



รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report)

โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คำนำ

ในช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวไทยต้องประสบกับวิกฤตการณ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย และเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว รวมถึงขีดความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ยังได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบปัญหาสูญเสียรายได้และขาดสภาพคล่องในการประกอบธุรกิจและทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จึงจำเป็นต้องดำเนินการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ซึ่งจากผลการศึกษาข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายฐานข้อมูลการเปรียบเทียบทัศนคติและความพึงพอใจของปี 2557 และปี 2558 รวมทั้งผลการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล อาทิ แผนปฏิบัติการท่องเที่ยววิถีไทย ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศจึงได้ดำเนินโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลจากการสำรวจมาปรับแผน และยุทธศาสตร์การพัฒนา ทั้งด้านการตลาด การสร้างความเชื่อมั่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้มอบหมายให้บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งการดำเนินโครงการสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีก็เพราะได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้ให้รายละเอียดในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ทางคณะที่ปรึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มตลาด และตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ ตลอดจนเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยทั้งในระดับกระทรวงและประเทศต่อไป

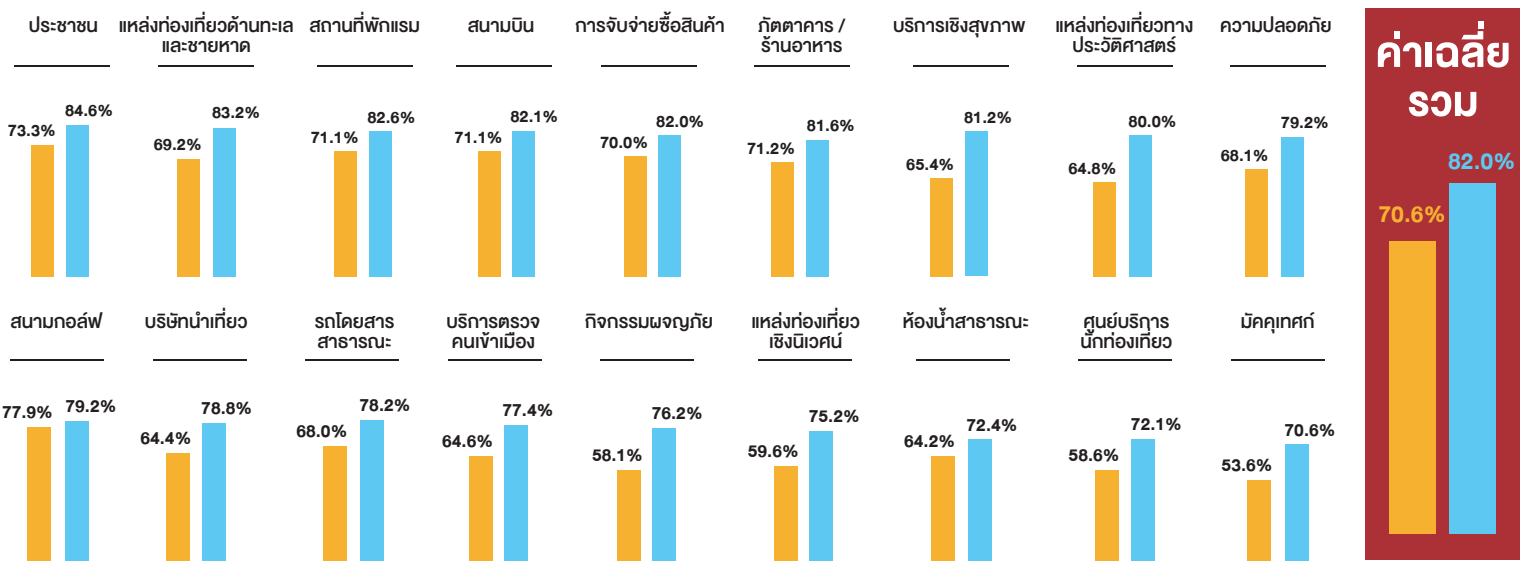
คณะที่ปรึกษา

พฤศจิกายน 2558

ความคาดหวังในเรื่องต่างๆ
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อประเทศไทย

ระดับความคาดหวัง

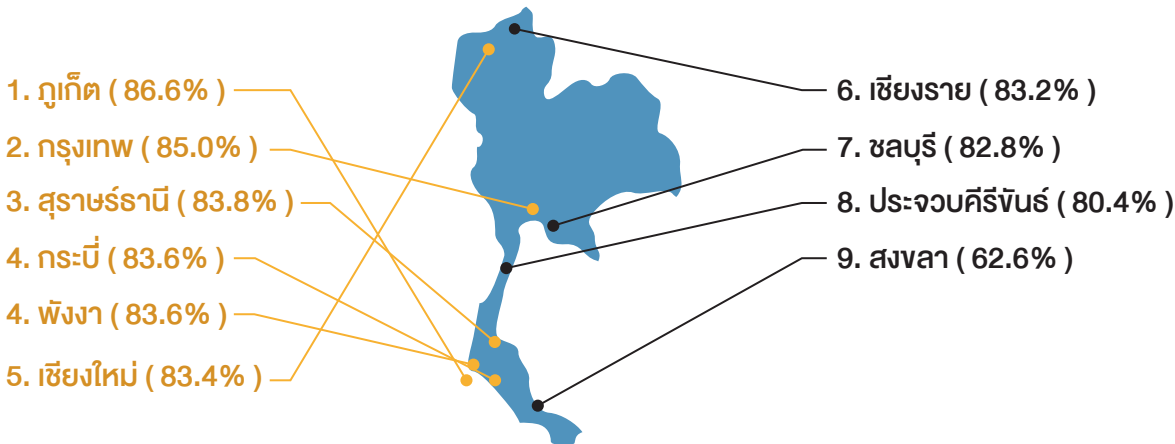
ระดับความพึงพอใจ



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ตามพื้นที่ (จังหวัด)

5 อันดับแรก

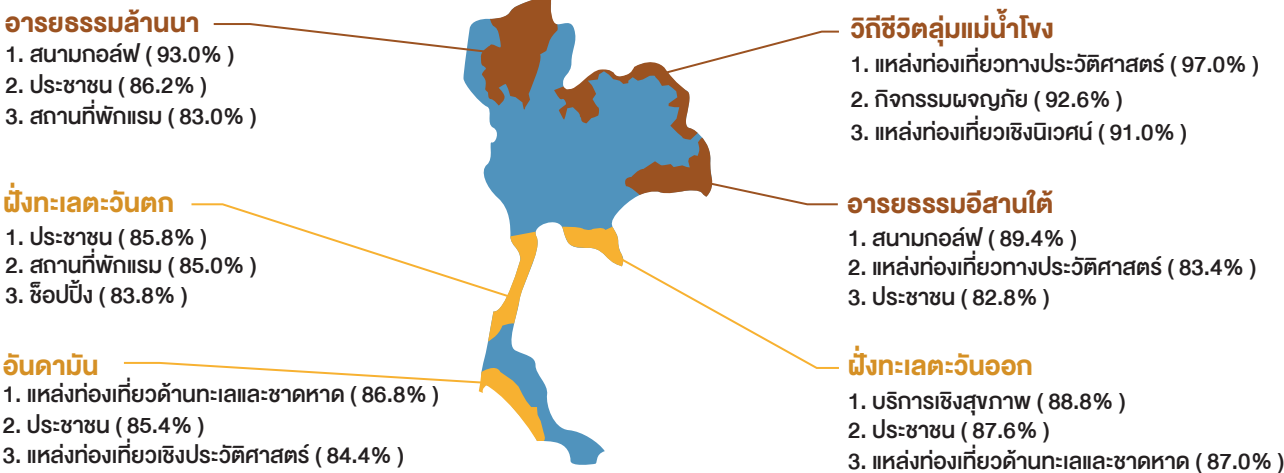
4 อันดับหลัง



ความพึงพอใจ
ตามกลุ่มเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก

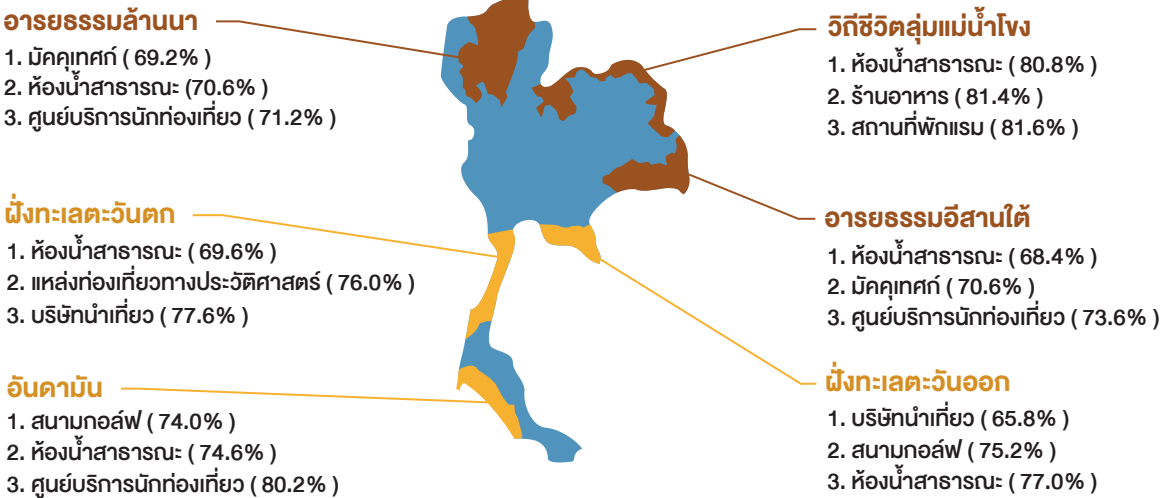
กลุ่มเขตไม่ติดทะเล
กลุ่มเขตติดทะเล



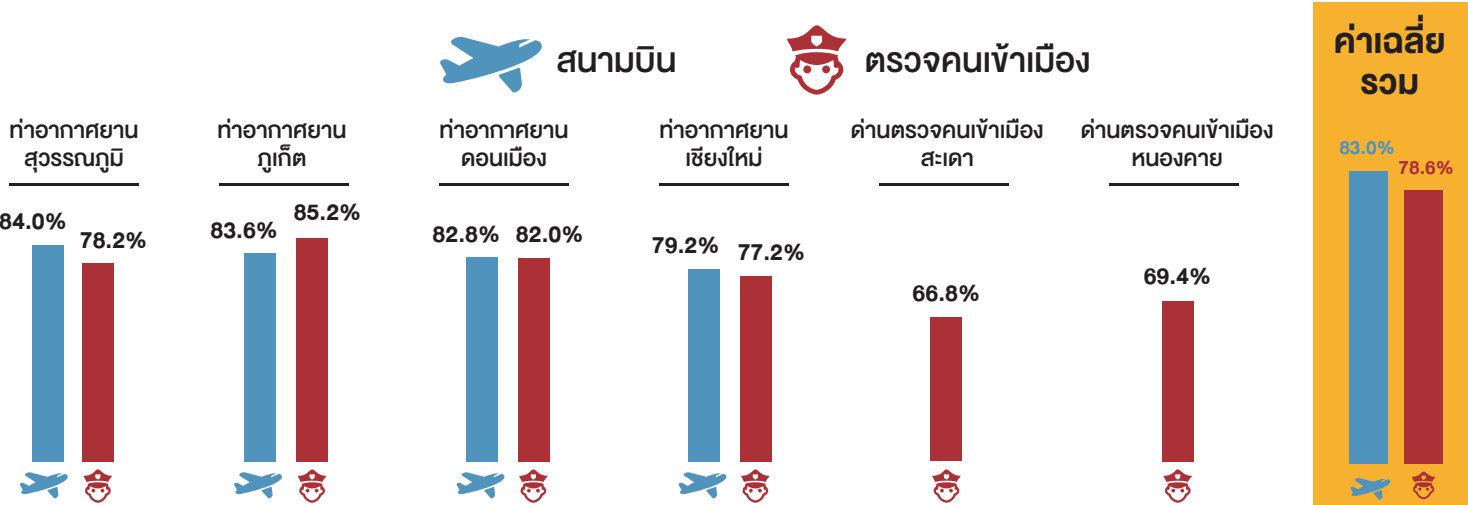
ความพึงพอใจ
ตามกลุ่มเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับแรก

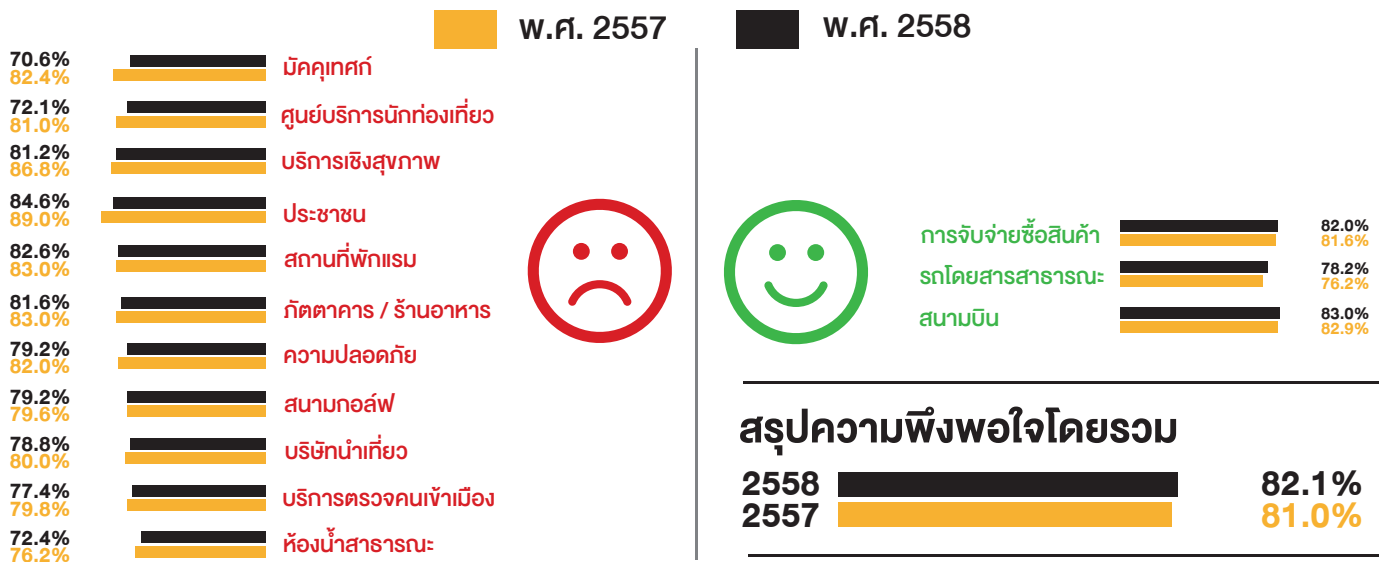
กลุ่มเขตไม่ติดทะเล
กลุ่มเขตติดทะเล



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ณด่านตรวจคนเข้าเมือง



ผลการเปรียบเทียบ
ความพึงพอใจระหว่างปี พ.ศ. 2557 กับปี พ.ศ. 2558



ข้อเสนอแนะ(ประเด็นเร่งด่วน)

1. เพิ่มความพร้อมให้บริการมากขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น เปิดช่องบริการมากขึ้น เจ้าหน้าที่มากขึ้น (สนามบิน)
2. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล บริเวณชายหาด และจุดเสี่ยงต่างๆ ควรติดตั้งป้ายเตือนเป็นภาษาต่างประเทศ (แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล)
3. ควรแก้ไขกฎหมายให้สถานพักแรมทุกประเภทเข้าสู่ระบบ (เพื่อควบคุม ตรวจสอบได้)(สถานพักแรม)
4. ควรประสานความร่วมมือทุกภาคส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยว จัดหาช่องทางการขายสินค้า OTOP แก่นักท่องเที่ยว (การจัดจำหน่ายสินค้า)
5. ควรประสานความร่วมมือกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อป้องกันและปราบปรามการขายสินค้าปลอม ด้อยคุณภาพ ในราคาเกินจริง(การจัดจำหน่ายสินค้า)
6. ควรพัฒนาช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถแจ้งข้อร้องเรียนผ่าน Application ได้ (โมดูลแอป)
7. ควรติดตั้ง CCTV ที่มีประสิทธิภาพในจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ(ความปลอดภัย)
8. ควรจัดเตรียมแผนบริหารความเสี่ยง และแผนฉุกเฉินให้กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมรับสถานการณ์ฉุกเฉิน(ความปลอดภัย)
9. ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการบริการขนส่งสาธารณะที่เป็นมาตรฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (รถโดยสารสาธารณะ)
10. ควรปรับปรุงการบริหารจัดการการตรวจคนเข้าเมืองให้เหมาะสมในแต่ละเทศกาลสำคัญ ในแต่ละฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ยืดหยุ่น อันจะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวได้ (บริการตรวจคนเข้าเมือง)
11. ต้องมีการควบคุมมาตรฐานความปลอดภัย และมีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง (กิจกรรมผจญภัย)
12. ควรบริหารจัดการห้องน้ำที่มีอยู่เดิมให้สะอาด สะอาด ปลอดภัย พร้อมให้บริการ (ห้องน้ำสาธารณะ)
13. ควรพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร เครือข่ายการติดต่อประสานงาน สำหรับให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ แก่นักท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ(ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว)



โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

โดย
สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

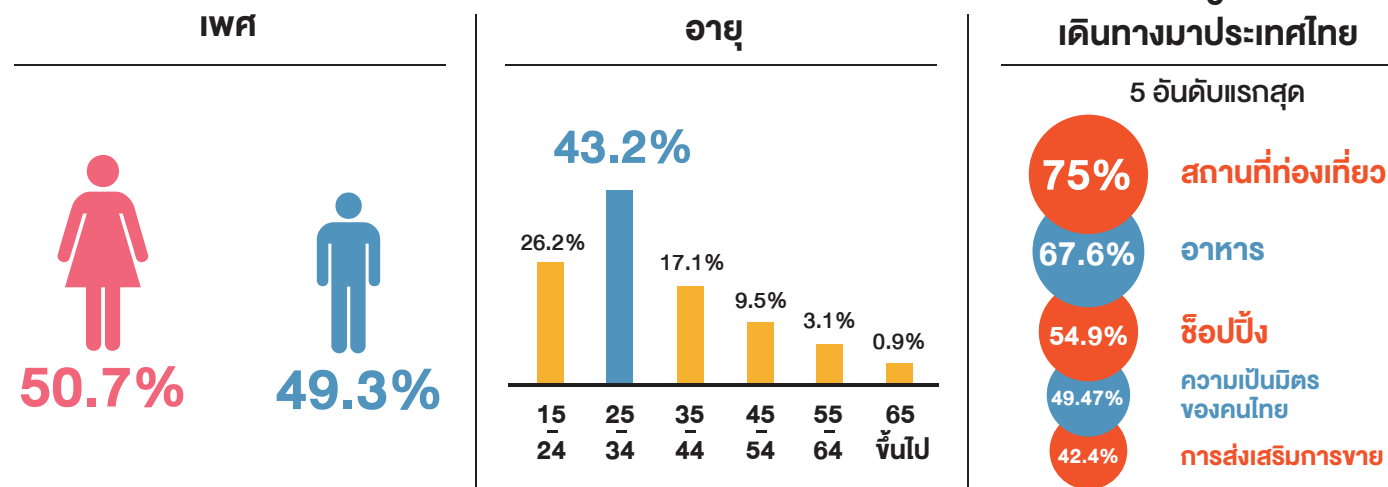
โดย
สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กลุ่มตัวอย่าง



สำรวจระหว่างวันที่ 25 ก.ค. - 10 ต.ค. 58 **จำนวน 6,046 ราย**

ลักษณะประชากรศาสตร์



กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมทำในประเทศไทย

5
อันดับแรกสุด

- อันดับ 1 เที่ยวทะเล (75.5%)
- อันดับ 2 ชิมอาหารไทย (75.2%)
- อันดับ 3 ช็อปปิ้ง (71.1%)
- อันดับ 4 เที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (47.3%)
- อันดับ 5 สปา / นวดแผนไทย (45.7%)

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1-1 – 1-6
1. หลักการและเหตุผล	1-1
2. วัตถุประสงค์	1-2
3. ขอบเขตการดำเนินงาน	1-2
4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1-5
5. ผลงานที่จะส่งมอบ	1-6
บทที่ 2 วิธีการศึกษา	2-1 – 2-34
1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	2-1
2. แผนการดำเนินงาน	2-24
3. คำนียามศัพท์เฉพาะ	2-32
4. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ	2-32
บทที่ 3 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	3-1 – 3-276
ส่วนที่ 3.1 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติภาพรวมประเทศไทย	3-1 – 3-48
ส่วนที่ 3.2 ผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 10 จังหวัด	3-49 – 3-55
ส่วนที่ 3.3 ผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในเขตพัฒนาจากการท่องเที่ยว และ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด	3-56 – 3-92
ส่วนที่ 3.4 ผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยภาพรวมด้านตรวจคนเข้าเมือง	3-93 – 3-124
ส่วนที่ 3.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย	3-125 – 3-187
ส่วนที่ 3.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว	3-188 – 3-240
ส่วนที่ 3.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติของกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว (ตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย)	3-241 – 3-258

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)	3-1 – 3-276
ส่วนที่ 3.8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของกลุ่มเฉพาะ ด้านการตลาดท่องเที่ยว (ตามโครงสร้างประชากรศาสตร์)	3-259 – 3-276
บทที่ 4 รายงานผลการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดิน ทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 6 แห่ง	4-1 – 4-8
บทที่ 5 รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล และรูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศไทย	5-1 – 5-3
บทที่ 6 รายงานผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจ และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	6-1 – 6-28
1. การประชุมเชิงปฏิบัติการ	6-1
2. สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ	6-2
3. รายงานผลการประชุมคณะทำงาน ครั้งที่ 1- 5	6-17
บทที่ 7 สรุปผลการสำรวจและข้อเสนอแนะ	7-1 – 7-23
1. สรุปผลการสำรวจ	7-1
2. ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว	7-14
3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	7-22

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1 Questionnaire for International Tourists	1-13
---	------

บทที่ 1

บทนำ

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศนับล้านล้านบาท ซึ่งล่าสุดในปี 2557 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 24.78 ล้านคน สร้างรายได้ 1.14 ล้านล้านบาท และเนื่องจากมีธุรกิจให้บริการนักท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มออกเดินทางไปท่องเที่ยวจนกลับถึงที่พักจึงทำให้มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่เป็นจำนวนมาก ประกอบด้วยธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว การเดินทางระหว่างประเทศ โรงแรมและที่พัก และธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ร้านอาหาร และการเดินทางในประเทศ นอกจากนี้ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ด้วยเช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมบริการก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน เป็นต้น จึงทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศ เฉพาะธุรกิจที่พักแรมและร้านอาหารมีการจ้างงานถึง 2.3 ล้านคน รวมทั้งเป็นแหล่งกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในทุกภูมิภาค ดังนั้นจึงเป็นแนวทางหลักในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และเป็นนโยบายเร่งด่วนและนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญของทุกรัฐบาลที่ผ่านมา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างสมดุลและยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวไทยต้องประสบกับวิกฤตการณ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่องทั้งภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย และเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว รวมถึงขีดความสามารถในการแข่งขันที่ลดต่ำลงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ยังได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบปัญหาสูญเสียรายได้และขาดสภาพคล่องในการประกอบธุรกิจและทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จากเหตุผลดังกล่าว สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้ทำการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ซึ่งจากผลการศึกษาข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ฐานข้อมูลการเปรียบเทียบทัศนคติและความพึงพอใจของปี 2557 และปี 2558 รวมทั้งผลการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่น แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย ซึ่งจำเป็นต้องทำการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อให้ทราบข้อมูลดังกล่าวในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ต่อไป

ดังนั้น เพื่อเป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ในการทบทวนนโยบายยุทธศาสตร์การพัฒนา และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ จึงจำเป็นต้องมีการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงปัจจัยหรือแรงผลักดันในการเดินทางมา

ท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย มีฐานข้อมูลการท่องเที่ยวด้านทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย และพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ จึงได้ดำเนินโครงการศึกษาดังกล่าวขึ้น เพื่อจะได้นำข้อมูลผลการสำรวจข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มตลาด และตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ ตลอดจนเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยทั้งในระดับกระทรวงและประเทศต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.3 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศและการปรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่

2.4 เพื่อจัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. ขอบเขตการดำเนินงาน

ที่ปรึกษาจะต้องดำเนินการดังนี้

3.1 จัดทำแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 จัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และคู่มือการสำรวจ ซึ่งประกอบด้วย นิยามศัพท์หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่สำรวจ และการกระจายแบบสอบถาม

3.1.2 ทบทวนและปรับปรุงแบบสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

1) ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์โดยรวม

2) ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย (Motivation) ได้แก่ ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจเลือกเดินทางมาประเทศไทย แหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

3) ทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย (Attitudes & Expectations)

4) ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Satisfaction) ได้แก่ ความน่าสนใจของสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว บริการต่างๆ สำหรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับความคาดหวังและการวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับประเทศที่เดินทางมาล่าสุดหรือประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เป็นต้น

5) ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

6) แนวโน้มการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต

7) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านต่างๆ อย่างน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากรท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการดำเนินการ คุณค่าความเป็นไทย รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด

3.1.3 จัดทำแบบสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

1) พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experience) อย่างน้อยในประเด็น ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่ไป และการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย

2) ความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างน้อยในประเด็น ปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัย การให้ความช่วยเหลือ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สินค้า กิจกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ

3.2 สำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 6,000 ราย ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 สำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนรวม 14 แหล่ง โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว และกำหนดขั้นต่ำแหล่งละไม่น้อยกว่า 250 ราย รวมไม่น้อยกว่า 4,000 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-10 ได้แก่

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| (1) กรุงเทพมหานคร | (6) จังหวัดสงขลา |
| (2) จังหวัดภูเก็ต | (7) จังหวัดกระบี่ |
| (3) จังหวัดชลบุรี | (8) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ |
| (4) จังหวัดสุราษฎร์ธานี | (9) จังหวัดพังงา |
| (5) จังหวัดเชียงใหม่ | (10) จังหวัดเชียงราย |

ที่มา : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2557 จำแนกตามจังหวัด กรมการท่องเที่ยว

ข้อมูล ณ วันที่ 28 เมษายน 2558

หมายเหตุ ทั้งนี้ ข้อกำหนดโครงการยกเว้นจังหวัดยะลา และนำจังหวัดเชียงรายขึ้นมาแทน เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาเลเซียเพียงกลุ่มเดียวและมีเหตุการณ์ความไม่สงบซึ่งอาจทำให้การเก็บข้อมูลไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด จำนวน 1 แห่ง คือ จังหวัดตราดเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีปริมาณมากพอสำหรับการจัดเก็บข้อมูล

3) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 3 แห่ง คือ จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดเพชรบุรี

3.2.2 สืบเนื่องจากด้านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-6 โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว และกำหนดจำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| (1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ | (4) ด้านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา |
| (2) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต | (5) ด้านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย |
| (3) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง | (6) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ |

ที่มา : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รายด้าน ปี 2557 สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

และกรมการท่องเที่ยว ข้อมูล ณ วันที่ 28 เมษายน 2558

หมายเหตุ ทั้งนี้ ข้อกำหนดโครงการยกเว้นด่านอรัญประเทศ และนำด่านท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ขึ้นมาแทน เนื่องจากผู้เดินทางผ่านเข้าออกเป็นชาวกลุ่มพม่าเพียงกลุ่มเดียวและเข้ามาค้าขายจึงไม่ถือเป็นนักท่องเที่ยว

3.3 ลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยร่วมกับคณะกรรมการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบผลการดำเนินงานโครงการฯ และเจ้าหน้าที่สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยลงพื้นที่ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 แห่ง ทั้งนี้ ที่ปรึกษาเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ดังกล่าวทั้งหมด

3.4 จัดทำรายงานผลการสำรวจทั้งในภาพรวม รายด้าน และแหล่งท่องเที่ยว โดยแยกปัจจัยการวิเคราะห์ตามปัจจัยประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ ช่วงอายุ และสัญชาติ ตลอดจนปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทาง

การปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่

3.5 จัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนำผลของการศึกษาทัศนคติความพึงพอใจ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 เพื่อนำมาเป็นฐานข้อมูลในการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติของนักท่องเที่ยวและประกอบการจัดทำเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยทั้งในระดับกระทรวงและประเทศ

3.6 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจและรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.6.1 สถานที่จัดประชุมในพื้นที่กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล

3.6.2 ระยะเวลาในการจัดประชุมไม่น้อยกว่า 1 วัน

3.6.3 สถานที่จัดประชุมต้องเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป

3.6.4 เชิญผู้เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า 50 คน อาทิ กลุ่มเป้าหมายจากส่วนราชการ และรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวง หน่วยงานราชการอื่น และองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ที่ต้องนำข้อมูลไปใช้เพื่อการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และการปรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่

3.6.5 ที่ปรึกษาจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมสถานที่ประชุม เอกสารประกอบการประชุม ค่าวิทยากร อาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม รวมถึงค่าวัสดุอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดประชุม

3.6.6 จัดประชุมคณะทำงานโครงการเพื่อติดตามผลการดำเนินงานโครงการฯ ทุกเดือนๆ ละ 1 ครั้ง รวม 5 ครั้ง

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับนโยบาย ทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และปรับแผนการตลาดประจำปี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

4.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น

5. ผลงานที่จะส่งมอบ

5.1 รายงานขั้นต้น (Inception Report) จำนวน 10 ชุด พร้อม DVD-ROM ข้อมูล จำนวน 10 ชุด ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่ยื่นนามในสัญญา โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- 1) แผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และคู่มือการสำรวจ
- 2) แบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.2 รายงานฉบับกลาง (Interim report) จำนวน 10 ชุด พร้อม DVD-ROM ข้อมูล จำนวน 10 ชุด ภายในระยะเวลา 130 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- 1) ร่างรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2) รายงานผลการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 6 แห่ง
- 3) รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล และรูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.3 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) จำนวน 50 ชุด และรายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร จำนวน 50 ชุด พร้อม DVD-ROM ข้อมูลที่บรรจุเนื้อหาของรายงานฉบับสมบูรณ์ รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร จำนวน 50 ชุด ภายในระยะเวลา 150 วัน นับถัดจากวันที่ยื่นนามในสัญญา โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- 1) รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตั้งแต่ต้นจนจบตามที่บรรจุไว้ในข้อเสนอที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วโดยสมบูรณ์ตามความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง
- 2) ฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ในรูปแบบที่สามารถเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้อย่างเหมาะสม
- 3) รายงานผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจและรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 4) รายงานผลการจัดประชุมคณะกรรมการเพื่อติดตามผลการดำเนินงานโครงการฯ ทุกเดือนๆ ละ 1 ครั้ง รวม 5 ครั้ง

บทที่ 2

วิธีการศึกษา

บทที่ 2

วิธีการศึกษา

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.1 ความพึงพอใจและการให้บริการ

1.1.1 ความหมายของการบริการ

การบริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการให้บริการ เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง บริการสนามบิน บริการด้านการเดินทาง บริการสถานพักผ่อน บริการร้านอาหาร บริการในแหล่งท่องเที่ยว บริการในสถานบริการประเภทต่างๆ บริการด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจความหมาย ลักษณะเฉพาะ และคุณภาพบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ชูชัย สมितिไกร (2554) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งผู้ให้บริการได้เสนอขายโดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายสินค้าหรือไม่ก็ได้ (Kolter, 1991) ดังนั้นการบริการจึงเกี่ยวข้องกับการเสนอขายความพยายาม การปฏิบัติงานหรือการกระทำใดๆ ให้แก่อีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการมิได้เป็นเจ้าของการบริการนั้น ๆ เหมือนเช่นการเป็นเจ้าของสินค้า (Berry, 1990)

เอนกลาภ สุทธินันท์ (อ้างในจิตตินันท์ : 2555) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า คือ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง แม่นยำ การแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างถูกต้องในขณะที่ลูกค้าใช้บริการหรือภายหลังจากที่ลูกค้ามารับบริการแล้ว

ชูชัย สมितिไกร (2554) ได้กล่าวถึงการบริการว่ามีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้เหมือนผลิตภัณฑ์ทั่วไป แต่จะแสดงออกมาในรูปของการปฏิบัติงานก่อนที่ผู้รับบริการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้น

2) การผลิตและการบริโภคไม่สามารถแยกจากกันได้ (Inseparability) การบริการเป็นกระบวนการที่ทั้งการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน จึงทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งแตกต่างจากการผลิตและจำหน่ายสินค้า

3) การบริการมีความแตกต่างหลากหลาย (Variability) การบริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกัน และคุณภาพของการบริการอาจเปลี่ยนแปลงไปตามผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการแต่ละคนอาจมีความรู้ความสามารถและพฤติกรรมในการให้บริการที่ต่างกัน

4) ไม่สามารถเก็บได้ (Perishability) การบริการเป็นทั้งการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่สามารถทำการผลิตไว้ล่วงหน้าและเก็บรักษาไว้เพื่อจำหน่ายในภายหลังได้เหมือนผลิตภัณฑ์

1.1.2 คุณภาพของการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) (Johnston, 1995; Lloyd-Walker & Cheung, 1998)

คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่พิเศษมาก ประทับใจ คำนึงค่าแก่การตัดสินใจรวมทั้งคำนึงถึง

การบริการที่มีคุณภาพประกอบด้วย

1) เชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เกิดจากการให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ไม่ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง

2) ประกันความมั่นใจ (Assurance) เกิดจากความรู้และอัธยาศัยของพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจ

3) สัมผัสได้ (Tangibles) ลูกค้ามองเห็นความพร้อมของเครื่องมือและองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ห้องรับรอง การจัดสถานบริการ เครื่องแบบ เป็นต้น

4) การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) คือ การดูแลและเอาใจใส่การให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าเป็นรายบุคคล

5) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การไม่ปฏิเสธลูกค้าก่อนที่จะพยายามทำตามความต้องการ รวมทั้งตอบสนองลูกค้าแบบทันทีที่เห็นลูกค้า เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบให้การช่วยเหลือ ซึ่งความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

1.1.3 การประเมินคุณภาพบริการ

จุดมุ่งหมายของการประเมินคุณภาพแบ่งออกเป็น 4 ประการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539)

1) เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล (Information gathering) ข้อมูลอาจจะอยู่ในรูปเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณก็ได้โดยการเก็บข้อมูลโดยตรงหรือโดยอ้อม

2) เพื่อกำหนดคุณค่าของกิจกรรมบริการต่างๆ (Service value determining) อันจะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการให้บริการ การวิเคราะห์ การประเมินคุณภาพของการบริการ ควรทำทั้งระบบโดยแยกเป็นคุณค่าในภาพรวมหรือเป็นด้านๆ

3) เพื่อการตัดสินใจ (Decision making) เป็นการตัดสินใจเชิงการบริหารงาน บริการ ประเมินจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและข้อปัญหาของการบริการในเชิงมหภาค โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการประเมินเกี่ยวกับกิจกรรมการบริการ ผลที่เกิดขึ้นและผลที่ได้รับ ภายใต้ระยะเวลา ช่วงสั้น-ปานกลางหรือในระยะยาวจะช่วยให้ผู้บริหารงานบริการใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อชิงความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ

4) เพื่อการตรวจสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) เป็นการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจเพื่ออำนาจพยากรณ์ อธิบาย และการควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการบริการ

แนวทางการประเมินคุณภาพบริการ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : online) ประกอบด้วย 3 ระดับ ดังนี้

1) ระดับกระบวนการ (Process) เป็นการประเมินแต่ละขั้นตอนของการให้บริการตามลำดับการเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องลักษณะของปัจจัยนำเข้า นำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นเครื่องมือกำกับควบคุมการปฏิบัติการ สร้างมาตรฐานทำนายปัจจัยนำออกก่อนที่จะมีการให้บริการ เครื่องมือที่วัดคือ ตัวแปรผลการปฏิบัติการใดๆ ที่มีผลหรือควบคุมต่อผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นหรือกิจกรรมที่ทำให้เกิดบริการต่างๆ

2) ระดับปัจจัยนำออก (Output) เป็นการประเมินในเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพ ใน 2 ระดับย่อย คือ ข้อกำหนด (Requirement) เกี่ยวกับลักษณะของการบริการตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งสามารถพิจารณาการประเมินความต้องการความคาดหวังของลูกค้า และสมรรถนะหรือความสามารถ (Capability) ของผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ

3) ระดับผลลัพธ์ที่บังเกิด (Outcome) เป็นการประเมินผลที่พึงปรารถนา เป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญของการให้บริการที่จะก่อให้เกิดผลกำไรในระยะยาว ธุรกิจนั้นๆ คงอยู่ได้ และทำให้ผู้รับบริการเป็นลูกค้าที่จงรักภักดีกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งดัชนีบ่งชี้คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction)

ปัญหาในการประเมินคุณภาพบริการ สรุปได้ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช , 2539)

1) ระบบการผลิตการให้บริการทั้งหลายมีลักษณะที่ยากแก่การควบคุม มีหลายปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ การให้บริการต้องผลิตให้ทันไม่มีการเตรียมหรือเก็บรักษาไว้ก่อนได้เหมือนสินค้าอื่นๆ

2) การผลิตบริการจะเป็นลักษณะของการติดต่อเกี่ยวข้องกับคนกับคน ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องทางสังคมของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งและเป็นการยากที่จะจำแนกผู้ให้บริการออกจากการให้บริการ

3) การประเมินคุณภาพบริการไม่ใช่อาศัยแต่ผลของการบริการที่เกิดขึ้นเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่างๆ ของการให้บริการ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการว่า สิ่งที่น่าคาดหวัง

ตรงกับบริการที่ได้รับหรือไม่ ผลการประเมินมีตัวแปรทางด้านอารมณ์ ความต้องการปัจจัยของสถานการณ์เข้ามามีอิทธิพลด้วย

4) ลักษณะความจำเป็นไม่ได้ของการให้บริการทำให้ยากลำบากแก่การประเมินและซับซ้อน

5) คำว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับมุมมองแนวคิดการรับรู้ที่แตกต่างกันไป บ้างก็เชื่อว่าต้องอนุมานหาคุณลักษณะ ตัวบ่งชี้ความมีคุณภาพ บ้างก็ว่าเป็นปรากฏการณ์ของการรับรู้ตามสายตาของผู้รับบริการเป็นสำคัญ บ้างก็ว่าคุณภาพเป็นผลของประสบการณ์ที่ได้รับร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพบปะให้บริการ

1.1.4 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจนั้นมีผู้ศึกษาและให้ความหมายที่คล้ายคลึงกัน เช่น

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใดๆ นั้น

อุทัยวรรณ สุดใจ (2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งนั้นเป็นไปทางบวกหรือทางลบ

สมหมาย เปียณอม (2551) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุขเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไป และเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุข รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

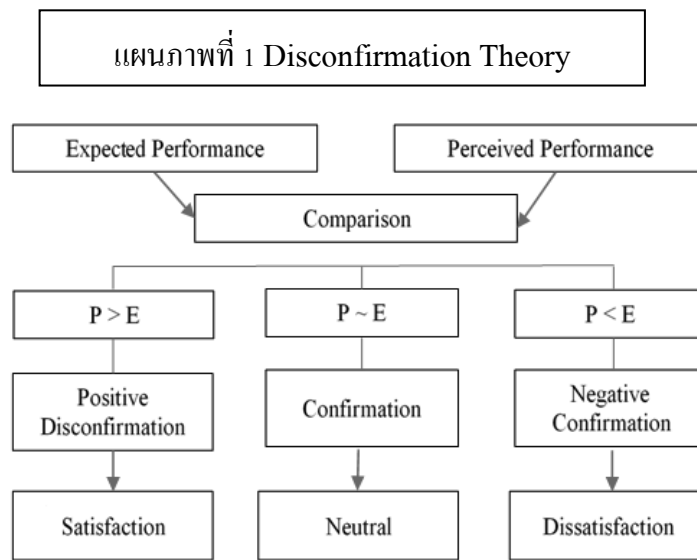
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความหวังของลูกค้า (kotler 2003 : 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) ความพึงพอใจ คือ การประเมินการยอมรับ โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังในสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ กล่าวคือ ถ้าสินค้านั้นตอบสนองตามที่ลูกค้าต้องการหรือมากกว่า

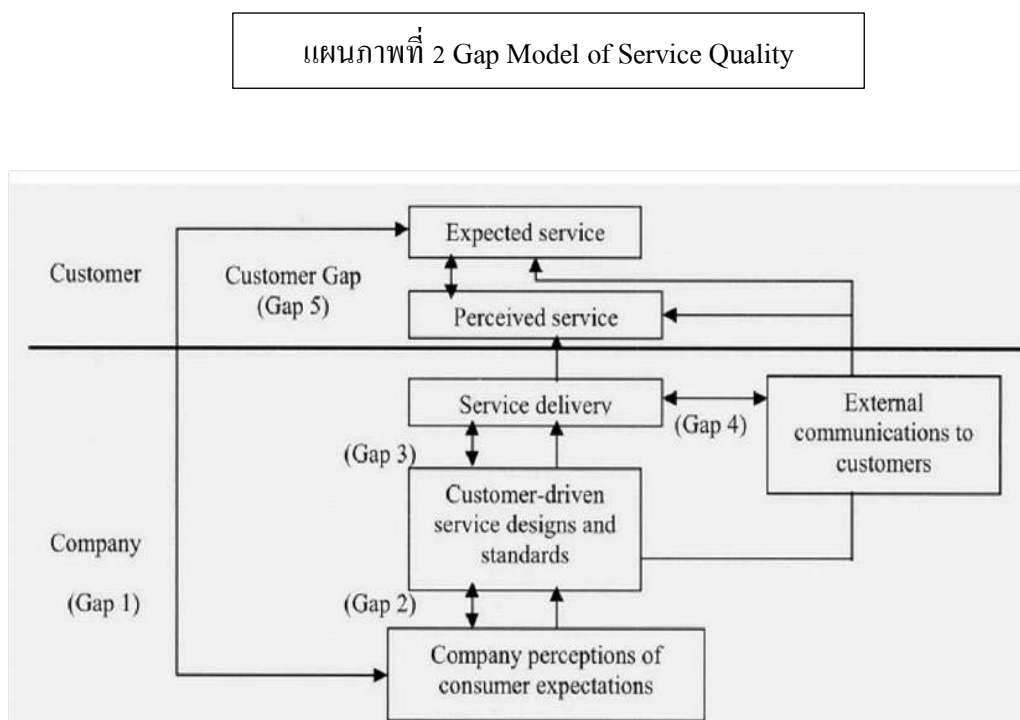
ดังนั้นจึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึก หรือทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด อันเกิดจากการได้บริโภค หรือได้รับบริการ ที่ทำให้มีความสุข โดยมีความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ

1.1.5 แนวคิดการประเมินความพึงพอใจ

Ekinci Y. & Sirakaya E. (2004) เสนอแนวคิด Disconfirmation Theory ซึ่งเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ว่าความพึงพอใจเกิดจากความแตกต่างระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง หากบริการที่คาดหวังสูงกว่าบริการที่ได้รับจริงก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าบริการที่ได้รับสูงกว่าบริการที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ (แผนภาพที่ 1)



Parasuraman, A., Valarie, A Zeithamal, and Leonard L. Berry (1988) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ Gap Model of Service Quality ตามแผนภาพที่ 2



ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ของผู้บริหารกิจการ (The Management Perception Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า/ผู้ใช้บริการ เพราะผู้บริหารมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาด

ช่องว่างที่ 2 คือ มาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า/ผู้ใช้บริการ ที่ฝ่ายบริหารรับรู้ (The Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจเข้าใจได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภค แต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือ หลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ

ช่องว่างที่ 3 คือ การให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่ได้กำหนดไว้ (Service Delivery Gap) ช่องว่างนี้จะเกี่ยวข้องกับพนักงานของผู้ให้บริการโดยตรง ซึ่งมาจากวิธีการและวิธีปฏิบัติที่ไม่มีคุณภาพ ไม่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนความสามารถในการทำงาน ซึ่งจะรวมถึงแนวความคิดเทคนิคและทักษะในการให้บริการ รวมทั้งการตลาดภายในขององค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิผล

ช่องว่างที่ 4 การนำเสนอบริการให้กับลูกค้า/ผู้ใช้บริการ ไม่ตรงกับที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้า (The Marketing Communication Gap) ช่องว่างนี้เป็นการคาดหวังของผู้บริโภคที่ควรได้รับการบริการตามที่ทางองค์กรได้ลงโฆษณาขององค์กรที่ปรากฏออกมา แต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวังไว้

ช่องว่างที่ 5 การบริการที่ลูกค้า/ผู้ใช้บริการ รับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (The Perceived Service Quality Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งการบริการต่างๆ จะอยู่ในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4

ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Consumer) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง จากผู้ให้บริการ (Marketer) เพื่อเป็นการปิดกันช่องว่างดังกล่าว และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด ความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ คือ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ (Customer expectations)

Customer Service Questionnaires (CSQ) เป็นวิธีเชิงปริมาณในการวัดความพึงพอใจ ด้วยการใช้แบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งมีจุดแข็งคือสามารถครอบคลุมสถานการณ์ต่างๆ อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และประหยัด แต่จุดอ่อนคือไม่ยืดหยุ่นและเป็นสิ่งที่สร้างขึ้น ไม่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่สามารถเข้าใจกระบวนการ ผู้ตอบไม่สามารถให้คำอธิบายเพิ่มเติมเป็นการยากสำหรับผู้วางนโยบายที่จะระบุได้ว่าควรเปลี่ยนแปลงอย่างไรหรือควรทำอะไรในอนาคต และปัญหาการสำรวจที่อาจเกิดขึ้น คือ ผู้สัมภาษณ์อาจขาดความกระตือรือร้น และผู้ให้สัมภาษณ์เกิดความเหนื่อยล้าเนื่องจากคำถามจำนวนมาก ทำให้ไม่ตอบอย่างเต็มที่ (Wiberg 2009)

Relative Performance Assessment (RPS) เป็นวิธีการประเมินการรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการของลูกค้า (Customer's Perception of Service Performance) โดยการให้ลูกค้าเปรียบเทียบการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการที่กำลังประเมินกับผู้ให้บริการรายอื่นที่คล้ายคลึงกัน การสำรวจมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การค้นหาคุณลักษณะของบริการ (Attributes) ที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก 2) การประเมินคุณภาพบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า และ 3) การประเมินคุณภาพบริการด้วยการเปรียบเทียบกับภายนอก การสำรวจนี้อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเลือกคุณลักษณะของบริการ (Attributes) ที่สำคัญกับตนเพื่อประเมินคุณภาพและประเมินความพึงพอใจต่อคุณลักษณะสำคัญ และให้มีคำถามปลายเปิดเพื่อให้สามารถค้นหาคุณลักษณะที่สำคัญต่อลูกค้า (Yuksel and Yuksel 2001 อ้างใน Wiberg 2009)

Participation Observation (PO) เสนอโดย Bowen (2002) เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนหนึ่งในกลุ่มที่ศึกษาหรือประเมินความพึงพอใจ โดยผู้วิจัยจะต้องตัดสินใจว่าจะปลอมตัวเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่ถูกประเมินหรือเปิดเผยให้กลุ่มผู้ถูกประเมินทราบว่า เป็นผู้ประเมิน ผู้วิจัยจะต้องสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มผู้ถูกประเมินและเป็นที่เชื่อถือ ความสัมพันธ์ที่ดีการพูดคุยก็จะเปิดเผยมากยิ่งขึ้นเท่านั้น วิธีนี้นอกจากจะให้โอกาสในการสังเกตการณ์และตั้งคำถามแล้วยังสามารถสังเกตการณ์การเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจ และจุดที่ให้ความพึงพอใจสูงสุด อย่างไรก็ตามวิธี PO นี้ เหมาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ไม่เหมาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ (Wiberg 2009)

