



محمد نظامپور

مشاور عالی تجهیز، راهاندازی
و مدیریت هتل‌های لوکس

مدیریت هتلداری

مدیریت هتلداری چیست ؟

ابتدا اجازه دهید تفاوت دو کلمه مدیریت هتلداری (Hotel management) و مدیر هتل (Hotel Manager) را مشخص کنیم بر اساس تعریف دایره المعارف ویکیپدیا مدیریت هتلداری عبارت است از مطالعه در مورد صنعت میهمان نوازی . این مطالعه ممکن است در دانشگاه صورت بگیرد که منجر به گرفتن مدرک دانشگاهی شده و یا در مدارس تخصصی آموزشی انجام شود . لذا به دوره آموزشی که یک مدیر هتل میباید بگذراند تا تبدیل به مدیر هتل شود مدیریت هتلداری گفته میشود . این دوره میتواند شامل دروس مالی ، غذایی نوشابه ، گردشگری و همچنین کار عملی باشد . اما مدیریت هتل دارای تعریف متفاوتی است . مدیر هتل وظیفه انجام روزانه مدیریتی هتل از طریق دیگران را دارد . شاید یکی از زیبا ترین تعریفاتی که در مورد مدیریت وجود دارد این باشد که مدیریت به معنای انجام کارهای سازمان از طریق دیگران و با دیگران در راستای هدف سازمانی است همچنین در تعریفی دیگر مدیریت به عنوان تصمیم گیری تعریف شده است .



مدیر هتل علاوه بر مدیریت کارکنان دارای مسئولیت های مالی همچون بودجه بندی ، برنامه ریزی و سازماندهی تمامی خدمات هتل میباشد . که شامل تمامی فعالیت ها در اماکن عمومی هتل (front-of-house) همچون پذیرش ، میز اطلاعات (concierge) ، رزرواسیون و فعالیت های غذایی و نوشابه و همچنین قسمت خانه داری میباشد .

در هتل های بزرگ یک تیم مدیریتی تمامی فعالیت ها را در دست میگیرند و فعالیت هایی همچون هدف گذاری برای قسمت هایی همچون بازاریابی بوسیله تیم مدیریت هتل به انجام میرسد .

وظایف عمومی مدیر هتل:

به صورت معمول مدیر هتل دارای وظایفی است که جدا از بزرگی و کوچکی هتل در تمامی واحد های اقامتی مشترک میباشد

- برنامه ریزی و سازماندهی تمامی فعالیت های اقامتی ، غذا و نوشابه و سایر خدمات هتل
- ترویج بازاریابی و توسعه کسب و کار
- بودجه بندی ، برنامه ریزی مالی و در همان حال کنترل هزینه ها
- بررسی و حفظ سوابق مالی
- تنظیم و دست یابی به اهداف فروش و سود آوری
- تجزیه و تحلیل ارقام فروش و برقراری استراتژی ها درآمدی
- استخدام ، آموزش و پایش همکاران در هتل
- ارائه برنامه های کاری برای افراد و تیم های کاری
- برگزاری جلسات و خوش آمد گویی به میهمانان
- بررسی شکایات و رفع آن
- پرداختن به مشکلات و عیب یابی آن ها
- حصول اطمینان از بخوبی برگزار شدن مجالس و سمینار ها
- نظارت بر تعمیر و نگه داری و بازسازی
- بستن قرارداد با پیمانکاران بیرونی هتل



- اطمینان از اجرا شدن راهکار های امنیتی در هتل
- انجام بازرسی های دوره ای جهت حصول اطمینان از عملکرد مناسب واحد های کاری هتل
- حصول اطمینان از رعایت موارد ایمنی و بهداشتی مطابق با قوانین سازمان بهداشت و سازمان های مرتبط

آنچه مسلم است بسیاری از این وظایف در هتل های بزرگ توسط سایر مدیران به انجام میرسد و معمولاً در هتل های بزرگ مدیریت هتل کمتر با میهمانان در ارتباط است اما بجای آن با مدیران خود ارتباط بیشتری دارد در چنین هتل هایی نقش نظارتی مدیر هتل پر رنگ تر میشود و بیشتر با آمار و ارقام کار خواهد نمود . وظایف یک مدیر هتل به صورت روزانه به انجام میرسد و وی همواره میباید بکوشد که تمامی بخش های مختلف را در رسیدن به اهداف مشخص شده یاری دهد . یک مدیر هتل دست نیافتی نمیتواند مدیر خوبی باشد حال چه در هتلی ۲ ستاره مشغول بکار باشد و یا در هتلی ۵ ستاره!



۱۵ روش برای جذب مهمان و ایجاد انگیزه برای اقامت

میتوانید پروژه های بزرگ را بر عهده بگیرید و یا روی جزئیات کوچک تمرکز کنید تا هتلتان به مکانی جذابتر و شایسته تر تبدیل شود. در این راستا کارهای زیادی میتوان انجام داد. در این مقاله ۱۵ روش ساده و کمی مشکل را ارائه میدهم که منجر به جذب مسافر برای اقامت بیشتر در هتل میشود. قبل از هر چیز ضروری است عامل ایجاد انگیزه در افراد را درک کنید، این روش در افزایش تقاضا برای اقامت در هتلتان ضروری است. پر کردن اتاق ها و فروش آنها به مسافران ، فرآیند بسیار پیچیده ای است. باید به تمام جزئیات دقت شود. اگر نیازهای مهمان ها را با بهترین قیمت نسبت

به رقبایان برآورده کنید، این موضوع دهان به دهان میچرخد و آمار فروش اتاقها سیر صعودی قابل توجهی خواهد داشت.

