

แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟ ของบริษัทเอสเพลสโซ*

KNOWLEDGE MANAGEMENT GUIDEDANCE FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN ROASTING COFFEE BEANS OF ESPRESSO CO, LTD.

ประทีป โสดา, บุษกร วัฒนบุตร, วิโรจน์ หมื่นเทพ

Prateep Soda, Busakorn Watthanabut, Wirote Mueanthep

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

North Bangkok University

Corresponding Author E-mail: wirote.mu@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ 2) เพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ 3) เพื่อสร้างแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 8 คน สำหรับการหาลักษณะร่วมและข้อสรุปรวม เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพทั่วไปในปัจจุบันของการพัฒนาทุนมนุษย์ มีจุดแข็ง คือ นโยบายและการให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ของบริษัทฯ จุดอ่อนที่ควรได้รับการพัฒนา คือ การสร้างทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาทุนมนุษย์และการบริหารจัดการกระบวนการพัฒนาทุนมนุษย์ โอกาส คือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและแหล่งการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ที่ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลและทำให้การพัฒนาทุนมนุษย์ทำได้ง่ายขึ้น อุปสรรค ได้แก่ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอย 2) ความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ พบว่าบริษัทฯ ต้องการให้พัฒนาทุนมนุษย์ ได้แก่ ความเข้าใจในธุรกิจและเป้าหมายขององค์กร ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน การเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ความเชี่ยวชาญในงานการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ความมุ่งมั่นในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ การคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาและตัดสินใจ คุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน 3) แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จพบว่า

*Received October 6, 2023; Revised October 31, 2023; Accepted October 31, 2023

บริษัทควรสร้างทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ กำหนดแผนการพัฒนาทุนมนุษย์ให้สอดคล้องกับนโยบายองค์กรและบริหารจัดการกระบวนการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การจัดการความรู้; พัฒนาธุรกิจ; ธุรกิจค้าเมล็ดกาแฟ

Abstract

The objective of this research was: 1) To study the general conditions of knowledge management to develop the coffee roasting business of Espresso Company. 2) To study the process of knowledge management to develop the coffee roasting business of Espresso Company. 3) To create knowledge management guidance for business development in roasting coffee beans of Espresso Co.,Ltd. This research was qualitative research and research tool was semi-structured in-depth interview techniques from 8 key informants for finding common characteristics and conclusions by context content.

The research results were 1. the general conditions of knowledge management to develop the coffee roasting business of Espresso Company has strengths were the company's policy and emphasis on human capital development and weakness were creating a good attitude towards human capital development and managing the human capital development process. While Opportunities were technological advancements and online learning resources that allow everyone to access information and make learning Developing human capital is easier and obstacles were economic downturn by spread of the coronavirus (COVID-19) 2. the process of knowledge management to develop the coffee roasting business of Espresso Company found that human capital development needs staff understanding of the business and organizational goals, teamwork that always learning and developing by himself such as expertise in responsible performance work commitment to work to achieve Successful results: systematic analytical thinking ability that solve problems and make decisions, morality and ethics 3. knowledge management guidance for business development in roasting

coffee beans of Espresso Co,Ltd. should create a positive attitude towards human capital development by organizational policy .

Keywords: Knowledge Management; Business Development; Coffee Roasting Business

บทนำ

กาแฟนับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของโลกมีมูลค่าในตลาดรองจากน้ำมัน มีการบริโภคอยู่ทั่วโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมกาแฟมีความสำคัญกับตลาดต่างประเทศควบคู่ไปกับการทำตลาดภายในประเทศ ในอดีตร้านกาแฟในยุคก่อนจะเป็นในรูปแบบของสากาแฟเป็นสถานที่พบปะพูดคุยกันในตอนเช้า ยุคถัดมาจะเป็นในรูปแบบของกาแฟแบบชงหรือกาแฟสำเร็จรูปที่ให้ความสะดวกและรวดเร็วกับผู้บริโภคและในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ารูปแบบของธุรกิจกาแฟมีลักษณะที่ทันสมัยและเป็นสากล มีการขยายธุรกิจให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มีเพิ่มมากขึ้น(ชูชัย สมितिไกร, 2554) จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสนใจกับการบริโภคกาแฟ มีการสร้างช่องทางในการจำหน่ายให้กับธุรกิจกาแฟ โดยการเปิดให้บริการตามสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนักธุรกิจกาแฟยังต้องมีการบริหารจัดการที่เป็นกลไกสำคัญให้เกิดความสำเร็จ อาทิ เช่น การสื่อสารกับบุคคลอื่น การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำ (บุษกร วัฒนบุตร, 2564) มีการแสวงหากรรมวิธีหรือกระบวนการทำงานให้มีความเหมาะสม สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือกระบวนการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และปัจจุบันเครื่องดื่มประเภทกาแฟสดเริ่มได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีการเติบโตประมาณ 40-60% เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันที่สูงมาก การบริหารร้านกาแฟจึงต้องเข้าถึงกลุ่มลูกค้าของตนเองให้มากที่สุดและสร้างตราयीี่ห้อของร้าน มีการจำหน่ายอุปกรณ์การชงกาแฟหรือภาชนะที่มีตราเป็นเอกลักษณ์ไว้จำหน่าย พนักงานของร้านควรมีอัธยาศัยดีมีใจรักบริการ ยิ้มแย้มกับลูกค้า และที่สำคัญต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องกาแฟอย่างผู้เชี่ยวชาญ สำหรับเมล็ดกาแฟคั่ว ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญที่สุดของการชงกาแฟซึ่งในแต่ละชนิดของเมล็ดกาแฟจะให้รสชาติที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละวิธีการคั่ว (ชนรินทร์ หมดห่วง, 2560)

