

Research Article

Received:

11 May 2025

Received in revised form:

1 August 2025

Accepted:

5 August 2025

Tiptiwa Sampantamit^{1,2}, Apinan Aueaungkul^{1,3,4,*}, Sanit Srichookiat^{1,3,4}, Ninna Jansoon², Anut Kiriratinikom², Naphat Keawpibal^{1,2}, Sutee Ngowsiri⁴, Wisan Odton⁵, Auttaphon Theppaya⁶, Muhammad Salaebing⁷, Kedsaraporn Intasaro¹, Auttapon Pinthongpan⁸, Khwanchit Suwannoppharat⁷, Supipat Wongprot⁴ and Samak Kaewsuksaeng⁵

¹Research and Innovation Center for Provincial Poverty Alleviation in Phatthalung, Institute of Research and Innovation, Thaksin University, Phatthalung Campus, Pa Phayom District, Phatthalung Province, 93210 Thailand

²Faculty of Science and Digital Innovation, Thaksin University, Phatthalung Campus, Pa Phayom District, Phatthalung Province, 93210 Thailand

³Creative Economy and Social Innovation Research Center, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla Campus, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand

⁴Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla Campus, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand

⁵Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University, Phatthalung Campus, Pa Phayom District, Phatthalung Province, 93210 Thailand

⁶Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla Campus, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand

⁷Faculty of Fine and Applied Arts, Thaksin University, Songkhla Campus, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand

⁸Faculty of Science and Technology, Hatyai University, Hatyai District, Songkhla Province, 90110 Thailand

*Corresponding author's E-mail: apinan.a@tsu.ac.th



Extended Abstract (1/2)

Background: Ban Na Subdistrict in Srinakarin District, Phatthalung Province in Southern Thailand, is endowed with abundant mountain forest resources and rich biodiversity. However, the community has long faced multidimensional poverty. Key challenges include the lack of effective mechanisms to manage natural resources for economic value creation, dependence on high-risk monocultural agriculture vulnerable to seasonal price fluctuations, limited access to professional skill development and marketing channels, and inadequate economic and social risk management at the household level. Against this backdrop, the Srinaka Model was developed as a grassroots economy framework designed to transform local livelihoods. Its central aim was to establish the Srinaka Community Enterprise and transition toward an inclusive economy, thereby addressing poverty through community-driven economic mechanisms, enhancing local capacity, and improving the long-term quality of life for vulnerable groups.

Methods and Processes: A total of 56 vulnerable community members in Ban Na Subdistrict participated in training workshops and enterprise-building activities. The Srinaka Community Enterprise emphasized shared value creation through collaboration among academic institutions, government agencies, the private sector, civil society, and public communication networks. Together, they promoted the production of eco-friendly, naturally dyed, printed fabric that reflects the community's cultural identity while integrating scientific knowledge and technological innovation. The implementation process unfolded across nine key steps: (1) strengthening collaborative power through leader discussions, focus groups, and workshops; (2) learning to prepare dyes from local raw materials and identifying native plants suitable for natural dyeing; (3) mastering dye extraction and mold making using betel nut sheaths and wood-metal composites; (4) skill-building workshops on fabric design and identity-based

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





Extended Abstract (2/2)

pattern creation; (5) developing market-ready products in nine categories such as batik fabric, scarves, hats, T-shirts, trousers, dresses, bags, and notebooks; (6) applying eco-friendly production principles of reduction, recycling, and reuse; (7) building market linkages with external stakeholders; (8) forming networks with agencies such as the Department of Industrial Promotion and Thaksin University; and (9) knowledge transfer through school workshops and community learning forums, where experienced members mentored new participants.

Economic Impacts: As a result, the group achieved remarkable economic growth. Average monthly income rose from 1,478.83 Baht ($\approx$ USD 41.50) to 5,886.83 Baht ($\approx$ USD 165.20). The enterprise successfully developed niche-market products, including printed fabric panels, scarves, and handkerchiefs, and later diversified into shirts, hats, skirts, trousers, dresses, and bags. Production capacity also scaled up significantly, with the group able to produce up to 60 yards of printed fabric per week and at least 30 finished items weekly. This capacity expansion enabled continuous and reliable income generation. Importantly, Srinaka fabrics received national recognition, being awarded a 5-star rating under Thailand's OTOP (One Tambon One Product) program. The fabrics showcased innovative natural dyeing using mangosteen twigs and leaves in combination with sator pods, mordanted with limewater, and printed with betel nut sheath molds bestowed by the Thai Royal Project. These achievements underscore the group's ability to add cultural and economic value to local products while positioning itself competitively in domestic and international markets. The value chain transformation extended beyond production. Originally centered on simply dyeing and selling fabric, the enterprise diversified into experiential tourism activities such as DIY (Do-It-Yourself) workshops. Visitors actively participated in dyeing and printing processes, enriching their cultural experience as co-creators of value while generating higher service fees for the community. This tourism innovation not only increased income but also strengthened community branding and identity. The group's financial outcomes demonstrate clear progress. In 2023, total monthly revenue was 10,715.33 Baht ($\approx$ USD 300.30), with costs of 9,236 Baht and a net profit of 1,478.83 Baht. By 2024, revenue had surged to 30,147.34 Baht ($\approx$ USD 844.30), with costs of 24,260.50 Baht and net profit of 5,886.83 Baht. Average monthly wages for community labor also increased nearly threefold, from 6,429.17 Baht ($\approx$ USD 180.20) to 18,088.42 Baht ($\approx$ USD 506.40), ensuring more equitable distribution of income within the community. Although production costs rose significantly, the effective management of resources and diversification of income sources demonstrated improved resilience and financial sustainability.

Social and Environmental Impacts: Beyond economics, the social impacts of the Srinaka Model were substantial. The initiative created opportunities for participation across age and gender groups: women and the elderly took key roles in material preparation, dyeing, ironing, and customer service, while youth and children contributed to raw material collection, often as family activities. This inclusivity enhanced intergenerational collaboration and distributed benefits widely. Partnerships with government bodies, local administrations, and universities facilitated social learning and knowledge co-creation, reinforcing the community's role as a learning hub. Environmental sustainability was embedded throughout the process. By substituting chemical dyes with natural plant-based alternatives, the group reduced water contamination risks and production costs while revitalizing the use of indigenous plants with economic potential. Circular economy practices were applied by reusing materials and minimizing waste. The community also engaged in youth-focused activities, such as "STEAM BCG Mud-Yom Rom Mueang", promoting environmental awareness and aligning the Srinaka Model with Thailand's Bio-Circular-Green (BCG) Economy strategy and the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs).

Conclusion: The Srinaka Model represents a holistic and replicable framework for grassroots economy development. By integrating local wisdom with modern knowledge, fostering inclusive participation, and linking natural and cultural capital with market opportunities, the model transformed Ban Na Subdistrict into both a production and learning center. Its success demonstrates how rural communities can build sustainable livelihoods, strengthen resilience, and contribute to inclusive economic growth in Thailand.

Keywords: Phatthalung Province, Community enterprise, Naturally dyed fabric, Grassroots economy, Poverty problem

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

11 พฤษภาคม 2568

วันแก้ไขบทความ:

1 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ:

5 สิงหาคม 2568

ทิพย์ทิวา สัมพันธ์มิตร^{1,2} อภินันท์ เอื้ออังกูร^{1,3,4,*} สานิตย์ ศรีชูเกียรติ^{1,3,4} นินนาท์ จันทร์สุริย์² อาณัฐ ศิริรัฐนิคม² ณภัทร แก้วภิบาล^{1,2} สุธี ใจวัชรวิทย์¹ วิศาล อดทน⁵ อัญชลิต พทยา⁶ มุhammad สาแลบิง⁷ เกสรพร อินทสโร⁸ อรรถพงศ์ ปิ่นทองพันธ์⁹ ชวัญจิตต์ สุวรรณพรรัตน์⁹ สุพิพัฒน์ วงศ์พรต⁹ และ สมัคร แก้วสุกแสง⁵

¹ศูนย์วิจัยและนวัตกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างเบ็ดเสร็จและแม่นยำในจังหวัดพัทลุง สถาบันวิจัยและนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง 93210

²คณะวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมการดิจิทัล มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง 93210

³ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมสังคม คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

