



เกณฑ์รางวัล คุณภาพเวลเนส ระดับชาติ

(Thailand Wellness Awards : TiWA)

ชื่อหนังสือ : **เกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ** (Thailand Wellness Awards : TiWA)

ที่ปรึกษา

นายแพทย์สุระ วิเศษศักดิ์
นายแพทย์สามารถ ภิระศักดิ์
นายแพทย์อัศพรพล ศุภศาสตรา

อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
รองอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
ผู้ช่วยอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
และผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
อุปนายกสภามหาวิทยาลัยนครพนม

ศาสตราจารย์บวรศิลป์ เขาวนัชนี

คณะผู้จัดทำและเรียบเรียง

ดร.กันยรัตน์ กุญสุวรรณ

หัวหน้ากลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร

ดร.ชนนิกานต์ หาญไพบูลย์
นางสาวภาณุมาศ จุประเสริฐ

คณะผู้ร่วมพัฒนา

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

นางสาวสุทธาทิพย์ จันทรักษ์

นางพรพิศ กาลนาน

ดร.ชัยณรงค์ สังข์จำง

นางสาวอัจฉราภรณ์ พวงบุตร

นางสาวภัคศรีณัฏธ์ ฉัตรวิริยโสภณ

นางสาวรุติกานต์ พัฒนมาศ

กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน
กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ
กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ
สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร

สถาบันการศึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุพงษ์ พุทธิรักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร.อังคินันท์ อินทรกำแหง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวภา ปฐมศิริกุล

ดร.เกษกนก กมลมาตยากุล

ดร.กุลชลี ฐปะเดมีย์

อาจารย์ปัญญาดา นาคี

ผู้ช่วยอธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
ผู้อำนวยการสำนักวิจัย นวัตกรรม และบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
รองผู้อำนวยการฝ่ายพันธกิจวิจัยทางการแพทย์เพื่อสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

ภาคีเครือข่ายภาคเอกชน

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ พญ.กรรณิการ์ พรพัฒน์กุล

พญ.ประภา วงศ์แพทย์

นางสาวชวน์สดี สิ้นสุเขียว

นายกก่อตั้งสมาคมส่งเสริมบริการสุขภาพ
นายกสมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย
ประธานสมาพันธ์สมาคมสปาแอนด์เวลเนสไทย

จัดพิมพ์โดย

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข
ถนนติวานนท์ ตำบลตลาดขวัญ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐
โทร. ๐ ๒๑๙๓ ๗๐๑๔

ออกแบบรูปเล่ม

นิเวศรรดาการพิมพ์ (ประเทศไทย จำกัด)

จำนวนพิมพ์

๑,๐๐๐ เล่ม

ISBN

๙๗๘-๖๑๖-๑๑-๕๑๕๑-๑

สถานที่พิมพ์

นิเวศรรดาการพิมพ์ (ประเทศไทย จำกัด)
๑๕๘ ซอยดอนกุศล ถนนเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๒๐
โทร. ๐ ๒๖๗๕ ๖๐๖๒

ตราสัญลักษณ์

สัญลักษณ์

ภาพรวมคือ ดอกบัว สื่อความหมายการเรียนรู้และสติปัญญา

ความหมาย



ภาพรวมทั้งหมดคือฟอรัมดอกบัวสื่อความหมาย การเรียนรู้ สติปัญญา

คุณค่าหลัก (Cored-Value) ของเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Thailand Wellness Awards : TiWA) สำหรับรางวัลในกลุ่มสถานประกอบการ

๑. การบริการเวลเนสที่เป็นเลิศ

รูปแบบของบริการเวลเนสที่ผสมผสานบริการกับอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thai-Uniqueness) และกิจกรรมและบริการเวลเนส (๗ มิติ ด้านเวลเนส ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สังคมสิ่งแวดล้อม และปัญญา

๒. การให้บริการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่ครบวงจร (Holistic Health and Wellness care)

สถานประกอบการที่มีแนวความคิด รูปแบบ และวิธีการให้บริการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม มุ่งเน้นกิจกรรมการดูแลเพื่อสร้างสมดุลและเชื่อมโยงกันอย่างผสมผสานเพื่อการมีสุขภาพดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ และสังคม โดยการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรคและการเจ็บป่วย ดูแลบำบัดรักษา และการฟื้นฟูสภาพ เพื่อการมีอายุยืนยาว โดยสร้างความสุขสบาย ผ่อนคลาย เสริมสร้างวิถีชีวิตสุขภาพดีด้วยศาสตร์และศิลป์ของวิถีภูมิปัญญาไทย (Thai Wisdom) และวิถีการดูแลสุขภาพทางเลือก (Alternative Health Care) พร้อมทั้งการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และการบูรณาการ ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดคุณค่าภูมิปัญญาและเทคโนโลยีสู่ชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๓. ความเป็นเลิศด้านบริหารการจัดการ (Excellence Management)

สถานประกอบการที่มีระบบจัดการเชิงกลยุทธ์มุ่งเน้นการพัฒนายกระดับคุณภาพขององค์กรให้มีศักยภาพในการแข่งขันระดับสากล สร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรในเชิงคุณภาพ สร้างการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน สามารถจัดการทรัพยากรขององค์กรมุ่งไปสู่การพัฒนาคุณภาพและการจัดบริการดูแลสุขภาพให้มีความโดดเด่น ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

๔. การสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการ (Innovative Wellness Service)

สถานประกอบการที่ให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการรายบุคคล มีคุณภาพระดับสูงเป็นที่ยอมรับ โดยการนำศาสตร์และศิลป์ด้านการแพทย์แผนไทย วัฒนธรรมไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีอยู่ในท้องถิ่น/ชุมชน ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ พัฒนาต่อยอด หรือการวิจัยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การให้บริการดูแลสุขภาพได้อย่างสอดคล้องกลมกลืน สร้างสรรค์คุณภาพ และส่งมอบคุณค่าให้กับผู้รับบริการ

๕. บริการดูแลสุขภาพเวลเนสที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น (Excellence Wellness Service)

สถานประกอบการที่ให้บริการสุขภาพที่ครอบคลุมด้านการส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพเพื่อการมีสุขภาพดีและมีอายุยืนยาว โดยจัดให้เป็นพื้นที่ของการสร้างสุขภาพะ เกิดแนวคิดการดูแลสุขภาพที่เกิดจากการสร้างสมดุลร่างกายจิตใจและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกลมกลืนด้วยวิถีธรรมชาติ โดยเลือกวิธีบำบัดดูแลที่ผสานจุดเด่นของภูมิปัญญาไทย และภูมิปัญญาทางเลือกต่างๆ ได้อย่างลงตัว เช่น การใช้สมุนไพรที่มีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพ ประกอบกับการนวด การประคบ การอบสมุนไพร การใช้เครื่องหอมเครื่องสำอางไทย

๕.๑ เอกลักษณ์ความเป็นไทย

การใช้ความประณีตละเอียดอ่อนของวิถีชีวิตวัฒนธรรมการบริการที่โดดเด่นของคนไทยที่มีอุปนิสัย ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจ เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และมีจิตบริการ ที่เป็นแบบฉบับของคนไทย ลอกเลียนแบบได้ยาก ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวจากนานาประเทศเพื่อการท่องเที่ยวและใช้บริการในประเทศไทย

๕.๒ ภูมิปัญญาไทย

การดูแลสุขภาพตามหลักแพทย์แผนไทยที่มีรากฐานจากอายุรเวท มีการผสมผสานสร้างการเปิดรับของประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ รูป เช่น บรรยากาศและสถานที่ที่ดึงดูดใจ และผ่อนคลาย รส คือ การสัมผัสรสชาติอาหาร สมุนไพร และน้ำสมุนไพร กลิ่น คือ การบำบัดด้วยสมุนไพรเครื่องหอม ดอกไม้ที่มีกลิ่นหอม เสียง คือ เสียงธรรมชาติและเสียงดนตรีที่ไพเราะ สัมผัส คือ การนวดประคบด้วยการนวดไทย ผสมผสานกับหลักสรีรวิทยาในพุทธศาสนา หมายถึง ความสบายหรือความเป็นอยู่ที่ทำให้เกิดความสงบสุข ประกอบด้วย ๑) อากาศสี่ปายะ หมายถึง สถานที่สบาย สะอาด ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ปลอดภัย สามารถใช้ทำประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ได้ดี เหมาะแก่การดูแลสุขภาพ ๒) โฉจรสี่ปายะ หมายถึง เป็นสถานที่ที่หาได้ไม่ยาก เดินทางสะดวก การเดินสัญจร การใช้สอยพื้นที่ทำกิจกรรมหรือเข้ารับบริการสะดวกสบาย ปลอดภัย ส่งเสริมให้เกิดปฏิสัมพันธ์ ๓) ภัตสสี่ปายะ หมายถึง การพูด การสื่อสารที่ดีเป็นประโยชน์สร้างความเข้าใจ ความสบายก่อให้เกิดการเรียนรู้ ความดีงาม มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีทำให้การรับบริการมีคุณภาพประทับใจ ๔) บุคคลสี่ปายะ หมายถึง คนที่อยู่รอบข้างทั้งผู้บริหาร ผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความรู้ความเชี่ยวชาญในงาน หน้าที่บทบาทของตนเอง มีจิตบริการ ๕) โภชนะสี่ปายะ หมายถึง มีอาหารพอเพียงเหมาะสมสำหรับทุกคน คงคุณค่าทางโภชนาการ มีความปลอดภัย การปรุงถูกสุขลักษณะ ๖) อุตุสี่ปายะ หมายถึง การมีสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อม อุณหภูมิ ส่งเสริมบรรยากาศการสร้างเสริมสุขภาพ มีการสร้างสภาพบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมที่สะอาดบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ มีต้นไม้ที่ร่มรื่น ไม้ดอกไม้สวยงาม มีกลิ่นหอม และมีความหลากหลายที่ทำให้รู้สึกสดชื่น จิตใจที่แจ่มใส สงบสมดุล และ ๗) อริยาปถสี่ปายะ หมายถึง การออกแบบสถานที่และกิจกรรมให้เอื้อต่อการเคลื่อนไหวของร่างกาย การปรับเปลี่ยนอริยาบท การยืน การเดิน การนั่ง การนอน อย่างสมดุลถูกวิธี การแสดงออกถึงบริการกระทำที่สะท้อนความสุขสบาย ความสงบของจิตใจ

