

文旅融合环境中酒店管理模式探讨

李姗姗

(廊坊燕京职业技术学院 河北 三河 065200)

[摘要]产业融合和全面升级的背景下,酒店管理者需对文旅融合理念的实践与应用价值精准定位。对酒店管理模式进行再设计的整个过程中,要科学构建管理原则和管理层次。将文理融合内涵与企业文化合理对接,以理念融合为导向设计酒店管理新方案。以职能融合为手段,增强酒店管理与经营的实操性。以产业融合为着力点,进一步拓展酒业业务类型,最终生成具有市场竞争优势的新模式。

[关键词]文旅融合;酒店;管理;模式

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.1802

文化与旅游产业的有机结合,已成为目前经济建设与发展的一种经济现象,有助于产业结构的丰富和优化,进一步增强产业核心竞争优势,并创造更大的附加值。文旅融合环境下,需对酒店管理模式形成新的视角与思路,能够在管理原则和管理层级设计上形成独特的观点和视野,进而确保酒店经营和管理模式具备鲜明的现代性和科学性。

一、文旅融合下酒店管理模式创新中的价值定位

(一) 酒店管理模式转型的新动能

旅游的过程实质上是一种特殊的经济生活,更是独特的文化体验,对地方经济发展和优秀文化的传播具有重要意义。文化产业与旅游产业的融合,有助于丰富地方产业结构和业务范畴,并成为酒店管理模式转型的新动能。酒店经营者可根据文旅融合的规律和现实意义,科学的对酒店服务范畴进行拓展,形成新的业务板块,为客户提供多样化的服务和住宿体验。无论是特色文化元素在酒店形象建设中的介入,还是旅游产业与酒店服务的有机结合,都可成为酒店管理模式转型的重要措施。

(二) 实现不同产业的互利共赢

酒店管理模式创新的整个过程中,可与文化产业和旅游产业进行深度融合,形成新的业务类型和形态。产业全面转型和升级的背景下,要根据各个产业的经营和发展特点,与相关企业或组织全面展开战略合作,最终能够实现不同产业的互利共赢,为酒店领域的创新和可持续发展提供更多可能性。

二、文旅融合下酒店管理原则的科学构建

(一) 合理授权原则

管理者要懂得对工作内容和内容进行分割,并能落实到具体的岗位和个人,充分活跃基层服务人员的工作积极性。要始终坚持合理授权的原则,制定酒店管理内容和计划,确保所有人员共同参与到酒店服务和管理中。若管理层不能合理授权,将不利于提高酒店管理和经营质量,更法发挥各个岗位的职能功能

(二) 价值理念精准匹配原则

文旅融合环境下,酒店管理应与旅游产业、文化产业科学融合,要根据酒店的经营特点和业务范畴,选择适合的文创设计企业和旅游社展开长期合作。要秉承价值理念精准匹配的原则,选择合作伙伴和业务范畴。真正将酒店服务与文化旅游产业科学融合,合作主体要互惠互利、相互配合、共赢共创,驱动地方经济健康和高质量发展。酒店管理者和决策者绝不能出现炒概念的行为,要挖掘文旅融合理念在经济建设中的战略意义和作用。将文旅融合理念科学介入酒店经营和管理中,逐渐生成新的管理模式和运营方法。

(三) 有效沟通与协调原则

酒店管理要做好各部门、各岗位间的沟通与交互,所有人都应成为利益共同体和工作共同体,共同应对各种服务问题。管理人员要科学构建原则,发挥沟通与协调机制的作用。上下集、同级间,都能做到有效和顺畅沟通,保证所有工作顺畅和有序落实。

三、文旅融合环境下酒店管理层级的创新设计

(一) 服务操作层

无论是客房服务员,还是餐饮区的服务员,都是面向顾客直接提供服务的人员,他们的服务态度和工作能力直接影响企业的口碑和整体服务效果。因此,必须加强服务操作层的设计,要求服务员管理好个人形象,在服务当中注重使用礼貌用语和肢体语言,根据客户的要求和反馈进行有效的应对和应变。酒店要注重提升服务人员的服务技能,教会他们多种服务技巧。要设计好各岗位职责与分工,确保所有人员了解各自的工作职责与任务,严格按照服务标准与流程对接各种工作内容,并及时向主管汇报工作。

