Newspaper : Krungthep Turakij	**Date:** 23 January 2017
'HEADLINE' : **'บานาน่า แฟมิลี่'**	**Page:** 27
Section : Think StartUp	**Column Inch :** 81
Circulation : 145,530	**PR Value :** 314,199

'บานาน่า แฟมิลี่'
ธุรกิจสายพันธุ์ท้องถิ่น 4.0

ขนมขบเคี้ยวจากกล้วยออร์แกนิคริเริ่มจากกลุ่มเยาวชนท้องถิ่น อ.ภูหลวง จ.เลย

บุษกร ภู่แส

"บานาน่า แฟมิลี่" ผลิตผลของเด็กในชุมชนภูหลวง จ.เลย สามารถอุดหนุนได้จากร้านกาแฟ ร้านขายของที่ระลึก บูธในงานแสดงสินค้าและห้างสรรพสินค้า ผลกำไรจะย้อนกลับไปพัฒนาเด็กและคนในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

"บานาน่า แฟมิลี่" เป็นตัวอย่างธุรกิจเพื่อสังคมที่ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่นและสร้างอาชีพให้สมาชิกในชุมชน ช่วยแก้ปัญหาการอพยพเข้ามาใช้แรงงานในกรุงเทพฯ ทั้งยังสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนด้วยการพึ่งพาตนเองอีกด้วย

แปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่ม

"หากต้องการให้ชุมชนดีขึ้น เราต้องสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวมให้มากขึ้น และเมื่อทุกคนร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นซึ่งก็คือกล้วย จะสามารถสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับชุมชน" นางสาวลักขณา แสนปุ่งค้อ ผู้ก่อตั้งขนมขบเคี้ยวจากกล้วยแบรนด์บานาน่า แฟมิลี่ กล่าว

ย้อนไปเมื่อปี 2550 เยาวชนกลุ่มหนึ่งใน อ.ภูหลวง จ.เลย ชื่อ กลุ่มชวนน้องออม มีสมาชิก 200 คน ออมเงินได้กว่า 4 หมื่นบาท ซึ่งนำมาหมุนเวียนให้ผู้ปกครองกู้ยืมเพื่อใช้จ่ายด้านการเกษตรหรือลงทุนอื่นๆ อีกส่วนหนึ่งนำมาใช้ทำกิจกรรมในหมู่บ้าน จากนั้นมีแนวคิดที่จะเพิ่มรายได้ด้วยการพึ่งตนเอง พบว่า ทุกครัวเรือนในหมู่บ้านปลูกกล้วย

"โจทย์เราเริ่มจากการค้นหาของดีในชุมชน เช่น กล้วย อ้อย มันสำปะหลัง เหตุที่ตัดสินใจเลือกกล้วยน้ำว้ามาแปรรูป เพราะมีความเป็นไปได้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ แต่ปัญหาที่พบคือ เด็กรุ่นใหม่ไม่นิยมบริโภคกล้วยฉาบเพราะมองว่าเชยไม่เท่ จึงต้องคิดทำอะไรที่แปลกใหม่และทันสมัย"

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บานานาสติ๊กแบบแท่งได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) เข้ามาถ่ายทอดเทคโนโลยีรวมทั้งการดูแลคุณภาพและมาตรฐานจีเอ็มพี

ทีมงานนำอ้อย แป้งโฮลวีทและกล้วยสุกมาเป็นส่วนผสม แล้วเคลือบช็อกโกแลตให้มีความทันสมัยขึ้น ใช้การอบแทนทอดและพัฒนาสูตรให้สามารถใช้กล้วยได้ถึง 60% จากเดิม 30% รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยขึ้น

ส่วนบรรจุภัณฑ์และโลโก้ สมาชิกช่วยกันออกแบบโดยสื่อถึงอัตลักษณ์ของเด็กอีสานในรูปแบบการ์ตูนล้อเลียน คือ หน้าใหญ่ กรามเยอะ แก้มแดง เพิ่มสีสันให้สดใสเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่

กำไร = เงิน + ความสุข

การผลิตจะมีเด็กๆ ใช้เวลาหลังเลิกเรียนมาช่วยกันทำ แต่ละคนจะมีหน้าที่รับผิดชอบตั้งแต่คัดเลือกซื้อกล้วย เป็นฝ่ายผลิต ฝ่ายบรรจุ ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดส่งลูกค้า ส่วนด้านการตลาดที่ผ่านมาได้นำสินค้าร่วมงานโอท็อปของดี 4 ภาค ออกร้านวันเยาวชนแห่งชาติ จ.เลย งานกิจกรรมศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน อีกทั้งสินค้ามีวางขายตามร้านขายของฝาก ร้านอาหารชื่อดังหลายแห่งในตัวเมืองเลย

"รายได้จะจัดแบ่ง มีทั้งค่าตอบแทนเยาวชนที่มาช่วยผลิต ส่วนหนึ่งแบ่งไปพัฒนาชุมชน สิ่งที่ภูมิใจคือ ได้นำผลิตภัณฑ์ทูลเกล้าฯ ถวายสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เมื่อวันที่ 15 ส.ค.2557 ทำให้มีกำลังใจทำงาน ต่อจากนี้จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นเรื่อยๆ พร้อมเตรียมเปิดตลาดใหม่อย่างห้างสรรพสินค้า หรือห้างชั้นนำอื่นๆ"

ปัจจุบัน "บานาน่าแฟมิลี่" ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในฐานะสินค้าของฝากที่สร้างชื่อให้ท้องถิ่น สร้างรายได้เฉลี่ย 1-2 หมื่นบาทต่อเดือน แม้จะไม่หวือหวาแต่ก็มีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง ส่วนรายได้จะจัดสรรส่วนหนึ่งเป็นค่าตอบแทนสมาชิกที่มาช่วยผลิตและจำหน่าย ส่วนหนึ่งแบ่งไปพัฒนาชุมชน คาดว่าในอนาคตจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เรื่อยๆ และเตรียมขยายสู่ห้างสรรพสินค้าที่ให้การสนับสนุนสินค้าพื้นบ้าน

"เราต้องการให้เด็กคิดและทดลองทำ ใครจะเรียนต่ออะไรก็ได้แต่ถ้าอยากกลับมาทำงานในท้องถิ่นก็ควรจะคิดว่าจะทำอะไรให้กับกลุ่ม ทำให้เด็กใส่ใจที่เรียนในสิ่งสนใจแล้วกลับมาทำงานที่รัก ไม่ใช่เรียนตามกระแส มีการวางแผนชีวิตในอนาคตและที่สำคัญทุกคนมีความสุขในการทำงานร่วมกัน" ลักขณากล่าว