

# บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย



สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



# รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary Report)

โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา  
มีนาคม 2558

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

### 1. สรุปผลการศึกษา

นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยเป็นกลุ่มช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด ประกอบอาชีพเป็นนักวิชาชีพในสัดส่วนสูงสุด และเกือบครึ่งหนึ่งมีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อเดือน โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รวมทั้งบริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองต่างๆ จำนวน 5,054 คน พบว่า เป็นเพศชายใกล้เคียงกับเพศหญิง (ร้อยละ 50.8 ต่อ ร้อยละ 49.2) อายุระหว่าง 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 46.9) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.2) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเป็นนักวิชาชีพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 31.2) รองลงมา ได้แก่ ผู้บริหาร (ร้อยละ 17.8) เด็กและนักเรียน (ร้อยละ 13.5) เสมียนและพนักงานขาย (ร้อยละ 11.4) ฯลฯ และเป็นผู้มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 45.8)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเดินทางเอง และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยหลายครั้งแล้ว จำนวนวันพักเฉลี่ยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยหลายครั้งมีจำนวนวันพักเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.5) นิยมจัดการเดินทางเอง มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 16.5) ที่จัดการเดินทางโดยการซื้อแพ็คเกจทัวร์ โดยกลุ่มที่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก (first visit) จัดการเดินทางโดยซื้อแพ็คเกจทัวร์กับบริษัทนำเที่ยวในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยหลายครั้ง (revisit) (ร้อยละ 21.6 ต่อ ร้อยละ 9.1) ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุต่างๆ เช่น ยังไม่คุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ความไม่มั่นใจในด้านการสื่อสาร เป็นต้น โดยมีผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย 3.12 คน และมีวันพักเฉลี่ย 14.87 วัน โดยกลุ่มที่มาประเทศไทยหลายครั้งเป็นกลุ่มที่มีความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่งผลให้มีวันพักเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก (16.67 วัน ต่อ 13.58 วัน) และมากกว่าครั้งล่าสุดที่มาประเทศไทย (16.67 วัน ต่อ 15.99 วัน) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.9) โดยในการเดินทางครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.0) มาประเทศไทยเพียงประเทศเดียว และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 46,881.03 บาทต่อคน

ปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ สถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัย 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ในการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 73.7) อาหาร (ร้อยละ 70.2) ความเป็นมิตรของคนไทย (ร้อยละ 59.2) การจับจ่ายซื้อสินค้า (ร้อยละ 44.5) และราคา/การส่งเสริมการขาย (ร้อยละ 42.6) ซึ่งมี 4 ปัจจัยที่สอดคล้องกับ 5 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเลือกประเทศเพื่อไปท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ สถานที่

ท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.6) อาหาร (ร้อยละ 65.3) ความเป็นมิตรของประชาชน (ร้อยละ 58.3) ราคา/ การส่งเสริมการขาย (ร้อยละ 41.8) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 40.7)

สื่อบุคคลเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดทั้งก่อน มาประเทศไทยและระหว่างอยู่ในประเทศไทย รองลงมาได้แก่ สื่อทางอินเทอร์เน็ต ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทยผ่านสื่อบุคคล (เพื่อน/ญาติ) มากที่สุด (ร้อยละ 66.9) รองลงมา ได้แก่ เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.4) สื่อต่างๆ (สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ) (ร้อยละ 14.3) ตัวแทนนำเที่ยว (ร้อยละ 13.0) ฯลฯ และในระหว่าง ท่องเที่ยวในประเทศไทยจะใช้สื่อเพื่อน/ญาติ มากที่สุด (ร้อยละ 48.1) รองลงมา ได้แก่ เว็บไซต์ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 39.0) เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 19.9) แผ่นพับ (ร้อยละ 16.3) พนักงานต้อนรับโรงแรม (ร้อยละ 14.8) มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 13.6) ฯลฯ เนื่องจากใน ปัจจุบันสามารถใช้อินเทอร์เน็ตผ่านทางสมาร์ทโฟน และไอแพด อย่างสะดวกรวดเร็วในเกือบทุกแห่ง ทั่วประเทศ และมีข้อมูลจำนวนมากที่สามารถสืบค้นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งสะดวกในการซื้อ บริการผ่านทางออนไลน์ ในขณะที่ส่วนของเพื่อน/ญาติ ซึ่งมาประเทศไทยแล้วเกิดความประทับใจแล้ว ประสพการณ์ให้เพื่อน/ญาติฟัง จึงกระตุ้นให้เกิดความสนใจมาประเทศไทย

เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง เปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยหลีกเลี่ยงจังหวัดที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบ และอีก จำนวนหนึ่งที่มีแผนการเดินทางมาประเทศไทยเปลี่ยนไปท่องเที่ยวประเทศอื่น พบว่า ร้อยละ 60.0 ของนักท่องเที่ยวทราบข่าวความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทย ซึ่งในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.4) ยังคงเดินทางมาประเทศไทย มีเพียงบางส่วน (ร้อยละ 29.6) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมา ประเทศไทย ได้แก่ ละเลยการเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ 48.8) ศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อประกอบการตัดสินใจ (ร้อยละ 43.5) และเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย (ร้อยละ 18.5) ทั้งนี้มี เพื่อน/ญาติ/คนใกล้ชิดติดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีแผนเดินทางมาประเทศไทย บางส่วน (ร้อยละ 10.7) เปลี่ยนการเดินทางไปประเทศอื่นที่ไม่มีปัญหาทางการเมืองแทน

ข่าวอาชญากรรมร้ายแรงที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แม้จะไม่ถึงขั้น การยกเลิกการเดินทางมาประเทศไทย แต่มีผลให้เกิดความลังเล/กังวลในการมาประเทศไทย และมีผลต่อการตัดสินใจมาในอนาคต รวมทั้งมีผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยในด้านความ ปลอดภัย ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในส่วนของข่าวอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศนั้น มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 27.2) ที่ทราบข่าว ซึ่งใน จำนวนนี้มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 59.4) ยังคงตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่อง ปกติ ทุกประเทศก็มีข่าวประเภนี้ ในขณะที่บางส่วน (ร้อยละ 40.6) มีผลกระทบในด้านต่างๆ ได้แก่ เกิดความลังเลที่จะมาประเทศไทย (ร้อยละ 52.8) เกิดความกังวลเมื่อมาประเทศไทย (ร้อยละ 29.7) และมีผลต่อการตัดสินใจมาประเทศไทยในอนาคต (ร้อยละ 13.8) รวมทั้งยังได้ส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของประเทศไทย โดยเห็นว่า “ประเทศไทยเป็นประเทศที่ต้องให้ความระมัดระวังเมื่อมา ท่องเที่ยว”

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจมากที่สุดใน 2 ด้าน ได้แก่ **ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย และบริการเพื่อสุขภาพ** ในขณะที่บริการที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 3 อันดับ ได้แก่ **อินเทอร์เน็ต/Wi-Fi ห้องน้ำสาธารณะ และรถโดยสารสาธารณะ** นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจาก 17 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมินพบว่า บริการที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ได้แก่ ด้านประชาชนจากความเป็นมิตรไมตรีให้การต้อนรับที่ดีและสภาพอ่อนโยนของคนไทย (ค่าเฉลี่ย 4.45) และด้านบริการเพื่อสุขภาพจากการใช้บริการนวดแผนไทย สปา ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.34) สำหรับบริการที่ระดับความพึงพอใจต่ำสุด 3 ประเภท ได้แก่ ด้านระบบอินเทอร์เน็ต/Wi-Fi จากที่มีไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ด้านห้องน้ำสาธารณะจากการที่ไม่สะดวกในการใช้และขาดการดูแลทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.74) และด้านรถโดยสารสาธารณะจากความไม่สะดวกในการใช้บริการและมีความปลอดภัยน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.81)

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาประเทศไทยครั้งแรกมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงถึงความประทับใจ และใน 17 ประเภทบริการที่ประเมิน พบว่ามีประเภทที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 7 ประเภท ได้แก่ ด้านประชาชน ด้านบริการเพื่อสุขภาพ ด้านสถานที่พัก ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ด้านท่าอากาศยาน ด้านความปลอดภัย และด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า นอกนั้นมีมีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยมาประเทศไทยหลายครั้งมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงถึงความประทับใจ และใน 17 ประเภทบริการที่ประเมิน พบว่ามีประเภทที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 9 ประเภท ได้แก่ ด้านประชาชน ด้านบริการเพื่อสุขภาพ ด้านกิจกรรม/สถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ด้านท่าอากาศยาน ด้านมัคคุเทศก์ ด้านความปลอดภัย และด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า และประเภทที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีประเภทเดียว คือ ด้านอินเทอร์เน็ต/Wi-Fi นอกนั้น 7 ประเภทที่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และพัทยา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจเท่านั้น ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในแต่ละพื้นที่ที่สำรวจ พบว่า ในภาพรวมพื้นที่ที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจมากมี 3 พื้นที่ ได้แก่ เชียงราย (ค่าเฉลี่ย 4.31) อุตรธานี (ค่าเฉลี่ย 4.28) และเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยจังหวัดเชียงรายมีประเด็นที่ประเมินถึง 7 ประเด็น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ ด้านประชาชน กิจกรรม/สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย การจับจ่ายซื้อสินค้า ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว ตัวแทนนำเที่ยว และรถโดยสารสาธารณะ จังหวัดอุตรธานี มี 5 ประเด็นที่ประเมินมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ ด้านบริการเพื่อสุขภาพ การใช้บริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ รถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ และระบบอินเทอร์เน็ต/Wi-Fi พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มี 2 ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ย

ความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ สถานที่พักและภัตตาคาร/ร้านอาหาร และจังหวัด เชียงใหม่มีเพียงประเด็นเดียวที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ คือ ด้าน มัคคุเทศก์ (ตารางที่ 1) ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการให้บริการต่างๆ ด้านการ ท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญยังมีคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ยังไม่มี จังหวัดใดที่บริการด้านการท่องเที่ยวโดดเด่นทุกด้าน และส่วนใหญ่ไม่โดดเด่น และเป็นที่น่าสังเกตว่า จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และพัทยา ความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจเท่านั้น ต่ำกว่าจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญๆ ระดับรองๆ ลงมา เช่น เชียงราย อุดรธานี เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นที่จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยว สำคัญทั้ง 10 จังหวัดที่ศึกษาในครั้งนี้อาจต้องวางแผนและดำเนินการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว ในทุกๆ ด้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากเพื่อกระตุ้นให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือบอกต่อให้ญาติ/เพื่อนมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ตารางที่ 1 ภาพรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในแต่ละพื้นที่ที่สำรวจ จำแนกตามประเภทบริการด้านท่องเที่ยว

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัตยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
1) ประชาชน	4.32	4.41	4.56	4.75	4.63	4.64	4.41	4.49	4.47	4.39
2) บริการเพื่อสุขภาพ	4.20	4.29	4.45	4.51	4.26	4.64	4.32	4.54	4.42	4.30
3) กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยว	4.03	4.11	4.36	4.44	4.16	4.29	4.18	4.41	4.21	4.17
4) สถานที่พัก	4.09	4.05	4.29	4.30	4.14	4.35	4.10	4.42	4.25	4.15
5) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	4.06	4.05	4.35	4.32	4.19	4.32	4.10	4.50	4.23	4.20
6) มัคคุเทศก์	4.01	4.02	4.53	4.39	3.98	4.12	4.03	4.14	4.17	4.18
7) ความปลอดภัย	3.97	3.96	4.33	4.51	4.34	4.48	4.13	3.91	4.09	4.08
8) การจับจ่ายซื้อสินค้า	4.02	3.91	4.24	4.29	4.05	4.28	4.10	4.28	4.04	3.98
9) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว	3.92	3.89	4.21	4.41	4.04	4.23	4.08	4.13	4.06	4.05
10) ตัวแทนนำเที่ยว	3.86	3.90	4.18	4.20	3.93	3.98	3.96	4.00	4.17	3.96
11) การใช้โทรศัพท์เพื่อโทรไปต่างประเทศ	3.78	3.65	4.11	4.21	3.88	4.22	3.82	3.87	3.92	3.66
12) รถโดยสารสาธารณะ	3.67	3.68	3.91	4.15	3.75	4.15	3.81	3.96	3.95	3.73
13) ห้องน้ำสาธารณะ	3.58	3.47	3.86	3.96	3.75	4.05	3.74	3.67	3.84	3.63
14) ระบบอินเทอร์เน็ต / Wi-Fi	3.74	3.70	3.95	3.94	3.77	4.11	3.66	3.79	3.75	3.70
ภาพรวม	3.94	3.94	4.24	4.31	4.04	4.25	4.03	4.16	4.12	4.03

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านประชาชน ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัตยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมประชาชน	4.32	4.41	4.56	4.75	4.63	4.64	4.41	4.49	4.47	4.39
1) ความเป็นมิตร	4.47	4.50	4.60	4.73	4.70	4.65	4.48	4.52	4.54	4.50
2) ความซื่อสัตย์	4.17	4.31	4.51	4.77	4.56	4.64	4.34	4.45	4.40	4.29

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านบริการเพื่อสุขภาพ ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัตยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมบริการเพื่อสุขภาพ	4.20	4.29	4.45	4.51	4.26	4.64	4.32	4.54	4.42	4.30
1) ความหลากหลาย	4.29	4.30	4.52	4.55	4.33	4.63	4.35	4.58	4.42	4.34
2) การบริการ	4.25	4.31	4.44	4.55	4.27	4.68	4.35	4.55	4.45	4.30
3) ความปลอดภัย	4.23	4.29	4.45	4.51	4.27	4.61	4.35	4.53	4.41	4.34
4) ความซื่อสัตย์	4.19	4.33	4.45	4.48	4.26	4.62	4.34	4.55	4.47	4.31
5) การสื่อสาร/ภาษา	4.05	4.24	4.40	4.48	4.19	4.68	4.23	4.50	4.34	4.23



**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยว ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัทธยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยว	4.03	4.11	4.36	4.44	4.16	4.29	4.18	4.41	4.21	4.17
1) ความหลากหลาย	4.07	4.11	4.37	4.45	4.15	4.28	4.21	4.43	4.25	4.25
2) ความน่าตื่นตาตื่นใจ	4.03	4.12	4.30	4.41	4.15	4.29	4.19	4.41	4.24	4.19
3) การบริการ	4.00	4.11	4.37	4.43	4.15	4.32	4.17	4.38	4.24	4.16
4) ความปลอดภัย	4.03	4.10	4.36	4.43	4.18	4.28	4.16	4.40	4.17	4.08
5) ความคุ้มค่าเงิน	4.00	4.09	4.38	4.48	4.18	4.26	4.18	4.42	4.15	4.17

