

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY



Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті мен экономикалық факультеттің 20-жылдығына орай ұйымдастырылған
«Қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелер»
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ
7 сәуір 2016ж.

СБОРНИК ТРУДОВ
международной научно-практической конференции
«Современные экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма»,
посвященной 20-летию Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева и экономического факультета
7 апреля 2016г.

PROCEEDINGS
of the international scientific-practical conference
“Modern economic problems in the field of finance, accounting, management and tourism”
dedicated to the 20-th anniversary of the L.N. Gumilyov Eurasian National University and the Economic Faculty
7 April, 2016

Астана, Қазақстан
Astana, Kazakhstan

УДК 336: 338.48 (063)

ББК 65.261

Қ 41

Редакционная коллегия:

Декан экономического факультета, д.э.н., профессор Макыш С.Б.,

Заместитель декана по научной работе, к.э.н., и.о. доцента Бакирбекова А.М.

Профессор кафедры «Туризм», д.э.н. Сыздыкбаева Б.У.

Заведующий кафедрой «Туризм», к.э.н., доцент Дуйсембаев А.А.

Заведующий кафедрой «Менеджмент», д.э.н., профессор Толысбаев Б.С.

Заведующий кафедрой «Учет, аудит и анализ», к.э.н., доцент Алибекова Б.А.

Заведующий кафедрой «Финансы», д.э.н., профессор Садвокасова К.Ж.

Заведующий кафедрой «Экономика», к.э.н., асс. профессор Рахметулина Ж.Б.

Заведующий кафедрой «Экономическая теория и антимонопольное регулирование», к.э.н., доцент Бабланов Т.К.

Қ41 Қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелер: Халық. ғыл.-тәжіриб. конф. еңбектер жинағы _ **Современные экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма:** Сб. материалов межд. науч.-практ. конф. _ Proceedings of the international scientific-practical conference **“Modern economic problems in the field of finance, accounting, management and tourism”**. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2016 _ Астана: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2016 _ Astana, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2016.

ISBN 978 – 601 -301 – 677 - 1

Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының еңбек жинағында қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелері қарастырылған.

В сборнике материалов международной научно-практической конференции рассмотрены экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма.

Economic issues in the fields of finance, accounting, management and tourism are covered in the international scientific-practical conference collection of materials.

УДК 336: 338.48 (063)

ББК 65.261

ISBN 978 – 601 -301 – 677 – 1

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2016

© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2016

© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2016

4 Сайт "Туризм на автомобиле" [Электронный ресурс]. - Режим доступа:
<http://avtotourizm.ru/>
5 <http://mag.avtotravel.com/>

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ И КАЧЕСТВО ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Бекбулатова А.М.

Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева
г. Астана, Республика Казахстан

Научный руководитель: д.э.н., профессор Сураганова С.К.

Классическая теория конкурентных преимуществ позволяет эффективно использовать концепцию управления знаниями в гостиничных предприятиях. На этой основе, учитывая активы и возможности, которые в свою очередь являются источником конкурентного преимущества предприятия, был разработан ряд моделей управления. Пример зарубежного опыта подтверждает эффективность использования концепции управления знаниями в гостиничных предприятиях еще в конце 20-го века. С тех пор было проведено множество исследований, а управление знаниями является одной из самой популярной концепцией управления предприятием [1].

Процесс менеджмента знаний требует четкого определения инструментов, техники и механизма, что часто связано с трудностями относительно его сущности, возможных выгод от его использования, затрат и методов реализации, в результате чего практика управления знаниями не так широко распространена. С целью распределения знаний применяются различные критерии, одним из которых является разделение на [2]:

- Know what (знать что-либо) - ресурсы, связанные с фактами, принимающие форму сохраненных и легко передаваемых данных. В предприятиях гостиничного бизнеса это информация об использовании потенциального обслуживания, количество гостей, продолжительность пребывания;

- Know-why (знать почему) - знания причинно-следственных связей, например, каковы причины выбора гостя данного отеля;

- Know-how (знать как) - относится к способностям и является основой для практических действий в виде квалификации и навыков. В отелях такого рода знания связаны с сотрудниками и их навыками, а также со стандартами качества обслуживания гостей, финансовыми стандартами и др.;

- Know-who (знать кто) – ресурс, являющийся частью предприятия и непосредственно связан с теми, кто обладает вышеупомянутыми типами знаний.

