

แนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ
เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน

The Approach to Enhancing the Success of Community Enterprises in
the Herbal City Model for Development and Competitiveness in
the Sustainable Health Tourism Industry

รัฐยา พรหมหิตาทร และสุวัฒน์ จรรยาพูน

Ratthaya Phromhitathorn and Suwat Janyapoon

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

College of Logistics and Supply Chain, Sripatum University

E-mail¹ : ratthaya_ph@rmutto.ac.th

Date Received : 30 November 2025

Date Revised : 6 July 2026

Date Accepted : 8 July 2026

Date Published online : 25 September 2026

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ และ 2) เสนอแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือการวิจัยใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 18 คน จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตและแปรรูปสมุนไพร ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสุขภาพ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา โดยเลือกแบบเจาะจงคุณสมบัติ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดตามกระบวนการผลิตและการจัดการธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ และ 2) การพัฒนาทักษะและความรู้ของสมาชิกในชุมชนและ

¹ ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding author)

การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนก็เป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความสำเร็จและการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การเสริมสร้าง, ความสำเร็จ, วิสาหกิจชุมชน, การท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน

Abstract

This study aimed to 1) examine the success factors of community enterprises in a model herbal city, and 2) propose approaches for enhancing the success of community enterprises in the model herbal city in order to promote development and competitiveness in the sustainable health tourism industry. This study employed a qualitative research design, using semi-structured interviews as the data collection instrument. A total of 18 key informants were selected through purposive sampling, including community enterprise producers and herbal processors, health tourism business operators, representatives from government agencies and the private sector, and academic institutions. The data were analyzed using content analysis. The findings revealed that 1) the key success factors included effective supply chain management, the application of digital technology for production tracking and business management, product differentiation, and the promotion of health tourism through activity design tailored to specific customer groups; and 2) the development of community members' skills and knowledge, as well as the establishment of collaboration networks among community enterprises, government agencies, and the private sector, were crucial in enhancing success and supporting the sustainable expansion of the business.

Keywords: Enhancement, Success, Community Enterprises, Sustainable Health Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ได้รับความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับโลก โดยองค์การอนามัยโลก (World Health Organization [WHO], 2015) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (World Tourism Organization [UN Tourism], 2023) ได้ระบุว่า อุตสาหกรรมดังกล่าวมีแนวโน้มการเติบโตสูง อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และความตระหนักรู้ด้านสุขภาพเชิงป้องกันที่เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน Global Wellness Institute (2024) ยังชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโลกในระยะยาว

การเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน โดยเฉพาะในยุคที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว วิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรมีบทบาทเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าทางการแพทย์และความหลากหลายสูง สามารถนำมาใช้ทั้งเพื่อการรักษาและการส่งเสริมสุขภาพ (สมบูรณ์ สารพัด และคณะ, 2565) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีคุณภาพไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ แต่ยังตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคในตลาดที่มีการแข่งขันสูง (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2564) อีกทั้งวิสาหกิจชุมชนที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562)

การพัฒนาธุรกิจในเมืองสมุนไพรไม่เพียงมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเท่านั้น แต่ยังต้องให้ความสำคัญกับการจัดการโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเชื่อมโยงกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำคือการปลูกสมุนไพรไปจนถึงปลายน้ำคือ การจัดจำหน่ายอย่างเป็นระบบ (Mentzer et al., 2001) ทั้งนี้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการโซ่อุปทานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับความโปร่งใสในการติดตามคุณภาพผลิตภัณฑ์จากต้นทางถึงผู้บริโภค (Bowersox et al., 2020; Lambert & Cooper, 2000) อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและสนับสนุนการตัดสินใจที่รวดเร็วในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Shukor et al., 2021)

ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนยังขึ้นอยู่กับการพัฒนาทักษะและความรู้ของสมาชิกในชุมชน โดยเฉพาะการฝึกอบรมด้านการผลิต การตลาด และการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวสุขภาพ (Prajogo & Olhager, 2012) การพัฒนาทักษะดังกล่าวช่วยให้สมาชิกชุมชนมีความรู้ที่ทันสมัยและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Flynn et al., 2010) นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น ระบบ ERP และแพลตฟอร์มออนไลน์ด้านการตลาด ยังช่วยเพิ่มการเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Bowersox et al., 2020) ซึ่งโดยรวมแล้วการพัฒนาทักษะและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน (Shukor et al., 2021)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีเอกลักษณ์และตอบโจทย์ตลาดสุขภาพและการท่องเที่ยวสุขภาพจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด (Porter, 1985) ซึ่งการแปรรูปสมุนไพรในรูปแบบที่มีคุณสมบัติพิเศษสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคได้ (Bowersox et al., 2020) โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในตลาด ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และความยั่งยืนในธุรกิจ (Shukor et al., 2021) นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีความแตกต่างยังสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lambert & Cooper, 2000)

อย่างไรก็ตามมีการศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรในหลายด้านแล้ว แต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการบูรณาการการพัฒนาในทุกด้านของโซ่อุปทานและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรในระดับท้องถิ่นและความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนยังไม่ถูกศึกษาอย่างละเอียด และยังมีช่องว่างในการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวสุขภาพอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน
2. เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน

ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยนี้ ปัจจัยแห่งความสำเร็จวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน 2) แนวคิดเกี่ยวกับความร่วมมือในโซ่อุปทาน 3) แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน และ 4) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีทฤษฎีหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) เป็นแนวคิดเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการบูรณาการกิจกรรมทางธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บ การกระจายสินค้า ไปจนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการแก่ผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ลูกค้าในระยะยาว (Christopher, 2022; Council of Supply Chain Management Professionals, 2023) ในบริบทของเศรษฐกิจยุคใหม่ การจัดการโซ่อุปทานได้พัฒนาไปสู่การบูรณาการแบบดิจิทัล (digital supply chain integration) ซึ่งให้ความสำคัญกับการไหลเวียนของข้อมูลแบบเรียลไทม์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างองค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความไม่แน่นอนของตลาด และการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ (Ivanov & Dolgui, 2022; Queiroz et al., 2023) นอกจากนี้ แนวคิดโซ่อุปทานสมัยใหม่ยังให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นของระบบ (supply chain resilience) และความยั่งยืน (sustainable supply chain) โดยมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการสร้างเสถียรภาพของระบบการผลิตและการกระจายสินค้าในระยะยาว (Chowdhury et al., 2021; Le & Fan, 2024) สำหรับอุตสาหกรรมสมุนไพรและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โซ่อุปทานมีลักษณะซับซ้อน

เนื่องจากเกี่ยวข้องกับสินค้าเชิงกายภาพ (ผลิตภัณฑ์สมุนไพร) และบริการเชิงประสบการณ์ (wellness services) จึงจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของคุณค่า (value co-creation) ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจชุมชน (Abeysekara et al., 2019)

2. แนวคิดเกี่ยวกับความร่วมมือในโซ่อุปทาน

ความร่วมมือในโซ่อุปทาน (Supply Chain Collaboration) เป็นแนวคิดเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการบูรณาการการดำเนินงานระหว่างองค์กรตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไป โดยอาศัยการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทรัพยากร ความรู้ และการบริหารความเสี่ยงร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานและสร้างคุณค่าร่วม (value co-creation) ให้แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (Kamble et al., 2020) ในบริบทของโซ่อุปทานสมัยใหม่ ความร่วมมือไม่ได้จำกัดเพียงการประสานงานในระดับปฏิบัติการเท่านั้น แต่ได้ขยายไปสู่ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ (strategic collaboration) ซึ่งรวมถึงการวางแผนร่วมกัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การแบ่งปันข้อมูลเชิงลึกของตลาดแบบเรียลไทม์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจร่วมกัน (Zhang et al., 2024) นอกจากนี้ แนวคิดความร่วมมือในโซ่อุปทานยังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความยั่งยืนขององค์กร (supply chain sustainability) เนื่องจากการทำงานร่วมกันระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจช่วยลดความซับซ้อนของทรัพยากร ลดความสูญเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนในระยะยาว (Le & Fan, 2024) สำหรับบริบทของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความร่วมมือในโซ่อุปทานมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือแบบพหุภาคี (multi-stakeholder collaboration) ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว การสร้างความไว้วางใจ (trust) และความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างเครือข่ายจึงเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของระบบและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน (Ivanov & Dolgui, 2022)

3. แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นแนวคิดเชิงกลยุทธ์ที่สะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการสร้างและส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง ผ่านการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมทั้งด้านต้นทุน (cost efficiency) การสร้างความแตกต่าง (differentiation) และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะ (focus strategy) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว (Porter & Kramer, 2011) ในงานวิจัยร่วมสมัย แนวคิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้พัฒนาไปสู่กรอบแนวคิดเชิงทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) และกรอบความได้เปรียบเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) ซึ่งเน้นว่าองค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืนได้จากการใช้ทรัพยากรที่มีลักษณะเฉพาะและยากต่อการลอกเลียนแบบ เช่น ความรู้เชิงท้องถิ่น นวัตกรรม ความสามารถของบุคลากร และทุนทางสังคม

