



مهمترین رویکرد هتل های ایرانگردی و جهانگردی در سال ۱۴۰۴:

تمرکز بر ارتقاء کیفیت خدمات و بازسازی زیرساختها

سریع و نیازهای متنوع مهمانان، تحولات زیادی را در این صنعت ایجاد کرده است. گستردگی فعالیت گروه هتل های ایرانگردی و جهانگردی در استان های مختلف، ظرفیت قابل توجهی برای توسعه گردشگری داخلی ایجاد کرده است.

حفظ هویت برند، ارتقای استانداردهای حرفه ای و جلب اعتماد مهمانان، از اهداف اصلی این مجموعه است. در نهایت، عملکرد شرکت در سال ۱۴۰۴ بر سه محور اصلی ارتقای کیفیت خدمات، توسعه سرمایه انسانی و بهبود زیرساختها متمرکز بود. امیدواریم با ادامه این مسیر، در سال های آینده بتوان گام های مؤثرتری در نوسازی و توسعه مجموعه ها برداشت و نقش مؤثرتری در ارتقای صنعت گردشگری کشور ایفاء کرد.

فریبا عباسی - مدیرعامل شرکت سرمایه گذاری ایرانگردی و جهانگردی

انگیزه پرسنل اجرا شد. شرکت ایرانگردی و جهانگردی بر این باور است که توسعه نیروی انسانی، کلید موفقیت در ارائه خدمات باکیفیت است. توسعه تجربه مهمانان فراتر از خدمات صرف اقامتی است که در این راستا تلاش شده خدمات هتل ها به سمت خلق تجربه ای کامل تر، یکپارچه و با احترام به مهمانان حرکت کند. با توجه به تنوع مهمانان از سراسر کشور، ارائه خدمات هماهنگ و باکیفیت، اولویت اصلی گروه هتل های ایرانگردی و جهانگردی است. از سوی دیگر، بازنگری در فرآیندهای فروش، توزیع خدمات و بهره برداری از ظرفیت های موجود نیز در دستور کار قرار گرفت تا ضمن افزایش کارآمدی، کیفیت خدمات حفظ شود. مدیریت صنعت گردشگری نیازمند شناخت دقیق خواسته های مشتریان و تصمیم گیری های مبتنی بر واقعیت های بازار است، به ویژه در شرایطی که تغییرات

خدمات ارائه شده در واحدهای مختلف هتل ها بازبینی شد تا پاسخگوی نیازها و انتظارات روزافزون مهمانان باشد. یکی دیگر از محورهای اصلی فعالیت شرکت، بهسازی و نوسازی هتل ها و فضاهای اقامتی بود. بازسازی برخی واحدها، نوسازی تجهیزات، بهبود فضای فیزیکی و ارتقای امکانات رفاهی از جمله اقدامات کلیدی برای افزایش کیفیت اقامت مهمانان محسوب می شود. فراهم کردن محیطی استاندارد و مناسب، سرمایه گذاری بلندمدت شرکت در جهت حفظ و توسعه مجموعه هاست. سرمایه انسانی نیز در صنعت هتلداری نقش محوری دارد؛ کیفیت تجربه مهمان به میزان زیادی وابسته به عملکرد کارکنان است.

به همین دلیل، برنامه هایی برای آموزش مستمر، ارتقای مهارت های حرفه ای، تقویت فرهنگ خدمت رسانی و افزایش



سال ۱۴۰۴ سالی پر از برنامه ریزی هدفمند و تلاش مستمر در جهت ارتقای کیفیت خدمات و تقویت جایگاه برند ملی بود. سال گذشته تلاش ما تمرکز بر رضایت مهمانان، بهبود تجربه مسافران، افزایش بهره وری، تقویت زیرساختها و ساماندهی فرآیندهای اجرایی بود. در حوزه خدمات هتلداری، مهمان محوری اصل تمامی فعالیت هاست و هدف این است که هر اقدام مدیریتی، تجربه ای آرام بخش، مطمئن و با کیفیت برای مسافران ایجاد کند. بر همین اساس، در سال گذشته کیفیت

تنگنای توسعه هتلداری در ایران

گردشگری نشان می دهد که توسعه هتلداری و ارائه خدمات متنوع و استاندارد، تأثیر مستقیم بر جذب گردشگر و افزایش درآمدهای اقتصادی دارد. ایران با وجود تنوع فرهنگی و طبیعی، هنوز از نظر کیفیت و ظرفیت هتل ها با بسیاری از رقبای منطقه ای فاصله دارد. محدودیت سرمایه گذاری و زیرساختی یکی از مهم ترین چالش های توسعه هتلداری در ایران، محدودیت سرمایه گذاری و نبود زیرساخت های لازم است.

احداث هتل های مدرن و استاندارد نیازمند سرمایه گذاری قابل توجهی است که بسیاری از بخش های خصوصی توان تأمین آن را ندارند. علاوه بر این، موانع اداری، فرآیندهای پیچیده مجوزدهی و کندی در صدور پروانه ها، سرمایه گذاران را از ورود به این حوزه دلسرد می کند.

در بسیاری از مناطق گردشگری، نبود زیرساخت هایی مانند جاده مناسب، شبکه برق، آب و تأسیسات بهداشتی، مانع از احداث هتل های با کیفیت می شود. در نتیجه، حتی ظرفیت های بالقوه گردشگری نیز نتوانسته اند به شکل واقعی تبدیل به درآمد شوند.

ندا جعفری - سردبیر

صنعت هتلداری یکی از بخش های کلیدی گردشگری است و نقش مهمی در جذب گردشگر، اشتغال زایی و توسعه اقتصادی دارد. با وجود ظرفیت های طبیعی، تاریخی و فرهنگی گسترده ایران، توسعه هتلداری و زیرساخت های اقامتی با محدودیت ها و چالش های متعددی مواجه است. این محدودیت ها نه تنها مانع رشد صنعت گردشگری می شوند، بلکه بر تجربه گردشگران و رقابت پذیری ایران در بازار جهانی تأثیر منفی دارند.

بررسی دقیق این تنگناها و ارائه راهکارهای مناسب، یکی از ضرورت های اصلی توسعه پایدار گردشگری در کشور محسوب می شود. اهمیت توسعه هتلداری در رشد گردشگری هتل ها و مراکز اقامتی، ستون فقرات صنعت گردشگری به شمار می روند. گردشگرانی که به ایران سفر می کنند، انتظار دارند علاوه بر دیدن جاذبه های طبیعی و تاریخی، خدمات رفاهی مناسب، اقامت راحت و تجربه ای امن داشته باشند.

تجربه کشورهای موفق در صنعت

گردشگری و جهانگردی و جهانگردی در سال ۱۴۰۴ بود؛ اقداماتی که پایه های موفقیت سال آینده را تقویت می کند. چشم انداز سال جدید نیز نشان می دهد که با ادامه این رویکردهای مدیریت بحران، توسعه خدمات و نوسازی زیرساختها، گروه هتل های ایرانگردی و جهانگردی می تواند سهم بیشتری در احیای گردشگری کشور داشته باشد و به عنوان یکی از نقاط اتکا در صنعت هتلداری ایران بدرخشد.

گروه هتل های ایرانگردی و جهانگردی؛ نقطه اتکای صنعت گردشگری

در کنار این تلاشها، گروه هتل های ایرانگردی و جهانگردی با نزدیک شدن به ایام نوروز، برنامه ریزی گسترده ای برای آغاز فروش نوروزی انجام داد. از مدیران خواسته شد پروژه های نوسازی و بهسازی را با سرعت بیشتری پیش ببرند، فضاهای بلااستفاده هتل ها را شناسایی کرده و به مراکز قابل سرمایه گذاری تبدیل کنند. همچنین توسعه خدمات جانبی، نظیر برگزاری تورهای گردشگری، برنامه های فرهنگی و اجرای بسته های ویژه نوروزی در دستور کار قرار گرفت تا امکان افزایش درآمد و جذب گردشگران بیشتر فراهم شود.

بهینه سازی نیروی انسانی، ارتقای مهارت های حرفه ای کارکنان و تمرکز بر کیفیت خدمات نیز از برنامه های مهم این گروه در سال ۱۴۰۴ بود؛ اقداماتی که پایه های موفقیت سال آینده را تقویت می کند.

چشم انداز سال جدید نیز نشان می دهد که با ادامه این رویکردهای مدیریت بحران، توسعه خدمات و نوسازی زیرساختها، گروه هتل های ایرانگردی و جهانگردی می تواند سهم بیشتری در احیای گردشگری کشور داشته باشد و به عنوان یکی از نقاط اتکا در صنعت هتلداری ایران بدرخشد.

