

การบริหารธุรกิจการโรงแรมเพื่อการจัดการความรู้ : จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ The Administration of Hotel Business for Knowledge Management : from Concept to Practice

อรศรี จารุไพบูลย์^{1*}

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กทม. 10300

บทคัดย่อ

ปัจจุบันในโลกของธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์จะมีการแข่งขันค่อนข้างสูง การบริหารธุรกิจโรงแรมก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งในระดับสูงเช่นกัน ดังนั้นการบริหารธุรกิจการโรงแรมให้สามารถมีประสิทธิภาพและเจริญก้าวหน้ามั่นคงได้ จำเป็นต้องอาศัยวิธีที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลหรือพนักงานให้เกิดประสิทธิภาพและศักยภาพสูงสุดในการทำงาน วิธีการที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการได้ดียิ่งก็คือ แนวคิดในเรื่องการจัดการความรู้ หรือ Knowledge Management : KM ที่มุ่งเน้นการดึงเอาศักยภาพที่เป็นคุณค่าภายในตัวทรัพยากรที่มีอยู่แล้วออกมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานของธุรกิจการโรงแรมให้มากที่สุด เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร

Abstract

At present, business globalization is highly competitive, and so is hotel business administration. Therefore, to maintain effectiveness and growth in hotel business administration, appropriate strategies must be implemented especially in human resource management in order to enhance the personnel to effectively work up to their potentials. Knowledge management or KM is considered one of the best strategies to be introduced in hotel business administration. Conceptually stated, KM aims at extracting tacit knowledge by using knowledge, skill, attitude, and experience from the human resource in operation to create the viable learning organization in hotel business.

คำสำคัญ : การบริหารธุรกิจการโรงแรม การจัดการความรู้

Key words : Hotel Business Administration, Knowledge Management, KM

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ kru_aon@thaimail.com โทร. 089-110-1466

1. บทนำ

ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวโน้มในการแข่งขันทางเศรษฐกิจนั้นวันยิ่งจะทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ องค์กรหลายแห่งทั้งภายในประเทศและต่างประเทศต่างพยายามแสวงหาวิธีการที่จะรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ (Competitive Advantage) ของตนเองเอาไว้ แต่ในขณะเดียวกันจะพบว่าข้อจำกัดต่างๆ ในการดำเนินงานทางธุรกิจทั้งด้านการเงิน หรือการใช้เทคโนโลยีต่างๆ มิได้เป็นปัจจัยหลักในการกำหนด ชัดความสามารถและความได้เปรียบในการแข่งขันอีกต่อไป ดังนั้นในปัจจุบันองค์กรต่างๆ จึงหันมาให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) เพื่อเป็นการรองรับกับเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจให้เหนือคู่แข่งทั้งหลาย

ปัจจุบันพบว่าองค์กรความรู้และภาคเอกชนต่างได้หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องของการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) กันมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล โรงพยาบาลศรีธัญญา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช การประปานครหลวง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย หรือ บจก.การบินไทย นอกจากนี้ในส่วนขององค์กรภาคเอกชน เช่น เครือซีเมนต์ไทย บจ.ไอบีเอ็ม ธนาคารกสิกรไทย บจก.ทรู-คอปอร์เรชั่น เป็นต้น (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2548)

องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนดังได้กล่าวแล้วข้างต้น สามารถดำรงอยู่ได้ในภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจ เนื่องจากแนวทางในการบริหารงานขององค์กรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรของตนให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ตลอดจนทัศนคติที่ดีในการทำงานที่ดีในการทำงานเพื่อเป็นการส่งเสริมให้องค์กรมีความเจริญ

ก้าวหน้าและมั่นคง อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินอยู่ได้ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงรอบด้าน อันเป็นการสนองตอบต่อสังคมโลกที่เป็นระบบเศรษฐกิจที่อาศัยความรู้เป็นพื้นฐาน (Knowledge - based Economy) ซึ่งหมายถึงว่า การจัดการความรู้ในก้าวต่อไปไม่ได้เน้นเพียงเรื่องของการใช้เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่จะเน้นเรื่องการบริหารจัดการกับคนในองค์กรให้เป็นผู้ที่มีความสามารถในการเรียนรู้ และสามารถจะนำความรู้ที่ตนมีอยู่กับตัวออกมาแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรได้