(二) 监管和控制层

以部门主管或领班为主导,具体开展监督和管理工作,要根据酒店入住人数,及时的检查和督导各个岗位是否按照要求完成工作任务。各个部门主管要向上级不负责,随时汇报工作问题和进展,并督促服务人员按照服务质量标准落实工作内容。尤其,在客流量高峰期,必须保证各个岗位有序运作,所有人员听从主管或经理的指挥。要科学的设计经理、领班、基层员工的职责,依据服务质量和考核机制,科学和有序的推进监管和督导工作。

(三) 经营管理层

酒店要科学设置各个部门和岗位的职责,做好岗位分工,在部门领导的监管下高质量实现工作目标。部门经理要科学制定工作方案,根据实际情况及时向上级反映问题。部门主管和经理要科学制定服务标准和管理内容,务必保证整个组织获得更大的经济效益和社会效益。酒店人力资源管理部门需保证人才与岗位的高度匹配,能够高质量完成上级下达的各种任务,并与其他各个岗位进行密切合作,共同为客户服务。各部门负责人要具备良好的统筹能力、组织协调能力和解决问题的能力,并全面了解各个岗位的服务标准与流程。酒店管理者要做好经营管理层的设计,能够形成统一的工作标准,确保各个部门有序和规范化的推进各项工作。

(四) 上层领导决策层

上层领导决策的正确性,会对企业经营和管理效果产生直接影响。文旅融合环境下,对酒店管理模式进行创新的整个过

程中,要做好决策层的设计,为各种经营理念和管理目标的实现指明方向。酒店的管理层和决策层要达成战略共识,共同制定管理策略和经营方针,精准定位市场和客户。上层领导要明确客源市场和酒店创新发展的方向,科学的制定和实施战略决策,并将具体的任务分发到各个部门和岗位。秉承有效协同和沟通的原则,设计和落实各种重大决策,确保酒店有明确方向和路径的参与市场竞争,并向客户提供高质量和精准化服务。

四、文旅融合理念在酒店管理全过程的有效介入策略

(一) 文旅融合内涵与企业文化的合理对接

文旅融合背景下,对酒店管理模式进行再设计的过程中,需对重要概念的内涵建立正确的认识。酒店管理者需明确文旅融合的是什么,了解融合的意义和价值体现,结合酒店自身的企业文化,科学的将文旅融合理念介入到酒店管理全过程。文旅融合是国家经济建设和文化强国的重要措施和战略布局,须将优秀的传统文化与地方旅游进行科学融合,切实解决文化与旅游相分割问题。要通过提出和实施文旅融合理念,扎实推进文化和旅游产业的创新和可持续发展。酒店管理模式创新,要挖掘文旅融合概念内涵,并能将其与企业文化合理对接,进而增强酒店管理和经营的实效性。酒店管理者要深层次剖析文旅融合概念内涵,进而形成正确的思路和清晰的逻辑,对经营和管理模式进行合理创新。根据文旅融合的实质规律和鲜明特点,科学的在旅游产业和文化创意产品设计领域中渗透酒店宣传与推广策略。例如,酒店与旅游公司展开战略合作,共同开发文创旅游产品,将区域文化、企业形象或符号、科学融入到旅游产品设计理念中。文创旅游产品在市场的大量流通后,势必会增强酒店的宣传和推广效果,进而为获取客户和抢占市场创造有利条件。而酒店的文化宣传与推广策略的设计,必须要科学融入文旅融合理念,确保不同产业的文化和发展理念获得有效结合。

(二) 以理念融合为导向设计酒店管理新方案

酒店经营者需明确文化与旅游产业的融合,不仅是在资源上的互补与相互渗透,而是理念与战略的深度融合。要以理念融合为导向,科学设计酒店管理新方案。根据文化与旅游的融合规律与特点。加强不同产业的解构与重构,真正在发展思维和理念上进行有效的融合,确保酒店产业和旅游产业能相融共生。重视弘扬我国优秀传统文化,将其作为重要的元素融入到酒店建筑和形象设计中。根据旅游线路和服务特点,对酒店管理方案进行动态更新。根据当地的旅游景点和地域文化特征,科学的对酒店管理模式和服务内容进行优化。即在企业文化和服务理念上都能体现地域文化特质,并能与不同的景点与旅游路线相互映照。要利用好文化元素,对酒店餐饮服务板块进行增值,不断增强酒店的变现能力和服务质量。例如,以区域文化和中华文化为着力点,进行美食设计和服务供给。即使以龙的图案为元素创造和烹饪各种食物,继而增强饮食服务的趣味性和文化性,给予客户不同的体验。将文旅融合理念渗透到酒店服务细节中,继而达到创新管理模式和方案的目的。

