

# 旅游企业内部营销对员工满意度影响机制研究

蒙梁亦

(泰国格乐大学)

**摘要:**随着社会经济的快速发展,旅游企业逐渐成为人们生活中最具发展潜力的产业,同时行业内的竞争也愈加激烈。虽然旅游业有着较好的发展前景,但其内部仍然存在一些问题制约着旅游企业的持续发展。例如:旅游企业的内部营销措施对员工满意度的产生不好的影响,从而导致员工服务质量不高,降低了旅客的旅行体验满意度等,如果不能对这些问题做到及时解决,将会导致旅游企业的竞争力降低,无法得到良好发展。因此本文主要以旅游企业内部营销措施对员工满意度的影响机制为研究重点,通过调查问卷的方法来获得员工对企业内部营销的态度,以此为样本分析旅游企业内部营销对员工满意度的影响因素有哪些,从而为旅游企业提出更为有效的营销建议,以达到提高旅游企业员工满意度的目的。

**关键词:**旅游企业;内部营销;员工满意度

## Research on the influence mechanism of tourism enterprise internal marketing on employee satisfaction

Mengliangyi

(Gele University, Thailand)

**Abstract:** With the rapid development of social economy, tourism enterprises have gradually become the most promising industry in people's lives, and the competition in the industry is becoming increasingly fierce. Although the tourism industry has a good development prospect, there are still some problems restricting the sustainable development of tourism enterprises. For example, the internal marketing measures of tourism enterprises have a bad impact on employee satisfaction, which leads to low service quality of employees and reduced travel experience satisfaction of passengers. If these problems cannot be solved in time, the competitiveness of tourism enterprises will be reduced and they will not develop well. Therefore, this paper focuses on the impact mechanism of internal marketing measures of tourism enterprises on employee satisfaction, obtains employees' attitudes towards internal marketing through questionnaires, and takes this as a sample to analyze what factors affect internal marketing of tourism enterprises on employee satisfaction, so as to put forward more effective marketing suggestions for tourism enterprises, so as to achieve the purpose of improving employee satisfaction of tourism enterprises.

**Key words:** tourism enterprises; Internal marketing; Employee satisfaction

### 引言

经济的快速增长使人们的生活越来越好,同时对休闲方式的选择也越来越多,这时旅游逐渐成为人们最为倾向的娱乐休闲方式。旅游企业本质上是一种服务型行业,其是否能够长久运营离不开旅客对企业所提供服务的评价,然而在市场上有一部分旅游企业存在着各种负面评价,导致企业的经营受到不良影响。因此为了解决旅游企业的经营困境,及时去探究这些负面评价存在的原因,就显得尤为重要。旅游企业为游客提供的服务包括景点的选择以及提供吃住所在的饭店、酒店的选择等,在这些过程中需要制定一套密集型的服务人员组织。由于整个服务过程中的工作人员密集度高,同时个人具有的主动性和情绪化等都属于不可控因素,并且员工的工作态度和工作质量决定着旅游服务质量,也直接影响着旅游企业的服务评价,因此员工在旅游服务行业中起着决定作用。而当旅游企业出现负面评价时,说明问题可能出现在员工方面,所以可以通过提高企业内部的营销质量来改善员工的满意度,达到提高游客满意度的目的。因此本文将结合市场内旅游行业的实际经营情况与评价结果本来探讨企业内部营销的措施对员工满意度的影响,并对其内部营销方面出现的问题,提出相应的改善策略,以便于企业能够健康长久的运营,并且获得更多的利润。

### 一、内部营销与员工满意度相关理论

#### 1. 内部营销的概念

内部营销最早提出时的定义是将企业的内部员工作为消费者,通过满足对有顾客意识员工的需求形成分批生产从而达到来取悦雇员的策略。本文所研究的旅游内部营销也是基于此概念,主要是将旅游行业内部与游客旅游体验相关的工作人员看作消费者,利用各种营销策略去满足有顾客意识员工的需求,促使相关的工作人员体

验感达到满意程度,并且培养其以自身的体验需求为游客体验需求的意识为导向,反馈给相关服务部门,以期制定出一个完善的旅游服务体验营销策略,促使游客感到满意。<sup>[1]</sup>

