

Wellness Tourism Supply Chain: Conceptual and Assessment Framework for Thai Spa Business Entrepreneur

Nattachai Wongsupaluk¹, Poonpong Suksawang²
Kanok Panthong³

¹Ph.D. Candidate in Research and Statistics in Cognitive Science, Lecturer

²....., Assistant Professor

³....., Lecturer

College of Research Methodology and Cognitive Science,

Burapha University

E-mail: nattachai.wongsupaluk@gmail.com

159

ปีที่ 25

ฉบับที่ 2

พ.ศ.

-

ส.ค.

2562

Abstract

The objectives of this research was identified the set of principles, criteria, indicators, and verifier for wellness tourism supply chain management assessment framework for Thai spa business entrepreneur using the in-depth interview. The sample was nine stakeholders in 3 groups (upstream group, midstream group, downstream group) of wellness tourism supply chain. The sample was selected by purposive sampling. A semi-structured in-depth interview was used to collect data. The research result was found that the wellness tourism supply chain management assessment framework for Thai spa business entrepreneur has four principles namely 1) Internal integrated management

principle, 2) Management to expand market and customer, 3) Stakeholder management principle, and 4) Financial and economic management principle, Including, the twelve criteria, thirty-six indicators, and one hundred and thirty-five verifiers.

Keywords: wellness tourism supply chain, Thai spa business entrepreneur, assessment framework

โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: มโนทัศน์ และกรอบการประเมินสำหรับ ผู้ประกอบการกิจการสปาไทย

ณัฐชัย วงศ์ศุภลักษณ์¹, พูลพงศ์ สุขสว่าง²

กนก พานทอง³

¹สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา, นักศึกษา

²....., ผู้ช่วยศาสตราจารย์

³....., อาจารย์

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

E-mail: nattachai.wongsupaluk@gmail.com

161

ปีที่ 25

ฉบับที่ 2

พ.ศ.

-

ส.ค.

2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุชุดข้อมูลของหลักการ
เกณฑ์ตัวบ่งชี้และตัวตรวจสอบการจัดการโซ่อุปทานการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปา
ไทยวิธีดำเนินการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง
ที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพ จำนวน 3 กลุ่ม ๑ ละ 3 คน (กลุ่มต้นน้ำ, กลุ่มกลาง
น้ำ, กลุ่มปลายน้ำ) ด้วยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่
ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง
ผลการวิจัยปรากฏว่า การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทยมีชุด

ข้อมูล 4 หลักการ ได้แก่ 1) หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน 2) หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด 3) หลักการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 4) หลักการด้านการเงินและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 12 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ และ 135 ตัวตรวจสอบ

คำสำคัญ: โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ผู้ประกอบการกิจการสปาไทย กรอบการประเมิน

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศแรก ๆ ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่นในปี พ.ศ.2547 ได้มี

การผลักดันเชิงนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพ จนถึงปัจจุบันได้กำหนดยุทธศาสตร์

การพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560-2569) ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี รวมถึง ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ที่ต้องการขับเคลื่อนการพัฒนาและต่อยอดศักยภาพการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) และสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมให้เชื่อมโยงกันตลอดทั้งโซ่คุณค่า (Value Chain) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) ที่เกิดจากเครือข่ายโซ่อุปทาน (Network Supply Chain) เพื่อให้การดำเนินการอย่างเป็นระบบ (Ataseven & Nair, 2017) ในขณะที่ การนำแนวคิดโซ่อุปทานมาปรับใช้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นแนวคิดใหม่ (Song, 2012) เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีโครงสร้างและองค์ประกอบที่ซับซ้อน (Complex) และหลากหลาย (Various) ในความต้องการของนักท่องเที่ยวและสินค้าการท่องเที่ยว (Product Tourism) รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ด้วย (Zhang, Song, & Huang, 2009; Szpilko, 2017)

“สปาไทย” (Thai Spa) ถือว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยมและสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) หากแต่การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการกิจการสปาไทยยังคงประสบปัญหาในหลายด้าน โดยเฉพาะปัญหาการจัดการที่ขาดการบูรณาการ การประสานงาน และความต่อเนื่องในการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ศรีสมรัก อินทุจันทร์ ยง, ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์, และปิเตอร์ รักธรรม, 2557) รวมถึง ขาดการจัดการความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน (Demand and Supply) (สุนทรตรา จันทบุรี, 2559) นอกจากนี้ยังพบว่า การประเมินผลการดำเนินงาน

ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการประเมินในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากระบวนการดำเนินงาน (ศรีสมรัก อินทจันทร์ยง และคณะ, 2557) และยังไม่ครอบคลุมในทุกมิติ โดยเฉพาะเกณฑ์การประเมินด้านการท่องเที่ยวที่ยังมีน้อยอยู่มาก (ศรีสมรัก อินทจันทร์ยง และคณะ, 2557; Zhang et al., 2009; Sainaghi, Phillips, & Zavarrone, 2017) ทำให้ยังไม่มีเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานใดที่ผู้ประกอบการกิจการสปาไทย สามารถนำไปประเมินเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานที่แท้จริง และนำไปกำหนดแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ รวมถึง ยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจที่ดีได้อีก จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับโซ่อุปทานการท่องเที่ยวคู่ขนานกับรูปแบบการประเมินทั้งในและต่างประเทศ พบว่า แนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้ (Criteria and Indicator Approach) สามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบการประเมิน (Assessment Framework) ซึ่งเป็นแนวคิดการประเมินแบบใหม่ที่มีโครงสร้างแบบลำดับชั้น (Hierarchical Framework) ด้วยการวิเคราะห์แบบหลายเกณฑ์ (Multi-Criteria Analysis) (CIFOR, 1999; Ritchie, McDougall, Haggith, & de Oliveira, 2000) และสามารถนำมาปรับใช้กับโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีโครงสร้างที่ซับซ้อนดังกล่าวได้

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าหากมีการศึกษาและพัฒนากรอบการประเมินการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย โดยพิจารณาความเป็นไปได้ในแต่ละประเด็นของแต่ละชุดข้อมูลตามกรอบการประเมินแล้ว ก็น่าจะมีส่วนช่วยในการผลักดันและต่อยอด เพื่อขยายผลการศึกษาสำหรั้บพัฒนากรอบการประเมินดังกล่าว ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางการประเมินแบบใหม่ ที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำประเด็นที่เกี่ยวข้องไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการ เพื่อให้ครอบคลุมในทุกมิติ ยกระดับคุณภาพการดำเนินงานและการบริการสู่ความเป็นเลิศ และสร้างโซ่คุณค่าให้เกิดขึ้นกับผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศได้อีกวิธีหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อระบุชุดข้อมูลของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบการจัดการ
โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย

การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

มโนทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นอีกหนึ่งประเภท
ของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยว
แห่งชาติ, 2560) ที่มีแนวโน้มและอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด
(Megatrends) โดยมีเหตุปัจจัยจากที่บุคคลหันมาสนใจและดูแลสุขภาพมาก
ขึ้น (Voigt & Pforr, 2014)

Dimanche and Andrades (2015) ได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพตามลักษณะความต้องการ (Fundamental Needs) ของนักท่องเที่ยว
ที่ได้รับบริการทางการแพทย์ (Medical Services) หรือบริการด้านการ
ส่งเสริมสุขภาพทั้งทางร่างกายหรือจิตใจ (Improve Physical or Mental
Health) แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical
Tourism) 2) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และ 3) การ
ท่องเที่ยวเชิงสปา (Spa Tourism)

ในขณะที่ สถานประกอบการเพื่อสุขภาพของไทย ตามพระราช
บัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 กำหนดให้สถานประกอบ
การเพื่อสุขภาพ หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อดำเนินกิจการใน 2 รูปแบบ
คือ 1) กิจการสปา อันได้แก่ บริการที่เกี่ยวกับการดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ
โดยวิธีการบำบัดด้วยน้ำและการนวดร่างกายเป็นหลัก ยกเว้นการดำเนิน
การในสถานพยาบาล หรือการอาบน้ำ นวด หรืออบตัวที่เป็นการให้บริการ
ในสถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัว และ 2) กิจการนวดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อ
เสริมความงาม ยกเว้นการนวดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงามในสถาน
พยาบาล หรือการนวดที่เป็นการให้บริการในสถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัว

มโนทัศน์เกี่ยวกับโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

โซ่อุปทาน (Supply Chain) จำแนกได้ 2 มิติ ได้แก่ 1) มิติจุลภาค (Micro Perspective) คือ เครือข่ายการเชื่อมโยงของกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ และ 2) มิติมหภาค (Macro Perspective) คือ เครือข่ายโซ่อุปทานระหว่างองค์กรที่มาดำเนินงานร่วมกัน เพื่อส่งมอบวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการ แล้วส่งมอบผลิตภัณฑ์สู่ลูกค้าเป้าหมาย (Copper et al., 1997 cited in Song, 2012) โดยองค์กรหรือผู้ประกอบการอยู่ในตำแหน่งกึ่งกลางของโซ่อุปทาน (Focal Firm) ระหว่างผู้ส่งมอบในทางซ้ายกับลูกค้า/ผู้บริโภคในทางขวาที่มีการไหล (Flow) ของข้อมูลสารสนเทศ สินค้าและบริการ (Wisner, Tan, & Leong, 2012)

สำหรับโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ถือว่าเป็นแนวคิดหนึ่งที่สามารถเชื่อมโยงสินค้า บริการ กิจกรรม และองค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปในแต่ละจุดหมายปลายทาง (Al-Aomar & Hussain, 2017) ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Sanyanunthana 2013; Szpilko, 2017) เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการประสานงานอย่างเข้มข้น (Coordination Intensive) และมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ค่อนข้างซับซ้อน (Complex) ของผู้เกี่ยวข้องนั้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีสินค้าและบริการที่หลากหลายรูปแบบมารวมกัน (Zhang et al., 2009)

Zhang et al. (2009) ได้สรุปลักษณะการท่องเที่ยว (Tourism Characteristics) และกำหนดประเด็นการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (TSCM Issues) ไว้ 7 ประเด็น ได้แก่ 1) การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2) ความสัมพันธ์ของสองบุคคล (Two-Party Relationships) 3) การจัดการอุปทาน (Supply Management) 4) การจัดการคงคลัง (Inventory Management) 5) การพัฒนาสินค้า (Product Development) 6) การประสานงาน (Coordination) และ 7) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

นอกจากนี้ ยังได้เสนอกรอบการศึกษาการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว 6 หัวข้อ ประกอบด้วย

1) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) 2) โครงสร้างเครือข่าย (Network Structure) 3) ประเด็นการจัดการ (Management Issue) 4) ตัวแปรการตัดสินใจ (Decision Variable) 5) การวัดผลการดำเนินการ (Performance Measurement) และ 6) วิธีการแก้ปัญหา (Solution Methodologies) โดยเฉพาะแนวทางการวัดผลการดำเนินการ กำหนดให้พิจารณาและวัดผลในด้านการเงิน (Financial Performance) ด้านการปฏิบัติการ (Operation Performance) และผลการดำเนินการรวม (Overall Performance) เป็นต้น

โมทัศน์เกี่ยวกับแนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้

แนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้ (C&I Approach) เป็นเครื่องมือที่แสดงข้อมูลสารสนเทศและสาระความรู้ที่ครอบคลุมทุกประเด็นเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจง (Specific) ในเชิงลึกแบบลำดับชั้น (Hierarchy) (Namkoong et al., 2002) และสามารถพัฒนาเป็นกรอบการประเมิน (Assessment Framework) ด้วยรูปแบบการวิเคราะห์แบบหลายเกณฑ์ (Multi-Criteria Analysis) (CIFOR, 1999) แบบมีโครงสร้างลำดับความสำคัญ (Prioritization) (Mendoza & Prabhu, 2000) ด้วยการทำหนดชุดข้อมูลหรือชุดมาตรฐาน (Set of Standard) (Lammerts van Bueren and Blom, 1997) ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางใหม่ (New Approach) ในการพัฒนาเครื่องมือการประเมินเพื่อมุ่งหวังให้เกิดผลสำเร็จและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ (Phondani, Bhatta, Elsarraga, & Alhorra, 2016)

โครงสร้างลำดับชั้นของกรอบการประเมินตามแนวทาง C&I Approach แบ่งเป็น 4 ระดับ ประกอบด้วย (Lammerts van Bueren & Blom, 1997; CIFOR, 1999, Ritchie et al., 2000; Namkoong et al., 2002)

1. หลักการ (Principle: P) เป็นโครงสร้างขั้นบนสุดที่แสดงถึงกฎ (Law) เหตุผล (Reason) หรือการกระทำ (Action) ภายใต้ความจริงพื้นฐาน (Fundamental Truths) ตามแนวทางในการปฏิบัติ นั้น ๆ