تمام کارکنان هتل وظیفه دارند با بهترین روش ممکن، امکانات اقامتی به یاد ماندنی را برای مهمان فراهم نمایند. هزینه ها باید توسط مالک هتل تامین شود. کارکنان مدیریت و بخش نگهداری هم مسئول ظاهر درونی و بیرونی هتل هستند. دکوراتورهای داخلی موظفند اتاق های مهمان ها را به خوبی تجهیز کنند طوری که محیطی آرام، دلچسب و جذاب را در ذهن تداعی کند. بسیار اهمیت دارد که بهترین افراد را برای مسئولیت های بررسی و رسیدگی به وضعیت مهمانها، تمیزی اتاق، و رسیدگی به چشم انداز هتل و حفاظت از آن، در نظر بگیرید. نظارت کامل به تمام امور هتل، وظیفه مدیر داخلی است.

۱-نوسازی ساختمان



هتلی که سالهای زیادی از آن غافل بوده اند و سن زیاد ساختمان در دید مسافر جلوه گر میشود، برای هیچ مسافری جذابیت ندارد. نوسازی کامل هتل بخش مهمی از سرمایه گذاری است. اگر بودجه کافی برای افزودن به طبقات هتل داشته باشید، به صورت چشمگیری میتوانید ظاهر هتل را تغییر دهید و امکاناتی را اضافه کنید که مسافران به دنبال آنها هستند.

۲-ارزیابی مدیریتی

میزان حقوق دریافتی مدیران بالاتر از سایرین است زیرا آنها نسبت به سایر کارکنان، مسئولیت های سنگین تری دارند. اگر مدیری دارید که مهارت ها و شور و شوق لازم را ندارد و نمیتواند نتایج مثبتی ارائه دهد، باید فرد توانایی را جایگزین وی کنید.

۳- ارزیابی سایر کارکنان هتل

نگرش حرفه ای و خصوصیات فردی دلپذیر و خوشرویی فرد، جزء مهمترین معیارهایی است که مدیر باید در زمان استخدام کارمندان در نظر بگیرد. کارمندان باید مهارت ها را در نظر بگیرند و بتوانند تمام جنبه های شغلشان را به خوبی بشناسند و انجام دهند. وقتی در حال انجام کار هستند، باید طبع دوستانه ای داشته باشند و همیشه اولویشان این باشد که اگر مهمان به کمک نیاز داشته باشد، اول نیاز مهمان را برآورده کنند و بعد به سایر کارها رسیدگی نمایند. تمام کارمندان، هم کارمندان جدید و هم آنهایی که سالهای زیادی با شما همکاری کرده اند، باید به صورت دوره ای ارزیابی شوند و به افرادی که در کارشان کوتاهی میکنند باید در ابتدا تذکر داده شود و در صورتی که کیفیت کارشان را ارتقا ندادند، باید فرد مناسبی را جایگزین این افراد کنید.

۴- دادن اختیار و قدرت تصمیم گیری به کارمندان



آیا چیزی بدتر از این هم هست که وقتی مهمان به کمک نیاز دارد در جواب بگویید "اول باید با مدیر داخلی هماهنگ کنم تا ایشان در مورد مشکل شما تصمیمی اتخاذ کنند"؟! هر مشکلی که در طول مدت اقامت مهمان در هتل پیش بیاید باید توسط بخش پذیرش و کارمندان هتل برطرف شود. بخشی از این فرایند نیازمند داشتن کارمندان حرفه ای و آموزش دیده است. با آموزش صحیح کارمندان و دادن اختیار و قدرت تصمیم گیری به آنها برای سهیم شدن در حل مسائل و مشکلات مهمانان، میتوانید رضایت مهمان را جلب کنید.

۵- اطمینان یابید کارمندان پذیرش در اسرع وقت پاسخگوی مسائل و مشکلات مهمانان هستند.

در کنار دادن اختیار و قدرت تصمیم گیری به کارمندان، باید بهترین سرویس را به مشتری ارائه دهید. وقتی مهمانی تماس میگیرد و از کمبود فشار آب دوش شکایت میکند، یک کارمند وظیفه شناس باید سریعاً یکی از کارمندان تاسیسات را به اتاق بفرستد تا موضوع بررسی و حل شود. به هیچ وجه نباید بهانه آورد و یا بیان کرد که پرسنل تاسیسات در زمان صبح به اتاق خواهد رفت و وضعیت را بررسی خواهد کرد. پاسخ های درست و رفع سریع مشکلات مهمان ها، بیانگر این است که تکریم مهمان در عمل انجام میشود و فقط به گفتار نیست.

۶- ایجاد روحیه تیمی برای کار مشتاقانه

بهترین خصوصیت یک کارمند، شور و اشتیاق او برای انجام کار است. با انجام آموزش میتوانید به آسانی بر کم بودن مهارت ها فائق آید اما تزریق روحیه اشتیاق در کارمندانی که در ازای ساعت کاری بالا، دستمزد کمی دریافت میکنند، بسیار مشکل خواهد بود. اشتیاق امری مسری است. داشتن روحیه پر جنب و جوش و طبع گرم برای خوشامدگویی به مهمانان در بدو ورود و یا داشتن چهره



ای خندان در برابر مهمان ها در هتل بسیار اهمیت دارد. کارمندان مشتاق، خوب کار میکنند و با اشتیاق و حس مثبت در مورد کارشان صحبت میکنند و امتیازات رفتاری در هتل را ارتقا میبخشند.

۷- مهمانان هتل را تشویق کنید تا تجربه اقامتشان در هتل را در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارند.

با استفاده از وب سایتان بیشتر با مشتریان آشنا شوید. از طریق نظر سنجی از مشتریان و گفتگو کردن با آنها قبل از خروج، میتوانید از سلائی و ایده هایشان مطلع شوید. مهمانان را تشویق کنید

تا کلیپ های ویدئویی و عکس هایشان از اقامت در هتل را به اشتراک بگذارند. نظرشان را در مورد هتل بپرسید و سوال کنید آیا هتل شما را به سایر دوستان و بستگان خود پیشنهاد میکنند یا نه؟

۸- همیشه مؤدب باشید و با احترام زیاد با مهمانان برخورد کنید.

