

## 企业管理

## 新时期酒店管理模式的创新思考

余淑萍

(纳德酒店股份有限公司纳德自由酒店)

**摘要:**新时代背景中酒店管理的模式亟需创新,可以最大程度提升酒店管理的综合效率及实力,树立起现代化的管理理念,有助于酒店实现长期经营的管理目标,使酒店得到可持续发展,在市场竞争中一席之地,所以酒店必须在新时期从创新管理模式的角度出发,将现代化的管理理念应用于实践中,切实提升酒店的管理效率,优化酒店整体的管理流程,创新酒店管理的制度建设模式,增强酒店的人力资源管理水平。本文从新时期酒店管理创新的必要性进行分析,研究了酒店管理模式创新之路的问题,并提出几点关于创新的应用措施,旨在为酒店在新时期的发展提供新思路。

**关键词:**酒店;新时期;管理模式;创新

**引言:**新时代酒店管理模式也呈现出新的趋势,在品牌建设、对外营销及内部管理中,酒店管理的发展趋势要从这三个方面持续深入,就品牌建设方面而言,作为酒店管理模式的核心,应当被酒店管理者予以重视。酒店可以将服务用品牌的方式对客户进行销售,在客户选择良好的服务以后,即便是在其他城市,也会选择这一酒店品牌,所以酒店文化的建立非常重要,使之成为大规模的企业文化,就能够增强对外营销的力量。新时期中酒店管理已经受到中外合作酒店管理模式的影响,所以国际化的品牌文化较为常见,将国际的酒店集团及企业所组成的合作平台作为学习之所,引进其他企业先进的管理理念,促进国内酒店行业的快速增长,可以保证酒店在新时期的稳定发展。而酒店的管理者要足够重视国际对外营销策略的应用,从管理方向促进酒店营销能力的成长,使用精细化的管理模式来把关各个管理层,就能够实现明确的管理分工,准确了解客户的想法,建立起与市场相关联的酒店管理结构,提升酒店的市场竞争力。

### 一、新时期酒店管理模式创新的必要性

#### (一) 营销与管理需要融合

为更好的满足当下时代客户对酒店服务的需求,酒店方面就要研究客户的需求,从多个角度来完善配套设施,使之具有强力的硬件措施,能够对管理工作进行调控。在新时代的趋势下,酒店的收入体现在市场营销的成果中,而内在的服务管理也是发展市场营销的因素,要将酒店的服务带给客户更好的体验,酒店就应该认清各个属性的客户。比如酒店的主要客户群体是游客,所以一些必备的信息就可以为酒店所用,为游客提供旅游时所需的资料,获取游客对酒店品牌的认可,再将酒店的品牌建设与外部营销策略相结合,可以提升酒店自身的服务水平,让游客在酒店的服务中省去许多旅游所需的花费,游客旅行的质量会提升,对酒店的信赖感也会更强<sup>[1]</sup>。

#### (二) 多方面融合酒店文化

现代社会文化发展需要旅游行业体现出新的趋势,游客来到酒店以后,会对酒店的文化产生一种生态旅游的观念,所以思想层面上也会受到这部分因素的影响。新时代酒店的文化建设要符合当地的人文景观氛围,与当下社会思想意识形态同步,确保游客可以更好的享受到酒店文化的熏陶,在酒店中可以获得更好的精神体验。文化包裹下的酒店服务水平更好,功能也更加多样,针对酒店的品牌打造,管理者要加强文化气息的建设,可以确保游客可以在酒店文化中享受到精神文明<sup>[2]</sup>。

#### (三) 满足顾客的真实需求

酒店服务成果体现在是否能够满足客户的需求,不同客户之间的需求都不同,酒店要能够为客户提供全方位的需求,从不同的角度综

合考虑客户的需要,加强对配套设施的建设,用于调控对客户需求的的服务,可以适时的为客户提供相关信息。因为游客数量在顾客群体中的占比较大,酒店能够为其提供的信息非常有限,那么管理者就可以从这一方面出发,扩大消息的来源渠道,保证所提供信息的准确性,加深客户对酒店的信赖感和亲近感,让客户在酒店中入住有“回家”的感觉。从客户的真实需求出发可以让酒店的服务效率更高,直接迎合客户的需求点,则酒店的品牌化建设也能更加顺利<sup>[3]</sup>。

#### (四) 提升酒店的入住人次

酒店行业的竞争非常激烈,在复杂多变的市场环境中,酒店为保证自身的市场入住率,需要从长远发展的角度制定策略,但是又需要从短期的发展中寻求提升,本质的要点在于提升客户的消费率和入住率,这也是酒店面临的现实问题,酒店行业的核心竞争力在于创新酒店的管理业务,适时地融入创新的方法,为其提供软性服务与硬件设施,酒店的创新可以从这两个方面做出改变。在提升酒店入住人次的计划中,酒店的管理者要从各个层次的管理问题中出发,通过优化服务结构与服务水平来增强酒店对客户的吸引力,就能够为企业带来更多的营业额<sup>[4]</sup>。

