتکاران
۸۴	 بخش غذا و نوشیدنی
۸۶	 ۳-۵- گزارشات مالی و اداری
۸۸	 نایت ادیتور
۸۸	 حسابداری
۹۳	 فصل چهارم. کنترل و نظارت بر بخش های هتل
۹۴	 ۴-۱- نظارت در هتل
۹۶	 ۴-۲- شیوه های کنترل و نظارت در هتل
۹۸	 کنترل و نظارت بر بخش فروش و بازاریابی هتل
۹۹	 کنترل و نظارت بر بخش اتاق داری و خانه داری هتل
۹۹	 کنترل و نظارت بر بخش امور مالی هتل
۱۰۰	 کنترل و نظارت بر بخش غذا و نوشابه در هتل
۱۰۱	 کنترل و نظارت بر بخش اداری هتل
۱۰۲	 کنترل و نظارت بر بخش پذیرش میهمان
۱۰۲	 کنترل و نظارت بر بخش نگهداری هتل
۱۰۵	 فصل پنجم. کنترل هزینه ها در هتل (Cost Control)

- گزارشات و فرم‌های مختلف واحد کنترل هزینه..... ۱۰۶
- کاست کنترل (کنترل هزینه)..... ۱۰۶
- وظایف دپارتمان کاست کنترل..... ۱۰۷
- استراتژی قیمت‌گذاری خدمات برای رسیدن به حداکثر سود..... ۱۰۹
- هزینه‌های جاری..... ۱۱۱
- هزینه‌های خدمات هتل..... ۱۱۲
- غذا - نوشابه..... ۱۱۲
- همایش‌ها و دیگر موارد خدماتی..... ۱۱۵
- هزینه‌های بخش‌های مختلف هتل (لوازم اداری - وسایل و...)..... ۱۱۶
- هزینه تعمیرات و بوسه‌های بخش‌ها..... ۱۱۷
- فصل ششم. بازاریابی، فروش - خدمات و اتاق‌های هتل..... ۱۱۹
- بازاریابی..... ۱۲۰
- انواع بازاریابی..... ۱۲۲
- اهمیت..... ۱۲۲
- قابلیت اندازه‌گیری..... ۱۲۳
- قابلیت دسترسی..... ۱۲۳
- قابلیت اجرا..... ۱۲۴
- انواع بازار در اقتصاد..... ۱۲۴
- بازار رقابت کامل..... ۱۲۴
- بازار انحصار خالص..... ۱۲۵
- رقابت انحصاری..... ۱۲۵
- انحصار چندجانبه..... ۱۲۵
- نیازها و خواسته‌های میهمانان..... ۱۲۶

۱۲۷	- انواع بازاریابی و فروش
۱۳۱	- رقبا و رقابت در بازار
۱۳۶	- اهداف بازاریابی و فروش
۱۳۷	- مثال‌هایی از اهداف بازاریابی
۱۳۹	- فصل هفتم. طراحی و اجرای دکوراسیون و تزئینات داخل هتل
۱۴۰	۷-۱- دکوراسیون داخلی (مبلمان، وسایل و تزئینات)
۱۴۱	۷-۲- هماهنگی عناصر دکوراسیون
۱۴۴	۷-۳- رنگ‌ها
۱۴۵	- توصیف رنگ
۱۴۵	- اصول هماهنگی رنگ
۱۴۵	- حفظ سادگی
۱۴۵	- ترکیب‌بندی خنثی ولی یکنواخت
۱۴۶	- رنگ‌بندی سرد و یکنواخت
۱۴۶	- رنگ‌بندی متشابه یا همگن
۱۴۶	- رنگ‌بندی مکمل
۱۴۷	- رنگ و بافت
۱۴۷	- رنگ و نور
۱۴۷	- رنگ در معماری هتل
۱۴۸	۷-۴- نور
۱۴۹	- هال ورودی تنظیم چشم انداز هتل
۱۴۹	- پذیرش
۱۴۹	- راهروها: نور راهنمای گذر
۱۵۰	- رستوران و کافه تریا