گاهی کنترل خشم در مواجهه شدن با مهمان عصبانی بسیار مشکل است. مثلاً مهمانی را در نظر بگیرید که یک دلار هزینه اضافه بابت اینترنت بی سیم از او دریافت کرده اید و عصبانی شده و با توهین و پرخاشگرانه با شما برخورد میکند، این فرد تمام انرژی شما را میگیرد اما باید عزت نفس خود را حفظ کرده و حرفه ای و بسیار محترمانه با او برخورد کنید. تا زمانی که با مردم محترمانه برخورد میکنید، معمولاً آنها هم آرام و محترمانه برخورد میکنند و چنین صحنه های توهین آمیزی را ایجاد نمیکند. روش رفتاری شما بیانگر فرهنگ و خانواده ایست که در آن تربیت شده اید. مطمئناً خانواده شما از اینکه از آموزه هایشان برای برخورد صحیح و روش زندگی متمدن مأبانه در جامعه استفاده میکنید، خرسند و مفتخر خواهند بود.

۹- هر روز اتاق های مهمانان را بازرسی کنید.



تشک کثیف و لکه دار و یا دیوار کثیف مطمئناً باعث میشود آخرین باری باشد که آن مهمان پا به هتل شما میگذارد. اتاق ها را بررسی کنید و اطمینان یابید همه چیز تمیز و مرتب است و به خوبی در اتاق چیده شده است.

۱۰- اتاق هر مهمان را طوری آماده کنید که حس راحتی و خوشامد به او القا کند.

وقتی شخصی به مسافرت کاری میرود، اتاقش بسیار اهمیت دارد، باید محیط کاری مناسبی برایش فراهم شده باشد و برای سرگرم شدن او باید تلویزیون LCD بزرگ در اتاق گذاشته شود. داشتن

اینترنت پر سرعت بیسیم در چنین مواردی ضروری است. کتری برقی و سایر امکانات نظیر دوش مناسب، یخچال کوچک و ماکروفر مورد پسند تمام مهمانان است.

۱۱- بوهای نامطبوع را از بین ببرید . هوای تازه با رایحه مطبوع نیاز مهمانان شماست.

اتاق ها و راهروهای هتل های قدیمی بوی کهنگی میدهند. با تمیز نگه داشتن فرش ها و استفاده از پودرهای تمیزکننده فرش، میتوانید بوی نامطبوع کهنگی را از بین ببرید و یا کم کنید. باید در تمام فضای داخلی از خوشبوکننده های محیطی با انواع رایحه های دلپذیر استفاده شود.

۱۲- بازارهای اینترنتی روش بسیار کارآمدی برای برند سازی و ارتقاء هتل است.

از طریق وب سایت و شبکه های اجتماعی خود در فضای اینترنتی حضور فعال داشته باشید. از یک کمپین ایمیل استفاده کنید تا به مهمانان قبلی هتل دسترسی داشته باشید و آنها را مجدداً برای بازدید از هتل دعوت نمایید. میتوانید نرخ های ویژه ای را پیشنهاد دهید و بلیط های تخفیفی برای مناطق دیدنی ارائه کنید و یا هرکار دیگری که فکر میکنید با آن میتوانید مهمان ها را به اقامت طولانی تری ترغیب نمایید.



۱۳- استراتژی های قدیمی و اینترنتی را با هم ادغام کنید.

بازاریابی اینترنتی جالب و جذاب است، با وجود این نباید از روش های تبلیغاتی و متدهای بازاریابی قدیمی غافل شد. در هتل باید تابلوی برجسته ای برای جلب توجه افراد داشته باشد. به تناسب بودجه خود میتوانید در تلویزیون ، رادیو، روزنامه و یا مجلات تبلیغ کنید و حتی رویدادهای خاصی را برای جلب جمعیت مسافر به هتل تدارک ببینید.

۱۴- برنامه های حفاظت محیط زیست را برای هتل تدارک ببینید و آنها را ارتقا دهید.

با وجود اینکه بهترین روش برای حفاظت محیط زیست این است که در زمان ساخت سازه هتل به طراحی و ساختار آن اهمیت داده شود، اما میتوان هتل های قدیمی را هم تا حد زیادی به عنوان هتل های دوستدار محیط زیست تجهیز کرد. سیستم های تهویه هوای قدیمی و سایر دستگاه های پرمصرف انرژی را با دستگاه های جدید جایگزین کنید. هرچند تهیه و خرید محصولاتی که کارایی بهینه و مصرف کم دارند تا حد زیادی پر هزینه است، اما به دلیل کم مصرف بودنشان باعث کاهش هزینه های مصرف آب، برق، گاز و... میشوند و هزینه اولیه تجهیزات در مدت کوتاهی جبران میشود.

۱۵- همه را خوشحال کنید.

هرکاری که در راستای خشنود سازی مهمانان و کارمندان هتل انجام دهید باعث میشود این مکان در نظر همه افراد به مکان دلپذیری برای اقامت و کار تبدیل شود. مهمانان خشنود، نظرات مثبتی را از اقامت در هتل شما انتشار میدهند و سایرین را تشویق میکنند تا از این تجربه زیبا بهره مند شوند. کارمندان خشنود و راضی، با انگیزه بیشتری کار میکنند تا سطح کیفی هتل را ارتقا دهند و از تجربه خوب کار در این هتل برای خانواده، دوستان و بستگانشان صحبت خواهند کرد.



اگر حس میکنید هنوز توانایی بالایی برای اداره هتل ندارید، میتوانید مشاور مدیریتی کارامدی را استخدام کنید تا بهتر از عهده انجام کارها بر بیایید. اگر میخواهید بهترین هتل را داشته باشید، باید به این خواسته متعهد باشید، با تلاش و تعهد در این راستا، به نتایج ارزشمندی خواهید رسید.

دانشجویان مدیریت هتلداری با مشخصات انواع مؤسسات پذیرایی، اصول و معیارهای انتخاب، شناخت و خرید وسایل و تجهیزات لازم برای مؤسسات پذیرایی، تقسیم کار در این گونه مؤسسه ها، رزرواسیون، منوشناسی و منونویسی، شناخت مواد غذایی و انرژی غذایی آنها، چگونگی نگهداری مواد غذایی، تهیه انواع غذاها، پیش غذاها و شیرینی ها، بهداشت مواد غذایی، بهداشت کار و ایمنی

در محیط آشپزخانه مؤسسات پذیرایی و در کل هرآنچه برای اداره و مدیریت صحیح و مناسب یک هتل، متل، رستوران و موارد مشابه ضروری است، آشنا می‌شوند.