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่พัก ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัทธยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมสถานที่พัก	4.09	4.05	4.29	4.30	4.14	4.35	4.10	4.42	4.25	4.15
1) ทำเลที่ตั้ง	4.13	4.05	4.33	4.26	4.15	4.37	4.09	4.40	4.30	4.17
2) ความหลากหลาย	4.16	4.10	4.31	4.30	4.20	4.37	4.14	4.47	4.25	4.21
3) การบริการ	4.09	4.12	4.29	4.33	4.14	4.36	4.11	4.44	4.27	4.19
4) อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ	4.07	4.02	4.28	4.29	4.07	4.31	4.07	4.40	4.24	4.14
5) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.06	4.01	4.23	4.24	4.09	4.34	4.06	4.44	4.25	4.11
6) การสื่อสาร/ ภาษา	4.00	3.95	4.24	4.26	4.07	4.34	4.01	4.37	4.15	4.09
7) ความปลอดภัย	4.10	4.10	4.32	4.33	4.19	4.37	4.17	4.40	4.28	4.12
8) ความคุ้มค่าเงิน	4.13	4.06	4.33	4.41	4.20	4.37	4.14	4.47	4.26	4.16

**ตารางที่ 6** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัตยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมภัตตาคาร/ร้านอาหาร	4.06	4.05	4.35	4.32	4.19	4.32	4.10	4.50	4.23	4.20
1) ทำเลที่ตั้ง	4.06	4.09	4.39	4.28	4.20	4.30	4.12	4.53	4.26	4.21
2) ความหลากหลาย	4.12	4.08	4.39	4.26	4.20	4.35	4.15	4.54	4.25	4.24
3) บริการ	4.06	4.07	4.32	4.29	4.16	4.32	4.07	4.47	4.25	4.16
4) คุณภาพและรสชาติของอาหาร	4.08	4.12	4.35	4.34	4.24	4.31	4.10	4.52	4.28	4.25
5) การสื่อสาร / ภาษา	3.91	3.88	4.24	4.28	4.07	4.29	4.00	4.42	4.13	4.09
6) ความคุ้มค่าเงิน	4.13	4.07	4.39	4.47	4.26	4.39	4.17	4.54	4.23	4.23

**ตารางที่ 7** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านมัคคุเทศก์ ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัตยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมมัคคุเทศก์	4.01	4.02	4.53	4.39	3.98	4.12	4.03	4.14	4.17	4.18
1) ความเป็นมิตร	4.11	4.07	4.57	4.48	4.04	4.14	4.06	4.22	4.27	4.22
2) ความซื่อสัตย์	4.01	3.98	4.48	4.41	4.00	4.11	4.01	4.13	4.18	4.13
3) การสื่อสาร/ภาษา	3.94	4.00	4.52	4.31	3.85	4.04	3.99	4.09	4.03	4.15
4) ความรู้/ความสามารถ	3.97	4.04	4.54	4.36	4.02	4.18	4.06	4.11	4.18	4.22

**ตารางที่ 8** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัทธยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมความปลอดภัย	3.97	3.96	4.33	4.51	4.34	4.48	4.13	3.91	4.09	4.08

**ตารางที่ 9** ค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัทธยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมการจับจ่ายซื้อสินค้า	4.02	3.91	4.24	4.29	4.05	4.28	4.10	4.28	4.04	3.98
1) ความเพียงพอของจำนวนร้านค้า	4.21	4.01	4.33	4.34	4.13	4.22	4.14	4.36	4.07	4.14
2) ทำเลที่ตั้ง	4.17	3.99	4.25	4.31	4.13	4.30	4.18	4.31	4.14	4.07
3) ความหลากหลายของสินค้า	4.13	3.98	4.30	4.27	4.07	4.21	4.16	4.35	4.01	4.00
4) คุณภาพของสินค้า	3.90	3.87	4.19	4.29	4.03	4.23	4.10	4.28	3.94	3.84
5) ความหลากหลายของประเภทสินค้าท้องถิ่น / จำนวนสินค้า	4.01	3.89	4.27	4.35	4.08	4.26	4.08	4.30	4.06	3.99
6) การบริการ	4.02	3.93	4.22	4.25	4.05	4.33	4.07	4.27	4.09	3.98
7) การสื่อสาร/ภาษา	3.89	3.79	4.20	4.20	3.91	4.35	4.00	4.16	3.95	3.93
8) ความซื่อสัตย์	3.83	3.86	4.16	4.24	3.97	4.30	4.05	4.21	4.05	3.86
9) ความคุ้มค่าเงิน	4.05	3.89	4.28	4.38	4.10	4.33	4.11	4.32	4.03	4.01

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัทธยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว	3.92	3.89	4.21	4.41	4.04	4.23	4.08	4.13	4.06	4.05
1) การต้อนรับ	3.99	3.89	4.26	4.46	4.07	4.24	4.13	4.15	4.22	4.11
2) การบริการ	4.02	3.93	4.14	4.41	4.05	4.32	4.12	4.18	4.15	4.04
3) การใช้ประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับ	3.93	3.90	4.24	4.42	4.07	4.14	4.11	4.26	4.15	4.06
4) การสื่อสาร/ภาษา	3.92	3.85	4.17	4.35	3.98	4.22	3.98	4.05	4.07	3.97
5) สามารถเข้าถึงได้	3.98	3.87	4.24	4.43	4.03	4.24	4.08	4.03	4.13	4.05

