

浅论知识管理在旅游企业中的实施与应用

文/曹洪珍

跨入21世纪,知识经济的浪潮扑面而来。知识经济时代的一个最基本的特征是知识作为生产要素地位的空前提高,这将对旅游企业未来的生存方式和发展模式产生深远的影响。

一、旅游企业采用知识管理的涵义及必要性

所谓旅游企业的知识管理,是指建立在旅游业良好的信息化、网络化基础之上,对旅游企业生产和经营依赖的知识及其收集、组织、创新、扩散、使用和开发等一系列过程进行管理,是为旅游企业实现显性知识和隐性知识共享寻找新途径,运用集体的智慧提高企业应变和创新能力的管理形态。知识管理既是一种“知识型”的管理,又是一种“知识性”的管理,前者指其在管理方式上必须依靠“知识”——如先进的信息通讯手段;后者则指其在管理内容上必须以知识为核心,重视知识资本的管理和运营,注重企业知识的共享和创新。其过程始终贯穿着知识要素效能和优势的发挥,因此知识管理是符合知识经济时代要求的旅游企业管理模式。

实施知识管理则是旅游企业适应这一新经济形态的关键环节。所谓知识管理(知识经营),是近几年在世界范围内兴起的一个新概念,也是目前国内最热门的话题之一。它倡导运用集体的智慧提高组织的应变和创新能力。随着社会经济模式的变化,旅游企业组织的形式、规模、发展战略、竞争策略、市场环境都正在或即将发生变化,通过对以往观念思想的反思,旅游企业的管理者有了更深刻和更直观的认识,在对以往经营管理中关键要素的重新定位后,知识管理被置于21世纪旅游企业组织管理中的核心地位。因此,深入探讨知识经济时代对旅游企业经营和管理的要求,认真分析旅游企业在知识经济时代的知识含量和转轨变型趋势,研究旅游企业如何实施知识管理,具有十分重要而现实的意义。

二、旅游企业知识管理的内容

知识管理以“人”为中心,以信息为基础,以知识创新为目标,将知识看作是一种可开发资源。简单说就是员工在旅游企业管理中对其集体的知识与技能的捕获与运用的过程。

(一) 知识管理与旅游企业人力资源管理

人既是知识创新的主体,又是知识的载体,因此说对人的管理(即人力资源的管理)是旅游企业知识管理的核心内容。具体而言,在旅游企业中,人力资源管理就是一种以“人”为中心,将人看作是最重要资源的现代管理思想。其管理模式是以事就人,以人为主,旨在使人适其所、人尽其才,使旅游企业的成长配合个人能力的发展,使旅游企业的目标与员工个人的目标有机地统一,从而最大程度地实现知识创新。这既是人类社会进步发展追求的目标,也是旅游企业知识管理的最高境界和核心内容。我国酒店的许多管理者都是从我国酒店基层提升上来,更多的只能适应经验管理模式。严格地说,他们已经不能胜任现代化酒店管理,而且酒店是采用新技术与新设施的先驱行业,对受过高级专业训练的人才需要量大。由此可见,加快实行知识管理的步伐,急速培养高素质的酒店业管理人才显得尤为紧迫而重要。

(二) 知识管理与旅游企业信息管理

信息产业的发展已经反映到酒店业,互联网和电脑光盘等已成为宣传酒店产品的重要手段,网上预订也已成为消费者了解旅游企业的主要媒介。但,目前中国大部分酒店的营销手段还停留在价格手段,打折在中国酒店业营销策划中占了绝对优势,导致了行业内的价格大战,代价惨痛。虽然适当的折扣和优惠能增加酒店的吸引力,但也要辅之以其他的营销手段,如普遍采用网络预定、争取中间商的忠诚以及加大宣传力度等。因此,在管理手段上,利用现代高科技手段使酒店信息网络化显得尤为重要。市场国际化要求各酒店业信息国际化,随着旅游信息系统的开发,许多便民的电脑服务系统将逐步进入我国酒店业,其目标就是最大限度地实现知识资源的共享和交流。因此,对构成旅游企业信息管理系统的基本要素,如数据库、文件管理系统、人工智能、电子邮件的开发应用等都是信息管理的重要内容,也是有效地实现知识管理的硬件基础。

