



การสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร*

COMMUNICATION OF COMMUNITY ENTERPRISE LEADERS TO PROMOTE WELLNESS TOURISM, THAI WISDOM, AND HERBS

วินัส เข่งนุเคราะห์^{1*}, สุภาภรณ์ ศรีดี¹, หลัทัย ปัญญาธรรมากร¹, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์²

Venus Khengnukhro^{1*}, Supaporn Sridee¹, Haruthai Panyawuthathrakul¹, Kuntida Thamwipat²

¹สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

¹School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

²คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

²Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: venuskhengnukhro@gmail.com

*Tel: 096-645-6626

บทคัดย่อ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรจำเป็นต้องอาศัยสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน เพื่อถ่ายทอดคุณค่าของภูมิปัญญา สร้างความเชื่อมั่น และเชื่อมโยงเครือข่าย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสมรรถนะการสื่อสาร 2) ศึกษาการจัดการการสื่อสาร และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบข้ามกรณีศึกษา ผู้ให้ข้อมูลหลัก 20 คน คัดเลือกแบบเจาะจงจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบระดับดีเยี่ยม 5 ภูมิภาค ครอบคลุมประธานวิสาหกิจชุมชน กรรมการวิสาหกิจชุมชน ภาควิชาเครือข่าย และนักวิชาการ เครื่องมือ ได้แก่ แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เก็บข้อมูลจนเกิดความอิ่มตัว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การเปรียบเทียบข้ามกรณี และการตรวจสอบแบบสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะการสื่อสาร ประกอบด้วย การสื่อสารของผู้นำและบทบาทของผู้นำ โดยเน้นสื่อผสมผสาน การเล่าเรื่อง การสาธิต ประสบการณ์ตรง การมีส่วนร่วม และการบอกต่อ 2) การจัดการการสื่อสาร ครอบคลุมทักษะผู้นำ สมรรถนะหลัก และสมรรถนะเสริม โดยมีการรับฟัง ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และการประสานเครือข่ายเป็นกลไกสำคัญ และ 3) การพัฒนาสมรรถนะควรยกระดับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติควบคู่กับการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการเชื่อมโยงเครือข่าย โดยคำนึงถึงความแตกต่างด้านทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากร และอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแบบจำลองนิเวศวิทยาการสื่อสารเชิงบูรณาการเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรอย่างยั่งยืน ซึ่งสะท้อนการเชื่อมโยงสมรรถนะผู้นำชุมชน กระบวนการสื่อสาร และเครือข่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: การสื่อสารของผู้นำ, สมรรถนะการสื่อสาร, วิสาหกิจชุมชน, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, ภูมิปัญญาไทย และสมุนไพร

Abstract

Promoting wellness tourism based on Thai wisdom and herbs required effective communication competencies among community enterprise leaders to communicate the value of local wisdom, build trust, and connect relevant networks. This study aimed to: 1) Examine the communication competencies of community enterprise leaders; 2) Investigate their communication management; and 3) Explore guidelines for developing their communication competencies to promote wellness tourism based on Thai wisdom and herbs. The study employed a qualitative cross-case research design. Twenty key informants were purposively selected from five model community enterprises rated at the excellent level across five regions of Thailand, including community enterprise chairpersons, committee members, network partners, and academics. Data were collected through semi-structured in-depth interviews and non-participant observation until data saturation was reached. The data were analyzed using content analysis and cross-case analysis, while the credibility of the findings was examined through triangulation. The findings revealed that: 1) Communication competencies comprised leader communication and leadership roles, with emphasis on integrated media use, storytelling, demonstrations, direct experiences, participation, and word-of-mouth communication; 2) Communication management encompassed leadership skills, core competencies, and functional competencies, with listening, honesty, transparency, credibility, and network coordination identified as key mechanisms; and 3) The development of communication competencies emphasized enhancing knowledge, attitudes, and practices together with experiential learning and network linkages, while taking into account differences in cultural capital, resources, and the distinctive identities of each community. The findings led to the proposal of the Integrated Communication Ecology Model for Advancing Sustainable Thai Wisdom and Herbal Wellness Tourism, which reflected the interconnections among leader competencies, community capital, communication processes, and networks in continuously promoting wellness tourism.

Keywords: Leader Communication, Communication Competency, Community Enterprise, Wellness Tourism, Thai Wisdom and Herbs

บทนำ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจมากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและแนวโน้มเติบโต โดยผสมผสานการเดินทางกับกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เช่น การพักผ่อน การทำสปา การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมความผ่อนคลายทางจิตใจ (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2569); (วาริพร ชูศรี และวรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, 2563) ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น สมุนไพร การนวดแผนไทย อาหารเพื่อสุขภาพและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ (วสุธิดา พูนกลัด และคณะ, 2566); (วาริพร ชูศรี และวรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, 2563) ขณะเดียวกันภาครัฐได้กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจสุขภาพ โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ให้ความสำคัญกับการยกระดับศักยภาพและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การพัฒนาบุคลากร การสร้างความร่วมมือและความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) สอดคล้องกับแผนงานเศรษฐกิจสุขภาพเป็นเลิศของกระทรวงสาธารณสุขที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ ยกระดับการแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสร้างงานและอาชีพแก่ประชาชน (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2567) ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร

วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการนำทรัพยากร วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนมาสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเอง โดยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 กำหนดให้วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจกรรมอื่นที่ดำเนินการโดยบุคคลในชุมชนเพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2558) ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิสาหกิจชุมชนสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และธันสสา โรจนตระกูล, 2565); (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567) ผู้นำวิสาหกิจชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ การสื่อสารของผู้นำจึงครอบคลุมทั้งการอธิบายที่มาและคุณค่าของสมุนไพรและภูมิปัญญา การเล่าเรื่อง การสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (พิจักขณ์ จันทวิโรจน์ และปธาน สุวรรณมงคล, 2566); (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567)

แม้ว่าการสื่อสารจะมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งยังมีข้อจำกัดด้านความรู้และทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567) ขณะเดียวกันกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกได้ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ครั้งที่ 1/2567 จาก 5 ภูมิภาค พบวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านเกณฑ์ระดับดีเยี่ยม

จำนวน 5 แห่ง ซึ่งสะท้อนถึงพื้นที่ที่มีศักยภาพและสามารถนำมาศึกษาเพื่อถอดบทเรียนด้านการสื่อสารของผู้นำได้ (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2567) เมื่อพิจารณาจากสภาพปัญหาและประเด็นที่เกี่ยวข้อง พบช่องว่างสำคัญที่ควรศึกษาให้ชัดเจน 3 ประเด็น ได้แก่ สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำเกี่ยวข้องกับการสื่อสารและบทบาทของผู้นำ การจัดการการสื่อสารของผู้นำเกี่ยวข้องกับความท้าทาย สมรรถนะหลักและสมรรถนะเสริมและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำเพื่อให้สามารถถ่ายทอดนโยบาย วิสัยทัศน์และคุณค่าของภูมิปัญญาไทย และสมุนไพรได้อย่างเหมาะสม โดยประเด็นดังกล่าวยังขาดการศึกษาที่ครอบคลุมในลักษณะเชื่อมโยงกัน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร โดยศึกษาจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบระดับดีเยี่ยมจาก 5 ภูมิภาค เพื่อทำความเข้าใจ สมรรถนะการสื่อสาร การจัดการการสื่อสาร และแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำ ผลการศึกษา จะช่วยให้เกิดองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้นำ การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร และการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบข้ามกรณีศึกษา (Qualitative Cross-Case Study) มุ่งศึกษา สมรรถนะการสื่อสาร การจัดการการสื่อสารและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร โดยศึกษากรณีวิสาหกิจชุมชนต้นแบบจาก 5 ภูมิภาค และเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกรณีเพื่อค้นหาทั้งประเด็นร่วมและลักษณะเฉพาะตามบริบทของแต่ละพื้นที่

พื้นที่ศึกษาคัดเลือกแบบเจาะจง

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก 3 ประการ คือ 1) เป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ผ่านการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในระดับดีเยี่ยมจากกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก 2) เป็นตัวแทนพื้นที่ที่มีบริบททางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและการบริหารที่แตกต่างกัน ใน 5 ภูมิภาค เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้ามกรณี และ 3) มีความโดดเด่นด้านนวัตกรรมภูมิปัญญาเฉพาะถิ่นที่เชื่อมโยงสมุนไพรและการดูแลสุขภาพกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและมีผลงานเชิงประจักษ์เป็นที่ยอมรับ



พื้นที่ศึกษา ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนไต้ล้งเมืองลวงเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ (ภาคเหนือ) 2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มชีววิถี ตามแนวพระราชดำริฯ เศรษฐกิจพอเพียงบ้านคลองปลากั้ง จังหวัดนครราชสีมา (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์รักษ์จอมบึง จังหวัดราชบุรี (ภาคกลาง) 4) วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี (ภาคตะวันออก) และ 5) วิสาหกิจชุมชนเพชรศิรีโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช (ภาคใต้)

ผู้ให้ข้อมูลหลักและวิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 คน คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริหารจัดการ การสื่อสาร การถ่ายทอดภูมิปัญญาและการสนับสนุนหรือขับเคลื่อนเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชน โดยกระจายพื้นที่ละ 4 คน ครอบคลุมประธานวิสาหกิจชุมชน กรรมการวิสาหกิจชุมชน ภาควิชาเครือข่ายทั้งจากภาครัฐและเอกชน และนักวิชาการ รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 โครงสร้างผู้ให้ข้อมูลหลักและเกณฑ์การคัดเลือก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	จำนวน (คน)	คุณสมบัติ/เกณฑ์การคัดเลือก	พื้นที่ศึกษา
ประธานวิสาหกิจชุมชน	5	เป็นประธานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ มีบทบาทโดยตรงในการบริหารจัดการ กำหนดทิศทางและดำเนินการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร	5 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 1 คน
กรรมการวิสาหกิจชุมชน	5	เป็นกรรมการ ผู้ปฏิบัติงาน ที่มีบทบาทในการถ่ายทอดภูมิปัญญาสมุนไพร อัตลักษณ์ชุมชน หรือดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	5 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 1 คน
ภาควิชาเครือข่าย (ภาครัฐและเอกชน)	5	เป็นผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือเครือข่ายที่มีบทบาท ในการสนับสนุน ส่งเสริม หรือประสานการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว สุขภาพ มาตรฐาน หรือการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	5 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 1 คน
นักวิชาการ	5	เป็นผู้มีความรู้หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาไทย สมุนไพร การสื่อสาร หรือการพัฒนาชุมชน และสามารถให้ ข้อมูลในมุมมองทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา	5 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 1 คน