با عنایت به قانون توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی کشور و با امعان نظریه اهمیت ویژه صنعت ایرانگردی و جهانگردی در کسب درآمدهای غیرنفتی و ارتقاء سطح تفاهم بین ملتها و تحکیم مبانی وحدت ملی در کشور و ارائه شناختی اصولی از جمهوری اسلامی ایران و دستاوردهای آن به جهانیان و نقش اساسی و مهم آموزش در تحقق این اهداف و همچنین در راستای اجرای مصوبه سیصدمین جلسه شورای عالی انقلاب و ارشاد اسلامی طرح مشخصات کلی دوره کارشناسی رشته های مدیریت جهانگردی و هتلداری تهیه و تدوین گردید.

نظر به تاکید صریح قرآن کریم و شارع دین اسلام بر ضرورت امر جهانگردی و نقش آن در بسط روابط بین الملل و گسترش منابع اقتصادی کشور و همچنین لزوم تربیت متخصصان کارآمد در جهت ارتقاء کیفی سطح ارائه خدمات دست اندرکاران این صنعت رشته های مدیریت جهانگردی و هتلداری تاسیس می گردد.



دوره های کارشناسی مدیریت جهانگردی و هتلداری ۴ سال خواهد بود. نظام آموزشی این دوره ها واحدی است و کلیه دروس نظری و عملی آن در ۸ سال نیمسال تحصیلی ارائه می شود. مدت هر نیمسال تحصیلی ۱۷ هفته و حداقل زمان لازم برای هر واحد نظری یک ساعت در هفته و برای دروس عملی حداقل ۲ ساعت تعیین می گردد. درس کارآموزی در ایام تعطیل تابستانی بعد از سال سوم طبق برنامه ای که توسط مرکز آموزش عالی تدوین خواهد شد انجام می پذیرد.

اعطاء دانشنامه به فارغ التحصیلان این رشته ها منوط به ارائه گواهی پایان دوره کارورزی خواهد بود.

تعداد کل واحد های آموزشی و کارورزی رشته های مدیریت جهانگردی ۱۳۲ واحد و رشته مدیریت هتلداری ۱۳۳ واحد می باشد.

توضیح: نظر به ضرورت تسلط دانشجویان به زبان دوم، یکی از زبان های فرانسه، آلمانی، عربی به عنوان زبان دوم در نظر گرفته شده که طبق جدول ذیل و براساس انتخاب دانشجو ملزم به گذراندن آن می باشد.

۱- عربی ۴ واحد

۲- فرانسه ۴ واحد

۳- آلمانی ۴ واحد

توانایی های لازم:



با توجه به نوع کار فارغ التحصیلان این رشته، دانشجویان باید علاوه بر زبان انگلیسی به زبان دوم (یکی از زبان های فرانسه، آلمانی یا عربی) تسلط داشته باشند. البته در دانشگاه دروسی در این زمینه ارائه می شود. همچنین دانشجویان این رشته باید از روابط اجتماعی خوبی برخوردار بوده و قدرت تجزیه و تحلیل و خلاقیت بالایی داشته باشند.

موقعیت شغلی در ایران:

فارغ التحصیلان مدیریت هتلداری می توانند در زمینه های تخصصی صنعت هتلداری مانند واحدهای پذیرایی و اقامتی، مؤسسات ملی و جهانگردی و شرکت های حمل و نقل هوایی فعالیت کنند.

درس‌های این رشته در طول تحصیل:

دروس پایه:

اصول سازمان و مدیریت، کلیات اقتصاد، اصول حسابداری، شناخت و کاربرد کامپیوتر، تاریخ ایران، مبانی کشور شناسی، مبانی جامعه شناسی، روانشناسی اجتماعی، عوارض و نتایج توریسم، مطالب شرح حال بزرگانی که مقابر آنان به صورت آثار ملی می‌باشد، شناخت و فرهنگ اقلیت‌های ایران.

دروس اصلی:

حقوق کار و تأمین اجتماعی، کار برد کامپیوتر در صنعت جهانگردی و هتلداری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، اقتصاد جهانگردی، قوانین و مقررات حقوق صنعت جهانگردی و هتلداری، روابط عمومی، شناخت روحیات ملل، تجزیه و تحلیل مسائل اجتماعی ایران، مبانی مردم شناسی، بهداشت و کمک‌های اولیه، نقشه‌خوانی و آشنائی با نقشه‌ها، جغرافیای جهانگردی عمومی، جغرافیای جهانگردی ایران، شناخت صنعت جهانگردی، گذراندن اوقات فراغت، زبان دوم (یکی از زبان‌های آلمانی، فرانسه یا عربی)، زبان انگلیسی.

دروس تخصصی:

شناخت تأسیسات اقامتی و پذیرایی و تشکیلات آن، حسابداری هتلداری، پذیره، خدمات رستوران، آشپزی، شیرینی‌پزی، بهداشت مواد غذایی، اصول تغذیه و رژیم‌های غذایی، بهداشت کار و ایمنی، محاسبه قیمت تمام شده، شناخت و نگهداری تأسیسات هتل، خانه‌داری، زبان انگلیسی تخصصی، کار آموزی.

دانشجویان هتلداری نباید توقع مدیریت هتل داشته باشند



فردی که دارای مدرک لیسانس هتلداری است نباید توقع مدیریت در یک هتل را داشته باشد بلکه باید از مشاغل پایین‌تری مانند رزرواسیون، اپراتوری، اطلاعات و ... شروع کند.

رشته هتلداری به عنوان یک رشته خاص دانشگاهی نیازمند یک کاراکتر و شخصیت ویژه است. افرادی که وارد این حوزه می‌شوند بایستی دارای روابط عمومی بالا و همچنین ظاهر فیزیکی آراسته‌ای باشند که متأسفانه در حال حاضر برخی از دانشجویان فاقد این ویژگی‌ها هستند و بالطبع نمی‌توانند شغل متناسب با تحصیلات خود را پیدا کنند.

