

موفقیت کسب و کارهای گردشگری

(رویکرد منظر معکوس)

نویسنده

هومان قاسمی

دانشجوی دکتری گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی

محمد علیزاده

دانشجوی دکتری گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی

سرشناسه	تامپی، هومان، ۱۳۵۶ -
عنوان و نام پدیدآور	موفقیت کسب و کارهای گردشگری: رویکرد تفکر معکوس/ هومان تامپی، محمد علیزاده.
مشخصات نشر	تهران: تحفه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۶۰ ص.: جدول، ۲۱/۵×۱۴/۵ سم.
شابک	978-600-8243-31-1
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۱۴۹ - ۱۵۰.
موضوع	گردشگری -- مدیریت
موضوع	Tourism -- Management
موضوع	کارآمدی سازمانی
موضوع	Organizational effectiveness
موضوع	موفقیت در کسب و کار
موضوع	Success in business
شناسه افزوده	علیزاده، محمد، ۱۳۶۴ -
شناسه افزوده	Alizadeh, Mohammad
رده بندی کنگره	۳۳۰/۳۹۱
رده بندی دیویی	۳۳۰/۳۹۱
شماره کتابشناسی	۸۸۲۸۲۷

نام کتاب: موفقیت کسب و کارهای گردشگری رویکرد تفکر معکوس
نویسندگان: هومان تامپی، محمد علیزاده
ناشر: نشر تحفه
تنظیم و صفحه آرایی: م. آقاباری
ناظر چاپ: سپیده کفاشی
عکس روی جلد: دنیا تامپی
نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۸
شمارگان: ۱۰۰ نسخه
چاپ و صحافی: ارشد
قیمت: ۳۹,۰۰۰ ریال

فروشگاه: تهران - خیابان انقلاب - ضلع شرقی دانشگاه تهران - خیابان قدس - پلاک ۳ - واحد ۴ و ۵
تلفن: ۶۶۴۰۶۴۱۵، ۶۶۴۶۵۸۰۶ فکس: ۶۶۴۹۷۸۵۴
خرید اینترنتی از سایت www.mspe.ir مقدور می باشد.

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست مطالب

فصل اول - عوامل کلیدی جهت کسب تعالی سازمانی ۱

۲	مقدمه فصل
۷	نتایج، عملکرد و ساختار
۱۰	نتایج
۱۲	عملکرد
۱۳	ساختار
۱۴	خلاصه فصل
۱۵	منابع و مآخذ

فصل دوم - نتایج، عملکرد و ارزش ۱۷

۱۸	پیش ارزیابی
۱۸	مقدمه فصل
۱۹	یک رویکرد سیستمی برای حل مسائل سازمان
۲۲	تفکر معکوس
۲۳	برنامه‌ریزی نتایج
۲۳	بیانیه مأموریت
۲۷	آرمان و اهداف
۲۹	رویکرد کارت ارزیابی متوازن
۳۱	اسمارت باشید
۳۶	ارزیابی نتایج
۳۷	منابع و مآخذ

فصل سوم - تشریح عملکرد: استراتژی برای موفقیت ۳۹

۴۰	پیش ارزیابی
۴۱	مقدمه فصل
۴۱	تعریف برخی از اصطلاحات
۴۴	توسعه استراتژی‌ها
۴۶	انتخاب استراتژی مناسب
۵۱	دستورالعمل مشخصات عملکرد
۵۳	انتخاب استراتژی

۵۴	پرسشنامه ارزیابی استراتژی
۵۵	منابع و مآخذ

فصل چهارم - ارزیابی استراتژی ها ۵۷

۵۸	پیش ارزیابی
۵۸	مقدمه فصل
۶۰	تجزیه و تحلیل توسط کارکنان
۶۷	پیشنهادات و مسائل مربوط به بالدریج
۶۸	منابع و مآخذ

فصل پنجم - مدیریت پورتفولیو عملیات سازمان ۶۹

۷۰	پیش ارزیابی
۷۰	مقدمه فصل
۷۲	مدیریت پورتفولیو چیست
۷۴	توسعه پورتفولیو - ال. های رمان
۷۶	مدیریت پورتفولیوی شرکت ها
۷۷	تجزیه و تحلیل چهارگانه
۷۸	چارک ۱: به دنبال پول
۸۰	چارک ۲: نقطه مطلوب
۸۱	چارک ۳: خواب رونده ها
۸۴	چارک ۴: تخصیص منابع
۸۳	خلاصه فصل
۸۴	پیشنهادات و مسائل مربوط به بالدریج
۸۵	منابع و مآخذ

فصل ششم - ایجاد ساختار مناسب برای عملکرد انسانی و سازمانی ۸۷

۸۸	پیش ارزیابی
۸۹	مقدمه فصل
۹۳	عملکرد سازمانی
۹۵	عملکرد واحد عملیاتی
۹۵	عملکرد فردی
۹۸	مدیریت شرایط
۱۰۳	مدیریت اثرات و نتایج

۱۰۷	پرداخت در مقابل عملکرد
۱۱۳	خلاصه فصل
۱۱۵	پیشنهادهای و مسائل مربوط به بالدریج
۱۱۶	منابع و مآخذ