๕.๓ การประยุกต์ภูมิปัญญาการดูแลสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือก

เป็นการประยุกต์ใช้แนวทางการดูแลสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือกจากวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ เช่น การแพทย์แผนจีน ในการนวดเท้า กดจุดและสมุนไพรจีน การประยุกต์อายุรเวทแบบอินเดีย เช่น การปรับสมดุลของร่างกายตามธาตุจิวาเรื่อน การออกกำลังกายแบบโยคะ หรือการประยุกต์การแพทย์ทางเลือกจากประเทศตะวันตก เช่น การผสมผสานระหว่างหัตถบำบัด วารีบำบัด สุนทรบำบัด โภชนบำบัด จิตบำบัด และสุขภาวะบำบัด ให้เป็นต้นตำรับหรือเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง

๖. การสร้างความร่วมมือสู่การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีคุณค่า (Collaborative Partnership for Value-Based Wellness Tourism)

เป็นการสร้างความร่วมมือกันของสถานบริการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อเผยแพร่ความรู้ การคิดค้น การจัดรวมโปรแกรมบริการ การพัฒนาบริการและสินค้า และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ และการขับเคลื่อนร่วมกันของทุกภาคส่วน และช่วยส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน ได้แก่ การเชื่อมโยงบริการเวลเนสกับชุมชน (Community Collaboration or Partnership) และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการเวลเนสที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Products and Service)

เจตนาารมณ์ของรางวัล



“รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ
เป็นรางวัลอันทรงเกียรติ เป็นเครื่องหมายแสดงความเป็นเลิศ
ของสถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์เวลเนส”

วัตถุประสงค์

- ๑) เพื่อพัฒนาระดับสถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ ให้มีความสามารถในการแข่งขันด้านบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพเวลเนส
- ๒) เพื่อประกาศเกียรติคุณแก่สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ ที่เป็นต้นแบบด้านเวลเนสเป็นที่ยอมรับในระดับชาติ
- ๓) เพื่อกระตุ้นให้มีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวิธีปฏิบัติเพื่อการสร้างสรรค์บริการ และกิจกรรมเวลเนส ที่เป็นเลิศ
- ๔) เพื่อแสดงให้เห็นนานาชาติเห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินการยกระดับคุณภาพสถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์เวลเนส เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

ประโยชน์ที่สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ จะได้รับ

สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ ที่เข้าร่วมการประเมินรับรองรางวัลคุณภาพ เวลเนสระดับชาติ จะได้รับประโยชน์ ดังนี้

เริ่มจาก ขั้นตอนการประเมินตนเอง

ผู้บริหารสถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ จะทราบถึงสภาพที่แท้จริงว่า ระบบการบริหารจัดการของตนเอง ยังขาดตกบกพร่องในเรื่องใด จึงสามารถกำหนดวิธีการและเป้าหมายที่ชัดเจนในการจัดทำแผนปฏิบัติการ เมื่อและองค์กร ปฏิบัติตามแผนจนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ จนมีความพร้อม และตัดสินใจสมัครเข้าร่วมการประเมินรับรองรางวัล

ขั้นที่สอง ขั้นเตรียมความพร้อม

ผู้บริหารสถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ เตรียมความพร้อม โดยการจัดทำเอกสารโครงสร้างองค์กร และจัดเตรียมหลักฐานที่จำเป็น เพื่อรองรับการเยี่ยมประเมิน ณ สถานที่จริง ด้วยกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่ผ่านการฝึกอบรมเพื่อเป็นผู้ตรวจประเมิน และไม่ว่าองค์กรจะผ่านเกณฑ์รางวัลรับรางวัลหรือไม่ก็ตาม จะได้รับรายงานป้อนกลับ ซึ่ง ระบุจุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุง นับว่า เป็นประโยชน์ในการวางแผนปรับปรุงการดำเนินงานให้สมบูรณ์มากขึ้น

ขั้นที่ ๓ ขั้นการส่งเสริม

สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัล จะได้รับการยอมรับ และประกาศเกียรติคุณ และมีสิทธิ์ใช้ตราสัญลักษณ์ “รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ: Thailand Wellness Awards หรือ TiWA” สื่อถึงความเป็นเลิศในด้านเวลเนส และจะอยู่ในรายชื่อที่ขึ้นทะเบียนและประกาศในช่องทางสารสนเทศของ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และบรรจุอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีมูลค่าสูง ทุกจังหวัด ทั่วประเทศ

นอกจากนั้น ยังมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อาทิ การศึกษาดูงาน การเข้าร่วมในการประชุมวิชาการและการจัดนิทรรศการระดับชาติ และนานาชาติ โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพและหน่วยงานภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งในและต่างประเทศ

สุดท้าย สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ทั้งหมด จะเป็นภาพสะท้อนความสำเร็จ ในการพัฒนาคุณภาพอย่างยั่งยืน รองรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

สารบัญ

ตราสัญลักษณ์	ก
คุณค่าหลัก (Cored-Value) ของเกณฑ์รางวัลคุณภาพ	ข
เจตนารมณ์ของรางวัล	ง
ประโยชน์ที่สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ จะได้รับ	จ
บทที่ ๑ เกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Criteria for Thailand Wellness Awards)	๑
๑.๑ กรอบการบริหารจัดการตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ	๒
๑.๒ ภาพรวมของเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ	๔
บทที่ ๒ เนื้อหาเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ	๕
๒.๑ โครงร่างองค์กร	๖
๒.๒. โครงสร้างเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Criteria for Thailand Wellness Awards)	๘
บทที่ ๓ การเตรียมความพร้อม	๑๑
๓.๑ องค์กรประกอบและตัวชี้วัดตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ	๑๒
๓.๒ เป้าประสงค์รายองค์กรประกอบ	๑๗
๓.๓ เอกสารหลักฐานประกอบการประเมินรับรอง	๑๘
บทที่ ๔ แนวทางการให้คะแนนและการจัดระดับ	๒๑
๔.๑ เกณฑ์การให้คะแนน	๒๒
๔.๒ ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบ่งชี้ในการให้คะแนน	๒๓
๔.๓ เกณฑ์การจัดระดับ	๓๐

บทที่ ๑

เกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส
ระดับชาติ

(Criteria for Thailand Wellness Awards)

บทที่ ๑

เกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Criteria for Thailand Wellness Awards)

๑.๑ กรอบการบริหารจัดการตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ

เกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ จะเอื้อให้สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมประกวด สามารถบรรลุเป้าประสงค์ ปรับปรุงผลลัพธ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสามารถแข่งขันกับองค์กรในระดับนานาชาติ

การเป็นที่ยอมรับว่าเป็นสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นองค์กรคุณภาพต้นแบบ ในด้าน เวลเนส ระดับชาติ จะส่งผลดีในระยะยาวของสถานประกอบการ กล่าวคือ ได้มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบและมีผลลัพธ์ที่ยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาบริการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

๑.๑.๑ ประเภทของเกณฑ์รางวัล

- ๐ ประเภทสถานบริการสุขภาพเวลเนส (Wellness Care)
- ๐ ประเภทสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพเวลเนส (Wellness Nuad-Thai)
- ๐ ประเภทสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพเวลเนส (Wellness Spa)
- ๐ ประเภทสถานประกอบการโรงแรมและรีสอร์ทเวลเนส (Wellness Hotel & Resort)
- ๐ ประเภทร้านอาหารเวลเนส (Wellness Restaurant)
- ๐ ประเภทชุมชนเวลเนส (Wellness Community)
- ๐ ประเภทสถานประกอบการประเภทโฮมลodge/โฮมสเตย์เวลเนส (Wellness Home-lodge & Homestay)
- ๐ ประเภทผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพเวลเนส (Wellness Products)

๑.๑.๒ ระดับการพัฒนา แบ่งเป็น ๔ ระดับ ดังนี้

๑. **ระดับยั่งยืน** เป็นสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่แสดงออกถึงศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากล มีการยกระดับคุณภาพตามองค์ประกอบเกณฑ์รางวัลเวลเนส ระดับชาติ อย่างต่อเนื่องจนเป็น “วัฒนธรรมองค์กร” ผลงานนวัตกรรมเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ผลการบริการ/กิจกรรมและการใช้ผลิตภัณฑ์เวลเนสเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และมีผลลัพธ์การดำเนินงานเวลเนสที่เป็นเลิศ

๒. **ระดับต้นแบบ** เป็นสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่มีการจัดการแบบบูรณาการขององค์ประกอบคุณภาพของเกณฑ์รางวัลเวลเนส ระดับชาติ โดยการมีส่วนร่วมของทีมงานบุคลากรทุกระดับ และมีการดำเนินงานที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับกลยุทธ์และสามารถวัดผลลัพธ์องค์กรได้อย่างเป็นระบบ สร้างคุณค่าการบริการสุขภาพให้กับผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง

๓. **ระดับก้าวหน้า** เป็นสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่แสดงออกถึงการพัฒนากิจการดำเนินงานเวลเนสอย่างเป็นระบบ ตามองค์ประกอบเกณฑ์รางวัลเวลเนส ระดับชาติ ให้มีความครบถ้วนและมีการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารจัดการคุณภาพแบบ “เชิงรับ” เป็น “เชิงรุก”

๔. **ระดับมาตรฐาน** เป็นสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่แสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการทำความเข้าใจเกณฑ์รางวัลเวลเนส ระดับชาติ ตามองค์ประกอบเกณฑ์รางวัลเวลเนส ระดับชาติ สู่การปฏิบัติ โดยมีการประเมินตนเองเพื่อเตรียมความพร้อมตามที่หน่วยงานผู้ประเมินกำหนด

๑.๑.๒ กรอบเกณฑ์การประเมิน

รางวัลคุณภาพเวลเนสระดับชาติ (Thailand Wellness Awards: TiWA) ประเมินใน ๔ องค์ประกอบ ๓๓ ตัวชี้วัด ดังนี้