مهمترین ویژگی برای موفقیت در این رشته تحصیلی در درجه اول علاقه و سپس پشتکار است و بر همین اساس در حال حاضر بسیاری از اساتیدی که در مراکز آموزشی مختلف در حال تدریس هستند، همان دانشجویان سابقند که به دلیل علاقه فراوان به این مرحله رسیده‌اند.

قطعاً کسی که علاقه و پشتکار داشته باشد می‌تواند در این حوزه مشغول به کار شود زیرا که در حال حاضر هتل‌ها به شدت از فقر نیروی انسانی متخصص رنج می‌برند.



فردی که دارای مدرک لیسانس هتلداری است نباید توقع مدیریت در یک هتل را داشته باشد بلکه باید از مشاغل پایین‌تری مانند رزرواسیون، اپراتوری، اطلاعات و ... شروع کند. تمامی مدیران

هتل‌های ۴ و ۵ ستاره فعلی در داخل و خارج کشور نیز فعالیت خود در این حوزه را از مشاغل پایین‌تر شروع کرده‌اند.

این امری بدیهی در تمامی رشته‌های دانشگاهی است که دانشجو در محیط تحصیل موارد نظری را می‌آموزد و سپس در محیط کار با موارد و نکات عملی آشنا می‌شود.

دانشجویان رشته هتلداری ۲ ترم آخر تحصیل خود را به صورت کارآموزی سپری می‌کنند و بنده با این موضوع که در دانشگاه تماماً به صورت نظری آموزش داده می‌شود، کاملاً مخالف هستم.

رشته مدیریت هتلداری مانند علم پزشکی یک رشته جهانی است و فردی که به حوزه‌های مختلف این رشته تسلط داشته باشد، می‌تواند در همه جای دنیا مشغول به کار شود .

گردشگری و مدیریت هتلداری در کانادا:

گردشگری و مدیریت هتلداری در کانادا شامل تمامی مولفه‌های لازم برای موفقیت در زمینه‌های شغلی مربوطه (گردشگری و هتلداری) میباشد .

دانشجویان در دوره فوق تمامی جنبه‌های مختلف توریسم و خانه‌داری مرتبط به این صنعت را کامل فرا گرفته و همچنین نسب به بازاریابی و توریسم آموزش داده میشوند.

دوره مدیریت هتلداری و گردشگری:

دوره مدیریت هتلداری و گردشگری به تمامی مولفه‌های لازم برای تبدیل شدن به یک مدیر موفق در زمینه هتلداری تاکید میکند. دانشجویان تمامی جنبه‌های مختلف در زمینه صنعت هتلداری و گردشگری و همچنین اصول مربوط به خانه‌داری / بازاریابی / فروش / مدیریت غذایی و آشامیدنی و مهمانداری را خواهند آموخت. این دوره همچنین توجه ویژه‌ای به صنعت گردشگری و همچنین نظارت بر منابع انسانی، حسابداری، و فن آوری دارد.

طول دوره :

۱۲ ماه [(۹۶۰ ساعت) بدون دوره کارآموزی] / ۲۴ ماه [(۱۷۶۰ ساعت) با دوره کارآموزی]

مباحث تدریسی دوره مدیریت هتلداری و گردشگری:

- آشنایی با صنعت گردشگری و سفر



- نظارت بر صنعت مهمانداری
- مدیریت خدمات غذایی / آشامیدنی
- حسابداری پایه هتل و رستوران
- طراحی و مدیریت امکانات مهمانداری
- مدیریت دفتر مرکزی
- مدیریت خانه داری
- اصول مدیریت و بازاریابی مقصد
- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت درآمد
- مدیریت امنیت و پیشگیری
- مدیریت فناوری در صنعت مهمانداری
- مدیریت فروش و بازاریابی هتلداری
- مدیریت فروش و بازاریابی هتلداری
- مدیریت قراردادهای و خدمات
- دوره کارورزی ۱
- دوره کارورزی ۲



جهت بررسی و ارزیابی شرایط خود برای تحصیل در دوره مدیریت هتلداری و گردشگری فرم ارزیابی را تکمیل نمایید.

دوره مدیریت قرارداد و رویداد ها(هتلداری):

دوره مدیریت قرارداد ها و رویداد های هتلداری دانشجویان را برای برنامه ریزی و هماهنگی در امور رویدادها و قرارداد ها آماده میکند، و عملکرد دانشجویان را در شغل آینده خود در این زمینه تسریع میبخشد. دانشجویان دلایل این امر را که مدیریت قراردادها و رویدادها منبع اصلی درآمد در صنعت گردشگری، هتلداری و مهمانداری در بسیاری از مقاصد جهان هستند را یادخواهند گرفت. این دوره دانشجویان را به عنوان یک برنامه ریز و هماهنگ کننده در امور قراردادها، خدمات و بازاریابی آماده میکند.

طول دوره :



۱۲ ماه [(۹۶۰ ساعت) بدون دوره کارآموزی] / ۲۴ ماه [(۱۷۶۰ ساعت) با دوره کارآموزی]

مباحث تدریسی دوره مدیریت قرارداد و رویداد ها (هتلداری):

- نظارت بر صنعت مهمانداری
- مدیریت خدمات غذایی / آشامیدنی
- حسابداری پایه هتل و رستوران
- طراحی و مدیریت امکانات مهمانداری

- اصول مدیریت و بازاریابی مقصد

- مدیریت دفتر مرکزی

- مدیریت درآمد

- مدیریت هتلداری بین المللی

- مدیریت فناوری در صنعت مهمانداری

- مدیریت فروش و بازاریابی هتلداری

- مدیریت قراردادهای و خدمات

- مدیریت و هماهنگی رویدادهای حرفه ای (Professional Even)