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก มีจำนวน 20 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ประธานวิสาหกิจชุมชน กรรมการวิสาหกิจชุมชน ภาควิชาเครือข่ายและนักวิชาการ กลุ่มละ 5 คน โดยกระจายครอบคลุมพื้นที่ศึกษาทั้ง 5 แห่ง พื้นที่ละ 1 คนในแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลได้รับการคัดเลือกจากผู้ที่มีบทบาท ความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร

การกำหนดประเด็นศึกษา

เพื่อให้ความหมายของประเด็นที่ศึกษามีความชัดเจน ผู้วิจัยกำหนดความหมายเชิงปฏิบัติการโดยสรุปว่า สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติในการรับ ตีความ และ ส่งสารเพื่อถ่ายทอดคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น สมุนไพรและการแพทย์แผนไทย ส่วนการจัดการการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถในการถ่ายทอดบริการและผลิตภัณฑ์ การมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ในการวิจัยนี้ครอบคลุมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งส่งเสริมสุขภาวะโดยเชื่อมโยงภูมิปัญญาไทย สมุนไพรและทรัพยากรชุมชนในพื้นที่ศึกษาที่ผ่านเกณฑ์ระดับดีเยี่ยม



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured In-depth Interview Guide) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยแนวคำถามสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล 2) สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน 3) การจัดการการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน และ 4) แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสาร

ผู้วิจัยนำแนวคำถามสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาเป็นรายข้อในด้านความเหมาะสม ความชัดเจน ความครอบคลุมของเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นวิธีหลักร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การจดบันทึก การบันทึกเสียง โดยได้รับอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลและการรวบรวมข้อมูลบริบทหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่มีบทบาททั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบและตรวจสอบข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูลได้และเก็บข้อมูลต่อเนื่องจนเกิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) กล่าวคือ คำตอบมีทิศทางซ้ำกันและไม่ปรากฏประเด็นใหม่เพิ่มเติม

การวิเคราะห์และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยถอดบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ อ่านทบทวนข้อมูลและจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จากนั้นวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผ่านกระบวนการลงรหัส ได้แก่ การลงรหัสแบบเปิดเพื่อค้นหาข้อความหรือแนวคิดสำคัญ การจัดความสัมพันธ์ของรหัสเป็นหมวดหมู่และการสังเคราะห์ประเด็นหลัก (Themes) เพื่อตอบคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า โดยด้านแหล่งข้อมูล (Data Triangulation) เปรียบเทียบข้อมูลจากผู้นำ กรรมการหรือผู้ปฏิบัติ ภาศิเครือข่ายและผู้เชี่ยวชาญจากกรณีศึกษา ทั้ง 5 พื้นที่ และด้านวิธีการ เปรียบเทียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและเอกสารหรือหลักฐานบริบทของพื้นที่ จากนั้นจึงวิเคราะห์เปรียบเทียบข้ามกรณีเพื่อจำแนกประเด็นร่วมและความแตกต่างตามบริบทของแต่ละพื้นที่

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 คน จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบระดับดีเยี่ยม 5 ภูมิภาค ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาและการเปรียบเทียบข้ามกรณี ผลการวิจัยสามารถนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ ดังนี้

1. สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 2 มิติที่ทำงานเชื่อมโยงกัน ได้แก่ มิติด้านการสื่อสารของผู้นำ (Leader Communication) และ มิติด้านบทบาทของผู้นำ (Leadership Role)



มิติด้านการสื่อสารของผู้นำ ประกอบด้วย 3 ลักษณะสำคัญ คือ 1) การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสานระหว่างสื่อออนไลน์ สื่อบุคคล การสื่อสารแบบเผชิญหน้าและเครือข่ายภายนอก 2) การกำหนดประเด็นสารโดยเชื่อมโยงภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่นกับกระแสสุขภาพ พร้อมใช้การสาธิตและกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติจริง และ 3) การติดตามผลการสื่อสารผ่านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว การบอกต่อการรับรู้บนสื่อออนไลน์และข้อมูลการมาเยือน แม้บางพื้นที่ยังไม่มีระบบตัวชี้วัดอย่างเป็นทางการ

ตัวอย่างเช่น ผู้นำวิสาหกิจชุมชนไต้ลือเมืองหลวงเหนือไม่ได้เพียงนำเสนออาหาร แต่ใช้การสาธิตและอธิบายสรรพคุณของวัตถุดิบในเมนูสุขภาพเพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว

มิติด้านบทบาทของผู้นำพบ 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) การขยายความ 2) การบอกต่อ 3) การสร้างการมีส่วนร่วม 4) การโน้มน้าวใจ และ 5) การสร้างแรงจูงใจ โดยผู้นำไม่ได้ทำหน้าที่เพียงส่งข้อมูลแต่เป็นผู้สื่อความหมายที่นำเรื่องราวของชุมชนมาสร้างคุณค่าและประสบการณ์ ตัวอย่างเช่น ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนไต้ลือเมืองหลวงเหนือสะท้อนว่า