- องค์ประกอบ ที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส
- องค์ประกอบ ที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส
- องค์ประกอบ ที่ ๓ ลูกค้า และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- องค์ประกอบ ที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ

๑.๑.๓ ระดับรางวัล

องค์กรที่สนใจเข้าร่วมการประเมินรับรองรางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติจะต้องมีผลการประเมินตนเอง และได้คะแนนทุกตัวชี้วัดไม่น้อยกว่า ๑ คะแนน หรือ มีคะแนนรวมในแต่ละองค์ประกอบ มากกว่าร้อยละ ๖๐ ในทุกองค์ประกอบ จึงจะถือว่า อยู่ในเกณฑ์ขั้นพื้นฐานที่จะสามารถเข้าร่วมการประเมินรับรองรางวัลคุณภาพเวลเนสระดับชาติ ต่อไป

การจัดแบ่งระดับของเกณฑ์รางวัลฯ แบ่งเป็น ๒ ระดับ

เป็นการประเมิน ให้คะแนน โดยคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

- ๑. ระดับต้นแบบ (รางวัล Gold) คะแนนรวม ตั้งแต่ ร้อยละ ๘๐ แต่ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐
- ๒. ระดับยั่งยืน (รางวัล Platinum) คะแนนรวม ตั้งแต่ ร้อยละ ๘๐ เป็นต้นไป

๑.๑.๔ การรับรองคุณภาพ

ใบรับรองคุณภาพตามเกณฑ์รางวัลเวลเนส ระดับชาติ (Thailand Wellness Awards : TiWA) มีอายุ ๓ ปี นับจากวันที่ออกใบรับรอง โดยสถานประกอบการ และผลิตภัณฑ์เวลเนส จะต้องรักษาคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ตลอดระยะเวลาของอายุของใบรับรองรางวัล

หมายเหตุ

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกการรับรองคุณภาพ หากสถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์เวลเนส ไม่สามารถรักษาคุณภาพไว้อย่างต่อเนื่อง ตามเกณฑ์ที่กำหนด

๑.๒ ภาพรวมของเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ

เกณฑ์รางวัลคุณภาพประกอบด้วย ๔ องค์กรประกอบหลัก และ ๓๓ ตัวชี้วัด คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน (เกณฑ์รางวัลคุณภาพตามตารางด้านล่าง จะใช้ในการประเมินสถานประกอบการเวลเนสเท่านั้น)

องค์กรประกอบหลัก	องค์กรประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการ องค์กรเวลเนส	องค์กรประกอบที่ ๒ บริการและ กิจกรรมเวลเนส	องค์กรประกอบที่ ๓ ลูกค้า และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	องค์กรประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนส ที่เป็นเลิศ
ตัวชี้วัด	๑.๑ การนำองค์กรและจัดการ เชิงกลยุทธ์	๒.๑ การบริการและนวัตกรรม เวลเนส แบบที่เน้น ผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง	๓.๑ ระบบความต้องการและ ความคาดหวังของลูกค้า และการตอบสนอง	๔.๑ ผลลัพธ์ด้าน บริการและ กิจกรรมเวลเนส
	๑.๒ ระบบงานและการจูงใจ บุคลากร	๒.๒ การบริการเวลเนส ทางประสาทสัมผัสทั้ง ๕ (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส)	๓.๒ ระบบการสร้าง ความผูกพันระยะยาว	๔.๒ ผลลัพธ์ด้าน ผู้นำและบุคลากร เวลเนส
	๑.๓ การบริหารจัดการ ตามหลักความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม	๒.๓ การจัดสภาพแวดล้อม ที่เอื้อต่อการบริการ และกิจกรรมเวลเนส		๔.๓ ผลลัพธ์ด้าน การพัฒนา นวัตกรรมสุขภาพ
	๑.๔ การบริหารจัดการความ เสี่ยงและการรองรับ	๒.๔ การจัดกิจกรรมเวลเนส (Workshop)		
คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน				

บทที่ ๒

เนื้อหาเกณฑ์รางวัล
คุณภาพเวลเนส
ระดับชาติ



บทที่ ๒

เนื้อหาเกณฑ์รางวัล คุณภาพเวลเนส ระดับชาติ



ถึงแม้ สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์เวลเนส จะใช้เกณฑ์ที่แตกต่างกัน แต่ในการเข้าร่วม ประเมินรับรองรางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ ทั้ง สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์เวลเนส จะต้องดำเนินการศึกษาและทำความเข้าใจ เพื่อนำไปจัดเตรียมข้อมูลประกอบการประเมินรับรอง และจัดทำเอกสารประกอบเช่นเดียวกัน ใน ๒ ส่วน คือ

๑. โครงร่างองค์กร (Organizational Profile)
๒. โครงสร้างเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Criteria for Thailand Wellness Awards)

๒.๑ โครงร่างองค์กร

การจัดทำโครงร่างองค์กรเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจาก

๑. โครงร่างองค์กร เป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ความพร้อมขององค์กรเบื้องต้น หากพบว่า ประเด็นใดมีความขัดแย้ง หรือข้อมูลน้อย หรือ ไม่มีเลยให้ใช้ประเด็นเหล่านี้ในการวางแผน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติพร้อมเข้าสู่กระบวนการประเมินรับรอง
๒. โครงร่างองค์กร เป็นสิ่งที่กำหนดบริบท เพื่อทำความเข้าใจและวิธีปฏิบัติการ และทำให้ สามารถระบุลักษณะที่เฉพาะเจาะจงขององค์กร เพื่อประโยชน์ในการตอบคำถามของเกณฑ์ ตามองค์ประกอบ และตัวชี้วัดทั้งหมด การตอบคำถามต่าง ๆ ของเกณฑ์ควรสัมพันธ์กับบริบท ของสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่อธิบายไว้ในโครงร่างองค์กร
๓. โครงร่างองค์กร ช่วยให้สามารถระบุข้อมูลสำคัญที่อาจขาดหายไป และช่วยให้ลดเวลา ในการวิเคราะห์ของคณะกรรมการ ให้สามารถเน้นที่การตอบคำถามและผลลัพธ์การดำเนินงาน ที่สำคัญได้อย่างครบถ้วน

ลักษณะของโครงสร้างองค์กรที่ดี ต้องประกอบด้วยรายละเอียดข้อมูล ๒ ส่วน คือ

๑. ลักษณะทางกายภาพขององค์กร และ โครงสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร
๒. โครงสร้างการบริหารจัดการ

รายละเอียด

(๑) ลักษณะขององค์กร และโครงสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร

๐ ลักษณะขององค์กร แนะนำองค์กรของท่าน ในด้านข้อมูลทั่วไป ได้แก่ สถานที่ตั้ง ขนาด และจำนวนพื้นที่ให้บริการ แนวคิดของการดำเนินการของสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณท์เวลเนส ที่โดดเด่น นโยบายด้านการส่งเสริมความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรคุณธรรม ฯลฯ ความสำเร็จที่ผ่านมา ได้แก่ รางวัลที่เคยได้รับ การเป็นต้นแบบ ได้รับเชิญในรายการผ่านช่องทางต่างๆ เป็นต้น โดยผ่านการเล่าเรื่อง

๐ โครงสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร

ส่วนที่ ๑ แนะนำผู้บริหารและทีมบริหารองค์กร รวมทั้งบุคลากรที่มีความสามารถโดดเด่น

ส่วนที่ ๒ กลุ่มเป้าหมายลูกค้าของท่านเป็นกลุ่มเป้าหมายใด เล่าถึงความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า และแผนการตลาด และระบบการดูแลลูกค้า

ส่วนที่ ๓ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของท่าน ได้แก่ เครือข่าย แผนกการจัดซื้อ แหล่งสนับสนุน ผลิตภัณท์สินค้าและบริการ รวมทั้งชุมชนที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก เป็นต้น

(๒) โครงสร้างการบริหารจัดการ ประกอบด้วย

ส่วนที่ ๑ สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขัน อธิบายขนาดและการเติบโตขององค์กรเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดประเภทเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงที่สร้างโอกาสในการแข่งขัน เข้าใจคู่แข่งขององค์กร ข้อจำกัดและโอกาสได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น

ส่วนที่ ๒ บริบทเชิงกลยุทธ์ ระบุความท้าทายเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ

ส่วนที่ ๓ ระบบปรับปรุงผลการดำเนินงาน กระบวนการสำหรับการประเมินผล รวมทั้งผลลัพธ์ด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านรายได้ ด้านคุณภาพบริการ และด้านผลลัพธ์ความพึงพอใจต่อบริการ และการใช้ผลิตภัณท์ การประเมินสุขภาวะของลูกค้าในภาพองค์กรรวม เป็นต้น

ข้อกำหนดในการจัดทำโครงสร้างองค์กร

- ๐ สถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณท์เวลเนส ที่สมัครเข้าร่วมประเมินรับรางวัล คุณภาพเวลเนส ระดับชาติ จัดทำและส่งเอกสารรายงาน โครงสร้างองค์กรในรูปแบบไฟล์เอกสาร ขนาดหน้ากระดาษ A๔ จำนวน ไม่เกิน ๑๕ หน้า ภายใน ๑๕ วัน หลังการส่งเอกสารสมัคร และการประเมินตนเองในระบบออนไลน์
- ๐ สถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณท์เวลเนส สามารถนำเสนอรูปภาพประกอบหรือหลักฐานแสดงต่างๆ ประกอบเพิ่มเติม บรรจุไว้ในภาคผนวกของเอกสารโครงสร้างองค์กร

๒.๒ โครงสร้างเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Criteria for Thailand Wellness Awards)