- مدیریت امنیت و پیشگیری

- دوره کارورزی ۱

- دوره کارورزی ۲

دوره های مدیریت هتلداری در انگلستان

معرفی مدیریت هتلداری

در بیشتر مناطق صنعت گردشگری و فرصت های شغلی در زمینه گردشگری در حال پیشرفت

میباشد و همچنین نیاز به افراد ماهر در مهارت بازاریابی و روابط عمومی دارند



دوره های مدیریت هتلداری در انگلستان بر مسائل استراتژیک حسابداری و مالی مدیریت روابط عمومی در بخش گردشگری تمرکز دارد و دانش خود را در زمینه مدیریت هتل ها، پارکها، رستورانها، کشتی های کروز، شرکتهای بازاریابی و باشگاهها گسترش داده است

درخواست برای رشته مدیریت هتلداری

ما میتوانیم شما را در درخواست پذیرش برای رشته مدیریت هتلداری در دانشگاههای انگلستان با ترتیب مشاوره رایگان و یا از طریق اسکایپ یاری کنیم

صنعت گردشگری در حال رشد و توسعه است و در همه نقاط جهان به افرادی ماهر در این زمینه احتیاج دارند و دانشگاه های انگلستان پس زمینه های لازم را برای طیف وسیعی از مشاغل سطح بالا در بازار رقابتی فراهم میکند

مشاغل موجود در مدیریت هتلداری

فرصت های شغلی برای فارغ التحصیلان رشته مدیریت هتلداری عبارتند از: مشاوره گردشگری، مدیریت روادید و سمینارها، بازاریابی، کار در آژانس های مسافرتی و راه اندازی نماینده شخصی در زمینه تورهای مسافرتی



شرایط ورود برای رشته مدیریت هتلداری

- مدرک دیپلم بین المللی ۳۲ امتیاز
- نمرات بالا در دروس مربوطه
- آیلز مورد نیاز ۵,۵-۶,۵

در کدامین دانشگاه های انگلستان میتوان در رشته مدیریت هتلداری تحصیل کرد؟

اطلاعات بیشتر در مورد بهترین دانشگاه های انگلستان در رشته مدیریت هتلداری در سال ۲۰۱۸

۱. University of Surrey

۲. Bournemouth University

۳. University of Exeter

۴. University of Strathclyde

۵. Sheffield Hallam University

۶. Oxford Brookes University

۷. University of Southampton

روابط عمومی و تأثیر گذاشتن بر آن اغلب یکی از سخت ترین قسمت های شغل هتلداری و یا رستوران

است. پرسنل ماهر ما سابقه درخشان و موفقی در پوشش دادن به محیط با تولید و پخش وسایل

ارتباطی و در ارتباط بودن با رسانه ها دارند اگر نیازمند عوامل اجرایی حرفه ای بین المللی در امر

هتلداری هستید و یا به تهیه کنندگان منوی غذا و نوشیدنی احتیاج دارید ما تمامی عملیات جستجو،

بررسی و عقد قرارداد و شروع کار آنها را بعهده می گیریم. زیرا که ما با اغلب مدارس هتلداری معروف

در سراسر دنیا و بسیاری از مدارس بازرگانی همکاری داریم

بدون ایجاد مزاحمت برای کاربران، به شما در مرتبط بودن با مشتریان قبلی خود که سرمایه اصلی

شما هستند، در استفاده از اینترنت و کامپیوتر کمک می نمائیم



در پنج سال گذشته اینترنت سریعترین رشد را به عنوان منبع خرده فروشی کالاها داشته است. صد سایت اول مسافرتی بطور متوسط سالانه سه میلیون بازدید کننده داشته‌اند و این مسئله اینترنت را به بزرگترین و تنها بازار هتلها در سراسر جهان تبدیل می‌کند به شرکت ما اجازه دهید تا با در نظر گرفتن بودجه شما دیدی مؤثر و پایدار برای فعالیت های جنبی شما به دست آورد.

رای ارائه خدمات بهتر یک هتل چند عامل مهم وجود دارد که ساختمان، تجهیزات، امکانات، خدمات، سیستم و گردش کار هتل، تکنولوژی و مدیریت و سرویس دهی به مشتریان را تشکیل می دهد. یکی از دلایل اصلی کاهش رونق در صنعت هتلداری ایران فقدان مدیریت به روز و عدم اطلاع بسیاری از مدیران هتل ها و هتلداران و مدرسین هتلداری از علم مدیریت هتلداری روز دنیا و تکنولوژی و عدم آموزش آنها در این زمینه است.

امروزه آموزش کارکنان و مستخدمین هتل های دنیا توسط مدیرانی که تجربه طولانی در امر مدیریت هتل دارند، صورت می گیرد و از آنهایی که مشکلات مدیریت هتل را کاملاً لمس کرده اند برای آموزش دعوت به کار می کنند و بعضی مواقع این افراد مدرک هتلداری و تحصیلات بالایی هم ندارند و لازم است بدانید حتی مدیرانی را که سابقه یکی، دو سال کار در هتل دارند به هیچ عنوان برای این منظور به کار نمی گیرند که بخواهند توسط این افراد بی تجربه علم مدیران یا دانشجویان هتلداری را درخصوص سرویس دهی به روز کنند. معیار انتخاب مدرس هتلداری سابقه کاری مدیریت هتل است و هر چه تجربه کاری مدرس در هتل طولانی تر باشد، آموزش کیفیت بالاتری خواهد داشت و این مدرسین برای تدریس از منابع تایید شده و مشخصی باید استفاده کنند و اینکه هر کسی بخواهد بدون اطلاعات لازم و تجربه کافی مطلبی یا جزوه ای برای آموزش هتلداری ارائه کند، مرسوم نیست. مهم این است که دانشجویان در پایان دوره هتل را بشناسند و کار را بدانند.