“การสื่อสารที่ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากที่สุด คือ ตัวบุคคล...การบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสัมผัสด้วยตนเองแล้วนำไปเล่าต่อ” (พรรษา บัวมะลิ, 2569)

ซึ่งสะท้อนว่าประสบการณ์ตรงและการบอกต่อเป็นกลไกสำคัญในการขยายการรับรู้ของพื้นที่

โดยสรุป ข้อค้นพบร่วมของทั้ง 5 กรณี คือ 1) การผสมผสานสื่อ 2) การเล่าเรื่อง 3) การสร้างประสบการณ์ตรง 4) การมีส่วนร่วม และ 5) การสร้างความไว้วางใจ ขณะที่เนื้อหาสาระและวิธีสื่อความหมายแตกต่างกันไปตามอัตลักษณ์และทุนของแต่ละชุมชน

สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 1 สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน

2. การจัดการการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการการสื่อสารของผู้นำมีโครงสร้าง 3 ระดับ ได้แก่ 1) ทักษะของผู้นำ (Leadership Skills) 2) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) และ 3) สมรรถนะเสริม (Functional/Soft Skills)

ระดับแรก ทักษะของผู้นำ เป็นฐานของการสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจ ประกอบด้วย การโน้มน้าวใจบนฐานความเชี่ยวชาญ ความซื่อสัตย์และโปร่งใส การรับฟังความคิดเห็นและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับจากสมาชิกและนักท่องเที่ยว ตัวอย่างจากวิสาหกิจชุมชนเพชรศิรีโฮมสเตย์ สะท้อนการใช้ความโปร่งใสในการบริหารผลประโยชน์ โดยเน้นให้สมาชิกได้รับรายได้เต็มจำนวน เพื่อลดความระแวงและสร้างความไว้วางใจภายในกลุ่ม

ระดับที่สอง สมรรถนะหลัก ประกอบด้วย การกำหนดประเด็นสาร การสร้างความน่าเชื่อถือ การประยุกต์ใช้สื่อและเทคโนโลยีและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ผู้นำสามารถนำทรัพยากรเดิมมาปรับกรอบความหมายใหม่ เช่น การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นเป็นเมนูสุขภาพ การใช้วิถีมะพร้าวเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยว หรือการสื่อสารมูลค่าเพิ่มของผลผลิตเกษตร

การสร้างความน่าเชื่อถืออาศัยทั้งความน่าเชื่อถือของผู้นำและการสนับสนุนจากองค์กรภายนอก เช่น หน่วยงานสาธารณสุข มหาวิทยาลัย การตรวจวิเคราะห์และมาตรฐานด้านสุขภาพเพื่อสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสมุนไพร

ด้านเทคโนโลยีพบการใช้ Facebook, YouTube และสื่อออนไลน์ในหลายพื้นที่ ส่วนการประยุกต์ใช้ AI พบชัดเจนในบางกรณีเท่านั้น เช่น การใช้ช่วยเขียนเรื่องราว ทำสไลด์และสร้างคอนเทนต์ ขณะที่บางพื้นที่ยังต้องการการสนับสนุนด้านการผลิตสื่อดิจิทัล ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมีลักษณะแตกต่างกันตามบริบทของแต่ละพื้นที่ ไม่ได้เป็นสมรรถนะร่วมของผู้นำวิสาหกิจชุมชนทั้ง 5 กรณีศึกษา

ระดับที่สาม สมรรถนะเสริม ได้แก่ การนำเสนอมุมมองใหม่ (Reframing) การเล่าเรื่อง การสร้างประสบการณ์ตรงและการปรับตัวต่อเทคโนโลยีเพื่อสร้างความแตกต่างและขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น การจัดการการสื่อสารของผู้นำจึงมีลักษณะเป็นการเชื่อมโยงจากทักษะด้านความสัมพันธ์และความไว้วางใจ การบริหารสารและเครือข่าย การสร้างความโดดเด่นด้วยเรื่องเล่า ประสบการณ์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่



การจัดการการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 2 การจัดการการสื่อสารของผู้นำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร

3. แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนามีลักษณะเป็นเส้นทางการพัฒนา (Roadmap) ที่เชื่อมโยงกัน 3 ชั้น ได้แก่ 1) การยกระดับความรู้ ทักษะและการปฏิบัติ (K-A-P) 2) การพัฒนาการสื่อสารผ่านประสบการณ์ตรง และ 3) การปรับทิศทางการเป็นจุดหมายปลายทางสุขภาพ (Wellness Destination)

3.1 ชั้นแรก การยกระดับ K-A-P ผู้นำควรได้รับการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ สมุนไพร มาตรฐานการตลาดและเทคโนโลยีควบคู่กับทัศนคติที่เปิดรับการเรียนรู้และสามารถนำความรู้ไปถ่ายทอดต่อได้ ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์รักษ์จอมบึงสะท้อนว่า

“คนที่จะมีชีวิตรอดได้ไม่ใช่คนที่ปลูกผักเป็น แต่เป็นคนการสอนปลูกผักเป็น...จึงต้องการประสบการณ์จากใครสักคน” (อภิวรรษ สุขพ่วง, 2569)