(三) 以职能融合为手段增强酒店管理与经营的实操性

管理者要真正深度解读文旅融合理念的内涵,根据国家在经济建设和产业转型方面的布局,科学的对酒店管理模式进行创新和改革,文旅融合背景下,应以职能融合为手段,增强酒店管理与经营的实操性。根据国家和地方发布的旅游与文化产业发展方面的政策和法规,科学的设置酒店管理职责。酒店规

模扩建和市场扩张的过程中,注重保护优质的旅游文化资源。管理者与经营者要根据目前的政策环境,科学统筹酒店管理和经营问题,且有效把握文化部和旅游部的各种职能功能。在正确的管理机制上进行创新和改革,并将当地各种资源与人才进行科学融合。在既定的政策法规框架下,设计酒店管理和经营方式,进而更加有序和顺畅的参与到市场竞争中。酒店经营与管理的各种职能,必须与文化部和旅游部发布的各种政策同行,要能积极贯彻国家和地方政策,尽量在源头处规避法律和信用风险。

(四) 以产业融合为着力点拓展酒店业务类型

酒店管理者应以产业融合为着力点,进一步拓展和丰富酒店业务类型,并能将酒店服务与文化创意、旅游产业深度融合,实现产业价值链的互通互融。根据文化产业和旅游产业的既定管理逻辑,在酒店客房服务方面进行创新和优化。例如,在房间内摆设文创旅游产品,并在移动智能设备中安装不同的旅游指导软件,为入驻用户提供多样化和人性化的旅游导购服务。不仅可增加酒店的收入,还能提高消费者的认可度和满意度。将文创旅游产品开发与销售合理融入到酒店管理与经营中,并将其作为创造经济效益的重要业务或分支。酒店房间内通过摆设具有创意的文创旅游产品,使大众能够产生购买的意愿和行动。酒店应开通旅游路线设计服务功能,为不同的用户提供精准和有针对性的旅游方案。抓住旅游类酒店用户的心理特征和消费特点,实现精准的服务供给和内容推送,真正将文化创意产业、旅游产业与酒店服务产业进行深度融合。

五、结语

总而言之,文旅融合背景下,酒店管理必须深层次进行的进行市场调研,明确社会大众在文化认知和精神追求等方面形成的新特点与新属性。有针对性的对酒店管理模式进行创新与改革,要根据整个社会文化的特点对酒店经营和服务模式进行优化,进而吸引大众入住酒店,并产生持续消费的意愿和行动。酒店的企业文化与价值观要与大众的核心价值理念产生高度的契合性,以此才能实现情感的传递,继而增强消费者与企业的粘性。企业只有获得大众的认可与喜爱,才能持续创造经济效益,为自身的创新和健康发展创造更强的内在动力。

参考文献

- [1]李晨.新经济时代酒店管理模式的创新途径[J].经济研究导刊,2020(36):116-117.
- [2]王静媛.低碳旅游视角下酒店管理模式研究[J].辽宁经济职业技术学院.辽宁经济管理干部学院学报,2020(06):20-22.
- [3]李晨婧.对旅游酒店管理创新模式的研究与分析[J].旅游纵览,2020(23):26-28.
- [4]谢艳.低碳旅游理念下的酒店管理新模式思考[J].旅游纵览,2020(22):15-17.
- [5]陈喆.新趋势下茶文化旅游酒店管理的融合与创新分析[J].中小企业管理与科技(中旬刊),2020(08):74-75.
- [6]冯亚会.酒店管理中的人性化管理现状分析[J].旅游纵览(下半月),2020(04):73-74.

作者简介:

李姗姗(1989—),女,河北省三河市人,所在院校:廊坊燕京职业技术学院,助教,本科,研究方向:旅游管理、经济金融方向。