در پایان هر دوره آموزشی یک سمینار آموزشی کوتاه مدت یا تور بازدید از هتل ها برگزار می کنند و از مدیران، مدرسان و کارشناسان باسابقه یا صاحبان تالیف مورد تایید کارشناسان هتلداری برای سخنرانی و گفت و گو و عنوان مطالب کلیدی دعوت به عمل می آورند تا هر چه بیشتر آموزش این رشته را ارتقا بخشند و از آنجایی که در پایان دوره های آموزشی چنین برنامه هایی در پیش دارند اینجاست که مدرسی که اطلاعات اندکی در امور هتلداری دارد به خود اجازه تدریس دروس و وارد شدن به این صنعت را نخواهد داد. این سمینارهای آموزشی یا تورهای بازدید از هتل ها به همراه مدیران و مدرسان باتجربه برای رفع اشکال در پایان برنامه های آموزشی بسیار مفید و ارزشمند است و می توان گفت با تمام طول زمان دوره آموزشی برابر یا بیش از آن است.

بزرگ ترین مشکل آموزش هتلداری در ایران این مساله است که برای آموزش هتلداری از کسانی که هیچ تجربه عملی در هتل ندارند یا رشته تحصیلی آنها ارتباطی با هتلداری ندارد و بسیاری از تشکیلات و تجهیزات هتل را نمی شناسند و نحوه کنترل ها و به کارگیری سیستم گردش کار بخش های هتل و از گزارش های مفید و لازم مدیریت هتل شناختی ندارند و



سر در نمی آورند و عملاً با هیچ یک از مشکلات مدیریت هتلداری آشنا نیستند، استفاده می شود چگونه می توان از این افراد انتظار آموزش در رشته مدیریت هتلداری داشت.

طبیعی است آموزش توسط این افراد در چه حد و حدودی خواهد بود که از نکات مهم و کلیدی دروس هتلداری دور بوده اند. نباید به چنین افرادی اجازه آموزش هتلداری داد. بهتر است این افراد در رشته تحصیلی خود فعالیت کنند و به همین دلیل هیچ سرمایه گذاری حاضری نیست این سرمایه عظیم و ملی را به دست افرادی بسپارد که آموزش درستی ندیده اند و با بسیاری از بخش های هتل آشنایی ندارند.

اگر درست بررسی کنید متوجه خواهید شد بسیاری از عناوین دروس اصلی لازم و هم مدیریت هتلداری در هیچ یک از آموزشگاه ها جزء واحد های درسی آنها نیست و اصلاً تدریس نمی شود و در هیچ کجا نامی از این دروس تخصصی ضروری برده نشده است که باید منابع، نحوه و ساعت آموزش، واحد های درسی و انتخاب مدرسان، با یک برنامه ریزی صحیح انجام پذیرد.

البته عده ای فکر می کنند باید برای آموزش هتلداری یا برای جلب گردشگر افرادی را از خارج کشور دعوت به کار کرد که این طور نیست. با اطمینان می گویم باید مدرسان دروس مدیریت هتلداری از میان مدیران باتجربه هتل که اطلاعات آنها به مراتب بهتر از مدیران شاغل هتل های خارج از کشور است انتخاب شوند که متأسفانه فقط از نظر دانستن زبان خارجی ضعیف و کم مایه هستند ولی اطلاعات وسیع و جامعی از امور مدیریت هتل دارند که هر یک را طی سال ها تجربه به دست آورده اند و هرگز نمی توان در هیچ یک از کتاب های دانشگاه های هتلداری خارج از کشور به دست آورد که عنوان هریک از آنها در کلاس های آموزش هتلداری می تواند نقش بسیار بالا و ارزشمندی را برای دانش پژوهان ایفا کند.



متأسفانه به جای استفاده از تجربه و اطلاعات فراوان این مدیران کاردان و باتجربه ایران که با زحمت فراوان و کار کردن مستمر و درگیر شدن با مسائل مختلف هتلداری در هتل ها تجربه ها و آموخته هایی که به دست آورده اند و مشکلات هتلداری را لمس کرده اند از کسانی که رشته تحصیلی آنها ارتباطی با هتلداری ندارد یا افراد بی تجربه و ناآگاه که هرگز مدیریت هتلی را نداشته و اگر داشته چند ماهی بیشتر نبوده استفاده می کنند که به جز اتلاف وقت و صرف هزینه چیزی به دنبال ندارد و اگر از اغلب این مدرسان سوال شود که آیا سابقه مدیریت هتلی را داشته اند یا چه مدت در هتل کار کرده اند بیشتر به درک مشکلات آموزش هتلداری پی می بریم.

به جرات می توان گفت شاید تعداد اندکی هم برای آموزش هتلداری صلاحیت نداشته باشند و هیچ کدام آموزش جدید و به روز را ندیده اند و با تکنولوژی روز آشنایی ندارند اغلب مطالبی که عنوان کرده اند مطالب پیش پا افتاده و بی ارزشی از بخش های هتل بوده که همه می دانند و نیازی به عنوان آنها در کلاس های آموزشی نبوده و برای اینکه حرفی برای گفتن نداشته اند، خاطرات زندگی خود را تعریف کرده اند. یکی از دلایل آن جزوات اندک موجود هتلداری است که بعضی از آنها ربطی به امور هتلداری ندارد یا افراد ناآگاه از مقاله ها و مطالب مفید و آموزنده مدیران باتجربه هتلداری استفاده کرده اند و به علت ناآشنا بودن با امور هتلداری و درک غلط از مقاله این جزوات را با تغییراتی به نام خود انتشار داده اند. اگر با دقت مطالعه کنید متوجه خواهید شد که از منابع فارسی استفاده کرده اند و به خاطر مطرح شدن خود نام منابع خارجی را برده اند که اصلاً این طور نبوده و نامی از منابع اصلی نبرده اند.



