





**สารบัญ**

**การพัฒนาเกณฑ์การประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

| **หัวข้อ** | **หน้า** |
| --- | --- |
| ส่วนที่ 1 การทบทวนและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พร้อมปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ | **1** |
| * ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | **2** |
| * วัตถุประสงค์ | **5** |
| * แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | **5** |
| * ดัชนีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) (World Economic Forum, 2019) | **6** |
| * ดัชนีตัวชี้วัดสำหรับการวัดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism) (OECD, 2013) | **8** |
| * ดัชนีตัวชี้วัดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism Index: MTI) (Medical Tourism Association, 2020) | **11** |
| * มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) | **13** |
| * มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) | **16** |
| * มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) | **19** |
| * มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) | **21** |
| * การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | **25** |
| * งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในต่างประเทศ | **32** |
| * โอกาส ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย | **38** |
| * โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย | **38** |
| * ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย | **41** |
| * ข้อเสนอแนะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย | **43** |
| * การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย หรือผลิตภัณฑ์สมุนไพร | **46** |
| ส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | **51** |
| * วิธีการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพความพร้อมมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | **56** |
| * วิธีการให้คะแนน | **56** |
| * แบบประเมินความพร้อมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | **57** |
| * เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | **64** |
| ส่วนที่ 3 แบบสำรวจความต้องการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรในกลุ่มนักท่อง เที่ยวผ่านมุมมองของมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว | **111** |
| * ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม | **112** |
| * ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร | **114** |
| * ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพร | **117** |
|  |  |
| รายการอ้างอิง | **119** |

**บทสรุปผู้บริหาร**

จากแนวโน้มของตลาดบริการการส่งเสริมสุขภาพ และกระแสการหันมาดูแลเอาใจใส่สุขภาพของผู้คนทั่วโลกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในช่วงหลังวิกฤตการณ์ในปัจจุบัน พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) มีศักยภาพการเติบโตที่สูงมาก เพราะเป็นบริการที่จะเข้าถึงผู้คนทุกเพศทุกวัยโดยเฉพาะกลุ่มที่มีกําลังซื้อสูง และสามารถสร้างเม็ดเงินจํานวนมหาศาล สำหรับอุตสาหกรรมการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพทั่วโลก ในปี 2564 ผู้คนในทุกระดับหันมาให้ความสําคัญกับสุขภาพมากขึ้นอย่างชัดเจน รวมถึงวิกฤตต่าง ๆ ที่กําลังเกิดขึ้น ซึ่งไม่เพียงส่งผลกระทบด้านสุขภาพเท่านั้น หากยังลุกลามไปถึงเรื่องเศรษฐกิจ ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตประจําวัน การเดินทาง การท่องเที่ยวและอื่น ๆ ปัจจัยเหล่านี้จะก่อให้เกิดความต้องการหาวิธีการการดูแลสุขภาพแบบบูรณาการ ซึ่งอยู่ในรูปแบบบริการที่เข้าถึงง่าย ดึงดูดใจและสอดรับกับกิจกรรมไลฟ์สไตล์ในยุคปัจจุบัน เพื่อเป็นหลักประกันทั้งในด้านสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ กอปรกับบทเรียนจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ทําให้ผู้คนทั่วโลกตระหนักว่า การดูแลสุขภาพเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันมีความสําคัญอย่างไม่อาจปฏิเสธได้ โปรแกรมการดูแลสุขภาพจะถูกสอดแทรกไว้ในกิจกรรมไลฟ์สไตล์แทบทุกรูปแบบ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยว ผลจากการศึกษาของสถาบันด้านสุขภาพสากล พบว่า นักเดินทางและท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 78 จากจำนวน 48 ประเทศทั่วโลก มีเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) อยู่ในใจ และประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สอดคล้องกับการคาดการณ์จากหลายหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่เชื่อว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และผลิตภัณฑ์สมุนไพรจะเป็นความหวังของประเทศในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีโอกาสมากมายจากปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมสนุบสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติได้ ดังจะเห็นได้จากการดำเนินงานที่ผ่านมาของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกที่ได้มีการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยผ่านเมืองสมุนไพร 14 จังหวัด โดยคณะกรรมการฯ มีมติเห็นชอบให้ยกระดับเมืองสมุนไพรทั้ง 14 แห่งทั่วประเทศ ให้มีความเข้มแข็ง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มการเกษตรวัตถุดิบสมุนไพร ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ อำนาจเจริญ สุรินทร์ มหาสารคาม อุทัยธานี และสกลนคร กลุ่มที่ 2 กลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพร ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม สระบุรี ปราจีนบุรี และ จันทบุรี และ กลุ่มที่ 3 กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พิษณุโลก อุดรธานี สุราษฎร์ธานี และสงขลา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่จะสามารถสร้างรายได้สู่ชุมชนระดับฐานราก และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีดำเนินการรวบรวมข้อมูล และพัฒนาเกณฑ์การประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรโดยเฉพาะ เพื่อให้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความพร้อม มีคุณภาพ และมาตรฐาน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงเป็นการสร้างความเข้มแข็งด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศต่อไป

โดยการศึกษานี้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษา ออกเป็น 4 ส่วนได้แก่ 1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่มีการจัดทำขึ้นไว้ก่อนหน้าของหลายองค์กรและหลายหน่วยงาน โดยพัฒนาขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลมาตรฐานการท่องเที่ยวและแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานของการจัดทำเกณฑ์การประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ให้ดีที่สุด 2) โอกาส ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มและการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติได้ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย และข้อเสนอแนะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยในการดำเนินงานให้บุรรลุเป้าหมายในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชีย และเป็นศูนย์กลางด้านสมุนไพรโลก (World Herb Hub) ในปี 2580 3) การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร สุขภาพ ซึ่งคณะทำงานได้สรุปและนำเสนอเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ออกเป็น 4 องค์ประกอบ 42 ตัวชี้วัด ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ประกอบด้วย 12 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพของระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 4 ศักยภาพด้านความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด รวมทั้งการจัดทำเกณฑ์การประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร วิธีการ ใช้แบบประเมินเป็นเครื่องมือ ในการประเมินมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรโดยเฉพาะ และ 4) การสำรวจความต้องการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย หรือผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ซึ่งจะนำเสนอแบบสำรวจความต้องการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในกลุ่มนักท่องเที่ยวผ่านมุมมองของมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการรับรู้เกี่ยวระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

**ส่วนที่ 1**

**การทบทวนและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พร้อมปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ**

**ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**

ข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทย ระบุว่า เมื่อปี 2562 ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism)มีนักท่องเที่ยวมาเยือนไทย 3.6 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้การท่องเที่ยว 41,000 ล้านบาท เกิดการจ้างงาน 9,195 คน แต่เมื่อตลาดกว้างขึ้นเป็น “Wellness Tourism” หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาเยือนไทย 12.5 ล้านคนครั้ง สร้างรายได้การท่องเที่ยว 409,200 ล้านบาท เกิดการจ้างงาน 530,000 คน (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) จากการสำรวจของ Global Wellness Economy Monitor (October 2018) ประเทศไทยติดอันดับที่ 13 ของโลก ที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกว่า 1.20 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ภาพรวมของธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย มีรายได้หลักมาจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นผลดีต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวที่ดี อย่างไรก็ตาม หลังจากที่โลกและประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตโรคระบาด เชื้อไวรัสโควิด-19 ที่หลายสถานประกอบการด้านสุขภาพต้องปิดตัวลงชั่วคราวจนถึงถาวร เพราะไม่มีรายได้เข้ามาเพราะการล็อกดาวน์ประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถเข้ามาในไทยได้ แต่นับตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2564 เป็นต้นมา ประเทศไทยเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับเข้ามาในประเทศไทยภายใต้มาตรการการป้องกันที่เข้มงวดซึ่งเชื่อว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศจะเริ่มฟื้นตัวและดีขึ้น

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นการท่องเที่ยว โดยเฉพาะแผนย่อยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามและแพทย์แผนไทย ที่มีนโยบายในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย และการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทย พัฒนาต่อยอดกับความคิดสร้างสรรค์วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ นวัตกรรม จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญและควรได้รับการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และยกระดับให้มีคุณภาพและสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวเดินทางในพื้นที่ต่างๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทางกายและจิตใจ โดยหลายพื้นที่ใช้การท่องเที่ยวแบบนี้เพื่อการส่งเสริมการดูแลสุขภาพและรักษาสิ่งแวดล้อม สำหรับการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เดินทางเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่านั้น และนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและให้ความสำคัญกับการฟื้นฟู บำรุงสุขภาพร่างกาย สำหรับการบริการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การบริการด้านการแพทย์ 2) การบริการด้านสุขภาพ และ 3) การบริการด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสมุนไพร (สถาบันด้านสุขภาพสากล, 2014) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งความหมายตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวได้ 2 ประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing) เป็นการท่องเที่ยวที่รวมเอาการบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพมารวมเข้าไว้กับการเดินทาง ยกตัวอย่าง เช่น เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว และเข้ารับบริการด้านทันตกรรมต่าง ๆ หรือเข้ารับการผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล 2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และพักในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ เพื่อร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพยังสถานที่นั้น ๆ ที่ได้จัดเตรียมบริการไว้ อาทิ การนวดแผนไทย สุคนธบำบัด (Aroma therapy) อาบน้ำแร่ (Spa) อบสมุนไพรไทย เป็นต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกิดการผสมผสานระหว่างการเดินทางมาเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวพร้อม ๆ กับการมาใช้บริการด้านการแพทย์และสุขภาพ กีฬา ศูนย์การออกกำลังกาย หรือเข้าร่วมทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยในการส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

วารีพร ชูศรี และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล (2563) แสดงความคิดเห็นว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก มีสาเหตุมาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

1) ชนชั้นระดับกลางทั่วโลกมีการขยายตัว และมีรายได้ที่สูงขึ้นซึ่งคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

2) ประชาชนทั่วโลกให้ความใส่ใจในการดูแลสุขภาพตนเองเพิ่มขึ้น เพราะถูกกระตุ้นจากการเกิดโรคภัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases: NCDs) หรืออาจถูกกระตุ้นจากความรู้สึกอ่อนล้า ปวดเมื่อยร่างกาย เกิดภาวะความตึงเครียดจากภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อต้องการสร้างประสบการณ์อันแปลกใหม่ให้กับชีวิตตนเองของนักท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้นกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่มาเพื่อเยี่ยมชม ซื้อของที่ระลึกและเดินทางกลับไป (Marketer online, 2020)

ในปี 2565-2566 หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเติบโตขึ้นเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ร้อยละ 3.3 ต่อปี โดยการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เข้มแข็งในภูมิภาค เช่น การเชื่อมต่อระหว่างประเทศที่สามารถเดินทางด้วยสายการบินที่หลากหลายและมีตารางการบินที่เพิ่มจำนวนเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น มีการจัดตารางบินตรงระหว่างประเทศทำให้เกิดความรวดเร็วในการเดินทางมากขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำลง ความสะดวกจากการจองผ่านแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดนี้อำนวยความสะดวกในการเดินทางอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งประเทศไทยก็มีการนำเอาแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วให้กับนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

สถานการณ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยก่อนการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระหว่างปี พ.ศ. 2557-2561 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 11.45 ต่อปี ในปี 2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 38,277,300 คน เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2560 พบว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.19 และจากข้อมูลดัชนีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึงปี พ.ศ. 2558 ธุรกิจในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นภาคธุรกิจที่สร้างรายได้แก่ประเทศไทยถือเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และในปี พ.ศ. 2559-2560 พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 18 จากการจัดอันดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก (Global MTI Ranking) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการจัดอันดับ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอยู่เดิม และคุณภาพของการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ประเทศไทยยังถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 13 ของโลกในด้านคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นเดียวกัน ทางด้านแนวโน้มอัตราการเติบโตของประเทศไทยซึ่ง ศูนย์วิจัยสุขภาพของโลก (International Healthcare Research Center: IHRC) ได้กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยมีแนวโน้มเติบโตถึงอัตราร้อยละ 14 ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ซึ่งข้อมูลนี้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยโดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปี ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam: CLMV) และนักท่องเที่ยวจากประเทศ จีน ญี่ปุ่น ตามลำดับ ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยจำนวน 2.5 ล้านคนคิดเป็นสัดส่วน 6-8% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเพราะการพัฒนาด้านการแพทย์ และสาธารณสุขของโลกทำให้ประชากรของโลกมีอัตราการเสียชีวิตต่ำลง ผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะมีอายุยืนยาวมากกว่าในอดีต โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงาน ไปประกอบกิจกรรมสันทนาการ หรือเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยวในวัยอื่น ๆ และมีความพร้อมทางด้านการเงิน กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงเป็นตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีคุณภาพ และมีกำลังซื้อสูงกว่าตลาดทั่วไป

จากการดำเนินงานที่ผ่านมาของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกได้มีการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยผ่านเมืองสมุนไพร 14 จังหวัด โดยคณะกรรมการฯ มีมติเห็นชอบให้ยกระดับเมืองสมุนไพรทั้ง 14 แห่งทั่วประเทศ ให้มีความเข้มแข็ง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มการเกษตรวัตถุดิบสมุนไพร ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ อำนาจเจริญ สุรินทร์ มหาสารคาม อุทัยธานี และสกลนคร กลุ่มที่ 2 กลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพร ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม สระบุรี ปราจีนบุรี และ จันทบุรี และ กลุ่มที่ 3 กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พิษณุโลก อุดรธานี สุราษฎร์ธานี และสงขลา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่จะสามารถสร้างรายได้สู่ชุมชนระดับฐานราก และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องดำเนินการรวบรวมข้อมูลและพัฒนาเกณฑ์การประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรโดยเฉพาะ เพื่อให้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความพร้อม มีคุณภาพ และมาตรฐาน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศต่อไป

A picture containing dish, vegetable

Description automatically generated

## ภาพที่ 1 : เปิดตัวโครงการ “มหานครเวชพฤกษา ภูมิปัญญาเมืองคนดี” จ.สุราษฎร์ธานี

## ที่มา : หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ,สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2565 (https://mgronline.com/qol/detail/9590000126027)

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลและพัฒนาเกณฑ์การประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนา (Guideline) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร
3. เพื่อสำรวจความต้องการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรในกลุ่มนักท่องเที่ยวผ่านมุมมองของมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว

**แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**

เพื่อให้การจัดทำเกณฑ์การประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย หรือผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ในครั้งนี้เป็นไปด้วยความสอดคล้องกับมาตรฐานของการจัดการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ทางคณะผู้จัดทำได้มีการรวบรวมข้อมูล แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่มีการจัดทำขึ้นไว้ก่อนหน้าของหลายองค์กรและหลายหน่วยงาน อาทิ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นต้น โดยพัฒนาขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลมาตรฐานการท่องเที่ยวและแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานของการจัดทำเกณฑ์การประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในครั้งนี้ให้ดีที่สุด ซึ่งคณะผู้จัดทำได้รวบรวมเกณฑ์มาตรฐานของการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไว้ดังต่อไปนี้

**ดัชนีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) (World Economic Forum, 2019)**

เป็นดัชนีที่จัดทำขึ้นโดยสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ โดยพิจารณาจากดัชนีชี้วัด จำนวน 14 รายการ และแต่ละรายการมีคะแนนเต็ม 7 คะแนน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว (Enabling Environment) ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ดังนี้

1.1) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)

1.2) ความมั่นคงปลอดภัย (Safety & Security)

1.3) สุขภาพและอนามัย (Health & Hygiene)

1.4) ทรัพยากรมนุษย์และตลาดแรงงาน (Human Resources & Labor Market)

1.5) ความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT Readiness)

2) นโยบายด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวและเงื่อนไขที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Policy & Enabling Conditions)ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด

2.1) การให้ความสำคัญในการเดินทางและท่องเที่ยว (Prioritization of Travel & Tourism)

2.2) การเปิดรับนานาชาติ (International Openness)

2.3) การแข่งขันด้านราคา (Price Competitiveness)

2.4) ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)

3) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด

3.1) โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและทางอากาศ (Air Transport Infrastructure)

3.2) โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางบกและทางน้ำ (Ground & Port Infrastructure)

3.3) โครงสร้างพื้นฐานบริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Service Infrastructure)

4) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (National & Cultural Resources) ประกอบด้วย 2 ตัวงนี้

4.1) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources)

4.2) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Cultural Resources and Business Travel)

โดยดัชนีชี้วัดของดัชนีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 2 ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว   
(Travel & Tourism Competitiveness Index)

ที่มา: World Economic Forum (2019)

A picture containing food, table, plate, different

Description automatically generated

ภาพที่ 3 สมุนไพรไทย

ที่มา เว็บไซต์ nittm.com

**ตัวชี้วัดสำหรับการวัดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism) (OECD, 2013)**

ตัวชี้วัดสำหรับการวัดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เป็นตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้นโดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organisation for Economic Co-operation and Development: OECD) เพื่อวัดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวชี้วัด 3 กลุ่ม ได้แก่ ตัวชี้วัดหลัก (Core Indicators) ตัวชี้วัดเสริม (Supplementary Indicators) และตัวชี้วัดที่ส่งเสริมการพัฒนาไปสู่อนาคต (Future Development Indicators) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

**1) ตัวชี้วัดหลัก (Core Indicators)** ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ดังนี้

1.1) ประสิทธิภาพทางการท่องเที่ยวและผลกระทบ (Tourism performance and impacts) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศโดยตรงจากการท่องเที่ยว (Tourism Direct Gross Domestic Product) รายได้จากการท่องเที่ยวขาเข้าต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากตลาดต้นทาง (Inbound Tourism Revenues per Visitor by Source Market) การเข้าพักค้างแรมในที่พักทุกประเภท (Overnights in All Types of Accommodation) และการส่งออกของบริการทางการท่องเที่ยว (Exports of tourism services)

1.2) ความสามารถของจุดหมายปลายทางในการส่งมอบบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเหนือคู่แข่ง (Ability of a Destination to Deliver Quality and Competitive Tourism Services) ได้แก่ ผลิตภาพด้านแรงงานจากการให้บริการทางการท่องเที่ยว (Labour Productivity in Tourism Services) ความเท่าเทียมกันของกำลังซื้อและราคาของบริการทางการท่องเที่ยว (Purchasing Power Parity (PPPs) and Tourism Prices) ข้อกำหนดด้านวีซ่าในการเดินทางเข้าประเทศ (Country Entry Visa Requirements)

1.3) ความดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Attractiveness of a Destination) ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ (Natural Resources and Biodiversity) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ (Cultural and Creative Resources) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Visitor Satisfaction) และแผนการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวในระดับชาติ (National Tourism Action Plan)

