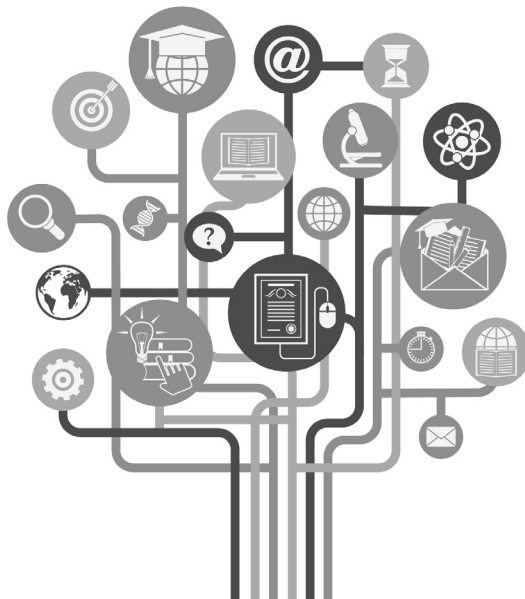


# 3

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยามด้วยแนวคิดเศรษฐกิจ  
หมุนเวียนจากฐานภูมิปัญญา เพื่อการพัฒนที่ยั่งยืน ภายใต้  
สถานการณ์โควิด-19 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่าง  
สกุลบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี  
Development of Tanee Siam Brand using the Circular  
Economy Based on the Wisdom for Sustainable Development  
Under the Covid-19 Situation of Baan Chang Sakul Baisri  
Community Enterprise of Chet Samian Sub-district,  
Photharam District, Ratchaburi Province

ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และ ธนกร สดใส

Tassanee Naksanee and Thanakorn Sodsai





## การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยามด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจาก ฐานภูมิปัญญา เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ตำบลจิดเสถียร อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

3

Development of Tanee Siam Brand using the Circular Economy Based  
on the Wisdom for Sustainable Development Under the Covid-19  
Situation of Baan Chang Sakul Baisri Community Enterprise of  
Chet Samian Sub-district, Photharam District, Ratchaburi Province  
ทัศนีย์ นาคเสนีย์<sup>1</sup> และ ธนกร สดใส<sup>2</sup>

Tassanee Naksanee and Thanakorn Sodjai

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ราชบุรี 70150 ประเทศไทย  
Faculty of Muban Chombueng Rajabhat University, Ratchaburi 70150, Thailand  
e-mail : tassaneenak@mcruc.ac.th

<sup>2</sup>วิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ราชบุรี 70120 ประเทศไทย  
Banchang Sakul baisri Community Enterprise, Ratchaburi 70120, Thailand  
e-mail : Thanee.brand@gmail.com

*Received : June 4, 2022 Revised : July August 1, 2022 Accepted : August 2, 2022*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยามด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจากฐานภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ผ่านการพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและการตรวจสอบสามเส้าแบบองค์รวม ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรีได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) เป็นอย่างมากส่งผลต่อจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการดำเนินงานของกลุ่มที่ต้องปรับเปลี่ยนเพื่อความอยู่รอดของการดำเนินงาน ด้วยกระบวนการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมพัฒนาต่อยอดสู่ภูมิปัญญาใหม่ ประกอบด้วย 1) การบริหารจัดการ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) การถ่ายทอดภูมิปัญญา 4) การสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน และเพิ่มเสน่ห์ด้วยการนำเสนอเรื่องเล่าที่บอกกล่าวถึงที่มาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากความเชื่อสู่แฟชั่น เรื่องกล้วย ๆ ช่วยชุมชน หรือ นวัตกรรมราชินีกล้วย อย่างมีความหมายทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใสในกับสิ่งแวดล้อมและช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของเกษตรกรที่แตกต่างไปจากแนวคิดเกษตรแบบดั้งเดิม

**คำสำคัญ :** ตามีสยาม; เศรษฐกิจหมุนเวียน; ภูมิปัญญา; วิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบัยศรี

### Abstract

This research aims to 1) examine the background information, strengths, weaknesses, opportunities, and threat involving the operation of Baan Chang Sakul Baisri Community Enterprise, and 2) analyze a guideline for developing the Tanee Siam Brand, using the circular economy based on the wisdom for sustainable development. This is a quantitative research project. The researcher conducted an in-depth interview with 30 key informants, using a quasi-structured questionnaire whose content validity had been reviewed by 3 experts. The data received were analyzed using the content analysis technique and data triangulation. The result revealed that the operation of Baan Chang Sakul Baisri Community Enterprise was severely affected by the COVID-19 Pandemic. The pandemic affected the Community Enterprise's strengths, weaknesses, opportunities, and threat all alike and, as a result, the Community Enterprise had to adjust its operation to ensure its survivability. It did so by implementing a product development process that was based on the local, original wisdom that had evolved into modern wisdom, including 1) management, 2) product development, 3) wisdom transferring, and 4) creation of the circular economy. The Community Enterprise enhanced the charm of their brand



by presenting the background story telling of their product development under the concepts of, for example, From Belief to Fashion, Easy-Peasy Helping the Community, or Innovation of the Banana Queen, in a meaningful way. As a result, the Community Enterprise successfully developed new products, while caring for the environment and alleviating the local economy, using innovative methods than the original agricultural concepts.