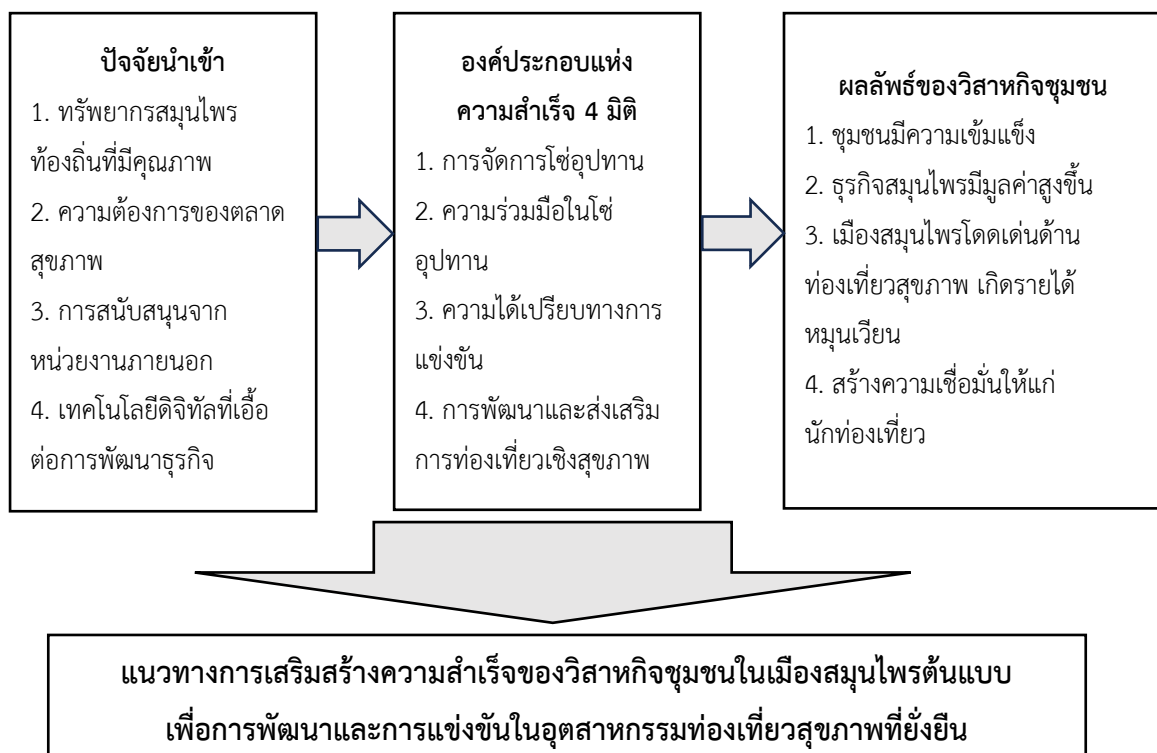
(Barney et al., 1991) นอกจากนี้ แนวคิดสมัยใหม่ยังให้ความสำคัญกับ “ความได้เปรียบเชิงความยั่งยืน” (Sustainable Competitive Advantage) ซึ่งเป็นความสามารถขององค์กรในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการรักษาสมดุลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในบริบทของวิสาหกิจชุมชนที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานการผลิต (Porter & Kramer, 2011) สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพร ความได้เปรียบในการแข่งขันมิได้เกิดจากปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการบูรณาการขององค์ประกอบเชิงคุณค่า ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ของสมุนไพรและภูมิปัญญาท้องถิ่น (local identity and indigenous knowledge) 2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพ (health service quality) 3) ความน่าเชื่อถือและทุนทางสังคมของชุมชน (social capital and trust) และ 4) การเชื่อมโยงกับระบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism linkage) องค์ประกอบดังกล่าวสะท้อนถึงความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงยั่งยืน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้สามารถแข่งขันได้ในระดับพื้นที่ ระดับประเทศ และระดับนานาชาติอย่างมั่นคงในระยะยาว

4. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างและฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั้งในมิติทางกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม ผ่านกิจกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น สปา การนวดเพื่อสุขภาพ การแพทย์แผนไทย การทำสมาธิ โยคะ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย (Global Wellness Institute, 2024) ในบริบทหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ การป้องกันโรค และการสร้างสมดุลชีวิตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ความต้องการบริการด้านสุขภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (Hui & Fan, 2024; Smith & Puczkó, 2014) ซึ่งการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบเชิงระบบที่สำคัญ ได้แก่ 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพและการท่องเที่ยว (health and tourism infrastructure) 2) การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (environmental sustainability management) และ 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนา (community participation) ทั้งนี้ องค์ประกอบดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างสมดุล (Ashraf et al., 2024; UN Tourism, 2023) นอกจากนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับแนวคิดความยั่งยืน (sustainability) ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการสร้างรายได้ให้กับชุมชน การอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว (UN Tourism, 2023)

สรุปได้ว่าการวิจัยนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ โดยเลือกพิจารณา 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การจัดการโซ่อุปทาน ความร่วมมือในโซ่อุปทาน

ความได้เปรียบในการแข่งขัน และการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากทั้งสี่ปัจจัยดังกล่าว เป็นองค์ประกอบเชิงระบบที่ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของห่วงโซ่คุณค่า อีกทั้งยังสะท้อนความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างการทำงานขององค์กรและเครือข่ายภายนอก ซึ่งส่งผลต่อการสร้างคุณค่าและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ กรอบแนวคิดดังกล่าวจึงมีได้มุ่งเน้นเพียงปัจจัยเชิงเดี่ยว แต่เป็นการอธิบายความเชื่อมโยงของระบบคุณค่าแบบองค์รวม ที่นำไปสู่ความสำเร็จของเมืองสมุนไพรในบริบทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ งานวิจัยยังให้ความสำคัญกับแนวคิดความยั่งยืน เป็นแกนกลางของการวิเคราะห์ โดยมุ่งเน้นให้เห็นว่าการจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ความร่วมมือในเครือข่ายช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและความเข้มแข็งของชุมชน ความได้เปรียบในการแข่งขันช่วยยกระดับศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น ทั้งนี้ การบูรณาการองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านดังกล่าวจึงเป็นกลไกสำคัญที่สนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรสามารถพัฒนาได้อย่างมั่นคง มีความสามารถในการแข่งขัน และเติบโตอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพต่อไป ดังกรอบแนวคิดการวิจัย ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัยหรือระเบียบวิธีการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในภาพกว้างและประเด็นเชิงลึกที่สำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยเลือกใช้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวน 18 คน ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพตามแนวทางของ Nastasi and Schensul (2005) ประกอบด้วย วิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูปสมุนไพร จำนวน 3 คน กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ นวด สปา จำนวน 3 คน กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารสุขภาพ จำนวน 2 คน กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน ตัวแทนจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) จำนวน 3 คน สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พัฒนาการอำเภอ จำนวน 2 คน และตัวแทนจากสมาคมท่องเที่ยว จำนวน 2 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ รวมทั้งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทาง สนับสนุน หรือขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยได้อย่างเหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าในลักษณะกว้าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตำรา เอกสาร ทั้งนี้ข้อคำถามที่ใช้ในแบบสัมภาษณ์จะต้องสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งข้อคำถามจะถูกปรับปรุงและพัฒนาโดยที่ปรึกษา ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยข้อคำถามที่ใช้จะเป็นลักษณะของคำถามแบบปลายเปิด สามารถปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่ใช้ศึกษา ในด้านการดำเนินงาน และปัจจัยความสำเร็จ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเสนอแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Data Source Triangulation) จากผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกันอย่างน้อย 3 กลุ่ม เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือ รอบด้าน และสะท้อนสภาพปัญหาตามความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มจากการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากนั้นผู้วิจัยถอดความข้อมูลจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด แล้วอ่านทบทวนข้อมูลหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจภาพรวมของเนื้อหา ต่อมาจึงดำเนินการจำแนกข้อมูลโดยกำหนดรหัสข้อมูลหรือประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วจัดกลุ่มข้อมูลที่มีความหมายใกล้เคียงกันให้เป็นหมวดหมู่หรือประเด็นหลัก หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มมาเปรียบเทียบกัน เพื่อพิจารณาความเหมือน ความแตกต่าง และความสอดคล้องของข้อมูลในแต่ละประเด็น การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้านี้ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากหลายแหล่ง ลดอคติจากการตีความของผู้วิจัย และทำให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น เมื่อได้ประเด็นที่ชัดเจนแล้ว ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์และตีความข้อมูลตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมทั้งนำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะพรรณนาความ เพื่ออธิบายประเด็นสำคัญที่พบจากข้อมูลอย่างเป็นระบบ

การพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยขอความร่วมมือในการวิจัยด้วยวาจา และหนังสือขอความร่วมมือ โดยอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ความสำคัญของข้อมูล และวิธีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นความลับให้กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทราบ เมื่อกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอมให้ความร่วมมือในการวิจัยให้เซ็นชื่อลงในเอกสารแสดงความยินยอม โดยจะไม่มี การเปิดเผยข้อมูลให้ผู้อื่นทราบ และกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์มีสิทธิที่จะตอบรับ หรือปฏิเสธในการเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ได้ตลอดเวลา

ผลการศึกษา

จากการศึกษา เรื่องแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพร เพื่อการพัฒนา และการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน สามารถรายงานผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน ดังนี้

1. การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) พบว่า การจัดการโซ่อุปทานในวิสาหกิจชุมชนเมืองสมุนไพรต้นแบบมีความสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสมุนไพรในพื้นที่และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพ โดยมีการเลือกใช้สมุนไพรท้องถิ่นที่ปลูกด้วยวิธีการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีความปลอดภัย และได้มาตรฐานตามธรรมชาติ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดตามคุณภาพและกระบวนการผลิต

ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทาน และทำให้ระบบการผลิตและจัดจำหน่ายมีความโปร่งใสและสามารถควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความร่วมมือในโซ่อุปทาน (Collaboration in Supply Chain) พบว่า ความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพในโซ่อุปทาน โดยวิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาชุมชน สถาบันการศึกษา และองค์กรสาธารณสุข ซึ่งช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนและตลาดได้สะดวกขึ้น รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

3. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพร่ต้นแบบมีจุดแข็งในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณภาพ เช่น สมุนไพรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เช่น น้ำสมุนไพร่ สบู่สมุนไพร่ และผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมในตลาด การบริการที่อบอุ่นและการสร้างประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครให้กับลูกค้า ทำให้สามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและพันธมิตรในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

4. การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Development & Promotion of Health Tourism) พบว่า การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเมืองสมุนไพร่ต้นแบบเน้นการจัดกิจกรรมที่ตอบโจทย์การฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การทำเวิร์กช็อปสมุนไพร่ และการเดินป่าศึกษาธรรมชาติ โดยการออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น โปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โปรแกรมลดน้ำหนัก และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และการตลาดทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าใหม่ ๆ และขยายฐานลูกค้าในระดับสากล