ซึ่งสะท้อนว่า การมีความรู้เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอหากไม่สามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นเข้าใจและนำไปใช้ได้

3.2 ชั้นที่สอง การพัฒนาการสื่อสารผ่านประสบการณ์ตรง โดยปรับจากการบรรยายข้อมูลทางเดียวไปสู่กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและลงมือปฏิบัติ เช่น การทำอาหารเป็นยา การเรียนรู้สมุนไพร การกัวซา การหมักแช่เท้าและกิจกรรมดูแลสุขภาพ ซึ่งมุ่งช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจภูมิปัญญาและเกิดความมั่นใจมากขึ้น

3.3 ชั้นที่สาม การปรับทิศทางการสู่ Wellness Destination โดยผู้นำควรติดตามแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชื่อมทุนเดิมของชุมชนกับกระแสสุขภาพ เช่น อาหารเป็นยา สุขภาพองค์รวม เกษตรอินทรีย์ หรือ Wellness Corridor พร้อมพัฒนาเครือข่ายกับภาครัฐ มหาวิทยาลัย ภาคธุรกิจและหน่วยงานด้านสุขภาพ เพื่อสนับสนุนความรู้ มาตรฐาน ตลาดและความน่าเชื่อถือ

ทั้งนี้ รูปแบบการพัฒนาควรคำนึงถึงความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะระดับความพร้อมด้านเทคโนโลยี ภาษา อัตลักษณ์และเครือข่ายไม่ควรใช้แนวทางเดียวกันกับทุกวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 3 แผนภาพสรุปแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้ามกรณีศึกษา พบว่า วิสาหกิจชุมชนทั้ง 5 พื้นที่มีจุดร่วมด้านการสื่อสาร คือ ผู้นำทำหน้าที่เป็นผู้สื่อความหมาย โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความซับซ้อนมาถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่องและการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว มีการใช้การสื่อสารแบบผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ในฐานเรียนรู้กับสื่อดิจิทัลและให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ขณะที่ความแตกต่างของแต่ละพื้นที่สัมพันธ์กับทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากรและอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน ซึ่งนำมาใช้กำหนดเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชนมิได้จำกัดอยู่เพียงความสามารถในการพูดหรือการเลือกใช้สื่อ แต่เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างมิติด้านการสื่อสารของผู้นำ (Leader Communication) และมิติด้านบทบาทของผู้นำ (Leadership Role) โดยผู้นำใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสาน (Cross-media) ควบคู่กับการเล่าเรื่อง การสาธิต การสร้างประสบการณ์ตรง การมีส่วนร่วมและการบอกต่อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ความเชื่อและการดูแลสุขภาพ ผู้นำจึงต้องสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้เฉพาะถิ่นให้เข้าใจง่ายและสร้างความไว้วางใจแก่ผู้รับสาร สอดคล้องกับ Simanungkalit, S. M. et al. ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Community empowerment program in management of health clinic development and herbal tourism ให้ความสำคัญกับสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำในการถ่ายทอดความรู้ กระตุ้นการมีส่วนร่วมและเสริมพลังเครือข่ายชุมชนในการพัฒนากิจการด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวสมุนไพร (Simanungkalit, S. M. et al., 2024) ดังนั้น การพัฒนาผู้นำจึงควรเน้นความสามารถในการแปลงภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นสารและประสบการณ์ที่ผู้รับสารเข้าถึงได้มากกว่าการพัฒนาเฉพาะทักษะการประชาสัมพันธ์



ด้านการจัดการการสื่อสาร พบว่า มีความเชื่อมโยงตั้งแต่ทักษะของผู้นำ (Leadership Skills) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ไปจนถึงสมรรถนะเสริม (Functional/Soft Skills) โดยการรับฟังอย่างเข้าใจ ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส และความไว้วางใจเป็นฐานสำคัญ ขณะที่การจัดการสาร การสร้างความน่าเชื่อถือ การใช้สื่อ และการประสานเครือข่ายช่วยให้วิสาหกิจชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้ ทรัพยากร มาตรฐาน และตลาด ได้กว้างขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิจักษณ์ จันทวิโรจน์ และปธาน สุวรรณมงคล ที่ได้ศึกษาเรื่อง การบริหาร วิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ โดยให้ความสำคัญกับการจัดการและพัฒนา เครือข่ายพันธมิตรในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ผลการศึกษาครั้งนี้พบการเชื่อมโยงกับหน่วยงานด้านสุขภาพ การท่องเที่ยวและสถาบันการศึกษาเพื่อสนับสนุนมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และบริการ (พิจักษณ์ จันทวิโรจน์ และปธาน สุวรรณมงคล, 2566) จึงกล่าวได้ว่า เครือข่ายเป็นกลไกสำคัญในการเสริมขีดความสามารถ ด้านการสื่อสารของผู้นำโดยเฉพาะภารกิจที่ชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้โดยลำพัง

ด้านเทคโนโลยี แม้หลายพื้นที่ใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายแต่การประยุกต์ใช้ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) พบชัดเจนเพียงบางกรณี จึงไม่ควรสรุปว่า AI เป็นสมรรถนะร่วมของผู้นำทั้ง 5 กรณีศึกษา ประเด็นสำคัญจึงอยู่ที่ความสามารถในการเลือกและปรับใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับความพร้อมของบุคลากร ลักษณะของสารและบริบทของพื้นที่มากกว่าการกำหนดเทคโนโลยีชนิดใดชนิดหนึ่งเป็นคุณลักษณะร่วมของทุกชุมชน