Intercept Survey เป็นวิธีการประเมินด้วยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประชากร (Demographic Information) ของผู้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและถามคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์และความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเยี่ยมชม วิธีนี้จะช่วยลดความสับสนในการตีความเนื่องจากนักท่องเที่ยวยังอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ความเข้าใจต่อประเด็นที่ถามจึงมีความชัดเจน (Wiberg 2009)

Site Questions เป็นวิธีการประเมินโดยให้นักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมตอบแบบสอบถามของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการรู้จักแหล่งท่องเที่ยว เหตุผลที่มาเยี่ยมชม ประสบการณ์และความรู้สึกก่อนเยี่ยมชม ผลการสำรวจเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับประสิทธิผลของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจคือการควบคุมของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอย่างไร คุณภาพของบริการ เป็นต้น (Wiberg 2009)

Mail-back Survey เป็นวิธีการประเมินโดยให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามภายหลังจากเดินทางกลับที่พักแล้ว วิธีนี้จะได้ข้อมูลที่ละเอียดกว่าวิธี Intercept Survey และวิธีอื่นๆ ช่วยให้ทราบลักษณะและคุณลักษณะที่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (Wiberg 2009)

Important - Performance (I-P) Model เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์ที่ทำโดยการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของคุณลักษณะหรือสิ่งที่ประเมินกับความพึงพอใจ โดยผู้ถูกประเมินเป็นผู้ระบุความสำคัญของคุณลักษณะหรือสิ่งที่จะประเมิน (Burr et al. 2006 อ้างใน Wiberg 2009)

ในการประเมินความพึงพอใจครั้งนี้จะประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างบริการที่คาดหวังและบริการที่ได้รับจริงตามแนวคิด Disconfirmation Theory และ Gap Model of Service Quality โดยวิธี Customer Service Questionnaires หรือ Customer Satisfaction Survey

1.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การจะพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและยั่งยืนได้นั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาทุกองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่กันไป ซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประกอบด้วย

1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงหลักฐานทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งที่มีชีวิตในยุคต่างๆ ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและประกอบกิจกรรมนันทนาการ อันนำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่างๆ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural tourism resources) ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และร่องรอยของประวัติศาสตร์ ได้แก่ หลักฐานทางโบราณคดี ชุมชนโบราณ ศาสนสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี วัฒนธรรม สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน สวนสนุก เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของหน่วยงานภาครัฐหลายๆ หน่วยงาน เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีภาคเอกชนที่เป็นบริษัท ห้าง ร้าน เป็นผู้ลงทุนทำธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น

2) ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประกอบด้วยธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจบันเทิงและสันทนาการ

ธุรกิจที่พักแรม หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้าง ซึ่งอาจมีการบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย ที่พักแรมมีหลายประเภท ได้แก่ โรงแรม และที่พักประเภทอื่นๆ เช่น เกสต์เฮาส์ บังกะโล สถานที่พักแรมกลางแจ้ง เป็นต้น

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง ธุรกิจในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยว หรือประชาชนทั่วไป ประกอบด้วย (1) ภัตตาคารหรือร้านอาหารเดี่ยว ได้แก่ ภัตตาคาร ร้านอาหารทั่วไป ร้านอาหารจานด่วน เป็นต้น (2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถาบัน เช่น ร้านอาหารในโรงแรม ร้านอาหารในศูนย์การค้า ร้านอาหารในสนามบินและสถานีขนส่งต่างๆ การบริการอาหารระหว่างการเดินทางบนเครื่องบิน รถโดยสาร รถไฟ และเรือสำราญ การบริการจัดอาหารและเครื่องดื่มให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น

ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ธุรกิจขนส่งทางบก ได้แก่ ทางรถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล รถเช่า รถโดยสารประจำทาง (2) ธุรกิจขนส่งทางน้ำ เช่น เรือเดินทะเล เรือสำราญ เรือข้ามฟาก เรือใบ เรือยอร์ช เรือล่องแม่น้ำ เป็นต้น (3) ธุรกิจขนส่งทางอากาศ เช่น การบินลักษณะเที่ยวบินประจำ เที่ยวบินไม่ประจำ เที่ยวบินเช่าเหมาลำ เป็นต้น

ธุรกิจนำเที่ยว เป็นการจัดหรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ทักษนาจรหรือการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว อาจขายให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว หรือการนำบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาขายในลักษณะเหมารวม (Package tour) บริการมัคคุเทศก์

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ได้แก่ สินค้าช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้าต่างๆ รวมถึงร้านปลอดอากร และธุรกิจของที่ระลึก

ธุรกิจนันทนาการ ประกอบด้วย การให้บริการเพื่อความบันเทิงและเพลิดเพลิน สำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว สวนสนุก ในดัลลัส บาร์ ดิสโก้เธค คาสิโน ธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจจัดประชุมนิทรรศการและการท่องเที่ยวเป็นรางวัล (Meeting Incentive Convention and Exhibition : MICE) เป็นต้น

ทั้งนี้ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 ธุรกิจท่องเที่ยวหมายรวมถึง

- (1) ธุรกิจนำเที่ยว
- (2) ธุรกิจโรงแรม
- (3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- (4) ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- (5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- (6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบสนับสนุน ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองตามท่าอากาศยาน ด้านตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา สื่อสาร สาธารณสุข ขนส่งสาธารณะ เป็นต้น สถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรนานาชาติสำหรับคนไทยและชาวต่างประเทศ องค์การของรัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การภาคเอกชนที่แสวงหากำไร และองค์การภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร

ดังนั้น ในการประเมินความพึงพอใจจึงจะพิจารณาให้ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.3 การสำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย¹ (ธันวาคม 2554) ดำเนินโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตลาดหลักและกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (ระยะที่ 2) โดยทำการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 3,600 คน พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ 5 อันดับแรกในการพิจารณาเลือกประเทศที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ (58%) ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (54%) ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (52%) ความน่าสนใจของวัฒนธรรม (48%) และความน่าสนใจของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ (46%) ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้พิจารณาในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (60%) ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ (59%) ความน่าสนใจของวัฒนธรรม (50%) ความคุ้มค่า/ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่สูง (48%) ความน่าสนใจของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (47%)

โดยในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาตินั้น มีประเทศที่อยู่ในตัวเลือกก่อนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยซึ่งโดยหลักเป็นประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (31%) เช่นเดียวกัน อาทิ เวียดนาม อินโดนีเซีย กัมพูชา ลาว มาเลเซีย นอกจากนี้ ยังมีประเทศอื่นๆในทวีปเอเชีย (18%) อาทิ จีน ญี่ปุ่น ฮองกง ประเทศในทวีปยุโรป (8%) อาทิ สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส และประเทศในทวีปอเมริกา (7%) อาทิ สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก บราซิล เป็นต้น

สำหรับแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 5 แรงผลักดัน ได้แก่ การฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ (56%) ซึ่งรวมถึงความต้องการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจและการดูแลสุขภาพ การหลุดพ้น/ไปสนุกให้เต็มที่ (27%) การเรียนรู้/ค้นหา (27%) การใช้เวลาร่วมกัน (10%) และอื่นๆ (8%)

ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ การบอกต่อจากเพื่อน/สมาชิกในครอบครัว (50%) ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (25%) เว็บไซต์และหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว (19%) โฆษณา/สื่อบน CNN และ National Geographic (16%) ในทิศทางเดียวกัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็เห็นว่าแหล่งข้อมูล รวมถึงช่องทาง online อื่นๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ดีที่สุดในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การบอกต่อจากเพื่อน/สมาชิกในครอบครัว (32%) ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวและเว็บไซต์ (12%) หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว (9%) เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและโฆษณา/สื่อบน National Geographic (8%) โฆษณา/สื่อบน CNN (7%) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวและ social network (6%)

¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รายงานขั้นสุดท้าย โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตลาดหลักและกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (ระยะที่ 2) ตีพิมพ์เมื่อวันศุกร์ที่ 23 ธันวาคม 2554, แหล่งที่มา : <http://www.etatjournal.com/web/menu-download-zone/menu-dl-executive-summary/14-cate-download-zone/cate-dl-executive-summary/372-dl-2011-foreign-tourist>

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สิ่งที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ว่าเป็น highlight/สิ่งที่ไม่ควรพลาดในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว (37%) อาทิ เกาะ ชายหาดทะเล วัดไทย การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/น้ำตก/ภูเขา ประเพณี/วัฒนธรรมไทย (23%) อาทิ อาหารไทย วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ศาสตร์การนวดแบบไทย กิจกรรมท่องเที่ยว (7%) อาทิ ดำน้ำดูปะการัง การแสดงโชว์ การท่องเที่ยวกลางคืน การช้อปปิ้ง เป็นต้น

ในด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี (62%) และการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ส่วนใหญ่ไม่ใช่อะไรเป็นการเดินทางครั้งแรก โดยมีถึง 65% ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยก่อนหน้านี้แล้ว และมีถึง 39% ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 2 ครั้ง

โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ 44% เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยการจัดการซื้อแพ็คเกจ/จองห้องพักและเดินทางมาด้วยตัวเองทั้งหมด ในขณะที่มี 25% ที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์และจองห้องพักผ่านบริษัททัวร์แต่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และอีก 14% เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์โดยที่บริษัททัวร์จัดการเรื่องต่างๆ ให้ทุกอย่าง

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งนี้มีนักท่องเที่ยว 75% เดินทางเข้าประเทศไทยทางสนามบินสุวรรณภูมิ รองลงมาด้วยสนามบินภูเก็ต (12%) และสนามบินเชียงใหม่ (5%) โดยนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดเดินทางเข้าและออกจากประเทศไทยที่สนามบิน/สถานที่เดียวกัน และมีเพียง 2% ที่เดินทางเข้าประเทศไทยผ่านทางสนามบินสุวรรณภูมิแต่เดินทางออกจากประเทศไทยทางสนามบินอื่นๆ เช่น เข้าทางสนามบินสุวรรณภูมิแต่ออกที่สนามบินเชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวันพักอยู่ในประเทศไทยที่ 11-20 วัน (30%) และ 5-10 วัน (21%)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับผู้อื่น โดยมี 30% ที่เดินทางมา 2 คนโดยนับรวมตนเอง 29% เดินทางมามากกว่า 3 คน 20% เดินทางมา 3 คน และมี 17% ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียว นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน (33%) และคู่สมรส (31%) และมี 7% ที่พาลูกมาท่องเที่ยวด้วย ในขณะที่มี 9% ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับแฟน/คู่รัก 6% มาท่องเที่ยวกับพี่น้อง/ญาติ 5% พาบิดา/มารดามาท่องเที่ยวด้วย และอีก 4% มาท่องเที่ยวกับเพื่อนร่วมงาน

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาสัมผัสประสบการณ์ด้านความบันเทิงและอาหาร (84%) ซึ่งได้แก่ การมารับประทานอาหารไทย ซื้อสินค้าท้องถิ่น/เสื้อผ้าไทย/สินค้า brand name และการท่องเที่ยวกลางคืน นอกจากนี้ 83% เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวทะเล/ชายหาด ป่า ภูเขา น้ำตก การล่องแพ เรือแคนู ปีนเขา และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 75% เดินทางมาท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม และผู้คน ซึ่งได้แก่ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ การชมเมือง การเยี่ยมชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์ การสาธิตผลงานศิลปะและหัตถกรรม 53% เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การใช้บริการ Spa & Wellness การเข้ารับการรักษาพยาบาล และการทำบุญ/แสวงบุญ/ปฏิบัติธรรม 33% มาทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น ดำน้ำ ดิกอล์ฟ และร่วมเทศกาล/งานประเพณีของไทย ทั้งนี้ จากกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาทำในประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวค่อนข้างชอบ ได้แก่ การท่องเที่ยว

ตามสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยเฉพาะทะเลและชายหาด มีนักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งที่ทำกิจกรรมเหล่านี้แล้วรู้สึกว่าเป็นกิจกรรมที่ตนเองชอบ

นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและทำกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่ภาคกลางและภาคตะวันออกมากที่สุด 83% อาทิ กรุงเทพฯ และพัทยา ตามด้วยภาคใต้ 56% อาทิ ภูเก็ต กระบี่ เกาะพะงัน เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี หัวหิน ชะอำ และภาคเหนือ 31% อาทิ เชียงใหม่ เชียงราย และหากวิเคราะห์นักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยผลักดันในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จะพบว่า สำหรับกลุ่มที่ต้องการการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ต้องการการหลุดพ้น และใช้เวลาว่างร่วมกับผู้อื่น มีแนวโน้มที่จะไปที่จังหวัดภูเก็ตมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่เดียวกันสำหรับกลุ่มที่ต้องการการเรียนรู้/ค้นหา มีแนวโน้มจะไปที่จังหวัดเชียงใหม่มากกว่ากลุ่มอื่น และหากวิเคราะห์จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่ม First visit มีแนวโน้มจะไปที่จังหวัดภูเก็ตมากกว่ากลุ่ม Revisit ในขณะที่กลุ่ม Revisit มีแนวโน้มไปที่พัทยา/ชลบุรี และหัวหิน/ชะอำมากกว่ากลุ่ม First visit และหลังจากสิ้นสุดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว นักท่องเที่ยวต่างชาติ 51% จะเดินทางกลับประเทศของตนเอง ในขณะที่อีก 39% จะไปท่องเที่ยวที่ประเทศอื่นต่อ โดยประเทศที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อจากประเทศไทยในทริปนี้ ได้แก่ ประเทศใกล้เคียง เช่น เวียดนาม (8%) ลาว (7%) อินโดนีเซีย (6%) มาเลเซีย (6%) สิงคโปร์ (6%) พม่า (3%) และประเทศอื่นๆ เช่น จีน (5%) ฮองกง (5%) ญี่ปุ่น (4%) ฟิลิปปินส์ (4%) เกาหลีใต้ (2%)

เมื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้คำจำกัดความของ Amazing Travel ตามความคิดของตนเองหลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว จะพบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามมากๆ การได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่เคยเห็น ผู้คนที่ดี ความสนุกสนาน ความน่าตื่นเต้น/ประหลาดใจ ความผ่อนคลาย และวัฒนธรรมและอาหารที่ดี เป็นสิ่งที่ตรงกับความหมายของ Amazing Travel

ในการสำรวจครั้งนี้ได้ให้นักท่องเที่ยวให้คำจำกัดความเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ ด้วยคำไม่เกินสามคำ จะพบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติให้คำจำกัดความในด้านบวกที่ 77% โดยให้คำจำกัดความ อาทิ สวยงาม ยอดเยี่ยม ความน่าตื่นตาที่เรียบง่าย น่าสนใจ ความสนุกสนาน ผ่อนคลาย/สบาย/สดชื่น ยิ้มแย้ม/อบอุ่น/เป็นมิตร อาหารอร่อย ความเผ็ดร้อน แสงแดด/ความอบอุ่น ความสงบและความแตกต่าง เป็นต้น

ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2% ที่จะให้คำจำกัดความประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งนี้ในด้านลบ อาทิ มีปัญหาด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ไม่คุ้มค่า ความสกปรก/ฝุ่น รตติต น่าผิดหวัง ความรู้สึกเฉยๆ และความรู้สึกแย่ เป็นต้น ในด้านความพึงพอใจพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับสูงที่ค่าเฉลี่ย 4.32 (จากคะแนนเต็ม 5) โดยมีนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยถึงพึงพอใจมากที่สุดที่ 88% และในทางตรงกันข้ามมีนักท่องเที่ยวที่ไม่พึงพอใจถึงไม่พอใจมากที่สุดที่ 4% และหากพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มตลาด จะพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดที่มีความพึงพอใจสูงมาก ได้แก่ ออสเตรเลีย (4.61) นอร์เวย์ (4.55) และสวีเดน (4.51) และกลุ่มตลาดที่มีความพึงพอใจสูง ได้แก่ แคนาดา (4.43) สวิตเซอร์แลนด์ (4.37) เนเธอร์แลนด์ (4.36) เดนมาร์ก (4.34) ฟิลิปปินส์ (4.29) อิตาลี (4.24) และอิสราเอล (4.15)

โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับสูงในด้าน ความมีน้ำใจไมตรีและการต้อนรับที่ดีของคนไทยที่ค่าเฉลี่ย 4.28 และความน่าสนใจของสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 4.15 ในทางตรงข้าม ประเด็นที่นักท่องเที่ยวยังพึงพอใจในระดับที่ไม่สูงมากนัก ได้แก่บริการด้านการท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 3.98 และความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 3.94 ส่วนประเด็นที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างไม่พึงพอใจจะเป็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 3.86

การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2557²

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2552 และครั้งนี้เป็นครั้งที่ 6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยในรอบปีที่ผ่านมา ทั้งในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการเดินทาง กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง การจัดการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมทั้งความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม - มีนาคม 2557 จากประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ตกเป็นตัวอย่างทั่วประเทศ จำนวน 63,060 ราย

ผลจากการสำรวจสรุปได้ ดังนี้

1) การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด

1.1) การเดินทาง และลักษณะการเดินทาง

ผลการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศเกี่ยวกับการเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำในจังหวัดหนึ่ง ไปยังสถานที่ที่อยู่ในอีกจังหวัดหนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน เยี่ยมครอบครัว/ญาติมิตร ประชุมหรือสัมมนา เล่น หรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา รวมทั้งการเดินทางเพื่อไปรับการรักษาสุขภาพ หรือประกอบภารกิจอื่นๆ ที่ไม่ใช่เพื่อทำงานประจำ หรือเพื่อการศึกษา และต้องไม่ใช่การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อซื้อสินค้ามาจำหน่าย ซึ่งถือว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าในรอบปีที่ผ่านมา (ในรอบปี 2556) มีจำนวนร้อยละของประชากรที่เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 64.7 โดยในรอบปี 2552 – 2555 มีผู้เดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 48.8 50.1 54.8 และ 57.8 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวในรอบปี 2556 พบว่า มีลักษณะการเดินทางแบบไม่พักค้างคืนซึ่งถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวจรประมาณ ร้อยละ 33.8 ส่วนผู้ที่เดินทางมีลักษณะการพักค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน ร้อยละ 45.3 และผู้ที่เดินทางทั้ง 2 ลักษณะคือ ทั้งพักและไม่พักค้างคืน ร้อยละ 20.9

² ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2557 จาก www.tourismthailand.org/tatic

สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558

สำหรับผู้ที่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวในรอบปี 2556 ได้ให้เหตุผลที่ไม่เดินทาง 5 ลำดับแรก ได้แก่ ไม่มีเวลาว่างไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอสำหรับการเดินทาง ไม่ชอบเดินทาง สภาพเศรษฐกิจไม่ค่อยดี และมีปัญหาเรื่องสุขภาพ

เมื่อพิจารณาภาคที่ประชากรเดินทางไปท่องเที่ยวพบว่า ประชากรเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมากที่สุด ร้อยละ 34.2 รองลงมาเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 30.4 ภาคตะวันออก ร้อยละ 18.2

1.2) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว 5 อันดับแรก ได้แก่ เยี่ยมญาติ/เพื่อน ร้อยละ 39.1 ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม ร้อยละ 37.2 ต้องการพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ ร้อยละ 31.6 ซื้อของ/ซื้อปิ้ง ร้อยละ 25.5 และรับประทานอาหารต่างจังหวัด ร้อยละ 24.4

1.3) กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 5 อันดับแรก ได้แก่ ท่องเที่ยวทั่วไป ร้อยละ 67.9 กิจกรรมเชิงศาสนา ร้อยละ 56.9 พักผ่อนในที่พักรับรอง/บ้านญาติ/ไม่ทำกิจกรรม ร้อยละ 33.7 กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 19.6 กิจกรรมเชิงเกษตรกรรม ร้อยละ 6.6

2) การจัดการเดินทาง

2.1) ผู้ร่วมเดินทาง ผู้ตัดสินใจเลือกการเดินทาง ลักษณะการจัดการเดินทาง และการหาข้อมูล

ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่าครั้งหนึ่ง จะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 63.5 รองลงมา เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 21.6 สำหรับการตัดสินใจเลือกการเดินทาง ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเอง ร้อยละ 65.8 รองลงมา จะเป็นครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 22.1

สำหรับลักษณะการจัดการเดินทางส่วนใหญ่จัดการเดินทางเองทั้งหมด ร้อยละ 89.1 รองลงมา มีหน่วยงาน/คณะจัดการให้ ร้อยละ 9.7 ส่วนวัน/เวลาที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 38.9 รองลงมา วันหยุดยาว ร้อยละ 31.9

ประชากรที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่นิยมหาข้อมูลข่าวสารสำหรับการเดินทางในทุกแหล่งข้อมูล แต่อย่างไรก็ตามยังมีประชากรที่เดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหาข้อมูลข่าวสารสำหรับการเดินทางจากเพื่อน ญาติ ครอบครัว ร้อยละ 43.3

2.2) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ผู้เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นิยมเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัว/รถยนต์ ร้อยละ 63.1 รองลงมา เดินทางด้วยรถทัวร์ รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 19.8 รถเช่า เช่น รถตู้ รถยนต์ รถทัวร์ รถบัส ร้อยละ 14.4 รถไฟ ร้อยละ 1.6 มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางด้วยเครื่องบิน ร้อยละ 1.1

2.3) สถานที่พักแรม

ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนส่วนใหญ่นิยมที่จะพักแรมที่บ้าน/ที่พักของครอบครัว/ญาติ/เพื่อน เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 62.6 ที่พักที่โรงแรม ร้อยละ 16.2 ที่พักที่รีสอร์ท ร้อยละ 11.6 ที่พักที่บังกะโล ร้อยละ 2.6 ที่พักที่วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม ร้อยละ 2.3 ที่พักอุทยานแห่งชาติ ร้อยละ 1.1 ที่พักที่บ้านพักรับรองทางราชการ/เอกชน และโฮมสเตย์ ร้อยละ 0.9 และมีส่วนน้อยเลือกพักที่เกสต์เฮาส์และโรงพยาบาล ส่วนค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ 3.8 วัน

3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้ง/ทริปล่าสุดต่อคนของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว พบว่า อยู่ที่ประมาณ 2,776 บาทต่อคน หากเป็นการเดินทางแบบไม่พักค้างคืนอยู่ที่ 1,418 บาทต่อคน แบบพักค้างคืน 3,914 บาทต่อคน หากพิจารณาตามภาคที่อยู่อาศัย พบว่าคนภาคตะวันออก ใช้เงินในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนสูงสุด คือ 3,776 บาทต่อคน รองลงมา กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3,554 บาทต่อคน ภาคใต้ 3,219 บาทต่อคน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2,460 บาทต่อคน ภาคเหนือตอนบน 2,374 บาทต่อคน ภาคกลาง 2,137 บาทต่อคน และต่ำสุดในภาคเหนือตอนล่างอยู่ที่ประมาณ 1,675 บาทต่อคน

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทราบว่าในการเดินทางใช้จ่ายไปในหมวดใดมากที่สุด พบว่า ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวใช้เป็นค่าพาหนะเดินทางมากที่สุด ร้อยละ 33.3 รองลงมา ซึ่งไม่แตกต่างกันมากนักเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 33.1 และซื้อสินค้าและของที่ระลึก ร้อยละ 24.5

4) การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของประชากร ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในรอบปี 2556 มีเพียงร้อยละ 4.1 โดยนิยมเดินทางในช่วง เดือนเมษายน-มิถุนายน มากที่สุด ร้อยละ 33.3 รองลงมา ใกล้เคียงกันคือ เดือนตุลาคม-ธันวาคม ร้อยละ 30.4 เดือนมกราคม-มีนาคม ร้อยละ 22.9 เดือนกรกฎาคม-กันยายน ร้อยละ 13.4 ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปีในภาพรวมโดยเฉลี่ยเดินทาง 1.5 ครั้งต่อปี

5) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

5.1) การวางแผนล่วงหน้า และการจัดสรรเงินสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง ร้อยละ 58.1 ที่มีการวางแผน มีร้อยละ 41.9 ส่วนการจัดสรรเงินสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดสรรเงินไว้ ร้อยละ 77.2 ที่มีการจัดสรรเงินไว้สำหรับการเดินทางมีเพียง ร้อยละ 22.8

5.2) การรับรู้/ทราบสโลแกน “เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน” ของ ททท.

การรับรู้/ทราบสโลแกน “เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน” ส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้/ไม่ทราบสโลแกนดังกล่าว ร้อยละ 56.1 ส่วนที่เคยรับรู้/ทราบสโลแกน ร้อยละ 43.9 โดยส่วนใหญ่รับรู้/ทราบจากโทรทัศน์ ร้อยละ 94.6 รองลงมา จากวิทยุ ร้อยละ 15.9

5.3) ประโยชน์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว

จากการสำรวจประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า ได้รับประโยชน์จากการเดินทางท่องเที่ยวในทุกประเด็น โดย 3 ประเด็นแรก ได้แก่ ได้รับประสบการณ์และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยมากขึ้น ร้อยละ 50.8 ทำให้เกิดความเข้าใจนิเทศน์มากขึ้นภายในหมู่ญาติ ร้อยละ 50.3 และทำให้ชีวิตมีความสุขมากขึ้น ร้อยละ 49.1

กรมการท่องเที่ยว³ (2556) ดำเนินโครงการจัดทำดัชนีความพึงพอใจนักท่องเที่ยวรายไตรมาส และดัชนีการจ้างงานด้านการท่องเที่ยวรายไตรมาส โดยการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อจัดทำดัชนีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดำเนินการต่อเนื่อง 3 ไตรมาส คือ ไตรมาส 4 ปี 2555 ไตรมาส 1 และไตรมาส 2 ปี 2556 ครอบคลุม 8 พื้นที่ ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดหนองคาย) ภาคตะวันออก (จังหวัดชลบุรี) ภาคตะวันตก (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) และภาคใต้ (จังหวัดภูเก็ต) โดยในแต่ละไตรมาสได้ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวน 2,503 ราย 2,499 และ 2,469 รายตามลำดับ

จาก 16 ประเด็นที่ประเมิน พบว่าในไตรมาส 2 ปี 2556 โดยรวมปรับตัวดีขึ้นจาก 2 ไตรมาสแรกเพียงเล็กน้อย โดยมีจำนวน 4 ประเด็นที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับคะแนนร้อยละ 80 ขึ้นไป ได้แก่ บริการเพื่อสุขภาพ ประชาชน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และสถานที่พักผ่อน มีจำนวน 9 ประเด็นที่คะแนนอยู่ระหว่าง 75.0-79.9 ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก กิจกรรม/แหล่งท่องเที่ยว สนามบิน บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่มี 2 ประเด็นที่ต่ำกว่าร้อยละ 70.0-75.0 ได้แก่ กีฬาอล์ฟ อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และมี 1 ประเด็นที่ต่ำกว่าร้อยละ 70.0 ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ

เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยของแต่ละประเด็นที่ประเมินความพึงพอใจ พบว่า โดยรวมแต่ละประเด็นย่อยจะมีคะแนนความพึงพอใจใกล้เคียงกับคะแนนความพึงพอใจรวมของประเด็นการประเมินนั้นๆ โดยมีประเด็นที่ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นย่อยที่ต่ำกว่าร้อยละ 80 อยู่จำนวนมาก ซึ่งครอบคลุมทั้งด้าน ประชาชน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อน การซื้อสินค้าและของที่ระลึก กิจกรรม/แหล่งท่องเที่ยว สนามบิน บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว กีฬาอล์ฟ มัคคุเทศก์ ความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ

³ กรมการท่องเที่ยว โครงการจัดทำดัชนีความพึงพอใจนักท่องเที่ยวรายไตรมาสและดัชนีการจ้างงานด้านการท่องเที่ยวรายไตรมาส รายงานฉบับสมบูรณ์, 2556

บริษัทนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และห้องน้ำสาธารณะ โดยเฉพาะใน 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ ความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ บริษัทนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และห้องน้ำสาธารณะ นั้นจะมีระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยประเด็นย่อยต่างๆ เหล่านี้ แม้โดยรวมในไตรมาส 2 ปี 2556 จะปรับตัวดีขึ้น แต่เป็นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

จากคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน 3 ไตรมาสที่ดำเนินการสำรวจ เพื่อประเมินความพึงพอใจนั้น พบว่ามีเพียง 1 ด้าน คือ บริการเพื่อสุขภาพ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจค่อนข้างมาก ทั้งในภาพรวมและแต่ละประเด็นย่อย ซึ่งนับว่าเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวไทย จำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจะรักษาระดับคุณภาพการให้บริการและพัฒนาในดียิ่งๆ ขึ้นอีก ในขณะที่ด้าน ประชาชน (ประเด็นความซื่อสัตย์) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อน การซื้อสินค้า และของที่ระลึก กิจกรรม/แหล่งท่องเที่ยว สนามบิน บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการข้อมูล ข่าวสารนักท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ แม้โดยรวมจะดี แต่มีประเด็นย่อยต่าง ๆ ที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ส่วนอีก 6 ประเด็น ได้แก่ ด้านความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ บริษัทนำเที่ยว กีฬาอล์ฟ อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และห้องน้ำสาธารณะ นั้น มีระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ จำเป็นต้องมีมาตรการเร่งด่วนเพื่อดำเนินการพัฒนาให้ดีขึ้น

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา⁴ ดำเนินการสำรวจทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ภายใต้โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ รวมทั้งบริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองต่างๆ จำนวน 5,054 คน

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) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.9) โดยในการเดินทางครั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.0) มาประเทศไทยเพียงประเทศเดียว และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 46,881.03 บาทต่อคน

⁴ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย, 2557

ปัจจัย 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ในการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 73.7) อาหาร (ร้อยละ 70.2) ความเป็นมิตรของคนไทย (ร้อยละ 59.2) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 44.5) และราคา/การส่งเสริมการขาย (ร้อยละ 42.6) ซึ่งมี 4 ปัจจัยที่สอดคล้องกับ 5 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเลือกประเทศเพื่อไปท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.6) อาหาร (ร้อยละ 65.3) ความเป็นมิตรของประชาชน (ร้อยละ 58.3) ราคา/การส่งเสริมการขาย (ร้อยละ 41.8) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 40.7)

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทยผ่านสื่อบุคคล (เพื่อน/ญาติ) มากที่สุด (ร้อยละ 66.9) รองลงมา ได้แก่ เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.4) สื่อต่างๆ (สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ) (ร้อยละ 14.3) ตัวแทนนำเที่ยว (ร้อยละ 13.0) ฯลฯ และในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทยจะใช้สื่อเพื่อน/ญาติ มากที่สุด (ร้อยละ 48.1) รองลงมา ได้แก่ เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 39.0) เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 19.9) แผ่นพับ (ร้อยละ 16.3) พนักงานต้อนรับโรงแรม (ร้อยละ 14.8) มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 13.6) ฯลฯ เนื่องจากในปัจจุบันสามารถใช้อินเทอร์เน็ตผ่านทางสมาร์ทโฟนและไอแพด อย่างสะดวกรวดเร็วในเกือบทุกแห่งทั่วประเทศ และมีข้อมูลจำนวนมากที่สามารถสืบค้นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งสะดวกในการซื้อบริการผ่านทางออนไลน์ ในขณะที่ส่วนของเพื่อน/ญาติ ซึ่งมาประเทศไทยแล้วเกิดความประทับใจก็เล่าประสบการณ์ให้เพื่อน/ญาติฟัง จึงกระตุ้นให้เกิดความสนใจมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจาก 17 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมินพบว่า บริการที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ได้แก่ ด้านประชาชนจากความเป็นมิตรไมตรีให้การต้อนรับที่ดีและความสุภาพอ่อนโยนของคนไทย (ค่าเฉลี่ย 4.45) และด้านบริการเพื่อสุขภาพจากการใช้บริการนวดแผนไทยสปา 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 ประเภทบริการที่ประเมินพบว่า มีประเภทที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 7 ประเภท ได้แก่ ด้านประชาชน ด้านบริการเพื่อสุขภาพ ด้านสถานที่พัก ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ด้านท่าอากาศยาน ด้านความปลอดภัย และด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก นอกนั้นมีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยมาประเทศไทยหลายครั้งมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงถึงความประทับใจ และใน 17 ประเภทบริการที่ประเมินพบว่า มีประเภทที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 9 ประเภท ได้แก่ ด้านประชาชน ด้านบริการเพื่อสุขภาพ ด้านกิจกรรม/สถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถาน

ที่พัก ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ด้านท่าอากาศยาน ด้านมัคคุเทศก์ ด้านความปลอดภัย และด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก และประเภทที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีประเภทเดียว คือ ด้านอินเทอร์เน็ต/Wi-Fi นอกนั้น 7 ประเภทที่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

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 การซื้อสินค้าและของที่ระลึก ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว ตัวแทนนำเที่ยว และรถโดยสารสาธารณะ จังหวัดอุตรธานี มี 5 ประเด็นที่ประเมินมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ ด้านบริการเพื่อสุขภาพ การใช้บริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ รถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ และระบบอินเทอร์เน็ต/Wi-Fi พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มี 2 ประเด็น ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ สถานที่พัก และภัตตาคาร/ร้านอาหาร และจังหวัดเชียงใหม่มีเพียงประเด็นเดียวที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ คือ ด้านมัคคุเทศก์ ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการให้บริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญยังมีคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ยังไม่มีจังหวัดใดที่บริการด้านการท่องเที่ยวโดดเด่นทุกด้าน และส่วนใหญ่ไม่โดดเด่น และเป็นที่น่าสังเกตว่าจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และพัทยา ความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจเท่านั้น ต่ำกว่าจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญๆ ระดับรองๆ ลงมา เช่น เชียงราย อุตรธานี เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นที่จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญทั้ง 10 จังหวัด ที่ศึกษาในครั้งนี้ต้องวางแผนและดำเนินการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวในทุกๆ ด้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากเพื่อกระตุ้นให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือบอกต่อให้ญาติ/เพื่อนมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.4 โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

โครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาต”⁵ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาต” ตามแนวคิดปีท่องเที่ยววิถีไทย โดย ททท. ได้คัดเลือก 12 จังหวัดทางเลือกจาก 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ ตามแนวนโยบายเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด เพื่อขยายฐานการท่องเที่ยวจากจังหวัดหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว เชื่อมโยงท่องเที่ยวไปยังจังหวัดทางเลือกทั้ง 12 จังหวัด ที่มีศักยภาพ มีจุดเด่น ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรม และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยคาดว่าโครงการนี้จะช่วยสร้างกระแสการรับรู้หลังรักประเทศไทย และส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่น้อยกว่า 136 ล้านคน ทั้งนี้ ททท. ได้คัดเลือกเมืองต้องห้าม...พลาต 12 แห่งจาก 5 ภูมิภาค ดังนี้

⁵ 12 เมืองต้องห้าม...พลาต จาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?newsID=9570000125455> สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558

1) ภาคเหนือ จำนวน 3 จังหวัด ได้แก่

(1) จังหวัดลำปาง

จังหวัดลำปางใช้สโลแกนว่า “เมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา จ.ลำปาง” หมายถึง ต่อให้เราก้าวเร็วแค่ไหน เมื่อมาถึงลำปางกลายเป็นคนเดินช้าที่อยากจะค่อยๆ ซึมซับและสัมผัสความสวยงามของเมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลาแห่งนี้ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น สถานีรถไฟนครลำปาง โรงงานผลิตชามตราไก่ หอนาฬิกาลำปาง ถนนสายวัฒนธรรม วัดพระธาตุลำปางหลวง วัดปงสนุก วัดพระแก้วดอนเต้าสุชาดาราม วัดเจดีย์ขาวหลัง บ้านแสนรัก สะพานรัษฎา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นต้น

(2) จังหวัดเพชรบูรณ์

จังหวัดเพชรบูรณ์ใช้สโลแกนว่า “ภูดอกไม้สายหมอก จ.เพชรบูรณ์” หมายถึง คงฝันดีไม่น้อยถ้าทะเลหมอกลอยมาเคาะหน้าต่างยามเช้า คงเพลินดีไม่เบาถ้าสองตาได้ดื่มด่ำดอกไม้บานกลางภูสูง ที่นี่ละ...เพชรบูรณ์ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น ภูทับเบิก เขาค้อ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวทุ่งแสลงหลวง น้ำตกศรีดิษฐ์ ไร่ก้านันจุล เป็นต้น

(3) จังหวัดน่าน

จังหวัดน่านใช้สโลแกนว่า “กระซิบรักเสมอดาว จ.น่าน” หมายถึง น่านตำนานแห่งขุนเขา เมืองเก่าที่มีชีวิต และวัฒนธรรมที่โดดเด่น เพราะหัวใจน่ารักของคนน่าน และบรรยากาศโรแมนติก ไม่น่าแปลกใจเลยว่า ทำไมที่นี่จึงเป็นปฐมบทของการกระซิบรักได้ละมุนละไมที่สุดของเมืองไทย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เช่น ภาพกระซิบรักบรรลือโลกในวัดภูมินทร์ อุทยานแห่งชาติดอยภูคา อุทยานแห่งชาติขุนสถาน บ่อเกลือ เส้นทาง 1148 หอศิลป์ริมน่าน วัดพระธาตุแช่แห้ง อ่าบอ่าว เป็นต้น

2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่

(1) จังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ใช้สโลแกนว่า “เมืองปราสาทสองยุค จ.บุรีรัมย์” หมายถึง จากดินแดนที่ยืนหยัดบนรอยอดีตที่เต็มไปด้วยปราสาทหิน กำลังพลิกโฉมไปสู่ความล้ำสมัยของปราสาทยุคใหม่ ไม่เชื่อก็ต้องเชื่อว่าบุรีรัมย์กำลัง..อิน โดยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เช่น อุทยานปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ สนามไอโมบาย สเตเดียม สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต เป็นต้น

(2) จังหวัดเลย

จังหวัดเลยใช้สโลแกนว่า “เย็นสุด...สุขที่เลย จ.เลย” หมายถึง นิยามใหม่ของภาคอีสานที่เล่าขานเรื่องราวเย็นสบายกลางทุ่งดอกไม้สีชมพูบนภูสูงทริปปี้ๆ คราวนี้คงละ “เลย” ไม่ได้แล้ว โดยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น อุทยานแห่งชาติภูเรือ ภูกระดึง ภูทอก แก่งคุดคู้ ภูป่าเปาะ ถนนชายโขง วัดโพธิ์ชัยและพิพิธภัณฑ์ผีตาโขน เป็นต้น

3) ภาคกลาง จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่

(1) จังหวัดสมุทรสงคราม

จังหวัดสมุทรสงครามใช้สโลแกนว่า “เมืองสายน้ำสามเวลา จ.สมุทรสงคราม” หมายถึง เก็บเกี่ยวความสุขเรียบง่าย กับหัวใจของเมืองสายน้ำอย่างสมุทรสงครามที่เต็มไปด้วยโมกษามอันน่ารื่นรมย์ตั้งแต่เช้าจรดค่ำ ตักบาตรริมคลองอรุณสวัสดิ์ในแบบฉบับริมคลองที่ทุกคนไม่ควรพลาด โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำท่าดาต ตลาดน้ำบางน้อย อุทยาน ร.2 ดอนหอยหลอด ตลาดร่มหุบ อาสนวิหารแม่พระบังเกิด วัดบางกุ้ง เป็นต้น

(2) จังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีใช้สโลแกนว่า “ชุมชนคนอาร์ต จ.ราชบุรี” หมายถึง ความเป็นเมืองศิลปะของราชบุรีมีให้เห็นทุกตารางนิ้ว ศิลปะจากอุโบสถ ศิลปะจากหนังใหญ่ ศิลปะร่วมสมัย ศิลปะเพื่อหัวใจเด็ก สมแล้วที่เป็นเมืองเล็กๆ แห่งนี้กลายเป็นจุดนัดพบคนรักศิลปะไปโดยปริยาย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น ตลาดน้ำแวนได๋ หอศิลป์ดีคูน เซรามิกเถาอ่างไถ่ หนังใหญ่วัดขนอน สุรินทร์แลนด์ แดนตุ๊กตา จิตรกรรมฝาผนังวัดคงคาราม อุทยานหุ่นขี้ผึ้งสยาม อำเภอสวนผึ้ง The Bloom Orchid บ้านหอมเทียน เป็นต้น

4) ภาคตะวันออก

(1) จังหวัดตราด

จังหวัดตราดใช้สโลแกนว่า “เมืองเกาะในฝัน จ.ตราด” หมายถึง เมืองทะเลใส หาดทรายสงบงาม รีสอร์ทสวยหรู และบริการสุดเอ็กซ์คลูซีฟ คือ ความสุขของตราดที่มาเติมฝันของคนรักทะเลได้อย่างเพอร์เฟกต์ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง เกาะหมาก เกาะกูด ชุมชนสลักคอก ชายหาดเมืองตราด ส่วนแคบสุดของเมืองไทย เป็นต้น

(2) จังหวัดจันทบุรี

จังหวัดจันทบุรีใช้สโลแกนว่า “สวนสวรรค์ร้อยพันผลไม้ จ.จันทบุรี” หมายถึง ไม่เป็นเพียงที่ต้อนรับทุกคนด้วยท้องทะเลสวยงาม วิถีประมงอบอุ่นเท่านั้น หากจันทบุรียังโอบรับทุกคนไว้ด้วยอ้อมกอดของสวนแห่งความสุขหวานฉ่ำล้นรสผลไม้อร่อย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น ตลาดผลไม้เนินสูง หาดแหลมสิงห์ หาดเจ้าหลาว ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพริ้ว ถิ่นเฉลิมมหาบูรพาชลทิศ จุดชมวิวเนินนางพญา จุดชมวิวหลวงพ่อบะเพรา ตลาดพลอย ตึกแดง อาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธิ์นิรมล เป็นต้น

5) ภาคใต้ จำนวน 3 จังหวัด ได้แก่

(1) จังหวัดตรัง

จังหวัดตรังใช้สโลแกนว่า “ยุทธจักรความอร่อย จ.ตรัง” หมายถึง ความอร่อย 24 ชั่วโมง เป็นสิ่งที่อยู่คู่ตรังมายาวนาน ตำนาน “เมืองแห่งคนช่างกิน” จากเสน่ห์ของเมืองที่มี

แต่ความสงบเงียบและเรียบง่ายบวกกับวิถีวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ว่าจะเป็น หมูย่างหนังกรอบ ต้มช้ำคำโต ขนมเค้กมีรูเนื้อนุ่มลิ้น และเมนูพื้นบ้าน อาหารพื้นเมืองจานเด็ดที่ทุกท่านไม่ควรพลาดลิ้มลองอีกมากมาย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น ชายหาดปากเมง นาโย่ง เมืองเก่ากันตัง อำเภอย้ายยอด อำเภอย่านตาขาว เป็นต้น

(2) จังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพรใช้สโลแกนว่า “หาดทรายสวยสัร้อยลี จ.ชุมพร” หมายถึง เมืองเสน่ห์ของผืนทรายขาวยาวไกลสุดสายตา พร้อมด้วยความละเอียดและเนียนนุ่มของเม็ดทราย จึงเป็นดังเรื่องราวแสนหวานของชุมพรที่เล่าขานสู่กันฟังได้ทุกเมื่อ ท่านจะเป็นคนแรกที่ได้ประทับรอยเท้าลงบนพื้นทรายสวยของชุมพรแห่งนี้ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น หาดทุ่งวัวแล่น หาดทรายรี หาดถ้ำธงบางเบิด จุดชมวิวเขาหินสอ จุดชมวิวเขามัทรี หาดอรุณทัย เกาะพิทักษ์ ศาลกรมหลวงชุมพรฯ สวนกาแฟโรบัสต้า เป็นต้น

(3) จังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราชใช้สโลแกนว่า “นครสองธรรม จ.นครศรีธรรมราช” หมายถึง ชวนท่องเที่ยวสองธรรม พบกับสองมุมต่างที่หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกันในนครศรีธรรมราช เมื่อธรรมะกับธรรมชาติ คือเอกภาพที่ไม่สามารถแยกจากกัน โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อย บ้านหนังตะลุงสุชาติ น้ำตกกรุงชิง หาดขนอม หาดหินงาม หาดทรายแก้ว หาดสิชล แหลมตะลุมพุก หมู่บ้านคีรีวง เขาหลวง เป็นต้น

“ท่องเที่ยววิถีไทย 2558” (2015 DISCOVER THAINESS)⁶

1) ความหมาย

Thainess หมายถึง วัฒนธรรมไทย หรือ Thai Culture ซึ่งทุกสิ่งที่มีในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นคน ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย เป็นต้น ที่ถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น หรือถูกปรับปรุงให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งอาจจะมีในลักษณะที่เป็นแบบดั้งเดิม (Traditional) และแบบร่วมสมัย (Contemporary)

2) แนวคิดการนำเสนอการท่องเที่ยววิถีไทย

เพื่อเป็นการพลิกมิติการนำเสนอประเทศไทยจากการนำเสนอสินค้าและบริการ (Product Approach) เป็นการนำเสนอคุณค่า (Value) ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยกำหนดคุณค่าของปีท่องเที่ยววิถีไทยที่ต้องการนำเสนอ คือ Amazing Happiness หรือความสุขในวิถีแบบไทย เป็นความสุขอันเกิดจากการผสมผสานของความแตกต่างที่อยู่กันอย่างลงตัว และกำหนดสินค้าที่สอดคล้องกับ Value (Value Proposition) ได้ 7 กลุ่ม โดยกำหนดสัญลักษณ์ให้เป็นสีต่างๆ ดังนี้

⁶ 2015 Discover THAINESS/ท่องเที่ยววิถีไทย 2558 (TAT Review Magazine) จาก www.etatjournal.com สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558

(1) สีสแดง (Feel Energetic) ให้ความรู้สึกถูกกระตุ้นพลังทำลาย ความกล้า
ตื่นเต้นเร้าใจ ทำให้เกิดความกระตือรือร้น

Soft Adventure เช่น ปีนหน้าผาโรยตัว ดำน้ำ เดินป่า ดูนก ตกปลา ล่องแก่ง
เป็นต้น และ Outdoor Sport, Extreme Activity Sport เช่น กีฬาออฟโรด เป็นต้น

(2) สีส้ม (Feel Fun) ให้ความรู้สึกสนุกสนานสบายๆ นอกกฎระเบียบ ขำขัน
Thai Festival เช่น งานวัด ละครลิง เป็นต้น การแสดงร่วมสมัยที่มี
วัตถุประสงค์เพื่อความสนุก เช่น Tiffany, Cabaret, Street Food, Festival/Event เป็นต้น
และที่เป็นลักษณะร่วมสมัยหรือสร้างขึ้น เช่น Street Festival Concert เป็นต้น

(3) สีเหลือง (Feel Creative) ให้ความรู้สึกได้ถึงไอเดียใหม่ การคิดต่อยอด
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม

Thai Creative Experience เช่น การสอนทำอาหารไทย/อาหารไทยประยุกต์
การสอนมวยไทย เป็นต้น Art & Design เช่น พิพิธภัณฑ์ศิลปะ Art of Paradise งานศิลปะ สินค้า
ที่ต่อยอดจากภูมิปัญญาไทย เช่น กระเป๋า ผ้าไหม สินค้า OTOP เป็นต้น