2. เกณฑ์ (Criterion: C) เป็นหลักการลำดับที่สองหรือชุดข้อมูลในการดำเนินการต่าง ๆ ที่สอดคล้องตามหลักการนั้น โดยมีองค์ประกอบ (Element) ที่แตกต่างกันตามแต่ละชุดของเงื่อนไขหรือกระบวนการ (Set of Condition or Processes) ในสิ่งที่ต้องการปฏิบัติและประเมิน

3. ตัวบ่งชี้ (Indicator: I) เป็นตัวแปรที่แสดงคุณลักษณะสำคัญของสิ่งที่ต้องการประเมินที่สังเกตได้ ตามแต่ละเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยตัวบ่งชี้ควรเป็นข้อความที่มีความหมายเดียว (Single Meaningful Message) หรือมีเพียงองค์ประกอบเดียว โดยแต่ละเกณฑ์อาจมีหลายตัวบ่งชี้ที่สัมพันธ์กันตามที่ได้กำหนดไว้

4. ตัวตรวจสอบ (Verifier: V) เป็นรายละเอียดหรือข้อมูลจำเพาะ (Specificity Data) ที่กำหนดขึ้น เพื่อพิจารณาลักษณะของตัวบ่งชี้ว่าเป็นข้อมูลใด โดยต้องสอดคล้องกับหลักการ เกณฑ์และตัวบ่งชี้ของสิ่งที่มุ่งประเมิน สำหรับการพัฒนารอบการประเมินตามแนวทาง C&I Approach มี 2 แนวทาง (Prabhu et al., 1996) คือ (1) Top-down Approach คือ การกำหนดกรอบการศึกษา (Conceptual Framework) เพื่อระบุชุดข้อมูลของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบจากการประมวลความรู้ ประสบการณ์และการตัดสินใจ จนเป็นฉันทามติ (Consensus) จากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) และ (2) Bottom-up Approach คือ การพิจารณาแบบย้อนกลับเพื่อตรวจสอบตั้งแต่ตัวตรวจสอบ ตัวบ่งชี้ เกณฑ์ และหลักการว่าครบถ้วนและครอบคลุมทุกเนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดไว้หรือไม่ อย่างไร

กรอบแนวทางการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ผ่านโมทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว รวมถึง ประยุกต์เกณฑ์และมาตรฐานการจัดการบริการ ในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้อง มาสังเคราะห์แนวโน้มความเป็นได้ในแต่ละประเด็นของกรอบการประเมินการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย ตามแนวทาง C&I Approach แล้วดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth

Interview) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย 3 กลุ่ม (กลุ่มต้นน้ำ กลุ่มกลางน้ำ กลุ่มปลายน้ำ) เพื่อทวนสอบประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ที่ศึกษาอีกครั้งตามแนวทาง Bottom-up Approach เพื่อสรุปชุดข้อมูลของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

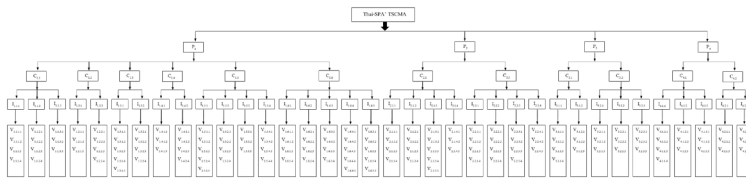
ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้จากการทบทวนวรรณกรรมตามโมทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว รวมถึง ประยุกต์เกณฑ์และมาตรฐานการจัดบริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 39 รายการ และสามารถกำหนดชุดข้อมูลเบื้องต้นมี 3 หลักการ 12 เกณฑ์ 25 ตัวบ่งชี้ 137 ตัวตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก 3 กลุ่ม ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง โดยตั้งคำถามเพื่อทวนสอบประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของชุดข้อมูลตามกรอบการประเมิน กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย จำนวน 3 กลุ่ม ๗ ละ 3 ราย รวมทั้งสิ้น 9 ราย ประกอบด้วย 1) กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการบริษัทน้ำเที่ยว 1 รายและผู้ส่งมอบวัตถุดิบ 2 ราย 2) กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการกิจการสปาไทย 3 ราย และ 3) กลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป 1 รายและผู้ให้บริการสปา ณ จุดให้บริการ 2 ราย ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปรากฏว่า การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย มีชุดข้อมูล 4 หลักการ ได้แก่ 1) หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน 2) หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด 3) หลักการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 4) หลักการด้านการเงินและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 12 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ และ 135 ตัวตรวจสอบ ทั้งนี้ สามารถกำหนดเป็นโครงสร้างของกรอบการประเมิน ดังแสดงในภาพ 1 และชุดข้อมูล ดังแสดงในตาราง 1



ภาพ 1 โครงสร้างกรอบการประเมินการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการ กิจการสปาไทย

ตาราง 1 ชุดข้อมูลกรอบการประเมินการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.1 ด้านผู้นำองค์กร	I.1.1.1 มีการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง	V.1.1.1.1 มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย กลยุทธ์ ค่านิยม และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านการให้บริการสปา

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.1 ด้านผู้นำองค์กร	I.1.1.1 มีการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง	V.1.1.1.2 มีการดำเนินการและปฏิบัติตามข้อบังคับหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
			V.1.1.1.3 มีการดำเนินงานที่โปร่งใส มีคุณธรรม จริยธรรม ธรรมาภิบาล และตรวจสอบได้
			V.1.1.1.4 มีการดำเนินงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนสังคม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.1 ด้านผู้นำองค์กร	I.1.1.2 มีการกำกับองค์กร	V.1.1.2.1 มีการสนับสนุนทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่จำเป็นต่อการจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศในด้านการให้บริการสภา
			V.1.1.2.2 มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการ ด้านการบูรณา การกระบวนการ ภายใน	C.1.1 ด้าน ผู้นำองค์กร	I.1.1.2 มีการ กำกับองค์กร	V.1.1.2.3 มีการส่งเสริม สร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นให้ทุกหน่วย งานปฏิบัติตามค่านิยม และการสร้างวัฒนธรรม องค์กรสู่ความเป็นเลิศ ด้านการให้บริการสปา
			V.1.1.2.4 มีการทบทวน ติดตามและประเมินผล การดำเนินงานตาม นโยบายและกลยุทธ์ องค์กร เพื่อการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง
		I.1.1.3 มี การสื่อสาร องค์กร	V.1.1.3.1 มีการสื่อสาร แบบสองทางจากผู้ บริหารถึงพนักงานทุ กระดับ เพื่อให้ทราบถึง นโยบาย กลยุทธ์และ แนวทางการบริหาร งานขององค์กรสู่ความ เป็นเลิศด้านการให้ บริการสปาอย่างทั่วถึง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.1 ด้านผู้นำองค์กร	I.1.1.3 มีการสื่อสารองค์กร	V.1.1.3.2 มีการกำหนดประเด็นและช่องทางการสื่อสารสู่ภายนอกองค์กร เพื่อให้ทราบถึงนโยบายและเป้าหมายองค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านการให้บริการสภา
			V.1.1.3.3 มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น บล็อก ทวิตเตอร์ ไมโครบล็อก เครือข่ายสังคมออนไลน์ และการแบ่งปันข้อมูลในการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทาน
	C.1.2 ด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์	I.1.2.1 มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์	V.1.2.1.1 มีการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันขององค์กรทั้งบริบทภายในและภายนอก เช่น มีการวิเคราะห์ SWOT Matrix
			V.1.2.1.2 มีการกำหนดประเด็นปัญหา (Issue) เป้าหมาย (Goal) และวัตถุประสงค์ (Objective) ในการดำเนินงานขององค์กร