ด้านแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสาร ผลการวิจัยสะท้อนเส้นทางการพัฒนา (Roadmap) จากการยกระดับความรู้ ทักษะและการปฏิบัติ (K-A-P) ไปสู่การสื่อสารผ่านประสบการณ์ตรง (Learning by Doing) และการเชื่อมโยงทุนของชุมชนกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสู่การเป็น จุดหมายปลายทางสุขภาพ (Wellness Destination) โดยการสร้างประสบการณ์ตรงเป็นข้อค้นพบร่วมจากการ วิเคราะห์ข้ามกรณี แม้รูปแบบกิจกรรมจะแตกต่างกันตามภูมิปัญญาและทุนของแต่ละพื้นที่ ข้อค้นพบนี้สามารถ อธิบายร่วมกับทฤษฎีแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพ (Health Belief Model: HBM) โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Champion, V. L. & Skinner, C. S. ที่ได้อธิบายไว้ในบท The Health Belief Model ในหนังสือ Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice ว่า ในมิติสิ่งชักนำให้เกิดการปฏิบัติ (Cues to Action) การเล่าเรื่อง การสาธิต และการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือลงมือปฏิบัติ ช่วยทำให้ความรู้ด้านสุขภาพ และสมุนไพรมีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น (Champion, V. L. & Skinner, C. S., 2008) ดังนั้น การพัฒนาสมรรถนะ จึงควรออกแบบให้เหมาะกับระดับความพร้อมและบริบทของแต่ละชุมชน

โดยภาพรวม สมรรถนะของผู้นำ การจัดการการสื่อสารและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะมีความเชื่อมโยง กันเป็นระบบ โดยผู้นำต้องสามารถสร้างความไว้วางใจ ออกแบบสาร เลือกใช้ช่องทาง เชื่อมโยงเครือข่ายและถ่ายทอด ภูมิปัญญาผ่านประสบการณ์ที่ผู้รับสารเข้าใจและมีส่วนร่วมได้ อย่างไรก็ตามข้อค้นพบครั้งนี้มาจากวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบระดับดีเยี่ยม 5 กรณี ซึ่งมีบริบทและทุนของพื้นที่แตกต่างกัน จึงควรนำผลไปประยุกต์หรือถ่ายทอดไปเรียน โดยพิจารณาความเหมาะสมของแต่ละบริบท

องค์ความรู้ใหม่

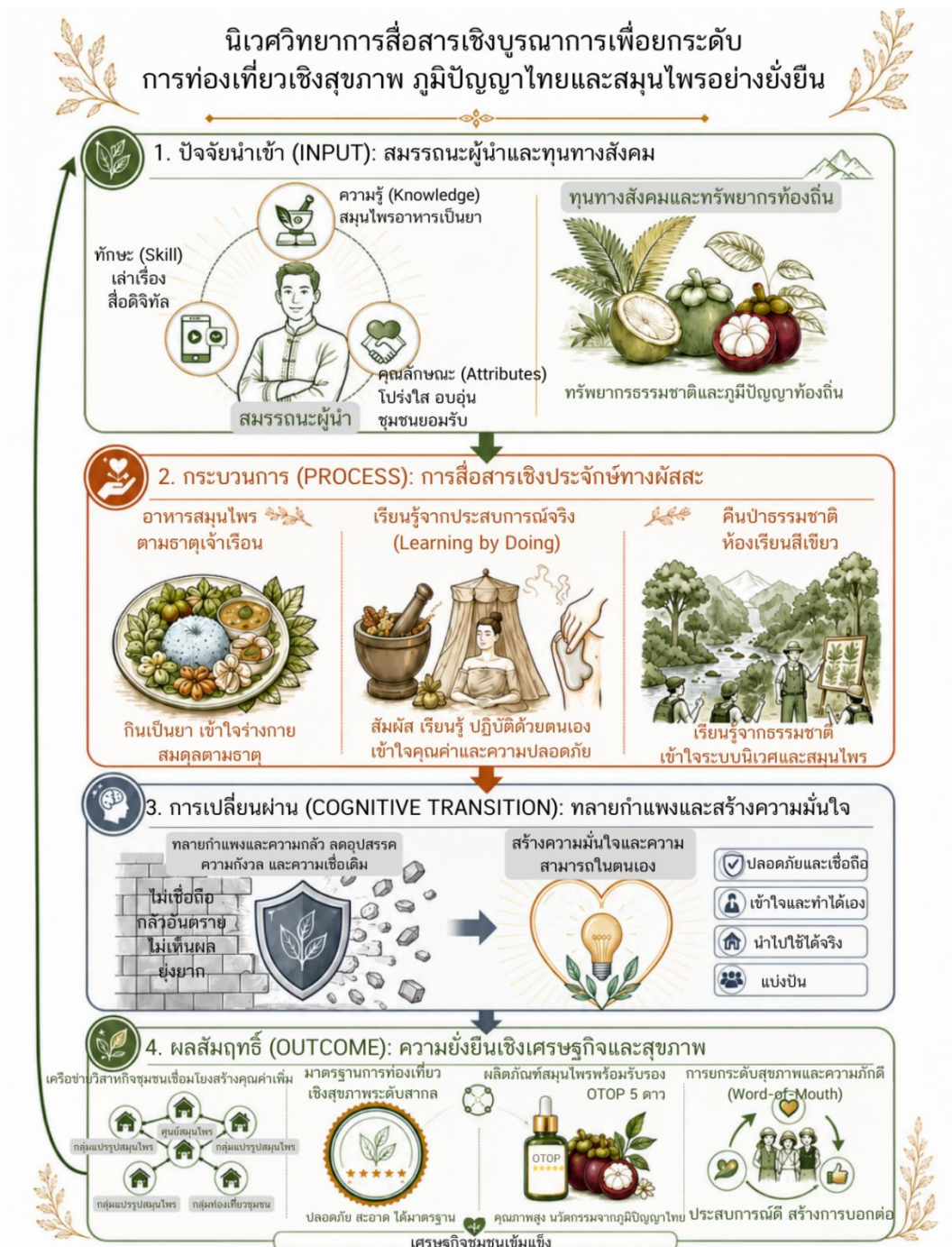
ผลการวิจัยและการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้ามกรณีของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง 5 พื้นที่ นำไปสู่ข้อเสนอแบบจำลองนิเวศวิทยาการสื่อสารเชิงบูรณาการเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรอย่างยั่งยืน ซึ่งสังเคราะห์จากข้อค้นพบด้านสมรรถนะการสื่อสาร การจัดการการสื่อสาร และแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน โดยนำข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ประธานวิสาหกิจชุมชน กรรมการวิสาหกิจชุมชน ภาควิชาเครือข่ายและนักวิชาการ มาวิเคราะห์ร่วมกับผลการเปรียบเทียบข้ามกรณีเพื่อค้นหาประเด็นร่วม ความแตกต่างตามบริบทและความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบของการสื่อสาร