(4) สีเขียว (Feel Harmonious) ให้ความรู้สึกถึงความสงบกลมกลืนระหว่างคน
กับคน คนกับสิ่งแวดล้อม การปรับตัวเข้าหากัน เพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติ

Thai Way of Life เช่น วิถีชีวิตคนเมือง วิถีชีวิตชาวประมง วิถีชาวมอแกน
ชุมชนริมน้ำ ชุมชนที่อยู่ในป่า ชาวเขา เป็นต้น

(5) สีฟ้า (Feel Sophisticated) ให้ความรู้สึกถึงความน่าสนใจ น่าศึกษา
มีรากเหง้า มีประวัติศาสตร์ มีเรื่องราวให้คนไทยเกิดความภูมิใจ และชาวต่างชาติที่และยอมรับ รู้สึก
เป็นเกียรติ

Thai Wisdom ภูมิปัญญาไทย เช่น นวดไทย สมุนไพรไทย อาหารไทยดั้งเดิม
การแสดงทางวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่ง que แสดงให้เห็นถึงความเชื่อ
ความศรัทธา โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น

(6) สีม่วง (Feel Prestigious) ให้ความอ้าการ รู้สึกขำซึ่งในพระมหา-
กรุณาธิคุณ รู้สึกภูมิใจในความเป็นไทย รู้สึกจงรักภักดี รู้สึกถึงความสงบ

Thai Treasures&Luxury อาทิ มรดกไทยที่ได้รับจากพระมหากษัตริย์
เช่น สถาปัตยกรรม พระราชวัง วิชาการ ศิลปกรรมสาขาต่างๆ วรรณศิลป์ ทัศนศิลป์ โครงการ
พระราชดำริ พระราชพิธีตามโบราณราชประเพณีความหรรษาต่างๆ เป็นต้น

(7) สีขาว (Feel a Peace of Mind) ให้ความรู้สึกสบายทางจิตใจ

Thai Serenity (Peace and Beauty) เช่น ทัศนียภาพ ทะเล ภูเขา น้ำตก
กิจกรรมเชิงศาสนา เช่น การปฏิบัติธรรม พิธีกรรมต่างๆ ที่ให้ความสงบ เป็นต้น

1.5 กฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว⁷

ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 มาตรา 4 วรรคหนึ่ง และมาตรา 17 ได้ออกเป็นกฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

(1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย เขตท้องที่จังหวัดชุมพร ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี และระนอง โดยมีจังหวัดเพชรบุรีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

(2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย เขตท้องที่จังหวัดจันทบุรี ชลบุรี ตราด และระยอง โดยมีจังหวัดชลบุรีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

(3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย เขตท้องที่จังหวัดกระบี่ ตรัง พังงา ภูเก็ต และสตูล โดยมีจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

(4) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย เขตท้องที่จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ พะเยา ลำปาง และลำพูน โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

(5) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย เขตท้องที่จังหวัด นครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ สุรินทร์ และอุบลราชธานี โดยมีจังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

2. แผนการดำเนินงาน

จากขอบเขตการดำเนินงานตามที่กำหนดในข้อ 6 สามารถกำหนดแผนการดำเนินงานดังนี้

2.1 ประชากร

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งในปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 24,779,768 คน

2.2 ขนาดตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ และประเด็นการสำรวจ

ในการกำหนดขนาดตัวอย่างให้เป็นไปตามที่กำหนดในข้อกำหนด (Term of Reference : TOR) ซึ่งทำการสำรวจตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 6,046 ตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

⁷ กฎกระทรวงกำหนดเขตการพัฒนาการท่องเที่ยว จาก www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6607 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558

2.2.1 จัดทำแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) จัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และคู่มือการสำรวจ ซึ่งประกอบด้วย นิยามศัพท์ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่สำรวจ และการกระจายแบบสอบถาม

2) ทบทวนและปรับปรุงแบบสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

2.1) ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์โดยรวม

2.2) ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ และเดินทางมาประเทศไทย (Motivation) ได้แก่ ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจเลือกเดินทางมาประเทศไทย แหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

2.3) ทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย (Attitudes & Expectations)

2.4) ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Satisfaction) ได้แก่ ความน่าสนใจของสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว บริการต่างๆ สำหรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับความคาดหวังและการวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับประเทศที่เดินทางมาล่าสุดหรือประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เป็นต้น

2.5) ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

2.6) แนวโน้มการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต

2.7) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านต่างๆ อย่างน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากรท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการดำเนินการ คุณค่าความเป็นไทย รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด

2.2.2 จัดทำแบบสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

1) พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experience) อย่างน้อย ในประเด็น ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่ไป และการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย

2) ความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างน้อยในประเด็น ปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัย การให้ความช่วยเหลือ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สินค้า กิจกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ

2.2.3 สํารวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนรวม 6,046 ราย ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) สํารวจแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนรวม 14 แหล่ง โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว และกำหนดขั้นต่ำแหล่งละไม่น้อยกว่า 250 ราย รวม 4,034 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ตารางที่ 2-1)

1.1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-10 ได้แก่

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| (1) กรุงเทพมหานคร | (6) จังหวัดสงขลา |
| (2) จังหวัดภูเก็ต | (7) จังหวัดกระบี่ |
| (3) จังหวัดชลบุรี | (8) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ |
| (4) จังหวัดสุราษฎร์ธานี | (9) จังหวัดพังงา |
| (5) จังหวัดเชียงใหม่ | (10) จังหวัดเชียงราย |

ที่มา : นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2557 จำแนกตามจังหวัด กรมการท่องเที่ยว
ข้อมูล ณ วันที่ 28 เมษายน 2558

หมายเหตุ ทั้งนี้ ข้อกำหนดโครงการยกเว้นจังหวัดยะลา และนำจังหวัดเชียงรายขึ้นมาแทน เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาเลเซียเพียงกลุ่มเดียวและมีเหตุการณ์ความไม่สงบซึ่งอาจทำให้การเก็บข้อมูลไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยสำรวจจังหวัดละไม่น้อยกว่า 300 ตัวอย่าง รวมที่จัดเก็บจริง 3,019 ตัวอย่าง

1.2) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาดจำนวน 1 แห่ง คือ จังหวัดตราดเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีปริมาณมากพอสำหรับการจัดเก็บข้อมูล โดยสำรวจจำนวน 251 ตัวอย่าง

1.3) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 3 แห่ง คือ จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดเพชรบุรี โดยสำรวจจังหวัดละไม่น้อยกว่า 250 ตัวอย่าง รวมที่จัดเก็บจริง 764 ตัวอย่าง

ตารางที่ 2-1 จำนวนตัวอย่างสำรวจ ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนรวม 14 แหล่ง

จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-10	
1.1) กรุงเทพมหานคร	301
1.2) ภูเก็ต	300
1.3) ชลบุรี	303
1.4) สุราษฎร์ธานี	300
1.5) เชียงใหม่	315
1.6) สงขลา	300
1.7) กระบี่	300
1.8) ประจวบคีรีขันธ์	300
1.9) พังงา	300
1.10) เชียงราย	300
รวม	3,019
2) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาต	
2.1) ตราด	251
3) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว	
3.1) มุกดาหาร	259
3.2) นครราชสีมา	250
3.3) เพชรบุรี	255
รวม	764
รวมทั้งสิ้น	4,034

2.2.4 สํารวจจากด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-6 โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว และกำหนดจำนวน 2,012 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| 1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ | 4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา |
| 2) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต | 5) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย |
| 3) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง | 6) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ |

ที่มา : นักท่องเที่ยวต่างชาติ รายด้าน ปี 2557 สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและ
กรมการท่องเที่ยว ข้อมูล ณ วันที่ 28 เมษายน 2558

หมายเหตุ ทั้งนี้ ข้อกำหนดโครงการยกเว้นด่านอรัญประเทศ และนำด่านท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ขึ้นมาแทน เนื่องจากผู้เดินทางผ่านเข้าออกเป็นชาวกัมพูชาเพียงกลุ่มเดียวและเข้ามาค้าขายจึงไม่ถือเป็นนักท่องเที่ยว

โดยจำนวนตัวอย่างการสำรวจในแต่ละด้านจะพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางผ่านด่านที่สำรวจ ดังตารางที่ 2-2 และกำหนดให้กระจายตัวอย่างการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิซึ่งมีจำนวนการสำรวจทั้งสิ้น 1,241 ตัวอย่าง โดยสำรวจ 10 สัญชาติแรกตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว 10 สัญชาติแรกของปี 2557 ที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ รวมทั้งสิ้น 771 ตัวอย่าง และสำรวจสัญชาติอื่นๆ ที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิจำนวน 470 ตัวอย่าง (ตารางที่ 2-3) โดยมีแนวคิดการกระจายตัวอย่างตามแผนภาพที่ 2-1

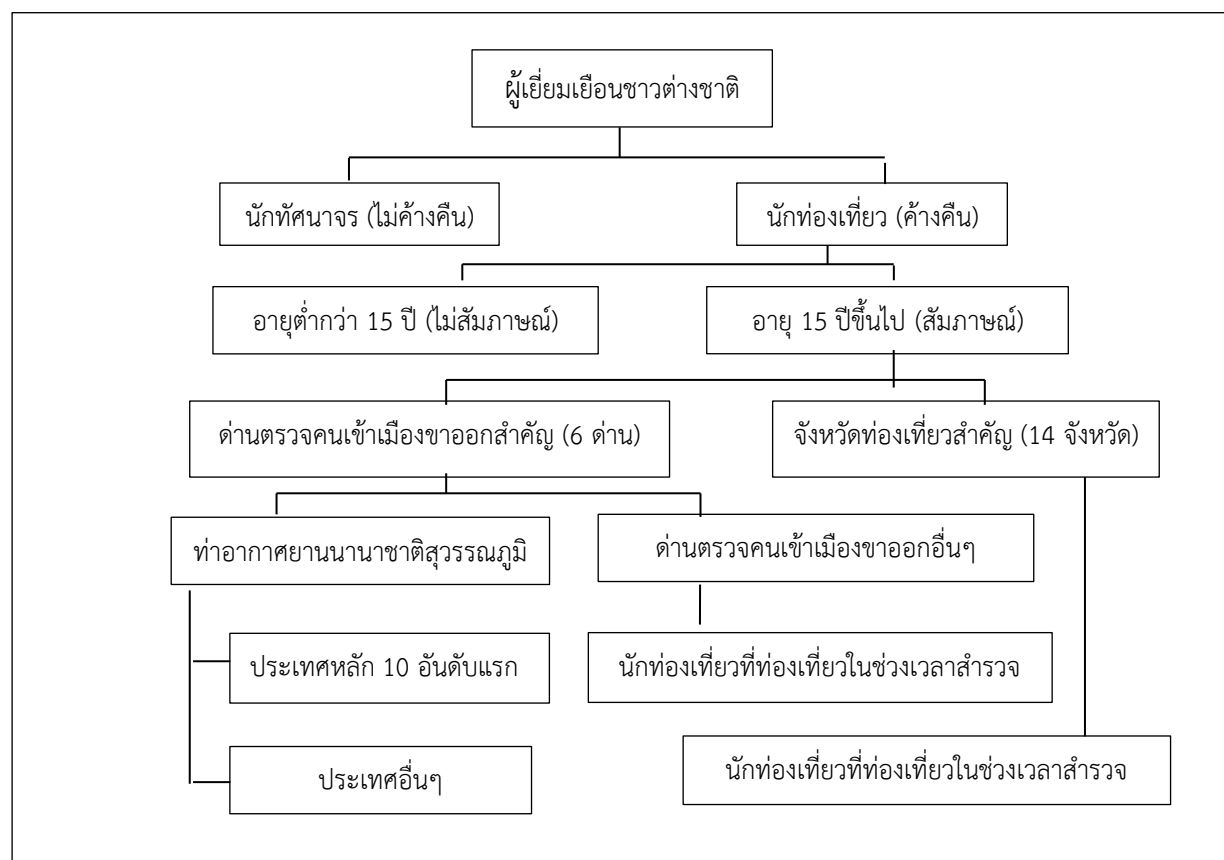
ตารางที่ 2-2 จำนวนตัวอย่างสำรวจ ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก

ด่าน	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
(1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	13,246,868	1,241
(2) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต	3,235,202	300
(3) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง	2,274,168	212
(4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเตา	1,356,843	126
(5) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	812,714	75
(6) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	616,514	58
รวม	21,542,309	2,012

ตารางที่ 2-3 จำนวนตัวอย่างสำรวจ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จำแนกตาม 10 สัญชาติแรก ที่เดินทางผ่านสุวรรณภูมิ ปี 2557

สัญชาติ	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
1) China	2,112,581	200
2) Japan	1,115,684	103
3) Russia	844,976	78
4) India	802,499	74
5) Korea	741,303	69
6) United Kingdom	639,928	60
7) USA	544,944	50
8) Germany	518,397	50
9) Singapore	479,280	45
10) France	451,785	42
รวม	8,251,377	771
อื่นๆ	5,056,925	470
รวมทั้งสิ้น	13,308,302	1,241

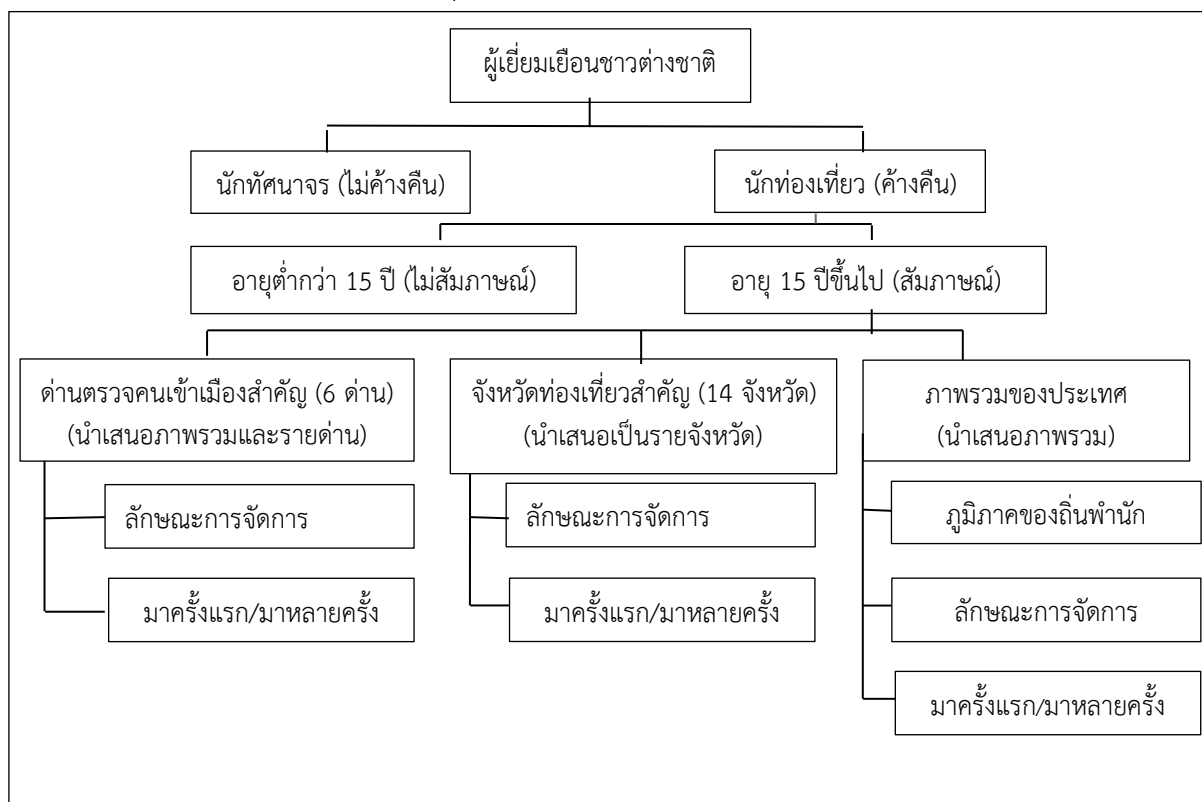
แผนภาพที่ 2-1 แนวคิดในการกระจายกลุ่มตัวอย่าง



2.3 ลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์ การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยร่วมกับคณะกรรมการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบผลการดำเนินงานโครงการฯ และเจ้าหน้าที่สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยลงพื้นที่ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 แห่ง ทั้งนี้ ที่ปรึกษาเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ดังกล่าวทั้งหมด

2.4 จัดทำรายงานผลการสำรวจทั้งในภาพรวม รายด้าน และแหล่งท่องเที่ยว โดยแยกปัจจัยการวิเคราะห์ตามปัจจัยประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ ช่วงอายุ และสัญชาติ ตลอดจนปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ โดยมีแนวคิดการจำแนกกลุ่มตัวอย่างดังแผนภาพที่ 2-2

แผนภาพที่ 2-2 แนวคิดในการจำแนกกลุ่มตัวอย่าง



2.5 จัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนำผลของการศึกษาทัศนคติความพึงพอใจ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 เพื่อนำมาเป็นฐานข้อมูลในการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติของนักท่องเที่ยวและประกอบการจัดทำเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยทั้งในระดับกระทรวงและประเทศ

2.6 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจและรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.6.1 สถานที่จัดประชุมในพื้นที่กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล

2.6.2 ระยะเวลาในการจัดประชุมไม่น้อยกว่า 1 วัน

2.6.3 สถานที่จัดประชุมต้องเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป

2.6.4 เชิญผู้เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า 50 คน อาทิ กลุ่มเป้าหมายจากส่วนราชการ และรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวง หน่วยงานราชการอื่น และองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ที่ต้องนำข้อมูลไปใช้เพื่อการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และการปรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และตามความต้องการของแต่ละพื้นที่

2.6.5 ที่ปรึกษาจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมสถานที่ประชุม เอกสารประกอบการประชุม ค่าวิทยากร อาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม รวมถึงค่าวัสดุอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดประชุม

2.7 จัดประชุมคณะกรรมการโครงการเพื่อติดตามผลการดำเนินงานโครงการฯ ทุกเดือนๆ ละ 1 ครั้ง รวม 5 ครั้ง

2.8 การสำรวจข้อมูล

(1) **เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล** การเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้แบบสำรวจที่ออกแบบสำหรับเก็บข้อมูลตามประเด็นที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ 6 ซึ่งครอบคลุมถึงการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแบบสำรวจดังกล่าวจะผ่านการพิจารณาร่วมกันระหว่างบริษัท ที่ปรึกษา กับ คณะกรรมการกำกับ ติดตามและตรวจสอบผลการดำเนินงานโครงการฯ และจะต้องผ่านการทดสอบและปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูลจะใช้เจ้าหน้าที่สัมภาษณ์แบบ Person-to-Person เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องสมบูรณ์

(2) **การสำรวจข้อมูลภาคสนาม** เพื่อให้การสำรวจข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถสำรวจข้อมูลแล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด จึงกำหนดแนวทางการดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนามไว้ดังนี้

(2.1) **การจัดทีมงาน** ในการสำรวจข้อมูลภาคสนามนั้น จะแบ่งพนักงานสำรวจออกเป็น 3 ทีม ๆ ละไม่น้อยกว่า 3 คน ประกอบด้วยหัวหน้าทีมสำรวจ 1 คน และพนักงานสำรวจ 2 คน ที่มีประสบการณ์การสำรวจด้านการท่องเที่ยว หัวหน้าทีมและพนักงานสำรวจจะต้องผ่านการอบรมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ และรายละเอียดเกี่ยวกับแบบสำรวจ

(2.2) **การบรรณาธิกรแบบสอบถามและการบันทึกข้อมูล** เพื่อให้แบบสำรวจที่ได้รับจากการสำรวจมีความถูกต้องสมบูรณ์ จึงกำหนดให้มีการบรรณาธิกรแบบสอบถามโดยนักวิจัย/นักสถิติที่มีประสบการณ์ด้านการสำรวจ แบบสอบถามที่ผ่านการบรรณาธิกรและถูกต้องเท่านั้น จึงจะนำไปบันทึกข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ สำหรับการบันทึกข้อมูลควบคุมการดำเนินการโดยนักสถิติและนักวิจัยที่มีประสบการณ์ด้านการสำรวจและบันทึกข้อมูล ซึ่งมีหน้าที่ในการจัดทำรายละเอียดรหัสข้อมูล คำอธิบายรหัส (Code Book/Data Dictionary) และตรวจสอบความถูกต้องของการบันทึก

(2.3) **การประมวลผลข้อมูล** แบบสำรวจที่บรรณาธิกรแล้ว จะนำมาบันทึกเข้าระบบโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ SPSS พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องก่อนทำการประมวลผล พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้นจึงทำการประมวลผล และจัดทำตารางข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ต่อไป ทั้งนี้การประมวลผลจะดำเนินการโดยนักสถิติที่มีประสบการณ์ด้านการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

(2.4) **การวิเคราะห์ข้อมูล** เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ เพื่อหาค่าต่าง ๆ เช่น ความสัมพันธ์ของค่าตัวแปรต่างๆ หาค่าเฉลี่ย สัดส่วน ร้อยละ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการจัดทำรายงานต่อไป

3. คำนิยามศัพท์เฉพาะ

3.1 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หมายถึง จุดที่ให้บริการนักท่องเที่ยวในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว สถานพักผ่อน ร้านอาหาร การเดินทาง ฯลฯ) รวมทั้งการให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยหลายหน่วยงาน เช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อุทยานแห่งชาติต่างๆ สนาบบิน แหล่งท่องเที่ยวสำคัญฯ เป็นต้น

3.2 ห้องน้ำสาธารณะ หมายถึง ห้องน้ำที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น อุทยานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ วัด เป็นต้น

3.3 สนาบบอล์ฟ หมายถึง สนาบบอล์ฟของภาคเอกชนที่ให้บริการกับบุคคลทั่วไป

4. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 150 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

แผนภาพที่ 2-3 แผนการดำเนินงาน

รายการ	วัน														
	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150
1) จัดทำรายงานขึ้นต้น (Inception Report)															
1.1) จัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และคู่มือการสำรวจ															
1.2) ปรับปรุง/จัดทำแบบสำรวจ ทัศนคติ...ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศไทย															
1.3) ส่งรายงานขึ้นต้น			★												
2) จัดทำรายงานฉบับกลาง (Interim Report)															
2.1) สำรวจข้อมูลภาคสนามจำนวน 6,000 ตัวอย่าง															
2.2) บรรณาธิกรแบบสำรวจ															
2.3) บันทึกข้อมูลจากแบบสำรวจ เข้าระบบ															
2.4) ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ ข้อมูล															
2.5) จัดทำร่างรายงานผลการสำรวจ															

แผนภาพที่ 2-3 แผนการดำเนินงาน

รายการ	วัน														
	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150
ทัศนคติความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศไทย															
2.6) ลงพื้นที่เพื่อติดตามและ สังเกตการณ์การสำรวจ ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ของทีมที่ปรึกษา ร่วมกับคณะกรรมการกำกับ ติดตามและตรวจสอบผลการ ดำเนินโครงการฯ															
2.7) จัดทำรายงานผลการลงพื้นที่ เพื่อติดตามและสังเกตการณ์ การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจและพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามพื้นที่เป้าหมาย															
2.8) จัดทำรูปแบบโครงสร้าง ฐานข้อมูล และรูปแบบรายงาน ของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศไทย															
2.9) ส่งรายงานฉบับกลาง													★		
3) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)															
3.1) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อนำเสนอผลการสำรวจ และรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง															
3.2) จัดทำรายงานผลการจัดประชุม เชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผล การสำรวจและรับฟัง ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ															

แผนภาพที่ 2-3 แผนการดำเนินงาน

รายการ	วัน															
	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150	
จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง																
3.3) จัดทำรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตั้งแต่ต้นจนจบตามที่บรรจุไว้ในข้อเสนอที่ได้รับ การปรับปรุงแก้ไขแล้ว โดยสมบูรณ์ตามความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง																
3.4) จัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ในรูปแบบที่สามารถเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้อย่างเหมาะสม																
3.5) ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์															★	
4) รายงานผลการจัดประชุมคณะทำงานโครงการเพื่อติดตามผลการดำเนินงานโครงการฯ ทุกๆ เดือนๆ ละ 1 ครั้ง รวม 5 ครั้ง																

หมายเหตุ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม แต่ไม่เกินกรอบระยะเวลาในการส่งมอบงานตามข้อ 9

บทที่ 3

ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ส่วนที่ 3.1

ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ภาพรวมประเทศไทย

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวมประเทศไทย ดำเนินการสำรวจใน 14 จังหวัด โดยเป็นจังหวัดที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมาก 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี สงขลา และพังงา จังหวัดที่เป็นตัวแทนของ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด จำนวน 1 จังหวัด คือ ตราด จังหวัดที่เป็นตัวแทนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอีสานใต้ จำนวน 1 จังหวัด คือ นครราชสีมา จังหวัดที่เป็นตัวแทนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก จำนวน 1 จังหวัด คือ เพชรบุรี และจังหวัดที่เป็นตัวแทนเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง 1 จังหวัด คือ มุกดาหาร นอกจากนี้ยังดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก จำนวน 6 ด่าน ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา และด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย โดยดำเนินการสำรวจระหว่างวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 ถึงวันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2558 สามารถเก็บรวบรวมตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทั้งสิ้นจำนวน 6,046 ตัวอย่าง ผลสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 6,046 ราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 50.7 ต่อ ร้อยละ 49.3) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 43.2) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.6) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นนักวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 31.3) และมีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับปานกลาง ระหว่าง 20,000-40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ มากที่สุด (ร้อยละ 34.5) ส่วนกลุ่มที่มีรายได้อยู่ในเกณฑ์สูง ตั้งแต่ 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ขึ้นไปมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 22.2) ประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.5) เดินทางมาจากภูมิภาคเอเชีย (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก) สอดคล้องกับผลสำรวจสถิติของประเทศ และแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทยโดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินระดับปานกลาง และเป็นนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short haul) จากภูมิภาคเอเชียด้วยกัน การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยรวมควรเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักเหล่านี้ และคำนึงถึงคุณค่าเงิน (Value for money) รวมทั้งการใช้ช่องทางสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในบริบทที่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการทำงานและการดำรงชีพ นอกจากนี้ควรดำเนินการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มควบคู่กันไป เช่น กลุ่มรายได้สูง ที่พบว่ามีประมาณร้อยละ 22.2 ซึ่งแม้ไม่มากนัก แต่ก็กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เป็นต้น โดยควรดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงลึกเฉพาะกลุ่มเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการ และการตลาด ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

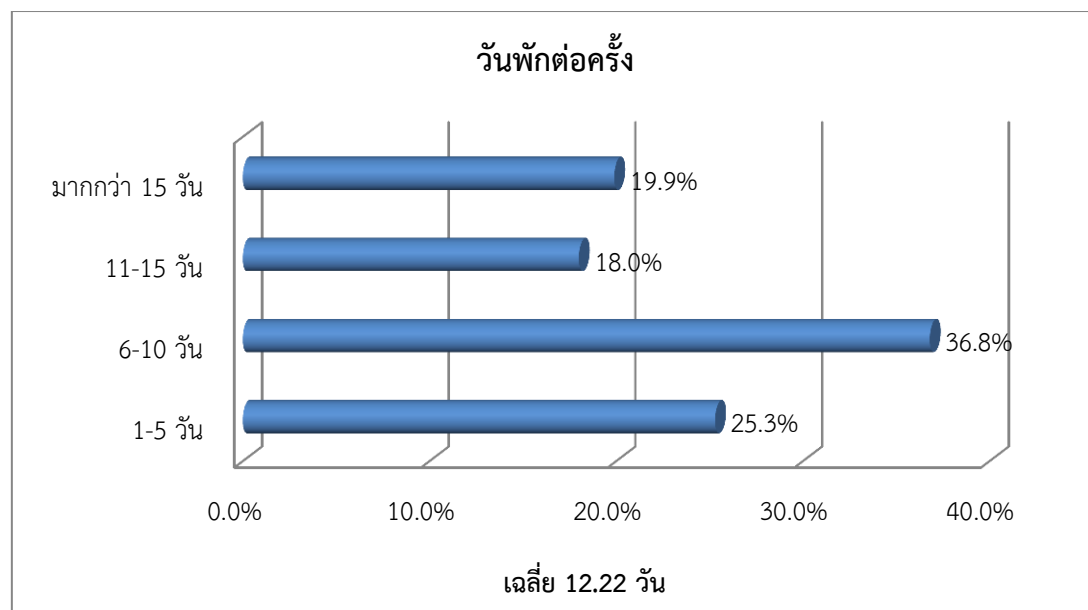
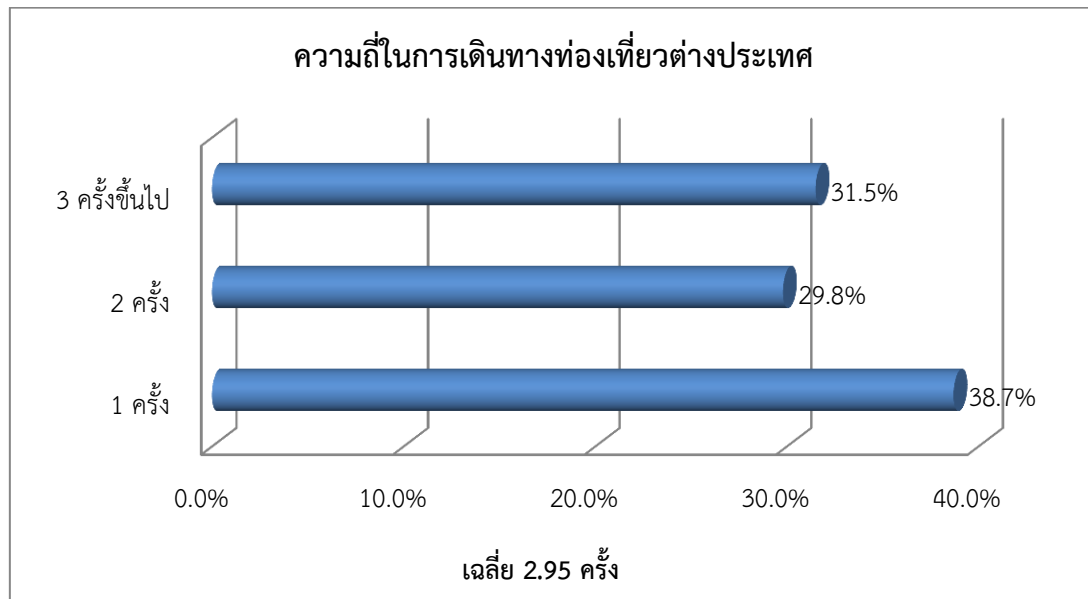
2. ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย (Motivation)

2.1 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 2.95 ครั้ง โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงถึงประมาณ 1 ใน 3 ที่เดินทางต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 3 ครั้งขึ้นไป (แผนภูมิที่ 3.1-1) แสดงให้เห็นว่าประมาณ 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยว จึงควรมีมาตรการกระตุ้นการกลับมาท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการสร้างความประทับใจจากสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันจัดทำโปรแกรมบัตรสมาชิก Thailand Member Card ที่ให้สิทธิพิเศษด้านส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การได้รับการอำนวยความสะดวกในการเข้าออกตามด่านตรวจคนเข้าเมืองผ่านทางช่องทางพิเศษ (Fast Lane) เป็นต้น

ในด้านจำนวนวันพักเฉลี่ยนั้นพบว่ากลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีวันพักเฉลี่ย 12.22 วัน/ครั้ง (แผนภูมิที่ 3-1) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของการสำรวจสถิติท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวซึ่งมีวันพักเฉลี่ยประมาณ 9.83 วัน เนื่องจากช่วงเวลาการสำรวจที่แตกต่างกัน และพบว่ามากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 62.1) มีวันพักเฉลี่ยไม่เกิน 10 วัน ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short Haul) ที่ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมากนัก ประกอบกับกลุ่มที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางจึงต้องควบคุมงบประมาณการใช้จ่าย และเป็นกลุ่มที่อยู่ในวันทำงานที่ไม่สามารถหยุดพักระยะนานๆ เหมือนในประเทศทางตะวันตก ดังนั้น สิ่งที่ควรดำเนินการคือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ เพื่อให้เกิดการใช้จ่ายให้มากขึ้นภายในระยะเวลาที่จำกัด เช่น การจัดเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวที่ประหยัดเวลาเดินทาง และนำเสนอผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ หรือ Application แนะนำการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถระบุวัตถุประสงค์ เจือปนไขความต้องการ งบประมาณ เวลา สถานที่ที่เคยไปมาแล้ว เป็นต้น และให้ระบบสามารถเสนอแนะเส้นทางท่องเที่ยวให้เลือกเมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเส้นทางท่องเที่ยวใด ก็สามารถ Link ไปยัง Website ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการเดินทาง เป็นต้น โดยเป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างหน่วยงานในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และภาคเอกชน

แผนภูมิที่ 3.1-1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

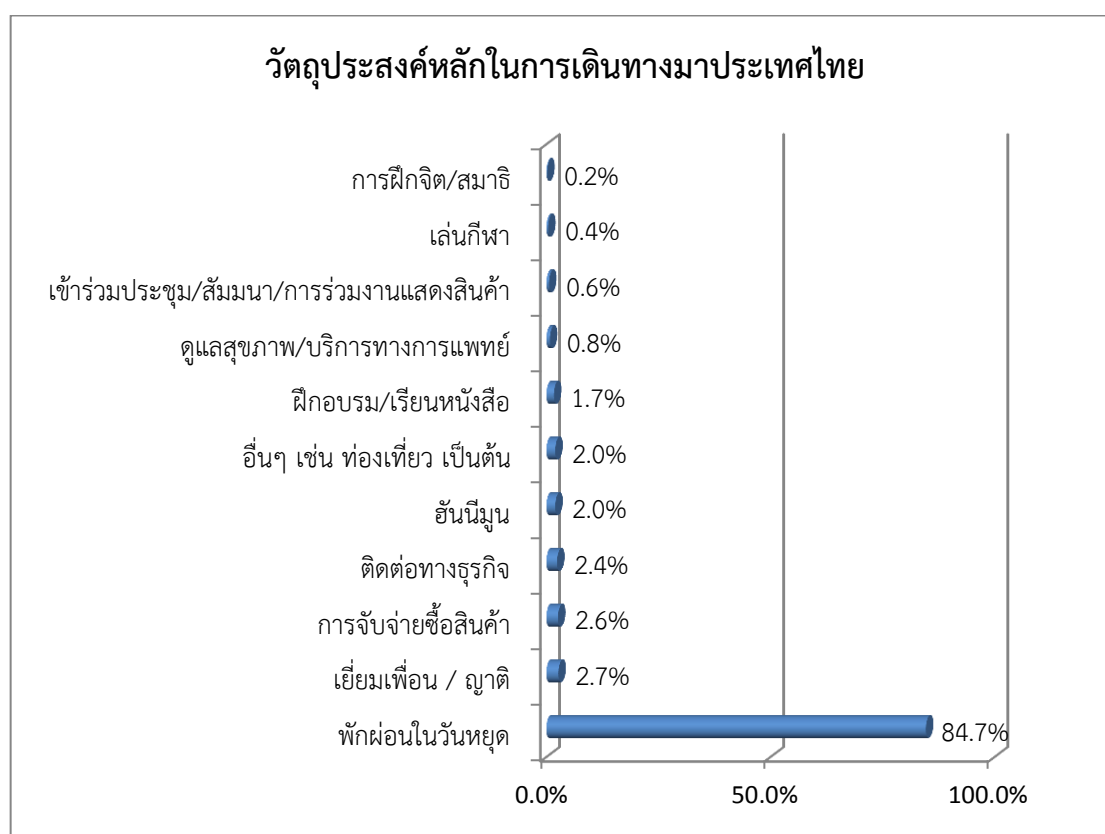


2.2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยมีหลากหลายวัตถุประสงค์ แต่ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.7) เพื่อพักผ่อนในวันหยุด (แผนภูมิที่ 3.1-2) ซึ่งสอดคล้องกับการตรวจสอบสภานักท่องเที่ยวของ กรมการท่องเที่ยว ดังนั้น กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับทางราชการ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง ควรดำเนินการในรูปแบบที่สร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว เช่น การบริการตรวจคนเข้าเมืองด้วยความสะดวกรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสในการบริการ และ ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ การตกแต่งสถานที่ให้เข้ากับฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น สำหรับนักท่องเที่ยวที่มี

วัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น บริการทางการแพทย์/บริการสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งแม้จะมีสัดส่วนน้อย แต่เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถช่วยขยายตลาดนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับกระแสความต้องการของคนในปัจจุบันที่ห่วงใยด้านสุขภาพ ประกอบกับประเทศไทยมีจุดแข็งด้านบริการด้านการแพทย์และบริการเชิงสุขภาพ และเป็นหนึ่งในประเด็นการพัฒนาของยุทธศาสตร์พัฒนาสินค้าและบริการ ภายใต้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560 ดังนั้นจึงควรศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดที่มีศักยภาพสูง เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง ประเทศจีน เป็นต้น เพื่อสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการแพทย์และเชิงสุขภาพ และจัดกิจกรรมการตลาดที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเฉพาะนี้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

แผนภูมิที่ 3.1-2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

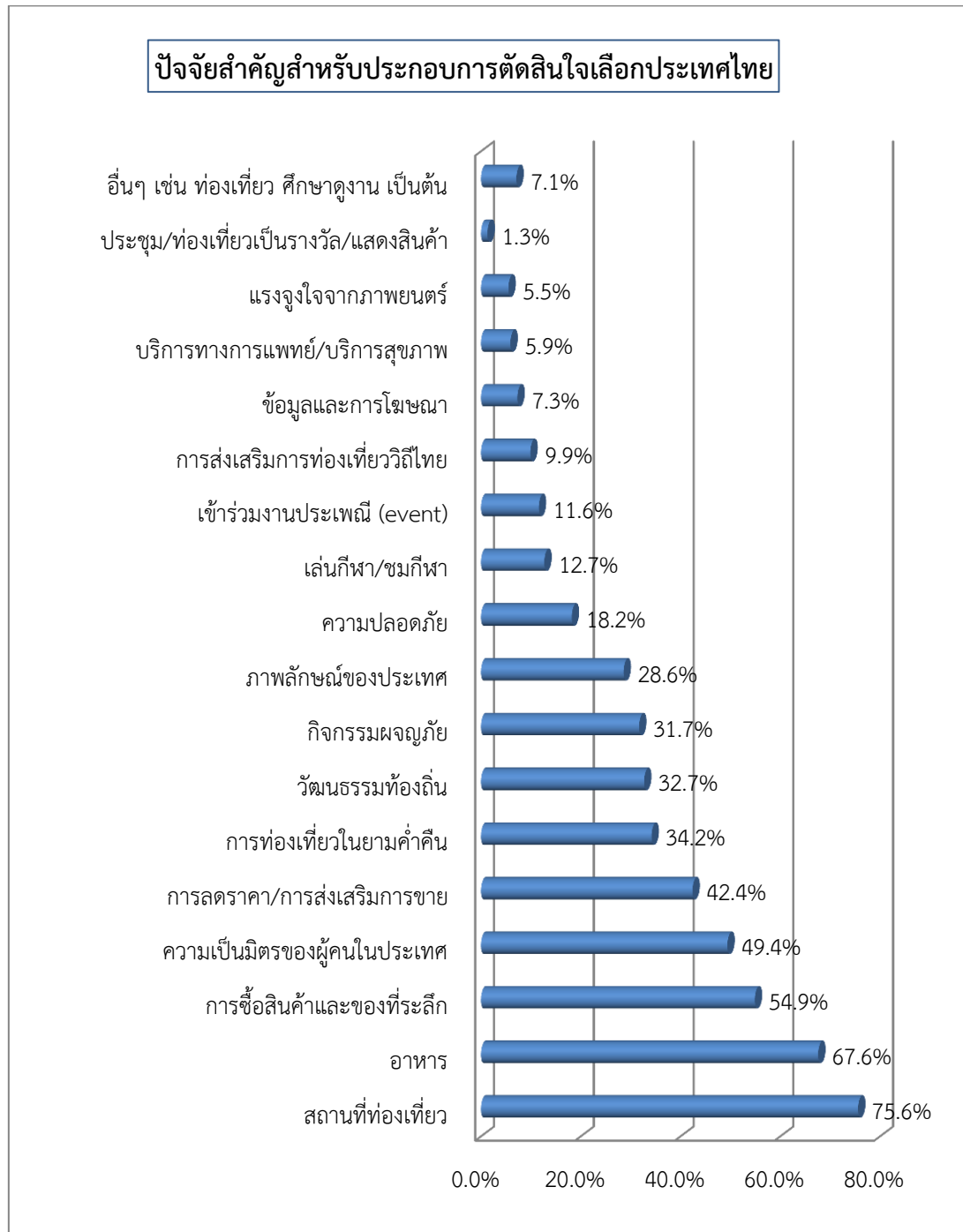


2.3 ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมีหลากหลาย โดยปัจจัยสำคัญที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (Shopping) ส่วนปัจจัยระดับรองๆ ลงมาที่มีความสำคัญ ได้แก่ ความเป็นมิตรของผู้คนในประเทศ การลดราคา/การส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยวในยามค่ำคืน วัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมผจญภัย และภาพลักษณ์ของประเทศ (แผนภูมิที่ 3.1-3)

สามปัจจัยแรกซึ่งได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก นั้น ถือว่าประเทศไทยมีจุดแข็งทั้ง 3 ด้าน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพบว่าแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความเปราะบาง เช่น ปะการังใต้ทะเล เป็นต้น มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวจำนวนมากเกินกว่ากำลังความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ซึ่งเกิดจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร มุ่งแต่แสวงหากำไรโดยไม่คำนึงถึงความเสี่ยง ในขณะที่ยังขาดจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนจะต้องร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรักษาจุดแข็งเหล่านี้ให้ยั่งยืนตลอดไป โดยเน้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมากขึ้น และการพัฒนาระบบสำหรับติดตามจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตาม Carrying Capacity โดยจัดตั้งหน่วยงานอิสระเพื่อทำหน้าที่ติดตามสำหรับด้านอาหารนั้นประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านรสชาติและความหลากหลาย มีร้านอาหารไทยในต่างประเทศจำนวนมาก อาหารหลายประเภทมีชื่อเสียงระดับโลก เช่น ต้มยำกุ้ง เป็นต้น เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ อย่างไรก็ตามจากการสำรวจพบว่ายังมีปัญหาด้านความสะอาดและราคาที่สูงเกินจริง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องร่วมมือกับภาคเอกชนในการควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานของกฎหมาย ในขณะที่ในด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก หรือ Shopping นั้นแม้ประเทศไทยมีความหลากหลายทั้งด้านชนิด คุณภาพ และราคา รวมทั้งมีสินค้า OTOP กระจายอยู่ทั่วประเทศ ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อได้ตามความสนใจ อย่างไรก็ตามจากการสำรวจพบว่ายังมีปัญหาด้านการหลอกลวงขายสินค้าในราคาเกินจริง สินค้าไม่มีคุณภาพ และมีปัญหาด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ จึงจำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น สำหรับปัจจัยอื่นๆ แม้จะมีความสำคัญรองลงมา แต่ก็มีความสำคัญทั้งสิ้น จำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องหารือกับภาคเอกชนในการพัฒนาปัจจัยเหล่านี้ให้สามารถกระตุ้นการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

แผนภูมิที่ 3.1-3 ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว

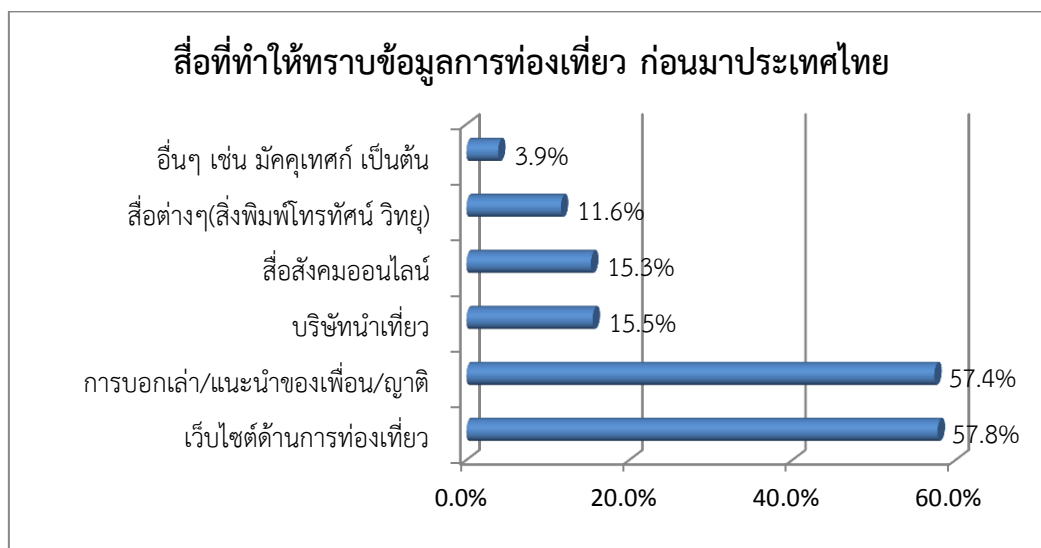


2.4 สื่อที่ใช้หาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

2.4.1 สื่อที่ทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารก่อนการเดินทางมาประเทศไทย

สื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในช่วงก่อนมาประเทศไทยนั้นมีหลากหลาย แต่มี 2 สื่อที่สำคัญที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวและสื่อบุคคล ได้แก่ การบอกเล่า/การแนะนำของเพื่อน/ญาติ (แผนภูมิที่ 3.1-4) โดยสื่อเว็บไซต์นั้นเป็นผลจากการพัฒนาด้านอินเทอร์เน็ตและความก้าวหน้าของการสื่อสารผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น IPAD และ Smart Phone เป็นต้น รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการเอกชนให้ความสนใจในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์และบริการต่างๆ รวมทั้งสามารถซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยสื่อประเภทนี้จะยังคงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นอีกจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและความนิยมของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจำเป็นต้องพัฒนาระบบการให้ข้อมูลข่าวสารและซื้อขายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพและดึงดูด โดยให้มีหลากหลายภาษา ทั้งนี้ภาครัฐควรมีมาตรการกระตุ้นให้ภาคเอกชนพัฒนาบริการทางอินเทอร์เน็ต เช่น ให้สามารถนำค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบทางอินเทอร์เน็ตหักภาษีได้ 2 เท่า เป็นต้น สำหรับสื่อบุคคลที่มีการบอกต่อนั้นถือว่าเป็นสื่อที่ประหยัดที่สุด ไม่ต้องลงทุนใดๆ อย่างไรก็ตาม การบอกต่อของนักท่องเที่ยวจะต้องเกิดจากความประทับใจในบริการที่ได้รับ จึงมีการแนะนำต่อให้เพื่อน ญาติ และคนรู้จักมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีการบอกต่อกันเป็นทอดๆ ในทางกลับกัน หากนักท่องเที่ยวไม่ประทับใจหรือไม่พึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยว ก็จะบอกต่อในด้านลบ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ย้าย ยิน แต่ไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่มาประเทศไทย ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการให้บริการอย่างมีคุณภาพเพื่อสร้างความประทับใจ ไม่ควรคิดว่านักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาแล้วอีกนานจึงจะกลับมาอีกหรืออาจไม่กลับมาอีกเลย จึงต้องแสวงหาประโยชน์ให้มากที่สุด ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ผิดและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว นอกจากนี้ควรพัฒนาช่องทางที่สะดวก เช่น Application ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ร้องเรียนกรณีเกิดความไม่พึงพอใจ และมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ประทับใจแสดงออก โดยการให้นักท่องเที่ยวที่ประทับใจส่งประเด็นความประทับใจเพื่อชิงรางวัล และให้มีการ Link ไปยังเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

