

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

А.В. Маслов, к.т.н., доцент

Юргинский технологический институт (филиал)

ФГАОУ ВО Национального Исследовательского Томского политехнического университета,

652050, г. Юрга, Кемеровская обл., ул. Ленинградская, 26,

тел. 8(384-51)7-77-64, факс 8(384-51)7-77-67

E-mail: maslovav@tpu.ru

Знания – чрезвычайно важный фактор развития человеческого потенциала, а в условиях организации он превращается в весьма значимый ресурс, связанный с персоналом. В статье рассматриваются вопросы применения технологий управления знаниями в современных экономических условиях. Проанализировано понятие «управление знаниями». Определены основные препятствия к извлечению знаний и технологии, обеспечивающие процесс управления знаниями в гостиничном предприятии.

Knowledge is an extremely important factor in the development of human potential, and in terms of organization it becomes a very significant resource, I swear with the staff. The article deals with the use of control technologies in modern economic conditions. The concept of "knowledge management" is analyzed. There are identified the main obstacles to the extraction of knowledge and technology that ensure the process of management in a hotel enterprise.

В процессе рыночных преобразований экономики Российской Федерации сфера услуг получила мощнейший импульс к ускорению развития. Таким образом в ее составе были сформированы качественно новые элементы, большинство прежних элементов прошли функциональную и структурную перестройку. К числу таковых относятся индустрия гостеприимства и туристская деятельность.

Новые рыночные инструменты управления утверждаются, в свою очередь, в качестве устойчивого и достаточно эффективного развития сферы услуг. Потенциал данных инструментов в индустрии гостеприимства раскрыт не совсем полностью. Они только адаптируются к специфическим условиям управления в этом секторе сферы услуг: особой роли человеческого фактора, сезонности, неравномерности развития гостиничного бизнеса, зависимости конечных результатов деятельности от эффективного комбинирования имеющихся в гостинице ресурсов [1].

В расширяющемся гостиничном хозяйстве конкурентоспособность гостиничных услуг может быть обеспечена только путем извлечения синергетического эффекта от комбинированного использования всех существующих современных рыночных инструментов управления [2].

Рыночные инструменты управления вошли в практический и научный оборот отечественной индустрии гостеприимства совсем недавно. Опыт рыночных преобразований российской экономики лишний раз доказывает, что указанные инструменты должны адаптироваться к тем или иным условиям развития экономических отношений в той сфере, где они применяются. Это позволит считать абстрактно универсальными [3].

Управление знаниями – новое научное направление, сформировавшееся в течение двух последних десятилетий. Термин «управление знаниями» возник по аналогии с такими понятиями, как «управление данными», «управление информацией». Однако со временем понятие «управление знаниями» претерпело серьезные изменения и в начале XXI века приобрело новое значение: оно стало больше ориентироваться на отдельную личность, произошло признание, что задача передачи собственного и получения чужого знания связана с возможностями вступления в коллективный обмен знаниями; что производство и обработка знаний в организации осуществляются по своей специфической логике.

Своим появлением это направление обязано активному переходу постиндустриальных стран к инновационной экономике – той стадии экономического развития, на которой в процессе производства продуктов и оказания услуг главную роль играют ресурсы интеллектуального капитала [1]. Интеллектуальный капитал – все неденежные и нематериальные ресурсы, полностью или частично подлежащие управлению и контролю со стороны организации и участвующие в создании ценности организации, увеличивая тем самым ее возможности.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день наиболее активно методы теории управления знаниями применяются на практике на предприятиях наукоемких отраслей, высокотехнологичных отраслей, в научно-исследовательских организациях. Вместе с тем, вопросы управления знаниями также интересуют руководителей организаций индустрии гостеприимства. Это доказывает исследование норвежских исследователей П. Уестнеса и С. Уестнеса со ссылкой к работам Й. Рууса, направленное на оценку ресурсов интеллектуального капитала, повышение эффективности инвестиций в

персонал, создание управленческого инструмента для систематической и эффективной работы с интеллектуальным капиталом и изучение потребностей в интеллектуальном капитале для улучшения показателей работы и достижения целей бизнеса в 16 отелях цепи Radisson SAS Hotels&Resorts, расположенных в Норвегии [3; 4; 5].

