满不满意,您说话

省旅游局开启2013年度“人民群众满意旅游企业”创建活动

近年来，旅游业发展迅猛，表现出了朝阳产业的活力，一大批旅游大项目拔地而起，旅游环境不断优化，服务质量进一步提升，从各个节假日的出游统计中可以看出，人们的出游热情空前高涨。

就在这和谐的环境下，难免有些不和谐的因素出现，扰乱了市场秩序，比如“店大欺客”、无故涨价、强制购物、缩减旅游行程等，让游客心烦意乱，更是无心看景。

近日，国家旅游局向行业通报了2012年10件旅游案例，有“三亚导游门”案、游客不购物遭司机报复案、旅行社违规招徕旅游者案、昆明中国国际旅行社和昆明康辉永立旅行社擅自委托旅游业务案、秦皇岛海燕国际旅行社和长治华夏行国际旅行社违规经营赴台旅游业务案、北京华远鹏程旅行社擅自改变旅游合同行程案、抚顺麒龙旅行社等5家旅行社违规经营出境旅游业务案等。这是国家旅游局连续第三年通报年度十大旅游案例，目的是引导旅游行业诚信守法经营、优质规范服务。

早在2009年，国务院41号文件提出，要把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，在满意决定旅游的时代，需要游客的监督，来促进这一目标的完成。如今，“好客山东”品牌已经叫响大江南北，支撑这一品牌的不只是丰富的旅游资源，还需要有责任心的旅游企业和旅游人，以及细微、周到、热情的服务等要素，因此就要求练好内功，在严格执行“好客山东服务标准”的基础上，靠“好客山东”内在的修养打动来山东游玩的游客，去发自内心地标榜这块金字招牌。

为引导旅游企业牢固树立“为民服务”意识，提升“好客山东”旅游品牌形象，近期，山东省旅游监察总队联合本报将在全省旅游行业组织开展“人民群众满意旅游企业”创建活动，不断完善为民、利民、便民、惠民服务措施，深化旅游诚信建设，提升旅游满意度。“打造良好的旅游环境，让每一个来山东旅游的人都感到舒心，确实能玩好，是我们旅游人的责任。希望依靠类似的活动，提升旅游企业的责任感和使命感，努力培育让人民群众满意的现代服务业。”山东省旅游监察总队长冯泮爽介绍说。

此次活动针对全省范围内的旅行社、星级饭店、A级景区、旅游车船公司。5-7月份，参创的旅游企业按照创建标准，查找“为民服务”存在的主要问题和不足，制定具体整改措施，开展自查自纠，并结合单位实际，不断推出各种“为民、利民、便民、惠民”服务措施。

8月份，省旅游监察总队将对创建“人民群众满意旅游企业”的单位进行初审，参创企业必须进行满意度调查，调查可分2-3次进行，有效调查问卷总数不少于300份。9月份，省旅游局将组织有关人员对各市推荐单位采取明察暗访的方式进行检查验收，验收结束后在山东旅游诚信网进行公示，并接受群众监督。

您是否满意目前的旅游环境，您是否在旅行途中遇到了让您十分满意的旅游企业，推荐一下吧，让它成为行业学习的楷模，您的建议将决定一众旅游人的游玩质量和心情。

创建活动咨询热线：0531-82676313
读者推荐热线：0531-85196613/85196576

链接

创建“人民群众满意旅游企业”标准

1、严格遵守国家法律、法规及旅游行业标准、规范，服从旅游部门行业监管，在当地旅游行业发挥模范带头作用；

2、积极开展创建活动，主要负责人亲自挂帅，全员参与，经常性召开专题会议，研究推动创建工作；

3、充分利用企业网站、报刊、宣传栏等，广泛开展“为民服务”宣传教育活动，积极组织员工开展各种形式的为民服务行动；

4、维护群众和游客切身利益，积极探索和推行多种形式的为民、便民、利民、惠民服务措施，成效明显；

5、主动公开服务项目、服务内容、服务标准和服务承诺，接受游客和社会公众监督；公开服务电话，24小时受理咨询服务；

6、从业人员具有较高的政治觉悟和良好的职业素养，坚持“文明好客，宾客至上；信誉第一，真诚公道”服务宗旨，努力向中外游客提供方便、快捷、高效的服务；

7、建立游客满意度测评或服务质量调查制度，定期征求服务质量反馈意见，游客满意率达95%以上；

8、及时处理游客投诉和纠纷，不推诿，不扯皮；近两年内无重大安全责任事故和重大旅游投诉案件发生；

9、在旅游部门组织的游客满意度测评中，满意率不低于95%；

10、积极参加省旅游局组织开展的“全省诚信旅游示范单位”创建活动并已获得荣誉称号。

旅游观察点

此时不要匆忙再提“地震旅游”