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านตัวแทนนำเที่ยว ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัทธยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมตัวแทนนำเที่ยว	3.86	3.90	4.18	4.20	3.93	3.98	3.96	4.00	4.17	3.96
1) การบริการ	3.90	3.98	4.26	4.25	4.07	4.03	4.02	4.06	4.20	4.04
2) การสื่อสาร/ภาษา	3.89	3.91	4.17	4.19	3.97	3.97	3.94	3.99	4.16	3.97
3) ความซื่อสัตย์	3.78	3.84	4.12	4.16	3.88	3.95	3.94	3.97	4.14	3.92
4) ความคุ้มค่าเงิน	3.85	3.84	4.16	4.22	3.81	3.95	3.93	3.99	4.16	3.91

**ตารางที่ 12** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการใช้โทรศัพท์เพื่อโทรไปต่างประเทศ ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัททยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมการใช้โทรศัพท์เพื่อโทรไปต่างประเทศ	3.78	3.65	4.11	4.21	3.88	4.22	3.82	3.87	3.92	3.66

**ตารางที่ 13** ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรถโดยสารสาธารณะ ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัททยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมรถโดยสารสาธารณะ	3.67	3.68	3.91	4.15	3.75	4.15	3.81	3.96	3.95	3.73
1) ความสะดวกในการใช้บริการ	3.82	3.73	3.98	4.08	3.83	4.06	3.84	4.03	4.00	3.79
2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.64	3.68	3.83	4.11	3.81	4.25	3.80	3.97	4.01	3.69
3) ประสิทธิภาพ	3.72	3.76	3.99	4.11	3.75	4.04	3.86	3.99	3.98	3.75
4) ความปลอดภัย	3.71	3.78	3.99	4.19	3.80	4.17	3.88	3.96	4.00	3.73
5) การสื่อสาร/ภาษา	3.50	3.51	3.87	4.07	3.63	4.14	3.66	3.82	3.81	3.70
6) ความซื่อสัตย์	3.53	3.56	3.81	4.20	3.64	4.19	3.78	3.88	3.92	3.66
7) ความคุ้มค่าเงิน	3.80	3.72	4.02	4.26	3.80	4.22	3.86	4.05	3.92	3.77

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านห้องน้ำสาธารณะ ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัตยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมห้องน้ำสาธารณะ	3.58	3.47	3.86	3.96	3.75	4.05	3.74	3.67	3.84	3.63
1) ความพร้อมใช้งาน	3.62	3.52	3.91	4.00	3.78	4.02	3.79	3.65	3.88	3.65
2) ความสะอาด	3.44	3.35	3.70	3.88	3.70	4.06	3.67	3.57	3.73	3.48
3) ความปลอดภัย	3.67	3.55	3.99	4.00	3.76	4.06	3.75	3.79	3.90	3.77

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านศูนย์บริการข้อมูลระบบอินเทอร์เน็ต / Wi-Fi ในแต่ละพื้นที่สำรวจ

ประเภทบริการด้านท่องเที่ยว	กทม.	อยุธยา	เชียงใหม่	เชียงราย	นครราชสีมา	อุดรธานี	พัตยา	หัวหิน	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี
ภาพรวมระบบอินเทอร์เน็ต / Wi-Fi	3.74	3.70	3.95	3.94	3.77	4.11	3.66	3.79	3.75	3.70

โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า การให้บริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีกว่าประเทศอื่นที่ไปท่องเที่ยวมาครั้งล่าสุด และในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 98.8) มีความประทับใจ ซึ่งเมื่อกลับไปประเทศของตนแล้วจะแนะนำญาติ/เพื่อน/คนที่รู้จัก ให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย และในช่วง 3 ปีข้างหน้า ประมาณเกือบครึ่งหนึ่งจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ซึ่งจะส่งผลให้สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยหลายครั้งเพิ่มขึ้น

## 2. ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องชี้วัดที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของบริการ ดังนั้นผลการศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในครั้งนี้จึงสามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกือบทุกคนต้องใช้บริการ ทั้ง 16 ประเภท รวมถึงความปลอดภัย โดยภาพรวมของประเทศอยู่ในระดับพึงพอใจ (เทียบเท่าระดับปานกลาง) เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการด้านการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทยยังไม่โดดเด่น จึงไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากแก่นักท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาผลการประเมินความพึงพอใจในระดับจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ จะพบบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเหล่านี้ก็ยังไม่โดดเด่น แม้กระทั่ง 3 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญที่สุดของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และพัทยา เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจ (เทียบเท่าระดับปานกลาง) เท่านั้น ดังนั้นจึงควรพัฒนาการให้บริการโดยมีข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินการดังนี้