เกณฑ์ประเมินคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ		
องค์ประกอบและตัวชี้วัดต่างๆ	คะแนน	
	ประเมินตนเอง	ประเมินโดย การตรวจเยี่ยม
องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส		
๑.๑ การนำองค์กรเวลเนสและจัดการเชิงกลยุทธ์		
๑.๑.๑ พฤติกรรมการนำองค์กรเวลเนส		
๑.๑.๒ การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ด้านเวลเนส		
๑.๑.๓ การจัดองค์กรและผู้รับผิดชอบครอบคลุมตามพันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย		
๑.๑.๔ การกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ การประเมินความสำเร็จ ของแผนงานและกลยุทธ์		
๑.๒ ระบบงานและการจูงใจบุคลากร		
๑.๒.๑ กระบวนการทำงาน		
๑.๒.๒ ระบบจูงใจบุคลากร		
๑.๓ การบริหารจัดการตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม		
๑.๓.๑ นโยบายและมาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		
๑.๓.๒ ประมวลจรรยาบรรณ (Code of Ethics) ของการประกอบธุรกิจ เวลเนส		
๑.๔ การบริหารจัดการความเสี่ยงและการรองรับ		
๑.๔.๑ ด้านลูกค้า		
๑.๔.๒ ด้านบุคลากร		
๑.๔.๓ ด้านการเงิน		
๑.๔.๔ ด้านการบริการ		

เกณฑ์ประเมินคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ		
องค์ประกอบและตัวชี้วัดต่างๆ	คะแนน	
	ประเมินตนเอง	ประเมินโดยการตรวจเยี่ยม
องค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส		
๒.๑ การบริการและนวัตกรรมการเวลเนสแบบที่เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง		
๒.๒ การบริการเวลเนสทางประสาทสัมผัสทั้ง ๕ (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส)		
๒.๓ การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการบริการและกิจกรรมเวลเนส		
๒.๔ การจัดกิจกรรมเวลเนส (Workshop)		
องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้า และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
๓.๑ ระบบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และการตอบสนอง		
๓.๑.๑ ระบบการสำรวจ วิเคราะห์ความสนใจ ความต้องการและความคาดหวังและพฤติกรรมผู้บริโภค		
๓.๑.๒ ระบบตอบสนอง ต่อข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ข้อร้องเรียนของลูกค้าและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
๓.๒ ระบบการสร้างความผูกพันระยะยาว		
๓.๒.๑ ระบบการสร้างความผูกพันระยะยาว		
๓.๒.๒ ระบบการสื่อสารการตลาด / องค์กร		
๓.๒.๓ การสร้างและจัดการแบรนด์สินค้า หรือบริการ และแบรนด์องค์กร		
องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ		
๔.๑ ผลลัพธ์ด้านบริการและกิจกรรมเวลเนส		
๔.๑.๑ ผลลัพธ์ด้านที่ ๑ (สุขภาพของลูกค้า ๗ มิติ / พฤติกรรมผู้ใช้บริการ เป็นต้น)		
๔.๑.๒ ผลลัพธ์ด้านที่ ๒ (วัดผลลัพธ์การตลาด จำนวนลูกค้า ส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น)		
๔.๑.๓ ผลลัพธ์ด้านที่ ๓ (การเงิน กำไรสุทธิต่อยอดขาย การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า เป็นต้น)		

เกณฑ์ประเมินคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ

องค์ประกอบและตัวชี้วัดต่างๆ	คะแนน	
	ประเมินตนเอง	ประเมินโดย การตรวจเยี่ยม
๔.๑.๔ ผลลัพธ์ด้านชุมชน (รายได้เพิ่มขึ้น / การจ้างงาน / ความรอบรู้ ด้านเวลเนส เป็นต้น)		
๔.๑.๕ ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม (ด้านกายภาพ สังคม และสถานะแวดล้อม เป็นต้น)		
๔.๒ ผลลัพธ์ด้านผู้นำและบุคลากรเวลเนส		
๔.๒.๑ ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ทักษะ ความสามารถ การเรียนรู้ และสมรรถนะ ในการนำองค์กร		
๔.๒.๒ ด้านทักษะ ความสามารถ และสมรรถนะ ของบุคลากร		
๔.๒.๓ ด้านความผูกพันของบุคลากรเวลเนส (เช่น ความพึงพอใจ ความผูกพัน อาสาสมัครเพื่อองค์กร)		
๔.๓ ผลลัพธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมสุขภาพ		
๔.๓.๑ นวัตกรรมสินค้าและบริการด้านเวลเนส		
๔.๓.๒ นวัตกรรมกระบวนการ		
๔.๓.๓ นวัตกรรมการตลาด		
๔.๓.๔ นวัตกรรมองค์กร		
คะแนนเต็ม	๑๐๐	๑๐๐

บทที่ ๓

การเตรียมความพร้อม



บทที่ ๓

การเตรียมความพร้อม



การเตรียมความพร้อมเพื่อร่วมประเมินรับรองตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ สำหรับผู้สนใจ ที่สนใจเข้าร่วม มีดังนี้

๑. เตรียมเอกสาร หลักฐาน ประกอบการรับสมัคร พร้อมกรอกใบสมัคร (สพ.๑๐)
๒. วิเคราะห์ รวบรวม เตรียมข้อมูล เพื่อจัดทำเอกสารโครงสร้างองค์กร จำนวน ๑ ฉบับ
๓. ทำความเข้าใจกับรายละเอียดของเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ ใน ๔ องค์ประกอบ ๓๓ ตัวชี้วัด และกรอกแบบประเมินตนเอง (สพ.๑๑)
๔. การเตรียมรับการตรวจประเมินจากคณะกรรมการ

๓.๑ องค์ประกอบและตัวชี้วัดตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ

องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส

ในประเมินให้คะแนนในด้านการบริหารจัดการองค์กรเวลเนสนั้น สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อย ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑ การนำองค์กรเวลเนสและจัดการเชิงกลยุทธ์
- ๑.๒ ระบบงาน และการจูงใจบุคลากร
- ๑.๓ การบริหารจัดการตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ๑.๔ การบริหารจัดการความเสี่ยงและการรองรับ

และทั้ง ๔ องค์ประกอบย่อยนั้น จะประเมินทั้งหมด ๑๒ ตัวชี้วัด ดังตารางที่แสดงด้านล่างนี้

ตารางแสดง องค์ประกอบย่อย และตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส

องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส
๑.๑ การนำองค์กรเวลเนสและการจัดการเชิงกลยุทธ์
๑.๑.๑ พฤติกรรมการนำองค์กรเวลเนส
๑.๑.๒ การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ด้านเวลเนส
๑.๑.๓ การจัดองค์กรและผู้รับผิดชอบครอบคลุมตามพันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย
๑.๑.๔ การกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ การประเมินความสำเร็จของแผนงานและกลยุทธ์
๑.๒ ระบบงาน และการจูงใจบุคลากร
๑.๒.๑ กระบวนการทำงาน
๑.๒.๒ ระบบจูงใจบุคลากร
๑.๓ การบริหารจัดการตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
๑.๓.๑ นโยบายและมาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
๑.๓.๒ ประมวลจรรยาบรรณ (Code of Ethics) ของการประกอบธุรกิจเวลเนส
๑.๔ การบริหารจัดการความเสี่ยงและการรองรับ
๑.๔.๑ ด้านลูกค้า
๑.๔.๒ ด้านบุคลากร
๑.๔.๓ ด้านการเงิน
๑.๔.๔ ด้านการบริการ

ซึ่งในองค์ประกอบที่ ๑ นั้น มีการให้ค่าน้ำหนักคะแนนตัวชี้วัดอยู่ที่ ๐.๕ เนื่องจากองค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส การประเมินรางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Thailand Wellness Awards: TIWA) ในด้านการบริหารจัดการขององค์กร เป็นการประเมินตามแนวคิดการบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (Total Quality Management: TQM) ของ Malcolm Baldrige โดยมุ่งเน้นให้เกิดระบบการจัดการภายในองค์กรที่เหมาะสม มีการวางแผน กระจายลงสู่การปฏิบัติ ประเมินผล และ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานตามผลการประเมิน ผลที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดวงจรคุณภาพในทุกส่วนองค์กร



องค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส

การประเมินให้คะแนนในด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อย ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๒.๑ การบริการและนวัตกรรมเวลเนสแบบที่เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง
- ๒.๒ การบริการเวลเนสทางประสาทสัมผัสทั้ง ๕ (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส)
- ๒.๓ การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการบริการและกิจกรรมเวลเนส
- ๒.๔ การจัดกิจกรรมเวลเนส (Workshop)

และทั้ง ๔ องค์ประกอบย่อย (๒.๑) (๒.๒) (๒.๓) และ (๒.๔) และมีการประเมินทั้งหมด ๔ ตัวชี้วัด ดังตารางที่แสดงด้านล่างนี้

ตารางแสดง องค์ประกอบย่อย และตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส

องค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส
๒.๑ การบริการและนวัตกรรมเวลเนสแบบที่เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง
๒.๒ การบริการเวลเนสทางประสาทสัมผัสทั้ง ๕ (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส)
๒.๓ การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการบริการและกิจกรรมเวลเนส
๒.๔ การจัดกิจกรรมเวลเนส (Workshop)

ในองค์ประกอบที่ ๒ มีการให้ค่าน้ำหนักคะแนนอยู่ที่ ๒ เนื่องจาก รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในด้านการบริการและกิจกรรมเวลเนส ตามมิติของเวลเนสที่ครอบคลุม ๗ มิติ ได้แก่ มิติทางกาย มิติทางจิตใจ มิติทางอารมณ์ มิติทางสังคม มิติทางจิตวิญญาณ มิติทางสิ่งแวดล้อม และมิติทางปัญญา ซึ่งสามารถสอดแทรกอยู่ในบริการ และผลิตภัณฑ์เวลเนส ยกตัวอย่าง เช่น รูปแบบบริการ และกิจกรรมเวลเนสในมิติร่างกาย ได้แก่ นวดไทยเพื่อสุขภาพ สปา และการปรนนิบัติเพื่อสุขภาพ แชน้ำแร่ น้ำพุร้อน กอดจุด มิติด้านอารมณ์ ได้แก่ ดนตรีบำบัด การบำบัดเพื่อช่วยผ่อนคลายและจัดการความเครียด ผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร น้ำมันหอมระเหยที่ถูกนำไปใช้ในบริการเวลเนส เป็นต้น

องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้ำ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในประเมินให้คะแนนในด้านลูกค้ำและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นั้น สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อย ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๓.๑ ระบบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ำและการตอบสนอง