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.2 ด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์	I.1.2.1 มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์	V.1.2.1.3 มีแผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map) เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานร่วมกันในโซ่อุปทาน
		I.1.2.2 มีการนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ	V.1.2.2.1 มีการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์องค์กร
			V.1.2.2.2 มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ
			V.1.2.2.3 มีการทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานให้ทันสมัยอยู่เสมอ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.1.2.3.4 มีการติดตามผลการดำเนินการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.3 ด้านการสนับสนุนการปฏิบัติการ	I.1.3.1 มีการดำเนินการจัดซื้อ/จัดจ้าง	V.1.3.1.1 มีการกำหนดขั้นตอนการจัดซื้อ/จัดจ้างจากผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการที่ชัดเจน
			V.1.3.1.2 มีการกำหนดวิธีการสรรหาและคัดเลือก ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ
			V.1.3.1.3 มีการประเมินผลการดำเนินงานจัดซื้อ/จัดจ้างในโซ่อุปทาน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.1.3.1.4 มีการจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการที่ปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.1.3.2.5 มีการส่งเสริมและพัฒนาหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกในโซ่อุปทานขององค์กร ให้มีกระบวนการจัดซื้อ/จัดจ้างอย่างเป็นระบบและเป็นเครือข่ายโลจิสติกส์

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.3 ด้านการสนับสนุนการปฏิบัติการ	I.1.3.2 มีการควบคุมวัสดุอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์	V.1.3.2.1 มีการกำหนดรายการ/มาตรฐานการใช้วัสดุ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ในการให้บริการสปา แต่ละประเภท
			V.1.3.2.2 มีการกำหนดมาตรฐานการควบคุมเบิกจ่าย จัดเก็บวัสดุ อุปกรณ์ วัสดุุดิบ และผลิตภัณฑ์การให้บริการสปา
			V.1.3.2.3 มีการทบทวนรายการความต้องการใช้วัสดุ อุปกรณ์ วัสดุุดิบ และผลิตภัณฑ์การให้บริการสปา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.1.3.2.4 มีการจัดทำแผนดูแลบำรุงรักษาวัสดุ อุปกรณ์ วัสดุุดิบ และผลิตภัณฑ์การให้บริการสปา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.4 ด้านการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	I.1.4.1 มีการจัดการระบบข้อมูลสารสนเทศ	V.1.4.1.1 มีการสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศของทุกหน่วยงานในโซ่อุปทานทั้งภายในและภายนอก
			V.1.4.1.2 มีการตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของข้อมูลสารสนเทศก่อนนำมาใช้
			V.1.4.1.3 มีการจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การบันทึก การสำรองข้อมูลสื่อออนไลน์
		I.1.4.2 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	V.1.4.2.1 มีความพร้อมในการใช้งานของทรัพยากรฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ทั้งปริมาณและคุณภาพ
			V.1.4.2.2 มีการตรวจสอบการทำงานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.4 ด้านการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	I.1.4.2 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	V.1.4.2.3 มีการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบการจัดการความรู้ (KM) ในการสนับสนุนการเรียนรู้ถ่ายทอดความรู้ และแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการให้บริการสปา
			V.1.4.2.4 มีการจัดการความปลอดภัยทั้งข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.5 ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการ	I.1.5.1 มีการดำเนินการด้านความปลอดภัย	V.1.5.1.1 มีการประเมินและทบทวนความเสี่ยงด้านการจัดการความปลอดภัย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.1.5.1.2 มีแผนการจัดการและตอบสนองในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น แผนการซ้อมอพยพหนีไฟ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.5 ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการ	I.1.5.1 มีการดำเนินการด้านความปลอดภัย	V.1.5.1.3 มีการสื่อสารด้านความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร
			V.1.5.1.4 มีจุดให้บริการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
			V.1.5.1.5 มีระบบรักษาความปลอดภัยในสถานประกอบการ
		I.1.5.2 มีการดำเนินการด้านอาชีวอนามัย	V.1.5.2.1 มีมาตรฐานการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกสถานประกอบการ
			V.1.5.2.2 มีมาตรฐานการป้องกันและการแพร่เชื้อโรค
			V.1.5.2.3 มีการบ่งชี้และคัดแยกขยะแต่ละประเภท เช่น ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย
			V.1.5.2.4 มีมาตรฐานขั้นตอนการกำจัดของเสียและสิ่งปฏิกูล