Полученные данные показали, что в Radisson SAS Hotels&Resorts существуют прочные взаимоотношения между человеческими и организационными ресурсами. Это объясняется тем, что, хотя гостиничный бизнес и требует, прежде всего, больших знаний и опыта, тем не менее, речь идет про сервисное предприятие, в котором как индивидуальные знания сотрудников (человеческие ресурсы), так и организационные знания (организационные ресурсы), выраженные в установившихся процедурах, системах, клиентских базах данных и т.д., рассматриваются как важные элементы эффективного руководства отелем. В результате была разработана модель оценки интеллектуального капитала, имеющегося в гостиничной сети, и было достигнуто большое понимание путей создания ценности интеллектуального капитала в рассматриваемой организации. Кроме того, оказалось, что сознательная концентрация внимания на управлении интеллектуального капитала имела точно такое же значение, как и реальное внедрение нового процесса, потому что это привело к осознанию важности нематериальных активов среди персонала. Это понимание само по себе является совершенно необходимым в ситуации конкурентирования в экономике, в которой знания и нематериальные активы считаются самыми важными активами.

Построение эффективных систем управления знаниями позволяет решать задачи распределения знаний между заинтересованными отделами компаний, а также между регионально разобщенными сотрудниками одной компании. Соответственно, преимущества использования системы управления знаниями организации в сфере гостеприимства особенно ощутимы в гостиничных цепях, так как сетевым организациям необходимо обеспечивать принятый стандарт качества обслуживания гостей в каждом из отелей, находящихся в географически отдаленных друг от друга регионах. Также важно отметить, что в сетевых отелях системы управления знаниями позволяют использовать опыт успешных подразделений гостиничного предприятия, расположенного в одном регионе, для повышения эффективности деятельности сходных по функциям подразделений гостиничных предприятий сети в других регионах.

Для того, чтобы система управления знаниями действительно приносила пользу, она должна постоянно пополняться. В международной практике управления знаниями выделяют пять основных препятствий к извлечению знаний:

- глобализация (перегрузка знаниями, поскольку их источников стало слишком много; возникновение межкультурных проблем, связанных с тем, что в разных странах существуют различные системы убеждений, моральных ценностей, законодательство и т.д.; обмен нерелевантными или неполными знаниями, так как партнеры плохо понимают информационные потребности друг друга);
- постоянные изменения на рынке труда (в современных условиях труда наблюдается тенденция использования временных работников и внешних консультантов, что затрудняет процесс пополнения системы знаний компании - знания внешних консультантов не являются собственностью компании и не могут быть принудительно включены в систему);
- устаревание знаний (большинство знаний имеют ограниченный срок службы, их нужно постоянно обновлять и переоценивать);
- опасения экспертов лишиться своего положения (профессиональная мобильность и тенденция к узкой специализации, а не к приобретению энциклопедических знаний, привели к тому, что количество специалистов широкого профиля уменьшилось; в то же время специалисты в узких областях не всегда охотно делятся своими знаниями);
- неподходящая технология.

На сегодняшний день существует большое количество технологий, позволяющих обеспечивать и содействовать успешной реализации процесса управления знаниями в гостиничном секторе. Среди наиболее популярных следует отметить: системы принятия решений; базы и архивы данных; системы управления документооборотом; программное обеспечение группового пользования и другие. Ярким примером успешного использования методов управления знаниями в гостиничном бизнесе посредством формирования базы данных о клиентах могут послужить отели Ritz-Carlton.

