

旅行社管理

旅游企业文化建设

主讲：曾艳

旅游企业文化建设

1旅行社企业文化概念

2旅行社企业文化的内容

3旅行社的企业文化管理

1旅行社企业文化概念

旅行社企业文化是指旅行社在长期的实践活动中所形成的，并且为旅行社成员普遍认可和遵循的，具有本社特色的价值观念、团体意识、行为准则和道德规范等要素的总和。每个旅行社应根据各自的具体情况，因地制宜地塑造适合自己需要的、具有自己特色的企业文化。

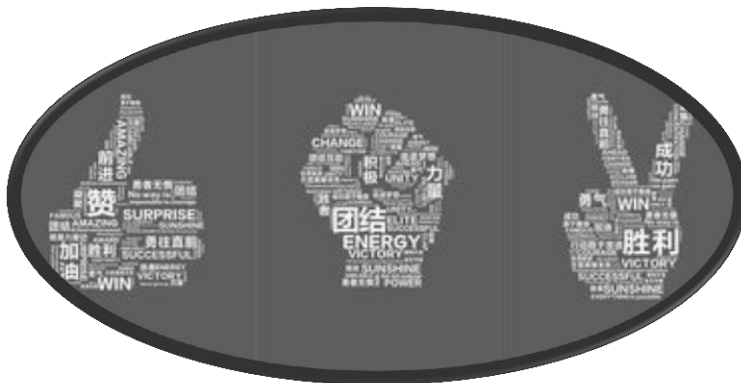
旅行社企业文化的**特征**主要表现在以下几个方面：

1．感知性

旅行社企业文化是一种看不见、摸不着的资源，它所包含的价值观念、道德标准、思维模式等，作为一种文化心态和氛围弥散于旅行社员工之中，它是一种无形的文化。但是作为反映和表现旅行社企业文化的外部标志却不难识别，如旅行社的社徽、社旗、社服等，它们作为企业文化的载体，实实在在地以物质的形态展现在人们面前。



1 旅行社企业文化概念



2 . 约束性

价值观念与行为规范是旅行社企业文化的深层内涵，它们规定了旅行社员工在旅行社活动中应当遵循的价值取向和行为准则。这种价值观念和行为规范将借助旅行社内部企业文化的熏陶，约束员工的行为，使员工感到如果违背这种规范，就会内疚、不安或自责，从而自动地修正自己的行为，这将会对员工产生最持久和最深刻的影响。

3 . 延续性

旅行社企业文化的形成和塑造不是一朝一夕能完成的，必须经过长期的精心培育和不断的实践、充实、提高和升华，它是对传统的价值观念、行为规范的继承和发展。同时，它又存在于社会物质文化生活环境之中，要适应时代的要求，反映时代的风貌，与时代的发展保持同步。

2旅行社企业文化的内容

企业宗旨是指旅行社存在的价值及其作为经济单位对社会的承诺。对内，旅行社要保证自身的生存和发展，使员工得到基本的生活保障并不断改善他们的生活福利待遇，帮助员工实现人生价值；对外，旅行社要为旅游者设计合理的旅游线路，提供优质的服务，满足旅游者的需求，从而为社会的物质文明和精神文明进步做出贡献。

1. 企业宗旨

2. 企业目标

企业目标是旅行社全体员工的共同追求，也是他们共同价值观的集中体现。有了明确的目标，就可以充分调动旅行社员工的积极性，增强他们的主动性和创造性，使广大员工将自己的岗位工作与实现旅行社的奋斗目标联系起来，把旅行社的经营发展转化为每位员工的具体责任。

2旅行社企业文化的内容

3 . 企业的价值观

旅行社的企业价值观是旅行社全体员工共同信奉的价值标准和基本信念，它是旅行社企业文化的核心，决定着企业的宗旨，规范着企业的信念，为旅行社的生存与发展提供了基本方向和行动指南。

4 . 企业道德

企业道德是指旅行社调整人与人、单位与单位、个人与集体、个人与社会、旅行社与社会之间关系的行为准则和行为规范。企业道德虽不具有像法律那样的强制性，但它有积极向上的示范效应和感染力。

5 . 企业精神

企业精神是一种人格化的企业员工群体的心理状态的外化，是现代意识与企业个性结合的一种群体意识。它反映着企业员工群体对一系列问题的认识、观念以及所采取的态度，包括旅行社员工所共有的经营信条、价值观念、行为准则、责任感、荣誉感等。企业精神是旅行社对现有的观念意识、传统习惯、行为方式中的积极因素进行总结、提炼及提倡的结果，是全体员工有意识地实践所体现出来的。

2旅行社企业文化的内容

6 . 企业制度

企业制度是旅行社的行为规范，是完成旅行社各项任务的重要手段和保证。它不仅包括硬性的管理制度，还包括员工在实际工作岗位上所形成的软性的行为模式，企业制度要有合理性，更要有公正性。制度的合理性可以根据需要不断改进，但制度执行的公正性一定要自始至终坚持下去。

7 . 企业环境

企业环境是旅行社企业文化的外在表征，包括生活环境、工作环境、社会地位、福利、娱乐等。因此，旅行社应努力创造条件，改善员工的工作和生活环境，创造民主、和谐的氛围，提供良好的交通工具、办公设备，改进上下班的交通条件，提高各种福利待遇，关心员工生活，帮助解决子女入托、入学等实际问题，激发员工对企业的忠诚和工作热情。



2旅行社企业文化的内容

8. 企业形象

企业形象是指社会公众和旅行社成员对旅行社各种活动成果的总体印象和总体评价。它反映的是社会公众对旅行社的承认程度，体现了旅行社的声誉和知名度。旅行社必须十分注重自身的行为，注重整体形象、员工形象和社会形象。

(1) 整体形象

整体形象是指旅行社及其行为在人们心目中留下的印象和获得的评价。旅行社必须以“**游客至上、质量第一**”的意识和行为，开展优秀的企业文化活动，营造健康向上的文化氛围，全方位地塑造企业形象。



2旅行社企业文化的内容

8. 企业形象

(2) 员工形象

旅行社的员工形象是旅行社整体形象的一个缩影，代表着一个企业。因此，导游人员、操作人员，甚至是后勤人员所表现的谈吐、举止、礼节、礼貌都极大地影响着旅行社的形象。

(3) 社会形象

社会形象是旅行社对公众负责和对社会贡献的表现，良好的社会形象能提高企业的信誉和知名度，加强公众对旅行社的认同感。旅行社要树立良好的社会形象，一方面有赖于与社会广泛的交往和沟通，实事求是地宣传自己的社会形象；另一方面，旅行社可以在力所能及的情况下积极参与社会公益活动，如支持教育科研文体事业、主动支援受灾地区、开展社区文明共建活动等。

3旅行社的企业文化管理

企业文化的管理是一个逐步推进的过程，要通过具体的企业文化建设行动，提炼旅行社的核心价值观，最终实现员工认同和市场认同。旅行社企业文化管理的重点是转变旅行社管理者的管理理念，增强员工的服务意识。**旅行社企业文化的管理主要包括以下两个方面：**

1. 物质文化建设

物质文化建设是精神文明建设的物质载体，如果离开了物质文化，精神文化的建设就会成为空中楼阁。**旅行社应努力做到：**

- ① 美化旅行社周围的办公环境；
- ② 改善旅行社的办公条件；
- ③ 解决员工的后顾之忧；
- ④ 提高员工的福利待遇；
- ⑤ 整顿旅行社的社容、社貌；

- ⑥ 注重员工的仪容仪表、礼节礼貌；
- ⑦ 发行有关报纸和宣传品等；
- ⑧ 发放旅行社的纪念品；
- ⑨ 增加文化体育设施设备，活跃职工文化生活；
- ⑩ 加大智力投资和人才培养。

3旅行社的企业文化管理

2. 制度文化建设

旅行社的制度文化制约和规范着物质文化和精神文化的建设，没有严格的规章制度，旅行社的企业文化建设将无从谈起。**旅行社在加强制度文化建设方面，要做到以下几点：**

① 明确旅行社的规章制度和行为规范；② 明确旅行社的经营观念和经营方针；③ 掌握旅行社具体工作的任务要求；④ 在员工取得巨大成就时召开庆功会；⑤ 正确认识效益观念和时间的关系；

⑥ 形成领导干部的“四必访”制度，即员工生日、结婚、死亡、生病时，领导干部要访问员工家庭；⑦ 实行按劳分配制度；⑧ 健全岗位责任制度；⑨ 严明奖励惩罚制度；⑩ 建立员工民主评议干部制度。

企业文化是一种现代管理思想指导下形成的管理方式。随着中国社会主义市场经济体制的逐步确立，企业文化将对旅行社的生存和发展起着越来越关键的作用。具有优秀企业文化的旅行社，必须不断优化自身的企业文化；而还没有培育出优秀企业文化的旅行社，就更应该重视建设符合时代精神的企业文化。