三、知识管理在旅游企业中的实施与应用

知识管理的运用与实施在于确认和利用已有知识资产,对各种旅游知识进行连续过程管理,并不断开拓新的机会,获取新知识,以满足企业现有和未来的需要。

(一) 建立旅游信息网络,提供知识共享环境。

在传统旅游市场,旅游企业与旅游消费者之间的信息只能是在有限时空内的一种“非实时”沟通。而进入知识经济时代,旅游信息网络成为旅游市场的“基础平台”,旅游企业实施知识管理,在全球范围内与旅游消费者保持“实时”、“动态”、“交互”的营销沟通的最基本要求则是

一个具备完善的基础设施的旅游信息网络。利用信息技术，不仅能加速旅游企业获取知识、扩散知识、共享知识的进程，而且可降低单个企业建立知识管理所需基础设施的成本。因而加强旅游信息网络建设，引进先进的网络技术手段将是推进旅游企业知识管理进程的必由之路。它的主要内容包括：建立旅游企业的总体数据库；建立相关的各种自动化及管理系统；建立Internet，提供企业信息查询的通用平台；建立Internet，使企业与合作伙伴、旅游者之间达成相应的信息共享；接通Internet，充实旅游信息资源；开展旅游电子商务等。

(二) 注重创新文化建设，营造知识激活氛围。

知识经济时代，企业为实现持续竞争力，必须以知识的持续积累为条件，以知识的发明、创新、激活和扩散为根本保证。因此建立强烈而持久的创新价值观，达成高度的群体共识，充分利用旅游企业中文化网络的沟通功能与碰撞效应以激发出大量的创新，实现知识的激活是旅游企业知识管理的重要内容之一。为了营造知识激活氛围，这就要求我们要努力建立一个学习型的组织结构。组织学习是指组织基于经验，提高或改善经营业绩和表现的活动，包括知识的获取(知识的生产)，知识的共享(知识信息的传递和转移)和知识的运用(将知识和经验等整合，以实现知识价值转化)。组织学习对企业核心竞争能力至关重要，它能带来组织惯例的优化与创新，并能培育出企业的核心专长和关键技术。

(三) 转变旅游营销理念，建立企业知识联盟。

知识经济时代产销一体化、信息化特征十分明显。旅游企业经营者应认识到自己不再只是独立组织结构，而是世界旅游经济复杂系统中的参与者；自己与竞争对手之间不再只是单纯的竞争关系，还包含合作伙伴关系；与供应商之间也不再只是单纯的买卖关系，供应商就成为旅游企业获取知识的有效资源。旅游企业建立知识联盟有两个主要的战略方向：与供应商的知识联盟和与竞争者的知识联盟，其目的就在于使本企业能够获得其他组织的技能和能力，并可以与其他组织合作创造新的能力。除此以外，研究还发现市场风险和不确定性的增加并不会自然带来企业的一体化过程，反而会大大增加企业对外部环境的依赖性，促使企业更多地与外部组织交往，如合作生产、开发或销售。一个最重要的原因在于通过分享知识和技术来增强企业的竞争优势。因此，我们不仅要在企业外部建立知识共享机制，还要在企业内部建立知识共享机制、培育知识联盟。

(四) 设置企业知识主管，保证知识库的运行。

设置知识主管(CKO—Chief Knowledge Officer)是旅游企业实施知识管理的重要举措。所谓知识主管是指在企业内部负责知识管理的行政官员，其主要任务是将企业的知识变成企业的资本。此外，知识主管应注重企业知识库的建设，保证企业知识库设施的正常运行。旅游企业知识库一般包括员工数据库、知识管理“最佳实践”数据库、旅游者数据库、VIP数据库等，知识主管必须监督这些知识库内容的质量、深度与风格，使其与企业的发展战略相一致，并适时地依据企业内部环境的变化进行知识库信息的保护与更新，为全体员工创建一个动态的学习平台。

知识管理作为一种新兴的管理体系，尽管还不很成熟，但可以预言，在已经来临的知识经济时代，它必定是旅游企业最重要的管理工具和管理内容(ERP(Enterprise Resource Planning即企业资源计划)网络技术在酒店中的成功运用)。成功的知识管理将帮助旅游企业树立明确的企业价值，营造良好的知识、信息共享环境和浓厚的创新文化氛围，进而获得企业发展的持续竞争力，真正地走向辉煌(作者单位：辽宁对外经贸学院)

相关链接

- 实现劳服集体经济创新和跨越式发展的思考
- 浅论知识管理在旅游企业中的实施与应用
- 企业技术创新系统与企业系统的区别
- 创新是企业发展的必由之路
- 重视前庭基层员工的管理
- 试论我国企业管理创新
- 企业DNA的构建
- 在技术引进的基础上实现自主创新
- 政府管理信息化建设绩效评估的内容探讨

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：(010) 65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心