๓.๒ ระบบการสร้างความผูกพันระยะยาว

และทั้ง ๒ องค์ประกอบย่อย (๒.๑) และ (๒.๒) ประเมินทั้งหมด ๕ ตัวชี้วัด ดังตารางที่แสดงด้านล่างนี้

ตารางแสดง องค์ประกอบย่อย และตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้ำ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้ำ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
๓.๑ ระบบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ำและการตอบสนอง
๓.๑.๑ ระบบการสำรวจ วิเคราะห์ความสนใจ ความต้องการและความคาดหวังและพฤติกรรมผู้บริโภค
๓.๑.๒ ระบบตอบสนอง ต่อข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ข้อร้องเรียน ของลูกค้ำและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
๓.๒ ระบบการสร้างความผูกพันระยะยาว
๓.๒.๑ ระบบการสร้างความผูกพันระยะยาว
๓.๒.๒ ระบบการสื่อสารการตลาด /องค์กร
๓.๒.๓ การสร้างและจัดการแบรนด์สินค้า หรือบริการ และแบรนด์องค์กร

ในแต่ละตัวชี้วัดในองค์ประกอบที่ ๓ นั้น มีการให้ค่าน้ำหนักคะแนนในแต่ละตัวชี้วัดอยู่ที่ ๑ เนื่องจากการประเมินรางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ ต้องอาศัยกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้ำและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการที่เหนือกว่า คู่แข่งขัน และการมุ่งเน้นลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายด้วยการตอบสนองที่รวดเร็ว ดังนั้น คุณลักษณะของธุรกิจที่ดึงดูดและเข้าถึงลูกค้ำได้มากกว่าคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าธุรกิจอื่น ๆ ให้ตลาด และสามารถตอบสนองความต้องการบางอย่างให้แก่ลูกค้ำโดยที่คู่แข่งไม่มีหรือไม่สามารถเสนอได้ ตั้งแต่ต้นทุนที่ต่ำกว่า บริการพิเศษกว่า หรือผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่า รวมถึงการตลาดที่แข็งแกร่งกว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นสถานประกอบการ ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่การตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ำ และระบบการสร้างความผูกพันระยะยาว เป็นส่วนที่มีความสำคัญและได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ซึ่งอาจถือเป็นจุดเด่นของสถานประกอบการ

องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ

ในประเมินให้คะแนนในด้านผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศนั้น สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อย ๓ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๔.๑ ผลลัพธ์ด้านบริการและกิจกรรมเวลเนส
- ๔.๒ ผลลัพธ์ด้านผู้นำและบุคลากรเวลเนส
- ๔.๓ ผลลัพธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมสุขภาพ

และทั้ง ๓ องค์ประกอบย่อย (๔.๑) (๔.๒) และ (๔.๓) ประเมินทั้งหมด ๑๒ ตัวชี้วัด ดังตารางที่แสดงด้านล่างนี้

ตารางแสดง องค์ประกอบย่อย และตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ

องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ
๔.๑ ผลลัพธ์ด้านบริการและกิจกรรมเวลเนส
๔.๑.๑ ผลลัพธ์ด้านที่ ๑ (สุขภาพของลูกค้า ๗ มิติ / พฤติกรรมผู้ใช้บริการ เป็นต้น)
๔.๑.๒ ผลลัพธ์ด้านที่ ๒ (วัดผลลัพธ์การตลาด จำนวนลูกค้า ส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น)
๔.๑.๓ ผลลัพธ์ด้านที่ ๓ (การเงิน กำไรสุทธิต่อยอดขาย การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า เป็นต้น)
๔.๑.๔ ผลลัพธ์ด้านชุมชน (รายได้เพิ่มขึ้น / การจ้างงาน / ความรอบรู้ด้านเวลเนส เป็นต้น)
๔.๑.๕ ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม (ด้านกายภาพ สังคม และสถานะแวดล้อม เป็นต้น)
๔.๒ ผลลัพธ์ด้านผู้นำและบุคลากรเวลเนส
๔.๒.๑ ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ทักษะ ความสามารถ การเรียนรู้ และสมรรถนะ ในการนำองค์กร
๔.๒.๒ ด้านทักษะ ความสามารถ และสมรรถนะ ของบุคลากร
๔.๒.๓ ด้านความผูกพันของบุคลากรเวลเนส (เช่น ความพึงพอใจ ความผูกพัน อาสาสมัครเพื่อองค์กร)
๔.๓ ผลลัพธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมสุขภาพ
๔.๓.๑ นวัตกรรมสินค้าและบริการด้านเวลเนส
๔.๓.๒ นวัตกรรมกระบวนการ
๔.๓.๓ นวัตกรรมการตลาด
๔.๓.๔ นวัตกรรมองค์กร

ในองค์ประกอบที่ ๔ มีการให้ค่าน้ำหนักคะแนนอยู่ที่ ๑ เนื่องจาก เกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนสระดับชาติ มุ่งเน้นและให้ความสำคัญด้านผลลัพธ์ทั้งหมดที่จำเป็นในการทำให้องค์กรยั่งยืน ประกอบด้วยผลลัพธ์ด้านบริการและกิจกรรมเวลเนส ผลลัพธ์ด้านผู้นำและบุคลากรเวลเนส ผลลัพธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมสุขภาพ การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นการดำเนินการที่ดีเยี่ยมของสถานประกอบการด้านสุขภาพเวลเนส

๓.๒ เป้าประสงค์รายองค์ประกอบ

องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์การเวลเนส

เป้าประสงค์ องค์การมีการบริหารจัดการองค์การเวลเนส อย่างมีคุณภาพ โดยผู้บริหารขององค์การ ชี้นำและกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจ เป้าประสงค์ระยะสั้นระยะยาว การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ด้านเวลเนส การจัดองค์กรและผู้รับผิดชอบครอบคลุมตามพันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย การกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้การประเมินความสำเร็จของแผนงานและกลยุทธ์ เพื่อให้้องค์กรมีค่านิยม ด้านการให้บริการเวลเนส ร่วมกับการเป็นองค์กรที่บริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส

เป้าประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนารูปแบบการจัดประสบการณ์เวลเนสทางประสาทสัมผัส ทั้ง ๕ (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) และจัดกิจกรรมและบริการเวลเนสเพื่อให้เกิดสุขภาวะองค์รวม ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สังคม สิ่งแวดล้อม และปัญญา รวมทั้งการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อ ต่อเวลเนส เพื่อสร้างคุณค่าของบริการเวลเนสระดับสากลแต่มีอัตลักษณ์และกลิ่นอายของความเป็นไทย ผสมผสานอย่างลงตัว

องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้า และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาเชิงระบบในด้านการดูแลลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อการจัดรูปแบบบริการที่มุ่งเน้นความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เป็นสำคัญ และการสร้างความผูกพันระยะยาว เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล อันจะนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่มีความมั่นคงและยั่งยืน

องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ

เป้าประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้มีการประเมินผลลัพธ์ในการดำเนินงานครบถ้วนตามองค์ประกอบ ของเกณฑ์รางวัลคุณภาพสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุง การบริการเวลเนสที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

๓.๓ เอกสารหลักฐานประกอบการประเมินรับรอง

เอกสาร หลักฐาน ที่ใช้ในการกำหนดกรอบ หรือ ทิศทางการดำเนินงาน ของแต่ละกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องตามเป้าหมายองค์กร และข้อกำหนดมาตรฐาน มีความสำคัญ เนื่องจาก สถานประกอบการ ประเมินตนเอง และให้คะแนนตามสิ่งที่เป็นอยู่ จึงต้องมั่นใจว่า สามารถแสดง เอกสาร หลักฐาน เพื่อให้ คณะกรรมการสามารถให้คะแนนในแต่ละตัวชี้วัด ได้ถูกต้อง และมีความเที่ยงตรง เอกสารหลักฐาน

องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์การเวลเนส

องค์กร ควรศึกษาข้อมูลแนวทางและจัดเตรียมหลักฐาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปของเอกสาร รูปภาพ หรือ คลิปวิดีโอ ฯลฯ สอดคล้องตามเป้าหมายองค์กร ตามตัวชี้วัดในองค์ประกอบที่ ๑ ได้แก่

- ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ชุมชน และ ผลิตภัณฑ์
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ ที่แสดงความมุ่งมั่นให้บรรลุตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ
- คู่มือแนวทางปฏิบัติเพื่อใช้ในการดำเนินการตามข้อกำหนดแต่ละตัวชี้วัด
- ประกาศนโยบายการเป็นองค์กรเวลเนส การรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการเป็น องค์กรคุณธรรม การเป็นองค์กรที่ใส่ใจในเรื่องความยั่งยืน อย่างน้อยอย่างใดอย่างหนึ่ง
- เอกสารแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินการที่สอดคล้องตามตัวชี้วัด
- ผังขององค์กรที่กำหนดหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน
- การกำหนดค่าตอบแทนอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม
- แผนงาน กิจกรรมรองรับเพื่อสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่สามารถพัฒนาระดับตามความสามารถ ได้อย่างเต็มที่
- รายงานผลการปฏิบัติ รายงานการประชุม
- ระบบสนับสนุนการจัดการองค์กร เทคโนโลยีที่สำคัญ
- และอื่นๆ

องค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส

องค์กร ควรศึกษาข้อมูลแนวทางและจัดเตรียมหลักฐาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปของเอกสาร รูปภาพ หรือ คลิปวิดีโอ สอดคล้องตามเป้าหมายองค์กร ตามตัวชี้วัดในองค์ประกอบที่ ๓ ได้แก่

- การประเมินความต้องการบริการ และสภาวะสุขภาพของลูกค้าก่อนรับบริการ ได้แก่ อาการ ความรู้สึก และประเมินผลลัพธ์เมื่อสิ้นสุดการให้บริการ
- การจัดเตรียมเครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องวัดความดัน ให้ผู้รับบริการประเมินตนเอง ตามอัตราค่า
- กิจกรรมเวลเนส Workshop เพื่อให้ได้รับประสบการณ์จากการร่วมฝึกปฏิบัติ

- ⊙ แพคเกจและเมนูบริการและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพเวลเนส ในการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม
- ⊙ การจัดองค์ประกอบ สิ่งแวดล้อม การตกแต่งสถานที่ที่มีความเป็นเวลเนสและให้ความรู้สึกผ่อนคลาย
- ⊙ การออกแบบสถานที่และเครื่องแต่งกายผู้ให้บริการที่สร้างสรรค์หรือ ผสมผสานความเป็นไทยอย่างลงตัว
- ⊙ แนวคิดการให้บริการครบตามประสาทสัมผัสตามสัปปายะทั้ง ๕
- ⊙ ตัวอย่าง กลิ่นน้ำมันหอมระเหย ตัวอย่างเครื่องดื่ม
- ⊙ แนวคิด ที่มาของแนวคิดในการการตกแต่งสถานที่เพื่อรองรับการเป็นเวลเนส
- ⊙ การจัดเตรียมอุปกรณ์ เพียงให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นสำคัญ
- ⊙ แนวคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ในการผสมผสานศาสตร์ของเวลเนสที่มุ่งเน้น การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม
- ⊙ การจัดบริการเสริมอื่นๆ ได้แก่ เมนูอาหารสุขภาพ เครื่องดื่ม และสินค้าผลิตภัณฑ์ ที่มีความน่าสนใจ
- ⊙ การจัดกิจกรรม (Workshop) ที่ทำให้ผู้รับบริการมีความสุขสบายทั้งกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ
- ⊙ การจัดบริการที่เป็น Universal กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกคน
- ⊙ และอื่นๆ

องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้ำ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สถานประกอบการ ควรศึกษาข้อมูลแนวทางและจัดเตรียมหลักฐาน ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปของ เอกสาร รูปภาพ หรือ คลิปวิดีโอ สอดคล้องตามเป้าหมายองค์กร ตามตัวชี้วัดในองค์ประกอบที่ ๒ ได้แก่

- ⊙ ประกาศนโยบายการใส่ใจความต้องการและความคาดหวังและพฤติกรรมผู้บริโภค
- ⊙ ระบบการสำรวจ วิเคราะห์ความสนใจ ความต้องการและความคาดหวังและพฤติกรรมผู้บริโภค
- ⊙ ฐานข้อมูลความต้องการและความคาดหวังและพฤติกรรมผู้บริโภค
- ⊙ คู่มือแนวทางปฏิบัติในการดูแลลูกค้า
- ⊙ ระบบการตอบสนองความต้องการลูกค้า
- ⊙ ระบบสนับสนุนการติดต่อสื่อสารลูกค้า
- ⊙ การดำเนินการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ทั้งในระบบออนไลน์ และออฟไลน์
- ⊙ และอื่นๆ

องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ

สถานประกอบการ ควรศึกษาข้อมูลแนวทางและจัดเตรียมหลักฐาน ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปของ เอกสาร รูปภาพ หรือ คลิปวิดีโอ สอดคล้องตามเป้าหมายองค์กร ตามตัวชี้วัดในองค์ประกอบที่ ๓ ได้แก่

- ๑.๑ ผลลัพธ์ด้านบริการและกิจกรรมเวลเนส
 - ๑.๑.๑ ผลลัพธ์ด้านที่ ๑ (สุขภาพของลูกค้า ๗ มิติ / พฤติกรรมผู้ใช้บริการ เป็นต้น)
 - ๑.๑.๒ ผลลัพธ์ด้านที่ ๒ (วัดผลลัพธ์การตลาด จำนวนลูกค้า ส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น)
 - ๑.๑.๓ ผลลัพธ์ด้านที่ ๓ (การเงิน กำไรสุทธิต่อยอดขาย การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า เป็นต้น)
 - ๑.๑.๔ ผลลัพธ์ด้านชุมชน (รายได้เพิ่มขึ้น / การจ้างงาน / ความรอบรู้ด้านเวลเนส เป็นต้น)
 - ๑.๑.๕ ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม (ด้านกายภาพ สังคม และสถานะแวดล้อม เป็นต้น)
- ๑.๒ ผลลัพธ์ด้านผู้นำและบุคลากรเวลเนส
 - ๑.๒.๑ ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ทักษะ ความสามารถ การเรียนรู้ และสมรรถนะ ในการนำองค์กร
 - ๑.๒.๒ ด้านทักษะ ความสามารถ และสมรรถนะ ของบุคลากร
 - ๑.๒.๓ ด้านความผูกพันของบุคลากรเวลเนส (เช่น ความพึงพอใจ ความผูกพัน อาสาสมัคร เพื่อองค์กร)
- ๑.๓ ผลลัพธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมสุขภาพ
 - ๑.๓.๑ นวัตกรรมสินค้าและบริการด้านเวลเนส
 - ๑.๓.๒ นวัตกรรมกระบวนการ
 - ๑.๓.๓ นวัตกรรมการตลาด
 - ๑.๓.๔ นวัตกรรมองค์กร

บทที่ ๕

แนวทางการให้คะแนน
และการจัดระดับรางวัล



บทที่ ๕

แนวทางการให้คะแนน และการจัดระดับรางวัล



การประเมินคะแนนรางวัลคุณภาพเวลเนส ระดับชาติ (Thailand Wellness Awards: TiWA) มีทั้งหมด ๔ องค์ประกอบ ๓๓ ตัวชี้วัด ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส

องค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรมเวลเนส

องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้า และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ

ในแต่ละองค์ประกอบจะมีการประเมินตัวชี้วัดและมีการให้ค่าน้ำหนักคะแนน คะแนนเต็ม รวมทั้งหมด ๑๐๐ คะแนน

๕.๑ เกณฑ์การให้คะแนน

การให้คะแนนใช้รูปแบบ Scoring Rubric กำหนดคะแนน ๐ – ๕ คะแนน และกำหนดค่าน้ำหนักแตกต่างกันในแต่ละองค์ประกอบ ดังตารางต่อไปนี้

องค์ประกอบ	จำนวนตัวชี้วัด	คะแนนเต็ม	ค่าน้ำหนัก	คะแนนที่ได้
๑) การบริหารจัดการองค์กรเวลเนส	๑๒	๔๘	๐.๕	๒๔
๒) บริการและกิจกรรมเวลเนส	๔	๑๖	๒	๓๒
๓) ลูกค้า และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๕	๒๐	๑	๒๐
๔) ผลลัพธ์ด้านเวลเนสที่เป็นเลิศ	๑๒	๔๘	๐.๕	๒๔
คะแนนรวม				๑๐๐

สถานประกอบการ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่ประเมินตนเอง จะต้องได้คะแนนทุกตัวชี้วัดไม่ต่ำกว่า ๑ คะแนน หรือ ได้คะแนนรวม ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ จึงจะผ่านเกณฑ์ ได้ระดับมาตรฐาน (ระดับ Standard) การจัดระดับคะแนน ดังนี้

- | | |
|------------------|---|
| ๑. ระดับยั่งยืน | จะต้องได้คะแนนมากกว่า ร้อยละ ๘๐ ขึ้นไป |
| ๒. ระดับต้นแบบ | จะต้องได้คะแนนมากกว่า ร้อยละ ๘๐ น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐ |
| ๓. ระดับก้าวหน้า | จะต้องได้คะแนนมากกว่า ร้อยละ ๗๐ น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐ |
| ๔. ระดับมาตรฐาน | จะต้องได้คะแนน มากกว่า ร้อยละ ๖๐ น้อยกว่า ร้อยละ ๗๐ |

๔.๒ บัณฑิต/พฤติกรรมบัณฑิตในการให้คะแนน

คะแนน	องค์ประกอบ	ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบัณฑิต
๐ คะแนน	องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการ องค์กรเวลเนส	<ul style="list-style-type: none"> ○ การนำองค์กร ไม่ชัดเจน ○ ไม่มีการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ด้านเวลเนสอย่างเป็นระบบ ○ ไม่มีการจัดองค์กรและผู้รับผิดชอบแผนงาน ○ ไม่มีการกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร ○ กำหนดความต้องการวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการงานที่สำคัญไม่ชัดเจน ○ กำหนดปัจจัยขับเคลื่อนไม่ชัดเจน ○ มาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไม่ชัดเจน ○ แนวทางการดำเนินการด้านจรรยาบรรณ ไม่ชัดเจน ○ ไม่มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง
	องค์ประกอบที่ ๒ บริการและกิจกรรม เวลเนส	<ul style="list-style-type: none"> ○ บริการและนวัตกรรมเวลเนสไม่ชัดเจน ○ การจัดประสบการณ์ประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ไม่ชัดเจน ไม่ครบทั้ง ๕ ด้าน ○ การจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อเวลเนสไม่ชัดเจน ○ การจัดกิจกรรมเวลเนส (Workshop) ไม่ชัดเจน
	องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้าและผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	<ul style="list-style-type: none"> ○ ระบบการสำรวจ วิเคราะห์ความสนใจ ความต้องการและความคาดหวัง และพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละรายไม่ชัดเจน ○ กระบวนการตอบสนอง ต่อข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ข้อร้องเรียน ของลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ชัดเจน ○ การกำหนดระบบลูกค้าสัมพันธ์ไม่ชัดเจน ○ การกำหนดระบบการสื่อสารที่ประกอบด้วยช่องทางและเครื่องมือ การสื่อสารการตลาด /องค์กร ไม่ชัดเจน ○ การสร้างและจัดการแบรนด์สินค้า หรือบริการ และแบรนด์องค์กร ไม่ชัดเจน ○ บริการและนวัตกรรมเวลเนสไม่ชัดเจน