四川芦山等地发生地震引发人们的直接联想，就是2008年同样发生在四川的“5·12”汶川大地震。而在对汶川地震的整体观察中，地震过后当地匆匆推出的“地震旅游”，也成为一个绕不过去的观察点。

对于是否可将“地震”视为旅游资源、旅游动因的问题，自然无需怀疑。因为现代社会中形成的“旅游”概念，并非单指寻访开心快乐的事件与地点放松心情。以认真严肃的心境到一个值得探究的旅游目的地实地学习、考察了解历史真相的旅游，在各类形态的旅游当中，一直就不少见。旅游者到访意大利的古城庞贝如是，到访波兰比克瑙奥斯威辛集中营如是，到访日本的广岛原爆纪念馆亦如是。

但是，开展类似“地震旅游”之类的关乎人类灾难的旅游，却并不是一件简单的事情。从以往的情形来看，国内开展此类旅游的成功事例罕见，而失败的经验却比比皆是。而不了解这类旅游的特性，缺少科学论证简单的拍脑壳匆匆上马，或者仅以牟利作为助推力，都构成了这类可泛称为灾难旅游的旅游形式的败因。

开展“地震旅游”并非是一件简单的事情。旅游规划者旅游经营者若无科学理念人文情怀，设计出来的地震旅游规划及产品，一定会是千疮百孔。简单将“地震旅游”当作灵丹妙药也是一个认知错误，因为“地震旅游”的目标对象，有着苛刻的要求。“地震旅游”并非属于以所有人群为对象的大众旅游，只有乐于思考的人，才是这类旅游的适格旅游者。国内一些地方往往将类似旅游景点，定名为“思想教育基地”，虽显生硬，但若将其中的“思想”二字名词动用，还是较为准确地表述了这类旅游的特性。

在目前的社会形态下，要做到这些显然并不容易。一个历历在目的不成功案例，就是几年前发生过大地震的四川汶川。

2008年四川汶川地震尚处救援期间，就有人提出建立博物馆、吸引游人的震后重建设想。震后不到一年，一个由上海社科院搞的《四川省北川羌族自治县旅游发展总体规划》就草草出台了。那份从谋篇立意就存在着严重错误的《规划》，竟然将汶川地震那场死了8万多人的大地震造成的损失，当作是“全球独一无二的具有垄断性的旅游资源”，把满目疮痍的北川，看成是“天下绝品”、“独一无二”的“无价之宝”，将规划的北川旅游称之为“震动世界之地、震撼心灵之旅”，显然就是首先在“地震旅游”这类特殊旅游所必需的科学理念人文情怀上面出了大的纰漏。

而其后我们在电视上及网络中看到，北川地震遗址开放后，热闹的场面与拥挤的人群，也都与“地震旅游”的内涵及形式，存在着理念龃龉与人群不适格的问题。

由此可见，在经营诸如“地震旅游”这类特殊形态的旅游方面，目前还存在着从认知到设计的许多问题。而对“地震旅游”这类特殊形式的旅游，在近些年我们的旅游研究一直仍属缺位。与前些年相比，可以说人们对“地震旅游”的理性认知上尚未取得明显的提升。

此次芦山等地地震，是否再会有人提出“地震旅游”的设想？得出肯定的答案或许不会存在太多疑义。因为在一次灾害过后，今天的人们常常想到的灾后重建措施当中，“开展旅游”常常会轻而易举被人提到。但从我们以往的“地震旅游”的不成功实践来看，斯时慎提或不提“地震旅游”，也许更加妥帖。旅游的经济功效其实是可以从另外方面体现的：待芦山等地的地震灾害完全消除后，一些常规形态的旅游，因操作上较为简单，将会更容易给灾区带来帮助。（作者王健民，系中国社会科学院旅游研究中心特约研究员）

转自《新京报》