⁴คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

⁵คณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง 93210

⁶คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

⁷คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

⁸คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: apinan.a@tsu.ac.th

บทคัดย่อ

ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง มีทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาที่อุดมสมบูรณ์ แต่คนในชุมชนมีปัญหาด้านความยากจนในหลายมิติ ดังนั้น ขาดกลไกการจัดการทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ พึ่งพาอาชีพเกษตรกรรมเชิงเดี่ยวที่มีความเสี่ยงสูงจากราคาผลผลิตที่ผันผวนตามฤดูกาล ขาดโอกาสในการเข้าถึงทักษะอาชีพและช่องทางตลาด และครัวเรือนจำนวนมากไม่มีกลไกรองรับความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและสังคม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอศรีนคราโมเดล ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านกระบวนการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีนคราโมเดลสู่เศรษฐกิจเกื้อกูลเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน โดยใช้กลไกทางเศรษฐกิจเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน และยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มคนจนในระยะยาว ผู้เข้าร่วมโครงการคือ กลุ่มคนจนในตำบลบ้านนา และผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจำนวน 56 คน การจัดตั้งกลุ่มศรีนคราโมเดลเป็นวิสาหกิจชุมชนมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมผ่านความร่วมมือของภาควิชาการ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาคการสื่อสารสาธารณะ และเน้นการพัฒนาศักยภาพกลุ่มคนจนให้สามารถผลิตผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้วยกระบวนการดังนี้ 1) การสร้างพลังร่วมของกลุ่มและภาคีเครือข่าย โดยการสนทนากับผู้นำชุมชน ประชุมกลุ่มย่อยเวทีระดมความคิดเห็น เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนปัญหา โอกาส และแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน ด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการและสร้างทักษะอาชีพการผลิตผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติ 2) การเรียนรู้การเตรียมสีย้อมจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่น การเรียนรู้เกี่ยวกับพืชในชุมชนที่สามารถใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับการย้อมสีธรรมชาติ 3) การเรียนรู้การสกัดสีจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นและสารช่วยติดสี การถ่ายทอดเทคนิคการสกัดสีจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นและกระบวนการทำแม่พิมพ์ภาพหมากและแม่พิมพ์ไม้ผสมโลหะ 4) การอบรมเชิงปฏิบัติการการพิมพ์ลายและออกแบบผลิตภัณฑ์ การเสริมสร้างทักษะการออกแบบลดความซ้ำซ้อนผ้าบาติกให้มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น โดยให้ความรู้เรื่องทฤษฎีสี การเลือกคู่สี การออกแบบลาย และร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ การทำต้นแบบแม่พิมพ์ และการทดลองใช้แม่พิมพ์บนผ้า 5) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด โดยออกแบบ 9 ประเภท ได้แก่ ผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติ ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า เสื้อยืด กางเกง ชุดเดรส หมวก กระเป๋า และสมุดทำมือ 6) การพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการลด-หมุนเวียน-ใช้ซ้ำในการวางระบบการผลิต 7) การสร้างเครือข่ายและพัฒนาลตลาด โดยเปิดโอกาสทางการตลาดผ่านการเชื่อมโยงกับภาคีภายนอกในทุกระดับ โดยเฉพาะภาคการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรภาคประชาสังคม 8) การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง ทั้งกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยทักษิณ รวมถึงองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และภาคธุรกิจ และ 9) การถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการในโรงเรียน การจัดเวทีเรียนรู้ภายในหมู่บ้าน โดยให้ผู้มีประสบการณ์เป็นที่เล็งแก่สมาชิกใหม่ ส่งผลให้มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนศรีนคราโมเดลสู่เศรษฐกิจเกื้อกูล ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้ในพื้นที่ตำบลบ้านนา รายได้สุทธิต่อเดือนเพิ่มขึ้นจาก 1,478.83 บาท เป็น 5,886.83 บาท มีผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน และการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเน้นกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการและการตลาดจนสามารถขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านการเชื่อมโยงเครือข่ายระดับประเทศและนานาชาติ ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องใช้กลไกการมีส่วนร่วมของชุมชน การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่ และการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ศรีนคราโมเดลเป็นโมเดลทางเลือก เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากด้วยทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีบริบทคล้ายคลึงกันได้



คำสำคัญ:

จังหวัดพัทลุง
วิสาหกิจชุมชน
ผ้าย้อมสีธรรมชาติ
เศรษฐกิจฐานราก
ปัญหาด้านความยากจน

บทนำ

การแก้ไขปัญหาความยากจนและการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมเป็นวาระการพัฒนาที่ประเทศไทยให้ความสำคัญและดำเนินการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องและได้รับการบรรจุไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) (Office of the National Economics and Social Development Council, 2021) ปัญหาความยากจนในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทยมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น โดยจังหวัดพัทลุงมีค่าดัชนีความก้าวหน้าการพัฒนาตามรายได้ภาคครัวเรือนต่ำ และมีสัดส่วนของประชากรในภาวะยากจนสูงที่สุด (Office of the National Economic and Social Development Council, 2019)

หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) มีการดำเนินการวิจัยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในพื้นที่จังหวัดพัทลุงเพื่อพัฒนากลไกแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างเป็นระบบ และพบว่าคนจนเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพชีวิตต่ำตามเกณฑ์ฐานทุนการดำรงชีพ 5 มิติ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ ทุนเศรษฐกิจ ทุนธรรมชาติ และทุนทางสังคม (Sampantamit et al., 2023) ซึ่งการแก้ไขปัญหาความยากจนต้องใช้แนวทางการแก้ไขแบบบูรณาการและสอดคล้องกับศักยภาพของบริบทแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืน ดังนั้นจึงมีการพัฒนาโมเดลแก้จนเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในหลายพื้นที่ของจังหวัดพัทลุง ดังนี้ โมเดลกระจุดแก้จนซึ่งส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกระจุดในอำเภอควนขนุน (Aueaungkul et al., 2023) โมเดลผักเหลียงแก้จนซึ่งส่งเสริมการปลูกและแปรรูปผักเหลียงพันธุ์ใบใหญ่เป็นพืชแซมสวนยางพาราในอำเภอศรีนครินทร์ (NBT CONNEXT, 2025) และโมเดลแพะหะแก้จนซึ่งส่งเสริมวิธีการเลี้ยงแพะแบบมีส่วนร่วมในอำเภอกงหรา อำเภอป่าบอน อำเภอตะโหมด และอำเภอป่าพะยอม ส่งผลให้ภาระหนี้สินของครัวเรือนยากจนกลุ่มเป้าหมายลดลง ช่วยเสริมสร้างความสามัคคี และลดปัญหาการศึกษาของเด็ก (Pengman et al., 2025)

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง ประกอบด้วย 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลบ้านนา ตำบลชุมพล ตำบลลำสินธุ์ และตำบลอ่างทอง ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อทำเกษตร โดยเฉพาะปลูกยางพารามากที่สุด ประมาณร้อยละ 70 ของพื้นที่ รองลงมาเป็นสวนไม้ผล ได้แก่ มังคุดทุเรียน ลองกอง และเงาะ ไม้ยืนต้นที่เพาะปลูกมากในพื้นที่ ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน สะตอ และมะพร้าวอ่อน ตามลำดับ และเพาะปลูกหมันมากที่สุดในทุกตำบล

อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง เป็นพื้นที่ที่มีองค์ประกอบทางสังคมและเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการพัฒนา โดยมีจุดแข็งด้านทรัพยากรธรรมชาติและภูมิประเทศที่โดดเด่นด้วยเทือกเขาและทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้ยังมีทุนทางกายภาพจากโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการเดินทางและกิจกรรมท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง รวมถึงทุนทางสังคมที่เข้มแข็งจากการรวมกลุ่มของประชาชน เช่น กลุ่มสินธุ์แพรทอง ในตำบลลำสินธุ์ อำเภอศรีนครินทร์ ที่ขับเคลื่อนประเด็นพลังงานทดแทน เกษตรอินทรีย์ และการจัดการตนเอง และเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ร่วมกันส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามยังคงขาดกลไกการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาสร้างรายได้และเพิ่มประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาด รวมถึงผู้ประกอบการท้องถิ่นยังขาดองค์ความรู้ด้านการตลาดและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายตลาดและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ตำบลบ้านนาเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภูมิประเทศ ถือเป็นทุนทางภูมิประเทศที่สำคัญ สามารถนำไปต่อยอดเพื่อการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม (Eco-cultural tourism) นอกจากนี้ ตำบลบ้านนายังเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจังหวัดตรัง ซึ่งเป็น “ประตูสู่อันดามัน” (Gateway to the Andaman) ครัวเรือนในตำบลบ้านนาส่วนใหญ่มีรายได้หลักจากการเกษตรซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่พึ่งพาตลาดภายนอก ส่งผลให้มีความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาผลผลิตซึ่งขึ้นลงตามฤดูกาล และภาวะล้นตลาดในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว ส่งผลให้มีความเปราะบางด้านรายได้

ชุมชนตำบลบ้านนามีการพัฒนาเศรษฐกิจทางเลือกผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ เช่น กลุ่มร้านอาหารในดงบอนคาเฟ่ สวนศรี และบ้านสวนกวางหรือกลุ่มที่พัก เช่น โตนแพรทองรีสอร์ท และไร่หินปู ซึ่งริเริ่มพัฒนาพื้นที่โดยใช้ทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสัมผัส อาทิ การเดินป่า ล่องแก่ง ชิมอาหารพื้นบ้าน หรือบริการโฮมสเตย์ แต่การพัฒนาอยู่ในระดับต้น และขาดความเข้มแข็งด้านการบริหารจัดการแบบเครือข่าย กลุ่มผู้ประกอบการยังมีการดำเนินงานแบบแยกส่วน ขาดแนวทางการจัดการและขาดการเชื่อมโยงกับตลาดระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ เนื่องจากไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากกระทรวงการท่องเที่ยว และขาดโครงสร้างพื้นฐานด้านตลาดและการสื่อสารที่สามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์หรือบริการของชุมชนกับผู้บริโภคเป้าหมายภายนอก

หน่วยงานภาครัฐในระดับตำบลและอำเภอ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอศรีนครินทร์ และเทศบาลตำบลบ้านนา มี

โครงการส่งเสริมการรวมกลุ่มอาชีพที่หลากหลาย แต่ยังไม่มีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่แข็งแรงและไม่มีการจัดตั้งระบบการผลิตและการตลาดในระดับครัวเรือนหรือกลุ่มอาชีพอย่างยั่งยืน จากระบบข้อมูลครัวเรือนยากจนระดับจังหวัดพัทลุง ปี พ.ศ. 2567 อำเภอศรีนครินทร์มีจำนวนครัวเรือนคนจน 1,137 ครัวเรือน (Program Management Unit on Area Based Development, 2025) จากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลครัวเรือนยากจน พบว่า ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง มีครัวเรือนยากจนจำนวน 327 ครัวเรือน (Program Management Unit on Area Based Development, 2025) ครัวเรือนยากจนในตำบลบ้านนา เผชิญกับปัญหาด้านเศรษฐกิจรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ หนี้สิน และปัญหาด้านสุขภาพ อีกทั้งยังขาดโอกาสการพัฒนาทักษะอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ อย่างมั่นคง ต้องการการพัฒนาทักษะด้านเกษตรกรรมและหัตถกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถเชื่อมโยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

ชุมชนตำบลบ้านนามีทุนเดิมที่สำคัญหลายด้าน ได้แก่ ทุนทางกายภาพจากวัตถุดิบธรรมชาติที่หลากหลาย อาทิ ขมิ้น เปลือกไม้ ใบไม้ และหั่วกล้วย ซึ่งสามารถนำมาใช้ย้อมสีผ้าได้โดยไม่ต้องพึ่งพาสารเคมี โดยในพื้นที่ตำบลบ้านนา มีการผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติหรือหัตถกรรมพื้นบ้านเชิงสร้างสรรค์แต่ยังไม่แพร่หลาย เนื่องจากชุมชนขาดองค์ความรู้และทักษะที่สามารถพัฒนาเป็นอาชีพ อีกทั้งยังมีทุนทางสังคมจากการรวมกลุ่มของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มอาชีพ และสมาชิกสวัสดิการชุมชน ซึ่งมีพื้นฐานทักษะด้านงานฝีมือ เช่น การเย็บผ้าและการ