คะแนน	องค์ประกอบ	ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบ่งชี้
	องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลาเนส ที่เป็นเลิศ	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดผลลัพธ์ไม่ชัดเจน
๑ คะแนน	องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการ องค์กรเวลาเนส	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมวัฒนธรรม และยุทธศาสตร์ขององค์กรเวลาเนส กระบวนการวางแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ด้านเวลาเนสอย่างเป็นระบบ แนวทางการจัดองค์กรและผู้รับผิดชอบแผนงานครอบคลุมตามกลยุทธ์ของแผนงาน แนวทางการกำหนดตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ เป้าหมายความสำเร็จขององค์กร กำหนดความต้องการวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการงานที่สำคัญ กำหนดปัจจัยขับเคลื่อน นโยบายและมาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เน้นให้การสนับสนุนและช่วยเหลือ (CSR) ประกาศประมวลจรรยาบรรณ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ
	องค์ประกอบที่ ๒ บริการและ กิจกรรมเวลาเนส	<ul style="list-style-type: none"> บริการและนวัตกรรมเวลาเนสอย่างน้อยครอบคลุม ๓ มิติ การจัดประสบการณ์ประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ครบถ้วน การจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อเวลาเนสเชื่อมโยงอย่างผสมผสานองค์ประกอบทางธรรมชาติ การจัดกิจกรรมเวลาเนส (Workshop)
	องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้าและผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	<ul style="list-style-type: none"> ระบบสำรวจรูปแบบเอกสาร เพื่อวิเคราะห์ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้บริโภคและนำมาปรับปรุงบริการหลัก กำหนดและออกแบบระบบตอบสนองต่อข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ร้องเรียนของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ยังไม่ครอบคลุมลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกำหนดระบบลูกค้าสัมพันธ์ การกำหนดระบบการสื่อสารที่ประกอบด้วยช่องทางและเครื่องมือการสื่อสารการตลาด /องค์กร ริเริ่มการสร้างและจัดการแบรนด์สินค้า หรือบริการ และแบรนด์องค์กร
	องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลาเนส ที่เป็นเลิศ	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดผลลัพธ์ต่ำกว่าเป้าหมาย

คะแนน	องค์ประกอบ	ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบ่งชี้
๒ คะแนน	องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการ องค์กรเวลานิส	<ul style="list-style-type: none"> ○ กำหนด สื่อสาร ถ่ายทอด วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมวัฒนธรรม และยุทธศาสตร์ขององค์กรเวลานิสภายใต้ธรรมาภิบาล ○ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจด้านเวลาอย่างเป็นระบบโดยคำนึงถึงประโยชน์สุขของสังคม ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ○ ผลักดันแนวทางการจัดองค์กรและผู้รับผิดชอบแผนงานครอบคลุม ตามกลยุทธ์ของแผนงานมีการทำงานเชื่อมโยงกัน ○ แนวทางการกำหนดตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ เป้าหมายความสำเร็จขององค์กร และถ่ายทอดตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ เป้าหมายความสำเร็จขององค์กรสู่การปฏิบัติ อย่างชัดเจน ○ กำหนดความต้องการวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการที่สำคัญ และวางแผนการทำงานที่เชื่อมโยง และกำหนดตัววัดที่ควบคุม การทำงานตั้งแต่ต้นจนจบ ○ กำหนดปัจจัยขับเคลื่อนและดำเนินการขับเคลื่อนให้นำไปสู่ความพึงพอใจ ความผูกพันบุคลากรและองค์กร ○ ประกาศนโยบายและมาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นหนึ่งในภารกิจหลักขององค์กร ○ ประกาศประมวญจริยบรรณถ่ายทอดและนำสู่การปฏิบัติ ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยง อย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผน และนำไปสู่การปฏิบัติ ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยง อย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผน บริหารความเสี่ยงนำไปสู่การปฏิบัติ และมีมาตรการเชิงป้องกันและ แก้ไขความเสี่ยง ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยง อย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผน บริหารความเสี่ยงนำไปสู่การปฏิบัติ และมีมาตรการเชิงป้องกันและ แก้ไขความเสี่ยง ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยง อย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผน บริหารความเสี่ยงนำไปสู่การปฏิบัติ และมีมาตรการเชิงป้องกันและ แก้ไขความเสี่ยง
	องค์ประกอบที่ ๒ บริการและ กิจกรรมเวลานิส	<ul style="list-style-type: none"> ○ บริการและนวัตกรรมเวลานิสอย่างน้อยครอบคลุม ๓ มิติ และมีการประเมินผล ○ การจัดประสบการณ์ประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ครบถ้วน และมีการประเมิน ผลลัพธ์ ○ การจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อเวลานิสเชื่อมโยงอย่าง ผสมผสานองค์ประกอบทางธรรมชาติ มีความสุนทรีย์เพื่อส่งเสริม บรรยากาศที่ผ่อนคลาย และมีการประเมินผล ○ การจัดกิจกรรมเวลานิส (Workshop) และนำผลการประเมินมาปรับปรุง และพัฒนารูปแบบการจัดประสบการณ์

คะแนน	องค์ประกอบ	ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบ่งชี้
	องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	<ul style="list-style-type: none"> ระบบสำรวจ รูปแบบออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้บริโภคและนำมาปรับปรุงบริการหลัก กำหนดและออกแบบระบบตอบสนองต่อข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ร้องเรียนของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมารองรับระบบลูกค้าสัมพันธ์ การกำหนดระบบการสื่อสารที่ประกอบด้วยช่องทางและเครื่องมือการสื่อสารการตลาด /องค์กรไปสู่การปฏิบัติ นำแบรนด์สินค้า หรือบริการ องค์กร เป็นที่รู้จักในระดับชุมชน/ท้องถิ่น
	องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลาที่เป็นเลิศ	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดผลลัพธ์เท่ากับเป้าหมาย
๓ คะแนน	องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการองค์กรเวลา	<ul style="list-style-type: none"> กำหนด สื่อสาร ถ่ายทอด วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมวัฒนธรรม และยุทธศาสตร์ขององค์กรเวลาภายใต้ธรรมาภิบาลและจูงใจ กำกับ ติดตาม ให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อสร้างความผูกพัน กระบวนการวางแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจด้านเวลาอย่างเป็นระบบโดยคำนึงถึงประโยชน์สุขของสังคม ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสื่อสารถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติและประเมินผล การประเมินองค์กรและผู้รับผิดชอบแผนงานครอบคลุมตามกลยุทธ์ของแผนงาน มีการจัดการที่ยืดหยุ่น แนวทางการกำหนดตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ เป้าหมายความสำเร็จขององค์กร ถ่ายทอดตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ และเป้าหมายความสำเร็จขององค์กรสู่การปฏิบัติอย่างชัดเจนและกำกับ ติดตามผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ อย่างสม่ำเสมอ กำหนดความต้องการวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการที่สำคัญและวางแนวทางการทำงานที่เชื่อมโยง และกำหนดตัววัดที่ควบคุมการทำงาน ตั้งแต่ต้นจนจบ และกำกับติดตาม ควบคุมคุณภาพการทำงาน กำหนดปัจจัยขับเคลื่อนและดำเนินการขับเคลื่อนให้นำไปสู่ความพึงพอใจ ความผูกพันบุคลากรและองค์กร และกำกับ ติดตามผลการวัดความพึงพอใจ ความผูกพันบุคลากรและองค์กร ประกาศ ถ่ายทอด กำกับ และติดตามผลการดำเนินงานตามนโยบาย และมาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในภารกิจหลักขององค์กรและเป็นพันธมิตรในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมระดับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ประกาศ ประมวลจรรยาบรรณถ่ายทอด นำสู่การปฏิบัติ และกำกับ ติดตามผลการดำเนินงาน

คะแนน	องค์ประกอบ	ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบ่งชี้
		<ul style="list-style-type: none"> ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสาร และถ่ายทอดแผนบริหารความเสี่ยง สู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสาร และถ่ายทอดแผนบริหารความเสี่ยง สู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสาร และถ่ายทอดแผนบริหารความเสี่ยง สู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล
	องค์ประกอบที่ ๒ บริการและ กิจกรรมเวลเนส	<ul style="list-style-type: none"> ○ บริการและนวัตกรรมเวลเนสอย่างน้อยครอบคลุม ๓ มิติและนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการจัดประสบการณ์ ○ การจัดประสบการณ์ประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ครบถ้วน และนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการจัดประสบการณ์ ○ การจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อเวลเนสเชื่อมโยงอย่างผสมผสาน มีความสุนทรีย์เพื่อส่งเสริมบรรยากาศที่ผ่อนคลายและนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการจัดประสบการณ์ ○ การจัดกิจกรรมเวลเนส (Workshop) และนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการจัดประสบการณ์
	องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้าและผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	<ul style="list-style-type: none"> ○ ระบบสำรวจ รูปแบบออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้บริโภคและนำมาปรับปรุงบริการหลักและกำหนดกิจกรรมบริการส่งเสริมภาวะสุขสมบูรณ์ ○ กำหนดและออกแบบระบบตอบสนองต่อข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ร้องเรียนของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำกับ ติดตาม ประเมินผล และจัดการข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ○ ระบบลูกค้าสัมพันธ์เชื่อมโยงความผูกพันระยะยาวและความภักดีของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายกลุ่ม ○ ประเมิน ติดตาม การใช้ระบบการสื่อสารที่ประกอบด้วยช่องทางและเครื่องมือการสื่อสารการตลาด /องค์กร ครบวงจรอย่างต่อเนื่อง ○ นำแบรนด์สินค้า หรือบริการ องค์กร เป็นที่รู้จักในระดับประเทศ
	องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้านเวลเนส ที่เป็นเลิศ	<ul style="list-style-type: none"> ○ กำหนดผลลัพธ์สูงกว่าเป้าหมาย