**Keywords :** Tanee Siam; Circular Economy; Wisdom; BanChang Sakul Baisri Community Enterprise

### บทนำ

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งเพื่อช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจสังคมและชุมชนให้มีความยั่งยืนเพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่นทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาว (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562) แต่ด้วยการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างได้รับผลกระทบตั้งแต่เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา จนกระทั่งองค์การอนามัยโลกฯ ได้ประกาศให้ใช้มาตรการ Lockdown และออกคำสั่งประกาศให้คนอยู่แต่ในบ้าน ตั้งแต่ 27 เมษายน ค.ศ. 2563 เป็นต้นมาเพื่อควบคุมการระบาดของโรคหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในขณะนั้นได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของภาคอุตสาหกรรมทุกระดับเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินทำให้ธุรกิจบางแห่งต้องปิดตัวลงหยุดประกอบอาชีพ ขาดช่องทางทำมาหากิน ขาดรายได้ บางแห่งยังจำเป็นต้องประคองกิจการของตนเองและครอบครัวให้อยู่รอดภายใต้สภาวะวิกฤตดังกล่าว สถานประกอบการหลายแห่งจำเป็นต้องปิดกิจการ เลิกจ้าง หรือลดกำลังการผลิตลง เพราะไม่สามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่ายได้ เช่นเดียวกันผลกระทบดังกล่าวได้ส่งผลต่อการดำเนินกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ที่ตั้งอยู่ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ถึงแม้ว่าจะเป็นกลุ่มที่ผลิตกระเป่าและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากกาบกล้วยตานีที่เป็นพืชท้องถิ่นก็ตาม จากเดิมมียอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉลี่ย

2.2 ล้าบบาทต่อปี (พ.ศ. 2561-2564) แต่เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของไวรัส ๓ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมายอดการจำหน่ายลดลงไปกว่า 76.89% (ฉนกร สดใส, 2565) ด้วยจุดเด่นของการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นกล้วยที่ผ่านการวางแผนและออกแบบการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำสามารถควบคุมคุณภาพมาตรฐานและต้นทุนที่ต่ำกว่าด้วยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากวัตถุดิบและองค์ความรู้ภูมิปัญญาผสมผสานกับวิถีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทย โดยมุ่งหวังเพื่อนำวัสดุธรรมชาติที่มีคุณภาพเทียบเท่าแผ่นหนังเพื่อทดแทนการใช้หนังสัตว์ มาสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มให้กับ “ต้นกล้วยตานี” ที่อยู่คู่กับวิถีชีวิต ประเพณี ของคนไทยมายาวนาน ทำให้การผลิตผลิตภัณฑ์ตามีสยามเป็นตัวอย่างในการสร้างนวัตกรรมชุมชนที่มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้แนวคิดขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้เกษตรกรรากหญ้าและมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม (Circular Economy) จึงเกิดเป็นกระแสเป่าแพชั่นจากต้นกล้วยคอลเลกชันแรกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ภายใต้แนวคิด “**ความเชื่อสู่งานแพชั่น.. ตานี สยาม**” เป็นแนวคิดต้นแบบที่สร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ผู้คนให้หันมาสนใจสิ่งแวดล้อมภายใต้ผลิตภัณฑ์ที่ใส่นักับสิ่งแวดล้อม (ECO Products) และผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นคือกระเป่าตานีที่แต่ละใบทำจากต้นกล้วยคนละต้น มีสีและลวดลายที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ใช้ได้ถือกระเป่าที่มีลายธรรมชาติเพียงหนึ่งใบในโลก

จากแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตามีสยามดังกล่าวได้มีความสอดคล้องกับกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศไทยตามแผนพัฒนาสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) พลิกโฉมประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน (Transformation to Hi-Value and Sustainable Thailand) (เอกสารประกอบการระดมความเห็นกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 , กุมภาพันธ์ 2564) และเป้าหมายของประเทศไทยให้ไปสู่ประเทศที่มีการพัฒนาที่ยั่งยืน (สหประชาชาติ, 2565) ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเชื่อมโยงกัน ในระยะเวลา 15 ปี เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2558 ถึงเดือนสิงหาคม 2573

แต่ด้วยเกิดการแพร่ระบาดนอกจากจะทำให้ผลกำไรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรีมียอดปริมาณการจำหน่ายและรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ลดลงแล้ว



ยังทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ต้องลดกำลังการผลิต ลดการซื้อวัตถุดิบจากชุมชน เนื่องจากไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้เหมือนดังเดิม ดังนั้น เพื่อเป็นหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยามด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจากฐานภูมิปัญญา กลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ได้แนวทางอันจะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ภายใต้การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) และคงไว้ซึ่งองค์ความรู้ภูมิปัญญาผสมผสานกับวิถีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทยเชิงสร้างสรรค์ด้วยกล้วยตานีที่เป็นพืชท้องถิ่นของประเทศไทย

### วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
- 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยามด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจากฐานภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

### แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่ศึกษา ประกอบด้วย

#### แนวคิดการพัฒนา

การพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนมี ความสุข ความสะดวกสบาย ความอยู่ดีกินดี ความเจริญทางศิลปะ วัฒนธรรม และจิตใจและความสงบสันติ ซึ่งนอกจากจะขึ้นอยู่กับ การได้รับปัจจัยทาง วัตถุ เพื่อสนองความต้องการของร่างกายแล้ว ประชาชนยังต้องการพัฒนาทางด้าน การศึกษา สิ่งแวดล้อมที่ดี การพักผ่อนหย่อนใจ และการพัฒนาทางวัฒนธรรม และจิตใจ ด้านต่าง ๆ ด้วยความต้องการทั้งหมดนี้ เรียกว่าเป็นการ พัฒนา “คุณภาพ” เพื่อให้ เห็นว่าการพัฒนาไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การเพิ่มปริมาณ สินค้าหรือการเพิ่มรายได้เท่านั้น หาก อยู่ที่ว่า การเพิ่มความพอใจความสุขมากกว่าการพัฒนาที่เพียงพอกับความต้องการของ

มนุษย์ ภายใต้ทรัพยากรจำกัด ดังนั้นโอกาสในการพัฒนาอย่างพอเพียงกับความต้องการ  
ของชนรุ่นต่อไปในอนาคต การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ที่  
จะต้องคำนึงถึงมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมี ความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน  
โดยมีคนเป็นศูนย์กลาง (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2554)

ดังนั้น การพัฒนา จึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้าน  
ช่างสกุลบายศรี มีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเชิงบวกทั้งด้านเศรษฐกิจ  
สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยมีคนเป็นศูนย์กลางที่ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน

### แนวคิดภูมิปัญญา

ภูมิปัญญา (Wisdom) คือ องค์ความรู้ทางรูปธรรมหรือ นามธรรม ตลอดจนความ  
สามารถที่เกิดจากมวลประสบการณ์ของมนุษย์แล้วพัฒนาสืบทอดกันมาด้วย วิธีการต่าง ๆ  
มี 3 แบบ ได้แก่ ภูมิปัญญาดั้งเดิม ภูมิปัญญาต่อยอดหรือพัฒนาและภูมิปัญญาใหม่ (กฤษฎา  
ศรีธรรมมา, 2554) ในขณะที่ ระพีพรรณ จันทระสา (2560) กล่าวว่า ภูมิปัญญา หมายถึง  
ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ที่นำมาไปสู่การปฏิบัติเพื่อแก้ไข ปัญหาของมนุษย์  
มีการสั่งสมการเรียนรู้ความเชื่อ และประสบการณ์ของชาวบ้านที่ใช้ในการดำเนินชีวิต  
ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อย่างเป็นสุข และนำมาถ่ายทอดเพื่อไม่ให้องค์ความรู้นั้นหมด  
สิ้นไปพร้อมกับสังคมที่เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย โดยผ่านกระบวนการพัฒนาให้  
สอดคล้องกับกาลสมัยในปัจจุบัน ดังนั้น ภูมิปัญญา คือ พื้นฐานความรู้ความสามารถที่  
ฝังอยู่ในตัว ประสบการณ์สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นมาทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วย ซึ่งมี  
3 แบบ ได้แก่ ภูมิปัญญาดั้งเดิม ภูมิปัญญาต่อยอดหรือพัฒนาและภูมิปัญญาใหม่  
จนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญที่เรียกว่าปราชญ์ชาวบ้าน ดังเช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้าน  
ช่างสกุลบายศรี ที่ได้สืบทอดภูมิปัญญาบายศรีจากบรรพบุรุษอันมีต้นกล้วยตานีเป็นส่วน  
ประกอบหลัก นำมาต่อยอดและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จนได้ภูมิปัญญาใหม่จากการ  
ผลิตของใช้แฟชั่นต่าง ๆ

### แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG Model) เป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจ  
ที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับความยั่งยืนของฐาน  
ทรัพยากรธรรมชาติผ่านการนำองค์ความรู้มาต่อยอดฐานความเข้มแข็งภายในของ  
ประเทศไทยคือความหลากหลายทางชีวภาพและผลผลิตทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์



พร้อมกับปรับเปลี่ยนระบบการผลิตไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อรักษาความมั่นคงทางวัตถุดิบความสมดุลของสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพจึงเป็นการบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียวไปพร้อมกัน โดยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้ BCG Model ประกอบด้วย 4 เป้าหมายได้แก่ 1) เกษตรและอาหาร 2) พลังงานและเคมีชีวภาพ 3) การแพทย์และสุขภาพ และ 4) การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจหมุนเวียนจะเน้นเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า 3 เรื่องคือ 1) การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เต็มวงจร 2) การแปรสภาพเพื่อกลับมาใช้ใหม่ และ 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์กระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด (ภัทรพร แยมละออ, 2565) และในแนวทางการนำระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้โดยให้ยึดหลัก 2 ประการคือ 1) ทำอย่างไรให้เกิดการใช้วัตถุดิบได้อย่างคุ้มค่าและมีคุณภาพมากที่สุด และ 2) เมื่อผลิตไปแล้วผลิตภัณฑ์นั้นต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามแนวคิดของคณะกรรมการ (คณะกรรมการการพาณิชย์, 2565)

ในขณะที่ จีรนันท์ นาคสมทรง (2563) กล่าวว่า เศรษฐกิจหมุนเวียน หมายถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้คุ้มค่าและยาวนานที่สุด โดยการลดปริมาณการใช้ หรือ การใช้ซ้ำหรือการแปรสภาพแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีความคล้ายกับ “หลักการ 3R” ที่มีการใช้กระบวนการคิดอย่างมีขั้นตอน ตั้งแต่การคัดสรร การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าตรงต่อความต้องการของลูกค้า โดยคำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการเลือกใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ หรือสามารถกำจัดทำลายผลิตภัณฑ์ที่เลิกใช้โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ดังเช่นแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีแนวคิดในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใช้แนวคิดขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste)



## กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ด้านเนื้อหาโดยมุ่งเน้นศึกษาถึงแนวคิดการพัฒนา แนวคิดภูมิปัญญา และแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อันจะนำไปสู่ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยามด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจากฐานภูมิปัญญาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ประกอบกับการลงพื้นที่เพื่อสังเกตปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งที่มีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกกลุ่ม ผู้นำชุมชน ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีบทบาทหน้าที่ส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลเจ็ดเสมียน จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่สร้างจากรบทบทวนวรรณกรรมและปรากฏการณ์ในพื้นที่ ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และสถานการณ์



การเปลี่ยนแปลงภายใต้การแพร่ระบาดของโควิด-19 และตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ ที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ถึงความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความถูกต้องเหมาะสม ภาษาที่และความครอบคลุมเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation technique) ประกอบด้วย (1) การตรวจสอบด้านข้อมูล โดยการนำรายงานผลข้อมูลกลับไปตรวจสอบกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ถึงความถูกต้อง ครบถ้วนและความสมบูรณ์ของเนื้อหา (2) การตรวจสอบด้านผู้วิจัย คือ การตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยแต่ละคนได้สอดคล้องหรือต่างกันอย่างไร (3) การตรวจสอบด้านวิธีรวบรวมข้อมูล แบบองค์รวม (Holistic) ว่ามีความเป็นจริงสอดคล้องหรือเกิดประเด็นใหม่ตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษามาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนสุดท้าย คือการสรุปผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาความ (Analytic Descriptive)

### ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ที่ผ่านการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกกลุ่มเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา พบว่าประธานและสมาชิกกลุ่ม ต่างได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาการทำบายศรีที่ใช้ประกอบงานพิธีกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะประธานกลุ่มนายธนกร สดใส ซึ่งเป็นทายาทรุ่นที่ 4 ได้รับการถ่ายทอดให้สืบสานพิธีกรรมด้วยได้คลุกคลีกับการจัดเตรียมสิ่งของเพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรมมานานกว่า 15 ปี อาทิ การแหงหนวกกล้วย การทำบายศรีให้ถูกต้องตามจารีตความเชื่อที่ได้ปฏิบัติมาตั้งแต่บรรพบุรุษอย่างเคร่งครัด และสืบสานองค์ความรู้นี้ต่อไปจึงได้มีการรวมกลุ่มกันจดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้นในปี พ.ศ. 2557 เพื่อจำหน่ายใบกล้วย ผลกล้วย รั้วบังแหงหนวกกล้วย ทำบายศรี มีสมาชิกเริ่มแรก 30 คน มีพื้นที่ปลูกกล้วย จำนวน 100 ไร่ ปลูกกล้วยหลากหลายสายพันธุ์ภายในชุมชนตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ต่อมาเกิดปัญหาราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี จึงได้

มีการคิดค้นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นกล้วยให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย กระเป่าสะพาย กระเป่าธนบัตร กระเป่าสตางค์ หมวก และอุปกรณ์แฟชั่นอื่น ๆ ที่เริ่มจากการลองผิดลองถูก จากการบอกเล่าเรื่องราวของสมาชิก ดังนี้

ช่วงแรก สมาชิกได้เปลี่ยนกระบวนการผลิตโดยพัฒนาจากภูมิปัญญาดั้งเดิมเป็นภูมิปัญญาใหม่ “จากงานบายศรีสู่งานจักสาน” ใช้ใบกล้วยและกาบกล้วยมาทำเป็นเชือกและใช้องค์ความรู้ของงานจักสานกับการขึ้นรูปเป็นงานกระเป๋าจากเชือกกล้วย ปัญหาที่พบคืองานจักสานใช้เวลานาน มีปัญหาเรื่องเชื้อรา ใช้ช่างฝีมือจำนวนมาก ใช้เวลาในการผลิตมาก ได้ปริมาณการผลิตจำนวนน้อย ต้นทุนการผลิตสูง ราคาจำหน่ายสูงแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในประเภทเดียวกันไม่ได้ ยอดขายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย

ช่วงที่ 2 เปลี่ยนจากการจักสานมาทำเป็น “ผืนแผ่นหนังจากกาบกล้วย” เพื่อทดแทนการใช้หนังสัตว์ พลาสติกหรือหนังเสมือนจริง ปัญหาจากกระบวนการผลิตพบว่า ผืนแผ่นจากกาบกล้วยไม่สมบูรณ์ โครงสร้างวัสดุที่ไม่มีความยืดหยุ่น ผิวสัมผัสไม่แข็งแรง และแผ่นกาบกล้วยไม่ทนทานพอที่จะนำมาขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นมาใหม่ออกจำหน่ายในท้องตลาดได้ จึงต้องมีการทดลองเพื่อคิดค้นหาวัสดุที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าหนังสัตว์

ช่วงที่ 3 สมาชิกคิดค้นผสมผสานบูรณาการองค์ความรู้ของงานสิ่งทอเทคนิคการเย็บขึ้นรูป คิดค้นกาบที่ไม่ละลายจากน้ำยางจากต้นกล้วย การควบคุมอุณหภูมิการอัดรีดเทคนิคการเย็บและการผสมผสานกับวัสดุอื่น ๆ ซึ่งในการคิดค้นช่วงนี้ทำให้ค้นพบสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นนวัตกรรมเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตานีสยาม เรียกว่า “นวัตกรรมราชินีกล้วย” กล่าวคือ ได้มีค้นพบน้ำยางสกัดจากต้นกล้วยมาใช้เป็นกาบยางทาประสานหนังให้แผ่นหนังมีความแข็งแรง สร้างความยืดหยุ่น อีกทั้งคุณสมบัติของน้ำยางนี้ยังสามารถนำไปทำเป็นแม่สีเพื่อทำผลิตภัณฑ์ Painting บนผืนผ้าเป็น Banana Painting อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากนั้นแล้วทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาต่อยอดการใช้ประโยชน์จาก 8 ส่วนของต้นกล้วยไม่ให้เหลือทิ้ง ทั้งจากใบ ก้าน กาบ หม่อ ราก ปลี ผล และน้ำยาง ตามแนวคิด Zero Waste

ช่วงที่ 4 การพัฒนาการออกแบบจากภูมิปัญญาสู่สากล “เรื่องกล้วย ๆ ช่วยชุมชน” เมื่อทดลองเรื่องวัสดุประสบผลสำเร็จแล้วสมาชิกจึงได้มีการพัฒนาในด้านการออกแบบ



รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มากยิ่งขึ้นจึงได้นำองค์ความรู้ภูมิปัญญาจากการทำบายศรีมาออกแบบการทำกระเป่า ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการพับการทอการจับจีบการสอดสานของใบตองมาเป็นรายละเอียด ของการทำกระเป่าเพื่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาบนฐานวัฒนธรรมไทย “ตานี สยาม”

ปัจจุบันตานีสยามเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของต้นกล้วยตานี สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีต จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความแตกต่างด้วยแนวความคิดการเพิ่มคุณค่าเน้นคุณภาพและคุณประโยชน์ ต่อยอดผลิตภัณฑ์สู่ความเป็นสากลด้วยการออกแบบ (Design) ที่ทันสมัยแต่ยังคง เอกลักษณ์ของวัตถุดิบด้วยการนำเสนอจุดเด่นด้วยลวดลายของกาบกล้วยตานี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์กระเป่าจากกล้วยตานี ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ โครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge Based OTOP : KBO) เป็นตัวแทนจังหวัดราชบุรี เข้าร่วมการประกวด KBO ระดับประเทศ ประจำปี 2562 ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับที่ 1 จากกรมการพัฒนาชุมชน ในปี 2562 ได้รับรางวัล ชนะเลิศ ต้นแบบการทำเกษตร สาขาด้านการแปรรูป จากรายการ “NEW GEN HUG บ้านเกิด” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติ รางวัลวัฒนคุณาธร ผู้ทำคุณประโยชน์ต่อกระทรวงวัฒนธรรม และปี 2565 ได้รับใบประกาศ เกียรติคุณปราชญ์เกษตรของแผ่นดินจังหวัดราชบุรีตามลำดับ ด้วยกระบวนการผลิต ตลอดห่วงโซ่ 7 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การคัดเลือกสายพันธุ์กล้วย จากข้อมูลของตัวแทนสมาชิกที่ทำหน้าที่ ด้านการคัดเลือกต้นกล้วยเพื่อนำมาสู่กระบวนการผลิต กล่าวว่า “ต้นกล้วยตานีมี 4 สายพันธุ์ คือ กล้วยตานีขาว กล้วยตานีดำ กล้วยตานีด่าง และ กล้วยตานีป่า ซึ่งทั้ง 4 สายพันธุ์ ต้องมีอายุลำต้นตั้งแต่ 7 เดือนเป็นต้นไป ถึงจะมีกาบกล้วยที่ให้แผ่นหนังที่ ใหญ่และมีลาย”

ขั้นตอนที่ 2 การตัดลำต้นแยกส่วนเพื่อใช้ประโยชน์ ลำต้นกล้วยที่ตัดออกมาแล้ว จะต้องทำการแยกส่วนเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน แต่กาบกล้วยต้องนำเข้าสู่ กระบวนการผลิตสินค้าแฟชั่น สำหรับใบกล้วยจะถูกนำไปใช้ในการทอ พับทำบายศรี และอื่นๆ ก้านกล้วย ถูกนำไปตากแห้งเพื่อทำเชือกหรือใช้ในงานศิลปะต่าง ๆ และ น้ำยางกล้วยจะถูกนำมาแปรรูปให้เป็นกาวติดหนังกาบกล้วยให้ความแข็งแรง

ขั้นตอนที่ 3 การปกนหมกกล้วยและตากแห้ง ตัวแทนสมาชิกกล่าวว่า “การปกนแผ่นในของกบกล้วยต้องใช้ความระมัดระวังและฝีมือที่ประณีตเพราะแผ่นในมีความเปราะบาง ซึ่งเรียกว่า นมกล้วย เมื่ออบเสร็จแล้วต้องตากในอุณหภูมิที่เหมาะสมไม่ให้เกิดเชื้อรา”

ขั้นตอนที่ 4 การรีด อบ ทำแผ่นหนังกล้วย กล่าวคือ แผ่นนมกล้วยจากขั้นตอนที่ 2 เมื่อแห้งแล้วจะหดรัดตัวและเย็น ขั้นตอนที่ 4 จึงต้องทำการรีดด้วยความร้อนจากเตารีดเพื่อให้เป็นแผ่น ขั้นตอนนี้สมาชิกผู้ผลิตจะต้องมีความเชี่ยวชาญในการทำให้เป็นแผ่นหนังพร้อมขึ้นรูปด้วยกระบวนการอัดรีดกับวัสดุอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 5 การตัดเย็บตามที่ออกแบบไว้ ตัวแทนสมาชิกฝ่ายออกแบบจะทำหน้าที่ออกแบบและแกะชิ้นส่วนแบบเพื่อนำแผ่นหนังกล้วยมาขึ้นรูปตามแบบที่ได้และส่งต่อให้แผนกเย็บดำเนินการต่อ

ขั้นตอนที่ 6 การประกอบขึ้นรูปตรวจสอบคุณภาพ สมาชิกฝ่ายนี้ต้องมีความรู้เรื่องแบบเพื่อตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งมอบให้ลูกค้า ทั้งความแข็งแรง รูปทรง ฝีมือในการเย็บและการขึ้นรูป

ขั้นตอนที่ 7 การจำหน่ายสู่ผู้บริโภค ปัจจุบันช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี มี 3 ช่องทางหลักคือ 1) การออกบูทนิทรรศการร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เชิญเข้าร่วม 2) การไลฟ์สดจำหน่ายผ่านหน้าเพจ Tanee Siam และ 3) การยื่นประมูลเสนองานจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีความสนใจจะใช้ผลิตภัณฑ์จากตानीสยามเป็นสินค้าของที่ระลึก  
ดังภาพประกอบ



1

การคัดเลือกสายพันธุ์  
กล้วยตานี  
ขาว ดำ ดำป่า

2

ตัดลำต้นแยกส่วนใช้ประโยชน์  
ใบ กาบ ลำต้น เปลือก  
ผล นำชาม ราก หม้อ

3

ปอกจนกล้วยและตากแห้ง

4

รีด อบ ทำแผ่นหนังกกล้วย

5

ตัดเย็บตามท่อนอกแบบไม้

6

ประกอบขึ้นรูป  
ตรวจสอบ  
คุณภาพ

7

จำหน่ายสู่ผู้บริโภค

### รูปภาพที่ 1 กระบวนการผลิตกระเป๋าจากต้นกล้วย ที่มา : ธนกร สดใส (2565)

การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (โควิด-19) ตั้งแต่ปีต้น พ.ศ. 2563 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรีเป็นอย่างมากลดการผลิตเพื่อสต็อกสินค้า ลดค่าจ้างแรงงานและอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มอยู่รอด ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลักได้นำวิเคราะห์สรุปเป็นรายประเด็น ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการทำงาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ภายใต้การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (โควิด-19) ได้ดังนี้

