

รายงานข้อเสนอกิจกรรมการศึกษากลุ่ม หลักสูตรการพัฒนาผู้นำคนรุ่นใหม่ในราชการไทย รุ่นที่ 27 กลุ่มที่ 6  
เรื่อง โครงการร้อยเรื่องกล้วย 100 Prototypes  
กรณีศึกษา การยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยในจังหวัดเพชรบูรณ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

---

## 1. ความเป็นมา และสถานการณ์ของประเด็นปัญหาที่ศึกษา

### 1.1 ความเป็นมา

จังหวัดเพชรบูรณ์มีพื้นที่ 3.8 ล้านไร่ พื้นที่เกษตรกรรมรวม 0.83 ล้านไร่ คิดเป็น 21.22% ของพื้นที่ทั้งหมด เป็นพื้นที่ปลูกกล้วยทั้งหมด 0.04 ล้านไร่ มีอำเภอที่มีกล้วยเป็นผลผลิตหลัก ได้แก่ บ้านลาดและท่ายาง (อำเภอละประมาณ 0.02 ล้านไร่) โดยจากการลงพื้นที่พบผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เกษตรจังหวัด พาณิชยจังหวัด สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด สหกรณ์การเกษตรท่ายาง วิทยาลัยชุมชนวิเชียร และเกษตรกรสวนกล้วย สามารถสรุปปัญหาและความต้องการของคนในพื้นที่ได้ ดังนี้

(1) การปลูกกล้วยเพื่อส่งออกมีจำนวนจำกัด เนื่องจากผู้รับซื้อจะกำหนดโควตาซื้อไว้ล่วงหน้า ก่อนที่เกษตรกรจะเริ่มปลูกกล้วย เพราะเป็นลักษณะการทำสัญญาจ้างปลูกล่วงหน้า (Contract Farming) เมื่อเกษตรกรผลิตเกินจำนวนที่รับซื้อจึงเกิดปัญหากล้วยเหลือล้นตลาดอยู่เสมอ นอกจากนี้ผู้รับซื้อเพื่อส่งออก ยังกำหนดมาตรฐานการปลูกที่เคร่งครัดมากซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่พร้อมปฏิบัติตาม

(2) การผลิตกล้วยหอมทองส่งออกจะมีกล้วยถูกคัดทิ้งเพราะคุณภาพไม่ผ่านเกณฑ์ตามธรรมชาติของกล้วยที่จะมีจำนวนผลในแต่ละหวีไม่แน่นอน มีผลขนาดเล็กแทรกอยู่ในหวี/เครือ และมีรอยตำหนิข้ำขีดข่วน โดยมีปริมาณการสูญเสียประมาณร้อยละ 20 (ตกรวด) เป็นประจำ ทั้งนี้ แม้ชุมชนจะนำผลกล้วยตกรวดไปแปรรูปในขั้นต้น เช่น กล้วยตาก กล้วยเบรคแตก เป็นต้น แต่ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มที่ไม่สูงมากนัก จึงถือเป็นศักยภาพซ่อนเร้น (hidden potential) หรือโอกาสที่สูญเสียไป (wasted opportunity) ซึ่งเป็นช่องว่างที่รัฐควรสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีตลาดรองรับนำไปขายได้จริง

(3) เกษตรกรที่ปลูกกล้วยหอมทองใช้ประโยชน์แต่ผลกล้วยสด ไม่ได้นำส่วนอื่นมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่โดยเกษตรกรต้องตัดต้นกล้วยรวมถึงส่วนอื่นนอกจากผลสดทิ้งไว้ที่โคนต้นเดิมให้ย่อยสลายเป็นปุ๋ย เนื่องจากลักษณะต้นที่พอมสูงไม่ทนทาน หากปล่อยทิ้งไว้จะโคนล้มทำให้ต้นอื่นเสียหาย ใบมีลักษณะเพราะกรอบไม่เหมาะกับการพับกระหว่ออาหาร ปลีขมกว่าปลีกล้วยน้ำว้าและไม่นิยมนำมาบริโภค จึงถือเป็นศักยภาพซ่อนเร้นหรือโอกาสที่สูญเสียไปเช่นเดียวกับผลสดตกรวด

## 1.2 สถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 กล้วยหอมทองเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดเพชรบุรี โดยจดทะเบียนเป็นสินค้า GI ปัจจุบันใช้พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง 9,766 ไร่ มีมีเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทองจำนวน 1,881 ราย ผลิตกล้วยหอมทองได้ปีละ 17,900 ตัน จำหน่ายให้ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และส่งออกต่างประเทศได้โดยมีญี่ปุ่นเป็นตลาดหลัก

1.2.2 กระบวนการผลิตและแปรรูปกล้วยสดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ ได้แก่ SDGs BCG และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพราะกล้วยเป็นพืชที่ปลูกง่าย เก็บเกี่ยวได้ไว ต้นทุนต่ำ ใช้ทรัพยากรน้อย มีศัตรูพืชและโรคพืชน้อย จึงมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย ตลอดจนใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน หรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้จนไม่เหลือขยะ จึงแตกต่างและได้เปรียบผลิตภัณฑ์อื่น เช่น ข้าว อ้อย ชมพู มะพร้าว ตาล เกลือ เป็นต้น อย่างเห็นได้ชัด

1.2.3 เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยในจังหวัดเพชรบุรีมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเหนียวแน่น เป็นรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ ทำให้คณะผู้จัดทำโครงการเข้าถึงและนำเสนอโครงการได้ง่าย และมีศักยภาพเพียงพอที่จะขยายหรือพัฒนากิจการเพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กล้วยสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุกส่วนของกล้วย

1.2.4 ตลาดกล้วยยังมีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมาก ในปี พ.ศ. 2564 ไทยส่งออกกล้วยสดปริมาณทั้งสิ้น 14,982 ตัน มูลค่า 408.51 ล้านบาท เด็บโตร้อยละ 9.01 โดยตลาดหลักในการส่งออก ได้แก่ ตลาดจีน ซึ่งมีสัดส่วนตลาดร้อยละ 69.27 มีปริมาณส่งออก 10,538 ตัน มูลค่า 282.99 ล้านบาท และญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดส่งออกกล้วยอันดับที่ 2 ของไทยซึ่งมีสัดส่วนตลาดร้อยละ 22.85 มีปริมาณส่งออก 2,890 ตัน มูลค่า 93.34 ล้านบาท

## 1.3 แนวคิดการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

### 1.3.1 Design Thinking

Design Thinking หรือกระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นการทำความเข้าใจปัญหาของลูกค้า (ผู้รับบริการ) เพื่อนำเสนอหนทางแก้ไขปัญหาที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์นวัตกรรม ผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเข้าใจผู้ใช้งาน (Empathize) นิยามปัญหา (Define) การระดมไอเดีย (Ideate) พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดจริง (Test) ดังนี้

1. เข้าใจผู้ใช้งาน (Empathize): เป็นการค้นหาความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ ด้วยการสัมภาษณ์กับผู้ให้บริการและสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงคำถามว่าทำไม (5 why)

2. นิยามปัญหา (Define): หลังจากการสัมภาษณ์และถามคำถามผู้ใช้บริการ จะเข้าสู่กระบวนการกำหนดปัญหาของผู้ใช้บริการ รวมถึงขอบเขตของปัญหา เพื่อตอบโจทยที่ว่า ใคร อะไร ทำไม เมื่อไหร่ และที่ไหน

3. ระดมไอเดีย (Ideate): เป็นการระดมสมองเพื่อหาและรวบรวมความคิดที่หลากหลาย โดยการรวบรวมไอเดียต่าง ๆ จะทำให้เกิดความคิดนอกกรอบและแปลกใหม่ นำไปสู่การคัดเลือกความคิดที่น่าสนใจและมีความเป็นไปได้ในการดำเนินการมากที่สุด

4. พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype): การนำไอเดียที่คัดเลือกมาทดลองด้วยการสร้างแบบจำลอง เพื่อนำไปทดสอบในขั้นตอนถัดไป

5. นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดจริง (Test): การทดสอบ และเก็บข้อมูล เพื่อนำมาปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และแก้ไข ซึ่งจะทำให้การดำเนินการสามารถตอบสนองกับผู้ใช้บริการได้มากที่สุด