จักรผ้า อย่างไรก็ตาม กลุ่มเป้าหมายยังขาดองค์ความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับเทคนิคการสีกดสีธรรมชาติ การออกแบบลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน และการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับตลาดเชิงสร้างสรรค์ จึงไม่สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มได้ อย่างเป็นระบบ แต่ในพื้นที่ตำบลโดนดด้วน อำเภอควนขนุน มีกลุ่มคิวนาฏ กนกไทย ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการย้อมผ้าบาติกด้วยเทคนิคโบราณ การพิมพ์ลายจากวัตถุดิบธรรมชาติ และมีศักยภาพด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนอื่น ๆ ดังนั้นการส่งเสริมการทำผ้าย้อมสีธรรมชาติในตำบลบ้านนา จึงเป็นทางเลือกที่สำคัญในการสร้างเศรษฐกิจฐานราก โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างมีคุณค่า เกื้อหนุนต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม และเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

กระบวนการดำเนินงานของศรีนครินดาโมเดล ในพื้นที่ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง ดังภาพที่ 1 (Figure 1) ใช้กระบวนการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่ระดับผู้นำจนถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนและได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการศรีนครินดาโมเดล แบ่งออก

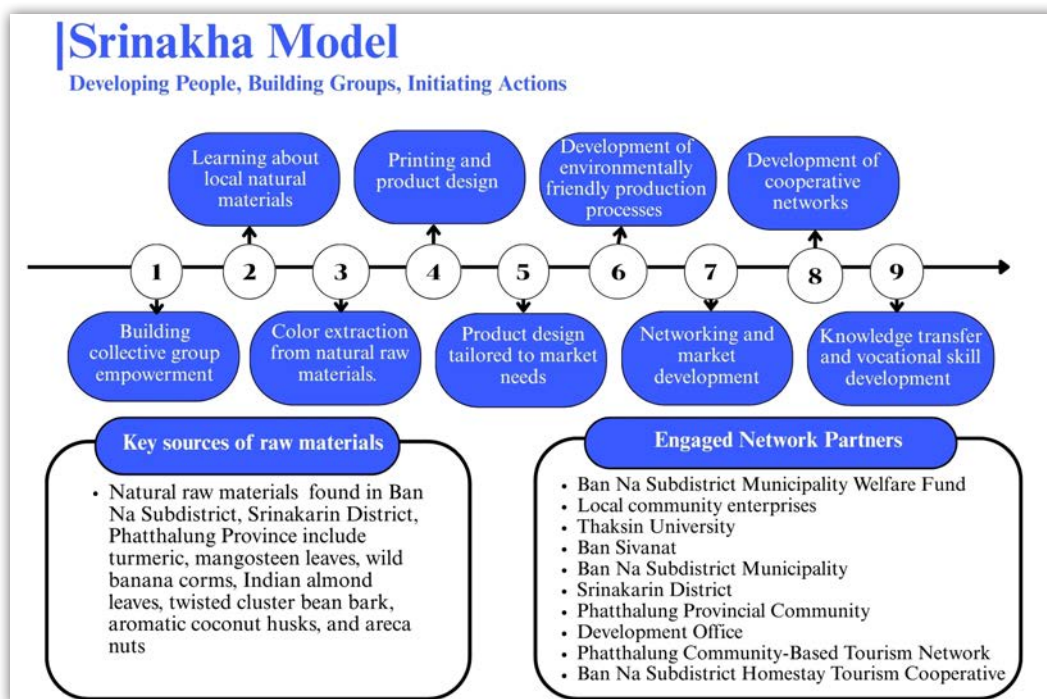


Figure 1 Srinaka model development process

เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มครัวเรือนยากจนจำนวน 56 คน และหน่วยงานภาคีเครือข่าย ประกอบด้วยหน่วยงานที่มีบทบาทสนับสนุนทั้งทางวิชาการ ทรัพยากร และการพัฒนา ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลบ้านนา หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว และเครือข่ายภาคประชาสังคม

1. การสร้างพลังร่วมของกลุ่มและภาคีเครือข่าย

การสนทนากับผู้นำชุมชน ประชุมกลุ่มย่อย เวทีระดมความคิดเห็น เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนปัญหา โอกาส และแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน ในระดับพื้นที่ที่มีการหารือกับหน่วยงานท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง และผู้นำชุมชนระดับหมู่บ้านทั้ง 12 หมู่บ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ และร่วมออกแบบแนวทางการพัฒนาโมเดลที่เหมาะสม ทั้งยังเป็นการสร้างรากฐานความไว้วางใจและความสามัคคี ซึ่งเป็นต้นทุนทางสังคมที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อความยั่งยืนของโครงการ

แนวทางการขับเคลื่อนและสร้างโมเดลแก่จนให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืนเพื่อให้กลุ่มเปราะบางหรือผู้ด้อยโอกาสได้เข้าถึงสวัสดิการชุมชนได้ในอนาคต โดยกลุ่มเป้าหมายเลือกการส่งเสริมทักษะด้านศิลปะและงานฝีมือ ด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการและสร้างทักษะอาชีพด้าน

การทำผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติ โดยดำเนินการ ณ วิสาหกิจชุมชนบ้านอาหารใต้เบอร์หนึ่ง หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง ผู้เข้าร่วมอบรมมีทั้งกลุ่มสมาชิกสวัสดิการชุมชนคนในชุมชนที่สนใจ และกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการพัฒนาตนเอง รวม 49 คน โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการทำผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติกลุ่มคิวนาฏ กนกไทย จังหวัดพัทลุง เป็นวิทยากรและพี่เลี้ยงในการดำเนินงานก่อตั้งกลุ่มผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติ

2. การเรียนรู้การเตรียมสีย้อมสีจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่น

การเรียนรู้เกี่ยวกับพืชที่มีอยู่ในชุมชนที่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับการย้อมสีธรรมชาติ เนื้อหาการบรรยายเกี่ยวกับชนิดของพืชและวัตถุดิบที่สามารถสกัดสีธรรมชาติได้ สารมอร์แดนต์ (Mordant) ซึ่งเป็นสารที่ช่วยให้สีติดผ้า เช่น สารส้ม ชี้เถื่อน น้ำส้ม และโคลน ดังภาพที่ 2 (Figure 2) ส่วนประกอบของพืชที่สามารถนำมาย้อมสี อาทิ ใบมังคุดให้โทนสีน้ำตาล หัวกล้วยป่าให้โทนสีเทา เปลือกของเพกาให้โทนสีเขียว เปลือกมะพร้าวให้โทนสีชมพู ดังภาพที่ 3 (Figure 3) พืชเหล่านี้เป็นพืชที่มีอยู่ในชุมชนที่พบในเขตอำเภอศรีนครินทร์ โดยพบว่าพืชที่โดดเด่นมากที่สุด คือ ชมิ้น เนื่องจากเมื่อย้อมจะให้เฉดโทนสีเหลือง และสีน้ำตาลขึ้นอยู่กับการบวกรวมการย้อมและการเลือกสารมอร์แดนต์ ดังภาพที่ 4 (Figure 4)

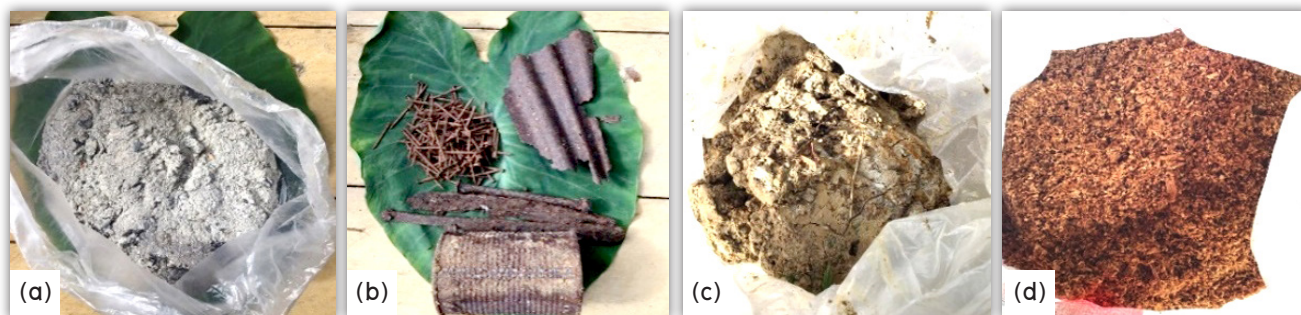


Figure 2 Types of mordant; (a) Ash, (b) Rust, (c) Mud, and (d) Wood sawdust

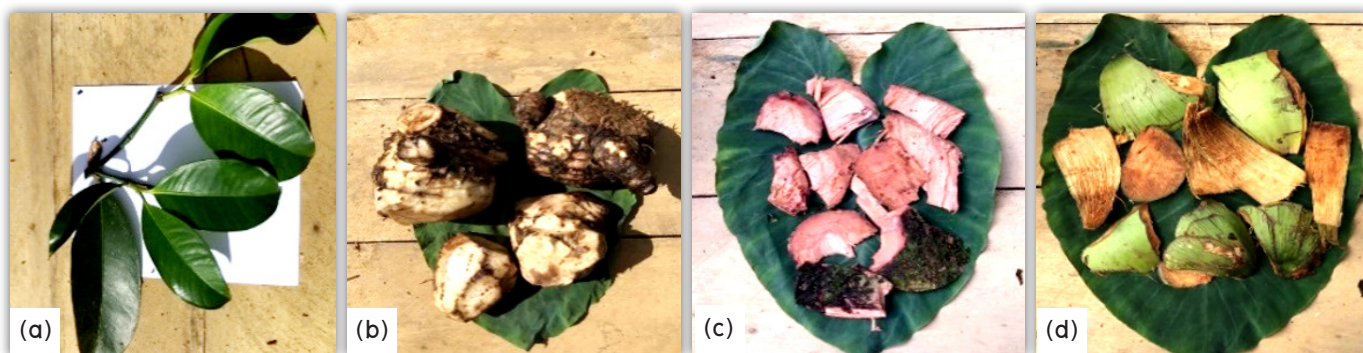


Figure 3 Types of natural objects; (a) Mangosteen leaf, (b) Banana rhizome, (c) Tummy-wood bark, and (d) Coconut shell