ความใหม่ของแบบจำลองอยู่ที่การอธิบายการสื่อสารของผู้นำในลักษณะ ระบบนิเวศการสื่อสาร ซึ่งไม่ได้มองการสื่อสารเพียงกระบวนการส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารแต่เชื่อมโยงสมรรถนะของผู้นำ ทักษะทางสังคม ทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชน กระบวนการสื่อสารผ่านประสบการณ์ตลอดจนเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเป็นระบบ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะของผู้นำ ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส ความไว้วางใจ รวมถึงภูมิปัญญา ทรัพยากร อัตลักษณ์และเครือข่ายของชุมชน 2) กระบวนการ (Process) เป็นการนำทุนดังกล่าวมาออกแบบการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่อง การสาธิต การสร้างการมีส่วนร่วมและการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง 3) การเปลี่ยนผ่าน (Cognitive Transition) เป็นกระบวนการสร้างความเข้าใจ ลดอุปสรรคด้านการรับรู้และเสริมความมั่นใจผ่านการอธิบายอย่างเป็นเหตุเป็นผล ความน่าเชื่อถือและประสบการณ์ตรง และ 4) ผลสัมฤทธิ์ (Outcome) สะท้อนการยกระดับมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างเครือข่ายและทิศทางการพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นจุดหมายปลายทางสุขภาพ (Wellness Destination)

องค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนมีความเชื่อมโยงต่อเนื่องกัน โดยสมรรถนะของผู้นำและทุนของชุมชนเป็นฐานของการออกแบบการสื่อสารก่อนนำไปสู่การสื่อสารเชิงประสบการณ์ที่เน้นการเล่าเรื่อง การสาธิต และการลงมือปฏิบัติ ซึ่งช่วยสร้างความเข้าใจและความมั่นใจให้แก่ผู้รับสารแล้วจึงเชื่อมต่อไปยังมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์เครือข่ายและทิศทางการพัฒนาพื้นที่ นอกจากนี้ แบบจำลองยังมีกลไกการบอกต่อความไว้วางใจและการเชื่อมโยงทรัพยากรจากเครือข่ายกลับเข้าสู่ระบบ ทำให้ผลที่เกิดจากการสื่อสารสามารถย้อนกลับมาเสริมสมรรถนะของผู้นำ ทักษะทางสังคมและความเข้มแข็งของเครือข่ายได้อย่างต่อเนื่อง จึงสะท้อนว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ได้ขึ้นอยู่กับช่องทางหรือเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันของผู้นำ ทุนชุมชน กระบวนการสื่อสารและภาควิชาเครือข่ายที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

ทั้งนี้ ผลสัมฤทธิ์ (Outcome) ในแบบจำลองเป็นผลลัพธ์และทิศทางเชิงระบบที่สังเคราะห์จากข้อค้นพบของการวิจัย มิใช่ตัวแปรผลลัพธ์ที่ได้รับการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้น การนำแบบจำลองไปประยุกต์ใช้ควรคำนึงถึงความแตกต่างด้านทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากร สมรรถนะของผู้นำ และความพร้อมของเครือข่ายในแต่ละพื้นที่