۱۵۱		اتاق‌ها
۱۵۲		حمام: آب تنی در نور
۱۵۲		سالن‌های جشن و اتاق‌های چند منظوره: نورهای رویایی
۱۵۳		اتاق‌های ملاقات: ایستگاه‌هایی تجاری
۱۵۳		امکانات رفاهی و ورزشی
۱۵۴		نمای بیرونی: تبلیغ شهری
۱۵۴		پارکینگ
۱۵۷		فصل هشتم. تجزیه و تحلیل بخش‌های مختلف صنعت گردشگری
۱۵۸		انواع گردشگری
۱۵۸		تعریف گردشگر
۱۵۹		دسته‌بندی انواع گردشگری
۱۶۱		انواع گردشگری از دیدگاه کلی
۱۶۳		انگیزه‌های سفر
۱۶۴		عوامل انگیزش سفر
۱۶۵		مزایای صنعت گردشگری
۱۶۵		نقش جهانگردی در سیستم اقتصادی ملی
۱۶۶		نقش جهانگردی در سیستم اقتصاد جهانی
۱۶۶		اثرات جهانگردی در اشتغال‌زایی
۱۶۸		بخش‌های مختلف صنعت گردشگری
۱۷۱		سازمان‌های ملی و بین‌المللی گردشگری
۱۷۴		اثرات منفی جهانگردی بر محیط فیزیکی
۱۷۵		اثرات مثبت جهانگردی بر محیط فیزیکی
۱۷۷		فصل نهم. مکاتبات و ارتباطات درون و برون سازمانی

مکاتبات و ارتباطات درون و برون سازمانی.....	۱۷۸
تعریف نامه اداری.....	۱۷۸
انواع نامه اداری.....	۱۷۸
- اهمیت مکاتبات و بسته‌های وارده و ارسالی در هتل.....	۱۷۹
- رسانه‌های ارتباط جمعی مختلف.....	۱۸۱
- انجمن‌ها.....	۱۸۲
- ادارات.....	۱۸۳
- شرکت و خدمات سفرتی.....	۱۸۴
- سایت‌های هتلداری و گردشگری.....	۱۸۵
- اطلاعات و تغییرات بار گردشگری.....	۱۸۸
جلسات رسمی اداری.....	۱۹۱
فصل دهم. اجرای قوانین و مقررات هتل‌ها.....	۱۹۳
۱-۱۰. قوانین هتلداری.....	۱۹۴
۲-۱۰. قوانین قیمت‌گذاری اتاق‌ها و خدمات هتل.....	۱۹۶
- استراتژی فروش هتل‌ها.....	۱۹۷
- شیوه‌های قیمت‌گذاری.....	۱۹۸
۳-۱۰. قوانین اقامتی (ظرفیت اتاق، محدودیت سنی برای اقامت افراد).....	۲۰۲
نکات مهم در مورد انتخاب اتاق در هتل.....	۲۰۳
۴-۱۰. قوانین مهاجرتی (اعتبار ویزا و پاسپورت).....	۲۰۵
تعریف پاسپورت.....	۲۰۵
- اعتبار گذرنامه.....	۲۰۶
- انواع ویزا از نظر ماهیتی.....	۲۰۷
۶-۱۰. مقررات در خصوص رعایت اخلاق و پوشش مناسب.....	۲۰۹

پیشگفتار:

رزق ما با پای میهمان می رسد از خوان غیب

میزبان ماست هر کس می شود میهمان ما

«صائب تبریزی»

در جامعه امروزی صنعت گردشگری به دلیل گستردگی خاصی که به وجود آورده است، باعث حضور پر تعداد افراد داخل در این صنعت شده و روزبه روز بر ارزش آن افزوده می شود، به گونه ای که صنعت گردشگری یکی از بزرگترین و پر مخاطبترین صنعت در دنیا معرفی شده است.

افراد شاغل در این صنعت افرادی هستند که با آداب و رسوم، زبان، فرهنگ و رفتارهای گوناگون که همه آنها با یک زبان مشترک یعنی زبان گردشگری می باشد با یکدیگر در ارتباط هستند.