В международной практике существует перечень должностей, связанных с процессом управления знаниями в организации (директор по знаниям, менеджер по управлению знаниями, координатор по знаниям, аналитик, специалист по управлению знаниями и др.). Вместе с тем, в большинстве отечественных организаций индустрии гостеприимства штатное расписание не предусматривает по-

добных должностей, что свидетельствует о невысоком внимании со стороны руководства к данному направлению менеджмента.

Для решения организационных проблем управления знаниями необходимо соединить гуманитарные и информационные технологии, т.е. «людей и информацию», для сохранения полученного корпоративного опыта и знаний для повторного их применения, а также для предоставления сотрудникам доступа к необходимой информации. Особенно важно обеспечить условия для сбора, переработки, поиска, использования и распространения знаний территориально распределенным финансовым организациям, имеющим многочисленные филиалы и офисы в разных регионах и странах, в которых решаются однотипные бизнес-задачи (депозитарные операции, кредитование, разработка карточных программ и т.п.) и формируются однотипные «наборы знаний», которые необходимо регулярно передавать группам сотрудников.

Основными результатами кастомизации знаний (от англ. customize – изготовить на заказ), как правило, являются «карты знаний», «пакеты знаний», каталоги ресурсов, форумы и чаты, сообщества практиков, сторителлинг (рассказ, как это было) и корпоративные блоги.

Каталог ресурсов знаний и информации позволяет увидеть, какой формализованный опыт в компании уже существует.

«Пакеты знаний» – совокупность тематических ссылок на внутренние и внешние ресурсы, необходимые для решения определенных задач - работы над текущими проектами, поиска новых сотрудников и других.

«Карты знаний» представляют собой визуализированную совокупность взаимосвязей единиц информации и объектов знаний, а также их носителей, представленную графически. Такие карты содержат отсылки на нужные знания и указывают путь доступа к ним (контактные телефоны, адреса, ссылки на ресурсы).

Форумы и чаты являются средствами неформального или относительно формализованного общения. Участники дискуссий должны иметь четко определенный профессиональный интерес, например, обучение, получение новых знаний и опыта решения задач от более опытных коллег.

Сообщества практиков – группа людей, объединенных профессиональными интересами, которые обмениваются знаниями по определенной тематике, вместе решают проблемы и находят новые подходы к решению бизнес-задач. Чаще всего при существующей коммуникационной потребности у профессионалов ведущая роль принадлежит компании и находится в прямой зависимости от информационно-коммуникационных технологий.

Сторителлинг и корпоративные блоги – это способ обмена «скрытыми» знаниями и формирования корпоративной культуры. Как было показано выше, знания присутствуют в организациях в явной и скрытой форме, а концепции сторителлинга и корпоративных блогов помогают именно в выявлении знаний. Сотрудники описывают свои впечатления и мнения (т.е. скрытые знания) в форме емких интервью, посвященных, например, проведению переговоров, устранению ошибки в программном обеспечении, или отчету о командировке. Результаты фиксируются в базе знаний.

Информационные технологии поддерживают правила, сопровождающие процесс управления знаниями, помогают снять возникающие барьеры на пути решения задач формирования единой рабочей среды, реализации механизма отчуждения, накопления, использования и модификации знаний, поддержки инноваций и доведения сведений о них всем заинтересованным в них сотрудникам.

Однако информационные технологии не играют доминирующую роль в методиках управления знаниями: если в банке не будут проводиться мероприятия по формированию культуры совместной работы и общего доступа к данным, то IT-решения не позволят получить ощутимые результаты. Точно так же использование только лишь гуманитарных технологий без привлечения информационных технологий не приведет к эффективному управлению знаниями. Это обосновывает необходимость актуализации, существующей в финансовых институтах информационно-технологической политики и разработки на ее основе стратегии управления знаниями.