จากเชื่อมโยงของข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) การเปลี่ยนผ่าน (Cognitive Transition) และผลสัมฤทธิ์ (Outcome) ให้เห็นเป็นลำดับเชิงระบบ โดยมีการเชื่อมโยงย้อนกลับของผลที่เกิดขึ้นไปสู่การเสริมสร้างสมรรถนะของผู้นำทุนทางสังคมและเครือข่ายของชุมชน ซึ่งสะท้อนลักษณะของระบบนิเวศการสื่อสารที่มีการเคลื่อนไหวและปรับตัวตามบริบทของแต่ละพื้นที่ ความสัมพันธ์ดังกล่าวสรุปเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 นิเวศวิทยาการสื่อสารเชิงบูรณาการเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรอย่างยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะการสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย มิติด้านการสื่อสารของผู้นำและมิติด้านบทบาทของผู้นำ โดยให้ความสำคัญกับการใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสาน การเล่าเรื่อง การสาธิต การสร้างประสบการณ์ตรง การมีส่วนร่วมและการบอกต่อเพื่อถ่ายทอดคุณค่าของภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ตลอดจนสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจแก่ผู้รับสาร 2) การจัดการการสื่อสารของผู้นำ ประกอบด้วย ทักษะของผู้นำ สมรรถนะหลักและสมรรถนะเสริม โดยมีการรับฟัง ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใสและการสร้างความน่าเชื่อถือเป็นพื้นฐาน ควบคู่กับการจัดการสาร การเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีที่เหมาะสมและการประสานเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและชุมชนเพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ มาตรฐานและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 3) แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสาร ควรเริ่มจากการพัฒนาความรู้ ทักษะและการปฏิบัติ (K-A-P) ควบคู่กับทักษะการเล่าเรื่องและการใช้สื่อแล้วพัฒนาสู่การสื่อสารผ่านประสบการณ์ตรง (Learning by Doing) แล้วเชื่อมโยงทุนของชุมชนกับเครือข่ายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนทิศทางการพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นจุดหมายปลายทางสุขภาพ (Wellness Destination) โดยข้อค้นพบทั้งสามส่วนได้นำไปสู่ข้อเสนอแบบจำลองนิเวศวิทยาการสื่อสารเชิงบูรณาการเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรอย่างยั่งยืน ในการนำผลการวิจัยไปใช้ 1) ระดับผู้นำวิสาหกิจชุมชน ควรพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพและสมุนไพร ทักษะการเล่าเรื่อง การสื่อสารดิจิทัล และการออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ โดยคำนึงถึงความถูกต้องของข้อมูล ความปลอดภัยของบริการ และอัตลักษณ์ของชุมชน 2) ระดับหน่วยงานในพื้นที่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดควรร่วมสนับสนุนการพัฒนาทักษะการสื่อสารสุขภาพ การเล่าเรื่องและการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ 3) ระดับเครือข่ายวิชาการ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิชาการ ควรสนับสนุนองค์ความรู้ การตรวจสอบข้อมูล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน และ 4) ระดับนโยบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้นำและการสร้างเครือข่ายควบคู่กับจริยธรรมการสื่อสารสุขภาพ ความปลอดภัยของบริการและการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรนำแบบจำลองไปศึกษาเชิงปริมาณในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของแบบจำลอง รวมทั้งศึกษาประสบการณ์และความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวตลอดจนเปรียบเทียบการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกันเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของการประยุกต์ใช้แบบจำลองในบริบทที่หลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2567). ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ครั้งที่ 1/2567. เรียกใช้เมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://www.dtam.moph.go.th/announcement/14544/>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.

- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. (2567). แผนงาน/โครงการกระทรวงสาธารณสุข ปี 2568. เรียกใช้เมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://spd.moph.go.th/แผนกระทรวงสาธารณสุข/>
- กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2569). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับโอกาสของประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 19 มิถุนายน 2569 จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/wellness-tourism-data-lab/>
- พรรษา บัวมะลิ. (28 เม.ย. 2569). การสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร. (วินัส เข้มขุนเคราะห์, ผู้สัมภาษณ์)
- พิทักษ์ จันทวิโรจน์ และปธาน สุวรรณมงคล. (2566). การบริหารวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 9(2), 170-185.
- วสุธิดา พูนกลัด และคณะ. (2566). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Community-Based Tourism for the Sustainable Development). วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 3(2), 793-812.
- วาริพร ชูศรี และวรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล. (2563). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย (Health Tourism: Thailand's Competitiveness). วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(2), 205-226.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568. เรียกใช้เมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://shorturl.asia/tut58h>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). เรียกใช้เมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-thirteenth-plan-2023-2027/>
- อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และธนัสตา โรจนตระกูล. (2565). การพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบมีส่วนร่วมสู่ชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. Journal of Modern Learning Development, 7(8), 414-430.
- อภิวรรษ สุขพ่วง. (31 พ.ค. 2569). การสื่อสารของผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร. (วินัส เข้มขุนเคราะห์, ผู้สัมภาษณ์)
- Champion, V. L. & Skinner, C. S. (2008). The health belief model. In Glanz, K. et al. (Eds.), Health behavior and health education: Theory, research, and practice. (4th ed.). (pp. 45-65). San Francisco: Jossey-Bass.
- Simanungkalit, S. M. et al. (2024). Community empowerment program in management of health clinic development and herbal tourism. Proceeding International Conference of Innovation Science, Technology, Education, Children and Health, 1(1), 82-92.