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.5 ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการ	I.1.5.3 มีการดำเนินการด้านสถานที่ ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อม	V.1.5.3.1 มีการจัดสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ตามมาตรฐานหรือที่กฎหมายกำหนด เช่น การจัดทำ 5ส. การจัดระบบไฟส่องสว่าง การจัดการถ่ายเทอากาศ
			V.1.5.3.2 มีแผนผังแสดงจุดต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานประกอบการ
			V.1.5.3.3 มีการจัดมุมพักผ่อนที่ร่มรื่นและผ่อนคลาย
		I.1.5.4 มีการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	V.1.5.4.1 มีการกำหนดแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ข้อกำหนด และ กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.5 ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการ	I.1.5.4 มีการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	V.1.5.4.2 มีการจัดการกับข้อร้องเรียนด้านผลกระทบสิ่งแวดล้อม การตรวจสอบ สาเหตุ และการดำเนินการแก้ไข
			V.1.5.4.3 มีการติดตามประเมิน และนำผล
			มากำหนดแนวทางในการปรับปรุงการจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น
			V.1.5.4.4 มีการรณรงค์ให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม
	C.1.6 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	I.1.6.1 มีการวางแผนความต้องการบุคคล	V.1.6.1.1 มีการวิเคราะห์และวางแผนความต้องการบุคคลทั้งปริมาณและคุณภาพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการ ด้านการบูรณา การกระบวน การภายใน	C.1.6 ด้าน การบริหาร ทรัพยากร มนุษย์	I.1.6.1 มี การวางแผน ความ ต้องการ บุคคล	V.1.6.1.2 มีการวางแผน บุคคลที่สามารถรับมือ กับการเปลี่ยนแปลงทั้ง ในระยะสั้นและระยะยาว
			V.1.6.1.3 มีการกำหนด ความรู้ความสามารถของ พนักงานให้สอดคล้องกับ การปฏิบัติงาน
			V.1.6.1.4 ไม่มีปัญหา ขาดแคลนแรงงานที่ส่ง ผลกระทบต่อการดำเนิน ธุรกิจขององค์กรในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา
		I.1.6.2 มี การสรรหา/ การได้มาซึ่ง พนักงานที่มี ศักยภาพ	V.1.6.2.1 มีฐานข้อมูล ผู้สมัครงานที่มีความรู้ ความสามารถสูงเตรียม พร้อมอยู่เสมอ V.1.6.2.2 มีเทคนิควิธี การดึงดูดผู้สมัครงานที่ มีความรู้ความสามารถ สูงเข้าสู่องค์กร

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.6 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	I.1.6.2 มีการสรรหา/การได้มาซึ่งพนักงานที่มีศักยภาพ	V.1.6.2.3 มีการลาออกของพนักงานที่มีทักษะหรืออายุงานน้อยกว่า 1 ปี น้อยกว่า 5%
			V.1.6.2.4 มีเครื่องมือการคัดเลือกพนักงานอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การพิจารณาจากใบประกาศ ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ การทดสอบหรืออื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติเทียบเท่า
		I.1.6.3 มีการพัฒนาพนักงานที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร	V.1.6.3.1 มีการกำหนดแผนงานและเป้าหมายการพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น หลักสูตรการพัฒนาทักษะการนวด หลักสูตรการให้บริการอย่างมืออาชีพ ฯลฯ
			V.1.6.3.2 มีระบบการสอนงาน เช่น การฝึกอบรมพนักงาน (OJT)

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.6 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	I.1.6.3 มีการพัฒนาพนักงานที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร	V.1.6.3.3 มีการจัดสรรงบประมาณประจำปีที่เหมาะสมและเพียงพอสำหรับการพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน
			V.1.6.3.4 มีการเรียนรู้ของพนักงานที่เพิ่มขึ้นภายหลังการฝึกอบรมในเรื่องนั้น ๆ เช่น การพิจารณาจากคะแนนการประเมินความรู้และทักษะภายหลังการอบรม (Post- test) ที่สูงขึ้น
		I.1.6.4 มีการจัดการแรงงานสัมพันธ์เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่พนักงาน	V.1.6.4.1 มีการเปิดโอกาสให้พนักงานจัดทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ การเสนอแนวทางการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมบริการของพนักงาน

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.6 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	I.1.6.4 มีการจัดการแรงงานสัมพันธ์เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่พนักงาน	V.1.6.4.1 มีการเปิดโอกาสให้พนักงานจัดทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ การเสนอแนวทางการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมการบริการของพนักงาน
			V.1.6.4.2 ไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา
			V.1.6.4.3 มีการจัดกิจกรรมแรงงานสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการสร้างขวัญกำลังใจ ความผูกพัน และการรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน
			V.1.6.4.4 มีสวัสดิการที่นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด อย่างน้อย 2 อย่าง ตัวตรวจสอบ (V)

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.6 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	I.1.6.4 มีการจัดการแรงงานสัมพันธ์เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่พนักงาน	V.1.6.4.5 มีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินรวมทั้งดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงานให้มีความสุขในการทำงาน
		I.1.6.5 มีการพัฒนาผลงานเพื่อสร้างการแข่งขัน	V.1.6.5.1 มีโปรแกรมการยกย่องชมเชยพนักงานที่มีศักยภาพสูง
			V.1.6.5.2 มีนโยบายการจัดค่าตอบแทนที่สูงกว่าตลาดเพื่อดึงดูดแรงงาน
			V.1.6.5.3 มีการยึดหลักความยุติธรรม ความเสมอภาคและเท่าเทียมกันในเรื่องการทำงาน การกำหนดค่าตอบแทน การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ฯลฯ
			V.1.6.5.4 มีการประเมินสมรรถนะพนักงานอย่างต่อเนื่อง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.1 หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน	C.1.6 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	I.1.6.5 มีการพัฒนาผลงานเพื่อสร้างการแข่งขัน	V.1.6.5.5 มีการป้อนกลับผลงานของพนักงานเพื่อพัฒนาและส่งเสริมผลงาน
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	I.2.1.1 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด	V.2.1.1.1 มีแผนงานและการทบทวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การปรับปรุงตัววัตถุดิบ การสร้างสรรค์สปาเมนูใหม่ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.2.1.1.2 มีการจำหน่ายสินค้าอื่นเพื่อให้ลูกค้าสามารถนำกลับไปใช้ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์สปาของใช้เบ็ดเตล็ด ของที่ระลึก ฯลฯ
			V.2.1.1.3 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มต่าง ๆ เช่น ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกในโซ่อุปทาน ใดอย่างหนึ่ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	I.2.1.1 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด	V.2.1.1.4 มีสปาเมนูที่เป็น Signature อย่างน้อย 1 รายการ
		I.2.1.2 มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล	V.2.1.2.1 มีการทดสอบผลิตภัณฑ์สปาทุกประเภทว่ามีความปลอดภัยต่อลูกค้าทุกกลุ่ม
			V.2.1.2.2 มีส่วนประกอบ/วัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ สปาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
			V.2.1.2.3 ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของรัฐทุกรายการผลิตภัณฑ์
			V.2.1.2.4 มีการทวนสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของ ส่วนประกอบ วัสดุ สินค้าและผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่มได้

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	I.2.1.3 มีการจัดการคุณภาพการบริการ	V.2.1.3.1 มีการระบุรายละเอียดของรายการเมนูที่ถูกต้องและชัดเจน เช่น ราคา รูปแบบ/วิธีการระยะเวลาการให้บริการ เป็นต้น
			V.2.1.3.2 มีการทบทวนขั้นตอนการปฏิบัติงานและปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและการบริการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.2.1.3.3 มีการให้คำปรึกษาและให้ข้อมูลบริการแก่ลูกค้าก่อนใช้บริการ
			V.2.1.3.4 มีความพร้อมของเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์และสถานที่
			V.3.1.3.5 มีการตรวจสอบการปฏิบัติงานพนักงานตามมาตรฐานการบริการที่กำหนดไว้เป็นประจำทุกวัน