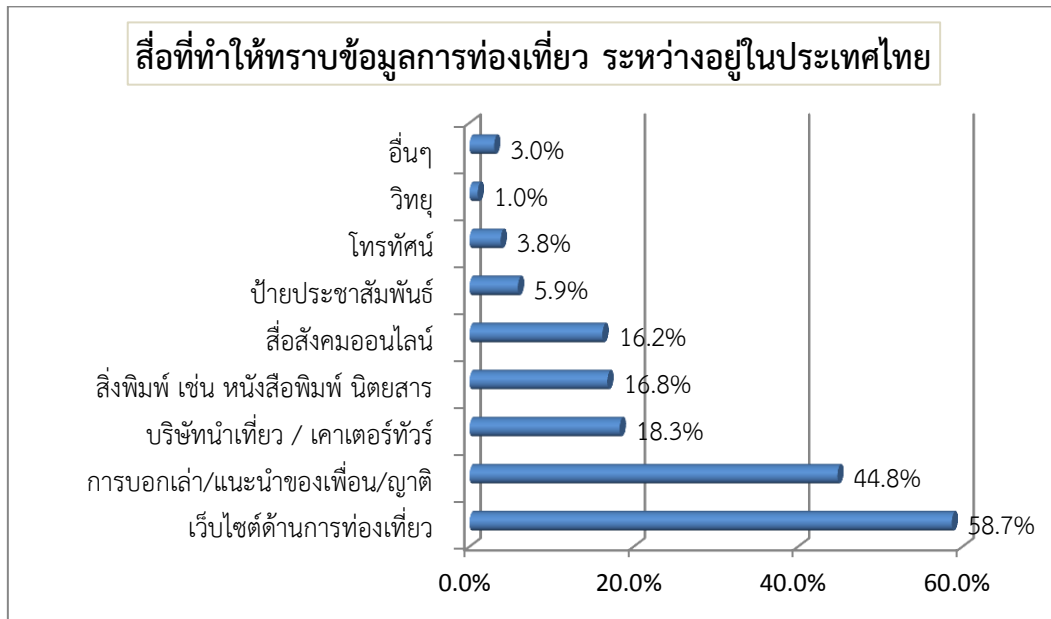
แผนภูมิที่ 3.1-4 ประเภทสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทย



2.4.2 สื่อที่ทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

สื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีหลากหลาย แต่ที่สำคัญที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว และสื่อบุคคล ได้แก่ การบอกเล่า/การแนะนำของเพื่อน/ญาติ ซึ่งตรงกับสื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่าสื่ออื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว / เคาเตอร์ทัวร์ สิ่งพิมพ์ และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น (แผนภูมิที่ 3.1-5) โดยที่การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยว และมีการใช้บริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น และการรับรู้ข้อมูลที่มากขึ้นยังสามารถช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก เช่น การรับรู้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น ก็ทำให้เกิดความสนใจกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง รวมทั้งการแนะนำบอกต่อ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการภาคเอกชน ด้านการท่องเที่ยวจึงควรให้ความสำคัญกับส่งเสริมการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อประโยชน์การท่องเที่ยวครั้งต่อไป และหาช่องทางสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเหล่านี้ภายหลังการเดินทางกลับประเทศแล้ว เช่น การส่ง e-Mail แจ้งข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้กลับมาท่องเที่ยวอีก เป็นต้น

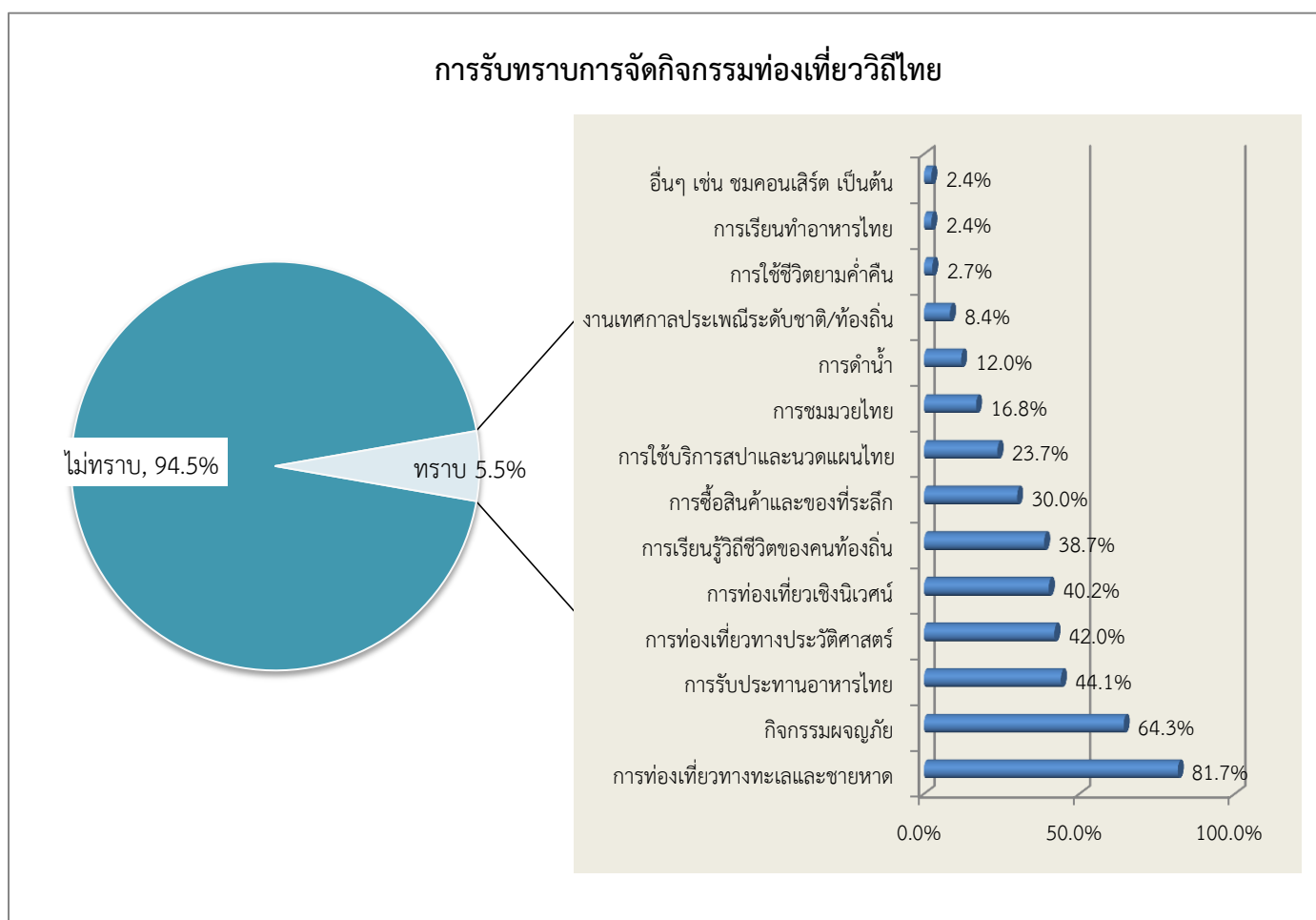
แผนภูมิที่ 3.1-5 สื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในระหว่างอยู่ในประเทศไทย



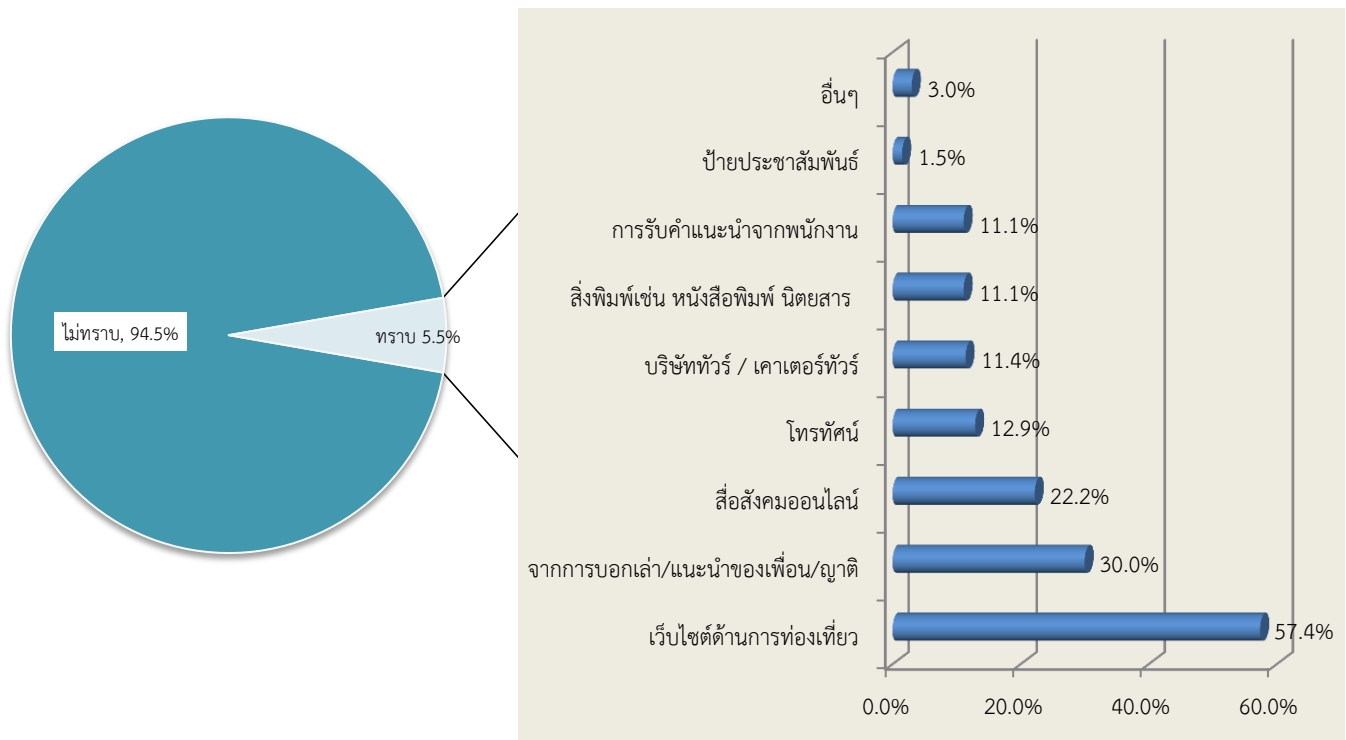
3. การรับทราบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทย

นักท่องเที่ยวร้อยละ 5.5 ทราบว่าประเทศไทยจัด Campaign ท่องเที่ยววิถีไทย การท่องเที่ยววิถีไทยเป็น Campaign ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการในปี พ.ศ. 2558 เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยนำวิถีไทยมาเป็นจุดขาย โดยการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ที่กว้างและหลากหลาย ทั้งในด้านวิถีชีวิต กิจกรรมผจญภัย วัฒนธรรม การแสดง ศิลปวัฒนธรรม มหัตศรัยธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกให้เหมาะสมกับความชอบของตนเอง ซึ่งจากการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติในครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 94.5) ไม่ทราบว่าเป็นประเทศไทยจัด Campaign ท่องเที่ยววิถีไทย มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 5.5) ที่ทราบ โดยทราบจากเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 57.4) (แผนภูมิที่ 3.1-6) และในกลุ่มที่ทราบได้เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวชายทะเลและชายหาดมากที่สุด (ร้อยละ 81.7) รองลงมาเป็นกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 64.3) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 44.1) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 42.0) ฯลฯ (แผนภูมิที่ 3.1-6) สะท้อนให้เห็นว่า การกระตุ้นการท่องเที่ยวผ่าน Campaign ท่องเที่ยววิถีไทย ยังไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควร จึงจำเป็นต้องประเมินผลเชิงลึกต่อไป

แผนภูมิที่ 3.1-6 การรับทราบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



การรับทราบจากสื่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทย



4. การเดินทางมาประเทศไทย

4.1 รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทย

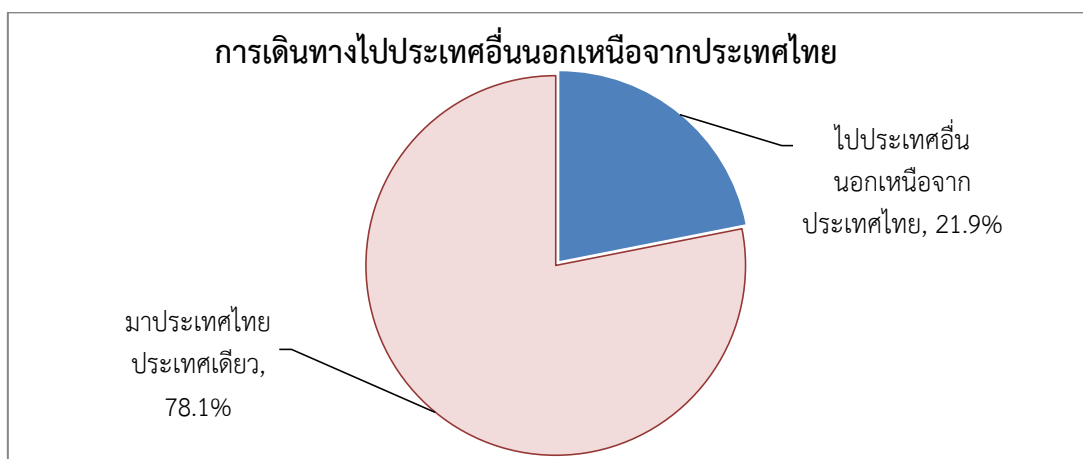
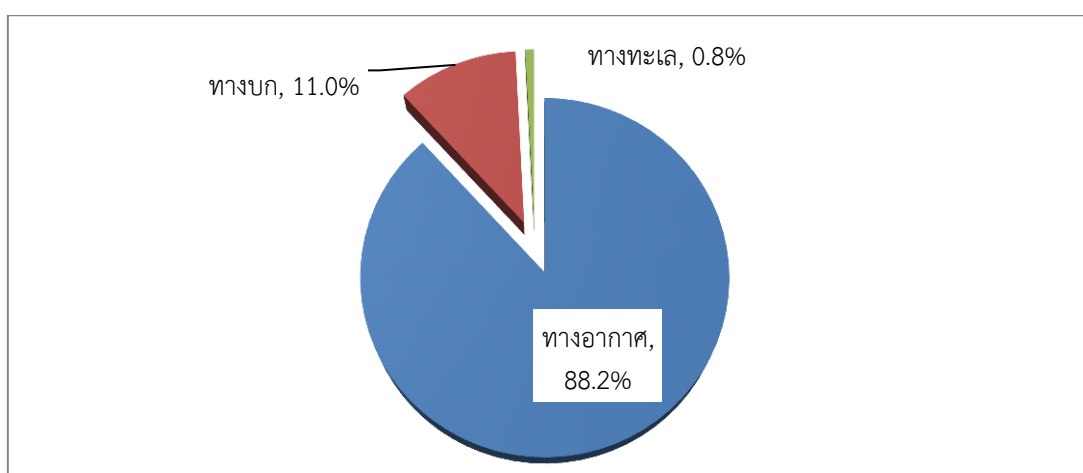
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 88.2 เดินทางมาประเทศไทยทางอากาศ การเดินทางมาประเทศไทยสามารถเดินทางมาได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ ทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.2) เดินทางมาประเทศไทยทางอากาศ (แผนภูมิที่ 3.1-7) เนื่องจากประเทศไทยมีสนามบินนานาชาติอยู่ในทุกภูมิภาค และสนามบินเหล่านี้มีเส้นทางการบินเชื่อมกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคทั้งระยะสั้นและระยะไกลจำนวนมาก ประกอบกับมีสายการบิน Low Cost จำนวนมาก ทั้งของประเทศไทย และต่างประเทศ ทำให้การเดินทางโดยเครื่องบินสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ส่งผลให้ความต้องการในการเดินทางโดยทางอากาศมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก และแม้ในปัจจุบันสนามบินนานาชาติหลัก ๆ ในประเทศไทยยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาจากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งกรมการท่องเที่ยวคาดว่าจะมีจำนวน 35 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2559 และ จำนวน 67.1 ล้านคน ในปี 2560 ก็ยิ่งจะทำให้สนามบินนานาชาติที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งรัดการขยายสนามบินนานาชาติหลักๆ ในปัจจุบันให้สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นให้แล้วเสร็จโดยเร็ว รวมถึงการพัฒนาสนามบินนานาชาติแห่งใหม่ในภูมิภาคให้เป็นสนามบินนานาชาติที่ทันสมัย เช่น สนามบินอุตะเถา สนามบินนานาชาติจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคต่างๆ ให้มากขึ้น รวมทั้งการเชื่อมต่อระหว่างท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา ด้วยรถไฟความเร็วสูง เพื่อรองรับการขยายตัวการเดินทางทางอากาศและกระจายความเสี่ยงในการเดินทางทางอากาศให้ไม่ต้องพึ่งพาสสนามบินหลักสนามบินใดสนามบินหนึ่งเท่านั้น

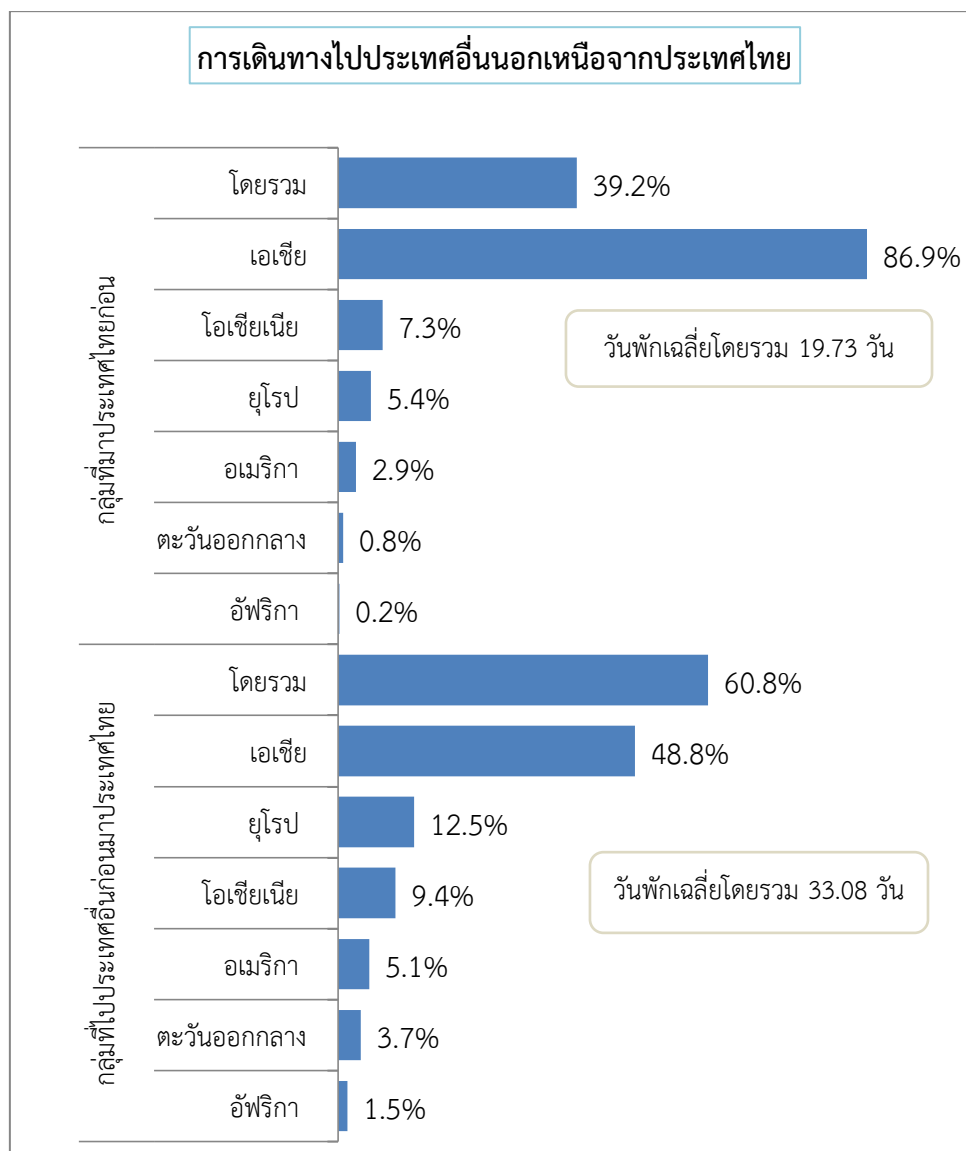
สำหรับในด้านการเดินทางทางบกนั้น แม้จากการสำรวจพบว่ามีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 11 เท่านั้นที่เดินทางมาประเทศไทยโดยทางบก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ มาเลเซีย กัมพูชา และลาว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเส้นทางคมนาคมทางบกในภูมิภาคอินโดจีนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการสร้างเส้นทางถนนใหม่ๆ การปรับปรุงขยายถนน รวมทั้งการสร้างรถไฟความเร็วสูง ดังนั้นในอนาคตการเดินทางทางบกจะทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น และเป็นช่องทางที่ประเทศในภูมิภาคเอเชียอื่นๆ เช่น จีน เวียดนาม เป็นต้น เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาเชิงลึกเพื่อรองรับการขยายตัวการเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์และรถไฟ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดกับประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยร้อยละ 78.1 เดินทางมาประเทศไทยเพียงประเทศเดียว นักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมเดินทางท่องเที่ยวหลายประเทศพร้อมกัน เนื่องจากความสะดวกในการเดินทางระหว่างประเทศ และต้องการหาประสบการณ์ที่หลากหลายในการเดินทางคราวเดียว อย่างไรก็ตามจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.1) เดินทางมาประเทศไทยเพียงประเทศเดียว โดยมีประมาณ 1 ใน 5 (ร้อยละ 21.9) ที่เดินทางไปหลายประเทศในคราวเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นประเทศในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์

เวียดนาม ลาว กัมพูชา และพม่า โดยกลุ่มที่ไปประเทศอื่นก่อนมาประเทศไทยมีสัดส่วนมากกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยก่อนแล้วเดินทางไปประเทศอื่นต่อ (ร้อยละ 60.8 ต่อร้อยละ 39.2 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 3.1-7) ดังนั้นผู้ประกอบการภาคเอกชนจึงควรสร้างเครือข่ายการส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้บริษัทนำเที่ยวไทยขยายการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านเพื่อสร้างความได้เปรียบในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวหลายประเทศในคราวเดียวกัน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการภาคเอกชนควรร่วมมือการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพักในประเทศไทยนานขึ้นและใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้น

แผนภูมิที่ 3.1-7 รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



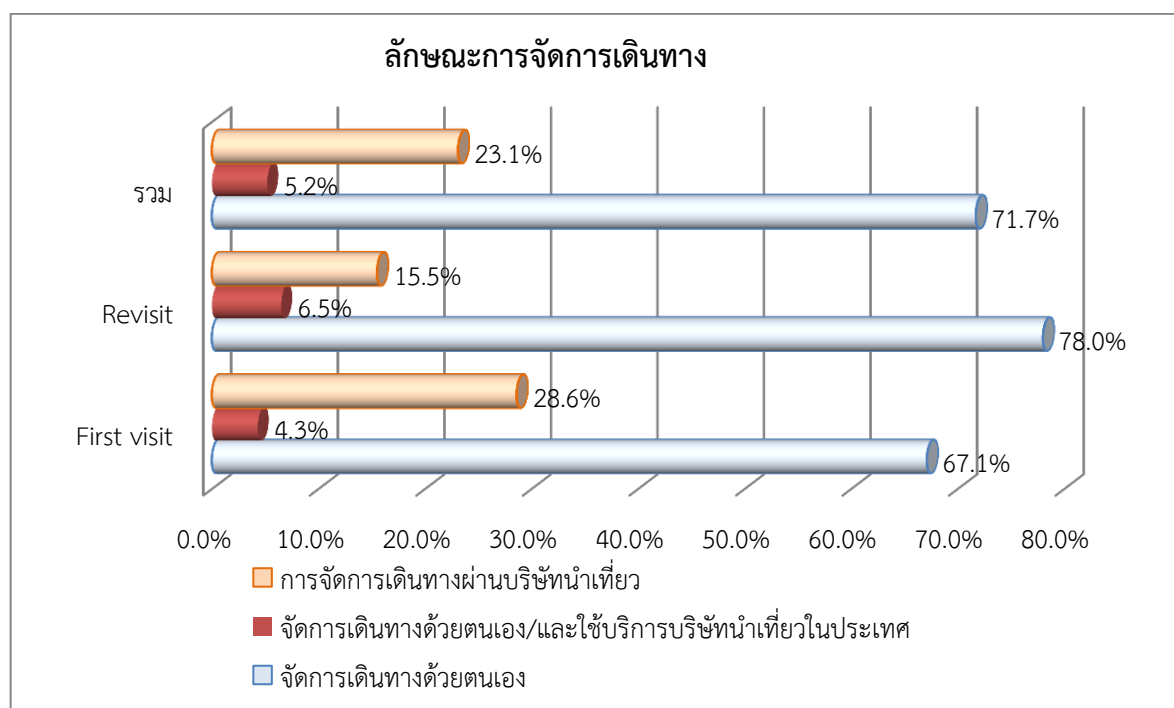


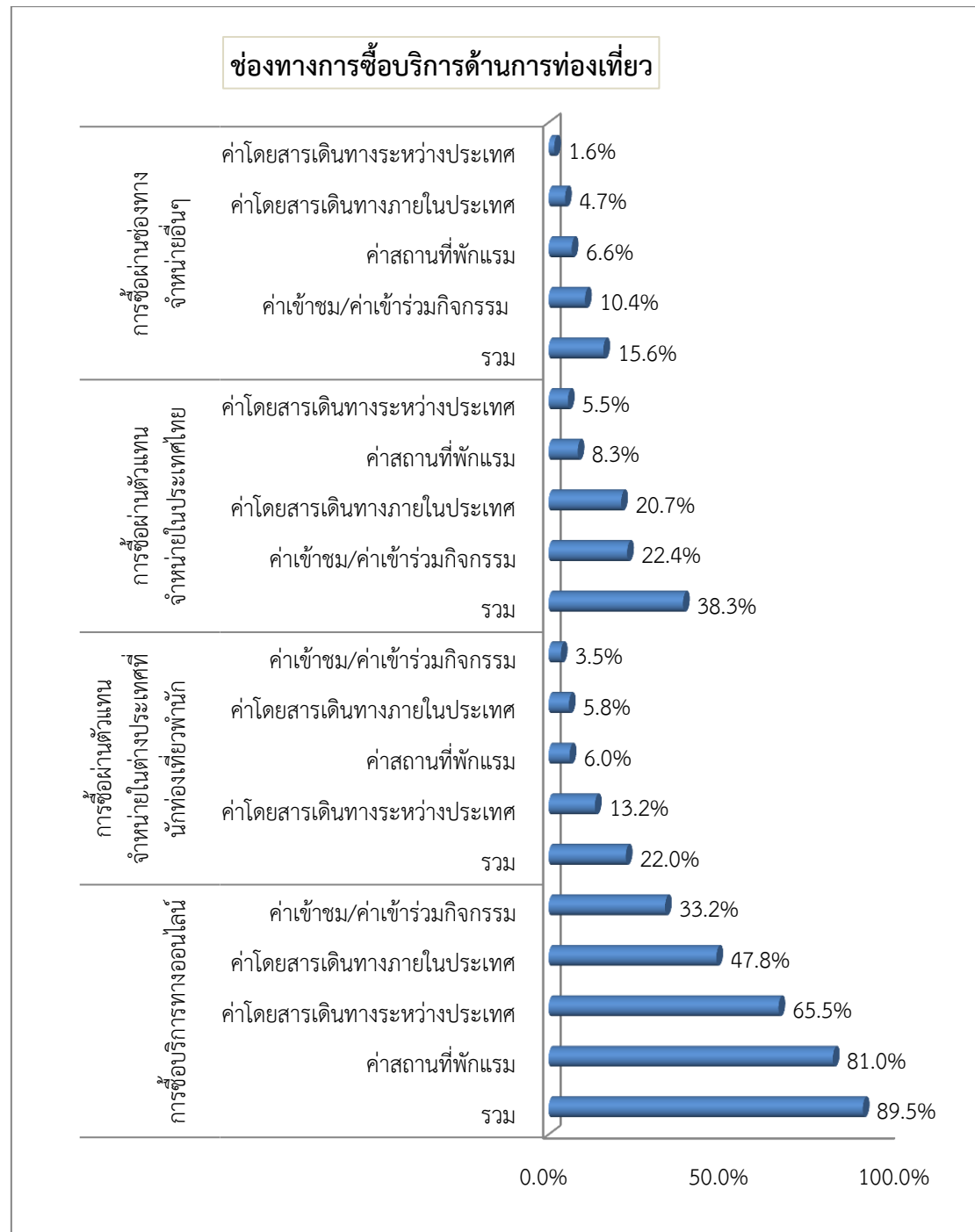
4.2 ลักษณะการจัดการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 71.7 นิยมจัดการเดินทางด้วยตนเอง โดยกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยจะมีสัดส่วนกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองสูงกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก ลักษณะการจัดการเดินทางมาประเทศไทยในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ การจัดการเดินทางด้วยตนเอง การจัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบางส่วนจากบริษัทนำเที่ยวในประเทศ และจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.7) นิยมจัดการเดินทางด้วยตนเอง (แผนภูมิที่ 3.1-8) โดยเฉพาะกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยจะมีสัดส่วนกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองสูงกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก (ร้อยละ 78.0 ต่อ ร้อยละ 67.1) เนื่องจากมีความคุ้นเคยและมั่นใจในการเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น การที่สัดส่วนกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองสูงนั้น เนื่องจากสามารถเลือกซื้อบริการได้ตามความต้องการในราคาประหยัดกว่าการจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว อีกทั้งการจองตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก การจองสถานที่ท่องเที่ยว และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สามารถดำเนินการได้สะดวก

ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือทางออนไลน์ แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการจัดการเดินทาง โดยเป็นการจองสถานที่พักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 81.0) นอกจากนี้เป็นการจองตั๋วเครื่องบินระหว่างประเทศ และในประเทศ จองตั๋วเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ฯลฯ ดังนั้น ผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องพัฒนาการให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถจองซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะต้องมีหลากหลายภาษาเพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวในหลากหลายประเทศ และจะต้อง Link กับเว็บไซต์อื่นๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมการหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดฝึกอบรมการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตแก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยไม่คิดค่าฝึกอบรมหรือคิดในอัตราต่ำ เพื่อส่งเสริมการให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ จากการที่ความต้องการใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยวลดลง บริษัทนำเที่ยวจึงจำเป็นต้องปรับตัว โดยเน้นการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และต้องการใช้บริการบางส่วนผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งแม้ปัจจุบันสัดส่วนจะยังไม่มากนัก แต่ก็สามารถขยายตัวได้ รวมทั้งบริษัทนำเที่ยวจะต้องพัฒนาให้มีคุณภาพ อันจะนำมาซึ่งการแนะนำต่อ ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการขยายบริการให้ยั่งยืน

แผนภูมิที่ 3.1-8 ลักษณะการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามการเคยมารประเทศไทย

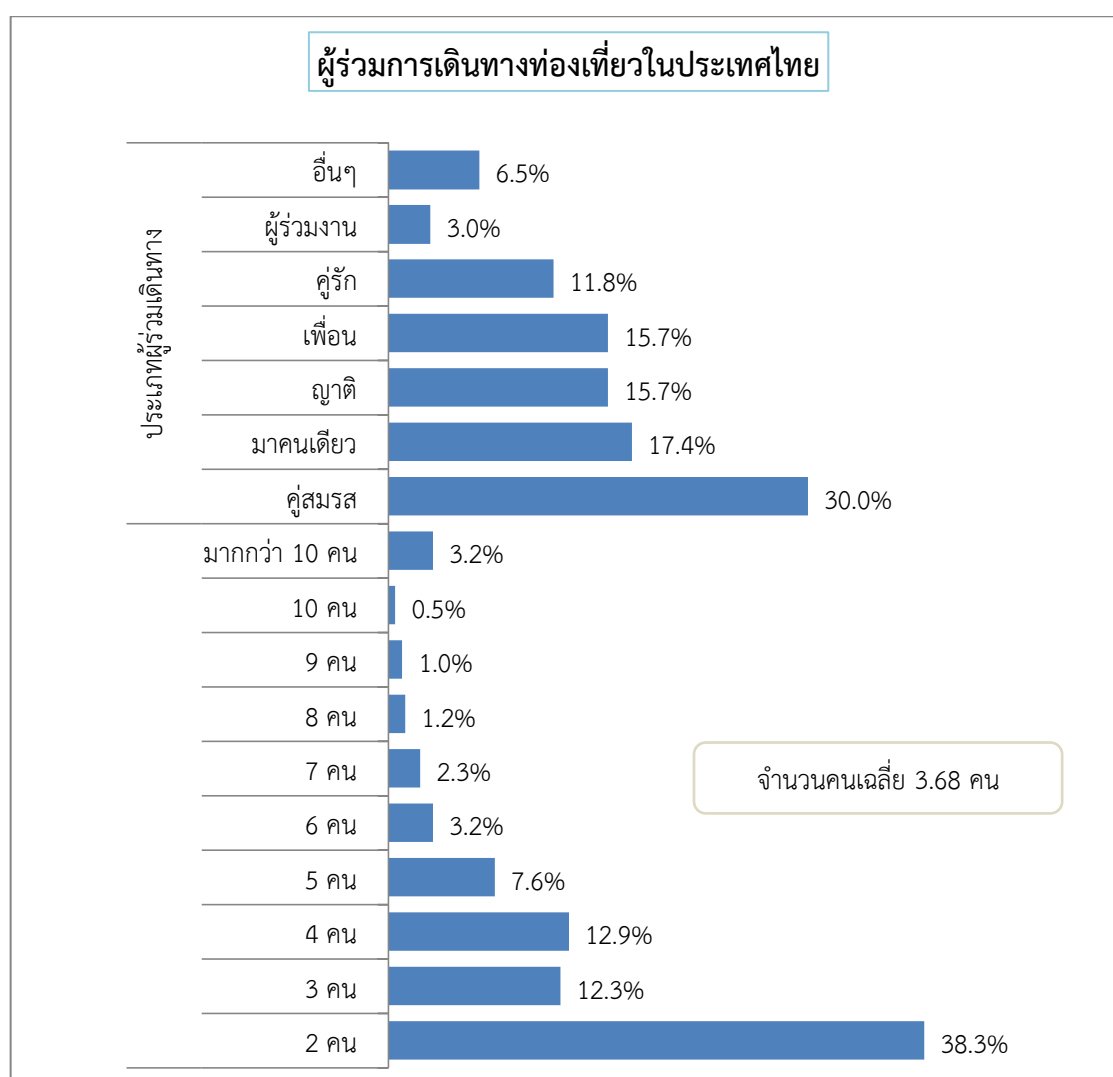




4.3 จำนวน/ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว นิยมเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เฉลี่ยมีผู้ร่วมเดินทาง 3.68 คน โดยสัดส่วนกลุ่มที่เดินทาง 2 คน มีมากที่สุด (ร้อยละ 38.3) และผู้ร่วมเดินทางที่มีสัดส่วนสูงสุด ได้แก่ คู่สมรส (ร้อยละ 30.0) รองลงมา ได้แก่ ญาติ เพื่อน และคู่รัก นอกจากนี้พบว่าผู้เดินทางคนเดียวร้อยละ 17.4 (แผนภูมิที่ 3.1-9) ผลการสำรวจดังกล่าวเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการขายบริการในรูปแบบเป็นกลุ่ม เช่น บริการสำหรับนักท่องเที่ยว 2 คน หรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว 3 คน อาจแตกต่างกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ เป็นต้น

แผนภูมิที่ 3.1-9 จำนวน/ประเภทผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.1 การเคยมาประเทศไทย/วันพักเฉลี่ย/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

การเคยมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก (First Visit) ในสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทย (Revisit) (ร้อยละ 57.6 ต่อ ร้อยละ 42.4) ซึ่งสัดส่วนของกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยต่ำกว่าผลการสำรวจสถิติท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว (กลุ่มที่เคยมาประเทศไทย ร้อยละ 62.0) เนื่องจากรูปแบบการสำรวจและวิธีการสำรวจแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการสำรวจดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมยังสามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาประเทศไทยเพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปท่องเที่ยวมาก่อน จึงสามารถทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูง แม้ช่วงการสำรวจเป็นช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) ในหลายพื้นที่ก็ตาม

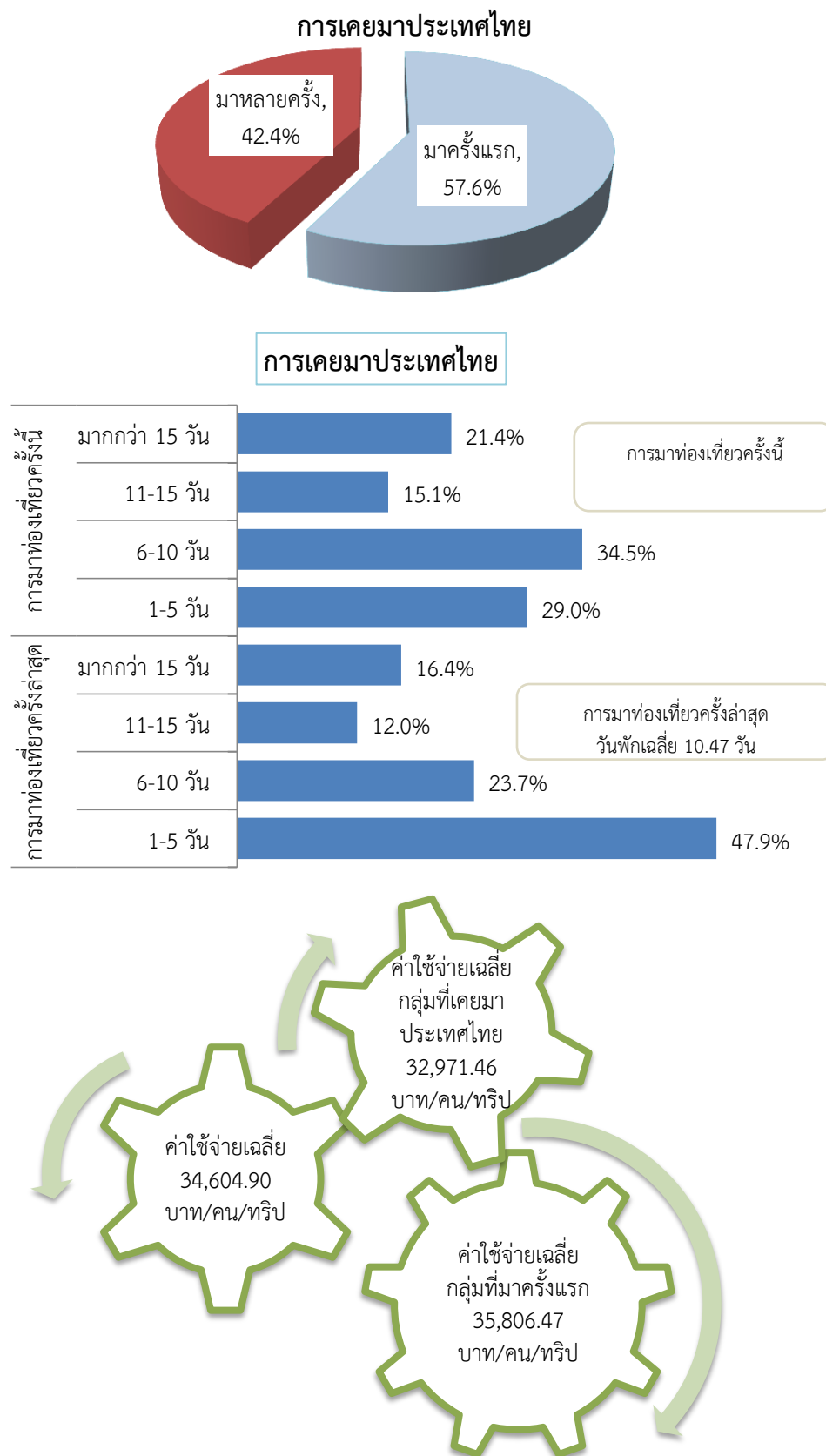
วันพักเฉลี่ย

วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในภาพรวมมีวันพักเฉลี่ย 12.40 วัน สูงกว่าผลการสำรวจสถิติท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว เนื่องจากวิธีการสำรวจที่แตกต่างกัน แต่ไม่แตกต่างกันมากนัก (กรมการท่องเที่ยว ผลการสำรวจวันพักเฉลี่ยเท่ากับ 9.83 วัน) นอกจากนี้พบว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทยแล้วมีจำนวนวันพักเฉลี่ยครั้งนี้มากกว่าครั้งล่าสุด (วันพักเฉลี่ย 11.61 วันต่อ 10.47 วันตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่งผลให้พักนานขึ้นกว่าครั้งที่ผ่านมา ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวควรประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งควรพัฒนาช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เคยมาประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเฉลี่ย 34,604.90 บาท/คน ต่ำกว่าผลการสำรวจสถิตินักท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว (ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวเท่ากับ 47,271.00 บาท/คน) เนื่องจากการสำรวจครั้งนี้เป็นการสำรวจค่าใช้จ่ายในขณะที่นักท่องเที่ยวยังไม่เสร็จสิ้นการเดินทาง โดยกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรกมีแนวโน้มค่าใช้จ่ายสูงกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทย (ร้อยละ 8.6) (แผนภูมิที่ 3.1-10) ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าซื้อสินค้า ซึ่งจากการสำรวจสถิตินักท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าแตกต่างกัน

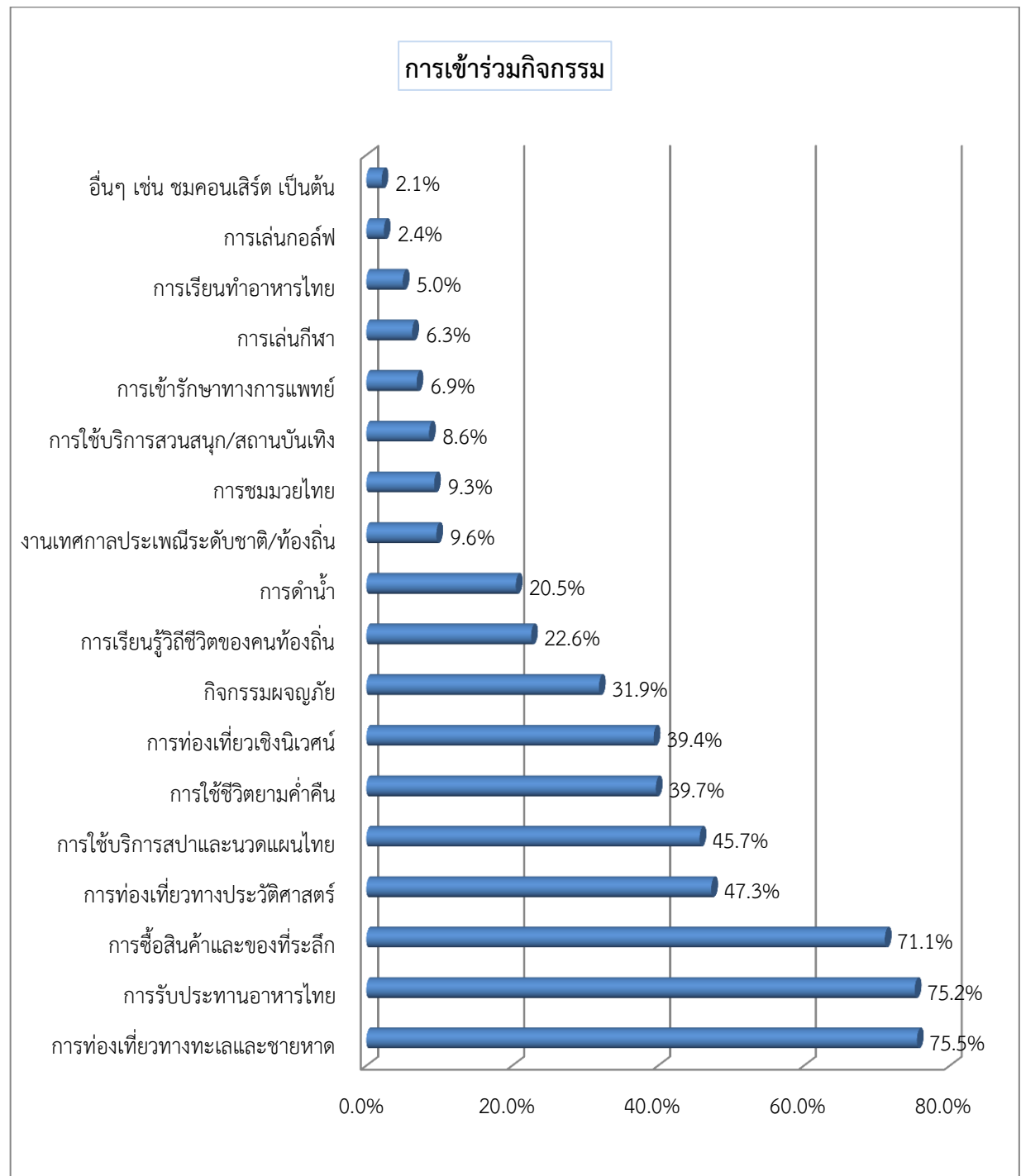
แผนภูมิที่ 3.1-10 การเคยมาประเทศไทย/วันพักเฉลี่ย/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



5.2 การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวแต่ละคนเข้าร่วมหลายกิจกรรม โดยกิจกรรมหลัก 3 ประเภทแรกที่เข้าร่วม ได้แก่ ท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 75.5, 75.2 และ 71.1 ตามลำดับ) สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมและมีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย การใช้ชีวิตยามค่ำคืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เป็นต้น (แผนภูมิที่ 3.1-11) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจท่องเที่ยวทางทะเลเป็นหลัก แต่ก็มี การแบ่งเวลาไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เป็นต้น รวมทั้งการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น การเรียนทำอาหาร การชมมวยไทย การเข้าร่วมงานเทศกาล เป็นต้น

แผนภูมิที่ 3.1-11 การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



6. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Satisfaction)

การประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ .

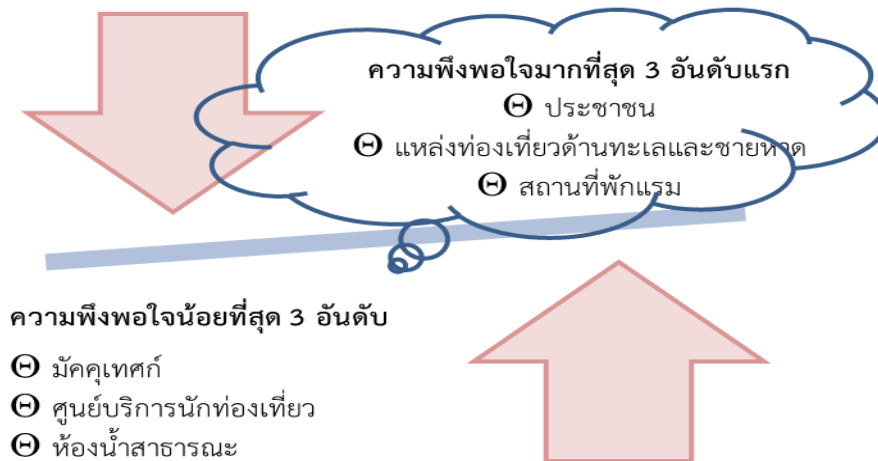
(1) ความพึงพอใจน้อยมาก	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	20.0 - 36.0
(2) ความพึงพอใจน้อย	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	36.1 - 52.0
(3) ความพึงพอใจปานกลาง	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	52.1 - 68.0
(4) ความพึงพอใจมาก	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	68.1 - 84.0
(5) ความพึงพอใจอย่างมาก	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	84.1 - 100.0

ผลการประเมินเป็นดังนี้

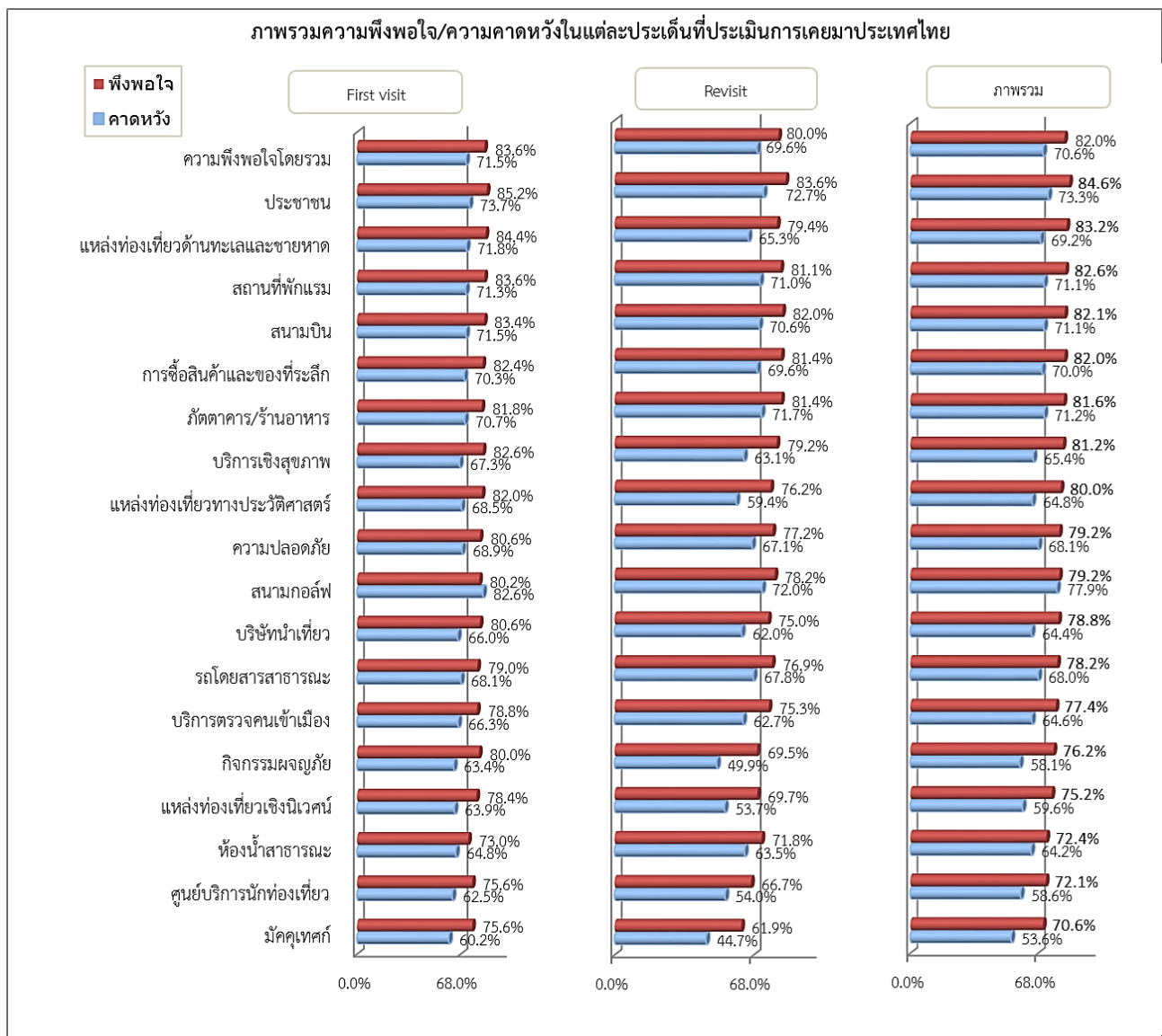
6.1 ภาพรวมความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวม

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับพึงพอใจมากและสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ และมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมากเพียงประเด็นเดียว คือ ประชาชน โดยบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับพึงพอใจมากและสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.1 ต่อย้อยละ 70.6) จาก 18 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมากเพียงประเด็นเดียว คือ ประชาชน ทั้งจากความเป็นมิตรมีน้ำใจและให้การต้อนรับที่ดี ส่วนประเด็นที่เหลืออีก 17 ประเภท มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก แต่มีคะแนนความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยทุกประเภทบริการที่ประเมินมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง แสดงว่านักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ได้คาดหวังไว้มากนัก เมื่อได้รับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจซึ่งแม้ไม่สูงมากนักแต่ก็สูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งแปลความได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติยังมีความประทับใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวทุกประเภท โดยบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ (แผนภูมิที่ 3.1-12) จากผลความพึงพอใจดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า แม้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่สำรวจโดยกรมการท่องเที่ยวจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีจุดแข็งด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่บริการเหล่านี้ยังมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับบริการอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยควรมีเป้าหมายพัฒนาไปสู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก เพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” ดังนั้น หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ประกอบการภาคเอกชนจึงจำเป็นต้องนำประเด็นที่เป็นจุดอ่อนทั้งหมดมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาต่อไป เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้กลับมาท่องเที่ยวอีก รวมทั้งการแนะนำบอกต่อซึ่งจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และประหยังบประมาณในการดำเนินกิจกรรมด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์



แผนภูมิที่ 3.1-12 ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
ต่อการบริการด้านการท่องเที่ยว



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

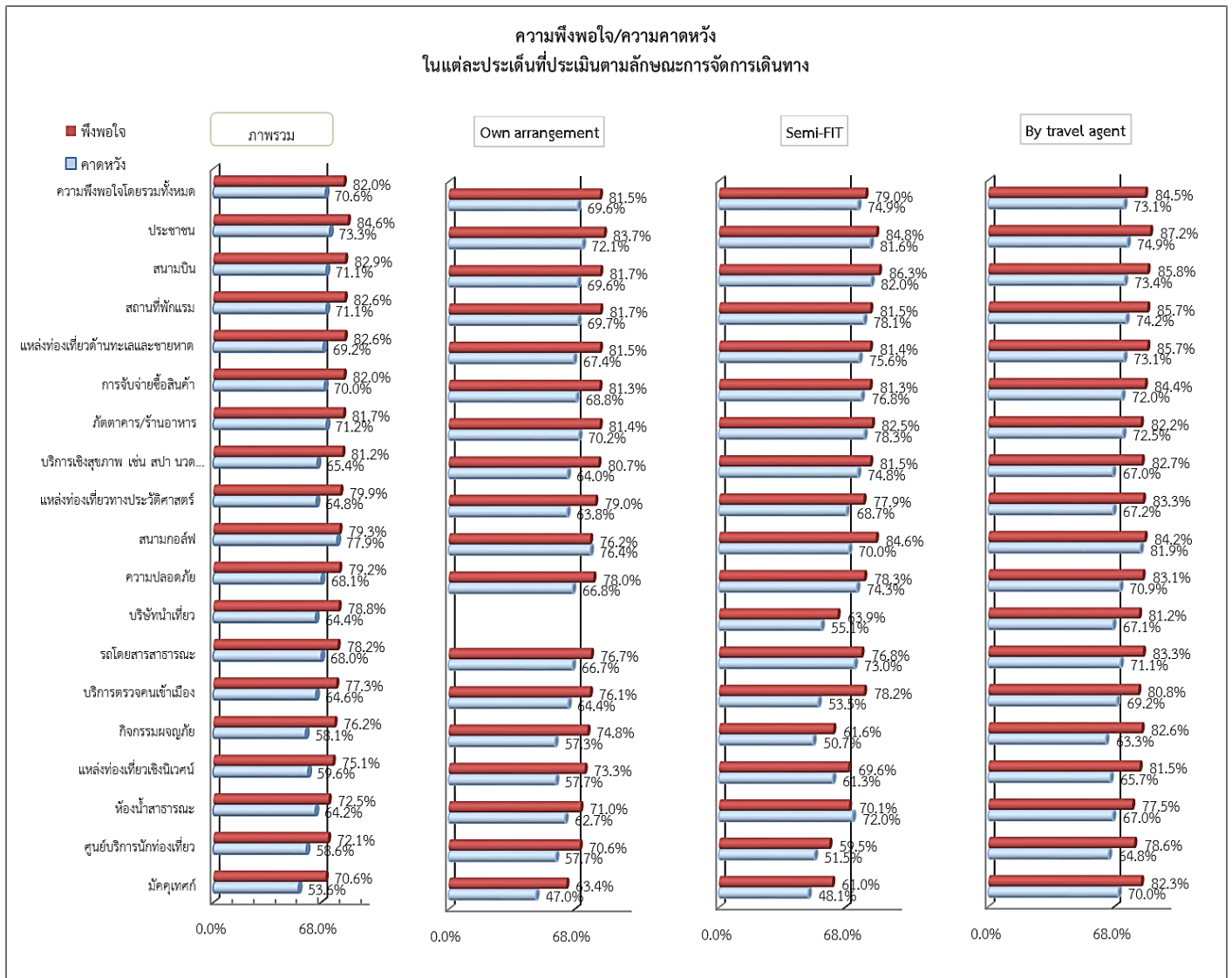
นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก (First Visit) และกลุ่มที่เคยมาประเทศไทย (Revisit) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจพบว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรกมีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทย (Revisit) (ร้อยละ 83.6 ต่อ ร้อยละ 80.0) โดยทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง (แผนภูมิที่ 3.1-13) แสดงให้เห็นว่าโดยรวมยังมีความประทับใจ เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มไม่ได้มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการที่สูงมากนัก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทบริการพบว่าความพึงพอใจของกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรกต่อแต่ละประเภทบริการสูงกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าในอนาคตนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจไม่กลับมาอีก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น เพื่อให้สามารถดึงดูดให้กลุ่มที่เคยมาประเทศไทยกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต นอกจากนี้จากการพิจารณาคะแนนความพึงพอใจของแต่ละประเภทบริการของทั้ง 2 กลุ่มพบว่า ยังมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมีความพึงพอใจมีความพึงพอใจสูงกว่า กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับความพึงพอใจอย่างมาก ในขณะที่กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ นั้น มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจของทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ ค่อนข้างมาก (ร้อยละ 84.5 ต่อ ร้อยละ 81.5 ต่อ ร้อยละ 79.0 ตามลำดับ) โดยทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง (แผนภูมิที่ 3.1-13) ผลการสำรวจดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการอำนวยความสะดวกของบริษัทนำเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการที่เหมาะสมกับราคา และมีการประสานงานล่วงหน้ากับผู้ให้บริการ รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการให้ในบางกรณี ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่ามีความสะดวก จึงมีความพึงพอใจมากกว่า ในขณะที่กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ มีความพึงพอใจต่ำกว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องบริการด้วยตนเอง ต้องลองถูกลองผิด รวมทั้งต้องบริการตนเองทั้งหมดในทุกกระบวนการ ซึ่งอาจไม่ได้รับความสะดวกด้วยสาเหตุต่างๆ เช่น การรอคอย การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ เป็นต้น รวมทั้งประสบกับการบริการที่ไม่มีคุณภาพของผู้ประกอบการบางส่วน ดังนั้น เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีก หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับบริการที่เป็นภารกิจของรัฐ เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เป็นต้น จะต้องเร่งพัฒนาการให้บริการให้มีความสะดวกรวดเร็ว เปิดช่องทางการบริการด้วยตนเองโดยใช้ระบบอัตโนมัติ การจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร และการให้บริการที่สร้างความประทับใจ เป็นต้น รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคเอกชนในการพัฒนาบริการที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จัดการ

เดินทางด้วยตนเองมากขึ้น โดยการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มนี้ และปรับปรุงการให้บริการที่เหมาะสม รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนามาตรฐานบริการตามที่กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำมาตรฐานไว้และหรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้ในกรณีของบริการด้านสุขภาพ

แผนภูมิที่ 3.1-13 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง

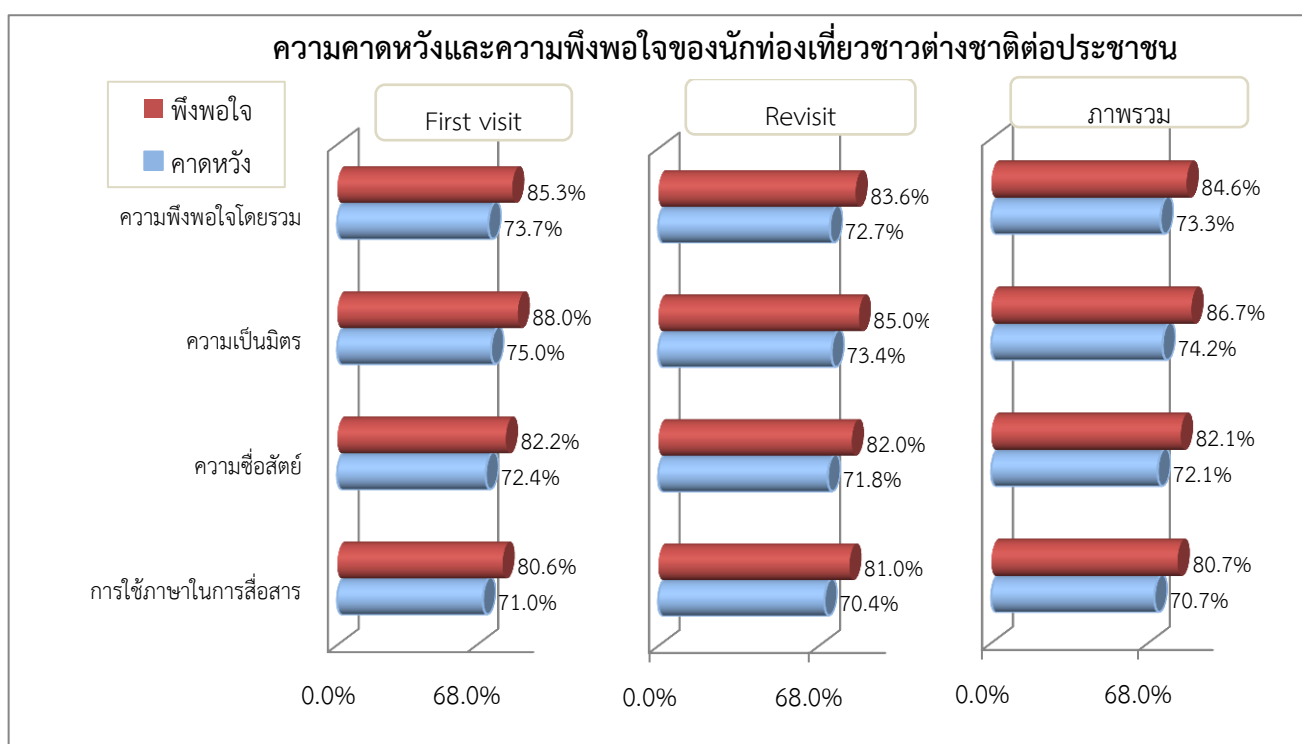


6.2 ความพึงพอใจในบริการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ

6.2.1 บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด สถานที่พักผ่อน สนามบิน และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก

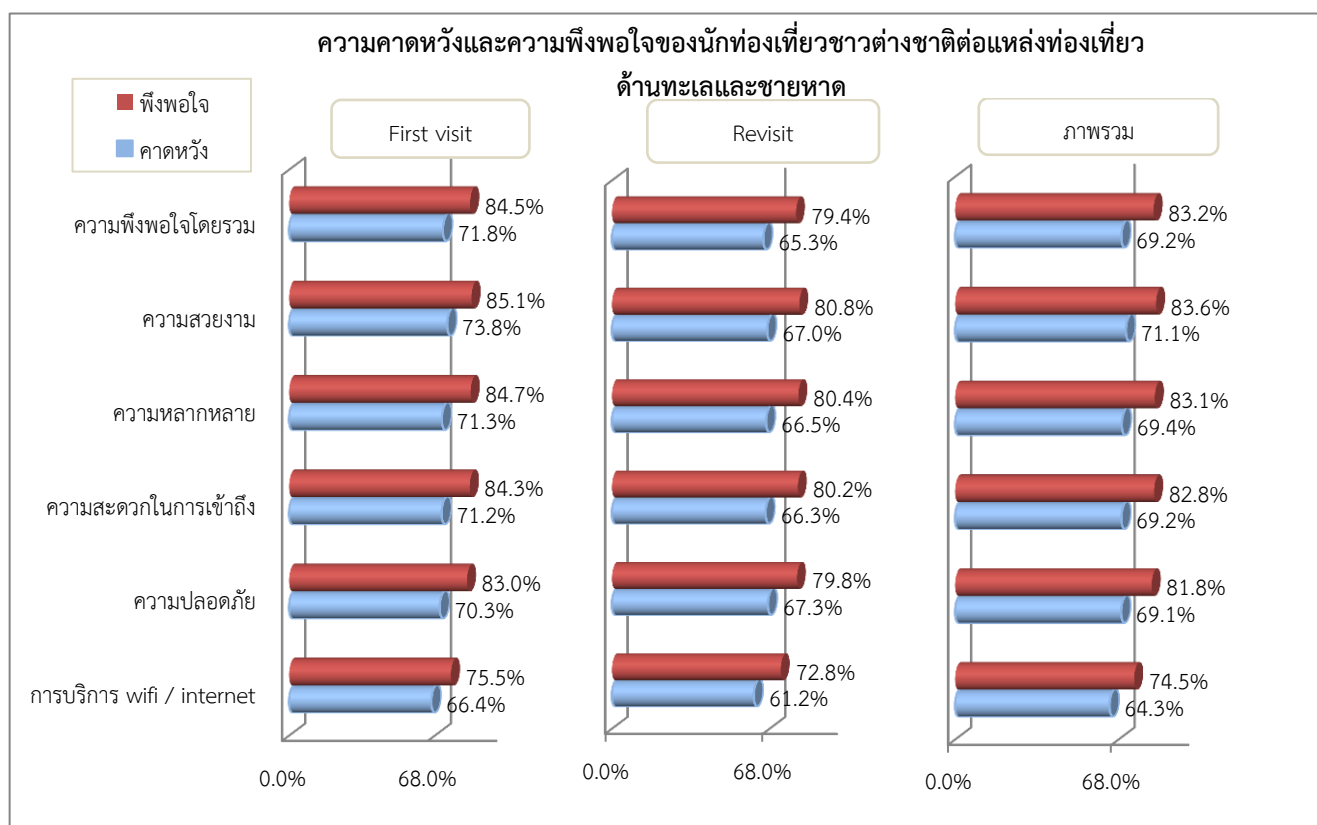
1) ประชาชน นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 73.3) ค่อนข้างมาก ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่โดดเด่น และเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ตลอดไป โดยทั้งกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก และกลุ่มที่เคยมาประเทศไทย มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้จุดเด่นของคนไทยคือความเป็นมิตร ในขณะที่ในด้านการใช้ภาษาในการสื่อสาร และความซื่อสัตย์ ยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา (แผนภูมิที่ 3.1-14) ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องร่วมมือในการรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทยในด้านความเป็นมิตร ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจต่อนักท่องเที่ยว พร้อมให้ความช่วยเหลือ โดยการรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของเอกลักษณ์นี้ รวมทั้งการยกย่องบุคคลที่ทำความดีโดยการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในด้านความซื่อสัตย์ของคนไทยนั้น กระทรวงศึกษาธิการจะต้องส่งเสริมให้สถานศึกษามีหลักสูตรที่เสริมสร้างคุณธรรมซึ่งรวมถึงความซื่อสัตย์สุจริต สำหรับในด้านภาษานั้น กรมการท่องเที่ยวควรจัดทำ Application บน IPAD และ Smart Phone สำหรับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศแบบง่ายด้วยตนเอง โดยมีหลากหลายภาษาให้เลือกเรียนตามความต้องการ และให้ผู้เข้ามาเรียนได้รับรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ เช่น บัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว หรือ สถานบริการต่างๆ ฟรี หรือในราคาถูก เป็นต้น หรือรางวัลประเภทอื่นๆ ที่เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย

แผนภูมิที่ 3.1-14 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อประชาชน จำแนกตามการเคยมารประเทศไทย



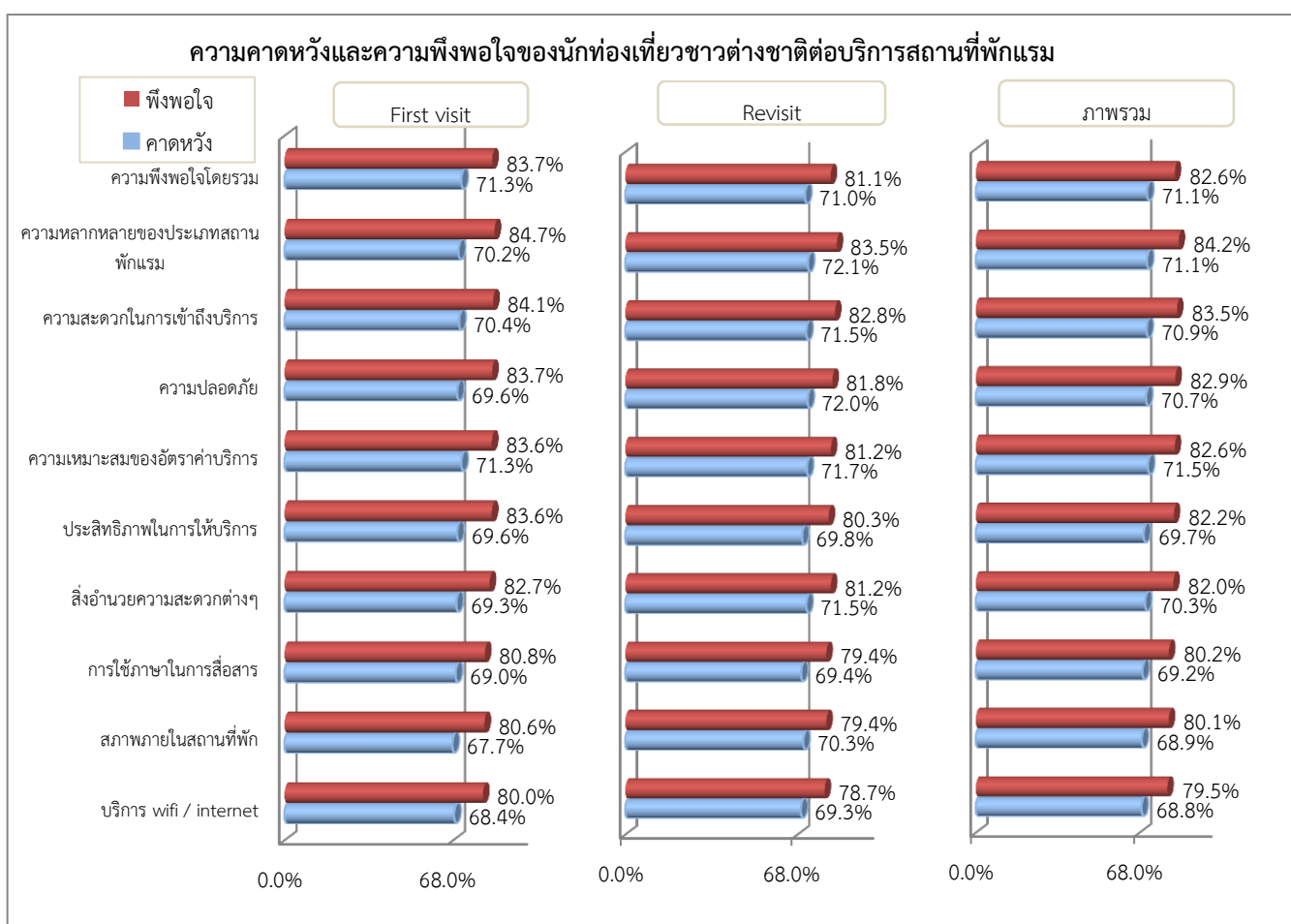
2) แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด โดยที่สถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และสถานที่ท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาดเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าไปท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาดจึงเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามานั้นจะยังอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์หรือไม่ ซึ่งจากการพิจารณาคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.2) ซึ่งแม้จะสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 69.2) ก็ตาม (แผนภูมิภาพที่ 3.1-15) แต่ก็ถือว่าต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาประเทศไทย พบว่า ต่ำกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงที่กลุ่มที่เคยมาประเทศไทยจะไม่กลับมาอีก เนื่องจากระดับความพึงพอใจลดลง ดังนั้นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงจำเป็นต้องประสานความร่วมมือกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด ทั้งในด้านการจัดระเบียบของชายหาด การดูแลด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการบริการ wifi ในแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดทำแผนพัฒนาที่มีการบูรณาการกิจกรรมและงบประมาณของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยควรกำหนดเป้าหมายให้ดำเนินการใน 100 แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาดที่สำคัญที่สุดให้แล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นช่วงสิ้นสุดของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

แผนภูมิที่ 3.1-15 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



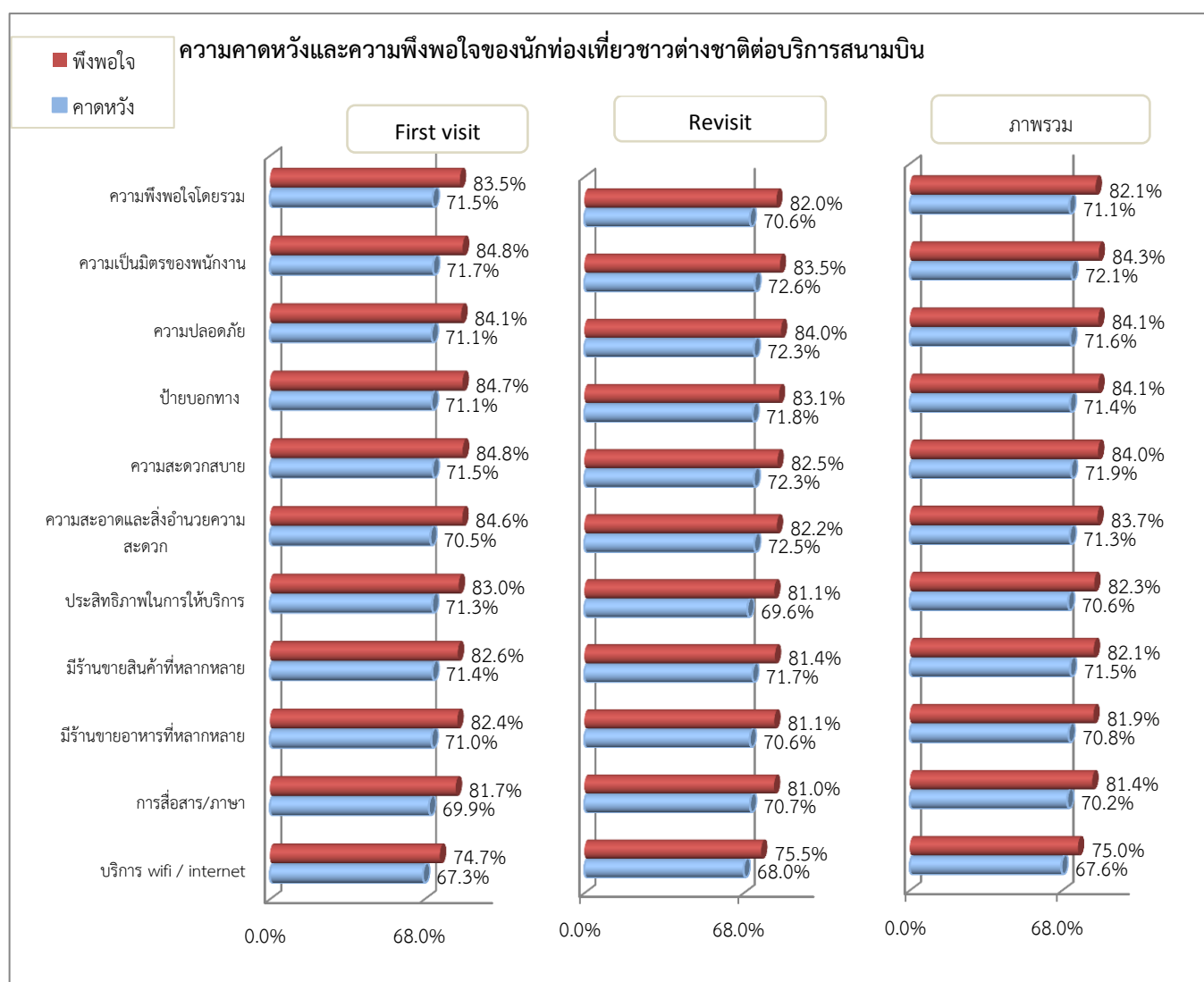
3) สถานที่พักแรม นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 71.1) โดยกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรกมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทยในทุกประเด็นที่ประเมิน (แผนภูมิที่ 3.1-16) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อประเด็นต่างๆ ของสถานพักแรม พบว่า โดยรวมยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาในด้านความปลอดภัย ประสิทธิภาพในการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร การปรับปรุงสภาพภายในสถานที่พัก และการบริการ wifi / Internet โดยที่สถานพักแรมเป็นบริการพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวต้องใช้บริการ ในขณะที่จากฐานข้อมูลสถานพักแรมของกรมการท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีสถานพักแรมทั้งสิ้น 14,479 แห่ง จำนวนห้องพัก 605,181 ห้อง โดยมีทั้งที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายและไม่ได้จดทะเบียน มีความหลากหลายทั้งในด้านระดับมาตรฐานของสถานที่ คุณภาพบริการ และระดับราคา ดังนั้นการจะให้บริการสถานพักแรมบริการให้ได้มาตรฐานเดียวกันอาจทำได้ยาก อย่างไรก็ตาม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรร่วมมือกับกระทรวงมหาดไทยในการจัดระเบียบ สถานพักแรม รวมทั้งการแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สถานพักแรมทุกประเภทสามารถเข้าสู่ระบบ อันจะนำมาซึ่งความสะดวกในการควบคุมดูแลและการพัฒนามาตรฐานการให้บริการ โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัย และคุณภาพการให้บริการ

แผนภูมิที่ 3.1-16 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อสถานที่พักแรม จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



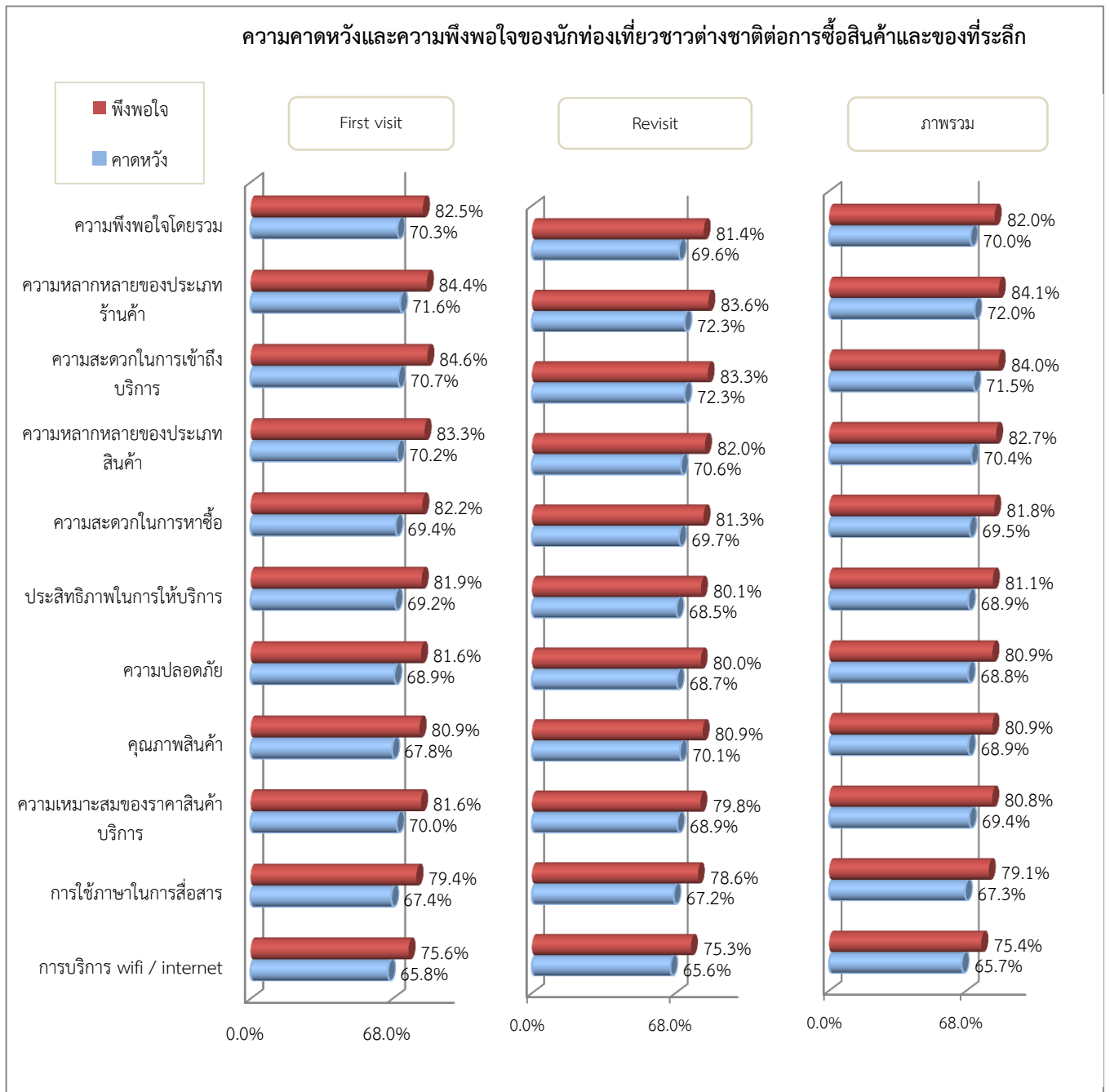
4) สนามบิน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.1) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 71.1) โดยทั้งกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก และกลุ่มที่เคยมาประเทศไทย มีความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ด้านสนามบินมีจุดเด่นหลายด้าน ได้แก่ ป้ายบอกทาง ความเป็นมิตรของพนักงาน ความปลอดภัย และความสะอาดสวยงาม ในขณะที่มีประเด็นที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ได้แก่ การให้บริการ wifi/internet ร้านขายอาหารต่างๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น และการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร (แผนภูมิที่ 3.1-17) โดยควรเป็นบทบาทหน้าที่ของสนามบินแต่ละแห่งในการพัฒนาการให้บริการดังกล่าวให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการติดตามประเมินความพึงพอใจเป็นระยะๆ เพื่อนำผลกลับมาพัฒนาการให้บริการ โดยเฉพาะในสนามบินหลักที่มีนักท่องเที่ยวใช้บริการจำนวนมาก จะต้องมีการปรับการบริหารจัดการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา เช่น ในช่วงฤดูการท่องเที่ยว ช่วงเทศกาลสำคัญๆ จะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่เข้ามาเสริมเพื่อให้บริการสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการจัดให้มีเครื่องบริการอัตโนมัติที่นักท่องเที่ยวสามารถบริการตนเอง แต่ก็ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่ชำนาญหรือเครื่องบริการเกิดขัดข้อง เป็นต้น

แผนภูมิที่ 3.1-17 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสนามบิน จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



5) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (Shopping) เป็นหนึ่งในสามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในสามกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมมากที่สุด ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก จึงเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามานั้นจะยังยั่งยืนต่อไปได้หรือไม่ ซึ่งจากการพิจารณาคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.0) ซึ่งแม้จะสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 70.0) แต่ก็ถือว่าต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและของที่ระลึก พบว่ามีหลายประเด็นที่คะแนนความพึงพอใจต่ำ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น ได้แก่ ความสะดวกในการหาซื้อประสิทธิภาพในการให้บริการ คุณภาพสินค้า ความเหมาะสมของราคาสินค้า การใช้ภาษาในการสื่อสารและบริการ wifi / Internet (แผนภูมิที่ 3.1-18) ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงจำเป็นต้องประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ การศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการสินค้าของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม การจัดหาช่องทางจำหน่ายสินค้า OTOP ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ การป้องกันการหลอกลวงขายสินค้าปลอมและสินค้าที่ไม่มีคุณภาพและการขายสินค้าในราคาที่เกินจริง รวมทั้งการจัดฝึกอบรมพัฒนาด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ และการบริการ Free Wifi ในแหล่งจำหน่ายสินค้าที่สำคัญๆ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองท่องเที่ยวสำคัญๆ

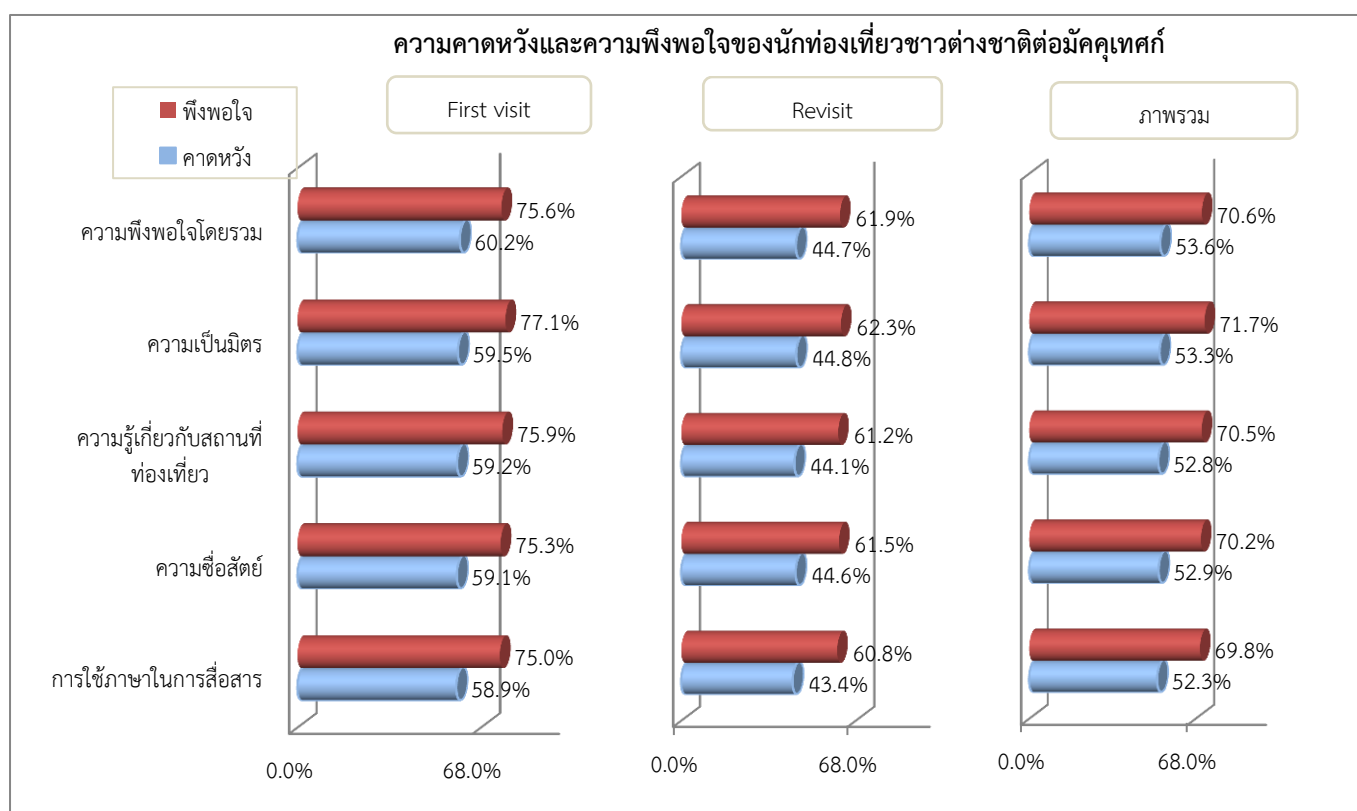
แผนภูมิที่ 3.1-18 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



6.2.2 บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และ กิจกรรมผจญภัย

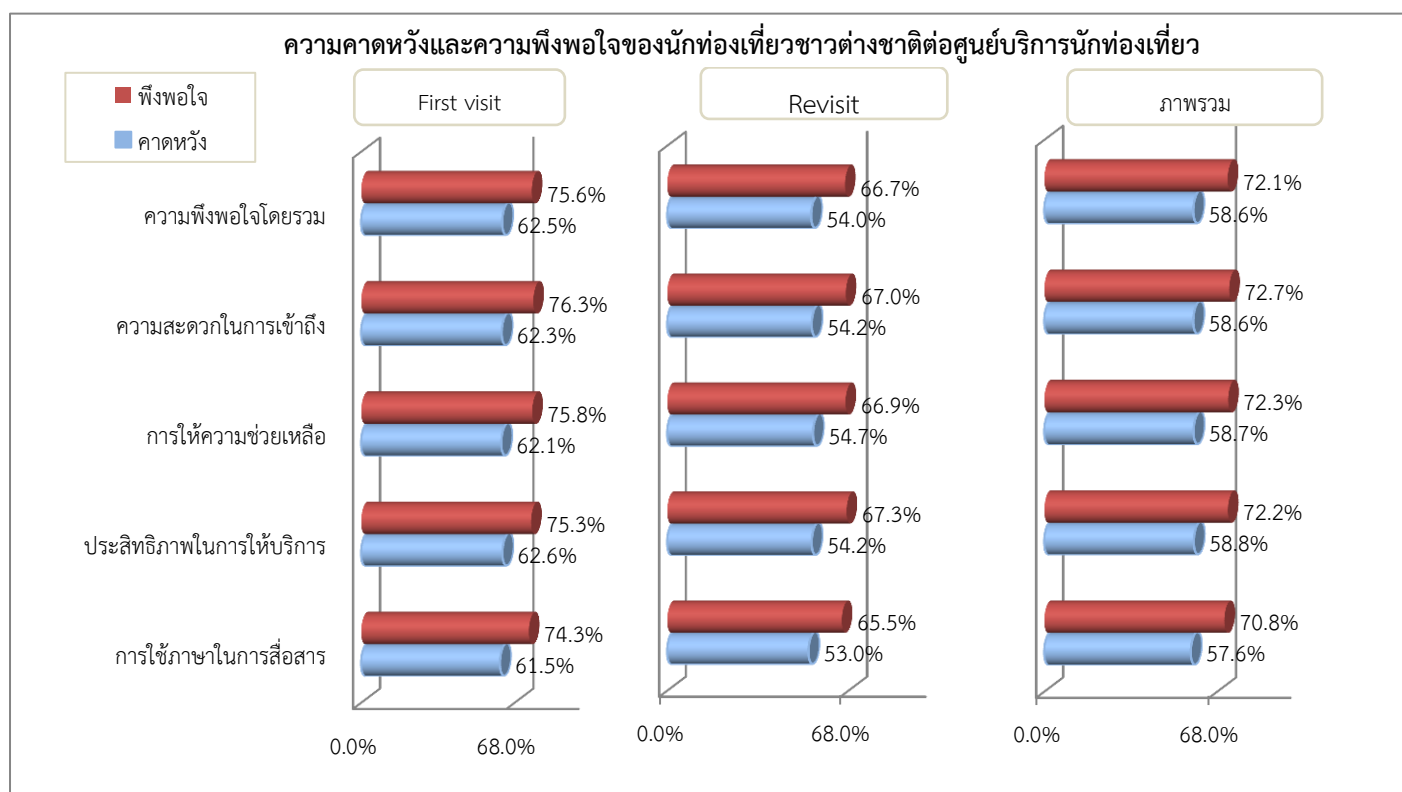
1) **มัคคุเทศก์** เป็นบุคคลที่สำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ถือเป็นตัวแทนของประเทศในการบริการแก่นักท่องเที่ยว แม้ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเอง มัคคุเทศก์ก็ยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเองบางส่วนก็ยังใช้บริการมัคคุเทศก์ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อมัคคุเทศก์ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 70.6) ซึ่งแม้จะสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 53.6) แต่คะแนนค่อนข้างต่ำ ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่ามัคคุเทศก์ยังเป็นจุดอ่อนของการท่องเที่ยวไทย โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้แก่ ความเป็นมิตร ความซื่อสัตย์ การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (แผนภูมิที่ 3.1-19) ดังนั้น กรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลมัคคุเทศก์ตามที่บัญญัติในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการพัฒนา มัคคุเทศก์ ทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ในด้านความรู้และการใช้ภาษาต่างประเทศ การกำกับการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์อย่างเข้มงวด การพัฒนาช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียน ปัญหาการใช้บริการมัคคุเทศก์ผ่านทาง Application ใน IPAD และ Smart Phone เป็นต้น

แผนภูมิที่ 3.1-19 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อมัคคุเทศก์ จำแนกตามการเคยมารประเทศไทย



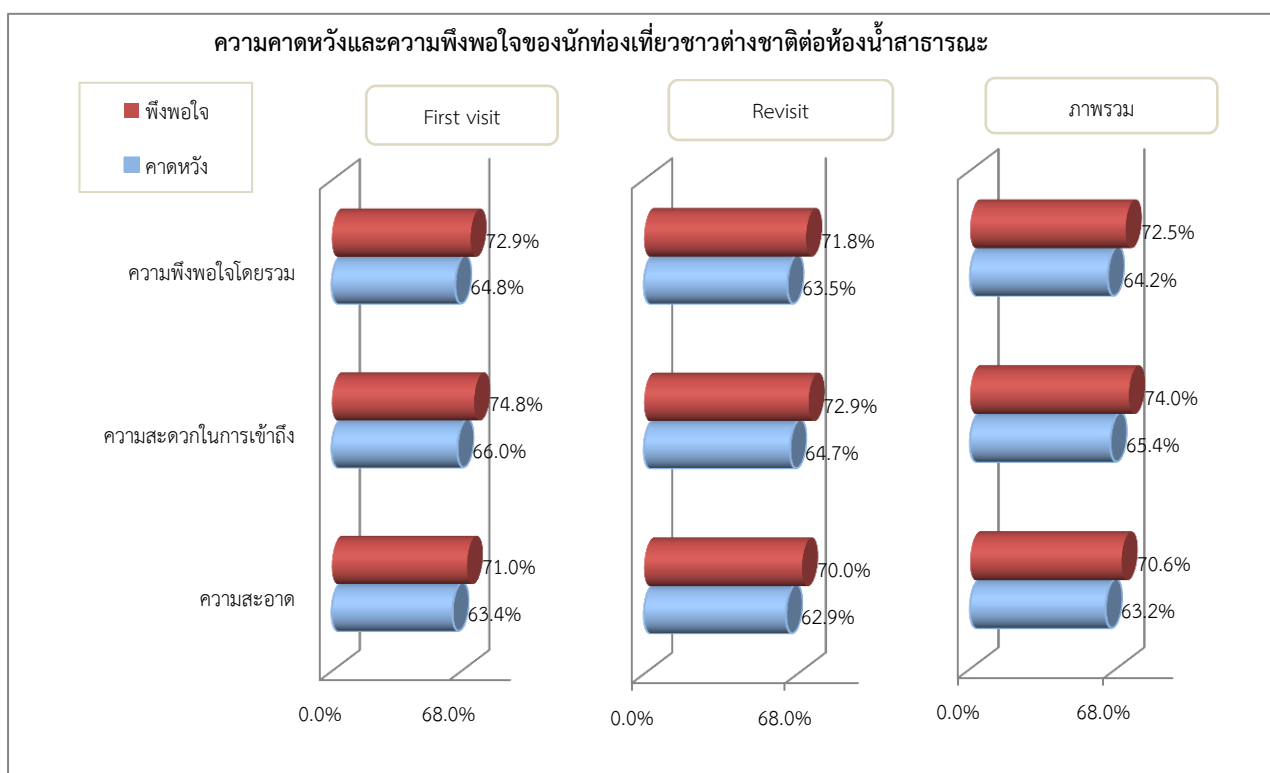
2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำแนะนำ และการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น รวมทั้งการสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อันจะมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวอีก และการแนะนำบอกต่อ ช่วยให้นักท่องเที่ยวขยายตัวอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 72.1) สูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 58.6) แต่คะแนนค่อนข้างต่ำ จึงเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังมีจุดอ่อน จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น โดยประเด็นที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ประสิทธิภาพการให้บริการ การให้ความช่วยเหลือ และการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร (แผนภูมิที่ 3.1-20) ดังนั้น สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงควรพิจารณาเพิ่มจำนวนศูนย์บริการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ รวมทั้งการพัฒนา ระบบข้อมูลและเครือข่ายสำหรับการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกและรวดเร็ว