ดังนั้นในการบริหารจัดการธุรกิจการโรงแรมในปัจจุบันซึ่งเต็มไปด้วยการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง จึงน่าจะนำแนวคิดในเรื่องของการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) เข้ามาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาและสร้างศักยภาพในการบริหารงานให้เกิดความเข้มแข็งและมั่นคงยิ่งขึ้น

2. ผลการศึกษา

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) นับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร โดยได้มีการดำเนินการมาตั้งแต่ปี 1990 เป็นต้นมา โดยมีแนวคิดหลักที่มองเห็นความสำคัญเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ในองค์กรโดยพนักงานแต่ละคนที่ปฏิบัติงานภายในองค์กรนั้นๆ มาตั้งแต่ด้วยเริ่มต้นจนถึงวัยเกษียณต่างก็มีทั้งความรู้ ทักษะ ตลอดจนประสบการณ์อันมีคุณค่าในการทำงานภายในองค์กรนั้นๆ เป็นอย่างมาก แต่พบว่าองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวคนเหล่านี้ ซึ่งเป็นความรู้ภายในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ที่ไม่ปรากฏออกอย่างชัดเจน แต่ความรู้ประเภทนี้จะแฝงอยู่ในระบบความคิดของแต่ละบุคคล ในขณะที่องค์กรส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับความรู้ที่อยู่ภายนอก (Explicit Knowledge) ที่ปรากฏอยู่อย่างชัดเจน

โดยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เข้ามาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้ประเภทนี้ เช่น การสืบค้นข้อมูลผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้นการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) จึงให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ภายในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) คือการพยายามดึงคุณค่าด้านความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และเจตคติต่างๆ ในการทำงานของบุคคลที่มีอยู่นำมาใช้ประโยชน์ต่อองค์กรเพื่อทำให้องค์กรสามารถเพิ่มผลผลิตและได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ จนสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดที่ทำรายได้มากยิ่งขึ้น (Koulopoulos & Frappalo, 2000)

2.2 ความหมายของการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM)

ได้มีนักวิชาการและผู้สนใจศึกษาเรื่องการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ได้ให้คำจำกัดความเรื่องความหมายของการจัดการความรู้ซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้

Henrie & Hedgepeth (2003) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้เป็นระบบของการบริหารจัดการทรัพยากรความรู้ขององค์กร ทั้งที่เป็นความรู้ที่มองเห็นได้อย่างชัดเจนและความรู้ที่เห็นได้ไม่ชัดเจน โดยระบบการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจำแนก ตรวจสอบ จัดเก็บความรู้ที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว กรองความรู้ และการเข้าถึงความรู้ให้กับผู้ใช้

Horwitch & Armacost (2002) ได้ให้นิยามของการจัดการความรู้เอาไว้ว่า เป็นการสร้างการกำหนด และการรวบรวม การถ่ายโอน และการเข้าถึงความรู้ และสารสนเทศ เมื่อต้องการการตัดสินใจที่ดีขึ้นเพื่อการกระทำใดๆ ที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ

Kuczka (2001) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ

จัดกระบวนการสร้างความรู้จัดเก็บและแบ่งปันความรู้ ซึ่งรวมถึงการระบุสภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการและการปรับปรุงกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ให้ดีขึ้นเพื่อให้บรรลุถึงความต้องการขององค์กร

Wiig (1993) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นพื้นฐานของการจัดระบบความรู้ภายในองค์กร และการจัดการทรัพยากรสินทางปัญญาที่จะช่วยในการพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กร

Newman, Brain (Bo) (อ้างถึงใน พรชิตา วิเชียรปัญญา, 2547 : 28) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกลุ่มของกระบวนการต่างๆ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับการสร้าง การแพร่กระจาย และการใช้ประโยชน์ความรู้

Ryoko Toyama (อ้างถึงในบุญดี บุญญากิจ และคณะ, 2547 : 20) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้เอาไว้ว่า เป็นการจัดการเพื่อเอื้อให้เกิดความรู้ใหม่โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ของคนในองค์กรอย่างเป็นระบบเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมที่จะทำให้มีความได้เปรียบทางธุรกิจเหนือคู่แข่ง

จากคำจำกัดความของนักวิชาการและผู้รู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่ได้ประมวลมานำเสนอไว้ข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ได้ว่า เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างองค์ความรู้ การจัดเก็บ และการแบ่งปันความรู้อันเป็นทรัพยากรสินทางปัญญาขององค์กร ซึ่งนับว่าเป็นการจัดระบบความรู้ภายในองค์กร เพื่อช่วยในการเพิ่มผลผลิต และช่วยในการพัฒนาองค์กรให้มีความมั่นคง เพื่อความได้เปรียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ

2.3 องค์ประกอบของการจัดการความรู้

นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญได้เสนอกรอบความคิดในการจัดองค์ประกอบของการจัดการความรู้แตกต่างกันออกไป โดยจะขอนำเสนอกรอบความ

คิดในการจัดองค์ประกอบของการจัดการความรู้ ดังต่อไปนี้

รูปแบบการจัดการความรู้ของบริษัท Xerox Corporation ประเทศสหรัฐอเมริกา เสนอกรอบแนวคิดในรูปแบบของวงจรการจัดการความรู้ (วงจร KM) 6 ประการด้วยกัน คือ

1. การจัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transition and Behavior Management)
2. การสื่อสาร (Communication)
3. กระบวนการและเครื่องมือ (Process and Tools)
4. การฝึกอบรมและการเรียนรู้ (Training and Learning)
5. การวัดผล (Measurement)
6. การยกย่องชมเชยและการให้รางวัล (Recognition and Rewards)

ในขณะที่ Marquardt ได้เสนอกรอบแนวคิดขององค์ประกอบของการจัดการความรู้เอาไว้ 4 ประการด้วยกันคือ (Marquardt, 1996)

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ
 - 1.1 การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายในองค์กร ได้แก่ การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง การลงมือปฏิบัติ การฝึกอบรมและการสัมมนา เป็นต้น
 - 1.2 การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายนอกองค์กรได้แก่ การรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ การรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า การจ้างที่ปรึกษา และการร่วมมือกับองค์กรอื่นในการสร้างเครือข่าย เป็นต้น
 2. การสร้างความรู้ (Knowledge Creation)
 3. การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval)

4. การถ่ายทอดความรู้ และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization)

2.4 กระบวนการจัดการความรู้

Parikh (2001) ได้กล่าวถึงการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ว่าเป็นกระบวนการที่จะต้องทำอย่างต่อเนื่องและเพิ่มการหมุนเวียนความรู้มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยความรู้จะถูกเพิ่มและจัดการตลอดเวลา กระบวนการในการจัดการความรู้ได้ถูกแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่างๆ 4 ขั้นตอนด้วยกันดังนี้ (Wiig (1993), Marquardt (1996), Parikh (2001) และ Horwitch & Armacost (2002))

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) องค์กรควรจะมีการแสวงหาความรู้ที่เป็นประโยชน์และมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กร
2. การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) การสร้างความรู้จะเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ โดยจะเกี่ยวข้องกับแรงผลักดัน การหยั่งรู้ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล โดยการสร้างความรู้ใหม่ควรจะต้องอยู่ภายใต้คนในองค์กรนั้นๆ นั่นคือทุกคนในองค์กรสามารถจะเป็นผู้สร้างความรู้ได้
3. การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval) ในการจัดการความรู้ องค์กรจะต้องกำหนดสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้ และจะต้องพิจารณาถึงวิธีการเก็บรักษา และการนำมาใช้ประโยชน์ ตามความต้องการ ส่วนการค้นคืน (Retrieval) จะเป็นลักษณะของการเข้าถึงในสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานต่อไป โดยองค์กรจะต้องทำให้พนักงานในองค์กรทราบถึงช่องทางหรือวิธีการสำหรับค้นหาความรู้ต่างๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ และในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ

4. การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization) นับว่าเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับองค์กร เพราะองค์กรจะเกิดการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้นเมื่อความรู้ได้มีการกระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์กร การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลไกต่างๆ ด้านอิเล็กทรอนิกส์

2.5 การนำแนวคิดเรื่องการจัดการความรู้สู่การบริหารธุรกิจการโรงแรม

การบริหารธุรกิจการโรงแรมนับเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะโรงแรมแต่ละแห่งต่างก็ต้องค้นหากลยุทธ์ทางธุรกิจมาใช้เป็นกรอบนโยบายทางความคิดเพื่อจะได้นำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพตลอดจนความมั่นคงยิ่งขึ้น กล่าวคือ การที่โรงแรมจะต้องมีความเชื่อมั่นในคุณค่าของพนักงาน ตลอดจนการเตรียมพนักงานให้เป็นบุคลากรหรือสมาชิกของโรงแรมที่มีคุณค่า (Productive Member) ในสังคมฐานความรู้ (Knowledge - based Society) โดยสามารถใช้วิธีในการจัดการความรู้ดังนี้