การนำแนวคิด Design thinking มาใช้จะสร้างผลิตภัณฑ์จากกล้วยให้มีมูลค่าสูงกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน สร้างอัตลักษณ์และการรับรู้เรื่องกล้วยเพชรบุรี เปิดโอกาสให้ผู้สนใจทั่วประเทศ SMEs นักศึกษา ที่มีไอเดียแต่ไม่มีเงินทุนมานำเสนอผลิตภัณฑ์ที่นวัตกรรมจากส่วนต่าง ๆ ของกล้วยจังหวัดเพชรบุรี

### 1.3.2 Market driven

การใช้การตลาดนำการผลิต เป็นการนำกลยุทธ์ทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันทิศทางการตลาด มาปรับใช้ ด้วยการค้นหาความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มความต้องการของตลาด เพื่อหาวิธีตอบสนองความต้องการดังกล่าวด้วยการนำเสนอสินค้าที่มีความแตกต่าง และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าสินค้าในรูปแบบเดิม ๆ ดังนั้น ทางกลุ่มจึงนำแนวความคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ โดยการนำกลุ่มนักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์และการออกแบบ นักวิทยาศาสตร์ นักวิจัย นักการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งออก เข้ามามีส่วนร่วมในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในโครงการ 100 Prototype เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์จากกล้วยที่ปัจจุบันยังมีมูลค่าไม่สูงหรือยังไม่เป็นที่นิยมของตลาด มีมูลค่าสูงขึ้น และมีตลาดรองรับที่แน่นอน

### 1.3.3 Synergy

การลงทุนน้อยแต่ได้มาก เป็นการผสมผสานความสามารถของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งวัตถุดิบ บุคลากร หรือเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน ทำให้มีการใช้ต้นทุนลดลงแต่กลับมีโอกาสในการทำกำไรมากขึ้น ดังนั้น โครงการ 100 Prototypes จึงดำเนินการโดยจัดการประกวดผลิตภัณฑ์ใหม่จากกล้วยเพชรบุรี ให้ผู้สนใจทั่วไปนำเสนอแนวความคิดที่ใช้วัตถุดิบจากกล้วยเพชรบุรี โดยกรรมการผู้เชี่ยวชาญ จะคัดเลือกแนวความคิดที่น่าสนใจที่สุด 10 ชิ้น และให้เงินลงทุนแก่ผู้เข้าประกวดทั้ง 10 ชิ้น ชิ้นละ 200,000 บาท

เพื่อนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ อาทิ การจ้างห้องปฏิบัติการเพื่อตรวจคุณค่าทางอาหาร การทำวิจัยภาคสนามสำรวจความเห็นผู้บริโภคเพื่อปรับปรุงขนาดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และจ้างผลิต Prototype ที่เหมือนสินค้าจริงขึ้นมา 1 ล็อตเล็ก ๆ จากนั้น จะให้นักลงทุนมาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ เพื่อให้เกิดการร่วมทุนและนำไปผลิตในเชิงอุตสาหกรรมเพื่อจำหน่ายสู่ตลาดในและต่างประเทศต่อไป

### 1.3.4 BCG Economy

BCG Economy เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่จะพัฒนาเศรษฐกิจทั้ง 3 ด้านพร้อมกันได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เน้นการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาควบคู่กับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล มั่นคง นำไปสู่ความยั่งยืน ดังนั้น โครงการ 100 prototype จึงเน้นการนำเอากล้วยตากเกรดซึ่งโดยปกติมีราคาต่ำหรือเหลือทิ้ง และส่วนต่าง ๆ ของกล้วยที่ไม่ได้มีการนำมาใช้ประโยชน์หรือใช้ประโยชน์ได้น้อย อาทิ ใบ ลำต้น หรือยางกล้วย มาใช้เป็นวัตถุดิบ ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรและลดปัญหาในการเกิดขยะ

## 2. วิธีการศึกษาและจัดทำข้อเสนอ

### 2.1 กระบวนการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลของกลุ่มมีการดำเนินการใน 3 รูปแบบ คือ

(1) สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานกล้วยหอมทองในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ เกษตรจังหวัด พาณิชย์จังหวัด สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด สหกรณ์การเกษตรท่ายาง วิสาหกิจชุมชนวัยหวาน และเกษตรกรสวนกล้วย

(2) ลงพื้นที่แปลงปลูก โรงคัดแยกบรรจุ เพื่อสัมผัสพื้นที่จริงและเก็บข้อมูลอย่างรอบด้าน

(3) ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร อาทิ งานวิจัย บทความ ข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของทั้งประเทศไทยและต่างประเทศ โดยนำข้อมูลที่ได้มารวบรวม ก่อนนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อจัดทำข้อเสนอเพื่อการพัฒนาด้านการเกษตรในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีต่อไป

### 2.2 กระบวนการระบุปัญหา

การพัฒนาข้อเสนอโครงการฯ ได้ใช้เครื่องมือสำหรับการคิดวิเคราะห์เป็นตัวช่วยในการดำเนินงานที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) Vision Builder และ Enterprise Blueprint และ (2) Design Thinking ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอโครงการ 100 Prototypes ดังนี้

(1) Vision Builder และ Enterprise Blueprint ใช้ในการกำหนดกรอบการดำเนินงานให้มีความชัดเจน มีการวิเคราะห์ภาพรวมของการดำเนินงาน รวมถึงกำหนดทิศทางงานแต่ละด้าน เช่น กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง สภาพแวดล้อม และความต้องการของตลาด เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่กำหนด รายละเอียดเพิ่มเติมตามภาคผนวกที่ 1

(2) Design Thinking การพัฒนาข้อเสนอโครงการฯ ได้มีการนำ Design Thinking เข้ามาเป็นหนึ่งในแนวคิดหลัก เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหา และการสร้างนวัตกรรมที่สามารถตอบโจทย์ผู้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

(ก) เข้าใจผู้ใช้งาน (Empathize) : ผ่านการลงพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น หน่วยงานราชการ เกษตรกร สหกรณ์ อาจารย์มหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น รวมถึงการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และงานวิจัยที่มีการเผยแพร่ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ห่วงโซ่การผลิตกล้วยในจังหวัดเพชรบุรีมากที่สุด

(ข) นิยามปัญหา (Define) : จากการสัมภาษณ์และค้นคว้าข้อมูลแล้ว พบว่าจังหวัดเพชรบุรียังคงประสบปัญหาในการผลิตกล้วยเพื่อส่งออก ซึ่งจะมีกล้วยตกเกรดประมาณร้อยละ 20 นอกจากนั้น การแปรรูปและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันยังคงมีมูลค่าเพิ่มที่ไม่สูงมากนัก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและโอกาสในการพัฒนากล้วยของจังหวัดเพชรบุรี

(ค) ระดมไอเดีย (Ideate) : เพื่อให้เกิดการระดมไอเดียจากหลายภาคส่วนในการแก้ไขปัญหา ในข้อ 2 จึงได้มีการพัฒนาข้อเสนอของโครงการฯ โดยให้จังหวัดเพชรบุรีจัดประกวดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกล้วย จากประชาชนหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ จำนวน 100 ข้อเสนอ เพื่อรวบรวมแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย

(ง) พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) : คัดเลือกข้อเสนอที่มีศักยภาพและมีความแปลกใหม่ จำนวน 10 ข้อเสนอผู้ได้รับการคัดเลือกจะได้รับทุนในการสร้างชิ้นงาน prototype ซึ่งเป็นการสร้างต้นแบบเพื่อทดสอบจริงก่อนที่จะนำไปผลิตจริง ก่อนไปเสนอต่อนักลงทุน

(จ) นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดจริง (Test) : นักลงทุนที่สนใจสามารถเข้าร่วมทุนกับผู้เข้าประกวด เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการทดสอบแล้ว ต่อยอดไปสู่การผลิตสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงเน้นให้มีการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น QR Code/ Blockchain technology เพื่อเป็นการเชื่อมโยงกลับมายังผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดเพชรบุรีอย่างยั่งยืน