Другой критерий деления знаний - доступные/явные (explicit knowledge) и неявные знания (tacit knowledge), где доступные/явные выражаются в

формальном языке, используя правила грамматики, математические формулы и т.д. и представляют собой объективные знания, являющиеся собственностью организации, независимо от меняющихся кадров. Считается, что к явным знаниям относится около 10% всех знаний предприятия [2]. Такой тип знания может передаваться формализованным и простым способом (в письменном виде, с помощью символов и кодов, таких как блок-схемы). Неявное знание трудно выразить при помощи формального языка, так как такое знание является субъективным и содержится в индивидуальном опыте, включая личные убеждения, взгляды, ценности и интуицию.

Знания, как ресурс, обладают особенностями, которые отличают его от других ресурсов. К ним относятся [3]:

- *субъективность* - интерпретация знания в большей степени зависит от индивидуального опыта и контекста, в котором оно используется;
- *возможность передачи* – получить знания из одного источника и выгодно их использовать в другом месте;
- *внедрение* – знания сконцентрированы в человеческом уме, что затрудняет их интеракцию;
- *самовосполнение* – знание по своей природе не теряет значения при его делении, напротив его ценность растет;
- *непостоянство* - знания устаревают с течением времени;
- *спонтанность* – чаще всего знания развиваются в неконтролируемом процессе.

Внедрение конкурентной стратегии качества управления предприятием индустрии гостеприимства требует анализа с точки зрения ее реализации. И эта необходимость выражается за счет определения различия между состоянием общих ресурсов, принадлежащих гостиничному предприятию и условиями реализации стратегии. Тип конкурентной стратегии подразумевает потребность в информации, а состояние этих неудовлетворенных потребностей в информации является пробелом знаний.

Пробел в знаниях следует понимать как разрыв между имеющимися ресурсами и уровнем квалификации знаний, позволяющих реализацию общей стратегии. Формирование пробелов знаний определяет эффективность неценовой конкуренции гостиничных предприятий, на которую может повлиять отсутствие, избыток, недостаток знаний, а также низкое их качество. Именно на преодоление этих пробелов направлено управление знаниями. Отношение между стратегией неценовой конкуренции, пробелом знаний и стратегией управления знаниями можно проследить на рисунке 1.

Стратегия управления знаниями заполняет пробелы и служит своего рода мостом в разрыве между текущими и необходимыми знаниями. Предлагая высококачественные продукты, отвечающие ожиданиям клиентов, требует набора знаний ресурсов в результате информационных потребностей. В связи со сложностью строения знаний предприятий в контексте стратегического анализа, знания как ресурс не должны оцениваться в целом объеме, а только согласно составляющим элементам.