ดังนั้น บริษัทเอสเพลสโซจึงต้องการจัดการด้านการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งไม่กระจายความรู้ไปถึงตัวบุคคล ความรู้ที่อยู่ในเอกสาร ไม่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นระบบได้ เพื่อให้ทุกคนในองค์กร สามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถแข่งขันสูงสุด ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงปัญหาการจัดการความรู้และหาความรู้เพิ่มเติมจึงได้จัดทำวิจัยในหัวข้อการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ โดยเก็บข้อมูลจาก

ผู้บริหารและพนักงานในบริษัท ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซให้มีความมั่นคงสามารถส่งมอบคุณค่าของสินค้าสู่ผู้บริโภค และพัฒนาขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ
2. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ
3. เพื่อสร้างแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นที่ศึกษา ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบด้วย ผู้บริหารและพนักงานขององค์กร ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาทุนมนุษย์ จำนวน 8 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีคุณสมบัติ เป็นพนักงาน หัวหน้างาน ผู้จัดการแผนก ผู้จัดการฝ่ายผู้บริหารระดับสูง และ อายุงาน 1 ปี ขึ้นไป

เครื่องมือการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่ได้มาจากการทบทวนเอกสารตำรา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ และข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความรู้ขององค์กร จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมเอกสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์ ผลงานวิจัย รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียง และวิเคราะห์หาข้อสรุป (Content Analysis) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. จัดกลุ่มข้อมูลเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และพิจารณาความเพียงพอของข้อมูลในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย
2. เรียบเรียงข้อมูลจัดลำดับเนื้อหาความสำคัญของเนื้อหาที่ศึกษา
3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้ข้อมูลอ้อมตัว และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ทำการสังเคราะห์แนวทางการจัดการความรู้ โดยประยุกต์ใช้ข้อมูลที่รวบรวมมาผนวกกับทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
4. เชื่อมโยงข้อมูล และพิจารณาข้อมูลเพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างสมบูรณ์
5. สรุปและอภิปรายผลพร้อมข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปในการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัท เอสเพลสโซ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ผลิตมาจากเมล็ดกาแฟคั่วที่เป็นผลผลิตมาจากต้นกาแฟ ปัจจุบันผู้คนมีรสนิยมในการดื่มกาแฟ และแสวงหากาแฟที่รสชาติดี ซึ่งส่งผลจากการคั่วที่ใช้ระดับความร้อนในระดับต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้รสชาติของกาแฟแตกต่างกันออกไป เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานในการคั่วกาแฟมีความเป็นสากล รสชาติสม่ำเสมอ ผู้วิจัยจึงศึกษาเกี่ยวกับการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็งของการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ ได้แก่

1. ผู้นำบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดเก็บความรู้ในการสร้างมาตรฐานการคั่วกาแฟไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร
2. ผู้นำบริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี เพื่อเป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้อย่างง่าย และรวดเร็วขึ้น
3. ผู้นำบริษัทพยายามสร้างกระบวนการความรู้ ในการสร้างระบบและกลไกในการนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ ผลักดันทำให้เกิดการปรับปรุง และเช่น การสร้างทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ แล้วนำมาจดบันทึก และความรู้ที่ชัดเจน เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่างๆเช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่างๆ ไว้ใช้ภายในบริษัท

4. มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจน ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร ซึ่งผู้บริหารในองค์กรควรมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญ รวมทั้งประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการความรู้