รายละเอียดเพิ่มเติมตามภาคผนวกที่ 2

### 3. ข้อเสนอโครงการ 100 Prototypes

#### 3.1 ความสอดคล้องของข้อเสนอกับภูมิทัศน์ ภูมิสังคม และบริบทของพื้นที่

จังหวัดเพชรบุรีเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ในการทำเกษตรกรรม ทำให้มีความเหมาะสมในการปลูกกล้วยเพื่อบริโภคในประเทศและเพื่อส่งออก โดยเฉพาะกล้วยหอมทอง โดยมีพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด 3.8 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ปลูกกล้วยทั้งหมด 0.04 ล้านไร่ มีอำเภอที่มีกล้วยเป็นผลผลิตหลัก ได้แก่ บ้านลาดและท่ายาง (อำเภอละประมาณ 0.02 ล้านไร่) ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ในพื้นที่มีการรวมกลุ่มและจัดตั้งสหกรณ์เพื่อผลิตและมิตลาดส่งออกที่แน่นอน โดยการส่งออกจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่ประเทศคู่ค้ากำหนด และมีการวางแผนการผลิตเพื่อให้มีผลผลิตส่งออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยสหกรณ์ที่มีบทบาทสำคัญในการจำหน่ายกล้วยหอมทองในจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรท่ายาง และสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) สหกรณ์การเกษตรท่ายาง มีการส่งออกกล้วยหอมทองปลอดสารพิษให้สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ในประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 สำหรับการขายผลสดจะประกันราคาให้แก่สมาชิก 1.6 บาท แต่อาจมีการปรับเปลี่ยนตามราคาตลาดได้ โดยการขายกล้วยสดจะมีกล้วยตกรอดประมาณร้อยละ 10 ซึ่งจะนำไปขายในประเทศให้โมเดิร์นเทรดและตลาดในประเทศ และหากกล้วยเหลือจำนวนมาก (ล้นตลาด) จะนำไปแปรรูปทำเป็นกล้วยตากและแช่แข็งเพื่อส่งไปทำเบเกอรี่ โดยทางสหกรณ์การเกษตรท่ายางมีความสนใจลงทุนสร้างโรงตากกล้วยเป็นของตนเอง แต่ยังไม่มีความเชี่ยวชาญในการตากกล้วย รวมถึงต้องการปรับปรุงด้านการตลาดเพื่อขายกล้วยตากแปรรูปให้แก่ตลาดในประเทศ คณะผู้จัดทำจึงเห็นโอกาสในการเติบโตของกล้วยที่มากกว่าเพียงแค่การทำเป็นกล้วยแปรรูปขั้นต้น อีกทั้งการแปรรูปขั้นต้นของกล้วยที่มีอยู่ในปัจจุบันอาจไม่ตรงกับความต้องการของตลาดมากนัก ทำให้ไม่สามารถเพิ่มมูลค่าของกล้วยให้สูงขึ้นได้

(2) สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด มีกล้วย 2 สายพันธุ์ ได้แก่ พันธุ์พื้นเมืองและพันธุ์กรอสมิเซล โดยผลผลิตที่เป็นกล้วยสดจะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งต้องเป็นกล้วยที่มีคุณภาพ ปลอดสารพิษและไม่มีตำหนิจากโรคหรือแมลงที่ผลกล้วย มิเช่นนั้นจะไม่ใช่ไปตามมาตรฐานการส่งออกของประเทศญี่ปุ่นและกลายเป็นกล้วยตกรอด จากการสัมภาษณ์พบว่า ในการผลิตกล้วยจะมีกล้วยตกรอดร้อยละ 20 ซึ่งจะนำไปเข้าสู่กระบวนการแปรรูปขั้นต้น ทำเป็นกล้วยกวน กล้วยเบรคแตก รวมถึงการนำไปเป็นบรรจุภัณฑ์ทางเลือก (ใช้ส่วนใบและกาบ) และปัจจุบันกำลังดำเนินการวิจัยน้ำกล้วยพร้อมดื่ม ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี สหกรณ์การเกษตรบ้านลาดจึงมีความต้องการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และรับการสนับสนุนด้านการตลาด รวมทั้งหาเอกลักษณ์ให้กับกล้วยหอมทองของจังหวัดเพชรบุรี

กล่าวโดยสรุป คณะผู้จัดทำจึงมีความเห็นว่า ปัญหาที่แท้จริงของสหกรณ์ฯ ทั้ง 2 แห่งและจังหวัดเพชรบุรี คือ กล้วยตกรอดส่วนใหญ่ถูกนำมาแปรรูปขั้นต้นเป็นกล้วยตากหรือกล้วยกวน ซึ่งกล้วยเป็นวัตถุดิบที่มีศักยภาพ

มากกว่านั้นและอาจไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ส่วนที่เหลืออื่นๆ ของกล้วยยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ และกล้วยของจังหวัดเพชรบุรียังไม่สร้างความแตกต่าง (Branding) หรือเป็นที่รับรู้แก่สังคมในวงกว้าง (Awareness) ดังนั้น โครงการ 100 Prototypes จึงเป็นทางออกของปัญหาดังกล่าวและเป็นการพัฒนาโอกาสของกล้วยให้เป็นที่รู้จักมากกว่ากล้วย โดยนำแนวคิด Design Thinking แนวคิด Market-Driven แนวคิด Synergy และแนวคิด BCG economy ตามที่ได้กล่าวมาแล้วมาปรับใช้ ซึ่งจะเป็นการพัฒนานวัตกรรมควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ทำให้เกิดความมั่นคงและความยั่งยืนไปพร้อมกัน

### 3.2 วัตถุประสงค์ของข้อเสนอโครงการ

โครงการ 100 Prototypes มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- (1) แก้ไขปัญหาสินค้าล้นตลาด สินค้าตกเกรด สร้างเสริมนวัตกรรม เพิ่มมูลค่าการเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- (2) สร้างอัตลักษณ์และการรับรู้กล้วยของจังหวัดเพชรบุรีแก่สังคม (Branding)
- (3) เพิ่มมูลค่าและสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากกล้วยใหม่ จาก ‘ผลไม้ทั่วไป ราคาถูก และหาง่าย’ เป็น ‘อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง (super food/natural nutrition sources) หรือผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ (functional food)’
- (4) สามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น และฟื้นฟูจังหวัดเพชรบุรีในทุกมิติ

### 3.3 เหตุผลของการจัดทำข้อเสนอโครงการ 100 Prototypes

จังหวัดเพชรบุรีมีพื้นที่ 3.8 ล้านไร่ มีพืชเศรษฐกิจสำคัญที่หลากหลาย และมีกล้วยหอมทอง และกล้วยน้ำว้าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอยู่ในลำดับที่ 6 และ 7 ตามลำดับ โดยแบ่งเป็นพื้นที่ปลูกกล้วยทั้งหมด 0.04 ล้านไร่ มีอำเภอที่มีกล้วยเป็นผลผลิตหลัก ได้แก่ บ้านลาดและท่ายาง (อำเภอละประมาณ 0.02 ล้านไร่)

กล้วยเป็นพืชที่ดูเหมือนเป็นผลไม้ง่าย ๆ ราคาถูก และเป็นที่ยอมรับได้โดยทั่วไป แต่แท้จริงแล้วกล้วยสามารถเป็นที่รู้จักมากกว่ากล้วย และกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงได้ ยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่มีในปัจจุบันและมีมูลค่าสูง อาทิ

- (1) กลุ่มอาหารและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เนื่องจากกล้วยเป็นผลไม้ที่มีธาตุอาหารสูงโดยเฉพาะโพแทสเซียม จึงมีความเป็นไปได้ที่จะนำมาพัฒนาเป็นอาหารเสริมพลังงาน (Energy bar) หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีมูลค่าสูง

(2) กลุ่มเครื่องสำอาง ยา เวชภัณฑ์ กล้วยมีองค์ประกอบทางเคมีที่สามารถนำมาใช้ในรูปแบบนี้ได้หลากหลายอย่าง โดยปัจจุบันได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากกล้วยแล้วแต่ยังคงเป็นการทำในระดับชุมชน ซึ่งหากมีการพัฒนาต่อยอดจนสามารถนำไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำได้จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าสูงขึ้นอีก

(3) กลุ่มเครื่องใช้ ส่วนอื่น ๆ ของกล้วยสามารถนำมาแปรรูปให้มีมูลค่าสูงขึ้นได้อีก อาทิ เส้นใยจากต้นกล้วยที่ต่อยอดเป็นผ้าใยกล้วย ยางกล้วยที่นำมาเย็บรองเท้า กระทั่งใบตองที่พัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก หากมีการพัฒนาให้มีสภาพที่ทนทานและเหมาะสมกับการใช้งานจะยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

จากการลงพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า กล้วยตากเกรดในจังหวัดเพชรบุรีมักถูกนำมาแปรรูปขั้นต้นเป็นกล้วยตากหรือกล้วยกวน และไม่มีตลาดรองรับที่ชัดเจน ส่วนที่เหลือของกล้วยถูกทิ้งเป็นของเสีย ไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ และผลิตภัณฑ์กล้วยของจังหวัดเพชรบุรียังไม่สร้างความแตกต่างหรือเป็นที่รับรู้แก่สังคมในวงกว้าง ดังนั้น โครงการ 100 Prototypes จึงเป็นโอกาสของการพัฒนากล้วยของจังหวัดเพชรบุรีให้มีความแตกต่าง และให้กล้วยเป็นได้มากกว่ากล้วย สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแนวคิด BCG economy อีกทั้งเป็นการพัฒนานวัตกรรมควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ทำให้เกิดความมั่นคงและความยั่งยืนไปพร้อมกัน

### 3.4 ข้อเสนอโครงการ 100 Prototypes

ขั้นตอนที่ 1 จังหวัดเพชรบุรีเป็นเจ้าของภาพจัดการประกวดนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วย โดยเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจจากทั่วประเทศนำเสนอข้อเสนอนวัตกรรมเพื่อสร้าง Prototype ที่ใช้ส่วนต่าง ๆ ของกล้วยจากจังหวัดเพชรบุรี โดยตั้งเป้าให้ได้รับข้อเสนอทั้งหมด 100 ข้อเสนอ เพื่อรวบรวมไอเดียของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกล้วย

ขั้นตอนที่ 2 กรรมการ ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์และการออกแบบ รวมถึงด้านการบริหาร นักวิทยาศาสตร์/นักวิจัย นักการตลาด ข้าราชการระดับผู้อำนวยการของจังหวัดเพชรบุรี ตลอดจนแพชชั่นดีไซเนอร์ชื่อดัง ร่วมกันคัดเลือกข้อเสนอที่มีศักยภาพและมีความแปลกใหม่จำนวน 10 ข้อเสนอ โดยผู้ได้รับการคัดเลือกจะได้รับทุนในการปรับปรุงและจ้างผลิตชิ้นงาน prototype ตามข้อเสนอ นั้น โดยมีเกษตรกรเป็นผู้สนับสนุนด้านวัตถุดิบในชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 ผู้เข้าประกวดนำชิ้นงาน prototype ไปเสนอต่อนักลงทุน (หาตลาด) ซึ่งจะมีนักวิจัย ฝ่ายวิชาการ ผู้แทนชุมชน ผู้แทนหอการค้าไทย และต่างประเทศ ผู้แทนห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เข้าร่วมพิจารณาเสนอด้วย หากมีนักลงทุนสนใจชิ้นงาน prototype นั้น จะสามารถเข้าร่วมทุนกับผู้เข้าประกวดได้ และมีการต่อยอดไปสู่การผลิตสู่ตลาดในระดับประเทศและต่างประเทศต่อไป



### 3.5 กลุ่มเป้าหมาย

3.5.1 ผู้ที่มีไอเดีย รวมถึงนักศึกษาในมหาวิทยาลัยจากทั่วประเทศที่มีความคิดและแนวคิดด้านนวัตกรรม เพื่อนำเสนอข้อเสนอนวัตกรรมที่ใช้ส่วนต่าง ๆ ของกล้วยในจังหวัดเพชรบุรี

3.5.2 นักลงทุนที่สนใจในการลงทุนงานนวัตกรรมใหม่ ซึ่งจะทำให้เกิดการร่วมทุนในรูปแบบต่างๆ และต่อยอดไปสู่การผลิตสู่ตลาดระดับประเทศและต่างประเทศต่อไป

### 3.6 ผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการดำเนินการโครงการ 100 prototypes

3.6.1 สามารถแก้ไขปัญหาสินค้าล้นตลาด สร้างเสริมนวัตกรรม เพิ่มมูลค่าการเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ชุมชนมีความเข้มแข็ง เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

3.6.2 กล้วยเพชรบุรีมีอัตลักษณ์และสังคมรับรู้ว่าเป็นของดีของจังหวัดเพชรบุรี (Branding)

3.6.3 เพิ่มมูลค่าและสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากกล้วยใหม่ จาก ‘ผลไม้ทั่วไป ราคาถูกและหาง่าย’ เป็น ‘อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงหรือผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ’

3.6.4 สามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนและฟื้นฟูจังหวัดเพชรบุรีในทุกมิติ

3.6.5 ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึง ได้แก่

(1) เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยในจังหวัดเพชรบุรีมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายส่วนต่าง ๆ ของกล้วย และเงินปันผลจากสหกรณ์ที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการแปรรูปสินค้าหรือรับซื้อส่วนต่าง ๆ ของกล้วยมาขายต่อให้ผู้ผลิต

(2) เกิดการลงทุนรูปแบบใหม่ นักลงทุนได้ลงทุนกำไรจากการขายสินค้าและก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชน

(3) เจ้าของผลงานมีรายได้จากเงินรางวัลและมีโอกาสร่วมทุนกับนักลงทุน

### 3.7 จุดแข็งหรือจุดแตกต่างของข้อเสนอโครงการ

3.7.1 การใช้การตลาดนำการผลิต ทำให้มีการผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด ทำให้ไม่เกิดกรณีที่ผลิตสินค้าออกมาแต่ไม่มีผู้ซื้อ

3.7.2 การส่งเสริมอัตลักษณ์กล้วยของจังหวัดเพชรบุรีให้แตกต่างจากกล้วยของสถานที่อื่น และสร้างแบรนด์ของกล้วยเพชรบุรีให้เป็นที่รับรู้แก่สังคมในวงกว้าง

3.7.3 การส่งเสริมการพัฒนากล้วยให้มีการเพิ่มมูลค่าด้วยการใช้นวัตกรรม และสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากกล้วยใหม่ จาก ‘ผลไม้ทั่วไป ราคาถูก และหาง่าย’ เป็น ‘อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง (super food/natural nutrition sources) หรือผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ (functional food)’

3.7.4 การนำทุกส่วนของกล้วยมาใช้ประโยชน์ ไม่ว่าจะป็นใบ ลำต้น ปลีกล้วย เป็นต้น ซึ่งปกติถูกทิ้งให้เป็นขยะและไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ ข้อเสนอโครงการนี้ จึงเป็นการผลักดันให้มีการใช้ทุกส่วนของกล้วย เพื่อลดปริมาณขยะให้เหลือน้อยที่สุด (Zero Waste) เป็นการตอบสนองต่อแนวคิด BCG

3.7.5 การส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลผลิตของสินค้าเกษตรกรรมด้วยเครื่องมือดิจิทัล (Digital Tool) โดยจัดทำในรูปแบบ QR code เพื่อเป็นการตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) ผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ซื้อสามารถเชื่อมโยงเรื่องราวของผลิตภัณฑ์กับชุมชนได้

**3.8 งบประมาณการดำเนินการข้อเสนอโครงการและความคุ้มค่า** งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการรวมทั้งหมด 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ประกอบด้วย

3.8.1 ค่าตอบแทน ประกอบด้วย ค่าตอบแทนคณะกรรมการรอบนำเสนอ 100 ข้อเสนอ จำนวน 6 คน และค่าตอบแทนคณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญในการประชุมคัดเลือกโครงการ 10 Prototypes จำนวน 12 คน รวมเป็นเงินจำนวน 345,600 บาท (สามแสนสี่หมื่นหกร้อยบาทถ้วน)

3.8.2 ค่าใช้สอย ประกอบด้วย ค่าอาหารกลางวันและของว่าง สำหรับงานนำเสนอ 100 ข้อเสนอ และสำหรับการประชุมคัดเลือกโครงการ 10 Prototypes ค่าที่พักจำนวน 5 วัน และค่าเดินทางผู้จัดงาน คณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญ ค่าจ้างเหมาผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 10 Prototypes ค่าเดินทางเพื่อทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ต้นแบบในงานแสดงสินค้าต่างประเทศ ค่าที่พักของเจ้าหน้าที่ในการเดินทางไปทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ค่าจ้างเหมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการงานนำเสนอ 100 ข้อเสนอ และค่าจ้างเหมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบในการทดสอบตลาด รวมเป็นเงินจำนวน 4,426,500 บาท (สี่ล้านสี่แสนสองหมื่นหกพันห้าร้อยบาทถ้วน)