От выбора способа представления знаний зависит эффективность поиска необходимой информации и возможность последующего многократного использования. Это означает, что знания, формализованные в явном виде, после специальной обработки (структурирования), могут стать частью корпоративного интеллекта [6].

К числу основных информационных технологий, поддерживающих управление знаниями, относятся:

- добыча данных и текстов (DataMining) – распознавание образов, выделение значимых закономерностей из данных, находящихся в хранилищах или входных, или выходных потоках. Эти методы основываются на статистическом моделировании, нейронных сетях, генетических алгоритмах и др.;
- системы управления документооборотом – хранение, архивирование, индексирование, разметка и публикация документов;
- средства для организации совместной работы – сети intranet, технологии групповой работы, синхронные и асинхронные конференции;
- корпоративные порталы и порталы знаний;
- средства, поддерживающие принятие решений – экспертные системы, системы, поддерживающие дискуссионные группы и т.д. [2].

Внедрение системы управления знаниями в гостиничных предприятиях содействует снижению рисков и ведет к повышению эффективности работы как отдельной компании, так и всей национальной гостиничной системы в целом, так как все составляющие структуры интеллектуального капитала играют возрастающую роль в обеспечении основных факторов конкурентоспособности: рост доли продукции (услуг) компании на мировом рынке; обеспечение устойчивых темпов роста продаж, прибыльности продаж; эффективности сбытовой политики компании; положительное соотношение объемов продаж с советующими показателями конкурентов и др.

Принимая во внимание отсутствие на отечественном рынке гостиничных услуг информационно-исследовательских компаний, автор считает целесообразным на микроуровне определить одного или нескольких сотрудников ответственными за исследовательскую деятельность в рамках функционирования предприятия.

На макроуровне управление знаниями может быть реализовано посредством создания профессиональных объединений (клубов, ассоциаций) в рамках деятельности которых будет осуществляться сбор и анализ информационных данных по разным направлениям сферы гостиничного бизнеса, позволяющие формировать видение и возможные тенденции развития национального гостиничного сектора в будущем. Все это позволит обеспечить достижение отелями конкурентных преимуществ перед иными участниками международного рынка гостиничных услуг, иметь возможность снижать себестоимость своих услуг, максимизировать доход от продаж, достигать и поддерживать высокие стандарты обслуживания.

В настоящее время практику управления знаниями с целью повышения конкурентоспособности компании на международном уровне активно демонстрирует гостиничный бренд FourSeasons, анонсировав в начале ноября 2016 г. об открытии в г. Торонто (Канада) исследовательского центра FourSeasonsResearch and DiscoveryStudio [7]. Центр представляет собой творческое пространство и глобальный источник знаний и навыков, в котором сотрудники из любого подразделения отелей, входящих в гостиничный бренд FourSeasons в любой стране мира, могут собраться вместе, чтобы экспериментировать, моделировать реальные ситуации и новые идеи, разрабатывать и создавать многофункциональные номера, манипулировать с пространством и тестировать варианты планировки, прежде чем переходить к реальному воспроизведению интерьеров.

Внедрение технологии FourSeasons в российских предприятиях позволит дизайнерам и всем участникам процесса понимать последствия своих решений, находить слабые места и потенциал для улучшения и быстро дорабатывать проекты, что в целом позволяет создавать совершенный гостиничный продукт и совершенствовать сервис, предоставляемый гостям отелей, продумывая все до мелочей.

Следует отметить, что управление знаниями играет очень важное значение в деятельности организации индустрии гостеприимства в условиях растущей конкуренции, так как наиболее динамичные и новаторские компании могут превзойти своих конкурентов (даже самых сильных), пользуясь преимуществами использования дешевых факторов производства, посредством использования оригинальных интеллектуальных ресурсов. Важно понимать, что развитие рынка гостиничных услуг как на национальном уровне, так и на международном, подвержено влиянию со стороны международных гостиничных цепей, система организации деятельности которых уже отработана на протяжении десятилетий и в разных регионах мира по всем направлениям ведения бизнеса, включая и управление интеллектуальным капиталом.