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	I.2.1.4 มีการคงไว้ซึ่งความเป็นมาและเอกลักษณ์ขอผลิตภัณฑ์	V.2.1.4.1 มีการถ่ายทอดเรื่องราว/ความเป็นมาของตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สปาของตนได้
			V.2.1.4.2 มีผลิตภัณฑ์สปาที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาไทย อย่างน้อย 1 รายการ
	C.2.2 ด้านการบริหารการขายและการตลาด	I.2.2.1 มีการจัดการและบริหารงานขาย	V.2.2.1.1 มีเครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว กลุ่มมัคคุเทศก์ กลุ่มชมรมการท่องเที่ยว ใดๆ อย่างใดอย่างหนึ่ง ที่เป็นช่องทางในการแสวงหากลุ่มลูกค้ารายใหม่ให้มาใช้บริการได้

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.2 ด้านการบริหารการขายและการตลาด	I.2.2.1 มีการจัดการและบริหารงานขาย	V.2.2.1.2 มีการติดตามลูกค้า เช่น การบริการหลังการขาย การให้ข้อมูลและสื่อสารลูกค้า
			V.2.2.1.3 มีการกำหนดเป้าหมายและจัดทำงบประมาณในการขาย
			V.2.2.1.4 มีการประเมินผลการขายและทบทวนแนวทางแก้ไข และปรับปรุงให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างน้อยทุก ๆ 6 เดือน
		I.2.2.2 มีการศึกษาข้อมูลตลาดและผู้บริโภค	V.2.2.2.1 มีการนำผลการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคและตลาดโดยรวมมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง V.2.2.2.2 มีการเก็บข้อมูลและศึกษาสินค้าและบริการของกลุ่มใน ตลาด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.2 ด้านการบริหารการขายและการตลาด	I.2.2.2 มีการศึกษาข้อมูลตลาดและผู้บริโภค	V.2.2.2.3 มีระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด เช่น การวิจัยตลาด การจัดทำ Benchmarking ฯลฯ
			V.2.2.2.4 มีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) อย่างใดอย่างหนึ่ง จากการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งสินค้าและบริการ
		I.2.2.3 มีการจัดการสื่อสารการตลาด	V.2.2.3.1 มีการกำหนดแผนงานและงบประมาณกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด
			V.2.2.3.2 มีการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดกิจกรรมการตลาด (Event) การจัดรายการส่งเสริมการขาย การทำการตลาดเชิงดิจิทัล (e-Marketing)

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.2 ด้านการบริหารการขายและการตลาด	I.2.2.3 มีการจัดการสื่อสารการตลาด	V.2.2.3.3 มีการกำหนดช่องทางและเครื่องมือการสื่อสารการตลาด เช่น โฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อสังคมออนไลน์
			V.2.2.3.4 มีการประเมินการดำเนินงานและแผนการแก้ไขและปรับปรุงการสื่อสารการตลาด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
		I.2.2.4 มีการประเมินการรับรู้ความต้องการของลูกค้าและตลาด	V.2.2.4.1 มีการประเมินและทบทวนปริมาณการรับรู้ความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์และฤดูกาลท่องเที่ยว อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.2.2.4.2 มีกาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและภาพรวมของตลาด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.2 หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด	C.2.2 ด้านการบริหารการขายและการตลาด	I.2.2.4 มีการประมาณการณ์ความต้องการของลูกค้าและตลาด	V.2.2.4.3 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลการประมาณการความต้องการของลูกค้าในการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทาน
P.3 หลักการด้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	C.3.1 ด้านลูกค้า	I.3.1.1 มีการดำเนินการด้านเสียงของลูกค้า	V.3.1.1.1 มีการสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อการพัฒนาสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่อง
			V.3.1.1.2 มีการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
			V.3.1.1.3 มีการติดตามและป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาจากการร้องเรียนของลูกค้าซ้ำ
			V.3.1.1.4 มีการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการ

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.3 หลักการ ด้าน ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	C.3.1 ด้าน ลูกค้า	I.3.1.2 มีการ สร้างความ สัมพันธ์ กับ ลูกค้า	V.3.1.2.1 มีรูปแบบ การให้บริการตามความ ต้องการของลูกค้า เฉพาะรายบุคคล
			V.3.1.2.2 มีการกำหนด ช่องทางการสื่อสารและ ข้อมูลข่าวสารระหว่าง กันได้อย่างรวดเร็ว
			V.3.1.2.3 มีการจัด กิจกรรมการสร้างความ สัมพันธ์ร่วมกับลูกค้า อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
	C.3.2 การ จัดการความ สัมพันธ์กับ ผู้ส่งมอบ วัตถุดิบ/ ผู้ให้ บริการ	I.3.2.1 มีการ ตระหนักด้าน การเชื่อมโยง โซ่อุปทาน	V.3.2.1.1 ให้ความสำคัญ วางใจในการทำงานร่วม กันในโซ่อุปทานระหว่าง องค์กรกับผู้ส่งมอบ วัตถุดิบ/ผู้ให้บริการ
			V.3.2.1.2 ให้ความสำคัญ ต่อการทำงานร่วมกัน ระหว่างองค์กรกับผู้ส่ง มอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการ ในกระบวนการจัดซื้อ วัตถุดิบและเครือข่ายนัก ท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.3 หลักการด้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	C.3.2 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ ผู้ให้บริการ	I.3.2.1 มีการตระหนักด้านการเชื่อมโยงโซ่อุปทาน	V.3.2.1.3 ให้ความสำคัญต่อภาพรวมทางธุรกิจร่วมกันในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเดียวกัน
		I.3.2.2 มีการสื่อสารกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ บริการ	V.3.2.2.1 มีการติดต่อประสานงานข้อมูลเพื่อ วางแผนการความต้องการร่วมกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการร่วมกันในโซ่อุปทาน
			V.3.2.2.2 มีการสื่อสารข้อกำหนดด้านคุณภาพกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการ
			V.3.2.2.3 มีการแบ่งปัน/แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ร่วมกันกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการในโซ่อุปทานอย่างทันทั่วทั้งที่