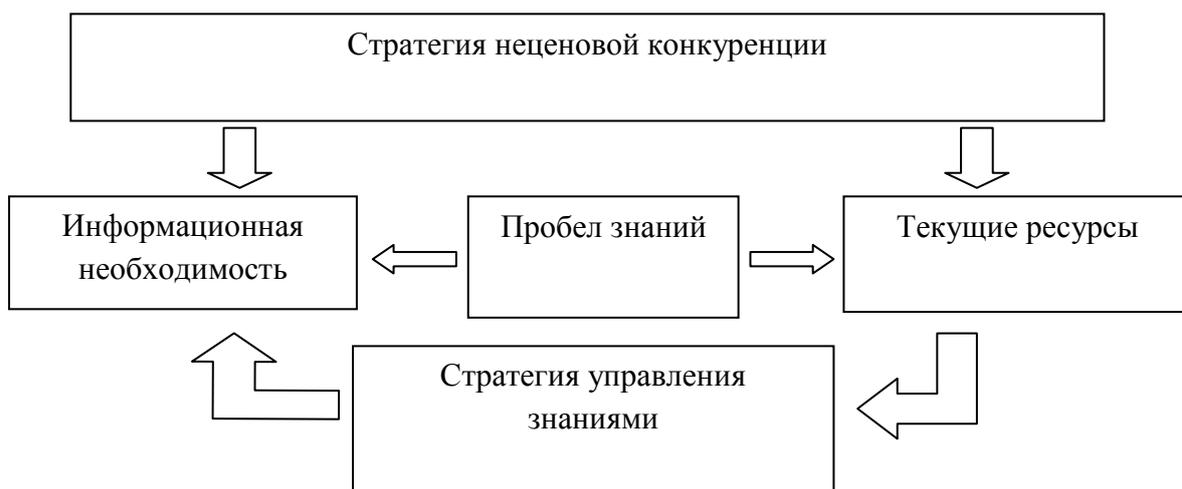


Рисунок 1 - Роль управления знаниями в устранении пробелов знаний
Примечание – Составлено по данным источника [4]

Персональный характер деятельности гостиничного бизнеса и относительно высокая текучесть кадров приводят к острой потере неявных знаний. Уход лучших сотрудников ведет за собой дорогостоящее обучение новых, а достигнутое за счет сотрудника конкурентное преимущество в виде высокого качества обслуживания может быть потеряно при уходе работника в одну из конкурирующих фирм. Во избежание такого эффекта, предприятия используют технику управления знаниями и кодификацию стратегии, которая сохранит знания, несмотря на перемену кадров.

Другой особенностью гостиничного бизнеса, значимой в управлении знаниями, является низкий статус линейного персонала, напрямую контактирующего с гостями. Комплексность продукта гостиничного бизнеса приводит к определенным последствиям управления знаниями, потому как в процесс предоставления услуг вовлечено множество сотрудников практически всех уровней – регистрация, прием, обслуживание, уборка комнат, питание и т.д. Отсюда базовое предложение продукта высокого качества - это результат совместной работы большого количества людей, а необходимым условием успешного сотрудничества является эффективность процессов передачи знаний. Причиной конфликтов может стать независимость отделов, взаимодействующих друг с другом, различия в восприятии статуса и способов вознаграждения, которые приводят к коммуникационным сбоям. Решением настоящих трудностей является введение технических, личностных и организационных процессов для эффективной передачи знаний.

Нематериальность продукта гостиничных предприятий вызывает необходимость систематизации (в виде стандартов) или передачи неявных знаний. Одновременность производства и потребления гостиничных услуг определяет потенциальную доступность получения информации от гостей. Клиент присутствует в помещениях предприятия и может выразить личное мнение о предложениях и предпочтениях.

Гость проводит в гостиничном предприятии гораздо больше времени, чем клиенты в других сервисных предприятиях, что предоставляет шанс выделить

удобное время для гостя выразить личное мнение. Таким образом, клиенты гостиничных предприятий являются основным источником информации и мнения, высказанные ими, составляют основу продукта. Для знаний ожиданий посетителей, их оценки качества обслуживания организовываются тестирования в разных промежутках времени. Полученная информация от гостей в процессе предоставления услуг анализируется и формируется в соответствующие выводы, которые при следующем визите, помогут предложить именно то, что ожидают гости, что дает эффект личного позитивного, индивидуального отношения к каждому клиенту.

Источником знаний также являются специализированные бизнес аналитики предприятий и консалтинговых фирм, которые помогают в получении информации о конкурентах, консалтинговых фирмах, предлагают широкий спектр услуг приобретения знаний, таких как контроль качества услуг, исследования сотрудников предприятия методом «тайнственного клиента» (Mystery Guest) и т.д [5].

Также одним из источников информации является вовлечение клиентов в процесс создания и модификации продукта гостиничного предприятия через создание социального интернет сообщества клиентов, что налаживает личный уровень связи отеля с клиентом.