ตารางที่ 1 สรุปผลการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ

องค์ประกอบหลัก	ประเด็นย่อยจากการวิเคราะห์	สาระสำคัญจากผู้ให้ข้อมูล (n=18)	แหล่งข้อมูลสนับสนุน (Triangulation)	ผลลัพธ์เชิงความสำเร็จ
การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)	การเชื่อมโยงต้นน้ำ-ปลายน้ำ / การใช้สมุนไพรอินทรีย์ / เทคโนโลยีดิจิทัล	มีการใช้สมุนไพรท้องถิ่นที่ปลูกแบบอินทรีย์ มีการควบคุมคุณภาพและติดตามกระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้การผลิตมีมาตรฐานและโปร่งใส	ผู้ประกอบการชุมชน / เอกสารการผลิต / แนวคิด SCM และ Digital Supply Chain	เพิ่มประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย และยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ
ความร่วมมือในโซ่อุปทาน (Collaboration in Supply Chain)	ความร่วมมือรัฐ-เอกชน-ชุมชน / การแลกเปลี่ยนความรู้ / การสนับสนุนทรัพยากร	มีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน ส่งผลให้เข้าถึงทุน ความรู้ และตลาดได้มากขึ้น	ผู้ให้สัมภาษณ์ / หน่วยงานรัฐ / เอกสารโครงการ / แนวคิด Collaboration Theory	เพิ่มความเข้มแข็งของเครือข่าย และการเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	อัตลักษณ์สมุนไพร / ผลิตภัณฑ์แปรรูป / การบริการเชิงประสบการณ์	ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เช่น สมุนไพรเฉพาะถิ่น ผลิตภัณฑ์สุขภาพหลากหลาย และบริการที่สร้างประสบการณ์เฉพาะตัวแก่ลูกค้า	ผู้ประกอบการ / ลูกค้า / แนวคิด RBV และ Competitive Strategy	สร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่า และรักษาฐานลูกค้า
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism Development)	กิจกรรม wellness / การตลาดดิจิทัล / โปรแกรมสุขภาพเฉพาะกลุ่ม	มีการจัดกิจกรรม เช่น นวดไทย เวิร์กช็อปสมุนไพร เดินป่าเชิงสุขภาพ และโปรแกรมเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุและลดน้ำหนัก พร้อมใช้ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง	นักท่องเที่ยว / เอกสารการท่องเที่ยว / แนวคิด Wellness Tourism (GWI, UNWTO)	ขยายตลาด เพิ่มนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน ดังนี้

1. การพัฒนาทักษะและความรู้ของสมาชิกในชุมชน เพื่อเสริมสร้างความสำเร็จให้กับวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ ควรจัดฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของสมาชิกในชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการฝึกอบรมในด้านการผลิต การตลาด การบริการลูกค้า และการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาความรู้ทางเทคนิคและการบริหารจัดการที่ทันสมัยจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพ

2. การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการธุรกิจ เช่น การใช้ระบบ ERP ในการจัดการโซ่อุปทาน การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการสื่อสารการตลาด และการสร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อรองรับการจองบริการต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลและจองบริการ

3. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาและขยายธุรกิจ การร่วมมือกันในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายได้อย่างยั่งยืน

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ตลาดสุขภาพและการท่องเที่ยวสุขภาพเป็นแนวทางที่สำคัญ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

5. การสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์และการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเสริมสร้างความสำเร็จให้กับวิสาหกิจชุมชน การใช้โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์และการตลาดจะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้ และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชน

6. การสร้างระบบการจัดการที่มีมาตรฐาน เช่น การใช้ระบบบริหารคุณภาพ (ISO) หรือการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพ

ตารางที่ 2 สรุปผลการศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ

แนวทางหลัก	ประเด็นย่อยจากการวิเคราะห์	สาระสำคัญจากผู้ให้ข้อมูล (n=18)	แหล่งข้อมูลสนับสนุน (Triangulation)	ผลลัพธ์เชิงความสำเร็จ
การพัฒนาทักษะ และความรู้ ของชุมชน	การฝึกอบรม / การตลาด / การผลิต / การบริการ / เทคโนโลยี	ควรพัฒนาทักษะสมาชิกอย่างต่อเนื่องทั้งด้านการ ผลิต การตลาด และการใช้เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน	ผู้ประกอบการชุมชน / เอกสารอบรม / แนวคิด Human Capital Development	เพิ่มศักยภาพบุคลากร และประสิทธิภาพการ ดำเนินงาน
การใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลในการบริหาร จัดการ	ERP / แพลตฟอร์มออนไลน์ / เว็บไซต์ / แอปพลิเคชัน	การใช้ระบบดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดการโซ่อุปทาน การตลาด และการจองบริการ ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้น	ผู้ให้ข้อมูล / ระบบธุรกิจชุมชน / แนวคิด Digital Transformation	เพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และขยายตลาด
การสร้างเครือข่าย พันธมิตร	รัฐ-เอกชน-ชุมชน-สถาบัน ศึกษา	ความร่วมมือช่วยเพิ่มโอกาสด้านทุน ความรู้ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน	หน่วยงานรัฐ / เอกชน / ทฤษฎี Collaboration Network	เพิ่มความเข้มแข็งของ ระบบธุรกิจและการ เติบโต
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป / นวัตกรรมสินค้า	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ช่วยสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่า และตอบโจทย์ตลาดสุขภาพ	ผู้ประกอบการ / ลูกค้า / แนวคิด Innovation & Value Creation	เพิ่มมูลค่าและ ความสามารถ ในการแข่งขัน
การตลาดออนไลน์ และการสร้างแบรนด์	Social media / Branding / Content marketing	การใช้สื่อออนไลน์ช่วยเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าใหม่ และสร้างความน่าเชื่อถือของแบรนด์	ผู้ใช้บริการ / ข้อมูลการตลาด / Digital Marketing Theory	เพิ่มการรับรู้ แบรนด์และยอดขาย
การยกระดับ มาตรฐานการจัดการ	ISO / QC / มาตรฐานสากล	การใช้มาตรฐานการจัดการช่วยสร้างความเชื่อมั่น และยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ	เอกสารมาตรฐาน / ผู้ประกอบการ / Quality Management Theory	เพิ่มความน่าเชื่อถือและ ความสามารถแข่งขัน ระยะยาว

สรุปผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง แนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพร เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่สำคัญในการประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืนมีหลายประการ โดยเฉพาะการจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสมุนไพรในพื้นที่กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพได้อย่างมีระบบ รวมถึงการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูง เช่น สมุนไพรที่ปลูกตามหลักเกษตรอินทรีย์และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดตามคุณภาพและกระบวนการผลิตก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานและทำให้ระบบการผลิตและการจัดจำหน่ายมีความโปร่งใส สามารถควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น พบว่า การออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น โปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โปรแกรมลดน้ำหนัก และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความแตกต่างในตลาดได้อย่างชัดเจน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และการตลาดยังช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และขยายฐานลูกค้าไปในระดับสากล และ 2) แนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน พบว่า การพัฒนาทักษะและความรู้ของสมาชิกในชุมชนโดยการฝึกอบรมในด้านการผลิต การตลาด และการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการธุรกิจ เช่น การใช้ระบบ ERP และแพลตฟอร์มออนไลน์ในการสื่อสารการตลาด ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สำคัญในการเสริมสร้างความสำเร็จโดยการร่วมมือกันในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและสร้างช่องทางการจำหน่ายได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ตลาดสุขภาพและท่องเที่ยวสุขภาพ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 3 สรุปผลการศึกษา เรื่อง แนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพร เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน

ปัจจัย/แนวทาง	รายละเอียด	การบูรณาการ
1. การจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ	เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสมุนไพรในพื้นที่กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพอย่างมีระบบ	ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นคุณภาพสูง เช่น สมุนไพรเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐาน
2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	ติดตามคุณภาพและกระบวนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทาน	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มความโปร่งใสในระบบการผลิตและการจัดจำหน่าย
3. การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น โปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ	การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวสุขภาพที่หลากหลาย เช่น การลดน้ำหนัก การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม
4. การประชาสัมพันธ์และการตลาดดิจิทัล	ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และการตลาด	ขยายฐานลูกค้าไปในระดับสากล โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการสื่อสารการตลาด
5. การพัฒนาทักษะและความรู้ของสมาชิกในชุมชน	ฝึกอบรมในด้านการผลิต การตลาด และการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	สร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน
6. การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการธุรกิจ	ใช้ระบบ ERP และแพลตฟอร์มออนไลน์ในการสื่อสารการตลาด	เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสามารถเข้าถึงตลาดใหม่ๆ ได้
7. การสร้างเครือข่ายพันธมิตร	ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา	ส่งเสริมการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขยายฐานลูกค้า
8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	เพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด

การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษา เรื่องแนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพร เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน สามารถนำมาอภิปรายประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

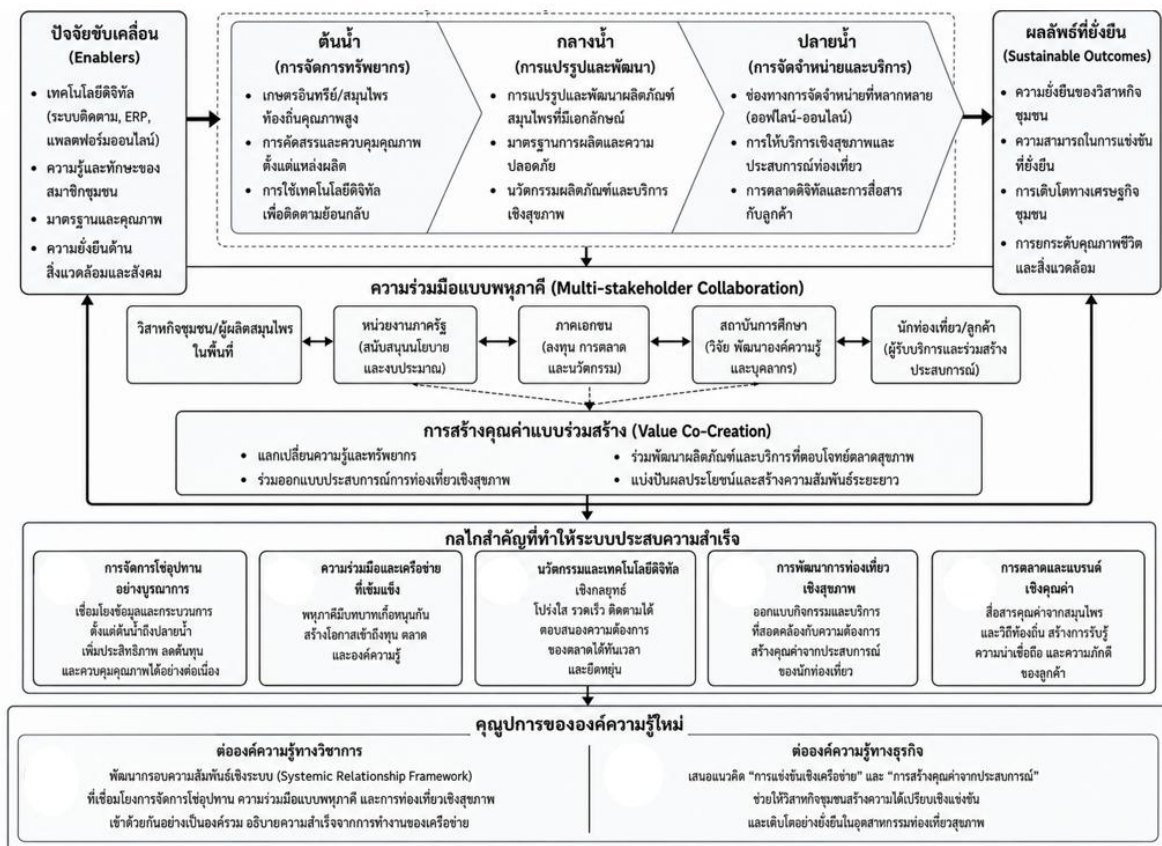
1. การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน พบว่า การจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยหลักที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสมุนไพรในพื้นที่กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพ ซึ่งการจัดการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มความโปร่งใสและสามารถควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Christopher, 2022) โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดตามคุณภาพและกระบวนการผลิต นอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานแล้ว ยังสามารถลดต้นทุนในการขนส่งและการเก็บรักษาสินค้าได้ (Ivanov & Dolgui, 2022) อีกทั้งยังช่วยให้กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด (Queiroz et al., 2023) รวมถึงการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะการใช้สมุนไพรที่ปลูกตามหลักเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีคุณภาพสูงและได้รับมาตรฐานตามธรรมชาติ (Barney et al., 1991) ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เช่น น้ำสมุนไพร สบู่สมุนไพร และผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นสามารถสร้างความแตกต่างในตลาดและสร้างความภักดีในหมู่ลูกค้า (Porter & Kramer, 2011) ซึ่งส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและพันธมิตรในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น โปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โปรแกรมลดน้ำหนัก และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความแตกต่างในตลาดได้อย่างชัดเจน (Global Wellness Institute, 2024) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และการตลาดยังช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และขยายฐานลูกค้าไปในระดับสากล ซึ่งเป็นการขยายตลาดให้กว้างขึ้นและสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคในระดับโลก (Smith & Puczkó, 2014; UNWTO, 2023)

2. แนวทางการเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบ เพื่อการพัฒนาและการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่ยั่งยืน พบว่า การพัฒนาทักษะและความรู้ของสมาชิกในชุมชน โดยการฝึกอบรมในด้านการผลิต การตลาด และการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2022) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาและบริหารจัดการกระบวนการต่าง ๆ ภายในโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาและมีคุณภาพสูง อีกทั้งการฝึกอบรมที่เน้นไปที่การผลิต การตลาด และการบริการลูกค้าจะช่วยให้สมาชิกในชุมชนมีความรู้และ

ทักษะที่ทันสมัย ซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพ โดยเฉพาะการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการธุรกิจ เช่น การใช้ระบบ ERP เพื่อการจัดการโซ่อุปทาน การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการสื่อสารการตลาด และ การใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการให้บริการลูกค้า ทั้งหมดนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (Ivanov & Dolgui, 2022; Queiroz et al., 2023) ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สำคัญในการเสริมสร้างความสำเร็จ โดยการร่วมมือกันในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและสร้างช่องทางการจำหน่ายได้อย่างยั่งยืน (Ma et al., 2025) นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ตลาดสุขภาพและท่องเที่ยวสุขภาพ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้อย่างชัดเจน (Barney et al., 1991) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างตรงจุดจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรต้นแบบสามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง การพัฒนาและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของวิสาหกิจในตลาดและทำให้สามารถดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ได้

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษาสามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ได้ว่า การเสริมสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเมืองสมุนไพรไม่ได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงลำพัง แต่เกิดจากระบบบูรณาการแบบองค์รวมของโซ่อุปทานเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการการจัดการโซ่อุปทานร่วมกับความร่วมมือแบบพหุภาคี และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้เกิดกรอบความสัมพันธ์เชิงระบบที่อธิบายได้ว่าความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการทำงานร่วมกันของเครือข่ายมากกว่าการดำเนินงานภายในองค์กรเพียงลำพัง ซึ่งถือเป็นการขยายองค์ความรู้จากงานวิจัยเดิมที่มักแยกการศึกษาเป็นรายปัจจัยอย่างอิสระ ในเชิงองค์ความรู้ทางธุรกิจ ผลการวิจัยนี้สะท้อนว่าวิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ผ่านการสร้างคุณค่าแบบร่วมสร้างระหว่างผู้ผลิตสมุนไพร หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงโซ่อุปทาน ทำให้เกิดความโปร่งใส ความรวดเร็ว และความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดเดิมที่เน้นเพียงการเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กร แต่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นการขยายขอบเขตของการแข่งขันไปสู่ระดับเครือข่าย และการสร้างคุณค่าจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่ (Google, 2026)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ ควรพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างโซ่อุปทานให้มีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับความผันผวนของตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถลดความสูญเสียในกระบวนการดำเนินงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโดยรวม
2. วิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานกำกับคุณภาพสินค้า ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อเพิ่มความโปร่งใสของกระบวนการผลิตยกระดับมาตรฐานสินค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. วิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานสนับสนุนด้านธุรกิจดิจิทัล ควรลงทุนและพัฒนาระบบแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงระบบบริหารจัดการทรัพยากรองค์กร (ERP) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจการตลาด และการจัดการข้อมูล ซึ่งจะช่วยขยายฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4. วิสาหกิจชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรจัดการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของสมาชิกในชุมชนอย่างต่อเนื่องในด้านการผลิต การบริการลูกค้า และการตลาด เพื่อยกระดับศักยภาพบุคลากรให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

5. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งของระบบวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการขยายช่องทางการจำหน่าย ซึ่งจะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชนในระยะยาว

6. วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเน้นการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า และตอบสนองความต้องการของตลาดสุขภาพที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพทางการตลาดอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลกระทบจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการผลิตและการตลาดของวิสาหกิจชุมชน เพื่อประเมินประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ได้รับจากการใช้งาน

2. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะในด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3. ควรมีการศึกษาแนวโน้มตลาดสุขภาพและท่องเที่ยวสุขภาพในอนาคต เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในอนาคต

4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากวิสาหกิจชุมชนไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเน้นการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้สมุนไพรและการตอบสนองต่อความต้องการในตลาดต่างประเทศ

5. ควรศึกษาผลกระทบจากการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะของสมาชิกในชุมชนต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2564). *ตอบโจทย์ตลาดสมุนไพร*. <https://www.moac.go.th/news-preview-431391791111>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). *ถึงเวลาไทยเงิน SME รุกตลาดสมุนไพร*.

https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Herb_Market.pdf

- สมบูรณ์ สารพัด, นิตยา โหราเรือง และเปรมิตา ปราณี. (2565). ผลกระทบของความสัมพันธ์โซ่อุปทานระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้จัดหาในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. *วารสารร้อยแก่นสาร*, 7(9), 460-476. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/255648>
- Abeysekara, N., Wang, H., & Kuruppuarachchi, D. (2019). Effect of supply-chain resilience on firm performance and competitive advantage: A study of the Sri Lankan apparel industry. *Business Process Management Journal*, 25(7), 1673-1695. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-09-2018-0241>
- Ashraf, M., Eltawil, A., & Ali, I. (2024). Disruption detection for a cognitive digital supply chain twin using hybrid deep learning. *Operational Research*, 24(1), 1-31. <https://doi.org/10.1007/s12351-024-00831-y>
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., Cooper, M. B., & Bowersox, J. C. (2020). *Supply chain logistics management* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chowdhury, P., Paul, S. K., Kaisar, S., & Moktadir, M. A. (2021). Covid-19 pandemic related supply chain studies: A systematic review. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 148, Article 102271. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2021.102271>
- Christopher, M. (2022). *Logistics and supply chain management: Creating value-adding networks* (6th ed.). Pearson.
- Council of Supply Chain Management Professionals. (2023). *CSCMP supply chain management definitions and glossary*. https://cscmp.org/CSCMP/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx
- Flynn, B. B., Huo, B., & Zhao, X. (2010). The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach. *Journal of Operations Management*, 28(1), 58–71. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2009.06.001>
- Global Wellness Institute. (2024). *The global wellness economy: Country Rankings Data for 2019-2024*. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2026-the-global-wellness-economy-country-rankings/>
- Google. (2026). *Gemini* [Large language model]. <https://gemini.google.com>

- Hui, J., & Fan, Y. (2024). Digital transformation, supply chain integration and supply chain performance: Evidence from Chinese manufacturing listed firms. *SAGE Open*, 14(3).
<https://doi.org/10.1177/21582440241281616>
- Ivanov, D., & Dolgui, A. (2022). Stress testing supply chains and creating viable ecosystems. *Operations Management Research*, 15(3–4), 475–486. <https://doi.org/10.1007/s12063-021-00194-z>
- Kamble, S., Gunasekaran, A., & Dhone, N. C. (2020). Industry 4.0 and lean manufacturing practices for sustainable organisational performance in Indian manufacturing companies. *International Journal of Production Research*, 58(5), 1319–1337.
<https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1630772>
- Lambert, D. M., & Cooper, M. C. (2000). Issues in supply chain management. *Industrial Marketing Management*, 29(1), 65–83. [https://doi.org/10.1016/S0019-8501\(99\)00113-3](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(99)00113-3)
- Le, T. V., & Fan, R. (2024). Digital twins for logistics and supply chain systems: Literature review, conceptual framework, research potential, and practical challenges. *Computers & Industrial Engineering*, 187, Article 109768.
<https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.109768>
- Ma, C., Zhang, L., You, L., & Tian, W. (2025). A review of supply chain resilience: A network modeling perspective. *Applied Sciences*, 15(1), Article 265.
<https://doi.org/10.3390/app15010265>
- Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2001). Defining supply chain management. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1–25.
<https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00001.x>
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, 43(3), 177–195.
<https://doi.org/10.1016/j.jsp.2005.04.003>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
- Prajogo, D. I., & Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration.

International Journal of Production Economics, 135(1), 514–522.

<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.09.001>

Queiroz, M. M., Wamba, S. F., Pereira, S. C. F., & Jabbour, C. J. C. (2023). The metaverse as a breakthrough for operations and supply chain management: Implications and call for action. *International Journal of Operations & Production Management*, 43(10), 1539–1553. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-01-2023-0006>

Shukor, A. A. A., Newaz, M. S., Rahman, M. K., & Taha, A. Z. (2021). Supply chain integration and its impact on supply chain agility and organizational flexibility in manufacturing firms. *International Journal of Emerging Markets*, 16(8), 1721–1744. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-04-2020-0418>

Smith, M. K., & Puczkó, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203083772>

World Health Organization. (2015). *World health statistics 2015*. <https://www.who.int/docs/default-source/gho-documents/world-health-statistic-reports/world-health-statistics-2015.pdf>

World Tourism Organization (UN Tourism). (2023). *International tourism highlights 2023 edition: The impact of COVID-19 on tourism (2020–2022)*. <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284424986>

Zhang, J., Brintrup, A., Calinescu, A., Kosasih, E., & Sharma, A. (2021). *Supply chain digital twin framework design: an approach of supply chain operations reference model and system of systems*. arXiv preprint. <https://arxiv.org/abs/2107.09485>