### 二、新时期酒店管理模式创新的因素

#### (一) 需要个性化服务

酒店行业的发展需要朝向个性化的方向改变,无论是风格或是经营模式,多数的酒店之间存在着相似性因素,难以展现出自身的特色,从消费者的角度来看,酒店的服务环境并未存在较大的差异,而消费者在酒店中的差异性则体现在选择上,如果酒店能够为客户提供个性化的服务,或是采用多元化的管理模式,客户就会享受于全新的入住体验中。在客户的支持下,酒店自身的品牌文化会更加清晰,向外拓展的市场份额也会不断扩大。

#### (二) 需要合理化机制

在传统管理模式的影响下,酒店的发展受到人力资源管理机制的影响,员工的专业素养直接影响着客户对酒店的影响,所以酒店需要对从业者的专业程度加以要求。就我国社会中酒店行业的从业者现状分析来看,酒店所聘用的员工多数是社会其他行业的劳动者,真正接受过酒店管理专业教育的劳动者只存在于酒店的高级管理职位,所以顾客在酒店中享受的服务质量很难保证,酒店管理者制定的一些策略未必会应用于实际中。一方面酒店自身的环境、条件会左右客户的想法,另一方面酒店的工作人员专业性也会影响客户的想法,所以要想提升酒店管理水平,酒店的管理者要从多个方面建立起合理化的管理机制,才能提升客户的再次消费率,为酒店维持稳定的客源<sup>[5]</sup>。

### 三、新时期酒店管理模式创新的问题

### （一）人力资源管理机制不足

在传统的酒店管理模式中,人力资源的管理机制存在许多不合理之处,如酒店员工的福利制度不完善、酒店的人员聘用制度不完善等等,都会影响员工的工作状态,直接使酒店的服务效率受到影响,消费者的体验也会存在不同。部分酒店在工作中过分强调员工的工作量,注重按劳分配制度,希望员工能够多劳多得,但是部分员工就会认为工作的数量要比工作的质量更加重要,所以客户对酒店的服务并不满意,会发生许多投诉的问题,影响了酒店的品牌形象,也使得客户的再次消费降低。还有一些酒店企业,员工在淡季和旺季的工作表现并没有变化,酒店对员工的淡季与旺季薪酬也没有变化,所以员工对工作的积极性才会被逐渐削弱,员工在酒店中没有产生岗位的归属感,只将其作为普通的谋生手段,自然不会重视岗位,所以酒店的岗位流动性很高,员工的服务质量难以获得保障。

### （二）缺乏个性化的全面服务

我国多数的酒店装修风格与服务模式都相似,缺乏酒店自己的特色,消费者眼中的酒店格局非常相同,无论是那座城市,商务宾馆几乎形态一致,那么消费者在选择酒店时,就会呈现出较大的随意性,而不会因为品牌效应就先寻找哪一类酒店。在当前的市场环境中,酒店行业的企业数量非常多,客源的分散使酒店很难聚拢忠实的用户群,也就是所谓的“回头客”。如果酒店能够在个性化服务中有所创新和突破,坚持创造个性化的管理模式,注重对酒店个性化服务的良好应用,就可以获得消费者的青睐,更好的树立酒店的企业文化<sup>[6]</sup>。

### （三）酒店行政效率非常低下

国内的酒店在发展的过程中注重对服务的多样化配置,如酒店中设置了休闲娱乐的区域,大部分已经配置了餐饮区域,也适当的增加了一些其他服务部门,用于达到更好的服务收益。在这种管理模式中,酒店的收益虽然得到有效的提升,但是也会让酒店内部的员工更加关注部门效益,而忽视部门之间的合作,会担心部门之间的合作发生利益争夺,所以各个部门的独立性非常强,更有甚者为了追求自己部门的经济效益,与其他部门之间存在恶性的竞争,会导致酒店整体的服务质量直线下降,严重的还会使酒店的品牌形象和社会声誉受到影响,不仅仅是经济利益方面的问题。