Следующим источником информации являются новые сотрудники, знания и опыт их полученных в предыдущих организациях, позволяют увеличить имеющиеся информационные ресурсы. Во время процесса найма у сотрудников должны быть выявлены ожидания относительно базы знаний, атрибутов и навыков новых сотрудников и их выбор должен быть основан на текущих и будущих потребностей в информации.

Проведенные исследования показали, что значительная доля ресурсов, в том числе знания в предприятиях гостиничного бизнеса поступают из внешних источников, среди которых наиболее важными являются: неформальные отношения между сотрудниками различных компаний, участие в туристских выставках, учебных курсах и конференциях, использование интернет ресурсов, членство в туристских организациях.

Существенное значение управления знаниями связано с все более нарастающей зависимостью индустрии гостеприимства от умственного ресурса, так как сервисный характер продукта гостиничной сферы основан на взаимодействиях между гостем и сотрудником. Финансирование, предназначенное для высококвалифицированных работников (умственная работа), как правило, рассматриваются как инвестиции, отраженных в прибыльных результатах, однако в случае обслуживающего и вспомогательного персонала, расходы часто считаются как текущие, которым придают минимизацию. Таков результат заблуждения легко заменяемого линейного персонала, а также их небольшой вклад в конкурентное преимущество, однако именно им принадлежат ключевые операционные ресурсы знаний гостиничного предприятия.

Литература

- 1 Baruk J. Zarządzanie wiedzą i innowacjami.- Toruń: Wyd. Adam Marszałek, 2006.- 407с.
- 2 Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century// Bantam Books.- 1990.- 640с.
- 3 Wywiad z prof. Gilbertem Probstem. Zarządzanie wiedzą w organizacji// <http://www.e-mentor.edu.pl>
- 4 Martin W. B. Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach.- Kraków: Wolters Kluwer, Oficyna Ekonomiczna, 2006.- s.25.
- 5 Olszewski M. Zarządzanie wiedzą w procesie konkurencyjności na rynku hotelarskim: praca doktorska,- Poznań, 2011- 279с.

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМДЕГІ КӨЛІК ҚЫЗМЕТІН ДАМУ ЖАҒДАЙЫ МЕН БОЛАШАҒЫ

Қасымова А.М.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, PhD-докторант
Астана қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: aiko_1990kz@mail.ru

Ғылыми жетекшісі - э.ғ.д., профессор Б.Ұ. Сыздықбаева

Аңдатпа. Қазіргі кезде пайда болған бәсекелестікті бір көлік түрінің екінші көлік түріне деген қарама-қарсылығы ретінде емес, көліктің дамуын ынталандырушы, көліктік қызмет көрсетудің құнын төмендету үшін тасымалдаудың жаңа прогрессивтік технологиясын іздеу және жеткізу жылдамдығын көтеретін құбылыс ретінде қарастыру қажет. Құнның төмендеуі және тасымалдау уақытының азаюы белгілі бір көлік түрін қолдану саласын кеңейтеді, яғни оның көлік қызметі нарығындағы маңыздылығын арттыру мен оны қаржыландыру.

Түйін сөздер: мультипликатор, инфрақұрылым, экономика, стратегия, инвестиция.

Қазіргі уақытта кез келген мемлекеттің экономикасында көлік саласының маңыздылығы артуда, себебі көліктің даму деңгейі экономиканың бәсекеге қабілеттілігі мен елдің қауіпсіздігіне сөзсіз ықпал етеді. Көлік ЖІӨ құрылымында алар үлесі зор Қазақстанның ішкі экономикасының маңызды секторы болып табылады. Көліктік инфрақұрылым мен саланың негізгі қорларының қазіргі дамуын талдаудың нәтижелері қазір бар мәселелер жүйелік сипатқа ие болып, оларды шешуде кешендік әдіске жүгінуді талап ететінін көрсетеді.

Көлік секторын қаржы жағынан қарастырар болсақ, ол өте көлемді капитал сыйымдылығымен және табысының төмен болуымен ерекшеленеді, бұл өз кезегінде өтелуінің ұзаққа созылуына әкеп соқтырады. Тұтынушыға көлік