مرتضی بلوکی - کارشناس رسانه



گروه هتل های ایرانگردی و جهانگردی در سال گذشته یکی از پرچالش ترین دوره های صنعت گردشگری کشور را پشت سر گذاشت؛ چراکه سال ۱۴۰۴ با بروز دو جنگ تحمیلی و تحریم های بین المللی روبه رو شد که عملاً موجب تعطیلی بنادر و فرودگاهها و کاهش گردشگران خارجی و همچنین افت مسافرت های تفریحی شد و آسیب های جدی به اقتصاد کشور، به ویژه صنعت هتلداری و گردشگری وارد کرد. سال گذشته بسیاری از مجموعه های اقامتی با افت تقاضا و محدودیت های عملیاتی مواجه شدند. با این حال، این گروه هتلی توانست با اقدامات ساختاری، برنامه ریزی منسجم و ارتقای سطح آمادگی، نقش مؤثری در پایداری خدمات گردشگری ایفا کند.

یکی از مهم ترین اقدامات سال ۱۴۰۴، برگزاری نشست کمیته پدافند غیرعامل با هدف هم اندیشی و ارائه گزارش عملکرد واحدها بود که با تمرکز بر به روزرسانی راهبردهای عملیاتی، افزایش تاب آوری مراکز اقامتی و تقویت هم افزایی میان واحدهای تابعه برگزار شد.

اوژن یوسفی عضو هیأت مدیره و معاون اجرایی هتل‌ها

و خدمت‌رسانی به هموطنانی که به شهرهای امن‌تر پناه آورده بودند، نقش آفرینی کردند.

با وجود نگرانی‌های شخصی و شرایط خاص کشور، حتی یک روز در ارائه خدمات وقفه ایجاد نشد و تلاش شد تا روزهای دشوار به فضایی از آرامش، همدلی و مهربانی تبدیل شود. این تجربیات، ما را برای مواجهه با شرایط مشابه در آینده آماده‌تر، منسجم‌تر و توانمندتر ساخت.

در همین راستا، با توجه به افزایش تقاضا و ضرورت بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت‌ها، برنامه بازسازی و بازگرداندن چندین هتل به چرخه بهره‌برداری، از همان روزهای ابتدایی آغاز شد و همچنان ادامه دارد. هدف از این اقدامات، ارائه خدمات اقامتی و پذیرایی با حداکثر ظرفیت و بالاترین کیفیت به مهمانان و هموطنان عزیز، همانند سال‌های گذشته است.

گذشته بسیار قابل توجه بوده است. از جمله این پروژه‌ها می‌توان به بازسازی هتل‌های سراب، شهرکرد، یزد، دیزین، چلندر نوشهر، چالوس، خرم‌آباد، الیگودرز، گلپایگان، زاهدان و تخت‌جمشید اشاره کرد که نقش مهمی در افزایش استقبال مهمانان از مجموعه داشته‌اند.

۳- سال ۱۴۰۴ برای همه ما سالی متفاوت بود. تجربه شرایط جنگی و وضعیت‌های اضطراری، که پس از سال‌ها شاید برای نسل جدید مدیران و کارکنان کمتر تجربه شده بود، بار دیگر اهمیت همبستگی و تعهد را نمایان ساخت.

در این شرایط، کارکنان و خانواده بزرگ گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی، چه در ستاد و چه در واحدهای عملیاتی، با همدلی و تلاش مستمر در کنار یکدیگر، در مدیریت بحران

با این حال، درصد اشغال، مشابه سال ۱۴۰۳ محقق شد. همچنین در حوزه خوراک و نوشیدنی، طی ۱۰ ماهه نخست سال، نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۳، افزایش در تعداد پرس‌های فروخته شده ثبت گردید.

از سوی دیگر، با کنترل هزینه‌ها و اجرای روش‌های مؤثر در بهینه‌سازی مصرف حامل‌های انرژی و مواد اولیه، سودآوری مجموعه در سال گذشته نسبت به سال ۱۴۰۳، بیش از ۹۰ درصد افزایش داشته است.

در حوزه آموزش نیز، بیش از ۱۳ هزار ساعت آموزش به‌صورت حضوری و آنلاین در ۱۰ ماهه سال جاری برگزار شد که این میزان، دو برابر مدت مشابه است.

۲- حجم بازسازی‌های انجام‌شده در سال ۱۴۰۴ نسبت به سال‌های



در سال ۱۴۰۴، با وجود شرایط خاص اجتماعی و سیاسی در منطقه و وقوع جنگ تحمیلی، به دلیل اعتماد هموطنان و مهمانان محترم به گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی، و همچنین تلاش در جهت حفظ نرخ‌ها متناسب با شرایط اقتصادی و ارائه خدمات باکیفیت، دستاوردهای قابل توجهی حاصل شد.

در این سال، با افزایش ظرفیت اقامتی از طریق بازپس‌گیری سه مجموعه از بهره‌برداران و بازسازی واحدهایی که مدت‌ها از چرخه اقامتی خارج بودند، ظرفیت مجموعه افزایش یافت.

عملکرد درخشان هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی در ایام جنگ تحمیلی

خدمت‌رسانی به مهمانان به ثبت رساندند. استقبال گسترده مسافران و عملکرد منسجم هتل‌های تابعه در این بازه زمانی، نشان‌دهنده آمادگی، انسجام و توان عملیاتی مجموعه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی در مواجهه با شرایط بحرانی و پیش‌بینی‌نشده بوده است.

همچنین شرکت سرمایه‌گذاری ایرانگردی و جهانگردی با تأکید بر مسئولیت اجتماعی خود، تلاش کرد در کنار ارائه خدمات اقامتی، فضایی امن، آرام و قابل اطمینان برای مسافران و خانواده‌ها فراهم آورد تا بخشی از دغدغه‌های ناشی از شرایط بحرانی کشور کاهش یابد.

پروازها، محدودیت‌های تردد و بسته بودن مسیرهای ارتباطی امکان بازگشت به شهر محل سکونت خود را نداشتند، بدون دریافت هزینه مازاد در هتل‌ها اسکان داده شدند.

در این ایام، کارکنان و مدیران هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی با حضور مستمر و شبانه‌روزی، نقش مؤثری در حفظ آرامش، امنیت و رفاه مهمانان ایفا کردند و با روحیه مسئولیت‌پذیری و همدلی، خدمات‌رسانی مطلوبی را در شرایط خاص کشور ارائه دادند.

شایان ذکر است هتل‌های استان‌های تهران، البرز، مازندران، گیلان، گلستان و سمنان با ثبت بالاترین درصد اشغال، رکوردهای جدیدی در پذیرش و

در این جلسه، تمهیدات لازم با هدف مدیریت شرایط اضطراری، حفظ آمادگی عملیاتی هتل‌ها و تداوم خدمات‌رسانی مطلوب به مسافران مورد بررسی قرار گرفت و تصمیمات لازم در راستای صیانت از حقوق مهمانان و ارتقای سطح خدمات اتخاذ شد.

در پی دستور مدیرعامل شرکت و با هدف ایجاد هماهنگی بیشتر، حفظ آرامش خاطر جامعه مشتریان و رعایت حقوق مسافران، تمامی درخواست‌های کنسلی رزرو بدون دریافت جریمه مورد پذیرش قرار گرفت و مبالغ پرداختی به‌صورت کامل به مهمانان بازگردانده شد. همچنین مسافرانی که به دلیل لغو



به گزارش روابط عمومی گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی، همزمان با آغاز جنگ تحمیلی، جلسه کمیته بحران و پدافند غیرعامل شرکت با حضور مدیرعامل، معاونین و مدیران هتل‌های تابعه به‌صورت برخط برگزار شد.

هتل‌های جهانگردی کشور در سال گذشته میزبان حضور وزیر کار، ارتباطات و گردشگری بودند



هتل‌های جهانگردی، به عنوان یکی از مجموعه‌های با سابقه در صنعت هتلداری کشور، با فراهم آوردن فضایی مناسب و ارائه خدمات استاندارد، بستری شایسته برای برگزاری این نشست‌ها و گردهمایی‌ها فراهم آوردند.

در طول سال گذشته، هتل‌های جهانگردی سراسر کشور میزبان حضور وزیر کار و رفاه اجتماعی، ارتباطات و فناوری اطلاعات و میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، به همراه معاونان و مشاوران ارشد آنان بودند.



علی اکبر یارویسی در گفتگو با ایلنا:

برند هتل جهانگردی نقش مهمی در جلب اعتماد گردشگران دارد

سیاست‌های کلان گروه، نقش مهمی در موفقیت هتل‌ها داشته است. هماهنگی بین ستاد و واحدهای اجرایی، ارتقای کیفیت خدمات و توسعه نیروی انسانی باعث افزایش رضایتمندی مهمانان و بهبود عملکرد گروه شده است.

بخش برای میهمانان نوروزی است.