3. การเรียนรู้การสกัดสีจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นและสารช่วยติดสี

การถ่ายทอดเทคนิคการสกัดสีจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นและกระบวนการทำแม่พิมพ์กาบหมากและแม่พิมพ์ไม้ผสมโลหะ ผู้เข้าร่วมอบรมเตรียมวัตถุดิบ อาทิ ดินโคลน ขี้เถ้า เหล็กสนิม เปลือกเพกา ใบมังคุด ใบหูกวาง ขมิ้น และหมาก เพื่อทดลองสกัดสีผ่านวิธีการหมัก การต้ม การบด และการใช้น้ำร้อนในอุณหภูมิที่เหมาะสม เพื่อให้ได้เจดสีที่ต้องการ พร้อมทั้งใช้สารช่วยติดสี เช่น น้ำปูน น้ำสารส้ม ดินโคลน ขี้เถ้า น้ำสนิมเหล็ก เพื่อเพิ่มความหลากหลายของเจดสีโดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังภาพที่ 5 (Figure 5) โดยการเตรียมวัตถุดิบและสารช่วยติดสี มีขั้นตอนดังนี้

นำส่วนของพืชที่มีคุณสมบัติให้สีประมาณ 5-7 กิโลกรัม มาต้มกับน้ำประมาณ 25-30 ลิตร ต้มประมาณ 1 ชั่วโมงเพื่อสกัดสีแบบร้อน และเตรียมสารช่วยติดสี โดยใช้ปูนขาวหรือขี้เถ้า 10 กิโลกรัมต่อน้ำ 25-30 ลิตร และดินโคลนผสมน้ำให้มีความหนืดเหมาะสมจากนั้นทิ้งให้ตกตะกอน

4. การอบรมเชิงปฏิบัติการการพิมพ์ลายและออกแบบผลิตภัณฑ์

การเสริมสร้างทักษะการออกแบบลวดลายผ้าให้มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น โดยให้ความรู้เรื่องทฤษฎีสี การเลือกคู่สี การออกแบบลาย และร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของ

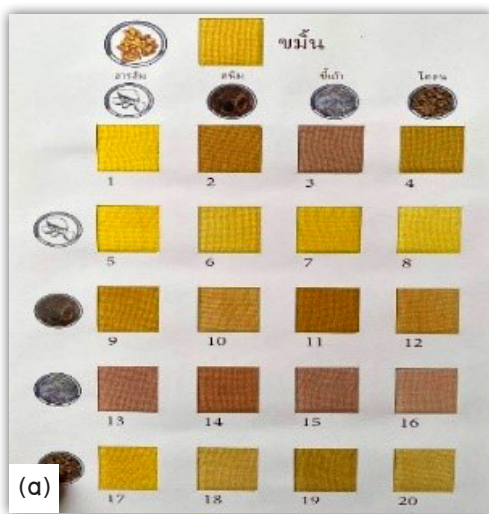


Figure 4 Color shades when using different mordants; (a) Yellow tone color shade from Turmeric and (b) Experimenting with natural dyes



Figure 5 Color extraction from natural raw materials; (a) Fermentating natural dyes extracted from mangosteen leaves and (b) Preparing raw material to produce natural dyes

ผ้าครีนาดา การทำต้นแบบแม่พิมพ์ และการทดลองใช้แม่พิมพ์จริงบนผ้า โดยการออกแบบเน้นการเล่าเรื่องราวผ่านลวดลายเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ชุมชน การให้ความรู้เรื่องการออกแบบลวดลายผ้าให้มีเรื่องราวความเป็นมา ทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมไปถึงการวางลวดลายบนผ้าให้เกิดความสวยงาม การร่างลวดลายบนกระดาษ เพื่อนำไปทำแม่พิมพ์ผ้าให้มีความสวยงามและเหมาะสม รวมไปถึงการทดลองใช้แม่พิมพ์แบบร่าง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเห็นภาพการทำงานจริง และร่วมกันวาดออกแบบลวดลายผ้า การให้ความรู้เรื่องการสร้างแม่พิมพ์ มีดังนี้ ประเภท ข้อดีและข้อเสียของแม่พิมพ์ เช่น แม่พิมพ์ทองแดง แม่พิมพ์ไม้ และแม่พิมพ์จากวัสดุธรรมชาติ เพื่อเชื่อมโยงกับวัตถุดิบธรรมชาติในพื้นที่ที่หาได้ง่ายในชุมชน กลุ่มจึงนำภาพหมากมาเป็นวัสดุร่วมในการสร้างลวดลายผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวและผ้า โดยนำภาพหมากมาดัดทรงขึ้นรูปให้เป็นรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะกับการนำไปใช้พิมพ์ผ้า โดยแม่พิมพ์ที่ใช้มีเพียงสองชนิดคือแม่พิมพ์กาบหมากและแม่พิมพ์อะลูมิเนียม และลวดลายแม่พิมพ์ที่ออกแบบ ดังภาพที่ 6 (Figure 6)

การทำผ้าพิมพ์ลายและย้อมสีมีลำดับขั้นตอนดังนี้ 1) นำเทียนที่เตรียมไว้มาตัดแบ่งใส่ในกระทะก้นเรียบพอประมาณอุ่นเทียนให้ร้อน นำแม่พิมพ์วางในกระทะเพื่อให้แม่พิมพ์ดูดซึมเทียน 2) สะเด็ดน้ำเทียน จากนั้นกดแม่พิมพ์ลงเนื้อผ้า ดังไว้ประมาณ 5 วินาที จากนั้นนำแม่พิมพ์ไปวางบนกระทะ 5 วินาที แล้วนำมาพิมพ์ต่อจนพิมพ์ลายเสร็จสิ้น นำผ้ามาซึ่งกับกรอบไม้ให้ตึง 3) การย้อมสีผ้าโดยดักสีย้อมจากแหล่งเก็บรากบนผ้าให้ทั่วถึงและสม่ำเสมอสามารถปรับเฉดสีด้วยสารมอร์แดนท์ เมื่อได้สีผ้าตามที่ต้องการให้นำผ้าไปตากให้แห้ง 4) การเพิ่มลวดลายและเปลี่ยนเฉดสีโดยแต้มสารมอร์แดนท์ชนิดต่าง ๆ จนได้ลวดลายที่สวยงาม จากนั้นวางทิ้งไว้จนแห้งสนิท และ 5) การต้มผ้าเพื่อกำจัดคราบเทียนจากเนื้อผ้าและล้างเพื่อกำจัดคราบสีที่ยังติดอยู่บนเนื้อผ้าโดยให้น้ำไหลผ่านผ้าตลอดเวลา และนำไปตากให้แห้ง

5. การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด

กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มครีนาดาประกอบด้วย ผู้บริโภคกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ กลุ่มผู้บริโภคในเมืองและต่างประเทศที่มีแนวโน้มสนใจสินค้าทำมือและผลิตภัณฑ์เชิงธรรมชาติ การวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ใช้งานแผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business model canvas) เพื่อกำหนดโครงสร้างต้นแบบธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจ แผนภาพการนำเสนอคุณค่า (Value proposition canvas) เพื่อวิเคราะห์คุณค่าที่ผลิตภัณฑ์สามารถส่งมอบให้กับผู้บริโภคเป้าหมาย และแผนที่การเข้าใจลูกค้า (Empathy map) เพื่อเข้าใจความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในเชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มลูกค้า ดังภาพที่ 7 (Figure 7) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมี 9 ประเภท ได้แก่ ผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติ ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า เสื้อยืด กางเกง ชุดเดรส หมวก กระเป๋า และสมุดทำมือ ดังภาพที่ 8 (Figure 8)

6. การพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนครีนาดาให้ความสำคัญกับแนวทางการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการออกแบบกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน และลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ ผ่านการบูรณาการองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิทยาศาสตร์ร่วมสมัย เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติที่ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำหลัก “ลด-หมุนเวียน-ใช้ซ้ำ” (Reduce-Reuse-Recycle) มาใช้ในการวางระบบการผลิต

การเลือกวัตถุดิบ วิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเกื้อกูลครีนาดาใช้พืชและของเหลือทิ้งจากการเกษตรในท้องถิ่น เช่น ขมิ้นจากการผลิตเครื่องแกง เปลือกหมาก ใบมังคุด และพืชสมุนไพรอื่น ๆ ซึ่ง



Figure 6 Batik printing blocks made of (a) Blockdried sheath of araca palm compared to (b) Aluminum and (c) Variety of patterns developed during the design process