แผนภูมิที่ 3.1-20 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



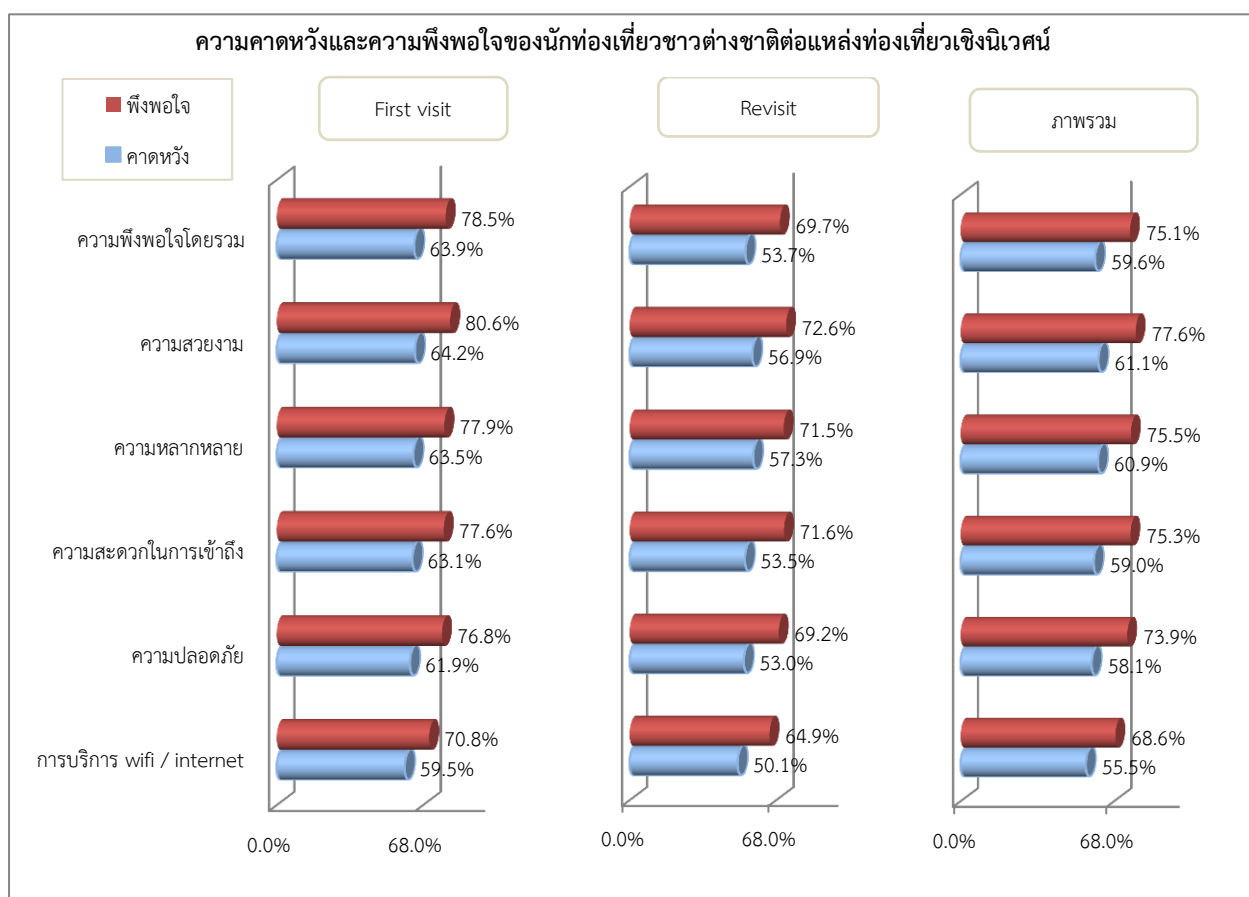
3) ห้องน้ำสาธารณะ เป็นสิ่งที่มักถูกมองข้ามความสำคัญ ทั้งจากหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ จึงมักปรากฏให้เห็นว่ามีห้องน้ำสาธารณะค่อนข้างน้อยในแหล่งท่องเที่ยว และสกปรก ทั้งที่ห้องน้ำสาธารณะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการห้องน้ำสาธารณะในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 72.5) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 64.2) แต่คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสะอาดในการเข้าถึง และความสะอาด (แผนภูมิที่ 3.1-21) ดังนั้น กรมการท่องเที่ยวจึงควรร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการกระตุ้นให้แหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เห็นถึงความสำคัญของการจัดให้มีบริการห้องน้ำสาธารณะที่มีคุณภาพและเพียงพอ รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างห้องน้ำสาธารณะที่ได้มาตรฐาน และการดูแลรักษาความสะอาด โดยควรมีทั้งมาตรการบังคับและมาตรการส่งเสริมควบคู่กันไป

แผนภูมิที่ 3.1-21 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อห้องน้ำสาธารณะ จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



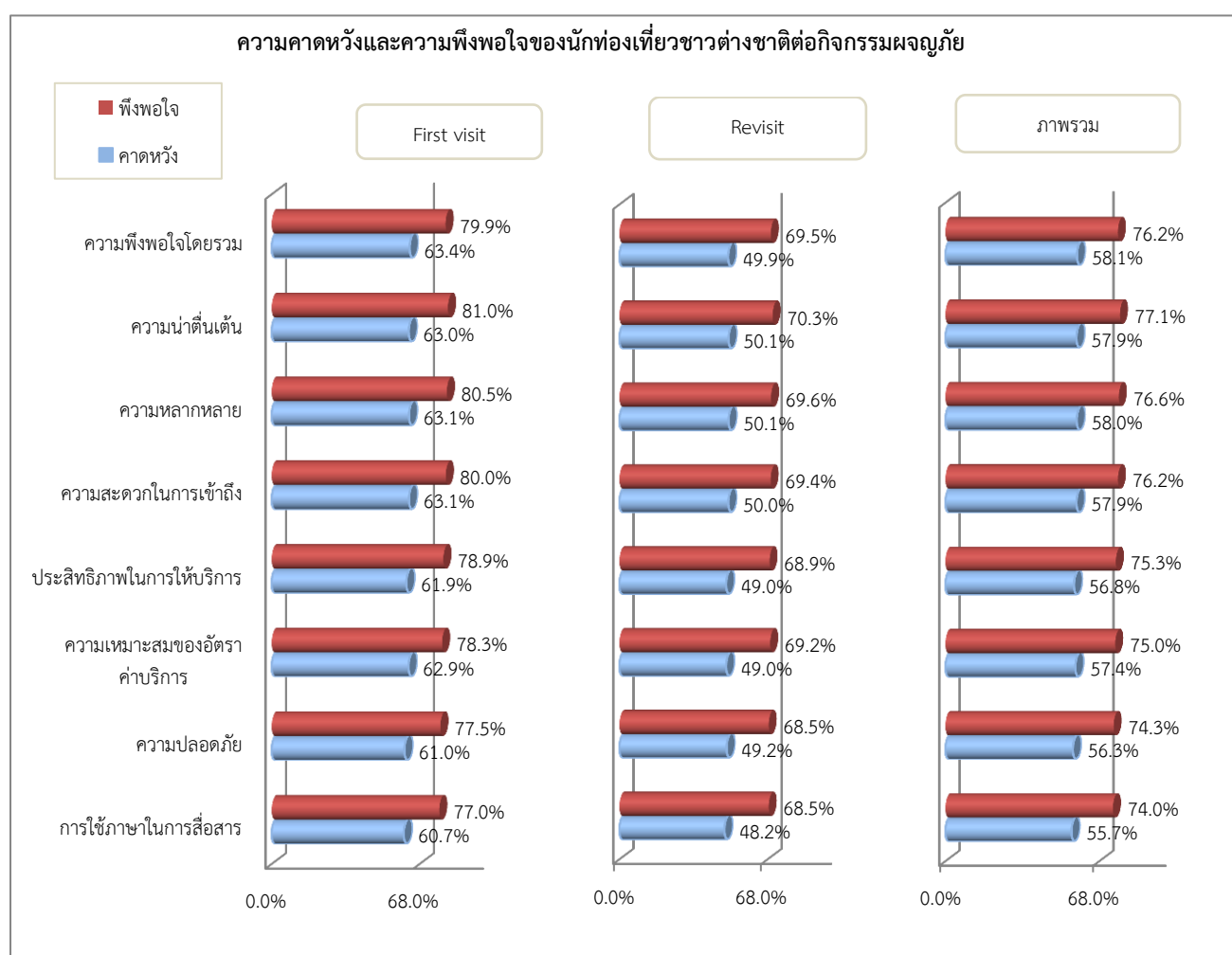
4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและมีความโดดเด่นของไทย โดยเป็นกิจกรรมที่มีนักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงถึงร้อยละ 39.4 (จากการสำรวจในครั้งเดียวกันนี้) อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 75.1) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 59.6) ซึ่งคะแนนค่อนข้างต่ำ สะท้อนให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของไทยยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสวยงาม ความหลากหลาย ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย และการบริการ wifi / Internet (แผนภูมิที่ 3.1-22) ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น การพัฒนาเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกการปรับปรุงการดูแลรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

แผนภูมิที่ 3.1-22 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



5) กิจกรรมผจญภัย เป็นกิจกรรมที่สำคัญ โดยเป็นกิจกรรมที่มีนักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงถึงร้อยละ 31.9 (จากการสำรวจในครั้งเดียวกันนี้) อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมผจญภัยในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 76.2) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 58.1) ซึ่งคะแนนค่อนข้างต่ำ สะท้อนให้เห็นว่าบริการประเภทกิจกรรมผจญภัยโดยรวมจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้แก่ ความปลอดภัย การให้บริการ อัตราค่าบริการ และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร รวมทั้งจุดอ่อนด้าน ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย และจำนวนผู้ให้บริการ (แผนภูมิที่ 3.1-23) ดังนั้น กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา จึงควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น ในการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของบริการประเภทกิจกรรมผจญภัย รวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อควบคุมมาตรฐาน ความปลอดภัยของกิจกรรมผจญภัยทุกประเภท

แผนภูมิที่ 3.1-23 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อกิจกรรมผจญภัย จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



6.2.3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างปี พ.ศ. 2557 กับปี พ.ศ. 2558

นักท่องเที่ยวต่างชาติแม้มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 สูงกว่าปี พ.ศ. 2557 เล็กน้อย แต่พบว่าจาก 14 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน มีถึง 12 ประเภท ที่ความพึงพอใจลดลง แสดงถึงบริการด้านการท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 สูงกว่าปี พ.ศ. 2557 เล็กน้อย (ร้อยละ 82.1 ต่อ ร้อยละ 81.0) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจาก 14 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมินในทั้ง 2 ปี กลับพบว่าในปี พ.ศ. 2558 มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 82.0 ต่อ ร้อยละ 81.6) และรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 78.2 ต่อร้อยละ 76.2) (แผนภูมิที่ 3.1-24) ส่วนอีก 12 ประเภทมีความพึงพอใจลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 ซึ่งมีถึง 4 ประเภทที่คะแนนความพึงพอใจลดลงค่อนข้างมาก ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริการเชิงสุขภาพ และ ประชาชน ดังนี้

(1) **มัคคุเทศก์** คะแนนความพึงพอใจลดลงจากร้อยละ 82.4 ในปี พ.ศ. 2557 เป็นร้อยละ 70.6 ในปี พ.ศ. 2558 โดยปัจจัยสำคัญประการหนึ่งคือขาดการดำเนินการที่ชัดเจนในการพัฒนาศักยภาพอย่างเป็นระบบในด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และ จริยธรรม รวมทั้งไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพกับมัคคุเทศก์ชาวต่างชาติที่แอบแฝงทำงาน และมัคคุเทศก์บางส่วนที่ประพฤติไม่เหมาะสม โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็น “ทัวร์ 0 เหรียญ”

(2) **ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว** คะแนนความพึงพอใจลดลงจากร้อยละ 81.0 ในปี พ.ศ. 2557 เป็นร้อยละ 72.1 ในปี พ.ศ. 2558 โดยปัจจัยหนึ่งมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวอย่างมาก ในขณะที่จำนวนศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีน้อย และไม่ครบถ้วนในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ รวมทั้งยังขาดการพัฒนาเครื่องมือที่จะช่วยให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และเจ้าหน้าที่ยังมีข้อจำกัดในการใช้ภาษาต่างประเทศที่หลากหลาย โดยเฉพาะภาษาจีนที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากยังไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษ

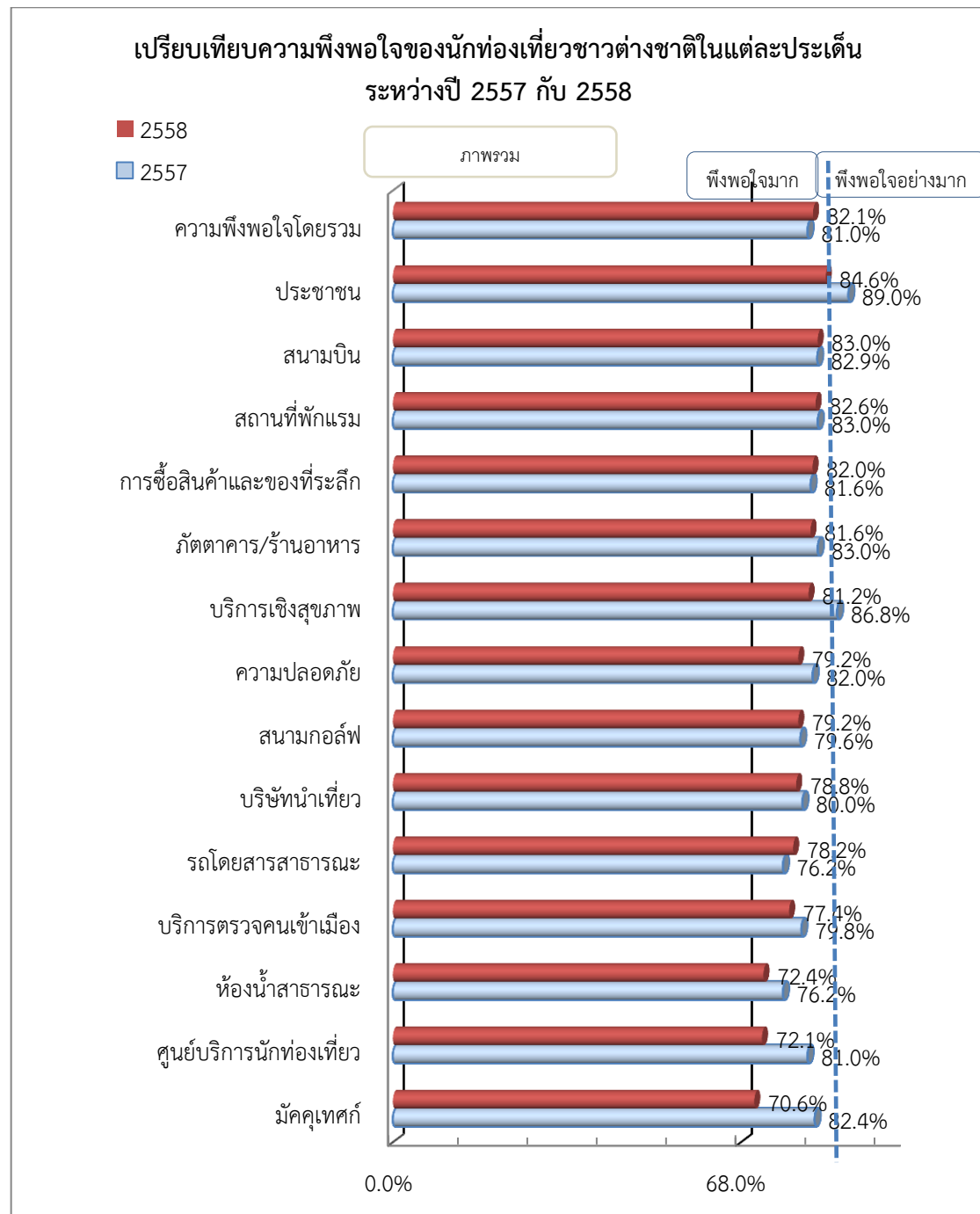
(3) **บริการเชิงสุขภาพ** คะแนนความพึงพอใจลดลงจากร้อยละ 86.8 ในปี พ.ศ. 2557 เป็นร้อยละ 81.2 ในปี พ.ศ. 2558 โดยปัจจัยหนึ่งมาจากยังไม่สามารถพัฒนามาตรฐานการบริการของสถานบริการเชิงสุขภาพ ซึ่งมีผู้ให้บริการขนาดเล็กจำนวนมากที่ยังขาดมาตรฐานการให้บริการ ประกอบกับพนักงานยังมีข้อจำกัดด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ

(4) **ประชาชน** คะแนนความพึงพอใจลดลงจากร้อยละ 89.0 ในปี พ.ศ. 2557 เป็นร้อยละ 84.6 ในปี พ.ศ. 2558 โดยปัจจัยหนึ่งมาจากมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเป็นจำนวนมาก ซึ่งอุปนิสัยของชาวจีนบางส่วนขาดความเป็นระเบียบ ไม่สุภาพเรียบร้อย รวมทั้งการมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก อาจส่งผลให้ประชาชนมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง ทำให้ความเป็นมิตรไม่ตรีลดลงไปด้วย

จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าบริการด้านการท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ดังนั้น หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรนำผลการสำรวจความพึงพอใจนี้ไปวางแผนและพัฒนาคุณภาพของบริการเหล่านี้อย่างเป็นระบบ

และต่อเนื่อง รวมทั้งการสำรวจความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อติดตามการพัฒนาของบริการเหล่านี้ที่สะท้อนออกมาในรูปของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

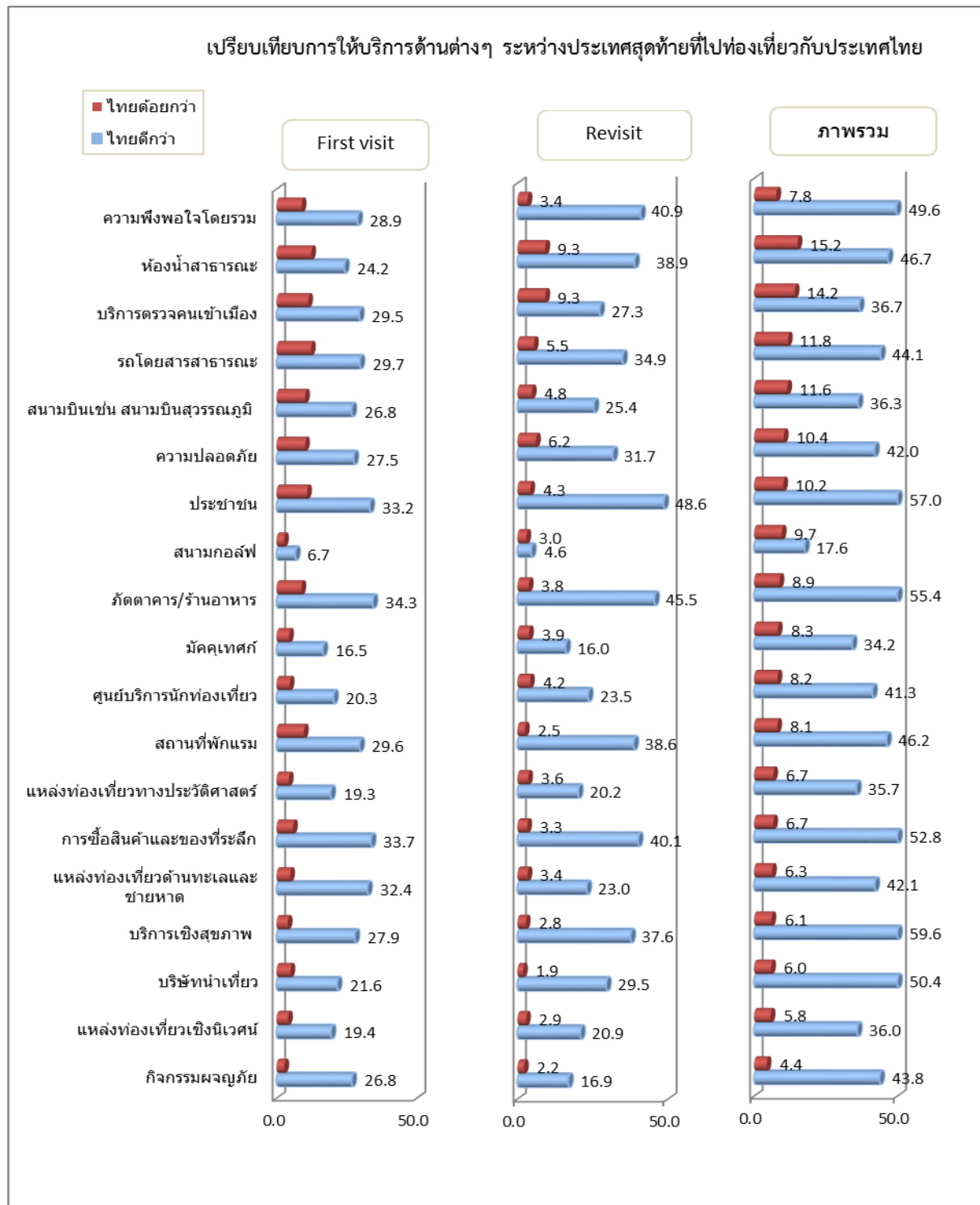
แผนภูมิที่ 3.1-24 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อบริการด้านการท่องเที่ยวระหว่างปี พ.ศ.2557 กับปี พ.ศ. 2558



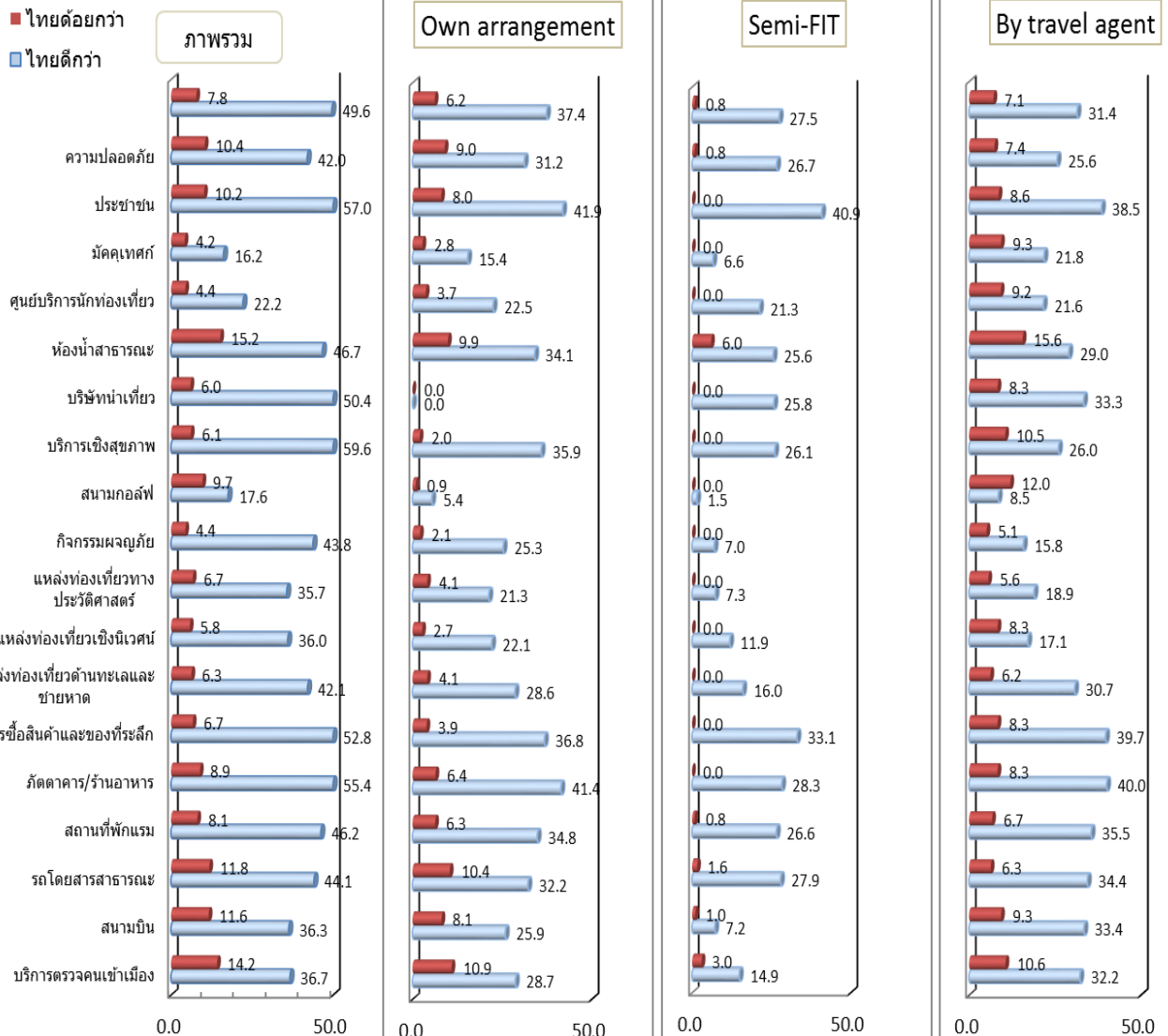
7. ผลการเปรียบเทียบบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไปมาล่าสุด

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากเห็นว่าการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยในภาพรวมดีกว่าประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด จาก 18 ประเภอบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 40.9 เห็นว่า การให้บริการของไทยในภาพรวมดีกว่าประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด ในขณะที่ร้อยละ 7.8 เห็นว่าการให้บริการของไทยในภาพรวมด้อยกว่าประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด โดยบริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น เห็นว่าไทยดีกว่าในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 59.6) และ ด้านห้องน้ำสาธารณะเห็นว่าไทยด้อยกว่าในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 15.2) ทั้งนี้กลุ่มที่เคยมาประเทศไทยเห็นว่าประเทศไทยดีกว่าในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 40.9 ต่อร้อยละ 28.9) (แผนภูมิที่ 3.1-25) จากผลการประเมินดังกล่าวแม้จะแสดงให้เห็นว่าบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยภาพรวมยังดีกว่าหลายประเทศ ส่งผลให้ประเทศไทยยังเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม หากประเทศไทยจะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวประเทศไทยในระยะยาว จำเป็นต้องพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง

แผนภูมิที่ 3.1-25 ผลการเปรียบเทียบบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไปมาล่าสุด จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



เปรียบเทียบการให้บริการด้านต่างๆ ระหว่างประเทศสุดท้ายที่ไปท่องเที่ยวกับประเทศไทย

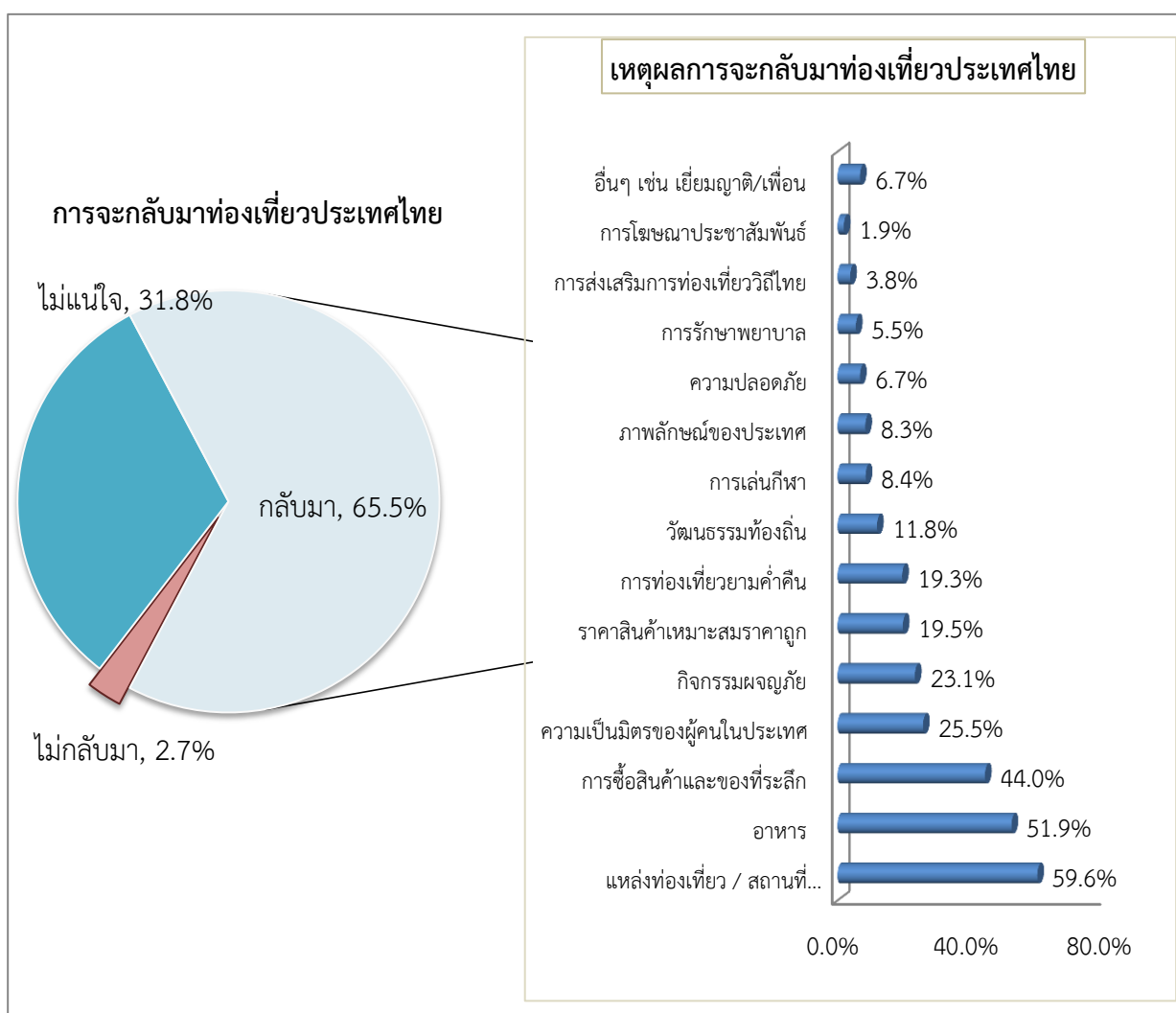


8. ความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย

8.1 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า/ปัจจัยที่ทำให้กลับมา

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.5) มีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ โดยจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกภายใน 3 ปีข้างหน้า โดยปัจจัยที่ดึงดูดให้กลับมา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีหลากหลายและสวยงาม โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล (ร้อยละ 59.6) อาหารซึ่งมีหลากหลายและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ (ร้อยละ 51.9) สินค้าให้เลือกซื้อได้หลากหลายทั้งประเภท Brand name และสินค้า OTOP ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว มีห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้าหลายแห่งให้เลือกใช้บริการ (ร้อยละ 44.0) (แผนภูมิที่ 3.1-26) ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้ให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาปัจจัยดึงดูดเหล่านี้ให้คงอยู่ต่อไป

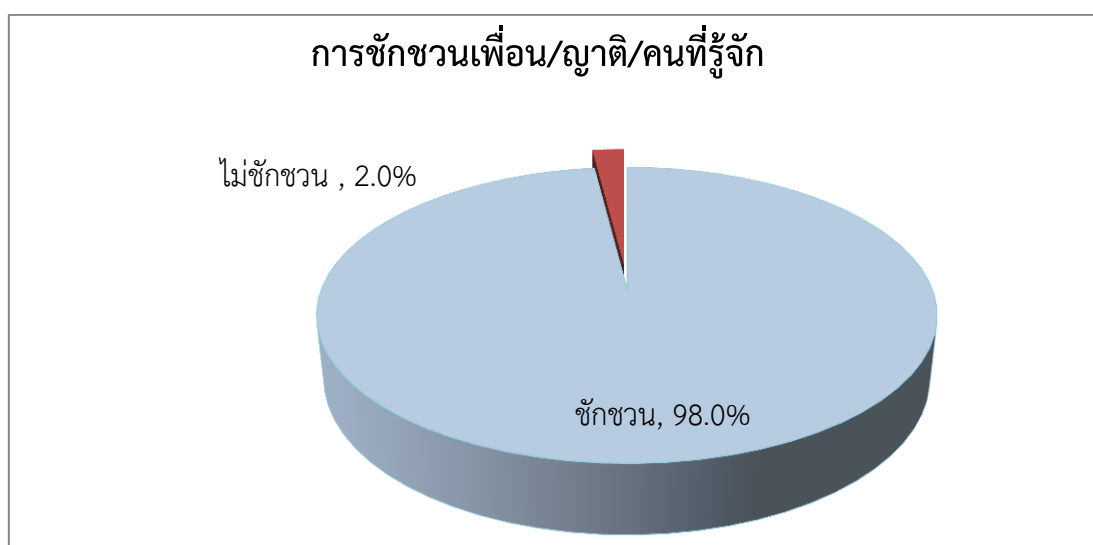
แผนภูมิที่ 3.1-26 การจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยภายใน 3 ปีข้างหน้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเหตุผลที่จะกลับมา



8.2 การชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเกือบทั้งหมดจะชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย การบอกต่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยจากการสำรวจครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.0) จะชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีอาหารอร่อย และผู้คนเป็นมิตร ในขณะที่มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.0) ที่จะไม่แนะนำ เนื่องจากประเทศไทยมีปัญหาด้านระบบอินเทอร์เน็ตไม่สะดวกในการใช้บริการ wifi (แผนภูมิที่ 3.1-27) ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสที่ดีสำหรับประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนอกเหนือจากการสร้างความประทับใจในบริการแล้ว สิ่งสำคัญที่ควรดำเนินการคือการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมและประเพณีต่างๆ ของประเทศไทย โดยการประชาสัมพันธ์ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เพื่อให้ทราบว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ อะไรบ้าง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำกลับไปแนะนำบอกต่อแล้ว ยังสามารถช่วยดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต

แผนภูมิที่ 3.1-27 การชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



9. สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร	1) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 2) บางคนไม่เป็นมิตร ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส
2. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง 2) ความเป็นมิตรของพนักงาน 3) ความสะอาดสบาย 4) ความปลอดภัย	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 6) ความปลอดภัย 7) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก 8) ความสะอาดสบาย	1) กระบวนการให้บริการล่าช้าต้องรอคิวนาน 2) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนน้อย 3) ไม่สะดวกในการเดินทาง
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสวยงาม 2) ความหลากหลาย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง 4) ความหลากหลาย 5) ความสวยงาม	1) ชายหาดสกปรก 2) ไม่มีห้องน้ำสาธารณะ
4. สถานที่พักรแรม	1) ความสะดวกในการเข้าถึง 2) ความปลอดภัย 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) สภาพภายในสถานที่พัก 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 5) ความปลอดภัย 6) ความเหมาะสมของ	1) ต้องเสียค่าบริการ wifi 2) ที่ตั้งอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว 3) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกมีน้อย 5) อาหารไม่สะอาด

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
		อัตราค่าบริการ 7) ความสะดวกในการเข้าถึง 8) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) ความเหมาะสมของราคาสินค้า 4) ความปลอดภัย 5) คุณภาพสินค้า 6) ความสะดวกในการหาซื้อ 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 8) ความหลากหลายของประเภทสินค้า 9) ความสะดวกในการเข้าถึง 10 ความหลากหลายของประเภทร้านค้า	1) ราคาสินค้ามีความแตกต่างกันในสินค้าชนิดเดียวกัน 2) ผู้ขายบางรายไม่ซื่อสัตย์ขายของไม่มีคุณภาพ 3) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร 2) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 5) คุณภาพของอาหาร 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 7) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) คิตราอาหารแพง 2) อาหารที่สั่งไม่ได้ตามที่ต้องการ 3) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 4) สภาพร้านไม่สะอาด

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
		8) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร	
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง 2) ความหลากหลายในการให้บริการ 3) ความปลอดภัย 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 5) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) สภาพภายในสถานบริการ 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 5) ความปลอดภัย 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 7) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 8) ความหลากหลาย 9) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) วิธีการนวดแตกต่างกันในแต่ละสถานที่ 2) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 3) สถานบริการขนาดเล็กไม่มีบริการ wifi 4) มีการขายบริการแอบแฝง
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสวยงาม 2) ความหลากหลาย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) ความปลอดภัย 3) ความหลากหลาย 4) ความสะดวกในการเข้าถึง 5) ความสวยงาม	1) ต้องเสียค่าเข้าชมแพง 2) เจ้าหน้าที่ให้คำอธิบายไม่ชัดเจน 3) มีการใช้วัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มาใช้ในโบราณสถาน ทำให้ดูไม่เป็นของเก่า
9. มัคคุเทศก์	1) ความเป็นมิตร	1) ความซื่อสัตย์ 2) ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) ความเป็นมิตร	1) มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการในแหล่งท่องเที่ยว น้อย ไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน 2) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
10. สนามกอล์ฟ	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) จำนวนสนามกอล์ฟที่มีให้บริการ	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง 4) จำนวนสนามกอล์ฟที่มีให้บริการ	1) ต้องเสียเวลารอในการไปใช้บริการ 2) บุคลากรไม่เพียงพอในการให้บริการ

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
	4) ความสะดวกในการเข้าถึง 5) ความปลอดภัย	5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 6) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร	
11. ความปลอดภัย	-	1) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย 2) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว 3) จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	1) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีน้อย 2) การแจ้งความร้องทุกข์ค่อนข้างยุ่งยาก 3) เจ้าหน้าที่ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 4) บริเวณที่มีความเสี่ยงไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแล 5) มีสุนัขจรจัดจำนวนมาก
12. บริษัทนำเที่ยว	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 2) ความหลากหลายในการให้บริการ	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 4) ความหลากหลาย	1) ประสิทธิภาพบุคลากรในการให้บริการต่างๆ 2) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 3) ขาดการให้คำแนะนำในเรื่องสำคัญๆ
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ความปลอดภัย 3) ความสะอาดและความสะดวกสบาย 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 6) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) บุคลากรที่ให้บริการบางคนไม่ซื่อสัตย์ 2) บุคลากรไม่เข้าใจภาษาในการสื่อสาร 3) กระบวนการให้บริการขณะเดินทาง มีการให้ผู้โดยสารลงจากรถก่อนถึงจุดหมาย 4) แท็กซี่ไม่ใช้มิเตอร์ 5) หาสถานีขนส่งผู้โดยสารยาก
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว 3) ความสะดวกสบาย	1) เจ้าหน้าที่ไม่เข้าใจภาษาที่พูด 2) ต้องรอคิวนาน

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
		4) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่	
15. กิจกรรมผจญภัย	1) ความน่าตื่นเต้น 2) ความหลากหลายในการให้บริการ 3) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ความปลอดภัย 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 5) ความสะดวกในการเข้าถึง 6) ความหลากหลาย 7) ความน่าตื่นเต้น	1) เครื่องเล่นค่อนข้างอันตราย บางเครื่องเก่ามาก 2) ขาดการแนะนำวิธีใช้เครื่องเล่นต่างๆ
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสวยงาม 2) ความหลากหลาย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง 4) ความหลากหลาย 5) ความสวยงาม	1) ที่ตั้งค่อนข้างเปลี่ยว อาจจะถูกจี้ปล้นได้ 2) ไม่มีเจ้าหน้าที่อธิบายให้ความรู้
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะอาด 2) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) ค่อนข้างหายาก และไม่มีป้ายบอก 2) ค่อนข้างสกปรก 3) อุปกรณ์บางอย่างชำรุดใช้งานไม่ได้ 4) ไม่มีกระดาดชำระ 5) บางแห่งไม่เปิดให้บริการ 6) ไม่มีข้อแนะนำเป็นภาษาต่างประเทศในห้องน้ำสาธารณะ
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 3) การให้ความช่วยเหลือ 4) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 2) บุคลากรให้คำแนะนำไม่ชัดเจน 3) ข้อมูลไม่เพียงพอ

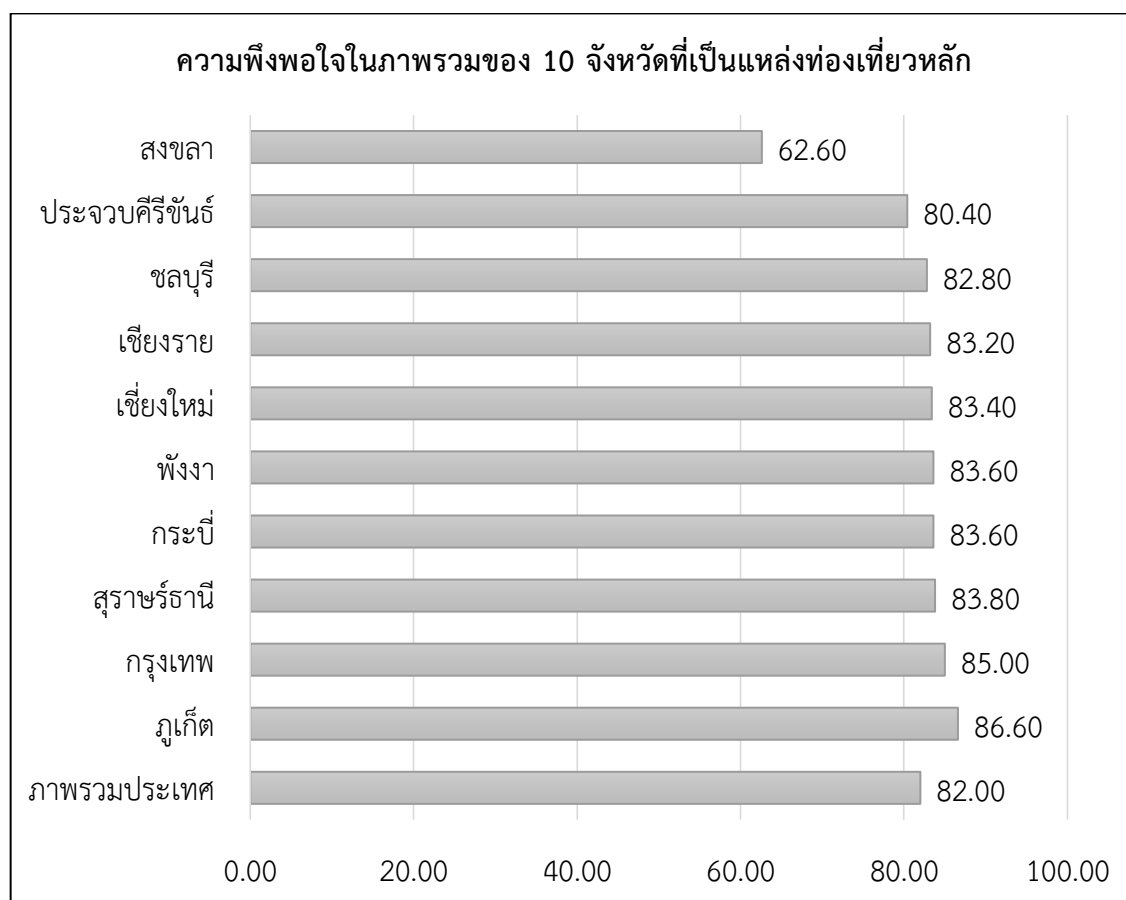
ส่วนที่ 3.2

ผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 10 จังหวัด

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน 10 จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก ของประเทศไทย

จากสถิตินักท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 24.8 ล้านคน นักท่องเที่ยวเหล่านี้กระจายตัวไปท่องเที่ยวตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ โดย 10 จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดดังกล่าว พบว่า มีเพียง 2 จังหวัด ที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ ภูเก็ต และกรุงเทพมหานคร ซึ่งทั้ง 2 จังหวัดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ ในขณะที่มี 7 จังหวัด ที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ สุราษฎร์ธานี กระบี่ พังงา เชียงใหม่ เชียงราย ชลบุรี และประจวบคีรีขันธ์ และมี 1 จังหวัดที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สงขลา นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศพบว่า มี 2 จังหวัดที่คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา ในขณะที่อีก 8 จังหวัดมีความพึงพอใจสูงกว่าค่าความพึงพอใจเฉลี่ยของประเทศ แต่ก็ไม่มากนัก ยกเว้น กรุงเทพมหานคร และภูเก็ต ที่คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศค่อนข้างมาก (แผนภูมิที่ 3.2-1) แสดงให้เห็นว่าในภาพรวมจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวชาตินั้น โดยรวมยังไม่ได้มีสถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ดีกว่าของจังหวัดอื่นๆ อย่างชัดเจน ซึ่งในจำนวนนี้มีเพียง 2 จังหวัดเท่านั้นที่มีบริการด้านการท่องเที่ยวมีความโดดเด่นกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศค่อนข้างมาก ในขณะที่มี 2 จังหวัดที่คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ของอย่างน้อย 8 จังหวัด ใน 10 จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงสุด จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้ดีขึ้นไปสู่ระดับความพึงพอใจอย่างมาก เพื่อไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐาน การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน”

แผนภูมิที่ 3.2-1 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก



ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด (แผนภาพที่ 3.2-2)

“ประชาชน” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด จากการสำรวจใน 10 จังหวัด พบว่า “ประชาชน” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่ “ประชาชน” เป็นประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด แสดงให้เห็นว่า “ประชาชน” เป็นจุดแข็งของทุกจังหวัดที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญที่สุด 10 อันดับแรกของประเทศ จำเป็นต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้

ในขณะที่ประเด็นอื่นๆ ที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัดแตกต่างกัน เช่น ในกรณีของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในภาคใต้ ประเด็นที่มีความพึงพอใจ 1 ใน 5 ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด ได้แก่ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต กระบี่ พังงา โดยเป็นที่สังเกตว่ามี 2 จังหวัดที่มีทะเลและชายหาด แต่แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด กลับไม่เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา แสดงให้เห็นว่าทะเลและชายหาด ยังไม่มีความโดดเด่นมากนักใน 2 จังหวัดนี้

นอกจากนี้ ยังพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ของหลายจังหวัดมีความโดดเด่น โดยมีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 1 ใน 5 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงราย ภูเก็ต และพังงา เนื่องจากจังหวัดเหล่านี้มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจหลายแห่ง ดังนั้นการอนุรักษ์และการส่งเสริม

การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของชาวต่างชาติ และสามารถช่วยกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นทางด้านทะเลและชายหาด