**2) ตัวชี้วัดเสริม (Supplementary Indicators)** ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ดังนี้

2.1) ประสิทธิภาพทางการท่องเที่ยวและผลกระทบ (Tourism Performance and Impacts) ได้แก่ การกระจายตัวของตลาดและการเติบโตของตลาด (Market Diversification and Growth Markets)

2.2) ความสามารถของจุดหมายปลายทางในการส่งมอบบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเหนือคู่แข่ง (Ability of a Destination to Deliver Quality and Competitive Tourism Services) ได้แก่ การจ้างงานจากการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสัญญาการว่าจ้างงาน (Employment in Tourism by Age, Education Levels and Type of Contracts) ดัชนีราคาของผู้บริโภคสำหรับการท่องเที่ยว (Consumer Price Index for Tourism) และการเชื่อมต่อทางอากาศและระหว่างการเชื่อมต่อด้วยการขนส่งหลายวิธีร่วมกัน (Air Connectivity and Inter-modality)

2.3) ความดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Attractiveness of a Destination) ได้แก่ ดัชนีคุณภาพชีวิติที่ดีกว่าตามแนวทางของ OECD (OECD Better Life Index)

**3) ตัวชี้วัดที่ส่งเสริมการพัฒนาไปสู่อนาคต (Future Development Indicators)** ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ดังนี้

3.1) ความสามารถของจุดหมายปลายทางในการส่งมอบบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเหนือคู่แข่ง (Ability of a Destination to Deliver Quality and Competitive Tourism Services) ได้แก่ การจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม (Government Budget Appropriations for Tourism) และอัตราการเลิกดำเนินกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจ (Company Mortality Rate)

3.2) การตอบสนองต่อนโยบายและโอกาสทางเศรษฐกิจ (Policy Responses and Economic Opportunities) ได้แก่ การประยุกต์ใช้ระบบการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์และนวัตกรรมทางด้านการบริการอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง (Use of E-tourism and Other Innovative Services) และโครงสร้างของโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว (Structure of Tourism Supply Chains

โดยตัวชี้วัดสำหรับการวัดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism) ของ OECD (2013) สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 4 ตัวชี้วัดสำหรับการวัดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

(Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism)

ที่มา: OECD (2013)

**ดัชนีชี้วัดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism Index: MTI) (Medical Tourism Association, 2020)**

เป็นดัชนีที่มีการวิเคราะห์ถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในภาพรวมและมีความครอบคลุมทุกมิติ ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาโดยสมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยจัดอันดับประเทศจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ 46 ประเทศ จากมุมมองของนักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน ประกอบด้วย ตัวชี้วัด 3 มิติหลัก (Dimensions) และ 8 เงื่อนไขที่เป็นตัวบ่งชี้ (Criterias) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**1) สภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทาง (Destination Environment)** จำนวน 2 ตัวบ่งชี้

1.1) สภาพเศรษฐกิจ ความปลอดภัย และภาพลักษณ์ (Economy, Safety, Image) 1.2) วัฒนธรรม (Culture)

**2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism Industry)** จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ 2.1) ความดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง (Destination Attractiveness)

2.2) ต้นทุนค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism Costs)

**3) คุณภาพของสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ (Quality of Facilities & Services)** จำนวน 4 ตัวบ่งชี้

3.1) คุณภาพของการรักษา (Quality Care)

3.2) ความมีชื่อเสียง (Reputation)

3.3) ความเป็นนานาชาติและมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง (Internationalization and Accrediation)

3.4) ประสบการณ์ของคนไข้ที่มารับบริการ (Patience Experience)



ภาพที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

ที่มา : thailandtimes, สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2565

https://www.thailandtimes.net/2020/12/mou-4-2020.html



ภาพที่ 6 ดัชนีชี้วัดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism Index)

ที่มา: Medical Tourism Association (2020)

**มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)**

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ เป็นมาตรฐานในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ เกณฑ์มาตรฐานหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติและศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีเกณฑ์มาตรฐานที่จําเป็นสําหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการให้บริการน้ำพุร้อนธรรมชาติและดัชนีชี้วัดความมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

**ดัชนี (Index)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่ถูกกําหนดขึ้นมาเพื่อใช้กําหนดคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

**ตัวชี้วัด (Indicator)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้นมา เพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของแต่ละดัชนี ซึ่งตัวชี้วัดในการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติมีทั้งอยู่รูปแบบของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปแบบของค่าเชิงปริมาณ

**ส่วนที่ 1 มาตรฐานหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ**

**เกณฑ์ที่ 1 คุณภาพน้ำที่เหมาะสมในการให้บริการ**

หลักเกณฑ์ น้ำพุร้อนธรรมชาติที่จะนํามาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อการอาบ หรือดื่ม หรือเพื่อการรักษาโรค ต้องมีคุณสมบัติทางเคมีและคุณสมบัติทางกายภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการรักษาทางการแพทย์

**เกณฑ์ที่ 2 ห้องแช่น้ำพุร้อน/บ่อแช่น้ำพุร้อน/สระว่ายน้ำ**

หลักเกณฑ์ ห้องอาบน้ำ/บ่อน้ำ/สระว่ายน้ำ ต้องมีการจัดการด้านความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จําเป็นสําหรับการป้องกันอันตรายกับผู้ใช้บริการอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุที่เกิดจากการแช่น้ำพุร้อน และไม่ก่อให้เกิดการแพร่เชื้อโรคต่อผู้ใช้บริการ

**เกณฑ์ที่ 3 ห้องอาบน้ำ/ห้องสุขา/ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า/ลอกเกอร์**

หลักเกณฑ์ ต้องมีการจัดการด้านความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการป้องกันอันตรายกับผู้ใช้บริการ อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุที่เกิดจากการแช่น้ำร้อน

**เกณฑ์ที่ 4 การจัดการด้านความปลอดภัย**

หลักเกณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีความพร้อมในการป้องกันและรักษาความปลอดภัยตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ รวมไปถึงความสามารถในการปฐมพยาบาลให้กับนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวได้

**เกณฑ์ที่ 5 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม**

หลักเกณฑ์ มีการจัดการด้านกําจัดของเสียต่างๆ อย่างถูกต้อง ไม่ก่อให้เกิดมลพิษด้านต่าง ๆ ต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติและพื้นที่โดยรอบ และไม่รบกวนกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพของลักษณะภูมิประเทศ

**ส่วนที่ 2 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ**

**เกณฑ์ที่ 1 แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติมีจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยว**

หลักเกณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติไม่มีการดัดแปลงจนทําให้สภาพธรรมชาติที่มีอยู่เดิมเปลี่ยนไป และสามารถเป็นจุดดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) ปริมาณน้ำร้อนที่ออกมา

2) ลักษณะของน้ำพุร้อนหรือแหล่งโคลนเดือด

3) ความร้อนของน้ำโคลน

4) กลิ่นของกำมะถัน

5) ขนาดของบ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ

6) สภาพความสมบูรณ์ของธรรมชาติบริเวณโดยรอบ

7) เป็นที่มีผู้คนนิยมมาอาบน้ำแร่เพื่อการรักษาโรค

**เกณฑ์ที่ 2 ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว**

หลักเกณฑ์ บริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติและบริเวรณโดยรอบมีศักยภาพที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ

2) ขนาดพื้นที่บริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ

3) การบุกรุกในพื้นที่บริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติเพื่อทำกิจกรรมและสิ่งก่อสร้าง

4) กิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติและบริเวรณโดยรอบ

**เกณฑ์ที่ 3 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน**

หลักเกณฑ์ การใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อการใด ๆ ต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ซึ่งอาจทําให้เกิดความเสื่อมโทรมหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพธรรมชาติเดิม รวมไปถึงการจัดต่อลักษณะของภูมิประเทศหรือความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและให้ชุมชนได้เป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยว โดยตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวของตน ส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน้ของพื้นที่อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 8 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) การดัดแปลงบริเวณน้ำพุร้อน

2) ความกลมกลืนของสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นกับสภาพแวดล้อมและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

3) การใช้ประโยชน์น้ำพุร้อนธรรมชาติ

4) การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของพื้นที่

5) การจัดการด้านขยะ

6) การจัดการด้านน้ำเสีย

7) แผนการติดตามการจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ

8) การมีส่วนร่วมของชุมชน



ภาพที่ 7 น้ำพุร้อนธรรมชาติ จังหวัดเชียงราย

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2565

http://www.cots.go.th/travelview/detail.php?id=233



ภาพที่ 8 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548)

**มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)**

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นมาตรฐานในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีองค์ประกอบ 4 ส่วน คือ ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีดัชนีชี้วัดความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพและความมีคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

**ดัชนี (Index)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่ถูกกําหนดขึ้นมาเพื่อใช้กําหนดคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

**ตัวชี้วัด (Indicator)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้นมา เพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของแต่ละดัชนี ซึ่งตัวชี้วัดในการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีทั้งอยู่ในรูปแบบของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปแบบของค่าเชิงปริมาณ

**1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** ประกอบด้วยดัชนี ดังต่อไปนี้

1.1.จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ

1.3 ความเกี่ยวข้องของวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งธรรมชาติ

1.4 ความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว

**2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน** ประกอบด้วยดัชนี ดังต่อไปนี้

2.1 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว

2.2 การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว

2.3 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.4 การจัดการการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เนื่องมาจากการท่องเที่ยว

**3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก** ประกอบด้วยดัชนี ดังต่อไปนี้

3.1 การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

3.2 มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในด้านการประหยัดพลังงานและการกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี

3.3 มีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์กับพนักงานนำเที่ยว นักท่องเที่ยว และชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่

3.4 มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องระบบนิเวศ และการอนุรักษ์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชน

**4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว** ประกอบด้วยดัชนี ดังต่อไปนี้

4.1 ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว



ภาพที่ 9 ดินแดนหิ่งห้อย จังหวัดปราจีนบุรี

ที่มา : thailandtourismdirectory, สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2565

https://thailandtourismdirectory.go.th/th/attraction/21536

Diagram

Description automatically generated

ภาพที่ 10 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548)

**มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)**

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นมาตรฐานในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ คุณค่าของแหล่งธรรมชาติและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาถึงความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ดังนี้

**ดัชนี (Index)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่ถูกกําหนดขึ้นมาเพื่อใช้กําหนดคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

**ตัวชี้วัด (Indicator)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้นมา เพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของแต่ละดัชนี ซึ่งตัวชี้วัดในการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีทั้งอยู่รูปแบบของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปแบบของค่าเชิงปริมาณ

**1. คุณค่าของแหล่งธรรมชาติและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย** ประกอบด้วย

1.1 คุณค่าของแหล่งธรรมชาติ ด้านชีวภาพ ความสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ ความเป็นแหล่งรวมพืชหรือสัตว์ที่มีลักษณะโดดเด่น หายาก ใกล้สูญพันธ์ หรือมีจำนวนมาก ความโดดเด่นเฉพาะตัวของระบบนิเวศในแหล่งธรรมชาติ

1.2 คุณค่าทางกายภาพ ด้านจำนวนประเภทของแหล่งธรรมชาติภายในแหล่งท่องเที่ยว ขนาดของแหล่งธรรมชาติ สภาพความสวยงามทางกายภาพและสภาพภูมิทัศน์ของแหล่งธรรมชาติ ความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นเฉพาะตัวทางกายภาพของพื้นที่

1.3 คุณค่าทางสังคม ด้านคุณค่าต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรม

1.4 ความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ด้านการถูกทำลายโดยมนุษย์ และภัยธรรมชาติ

**2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว**

2.1 ศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2 การเข้าถึงแหล่งธรรมชาติ

2.3 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

2.4 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

2.5 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

**3. การบริหารจัดการ**

**3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติและการจัดการสิ่งแวดล้อม** ด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว การติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว การจัดการของเสียและสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และการให้ความรู้ถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและการอนุรักษ์กับพนักงานนำเที่ยว นักท่องเที่ยว และชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่

**3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว** ด้านการบริการและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว มีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องระบบนิเวศและการอนุรักษ์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนโดยรอบ และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น



ภาพที่ 11 อุทยาแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระบุรี

ที่มา : สำนักอุทยานแห่งชาติ, สืบค้น 20 กุมภาพันธ์

http://portal.dnp.go.th/Content/nationalpark?contentId=1899



ภาพที่ 12 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548)

**มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)**

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการกำหนด แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการ การบริการและความปลอดภัย เพื่อการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**ตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** หมายถึง ปัจจัยหลักหรือปัจจัยรอง/ตัวแปรหลักหรือตัวแปรรอง ที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อแสดงถึงคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับนำไปใช้ในการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

**1. ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** เป็นพิจารณาความสามารถในการดำเนินงาน การวางแผน ควบคุม ดูแล และจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย

1.1 โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1.2 การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

1.3 การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

1.4 การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว

1.5 การยอมรับและความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ

1.6 การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว

1.7 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1.8 การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.9 การส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

1.10 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว

**2. ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** เป็นการพิจารณาถึงความพร้อมในการจัดหาบริการพื้นฐานให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญ และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.1 เส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.2 ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน

2.3 ความพร้อมด้านที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

2.4 ความพร้อมด้านอาหารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

2.5 การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่

2.6 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว

2.7 การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว

**3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** เป็นการพิจารณาถึงความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

3.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยว

3.2 การให้บริการมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว

3.3 ร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึก

3.4 ความหลากหลายของกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว

3.5 การให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

3.6 การให้บริการด้านยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว

3.7 การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว

3.8 การให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้

3.9 การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ

**4. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** เป็นการพิจารณาถึงความสามารถในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

4.1 ความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะ

4.2 ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น

4.3 สภาพธรรมชาติที่มีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

4.4 ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท

4.5 การได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณ

4.6 ความโดดเด่นและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

4.7 ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

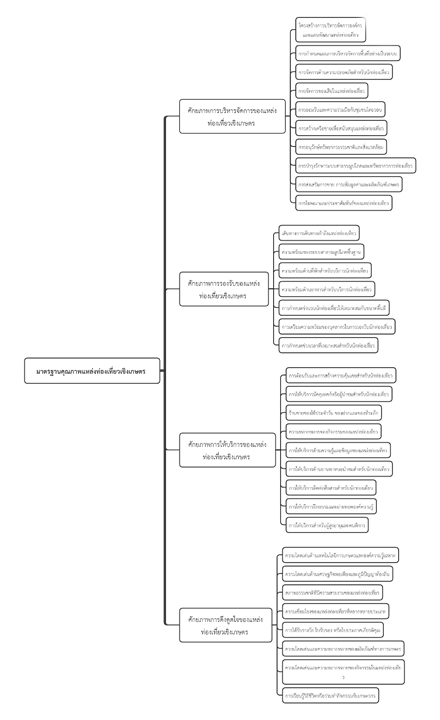
4.8 การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร



ภาพที่ 13 โครงการปิดทองหลังพระ จังหวัดอุดรธานี

ที่มา : ผู้จัดการออนไลน์, สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2565

https://mgronline.com/local/detail/9640000089938



ภาพที่ 14 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548)

**การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลัก ๆ 6 ด้าน ได้แก่

**1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการให้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**

จากการศึกษาของ พิมพ์ชนก มูลมิตร์ นิลุบล คงเปรม และถิรนันท์ ประทุม (2019) พบว่า การที่จะพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการให้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้นั้น ประกอบด้วย

1) การพัฒนาภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการ และยุวมัคคุเทศก์

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3) การพัฒนาทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

4) การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5) การจัดการมาตรฐานโฮมสเตย์

6) การจัดการสุขลักษณะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

7) การจัดการด้านความปลอดภัย

และการพัฒนาขีดความสามารถทุนทรัพยากรมนุษย์ในการให้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับการพัมนาทักษะในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ทักษะการให้บริการทางการท่องเที่ยว

2) ความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3) ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

4) การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5) สุขอนามัยและความปลอดภัย

**2) การประเมินและพัฒนาศักยภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**

จากการศึกษาของ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และสุจิตรา สุคนธทรัพย์ (2017) พบว่า การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

2) การเข้าถึงได้ และสิ่งอำนวยความสะดวก

โดยพุทธพร อักษรไพโรจน์ (2020) แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนั้น ประกอบด้วย

1) การบูรณาการ

2) การตลาด

3) ข้อเสนอในการสร้างคุณค่า

4) การออกแบบบริการ

นอกจากนี้ ราณี อิสิชัยกุล และรชพร จันทร์สว่าง (2018) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าการประเมินศักยภาพสถานประกอบการสปาไทย ประกอบด้วย

1) การบริการ

2) บุคลากร

3) ผลิตภัณฑ์

4) เครื่องมือและอุปกรณ์

5) สถานที่และสิ่งแวดล้อม

6) ครูผู้สอน

7) สถานที่ สื่อ และอุปกรณ์ฝึกอบรม

**3) การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**

โดยชนัญชิดา อนุชาติ และฐิรชญา มณีเนตร (2558) และ นิพล เชื้อเมืองพาน และพิมพ์ชนก มูลมิตร์ (2018) ได้ประยุกต์ใช้แนวทางเกณฑ์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 5A ตามมาตรฐานสากล ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย

1) แหล่งท่องเที่ยว

2) ความสะดวกในการเดินทาง

3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

4) ที่พัก

5) กิจกรรมต่าง ๆ

จากการศึกษาของ วัชราภรณ์ จุลทา (2019) พบว่า องค์ประกอบของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดี ประกอบด้วย

1) ความมีมนต์ขลัง น่าค้นหา

2) ความอุดม

3) ความดึงดูดใจให้ไปเยี่ยมชม

4) ความเป็นเอกลักษณ์

5) ความเหมาะสม/เข้ากันได้กับรสนิยมของนักท่องเที่ยว

6) ความเป็นมิตร

และเพชรศรี นนท์ศิริ และ ชัยรัตน์ เชยสวรรค์ (2020) ได้พัฒนามิติเฉพาะขึ้นมาในการประเมินด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติในการประเมินดังนี้

1) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

1.1) การเข้าถึง

1.2) ระบบข้อมูลข่าวสาร

1.3) สิ่งอำนวยความสะดวกหรือปัจจัยสนับสนุนทางการท่องเที่ยว

1.4) เทคโนโลยีและอุปกรณ์เชิงการแพทย์

2) ความน่าดึงดูดใจ

2.1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

2.2 ภูมิอากาศ

2.3) สิ่งแวดล้อมที่ดี มีสินค้าและบริการเชิงสุขภาพ

2.4) อาหาร

2.5) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

2.6) สถานที่และกิจกรรมเชิงนันทนาการ

3) คุณภาพการบริการ

3.1) จำนวนบุคลากรด้านสุขภาพและการแพทย์

3.2) วัสดุอุปกรณ์ด้านการแพทย์

3.3) ความปลอดภัย

3.4) มีความสามารถด้านการรองรับบริการด้านสุขภาพและการแพทย์

4) ความสามารถทางการแข่งขัน

4.1) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

4.2) ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานประกอบการ

4.3) ความสามารถทางการตลาด

4.4) งบประมาณสนับสนุน

4.5) ภาวะผู้นำ

4.6) ความสามารถในการให้บริการอาหารและที่พัก

4.7) ธุรกิจและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

4.8) บรรยากาศทางการเมือง

โดย เกศวลีณ์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต และณารีญา วีระกิจ (2019) ยังได้นำเสนอเกณฑ์ในการประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