จากวิสัยทัศน์ของผู้นำบริษัทจะเห็นได้ว่าการสร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ปฏิบัติงานในองค์กร เพื่อก่อให้เกิดปัจจัยสำคัญของการจัดการความรู้ โดยพัฒนาภายในบริษัทกับทุก ๆ ส่วนที่เป็นพันธมิตรเพื่อการขับเคลื่อนบริษัท ตามรายละเอียดดังนี้

1. ตัวบุคคล ได้แก่ สร้างทัศนคติว่าความรู้คืออำนาจ ควรแบ่งปันกัน นำความรู้ของตนไปสร้างประโยชน์ต่อผู้อื่น มุ่งมั่นในการเรียนรู้จากผู้อื่น และสร้างความคุ้นเคยกับบุคคลที่ต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ด้วย

2. ส่วนรวมและโครงสร้าง สร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างเป็นระบบ ผู้บริหารให้การสนับสนุน สร้างระบบสารสนเทศให้เอื้อต่อการจัดการการเรียนรู้ และสร้างระบบการยกย่องชมเชยหรือให้รางวัลแก่ผู้ที่แลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่น

3. ค่านิยม/วัฒนธรรมองค์กร สร้างการพัฒนาศักยภาพในองค์กรบุคลากรให้ความร่วมมือในการให้ความรู้ ผู้บริหารยอมรับความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจากการทดลองสิ่งใหม่ และการบริหารที่มีผู้บริหารเพียงคนเดียวในองค์กร

โดยสามารถวิเคราะห์สภาพทั่วไปของการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจตัวเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ ได้แก่

จุดแข็ง จะเป็นการสร้างระบบและกลไกในการจัดการขั้นตอนการคั่วกาแฟโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยบริหาร และเป็นเครื่องมือในการผลิต

จุดอ่อน จะเป็นบุคลากรในองค์กรยังต้องสร้างความมุ่งมั่นต่อการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง การผลักดันอย่างไม่ถูกวิธีของผู้บริหาร ที่ผ่านมามพบว่าผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่ามีแรงกดดัน และขาดแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยี

โอกาส จะเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในธุรกิจและการสร้างระบบการจัดการความรู้

อุปสรรค จะเป็นภาษาเป็นอุปสรรคในการสื่อความรู้พัฒนาทักษะการสื่อสาร

2. กระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจตัวเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ สามารถจัดการได้ 4 ขั้นตอนได้แก่

1. การสร้างความรู้ (knowledge creation)
2. การประมวลความรู้ (knowledge codification)
3. การเผยแพร่ความรู้ (knowledge distribution)

4. การประยุกต์ใช้ความรู้ (knowledge utilization)

องค์กรต้องสร้างกระบวนการที่เก็บความรู้ ซึ่งสะดวกแก่ผู้ใช้ อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงและถ่ายโอนความรู้ สร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการสร้าง การถ่ายโอน และ การใช้ความรู้ และมีการจัดการความรู้เช่นเดียวกับทรัพย์สินอื่นภายในองค์กร สำหรับปัจจัยที่นำระบบการจัดการความรู้ไปสู่ความสำเร็จ มีดังนี้

1. องค์กรต้องมีวัฒนธรรมที่ยึดหยุ่นในการจัดการความรู้
2. มีจุดประสงค์และประโยชน์ต่อองค์กรชัดเจน
3. ผู้นำด้านความรู้เป็นคนที่ผลักดันโครงการจัดการความรู้ให้เป็นจริง
4. มีกระบวนการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ
5. ได้รับการสนับสนุนและพันธะผูกพันจากผู้บริหารอาวุโส
6. มีการใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี
7. โครงสร้างองค์กรสนับสนุนการจัดการความรู้
8. บุคคลภายในองค์กรมีทัศนคติเชิงบวกกับการสร้าง การใช้ และการแบ่งปัน

ความรู้

9. การประเมินผลการจัดการความรู้

3. แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนารูจกั้วเมล็ดกาแพของบริษัทเอสเพลสโซ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงแนวทางในการบริหารจัดการความรู้ในธุรกิจคั่วเมล็ดกาแพของบริษัทเอสเพลสโซ พบว่าควรจัดการแบ่งประเภทความรู้ และการจัดการให้ชัดเจนเพื่อการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นภายในบริษัทดังนี้

1. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นลักษณะของความเชื่อ เป็นทักษะเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีอติวิสัย มีมุมมองหรือความคิดเห็นของบุคคล บริษัทจึงควรสร้างเป็นวัฒนธรรมองค์กร

2. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ ผ่าน

1. นโยบายขององค์กร
2. กระบวนการทำงาน
3. ซอฟต์แวร์
4. เอกสาร
5. กลยุทธ์
6. เป้าหมาย

กล่าวโดยสรุป คือ แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซจะเป็นการพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กร ให้เป็นผู้ที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรรองรับความต้องการที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจการคั่วเมล็ดกาแฟสู่ความสำเร็จได้นั้น จะต้องพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่

1. บรรลุเป้าหมายของงาน
2. การบรรลุเป้าหมายด้านการพัฒนาคน
3. บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้
4. บรรลุความเป็นชุมชน เป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนี้โดยคนในเพราะเป็นคนที่คุณดูแลผู้บริหารและรู้ข้อมูลพนักงานดีที่สุด และการดำเนินโครงการในแต่ละขั้นตอนต้องพิจารณาว่าใครน่าจะเหมาะสมมากที่สุด เช่น บางขั้นตอนอาจจะให้คนในดำเนินการ บางคนขั้นตอนอาจจะเชิญวิทยากรภายนอกมาบรรยาย บางขั้นตอนอาจจะต้องใช้บริการที่ปรึกษา หรือบางขั้นตอนอาจจะต้องใช้หลายคนรวมกัน ทั้งนี้องค์กรไม่ควรหวังพึ่งคนภายนอกทำให้เพียงอย่างเดียว คนในจำเป็นต้องเป็นแรงงานเอง ต้องเป็นเสาหลักในการวางแผนและติดตามควบคุมทั้งกระบวนการ โดยเลือกใช้บริการจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเรื่อง แต่ละด้านให้เหมาะสมก็อาจจะเพียงพอนอกจากนี้ผู้รับผิดชอบโครงการควรจะทำหน้าที่ในการประเมินผู้ให้บริการอีกทางหนึ่งด้วย สรุปคือความสำเร็จของการตอบโจทย์ผู้บริหารในข้อนี้ จะขึ้นอยู่กับ การวิเคราะห์และการวางแผนโครงการของคนในองค์กรมากกว่าอาศัยคนนอก แต่เฉพาะส่วนของการดำเนินโครงการอาจจะใช้บริการจากภายนอกได้

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปในการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ

การจะทำให้การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นรากฐานสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กรสู่การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ จะต้องเริ่มจากการตั้งสมมติฐานว่า กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ผลิตมาจากเมล็ดกาแฟคั่วที่เป็นผลผลิตมาจากต้นกาแฟ ปัจจุบันผู้คนมีรสนิยมในการดื่มกาแฟ และแสวงหากาแฟที่รสชาติดี ซึ่งส่งผลมาจากการคั่วที่ใช้ระดับความร้อนในระดับต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้รสชาติของกาแฟแตกต่างกันออกไป เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานในการคั่วกาแฟมีความเป็นสากล รสชาติสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐวรรณ โสมาศรี (2549) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เห็นว่ามีความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟในระดับมีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยเรื่องเมล็ดกาแฟที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพสูง

2. กระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ

เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่การสร้างกระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ พบว่าองค์กรต้องสร้างที่เก็บความรู้ ซึ่งสะดวกแก่ผู้ใช้ อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงและถ่ายโอนความรู้ สร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการสร้าง การถ่ายโอน และการใช้ความรู้ และมีการจัดการความรู้เช่นเดียวกับทรัพย์สินอื่นภายในองค์กร สำหรับปัจจัยที่นำระบบการจัดการความรู้ไปสู่ความสำเร็จ สอดคล้องกับ เสาวนีย์ อาซากิจ (2550) ศึกษาเรื่อง เปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟคั่วบด และกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากการศึกษาวิจัย พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟคั่วบดและ กาแฟสำเร็จรูป ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดื่มกาแฟคั่วบดและกาแฟสำเร็จรูปเฉลี่ย 1 แก้วต่อวัน มีค่าใช้จ่ายในการดื่มเฉลี่ย 56 บาทต่อครั้ง และกาแฟสำเร็จรูปเฉลี่ย 14 บาทต่อครั้ง ลักษณะกาแฟที่ชอบดื่ม คือ ชอบดื่มกาแฟคั่วบดเย็น และกาแฟสำเร็จรูปแบบร้อน รสชาติกาแฟที่ดื่มเป็นประจำ คือ รสกลมกล่อม เข้มข้น หวานมัน ยี่ห้อของกาแฟคั่วบดที่นิยมบริโภค คือ สตาร์บัคส์ และกาแฟสำเร็จรูป คือ เนสกาแฟ ลักษณะการดื่มกาแฟกับยี่ห้อ มีการดื่มกาแฟยี่ห้อเดียวทุกครั้งเหตุผลที่ดื่มกาแฟ เพื่อแก้แ้วงนอน โอกาสที่ดื่มกาแฟ คือ ก่อนหรือระหว่างทำงาน และสถานที่ซื้อกาแฟจะเลือกซื้อกาแฟคั่วบดจากร้านอาหารหรือร้านค้าทั่วไป และเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์มาร์เก็ต

3. แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจคั่วเมล็ดกาแฟของบริษัทเอสเพลสโซ

แนวทางในการจัดการความรู้ของบริษัทเอสเพลสโซ มีขั้นตอนที่ควรดำเนินการ ได้แก่ การกำหนดความรู้หลักที่จำเป็นหรือสำคัญต่องานและองค์กร เสาะหาความรู้ที่ต้องการ ปรับปรุง ดัดแปลง หรือสร้างความรู้ให้เหมาะต่อการใช้งานของตน ประยุกต์ใช้ความรู้กับงานของตน นำประสบการณ์จากการทำงานและการประยุกต์ใช้ความรู้แล้วมาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และสกัด “ขุมความรู้” ออกมาบันทึกไว้และ จัดบันทึก “ขุมความรู้” และ “แก่นความรู้” สำหรับไว้ใช้งานและปรับปรุงเป็นชุดความรู้ที่ครบถ้วน ลุ่มลึก และเชื่อมโยง ให้เหมาะกับการใช้งานมากขึ้น สอดคล้องกับ ปิยะ พลະปัญญา และณัฐธาดา ปินทุภาส (2562) ศึกษาเรื่องกระบวนการผลิตกาแฟอราบิก้า พื้นที่ชุมชนบ้านผาหมี ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีอาชีพหลักคือการปลูกกาแฟ มีการผลิตกาแฟเป็นไปในเชิงอนุรักษ์ ส่วนใหญ่จำหน่ายผลผลิตกาแฟให้กับชุมชนและพ่อค้าท้องถิ่น การ

ปลูกกาแฟในระยะที่เหมาะสม คือ 1.5×2.0 เมตร ส่งผลให้ง่ายต่อการจัดการในแปลง และใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้สูงสุด มีการใส่ปุ๋ยเพื่อบำรุงต้นกาแฟและดินอย่างน้อยละ 1 ครั้งหลังกาแฟออกดอก โดยแรงงานส่งผลถึงความต้องการของเกษตรกรที่อยากจะได้รับการอบรมการเพิ่มพูนองค์ความรู้ โดยเริ่มตั้งแต่การเตรียมก่อนการปลูกการปลูกและการดูแลรักษา การป้องกันกำจัดโรคและแมลงศัตรูที่สำคัญของกาแฟอราบิก้า การแปรรูปกาแฟอราบิก้า การจัดการเก็บเกี่ยว ฯลฯ การแปรรูป การคั่วจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมไปถึงการเข้าไปตรวจเยี่ยมพื้นที่ปลูกกาแฟและการให้คำปรึกษา

องค์ความรู้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. บริษัทควรกำหนดแผนการจัดการความรู้ และสร้างหลักสูตรมาตรฐานในการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ เพื่อเป็นแบบแผนมาตรฐานในการพัฒนาทุนมนุษย์ของบริษัท

2. บริษัทควรกำหนดนโยบายในการสร้างให้เกิดวัฒนธรรมของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. บริษัทควรพัฒนาปรับปรุงกระบวนการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะขั้นตอนของการจัดการความรู้ในแต่ละขั้นตอน และขั้นตอนการประเมินและติดตามผลการพัฒนา

2. บริษัทควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์กับประสิทธิผลของการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ขององค์กร

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงานภายใต้ฐานของสังคมแห่งการเรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวรรณ โสมาศรี. (2549). *พฤติกรรมกรรมการบริโภคราคาแพงของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา* (การค้นคว้าแบบอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารทั่วไป) ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุษกร วัฒนบุตร. (2564). พฤติกรรมใหม่การเรียนรู้ของทุนมนุษย์ในยุค COVID-19. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 10(4), 294-305.
- เสาวนีย์ อาษากิจ. (2550). *เปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการบริโภคราคาแพงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยะ พลະปัญญา และณัฐตากานต์ ปินทุภาส. 2562. การศึกษากระบวนการผลิตเมล็ดกาแฟอราบิก้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านผาหมี่ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 36(2), 101-105.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนเรรินทร์ หมัดห้วง. (2560). *การจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ 9Ps ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่* (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.