چه راهکارها و برنامه‌هایی را برای جذب بیشتر گردشگران در منطقه مدنظر دارید؟

تقویت همکاری با آژانس‌های مسافرتی و دفاتر خدمات گردشگری، حضور فعال در فضای دیجیتال و سامانه‌های رزرو آنلاین، معرفی جاذبه‌های گردشگری، تاریخی و فرهنگی مناطق تحت پوشش، طراحی بسته‌های اقامتی و گردشگری ویژه ایام خاص و آخر هفته، تعامل با کسب‌وکارهای محلی برای ارائه تجربه‌های مشترک و تمرکز بر کیفیت خدمات برای ایجاد مزیت رقابتی نسبت به اقامتگاه‌های غیررسمی.

اجرای این اقدامات باعث افزایش سهم گروه هتل‌های زاگرس در بازار گردشگری و ارتقای تجربه میهمانان خواهد شد.

مثبت و قابل قبول ارزیابی می‌شود. تمرکز بر مدیریت بهینه، حفظ کیفیت خدمات و ارتقای تجربه مهمانان موجب شده گروه بتواند عملکرد موفق‌تری در بازار گردشگری ارائه دهد و جایگاه خود را در میان هتل‌های مطرح کشور حفظ کند.

برند «هتل جهانگردی» چه میزان در افزایش استقبال و جذب مهمان برای مجموعه شما تأثیرگذار بوده است؟

برند ایرانگردی و جهانگردی به‌عنوان یکی از شناخته‌شده‌ترین برندهای صنعت هتلداری کشور، نقش مهمی در جلب اعتماد مهمانان و انتخاب هتل‌های زیرمجموعه دارد. این سابقه و گستردگی برند، یک مزیت رقابتی برای گروه زاگرس ایجاد کرده و در جذب گردشگران داخلی و خارجی مؤثر است.

ارزیابی شما از رویکرد مدیریتی، حمایت‌ها و سیاست‌های کلان مجموعه هتل‌های جهانگردی چیست؟

حمایت‌های ستاد مرکزی و



پیش‌تر تعطیل بودند، بازگشایی و به چرخه خدمات اضافه شده‌اند.

آیا طی دو سال گذشته هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟

در صورت مثبت بودن پاسخ، این رشد درآمدی را ناشی از چه عواملی می‌دانید و در کدام بخش‌ها نمود بیشتری داشته است؟

طی دو سال گذشته، گروه هتل‌های زاگرس افزایش درآمد مناسبی تجربه کرده‌اند.

این رشد عمدتاً ناشی از ارتقای کیفیت خدمات، بهسازی و نوسازی واحدها، بهبود ضریب اشغال و همکاری با آژانس‌ها و توره‌های داخلی و خارجی بوده است.

بهبود تجربه مهمانان و ارائه خدمات با استانداردهای بالاتر، نقش اصلی در افزایش درآمد و تقویت جایگاه گروه در بازار گردشگری داشته است.

عملکرد مجموعه تحت مدیریت شما در سال گذشته را به‌طور کلی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

عملکرد گروه زاگرس در سال گذشته

علی اکبر یارویسی، مدیر هتل جهانگردی سنندج و گروه زاگرس در گفتگو با ایلنا به بررسی شرایط این مجموعه در سالی که گذشت و همچنین تشریح برنامه‌های آتی پرداخت. مشروح این گفتگو به شرح زیر است:

در کدام‌یک از هتل‌های زاگرس، طی دو سال گذشته عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

اگر بخواهم دقیق‌تر بگویم هتل‌های زنجان، خرم‌آباد، سنندج و مریوان در بخش‌هایی مورد بازسازی و بهسازی قرار گرفته و در بخش‌هایی هم فرایند زیباسازی را داشتیم.

در هتل‌های زیرمجموعه گروه زاگرس طی دو سال گذشته اقدامات گسترده‌ای در حوزه بازسازی و نوسازی انجام شده است.

این اقدامات شامل بهبود کیفیت اتاق‌ها، لابی، رستوران‌ها و محوطه‌ها بوده و با هدف ارتقای خدمات و افزایش رضایتمندی مهمانان صورت گرفته است.

همچنین برخی واحدهای پذیرایی که



مدیر هتل جهانگردی یزد در گفتگو با ایلنا:

رشد سودآوری در گروه آفتاب با تکیه بر بازسازی و مدیریت هدفمند

مدیریت مجموعه طی دو سال گذشته یکی از بهترین دوره‌های خود را سپری کرده است.

از جمله نکات برجسته می‌توان به نگاه اقتصادی و برنامه‌ریزی بلندمدت، توجه به حفظ کرامت نیروی انسانی، برگزاری جلسات و همایش‌های تخصصی، اشراف کامل مدیرعامل به صنعت هتلداری و حمایت از برنامه‌های توسعه‌ای اشاره کرد. همچنین حضور معاونان توانمند و هماهنگ، نقش مؤثری در پیشبرد اهداف مجموعه داشته است.

چه راهکارهایی برای جذب بیشتر گردشگران در منطقه مدنظر دارید؟

- ارائه خدمات باکیفیت و مطابق با استانداردهای روز
- استفاده از ظرفیت بازاریابی دیجیتال و فضای مجازی
- توجه مستمر به بازسازی و نگهداری هتل‌ها
- همکاری با دفاتر خدمات گردشگری و آژانس‌ها برای جذب گردشگران داخلی و خارجی
این اقدامات در راستای افزایش رضایتمندی مهمانان و توسعه سهم بازار گردشگری منطقه دنبال می‌شود.

عملکرد مجموعه تحت مدیریت شما در سال گذشته را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

عملکرد هتل یزد طی دو سال گذشته قابل توجه بوده است. میانگین ضریب اشغال این واحد که در ۱۵ سال گذشته حدود ۴۵ درصد بوده، در این مدت به ۶۰ درصد افزایش یافته است.

این در حالی است که به دلیل کاهش گردشگر و افزایش رقبا، ضریب اشغال سایر هتل‌های استان به زیر ۳۰ درصد رسیده است. حفظ ضریب اشغال ۶۰ درصدی همراه با افزایش نرخ فروش و رشد حدود ۸۰ درصدی سود، نشان‌دهنده عملکرد موفق مجموعه است.

برند «هتل جهانگردی» چه میزان در افزایش استقبال و جذب مهمان تأثیرگذار بوده است؟

با توجه به گسترش تبلیغات در فضای مجازی و معرفی گسترده هتل‌ها در سراسر کشور، برند «ایرانگردی» همچنان به دلیل قدمت، کیفیت خدمات و قیمت مناسب، مورد اعتماد و ترجیح مهمانان قرار دارد. ارزیابی شما از رویکرد مدیریتی، حمایت‌ها و سیاست‌های کلان مجموعه چیست؟

لابی، رنگ‌آمیزی، تعویض تجهیزات و انجام تعمیرات اساسی صورت گرفته است. همچنین رستوران حمام خان یزد که پیش‌تر تعطیل بود، در دوره مدیریت خانم عباسی بازگشایی، بازسازی و مجدداً به چرخه خدمات پذیرایی بازگشته است.

آیا طی دو سال گذشته هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟ این رشد ناشی از چه عواملی بوده است؟

بله، هتل‌های زیرمجموعه در دو سال گذشته با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند: هتل شهرکرد: با پیگیری‌های انجام‌شده در حوزه بهسازی و نوسازی و افزایش تعداد اتاق‌ها، از واحد زیان‌ده به واحد سودده تبدیل شده است.

هتل نایین: با مدیریت هزینه، از زیان‌دهی به سوددهی رسیده است.

هتل یزد: با وجود کاهش گردشگران در استان، این هتل با افزایش فروش و رشد حدود ۸۰ درصدی سود مواجه شده که نتیجه بازسازی اتاق‌ها و ارتقای کیفیت خدمات بوده است.



مدیر گروه منطقه آفتاب شرکت ایرانگردی و جهانگردی از اجرای گسترده پروژه‌های بازسازی در هتل‌های زیرمجموعه خبر داد و اعلام کرد: این اقدامات، در کنار مدیریت هزینه و ارتقای خدمات، منجر به افزایش قابل توجه درآمد و سودآوری واحدها شده است.