3.8.3 ค่าวัสดุ ประกอบด้วย วัสดุสำนักงานและวัสดุคอมพิวเตอร์ วัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น และวัสดุงานบ้านงานครัว รวมเป็นเงินจำนวน 227,900 บาท (สองแสนสองหมื่นเจ็ดพันเก้าร้อยบาทถ้วน)

รายละเอียดเพิ่มเติมตามภาคผนวกที่ 3

### 3.9 ผลกระทบของโครงการ

ทางคณะผู้จัดทำได้คำนวณความคุ้มค่า โดยใช้หลักการผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้นวัตกรรม จะมีเป้าหมายผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างน้อย 10 เท่าของเงินลงทุน หรือมี Return on Investment (ROI) ประมาณ 900% ดังนั้น สำหรับโครงการ 100 Prototypes จึงตั้งเป้าหมายผลตอบแทนจากการลงทุนทั้งโครงการ

คิดเป็นเงิน 50,000,000 บาท อาทิ การผลิต Energy bar จากกล้วย คาดการณ์ว่าจะเพิ่มมูลค่าจากผลิตภัณฑ์จากกล้วยได้มากถึง 259,250 บาท/ตัน/เดือน หรือ 3,111,000 บาท/ตัน/ปี โดยคำนวณจาก

(1) เดิมกล้วยสดตกเกรดมีมูลค่า 5 บาท/กิโลกรัม หากแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารให้พลังงาน จะได้มูลค่า 250 บาท/กิโลกรัม (ประมาณการต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 125 บาท ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ 50 บาท การดำเนินการ 25 บาท วัตถุดิบอื่น 25 บาท กล้วย 25 บาท และกำไร 1 เท่า) คิดเป็นมูลค่าเพิ่ม 50 เท่าของผลผลิตเดิม คิดเป็นเงิน 250,000 บาท/ตัน/เดือน

(2) ปริมาณการจ้างงานเพิ่มในชุมชน ประมาณ 10 ราย เกิดรายได้ในชุมชนเป็นเงิน 6,000 บาท/เดือน (300 บาท X 20 วัน)

(3) การลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดปริมาณของเสียและขยะจากกล้วย 1 ตัน ประมาณ 3,250 บาท/เดือน นอกจากนี้ ยังสามารถคำนวณผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) เพิ่มได้จากการมีสุขภาพที่ดีของชุมชนด้วยการลดปริมาณสัตว์พาหะนำโรคที่มากินขยะ และความภูมิใจต่ออัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ปลูกกล้วยในจังหวัดเพชรบุรี

### 3.10 หน่วยงานที่รับผิดชอบในการทำให้ข้อเสนอเป็นไปได้ และมีความยั่งยืนในทางปฏิบัติ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการบริหารจัดการและบริหารงบประมาณ ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ภาครัฐจังหวัดเพชรบุรี รวมถึงหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น มหาวิทยาลัย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กรมวิทยาศาสตร์บริการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เป็นต้น

## 4.แผนเชิงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง

### 4.1 แผนการดำเนินการระยะสั้น (Quick Win)

การดำเนินการจัดการประกวดโครงการ 100 prototypes โดยเปิดโอกาสให้ผู้สนใจ รวมถึงนักศึกษาในมหาวิทยาลัยจากทั่วประเทศ เข้าร่วมการประกวดโดยให้ผู้ประกวดนำเสนอข้อเสนอนวัตกรรมเพื่อสร้าง prototype ที่ใช้ส่วนต่าง ๆ ของกล้วยจากจังหวัดเพชรบุรี ข้อเสนอที่มีศักยภาพจำนวน 10 ข้อเสนอ จะได้รับการคัดเลือกโดยกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปพัฒนาเป็น prototype และนำมาเสนอแก่นักลงทุน ซึ่งหากนักลงทุนสนใจลงทุนในผลิตภัณฑ์จะเกิดการร่วมทุนกันในรูปแบบต่าง ๆ

### 4.2 แผนการดำเนินการระยะยาว

การพัฒนา ระบบ Traceability ผ่านการใช้ระบบ Blockchain โดยการแสกน QR Code เพื่อเชื่อมโยงชุมชนกับผู้บริโภคที่อยู่ในประเทศและต่างประเทศ โดยเมื่อผู้บริโภคสแกน QR Code ที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะสามารถทราบได้ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาจากการใช้วัตถุดิบในชุมชนใด เกษตรกรรายได้

และมีที่มาหรือเรื่องเล่า (Story) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างไร ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ มีความเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม (Originality) และแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์อื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน โดยจัดทำทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ครอบคลุมถึงภาษาที่ 3 ที่เป็นตลาดเป้าหมายหลัก อาทิ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาลักษณะที่ยั่งยืนและยึดโยงกับชุมชน

#### 4.3 แผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์

แผนการตลาดของโครงการ 100 prototypes จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนี้

4.3.1 การจัดทำคลิปวิดีโอ (Viral clip) กระตุ้นให้เกิดความต้องการนำเสนอข้อเสนอ โดยเผยแพร่ตามสื่อช่องทางต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ของจังหวัดเพชรบุรี เช่น Facebook ของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเมื่อคลิปถูกแชร์และส่งต่อไปเรื่อย ๆ จะเป็นกลยุทธ์แบบปากต่อปากเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมาก รวมไปถึงสื่อโทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

4.3.2 การเลือกคณะกรรมการและ Influencer ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง เพื่อดึงดูดบุคคลที่สนใจและมีความคิดหรือข้อเสนอที่แปลกใหม่ให้เข้าร่วมการประกวด อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรีในทางอ้อมด้วย โดยขอความร่วมมือจาก Influencer ให้ช่วยประชาสัมพันธ์การประกวด อาทิ การจัดทำ Clip video ซึ่งในส่วนค่าใช้จ่ายอาจขอรับการสนับสนุนจากงบประมาณ CSR ขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ

4.3.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลที่ผู้ได้รับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์จะได้รับและโอกาสในการนำผลิตภัณฑ์ไปเผยแพร่หลังจบการประกวด เช่น งานวิ่งของจังหวัดเพชรบุรี งานพระนครคีรี ซึ่งเป็นงานประจำจังหวัดเพชรบุรี ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจมากมาย เป็นต้น

#### 4.4 ความเชื่อมโยงกับกลุ่มอื่น

ในการประกวดข้อเสนอนวัตกรรมจะมีการสร้างเงื่อนไขการเพิ่มคะแนนพิเศษ เช่น มีการใช้วัตถุดิบอื่นจากจังหวัดเพชรบุรี อาทิ เกลือ หรือ เป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลกที่ไม่ก่อให้เกิดขยะในชุมชน เป็นต้น ซึ่งเมื่อเกิดการผลิตชิ้นงานสู่ตลาดแล้ว อาจติดต่อกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเพื่อนำชิ้นงานดังกล่าวออกงานอีเวนต์ของจังหวัด เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวได้ เช่น งานวิ่ง งานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ งานพระนครคีรี เป็นต้น โดยการนำทุกส่วนของกล้วยมาใช้ประโยชน์และเชื่อมโยงกับการพัฒนาจังหวัดในทุกมิติ ทั้งสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจชุมชน และการท่องเที่ยวดังกล่าวจะส่งผลให้คนในชุมชนมีรายได้ที่ยั่งยืนและสุขภาวะที่ดีตามมาด้วย

## 4.5 การบริหารความเสี่ยง

โครงการ 100 prototypes มีความเสี่ยงในการดำเนินการและมีแนวทางแก้ไข ดังนี้

4.5.1 โครงการไม่มีผู้สนใจมานำเสนอข้อเสนอให้ครบ 100 ข้อเสนอ ที่ตั้งเป้าหมายไว้ เนื่องจากรูปแบบโครงการหากมองผิวเผินเป็นการจัดประกวดผลิตภัณฑ์เหมือนที่เคยจัดทั่วไป ทำให้มีผู้สนใจเข้าประกวดไม่หลากหลายและไม่มีข้อเสนอที่สามารถผ่านการพัฒนาเป็น Prototype ได้ ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวสามารถดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยงได้ ดังนี้