### 2.1 ด้านนโยบาย

1) แจ้งให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริการทั้ง 16 ประเภท ดำเนินการจัดทำแผนพัฒนาการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของหน่วยงานตนเอง และดำเนินการตามแผน โดยกำหนดเป้าหมายคุณภาพการให้บริการ ให้ได้ระดับความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ภายในระยะเวลา 1 ปี

2) กำหนดให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการเป็นตัวชี้วัดระดับผลสำเร็จในการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นชี้วัดผลสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

3) สำรวจความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวต่อเนื่องทุกไตรมาสหรืออย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ และนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านการท่องเที่ยว คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ รวมทั้งคณะรัฐมนตรีรับทราบ เพื่อกระตุ้นให้ทุกหน่วยงานตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพในระดับโลก

4) กำหนดให้การยกระดับคุณภาพการให้บริการเป็นวาระแห่งชาติที่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความร่วมมือในการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ (revisit) และการบอกต่อให้เพื่อนและญาติมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวใช้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

## 2.2 ด้านการบริหารความเสี่ยง

1) ในภาวะที่เกิดวิกฤตการณ์ทางการเมือง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมด้านการท่องเที่ยว และภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ต้องร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ที่แท้จริง และบูรณาการการให้ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ไม่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ดังกล่าวต่อนักท่องเที่ยว โดยผ่านทุกช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ภาคีเครือข่ายมีอยู่ และการร่วมมือกับผู้ประกอบการ Outbound ในประเทศที่เป็นตลาดหลักในการจัดโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยต้องดำเนินการในเชิงรุกในขณะที่เกิดเหตุการณ์

2) พัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวสำคัญ โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและแผนฉุกเฉินให้เชื่อมโยงกับแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของจังหวัด รวมทั้งให้ทุกแหล่งท่องเที่ยว/เมืองท่องเที่ยวสำคัญจัดตั้งกลุ่มอาสาสมัครด้านการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นคนไทยและชาวต่างชาติเพื่อช่วยเหลือภาครัฐในการดูแลด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

## 2.3 ด้านการส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

1) รณรงค์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี รู้ถึงการปฏิบัติตนเพื่อเป็นเจ้าบ้านที่ดี ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักวิธีการให้ความช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวประสบปัญหาต่างๆ และไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งการช่วยสอดส่องดูแลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2) จัดกิจกรรมประกวดและมอบรางวัลโล่เกียรติยศจากนายกรัฐมนตรี แก่ประชาชน ชุมชน ชมรม เครือข่าย ในแหล่งท่องเที่ยว/เมืองท่องเที่ยวสำคัญ ในด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อกระตุ้นเตือนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาเอกลักษณ์ของความเป็นไทยในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

## 2.4 ด้านการพัฒนาการใช้ภาษาต่างประเทศ

1) ฝึกอบรมด้านการใช้ภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ มัคคุเทศก์ บุคลากรของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยภาษาที่อบรม เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษารัสเซีย เป็นต้น รวมทั้งการฝึกอบรมภาษาของประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เช่น ภาษาบาฮาซา เป็นต้น



ทั้งนี้ในการฝึกอบรมจะต้องคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจเรียนรู้อย่างแท้จริง และสามารถเข้ารับการอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งควรให้มีการประเมินผลโดยหน่วยงานอิสระ เพื่อประเมินประสิทธิภาพการอบรมด้านการใช้ภาษาของหน่วยงานที่ดำเนินการ

## 2.5 ด้านการพัฒนาการใช้อินเทอร์เน็ต และบริการโทรศัพท์ทางไกล

1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวพัฒนาด้านเว็บไซต์ขององค์กรเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมกรรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (smart phone) และเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา อย่างมีประสิทธิภาพ

2) เพิ่มบริการอินเทอร์เน็ต/wifi ตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ทั่วถึง รวมทั้งในบริเวณท่าอากาศยานทั่วประเทศ และสถานีขนส่งผู้โดยสารสาธารณะ

3) จัดให้มีจุดให้บริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รวมทั้งจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ จุดให้บริการที่สังเกตได้ง่าย

## 2.6 ด้านการพัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยาน และศูนย์บริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

### 2.6.1 พัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมือง

1) ปรับปรุงการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น โดยการฝึกอบรมบุคลากรในด้านการให้บริการที่สร้างความประทับใจ การเพิ่มเจ้าหน้าที่บริการในช่วงที่นักท่องเที่ยวหนาแน่น

2) จัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำบริการแก่นักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเข้าออกหนาแน่น

3) ให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจต่อบริการของเจ้าหน้าที่ด้วยเครื่องประเมินอัตโนมัติ ณ เคาน์เตอร์ให้บริการ

4) เพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

5) จัดสวัสดิการและค่าตอบแทนที่สามารถสร้างแรงจูงใจการให้บริการมากยิ่งขึ้น

### 2.6.2 พัฒนาบริการท่าอากาศยาน

1) ปรับปรุงด้านการรักษาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งการให้บริการต่อเนื่องต่าง ๆ เช่น ลดการรอคอยบริการแท็กซี่ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานดอนเมือง เป็นต้น

2) ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดบริการสาธารณะเอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยจัดทำระบบให้นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนและประเมินความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่เรียกใช้ ณ ท่าอากาศยานได้โดยสะดวกโดยผ่าน Application ทาง Smart phone หรือ IPAD เพื่อให้ทางท่าอากาศยานสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการคัดกรองผู้ให้บริการที่ไม่มีคุณภาพออกไป

ทั้งนี้ควรมีการแจ้ง Application หรือช่องทางกรร้องเรียนและการประเมินความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวทราบขณะขอรับบริการ เป็นต้น

3) ส่งเสริมให้สร้างเอกลักษณ์ของบุคลากรที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยาน ให้เป็นบุคลากรที่มีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีมิตรไมตรี ตั้งใจและจริงใจในการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

4) กำหนดมาตรการลงโทษรุนแรงต่อบุคลากรของท่าอากาศยานที่มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งด้วยกิริยา วาจา หรือการใช้สายตา โดยจัดให้มีผู้ควบคุมนอกเครื่องแบบคอยสอดส่องดูแล

5) จัดให้มีระบบการร้องเรียนและประเมินความพึงพอใจบริการในท่าอากาศยานทุกแห่ง และมีระบบแจ้งการปรับปรุงให้นักท่องเที่ยวทราบผ่านทางข้อความสั้นหรือทาง Line

6) จัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาบริการของบุคลากร เช่น การให้นักท่องเที่ยว Vote คัดเลือกผู้ให้บริการดีเด่น เป็นต้น

### 2.6.3 พัฒนาศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว

1) เพิ่มจุดในการให้บริการให้มากขึ้นตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น มีให้บริการทั้งในรูปเอกสารและวิดีโอ

2) สร้างเครือข่ายการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3) พัฒนาระบบบริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยวผ่านทาง Smart Phone, IPAD เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหาเจ้าหน้าที่มีน้อยและสามารถบริการได้ 24 ชั่วโมง

### 2.7 ด้านการพัฒนาบริการรถโดยสารสาธารณะ

1) ปรับปรุงด้านความปลอดภัย ความสะอาดและคิดค่าโดยสารตามอัตราที่กำหนด โดยเฉพาะรถโดยสารที่ไม่มีการกำหนดราคา เช่น รถตุ๊กตุ๊ก มอเตอร์ไซด์รับจ้าง รถสามล้อ เป็นต้น ควรกำหนดราคาตามระยะทางให้นักท่องเที่ยวให้ทราบในเบื้องต้น

2) พัฒนาระบบที่สะดวกต่อนักท่องเที่ยวในการร้องเรียนการใช้บริการผ่านทาง Application บน Smart phone และมีมาตรการการลงโทษที่หนัก และสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบผลการลงโทษ

3) หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบการให้บริการรถโดยสารสาธารณะต้องตรวจสอบการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะทุกประเภทให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพกับผู้ฝ่าฝืนและเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

## 2.8 ด้านการพัฒนาการให้บริการห้องน้ำสาธารณะ

- 1) เพิ่มจำนวนห้องน้ำสาธารณะตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ โดยให้มีระบบดูแลความสะอาดอยู่เสมอ
- 2) จัดกิจกรรมรณรงค์และกระตุ้นให้แหล่งท่องเที่ยวและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการปรับปรุงห้องน้ำให้สะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็น มีเพียงพอ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ
- 3) กำหนดให้การปรับปรุงพัฒนาห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและเพียงพอสำหรับบริการนักท่องเที่ยวเป็นวาระสำคัญของประเทศในด้านการท่องเที่ยวที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี พร้อมทั้งจัดให้มีการตรวจประเมินอย่างต่อเนื่อง
- 4) ควรกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบและจัดให้มีห้องน้ำสาธารณะตามมาตรฐานที่กรมอนามัยกำหนดเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน

## 2.9 ด้านการพัฒนาบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์

### 2.9.1 พัฒนาการให้บริการของตัวแทนนำเที่ยว

- 1) ปรับปรุงระบบฐานข้อมูลผู้ให้บริการตัวแทนนำเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการตรวจสอบประวัติของตัวแทนนำเที่ยวที่จะใช้บริการ รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจภายหลังเสร็จสิ้นการใช้บริการ เพื่อเป็นมาตรการในการควบคุมคุณภาพของบริการ รวมทั้งการตรวจสอบตัวแทนนำเที่ยวที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ส่งเสริมผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ
- 2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ตัวแทนนำเที่ยวปรับปรุงการให้บริการที่ได้มาตรฐานไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ไม่เน้นการให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า ให้ความรู้ที่ถูกต้องเพื่อสร้างความประทับใจในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

### 2.9.2 พัฒนาการให้บริการของมัคคุเทศก์

- 1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
- 2) เพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์ในภาษาที่ขาดแคลนให้เพียงพอ เช่น ภาษาจีน ภาษารัสเซีย ภาษาเกาหลี เป็นต้น
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้จบการศึกษารุ่นใหม่ๆ เข้ามาประกอบอาชีพมัคคุเทศก์มากขึ้น และสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรด้านการท่องเที่ยว ให้ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถพร้อมปฏิบัติงานภายหลังจบการศึกษา
- 4) ควบคุมมิให้มีชาวต่างชาติเข้ามาแอบแฝงประกอบอาชีพมัคคุเทศก์