اما امروزه، پذیرایی از میهمان (که گاهی آن را تهیه اقامتگاه یا صنعت هتل داری) می نامند و صنعت تأمین غذا و نوشابه (که گاهی آن را صنعت پذیرایی) می نامند، شامل مجموعه ای از تشکیلات و تسهیلات می شود که یکی از بخش های بسیار پویای صنعت جهانگردی و مسافرت جهانی را تشکیل می دهد. مسافر به هر کجا برود نیاز به محلی برای خواب و استراحت و غذا دارد. پذیرایی

شامل مجموعه‌ای از تشکیلات خوابگاهی می‌شود که امکان دارد به‌صورت استراحتگاه‌های بسیار مجلل یا حتی تنها محدود به یک تخت‌خواب معمولی و صبحانه کامل شود. میزان تسهیلات و تشکیلات میهمان‌پذیرها بازتابی از نیازها و سلیقه‌های مختلف مسافران و پویایی‌های این بازار است. در سراسر دنیا، رشد صنعت جهانگردی در سطح داخلی و خارجی، تعداد اتاق خواب با سرعتی زیاد افزایش یافته است. همچنین با رونق گرفتن صنعت جهانگردی، صنعت غذا و تأمین نوشابه نیز گسترش یافته است.

فرهنگ میهمان‌نوازی در بین ایرانیان زیبایی‌های فراوان و خاص خود را دارد و فرهنگ میهمان‌نوازی ایرانی آداب و رسوم بسیاری را برای میهمان‌نوازی و میهمانداری در خود جای داده است. این رسوم زیبا و غنی هنگام حضور میهمان در بین اقوام مختلف جلوه‌گر می‌شود. حتی مفهوم میهمان‌نوازی در ایران از سایر نقاط جهان متفاوت است.

در ایران باستان میهمان دوستی جزء ریشه‌های اخلاقی این سامان بوده و حکایت فراوان تاریخی و ادبی در منابع متعدد در این باره وجود دارد. از دیگر سو میهمان‌نوازی مورد توجه همه ادیان الهی به‌ویژه اسلام بوده است. ایرانیان عموماً در خانه‌های خود قسمتی را برای پذیرایی از افراد در نظر می‌گیرند که به آن میهمان‌خانه می‌گویند.

در سال ۱۳۰۶ خورشیدی توسط یک مهاجر روسی به نام خاجیک مادیلیانس، کافه‌ای به نام کافه نادری در خیابان نادری تهران دایر شد. این شخص برای اولین بار در تهران به کار شیرینی‌پزی پرداخت و بعد در جوار کافه، هتلی به همان نام تأسیس شد.

برای نخستین بار در تهران در رستوران این هتل بود که غذاهای فرنگی

نظیر بیفتک و بیف استروگانف و... به ایرانیان معرفی شد. همچنین کافه گلاسه، بستنی فرنگی، انواع قهوه‌های ترک و فرانسه و انواع نان‌های قالبی برای اولین بار به وسیله مؤسس این هتل در اختیار علاقه‌مندان گذاشته شد.

از قدیمی‌ترین واحدهای اقامتی و پذیرایی که امروز فقط نامی از آن باقی مانده است، میهمانخانه گراند هتل می‌باشد. گراند هتل از مجلل‌ترین و معروف‌ترین هتل‌های نیم‌قرن پیش تهران بود. این هتل در خیابان لاله‌زار کمی بالاتر از که به باربد (ملی) قرار داشت و در سال‌های پیش هر وقت میهمان سرشناسی از خارج به تهران می‌رسید، تنها محلی که برای اقامت او در نظر گرفته می‌شد، گراند هتل بود.

کشور ایران در مسیر فرهنگ میهمان‌پذیری، لزوم توجه به این صنعت را احساس می‌کند. احساسی که باعث می‌شود تا فعالان این حوزه دست به کار شوند و با در نظر گرفتن لزوم آموزش سبک و ارتقاء کسب و کار خود داشته باشند.

امیدوارم این مجموعه بتواند برای هنرجویان رشته و علاقه‌مندان این صنعت، مفید واقع شود.

دانشیه صالحی

مدرس گردشگری

زمستان ۱۳۹۸، خورشیدی