ในด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (Shopping) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย นั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า กลับไม่ติด 1 ใน 5 ที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด ยกเว้น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา ซึ่งแม้ติด 1 ใน 5 ที่มีความพึงพอใจสูงสุด แต่คะแนนความพึงพอใจก็ไม่มากนัก โดยเฉพาะจังหวัดสงขลา ในขณะที่การซื้อสินค้าและของที่ระลึกเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงจำเป็นที่จังหวัดท่องเที่ยวสำคัญเหล่านี้จะต้องปรับปรุงและพัฒนาสินค้า ราคาขายและการให้บริการ ที่พบว่ายังเป็นจุดอ่อนเนื่องจากประเด็นเหล่านี้คะแนนความพึงพอใจยังไม่มากนัก

ในด้านบริการเชิงสุขภาพซึ่งเป็นบริการเป้าหมายที่จะส่งเสริมและพัฒนาตามที่กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 นั้น ก็ยังไม่ได้มีความโดดเด่นในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญเหล่านี้ มีเพียงกรุงเทพมหานคร ชลบุรี สุราษฎร์ธานี และพังงา ที่บริการเชิงสุขภาพเป็น 1 ใน 5 ของประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด

จังหวัดสงขลาที่มีความเด่นในด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (Shopping) และด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร แต่ก็พบว่ามีความพึงพอใจค่อนข้างต่ำทั้งที่ติด 1 ใน 5 ที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด

ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด (แผนภูมิที่ 3.2-3)

“ห้องน้ำสาธารณะ” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด จากการสำรวจใน 10 จังหวัด พบว่า ทั้ง 10 จังหวัด “ห้องน้ำสาธารณะ” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่ “ห้องน้ำสาธารณะ” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด แสดงให้เห็นว่า “ห้องน้ำสาธารณะ” ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการตามแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่อื่นๆ เป็นจุดอ่อนสำคัญของทุกจังหวัดที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญที่สุด 10 อันดับแรกของประเทศ เนื่องจากมีน้อย หายาก และสกปรก จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน

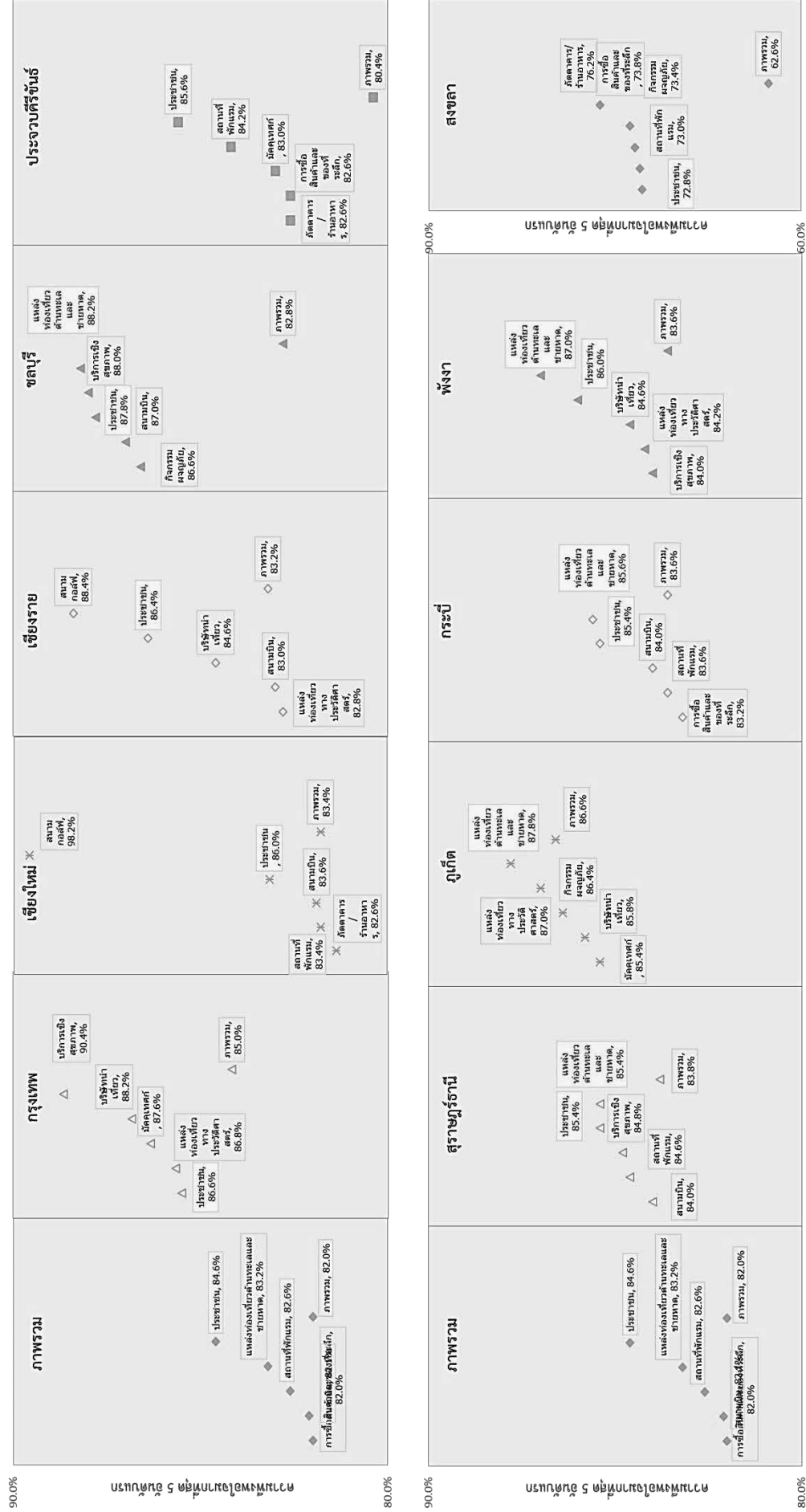
“รถโดยสารสาธารณะ” ซึ่งเป็นบริการพื้นฐานสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว นั้น พบว่าเป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดของจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญหลายจังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และพังงา เนื่องจากปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะ

“ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นบริการที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกรวดเร็ว ได้รับข้อแนะนำด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการช่วยเหลือในกรณีเกิดปัญหาต่างๆ นั้น พบว่าเป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดของจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญหลายจังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย สุราษฎร์ธานี กระบี่ พังงา และสงขลา สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่ “ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด เนื่องจากปัญหาด้านมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวน้อย ความพร้อมในด้านการให้บริการ และการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ

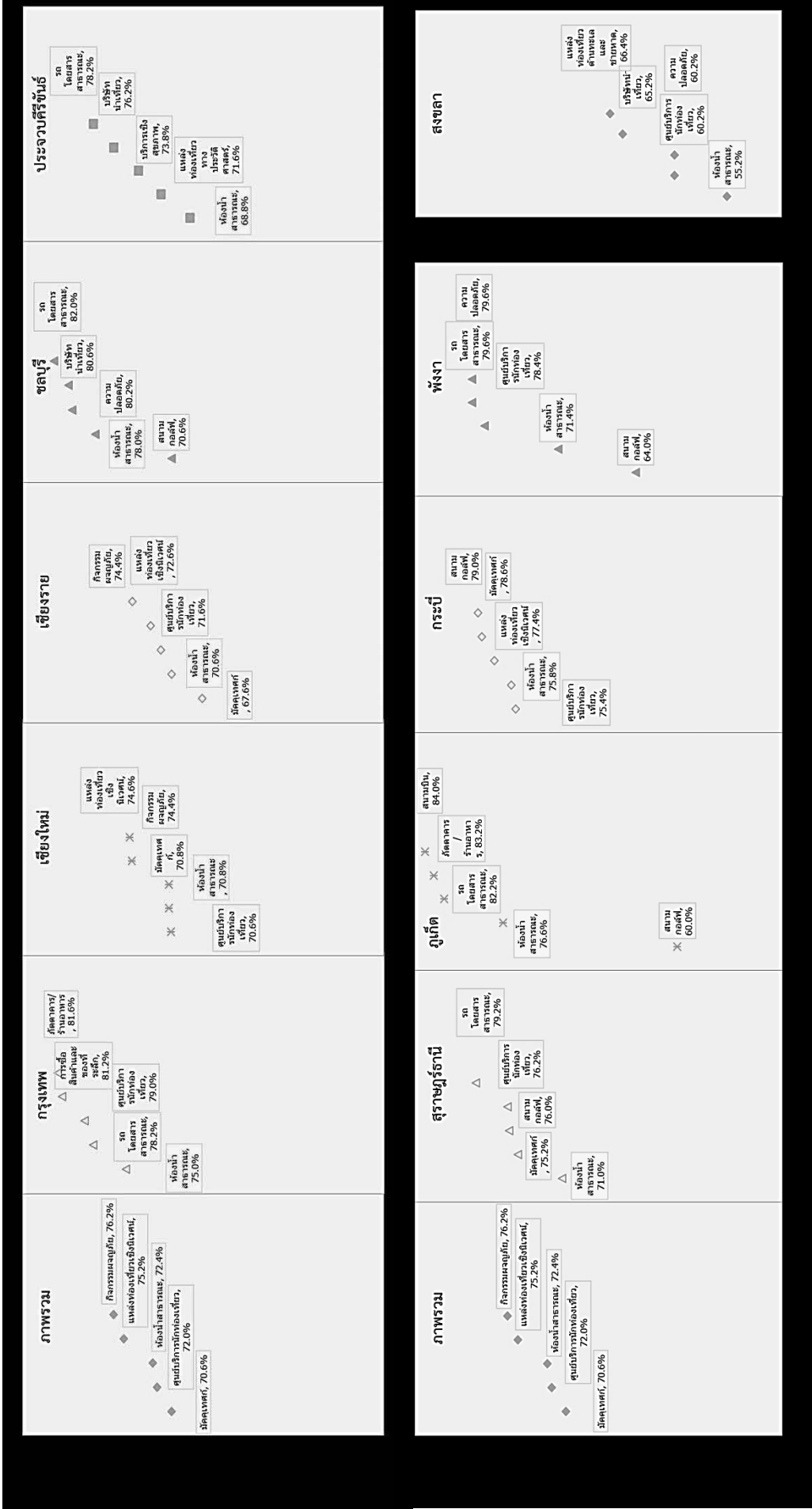
“แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในหลายจังหวัด แต่จากการสำรวจความพึงพอใจพบว่าจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์สำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และกระบี่ กลับพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวติด 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่ “แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด เนื่องจากปัญหาด้านการให้บริการ wifi/internet และความปลอดภัย นอกจากนี้ยังพบว่า “กิจกรรมผจญภัย” ในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย ยังติด 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่ “กิจกรรมผจญภัย” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด เนื่องจากปัญหาด้านการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ และประสิทธิภาพในการให้บริการ

การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว ใน 10 จังหวัดที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญที่สุด 10 อันดับแรกของประเทศ นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็นบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งหากพิจารณาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” แล้ว ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาตามแนวทางที่กำหนดใน (ตารางที่ 3.2-1)

แผนภูมิที่ 3.2-2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของ 10 จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก



แผนภูมิที่ 3.2-3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับแรกของ 10 จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก



ตารางที่ 3.2-1 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการด้านการท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	กรุงเทพมหานคร	เชียงใหม่	เชียงราย	ชลบุรี	ประจวบคีรีขันธ์	สุราษฎร์ธานี	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา	สงขลา
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	—	—	—	✓	×	✓	✓	✓	×	×
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	×	×	×	×	×	✓	×	✓	×
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	×	×	×	✓	×	×	✓	×	×	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	×	×	✓	×	✓	✓	×	×	×
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	×	×	×	✓	×	×	×	×	×	×
7. สนามกอล์ฟ	✓	✓	✓	×	×	×	×	×	×	×
8. สถานที่พักผ่อน	×	×	×	✓	✓	✓	✓	×	×	×
9. มัคคุเทศก์	✓	×	×	×	×	×	✓	×	×	×
10. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	×	×	×	×	×	×	✓	×	×	×
11. กิจกรรมผจญภัย	✓	×	×	✓	×	×	✓	×	×	×
12. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	×	×	×	✓	×	×	✓	×	×	×
13. รถโดยสารสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
14. หอจ่าน้ำสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×

หมายเหตุ × หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

ส่วนที่ 3.3

ผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด

ความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ โดยการประกาศเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการออกกฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 และตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยปี พ.ศ. 2558-2560 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 5 เขตอยู่ในกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ ประกอบด้วย

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญา ล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนา และส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุนอุตสาหกรรม การจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของโลก ผ่านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และผู้สูงอายุ มีแนวทางการพัฒนา โดยยกระดับเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับสากล ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เขตอุทยาน ภูเขา ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรม บริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่แสนตะวันออกระดับสากล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงสู่กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการสนับสนุนการพัฒนา เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุล และยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา โดยส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็น Tourism & Sport City พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตรผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก บนฐานวัฒนธรรม อันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ High-Class มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและทำเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศ เพื่อนบ้าน พัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัยส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

นอกจากนี้ ยังได้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีก 3 เขต เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนา ในระยะต่อไป ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

โดยในส่วนของ **เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง** ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร และบึงกาฬ มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามลำน้ำโขง เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาล กิจกรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาลระดับสากล และสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำ รวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน

ดังนั้นเพื่อให้การประเมินผลครั้งนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จึงได้สำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในทั้ง 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเลือกจังหวัดตัวแทนในแต่ละเขตพัฒนาการท่องเที่ยวดังนี้

เขตพัฒนาการท่องเที่ยว	จังหวัดตัวแทน
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก	เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก	ชลบุรี ตรัง
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน	ภูเก็ต กระบี่ พังงา
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	นครราชสีมา
เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	มุกดาหาร

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2558 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน “พื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด” และได้กำหนดให้เป็นพื้นที่พัฒนา ภายใต้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยปี พ.ศ. 2558-2560 โดยเป็นพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนา พื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม และที่มนุษย์สร้างขึ้นยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) และพื้นที่จังหวัดเมืองรองส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า ดังนั้น ในการสำรวจทัศนคติและประเมินความพึงพอใจครั้งนี้ จึงเลือกจังหวัดตราดเป็นตัวแทนเขตพื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีทั้งสิ้น 3,133 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 50.8 และร้อยละ 49.2 ตามลำดับ อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.0) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 25.9) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 31.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.3) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 66.7) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคยุโรป และเอเชียในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 37.8 และร้อยละ 46.4 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 69.1) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

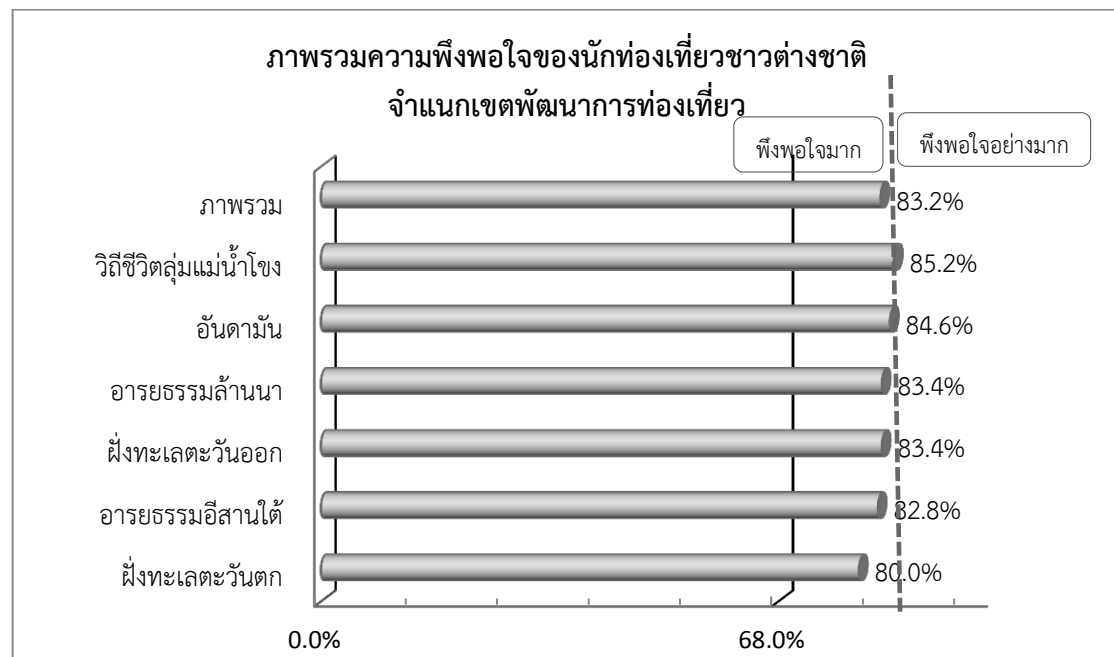
2. ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.2) โดยมี 2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มแม่น้ำโขง และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน (ร้อยละ 85.2 และ 84.6 ตามลำดับ) สูงกว่าความพึงพอใจโดยรวมของประเทศ (ร้อยละ 82.1) และพบว่าเกือบทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงกว่าความพึงพอใจโดยรวมของประเทศ ยกเว้น เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกที่ความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ แต่ก็ไม่มากนัก (แผนภูมิที่ 3.3-1) แสดงให้เห็นว่า โดยรวมแล้วแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพสูงขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า สิ่งที่โดดเด่นของเกือบทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ประชาชน และสิ่งที่ทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีจุดอ่อนตรงกัน ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวโดดเด่นมากที่สุด ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก รองลงมา ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มแม่น้ำโขง

และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ส่วนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอื่นๆ ยังมีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 3.3-1) แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชน รวมทั้งภาคประชาสังคม จะต้องร่วมมือกันพัฒนาเขตท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นจึงจะบรรลุเป้าหมายของแต่ละเขตพัฒนาท่องเที่ยว

แผนภูมิที่ 3.3-1 ความพึงพอใจในภาพรวมของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว



ตารางที่ 3.3-1 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	เขตพัฒนาการท่องเที่ยว					
	ฝั่งทะเลตะวันตก	ฝั่งทะเลตะวันออก	อันดามัน	อารยธรรมล้านนา	อารยธรรมอีสานใต้	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✗	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✗	✓	✓	-	-	-
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✗	✓	✓	✗	✗	✓
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	✗	✓	✗	✗	✗	✓
5. บริการเชิงสุขภาพ	✗	✓	✗	✗	✗	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✗	✓	✗	✗	✗	✗
7. สนามกอล์ฟ	✗	✗	✗	✓	✓	-
8. สถานที่พักผ่อน	✓	✓	✓	✗	✗	✗
9. มัคคุเทศก์	✗	✓	✗	✗	✗	-
10. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	-
11. กิจกรรมผจญภัย	✗	✓	✗	✗	✗	✓
12. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	✗	✓	✗	✗	✗	✓
13. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

3. ความพึงพอใจรายเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

3.1 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจทั้งสิ้น 615 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.1 และร้อยละ 45.9 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 39.8) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 35.8) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 28.1) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.6) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 63.3) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคยุโรป และเอเชียในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 43.4 และร้อยละ 34.8 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 85.7) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 84.7) การเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น (ร้อยละ 62.6) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 57.2) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 47.3) และการใช้ชีวิตตามคำคืน (ร้อยละ 45.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนา และส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติ และระดับนานาชาติ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้า และบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ มัคคุเทศก์ ให้มีความโดดเด่น ควบคู่ไปกับการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น บริการรถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สนามกอล์ฟ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นตัวแทนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.4) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 3 ใน 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ศึกษาในครั้งนี้

ในด้านความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ และมัคคุเทศก์ ซึ่งควรมีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อเป้าหมายในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์ นั้น กลับพบว่า ทั้ง 5 ประเภท มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก เท่ากัน (ร้อยละ 81.6, 73.6, 82.0, 80.0 และ 69.2 ตามลำดับ) จึงจำเป็นที่จะต้องเร่งดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการเหล่านี้ให้โดดเด่นและมีคุณภาพ เพื่อยกระดับความพึงพอใจอย่างมาก หรือคะแนนร้อยละ 84.1 ขึ้นไป

ในด้านสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว พบว่า มีเพียงสนามกอล์ฟที่อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 93.0) นอกนั้นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ สถานพักผ่อน (ร้อยละ 83.0) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ร้อยละ 82.4) บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 82.8) บริการรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 77.2) กิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 74.4) เป็นต้น

สำหรับบริการพื้นฐานอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยภาครัฐ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ และความปลอดภัย นั้น พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน แต่ระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ (ร้อยละ 71.2, 70.6 และ 79.2 ตามลำดับ)

โดยที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องชี้วัดถึงคุณภาพ/การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว ได้เป็นอย่างดี และเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องให้ความสำคัญ เพราะหมายถึงการที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือไม่ รวมทั้งจะแนะนำ/บอกต่อ ให้ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มาท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่ ดังนั้น ในการพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาจึงต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทั้งส่วนที่เป็นหัวใจหลักของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมมากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตท้องถิ่นและกิจกรรมสร้างสรรค์ การซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) บริการเชิงสุขภาพ เช่น นวดแผนไทย แพทย์แผนไทย ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาภาคธุรกิจให้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้สามารถสร้างอรรถรสในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพัฒนาบริการหลักเหล่านี้ ควบคู่ไปกับบริการอื่นๆ ไปสู่เป้าหมายระดับความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1) โดยควรพัฒนาประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของทั้ง 16 ประเภทบริการที่ประเมิน ซึ่งแสดงในตารางที่ 3.3-2

ตารางที่ 3.3-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (90.3)	1) ความซื่อสัตย์ (81.4) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.3)
2. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง (86.8) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (85.4) 3) ความสะดวกสบาย (84.3) 4) ความเป็นมิตรของพนักงาน (85.4) 5) ความปลอดภัย (86.3)	1) มีร้านอาหารที่หลากหลาย (82.6) 2) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (81.8) 3) การสื่อสาร/ภาษา (82.0) 4) บริการ wifi / internet (73.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.7)
3. สถานที่พักผ่อน	1) ความหลากหลายของประเภทสถาน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ

ตารางที่ 3.3-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	พักรแรม (85.0)	(83.6) 2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (81.8) 3) สภาพภายในสถานที่พัก (78.5) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.4) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.4) 6) ความปลอดภัย (82.5) 7) บริการ wifi / internet (80.0) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.8)
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.8) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (85.2)	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (82.8) 2) คุณภาพสินค้า (80.4) 3) ความสะดวกในการหาซื้อ (81.7) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.2) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.9) 6) ความปลอดภัย (81.0) 7) การบริการ wifi / internet (71.6) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (80.4)
5. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.2) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ 3) ร้านอาหาร (88.8) 4) คุณภาพของอาหาร (84.2)	1) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (78.0) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.9) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.4) 4) บริการ wifi / internet (75.9) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.2)
6. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.3) 2) ความหลากหลาย (81.4) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (84.0) 4) สภาพภายในสถานบริการ (77.9) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.1) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ

ตารางที่ 3.3-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(78.2) 7) ความปลอดภัย (78.5) 8) การบริการ wifi / internet (70.5) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.2)
7. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.2) 2) ความหลากหลาย (82.4) 3) ความสวยงาม (83.2) 4) ความปลอดภัย (82.1) 5) การบริการ wifi / internet (67.7)
8. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (71.0) 2) ความซื่อสัตย์ (67.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.9) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (69.1)
9. สนามกอล์ฟ	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (93.3) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (89.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (90.9) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (90.9) 5) ความปลอดภัย (89.1) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (91.8)	-
10. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (78.8) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (80.0) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (78.2)
11. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (82.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.0) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (80.6) 4) ความเหมาะสมของอัตรา

ตารางที่ 3.3-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		ค่าบริการ (82.4)
12. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (79.5) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (74.7) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (72.3) 4) ความปลอดภัย (74.4) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (76.7) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.5)
13. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	-
14. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.9) 2) ความหลากหลาย (74.2) 3) ความน่าตื่นเต้น (76.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (72.5) 6) ความปลอดภัย (71.0) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (71.6)
15. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.0) 2) ความหลากหลาย (72.2) 3) ความสวยงาม (75.5) 4) ความปลอดภัย (71.5) 5) การบริการ wifi / internet (62.5)
16. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.5) 2) ความสะอาด (67.6)
17. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (70.5) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (70.0) 3) การให้ความช่วยเหลือ (72.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.8)

3.2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจทั้งสิ้น 555 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 57.7 และร้อยละ 42.3 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.5) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 23.1) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.6) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.0) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 59.2) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคยุโรปและเอเชียในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 52.3 และร้อยละ 40.0 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 89.7) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 91.7) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 90.3) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 83.6) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 81.3) และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 63.8) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของโลก เป็นเมืองจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure) การฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ (Body Soul and Mind) โดยเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ป่าชายเลน ภูเขา รวมทั้งแหล่งน้ำพุร้อน สามารถเชื่อมโยงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จึงจำเป็นต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และบริการเชิงสุขภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวนี้ ควบคู่ไปกับการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น บริการรถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นตัวแทนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 80.0) ต่ำกว่าระดับเป้าหมายคือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจต่ำสุดใน 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ศึกษาในครั้งนี้

ในด้านความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการเชิงสุขภาพ ซึ่งควรมีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อเป้าหมายในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของโลกนั้น กลับพบว่า ทั้ง 4 ประเภท มีความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากัน (ร้อยละ 82.4, 82.2, 76.0 และ 79.0 ตามลำดับ) จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการเหล่านี้ให้โดดเด่นและมีคุณภาพ เพื่อยกระดับความพึงพอใจอย่างมาก หรือคะแนนร้อยละ 84.1 ขึ้นไป

ในด้านสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว พบว่ามีเพียงสถานพักผ่อนเท่านั้นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.0) ส่วนบริการอื่นๆ พบว่าอยู่ในระดับพอใจมาก ได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ร้อยละ 82.8) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 83.8)

กิจกรรมผจญภัย ร้อยละ 82.6) สนามกอล์ฟ (ร้อยละ 78.4) บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 77.6) บริการรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 78.2) เป็นต้น

สำหรับบริการพื้นฐานอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยภาครัฐ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ และความปลอดภัย นั้น พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน แต่ระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ (ร้อยละ 78.6, 69.6 และ 78.2 ตามลำดับ)

โดยที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องชี้วัดถึงคุณภาพ/การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว ได้เป็นอย่างดี และเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องให้ความสำคัญ เพราะหมายถึงการที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือไม่ รวมทั้งจะแนะนำ/บอกต่อให้ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มาท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่ ดังนั้น ในการพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกจึงต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทั้งส่วนที่เป็นหัวใจหลักของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการเชิงสุขภาพ รวมทั้งบริการอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง และยกระดับความพึงพอใจสู่ระดับพึงพอใจอย่างมาก หรือคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป โดยควรพัฒนาประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของทั้ง 16 ประเภทบริการที่ประเมิน ซึ่งแสดงในตารางที่ 3.3-3

ตารางที่ 3.3-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (86.7)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.7) 2) ความซื่อสัตย์ (84.0)
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.4) 2) ความหลากหลาย (85.0)	1) ความสวยงาม (83.0) 2) ความปลอดภัย (80.4) 3) การบริการ wifi / internet (74.9)
3. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.0) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (87.0) 3) ความปลอดภัย (84.4) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.4)	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (82.9) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (81.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.9) 4) บริการ wifi / internet (80.5) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.0)
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.1) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (86.7) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (85.8)	1) คุณภาพสินค้า (83.5) 2) ความสะดวกในการหาซื้อ (83.4) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.4) 5) ความปลอดภัย (82.4) 6) การบริการ wifi / internet (76.3) 7) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (82.6)

ตารางที่ 3.3-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
5. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึง บริการ (84.5) 2) ความหลากหลายของประเภท ภัตตาคาร/ 3) ร้านอาหาร (85.2) 4) คุณภาพของอาหาร (85.1) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.3)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.0) 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (80.2) 3) บริการ wifi / internet (74.8) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.8)
6. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวด แผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.7) 2) ความหลากหลาย (80.3) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (78.1) 4) สภาพภายในสถานบริการ (77.3) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.9) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.2) 7) ความปลอดภัย (77.1) 8) การบริการ wifi / internet (73.5) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.6)
7. แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.9) 2) ความหลากหลาย (77.6) 3) ความสวยงาม (76.5) 4) ความปลอดภัย (75.0) 5) การบริการ wifi / internet (68.4)
8. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (82.6) 2) ความซื่อสัตย์ (81.3) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.6) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (81.7)
9. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.8) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (76.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.4) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.4) 5) ความปลอดภัย (78.4) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.2)
10. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่ง ท่องเที่ยว (78.1)

ตารางที่ 3.3-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (79.0) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (77.0)
11. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (75.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.7) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (77.5) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.2)
12. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (79.3) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (75.7) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.7) 4) ความปลอดภัย (75.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (76.6) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.4)
13. กิจกรรมผจญภัย	1) ความน่าตื่นเต้น (85.1) 2) ความหลากหลาย (85.3)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.8) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.9) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.5) 4) ความปลอดภัย (80.8) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.7)
14. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความหลากหลาย (84.2)	1) ความสวยงาม (84.0) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.9) 3) ความปลอดภัย (81.6) 4) การบริการ wifi / internet (74.1)
15. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (70.0) 2) ความสะอาด (66.6)
16. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.8) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.2) 3) การให้ความช่วยเหลือ (79.3) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.6)

3.3 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจทั้งสิ้น 554 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 53.6 และร้อยละ 46.4 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.8) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 22.0) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.7) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 73.3) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชียและยุโรปในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 50.4 และร้อยละ 37.5 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 93.1) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 96.9) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 71.5) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (59.9) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 54.0) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ร้อยละ 43.1) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่สัปดาห์ตะวันออกระดับสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กิจกรรมผจญภัยทางทะเล การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ ให้มีความโดดเด่น ควบคู่ไปกับการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น บริการรถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สถานพักผ่อน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สนามกอล์ฟ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นตัวแทนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก (ร้อยละ 83.4) ต่ำกว่าระดับเป้าหมายคือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 3 ใน 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ศึกษาในครั้งนี้

ในด้านความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กิจกรรมผจญภัยทางทะเล การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ สนามกอล์ฟ ซึ่งควรมีความโดดเด่นเนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อเป้าหมายในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่สัปดาห์ตะวันออกระดับสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นั้น พบว่า มี 4 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กิจกรรมผจญภัยทางทะเล การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และ บริการเชิงสุขภาพ ที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก เท่ากัน (ร้อยละ 87.0, 86.8, 85.6, และ 88.8 ตามลำดับ) และมีเพียงสนามกอล์ฟ ที่อยู่ในระดับพึงพอใจมาก หากไม่นับรวมสนามกอล์ฟ แล้ว จึงถือว่าเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก มีแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนา จึงจำเป็นต้องรักษาจุดเด่นเหล่านี้ไว้ และควรพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากบริการที่มีความโดดเด่น เช่น การพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ให้มีคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม การพัฒนาบริการเชิงสุขภาพให้ได้มาตรฐานมากขึ้นโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็ก ที่ยังเน้นการแข่งขันด้าน

ราคามากกว่าคุณภาพ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัย ป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ ด้วยการกวดขันให้ผู้ให้บริการดูแลเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการเหล่านี้ให้สามารถให้บริการที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมทั้งการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชายหาดให้สะอาด และไม่ให้มีการบุกรุกบริเวณชายหาด ทั้งนี้เพื่อรักษาจุดแข็งของบริการเหล่านี้ให้ยั่งยืนตลอดไป ส่วนสนามกอล์ฟนั้น จังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวไม่มีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานหลายแห่ง แต่การที่นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจในระดับต่ำ อาจเป็นผลจากนักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลสนามกอล์ฟในจังหวัดต่างๆ เหล่านี้ จึงทำให้ได้รับบริการจากสนามกอล์ฟที่ไม่มีคุณภาพ จึงควรจัดทำฐานข้อมูลสนามกอล์ฟและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นั้น พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก ดังนั้น จึงควรสร้างความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยพบว่าปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 43.1 ไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และร้อยละ 41.7 ไปแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

นอกจากนี้ยังพบว่า บริการของบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น จึงจำเป็นต้องยิ่งที่สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว ในพื้นที่จะต้องเร่งกวดขันและพัฒนาการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวให้มีคุณภาพมากขึ้น รวมทั้งพัฒนาระบบร้องเรียนที่นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนได้สะดวก

สำหรับบริการพื้นฐานอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยภาครัฐ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ และความปลอดภัย นั้น พบว่ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากเช่นกัน แต่ระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะ บริการห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 77.0) และความปลอดภัย (ร้อยละ 81.0) จึงจำเป็นต้องพัฒนาบริการเหล่านี้ให้ดีขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว

แม้โดยรวมแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวหลักเพื่อการสู่เป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่แสนตัววันออกระดับสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น จะมีความโดดเด่น แต่พบว่ามีบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น บริการบริษัทนำเที่ยว บริการสนามกอล์ฟ บริการห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น ที่คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข และโดยที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องชี้วัดถึงคุณภาพ/การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว ได้เป็นอย่างดี และเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องให้ความสำคัญ เพราะหมายถึงการที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือไม่ รวมทั้งจะแนะนำ/บอกต่อ ให้ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มาท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่ ดังนั้น จึงควรพัฒนาประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของทั้ง 17 ประเภทบริการที่ประเมิน ซึ่งแสดงในตารางที่ 3.3-4

ตารางที่ 3.3-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเล
ตะวันออก

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (88.2) 2) ความซื่อสัตย์ (85.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (84.2)	-
2. แหล่งท่องเที่ยว ด้านทะเล และชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.6) 2) ความหลากหลาย (86.9) 3) ความสวยงาม (87.5) 4) ความปลอดภัย (86.8)	1) การบริการ wifi / internet (79.9)
3. สถานที่พักแรม	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.1) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (87.2) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (84.9) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.4) 5) ความปลอดภัย (85.2) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.2)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (84.0) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (83.4) 3) บริการ wifi / internet (82.6)
4. การซื้อสินค้า และของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.8) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (86.3) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (85.8) 4) คุณภาพสินค้า (84.6) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (85.7) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.7) 7) ความปลอดภัย (84.8) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (85.2)	1) การบริการ wifi / internet (80.0) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.4)
5. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.5) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (85.3) 4) คุณภาพของอาหาร (84.6)	1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (81.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.4) 3) บริการ wifi / internet (76.5)

ตารางที่ 3.3-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเล
ตะวันออก

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.2) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.2)	
6. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (89.5) 2) ความหลากหลาย (89.6) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (88.6) 4) สภาพภายในสถานบริการ (86.6) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.2) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (88.8) 7) ความปลอดภัย (88.6) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (88.8)	1) การบริการ wifi / internet (82.7)
7. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.6) 2) ความหลากหลาย (85.5) 3) ความสวยงาม (86.6) 4) ความปลอดภัย (84.7)	1) การบริการ wifi / internet (77.1)
8. มัคคุเทศก์	1) ความเป็นมิตร (85.8) 2) ความซื่อสัตย์ (84.7) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (84.6)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.6)
9. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.6) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (78.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.6) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (76.4) 5) ความปลอดภัย (73.3) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.3)
10. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (80.4) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (80.7)

ตารางที่ 3.3-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเล
ตะวันออก

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (79.9)
11. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (66.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.4) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (66.6) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (65.8)
12. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.6) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (82.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0) 4) ความปลอดภัย (80.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.5) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.0)
13. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	-
14. กิจกรรมผจญภัย	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.0) 2) ความหลากหลาย (86.5) 3) ความน่าตื่นเต้น (86.7) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.1) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.5) 6) ความปลอดภัย (85.3) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.5)	-
15. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสวยงาม (85.3)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.0) 2) ความหลากหลาย (83.0) 3) ความปลอดภัย (83.5) 4) การบริการ wifi / internet (78.8)
16. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.7) 2) ความสะอาด (75.0)
17. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.4) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ

ตารางที่ 3.3-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(82.1) 3) การให้ความช่วยเหลือ (83.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.3)

3.4 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจทั้งสิ้น 900 ตัวอย่าง เป็นเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 49.8 และร้อยละ 50.2 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.8) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 27.2) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.4) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.3) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 60.5) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชีย และยุโรป ในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 42.4 และร้อยละ 35.1 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 90.0) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 99.3) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 70.6) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (68.6) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 49.6) และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ร้อยละ 49.1) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก บนฐานวัฒนธรรมอันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ High-Class การส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กิจกรรมผจญภัยทางทะเล การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ ให้มีความโดดเด่น ควบคู่ไปกับการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น บริการรถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เป็นต้น

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นตัวแทนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.6) และมีความพึงพอใจอันดับ 2 ใน 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ศึกษาในครั้งนี้

ในด้านความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กิจกรรมผจญภัยทางทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ ซึ่งควรมีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อเป้าหมายในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก บนฐานวัฒนธรรมอันดามัน นั้น พบว่า มี 2 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก

นอกนั้น ได้แก่ กิจกรรมผจญภัย บริการเชิงสุขภาพ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก นั้น มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากเท่านั้น จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาไปสู่ระดับพึงพอใจอย่างมาก

สำหรับบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ พบว่า มีเพียงสถานพักผ่อน เท่านั้น ที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก ส่วนบริการอื่นๆ ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และสนามกอล์ฟ พบว่าอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เท่านั้น และโดยเฉพาะสนามกอล์ฟ มีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ

สำหรับบริการพื้นฐานอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยภาครัฐ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หอกระจายสารานุกรม และความปลอดภัย นั้น พบว่ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากเช่นกัน แต่ระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะ บริการหอกระจายสารานุกรม (ร้อยละ 74.6) จึงจำเป็นต้องพัฒนาบริการเหล่านี้ให้ดีขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

แม้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน จะมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ที่โดดเด่น แต่ก็พบว่ามีการที่เป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาสู่เป้าหมายหลัก และบริการอื่นๆ ทั้งเป็นหน้าที่ของภาครัฐ และบริการของเอกชน ยังมีจุดอ่อนอยู่ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย ดังนั้น จึงควรพัฒนาประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของทั้ง 16 ประเภทบริการที่ประเมิน ซึ่งแสดงในตารางที่ 3.3-5

ตารางที่ 3.3-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (88.0)	1) ความซื่อสัตย์ (83.3) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.8)
2. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง (84.3) 2) ความสะอาดสวยงาม (84.2) 3) ความเป็นมิตรของพนักงาน (85.1) 4) ความปลอดภัย (85.2)	1) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (83.8) 2) มีร้านอาหารที่หลากหลาย (82.2) 3) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (83.2) 4) การสื่อสาร/ภาษา (83.0) 5) บริการ wifi / internet (76.9) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.0)
3. แหล่งท่องเที่ยว ด้านทะเล และชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.8) 2) ความหลากหลาย (87.2) 3) ความสวยงาม (87.6) 4) ความปลอดภัย (86.2)	1) การบริการ wifi / internet (79.4)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึง บริการ (84.3) 2) ความหลากหลายของประเภท สถานพักผ่อน (84.9) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.6)	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (83.8) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (81.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.7) 4) บริการ wifi / internet (81.4)

ตารางที่ 3.3-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4) ความปลอดภัย (84.6) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.2)	
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.3) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (84.6)	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (83.6) 2) คุณภาพสินค้า (82.0) 3) ความสะดวกในการหาซื้อ (83.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.4) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.9) 6) ความปลอดภัย (83.2) 7) การบริการ wifi / internet (78.9) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (83.0)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.2)	1) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (83.1) 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.8) 3) คุณภาพของอาหาร (83.2) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.9) 6) บริการ wifi / internet (78.1) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.4)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (87.0) 2) ความหลากหลาย (85.6) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (84.7) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.6) 5) ความปลอดภัย (84.9) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.1)	1) สภาพภายในสถานบริการ (83.3) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.8) 3) การบริการ wifi / internet (80.2)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสวยงาม (85.5) 2) ความหลากหลาย (84.4) 3) ความปลอดภัย (84.1)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.8) 9.5) การบริการ wifi / internet (78.1)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความซื่อสัตย์ (82.8) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.8) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (82.6) 1) ความเป็นมิตร (84.0)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.4) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (77.4)

ตารางที่ 3.3-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.7) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (76.6) 5) ความปลอดภัย (76.6) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.2)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (82.3) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (83.1) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (81.8)
12. บริษัทนำเที่ยว	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (84.2) 2) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (84.5)	1) ความหลากหลาย (84.0) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.0)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.8) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (78.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.9) 4) ความปลอดภัย (78.8) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.1) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.0)
14. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.0) 2) ความหลากหลาย (83.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.1) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.9) 5) ความปลอดภัย (81.8) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.7) 7) ความน่าตื่นเต้น (84.0)
15. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.2) 2) ความหลากหลาย (80.8) 3) ความสวยงาม (82.0) 4) ความปลอดภัย (80.6) 5) การบริการ wifi / internet (76.3)
16. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.3) 2) ความสะอาด (72.9)
17. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.2) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.3) 3) การให้ความช่วยเหลือ (80.3) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.1)

3.5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจทั้งสิ้น 250 ตัวอย่าง เป็นเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 49.6 และร้อยละ 50.4 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 39.6) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 34.8) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.4) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.0) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 62.8) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคยุโรปและเอเชีย ในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 42.8 และร้อยละ 41.2 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 87.2) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 66.8) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 65.2) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 48.0) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 41.6) และการใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 36.8) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิต อีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นตัวแทนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.8) และมีความพึงพอใจอันดับ 5 ใน 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ศึกษาในครั้งนี้

ในด้านความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ บริการเชิงสุขภาพ และมัคคุเทศก์ ควรมีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อเป้าหมายในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย นั้น พบว่า ทั้ง 3 ประเภท มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก โดยในส่วนของมัคคุเทศก์มีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ

สำหรับบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ พบว่า มีเพียงสนามกอล์ฟ เท่านั้น ที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก ส่วนบริการอื่นๆ ได้แก่ สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว รถโดยสารสาธารณะ พบว่าอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เท่านั้น และโดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยว มีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ

สำหรับบริการพื้นฐานอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยภาครัฐ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หอมน้ำสาธารณะ และความปลอดภัย นั้น พบว่า มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากเช่นกัน แต่ระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะ บริการหอมน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 68.4) จึงจำเป็นต้องพัฒนาบริการเหล่านี้ให้ดีขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ นั้น ยังไม่โดดเด่นมากนัก หากพิจารณาจากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้พบว่า

มีบริการที่เป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาสู่เป้าหมายหลัก และบริการอื่นๆ ทั้งเป็นหน้าที่ของภาครัฐ และบริการของเอกชน ยังมีจุดอ่อนอยู่ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย ดังนั้น จึงควรพัฒนาประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของทั้ง 16 ประเภทบริการที่ประเมินซึ่งแสดงในตารางที่ 3.3-6

ตารางที่ 3.3-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (87.6)	1) ความซื่อสัตย์ (80.7) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.3)
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	-
3. สถานที่พักผ่อน	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.9) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (82.6) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (79.6) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (75.8) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.8) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.0) 7) ความปลอดภัย (80.0) 8) บริการ wifi / internet (75.4) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.3)
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.1)	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (83.9) 2) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (82.5) 3) คุณภาพสินค้า (78.9) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (81.2) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.4) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.5) 7) ความปลอดภัย (78.5) 8) การบริการ wifi / internet (72.9) 9) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (78.9)
5. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (85.7)	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.9) 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (75.4) 3) คุณภาพของอาหาร (80.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.9) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.6)

ตารางที่ 3.3-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) บริการ wifi / internet (76.0) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.3)
6. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (86.1)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.0) 2) ความหลากหลาย (81.3) 3) สภาพภายในสถานบริการ (78.3) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.4) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.9) 6) ความปลอดภัย (79.5) 7) การบริการ wifi / internet (70.3) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.4)
7. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.2) 2) ความหลากหลาย (85.2) 3) ความสวยงาม (86.1)	1) ความปลอดภัย (83.3) 2) การบริการ wifi / internet (71.5)
8. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (74.2) 2) ความซื่อสัตย์ (72.7) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.1) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (71.4)
9. สนามกอล์ฟ	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (88.8) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (86.3) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.3) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.0)	1) ความปลอดภัย (82.5) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.8)
10. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (77.2) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (82.0) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (77.8)
11. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (80.5) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.0) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (80.5) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.5)
12. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (77.2) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (72.5) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.0) 4) ความปลอดภัย (72.2)

ตารางที่ 3.3-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.8) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (75.7)
13. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.9) 2) ความหลากหลาย (79.3) 3) ความน่าตื่นเต้น (77.3) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (72.7) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.8) 6) ความปลอดภัย (73.7) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.8)
14. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.7) 2) ความหลากหลาย (73.5) 3) ความสวยงาม (76.2) 4) ความปลอดภัย (71.2) 5) การบริการ wifi / internet (63.2)
15. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (71.0) 2) ความสะอาด (66.0)
16. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.4) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (73.6) 3) การให้ความช่วยเหลือ (72.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.4)

3.6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจทั้งสิ้น 259 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 57.1 และร้อยละ 42.9 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.2) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 34.0) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มเสมียนและพนักงานขาย ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 30.5) จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.3) มีรายได้ไม่เกิน 20,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 96.5) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชียในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 97.7) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 36.7) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 97.7) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 66.4) การใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 39.4) การเข้ารักษาทางการแพทย์ (ร้อยละ 21.2) และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 12.7) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางทางการท่องเที่ยวตามลำน้ำโขงเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาล กิจกรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาลระดับสากล และสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำ รวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นตัวแทนใจเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.2) และมีความพึงพอใจอันดับ 1 ใน 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ศึกษาในครั้งนี้

ในด้านความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ บริการเชิงสุขภาพ และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ควรมีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อเป้าหมายในการพัฒนาไปสู่การการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง นั้น พบว่า ทั้ง 3 ประเภท มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก

สำหรับบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ได้แก่ สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร รถโดยสารสาธารณะ พบว่าอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เท่านั้น

สำหรับบริการห้องน้ำสาธารณะ พบว่ามีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ บริการเชิงสุขภาพ และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง นั้น มีความโดดเด่น หากพิจารณาจากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้พบว่ามียุทธศาสตร์ที่เป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาสู่เป้าหมายหลักที่ยังมีจุดอ่อนอยู่ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย ดังนั้น จึงควรพัฒนาประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของทั้ง 10 ประเภทบริการที่ประเมิน ซึ่งแสดงในตารางที่ 3.3-7

ตารางที่ 3.3-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (89.3) 2) ความซื่อสัตย์ (87.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (88.3)	-
2. สถานที่พักแรม	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (89.3)	1) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (82.5) 2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (82.4) 3) สภาพภายในสถานที่พัก (83.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.5) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.5) 6) ความปลอดภัย (83.2) 7) บริการ wifi / internet (80.4) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.4)

ตารางที่ 3.3-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิต
ลุ่มแม่น้ำโขง

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
3. การซื้อสินค้า และของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (89.4) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (88.8) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (89.3) 4) คุณภาพสินค้า (89.2) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (89.8) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (88.8) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (88.9) 8) ความปลอดภัย (88.4) 9) การบริการ wifi / internet (85.8) 10) ความเหมาะสมของราคาสินค้า/บริการ (88.4)	-
4. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.8) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคารร้านอาหาร (82.0) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (81.1) 4) คุณภาพของอาหาร (81.6) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.1) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.9) 7) บริการ wifi / internet (81.2) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.1)
5. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวด แผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.8) 2) ความหลากหลาย (85.2) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (86.2) 4) สภาพภายในสถานบริการ (85.7) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.7) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8) 7) ความปลอดภัย (85.7) 8) การบริการ wifi / internet (84.8)	-