5) ที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

6) กิจกรรมการท่องเที่ยว

และณัฏฐพัชร มณีโรจน์ (2564) ยังได้ชี้เห็นว่าการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัดดังนี้

1) การเข้าถึง

2) ที่พัก

3) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งน้ำพุร้อนและพื้นที่เชื่อมโยง

4) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

5) สิ่งอำนวยความสะดวก

6) การมีส่วนร่วมของชุมชน

7) การตลาด

ในขณะที่ธนพล แก้วสังข์ และคณะ (2564) ได้นำเสนอว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วย 4 มิติ ดังนี้

1) สิ่งอำนวยความสะดวก

2) สถานที่

3) ความปลอดภัย

4) การบริการ

และ ทัศนีย์ นาคเสนีย์ (2562) ยังได้นำเสนอว่าประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ควรประเมินตามเกณฑ์ที่แบ่งออกเป็น 3 ระดับ (สูง ปานกลาง ต่ำ) และมีมิติในการประเมินศักยภาพดังนี้

1) ศักยภาพโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว

2) ศักยภาพด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ

3) ศักยภาพในการกําหนดราคาค่าบริการ

4) ศักยภาพด้านสิ่งอํานวยความสะดวก

5) ศักยภาพของผู้คนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยว

โดยวิภาวดี ลี้มิ่งสวัสดิ์ และคณะ (2561) พบว่า การประเมินศักยภาพและจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ประกอบด้วย

1) ความมีชื่อเสียงและเป็นที่นิยม

2) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว

3) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

นอกจากนี้ พิมพรรณ สุจารินพงค์ (2021) ยังได้พัฒนาเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพการรองรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัดดังนี้

1) สถานที่ท่องเที่ยว

2) โรงแรมที่พัก

3) ร้านอาหารมาตรฐานฮาลาล

4) การคมนาคมขนส่ง

5) คุณลักษณะการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ

6) การตลาดและการประชาสัมพันธ์

**4) การบริหารจัดการและวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในบริบทต่าง ๆ** เช่น

สรัญพร สุรวิชัย และสุวารี นามวงค์ (2563) ได้นำเสนอองค์ประกอบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ประกอบด้วย

1) สิ่งดึงดูดใจ

2) สิ่งอำนวยความสะดวก

3) เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4) การบริหารจัดการ โดยอาศัยความร่วมมือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยเกสสิณี ตรีพงศ์พันธุ์ (2563) พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ประสบความสำเร็จและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้นั้น ประกอบด้วย

1) องค์ประกอบด้านศักยภาพของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว

2) องค์ประกอบด้านการจัดการ

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรม

4) การมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

และอภิลักษณ์ เกษมผลกูล (2020) แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาการแพทย์พื้นบ้านไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสุขภาพนั้น มีแนวทางดังต่อไปนี้

1) การพัฒนาสื่อและการสื่อความหมายในแหล่งให้บริการการแพทย์พื้นบ้าน ได้แก่ การสร้างเอกลักษณ์จากวัฒนธรรมพื้นฐานการแพทย์พื้นบ้านในท้องถิ่น การสื่อความหมายเอกลักษณ์ของชุมชน และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของชุมชน

2) การเชื่อมโยงเครือข่ายและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว

3) การพัฒนาฐานข้อมูลการแพทย์พื้นบ้านเป็นฐานข้อมูลออนไลน์

ซึ่งวัชราภรณ์ จุลทา (2019) พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคได้นั้น จะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาในเรื่องต่อไปนี้

1) รูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพที่สอดคล้องกับรูปแบบของไทยและสากล

2) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัด

3) มีองค์ประกอบของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดี

โดยวิภาวดี ลี้มิ่งสวัสดิ์ และคณะ (2561) ได้นำเสนอว่าการยกระดับเพื่อการพัฒนาศักยภาพและจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย

1) สุขาภิบาล/ความสะอาด

2) ที่พักและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3) การจัดการสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

4) ความปลอดภัย

และธนะวิทย์ เพียรดี และวนิดา อ่อนละมัย (2021) แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาชุมชนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีความรับผิดชอบนั้น จะต้องดำเนินการตามแนวทางดังนี้

1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

2) องค์กรชุมชน

3) การจัดการ

4) การเรียนรู้

นอกจากนี้ ธนวรรษ ดอกจันทร์ และนิพล เชื้อเมืองพาน (2020) ยังได้นำเสนอมิติในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสุขภาพ ซึ่งปะกอบด้วย 5 มิติ ดังนี้

1) คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

3) ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว

4) การบริหารจัดการท่องเที่ยว

5) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

**5) การบริหารจัดการด้านการตลาดและสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว** เช่น

โดยคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และ สุจิตรา สุคนธทรัพย์ (2017) ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์

2) ราคา

3) สถานที่

4) การส่งเสริมการตลาด

5) บุคคล

6) กระบวนการ

7) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

และ กานดา ธีรานนท์ (2561) ได้นำเสนอแนวทางในการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบริการสุขภาพ ประกอบด้วย

1) การให้บริการและการมีไมตรีจิต

2) สิ่งสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

3) คุณภาพผู้ให้บริการ

4) มาตรฐานคุณภาพของสถานพยาบาล

5) การส่งมอบบริการด้วยความเต็มใจ

6) พันธมิตรเชิงกลยุทธ์

7) การเข้าถึงการรับบริการ/ช่องทางการตลาด

นอกจากนี้ วัชราภรณ์ จุลทา (2019) และ สรรค์นันธ์ ตันติอุโฆษกุล อัครวงศ์ และคณะ (2563) ยังได้พัฒนาแนวทางในการเสริมสร้างคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนำเสนอมิติของความประทับใจหรือสบายใจของนักท่องเที่ยวในขณะที่ใช้บริการและร่วมกิจกรรมเชิงสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย 6 มิติ ดังนี้

1) ความมีมนต์ขลัง น่าค้นหา

2) ความอุดมสมบูรณ์

3) ความดึงดูดใจให้ไปเยี่ยมชม

4) ความเป็นเอกลักษณ์

5) ความเหมาะสม/เข้ากันได้กับรสนิยมของนักท่องเที่ยว

6) ความเป็นมิตร

และธันยา พรหมบุรมย์ และนฤมล กิมภากรณ์ (2558) พบว่า องค์ประกอบในการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ประกอบด้วย 10 องค์ประกอบดังนี้

1) ที่พัก

2) กิจกรรมการท่องเที่ยว

3) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว

4) การเดินทาง

5) ความคุ้มค่าเงิน

6) บุคลากรแนะนําท่องเที่ยว

7) ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว

8) อาหารและเครื่องดื่ม

9) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

10) แหล่งท่องเที่ยว

**6) การพัฒนาศักยภาพของโรงพยาบาลให้สามารถรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ ตามมาตรฐานสถานพยาบาลระดับสากล (JCIA: Joint Commission International Accreditation)**

จากการศึกษาของ อรไท ครุธเวโช และคณะ (2564) พบว่า ศักยภาพของโรงพยาบาลรัฐเพื่อส่งเสริมการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติตามมาตรฐานสถานพยาบาลระดับสากลนั้น ประกอบด้วย

1) ความสะดวกสบายในการใช้บริการของโรงพยาบาล

2) การให้การต้อนรับของเจ้าหน้าที่

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานพยาบาล

4) การบริการทางการแพทย์

5) หน่วยประสานงานชาวต่างชาติ

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในต่างประเทศ**

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า มีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลัก ๆ ใน 11 ประเด็น ได้แก่

**1) คุณลักษณะของความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว**

จากการศึกษาของ Hossain and Islam (2019) ได้นำเสนอว่าคุณลักษณะของความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วย

1) ความปลอดภัยและความมั่นคง

2) โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว

3) การให้ความสำคัญกับการเดินทางและท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ

4) คุณภาพการบริการ

5) การเข้าถึง

6) ความเชี่ยวชาญและทักษะของพนักงานผู้ปฎิบัติงาน

7) คุณภาพของที่พัก

8) ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง

9) ลักษณะทางกายภาพและบรรยากาศของจุดหมายปลายทาง

10) ความมีชื่อเสียงในตลาดการท่องเที่ยว

11) ความเป็นมิตรของชุมชนในท้องถิ่นหรือพื้นที่

12) การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

13) การส่งเสริมการตลาดและการสร้างตราสินค้าทางการท่องเที่ยว

14) การเข้าถึงแหล่งน้ำดื่มที่สะอาด ถูกหลักอนามัย และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกสุขภาวะ

15) คุณภาพของโครงสร้างทางการขนส่งที่เชื่อมโยงไปยังพื้นที่

16) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของพื้นที่

17) การนำเสนอบริการด้านสุขภาพและสุขภาวะ

18) อาหาร

19) ทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

20) ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

21) โอกาสในการเลือกซื้อหาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

22) ค่าใช้จ่ายในการครองชีพ

23) กิจกรรมหรืองานอีเว้นท์พิเศษ

**2) ตัวแบบของความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว**

จากการศึกษาของ Drakulić etal. (2018) ชี้ให้เห็นว่าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถแข่งขันได้นั้น จะต้องมีความสามารถในการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

1) ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดใจที่มีความโดดเด่น

2) ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน

3) การกำหนดปัจจัยด้านคุณภาพและคุณลักษณะส่งเสริม

4) การจัดการจุดหมายปลายทาง

5) การกำหนดนโยบาย การวางแผน และพัฒนาจุดหมายปลายทาง

**3) ความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว**

จากการศึกษาของ Michael et al. (2019) แสดงให้เห็นว่าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถแข่งขันได้นั้น จะต้องมีความสามารถในการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจุดหมายปลายทาง

2) โครงสร้างพื้นฐานของจุดหมายปลายทางและบริการสนับสนุน

3) ทรัพยากรมนุษย์ของจุดหมายปลายทาง

4) สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของจุดหมายปลายทาง

**4) ความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในบริบทของการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน**

จากการศึกษาของ Armenski et al. (2018) ได้นำเสนอว่าการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่จะส่งเสริมให้จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันได้นั้น ประกอบด้วย

1) การจัดการความเสี่ยงและการกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม

2) การพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

3) การวางแผนเพื่อการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน

4) การให้ความสำคัญกับการสร้างครือข่ายและเชื่อมโยงกับชุมชน

5) การให้ความสำคัญการจัดการศึกษาที่เน้นแนวปฏิบัติเพื่อไปสู่ความยั่งยืน

**5) ปัจจัยของความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว**

จากการศึกษาของ Woyo and Slabbert (2021) พบว่า ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วย

1) ความดึงดูดใจของทรัพยากรทางธรรมชาติ

2) คุณภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

3) ความดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรม

4) คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์

5) โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว

6) การเมืองและการวางนโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

7) การจัดการจุดหมายปลายทาง

8) ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา

**6) กลุ่มขององค์ประกอบที่ใช้วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว**

จากการศึกษาของ Aquilino et al. (2019) พบว่า กลุ่มขององค์ประกอบที่ใช้วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วย

1) ทรัพยากรที่รับสืบทอดมาหรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

2) ทรัพยากรที่ถูกสร้างขึ้นมา

3) ทรัพยากรสนับสนุน

4) การจัดการจุดหมายปลายทางและการวางโครงสร้างองค์กร

5) การให้ความสำคัญกับภาคสังคมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของในชุมชนให้ดีขึ้น

6) การสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

**7) กรอบแนวคิดของตัวขี้วัดด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง**

จากการศึกษาของ Ferreira and Perks (2020) ได้นำเสนอว่าตัวขี้วัดด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางนั้น ประกอบด้วย จำนวน 3 ตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่

1) ตัวชี้วัดหลักการท่องเที่ยว

2) ตัวชี้วัดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3) ตัวชี้วัดสนับสนุนทางการท่องเที่ยว

**8) ตัวแบบในการประเมินความสามารถในการแข่งขัน**

จากการศึกษาของ Thai et al. (2020) แสดงให้เห็นว่าตัวแบบที่ใช้สำหรับการประเมินความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่

1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

2) การจัดการจุดหมายปลายทาง/การจัดการขององค์กรปกครองในท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว

3) เงื่อนไขด้านสถานการณ์ทางการท่องเที่ยว

4) ความต้องการของนักท่องเที่ยว

5) ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

**9) ตัวแบบในการวัดความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง**

จากการศึกษาของ Mustafa et al. (2020) และ Boroomand et al. (2019) ได้ชี้ให้เห็นว่าตัวแบบที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ทั้งสิ้น 10 องค์ประกอบดังนี้

1) ความปลอดภัยและความมั่นคง

2) โครงสร้างพื้นฐาน

3) โครงสร้างทางการท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติ

4) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการการท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทาง

5) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น/กิจกรรมและงานอีเง้นท์

6) ทรัพยากรมนุษย์/ผู้คนในพื้นที่และความเต็มใจในการให้บริการ

7) วัฒนธรรมและประเพณีในพื้นที่

8) ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและสภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทาง

9) การจัดการจุดหมายปลายทาง

10) การจัดการสารสนเทศและการวางแผน

**10) ตัวแบบความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางในการดึงดูดของนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมจุดหมายปลายทางซ้ำอีกครั้งในสถานการณ์เกิดขึ้นของการแพร่ระบาดของโควิด-19**

จากการศึกษาของ Altinay and Kozak (2021) พบว่า องค์ประกอบของตัวแบบความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางในการดึงดูดของนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมจุดหมายปลายทางซ้ำอีกครั้งนั้น ประกอบด้วย

1) การใช้เทคโนโลยีและปรับสู่โลกดิจิทัลเพื่อสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

2) การจัดการความเสี่ยง

3) การกำหนดกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ

4) การสร้างภาวะผู้นำด้านสุขภาพ

5) การทำการตลาดโดยเน้นเนื้อหาทางด้านสุขภาพและความปลอดภัย

6) การประเมินและเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันของจุดหมายปลายทางกับคู่แข่งรายอื่น ๆ

**11) ปัจจัยผลักและดึงดูดความสนใจที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจุดหมายปลายทาง**

จากการศึกษา Bichler and Pikkemaat (2021) ได้เสนอแนะว่าการที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจุดหมายปลายทางได้นั้น จะต้องอาศัยการจูงใจด้วยปัจจัยผลักและดึงดูด ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) ปัจจัยผลัก ได้แก่

1.1) ความตื่นตาตื่นใจ

1.2) ความรู้หรือระบบการศึกษา

1.3) บรรยากาศที่ผ่อนคลายและเงียบสงบ

1.4) การบรรลุความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.5) การเชื่อมความสัมพันธ์ในครอบครัว

2) ปัจจัยดึงดูด ได้แก่

2.1) โครงสร้างพื้นฐาน

2.2) บรรยากาศของพื้นที่

2.3) สภาพแวดล้อม

2.4) สภาพสังคม

2.5) สภาพความเป็นอยู่และเศรษฐกิจ

2.6) การนำเสนอกิจกรรมทางการท่องเที่ย

ภาพที่ 15 การนวดประคบสมุนไพร

ที่มา เว็บไซต์ สวนนงนุช พัทยา

**12) การวิเคราะห์พลวัตรของการพัฒนาของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย**

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังผูกติดไว้กับการแบ่งเวลาเพื่อมาทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การรักษาพยาบาล ซึ่งถือเป็นการบำบัดรักษาโรค หรือในกรณีที่ไม่ได้เป็นโรคก็สามารถมาท่องเที่ยวในแง่ของการเดินทางมาเพื่อส่งเสริมสุขภาพของตนเองให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ซึ่งปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับโลกและในระดับภูมิภาคเอเชีย หรือแม้กระทั่งในประเทศไทยเองก็ตาม โดยการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก มีสาเหตุมาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) ชนชั้นระดับกลางทั่วโลกมีการขยายตัวและมีรายได้ที่สูงขึ้น ซึ่งคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น 2) ประชาชนทั่วโลกให้ความใส่ใจในการดูแลสุขภาพตนเองเพิ่มขึ้น เพราะถูกกระตุ้นจากการเกิดโรคภัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable diseases: NCDs) หรืออาจถูกกระตุ้นจากความรู้สึกอ่อนล้า ปวดเมื่อยร่างกาย เกิดภาวะความตึงเครียดจากภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ และ 3) การท่องเที่ยวเพื่อต้องการสร้างประสบการณ์อันแปลกใหม่ให้กับชีวิตตนเองของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้นกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่มาเพื่อเยี่ยมชม ซื้อของที่ระลึกและเดินทางกลับไป (Marketer online, 2020)

ตั้งแต่ปี 2018 ไปจนกระทั่งถึงปี 2022 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเติบโตขึ้นเฉลี่ย (Compound annual growth rate: CAGR) ร้อยละ 3.3 ต่อปี โดยการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เข้มแข็งในภูมิภาค เช่น การเชื่อมต่อระหว่างประเทศที่สามารถเดินทางด้วยสายการบินที่หลากหลายและมีตารางการบินที่เพิ่มจำนวนเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น มีการจัดตารางบินตรงระหว่างประเทศทำให้เกิดความรวดเร็วในการเดินทางมากขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำลง ความสะดวกจากการจองผ่านแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดนี้อำนวยความสะดวกในการเดินทางอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งประเทศไทยก็มีการนำเอาแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วให้กับนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยระหว่างปี 2014 - 2018 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 11.45 ต่อปี ในปี 2018 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 38,277,300 คน เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2017 พบว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.19 นอกจากนี้ จากรายงานของ GlobalData’s แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลักที่มีความสำคัญในระดับภูมิภาคเอเชีย โดย GlobalData ได้คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น เป็นมูลค่า 27.7 ล้านบาท ในปี โดยเพิ่มจากอัตราโดยเฉลี่ย (Compound annual growth rate: CAGR) ประมาณร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับปี 2019 (GlobalData Plc, 2020) และจากข้อมูลดัชนีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ตั้งแต่ปี 2010 ถึงปี 2015 ธุรกิจในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นภาคธุรกิจที่สร้างรายได้แก่ประเทศไทยถือเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และในปี 2020 - 2021 พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 17 จากการจัดอันดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก (Global MTI ranking) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการจัดอันดับ ได้แก่ Destination Environment, Medical Tourism Industry, and Quality of Facilities & Services นอกจากนี้ ประเทศไทยยังถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 15 ของโลกในด้าน Quality of Facilities & Services ในการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นเดียวกัน (The International Healthcare Research Center, 2020) ทางด้านแนวโน้มอัตราการเติบโตของประเทศไทย ซึ่งศูนย์วิจัยสุขภาพของโลก (International healthcare research center: IHRC) ได้กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยมีแนวโน้มเติบโตถึงอัตราร้อยละ 14 ต่อปี (Ministry of Tourism and Sports, 2018) ซึ่งข้อมูลนี้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปี ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam: CLMV) และนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น ตามลำดับ ซึ่งในปี 2018 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยจำนวน 2.5 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 6-8% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด (Kasikorn Research Center, 2019) การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเพราะการพัฒนาด้านการแพทย์และสาธารณสุขของโลก ทำให้ประชากรของโลกมีอัตราการเสียชีวิตต่ำลง ผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะมีอายุยืนยาวมากกว่าในอดีต โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงานไปประกอบกิจกรรมสันทนาการ หรือเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เนื่องจากมีเวลามากกว่า นักท่องเที่ยวในวัยอื่น ๆ และมีความพร้อมทางด้านการเงิน กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงเป็นตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูงกว่าตลาดทั่วไป และในอนาคตอีก 10 ปี ข้างหน้าคาดการณ์ว่าจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งเป็นชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนประมาณ 7 ล้านคนต่อปี พยากรณ์ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ร้อยละ 31 เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุถือเป็นโอกาสของประเทศไทย เพราะในอนาคตผู้สูงอายุอาจกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลักที่ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงขึ้น (International Institute for Trade and Development, 2014)