این مهم باعث شده هتلداری را یکی از ساده ترین کارها بدانند و احساس کنند نیازی به آموزش نیست و دیده شده بعضی از این افراد بی تجربه با ترجمه کتابی هایی که توسط دانشجویان این رشته یا افراد مختلف انجام شده به نام خود چاپ کرده اند. فکر می کنند چون کتاب در مورد هتلداری ترجمه کرده اند، صاحب نظر هستند اگر این طور بود کسانی که کتاب های پزشکی یا مهندسی ترجمه کرده اند همه پزشک و مهندس می بودند و جالب تر آنکه وقتی در مورد همان ترجمه بحث می شود به دلیل نداشتن اطلاعات درست از پاسخ آن عاجز هستند همانطوری که ترجمه هایی که توسط این اشخاص به ظاهر کارشناس و دکتر در اختیار است مطالب مفهومی نیست و وقتی خواننده مطالعه می کند یک سردرگمی و مغایرت هایی در متن ترجمه مشاهده می کند و نمی داند ابتدای مطلب صحیح بوده یا انتهای مقاله و آن طور که خوانندگان اعلام می کنند چیزی از مطالب نیاموختیم یا متوجه نشدیم و این ساده اندیشی است که هتلداری را آن قدر ساده می

پندارند که هر کسی که در این حرفه نیست مایل است وارد این حرفه شود و اغلب این افراد به دلیل عدم اطلاع از صنعت هتلداری مدیران با تجربه که سال ها در هتل کار می کنند را نیز قبول ندارند. از سوی دیگر کارکنان شاغل در هتل به دلیل نداشتن وقت و ندادن مرخصی از طرف هتل ها و قادر نبودن پرداخت هزینه های آموزشی مایل نیستند برای آموزش ثبت نام کنند و از طرفی صاحبان مدیران و مسوولان بودجه ای برای آموزش ضمن خدمت کارکنان هتل در نظر نگرفته اند.

اغلب کارکنان هتل ها به دلیل علاقه مندی به رشته هتلداری برای شرکت در دوره های آموزشی با زحمت زیاد هزینه ها را بدون هیچگونه مساعدتی از طرف سازمان ها و صاحبان هتل می پردازند در حالی که باید شهریه یا هزینه های آموزش افراد شاغل را هتل تامین کند زیرا به سود آنهاست که کارکنان آنها با سرویس دهی مطلوب آشنا شوند و دیگر اینکه در تمام کشورها هتل ها و رستوران ها از اینکه دانشجویان هتلداری برای کارآموزی هتل آنها را انتخاب کنند استقبال می کنند حتی حقوق هم می پردازند (البته حقوق بسیار کمتری که می تواند فقط هزینه ناهار یا شام و رفت آمد آنها به هتل باشد) و سعی در جذب هر چه بیشتر کارآموزان هتلداری دارند زیرا این کارآموزان بسیار منظم تر از کارمندان رسمی هتل خواهند بود و سعی می کنند به بهترین نوع ممکن وظایف خود را انجام دهند تا امتیاز بیشتری کسب کنند زیرا در پایان کارآموزی اظهارنظر مدیر هتل یا رستوران می تواند در پرونده دانشجویی آنها تاثیر بگذارد و دیگر اینکه هتل ها نیز به دلیل اینکه کارآموزان با حقوق کمتر یا رایگان برای هتل فعالیت می کنند سود سرشاری می برند متاسفانه مدیران هتل ها در ایران هنوز به این مهم پی نبرده اند و اگر آگاه بودند در مواقع نیاز به پرسنل از آموزشگاه های هتلداری درخواست کارآموز می کردند. نکته دیگر از مشکلات اینکه کارمند هتلی را که سال ها تجربه در هتل کسب کرده برای اینکه آن هتل فصلی است اخراج و سال دیگر اولین کسی که درخواست کار داد فوراً او را به کار در هتل می گمارند، خب معلوم است توسط این افراد بی تجربه



خدمات هتلداری با چه کیفیتی خواهد بود. پیشنهاد می شود اینگونه هتل ها از کارآموزان هتلداری نیروی انسانی خود را تامین کنند زیرا اطلاعات اندک آنها می تواند از آنهایی که هیچ تجربه ای در هتل یا رستوران ندارند بسیار مفیدتر واقع شود.

پیشنهاد می شود برای خدمات بهتر هتل هایی که از کارکنان فصلی استفاده می کنند از دانشجویان هتلداری استفاده کنند این کار باعث خواهد شد صاحبان هتل از کارکنان در حال آموزش هتلداری استفاده کنند که حتماً بهتر از کارکنانی هستند که هیچ اطلاعات هتلی ندارند ضمناً با حقوق کمتر یا رایگان از این کارکنان استفاده می کنند و از سوی دیگر کمک شده به صنعت هتلداری کشور و دانشجویان هتلداری که کارآموزی خود را انجام دهند. امید است این نکته به صورت یک قانون برای هتل ها و رستوران های کشور درآید که مدیران هتل ها و رستوران ها نتوانند از کارکنانی که اطلاعاتی در این صنعت ندارند حتی به طور موقت استفاده کنند.



نکته مهم دیگر به علت آگاه نبودن مدیران هتل یا مالکان با ویژگی تجهیزات و وسایل هتل است که خریداری می کنند و تجهیزات هتل را با تجهیزات منزل یا اداره یکی می دانند و فروشندگان از این بی اطلاعی سود می برند و هر کالایی را که مایل هستند به هتل ها قالب می کنند در حالی که تجهیزات و وسایل هتل با وسایل و تجهیزات اداری، منزل، بیمارستان و... کاملاً متفاوت است. تمام وسایل هتل ویژگی خاص خود را دارند که باید مدیران هتل یا مالکان آگاهی کامل از ویژگی وسایل هتل داشته باشند تا بتوانند انتخاب درستی داشته باشند، چنانچه هتلداران در زمان خرید وسایل و تجهیزات هتل ویژگی تمام تجهیزات وسایل هتل را ندانند هرگز نمی توانند انتخاب درستی داشته باشند که این مهم باعث می شود هتل ها از سرویس دهی مطلوبی برخوردار نباشند؛ همانطوری که تجهیزات مورد نیاز هتل های کشور از صنایع داخلی تامین می شود و اغلب ویژگی تجهیزات رعایت

نشده و از کیفیت خوبی برخوردار نیست و تفاوت زیادی با تجهیزات مشابه خارجی خود دارد یا بعضی از تجهیزات مشابه ایرانی ندارد و نمی توان انتظار خدمات خوب و باکیفیت داشت.