## 四、新时期酒店管理模式创新的策略

### （一）创新酒店服务的管理模式,提升酒店服务的竞争实力

现代酒店的服务质量才是推动酒店长远发展的关键力量,为提升酒店的核心竞争力,管理者就要从管理模式上进行创新,在新时期下,体现出酒店的全面化服务。管理者可以应用主动式的营销策略,在稳定老客户的基础上,拓展新的客户,老客户方面可以通过会员制服务来维护,根据客户入住的次数及时间将其划分为不同等级的会员,在节假日等期间给予一定的优惠,在拓展新客户方面,可以采用积极的主动式营销,酒店可以给客户传达自己的文化及服务理念,增强客户对酒店的好感。同时,酒店用人性化的服务管理来创新服务理念,那么客户在享受酒店服务的过程中,就可以获得更多的理解与尊重,而酒店方面在硬件设施方面也要加强布置,使之可以对酒店保持好的印象,提升客户对酒店的好感度,根据客户的不同需求来建立多功能的房间,以适应不同客户的入住需求,给予客户充分的人性关怀。酒店还可以通过网络连锁这种联合运营的方式,全程为客户提供周到的服务。酒店应当构建差别化的服务,确立独有的品牌不断壮大实力,为避免与其他同行业的酒店出现同质化,以增强酒店的服务效率和综合实力。酒店要熟知自身的定位与层次,无论是在装饰上,还是在布局方面,都要体现出特色来<sup>[7]</sup>。

### （二）创新酒店人力资源的管理,增强酒店管理的凝聚核心

酒店在人力资源管理方面要加强创新力度,给员工规划必要的个

人发展条件,充分调动员工的积极性,增强酒店的发展活力,才能促使酒店在管理方面有所进步。管理者要将以人为本作为基础的管理理念,制定出人性化的管理机制,公平、公正的对待业绩考评,使酒店的员工有强烈的归属感,所以管理者可以主动的关心员工,解决员工在生活中的困扰和忧虑,那么员工就能够全心全意的在酒店岗位中工作。同时,酒店要完善内部的职位晋升制度,给优秀的员工以晋升的渠道。而且酒店方面要给员工制定相应的培训计划,根据各个部门的真实情况制定员工的培训规划,重视对人才的培养,用于提升员工的综合素质,使酒店的专业化服务程度更高。酒店对于人力资源的管理应当体现在对员工的关注中,及时的关注员工的工作状态与工作中的不足,要注重方式方法,不要让员工产生抵触心理,有效的增强酒店内部的凝聚力,形成围绕核心运转的管理体系。

### （三）创新酒店管理制度的建设,落实全方位的专业化管理

酒店可以建立起三级管理的责任制度,增强酒店在经营管理中的运行效率,促成管理权力与工作效率之间的统一,并在创新建设中实行层级化分明的管理模式,总经理是管理的核心,再由部门总监与分部主管作为二级主体,下属分设经营管理责任中心,明确各层次的管理关系与责任以后,酒店要对管理工作做出更细化的要求。同时,酒店在各个部门中落实牵制管理制度,让各个部门之间相互制约,从酒店的管理中体现出监督管理作用来,能够对各项制度的要求落实到工作中去,所以制定相应的管理模式是非常必要的。酒店可以将岗位检查作为关键点,在各个部门之间设置相应的监督审查制度,尤其是对各个部门的财政管理,更要严格核实每笔支出,用于防范各部门的财务风险。另外,酒店要对各部门之间的沟通做好机制部署,采用扁平化的管理模式,完善沟通的方式,加强管理上下级别之间的交流,使下层员工可以及时的向上级汇报工作结果,便于上级管理者更科学的决策,有更多的时间用于调查信息。

结束语:在新的市场发展,酒店行业经历了长期的探索与实践,具有了充足的发展经验,但是在市场竞争中,酒店行业所处的市场环境仍然充满挑战,所以酒店的管理者要积极创新管理理念,从加强人力资源管理等方面入手,建立起符合新时代市场发展的管理制度,进一步提升酒店整体的发展质量,可以为顾客提供更加贴心的服务,那么酒店自身的核心竞争力才能得到有效的提升。现如今,酒店的发展应当和客观的时代背景结合起来,在经营理念上加以转变,维持酒店的稳定发展,才能从发展中寻求新突破。

### 参考文献:

- [1]王楠.新时期低碳旅游视角下酒店管理模式分析[J].质量与市场,2020(16):74-76.
- [2]惠徽.新时期酒店管理模式创新的研究[J].营销界,2019(47):28+91.
- [3]张营.新时期酒店管理模式创新方法分析[J].大众投资指南,2019(10):127.
- [4]张咏梅.新时期酒店管理模式创新的探讨[J].东西南北,2018(22):140-141.
- [5]汤琳.新时期酒店管理模式创新研究[J].现代营销(下旬刊),2018(05):135.
- [6]杨舒媛.新时期酒店管理模式创新的思考[A].第一届世纪之星创新教育论坛论文集[C].北京中外软信息技术研究院:北京中外软信息技术研究院,2015:1.
- [7]杨萌.新时期酒店管理模式创新的思考[J].中国管理信息化,2014,17(13):68-69.

作者简介:余淑萍(1974.1--),女,浙江淳安人,纳德酒店股份有限公司纳德自由酒店总经理,研究方向为酒店管理。