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.3 หลักการด้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	C.3.2 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ ผู้ให้บริการ	I.3.2.3 มีการสร้างความร่วมมือกับผู้ส่งมอบ/ บริการ	V.3.2.3.1 มีการเปิดโอกาสให้ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการได้เสนอแนะแนวทางในการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทาน
			V.3.2.3.2 มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานร่วมกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการในโซ่อุปทานอย่างทันท่วงที
			V.3.2.3.3 มีการกำหนด/ทบทวนข้อตกลงร่วมกันในการดำเนินงานที่เป็นกิจกรรมหลัก (Core Activity) ขององค์กรกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ ผู้ให้บริการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.4 หลักการด้านการเงินและเศรษฐกิจ	C.4.1 ด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ	I.4.1.1 มีการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้องค์กร	V.4.1.1.1 มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้น (Net Profit Margin) อย่างน้อยติดต่อกัน 3 ปี
			V.4.1.1.2 มีผลิตภาพ (Productivity) จากการดำเนินการเพิ่มขึ้น เช่น รายได้ต่อหัว กำไรต่อหัว สัดส่วนรายได้ต่อรายจ่าย อย่างใดอย่างหนึ่ง
			V.4.1.1.3 มีการวางแผนการทำกำไรจากการพิจารณาจุดคุ้มทุน ปริมาณการขาย และต้นทุน
			V.4.1.1.4 มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่ไม่ใช่ตัวเงินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น เช่น ได้รับรางวัลต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินการและการบริการสปลา ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.4 หลักการด้านการเงินและเศรษฐกิจ	C.4.1 ด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ	I.4.1.2 มีการดำเนินการด้านต้นทุน	V.4.1.2.1 มีการกำหนดเป้าหมายและทบทวนการลดและควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.4.1.2.2 มีอัตราการหมุนเวียนของสินค้าเพิ่มขึ้น (Inventory Turnover)
			V.4.1.2.3 มีกลไก/แนวทางให้ทุกหน่วยงานใน โซ่อุปทานได้ดำเนินงานด้านต้นทุนร่วมกัน
		I.4.1.3 มีการจัดการและบริหารสินทรัพย์	V.4.1.3.1 มีการวางแผนและกำหนดสินทรัพย์ที่จำเป็นในการดำเนินงาน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.4.1.3.2 มีการตรวจสอบและจัดทำทะเบียนสินทรัพย์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.4 หลักการด้านการเงินและเศรษฐกิจ	C.4.1 ด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ	I.4.1.3 มีการจัดการและบริหารสินทรัพย์	V.4.1.3.3 มีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากอัตราผลตอบแทนการใช้สินทรัพย์รวม (Return on Assets) เพิ่มขึ้น อย่างน้อยติดต่อกัน 3 ปี
	C.4.2 ด้านการจัดการทางการเงิน	I.4.2.1 มีการจัดทำแผนงบประมาณการเงินเพื่อการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ	V.4.2.1.1 มีการจัดทำและทบทวนงบประมาณรายรับ-รายจ่าย-แผนการลงทุนประจำปีที่คล้องกับแผนการดำเนินงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.4.2.1.2 มีการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับรายการงบประมาณประจำปีที่กำหนด

หลักการ (P)	เกณฑ์ (C)	ตัวบ่งชี้ (I)	ตัวตรวจสอบ (V)
P.4 หลักการด้านการเงินและเศรษฐกิจ	C.4.2 ด้านการจัดการทางการเงิน	I.4.2.1 มีการจัดทำแผนงบประมาณการเงินเพื่อการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ	V.4.2.1.3 มีกระบวนการทบทวนและการตัดสินใจก่อนการลงทุน โดยพิจารณาจากระยะเวลาการคืนทุน อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย อัตราผลตอบแทนในมูลค่าปัจจุบันสุทธิ การวัดดัชนีกำไร ฯลฯ
		I.4.2.2 มีการจัดการและบริหารความเสี่ยงทางการเงิน	V.4.2.2.1 มีการจัดทำแผนการบริหารและป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน
			V.4.2.2.2 มีการประเมินและทบทวนแผนงานที่เหมาะสมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
			V.4.2.2.3 มีการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการบริหารและป้องกันความเสี่ยงทางการเงินร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่อุปทาน

อภิปรายผลการวิจัย

กรอบการประเมินการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทยนี้ ประกอบด้วย ชุดข้อมูล 4 หลักการ ได้แก่

1. หลักการด้านการบูรณาการกระบวนการภายใน พิจารณาจากเกณฑ์ในด้านผู้นำองค์กร การบริหารเชิงกลยุทธ์ การสนับสนุนการปฏิบัติการ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม ในสถานประกอบการ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นกระบวนการภายในของผู้ประกอบการที่ต้องบูรณาการและประสานงานในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการสร้างความร่วมมือภายในองค์กร ทำให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาาร่วมกัน และยกระดับความสามารถในการแข่งขันได้ (van der Zee & Vanneste, 2015) นอกจากนี้ การดำเนินงานก็ควรอยู่ภายใต้การควบคุมมาตรฐานของการให้บริการสปาและกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วย (พอใจ สิงหนธร, 2559)

2. หลักการด้านการจัดการเพื่อขยายฐานลูกค้าและตลาด มุ่งเน้นการพัฒนาตราสินค้า คุณภาพสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมาตรฐานคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการทั้งลูกค้าและตลาดโดยรวมได้ นอกจากนี้ กระบวนการสื่อสารการตลาด กิจกรรมทางการตลาด และการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดทั้งลูกค้า ผู้บริโภคและคู่แข่งในตลาดรวมก็ถือว่ามีความสำคัญ เพื่อวางแผนการดำเนินงานและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันได้ (Kotler, Bowen, & Markens, 2014) ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสปาที่ผู้ประกอบการควรนำมาพิจารณา คือการพัฒนาสินค้าและบริการควรแสดงให้เห็นถึงเรื่องราว ความเป็นมา ภูมิปัญญา และสะท้อนเอกลักษณ์ประจำชาติได้ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ 2556; สุเนตรตรา จันทบุรี, 2559)

3. หลักการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ (Network Configuration) (van der Zee & Vanneste, 2015) ที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องและลูกค้า เพื่อให้เกิดเป็นเครือข่ายของคุณค่า (Chen & Yi, 2010) โดยผู้ประกอบการสปาไทยเป็น

แกนกลางในการดำเนินงานดังกล่าว ด้วยเกณฑ์การพิจารณาในด้านลูกค้า และการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ/ผู้ให้บริการ