ด้านสถิตินักท่องเที่ยวจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2018 พบว่า นักท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศกัมพูชา เมียนมาร์ และลาว ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศแถบยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียมากที่สุด รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และเยอรมนี ตามลำดับ (National Statistical Office, 2018) จากข้อมูลที่กล่าวมาในเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นโดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักเป็นชาวเอเชีย อย่างไรก็ตามแม้ว่าประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบของการบำบัดรักษาในอัตราที่สูง แต่ทว่ายังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบส่งเสริมสุขภาพ (ป้องกันการเกิดโรค) ด้วยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากผู้คนทั่วโลกว่าเป็นประเทศ ซึ่งมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาโรค หรือใช้สมุนไพรในการป้องกันการเกิดโรคภัยต่าง ๆ โดยการนำเอาภูมิปัญญาไทยแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จะเห็นได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบของการส่งเสริมสุขภาพด้านการนวดเพื่อสุขภาพ การนวดฝ่าเท้า การฝึกกายบริหารฤาษีดัดตนหรือการให้บริการประเภทสปา ซึ่งการบริการนวดสปาของไทยเป็นกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งยูเนสโกได้ประกาศขึ้นทะเบียน "นวดไทย" ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Chantaburee (2016) ซึ่งศึกษาเรื่องโอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มในอนาคตที่ดีทั้งในกลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งจากการศึกษา Heesup, Kiattipoom, Heekyoung & Wansoo (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปา ได้เผยว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวกำลังได้รับความนิยมจากหมู่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและมาใช้บริการสปาจากประเทศในแถบทวีป เอเซีย เช่น จากประเทศไทย อินเดีย สิงค์โปร์ มาเลเซีย เป็นต้น และจากการศึกษาของ Kieanwatana, Sukonthasab, and Leemingsawat (2018) ได้รายงานว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยเป็นเพราะว่า ประเทศไทยมีบรรยากาศของของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อที่จะผ่อนคลายทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนิยม คือ การได้มานวดแผนไทย รองลงมา คือ การนวดอโรมาเทอราปี และ นวดฝ่าเท้า/นวดกดจุดสะท้อนเท้า ตามลำดับ

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยในปัจจุบันได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างดี โดยนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาเพื่อพักผ่อนพร้อมกับมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการบำบัดรักษาโรคภัยหรือเสริมสร้างความงาม เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยเป็นจุดหมายจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จนได้รับการยอมรับว่าเป็นเบอร์ 1 ที่มีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) มากที่สุดในเอเชีย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนิยมใช้บริการตรวจสุขภาพ การศัลยกรรมความงาม ทันตกรรม การรักษาโรคเฉพาะทาง เช่น กลุ่มโรคหัวใจ และกระดูก ซึ่งข้อมูลของ The Global Wellness Institute (2021) พบว่า รูปแบบการบริการด้าน Personal Care & Beauty เป็นบริการที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ต้องการมากที่สุด ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านศัลยกรรมติด 10 อันดับแรกของโลก เนื่องจากไทยมีมาตรฐานการบริการในระดับใกล้เคียงกับโรงพยาบาลในประเทศสหรัฐอเมริกา มีเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยที่สำคัญมีค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น ศัลยกรรมจมูกมีราคาถูกกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา 2 เท่า ศัลยกรรมแปลงเพศมีราคาถูกกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคยุโรปถึง 10 เท่า นอกจากนี้ ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ว่าแพทย์ไทยมีความเชี่ยวชาญในการผ่าตัด โดยมีจำนวนโรงพยาบาลเอกชนมากกว่า 1,000 แห่ง และมีสถานพยาบาลกว่า 61 แห่ง ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน Joint Commission International (JCI) จากสหรัฐฯ ซึ่งมีจำนวนสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค (The International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS) Global Statistics, 2021) และจากการจัดอันดับของ The International Healthcare Research Center ได้เปิดเผยว่าในปี 2020 การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยได้รับความนิยมติดอันดับ 5 ของโลก มีสถิตินักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 ของภูมิภาคเอเชีย ซึ่งข้อมูลของ VISA And Oxford economics กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์จากประเทศไทยมากที่สุด เนื่องด้วยประเทศจีนได้มีการปรับนโยบายใหม่ โดยอนุญาตให้แต่ละครอบครัวมีลูกได้ 2 คน ส่งผลให้บริการการรักษาผู้มีบุตรยากได้รับความนิยมในหมู่ชาวจีนมากขึ้นโดยมีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ ประมาณ 200,000 – 400,000 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนยังนิยมมาใช้บริการด้านการชะลอวัย (Anti-aging and wellness) เป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ให้ประเทศไทยในปี 2017 ประมาณกว่า 23,000 ล้านบาท และจากข้อมูลสถิติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการด้านการชะลอวัย เมื่อปี 2018 พบว่า มีจำนวนประมาณ 66,492 คน ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจ จำนวน 23,128,859,400 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มาใช้บริการมากสุดได้แก่ จีน อังกฤษ สหรัฐ อาหรับเอมิเรต สิงคโปร์อินเดีย เยอรมัน ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยจำนวน 5 วัน ปริมาณเงินที่ใช้จ่ายต่อคนในการใช้บริการทางแพทย์ เฉลี่ย 234,923 - 700,000 บาท ในส่วนของการเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับการรักษาภาวะการมีบุตรยาก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการมากที่สุดได้แก่ จีน เวียดนาม เมียนมาร์และอินเดีย ซึ่งปริมาณของการใช้จ่ายต่อหัวอยู่ที่ 200,000 - 400,000 บาท ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับบำบัดการ ติดยา หรือแอลกอฮอล์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ ออสเตรเลีย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง ตามลำดับ ระยะเวลาในการรับบริการเฉลี่ย 28 วัน ปริมาณการใช้ จ่ายต่อหัวอยู่ที่ 230,000-440,000 บาท นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อผ่อนคลายด้วย วิธีการนวดโดยมาใช้บริการจากรีสอร์ทสุขภาพ พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษมากที่สุด รองลงมาเป็นประเทศออสเตรเลีย เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และรัสเซีย ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ย ในการมาใช้บริการจำนวน 3-10 วัน มีการใช้จ่ายต่อคน 370,000-160,000 บาท (Ministry of Tourism and Sports, 2018)

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในเบื้องต้นเห็นว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปริมาณสูง และมีแนวโน้มที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต แต่ประเทศไทยยังคงพบจุดอ่อนที่เกิดจากการบริหารด้านความปลอดภัย ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการเดินทางต่อเนื่องทางบกภายในประเทศ ดังจะเห็นได้จากข้อมูลTravel & Tourism Competitiveness Index 2019 ที่ไทยได้คะแนนต่ำที่สุดเป็นอันดับสองในอาเซียน รองจากฟิลิปปินส์ (World Economic Forum, 2019) นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2020 ประเทศทั่วโลกต้องพบกับสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก เห็นได้จากการที่ธนาคารโลกได้ออกมาให้ข้อมูลแก่ทั่วทุกประเทศ เมื่อวันศุกร์ที่ 3 เมษายน 2020 ว่าการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19) ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกครั้งใหญ่ และมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบหนักต่อนานาประเทศ มีผลให้อัตราการใช้จ่ายและการเดินสะพัดของเม็ดเงินทั่วโลกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ลดน้อยลงอย่างกะทันหันและมีการจำกัดการเดินทางของผู้คนออกนอกประเทศ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ที่ต้องปิดกิจการชั่วคราว บริษัทนำเที่ยวหยุดให้บริการนำกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยวไปยังประเทศต่าง ๆ ส่งผลให้การไหลเวียนเงินในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกิดการชะลอตัวอย่างกะทันหัน (Bangkokbiznews, 2020) ซึ่งจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (โควิด-19) นับว่าเป็นสถานการณ์ที่เป็นตัวผันแปรสำคัญที่ฉุดรั้งการเติบโตการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศที่กำลังอยู่ในช่วงเจริญเติบโตให้ชะลอตัวลงอย่างรวดเร็ว

จากข้อมูลในเบื้องต้นเห็นได้ว่าทิศทางและรายได้ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศทั้งใน รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เช่น การศัลยกรรมความงาม ทันตกรรม การรักษาโรคเฉพาะทาง เช่น กลุ่มโรคหัวใจและกระดูก และการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (ป้องกันการเกิดโรค) เช่น การนวดสปา การนั่งสมาธิ ฯลฯ มีแนวโน้มการเติบโตเป็นไปในทิศทางที่เป็นบวกส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทยเติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศในแถบเอเชียได้ อีกทั้งยังสามารถผลักดันให้กลายเป็นวิธีการสร้างแหล่งรายได้สำคัญให้กับประเทศไทยได้

**โอกาส ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย**

ตลาดสุขภาพและแนวโน้มด้านสุขภาพของผู้คนทั่วโลก โดยเฉพาะในช่วงหลังวิกฤตการณ์ในปัจจุบัน พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) มีศักยภาพการเติบโตที่สูงมาก เพราะเป็นบริการที่จะเข้าถึงผู้คนทุกเพศทุกวัยโดยเฉพาะกลุ่มที่มีกําลังซื้อสูง และสามารถสร้างเม็ดเงินจํานวนมหาศาล สำหรับอุตสาหกรรมการแพทย์และการสุขภาพทั่วโลก ในปี 2564 ผู้คนในทุกระดับหันมาให้ความสําคัญกับสุขภาพมากขึ้นอย่างชัดเจน รวมถึงวิกฤตต่าง ๆ ที่กําลังเกิดขึ้น ซึ่งไม่เพียงส่งผลกระทบด้านสุขภาพเท่านั้น หากยังลุกลามไปถึงเรื่องเศรษฐกิจ ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตประจําวัน การเดินทาง การท่องเที่ยวและอื่น ๆ ปัจจัยเหล่านี้จะก่อให้เกิดความต้องการหาวิธีการการดูแลสุขภาพแบบบูรณาการ ซึ่งอยู่ในรูปแบบบริการที่เข้าถึงง่าย ดึงดูดใจและสอดรับกับกิจกรรมไลฟ์สไตล์ในยุคปัจจุบัน เพื่อเป็นหลักประกันทั้งในด้านสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการยกระดับภาพลักษณ์ “To Be a Better YOU” โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชื่นชอบประสบการณ์แบบ “จับต้องได้และเห็นผลลัพธ์กับร่างกายอย่างชัดเจน” ล้วนเป็นตัวขับเคลื่อนให้ภาคธุรกิจการดูแลสุขภาพ การแพทย์ รวมถึงศัลยกรรมมีศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต (ฐานเศรษฐกิจ, 2564)

จากสถิติข้อมูลของอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพ โดยภาพรวมของอุตสาหกรรมฯ ทั่วโลกในปี 2563 มีมูลค่าสูงกว่า 4.75 ล้านล้านดอลลาร์ หรือกว่า 157 ล้านล้านบาทแบ่งเป็น ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) มีมูลค่าถึง 639 พันล้านดอลลาร์ หรือกว่า 20 ล้านล้านบาทขณะในเฉพาะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีส่วนแบ่งตลาดนี้ถึง 46.8 พันล้านดอลลาร์ หรือกว่า 1.6 ล้านล้านบาท ส่วนตลาดโครงการอสังหาฯ สำหรับการดูแลสุขภาพมีมูลค่าที่ 134.3 พันล้านดอลลาร์ หรือกว่า 4.4 ล้านล้านบาท ส่วนภาพรวมตลาดส่งเสริมดูแลสุขภาพและสปาของไทย พบในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 หลายประเทศทั่วโลกได้ดําเนินโครงการฉีดวัคซีนให้แก่ประชาชนส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในแถบยุโรป อเมริกา และสแกนดิเนเวียน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งจะทําให้การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศกลับมา และส่งผลถึงการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยด้วยเช่นกัน บทเรียนจากการแพร่ระบาด จะทําให้ผู้คนทั่วโลกตระหนักว่า การดูแลสุขภาพเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันมีความสําคัญอย่างไม่อาจปฏิเสธได้ โปรแกรมการดูแลสุขภาพจะถูกสอดแทรกไว้ในกิจกรรมไลฟ์สไตล์แทบทุกรูปแบบ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยว (ฐานเศรษฐกิจ, 2564)

**โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย**

จากการศึกษาพบว่า 78 % ใน 48 ประเทศทั่วโลก มีเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) อยู่ในใจ และประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ปัจจุบันที่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแน่นอนว่าผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อหารายได้ที่แตกต่างจากอดีต โดยในปี 2564 เป็นปีของการปรับตัว และปี 2565 จะเป็นปีของการเปลี่ยนแปลง ประเทศไทยมุ่งหวังจะพลิกฟื้นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยสร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ให้อยู่บนอุปทานที่เหมาะสม ลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติ เน้นการสร้างมูลค่ามากกว่าปริมาณ เพื่อให้รองรับและทันโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงภายหลังการลดลงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

หลายฝ่ายเชื่อว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรจะเป็นความหวังของประเทศในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีโอกาสมากมายจากปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติดังนี้

1. แนวโน้มและกระแสการให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพร่างกายทั้งการรักษา และการป้องกัน ตลอดจนการบำบัด ฟื้นฟู และการทำสมาธิ
2. การขยายตัวของชนชั้นกลางทั่วโลก ทำให้มีระดับรายได้ที่สูงขึ้น โดยประชากรคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพและมีกำลังซื้อมหาศาล
3. วิถีชีวิตของคนยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนมากขึ้น ให้รางวัลกับชีวิตตนเองและครอบครัว และเป้าหมายของการท่องเที่ยวนอกจากการพักผ่อนหย่อนใจ ยังมุ่งเน้นเรื่องการส่งเสริมสุขภาพกายและใจอีกด้วย
4. วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่มีการแข่งขันสูงส่งผลให้ผู้คนในสังคมทำงานหนัก เกิดความเครียด ความอ่อนล้า ปวดเมื่อยร่างกาย ผู้คนจึงหาหนทางในการหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดโรคภัยด้วยการใช้วิธีสร้างเสริมสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดโรคภัย
5. คุณภาพชีวิตของมนุษย์ดีขึ้น มีเวลาว่างมากขึ้นและมีชีวิตอิสระมากขึ้น สามารถเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนและหรืออาจทำงานไปในเวลาเดียวกัน (Workation)
6. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มในการที่ต้องรักษาพยาบาล อีกทั้งคนกลุ่มนี้โดย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้จากเงินบำนาญ เงินบำเหน็จ จึงทำให้เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายในการดูแลรักษาสุขภาพ
7. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้วยมาตรการดึงดูดให้คนไปท่องเที่ยว อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน
8. ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวในระดับต้น ๆ ของโลก เป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว และหนึ่งในนั้นคือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
9. ประเทศไทยมีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวก ง่ายต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นศูนย์กลางการบินที่มีเส้นทางการบินสำหรับสายการบินต่าง ๆ มากมาย ตลอดจนการคมนาคมในประเทศที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ได้สะดวกและง่ายดาย
10. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยในปัจจุบันได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างดี โดยนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาเพื่อพักผ่อนพร้อมกับมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการบำบัด ฟื้นฟูรักษาโรคภัยหรือเสริมสร้างความงาม
11. แนวโน้มการท่องเที่ยวที่นิยมการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้น่าสนใจมากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ๆ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลายรูปแบบที่สร้างประสบการณ์และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
12. ประเทศไทยมีค่าครองชีพที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวมถือว่าคุ้มค่าคุ้มราคา (Value for Money) กับเงินที่เสียไปสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการรับบริการทางการแพทย์และสุขภาพถือว่าถูกกว่าประเทศอื่น ๆ มากมาย
13. นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ของโลกด้วยศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทย โดยรัฐบาลต้องการมุ่งเน้นทั้งการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)
14. ความพร้อมและศักยภาพด้านการแพทย์และสาธารณสุข ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางสุขภาพ (Global Health Security Index : GHS) อันดับที่ 5 ของโลก จากทั้งหมด 195 ประเทศ และเป็นอันดับที่ 1 ของเอเชีย จากการประเมินความพร้อมของประเทศในการรับมือการแพร่ระบาดโรคติดต่อปี 2021 โดยมหาวิทยาลัยจอนส์ ฮอปกินส์ (Johns Hopkins Center for Health Security) สหรัฐอเมริกา (มติชน, 2564)
15. ศักยภาพการเป็นเมืองท่องเที่ยวทำให้ประเทศไทยมีการบริการที่ดีมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล และมีโรงแรมทุกระดับและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนมาตรการการป้องกันด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ได้รับการยอมรับ
16. ประเทศไทยเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีความสุภาพอ่อนโยน สุภาพ นอบน้อม ตลอดจนอัธยาศัยและน้ำใจไมตรีของผู้คนที่มีต่อนักท่องเที่ยวจนเป็นที่กล่าวขาน ประเทศไทยยังคงเป็นดินแดนแห่งรอยยิ้มสำหรับชาวต่างชาติอยู่เสมอ
17. ศักยภาพและความพร้อมของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทั้งการแพทย์สมัยใหม่ การแพทย์ทางเลือก และการแพทย์แผนไทยสำหรับการรักษาที่มีชื่อเสียง ตลอดจนการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ
18. ประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยจากสถาบัน JCI (Joint Commission International) มากมาย นอกจากการรักษาพยาบาลที่ได้คุณภาพ ยังมีกระบวนการจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงของทีมแพทย์และพยาบาล ประกอบกับมีเทคโนโลยีการแพทย์ที่ทันสมัย
19. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพที่อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งปลูกสมุนไพรทางการแพทย์ แหล่งผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และมรดกภูมิปัญญาทางการแพทย์แผนไทยที่ใช้ในการรักษา ดูแล บำบัดและฟื้นฟูร่างกายและสุขภาพ
20. ประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะในการให้บริการทางการส่งเสริมสุขภาพ เช่น การบริการนวดแผนไทย การบริการอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย



ภาพที่ 16 น้ำมันหอมระเหยสำหรับการนวดเพื่อผ่อนคลาย

ที่มา เว็บไซต์ kadsarinspa

**ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย**

จากการจัดอันดับ ของศูนย์วิจัยสุขภาพ ของโลก (The International Healthcare Research Center: IHRC) ได้เปิดเผยว่า ในปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยได้รับความนิยมติดอันดับ 6 ของโลก มีสถิตินักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 ของภูมิภาคเอเชีย ซึ่งข้อมูลของ VISA And Oxford Economics กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์จากประเทศไทยมากที่สุดประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปริมาณสูง และมีแนวโน้มที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต (วารีพร ชูศรี และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล 2563) แต่อย่างไรก็ดี ประเทศไทยยังมีปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่บ้างดังต่อไปนี้

1. สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังไม่สงบ โลกและประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับวิกฤตโรคระบาดนี้ต่อไปโดยยังไม่รู้จะจบลงเมื่อไร ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกอันเกิดจากธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ปิดกิจการ หรือเกิดการล้มละลายจากโรคระบาดส่งผลกระทบทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชะลอตัวอย่างรุนแรงและรวดเร็ว
2. การบริการจัดการด้านความปลอดภัยภายในประเทศ เหตุการณ์ความไม่สงบ อุบัติเหตุจากการท่องเที่ยว อาชญากรรม โจรกรรม การทำร้ายหรือกรรโชกทรัพย์นักท่องเที่ยวยังเกิดขึ้นบ่อย ๆ ทำให้เกิดความไม่แน่ใจของนักท่องเที่ยว และส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ
3. ประเทศไทยมีคู่แข่งสำคัญทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด ได้ เช่น ประเทศมาเลเซียที่มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารด้วย ภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่ว
4. บุคลากรทางการแพทย์ของประเทศไทยบางส่วนยังขาดทักษะ และความพร้อมในด้านภาษาต่าง ประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งบุคลากรที่ให้บริการด้านนี้จำเป็นต้องมีทักษะในการใช้ภาษา ต่างประเทศได้ดี
5. สินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยมีชื่อเสียงและสรรพคุณที่ดี แต่ยังขาดการพัฒนานวัตกรรมสินค้าที่ดี ตลอดจนการสร้างแบรนด์สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสวยงาม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
6. ขาดความเชื่อมั่นถึงความมีเสถียรภาพของรัฐบาล และความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ ตลอดจนเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศไม่นิ่งทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและผันผวนอยู่เสมอ
7. ขาดการสร้างเครือข่ายและการบูรณาการด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับภูมิภาคเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและการร่วมมือร่วมใจที่ชัดเจน
8. โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวยังขาดการเชื่อมโยงกันระหว่างเมืองหลักกับเมืองรองเพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ และเกิดการกระจายรายได้และเกิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)
9. จำนวนโรงพยาบาลของรัฐและเอกชนไม่เพียงพอต่อจํานวนนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ และเกิดการกระจุกตัวในพื้นที่เมืองหลัก
10. บุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญของไทยบางส่วนอาจจะเดินทางไปทํางานต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซียซึ่งให้คำตอบแทนสูงกว่า ประเทศไทย 3-5 เท่า
11. ขาดการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเชิงรูปธรรมอย่างชัดเจน ทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์
12. ขาดการเชื่อมโยงและการบูรณาการความร่วมมือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จะทำงานร่วมกันไปในทิศทางเดียวกัน
13. ยังขาดการร่วมมือและบูรณาการการทำงานระหว่างโรงเรียนการแพทย์และโรงพยาบาลเอกชนในการผลิตบุคลากรทางการแพทย์ร่วมกัน
14. การทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยส่วนใหญ่ยังเป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่ และต่างคนต่างทำการตลาดของตนเอง รวมถึงสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยไม่ได้ทำเป็นภาพรวมของประเทศไทยทั้งหมด
15. การผลิตบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศยังไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และเชิงสุขภาพที่เพิ่มขึ้น และบุคลากรทางการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพบางส่วนยังขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ

**ข้อเสนอแนะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย**

ด้วยเป้าหมายของประเทศไทยในปี 2570 ที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียและเป็นศูนย์กลางด้านสมุนไพรโลก (World Herb Hub) ในปี 2580 สิ่งที่กรมการแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือกภายใต้กระทรวงสาธารณสุขจำเป็นที่ต้องเร่งพัฒนาศักยภาพในทุกด้านเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดซึ่งข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีดังต่อไปนี้

1. การสร้างและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการให้เพียงพอ โดยมุ่งเน้นการออกแบบตามอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เพื่อคนทั้งมวล ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการมุ่งเน้นจังหวัดนำร่อง
2. การพัฒนารูปแบบการบริการสุขภาพด้านภูมิปัญญาทางการแพทย์และบริการด้านสมุนไพรเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาคได้
3. ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดเมืองสมุนไพร (Herbal City) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพรและภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยในพื้นที่เป้าหมายให้เป็นรูปธรรม เช่นจังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดระนอง โดยวางจุดยืนของเมือง (City Positioning) และสร้างแบรนด์เมือง (City Branding) ให้เกิดการรับรู้อย่างกว้างขวาง
4. พัฒนาและผลิตสินค้าภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เกิดความหลากหลาย มีสรรพคุณในการบำรุง รักษา ดูแลสุขภาพ ตั้งแต่คุณภาพ มาตรฐานการผลิต การสร้างแบรนด์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การเล่าเรื่องราวที่ทรงคุณค่า
5. สร้างมาตรการการบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมืออุปกรณ์ใช้งาน การทำความสะอาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่เสมอ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจและมั่นใจ
6. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพรและภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยให้โดดเด่น แตกต่าง และเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนเพื่อเสนอเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่
7. สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างไทยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้เป็นจุดขายและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย
8. การประชาสัมพันธ์ผ่านเนื้อหา (Content) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาทางการแพทย์แผนไทยในทุก ๆ ด้านโดยใช้ช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย
9. ปรับปรุงมาตรการด้านกฎหมาย กฎระเบียบ ประกาศ หรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการดำเนินตามนโยบายของประเทศในการเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์ (Medical Hub)
10. ส่งเสริมการจัดประชุมวิชาการทางการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและภูมิปัญญา ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ให้เกิดองค์ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางเพื่อกระตุ้นและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แท้จริง
11. พัฒนาศูนย์สุขภาพครบวงจรของกลุ่มจังหวัดเมืองสมุนไพรและเชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และพัฒนาศูนย์สุขภาพดีต้นแบบทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ผสมผสานเพื่อเป็นแนวทางและเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านสมุนไพรและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย
12. จัดงานแสดงสินค้า (Trade Show) หรือการเดินทางจัดแสดง (Road Show) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อประชาสัมพันธ์ความพร้อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ
13. จัดอบรมผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเตรียมความพร้อมและให้องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพ
14. ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสมุนไพร ภูมิปัญญาทางการแพทย์แผนไทยให้เป็นหลักสูตรมาตรฐาน ผสมสุนทรียศาสตร์ความรู้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ด้านรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายเร่งพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกมาตามโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
15. จัดมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือแหล่งผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพให้ได้มาตรฐานเพื่อสร้างคุณภาพสินค้าและบริการและความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว
16. บูรณาการการทำงานและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผน กำหนดทิศทาง และวางนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ไปในทิศทางเดียวกัน
17. บูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว สร้างสรรค์ลูกเล่นหรือเสน่ห์การท่องเที่ยวเพื่อเรียงร้อยประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่จะได้สัมผัสประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ
18. สร้างแพลทฟอร์มข้อมูลออนไลน์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่รวบรวมข้อมูลด้านสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้เพื่อการค้นหาข้อมูลแบบครบวงจร ตั้งแต่แหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการต่าง ๆ ที่พัก สปา ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและของฝาก
19. การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนเพื่อการบริการให้กับบุคลากรผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากการบริการทางการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและต้องมีปฏิสัมพันธ์ในการให้บริการ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทักษะในการสื่อสารด้านภาษาเป็นหลัก
20. การพัฒนาความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการแพทย์ ทั้งแพทย์แผนปัจจุบันและแพทย์แผนไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและความสามารถทางการแข่งขันทางด้านการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพในระดับต้น ๆ ของโลกต่อไป
21. การพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ และการพัฒนาการบริการทางการแพทย์ที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อสามารถรองรับการเติบโตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยต่อไป
22. สร้างกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สินค้าภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำด้วยกลไกการตลาดสมัยใหม่
23. ประเทศไทยต้องดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้มีความน่าอยู่ มีความปลอดภัย เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 17 การนวดไทย

ที่มา เว็บไซต์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

**การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบช่องว่างที่น่าสนใจในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในเรื่องของการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในบริบทของประเทศไทย โดยสามารถสังเคราะห์กรอบในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงแล้วพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดให้เข้ากับการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร โดยยึดรูปแบบการประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดให้ใกล้เคียง สอดคล้อง และไปในทิศทางเดียวกันกับเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ที่ทางกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเคยจัดทำไว้และเพื่อการบูรณาการการทำงานร่วมกันในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยคณะทำงานได้สรุปและนำเสนอเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ออกเป็น 4 องค์ประกอบ 42 ตัวชี้วัด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร** หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงาน วางแผน ควบคุม กำกับดูแล และจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 12 ข้อ ดังนี้

* 1. การกำหนดแผนผังการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ
  2. การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว
  3. การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว
  4. การได้รับรางวัล ใบรับรองมาตรฐาน/คุณภาพ หรือใบประกาศเกียรติคุณของการท่องเที่ยว
  5. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
  6. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรสนับสนุนการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
  7. ความร่วมมือสนับสนุนและการยอมรับของชุมชนโดยรอบ
  8. การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
  9. การจัดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนันทนาการ
  10. การจัดการด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
  11. การดำเนินการตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 ภายใต้มาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
  12. การดำเนินการโครงการมาตรการควบคุมโรคตามแนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA)

**องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพของระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร** หมายถึง ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเสริมสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัด 10 ข้อ ดังนี้

* 1. ความพร้อมของระบบคมนาคมขนส่ง และสาธารณูปโภคพื้นฐานในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
  2. การกำหนดเส้นทางและการให้บริการยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว
  3. ความพร้อมและความสะอาดของห้องน้ำและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว
  4. การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สำหรับบริการผู้สูงอายุ คนพิการ และบุคคลที่ต้องการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ
  5. ความพร้อมด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว
  6. ความพร้อมด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
  7. การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว
  8. การบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ
  9. ความพร้อมของพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
  10. มาตรการด้านความปลอดภัยในการป้องกัน การควบคุม และการเข้าถึงบริเวณที่มีกัญชา และผลิตภัณฑ์จากกัญชา (ประเมินเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีแหล่งปลูกกัญชา)

**องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร** หมาย ถึง ความสามารถในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มประสิทธิภาพภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัด 10 ข้อ ดังนี้

* 1. การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต่อนักท่องเที่ยว
  2. ความพร้อมและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการต้อนรับ ดูแล และให้บริการแก่นักท่อง เที่ยว
  3. การให้บริการผู้สื่อความหมาย วิทยากร หรือผู้นำชมสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่
  4. การให้บริการร้านจำหน่ายสินค้าประจำวัน ผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของฝากของที่ระลึกอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมุนไพร
  5. การใหบริการด้านข้อมูลข่าวสารและช่องทางการติดต่อสื่อสารของแหล่งท่องเที่ยว
  6. การให้บริการปฐมพยาบาลและสาธารณสุขเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว
  7. การบูรณาการและการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน
  8. กระบวนการให้บริการที่ดีและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
  9. เทคนิคและกระบวนการสื่อความหมายการท่องเที่ยวในพื้นที่
  10. การสร้างประสบการณ์ความหลากหลายในกิจกรรมการท่องเที่ยว

**องค์ประกอบที่ 4 ศักยภาพด้านความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร** หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัด 10 ตัวดังนี้

* 1. ความน่าสนใจและความหลากหลายของสินค้าและผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร
  2. การส่งเสริมพัฒนาสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร
  3. เทคนิค องค์ความรู้ ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว
  4. เรื่องเล่าและเนื้อหาด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว
  5. กิจกรรมการให้องค์ความรู้และสาธิตการดูแลและส่งเสริมสุขภาพด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรและแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว
  6. กิจกรรมการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพจากภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรและแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว
  7. การจัดจำหน่ายสินค้าด้านภูมิปัญญาไทย สมุนไพรที่มีคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
  8. การสร้างกิจกรรมการตลาดเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และบอกต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรกับนักท่องเที่ยวอื่น
  9. การเชิดชูอัตลักษณ์ของพื้นที่ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพ
  10. การใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าภูมิปัญญาไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความโดดเด่นและความแตกต่าง



ภาพที่ 18 กรอบในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร

**ส่วนที่ ๒**

**เกณฑ์การประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

**หลักการและความสำคัญของคุณภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

การท่องเที่ยวไทยถือเป็นหนึ่งในกลไกหลักที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ในช่วงระยะ เวลาหลายปีที่ผ่านมา ถึงแม้ว่ากระแสการแพร่ระบาดของโรคโคโรน่าไวรัส 19 จะส่งผลกระทบอย่างรุนแรงมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา แต่ก่อนหน้านี้ในช่วงการท่องเที่ยวที่อยู่ในสถานการณ์ปกติ กระแสของการดูแลรักษาสุขภาพในสังคมได้รับความนิยม จนกระทั่งพัฒนากลายเป็นพฤติกรรมของบุคคลทั่วไปที่ใส่ใจสุขภาพตนเองมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อผู้ประกอบการในการที่จะผลิตสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และนั่นย่อมรวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวเช่นกันที่ต้องปรับตัวและสร้างจุดขายใหม่ ๆ ให้รองรับกระแสดังกล่าว จนนำไปสู่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่อย่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจ (วารีพร ชูศรี และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, 2563) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) แบ่งตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลักดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยสดงดงามในแหล่ง ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักแรม หรือนอกที่พักแรมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การบริการสุวคนธบำบัด ( Aroma Therapy ) และวารีบำบัด ( Water Therapy ) (นันทพรรณ พูลอ่ำ, 2564)

2.การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Heath Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพการรักษา พยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่นๆ เป็นต้น โดยทั่วไปจึงมักมี การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพต่างๆที่หลากหลาย เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่ง ประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (นันทพรรณ พูลอ่ำ, 2564)

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทนี้ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสังสรรค์ทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทัศนคติ และค่านิยมในการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่ง ขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพด้วยตนเองสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของการออกกำลังกาย และการเล่นกีฬา การควบคุมน้ำหนัก การนิยมเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การทำจิตใจให้สงบด้วยการฝึกปฏิบัติสมาธิตามแนวพุทธ และการใช้ยารักษาโรคจากสมุนไพรที่มีผลข้างเคียงน้อย

**รูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ**

นันทพรรณ พูลอ่ำ (2564) กล่าวว่า ในประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Promotion Tourism) มีรูปแบบการจัดโปรแกรมการทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

1. ทัวร์แพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟังการบรรยายสรุปและชมการสาธิตการนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการ ส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนเรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้ที่มีความสามารถ เปรียบเทียบวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่นๆของโลก

2.ทัวร์อาหารสมุนไพร เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร และศึกษาเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์จรรโลงวัฒนธรรม ทางด้านอาหารสมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรี่ต่ำและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มี ประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผนไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสน์ / ฝึกโยคะ / ฝึกกายบริหารท่าฤาษีดัดตน และชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

3. ทัวร์สมุนไพรชนบท เยี่ยมชมทัศนศึกษาการปฏิบัติงานของกลุ่ม ชมรม สมาคม และผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยัง อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพื้นบ้านโดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพร ในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณืกับหมอพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่ม ชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4. ทัวร์เกษตรธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร้ปุ๋ย ไร้ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษาและพบปะสนทนาและพูดคุย กับนักวิชาการพื้นบ้านเกษตรกรรมไทย

5. ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่ง น้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย และพักในโรงแรมและรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่ เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม ในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งขอน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่นั้น

6. ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยสดงดงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสน์ เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ใน วัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อ การคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

7. ทัวร์แหล่งธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยสดงดงาม โดยการเดินป่าสมุนไพรหรือขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและความหลากหลายทาง ชีวภาพในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างหลากหลายในสถานที่พักแรมประเภทโรงแรมและ รีสอร์ทที่มีสถานบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้เลือกใช้บริการได้

ภาพที่ 19 กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ

ที่มา เว็บไซต์ โรงพยาบาลพิษณุเวช อุตรดิตถ์

**นิยามคำสำคัญ**

สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ หมายถึง สถานที่ที่ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการตามพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2559 ดังต่อไปนี้

กิจการสปา ได้แก่ บริการที่เกี่ยวกับการดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยวิธีการบำบัดด้วยน้ำและการนวดร่างกายเป็นหลัก ประกอบกับบริการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงอีกอย่างน้อยสามอย่าง เว้นแต่เป็นการดำเนินการในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลหรือการอาบน้ำ นวดหรืออบตัวที่เป็นการให้บริการในสถานอาบน้ำ นวดหรืออบตัวตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

กิจการนวดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม ยกเว้นการนวดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงามในสถานพยาบาลเอกชน/หน่วยงานสาธารณสุขของหน่วยงานภาครัฐ และการนวด/การอบตัวที่เป็นบริการในสถานอาบน้ำตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

มาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพตามที่กฎหมายกำหนด หมายถึง สถานประกอบการจะต้องดำเนินการจัดสถานประกอบการให้ได้มาตรฐาน ตามมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 ได้แก่ มาตรฐานด้านสถานที่ ความปลอดภัย และการให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพแต่ละประเภท ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง สถานประกอบการเพื่อสุขภาพได้แก่ สปา นวดเพื่อสุขภาพหรือนวดเพื่อเสริมความงาม ที่ดำเนินธุรกิจในด้านการดูแลสุขภาพ หรือ การให้บริการเพื่อสุขภาพ โดยการเพิ่มการจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพ พัฒนาบริการจากเดิมที่เน้นการผ่อนคลายและสุขสบายไปสู่การบริการเพื่อสุขภาพ ในลักษณะการเสริมสร้างสุขภาพแบบองค์รวม และสถานประกอบการสามารถให้บริการเสริมสร้างสุขภาพแบบองค์รวมได้อย่างมีคุณภาพ พร้อมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง

มาตรฐานตามที่กำหนด คือ มาตรฐานกิจการเวลเนส (Wellness) หมายถึง มาตรฐานการให้บริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการดูแลสุขภาพที่ครบวงจร มีเกณฑ์ตัวชี้วัดที่ใช้เป็นแนวทางในการตรวจประเมินมาตรฐาน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ หมวดที่ 1 ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ หมวดที่ 2 บุคลากร หมวดที่ 3 การบริการ หมวดที่ 4 ผลิตภัณฑ์ หมวดที่ 5 การควบคุมการติดเชื้อ หมวดที่ การบริหารจัดการองค์กร

**เกณฑ์การประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

**วิธีการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพความพร้อม**

การใช้แบบประเมินเพื่อเป็นเครื่องมือ ในการประเมินมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ และ 42 ตัวชี้วัด จึงจะได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้แต่ละองค์ประกอบหลักถูกกำหนดให้มีความสำคัญแต่ละองค์ประกอบดังนี้

| **องค์ประกอบหลัก** | **คะแนนเต็ม** |
| --- | --- |
| 1. ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 20 |
| 1. ศักยภาพของระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 20 |
| 1. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 20 |
| 1. ศักยภาพด้านความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 40 |
| **รวม** | **100 คะแนน** |

กรอบตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร กำหนดเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) มี 3 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนน ดังนี้

| ค่าคะแนน | **หมายถึง** |
| --- | --- |
| 1 | สูงกว่ามาตรฐาน |
| 0.5 | ได้มาตรฐาน |
| 0 | ต่ำกว่ามาตรฐาน |

**วิธีการให้คะแนน**

การพิจารณาให้คะแนน ให้พิจารณาคุณสมบัติของตัวชี้วัดแต่ละตัวในแหล่งท่องเที่ยวตรงกับระดับใดมากที่สุดและจะให้ค่าคะแนนในข้อที่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวควรได้ในข้อนั้นเพียงข้อเดียว ทั้งนี้จะมี ค่าคะแนน 0, 0.5 และ 1 โดยให้ผู้ประเมินทำเครื่องหมาย รอบหมายเลขที่ต้องการในช่องคะแนน (A) แล้วนำค่าคะแนน x ค่าน้ำหนัก (B) แล้วรวมคะแนนใส่ไว้ในช่องคะแนน (A x B)

**ตัวอย่างแบบและวิธีการประเมิน**

| **องค์ประกอบ** | **ตัวชี้วัด** | **ศักยภาพระดับ**  **(A)** | | | **ค่าน้ำหนัก**  **(B)** | **รวม**  **(A x B)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 1.1 การกำหนดแผนผังการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ | 0 | 0.5 | 1 | 1 | 1 |

**แบบประเมินความพร้อมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประสบการณ์ของพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว**

คำชี้แจง: กรุณาระบุรายละเอียดข้อมูลสำคัญของพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว และรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เคยได้รับ โดยกรอกข้อมูลลงในช่อง “ข้อมูล” และระบุปีที่เก็บข้อมูลและหมายเหตุ (หากมี)

รูปแบบการประเมิน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่มีแหล่งปลูกกัญชา (กรณีที่มีแหล่งปลูกกัญชา จะต้องมีใบอนุญาตการปลูกที่ถูกต้องตามกฎหมาย)

มีใบอนุญาต ไม่มีใบอนุญาต (หยุดการประเมินถ้าไม่มีใบอนุญาต)

| **รายการข้อมูล** | **ระบุข้อมูล** | **ปีที่เก็บข้อมูล** |
| --- | --- | --- |
| 1. ชื่อจังหวัด |  |  |
| 2. ชื่อแหล่งท่องเที่ยว |  |  |
| 3. ที่ตั้งตามพิกัดทางภูมิศาสตร์ |  |  |
| 4. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว อาทิ แหล่งปลูก สวนเกษตร ศูนย์การเรียนรู้ |  |  |
| 5. ขนาดพื้นที่โดยประมาณ (ตารางวา) |  |  |
| 6. รางวัลและมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวที่เคยได้รับ (ย้อนหลัง 5 ปี) | 1.  2.  3.  4.  5. |  |

**ส่วนที่ 2 สรุปการประเมินตนเอง**

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ลงในช่องระดับศักยภาพของแต่ละตัวชี้วัดตามคู่มือการประเมินความพร้อมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร

**องคประกอบที่ 1 ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

| **องค์ประกอบ** | **ตัวชี้วัด** | **ศักยภาพระดับ**  **(A)** | | | **ค่าน้ำหนัก**  **(B)** | **รวม**  **(A x B)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 1.1 การกำหนดแผนผังการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ | 0 | 0.5 | 1 | 1 |  |
| 1.2 การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 1 |  |
| 1.3 การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 1 |  |
| 1.4 การได้รับรางวัล ใบรับรองมาตรฐาน/คุณภาพ หรือใบประกาศเกียรติคุณของการท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 1.5 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 0 | 0.5 | 1 | 1 |  |
| 1.6 การสร้างเครือข่ายพันธมิตรสนับสนุนการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 1.7 ความร่วมมือสนับสนุนและการยอมรับของชุมชนโดยรอบ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 1.8 การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 1.9 การจัดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนันทนาการ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 1.10 การจัดการด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 1.11 การดำเนินการตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ภายใต้มาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 1.12 การดำเนินการโครงการมาตรการควบคุมโรคตามแนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA) | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| **คะแนนรวมองค์ประกอบ 1 (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)** | | | | | |  |

**องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพของระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

| **องค์ประกอบ** | **ตัวชี้วัด** | **ศักยภาพระดับ**  **(A)** | | | **ค่าน้ำหนัก**  **(B)** | **รวม**  **(A x B)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ศักยภาพของระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 2.1 ความพร้อมของระบบคมนาคมขนส่ง และสาธารณูปโภคพื้นฐานในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.2 การกำหนดเส้นทางและการให้บริการยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.3 ความพร้อมและความสะอาดของห้องน้ำและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.4 การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สำหรับบริการผู้สูงอายุ คนพิการ และบุคคลที่ต้องการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.5 ความพร้อมด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.6 ความพร้อมด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.7 การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.8 การบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.9 ความพร้อมของพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 2.10 มาตรการด้านความปลอดภัยในการป้องกัน การควบคุม และการเข้าถึงบริเวณที่มีกัญชา และผลิตภัณฑ์จากกัญชา(ประเมินเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีแหล่งปลูกกัญชา) | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| **คะแนนรวมองค์ประกอบ 2 (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)** | | | | | |  |

**องคประกอบที่ 3 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

| **องค์ประกอบ** | **ตัวชี้วัด** | **ศักยภาพระดับ**  **(A)** | | | **ค่าน้ำหนัก**  **(B)** | **รวม**  **(A x B)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 3.1 การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต่อนักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.2 ความพร้อมและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการต้อนรับ ดูแล และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.3 การให้บริการ ผู้สื่อความหมาย วิทยากร หรือผู้นำชมสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.4 การให้บริการร้านจำหน่ายสินค้าประจำวัน ผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของฝากของที่ระลึกอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมุนไพร | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.5 การใหบริการด้านข้อมูลข่าวสารและช่องทางการติดต่อสื่อสารของแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.6 การให้บริการปฐมพยาบาลและสาธารณสุขเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.7 การบูรณาการและการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.8 กระบวนการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.9 เทคนิคและกระบวนการสื่อความหมายการท่องเที่ยวในพื้นที่ | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| 3.10 การสร้างประสบการณ์ความหลากหลายในกิจกรรมการท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 2 |  |
| **คะแนนรวมองค์ประกอบ 3 (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)** | | | | | |  |

**องคประกอบที่ 4 ศักยภาพด้านความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

| **องค์ประกอบ** | **ตัวชี้วัด** | **ศักยภาพระดับ**  **(A)** | | | **ค่าน้ำหนัก**  **(B)** | **รวม**  **(A x B)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ศักยภาพด้านความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 4.1 ความน่าสนใจและความหลากหลายของสินค้าและผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.2 การส่งเสริมพัฒนาสินค้าและสร้างมูลค่า เพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.3 เทคนิค องค์ความรู้ ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.4 เรื่องเล่าและเนื้อหาด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.5 กิจกรรมการให้องค์ความรู้และสาธิตการดูแลและส่งเสริมสุขภาพด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร และแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.6 กิจกรรมการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพจากภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร และแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.7 การจัดจำหน่ายสินค้าด้านภูมิปัญญาไทย สมุนไพร หรือผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.8 การสร้างกิจกรรมการตลาดเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และบอกต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรกับนักท่องเที่ยวอื่น | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.9 การเชิดชูอัตลักษณ์ของพื้นที่ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพ | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| 4.10 การใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัต กรรมมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรเพื่อคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความโดดเด่นและความแตกต่าง | 0 | 0.5 | 1 | 4 |  |
| **คะแนนรวมองค์ประกอบ 4 (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)** | | | | | |  |
| **คะแนนรวมทั้งหมด (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)** | | | | | |  |

 **ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีเยี่ยม** มีคะแนนรวม ตั้งแต่ 80 คะแนนขึ้นไป

 **ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีมาก** มีคะแนนรวม อยู่ระหว่าง 70-79 คะแนน

 **ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดี** มีคะแนนรวม อยู่ระหว่าง 60-69 คะแนน

 **ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ** มีคะแนนรวม ต่ำกว่า 60 คะแนนลงมา

**หมายเหตุ**

1. แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการประเมินผ่านในทุกระดับจะต้องได้คะแนนรวมกันจาก 4 องค์ประกอบเกินร้อยละ 60 ขึ้นไป โดยจะมีเกณฑ์การผ่านอยู่ 3 ระดับ (ดี ดีมาก ดีเยี่ยม) ตามรายละเอียดด้านบน และจะต้องได้คะแนนในแต่ละองค์ประกอบไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 คะแนนจึงจะนับว่าผ่าน

**เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร**

| **เกณฑ์การประเมินความพร้อม** | **ตัวชี้วัด** | **วิธีการวัด/ประเมิน** | **เกณฑ์การให้คะแนน** | **หมายเหตุ** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 1.1 การกำหนดแผนผังการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ | พิจารณาจาก: การมีแผนผังแสดงการจัดการพื้นที่ที่เป็นรูปธรรม แสดงถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการเพาะปลูกพืชสมุนไพร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์ได้อย่างชัดเจน และมีการจัดแสดงให้กับนักท่องเที่ยวได้ได้รับทราบ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการกำหนดแผนผังการจัดการพื้นที่ที่เป็นรูปธรรม และแสดงถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการเพาะปลูกพืชสมุนไพร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์เป็นลายลักษณ์อักษรไว้อย่างชัดเจน  2. มีการจัดแสดงแผนผังการจัดการพื้นที่และแสดงถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยวได้รับทราบผ่านสื่อช่องทางรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การติดบอร์ด เว็บไซท์ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.2 การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: แนวทางการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่และมีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีมาตรการและแนวทางการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่เป็นลายลักษณ์อักษร  2. มีการบังคับใช้มาตรการและแนวทาง การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน และมีการบันทึกรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละวันเป็นลายลักษณ์อักษร  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.3 การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: แนวทางการกำหนดช่วงฤดูกาล หรือระยะเวลาเปิด-ปิด ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีแนวทางในการกำหนดช่วงฤดูกาล หรือระยะเวลาเปิด-ปิด ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวตามฤดูกาลที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร  2. มีการประกาศช่วงฤดูกาล และระยะเวลาเปิด-ปิดของแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ ป้ายประกาศ เว็บไซต์ หรือช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ให้เกิดการรับรู้ของนักท่องเที่ยว  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.4 การได้รับรางวัล ใบรับรองมาตรฐาน/คุณภาพ หรือใบประกาศเกียรติคุณของการท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: รางวัล ใบรับรองมาตรฐาน/คุณภาพ หรือใบประกาศเกียรติคุณของการท่องเที่ยวที่เคยได้รับ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. ได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณด้านการท่องเที่ยว เช่น รางวัลกินรี รางวัลโลกสีเขียว ตราสัญลักษณ์ A (Agrotourism) ประกาศนียบัตร การส่งเสริมมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของ อพท. ใบรับรอง GAP จากกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น อย่างน้อย 1 ชิ้น  2. ได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณด้านการท่องเที่ยวดังเช่นข้อ 1 จำนวน 2 ชิ้นขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.5 การบริหารจัดการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | พิจารณาจาก: แนวทางและมาตรการการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เพื่อรองรับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีแนวทางหรือมาตรการการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เป็นลายลักษณ์อักษร  2. มีการลงมือปฏิบัติตามแนวทางหรือมาตรการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน อาทิ การคัดแยกขยะ การรีไซเคิลวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ การป้องกันทรัพยากรธรรมชาติไม่ให้ถูกทำลาย การไม่ใช่โฟมบรรจุอาหาร เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.6 การสร้างเครือข่ายพันธมิตรสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: การมีเครือข่ายการเชื่อมโยงกับพันธมิตรเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับพันธมิตรเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม อาทิโครงการความร่วมมือ หรือการเซ็นสัญญาความร่วมมือ (MOU) ระหว่างเครือข่ายในระดับท้องถิ่น  2. มีการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับพันธมิตรดังเช่นข้อ 1 ในระดับภูมิภาคระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มี 2 รายการ**  **0.5 คะแนน มี 1 หรือ 2**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.7 ความร่วมมือส่งเสริมสนับสนุนชุมชนและการได้รับการยอมรับจากชุมชนในพื้นที่ | พิจารณาจาก: ลักษณะของความร่วมมือ ส่งเสริมสนับสนุนชุมชนและการได้รับการยอมรับจากชุมชนในพื้นที่ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนในพื้นที่ที่เป็นรูปธรรม อาทิ โครงการ CSR ต่าง ๆ การบริจาค การช่วยเหลือ การให้ทุน การร่วมอุทิศให้กับชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม  2. มีการจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เช่น จ้างคนในชุมชนทำงาน รับซื้อผลผลิตและสินค้าในชุมชนเพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มี 2 รายการ**  **0.5 คะแนน มี 1 รายการ**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.8 การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: ความพร้อมในมาตรการการป้องกันและรักษาความปลอดภัยตลอดระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีมาตรการและความพร้อมในระบบการป้องกันและรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว มีวัสดุอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพและพร้อมใช้งาน อาทิ กล้องวงจรปิด เป็นต้น  2. มีเจ้าหน้าที่ หรือผู้รับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการป้องกันและรักษาความปลอดภัยตามมาตรการการป้องกันและรักษาความปลอดภัย และการซักซ้อมและฝึกปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.9 การจัดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการทำกิจกรรมที่เหมาะสม | พิจารณาจาก: แผนงานและการปฏิบัติในการจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการทำกิจกรรมที่เหมาะสม | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1 .มีการวางแผนการจัดการและการใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับกิจกรรมที่เหมาะสม อาทิ จุดรวมพล ห้องประชุม ห้องบรรยาย ลานกิจกรรม เป็นต้น อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร  2. มีการลงมือปฏิบัติตามแผนงาน เช่น การลงตารางการใช้งานพื้นที่ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.10 การจัดการการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก:  การใช้สื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ในช่องทางต่าง ๆ ของการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้และบอกต่อเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งสื่อรูปแบบดั้งเดิม และสื่อสมัยใหม่ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีสื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ ผ่านเนื้อหาเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว 1-5 ช่องทาง  2. มีสื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวดังข้อ 1 มากกว่า 5 ช่องทางขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.11 การดำเนินการตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ภายใต้มาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | พิจารณาจาก: แนวปฏิบัติด้านสาธารณุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวของกระทรวงสาธารณสุข | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1) ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มาตรการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย การรักษาระยะห่าง การระบายอากาศ  2) มาตรการสำหรับผู้ให้บริการ (COVID Free Personnel)  3) มาตรการสำหรับผู้ใช้บริการ (COVID Free Customer)  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีทั้ง 3 รายการ**  **0.5 คะแนน มี 1-2 รายการ**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 1.12 การดำเนินการมาตรการควบคุมโรคตามแนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA) | พิจารณาจาก: การดำเนินการมาตรการควบคุมโรคตามแนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA) ประเภทกิจการนันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  มีมาตรฐานเบื้องต้นจากกรมควบคุมโรคของทุกแหล่งท่องเที่ยว 3 องค์ประกอบ  1) สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร อาทิ การเว้นระยะห่างระหว่างที่นั่งและทางเดินอย่างน้อย1 เมตร การทำความสะอาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในพื้นที่ส่วนกลางอย่างสม่ำเสมอ การทำความสะอาดลิฟท์ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เป็นต้น  2) การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค อาทิ การติดตั้งพรมฆ่าเชื้อโรคบริเวณทางเข้าอาคาร การติดตั้งจุดบริการแอลกอฮอล์เจลสำหรับล้างมือ เป็นต้น  3) การป้องกันสำหรับเจ้าที่ผู้ปฏิบัติงาน อาทิ การตรวจวัดอุณหภูมิพนักงานก่อนเข้าทำงาน การให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยตลอดช่วงเวลาที่ให้บริการเป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มี 3 รายการ**  **0.5 คะแนน มีอย่างน้อย 2 รายการ**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2. ศักยภาพของระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 2.1 ความพร้อมของระบบคมนาคม ขนส่งสาธารณะ และสาธารณูปโภคพื้นฐานทางการท่องเที่ยวในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: ความสะดวก สบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยระบบคมนาคมขนส่งและสาธารณูปโภคพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ทางบก ทางน้ำ ทางราง ทางอากาศ และขนส่งสาธารณะ ตลอดจนระบบไฟฟ้า น้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ และอินเตอร์เน็ต | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีระบบคมนาคมและขนส่งสาธารณะตามบริบทของพื้นที่ ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางราง ทางอากาศเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย  2. มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทางการท่องเที่ยวรองรับ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา และสัญญาณโทรศัพท์มือถือ  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.2 การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและการให้บริการนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: การกำหนดเส้นทางและรายละเอียดการท่องเที่ยวและบริการนำชมแหล่งท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการกำหนดเส้นทางและรายละเอียดของการท่องเที่ยวในพื้นที่ และติดประกาศหรือจัดพิมพ์เป็นเอกสารสำหรับแนะนำนักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม  2. มีการบริการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งการเดินเท้า หรือด้วยยานพาหนะที่สอดคล้องกับเส้นทางและรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น รถพ่วง รถจักรยาน หรือพาหนะอื่น ๆ  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.3 ความพร้อมและความสะอาดของห้องน้ำและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: การจัดการด้านความสะอาดของห้องน้ำอย่างถูกสุขลักษณะและการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีแนวทางการจัดการด้านความสะอาดของห้องน้ำอย่างถูกสุขลักษณะและมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ทำความสะอาดโดยใช้น้ำยาฆ่าเชื้อ การมีสบู่หรือเจลล้างมือ กระดาษชำระ และถังขยะ  2 . มีการแยกพื้นที่เปียกและพื้นที่แห้งในห้องน้ำเพื่อป้องกันอุบัติเหตุการลื่นล้มสำหรับนักท่องเที่ยว  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.4 การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สำหรับบริการผู้สูงอายุ คนพิการ และบุคคลที่ต้องการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ | พิจารณาจาก: การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญสำหรับให้บริการผู้สูงอายุ คนพิการ และบุคคลที่ต้องการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการจัดการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ และ ที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุ  2. การจัดการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญเพิ่มเติมสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และบุคคลที่ต้องการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ เช่น ทางลาดเอียงสำหรับพื้นต่างระดับ ทางเชื่อม ราวจับ ลิฟท์ ป้ายสัญลักษณ์ และหรือ อักษรเบลล์สำหรับผู้พิการทางสายตา เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.5 ความพร้อมด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: รูปแบบการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีร้านอาหาร และหรือ ร้านเครื่องดื่มทั่วไปไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ  2. มีร้านอาหาร และหรือ ร้านเครื่องดื่มที่มีบริการอาหารเฉพาะถิ่นที่มีอัตลักษณ์ในพื้นที่ มีการใช้วัตถุดิบโดยเฉพาะสมุนไพรในท้องถิ่น และเป็นเมนูสูตรพิเศษของพื้นบ้านไว้ ให้บริการนักท่องเที่ยว  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.6 ความพร้อมด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: จำนวนและขนาดของที่พักในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีที่พักประเภทโฮมสเตย์ โรงแรมหรือ รีสอร์ทขนาดเล็กไม่เกิน 50 ห้องในแหล่งท่องเที่ยว หรือบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง อาทิ หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ หรือจังหวัดที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่อย่างน้อย 5 แห่ง  2. มีที่พักประเภทโฮมสเตย์ โรงแรมหรือรีสอร์ทขนาดเล็กไม่เกิน 50 ห้อง ขนาดกลางไม่เกิน 100 ห้อง และขนาดใหญ่ 100 ห้องขึ้นไปในแหล่งท่องเที่ยว หรือบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง อาทิ หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ หรือจังหวัดที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่มากกว่า 5 แห่งขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.7 การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: แนวทางและมาตรการในการจัดการขยะ สิ่งปฏิกูล น้ำเสีย และมลพิษในอากาศที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีแนวทางและมาตรการการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม  2. . มีการตรวจประเมินการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยวจากบริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีจดหมายรับรองจากหน่วยงานนั้น ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.8 การบำรุงรักษา ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ | พิจารณาจาก: แผนงานและมาตรการการดูแล บำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีแผนงานและมาตรการในการดูแล บำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ การซ่อมบำรุงถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร  2. มีการดำเนินงานจริงตามแผนงานในการดูแลระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ และมีหลักฐานการลงบันทึกการซ่อมแซ่มและบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่องเป็นลายลักษณ์อักษร  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.9 ความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | พิจารณาจาก: ความพร้อมของอุปกรณ์สำหรับทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่ได้มาตรฐาน เพียงพอและเหมาะสม | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีอุปกรณ์สำหรับทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร เช่น เตียงนวด ตู้อบสมุนไพร เก้าอี้นวดเท้า เบาะนวด ภาชนะแช่เท้า เป็นต้น ที่มีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม  2. มีอุปกรณ์สำหรับทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยสำหรับการใช้งานกับนักท่องเที่ยว เช่นมีการใบรับรองมาตรฐานการผลิต มาตรฐานรับรองความปลอดภัยจากการใช้งาน เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 2.10 มาตรการด้านความปลอดภัยในการป้องกัน การควบคุม และการเข้าถึงพื้นที่บริเวณที่มีกัญชา และผลิตภัณฑ์จากกัญชา(ประเมินเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีแหล่งปลูกกัญชา) | พิจารณาจาก: มาตรการความปลอดภัยจากแผนการและแนวทางการปฏิบัติการการป้องกัน การควบคุม และการเข้าถึงพื้นที่บริเวณที่มีกัญชา และผลิตภัณฑ์จากกัญชา | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1) มีแผนการด้านความปลอดภัยในการป้องกัน การควบคุม และการเข้าถึงพื้นที่บริเวณที่มีกัญชา และผลิตภัณฑ์จากกัญชาที่เป็นลายลักษณ์อักษร  2) มีแนวทางการปฏิบัติการด้านความปลอดภัยในการป้องกัน การควบคุม และการเข้าถึงพื้นที่บริเวณที่มีกัญชา และผลิตภัณฑ์จากกัญชาที่เป็นรูปธรรม อาทิ การติดป้ายประกาศ การมีเจ้าหน้าที่กำกับดูแล หรือการมีกล้องวงจรปิด เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1 หรือ 2**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 3.1 การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต่อนักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: วิธีการดำเนินการให้บริการ การต้อนรับขับสู้และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของผู้คนหรือชุมชนในพื้นที่ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยมิตรไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส ช่วยเหลือให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวที่ดีภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างรู้สึกได้สัมผัสได้  2. มีการแนะนำ อธิบาย ให้รายละเอียด หรือบรรยายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องราวทางภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรแก่นักท่องเที่ยว  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.2 ความพร้อมและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการต้อนรับ ดูแล และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: ความพร้อมและการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีบุคลากรที่พร้อมและเพียงพอต่อการต้อนรับ ดูแลนักท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเห็นได้ชัด  2. มีการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างสม่ำเสมอในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เช่น เอกสารการฝึกอบรมของบุคลากร ประกาศนียบัตรของบุคลากรทีผ่านการฝึกอบรม เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.3 การให้บริการผู้สื่อความหมาย วิทยากร หรือผู้นำชมสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ | พิจารณาจาก: ความพร้อมในการให้บริการโดยผู้สื่อความหมาย วิทยากร หรือผู้นำชมที่สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษา ต่างประเทศได้ดีสำหรับการท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีผู้สื่อความหมาย วิทยากร หรือผู้นำชมที่สามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยว กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นภาษา ไทยหรือภาษาพื้นเมืองได้อย่างดี  2. มีผู้สื่อความหมาย วิทยากร หรือผู้นำชมตามข้อ 1 ที่สามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นภาษาต่างประเทศได้อย่างดี  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.4 การให้บริการร้านจำหน่ายสินค้าประจำวัน ผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของฝากของที่ระลึกอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมุนไพร | พิจารณาจาก: การมีร้านจำหน่ายสินค้าประจำวัน ผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของฝากของที่ระลึกอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมุนไพร สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยเพื่อใช้ในแหล่งท่องเที่ยวหรือนำกลับบ้าน | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีร้านจำหน่ายสินค้าประจำวัน ร้านของชำ ร้านสะดวกซื้อ หรือร้านของฝากของที่ระลึก จำหน่ายผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของฝากของที่ระลึกอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมุนไพรภายในแหล่งท่องเที่ยว 1-3 ร้าน  2. มีร้านจำหน่ายสินค้าประจำวัน ร้านของชำ ร้านสะดวกซื้อ หรือร้านของฝากของที่ระลึก จำหน่ายผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของฝากของที่ระลึกอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมุนไพรภายในแหล่งท่องเที่ยว 3 ร้านขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.5 การใหบริการด้านข้อมูลข่าวสารและช่องทางการติดต่อสื่อสารของแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: การมีช่องทางบริการด้านข้อมูลข่าวสารและช่องทางการติดต่อสื่อ สารของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีช่องทางการให้บริการติดต่อ สื่อสารด้านข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่อง เที่ยวผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น จดหมาย โทรศัพท์ และโทรสาร เป็นต้น  2. มีช่องทางการให้บริการติดต่อ สื่อสารด้านข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์ เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.6 การให้บริการปฐมพยาบาลและสาธารณสุขเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: การมีห้องพยาบาล ชุดเครื่องมือปฐมพยาบาล และบุคลากรที่มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลในการรองรับนักท่องเที่ยวที่อาจเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีห้องพยาบาลและชุดเครื่องมือปฐมพยาบาลพร้อมยาสามัญประจำบ้าน ที่อยู่ในสภาพที่พร้อมจะใช้งานได้ตลอดเวลา  2. มีบุคลากรที่มีความรู้ในการปฐมพยาบาล เช่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) หรือเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.7 การบูรณาการและการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน | พิจารณาจาก: การมีเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีภาคีเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการการท่องเที่ยวในพื้นที่และในบริเวณใกล้เคียง 1-3 เครือข่าย  2. มีภาคีเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการการท่องเที่ยวในพื้นที่และในบริเวณใกล้เคียงมากกว่า 3 เครือข่ายขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.8 กระบวนการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ | พิจารณาจาก: กระบวนการและการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีกระบวนการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นขั้นตอนว่าต้องดำเนินการอย่างไร เป็นลายลักษณ์อักษร อาทิ การรับฟังคำติชม การร้องบ่นจากนักท่องเที่ยว เป็นต้น  2. มีการพัฒนาคุณภาพการบริการโดยการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยการนำคำติชมของนักท่องเที่ยวมาปรับปรุงพัฒนาผ่านการฝึกอบรม โดยมีหลักฐานการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.9 เทคนิคและกระบวนการสื่อความหมายการท่องเที่ยวในพื้นที่ | พิจารณาจาก: เทคนิคและกระบวนการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ชัดเจนและทรงคุณค่า | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการสื่อความหมายด้วยแผ่นพับ แผ่นป้าย วีดีโอ บอกรายละเอียด ถ่ายทอดเรื่องราวข้อเท็จจริงเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรไปสู่นัก ท่องเที่ยว  2. มีการสื่อความหมายโดยใช้คนเล่าเรื่อง ถ่ายทอดเรื่องราวโดยใช้เทคนิคและวิธีการที่ง่ายต่อการเข้าใจ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกซาบซึ้งและภาคภูมิใจในคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1 หรือ 2**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 3.10 การสร้างประสบ การณ์ความหลากหลายในกิจกรรมการท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว 1-3 รายการ  2) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่า 3 รายการขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4. ศักยภาพด้านความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | 4.1 ความน่าสนใจและความหลากหลายของสินค้าและผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | พิจารณาจาก: จำนวนและประเภทของสินค้าและผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่มีไว้เพื่อจัดจำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีสินค้าและผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และได้รับมาตรฐานรับรองไว้จำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวน 1-10 รายการ  2. มีสินค้าและผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และได้รับมาตรฐานรับรองไว้จำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 10 รายการขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.2 การส่งเสริมพัฒนาสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | พิจารณาจาก: แนวทางในการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย และสมุนไพร เช่น การแปรรูปพืชสมุนไพร การปรับใช้ไปใช้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยไปเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร การพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ การยกระดับมาตรฐานสินค้าไปสู่สากล เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าสำหรับลูกค้า | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการ และการเพิ่มมูลค่าสินค้าภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในระดับท้องถิ่น  2. มีการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการ และการเพิ่มมูลค่าสินค้าภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.3 เทคนิค องค์ความรู้ ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: จำนวนของต้นแบบเทคนิค องค์ความรู้ ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งมีคุณค่าต่อการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีเทคนิค องค์ความรู้ ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและมีคุณค่าต่อการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวจำนวน 1-3 รายการ  2. มีเทคนิค องค์ความรู้ ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและมีคุณค่าต่อการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวจำนวน มากกว่า 3 รายการขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.4 เรื่องเล่าและเนื้อหาด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: วิธีการนำเสนอเรื่องเล่าและเนื้อหาด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1) มีการนำเสนอเรื่องเล่าและเนื้อหาด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวด้วยสื่อดั้งเดิม เช่น แผ่นผับ และวิดีทัศน์  2) มีการใช้บุคคล เจ้าหน้าที่ หรือปราชญ์ชาวบ้านในการนำเสนอและให้ความรู้ และมีการใช้สื่อสมัยใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ Facebook TikTok IG Youtube เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีเฉพาะรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.5 กิจกรรมการให้องค์ความรู้และสาธิตการดูแลและส่งเสริมสุขภาพด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร และแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: รูปแบบกิจกรรมการให้องค์ความรู้และสาธิตการดูแลและส่งเสริมสุขภาพด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร และแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีกิจกรรมการให้องค์ความรู้และสาธิตการดูแลและส่งเสริมสุขภาพด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร และแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว  2. มีความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้ลงมือทำกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้เสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วย  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.6 กิจกรรมการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพจากภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร และแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: รูปแบบกิจกรรมการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพจากภูมิปัญญาไทย สมุนไพร และแพทย์พื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีกิจกรรมการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพจากภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร  2. มีกิจกรรมการบำบัด รักษาทางภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยตามกระบวนการทางการแพทย์แผนไทย  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.7 การจัดจำหน่ายสินค้าด้านภูมิปัญญาไทย สมุนไพรที่มีคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว | พิจารณาจาก: รูปแบบช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าด้านภูมิปัญญาไทย สมุนไพร และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการจัดจำหน่ายสินค้าด้านภูมิปัญญาไทย สมุนไพร หรือผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น ร้านขายสินค้าที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว และแหล่ง ช้อปปิ้งของฝาก เป็นต้น  2. มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.8 การสร้างกิจกรรมการตลาดเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และบอกต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรกับนักท่องเที่ยวอื่น | พิจารณาจาก: แนวทางในการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และบอกต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรกับนักท่องเที่ยวอื่น | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการจัดงานกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในพื้นที่อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง  2. มีการจัดงานกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรในพื้นที่อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีการกระแสตอบรับจากการจัดงานโดยที่นักท่องเที่ยวมีการรีวิวเนื้อหาด้วยตนเอง มีการบอกต่อ มีการแชร์เรื่องราวกิจกรรมที่จัดในโลกออนไลน์อย่างเห็นได้ชัด  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.9 การเชิดชูอัตลักษณ์ของพื้นที่ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพ | พิจารณาจาก: รูปแบบการเชิดชูอัตลักษณ์ของพื้นที่ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพด้วยภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1. มีการจัดแสดงองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชูอัตลักษณ์ของพื้นที่ในการส่งเสริม บำบัด ฟื้นฟู ดูแลและรักษาสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่อง เที่ยวได้รับรู้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น บอร์ดพื้นที่จัดแสดง ห้องจัดแสดง หรืออาคารพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น  2. มีการสาธิต และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชูอัตลักษณ์ของพื้นที่ ฯ โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 1 และ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |
| 4.10 การใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าภูมิปัญญาไทยและสมุนไพรเพื่อคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความโดดเด่นและความแตกต่าง | พิจารณาจาก: จำนวนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนลีและนวัตกรรมในการผลิตสินค้า ภูมิปัญญาไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพร | ให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวตามรายละเอียดในวิธีการวัด/ประเมินดังนี้ คือ  1) มีการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการผลิตสินค้าภูมิปัญญาไทยหรือผลิตภัณฑ์สมุนไพรในแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและแตกต่างอย่างน้อย 1-3 สินค้าหรือผลิตภัณฑ์  2) มีการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการผลิตสินค้าภูมิปัญญาไทยหรือผลิตภัณฑ์สมุนไพรในแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและแตกต่างมากกว่า 3 สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ขึ้นไป  **เกณฑ์การให้คะแนน**  **1 คะแนน มีรายการที่ 2**  **0.5 คะแนน มีรายการที่ 1**  **0 คะแนน ไม่มีปรากฏ** |  |

**ส่วนที่ ๓**

**แบบสำรวจความต้องการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรในกลุ่มนักท่องเที่ยวผ่านมุมมองของมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว**

**แบบสำรวจความต้องการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรในกลุ่มนักท่องเที่ยวผ่านมุมมองของมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว**

**ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**รายละเอียด กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด**

1. ท่านมีบทบาทหน้าที่ หรือ มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างไร
2. มัคคุเทศก์/ผู้นำเที่ยว
3. . ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว
4. เป็นทั้งข้อ 1 และข้อ 2
5. ท่านเป็นมัคคุเทศก์/ผู้นำเที่ยว หรือผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ทัวร์ภายในประเทศ (Domestic Tour)

2. ทัวร์นำนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในประเทศ (Inbound Tour)

3. ทัวร์นำนักท่องเที่ยวในประเทศไปเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tour)

1. ท่านมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกี่ปี
2. ต่ำกว่า 3 ปี
3. 3-5 ปี

3. 5-10 ปี

4. 11-20 ปี

5. 21-30 ปี

6. มากกว่า 31 ปี

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่านดูแลมาจากประเทศใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
2. ไทย 2 จีน
3. จีน 4 ญี่ปุ่น
4. เกาหลี 6 ฮ่องกง
5. สิงคโปร์ 8 ไต้หวัน
6. มาเลเซีย 10 สิงคโปร์
7. อินโดนีเซีย 12 อินเดีย
8. รัสเซีย 14 สหรัฐอเมริกา
9. ออสเตรเลีย 16 นิวซีแลนด์
10. กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย (เดนมาร์ค นอร์เวย์ สวีเดน ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์) ระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
11. กลุ่มประเทศยุโรป ระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
12. กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
13. กลุ่มประเทศอาฟริกา ระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
14. กลุ่มประเทศอเมริกากลางและอเมริกาใต้ ระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5) จำนวนนักท่องเที่ยวที่ท่านดูแลส่วนใหญ่โดยเฉลี่ยมีจำนวนกี่คนต่อทริป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. 1-3 คน
2. 3-10 คน
3. 10-30 คน
4. 30-50 คน
5. 50-100 คน
6. มากกว่า 100 คนขึ้นไป

6) นักท่องเที่ยวที่ท่านดูแลส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยเท่าใด

1. 61 ปีขึ้นไป
2. 51-60 ปี
3. 41-50 ปี
4. 31-40 ปี
5. 20-30 ปี
6. ต่ำกว่า 20 ปี
7. นักท่องเที่ยวที่ท่านดูแลส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
8. คู่รัก
9. ครอบครัว
10. กลุ่มเพื่อน
11. กลุ่มนักธุรกิจ
12. กลุ่มข้าราชการ
13. กลุ่มนักเรียน นักศึกษา
14. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
15. รูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ท่านดูแล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
16. ท่องเที่ยวศึกษาดูงาน
17. ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

3. ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

4. ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5. ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6. ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