در کدام‌یک از هتل‌های زیرمجموعه گروه آفتاب، طی دو سال گذشته عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

در هتل‌های زیرمجموعه گروه آفتاب اقدامات متنوعی در حوزه بازسازی و بهسازی انجام شده و به‌طور کلی تمامی واحدها تحت مدیریت، بهینه‌سازی و نوسازی‌هایی در بخش‌های مختلف داشته‌اند. به‌عنوان نمونه، در هتل‌های نایین، شهرکرد، گلپایگان، حمام خان و یزد، بازسازی اتاق‌ها، بهسازی

تاج محمد نصرت در گفتگو با ایلنا:

بازسازی میل ۷۲، رشد در آمد هتل‌ها و برنامه‌های سال جدید برای جذب بیشتر گردشگر

آیا طی دو سال گذشته هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟ این رشد ناشی از چه عواملی بوده و در کدام بخش‌ها نمود بیشتری داشته است؟

بله، این رشد درآمدی حاصل مجموعه‌ای از عوامل بوده است؛ از جمله ارائه خدمات باکیفیت، کارکنان آموزش‌دیده و حرفه‌ای، اعتبار برند جهانگردی، آموزش مستمر نیروها، ارزیابی عملکرد، ایجاد انگیزه درون‌سازمانی، توجه به شأن و منزلت کارکنان، رعایت حقوق و رفاهیات پرسنل، انتخاب کارمند نمونه و برخورد حرفه‌ای کارکنان.

موقعیت مکانی مناسب هتل‌ها و

خوشبختانه با دید مثبت و توجه ویژه سرکار خانم دکتر فریبا عباسی، مدیرعامل گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی، به بازسازی و ارتقای کیفیت خدمات هتل‌های سراسر کشور، مهمانسرای جهانگردی میل ۷۲ در نقطه صفر مرزی ایران و پاکستان که سال‌ها در اختیار بهره‌بردار بود، در سال ۱۴۰۲ پس از بازسازی کامل دوباره به زنجیره خدمت‌رسانی مجموعه بازگشت.

همچنین با همت و پیگیری‌های مدیرعامل محترم و بازدیدهای میدانی انجام‌شده از سوی ایشان و معاونین، به امید خدا در سال ۱۴۰۵ نیز هتل جهانگردی زاهدان که از هتل‌های سودده شرکت است، بازسازی اصولی و حرفه‌ای خواهد شد.

تاج محمد نصرت، مدیر هتل جهانگردی زاهدان و مدیر گروه هتل‌های جهانگردی سیستان و بلوچستان با اشاره به رشد درآمدی هتل‌های زیرمجموعه در دو سال گذشته، این افزایش را حاصل ارتقای کیفیت خدمات، آموزش نیروی انسانی و اعتبار برند جهانگردی دانست و پیشنهادهایی برای توسعه گردشگری در استان ارائه داد.

در کدام‌یک از هتل‌های منطقه سیستان و بلوچستان طی دو سال گذشته عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

آخرین بازسازی و بهسازی در این گروه تقریباً ۱۰ سال پیش انجام شده بود.



مدیر هتل جهانگردی زاهدان و مدیر گروه هتل‌های جهانگردی سیستان و بلوچستان، با تشریح آخرین اقدامات انجام‌شده در مجموعه، از بازسازی کامل مهمانسرای جهانگردی میل ۷۲ و بازگشت آن به چرخه خدمت‌رسانی خبر داد.

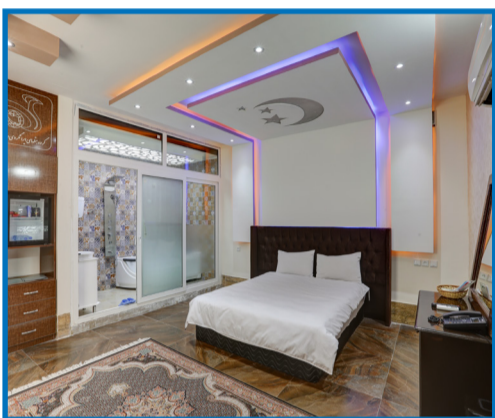
کوبری استان، راه‌اندازی پیست SAFARI در اطراف زاهدان، برگزاری مسابقات شترسواری، جشن برداشت انار در روستای سنگان و ایجاد برنامه‌های فرهنگی، هنری و ورزشی می‌تواند نقش مؤثری در جذب گردشگر ایفاء کند.

مشری مداری نقش مؤثری ایفاء کند. حمایت مستمر از اجرای برنامه‌های شرکت و تأکید بر رعایت اصول و قوانین، از رویکردهای ثابت و پیگیری شده مدیریت مجموعه بوده است.

بزرگ‌ترین و خوشنام‌ترین زنجیره هتلداری کشور، نقش مهمی در جذب مهمانان ایفاء کرده است.

دسترسی آسان به مراکز اداری و تجاری نیز در افزایش درآمد مؤثر بوده است.

بیشترین رشد در بخش اقامت و خدمات غذایی مشاهده شده است.



چه راهکارهایی برای جذب بیشتر گردشگر در منطقه مدنظر دارید؟

برگزاری تورهای گروهی به مقصد زاهدان و جاذبه‌های شاخص استان از جمله روستای گردشگری تمین، آتشفشان تفتان، نخلستان‌ها، شهر سوخته زابل و دهانه غلامان از برنامه‌های پیشنهادی است.

برنامه‌ریزی‌های استراتژیک شرکت، توجه به حقوق مهمانان و کارکنان، نیروهای آموزش‌دیده و قرارگیری هتل‌ها در موقعیت‌های مناسب شهری، همگی در این استقبال مؤثر بوده‌اند.

عملکرد مجموعه در سال گذشته چگونه بوده است؟

عملکرد مجموعه در سال گذشته بسیار مطلوب بوده است و جا دارد از مدیرعامل محترم، معاونین گرامی و تمامی همکاران تلاشگر و مسئولیت‌پذیر قدردانی کنم.

مدیریت مجموعه هتل جهانگردی و سیاست‌های کلی آن چگونه بوده است؟

مدیریت مجموعه با احترام به مهمانان و کارکنان و ایجاد انسجام سازمانی، توانسته در راستای اهداف شرکت و

برند هتل جهانگردی چه میزان در استقبال از مجموعه تأثیر داشته است؟

برند هتل جهانگردی، به‌عنوان

مهران سوخکیان در گفتگو با ایلنا مطرح کرد:

نوسازی ۴ هتل در گروه خلیج فارس

از مدیران و کارکنان، توجه به امور معیشتی و فرهنگی پرسنل، ایجاد انگیزه مالی و معنوی و برگزاری جلسات منظم، موفقیت مجموعه را تضمین کرده است.

عملکرد هتل‌های گروه، با وجود شرایط رقابتی و محدودیت‌های منطقه‌ای، بسیار مثبت و موفق ارزیابی می‌شود.

در چهار هتل زیرمجموعه گروه خلیج فارس شامل یاسوج، فیروزآباد، فسا و بوشهر انجام شده است.



این سیاست‌ها، همراه با برنامه‌ریزی دقیق کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت، باعث افزایش بهره‌وری و حفظ جایگاه هتل‌ها در بازار شده است.

تلاش مستمر مدیریت و کارکنان، برنامه‌ریزی اصولی و بازسازی‌های انجام‌شده، موجب حفظ جایگاه هتل‌ها در بازار و افزایش رضایتمندی مهمانان شده است.

این اقدامات شامل ارتقای کیفیت واحدهای اقامتی و بهسازی فضاهای عمومی بوده و با هدف افزایش رضایتمندی مهمانان و ارتقای استاندارد خدمات اجرا شده‌اند.

مدیر گروه خلیج فارس شرکت ایرانگردی و جهانگردی از اجرای پروژه‌های بازسازی در چهار هتل زیرمجموعه خبر داد و اعلام کرد که این اقداماتی، در کنار بازاریابی هدفمند، منجر به رشد قابل توجه درآمدی در دو سال گذشته شده است.

چه راهکارهایی برای جذب بیشتر گردشگر در منطقه مدنظر دارید؟

- نوسازی و بهسازی واحدها به ویژه برای رقابت با هتل‌های جدید
 - افزایش ظرفیت و ارتقای کیفیت خدمات اقامتی و پذیرایی
 - بازاریابی هدفمند و همکاری با آژانس‌های گردشگری

برند هتل جهانگردی چه میزان در استقبال از مجموعه تأثیرگذار بوده است؟

برند ملی و شناخته‌شده هتل جهانگردی نقش بسیار مهمی در جذب مهمانان و افزایش اعتماد آن‌ها دارد.

آیا طی دو سال گذشته، هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟ این رشد ناشی از چه عواملی بوده است؟

بله، تمام هتل‌های زیرمجموعه در دو سال اخیر شاهد رشد درآمدی قابل توجه بوده‌اند. عوامل اصلی این موفقیت عبارتند از:

مهران سوخکیان، مدیر هتل دلوار بوشهر و مدیر گروه خلیج فارس، در گفتگو با ایلنا به تشریح وضعیت بازسازی هتل‌ها، عملکرد مالی، نقش برند و برنامه‌های نوروزی این مجموعه پرداخت.

ارائه خدمات متنوع و با کیفیت که تجربه‌ای مثبت برای مهمانان ایجاد کند و آن‌ها را به سفیران افتخاری هتل تبدیل نماید.