4. หลักการด้านการเงินและเศรษฐกิจ พิจารณาเกณฑ์ในด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจและการจัดการทางการเงิน โดยการดำเนินทางการเงินที่ดี นอกจากต้องพิจารณาถึงความสามารถในการทำกำไรแล้ว ก็ควรพิจารณาด้านต้นทุน สินทรัพย์และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน (Kilibarda, Andrejic, & Popovic, 2013)

อย่างไรก็ตาม กรอบการประเมินดังกล่าวนี้จึงเสนอแนวทางที่เป็นไปได้ในการจัดการโซ่อุปทาน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้แก่ผู้ประกอบการกิจการสปาไทยสามารถนำไปพิจารณาและเป็นแนวทางใน

การดำเนินกิจการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการ ความสามารถในการเพิ่มกำไร และความยั่งยืนในการทำธุรกิจ ตลอดจนสามารถส่งมอบมอบสินค้าและบริการตามที่คุณค่าต้องการได้อย่างมีคุณภาพตามโมทัศน์สำคัญของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวได้ (Lee & Fernando, 2015)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม ชมรม กลุ่มบุคคลหรือหน่วยธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือกิจการสปาไทย สามารถนำกรอบการประเมินนี้ไปศึกษาและพิจารณารูปแบบของกรอบการประเมินตามแนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้ (C&I Approach) เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

1.2 ผู้ประกอบการกิจการสปาไทยและกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำสามารถนำกรอบการประเมินนี้ไปศึกษาเพื่อแนวทางในการดำเนินการ ตลอดจนปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

2.1 ควรนำกรอบการประเมินนี้ไปพัฒนาและจัดทำเป็นเกณฑ์ประเมินตามทฤษฎีการประเมิน (Theory of Evaluation) ด้วยการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ (Indicator Score) จากการพิจารณาตัวตรวจสอบเพื่อให้ผู้ประกอบการกิจการสปาไทยสามารถนำไปประเมินตนเอง (Self-Assessment) ได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนการวิจัยภายใต้แผนงานเสริมสร้างศักยภาพและพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ตามทิศทางการวิจัยและนวัตกรรม ประเภทบัณฑิตศึกษา จากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี 2562

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579). สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2561, สืบค้นจาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/thailandindustrialdevelopmentstrategy4.0.pdf
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2556). เอกสารความรู้ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 5). นนทบุรี: ชุมชมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2566-2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง, ลัดดาวัลย์ แก้วกิตติพงษ์, และปิเตอร์ รักธรรม. (2557). การศึกษาใช้อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. สุทธิปริทัศน์, 28(85), 352-369.

- สุนทรตรา จันทบุรี. (2559). โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย. วารสารเกษมบัณฑิต, 17(2), 49-63.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). วาระพัฒนาที่ 1: การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- Al-Aomar, R., & Hussain, M. (2017). An assessment of green practices in a hotel supply chain: A study of UAE hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32(11), 71-81.
- Atasevena, C., & Nair, A. (2017). Assessment of supply chain integration and performance relationships: A meta-analytic investigation of the literature. *International Journal of Production Economics*, 27(185), 252-265.
- Chen, D., & Yi, P. (2010). Mode Selection of Tourism Supply Chain and Its Management Innovation. In *International Conference on E-Business and E-Government* (pp. 3388-3391) doi: 10.1109/ICEE.2010.851
- CIFOR. (1999). *The CIFOR Criteria and Indicators Generic Template*. Jakarta: AfterHours.
- Dimanche, F., & Andrades, L. (2015). *Tourism in Russia: A Management Handbook*. Bingley: Emerald.
- Kilibarda, M. J., Andrejic, M. M., & Popovic, V. J. (2013). Creating and Measuring Logistics Value. In *1st Logistics International Conference* (pp.197-202). Belgrade: University of Belgrade.
- Kotler, P., Bowen, J. T. & Markens, J. C. (2014). *Marketing for hospitality and tourism*. Essex: Pearson Education.

- Lammerts van Bueren, E. M., & Blom, E. M. (1997). Hierarchical framework for the formulation of sustainable forest management standards. Rotterdam: Veenman Drukkers
- Lee, H. K., & Fernando, Y. (2015). The antecedents and outcomes of the medical tourism supply chain. *Tourism Management*, 46(34), 148-157.
- Mendoza, G. A., & Prabhu, R. (2000). Multiple criteria decision-making approaches to assessing forest sustainability using criteria and indicators: a case study. *Forest Ecology and Management*, 131(1), 107-126.
- Namkoong et al. (2002). Criteria and Indicators for Sustainable Forest Management: Assessment and Monitoring of Genetic Variation. *Forest Genetic Resources Working Papers*. Rome: Forestry
- Phondani, P. C., Bhatta, A., Elsarraga, E., & Alhorra, Y. M. (2016). Criteria and indicator approach of global sustainability assessment system for sustainable landscaping using native plants in Qatar. *Ecological Indicators*, 69(16), 381-389.
- Prabhu, R., Colfer, C. J. P., Venkateswarlu, P., Tan, L. C., Soekmadi, R., & Wollenberg, E. (1996). Testing Criteria and Indicators for Sustainable Management of Forests: Final Report of Phase I. Jakarta: CIFOR.
- Ritchie, B., McDougall, C., Haggith, M., & de Oliveira, N. B. (2000). Criteria and Indicators of Sustainability in Community Managed Forest Landscapes: An Introductory Guide. Jakarta: SMT Grafika Desa Putera.

- Sainaghi, R., Phillips, P., & Zavarrone, E. (2017). Performance measurement in tourism firms: A content analytical meta-approach. *Tourism Management*, 59(36), 36-56.
- Sanyanunthana, K. (2013). The Potential Evaluation for Supply Chain Value Added in Tourism Industry of Thailand. *Proceedings of The International Conference on Tourism, Transport, and Logistics 2013* (pp. 1-8). Bangkok: UP Organizer and Publication.
- Song, H. (2012). *Tourism Supply Chain Management*. New York: Roulledge.
- Szpilko, D. (2017). Tourism Supply Chain-Overview of Selected Literature. *Procedia Engineering*, 182(9), 687-693.
- van der Zee, E., & Vanneste, D. (2015). Tourism networks unraveled: a review of the literature on networks in tourism management studies. *Tourism Management Perspectives*, 15(4), 46-56.
- Voigt, C., & Pforr, C. (2014). A destination perspective: why now?. In V. Cornelia, & P. Christof (Eds). *Wellness Tourism A destination perspective* (pp. 4-7). New York: Routledge.
- Wisner, J. D., Tan, K. C., & Leong, G. K. (2012). *Principles of Supply Chain Management: A Balanced Approach*. (3rd ed.). Kentucky: Cengage.
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358.