7. ท่องเที่ยวโดยชุมชน

8. ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

9. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

10. อื่น ๆ ระบุ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร**

**รายละเอียด กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด**

1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทใดที่นักท่องเที่ยวมักเลือกซื้อมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
2. อาหาร
3. เครื่องดื่ม
4. เครื่องสำอาง (โลชั่น แป้งพับ ลิปสติก เครื่องแต่งหน้า น้ำหอม เป็นต้น)
5. เครื่องใช้ส่วนบุคคล (สบู่ แชมพู ครีมนวดผม ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก เป็นต้น)
6. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
7. ยาแผนโบราณ
8. น้ำมันหอมระเหย
9. ท่านคิดว่าสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อต้องมีสรรพคุณทางด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
10. บำบัดรักษาโรค 2. ผ่อนคลายความเครียด อ่อนล้า

3. บำรุงผิวพรรณและรักษาความงาม 4. บรรเทาอาการปวดเมื่อยร่างกาย

5. บำรุงสุขภาพร่างกาย 6. ช่วยการนอนหลับ

7. อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

1. ท่านคิดว่าจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักท่องเที่ยวคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
2. ซื้อไปทดลองใช้
3. ซื้อเพื่อนำไปใช้เอง

3. ซื้อเป็นของฝาก

4. ซื้อเพื่อไปขาย

6. ซื้อเพื่อนำไปใช้ในธุรกิจของตน

7. ซื้อไปเก็บสะสม

8. ซื้อไปเป็นของที่ระลึก

9. อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. ท่านคิดว่าบุคคลใดมีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักท่องเที่ยวมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
2. ตนเอง 2. คนรัก

3 สมาชิกในครอบครัว 4. เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน

1. สื่อสังคมออนไลน์ 6. ศิลปิน/ดารา/นักร้อง

7. พนักงานขาย/คนแนะนำสินค้า 8. Influencers/Youtuber/TikToker/Net Idol

9. เพื่อนร่วมเดินทางในทริป 10 อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของนักท่องเที่ยวต่อหัวต่อทริป อยู่ที่เท่าใด
2. ต่ำกว่า 3,000 บาท 2. 3,001-10,000 บาท
3. 10,001-20,000 บาท 4. 20,001-30,000 บาท
4. 30,001-40,000 บาท 6. มากกว่า 40,001 บาท
5. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ราคาเฉลี่ยต่อชิ้นอยู่ที่เท่าใด
6. ต่ำกว่า 100 บาท 2. 101-200 บาท

3. 201-500 บาท 4. 500-1000 บาท

5. 1,001-2,000 บาท 6. 2,000 บาทขึ้นไป

1. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรผ่านช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
2. ซื้อผ่านทางมัคคุเทศก์/ผู้นำเที่ยว
3. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยเฉพาะ
4. ร้านของฝาก ของที่ระลึก
5. ห้างสรรพสินค้า
6. ร้านสะดวกซื้อ
7. ร้านค้าของแหล่งท่องเที่ยว
8. ร้านค้าออนไลน์
9. ตลาดสด อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

16) ท่านคิดว่าองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ 2. เกี่ยวโยงกับสุขภาพร่างกาย

3 บรรจุภัณฑ์สวยงาม 4 พกพาสะดวก

5. ขนาดบรรจุเหมาะกับการทดลองใช้ 6. ขนาดบรรจุเหมาะกับเป็นของฝาก

7 ราคามีความเหมาะสม 8 ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์

9 ความปลอดภัยในการใช้ 10 การผลิตที่ได้มาตรฐาน

11 มีส่วนผสมของธรรมชาติ 12 มีการส่งเสริมการขาย

13 มีคนแนะนำสรรพคุณและการใช้ 14 คนขายมีความน่าเชื่อถือ

15 อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

17) ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวควรรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากช่องทางใดที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและเกิดความเชื่อมั่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. บรรจุภัณฑ์ระบุรายละเอียด 2 เอกสารแผ่นพับสำหรับแจกนักท่องเที่ยว

3. นิตยสาร วารสาร 4 พนักงานขายเป็นผู้อธิบาย

5 มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวเป็นคนแนะนำ 6 จัดกิจกรรมออกร้านและงานอีเว้นท์ต่าง ๆ

7 วิทยุ 8 โทรทัศน์

9 หนังสือพิมพ์ 10 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง

11 เว็บไซต์ 12 วีดีโอคอนเทนท์โฆษณา

13 สื่อสังคมออนไลน์ โปรดระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

14 สื่ออื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

18) ท่านคิดว่ารูปแบบการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์สมุนไพรแบบใดที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. การแจกสินค้าเพื่อทดลองใช้/ทดลองชิม 2. การลดราคา

3 การแถมสินค้า เมื่อซื้อครบจำนวน 4. การแลกซื้อสินค้าเมื่อซื้อครบกำหนด

5 อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพร**

**ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยอยู่ในระดับใด**

**รายละเอียด กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด**

ระดับ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด ระดับ 4 = เห็นด้วยมาก ระดับ 3 = เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 2 = เห็นด้วยน้อย ระดับ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพร** | **ระดับความสำคัญ** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **มากที่สุด**  **5** | **มาก**  **4** | **ปานกลาง**  **3** | **น้อย**  **2** | **น้อยที่สุด**  **1** |
| **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** | | | | | |
| 1. ใช้สมุนไพรที่เป็นวัตถุดิบหรือส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติ ปลอดสารพิษ |  |  |  |  |  |
| 2. สรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ |  |  |  |  |  |
| 3. มีกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น |  |  |  |  |  |
| 4. มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบสมัยใหม่ มีความทันสมัย นำมาใช้สอยสะดวก |  |  |  |  |  |
| 5. มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน GMP/Halal มีคุณภาพ สะอาดและปลอดภัย |  |  |  |  |  |
| 6. มีกระบวนการถ่ายทอดเรื่องราว องค์ความรู้ด้านสมุนไพรและภูมิปัญญาถิ่นถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น |  |  |  |  |  |
| 7. มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย) |  |  |  |  |  |
| 8. มีงานวิจัยรับรองสรรพคุณที่สามารถป้องกันหรือบรรเทาอาการเจ็บป่วยได้ |  |  |  |  |  |
| 9. ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือและปลอดภัยต่อการนำไปใช้ |  |  |  |  |  |
| 10. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีแบรนด์ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก |  |  |  |  |  |
| 11. บรรจุภัณฑ์ถูกออกแบบอย่างสวยงาม น่าใช้และง่ายต่อการพกพา |  |  |  |  |  |
| 12. ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายแบบ ทั้งขนาดการใช้และสรรพคุณต่าง ๆ |  |  |  |  |  |
| 13. ผลิตภัณฑ์ผลิตจากสมุนไพรในท้องถิ่น มีอัตลักษณ์ของถิ่นนั้น ๆ |  |  |  |  |  |
| 14. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้องมีกลิ่นหอมสดชื่น ความรู้สึกผ่อนคลาย |  |  |  |  |  |
| 15. ผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลการันตีด้านสมุนไพร หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น |  |  |  |  |  |
| **ปัจจัยด้านราคา** | | | | | |
| 1. มีป้ายบอกราคาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ชัดเจนบนฉลากผลิตภัณฑ์ |  |  |  |  |  |
| 2. มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เลือกในราคาที่หลากหลาย |  |  |  |  |  |
| 3. ราคาผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความเหมาะสมด้านปริมาณและคุณภาพ |  |  |  |  |  |
| 4. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้องดูดีมีราคา ราคาสมเหตุสมผลและจับต้องได้ |  |  |  |  |  |
| 5. สามารถต่อรองราคาผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ |  |  |  |  |  |
| 6. มีราคาจำหน่ายต่อชิ้นที่ถูกกว่าเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปริมาณที่มากขึ้น |  |  |  |  |  |
| 7. รับชำระค่าสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วยบัตรเครดิต |  |  |  |  |  |
| 8. รับชำระค่าสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วยการโอนเงินเข้าบัญชี |  |  |  |  |  |
| 9. รับชำระค่าสินค้าด้วยโครงการส่งเสริมของรัฐต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไป เช่น คนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน |  |  |  |  |  |
| **ปัจจัยด้านช่องทางการขายและจัดจำหน่าย** | | | | | |
| 1. มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่แต่ละที่ |  |  |  |  |  |
| 2. มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ ร้านขายของฝาก ของที่ระลึกในพื้นที่และใกล้เคียง |  |  |  |  |  |
| 3. จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะขายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นเท่านั้น ไม่ขายนอกพื้นที่จังหวัดตนเอง เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความเป็นสินค้าเฉพาะถิ่น |  |  |  |  |  |
| 4. มีช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางโทรศัพท์ |  |  |  |  |  |
| 5. มีช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย Line FB TikTok IG |  |  |  |  |  |
| 6. มีช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ Shopee Lazada |  |  |  |  |  |
| 7. มีช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายาสมัยใหม่ทั่วไป |  |  |  |  |  |
| 8. มีช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายาแผนไทย ร้านขายสมุนไพร |  |  |  |  |  |
| 9. มีช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทาง Modern Trade ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ปั๊มน้ำมัน |  |  |  |  |  |
| 10 มีช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านมัคคุเทศก์/หัวหน้าทัวร์ หรือบริษัททัวร์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วย |  |  |  |  |  |
| **ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** | | | | | |
| 1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทางที่เข้าถึงและเกิดการรับรู้ |  |  |  |  |  |
| 2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัล FB IG Line TikTok Twitter |  |  |  |  |  |
| 3. มีการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม เมื่อซื้อมากขึ้น หรือตามเทศกาล |  |  |  |  |  |
| 4. มีการทำการตลาดเนื้อหา (Content Marketing) เล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ |  |  |  |  |  |
| 5. มีการทำวีดีโอคอนเทนท์ เล่าเรื่องราวเพื่อสื่อสารผ่านช่องยูทูปหรือช่องทางอื่นๆ |  |  |  |  |  |
| 6. มีการทำการตลาดแบบบอกต่อ ให้ลูกค้าเป็นคนช่วยสนับสนุนและส่งเสริม |  |  |  |  |  |
| 7. มีเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสรรพคุณและวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์แจก |  |  |  |  |  |
| 8. มี Influencer ในการแนะนำผลิตภัณฑ์และการใช้งาน |  |  |  |  |  |

**รายการอ้างอิง**

**ภาษาไทย**

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). *มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ*. สืบค้น พฤศจิกายน 22, 2564, จาก https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/418

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). *มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้น พฤศจิกายน 22, 2564, จาก https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/433

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). *มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*. สืบค้น พฤศจิกายน 22, 2564, จาก https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/417

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). *มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. สืบค้น พฤศจิกายน 22, 2564, จาก https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/422

กานดา ธีรานนท์. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขัน ในภูมิภาคอาเซียน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12(Supplement 2561), 22-34.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). *โครงการสำรวจระดับความรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศ ไทย*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายนโยบายวางแผน กองวางแผนการท่องเที่ยวฯ.

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). *Medical and Wellness Tourism แนวโน้มเติบโตในยุค New Normal*. สืบค้น พฤศจิกายน 22, 2564, จาก https://www.bangkokbiznews.com/social/903875

เกสสิณี ตรีพงศ์พันธุ์. (2563). แนวทางการพัฒนาน้าพุร้อนคลองฉนวนสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 157-178.

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และสุจิตรา สุคนธทรัพย์. (2560). การศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของรัฐเกรละ ประเทศอินเดีย. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 18(33), 3-14.

ชนัญชิดา อนุชาติ และฐิรชญา มณีเนตร. (2558). กลยุทธ์ระดับองค์กรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: กรณีศึกษาโรงพยาบาลการแพทย์แผนไทยสกลนคร หลวงปู่แฟ๊บ สุภัทโท. *วารสารการบริการและการ ท่องเที่ยวไทย*, 10(2), 84-94.

ณัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2564). การพัฒนาศักยภาพของแหล่งน้ำพุร้อนบ้านหนองเจริญ จังหวัดกาญจนบุรีสำหรับ รองรับการท่องเที่ยวมูลค่าสูง. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 26(1), 146-171.

ทัศนีย์ นาคเสนีย์. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*, 7(1), 1-19.

ธนพล แก้วสังข์, อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์, มณีหยก พานิช และวิชุตา ทองท่าฉาง. (2564). แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่. *วารสารศิลปศาสตร์และ อุตสาหกรรมบริการ*, 4(2), 133-140.

ธนวรรษ ดอกจันทร์ และนิพล เชื้อเมืองพาน. (2564). ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสู่การพัฒนารูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตก. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฎเลย*, 16(55), 58-69.

ธนะวิทย์ เพียรดี และวนิดา อ่อนละมัย. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่แหล่ง ท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีความรับผิดชอบ: กรณีศึกษาบ้านเกาะเคี่ยม ตำบลกันตังใต้ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 4(1), 24-38.

ธันยา พรหมบุรมย์ และนฤมล กิมภากรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลําพูน ลําปาง แม่ฮ่องสอน. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 10(1), 71-87.

นิพล เชื้อเมืองพาน และพิมพ์ชนก มูลมิตร์. (2561). รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง. *วารสารมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 20(2), 133-145.

พิมพรรณ สุจารินพงค์. (2564). การส่งเสริมการท่องเที่ยวมุสลิม:การสำรวจและประเมินกิจกรรมและเส้นทาง การท่องเที่ยวมุสลิม ในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 28(2), 28-54.

พิมพ์ชนก มูลมิตร์, นิลุบล คงเปรม และ ถิรนันท์ ประทุม. (2562). การพัฒนาขีดความสามารถทุนทรัพยากร มนุษย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานการ ท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 14(50), 19-28.

พุทธพร อักษรไพโรจน์. (2563). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง ส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฎเชียงราย*, 15(1), 1-25.

เพชรศรี นนท์ศิริ และชัยรัตน์ เชยสวรรค์. (2563). ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนล่าง 1 (ตาก สุโขทัย พิษณุโลก อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์). *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 13(1), 1-15.

ราณี อิสิชัยกุล และรชพร จันทร์สว่าง. (2559). การศึกษาศักยภาพสถานประกอบการสปาไทย. *วารสารการ จัดการสมัยใหม่*, 14(1), 17-32.

วัชราภรณ์ จุลทา. (2562). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสาร เทคโนโลยีภาคใต้*, 12(2), 1-13.

วารีพร ชูศรี และวรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. (2563). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : ความสามารถในการแข่งขันของ ประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 205-226.

วิภาวดี ลี้มิ่งสวัสดิ์, นพรัตน์ ศุทธิถกล และเกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์. (2561). ศักยภาพและจุดเด่นของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันพลศึกษา*, 10(1), 179-189.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical-tourism) ขยายตัวต่อเนื่องในปี 2561*. สืบค้น พฤศจิกายน 22, 2564, จาก https://www.kasikornbank.com/th/personal/the- wisdom/articles/e-newsletter/issue/2018/Pages/06.html

สรรค์นันธ์ ตันติอุโฆษกุล อัครวงศ์, รัฐศวรรธน์ กิ่งแก้ว, นิตย์ศรี แสงเดือน, พวงรัตน์ จินพล และวัชราภรณ์ จุล ทา. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้เป็นศูนย์กลางของการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 13(1), 191-199.

สรัญพร สุรวิชัย และสุวารี นามวงค์. (2563). การพัฒนาจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(1), 145-164.

อภิลักษณ์ เกษมผลกูล. (2563). การแพทย์พื้นบ้านในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา:ภูมิปัญญาการรักษาและการ พัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสุขภาพ. *วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน*, 11(2), 45-74.

อรไท ครุธเวโช, พิชญ์ตะวัน พันธุพล, ธัญญา มหาไม้, วิจิตรา ผักกาด และวรพจน์ ตรีสุข. (2564). ศักยภาพของ โรงพยาบาลรัฐเพื่อส่งเสริมการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฎเชียงราย*, 16(1), 174-195.

**ภาษาอังกฤษ**

Altinay, L., & Kozak, M. (2021). Revisiting destination competitiveness through chaos theory: The butterfly competitiveness model. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 331-340. doi:10.1016/j.jhtm.2021.10.004

Aquilino, L., Armenski, T., & Wise, N. (2018). Assessing the competitiveness of Matera and the Basilicata Region (Italy) ahead of the 2019 European Capital of Culture. *Tourism and Hospitality Research*, 19(4), 503-517. doi:10.1177/1467358418787360

Armenski, T., Dwyer, L., & Pavluković, V. (2017). Destination Competitiveness: Public and Private Sector Tourism Management in Serbia. *Journal of Travel Research*, 57(3), 384-398. doi:10.1177/0047287517692445

Bichler, B. F., & Pikkemaat, B. (2021). Winter sports tourism to urban destinations: Identifying potential and comparing motivational differences across skier groups. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 36. doi:10.1016/j.jort.2021.100420

Boroomand, B., Kazemi, A., & Ranjbarian, B. (2019). Designing a Model for Competitiveness Measurement of Selected Tourism Destinations of Iran (The Model and Rankings). *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(4), 491-506. doi:10.1080/1528008x.2018.1563015

Drakulić Kovačević, N., Kovačević, L., Stankov, U., Dragićević, V., & Miletić, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 114-124. doi:10.1016/j.jdmm.2017.01.002

Dupeyras, A., & N. MacCallum. (2013). *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Tourism Papers, 2013/02*. OECD Publishing. http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en

Ferreira, D., & Perks, S. (2020). A Dimensional Framework of Tourism Indicators Influencing Destination Competitiveness. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 1-21. doi:10.46222/ajhtl.19770720-1

Global Wellness Institute. (2018). *Global Wellness Economy Monitor October 2018*. Retrieved November 22, 2021, from https://globalwellnessinstitute.org/wp- content/uploads/2018/10/Research2018\_v5FINALExecutiveSummary\_webREVISED.pdf

Hossain, M. K., & Islam, S. (2019). An Analysis of Destination Attributes to Enhance Tourism Competitiveness in Bangladesh. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1-17.

Medical Tourism Association. (2020). *Medical Tourism Index 2020-2021*. Retrieved November 22, 2021, from https://www.medicaltourism.com/mti/home

Michael, N., Reisinger, Y., & Hayes, J. P. (2019). The UAE's tourism competitiveness: A business perspective. *Tourism Management Perspectives*, 30, 53-64. doi:10.1016/j.tmp.2019.02.002

Mustafa, H., Omar, B., & Mukhiar, S. N. S. (2019). Measuring destination competitiveness: an importance-performance analysis (IPA) of six top island destinations in South East Asia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(3), 223-243. doi:10.1080/10941665.2019.1687534

Thai, T. K. O., Tran, M. D., Bu, T. H. V., Doan, T. T. H., & Dao, Q. T. (2020). A study on competitiveness of sea and island tourism in Vietnam. *Management Science Letters*, 823-830. doi:10.5267/j.msl.2019.10.015

World Economic Forum. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Retrieved November 22, 2021, from https://www3.weforum.org/docs/WEF\_TTCR\_2019.pdf

Woyo, E., & Slabbert, E. (2021). Tourism destination competitiveness: A view from suppliers operating in a country with political challenges. *South African Journal of Economic and management Sciences*, 24(1). doi:10.4102/sajems.v24i1.3717