بازسازی‌ها و ارتقای کیفیت خدمات در دو سال اخیر موجب شده است استقبال مهمانان از هتل‌ها افزایش یابد و این برند به‌عنوان یک نماد ارزشمند ملی، جایگاه ویژه‌ای در میان هموطنان دارد.

- بازسازی و بهسازی واحدها که کیفیت خدمات را ارتقا داده و رضایت مهمانان را افزایش داده است.

- بازاریابی هدفمند و توسعه بازار، به ویژه جذب مهمانان تجاری و اداری

- بهبود و تنوع خدمات رفاهی، از جمله کافی‌شاپ، رستوران و فضاهای عمومی

عملکرد مجموعه در سال گذشته را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در کدام یک از هتل‌های زیرمجموعه، طی دو سال گذشته عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

در دو سال گذشته، بازسازی و نوسازی

این اقدامات موجب تقویت جایگاه هتل‌های گروه در بازار گردشگری و افزایش سهم آن‌ها از پذیرش مهمانان خواهد شد.

ارزیابی شما از رویکرد مدیریتی و سیاست‌های کلان مجموعه چیست؟

مدیریت ارشد شرکت با نگاه ویژه به توسعه و بازسازی هتل‌ها، حمایت

ساسان فخر در گفتگو با ایلنا:

مدیریت مجموعه هتل جهانگردی زمینه‌ساز رشد و بهره‌وری مطلوب در زیر مجموعه‌ها شده است

برند هتل جهانگردی چقدر در استقبال از مجموعه شما تأثیر دارد؟ برند ملی و شناخته شده گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی تأثیر بسزایی در استقبال مهمانان داشته است.

بازسازی‌های صورت گرفته در دو سال اخیر باعث افزایش اعتماد و رضایتمندی مهمانان شده و جایگاه ارزشمند این برند ملی همواره مورد توجه هموطنان قرار دارد.

مدیریت مجموعه هتل جهانگردی و حمایت ایشان و سیاست‌های کلی مجموعه چطور بوده است؟

یکی از ارکان موفقیت مجموعه، نگاه ویژه مدیریت شرکت به توسعه و بازسازی هتل‌ها و ارتقای کیفیت خدمات است. مدیریت ارشد با تدوین و اجرای دقیق سیاست‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت عملیاتی و حمایت مستمر از پرسنل و پروژه‌های عمرانی، زمینه رشد و بهره‌وری مستمر واحدها را فراهم کرده است.

مهم‌ترین عوامل این رشد عبارتند از: بازسازی و بهسازی واحدها که باعث افزایش رضایتمندی مهمانان و ارتقای کیفیت خدمات شده است، افزایش نرخ اقامت و خدمات پذیرایی متناسب با بازار، بازگشت واحدهای بازسازی شده به چرخه فروش، تنوع مسیرهای درآمدی در برخی هتل‌ها، شامل فروش غذا و خدمات جانبی به عنوان نمونه، در هتل‌های چلندر و دیزین، بازسازی‌های گسترده باعث افزایش محسوس فروش و جذب مهمانان بیشتر شده است.

عملکرد مجموعه شما در سالی که گذشت در مجموع چطور بوده است؟

عملکرد مجموعه نسبت به رقبا و شرایط حاکم بسیار مطلوب و رو به رشد بوده است. انسجام مدیریتی، تلاش کارکنان و اجرای برنامه‌های عملیاتی منظم از عوامل اصلی موفقیت مجموعه در سال گذشته محسوب می‌شوند.



بهره‌برداری و ارتقای سطح خدمات در مجموعه گردیده است.

علاوه بر این، در سایر هتل‌های گروه، بهسازی‌های متعددی صورت گرفته که شامل نوسازی اتاق‌ها، تعویض موکت و کفپوش، رنگ‌آمیزی فضاهای اقامتی، اصلاح تجهیزات و وسایل چوبی، بهسازی کلبه‌ها و ویلاها، اصلاح زیرساخت‌های تأسیساتی و بازسازی محوطه‌ها بوده است. این اقدامات با هدف افزایش کیفیت خدمات و رضایتمندی مهمانان در تمامی واحدها اجرا شده است.

آیا طی دو سال گذشته، هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟ در صورت مثبت بودن پاسخ، این رشد درآمدی را ناشی از چه عواملی می‌دانید و در کدام بخش‌ها نمود بیشتری داشته است؟

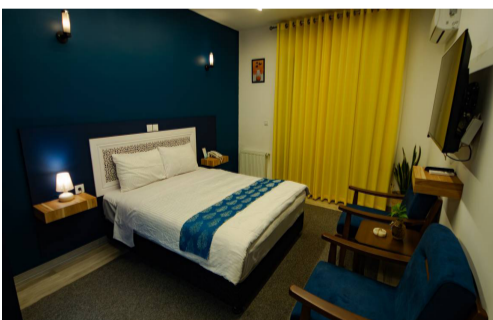
بله، در تمامی هتل‌های گروه دماوند و طبرستان شاهد افزایش درآمد بوده‌ایم.

ساسان فخر، مدیر هتل جهانگردی میگون و گروه دماوند و طبرستان در گفتگو با ایلنا از برنامه‌های این مجموعه صحبت کرد و همچنین در مورد شرایط هتل‌های این مجموعه و برنامه‌هایشان توضیحاتی ارائه داد.

در کدام یک از هتل‌های گروه طبرستان و دماوند، طی دو سال گذشته عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

در دو سال گذشته، گروه هتل‌های دماوند و طبرستان اقدامات گسترده‌ای در زمینه بازسازی و بهسازی واحدهای اقامتی و پذیرایی انجام داده است. بازسازی یک دستگاه ویلای vip ، ۱۱ دستگاه کلبه، ۱۴ اتاق vip در هتل چلندر که بیش از ۲۰ سال از مدار فروش خارج شده بودند و همچنین ۱۰ باب اتاق هتل دیزین به‌طور کامل بازسازی و مجدداً به چرخه اقامتی و پذیرایی بازگشته‌اند.

این امر موجب افزایش ظرفیت



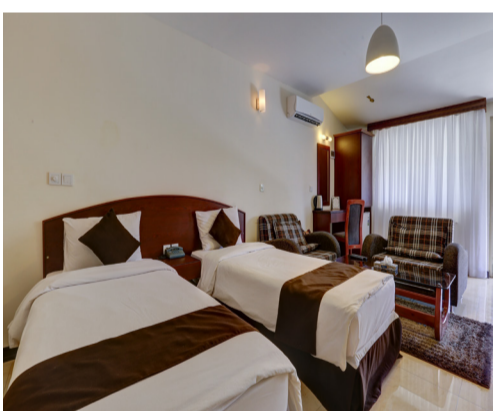
آرمان برق‌پیما در گفتگو با ایلنا مطرح کرد:

تمرکز بر توسعه خدمات جانبی در گروه پارس

مجموعه، معقول و مناسب ارزیابی می‌شود.

چه راهکارهایی برای جذب بیشتر گردشگر در منطقه مدنظر دارید؟

با توجه به سیاست‌های فعلی شرکت، تمرکز اصلی بر توسعه بخش غذا و نوشیدنی، تالارها و ایجاد درآمدهای جانبی و متفرقه است که می‌تواند به جذب بیشتر مخاطبان و افزایش درآمد کمک کند.



برنامه‌ریزی در فروش اتاق، تالار و رستوران، شاهد افزایش درآمد نسبت به گذشته بوده‌ایم.

واحد تخت جمشید: علاوه بر افزایش نرخ، با تجهیز و اضافه کردن دو اتاق جدید و تمرکز بر فروش اتاق به جای سوئیت، درآمد مجموعه افزایش یافته است.

عملکرد مجموعه در سال گذشته را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در نیمه نخست سال، پیش از بروز برخی اتفاقات سیاسی و شرایط خاص، عملکرد مجموعه بسیار مطلوب و حتی عالی بود.

اما در نیمه دوم سال، تحت تأثیر این شرایط خارج از کنترل، کاهش چشمگیری در عملکرد مشاهده شد که این روند در تمامی هتل‌های شهر نیز به صورت محسوس وجود داشته است.

برند هتل جهانگردی چه میزان در استقبال از مجموعه تأثیرگذار بوده است؟

این برند تأثیر قابل توجهی در جذب مهمانان و افزایش اعتماد آن‌ها به مجموعه دارد.

ارزیابی شما از رویکرد مدیریتی و سیاست‌های کلان مجموعه چیست؟

رویکرد مدیریتی و سیاست‌های کلی

شده است. همچنین در واحد سیرجان، بازسازی در حوزه تأسیسات و اتصال به شبکه فاضلاب شهری صورت گرفته است.