(1) ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการในช่องทางสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กรุ่นใหม่ได้

(2) สร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และโรงเรียนในพื้นที่ ที่มีการทำโครงการหรือรายงานที่คล้ายการนำเสนอข้อเสนอในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว และประชาสัมพันธ์นักเรียน นักศึกษาในปีนั้น ๆ ให้คิดโครงการการพัฒนากล้วยเพชรบุรี

(3) ไม่จำกัดรูปแบบความคิด เพราะการนำเสนอไอเดียของชิ้นงาน (Pitch idea) นั้นยังไม่จำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์จริง

4.5.2 ข้อเสนอที่นำเสนอไม่น่าสนใจและไม่สามารถคัดเลือกได้ถึง 10 prototype เนื่องจากผู้นำเสนอมองแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยและไม่ได้มองถึงการตลาด ซึ่งมีแนวทางการแก้ไขโดยการประชาสัมพันธ์ถึงวัตถุประสงค์ในสร้างกิจกรรม Think tank ในการคัดเลือกที่ต้องการเป็นจุดรวมข้อเสนอทางความคิดใหม่ ๆ ที่โครงการนี้ต้องการ โดยยังไม่เน้นเรื่องกระบวนการที่เป็นเนื้อหาหลักในการจดลิขสิทธิ์ หรือ จดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

4.5.3 ข้อเสนอของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกไม่สามารถผลิตได้จริง สามารถลดความเสี่ยงได้ ดังนี้

(1) ในส่วนของคณะกรรมการต้องมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลายสาขาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการผลิต การตลาด เศรษฐศาสตร์ และการลงทุน เป็นต้น เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของข้อเสนอ

(2) ต้องมีขั้นตอนในการทำ Technology matching ในการพัฒนาข้อเสนอสู่ Prototype โดยใช้อัฒานความรู้ด้านเทคโนโลยีของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น มหาวิทยาลัย/สวทช./กรมวิทยาศาสตร์บริการ/วว./สถาบันต่างๆของกระทรวงอุตสาหกรรม

(3) โครงการจะเป็นการบูรณาการการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยของจังหวัดเพชรบุรี ร่วมกับภาคเอกชน เช่น หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี

4.5.4 ผลิตภัณฑ์ Prototype ไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากไม่มีผู้สนใจนำ Prototype ไปทดลองตลาด อย่างไรก็ตาม โครงการนี้จะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มมาจากการตลาดนำ (Demand pull) ทำให้ช่วยลดความเสี่ยงดังกล่าวอยู่แล้ว และอาจต้องทำความเข้าใจกับผู้นำเสนอตั้งแต่ต้นว่า ต้องเน้นผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดทางการตลาดได้จริง

รายละเอียดเพิ่มเติมตามภาคผนวกที่ 4

#### 4.6 แผนการงบประมาณ

งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการรวมทั้งหมด 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) จะเป็นจัดทำโครงการฯ โดยมีจังหวัดเพชรบุรีเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน โดยใช้งบประมาณจากการขอรับเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... ของจังหวัดเพชรบุรี และขอรับการสนับสนุนจากภาคเอกชน (Sponsor) โดยมีการจูงใจให้เอกชนที่เข้ามาสนับสนุนงบประมาณได้มีโอกาสในการเจรจาธุรกิจเพื่อร่วมทุนกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกก่อนนักลงทุนรายอื่น รวมถึงการการโปรโมทสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้สนับสนุนในการประกวด 100 Prototypes

### 5. ความสอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ

#### 5.1 ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

หากสามารถดำเนินการโครงการนี้ได้สำเร็จตามเป้าหมายจะสามารถตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มีเป้าหมาย คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน ซึ่งโครงการนี้จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ การคำนึงถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ โดยตอบเป้าหมายหลักด้านที่ 2 คือ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่

(1) การต่อยอดอดีต โดยมองกลับไปที่เราเก่งทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งมีพื้นฐานด้านการผลิตกล้วยเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก โดยพิจารณาทั้งโอกาสและความท้าทายที่มี มองหาโอกาสและความได้เปรียบ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาเป็นตัวช่วยสำคัญ

(2) ปรับปัจจุบัน เพื่อปูทางสู่อนาคต โดยปรับแนวทางการดำเนินงานเป็น Market driven จากการเรียนรู้ข้อผิดพลาดในอดีตที่ใช้หลักการ Supply push ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตร

(3) สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต โดยการให้โอกาสนักคิดคนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสนำเสนอไอเดียในการประกวด การสร้างเวทีให้เกิดการพบปะและ Matching ระหว่างนักลงทุน ผู้ประกอบการ และเจ้าของไอเดีย เพื่อให้เกิดการลงทุนในผลิตภัณฑ์ด้วยหลักการ Market driven และภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดกลไกดังกล่าว หากสามารถดำเนินการได้ตามหลัก 3 ประการก็จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย โดยใช้ความเข้มแข็งของทรัพยากรชีวภาพในท้องถิ่น ช่วยสร้างรายได้ ลดการสูญเสียอาหาร (Food loss) และลดสิ่งของเหลือทิ้งจากการเกษตร ตอบเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ได้อย่างเต็มรูปแบบ

## 5.2 ความสอดคล้องกับ BCG Model

ในการดำเนินงานโครงการ 100 Prototypes: ร้อยเรื่องกล้วย นำเอากล้วยซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง โดยมุ่งเน้นการนำเอากล้วยตากเกรดซึ่งโดยปกติมีราคาต่ำหรือเหลือทิ้ง และส่วนต่างๆ ของกล้วยที่ไม่ได้มีการนำมาใช้ประโยชน์หรือใช้ประโยชน์ได้น้อย เช่น ใบ ลำต้น หรือยางกล้วย เป็นต้น มาใช้เป็นวัตถุดิบ และนำเอาองค์ความรู้ เทคโนโลยีนวัตกรรมการผลิต และนวัตกรรม การออกแบบมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงในรูปแบบต่างๆ อาทิ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์อาหารฟังก์ชัน บรรจุภัณฑ์ทางเลือก และเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้นอกจากเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมย่อยสลายได้ ช่วยลดปัญหาขยะ ซึ่งการพัฒนาโครงการนี้ใช้หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานชีวภาพ เน้นการนำเอาของเหลือทิ้งกลับมาใช้ใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งตรงกับหลักการ Bioeconomy, Circular Economy และ Green Economy ภายใต้อาณัติ แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570 ที่ถูกประกาศให้เป็นวาระแห่งชาติในปี พ.ศ. 2564

## บรรณานุกรม

วิสาหกิจชุมชนวัยหวาน. (2565). สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2565. จาก <https://www.bananaindy.com/>

สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด. (2565). สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2565. จาก <http://www.sahakorntai.com/banlad/>

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. (2565). สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2565. จาก <http://www.sahakorntai.com/thayang/#>

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี. (2565). *ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดเพชรบุรี (มีนาคม 2565)*. 25 เมษายน 2565.

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 (ฉบับย่อ)*.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2564). *แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570*.