فصل هفتم - اطمینان از بازخور مناسب و مؤثر ۱۱۹

۱۲۰	پیش ارزیابی
۱۲۱	مقدمه فصل
۱۲۲	اصول بازخور مؤثر
۱۲۴	ارزیابی نهایی
۱۲۶	ارزیابی نهایی در سطح سازمانی
۱۳۳	ارزیابی نهایی در سطح واحد عملیاتی
۱۳۳	ارزیابی نهایی در سطح فردی
۱۳۶	ارزیابی تکوینی
۱۴۰	ارزیابی تکوینی در سطح واحد عملیاتی
۱۴۲	ارزیابی تکوینی در سطح فردی
۱۴۴	خلاصه فصل
۱۴۶	پیشنهادهای و مسائل مربوط به بالدریج
۱۴۷	منابع و مآخذ

پیشگفتار

برخی از متفکران و فیلسوفان معتقدند که بین فکر و تفکر، اختلاف عظیمی وجود دارد. آنها فکر را به عنوان امری قلمداد می‌کنند که ناظر به اعمال روزمره زندگی است به عنوان مثال گردشگر به این فکر می‌کند که برای رسیدن به یک منطقه گردشگری باید از کدام مسیر برود. اما تفکر، فرایندی، نظام‌مند بوده که در راستای حل مسأله‌ایی به جریان می‌افتد، لذا تفکر امری فراتر از فکر می‌باشد. در این راستا، هدف از ارائه این کتاب، بیان چندین موضوع اصلی و مشترک در صنعت گردشگری است. هدف از همه کسب و کارها در هر سطحی دستیابی به دارایی و اثربخشی است که در واقع این سوال را در ذهن متصور می‌کند که چگونه می‌توان به این هدف دست یافت؟ انواع سازمان‌های دولتی و خصوصی برای توسعه، به‌رگز گردشگر، در تمام کشورهای دنیا در تلاش هستند. نکته مهم و کلیدی این است که این سازمان‌ها چه راهکار و رویکردی را مدنظر قرار دهند تا بتوانند به کارایی و اثربخشی دست یابند. یکی از گونه‌های تفکر که امروزه بسیار مورد توجه هم قرار گرفته است فکر عکوس است. در این شیوه‌ی تفکر، کارآفرین یا سرمایه‌گذار حوزه گردشگری به جای اینکه، ابتدا کسب‌وکار خود را بدون هیچ نگاهی به آینده و مأموریت خود، را اندازه‌ی کند، ابتدا به این مسأله می‌اندیشد که من به چه کسانی می‌خواهم خدمات ارائه دهم، آنها چه نیازهای دارند و می‌توان چگونه به آن نیازها، پاسخ داد. برطرف کرد. پس به اصطلاح عامیانه از آخر به اول نگاه می‌کند. متأسفانه به‌دلیل رویکردی را در کسب‌وکارهای گردشگری می‌توان یافت. نگارندگان معتقدند که این کتاب به طور بسیار موثری این شیوه تفکر را نزد صاحبان حرف و سب کارها، گردشگری تقویت خواهد کرد.

در مجله انجمن رهبری در سال ۲۰۰۶ چنین بیان شده است «... بیشتر کسب‌وکارها، در دام ایده‌های نوآوری جدید، فقط به علت جدید بودن آنها می‌افتند. ایده‌ها بایستی به حیات خود ادامه دهند، زیرا باعث ایجاد فهم جدید، در خصوص مدیریت بهتر می‌شوند، از طرفی برای دستیابی به ایده‌ها، بایستی از تمامی امکانات موجود استفاده نمود که معمولاً از ابزار و روش نادرست علمی

استفاده می‌شود». با توجه به مرور ادبیات مدیریت سازمانی و به ویژه مدیریت گردشگری، فقدان تحقیق و بحث جدی در این زمینه مشاهده می‌شود. در بخشهای این کتاب سعی شده است از روش تفکر معکوس از کتاب «نتایج، عملکرد و ساختار: سه عامل تعالی سازمانی»^۱ نوشته دکتر مایکل گالری^۲ و استیفن کری^۳ چاپ سال ۲۰۱۴ استفاده شود و از این رویکرد به بررسی دلایل وجودی کسب و کارهای گردشگری پرداخته شود و دید صحیحی برای حل مسائل ایجاد نماید. امید است مطالب این کتاب و تمریناتی که در آن در نظر گرفته شده به شرکتهای گردشگری در دستیابی به اهدافشان کمک نماید. پیشنهاد می‌شود، تمریناتی که در کتاب ارائه شده است را در مورد کسب و کار خود انجام دهید. کتاب با انجام این کار، شاهد اتفاقات خوبی در کسب و کار خود خواهید بود. خوانندگان محترم می‌توانند برای ارسال هرگونه پیشنهاد، نظر، انتقاد از طریق ایمیل خود با نویسندگان در ارتباط باشند:

Tourism.OPS.Approach@gmail.com

هومان تامپی و محمد علیزاده

-
1. Outcomes, performance, structure (OPS) : three keys to organizational excellence
 2. Michael E. Gallery, Ph.D., CAE, FASAE
 3. Stephen C. Carey, Ph.D., CAE, FASAE