คะแนน	องค์ประกอบ	ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบ่งชี้
๔ คะแนน	องค์ประกอบที่ ๑ การบริหารจัดการ องค์กรเวลานิส	<ul style="list-style-type: none"> ○ กำหนด สื่อสาร ถ่ายทอด ทัศนคติ พันธกิจ ค่านิยมวัฒนธรรม และยุทธศาสตร์ขององค์กรเวลานิสภายใต้ธรรมาภิบาลและจูงใจ กำกับ ติดตาม ให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อสร้างความผูกพัน และนำผลของการกำกับ ติดตามมาปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ○ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจด้านเวลานิสอย่างเป็นระบบโดยคำนึงถึงประโยชน์สุขของสังคม ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสื่อสารถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ ประเมินผล และนำผลการดำเนินงานมาปรับปรุงแผนการดำเนินการทันต่อสถานการณ์ที่ท้าทาย ○ การปรับแนวทางการจัดองค์กรและผู้รับผิดชอบแผนงานครอบคลุม ตามกลยุทธ์ของแผนงาน องค์กรเกิดการเรียนรู้ ○ แนวทางการกำหนดตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ เป้าหมายความสำเร็จขององค์กร ถ่ายทอดตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ และเป้าหมายความสำเร็จขององค์กรสู่การปฏิบัติ อย่างชัดเจนและกำกับ ติดตามผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ อย่างสม่ำเสมอและนำผลการดำเนินงานมาปรับปรุงตัวชี้วัด/ตัวบ่งชี้ เพื่อบรรลุความเป็นเลิศ ○ กำหนดความต้องการวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการที่สำคัญและ วางแนวทางการทำงานที่เชื่อมโยง และกำหนดตัววัดที่ควบคุม การทำงาน ตั้งแต่ต้นจนจบ กำกับ ติดตาม ควบคุมคุณภาพการทำงาน และนำผลปฏิบัติการตามกระบวนการไปสู่การกำหนดแนวทางในพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ ○ กำหนดปัจจัยขับเคลื่อนดำเนินการขับเคลื่อนให้นำไปสู่ความพึงพอใจ ความผูกพันบุคลากรและองค์กร กำกับ ติดตามผลการวัดความพึงพอใจ ความผูกพันบุคลากรและองค์กรและนำผลมาปรับปรุงและพัฒนา ระบบจูงใจบุคลากร ○ ประกาศ ถ่ายทอด กำกับ และติดตามผลการดำเนินงานตามนโยบายและ มาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในภารกิจหลัก ขององค์กรและนำผลการดำเนินงานตามนโยบายและมาตรการความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมาปรับปรุงตามแนวคิดโมเดล BCG และเป็นพันธมิตรดำเนินการร่วมกับองค์กรระดับชาติ หรือ ระดับสากล ○ ประกาศ ประมวลจรรยาบรรณถ่ายทอด นำสู่การปฏิบัติ และกำกับ ติดตาม และนำผลการดำเนินงาน มาพัฒนาและปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่อง ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผน สู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล และนำผลการติดตาม ดำเนินงานมาปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยง ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผน บริหารความเสี่ยง สู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล และนำผลการติดตามดำเนินงานมาปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยง

คะแนน	องค์ประกอบ	ข้อบ่งชี้/พฤติกรรมบ่งชี้
		<ul style="list-style-type: none"> ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผนบริหารความเสี่ยง สู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล และนำผลการติดตามดำเนินงานมาปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยง ○ กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สื่อสารและถ่ายทอดแผนบริหารความเสี่ยง สู่การปฏิบัติและกำกับ ติดตาม ควบคุม ประเมินผล และนำผลการติดตามดำเนินงานมาปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยง
	องค์ประกอบที่ ๒ บริการและ กิจกรรม wellness	<ul style="list-style-type: none"> ○ บริการและนวัตกรรมการ wellness อย่างน้อยครอบคลุม ๓ มิติ และนำผลการประเมินมาปรับปรุงอย่างสร้างสรรค์สู่บริการที่เป็นเลิศ ○ การจัดประสบการณ์ประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ครบถ้วนและนำผลการประเมินมาปรับปรุงอย่างสร้างสรรค์สู่บริการที่เป็นเลิศ ○ การจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อ wellness เชื่อมโยงอย่างผสมผสาน มีความสุนทรีย์เพื่อส่งเสริมบรรยากาศที่ผ่อนคลาย และนำผลการประเมินมาจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อ wellness อย่างสร้างสรรค์ที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ ○ การจัดกิจกรรม wellness (Workshop) นำผลการประเมินมาจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อ wellness อย่างสร้างสรรค์ที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ
	องค์ประกอบที่ ๓ ลูกค้าและผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	<ul style="list-style-type: none"> ○ ระบบสำรวจ รูปแบบออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้บริโภคและนำมาปรับปรุงบริการหลักและกำหนดกิจกรรมบริการส่งเสริมภาวะสุขสมบูรณ์สู่ความเป็นเลิศในอนาคต ○ กำหนดและออกแบบระบบตอบสนองต่อข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ร้องเรียนของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กำกับ ติดตาม ประเมินผล และนำผลการจัดการไปกำหนดการพัฒนา และปรับปรุงแนวทางปฏิบัติสู่ความเป็นเลิศ ○ ระบบลูกค้าสัมพันธ์ เชื่อมโยงความผูกพันระยะยาวและความภักดีของลูกค้า รายการ รายบุคคลและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ○ ประเมิน ติดตาม การใช้ระบบการสื่อสารที่ประกอบด้วยช่องทางและเครื่องมือการสื่อสารการตลาด /องค์กร ครบวงจรอย่างต่อเนื่อง และนำผลการประเมินติดตามไปปรับปรุงระบบการสื่อสารการตลาด / องค์กรสู่ความเป็นเลิศ ○ นำแบรนด์สินค้า หรือบริการ องค์กร เป็นที่รู้จักในระดับสากล
	องค์ประกอบที่ ๔ ผลลัพธ์ด้าน wellness ที่เป็นเลิศ	<ul style="list-style-type: none"> ○ กำหนดผลลัพธ์สูงกว่าเป้าหมายต่อเนื่อง ๓ ปี

๔.๓ เกณฑ์การจัดระดับ

คะแนน	ระดับการประเมินตนเอง	ระดับการพัฒนา
ตั้งแต่ ๖๐ คะแนน แต่น้อยกว่า ๗๐ คะแนน	<ol style="list-style-type: none"> ๑) การริเริ่มใช้เกณฑ์คุณค่า ในการพัฒนาคุณภาพตามองค์ประกอบของเกณฑ์รางวัล ๒) ผู้นำองค์กรเข้าใจถึงความสำคัญของการนำเกณฑ์คุณภาพไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ และการจัดการคุณภาพระยะยาว ๓) มีการประกาศนโยบาย เจตนารมณ์ขององค์กรที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับองค์ประกอบหรือคุณค่าหลักของเกณฑ์รางวัล ๔) มีคณะกรรมการหรือคณะทำงานสนับสนุนวิสัยทัศน์ เป้าหมายคุณค่า พันธกิจสำคัญขององค์กร 	การพัฒนา ขั้นพื้นฐาน
ตั้งแต่ ๗๐ คะแนน แต่น้อยกว่า ๘๐ คะแนน	<ol style="list-style-type: none"> ๑) การใช้เกณฑ์คุณค่าเป็นองค์ประกอบหลักขององค์กรโดยมีแนวทางการดำเนินการอย่างชัดเจนในการพัฒนาคุณภาพตามองค์ประกอบของเกณฑ์รางวัล ๒) ผู้นำองค์กรมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยการส่งเสริมการจัดการที่ดีและการปฏิบัติที่ดี การพัฒนาบุคลากร และริเริ่มโครงการสำคัญในการพัฒนาคุณภาพทั่วทั้งองค์กรการนำองค์กรมีการปรับเปลี่ยนการพัฒนาคุณภาพ “เชิงรับ” เป็นการดำเนินการ “เชิงรุก” ๓) ทีมงานทุกระดับมีความรู้ ความเข้าใจในนโยบาย แผนงาน และการปฏิบัติงาน ๔) กลยุทธ์และการปฏิบัติมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจนครอบคลุมทุกองค์ประกอบ ๕) มีการประเมินความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อปรับปรุงคุณภาพบริการ 	การพัฒนา ขั้นก้าวหน้า
ตั้งแต่ ๘๐ คะแนน แต่น้อยกว่า ๙๐ คะแนน	<ol style="list-style-type: none"> ๑) การใช้เกณฑ์คุณค่าเป็นองค์ประกอบหลักขององค์กรมีการริเริ่มสร้างสรรค์การผลิตนวัตกรรมที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบคุณค่าของเกณฑ์รางวัล ๒) ผู้นำองค์กรสร้างระบบการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกองค์ประกอบตามเกณฑ์ โดยมีแนวทางการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้เกิดผลลัพธ์และเป้าหมายตามกลยุทธ์ และแผนงาน ๓) การจัดการทรัพยากรแบบบูรณาการเพื่อมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเกณฑ์คุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ ๔) การมีส่วนร่วมของทีมงานบุคลากรทุกระดับ และมีการดำเนินงานที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ ๕) มีการวัดผลลัพธ์ได้อย่างเป็นระบบ สร้างคุณค่าการบริการสุขภาพให้กับผู้รับบริการ เพื่อสร้างคุณค่าที่แท้จริงในการส่งเสริมภาวะสุขสมบูรณ์ 	ต้นแบบ ด้านการพัฒนา (Role Model Performance) รางวัล ระดับ Gold
ตั้งแต่ ๙๐ คะแนน ขึ้นไป	<ol style="list-style-type: none"> ๑) ใช้เกณฑ์คุณค่าเป็นองค์ประกอบหลัก และเป็นวิถีวิวัฒนาการขององค์กรอย่างชัดเจน และเกิดผลลัพธ์การบริหารองค์กรอย่างยั่งยืนตามแนวทางในการพัฒนาคุณภาพตามองค์ประกอบของเกณฑ์รางวัล ๒) ผู้นำองค์กรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และแผนงานในการพัฒนาองค์กรที่เป็นเลิศด้านคุณค่าของเวลเนส ๓) มีระบบการพัฒนาคุณภาพต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กรด้านผลประกอบการ การให้บริการ และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและชุมชน ๔) มีผลการพัฒนาองค์กรตามแนวทางกลยุทธ์และองค์ประกอบคุณค่าอย่างยั่งยืนต่อเนื่องกันมากกว่า ๓ ปี ๕) เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับและประกาศ เกียรติคุณ หรือการรับรองนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบเกณฑ์คุณค่าในระดับโลกหรือนานาชาติ 	การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustained- Performance) รางวัล ระดับ Platinum



เกณฑ์รางวัล
คุณภาพเวลเนส
ระดับชาติ

(Thailand Wellness Awards : TiWA)



ดาวน์โหลด
เกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส
ระดับชาติ



Website
ช่องทางการรับสมัคร
และประเมินตนเอง