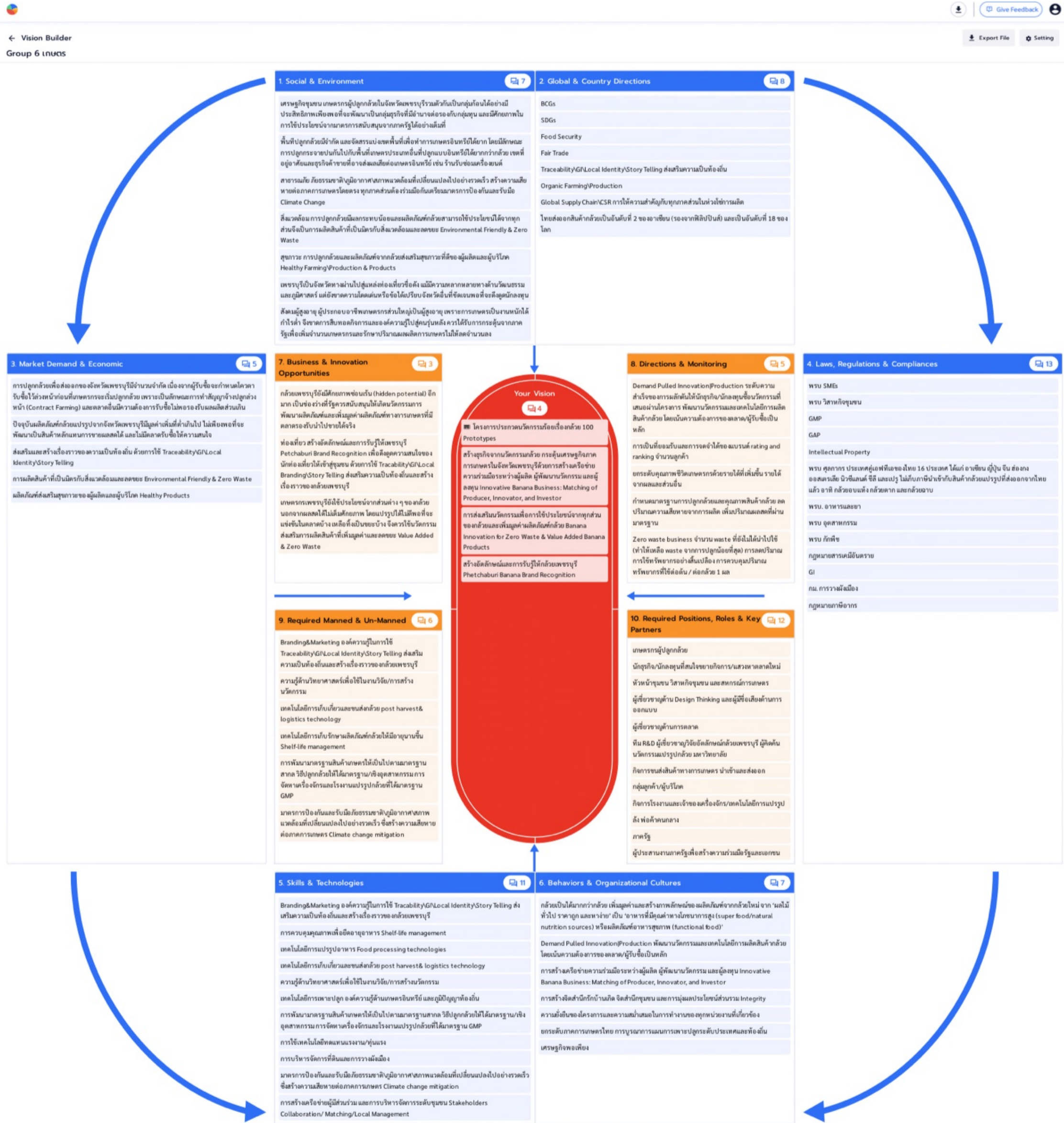
Hrnote.asia. (2562). *กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เครื่องมือสำคัญของการสร้างความสำเร็จให้องค์กร*, สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2565. จาก <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190702-design-thinking/>



ภาคผนวก

# ภาคผนวกที่ 1

## การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจของโครงการด้วย vision builder





### 2. Performance Management (5 Responses)

Demand Pulled Innovation|Production ระดับความสำเร็จของการผลักดันให้นักธุรกิจ/นักลงทุนซื้อนวัตกรรมที่เสนอผ่านโครงการ พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตสินค้ากล้วย โดยเน้นความต้องการของตลาด/ผู้รับซื้อเป็นหลัก

มีรายได้ต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้น ยกกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรด้วยรายได้ที่เพิ่มขึ้น รายได้จากผลและส่วนอื่น

การเป็นที่ยอมรับและการจดจำได้ของแบรนด์ review & rating ของลูกค้า

Zero waste business จำนวน waste ที่ยังไม่ได้นำไปใช้ (ทำให้เหลือ waste จากการปลูกน้อยที่สุด)

กำหนดมาตรฐานการปลูกกล้วยและคุณภาพสินค้ากล้วย ลดปริมาณความเสียหายจากการผลิต เพิ่มปริมาณผลผลิตที่ผ่านมาตรฐาน

### 3. Experience Management (3 Responses)

กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกข้อเสนอนวัตกรรม นักธุรกิจ/นักลงทุนที่สนใจขยายกิจการ/แสวงหาตลาดใหม่

สนับสนุนและกำกับดูแลการพัฒนาวัตกรรม โดยผู้เชี่ยวชาญด้าน Design Thinking และผู้มีชื่อเสียงด้านการออกแบบ

ประชาสัมพันธ์สร้างเครือข่ายผู้มีส่วนร่วม และประสานงานจัดสรร/จัดหา นักธุรกิจ/นักลงทุนที่สนใจขยายกิจการ/แสวงหาตลาดใหม่ Sponsors ทีม Customer Relations

## 1. Core Products & Services (4 Responses)

โครงการประกวดนวัตกรรมร้อยเรื่องกล้วย 100 Prototypes

สร้างธุรกิจจากนวัตกรรมกล้วย กระตุ้นเศรษฐกิจภาคการเกษตรในจังหวัดเพชรบุรีด้วยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต ผู้พัฒนานวัตกรรม และผู้ลงทุน Innovative Banana Business: Matching of Producer, Innovator, and Investor

การส่งเสริมนวัตกรรมเพื่อการใช้ประโยชน์จากทุกส่วนของกล้วยและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กล้วย Banana Innovation for Zero Waste & Value Added Banana Products

สร้างอัตลักษณ์และการรับรู้ให้กล้วยเพชรบุรี Phetchaburi Banana Brand Recognition

### 4. Corporate Admin. & Back office (3 Responses)

ควบคุมการผลิตวัตถุดิบ หัวหน้ำชุมชน วิสาหกิจชุมชน และสหกรณ์การเกษตร Raw Material

ดำเนินโครงการ ประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประสานงานภาครัฐเพื่อสร้างความร่วมมือรัฐและเอกชน Project Organizer

ควบคุมมาตรฐานและแนะนำแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมกล้วย ทีม R&D

### 5. Laws, Compliance & Audit (13 Responses)

พรบ SMEs

พรบ วิสาหกิจชุมชน

GMP

GAP

Intellectual Property

พรบ ศุลกากร ประเทศคู่เอฟทีเอของไทย 16 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน ญี่ปุ่น จีน ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ซิลี และเปรู ไม่เก็บภาษีนำเข้ากับสินค้ากล้วยแปรรูปที่ส่งออกจากไทยแล้ว อาทิ กล้วยอบแห้ง กล้วยตาก และกล้วยฉาบ

พรบ. อาหารและยา

พรบ อุตสาหกรรม

พรบ กักพืช

กฎหมายสารเคมีอันตราย

GI

กม. การวางผังเมือง

กฎหมายภาษีอากร

## 6. Data (6 Responses)

ข้อมูลลูกค้า ผู้บริโภคและนักธุรกิจ/นักลงทุน

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ Traceability

ข้อมูลราคาซื้อขาย supply & Demand ปริมาณการลงทุนและความคุ้มค่า

ข้อมูลผู้ผลิต เกษตรกร และนักวิจัย/ผู้พัฒนานวัตกรรม

ฐานข้อมูล Intellectual property ข้อมูลนวัตกรรม/งานวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับกล้วย/การแปรรูปกล้วย/การเพิ่มมูลค่ากล้วย/local identity ของกล้วยเพชรบุรี

ข้อมูลปริมาณการสูญเสียจากการผลิต/การขนส่ง

### 7.2 Monitoring Technology Management (4 Responses)

Cost monitoring

Customer's feedback/service monitoring

Network Monitoring

Data & Data Integration Monitoring

## 7.1 Platform Technology (3 Responses)

Big data analytics

Tracking Label/Traceability system

Social media: Facebook, Instagram, Tiktok

### 7.3 Security Technology Management (3 Responses)

Personal/Customer data

Traceability system

Data Security (Confidentiality, Integrity, Availability)