## 2.10 ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ

### 2.10.1 พัฒนาการให้บริการด้านบริการเพื่อสุขภาพ

1) ส่งเสริมและสนับสนุนสถานบริการด้านสุขภาพพัฒนามาตรฐานการให้บริการ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์เผยแพร่สถานบริการด้านสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐานให้นักท่องเที่ยวทราบ รวมทั้งมีระบบตรวจติดตามเพื่อให้สถานบริการด้านสุขภาพรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการ

2) กำหนดให้สถานบริการด้านสุขภาพจัดทำป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้บริการและรายละเอียดของบริการแต่ละประเภทให้ชัดเจน และให้นักท่องเที่ยวรับทราบก่อนใช้บริการ เพื่อป้องกันมิให้มีการเรียกร้อยค่าบริการสูงเกินจริง

3) จัดฝึกอบรมให้พนักงานในสถานบริการด้านสุขภาพทราบวัฒนธรรมของแต่ละประเทศที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของสถานบริการ เพื่อให้สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการ

4) จัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศของกลุ่มลูกค้าหลักของสถานบริการ

5) ตรวจสอบติดตามการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย และแพทย์แผนไทย ให้ปฏิบัติตามมาตรฐานบริการของกระทรวงสาธารณสุข

6) สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนามาตรฐานการให้บริการในแต่ละสาขาวิชาชีพ และเฝ้าระวังการบริการแอบแฝงขายบริการทางเพศ รวมทั้งการเอาเปรียบและฉ้อโกงนักท่องเที่ยว โดยภาครัฐให้การสนับสนุนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เครือข่าย

7) ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างบริการนวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อความผ่อนคลาย

8) จัดทำเอกลักษณ์ไทยของบริการเชิงสุขภาพและรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย

9) ส่งเสริมและสนับสนุนการบริการเชิงสุขภาพที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่และทรงคุณค่า (Unseen Health Service)

### 2.10.2 พัฒนาการด้านสถานที่พัก

1) ตรวจสอบประเมินสถานพักแรมทุกประเภทให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม

2) อบรมให้ความรู้และข้อแนะนำแก่สถานพักแรมในการพัฒนาบริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

3) ฝึกอบรมบุคลากรของสถานพักแรมในด้านการให้บริการ และการใช้ภาษา ต่างประเทศ

4) กำหนดให้สถานพักแรมต้องมีการตรวจสอบประวัติอาชญากรรมของบุคลากรเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และมีระบบการตรวจสอบควบคุมที่เหมาะสม

### 2.10.3 พัฒนาการให้บริการด้านภัตตาคาร / ร้านอาหาร

1) ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ภัตตาคาร / ร้านอาหาร ปรับปรุงสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ปลอดภัย สวยงาม และสะอาดสบายแก่นักท่องเที่ยว

2) ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข และสถาบันการศึกษา เป็นต้น ในการส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาคุณภาพและรสชาติอาหารให้ถูกสุขลักษณะ สะอาดและปลอดภัย

3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภัตตาคาร / ร้านอาหาร ทุกแห่งจัดทำเมนูอาหารและราคา ที่ชัดเจนทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลัก เพื่อให้ นักท่องเที่ยวตรวจสอบราคาและค่าบริการอื่นๆ ก่อนใช้บริการ

4) ฝึกอบรมพนักงานถึงเทคนิคในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ และการใช้ภาษาต่างประเทศ

5) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการวิจัยเพื่อพัฒนารสชาติอาหารไทยให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

6) ส่งเสริมและสนับสนุนให้จัดทำเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่ใช้ภูมิปัญญาไทย เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

### 2.10.4 พัฒนาด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า

1) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและสนับสนุนให้พัฒนาสินค้าของที่ระลึกในแต่ละท้องถิ่นที่สะท้อนเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นนำสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวหรือเชื่อมโยงจากแหล่งท่องเที่ยวเข้าไปในชุมชน

3) ปรับปรุงร้านค้าในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อย เป็นระเบียบ และสะท้อนเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

4) ควบคุมและตรวจสอบไม่ให้ร้านค้าหลอกลวงขายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพและขายสินค้าในราคาสูงเกินจริงแก่นักท่องเที่ยว

5) ฝึกอบรมบุคลากรของร้านค้าถึงเทคนิคในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และการใช้ภาษาต่างประเทศ

### 2.10.5 พัฒนาด้านกิจกรรม / สถานที่ท่องเที่ยว

- 1) ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งให้ได้มาตรฐาน ไม่ให้เกิดสภาพเสื่อมโทรม
- 2) ปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว
- 4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะอาดและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

### 2.10.6 พัฒนาบริการสนามกอล์ฟ

เสนอแนะให้สนามกอล์ฟต่างๆ ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเพื่อประกอบการพัฒนาบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว