



Kultura  
organizacji  
przedsiębiorstwa  
turystycznego

# Jakość obsługi klienta

Na jakość obsługi klienta wpływa przede wszystkim kultura organizacji przedsiębiorstwa turystycznego, a więc kultura osobista pracowników, ich kwalifikacje zawodowe, umiejętność zaspokajania oczekiwań nabywców, normy prawne, normy moralne i obyczaje przyjęte w pracy przedsiębiorstwa turystycznego<sup>1</sup>.

# Kultura organizacji

- Czytelny podział ról i zadań w obrębie przedsiębiorstwa
- obowiązujący zbiór norm i postaw wpływający na opinię otoczenia o przedsiębiorstwie
- Zasady awansu pracowników
- Wyraźnie wyznaczony cel działania przedsiębiorstwa turystycznego zwany **MISJĄ PRZEDSIĘBIORSTWA**

# Polityka firmy



Wytyczne dla  
głównych działań  
firmy w aspekcie  
obsługi klienta



Polityka działania  
firmy w odniesieniu  
do klienta powinna  
być popierana przez  
odpowiednią

**STRUKTURĘ  
ORGANIZACYJNĄ  
PRZEDSIĘBIORSTWA**

# STRUKTURA ORGANIZACYJNA FIRMY

Istotnym problemem w projektowaniu struktury organizacyjnej jest wyznaczenie osoby lub osób odpowiedzialnych za jakość obsługi klientów w firmie.



Źle zaplanowana struktura organizacyjna firmy może przyczynić się do powstania opóźnień, nieporozumień lub powielania działań co powoduje pogorszenie pozycji firmy

# Dobór pracowników

Rekrutacja pracowników powinna opierać się na ocenie zalet pracowników potrzebnych do wykonywania zadań, dopasowanie przyszłych pracowników do wymagań danego stanowiska pracy i kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa turystycznego.



Kulturę organizacji przedsiębiorstwa można określić jako pewien zbiór wartości ułatwiających pracownikom zrozumienie, które działania są, a które nie są pożądane w przedsiębiorstwie turystycznym<sup>3</sup>.