در واحد تخت جمشید نیز اقدامات قابل توجهی از جمله ساخت سالن جدید، افزایش مساحت سالن رستوران و تجهیز و بازسازی دو اتاق با هدف افزایش ظرفیت فروش انجام شده است.

آیا طی دو سال گذشته، هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟ این رشد ناشی از چه عواملی بوده است؟

بله، در واحدهای شیراز، سیرجان، لار و تخت جمشید افزایش درآمد حاصل شده است:

واحد شیراز: علاوه بر افزایش نرخ، با برنامه‌ریزی در فروش رستوران و تالارها و طراحی پکیج‌های متنوع با قیمت‌های مختلف برای جذب مشتری، همچنین ایجاد مراکز درآمدی جدید مانند کافی‌شاپ و سالن بلیارد، درآمد افزایش یافته است.

واحد سیرجان: علاوه بر افزایش نرخ، فعالیت‌های مدیریتی در جذب مشتریان محلی و همکاری با ارگان‌ها و شرکت‌های معدنی در حوزه فروش غذا و اتاق، نقش مؤثری در رشد درآمد داشته است.

واحد لار: با اخذ نرخنامه جدید و



مدیر گروه پارس شرکت ایرانگردی و جهانگردی از اجرای پروژه‌های بازسازی در واحدهای استهبان، سیرجان و تخت جمشید خبر داد و تأکید کرد که توسعه خدمات جانبی و برنامه‌ریزی فروش، نقش مهمی در افزایش درآمد هتل‌ها داشته است.

آرمان برق‌پیما، مدیر هتل شیراز و مدیر گروه پارس، در گفت‌وگویی به تشریح اقدامات انجام‌شده در حوزه بازسازی، وضعیت درآمدی، عملکرد سال گذشته و برنامه‌های پیش‌روی این مجموعه پرداخت.

در کدام‌یک از هتل‌های زیرمجموعه، طی دو سال گذشته عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

در دو سال گذشته، در واحد استهبان بازسازی در بخش آشپزخانه انجام

محمد خدایی در گفتگو با ایلنا مطرح کرد:

درخشش هتل‌های گروه آذربایجان در مسیر نوسازی و ارتقای خدمات

افزایش رضایتمندی مهمانان، اقدامات متعددی در زمینه بهسازی و تجهیز فضاهای اقامتی، لابی‌ها، تالارها و محوطه‌ها صورت گرفته است.

آیا طی دو سال گذشته، هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟

بله، خوشبختانه در کلیه واحدهای منطقه افزایش قابل توجهی در درآمدها مشاهده شده است؛ به‌ویژه در هتل جهانگردی سراب و هتل جهانگردی جلفا که پس از اجرای پروژه‌های بازسازی و

عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

در دوره مدیریت اخیر، یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های بازسازی در گروه هتل‌های آذربایجان به انجام رسید؛ به‌گونه‌ای که هتل جهانگردی جلفا پس از حدود بیست سال، از صفر تا صد به‌صورت کامل مورد بازسازی اساسی قرار گرفت.

این نوسازی تمامی بخش‌ها از جمله ابنیه، تأسیسات فنی و مکانیکی، محوطه و تجهیزات را دربرمی‌گرفت.

همچنین در سایر هتل‌های زیرمجموعه نیز با هدف ارتقای کیفیت خدمات و

نوسازی گسترده، ارتقای کیفیت خدمات، و رشد محسوس درآمدها، نشانه‌ای از رویکردی حرفه‌ای و تحول‌گرا در مدیریت این گروه است.

محمد خدایی، مدیر هتل جهانگردی ارومیه و مدیر گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی منطقه آذربایجان، درباره مهم‌ترین اقدامات انجام‌شده، دستاوردهای دو سال گذشته، و برنامه‌های آینده هتل‌های این گروه صحبت کرد.

گفتگوی او با ایلنا را می‌خوانید:

در کدام‌یک از هتل‌های گروه آذربایجان طی دو سال گذشته



مدیر هتل جهانگردی ارومیه و مدیر گروه هتل‌های آذربایجان، عنوان کرد طی دو سال اخیر تحولات اساسی در مجموعه هتل‌های منطقه رقم خورده است.

زیرساخت‌های منطقه‌ای و همکاری دستگاه‌های مرتبط است. در این راستا، هتل‌ها با تمرکز بر کیفیت خدمات، تجربه‌سازی برای گردشگران و افزایش رضایتمندی آنان، تلاش می‌کنند تا هر مهمان به یک سفیر افتخارآمیز گردشگری آذربایجان تبدیل شود.



و سیاست‌های کلان مجموعه چیست؟

تدوین و اجرای سیاست‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت از ارکان اصلی موفقیت مجموعه محسوب می‌شود.

مدیریت ارشد شرکت با رویکردی برنامه‌محور، عدالت‌محور و اجرایی توانسته مسیر توسعه متوازن هتل‌ها را هدایت کند و ضمن افزایش کارایی، جایگاه مجموعه را در صنعت گردشگری کشور تثبیت نماید.

چه راهکارهایی برای جذب بیشتر گردشگر در منطقه مدنظر دارید؟

توسعه گردشگری مستلزم تقویت

پیوسته‌ی اقتصادی و افزایش رضایت مهمانان است.

برند هتل جهانگردی چه میزان در استقبال از مجموعه تأثیرگذار بوده است؟

برند گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی با بیش از پنج دهه سابقه در صنعت هتلداری ایران، از اعتماد و اعتبار عمومی گسترده‌ای برخوردار است.

حفظ و ارتقای این برند در مجموعه آذربایجان، تأثیر بسیار زیادی در افزایش استقبال مهمانان و ارتقای جایگاه منطقه‌ای هتل‌ها داشته است.

ارزیابی شما از رویکرد مدیریتی

ارتقای خدمات، شاهد رشد محسوس در شاخص‌های فروش و ضریب اشغال بوده‌اند.

این افزایش درآمد نتیجه‌ی مستقیم مدیریت اصولی، نوسازی زیرساخت‌ها، و تمرکز بر بهبود کیفیت خدمات اقامتی و پذیرایی است.

عملکرد مجموعه در سال گذشته را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با توجه به وضعیت رقابتی صنعت گردشگری، عملکرد مجموعه در سال گذشته بسیار مطلوب و رو به رشد ارزیابی می‌شود.

شاخص‌های عملکردی هتل‌ها نشان‌دهنده‌ی ثبات مدیریتی، رشد

کامیار صفری در گفتگو با ایلنا مطرح کرد:

رشد در آمد و نوسازی گسترده، کلیدهای موفقیت در صنعت هتلداری

مدیریت مجموعه چه رویکردی دارد و سیاست‌های کلان آن چیست؟

مدیریت مجموعه با رویکردی حمایتی، توسعه‌محور و آینده‌نگر عمل کرده است. سیاست‌های کلان بر ارتقای کیفیت خدمات، بهبود زیرساخت‌ها، توانمندسازی نیروی انسانی و افزایش بهره‌وری متمرکز بوده و این انسجام مدیریتی نقش مهمی در ثبات و رشد مجموعه ایفاء کرده است.

و در پایان بفرمایید راهبرد شما برای جذب گردشگر چیست؟

راهبرد ما در جذب گردشگر بر سه محور اصلی استوار است: توسعه همکاری با آژانس‌ها و پلتفرم‌های فروش آنلاین، معرفی حرفه‌ای ظرفیت‌ها و جاذبه‌های منطقه از طریق تولید محتوای هدفمند و طراحی بسته‌های ترکیبی اقامت و گردشگری است و در کنار این موارد، تمرکز ویژه‌ای بر ارتقای کیفیت خدمات و افزایش نرخ بازگشت مهمانان داریم؛ چراکه معتقدیم بهترین تبلیغ، رضایت مشتری است.



تنوع‌بخشی موفق به منابع درآمدی است. با توجه به شرایط اقتصادی کشور و چالش‌های صنعت گردشگری، عملکرد سال گذشته مجموعه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با وجود شرایط اقتصادی کشور و چالش‌های عمومی صنعت گردشگری، عملکرد سال گذشته مجموعه مثبت و رو به رشد ارزیابی می‌شود.

تمرکز بر کنترل هزینه‌ها، افزایش بهره‌وری، ارتقای رضایت مهمانان و تقویت سرمایه انسانی موجب شد سال مالی را با نتایجی قابل قبول و امیدوارکننده به پایان برسانیم.

مهم‌ترین مزیت رقابتی شما در بازار چیست؟

بی‌تردید برند معتبر هتل‌های جهانگردی یکی از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی ما محسوب می‌شود.

پیشینه طولانی، گستره جغرافیایی و اعتماد عمومی به این نام، سرمایه‌ای ارزشمند است که نقش بسزایی در انتخاب مجموعه توسط مسافران دارد.