#### 2. 旅游企业内部营销的内容

旅游企业内部营销的对象是企业内的所有员工,不仅仅局限于营销部门的一线营销服务人员,这是为了避免错过任何一个环节中的客户体验价值,从而导致客户满意度降低。旅游企业内部营销的主要内容有以下几个方面:

第一,旅游企业对员工的营销,其营销内容是先向员工传达企业自身的价值观,主要是为了让员工与企业形成一致的价值观,理解并认同企业文化与经营目标,并促使员工生成与企业经营目标一致个人目标;然后是向员工营销企业自身的旅游产品和服务,通过其在企业内部的应用去探索能够使员工满意的策略,以便于企业制定出更有效的对外营销的手段方法,提高真正运营过程中顾客的满意度。

第二,旅游企业内部各部门之间的营销。由于旅客的满意不仅仅限于与其接触的服务人员,也包括后台各部门员工所提供的支持与密切合作。因此,保证旅游企业内部各部门之间能够及时了解、沟通与配合是促使旅客最终体验感达到满意的重要前提。在开展内部营销工作过程中,旅游企业内部的各个部门都需要积极的向其它部门营销本部门,增加相互的了解,这样有助于提高各部门之间沟通与合作的工作效率,减少各部门之间发生冲突的可能性,保证旅游企业经营工作的高效运作。

第三,分别从战略性内部营销与战术性内部营销两个层次开展营销内容。首先,从战略层次上的营销内容及目标是创造一种拥有科学管理方法、合理岗位调动、团结的企业文化氛围以及清晰战

略规划的内部环境,以助于员工产生为旅客主动的、尽心的提供服务的意识;其次从战术层次上的营销内容及目标是通过推销、宣传或激励的方式将企业自身的产品与服务运用在员工身上。

3. 内部营销与员工满意度的关系

内部营销最早出现于服务业,最初的研究者将产品用企业内部的工作表示,同时也把员工当作消费者,认为员工不仅仅可以作为企业组织管理的对象,也可以作为企业服务组织的对象,是服务业最重要且直观的市场,同时对不同员工的基本需求进行收集采纳并使以满足是开展内部营销工作的基础。企业可以通过开展各种培训,促进员工与员工、部门与部门之间的交流沟通,建设和谐团结的企业文化,并对企业内部的激励与约束制进行完善等措施来推动内部营销工作,达到使“消费者”对“产品”感到满意的目的。<sup>[2]</sup>

员工的满意度直接影响着个人的工作完成效果,满意度越高其达成的工作价值就越高。研究者认为企业采取内部营销的策略活动可以达到激励员工的效果,提高员工的满意度;并且内部营销的内容中包含着企业组织向员工提出的相关承诺,可以激发员工工作的主动性和认真态度,这对员工工作的满意度有着积极正向的关联性。

二、测量旅游企业内部营销对员工满意度影响的工具及方法

表1 因子命名表

因子编号	因子影响较大的问题	因子命名
1	我对自己目前的薪酬水平感到满意	薪酬福利
	我对公司的薪酬计算有清晰的了解	
	公司目前的薪酬制度对我有激励作用	
	我对公司提供的社会保险感到满意	
	我对公司提供的福利政策感到满意	
2	我对假期制度和假期安排感到满意	培训学习
	培训对我的实际能力与业绩的提升有很大帮助	
	公司针对不同岗位制定了相应的培训计划	
3	我对公司提供的培训形式感到满意	职位晋升
	只要工作表现好就能得到晋升机会	
	未来在公司内部还有充分发展空间	
	公司为我提供了一个清晰地职业发展规划	
4	我对公司的晋升制度感到满意	个人发展
	我个人的能力和特长在公司得到了充分发挥	
	公司给我提供了增加新经验和成长的机会	
5	我感到努力与付出得到了公平公正的认可	工作环境
	有良好工作表现时会得到及时的认可与赞赏	
	认为公司注重工作安全与保障	
	目前的工作压力不大	
6	目前公司员工的士气与心态高昂	企业文化与沟通
	公司环境优美、带来舒适感	
	对公司文体、娱乐活动的安排感到满意	
7	对公司的沟通方式感到满意	公司管理
	对公司的宗旨及管理方针感到满意	
	公司岗位设置基本合理,人力资源得到合理利用	
7	公司安排的制度在执行过程中能体现公平公正	公司管理
	对公司的核心价值观很认同	

