

# KPI PROJECT BASED LEARNING

วิถีผู้นำ...ทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม



... สถาบันพระปกเกล้ามุ่งพัฒนาผู้นำ  
ให้คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม  
เราจึงพยายามดึงศักยภาพของผู้เรียนในทุกด้าน  
เพื่อส่งต่อสู่สังคมประชาธิปไตยที่มีคุณภาพ...

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบเพื่อเจาะตลาดสมัยใหม่  
กรณีศึกษา: ชุมชนรอบโรงกลั่นไทยออยล์ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี

นักศึกษา กลุ่มที่ 10  
หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง  
การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 21  
สำนักบริการวิชาการ สถาบันพระปกเกล้า

06  
2567



# โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบเพื่อเจาะตลาดสมัยใหม่

## กรณีศึกษา: ชุมชนรอบโรงกลั่นไทยออยล์ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี

คณะผู้จัดทำโครงการ



นักศึกษา กลุ่ม 10

หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง

การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง (ปศส.) รุ่นที่ 21  
 สำนักบริหารวิชาการ สถาบันพระปกเกล้า

อาจารย์ที่ปรึกษา



ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพลาสติกแฉดเดี่ยวสู่ตลาดที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
2. นำเสนอโอกาสเชิงพาณิชย์ของพลาสติกแฉดเดี่ยวและส่งเสริมการจำหน่ายไปสู่ตลาดแบบ Business to Customer และ Business to Business
3. สนับสนุนให้ม้องค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อโอกาสต่อยอดทางธุรกิจในอนาคต
4. เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน



## ที่มา

บริษัทในเครือไทยออยล์มีการดำเนินธุรกิจในพื้นที่จังหวัดชลบุรี และมีนโยบายในการบริหารงานที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการดูแลชุมชนรอบโรงกลั่น โดยมีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานโดยเน้นการทำงานแบบ 3 ประสาน ประกอบด้วย เครือข่าย 10 ชุมชนรอบโรงกลั่น เทศบาลนครแหลมฉบัง และเครือข่ายไทยออยล์ภายใต้หลักการ 5 ร่วม คือ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไข ร่วมรับผล ร่วมพัฒนา” อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการทำงานร่วมกับเครือข่ายไทยออยล์ จึงมีแนวคิดในการจัดตั้ง “วิสาหกิจชุมชนโลมาแหลมฉบัง” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกระบวนการคิดเพื่อให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ มีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพภาพในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชน

จากการลงพื้นที่ของกลุ่มนักศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนโลมาแหลมฉบังนั้น มีจำนวนมากและหลากหลาย แต่ไม่สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจไปสู่ผู้บริโภคภายนอกได้ ดังนั้น นักศึกษากลุ่มที่ 10 หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูงการบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง (ปศส.) รุ่นที่ 21 จึงได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจที่ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น และมีความเหมาะสมในการพัฒนาเพื่อต่อยอดไปสู่การตลาดเชิงพาณิชย์ ซึ่งได้แก่ “พลาสติก” มาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบและทดลองนำออกสู่ตลาด ด้วยการพัฒนาและแปรรูปสินค้า ทั้งรูปลักษณะและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งส่งเสริมและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อเพิ่มรายได้และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างโรงกลั่นน้ำมันและชุมชน

## วิธีดำเนินงาน

1

ประชุมหารือร่วมกับบริษัทไทยออยล์และกลุ่มวิสาหกิจฯ เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

2

คัดเลือกผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น คือ ปลาสะเดาเดี่ยว



3



พัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการนำปลาสะเดาเดี่ยวมาปรับปรุงด้านรสชาติ และบรรจุภัณฑ์ โดยมีการพัฒนารวมจำนวน 3 ครั้ง โดยมีการพัฒนาด้าน

- **ด้านขนาด** : เดิมเนื้อปลาชิ้นขนาดใหญ่เกินไป ปรับเปลี่ยนให้มีขนาดเหมาะสมและพอดีคำ และรับประทานง่ายขึ้น
- **ด้านรสชาติ** : เดิมมีความเค็ม และไม่กรอบ จึงปรับให้มีความเค็มลดลง และมีความกรอบยาวนานขึ้น
- **ด้านการปรุงสุก** : เดิมบรรจุในถุงสุญญากาศเพื่อให้สามารถเก็บรักษาได้ยาวนาน เปลี่ยนเป็นทอดสุกพร้อมรับประทาน (Ready to eat)
- **ด้านบรรจุภัณฑ์** : จากเดิมบรรจุในถุงสุญญากาศขนาด 1 กิโลกรัม เปลี่ยนเป็นบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เล็กลง เหมาะสำหรับรับประทาน 1-2 คน และบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่ารับประทาน

4

นำหลัก SWOT Analysis มาช่วยในการวิเคราะห์ตลาด โดยนำสินค้ามาพิจารณาความเหมาะสมและราคาเบื้องต้น