این برند حس اطمینان و خاطره‌انگیزی را برای نسل‌های مختلف ایجاد کرده و همچنان پشتوانه‌ای قوی برای توسعه بازار ماست.

در این بازه زمانی برنامه نوسازی و بهسازی در چند بخش از مجموعه به صورت هدفمند اجرا شده است.

این اقدامات شامل؛ بازسازی اتاق‌ها، ارتقای فضاهای عمومی، بهبود سیستم‌های تأسیساتی و استانداردسازی تجهیزات بوده است.

رویکرد در این بازسازی‌ها صرفاً زیباسازی نبوده؛ تمرکز اصلی بر ارتقای تجربه مهمان، افزایش بهره‌وری و تطبیق با استانداردهای روز صنعت هتلداری بوده است و این مسیر توسعه همچنان با برنامه‌ریزی منسجم ادامه دارد.

روند درآمدی مجموعه در دو سال اخیر چگونه بوده و علت رشد آن را در چه می‌بینید؟

خوشبختانه در دو سال اخیر روند درآمدی مجموعه صعودی بوده است.

این رشد حاصل مجموعه‌ای از اقدامات مدیریتی از جمله بهبود کیفیت خدمات، فعال‌سازی ظرفیت‌های فروش آنلاین، تمرکز بر بازاریابی هدفمند، مدیریت هوشمند نرخ‌گذاری و افزایش ضریب اشغال است.

بیشترین نمود رشد در بخش اقامت و پس از آن در حوزه خدمات پذیرایی و برگزاری رویدادها مشاهده شده که نشان‌دهنده



مدیر گروه هتل ایرانگردی و جهانگردی منطقه کاسپین، تازه‌ترین اقدامات در حوزه نوسازی زیرساخت‌ها، بهبود کیفیت خدمات، روند روبه‌رشد شاخص‌های درآمدی، نقش برند هتل جهانگردی را در روند مثبت این مجموعه تشریح کرد.

کامیار صفری، مدیر گروه هتل ایرانگردی و جهانگردی کاسپین، در مورد شرایط نوسازی‌های انجام شده طی دو سال اخیر، عوامل رشد درآمد، عملکرد سال گذشته و شرایط حال حاضر مجموعه با خبرگزاری ایلنا گفتگو کرد.

بر اهمیت نوآوری در ارائه خدمات، تمرکز بر بازارهای هدف و استمرار توسعه پایدار تأکید کرد. در ادامه گفتگوی کامیار صفری با ایلنا را می‌خوانید؛

طی دو سال گذشته چه برنامه‌هایی برای نوسازی و بهسازی مجموعه کاسپین انجام شده است؟

سال اعتماد قهرمانان به هتل‌های جهانگردی؛

روایتی از میزبانی ماندگار برای تیم‌های ورزشی سراسر ایران



تقویت کرد و آن‌ها را به انتخاب این هتل‌ها برای رویدادهای ورزشی ترغیب نمود.

دست‌آورد سال گذشته برای هتل‌های جهانگردی: میزبانی از قهرمانان

مدیران هتل‌های جهانگردی در سال گذشته، با تمرکز بر ارتقاء سطح خدمات تخصصی برای جامعه ورزش، توانستند اعتماد تیم‌های ورزشی را جلب کنند.



این موفقیت، نتیجه‌ی برنامه‌ریزی دقیق برای تأمین نیازهای ورزشی، همکاری با متخصصان تغذیه ورزشی، فراهم آوردن فضاهای مناسب برای تمرین و ریکاوری، و تلاش برای ایجاد محیطی آرام و حرفه‌ای بوده است.

حضور تیم‌های ورزشی به عنوان یک دست‌آورد مهم در گزارش عملکرد سال گذشته این هتل‌ها ثبت شده و به عنوان شهادی بر توانمندی آن‌ها در میزبانی از رویدادهای ورزشی مطرح است.

چشم‌اندازی روشن برای همکاری ورزش و گردشگری

سال گذشته، با حضور تیم‌های ورزشی در هتل‌های جهانگردی سراسر کشور، فصل جدیدی از همکاری میان جامعه ورزش و صنعت هتلداری گشوده شد. این دست‌آورد، نه تنها برای هتل‌های جهانگردی، بلکه برای کل صنعت گردشگری کشور، نویدبخش آینده‌ای روشن‌تر است.



انتظار می‌رود در سال‌های آتی، شاهد تداوم این روند و گسترش همکاری‌ها باشیم، به گونه‌ای که اعتماد شکل گرفته، به پایه‌ای محکم برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری ورزشی و شکوفایی هرچه بیشتر صنعت گردشگری کشور تبدیل شود.



در انتخاب محل اقامت خود معیارهای دقیقی دارند، با حضور مداوم و رضایتمندانه خود در این هتل‌ها، گواه کیفیت بالای امکانات رفاهی و ورزشی، امنیت، پذیرایی ایده‌آل و خدمات تخصصی لازم برای ورزشکاران بودند.

حضور تیم‌های ورزشی در هتل‌های جهانگردی، تأییدی بود بر توانایی این مجموعه‌ها در تأمین نیازهای خاص قهرمانان و فراهم کردن محیطی ایده‌آل برای اردوها و مسابقات.

بازتاب اعتماد جامعه ورزشی در افکار عمومی

حضور تیم‌های ورزشی در هتل‌های جهانگردی، پیام‌های مهمی را به هواداران و عموم جامعه ورزشی منتقل کرد.

این رویداد، نشان داد که هتل‌های جهانگردی توانسته‌اند با فراهم کردن امکاناتی نظیر سالن‌های تمرین مناسب، سالن‌های همایش برای جلسات فنی، منوی غذایی تخصصی و توجه به ریکاوری ورزشکاران، استانداردهایی را رعایت کنند که مورد پذیرش بالاترین سطوح ورزش کشور قرار گیرد.

حضور تیم‌های ورزشی در این هتل‌ها، حس اطمینان را در میان مدیران باشگاه‌ها، مربیان و حتی هواداران

سال گذشته، سالی پرفراز و نشیب اما پر از دست‌آورد برای جامعه ورزشی کشور بود. در میان این رویدادهای ورزشی، حضور چشمگیر و گسترده تیم‌های ورزشی مطرح کشور، از تیم‌های فوتبال لیگ برتر گرفته تا تیم‌های ملی اسکی و والیبال و سایر رشته‌ها، در هتل‌های جهانگردی سراسر کشور، یکی از نقاط قوت و اتفاقات برجسته این سال محسوب می‌شود.

این حضور تیم‌های ورزشی در هتل‌های جهانگردی، صرفاً جنبه اقامتی نداشت، بلکه مهم‌تر از آن، نمادی از اعتماد عمیق این قهرمانان و مدیران ورزشی به کیفیت، امکانات و سطح میزبانی هتل‌های جهانگردی در سراسر ایران بود. این اعتماد، به خودی خود، سرمایه‌ای ارزشمند برای معرفی توانمندی‌های این مراکز و جلب توجه جامعه ورزشی به آن‌ها محسوب می‌شود.

هتل‌های جهانگردی در سال گذشته: انتخابی مطمئن برای قهرمانان ملی در طول سال گذشته، هتل‌های جهانگردی در شهرهای مختلف، میزبان پرشمار تیم‌های ورزشی بودند.

این تیم‌ها، که برای حفظ آمادگی، تمرکز و بهره‌مندی از بهترین امکانات،

هتل جهانگردی، نام معتبر و مورد اعتماد هنرمندان و ستاره‌های مطرح

آموزش نیروی انسانی، سرمایه‌گذاری بر امکانات و توجه به جزئیات بوده است. حضور هنرمندان به عنوان یک رویداد مثبت در گزارش عملکرد سال گذشته این هتل‌ها ثبت شده و به عنوان یکی از نقاط قوت در معرفی توانمندی‌هایشان به شمار می‌رود.

چشم‌انداز روشن برای آینده صنعت هتلداری

سال گذشته، با حضور هنرمندان در هتل‌های جهانگردی سراسر کشور، فصل جدیدی از اعتمادسازی و معرفی توانمندی‌های صنعت هتلداری گشوده شد.

این دستاورد، نه تنها برای هتل‌های جهانگردی، بلکه برای کل صنعت گردشگری ایران، نویدبخش آینده‌ای روشن‌تر است.

انتظار می‌رود در سال‌های آتی، شاهد تداوم این روند و گسترش همکاری‌ها باشیم، به گونه‌ای که اعتماد شکل گرفته، به پایه‌ای محکم برای شکوفایی هرچه بیشتر صنعت گردشگری کشور تبدیل شود.