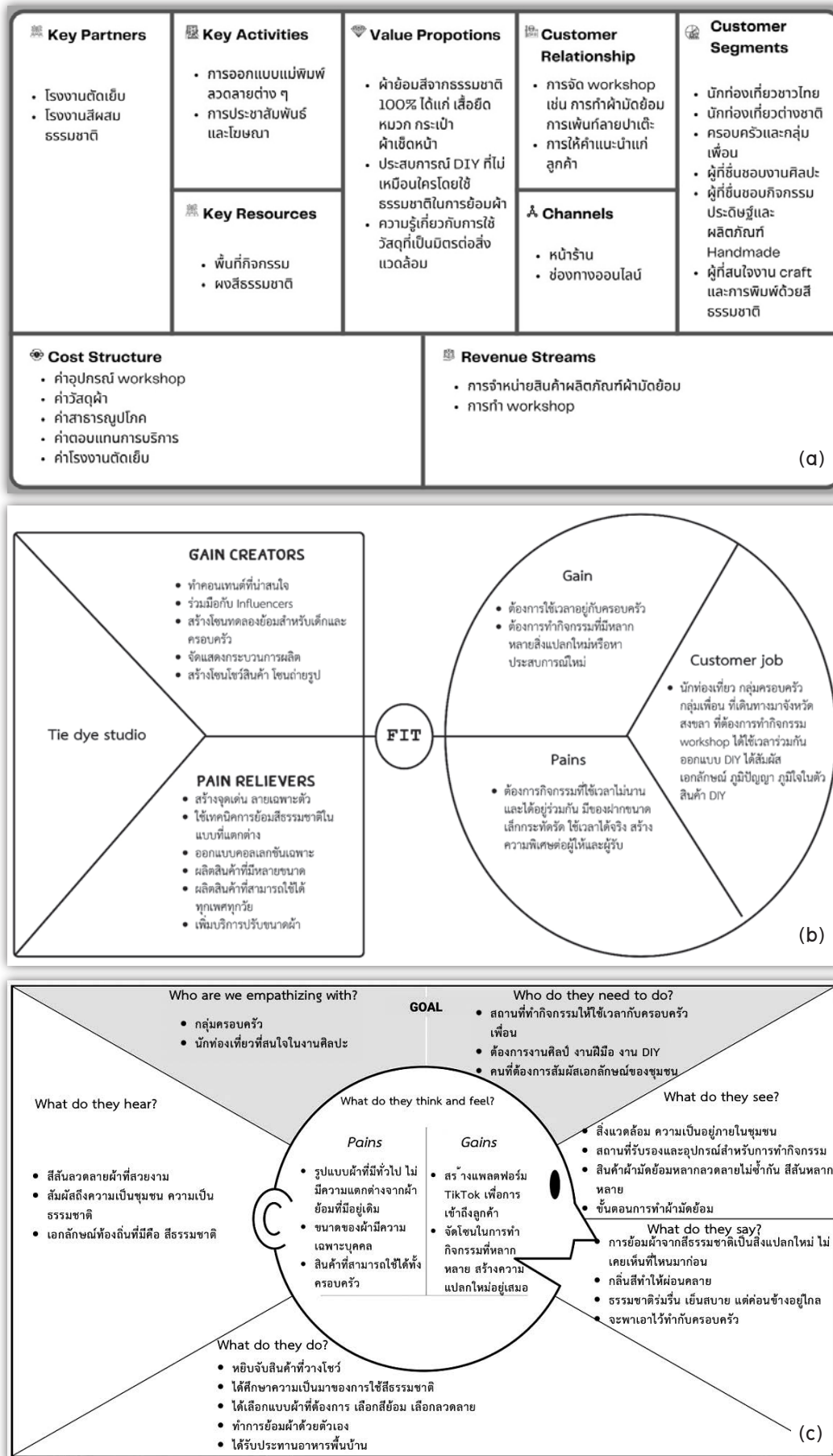


Figure 7 Srinaka products development concept; (a) Business model canvas, (b) Value proposition canvas, and (c) Empathy map

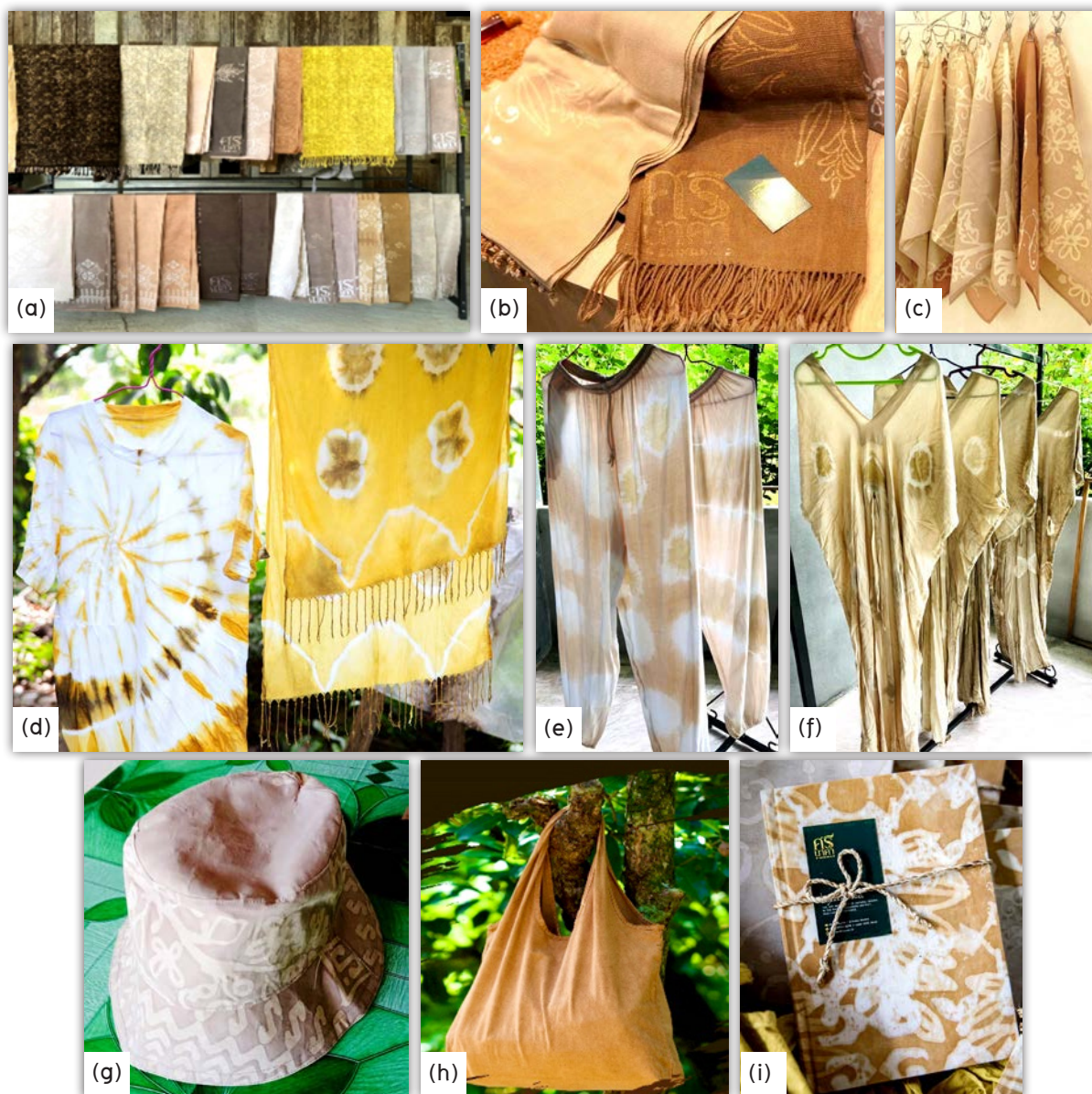


Figure 8 Srinaka products; (a) Natural-dyed batik fabric, (b) Scarves, (c) Handkerchiefs, (d) T-shirt, (e) Pants, (f) Dresses, (g) Hat, (h) Bag, and (i) Handmade notebook

ให้สีโดยไม่ต้องใช้สารเคมีสังเคราะห์ เป็นวัตถุดิบที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติและสามารถปลูกทดแทนภายในระยะเวลาสั้น จึงเหมาะสมต่อการจัดการทรัพยากรแบบหมุนเวียน กระบวนการผลิตช่วยลดการใช้สารเคมีอันตรายและสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ผลิตและผู้บริโภคในระยะยาว ใช้อุปกรณ์ที่ลดการสิ้นเปลืองพลังงานโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเตาชีวมวล ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา เป็นการเพิ่มมิติของการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาเชื่อมโยงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน การจัดการของเสียในกระบวนการผลิตโดยนำวัตถุดิบที่เหลือจากการต้มและหมัก เช่น ขมิ้น เปลือกหมาก ใบมังกุด มาใช้เป็นปุ๋ยอินทรีย์หรือวัสดุคลุมดิน ซึ่งช่วยเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้

กับพื้นที่เกษตรของชุมชน ช่วยลดปริมาณขยะอินทรีย์ และเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

7. การสร้างเครือข่ายและพัฒนาตลาด

วิสาหกิจชุมชนศรีนาคาสู่เศรษฐกิจเกื้อกูลได้ดำเนินการเชิงรุกในการเปิดโอกาสทางการตลาด ผ่านการเชื่อมโยงกับภาคภายนอกในทุกระดับ โดยเฉพาะภาคการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรภาคประชาสังคม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ พัฒนาเทคนิคการผลิต และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้นในระดับทั้งในประเทศและต่างประเทศ



Figure 9 Marketing channels via (a) Facebook page and (b) Thong Lang Shop

การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายจากร้านค้าท้องถิ่นไปสู่ช่องทางออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก “ศรีนาคาโมเดล – Srinaka Model” เพื่อดึงดูดลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการวางจำหน่ายสินค้าที่ร้านทองหลวง ซึ่งเป็นพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย วิสาหกิจชุมชน และการพัฒนา ร่วมกับชุมชนของมหาวิทยาลัยทักษิณ ดังภาพที่ 9 (Figure 9) นอกจากนี้ยังเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย (Thai festival) ที่ประเทศญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ซึ่งช่วยยกระดับการรับรู้ของผลิตภัณฑ์จากศรีนาคาในตลาดต่างประเทศ ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายในเมืองท่องเที่ยว

การสร้างเครือข่ายทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระยะยาวความร่วมมือกับภาควิชาการเพื่อช่วยให้กลุ่มสามารถพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบลวดลาย บรรจุภัณฑ์ และการวางตำแหน่งสินค้าในตลาดพรีเมียม และความร่วมมือกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และภาคอุตสาหกรรม ทำให้กลุ่มมีความพร้อมในการพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพสูงขึ้นได้

ด้านกลยุทธ์การตลาด ใช้แนวทางการตลาดนำการผลิต โดยเริ่มจากการสำรวจความต้องการของลูกค้า ทั้งในแง่ของสี ลวดลาย ฟังก์ชันการใช้งาน และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถออกแบบสินค้าได้ตรงความต้องการ ช่องทางการตลาดได้ยังขยายไปสู่การสร้างประสบการณ์ตรง เช่น การจัดกิจกรรมเรียนรู้เชิงปฏิบัติด้านการย้อมผ้า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเปิดบ้านเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งเป็นช่องทางเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และเปิดโอกาสในการพัฒนารายได้ เช่น รายได้จากค่าบริการอบรม การผลิตตามสั่ง (Customized order)

และการให้คำปรึกษาแก่ผู้สนใจการย้อมผ้าสีธรรมชาติ การตลาดถูกใช้เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนการผลิตและการสื่อสาร โดยใช้สื่อดิจิทัลและกิจกรรมสื่อสารทางวัฒนธรรม เช่น การจัดกิจกรรมเรียนรู้เชิงปฏิบัติการย้อมผ้าและการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ดังนั้นการพัฒนาเครือข่ายและตลาดเป็นกระบวนการสร้างระบบนิเวศธุรกิจท้องถิ่น ที่เกื้อกูลกันระหว่างคนในชุมชน ภาคภายนอก และผู้บริโภค ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานราก และทำให้ศรีนาคาเป็นต้นแบบของการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน

8. การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ

วิสาหกิจชุมชนศรีนาคาส่งเสริมธุรกิจที่เกื้อกูลสร้างเครือข่ายความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง ทั้งกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยทักษิณ รวมถึงองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) และภาคธุรกิจ เพื่อขยายช่องทางการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรม และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อเปิดตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคที่ให้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การเข้าถึงความช่วยเหลือของกลุ่มพันธมิตรส่งผลให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมสีธรรมชาติ เช่น ผ้าบาติก ผ้าพันคอ เสื้อผ้า กระเป๋าผ้า และสมุดทำมือ โดยใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน และมีราคาจำหน่าย 100 ถึง 550 บาทต่อชิ้น โดยมีกำไรเฉลี่ยต่อชิ้นอยู่ระหว่าง 35 ถึง 200 บาท ในช่วงทดลองตลาด กลุ่มสามารถจำหน่ายสินค้าได้รวมกว่า 120 ชิ้น สร้างรายได้รวมประมาณ 34,000 บาท และกำไรรวมกว่า 13,000 บาท ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนผ่านการออกแบบและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

9. การถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน

การถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการในโรงเรียน การจัดเวทีเรียนรู้ภายในหมู่บ้าน โดยให้ผู้มีประสบการณ์เป็นพี่เลี้ยงแก่สมาชิกใหม่ในกลุ่ม เพื่อให้เกิดการสืบทอดทั้งองค์ความรู้ทางเทคนิค แนวคิดเรื่องการตลาด และจิตสำนึกในการรักษาวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม กระบวนการเหล่านี้ช่วยให้เกิดทุนมนุษย์ใหม่ในชุมชน ที่สามารถสานต่อการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวอย่างยั่งยืน การฝึกอบรมใช้แนวคิดที่เน้นทรัพยากรเป็นฐาน (Resource based view) ซึ่งเน้นการพัฒนาทุนที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ทุนมนุษย์ (ทักษะ ความรู้ ทัศนคติ) ทุนวัฒนธรรม (ภูมิปัญญาท้องถิ่น รูปแบบลวดลาย) และทุนทรัพยากรธรรมชาติ (วัตถุดิบในท้องถิ่น) ซึ่งเป็นการฝึกอบรมเชิงเดี่ยวจากภายนอกเข้าสู่ชุมชนและเป็นการสร้างพื้นที่แห่งการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม รวมถึงการแลกเปลี่ยนกับภาคีเครือข่ายจากภายนอก

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

วิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

วิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยเป็นกลไกสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในระดับฐานราก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทและชายขอบ ซึ่งมักประสบปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางโอกาส องค์กรเหล่านี้มีรากฐานมาจากความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น ทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนในการพัฒนาเศรษฐกิจ ลดความยากจน และส่งเสริมความยั่งยืนในระดับท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในการยกระดับความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น โดยทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างกระบวนการผลิตระดับชุมชน โดยเฉพาะในภาคเกษตร กับความต้องการของตลาด ช่องทางการตลาดที่กว้างขึ้นช่วยให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น วิสาหกิจชุมชนด้านผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ ลดของเสีย และส่งเสริมแนวทางการผลิตที่ยั่งยืน (Kitipadung & Jaiborisudhi, 2023) นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนยังสร้างโอกาสการจ้างงานภายในท้องถิ่น โดยเฉพาะในกลุ่มสตรีและผู้ด้อยโอกาส ซึ่งช่วยลดแรงกดดันในการย้ายถิ่นฐาน และสร้างการพึ่งพาตนเองในระดับชุมชน (Kramol et al., 2020)

วิสาหกิจชุมชนที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน เช่น ชุมชนบ้านป่อเจ็ดลูกจังหวัดสตูล ประสบความสำเร็จในการบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้พร้อมกับส่งเสริมจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม (Ditta-Apichoi, 2023) บ้านคูหลักในจังหวัดตรังนำการทำท่องเที่ยวโดยชุมชนมาใช้เป็น

เครื่องมือในการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและสร้างความปลอดภัยในอัตลักษณ์ท้องถิ่น (Krittayaruangroj & Suriyankiet-kaew, 2024) นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการอุดหนุนและเติบโตของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสื่อสารและขายสินค้า ทำให้องค์กรสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่กว้างขึ้น (Kitipadung & Jaiborisudhi, 2023; Thetlek et al., 2024) นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความโดดเด่นจากวัตถุดิบท้องถิ่น ยังช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและเสริมสร้างมูลค่าเพิ่ม ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การใช้เครื่องมือออนไลน์อย่าง Facebook หรือ Instagram มีบทบาทสำคัญในการสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน และเปิดโอกาสให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลากหลาย ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (Jangjarat et al., 2023)

แม้ว่าวิสาหกิจชุมชนจะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก แต่วิสาหกิจชุมชนจำนวนมากยังคงเผชิญอุปสรรคทั้งด้านข้อจำกัดทางการเงิน ด้านทรัพยากร ความสามารถด้านการบริหารจัดการ การประสานความร่วมมือระหว่างองค์กร และปัญหาในการเข้าถึงตลาด (Kitipadung & Jaiborisudhi, 2023) การเอาชนะความท้าทายเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยแนวทางแบบองค์รวม ที่รวมถึงการพัฒนาศักยภาพภายในองค์กร การสร้างเครือข่ายความรู้ และการส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของของสมาชิกในชุมชน การดำเนินการเชิงรุกเหล่านี้จะช่วยให่วิสาหกิจชุมชนสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในระยะยาว (Pranee et al., 2024; Sorasit & Charpavang, 2022) ขณะเดียวกัน การขาดแคลนแรงงานในชนบทจากการย้ายถิ่นของคนรุ่นใหม่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่อง และอาจทำให้ไม่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้และธุรกิจไปยังคนรุ่นถัดไปได้ การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรม โดยมีการเสนอให้วิสาหกิจชุมชนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยการใช้แนวทางที่ยั่งยืน เช่น การบูรณาการเกษตรกรรมกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Kitipadung & Jaiborisudhi, 2023) นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น แพลตฟอร์มการสื่อสารออนไลน์หรือช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ สามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Thetlek et al., 2024)

การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นกระบวนการที่เน้นการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ท้องถิ่นควบคู่กับการส่งเสริมความร่วมมือ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน แนวทางนี้ช่วยในการอนุรักษ์มรดกทาง

วัฒนธรรมและยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชน รวมถึงได้ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ช้อนกาเพ น้ำตาลมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์จากอำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม ที่สามารถผลิตโดยผู้สูงอายุและเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Sutthachaiidee, 2015) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชน เช่น จังหวัดระนองมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ (Sukmaitree et al., 2022)

การพัฒนาแพคเกจและกระเป๋าด้าทอในจังหวัดพิษณุโลก สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนวัสดุท้องถิ่นให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและสามารถแข่งขันได้ในตลาด (Soodsang, 2016) ในด้านความร่วมมือ พบว่าการทำงานร่วมกันระหว่างวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครนายกช่วยเพิ่มความสามารถในการผลิต ขยายตลาด และสร้างนวัตกรรมใหม่ (Korbukaew et al., 2017) นอกจากนี้การจัดการข้อมูลและความรู้มีบทบาทสำคัญ โดยมีการเสนอระบบกราฟความรู้เพื่อรองรับการรวมและดึงข้อมูลที่กระจัดกระจาย (Chandoem & Matayong, 2023) สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เช่น กรณีศึกษาการตลาดของ Derwati แสดงให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ของไข่เค็มสามารถเชื่อมโยงช่องทางการขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Anggalih, 2022) และการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ใหม่ในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Korbukaew et al., 2017) อย่างไรก็ตาม แม้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนจะให้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง แต่ก็ยังมีความท้าทายด้านคุณภาพ การผลิตที่ยั่งยืน และความสามารถในการปรับตัวต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลง การผสมผสานระหว่างคุณค่าทางวัฒนธรรมกับนวัตกรรม เช่น การพัฒนาถุงพกพายเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอินเดีย แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนสามารถมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sadasivan et al., 2017) ดังนั้น การส่งเสริมความร่วมมือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายแบ่งปันทรัพยากรระหว่างวิสาหกิจชุมชน จึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและแข่งขันได้ในระยะยาว

การย้อมสีธรรมชาติ

การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิทยาศาสตร์ทำให้มีการรวบรวมและเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอน มีการบันทึก เผยแพร่และสื่อสารแนวปฏิบัติของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีประโยชน์ นอกจากนี้กระบวนการจัดเก็บข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชน (Putwattana, 2019) การย้อมผ้าฝ้ายซึ่งประกอบด้วยเซลลูโลสทำให้สีธรรมชาติเกาะติดดีและ

ติดทนนานต้องใช้สารช่วยย้อม (Dye auxiliaries) และแทนนินเป็นส่วนประกอบในกระบวนการย้อม สารช่วยย้อมมี 2 ชนิดคือ สารช่วยติด (Mordant) และสารปรับเปลี่ยนสี (Modifier) กลไกระหว่างเซลลูโลส แทนนิน สารช่วยติดที่เป็นเกลือของโลหะ (Men+) และสีธรรมชาติ (Dye)

สารส้ม สนิมเหล็ก ชี้เถ้า และโคลน โดยสารส้ม ($KAl(SO_4)_2 \cdot 12H_2O$) เป็นสารมอร์แดนท์นิยมใช้ เป็นเกลือของโลหะ มีคุณสมบัติทำให้ความคงทนของสีดีขึ้นเกิดเจดสีที่หลากหลาย สอดคล้องกับการศึกษาเจดสี และความคงทนของสีจากวัตถุดิบที่บ่งบอกถึงท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น การย้อมผ้าฝ้ายและผ้าไหมด้วยสีจากใบมะยมชิต (Seekhaw et al., 2022) และการย้อมผ้าฝ้ายด้วยส่วนต่าง ๆ ของต้นตาลโดนด (Prasongchan et al., 2024) เมื่อใช้กระบวนการย้อม และสารมอร์แดนท์ให้เจดสีที่หลากหลาย และความคงทนสีดีขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการนำวัสดุในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์สูงสุด และสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์การตลาดชุมชน

การตลาดที่ประสบความสำเร็จสำหรับวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยจำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่หลากหลายซึ่งผสมผสานการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Ditta-Apichai, 2023 ;Krittayaruangroj & Suriyankietkaew, 2024) โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการสร้างมูลค่าและขยายผลกระทบทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานโดยการนำนวัตกรรมทางการตลาดมาใช้และอาศัยการสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโต วิสาหกิจชุมชนได้รับประโยชน์จากการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพราะกลุ่มจะมีศักยภาพในการระบุโอกาสและพัฒนาสินค้าที่มีอัตลักษณ์ช่วยให้สามารถตอบสนองต่อแนวโน้มของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Pranee et al., 2024)

กลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสม เช่น การเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาที่สอดคล้องกับมูลค่ารับรู้ การกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง และการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยชุมชนยังมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในกรณีของโครงการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นทั้งในด้านการบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งช่วยส่งเสริมทุนทางสังคมและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระยะยาว (Yang & Bi, 2024) นอกจากนี้ การตลาดดิจิทัลก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีด

ความสามารถทางการตลาด การเข้าถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลและเว็บไซต์ต่าง ๆ ช่วยให้องค์กรสามารถสื่อสารและขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Tongdhamachart & Niyomsilpa, 2022) นอกจากนี้ การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ YouTube ยังเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้นำองค์กรรุ่นใหม่ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ สร้างการรับรู้ในวงกว้าง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น (Buddhapoompitak et al., 2023)

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีนาคาสู่เศรษฐกิจเกลือสามารถสร้างรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติ รวมถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มที่เกิดขึ้นจากโมเดล ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่เน้นความยั่งยืน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นพิมพ์ลาย ผ้าพันคอ และผ้าเช็ดหน้า และต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความต้องการในตลาดเพิ่มมากขึ้น ดังนี้ เสื้อมัดย้อม หมวก ผ้าบาติก กระโปรง กางเกง ชุดเดรส และกระเป๋า นอกจากนี้ยังสามารถสร้างกำลังการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้ กลุ่มสามารถผลิตผ้าขึ้นพิมพ์ลายได้สูงสุดประมาณ 60 หลาต่อสัปดาห์ ขณะที่ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น เสื้อ หมวก กระโปรง และกระเป๋า สามารถผลิตได้ชิ้นต่อ 30 ชิ้นต่อสัปดาห์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การสร้างรายได้เสริมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีนาคาสู่เศรษฐกิจเกลือได้รับการยอมรับจากเวทีการประกวดผ้าคัดสรร OTOP ของจังหวัดพัทลุง โดยผ้าขึ้นพิมพ์ลายได้รับคะแนนในระดับ 5 ดาว ใช้สีจากกิ้งก้านและใบของต้นมังคุดย้อมสลับกับสีจากเปลือกสะตอมอร์แดนที่ด้วยน้ำปูนและพิมพ์ลายด้วยแม่พิมพ์กาบหมากพระราชทาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างคุณค่าจากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้น ความสำเร็จด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือ สินค้าผ้าย้อมสีธรรมชาติได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการยอมรับในประเทศไทย OTOP ระดับ 5 ดาว

ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม มีการกระจายรายได้และการสร้างงาน สร้างโอกาสในการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนหลายช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิง ผู้สูงอายุ วัยรุ่น และเด็ก ๆ สมาชิกกลุ่มผู้หญิงและผู้สูงอายุมีการแบ่งบทบาทในการจัดเตรียมวัตถุดิบ การซักผ้า การรีดผ้า การย้อมผ้า และกิจกรรมต้อนรับลูกค้า ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นและเด็กช่วยจัดหาวัตถุดิบพืช ซึ่งเป็นกิจกรรมเชิงครอบครัว สมาชิกบางส่วนช่วยเก็บลูกมังคุดจำหน่าย

เป็นวัตถุดิบในการผลิต สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างรายได้ที่กระจายสู่สมาชิกชุมชนอย่างทั่วถึง

การจัดการใช้คุณค่ามีเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านโครงสร้าง กิจกรรม กระบวนการผลิต การตลาด และผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ โดยมีการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่มีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าอย่างเป็นระบบ ประเด็นที่เห็นได้ชัดคือ การปรับเปลี่ยนกระบวนการแปรรูปจากการ “ย้อมผ้าขาย” ไปสู่การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ในรูปแบบ “DIY (Do-It-Yourself)” ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตผ้าด้วยตนเอง ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในฐานะผู้มีส่วนร่วม (Co-Creator of Value) ส่งผลให้สามารถตั้งราคาค่าบริการในระดับสูงได้ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกในชุมชนอย่างทั่วถึง

การเพิ่มกระบวนการด้านการตลาดและการจำหน่ายในระบบการจัดการมีการใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ การสร้างแบรนด์ และการเชื่อมโยงกับเครือข่ายพันธมิตร เช่น บริษัทนำเที่ยว หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ส่งผลให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าใหม่ ๆ ได้มากขึ้น และช่วยสนับสนุนการสร้างรายได้อย่างเป็นระบบ ผลจากการเปลี่ยนแปลงข้างต้นสะท้อนให้เห็นอย่างเด่นชัดผ่านตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ โดยในปี พ.ศ. 2566 กำไรต่อเดือนอยู่ที่ 1,478.83 บาท จากรายได้รวม 10,715.33 บาท และต้นทุน 9,236 บาท ขณะที่ในปี พ.ศ. 2567 กำไรเพิ่มขึ้นเป็น 5,886.83 บาทต่อเดือน จากรายได้ 30,147.34 บาท และต้นทุน 24,260.5 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการทรัพยากรและต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังสะท้อนถึงการขยายขอบเขตของกิจกรรมสร้างรายได้ที่ครอบคลุมหลากหลายมิติ

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในโซ่มูลค่าของกลุ่มปรากฏชัดในด้านค่าตอบแทนแรงงาน โดยกลุ่มได้มีการจ้างงานบุคคลในชุมชนในอัตราเฉลี่ยจากเดิม 6,429.17 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นเป็น 18,088.42 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ รายได้เฉลี่ยของกลุ่มเพิ่มขึ้นเกือบสามเท่าจาก 10,715.33 บาทต่อเดือน เป็น 30,147.34 บาทต่อเดือน ขณะที่กำไรเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นถึงสี่เท่าจาก 1,478.83 บาท เป็น 5,886.83 บาท อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังเผชิญกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในส่วนต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบการตลาด และการขาย

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีนาคาสู่เศรษฐกิจเกลือ ช่วยแก้ปัญหาเศรษฐกิจชุมชนที่เปราะบาง นำไปสู่การพัฒนาทุนมนุษย์

สร้างรายได้เสริม และยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับสมาชิกชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาวได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยศูนย์เรียนรู้วิสาหกิจชุมชนศรีนคราสุเศรษฐกิจเกิดเป็นพื้นที่กลางสำหรับการเรียนรู้ การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการสร้างนวัตกรรมต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้กับคนในพื้นที่และชุมชนที่สนใจกิจกรรมย่อมลืมนิยามธรรมชาติ กลุ่มวิสาหกิจมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการมาอย่างต่อเนื่องภายใต้กรอบแนวคิดและกระบวนการแบบมีส่วนร่วม ประธานกลุ่มเล็งเห็นโอกาสในการต่อยอดการค้าสินค้าในลักษณะของ “วิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ” เพื่อเป็นฐานในการพัฒนาที่ยั่งยืน การดำเนินงานของ “ศรีนคราโมเดล” มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติอย่างเป็นระบบ ทั้งในระดับปัจเจกครัวเรือน ชุมชน และระดับโครงสร้าง โดยอาศัยฐานทรัพยากรท้องถิ่น กลไกการมีส่วนร่วมของประชาชน และการบูรณาการองค์ความรู้ทางวิชาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ กลไกสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเปราะบาง การสร้างระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ (Learning Ecosystem) และการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

มิติของผลกระทบต่อการท่องเที่ยว การเปิดพื้นที่ชุมชนเป็นจุดหมายปลายทางของการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เช่น กิจกรรม “มัดย้อม มัดใจ มัดย้อมร่วมเมือง” ที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้เรียนรู้กระบวนการผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนกิจกรรมเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการจัดแสดงผลงานศิลปหัตถกรรมที่มีการเชื่อมโยงเข้ากับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีระบบ นำไปสู่การสร้างบทบาทใหม่ให้แก่สมาชิกในชุมชนในฐานะ “เจ้าบ้านทางวัฒนธรรม” (Cultural host) คือ การทำหน้าที่วิทยากรท้องถิ่นในกิจกรรมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ การจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือแนะนำวิถีชีวิตของคนในพื้นที่

การเปลี่ยนแปลงในมิติของการจัดการใช้อุปทาน มีการเปลี่ยนแปลงดังนี้ ช่วงต้นน้ำ การเปลี่ยนแปลงมีลักษณะจำกัดโดยวัตถุดิบส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาทรัพยากรในพื้นที่ ช่วงกลางน้ำ การเปลี่ยนแปลงมีความชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผ่านการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในหลายกิจกรรม ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ช่วยยกระดับความสามารถในการผลิตและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ และช่วงปลายน้ำ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างโดดเด่น ทั้งนี้จากการเปรียบเทียบลักษณะใช้อุปทานของกลุ่มในปี พ.ศ. 2566 และ พ.ศ. 2567 พบว่า การเปลี่ยนแปลงในช่วงปลายน้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม โดยการปรับปรุงช่องทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ภายใต้ “ศรีนคราโมเดล” มีลักษณะหลากหลาย ครอบคลุมทั้งระบบตลาดดั้งเดิมและช่องทางสมัยใหม่ โดยแบ่งออกเป็นช่องทางหลัก ได้แก่ การจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าท้องถิ่นและตลาดชุมชน ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่และเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าได้โดยตรง อีกทั้งยังมีการจำหน่ายผ่านงานแสดงสินค้าและกิจกรรมอีเวนต์ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ เพื่อขยายฐานตลาดและเพิ่มการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้ ยังมีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการขายสินค้า ซึ่งช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง รวมถึงผู้ที่อยู่นอกพื้นที่และยังเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกช่องทางที่น่าสนใจคือการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งนอกจากจะถ่ายทอดภูมิปัญญาและกระบวนการผลิตแล้วยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้ทดลองและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้ผลิตโดยตรง

ด้านสังคม ศรีนคราโมเดลมีบทบาทสำคัญในการสร้างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง โดยมีการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ โครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เช่น การประกวดผ้าท้องถิ่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการผลิตคู่มือการย้อมสีธรรมชาติ กลุ่มยังสามารถรองรับกิจกรรมการศึกษาดูงานและการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งรายได้เสริม พร้อมทั้งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สู่ภายนอก ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลบ้านนา และมหาวิทยาลัยทักษิณ ยังเอื้อต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ การสนับสนุนทรัพยากร และการขยายเครือข่ายทางสังคม ซึ่งล้วนเป็นรากฐานของความยั่งยืนในระยะยาว กระบวนการดังกล่าวยังส่งเสริม “การเรียนรู้ทางสังคม” (Social learning) ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างสมาชิกในชุมชน นักวิชาการ และหน่วยงานภายนอก ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกัน (Co-creation of knowledge) และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มในเชิงระบบ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในฐานะ “พื้นที่แห่งการเรียนรู้” (Learning community) ที่สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในบริบทสังคมและเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทการเป็น “ศูนย์เรียนรู้ของชุมชน” ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้และต่อยอดไปสู่กลุ่มอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อม โมเดลศรีนคราได้ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยตรง โดยเฉพาะการใช้สีธรรมชาติแทนการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตผ้า ซึ่งช่วยลดการปนเปื้อนในแหล่งน้ำ ลดต้นทุน และลดการพึ่งพาสารเคมีอุตสาหกรรม อีกทั้งยังกระตุ้นการฟื้นฟูการใช้ประโยชน์จากพันธุ์พืชในท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมร่วมกับเยาวชน เช่น “STEAM BCG

มัตย์อมรมเมือง” เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตั้งแต่วัยเรียน ครีณาคาโมเดลจึงถือเป็นรูปธรรมของการบูรณาการ แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio–Circular–Green economy) เข้ากับการ ดำเนินงานในชุมชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการ พัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในด้านการใช้ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์ระบบนิเวศ และการ สร้างอาชีพที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนจากกองทุนส่งเสริม ววน. สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ประจำปี 2567 (เลขที่สัญญา A11F670134)

References

- Anggalih, N. N. (2022). Local community development through product packaging design: A case study of the Derwanti Salted Egg Industry. *KnE Social Sciences*, 7(13), 262–270. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i13.11669>.
- Aueaungkul, A., Srichookiat, S., Khemakhunasai, P., Sampantamit, T., Kaewsuksang, S., & Jitnirat, N. (2023). Tube sedge-based poverty alleviation model of Thale Noi community, Phatthalung Province. *Area Based Development Research Journal*, 15(3), 251–265. (in Thai).
- Buddhapoompitak, W., Kanchanathaveekul, K., Saengon, P., Siriyanun, S., Sungrugs, N., & Boonkoun, W. (2023). Marketing management of community products for health tourism in Ranong Province, Thailand. *International Journal of Advanced Research*, 11(05), 1014–1019. <https://doi.org/10.21474/ijar01/16959>.
- Chandoem, N., & Matayong, S. (2023). Knowledge graph based system for community enterprises product enhancement. The 7th International Conference on Information Technology (InCIT). Retrieved July 27, 2025, from: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=10412920>.
- Ditta–Apichai, M. (2023). Business strategy and development toward sustainability: A story of Ban Bo Chet Luk community entrepreneurship, Thailand. Retrieved July 27, 2025, from: <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/10.1079/tourism.2023.0050>.
- Jangjarat, K., Kraiwanit, T., Satityapong, N., Sonsuphap, R., & Phaksipaeng, I. (2023). The social economy in the digital era: A perspective on community enterprises in a developing economy. *Journal of Social Economics Research*, 10(1), 13–21. <https://doi.org/10.18488/35.v10i1.3317>.
- Kitipadung, J., & Jaiborisudhi, W. (2023). Community enterprise in processed agricultural products after the COVID–19: Problems and adaptation for the development of grassroots economy. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 20, 573–585. <https://doi.org/10.37394/23207.2023.20.53>.
- Korbuakaew, S., Wongtanasupor, P., Rattanavadi, S., Sannok, R., Chotithammaporn, W., & Torasa, C. (2017). Project of community industrial handicraft products and packaging for prosperity in Nakornayok Province. *Journal of Advanced Management Science*, 5(2), 133–137.
- Kramol, P., Suebpongsang, P., & Ekasingh, B. (2020). *Farmer organizations in Ubon Ratchathani*. In: Cramb, R. (Ed.), White gold: The commercialisation of rice farming in the Lower Mekong Basin. USA: Palgrave Macmillan.
- Krittayaruangroj, K., & Suriyankietkaew, S. (2024). Baan Khoa Lak: A case study on sustainable rural development through community–based tourism and natural resource conservation. *Tourism Case Studies Asia–Pacific Region*, 180–191. <https://doi.org/10.1079/tourism.2024.0067>.
- NBT CONNEXT. (2025). Phatthalung supports farmers to grow Gnetum gnemon var. tenerum for poverty alleviation. Retrieved July 27, 2025, from: <https://thainews.prd.go.th/thainews/news/view/1227486/>. (in Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2019). Thailand’s multidimensional poverty index 2019. Retrieved January 10, 2025, from: <https://www.nesdc.go.th>. (in Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). National strategy (2018–2037). Retrieved January 10, 2025, from: <https://www.nesdc.go.th>. (in Thai).

- Pengman, H., Tongkaemkaew, U., Wonglom, P., Suwanpugdee, A., Saelim, S., Suwannarat, A., ..., & Thepsong, A. (2025). Social return on investment: A case of goat farming sharing poverty alleviation Phatthalung model. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 17(2), 137–156. (in Thai). <https://doi.org/10.55164/ecbajournal.v17i2.273997>.
- Pranee, S., Eaknarajindawat, N., Aeknarajindawut, N., Pulphon, S., & Suwannapirom, C. (2024). Sustainable economic development through strategic planning, environmental sustainability, innovation, and learning in community enterprises: Evidence from Ranong Province, Thailand. *F1000Research*, 13(86), 1–23. <https://doi.org/10.55164/ecbajournal.v17i2.273997>.
- Prasongchan, N., Podkumnerd, N., & Teeparuksapun, K. (2024). Development of natural dye from Palmyra Palm (*Borassus flabellifer* L.) to community fabric products. *Journal of Research Unit on Science, Technology and Environment for Learning*, 15(1), 12–24. (in Thai). <https://doi.org/10.14456/jstel.2024.2>.
- Program Management Unit on Area Based Development. (2025). PPPconnex Phatthalung. Retrieved June 6, 2025, from: <http://www.ppaos.com/ppaos93/frontend/web/index.php>. (in Thai).
- Putwattana, N. (2019). Local wisdom and science education & Learning. *Journal of Research Unit on Science, Technology and Environment for Learning*, 9(2), 352–369. (in Thai). <https://doi.org/10.14456/jstel.2018.26>.
- Sadasivan, E., Das, M., & Bhattacharya, S. (2017). *Design for communities: An entrepreneurial approach to solve the problems of society and environment fuelled by product design*. In: Chakrabarti, A., Chakrabarti, D. (Eds.), Research into Design for Communities, Volume 2. ICoRD 2017. Smart Innovation, Systems and Technologies, 66. Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-3521-0_11.
- Sampantamit, T., Pukkhem, N., Keawpibal, N., Aueaungkul, A., Sitthisarn, S., Srichookiat, S., ..., & Chitnirat, N. (2023). Poverty alleviation: A case study of operating model in Phatthalung Province. *Area Based Development Research Journal*, 15(4), 281–295. (in Thai).
- Seekhaw, P., Nearmayhom, N., Promla, N., Sukonpakdee, N., Na Wichian, K., Yoopech, S., & Jutiviboonsuk, A. (2022). Study of color hues and fastness of natural dyes from the leaves of *Bouea burmanica* Griff. on silk and cotton. *PSRU Journal of Science and Technology*, 7(2), 89–102. (in Thai).
- Soodsang, N. (2016). Fashion design from woven fabrics of community enterprise group. *Asian Social Science*, 12(3), 31–41. <https://doi.org/10.5539/ASS.V12N3P31>.
- Sorasit, P., & Charpavang, C. (2022). Marketing strategies with government support affecting the marketing success of small and medium enterprises in Thailand. *Humanities and Social Sciences Letters*, 10(4), 416–427. <https://doi.org/10.18488/73.v10i4.3106>.
- Sukmaitree, J., Bhaksuwan, S., Sangchan, B., & Siriwatn, P. (2022). The development of product and packaging of community enterprises for income increasing in Ranong Province. *International Journal of Health Sciences*, 6(S5), 257–270. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns1.5224>.
- Sutthachaidee, W. (2015). Community product designed: A case of coconut sugar coffee spoon. *Procedia Economics and Finance*, 26, 1168–1172. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00948-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00948-X).
- Thetlek, R., Shaengchart, Y., Kraiwatit, T., Jangjarat, K., Limna, P., & Moolngearn, P. (2024). Innovation management and impact on social economy: A perspective of community enterprise in a developing country. *Journal of Governance and Regulation*, 13(1), 264–276. <https://doi.org/10.22495/jgrv13i1siart1>.
- Tongdhamachart, N., & Niyomsilpa, S. (2022). Mediating effect of digital marketing capability on marketing effectiveness of community enterprises in Nakhon Pathom Province, Thailand. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(1), 201–220. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2022-3801-11>.
- Yang, W., & Bi, C. (2024). Marketing the community-based eco-tourism for Thai and Chinese under the new media era for local authorities. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 4481–4496. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4563>.