1. “问卷星”基本信息调查表

通过参考国内外一些著名旅游企业的工作满意度调查问卷,基于行业特点及发展现状设计相关的调查问题,制定出一套针对内部营销策略对员工满意度影响的调查问卷,其信息数据的收集与发放可以通过“问卷星”基本信息调查表的方式上传至网络,以海南三亚地区的部分旅游企业为例,让服务于旅行社、景区、酒店及旅游商店等的内部员工进行填写测量。本文主要采用此方法来进行实证分析,所制定的问卷共设计两个部分,一部分主要用于填写被调查者的年龄、性别、学历及从业年限等基本情况信息;另一部分用于测量旅游企业内部营销措施对员工的满意度的影响,主要可以从

薪酬激励制度、职位晋升制度、员工培训、员工工作环境、企业文化与沟通等方面体现,总涉及到42个问题,打分标准按照五级量表的形式,按照满意程度由高到低分别赋予5、4、3、2、1的分值。本次问卷线上共收回84份,有效答卷有77份,参与率为92%。

2. 定性、定量相结合分析方法

本文将基于市场上现有的有关旅游企业内部营销对员工满意度的影响的研究成果等文献综述,同时结合问卷调查所得到的员工满意度方面的数据信息,对所设计的定性指标进行主成分提取,进一步了解影响员工满意度的内部营销指标。

三、旅游企业内部营销对员工满意度的影响机制分析

根据所发布调查表中涉及到的42个问题,本文采用因子分析法进行浓缩提出主要因子。运用KMO测度和巴特莱特球体对数据进行检验,调查所得数据比较适合因子分析。通过旋转后因子负载表的负载数据显示了7个因子对42个问题的影响程度,因此可以提取出每个因子相关较大的问题进行因子命名,如表1所示。

1. 员工对旅游企业总体满意水平

如表2所示,根据线上问卷星所收集到的员工满意度调查结果显示,针对7个维度的测量因素得分都不算很高,总体满意水平是3.88,这说明虽然旅游企业员工对其内部营销措施总体满意度水平是中等偏上,但旅游企业的内部营销策略对员工满意度仍然有着较大的提升空间。

表2 员工总体满意度数据

薪酬福利	培训学习	职位晋升	个人发展	工作环境	企业文化与沟通	公司管理	总体均值
3.8454	4.1536	3.5628	3.9657	3.8351	3.8927	3.9664	3.8842

2. 影响旅游企业内部营销的主因素分析

对调查问卷中的42个问题因子提取得出:薪酬福利、培训学习、职位晋升、个人发展、工作环境、企业文化与沟通、公司管理等7个影响旅游企业员工满意度的因子。通过计算数据并分析发现旅游企业员工最为满意的因素为培训学习、个人发展空间与公司管理,最为不满的因素是职位晋升、职工福利、工作环境以及企业文化与沟通。这表明了旅游企业的员工满意度不高最主要的问题在于旅游企业职位晋升与物质激励制度存在不足,但员工的个人能力与发展空间还是受到了企业的重视的;同时员工认为对于自身的工作环境以及与企业管理部门的沟通仍然存在着一定的缺陷。

四、总结

旅游企业的健康持续发展可以促进我国经济的增长,而其具有的服务性特征要求员工必须要做好相应的服务工作,这就需要员工拥有良好的服务态度与出色的工作能力。本文在研究了内部营销与员工满意度相关理论之后,通过调查问卷的方法了解了旅游企业内部营销对员工满意度的影响现状,而企业内部营销中的诸多衡量指标中,最为主要的影响因素分别是:薪酬福利、培训学习、职位晋升、个人发展、工作环境、企业文化与沟通、公司管理等因素。并对其中拉低员工满意度的策略提出了相应的改善意见,以期能够提升员工的满意度,促进旅游企业的健康发展。

参考文献:

- [1] 郑小平.威胜集团公司生产型员工满意度提升方案研究[D].湖南大学,2016.
- [2] 金欢欢.W公司员工满意度调查及提升策略研究[D].云南财经大学,2019.
- [3] 刘金东.XH公司员工关系满意度调查及管理对策研究[D].江苏大学,2018.
- [4] 许逢时.TS公司维修人员员工满意度研究[D].天津商业大学,2016.
- [5] 刘艳艳,刘蒙.制造型企业员工满意度影响因素研究——以X企业为例[J].新经济,2014,(8):70.