## ภาคผนวกที่ 2

### การระบุโจทย์และการวิเคราะห์สภาพปัญหาด้วย design thinking

#### Design Thinking Process : 100 Prototypes





### ภาคผนวกที่ 3

#### ข้อมูลแสดงงบประมาณของโครงการ

รายการ	งบประมาณ (บาท)
<b>งบดำเนินการ</b>	
<b>1. ค่าตอบแทน</b>	
1) ค่าตอบแทนคณะกรรมการรอบนำเสนอ 100 ideas (1,200 บาท x 8 ชม. X 4 วัน X 6 คน) (พิจารณาวันละ 25 รายการ)	230,400
2) ค่าตอบแทนคณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญในการประชุมคัดเลือกโครงการ 10 prototypes (1,200 บาท x 8 ชม. X 12 คน)	115,200
<b>รวมหมวดค่าตอบแทน</b>	<b><u>345,600</u></b>
<b>2. ค่าใช้สอย</b>	
1) ค่าอาหารกลางวันและของว่าง (กลางวัน 1 มื้อ ของว่าง 2 มื้อ)สำหรับงานนำเสนอ 100 ideas (600 บาท x 150 คน X 4 วัน)	360,000
2) ค่าอาหารกลางวันและของว่าง (กลางวัน 1 มื้อ ของว่าง 2 มื้อ) สำหรับการประชุมคัดเลือกโครงการ 10 prototype (600 บาท x 50 คน )	30,000
3) ค่าที่พักผู้จัดงาน คณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญ (1,450 บาท X 5 วัน X 50 คน)	362,500
4) ค่าเดินทางของคณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญ (4 บาท X 500 กิโลเมตร X 12 คน)	24,000
5) ค่าจ้างเหมาผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 10 prototypes (200,000 บาท x 10 ผลิตภัณฑ์)	2,000,000
6) ค่าเดินทางเพื่อทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ต้นแบบในงานแสดงสินค้าต่างประเทศ (60,000 บาท X 10 คน)	600,000
7) ค่าที่พักของเจ้าหน้าที่ในการเดินทางไปทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (7,500 บาท X 6 คืน X10 คน)	450,000
8) ค่าจ้างเหมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการงานนำเสนอ 100 ideas	100,000
9) ค่าจ้างเหมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบในการทดสอบตลาด (50,000 บาท X 10 ผลิตภัณฑ์)	500,000
<b>รวมหมวดค่าใช้สอย</b>	<b><u>4,426,500</u></b>
<b>3. ค่าวัสดุ</b>	
1) วัสดุสำนักงานและวัสดุคอมพิวเตอร์	200,000
2) วัสดุเชื้อเพลิงและล้อสิ้น	10,000
3) วัสดุงานบ้านงานครัว	17,900
<b>รวมหมวดค่าวัสดุ</b>	<b><u>227,900</u></b>
<b>รวมงบประมาณทั้งสิ้น</b>	<b><u>5,000,000</u></b>

#### ภาคผนวกที่ 4

##### ข้อมูลแสดงการบริหารความเสี่ยงโครงการ

**ความเสี่ยงและแผนบริหารความเสี่ยง** (การวิเคราะห์ถึงปัญหาต่าง ๆ ที่จะเป็นความเสี่ยง หรือ มีผลกระทบต่อการทำงาน/ความสำเร็จ หรือ ผลผลิตที่จะเกิดขึ้น พร้อมแนวทางแก้ไขหรือควบคุม)

ลำดับ	การชี้บ่งความเสี่ยง (Risk identification)	การวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk description)		การประเมินความเสี่ยง (Risk assessment)			แผนงาน/แนวทางแก้ไขหรือควบคุม (Monitoring)
		Cause	Effect	ผลกระทบ (Impact)	โอกาส (Livelihood)	Level of risk	
1 (R1)	โครงการไม่มีผู้สนใจมานำเสนอ idea ให้ครบ 100 ideas ที่ตั้งเป้าหมายไว้	รูปแบบโครงการหากมองผิวเผินเป็นการจัดประกวดผลิตภัณฑ์เหมือนที่เคยจัดทั่วไป	มีผู้สนใจที่จะนำเสนอ ไม่หลากหลาย ทำให้ไม่เกิดการนำเสนอ idea การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถผ่านไปเป็น	5 สูงมาก	3 เกิดขึ้นบ้าง	สูง (15)	1.1 ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการในช่องทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กรุ่นใหม่ได้ และเน้นที่โอกาสทางธุรกิจมากกว่าเงินรางวัล 1.2 สร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและโรงเรียนในพื้นที่ ที่มีโครงการคล้ายๆการนำเสนอ idea ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว ในนักเรียนนักศึกษาในปีนั้นๆ คิด project การพัฒนากล้วยเพชรบุรี





ลำดับ	การชี้บ่งความเสี่ยง (Risk identification)	การวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk description)		การประเมินความเสี่ยง (Risk assessment)			แผนงาน/แนวทางแก้ไขหรือควบคุม (Monitoring)
		Cause	Effect	ผลกระทบ (Impact)	โอกาส (Livelihood)	Level of risk	
			prototype ได้				1.3 ไม่จำกัดรูปแบบความคิด เพราะ การ pitch idea นั้นยังไม่จำเป็นต้อง พัฒนาผลิตภัณฑ์จริง
2. (R2)	Idea ที่นำเสนอไม่น่าสนใจและไม่สามารถคัดเลือกได้ ถึง 10 prototype	ผู้นำเสนอมองแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยไม้มองถึงการตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่มานำเสนอไม่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่	5 สูงมาก	3 เกิดขึ้นบ้าง	สูง (15)	2.1 ประชาสัมพันธ์ถึงวัตถุประสงค์ในการสร้างกิจกรรม think tank ในการคัดเลือกที่ต้องการเป็นจุดรวม idea ใหม่ ๆ ที่โครงการนี้ต้องการ โดยยังไม่เน้นเรื่องกระบวนการที่เป็นเนื้อหาหลักในการจดลิขสิทธิ์ หรือ จดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
3 (R3)	Idea ของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือก ไม่สามารถผลิตได้จริง	Idea ของผลิตภัณฑ์นำเทคโนโลยีที่มีอยู่	ไม่สามารถสร้าง prototype ได้	3	3	ปานกลาง (9)	ลดความเสี่ยงโดย: 3.1 ในส่วนของคณะกรรมการต้องมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลายสาขาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการผลิต การตลาด เศรษฐศาสตร์ และการลงทุน เป็นต้น เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของ idea

ลำดับ	การชี้บ่งความเสี่ยง (Risk identification)	การวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk description)		การประเมินความเสี่ยง (Risk assessment)			แผนงาน/แนวทางแก้ไขหรือควบคุม (Monitoring)
		Cause	Effect	ผลกระทบ (Impact)	โอกาส (Livelihood)	Level of risk	
							3.2 ต้องมีขั้นตอนในการทำ technology matching ในการพัฒนา idea สู่ prototype โดยใช้องค์ความรู้ ด้าน technology ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น มหาวิทยาลัย/ สวทช./กรมวิทยาศาสตร์บริการ/วว./ สถาบันต่างๆของกระทรวงอุตสาหกรรม 3.3 โครงการจะเป็นการบูรณาการการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยของจังหวัด เพชรบุรี ร่วมกับภาคเอกชนเช่น หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี
4 (R4)	ผลิตภัณฑ์ prototype ไม่ประสบความสำเร็จ	ไม่มีนักลงทุนสนใจนำ prototype ไปทดลองตลาด	Prototype ไม่สามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายทั่วไปได้	5	4	สูงมาก (20)	4.1 โครงการนี้เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มมาจากการตลาดนำ(demand pull) ซึ่งจะลดความเสี่ยงดังกล่าวอยู่แล้ว 4.2 ทำความเข้าใจกับผู้นำเสนอตั้งแต่ต้นว่าต้องเน้นผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดทางการตลาดได้จริง



ระดับการยอมรับความเสี่ยง (Degree of Acceptance)

โอกาส (Livelihood) ผลกระทบ (Impact)	เกิดขึ้นมาก (1)	เกิดขึ้นน้อย (2)	เกิดขึ้นบ้าง (3)	เกิดขึ้นสูง (4)	เกิดขึ้นสูงมาก (5)
สูงมาก (5)				R2	R1,R4
สูง (4)					
ปานกลาง (3)			R3		
น้อย (2)					
น้อยมาก (1)					

-  1) ระดับความเสี่ยง 16 - 25 คะแนน (สูงมาก) ต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด
-  2) ระดับความเสี่ยง 10 - 15 คะแนน (สูง) ต้องเฝ้าระวัง
-  3) ระดับความเสี่ยง 6 - 9 คะแนน (ปานกลาง) พอดียอมรับได้ใช้วิธีควบคุมปกติ
-  4) ระดับความเสี่ยง 1 - 5 คะแนน (ต่ำ) ไม่ต้องมีการควบคุม