5

ทดลองขายจริงเพื่อดูผลตอบรับจากตลาด

6

พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ร่วมกับคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทั้งด้านรสชาติและบรรจุภัณฑ์ พบว่า การบรรจุปลาเค็มด้วยถุงไนลอนในระบบสุญญากาศที่อุณหภูมิแช่แข็ง สามารถเก็บรักษาได้นานกว่า 30 วัน โดยมีลักษณะปรากฏความแข็ง สี และกลิ่นของเนื้อปลาใกล้เคียงกับวันแรกที่เริ่มเก็บรักษา และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตา

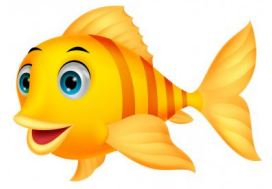
7

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบร่วมกับ บริษัท แอดวานซ์ โพลีเมอร์แลนด์ จำกัด



8

นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดทั้งแบบ Business to Business และแบบ Business to Customer โดยจัดจำหน่ายทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งนี้ รูปแบบออนไลน์จะนำปลาสะเดาเดี่ยวเฉพาะส่วนบรรจุสุญญากาศขนาด 500 กรัม จำหน่ายแบบ Business to Customer ผ่านระบบ E-commerce (Shopee) แต่ภายหลังจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า การจัดส่งต้องใช้วัสดุจำนวนมากในการส่ง รวมทั้งความกังวลเรื่องอุณหภูมิในระหว่างการส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมทาน (Business to Customer)



## ข้อเสนอแนะ

- วิสาหกิจชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้เป็นจุดขายที่ยั่งยืน จึงควรกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีจุดขายที่ยั่งยืน เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ระดับเชิงพาณิชย์
- การแก้ไขปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายและการยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากดั้งเดิมการเก็บผลิตภัณฑ์มีอายุสั้น ต้องมีการปรับปรุงกระบวนการผลิต การตัดแต่ง การเก็บรักษา ประเภทของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเก็บรักษาอายุของผลิตภัณฑ์ได้ยาวนานมากขึ้นแต่ยังคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้เหมือนเดิม
- การจัดการและการตลาด เนื่องจากระบบการจัดการต้องมีการวางระบบการทำงานให้เป็นมาตรฐานไปทิศทางเดียวกับการดำเนินงาน รวมถึงสร้างการตลาดด้วยการใช้เอกลักษณ์ความเป็นชุมชน บอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ สร้างการรับรู้ของผู้บริโภค

## สรุป

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบเพื่อเจาะตลาดสมัยใหม่ กรณีศึกษา: ชุมชนรอบโรงกลั่นไทยออยล์ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี เป็นโครงการที่จุดประกายจากการนำผลิตภัณฑ์เดิมของ “วิสาหกิจชุมชนโลมาแหลมอับัง” มาพัฒนาและต่อยอดเป็น “ปลาสะแฉดเคี้ยวพร้อมรับประทาน” ที่เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพพร้อมรับประทานได้ทันที ด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงคุณภาพ สดใหม่ และเก็บรักษาได้ยาวนานขึ้น รวมถึงพัฒนาแผนการตลาดให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นต้นแบบให้กับการพัฒนาต่อและต่อยอดผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนชนิดอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานรากสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศต่อไป

## ความเปลี่ยนแปลงเชิงประจักษ์ ผลลัพธ์จากความร่วมมือ

1. **เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์** : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการของตลาดช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้วิสาหกิจสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้นและแข่งขันได้ดีขึ้นในตลาด
2. **ยืดอายุผลิตภัณฑ์และลดการสูญเสีย**: กลุ่มวิสาหกิจได้เรียนรู้เทคนิคการเก็บรักษาที่ดีช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ลดการเสียหายและการสูญเสียในระหว่างกระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย
3. **เพิ่มความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์** : การมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีและมีมาตรฐานสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มความประทับใจแรกพบจากผู้บริโภค ทำให้ผลิตภัณฑ์มีโอกาสถูกเลือกซื้อมากขึ้น
4. **เข้าถึงตลาดใหม่ๆ** : การมีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการขายที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ช่วยให้วิสาหกิจสามารถขยายตลาดไปยังผู้บริโภคใหม่ๆ และช่องทางภูมิศาสตร์ที่ไม่เคยเข้าถึงได้มาก่อน
5. **สร้างความยั่งยืน** : การฝึกอบรมวิสาหกิจชุมชนในทุกขั้นตอนของการผลิตช่วยสร้างรากฐานให้การดำเนินงานที่ยั่งยืน ทั้งในด้านการจัดการทรัพยากรและการเงิน
6. **เสริมสร้างความร่วมมือและเครือข่าย** : โครงการทำให้เกิดความเชื่อมโยงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้ากับผู้ประกอบการอื่นๆ, นักลงทุน, และหน่วยงานสนับสนุนที่สามารถช่วยเหลือและสร้างโอกาสใหม่ๆในอนาคต  
 ทั้งนี้ การลงทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตและความยั่งยืนในระยะยาวด้วย