Список литературы

1. Балабанов И.Т. Экономика туризма / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. –М.: Финансы и статистика, 2009. – С. 184.

2. Мысова О.С. Оценка эффективности использования рыночных инструментов в сфере услуг (на примере гостинично-туристского комплекса Ростовской области) / О.С. Мысова: Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Южно-Российский гос. ун-т экономики и сервиса" (ГОУ ВПО "ЮРГУЭС"). Шахты, 2015.
3. Bontis, N. The knowledge toolbox: A Review of the tool available to measure and manage intangible resources / N. Bontis, N. C. Dragonetti, K. Jacobsen, G. Roos // European Management Journal. – 2016. – № 17 (4). – P. 391-402
4. Моряков В.А. Состояние и развитие систем управления в сфере услуг: дисс. канд. наук: / Моряков В.А.; спец. 08.00.05. - Москва, 2011.
5. Roos, G. Measuring your company's intellectual performance / G. Roos, J. Roos // Long Range Planning. – 2012. – Vol. 30, iss. 3. – P. 325, 413-426.
6. Марченко Г. Исследование инвестиционного климата регионов России: проблемы и результаты / Г. Марченко // Вопросы экономики. – 2009. – № 9. – с. 69-79.
7. Westnes, P. Evaluating Intellectual capital in the hotel industry. A case study of Radisson SAS Hotel&Resorts: Master's thesis / P. Westnes, S. Westnes ; The Norwegian School of Hotel management, Stavanger University College, Norway. – Stavanger, 2016. – 103 p.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ДАННЫХ СИСТЕМЫ ПОощРЕНИЙ СОТРУДНИКОВ И СТУДЕНТОВ

Т. Ю. Чернышева, к.т.н., доц., К. В. Стриженко, студ.

Юргинский технологический институт (филиал)

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26, тел. (384-51) 7-77-64

tatch@list.ru

В статье рассмотрена система поощрений сотрудников и студентов. Составлена диаграмма сущность-связь процесса учета всех этапов документооборота данного процесса. Представлен пример формы разработанной информационной системы учета и анализа распределения поощрений сотрудниками студентам.

The article considers the system of incentives for employees and students. A diagram is drawn of the essence-relationship of the process of accounting for all stages of the workflow of this process. An example of the form of the developed information system of the account and the analysis of distribution of encouragements by employees to students is presented.

Системы поддержки принятия решений все прочнее входят в деятельность руководителей. Практически все сферы организаторской деятельности носят учетный, аналитический и плановый характер. В каждой организации существует система поощрения деятельности сотрудников. В образовательной деятельности кроме сотрудников есть обучаемые (студенты). Система поощрений сотрудников и студентов включает разные формы поощрений. Существует своя процедура подачи заявлений на поощрение и учет награждений [1]. Процесс подачи, учета и поддержки решения о награждении (поощрении) итерационный и иерархический.

Рассмотрим данную систему на примере Юргинского технологического института (филиал) Томского политехнического университета [2].

Начальник отдела по внеучебной работе отправляет распоряжение о предоставлении кандидатур на поощрения по подразделениям кафедр. От каждой кафедры отправляется список кандидатур на поощрения начальнику по внеучебной работы. После обработки списка, начальник по внеучебной работе предоставляет списки кандидатур Ученому совету ЮТИ ТПУ. Список утвержденных кандидатур на поощрения на местном уровне получает директор ЮТИ ТПУ и утверждает приказ. Для поощрений на российском уровне и уровне ТПУ директор отправляет список ученому совету ТПУ. После рассмотрения и подтверждения кандидатур списки направляются директору ТПУ. Схема данного документооборота представлена на рисунке 1.

Произведен анализ предметной области и построены модели бизнес-процессов «как есть» (IDEF0) и «как должно быть».