2.5.1 การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition)

โรงแรมควรมีการดำเนินการแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์จากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรกล่าวคือ

2.5.1.1 การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายใน (Internal Collection of Knowledge) ในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมนั้นความสามารถในการเรียนรู้ของพนักงานหรือบุคลากรภายในโรงแรมนับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการได้มาซึ่งความรู้ต่างๆ จากแหล่งความรู้ภายในโรงแรม โดยมีวิธีการดำเนินงานได้โดย

- การให้ความรู้โดยตรงแก่พนักงานของโรงแรม โดยมีการใช้แผนการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับ (Training Road Map) โดยจะเน้นความจำเป็นและความเหมาะสมในแต่ละส่วนงานที่จำเป็นจะต้องให้ความรู้และทักษะต่างๆ อย่างเหมาะสม

- การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการปฏิบัติ (Action Learning) ด้วยวิธีมอบหมายงาน (Assign) ที่ท้าทายความสามารถให้แก่พนักงานการหมุนเวียนหรือสับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่ (Rotation)

- การเรียนรู้จากประสบการณ์ความสำเร็จ (Best Practice) จากธุรกิจโรงแรมในเครือหรือจากโรงแรมในต่างประเทศ

- การนำบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่หลากหลายและแปลกใหม่ ทั้งในลักษณะของทีมงานและโครงการต่างๆ

- การดำเนินการเปลี่ยนแปลงกระบวนการปฏิบัติงานต่างๆ ทั้งในเรื่องระเบียบปฏิบัติขั้นตอนการดำเนินงานให้มีความทันสมัย และมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับงานในลักษณะต่างๆ ตลอดจนปรับกระบวนการทัศนในการดำเนินงานจากเชิงรับให้เป็นไปในเชิงรุกให้มากยิ่งขึ้น

- การเพิ่มศักยภาพและให้ความสำคัญในด้านการวิจัยทางการตลาดเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการรู้เท่าทันคู่แข่งด้านต่างๆ ในการดำเนินงาน

2.5.1.2 การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายนอก (External Collection of Knowledge) การดำเนินงานธุรกิจการโรงแรมสามารถดำเนินวิธีการแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายนอกได้ดังนี้

- การร่วมมือกับสถาบันชั้นนำทั้งภายในและภายนอกประเทศในการจัดทำหลักสูตรเพื่อพัฒนาและฝึกอบรมความรู้ ตลอดจนทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพให้แก่พนักงานทุกคน

- การจัดสรรทุนการศึกษา ดูงานทั้งภายในและภายนอกประเทศให้แก่พนักงานอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในโรงแรมที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

- การจัดสรรโอกาสและการสร้าง-สรรคโครงการที่จะพัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน และยกย่องพนักงานของทางโรงแรมที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพให้ได้รับการยกย่องหรือการประกาศเกียรติคุณให้เป็นที่ปรากฏ และพยายามผลักดันให้พนักงานที่มีประสิทธิภาพเหล่านี้ได้มีโอกาสถ่ายโอนประสบการณ์ ความรู้ และทักษะที่มีคุณค่าให้แก่พนักงานโรงแรมคนอื่น ๆ ได้มีโอกาสเรียนรู้

2.6 การสร้างความรู้

(Knowledge Creation)

การดำเนินงานของทางโรงแรมควรจะมีการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนเป็นผู้สร้างความรู้และได้รับประโยชน์จากความรู้ที่เกิดขึ้นอย่างเต็มที่ ดังจะเสนอวิธีการในการสร้างความรู้ได้ดังนี้

- การจัดให้มีการฝึกอบรมภายในระหว่างพนักงานในโรงแรมด้วยกัน หรือจัดให้มีการทำงานเป็นทีม

- การเปิดโอกาสให้พนักงานของโรงแรมได้ค้นพบแนวทางในการปฏิบัติงานของตนเพื่อสร้างความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้น

- การให้พนักงานนำได้เรียนรู้งานโดยการลงมือปฏิบัติจริงในงานส่วนต่างๆ (Action Learning) ตลอดจนมีโอกาสได้มีการหมุนเวียนสลับเปลี่ยนหน้าที่กัน (Rotation)

- การมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

- การมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ ตลอดจนมีการได้เรียนรู้จากประสบการณ์ต่างๆ ในอดีต

2.7 การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval)

ในการดำเนินธุรกิจการโรงแรมสามารถดำเนินการในส่วนของการจัดการและค้นคืนความรู้ ตามวิธีการดังนี้

- การจัดเก็บความรู้ต่างๆ ไว้เป็นฐานข้อมูล (Data base) สารสนเทศ (Information) และฐานความรู้ (Knowledge Base) ตามลักษณะของแต่ละหน้าที่งานต่างๆ และมีการประยุกต์ใช้ระบบอินทราเน็ต (Intranet) เป็นช่องทางในการสื่อสารความรู้ไปทั่วทั้งโรงแรม

- การค้นคืนความรู้ (Retrieval) โดยให้พนักงานของโรงแรมสามารถทราบถึงช่องทางหรือวิธีการค้นหา เข้าถึงองค์ความรู้ต่างๆ ที่โรงแรมได้จัดทำขึ้นทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการหรือรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำกระดานข่าว แผ่นพับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ หรือ e-mail ของพนักงาน เป็นต้น

2.8 การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization)

ทางโรงแรมสามารถดำเนินการถ่ายทอดความรู้ภายในของโรงแรมด้วยระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อทำให้ฐานความรู้ (Knowledge Base) ของโรงแรม สามารถกระจายและถ่ายทอดไปสู่พนักงานของโรงแรมได้อย่างรวดเร็ว โดยอาจจัดทำในรูปแบบของระบบกระดานข่าว (Knowledge Sharing

Board) e-library หรือระบบ e-HR โดยไม่ต้องมีการระบุ User Name และ Pass Word ของคนเพื่อจะได้เข้าถึงฐานข้อมูลของโรงแรม และนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ดังนั้นโรงแรมจะต้องคำนึงถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดำเนินงาน และจะต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานทุกคนเรียนรู้และมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานให้เป็นกิจนิสัย เพื่อการได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ในการรับข้อมูลความรู้ และข่าวสารต่างๆ ของโรงแรมผ่านสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. บทสรุป

จากแนวทางในการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ในการนำมาสู่การปฏิบัติในการบริหารธุรกิจการโรงแรมดังที่ได้นำเสนอมาแล้วนี้ คงจะพอเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของพนักงานของโรงแรมอันนับได้ว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า เพื่อที่จะได้เป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและเจริญก้าวหน้า เพื่อจะได้มองเห็นแนวทางในการได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งอื่นๆ และเป็นการรองรับกับเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) ในยุคโลกาภิวัตน์ และเพื่อความ เป็นหนึ่งในงานด้านธุรกิจการโรงแรมตลอดไป และเพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงาน และเป็นการสร้างให้การดำเนินธุรกิจโรงแรมสามารถเป็นองค์กรหนึ่งเพื่อการเรียนรู้ (Learning Organization) ได้ในที่สุด

4. เอกสารอ้างอิง

1. ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. 2548. องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แชนโพร่ พรินติ้ง.
2. บุญดี บุญญากิจ และคณะ. 2547. การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : บริษัทจิรวัดน์ เอ็กซ์เพรส จำกัด.
3. พรธิดา วิเชียรปัญญา. 2547. การจัดการความรู้: พื้นฐานการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : บริษัทเอ็กซ์เพอร์เน็ท จำกัด.
4. Henrie, M & Hedgpeeth, O. 2003. Size is important in Knowledge Management.
5. **Journal of knowledge management Practice.** Available from: <http://www.Tlaintc/artic153.htm> (2006, February 7).
6. Horwitch, M, & Armacost, J. 2002. Helping knowledge management be all it can be. **The Journal of Business Strategy.** 23 (Issus 3) : 26-31.
7. Koulopoulos, T.M., & Frappaolo, C. 2000. **Smart things to know about knowledge management.** Oxford: Capstone Publishing Limited.
8. Kucza, T. 2001. **Knowledge Management Process Model.** Available from: <http://www.Inf.vtt.fi/pdf/publications/2001/p455.pdf>. (2006, February 25).
9. Marquardt, M. 1996. Building the learning organization. New York: McGraw Hill.
10. Parikh, M. 2001. Knowledge management framework for high - tech research and development. **Engineering Management Journal.** 13 (Issue 3) : 27-33.
10. Wiig. K. 1993. **Knowledge Management Foundations.** Texas: Schema Press.