## ตารางที่ 1: ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

STRENGTHS (จุดแข็ง)	WEAKNESSES (จุดอ่อน)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• เป็นผลิตภัณฑ์ทำมือ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้</li> <li>• ตัดเย็บจากวัสดุธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม</li> <li>• มีความแข็งแรงทนทาน ดูแล็กข่าง่าย</li> <li>• มีบริการซ่อมแซม ดูแล็กขาดดอขายารใช้งาน</li> <li>• ช่างตัดเย็บมีความชำนาญด้านกาตัดเย็บที่ประณีต</li> <li>• สร้างมูลค่าเพิ่มให้ต้นกล้วยพืชประจำถิ่นของไทย</li> <li>• การสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์แฟชั่น</li> <li>• เป็นนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์จากความเชื่อสู่แฟชั่น</li> <li>• มีความโดดเด่นที่เรื่องราวเรื่องเล่าผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อชุมชน</li> <li>• ได้รับการยอมรับให้เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ประเทศไทย (Brand Ambassador)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ขาดสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ</li> <li>• ขาดองค์ความรู้ในการใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ</li> <li>• จำนวนบุคลากรที่เชี่ยวชาญไม่มีเพียงพอทำให้ไม่สามารถรองรับปริมาณสั่งซื้อที่มากมายได้</li> <li>• กระบวนการผลิตมีขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ซับซ้อน</li> <li>• ผลิตภัณฑ์มีต้นทุนสูงทำให้ราคาจำหน่ายสูง</li> <li>• มีคู่แข่งชั้นด้าแฟชั่นมากมาย</li> <li>• ผลิตภัณฑ์แฟชั่นถูกมองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ฟุ่มเฟือย</li> <li>• ขาดองค์ความรู้ในการสร้างตราสินค้าให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย</li> <li>• ขาดองค์ความรู้ด้านการจกทรัพย์สินทางปัญญา</li> </ul>
OPPORTUNITIES (โอกาส)	THREATS (อุปสรรค)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• กระแสการลดโลกร้อน ใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ย่อยสลายได้ การใช้พลังงานทดแทนตามหลัก BCG Model</li> <li>• นโยบายการพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรมชุมชนและแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)</li> <li>• มีแหล่งทุนสนับสนุนการสร้างสรรค การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน หลายแหล่งทุน</li> <li>• การสนับสนุนการให้บริการรับใช้สังคมของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาระดับเกษตรกร</li> <li>• หน่วยงานภาครัฐ ภาควิสาหกิจ ให้การสนับสนุนเพื่อช่วยเหลือกลุ่มเกษตรกรในระดับพื้นที่ จังหวัดและประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การแพร่ระบาดของโรคโควิดโคโรนา (COVID-19) ส่งผลให้ทุกอย่างหยุดชะงัก หยุดการเดินทาง หยุดกาจัดงาน</li> <li>• ค่าครองชีพของประชาชนคนไทยเพิ่มสูงขึ้น</li> <li>• ผู้คนถูกเลิกจ้างงาน ไม่มีงานทำ รายได้มีไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย</li> <li>• ขั้นตอนการขอรับสนับสนุนจากหน่วยงานมีความซับซ้อน มีความยากต่อการนำไปปฏิบัติ</li> </ul>

ผลการศึกษาดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประกอบด้วยแนวคิด กระบวนการขั้นตอนการผลิต จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ได้นำมาวิเคราะห์เพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยามด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจากฐานภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบาศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ประกอบไปด้วยแนวทางการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาและเศรษฐกิจหมุนเวียน พบว่า

1) แนวทางด้านกาบริหารจัดการ ด้วยกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของตามีสยามเป็นธุรกิจครอบครัวขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์ทำมือ (Handmade) มีการบริหารจัดการองค์กรแบบพี่น้องด้วยมีสมาชิกจำนวน 30 คน มีการจ้างแรงงานในชุมชนที่มีทักษะฝีมือ



การเย็บและการทำกระเป๋ามาร่วมผลิตจำนวน 20 คน แบ่งหน้าที่ตามความถนัดใน แต่ละขั้นตอนการผลิต ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ตั้งแต่การคัดเลือกสายพันธุ์ปลูก การตัด ปาดปกและตากแห้ง การรีดอบทำแผ่นหนังกล้วย การตัดเย็บตามแบบ การประกอบ ขึ้นรูป ตรวจสอบคุณภาพและจำหน่ายสู่มือผู้บริโภค ซึ่งแต่ขั้นตอนต้องอาศัยความ ประณีตของช่างเฉพาะบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ มีใจรักในการรังสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่น บนความหลากหลายแปลกแตกต่างและมีรูปลักษณ์ที่โดดเด่น กระบวนการผลิตมีการ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือตามคำสั่งซื้อจากลูกค้า จาก ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เมื่อนำมาวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ด้วย TOWS Matrix พบว่า การยื่นเสนอโครงการเพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณ พัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิด BCG Model และการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนการวางแผนบริหารจัดการด้านการตลาดของกลุ่มใหม่เพื่อเพิ่มช่องทาง จำหน่ายสินค้าทั้ง Online และ Onsite เนื่องจากขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านการ ทำการตลาดออนไลน์และการทำการตลาดต่างประเทศเนื่องจากเป็นสินค้าใหม่ที่ไม่ สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่ยังเป็นสินค้าที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของชุมชน

**2) แนวทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์** ด้วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านช่างสกุลบายศรี มีความโดดเด่นในด้านการออกแบบและการผลิตเนื่องจากเป็น สินค้าแฟชั่นที่มีลวดลายธรรมชาติมีขึ้นเดียวในโลกเนื่องจากสภาพอากาศส่งผลให้หม กล้วยที่นำมาทำแผ่นหนังตานี้มีลวดลายบนผลิตภัณฑ์แตกต่างไปตามฤดูกาลกล่าวคือ ฤดูหนาวมีสีขาวหยวกลวดลายบนกาบมีน้อย ฤดูฝนมีสีเหลืองอมน้ำลวดลายไม่เป็นเส้น ที่เด่นชัด ฤดูร้อนมีสีโทนเหลืองน้ำตาลที่มีลวดลายสีเข้มเป็นต้น ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 ก่อน การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ตานีสยามมียอดจำหน่ายสูงสุดถึง 3.6 ล้านบาท ก่อให้ เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนคือสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลผลิตจาก กล้วยและรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตานีสยาม ด้านสังคมคือสมาชิกมีความ เห็นใจ ช่วยเหลือ สามัคคีกันเพิ่มมากขึ้น และสิ่งแวดล้อมที่ต่างตระหนักถึงการเพิ่มพื้นที่ สีเขียวให้มากกว่าพื้นที่โรงงานอุตสาหกรรมด้วยการปลูกต้นกล้วยเพิ่มขึ้น จากผลการ วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เมื่อนำมาวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ด้วย TOWS Matrix พบว่า กลุ่มควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงเป็นเรื่องเล่า ภูมิปัญญา



ความเชื่อของชุมชน โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ ให้สอดคล้องกับ BCG model Zero Waste และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

**3) แนวทางด้านภูมิปัญญา** เป็นข้อค้นพบในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาทั้งที่ได้รับ การสืบทอดจากภูมิปัญญาดั้งเดิม คือการทำบายศรีมาแล้ว 3 รุ่น ปัจจุบันเป็นการสืบสาน ของทายาทรุ่นที่ 4 ที่ได้มีการสร้างสรรค์เป็นภูมิปัญญาต่อยอดด้วยการใช้ประโยชน์ของ ต้นกล้วยอย่างคุ้มค่าโดยเฉพาะส่วนที่เป็น “นมกล้วย” หรือแผ่นด้านในกาบกล้วยที่เป็น วัสดุเหลือทิ้งไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่คือ แผ่นหนังจากกาบ กล้วยที่แตกต่างไปจากภูมิปัญญาดั้งเดิมเป็นภูมิปัญญาใหม่ด้วยแนวคิดการสร้างสรรค์ นวัตกรรมจากความเชื่อสูงขั้นแปะชั้น จากผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค เมื่อนำมาวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ด้วย TOWS Matrix พบว่า ควรทำความร่วมมือ เพื่อจัดทำโครงการสร้างเสริมประสบการณ์การผลิตสินค้าของตानीสยาม ด้วยการ ถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาผ่านห้องเรียนชุมชนร่วมกับ กลุ่มเยาวชนที่สนใจ หรือ สถาบันการศึกษา ที่มีหลักสูตรการออกปฏิบัติงานในสถานศึกษาหรือแหล่งเรียนรู้ชุมชน เพื่อสร้างทายาทสืบสานในรุ่นต่อไป

**4) แนวทางด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน** การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตानीสยามเป็น นวัตกรรมการออกแบบที่ใช้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างรับผิดชอบที่มีการปรับ เปลี่ยนระบบการผลิตเกษตรประเภทต้นกล้วย ไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ผลิต สินค้าเพื่อให้อายุการใช้งานมีคุณภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามตั้งแต่การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องเล่า (Story Telling) มีการเลือกใช้วัตถุดิบในชุมชน มาสู่กระบวนการ ผลิตที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ จากผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เมื่อนำมาวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ด้วย TOWS Matrix พบว่า ยึดมั่นเจตนา ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มรักษ์โลก (Eco Product) ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรเป็นสินค้าเกษตรมูลค่าสูง จนเป็นต้นแบบของ นวัตกรรมเกษตรเชิงสร้างสรรค์ออกสู่สังคมตลอดมา ดังภาพที่ 2



รูปภาพที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานแนวคิด Zero Waste ของกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี  
ที่มา : ธนกร สดใส (2565)

## สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทยทุก ๆ กลุ่มต่างมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่แตกต่างกันบนพื้นฐานของบริบทชุมชนและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไป แต่หากมีการศึกษาบริบท วิเคราะห์ถึงศักยภาพของชุมชน และวางแผนบริหารจัดการเพื่อปรับปรุงพัฒนาแบบบูรณาการภายใต้สถานการณ์ การที่เปลี่ยนแปลงของโลกจะทำให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและอยู่รอดได้ในสถานการณ์ ไม่ปกติ ดังเช่น การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรีเป็นอีกหนึ่ง รูปแบบของการสร้างนวัตกรรมเชิงกระบวนการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเกษตร ประเภทต้นกล้วยให้มีความแปลกแตกต่างสร้างสรรค์ที่โดดเด่น สอดคล้องกับแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีการคิด ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความแปลกแตกต่างไป จากเดิม จะเป็นการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ (รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม, 2560) โดยเฉพาะการพัฒนาจากการนำแนวคิดภูมิปัญญาดั้งเดิมคือการ ทำบายศรีมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เปลี่ยนไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง “ตามีสยาม” ปัจจุบันมี ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมคือ บายศรีประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในงานพิธีกรรม และผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ หลากหลาย อาทิ กระป๋อง หมวก และผลิตภัณฑ์แฟชั่นอื่น ๆ ที่มีการพัฒนามาอย่าง ต่อเนื่องของภูมิปัญญาจนก่อให้เกิดเป็นภูมิปัญญาใหม่ ที่สอดคล้องกับตามแนวคิดด้าน ภูมิปัญญาของ กฤษฎา ศรีธรรมมา (2554) และ ระพีพรรณ จันทรส (2560) ในขณะที่ แนวคิดการออกแบบกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากกากกล้วยของตามีสยาม มีความสอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่มผลิตภัณฑ์รักษ์โลก (Eco Product) กล่าวคือ เป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในด้านการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปราศจากสารเคมีที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือสารที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อ สิ่งแวดล้อม (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2556) แนวคิดนวัตกรรมสีเขียวเพื่อโลกสีขาว (Green innovation for white world) (โกศล ดีศีลธรรม, 2556) และแนวคิด BCG Model ในประเด็นเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) บนพื้นฐานการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนมุ่งเน้นถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดย พยายามยืดอายุการใช้งานสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุดจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น และ เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความยั่งยืนในยุคสมัยที่โลกกำลัง เผชิญ กับวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ (จิรนนท์ นาคสมทรง, 2563)



จากแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามีสยาม ประกอบด้วย 1) แนวทางด้านการบริหารจัดการ 2) แนวทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) แนวทางด้านภูมิปัญญา 4) แนวทางด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน เพิ่มเติมเสน่ห์ด้วยการนำเสนอเรื่องราวเรื่องเล่า (Story Telling) ที่บอกกล่าวถึงที่มาของผลิตภัณฑ์จากความเชื่อสู่แฟชั่น เรื่องกล้วย ๆ ช่วยชุมชน หรือ นวัตกรรมมาชานิกกล้วย อย่างมีความหมายทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความก้าวหน้าและช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของกลุ่มเกษตรกรที่แปลกแตกต่างสร้างสรรค์ไปจากแนวคิดเกษตรแบบดั้งเดิม เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม (2560) ที่พบว่าแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีรากฐานมาจากแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรคบนพื้นฐานของ 1) การใช้องค์ความรู้ 2) การศึกษา 3) การสร้างสรรค์ งาน 4) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม 5) วัฒนธรรม 6) ภูมิปัญญา และ 7) เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ อันจะทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความก้าวหน้า มั่นคง มั่นคั่ง และยั่งยืน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านเกษตร การพัฒนาสินค้าชุมชน ควรให้การส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจังเพื่อผลักดันให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรีพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นแหล่งเรียนรู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาที่มีคุณค่าและสร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยและสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในชุมชนอย่างครบวงจร

2) จากจุดอ่อนของกระบวนการผลิตที่ต้องใช้แรงงานที่มีทักษะฝีมือเฉพาะด้านด้วยเป็นงานทำมือ (Handmade) แต่ขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญทำให้ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อในปริมาณที่เยอะได้ ดังนั้นเพื่อสร้างแรงงานที่มีทักษะฝีมือของแรงงานในชุมชนหรือเยาวชนในพื้นที่ สถานศึกษา ควรมีการจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้นให้กับผู้ที่สนใจได้เข้ามาเรียนรู้ หรือสถานศึกษาจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการกับการปฏิบัติงานในสถานที่จริง

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาสู่การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในรูปแบบของตลาดในประเทศและต่างประเทศ

2) ควรมีการศึกษาเพื่อออกแบบและจัดทำรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของ  
ตามีสยามที่ทันสมัยตอบโจทย์ตามลักษณะบุคคลิก (Persona) ของผู้บริโภคในโลก  
ยุคดิจิทัล

### เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ฉบับที่ 2*.  
(2 พฤษภาคม 2565). สืบค้นจาก [https://www.doe.go.th/upload/  
files/smce.PDF](https://www.doe.go.th/upload/files/smce.PDF).
- กฤษฎา ศรีธรรมมา. (2554). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสาน*. โครงการจัดทำตำราและงานวิจัย  
เฉลิมพระเกียรติ 84 พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มหาวิทยาลัยกลุ่ม  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2556). ผลกระทบธุรกิจโลกตามธุรกิจเส้นทางสีเขียว. *Technology  
Promotion*, 40(3), 49-52.
- คณะกรรมการการพาณิชย์และการอุตสาหกรรมวุฒิสภา. (2563). *คณะกรรมการการ  
พาณิชย์และการอุตสาหกรรมวุฒิสภาศึกษางานที่เชียงใหม่เฟรมิลค์ฟาร์ม*.  
(2 พฤษภาคม 2565). สืบค้นจาก [https://www.senate.go.th/view/1/  
รายละเอียดข่าว ภาพข่าวคณะกรรมการ/ภาพข่าว คณะกรรมการ/5196/  
TH-TH#MainContent](https://www.senate.go.th/view/1/<br/>รายละเอียดข่าว ภาพข่าวคณะกรรมการ/ภาพข่าว คณะกรรมการ/5196/<br/>TH-TH#MainContent).
- จිරนนท์ นาคสมทรง. (2563). เศรษฐกิจหมุนเวียนบนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและ  
บทบาทของการบัญชี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม*, 12(3), 157-172.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554). *ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ :  
สถาบัน พระปกเกล้า.
- ธนกร สดใส. (2565). *ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบาศรี*. สัมภาษณ์,  
2 เมษายน พ.ศ.2565.
- ภัทรพร แยมละออ. (2561). *เศรษฐกิจหมุนเวียน โอกาสใหม่ของธุรกิจเพื่อความยั่งยืน*.  
(2 พฤษภาคม 2565). สืบค้นจาก [http://www.allaroundplastics.com/  
article/sustainability/1898](http://www.allaroundplastics.com/<br/>article/sustainability/1898).



- ระพีพรรณ จันทรสาศา. (2560). *การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น*. มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
อุดรธานี, อุดรธานี
- รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม. (2560). *แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม*. *สาขามนุษยศาสตร์  
สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 10(1), 994-1013.
- สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. (2556) *ข้อกำหนดฉลากเขียวบริการทำความสะอาด(Cleaning  
service)*. โครงการฉลากเขียว. กรุงเทพฯ : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์  
อุตสาหกรรม.
- สหประชาชาติ. (2558). *เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ Sustainable Development  
Goals (SDGs) ฉบับเต็ม*. (2 พฤษภาคม 2565). สืบค้นจาก [http://e-plan.  
dla.go.th/activityImage/422.pdf](http://e-plan.dla.go.th/activityImage/422.pdf).