سخت‌گیرانه‌ای دارند، با حضور مداوم و رضایتمندانه خود در این هتل‌ها، گواه کیفیت مثال‌زدنی خدمات، امنیت بالا، پاکیزگی محیط، پذیرایی شایسته و برخورد حرفه‌ای کارکنان بودند. حضور هنرمندان در هتل‌های جهانگردی، در واقع، تأییدی بود بر تلاش‌های مستمر این مجموعه‌ها برای ارائه بهترین تجربه‌ی اقامت.

بازتاب اعتماد هنرمندان در افکار عمومی حضور هنرمندان در هتل‌های جهانگردی، پیام‌های مهمی را به مخاطبان و عموم مردم منتقل کرد. این رویداد، فراتر از یک تبلیغ صرف، نشان داد که هتل‌های جهانگردی توانسته‌اند استانداردهایی را رعایت کنند که مورد پذیرش دقیق‌ترین و حساس‌ترین مهمانان قرار گیرد.

وقتی یک چهره محبوب، تجربه‌ای مثبت از اقامت در یکی از هتل‌های جهانگردی را به اشتراک می‌گذارد، این پیام اعتماد، به شکلی قدرتمند و تأثیرگذار، در میان طرفداران و عموم جامعه منعکس می‌شود و آن‌ها را به انتخاب این هتل‌ها ترغیب می‌نماید.

دستاوردهای سال گذشته برای هتل‌های جهانگردی

مدیران هتل‌های جهانگردی در سال گذشته، با تمرکز بر ارتقاء مداوم کیفیت و خدمات، توانستند اعتماد جامعه هنری را جلب کنند. این موفقیت، نتیجه‌ی برنامه‌ریزی دقیق،



ارزشمند و پایه‌ای مستحکم برای جذب هرچه بیشتر گردشگران در سال پیش رو خواهد بود.

هتل‌های جهانگردی در سال گذشته: انتخابی مطمئن برای چهره‌های ماندگار

در طول سال گذشته، هتل‌های جهانگردی در شهرهای مختلف، میزبان جمع کثیری از هنرمندان بودند. این هنرمندان، که به دلیل ماهیت شغل و اهمیت حفظ حریم خصوصی، در انتخاب محل اقامت خود معیارهای

سال گذشته، سالی سرشار از رویدادهای مهم برای صنعت گردشگری و هتلداری کشور بود.

در میان این رویدادها، حضور چشمگیر و گسترده هنرمندان نامدار ایران، از بازیگران سینما و تئاتر گرفته تا کارگردانان و خوانندگان محبوب، در هتل‌های جهانگردی سراسر کشور، یکی از اتفاقات برجسته و قابل تأمل بود.

این حضور هنرمندان در هتل‌های جهانگردی، نه تنها جنبه تبلیغاتی داشت، بلکه در وهله اول، به مثابه نمادین از اعتماد عمیق این چهره‌های سرشناس به کیفیت، امنیت و حرفه‌ای‌گری هتل‌های جهانگردی در اقصی نقاط کشور تلقی شد.

این اعتماد، به خودی خود، دستاوردی



عیسی سلطانی نژاد در گفتگو با ایلنا مطرح کرد:

از ارزیابی عملکرد تا برنامه‌ریزی توسعه؛ محورهای اصلی نشست مدیر عامل با مدیران گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی

استمرار اعتبار این برند، آینده‌نگری و تثبیت جایگاه مجموعه را تضمین می‌کند.

رویکرد مدیریتی و سیاست‌های کلان مجموعه چگونه است؟

راهنمایی‌های مدیرعامل و تیم مدیریتی، همراه با سیاست‌های حفظ و نگهداری نگین‌های تاریخی و توسعه نیروی انسانی، منجر به افزایش بهره‌وری و انگیزش کارکنان شده است.

تمرکز بر بهبود مستمر، آموزش مدرن و توسعه فرهنگ سازمانی، در کنار رعایت استانداردهای کیفیت، پایه‌های استواری برای رشد پایدار مجموعه فراهم کرده است.

چه راهکارها و برنامه‌هایی برای جذب گردشگران بیشتر در منطقه دارید؟

راهکارهای ما شامل؛ همکاری فعال با آژانس‌ها و تورهای گردشگری، حضور مؤثر در فضای دیجیتال و سامانه‌های رزرو آنلاین، معرفی جاذبه‌های گردشگری و فرهنگی منطقه، طراحی بسته‌های ویژه ایام خاص و آخر هفته، ارتقای کیفیت خدمات و ارائه تجربی متفاوت است.

همچنین، تعامل با کسب‌وکارهای محلی برای ایجاد گردشگری تجربی، از دیگر رویکردهای ما برای افزایش سهم بازار گردشگری است.

منطقه، به دلیل برنامه‌ریزی دقیق، بهره‌برداری هوشمندانه از ظرفیت گردشگری سازمانی و داخلی، ارتقای کیفیت خدمات اقامتی و پذیرایی و تمرکز بر رضایت مهمانان حاصل شده است.

این عوامل در کنار هم، موجب تداوم رشد سودآوری مجموعه شده‌اند.

عملکرد گروه هتل‌های کریمان در سال گذشته را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

عملکرد این مجموعه در سال گذشته، مثبت و رو به رشد بوده است. هم‌افزایی بین واحدها و ستاد مرکزی، مدیریت کارآمد و توجه جدی به کیفیت خدمات، نقش مهمی در حفظ و تقویت جایگاه مجموعه در میان مجموعه‌های هتلداری کشور داشته است.

این مسیر باعث شده است مجموعه در رقابت‌های بازار، همواره پیشرو باشد.

نقش برند «هتل جهانگردی» در جذب مهمانان و توسعه مجموعه چه میزان است؟

برند «هتل جهانگردی» با بیش از ۵۰ سال سابقه، یکی از شناخته‌شده‌ترین و معتبرترین برندهای هتلداری در کشور است. این سابقه و اعتماد عمومی، نقش اساسی در جذب مهمانان داخلی و خارجی دارد و مزیت رقابتی قابل توجهی محسوب می‌شود.



این اقدامات شامل؛ بهبود و نوسازی بخش‌های اقامتی، سالن‌ها، آشپزخانه‌ها و محوطه‌های هتل‌ها است. برخی واحدهای پذیرایی که پیش‌تر تعطیل بودند، بازگشایی شده و خدمات متنوع‌تری به مهمانان ارائه می‌دهند.

این برنامه‌ریزی‌های منسجم باعث شده است مجموعه‌ها هم از نظر ظاهری و هم از نظر کیفیت خدمات، سطح بالاتری پیدا کنند.

آیا در دو سال گذشته هتل‌های زیرمجموعه با افزایش درآمد مواجه بوده‌اند؟ اگر پاسخ بله است، علت این رشد چه بوده است؟

بله، اکثر هتل‌های زیرمجموعه در این دوره، با میانگین رشد تقریبی ۴۰ درصدی در درآمد روبه‌رو شده‌اند.

این رشد، علی‌رغم چالش‌هایی چون جنگ ۱۲ روزه، محدودیت‌های پرواز، رکود گردشگری و شرایط اقتصادی

مدیر هتل کریمان شعبه یک و مدیر گروه هتل‌های کریمان، با نگاهی آینده‌نگر و استراتژیک به چالش‌ها پاسخ داد و راهکارهای توسعه‌ای گروه را تشریح کرد.

عیسی سلطانی نژاد، مدیر هتل کریمان شعبه یک و مدیر گروه هتل‌های کریمان، درباره فعالیت‌های بازسازی، رشد درآمد، برنامه‌های نوروزی و راهکارهای جذب گردشگر منطقه توضیحاتی ارائه داد.

او با نگاهی آینده‌نگر و استراتژیک به چالش‌ها پاسخ داد و راهکارهای توسعه‌ای گروه را تشریح کرد. گفتگوی او را با خبرگزاری ایلنا می‌خوانید:

در کدام یک از هتل‌های گروه کریمان، طی دو سال گذشته عملیات بازسازی یا نوسازی انجام شده است؟

طی این دوره، گروه هتل‌های کریمان اقدامات گسترده‌ای در زمینه بازسازی و بهسازی انجام داده است.



۱۲

خبرگزاری کار ایران
ایلنا

شنا سنامه

مدیر عامل: مسعود حیدری

مدیر روابط عمومی و دبیر اجرایی: مرتضی بلوکی

سر دبیر: ندا جعفری

طراح: پرستو بختیاری

صفحه بند: پریسا بختیاری

خبرنگار: سعید رضی پور

نشانی: تهران، خیابان شریعتی، خیابان ملک، پلاک ۳۸، طبقه سوم، واحد ۱۴

تلفن: ۷۷۵۲۹۲۱۰ - ۷۷۶۳۴۷۱۴ - ۰۲۱

تلفن ویژه: ۰۹۱۲۲۲۵۰۷۸۴

شرکت سرمایه گذاری ایرانگردی و جهانگردی از نگاه دوربین