ตารางที่ 3.3-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิต
ลุ่มแม่น้ำโขง

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.7)	
6. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (97.0) 2) ความหลากหลาย (98.0) 3) ความสวยงาม (96.0) 4) ความปลอดภัย (97.0) 5) การบริการ wifi / internet (95.0)	-
7. ความปลอดภัย	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (84.4) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (85.4) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (85.5)	-
8. รถโดยสารสาธารณะ	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.5)	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.0) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (81.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสารความปลอดภัย (82.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.2)
9. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (91.) 2) ความหลากหลาย (92.0) 3) ความสวยงาม (89.0) 4) ความปลอดภัย (91.0) 5) การบริการ wifi / internet (85.0)	-
10. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.7) 2) ความสะอาด (78.1)

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน “เมืองต้องห้าม...พลาด”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาด” ตามแนวคิด ปีท่องเที่ยววิถีไทย โดยได้คัดเลือก 12 จังหวัดจาก 5 ภูมิภาคที่มีศักยภาพ มีจุดเด่นทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรมรวมทั้งมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละภูมิภาคประกอบด้วยจังหวัดต่างๆ ดังนี้

- (1) ภาคเหนือ ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ และน่าน
- (2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 2 จังหวัด ได้แก่ บุรีรัมย์และเลย
- (3) ภาคกลาง ประกอบด้วย 2 จังหวัด ได้แก่ สมุทรสงครามและราชบุรี
- (4) ภาคตะวันออก ประกอบด้วย 2 จังหวัด ได้แก่ ตราดและจันทบุรี
- (5) ภาคใต้ ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ ตรัง ชุมพร และนครศรีธรรมราช

ซึ่งในการสำรวจครั้งนี้ได้เลือกจังหวัดตราดเป็นตัวแทนโครงการฯ เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ผลการประเมิน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 84.2) โดยผลการประเมินในประเด็นที่สำคัญๆ มีดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจทั้งสิ้น 251 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากใกล้เคียงเพศหญิง (ร้อยละ 49.8 และร้อยละ 50.2 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 47.8) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 19.1) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.5) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.5) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 71.7) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชีย ยุโรปในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 45.8 และร้อยละ 40.2 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 95.2) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 96.0) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 76.5) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 64.1) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 54.2) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ร้อยละ 46.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

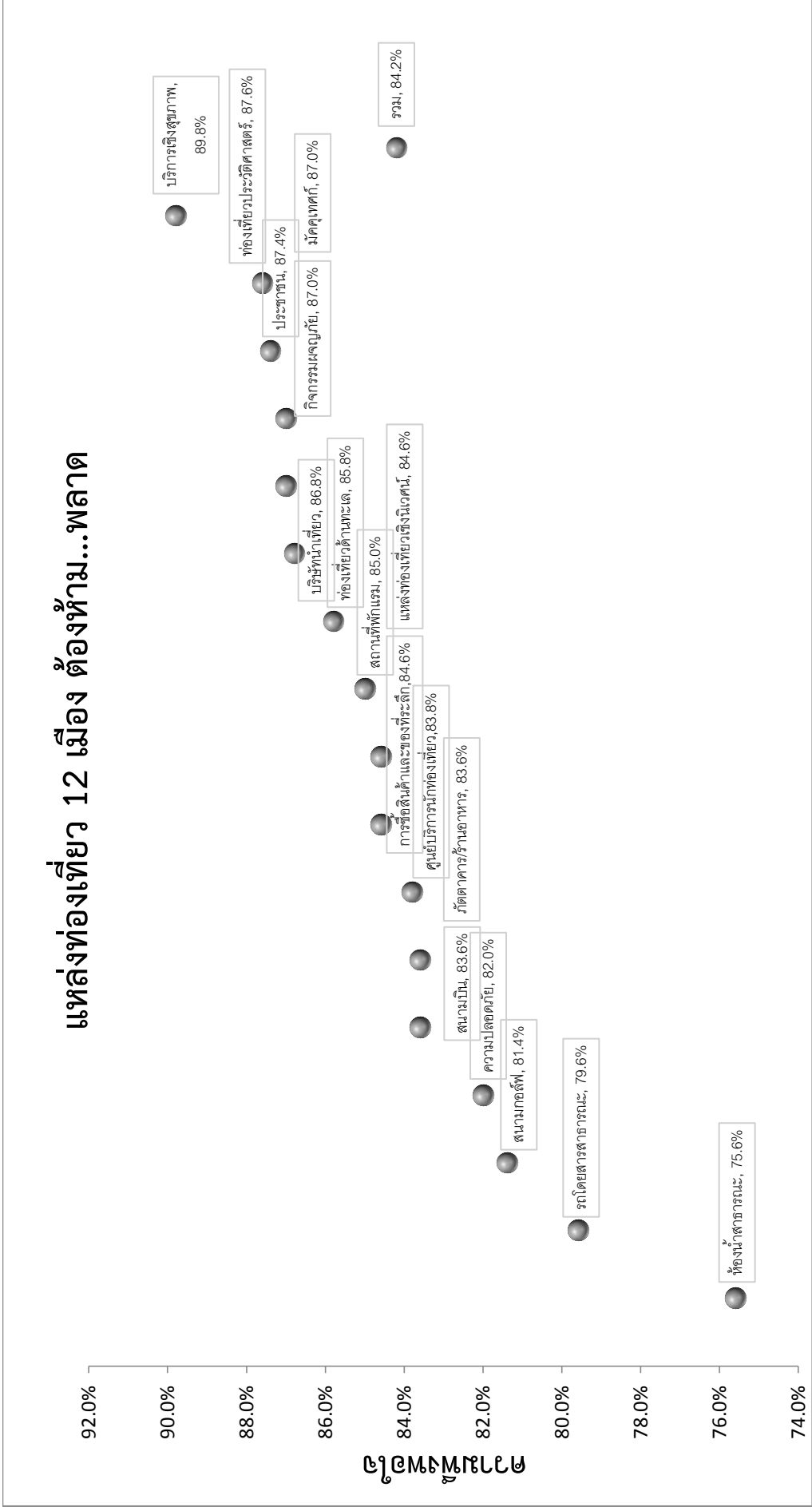
(1) แหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่เป็จุดแข็งใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยว มีความโดดเด่นมาก เนื่องจากได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากทั้ง 3 ประเด็น สามารถตอบโจทย์ “เมืองต้องห้าม...พลาด” ได้

(2) กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า บริการเชิงสุขภาพ กิจกรรมผจญภัย และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก เป็นกิจกรรมที่มีความโดดเด่น โดยได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากทั้ง 3 ประเด็น โดยเฉพาะบริการเชิงสุขภาพสามารถสร้างความพึงพอใจได้สูงสุด สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี

(3) ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ ประชาชน มัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว และสถานที่พักผ่อน เป็นปัจจัยสนับสนุนทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยว จังหวัดตราด โดยได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากทั้ง 4 ประเด็น

(4) การให้บริการสาธารณะต่างๆ พบว่า ยังเป็นจุดอ่อนของ “เมืองต้องห้าม...พลาต” ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ และความปลอดภัย ที่ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด

แผนภูมิที่ 3.3-2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด (เมื่อต้องห้าม...พลาด)



การพัฒนาจังหวัดตราด (เมืองต้องห้าม...พลาต) นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ในแต่ละประเด็นที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาบริการควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 3.3-8 และตารางที่ 3.3-9

ตารางที่ 3.3-8 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด (เมืองต้องห้าม...พลาต)

บริการด้านการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (%)	จังหวัดตราด
1) บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	89.8	✓
2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	87.6	✓
3) ประชาชน	87.4	✓
4) กิจกรรมผจญภัย	87.0	✓
5) มัคคุเทศก์	87.0	✓
6) บริษัทนำเที่ยว	86.8	✓
7) แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	85.8	✓
8) สถานที่พักผ่อน	85.0	✓
9) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	84.6	✓
10) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	84.6	✓
11) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	83.8	✗
12) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	83.6	✗
13) ความปลอดภัย	82.0	✗
14) สนามกอล์ฟ	81.4	✗
15) รถโดยสารสาธารณะ	79.6	✗
16) ห้องน้ำสาธารณะ	75.6	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

ตารางที่ 3.3-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว โครงการ “เมืองต้องห้าม....พลาต”
(จังหวัดตราด)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (88.6) 2) ความซื่อสัตย์ (85.9)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.5)
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.5) 2) ความหลากหลาย (86.1) 3) ความสวยงาม (86.6) 4) ความปลอดภัย (85.6)	1) การบริการ wifi / internet (76.7)
3. สถานที่พักแรม	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.1) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (86.7) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.6) 4) ความปลอดภัย (84.4) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.0)	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (83.4) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (81.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.5) 4) บริการ wifi / internet (80.4)
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.9) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (85.4) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (85.2) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (84.8) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.2) 6) ความปลอดภัย (84.6) 7) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (84.1)	1) คุณภาพสินค้า (83.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.5) 3) การบริการ wifi / internet (77.2)
5. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.7) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/	1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.8) 2) คุณภาพของอาหาร (83.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.1) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.7)

ตารางที่ 3.3-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว โครงการ “เมืองต้องห้าม....พลาต”
(จังหวัดตราด)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	3) ร้านอาหาร (84.8)	5) บริการ wifi / internet (76.1) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.4)
6. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (91.5) 2) ความหลากหลาย (91.1) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (90.4) 4) สภาพภายในสถานบริการ (86.8) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (87.1) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (90.1) 7) ความปลอดภัย (89.3) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (89.6)	1) การบริการ wifi / internet (82.1)
7. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.9) 2) ความหลากหลาย (86.5) 3) ความสวยงาม (87.8) 4) ความปลอดภัย (86.9)	1) การบริการ wifi / internet (78.1)
8. มัคคุเทศก์	1) ความเป็นมิตร (89.1) 2) ความซื่อสัตย์ (87.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.0) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (86.8)	-
9. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.9) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (82.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.9) 4) ประสิทธิภาพ (82.9) 5) ความปลอดภัย (82.9) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.4)
10. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (80.6)

ตารางที่ 3.3-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว โครงการ “เมืองต้องห้าม....พลาต”
(จังหวัดตราด)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (82.0) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (80.7)
11. บริษัทนำเที่ยว	1) ความหลากหลาย (87.3) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.9) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (86.3) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.3)	-
12. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.8) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (78.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.8) 4) ความปลอดภัย (78.9) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.0) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.4)
13. กิจกรรมผจญภัย	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.7) 2) ความหลากหลาย (86.6) 3) ความน่าตื่นเต้น (87.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.9) 5) ความปลอดภัย (84.7) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.7)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.5)
14. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสวยงาม (85.8)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.6) 2) ความหลากหลาย (82.4) 3) ความปลอดภัย (83.0) 4) การบริการ wifi / internet (77.7)
15. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.9) 2) ความสะอาด (73.1)
16. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.9) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.3) 3) การให้ความช่วยเหลือ (84.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.4)

ส่วนที่ 3.4

รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ภาพรวมด้านตรวจคนเข้าเมือง

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมด้านตรวจคนเข้าเมืองดำเนินการสำรวจใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ด้านท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ด้านท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ด้านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา) และด้านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย โดยดำเนินการสำรวจระหว่างวันที่ 25 กรกฎาคม 2558 ถึงวันที่ 10 ตุลาคม 2558 สามารถเก็บรวบรวมตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ทั้งสิ้น จำนวน 2,012 ตัวอย่าง ผลสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ผลการสำรวนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 2,012 ราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 51.3 ต่อ ร้อยละ 48.7) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 44.3) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.4) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นนักวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 32.1) และมีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับปานกลางระหว่าง 20,000-40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ มากที่สุด (ร้อยละ 35.2) มากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 52.0) เดินทางมาจากภูมิภาคเอเชีย (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวกที่ 2-1)

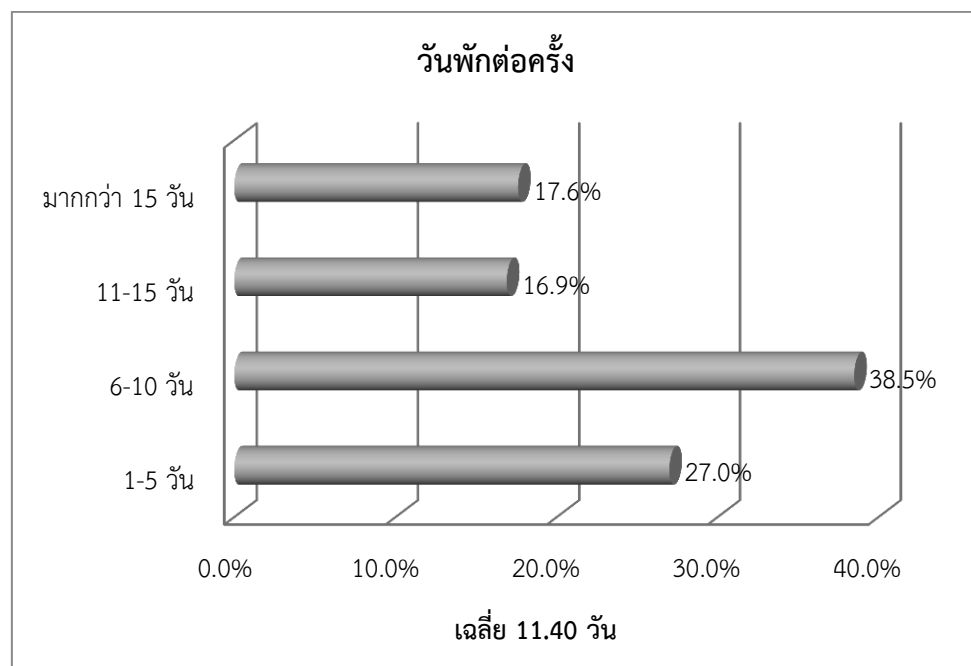
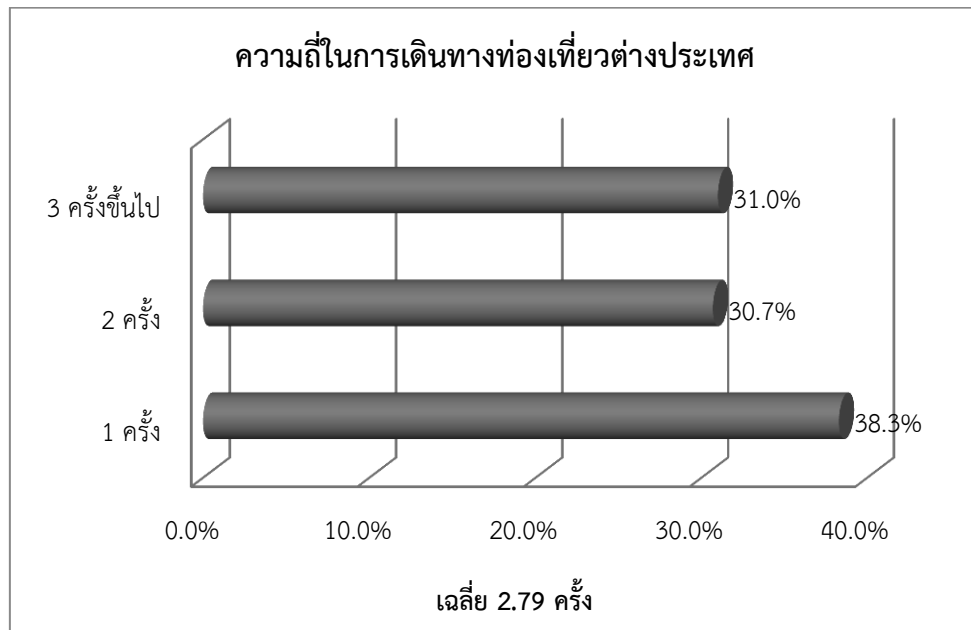
2. ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย (Motivation)

นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปต่างประเทศเพื่อพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ โดยสถานที่ท่องเที่ยวของไทยยังคงเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดรวมทั้งการรับคำแนะนำจากเพื่อน/ญาติ

2.1 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 2.79 ครั้ง และมีวันพักเฉลี่ย 11.40 วัน/ครั้ง (แผนภูมิที่ 3.4-1)

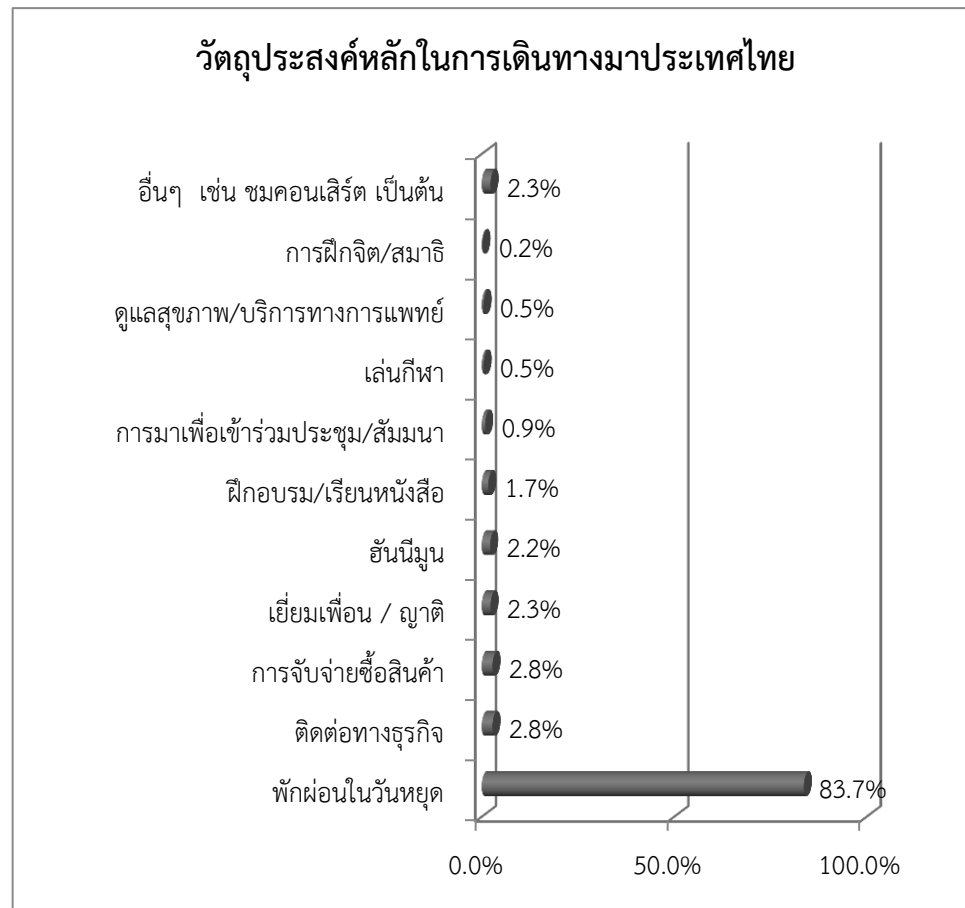
แผนภูมิที่ 3.4-1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้ง
ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



2.2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.7) (แผนภูมิที่ 3.4-2)

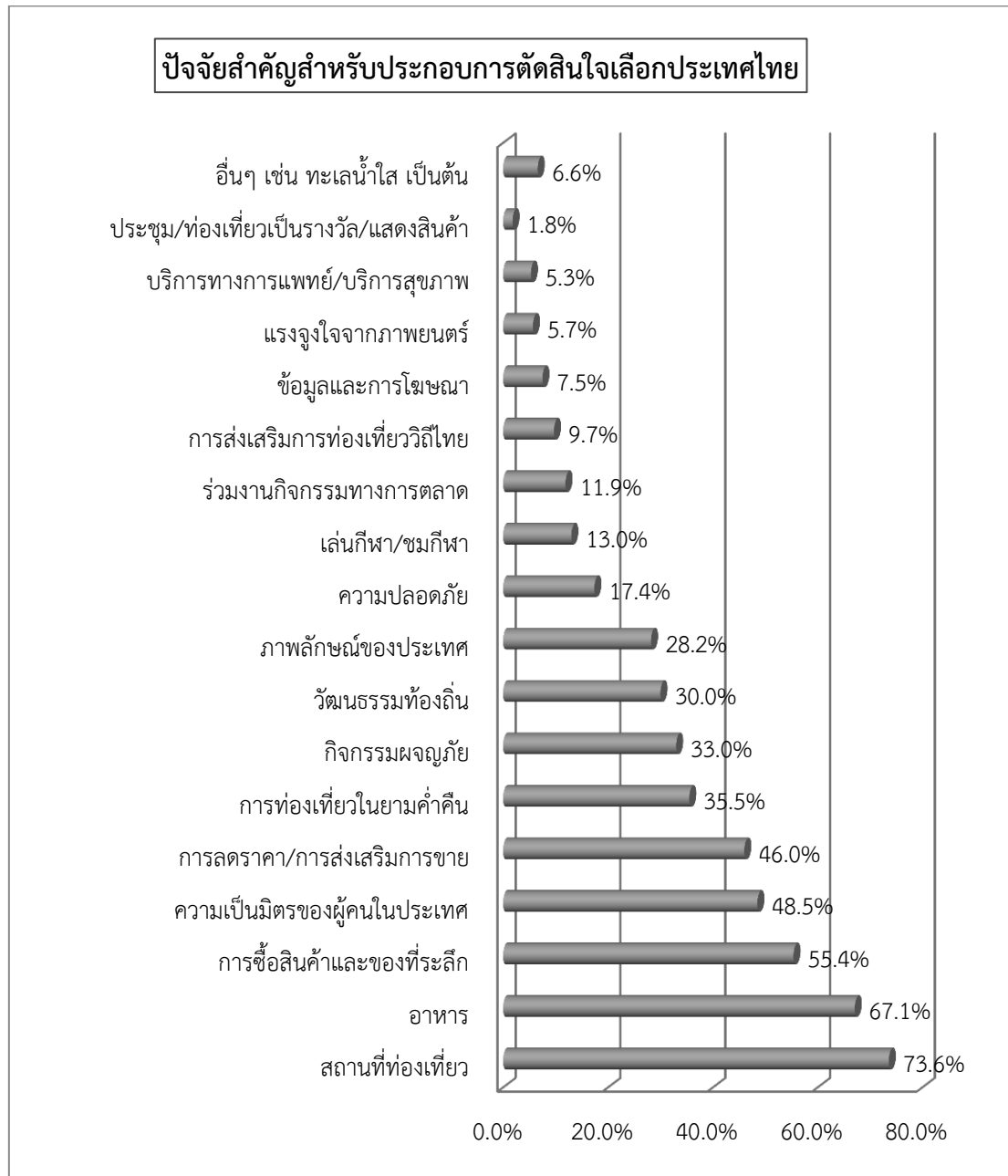
แผนภูมิที่ 3.4-2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



2.3 ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกมาประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว (ร้อยละ 73.6) นอกนั้นก็ในด้านอาหาร การซื้อสินค้าและของที่ระลึก ความเป็นมิตรของผู้คนในประเทศ ฯลฯ สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยมีผลไม่มากนัก (ร้อยละ 9.7) (แผนภูมิที่ 3.4-3)

แผนภูมิที่ 3.4-3 ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว

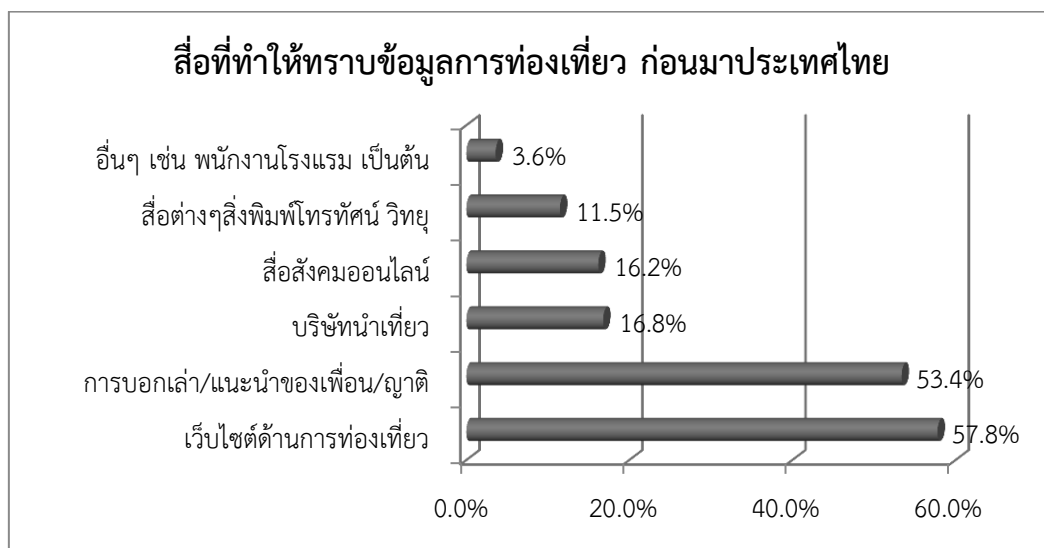


2.4 สื่อที่ใช้หาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

2.4.1 สื่อที่ใช้หาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทย

สื่อเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวและสื่อบุคคล คือ การบอกเล่า/การแนะนำของเพื่อน/ญาติ เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทย (ร้อยละ 57.8 และร้อยละ 53.4 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 3.4-4)

แผนภูมิที่ 3.4-4 ประเภทสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทย

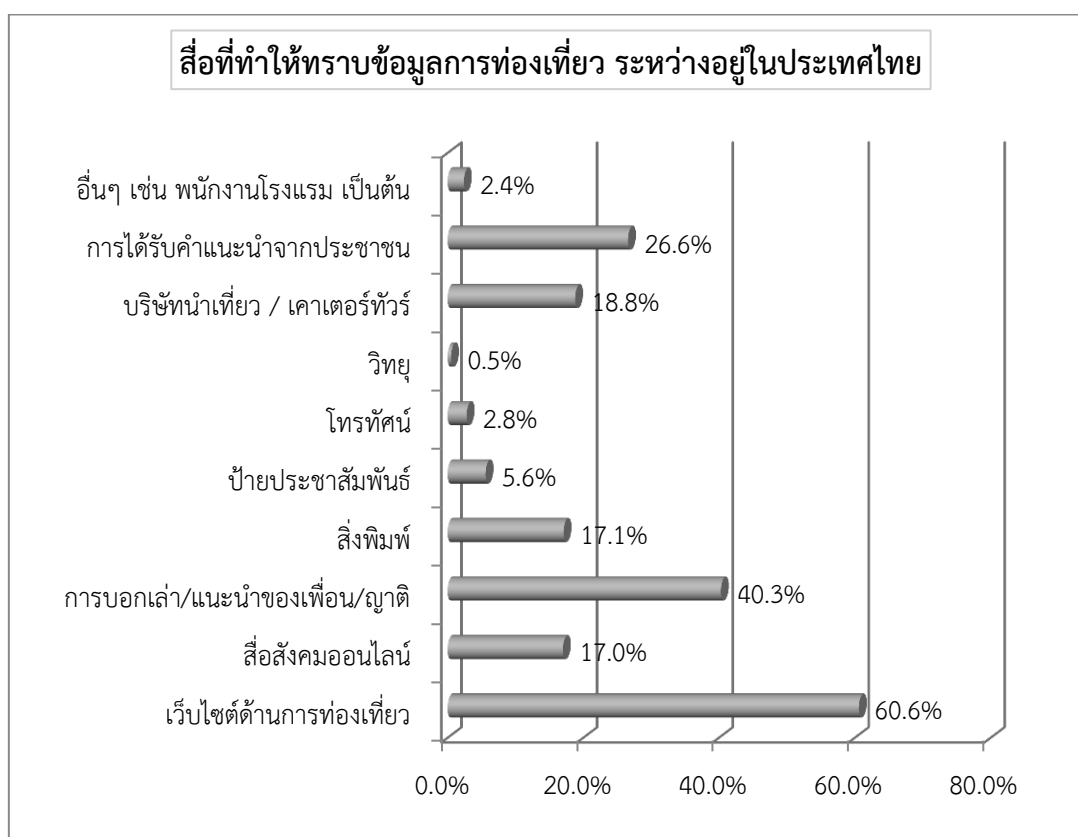


2.4.2 สื่อที่ใช้ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในระหว่างอยู่ในประเทศไทย

เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวยังเป็นสื่อหลักที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในระหว่างอยู่ในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.6) ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในระหว่างอยู่ในประเทศไทยจากเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถใช้งานได้สะดวกและเสียค่าใช้จ่ายน้อยจึงเป็นสื่อหลักที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้ นอกจากนี้สื่อบุคคล คือ การบอกเล่า/คำแนะนำของเพื่อน/ญาติ ก็ถือว่ามีความสำคัญลำดับรองลงมา (ร้อยละ 40.3) ในขณะที่สื่อวิทยุมีความสำคัญน้อยมาก (ร้อยละ 0.5) เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่เข้าใจภาษา อีกทั้งไม่สามารถรับฟังเป็นระยะเวลาต่อเนื่องได้ (แผนภูมิที่ 3.4-5)

แผนภูมิที่ 3.4-5 สื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในระหว่างอยู่ในประเทศไทย

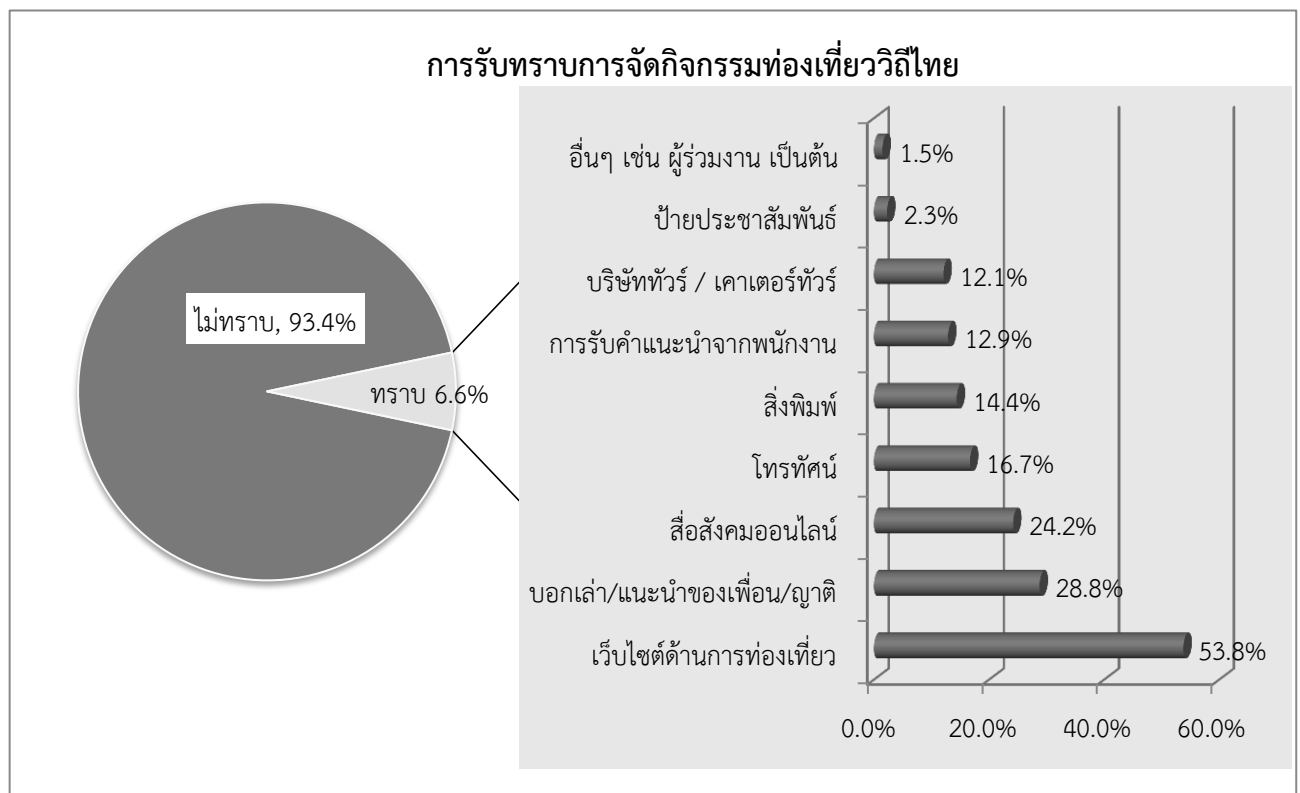


3. การรับทราบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าประเทศไทยจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.4) ไม่ทราบว่าในปีนี้เป็นประเทศไทยจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 6.6) เท่านั้นที่ทราบ โดยในกลุ่มที่ทราบจะทราบจากสื่อเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 53.8) (แผนภูมิที่ 3.4-6)

แผนภูมิที่ 3.4-6 การรับทราบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



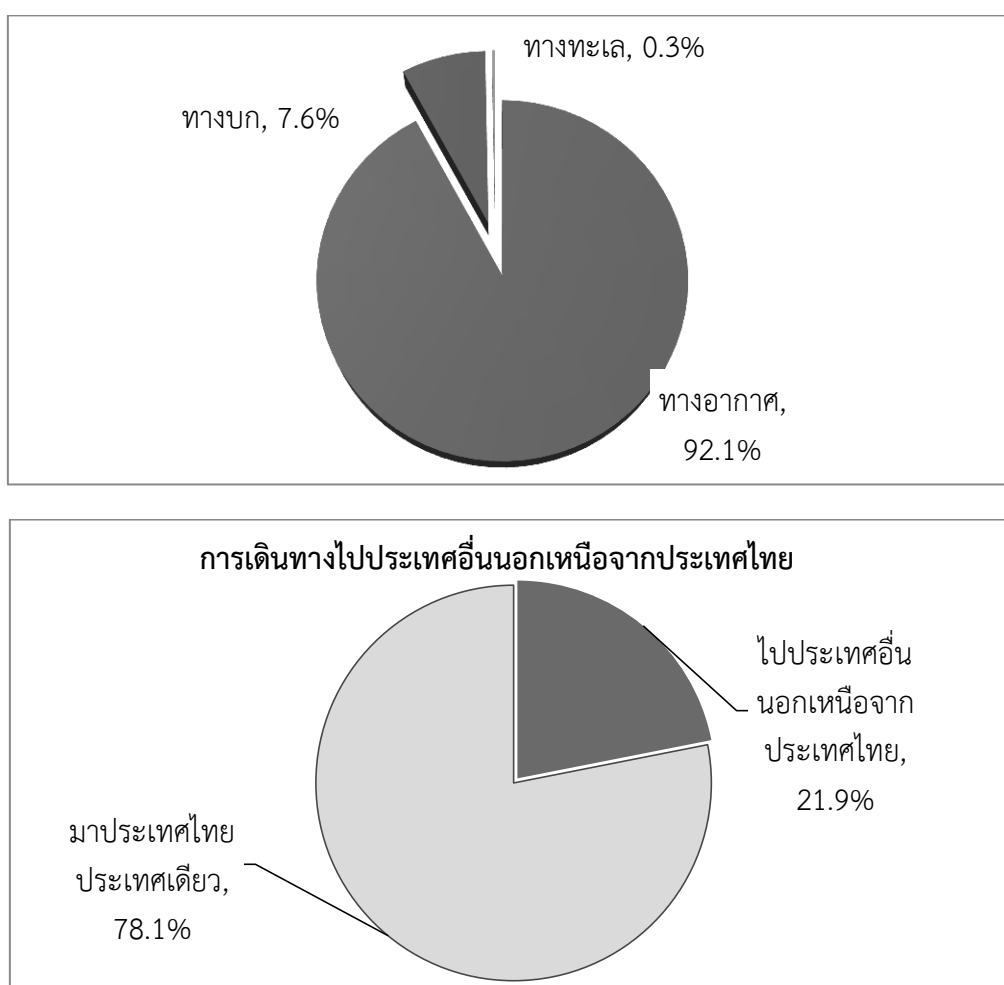
4. การเดินทางมาประเทศไทย

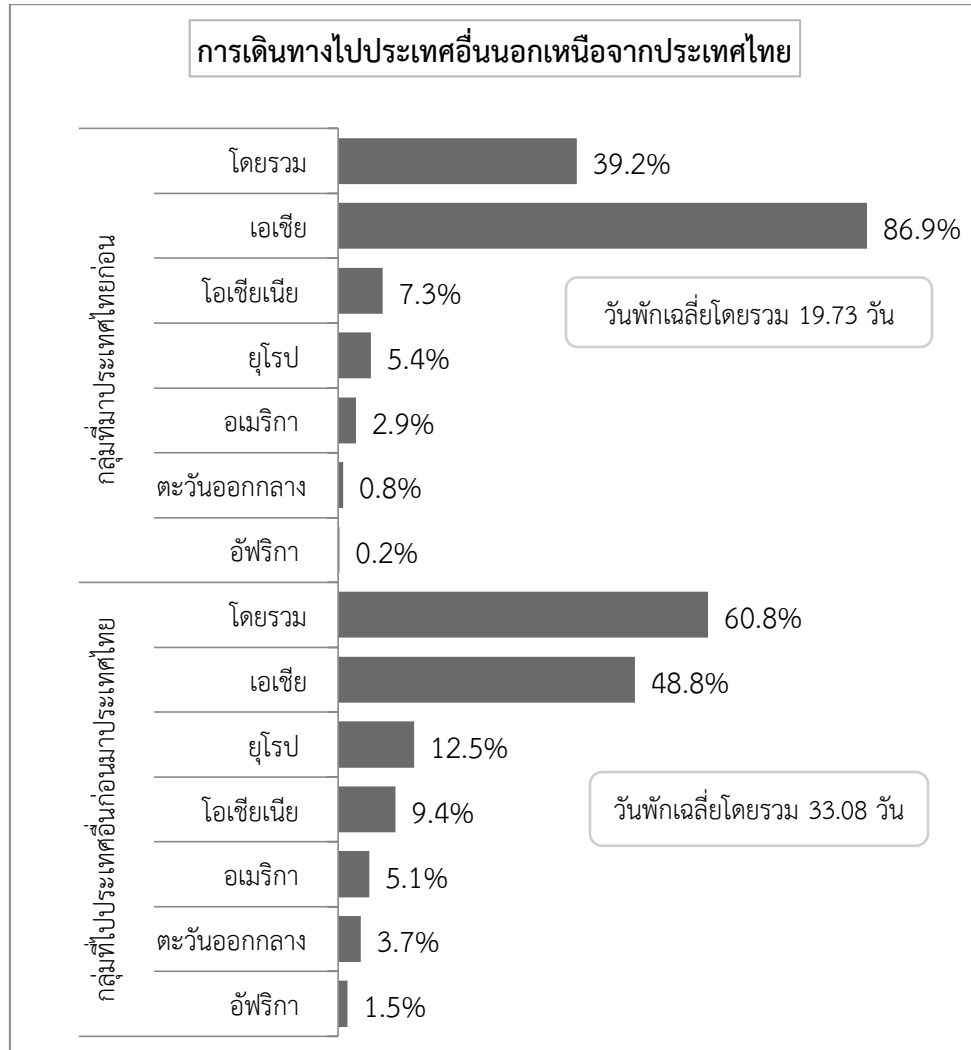
4.1 รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยทางอากาศและเดินทางมาประเทศไทยเพียงประเทศเดียวเป็นส่วนใหญ่

การเดินทางมาประเทศไทยสามารถเดินทางมาได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ ทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.1) เดินทางมาประเทศไทยทางอากาศ เนื่องจากประเทศไทยมีสนามบินนานาชาติอยู่หลายแห่ง ทั้งนี้จะเดินทางมาประเทศไทยประเทศเดียวเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.3) เพราะเป็นเป้าหมายหลักในการเดินทางมาพักผ่อน ส่วนกลุ่มที่เดินทางไปประเทศอื่นด้วยมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 22.7) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นประเทศในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และพม่า โดยกลุ่มที่ไปประเทศอื่นก่อนมาประเทศไทย มีสัดส่วนมากกว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยก่อนแล้วเดินทางไปประเทศอื่นต่อ (ร้อยละ 58.2 ต่อร้อยละ 41.8 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังไม่สามารถเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคอาเซียนได้ (แผนภูมิที่ 3.4-7)

แผนภูมิที่ 3.4-7 รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ





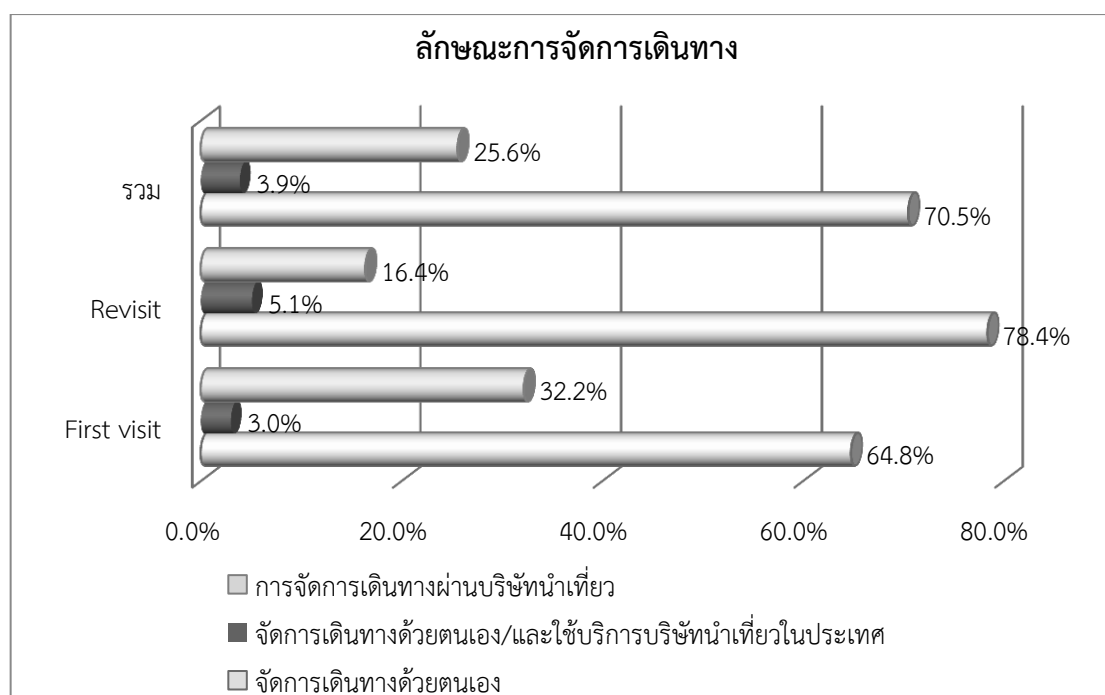
4.2 ลักษณะการจัดการเดินทาง

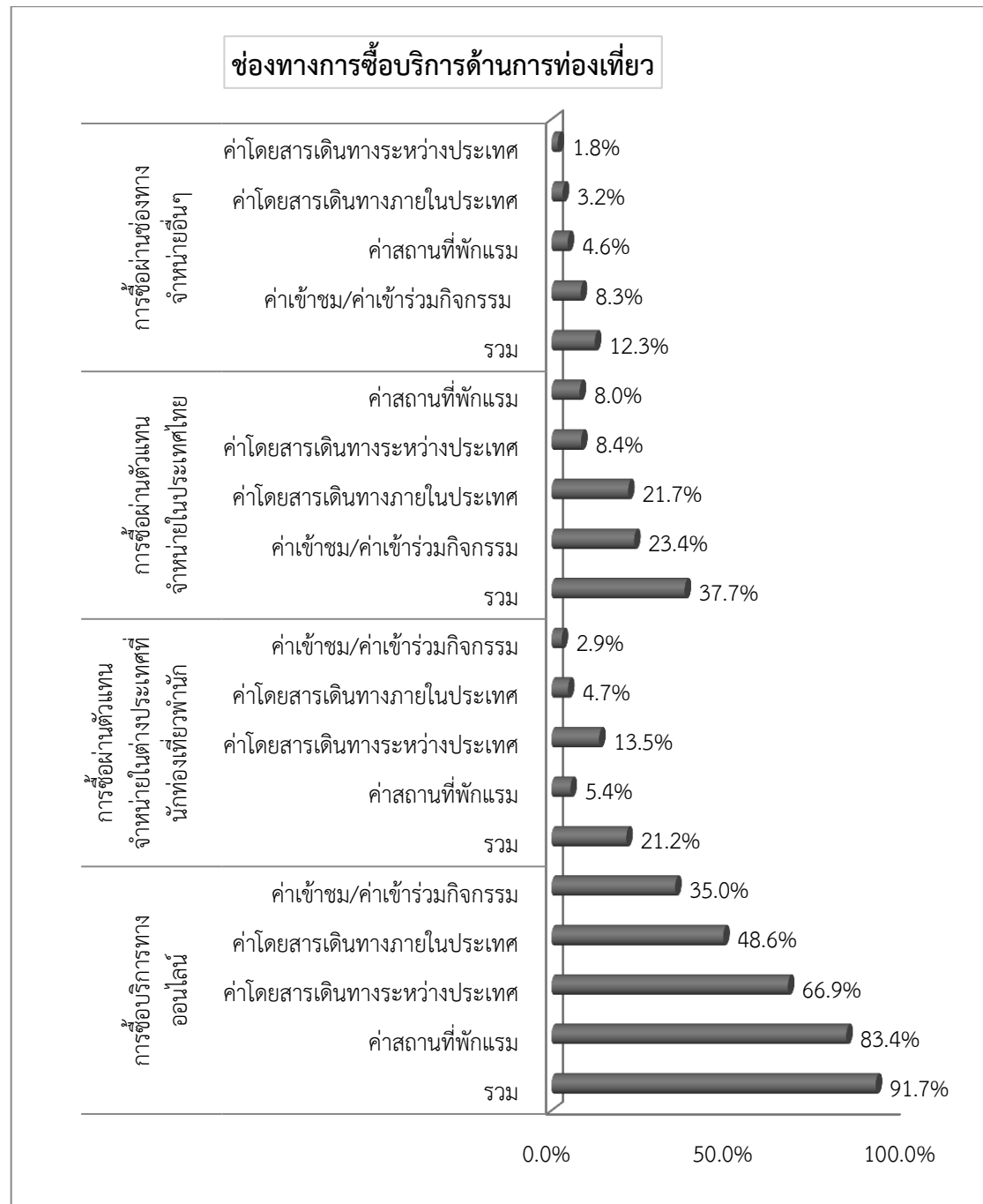
นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งที่มาประเทศไทยครั้งแรกและที่เคยมาประเทศไทยแล้ว ส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเอง โดยซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ออนไลน์) เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.7) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นค่าสถานที่พักแรม (ร้อยละ 83.4)

ลักษณะการจัดการเดินทางมาประเทศไทยมีด้วยกัน 3 รูปแบบ ได้แก่ การจัดการเดินทางด้วยตนเอง การจัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบางส่วนจากบริษัทนำเที่ยวในประเทศ และจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.5) นิยมจัดการเดินทางด้วยตนเอง เนื่องจากเสียค่าใช้จ่ายถูกกว่าและสามารถเลือกซื้อบริการได้ตามต้องการมากกว่าการมาแบบแพ็คเกจทัวร์ อีกทั้งการจองตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก การจองสถานที่ท่องเที่ยว และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สามารถดำเนินการได้สะดวกผ่านทางอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการจัดการเดินทาง โดยจะเป็นการจองสถานที่พักแรมมากที่สุด (ร้อยละ 83.4) นอกนั้นเป็นการจองตั๋วเครื่องบินระหว่างประเทศ และในประเทศ จองตัวเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ฯลฯ

ทั้งนี้มีเพียงบางส่วน (ร้อยละ 21.2) ที่ใช้บริการตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย โดยจะเป็นการจองตัวเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ การจองตั๋วเครื่องบินในประเทศเป็นส่วนใหญ่ (แผนภูมิที่ 3.4-8)

แผนภูมิที่ 3.4-8 ลักษณะการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



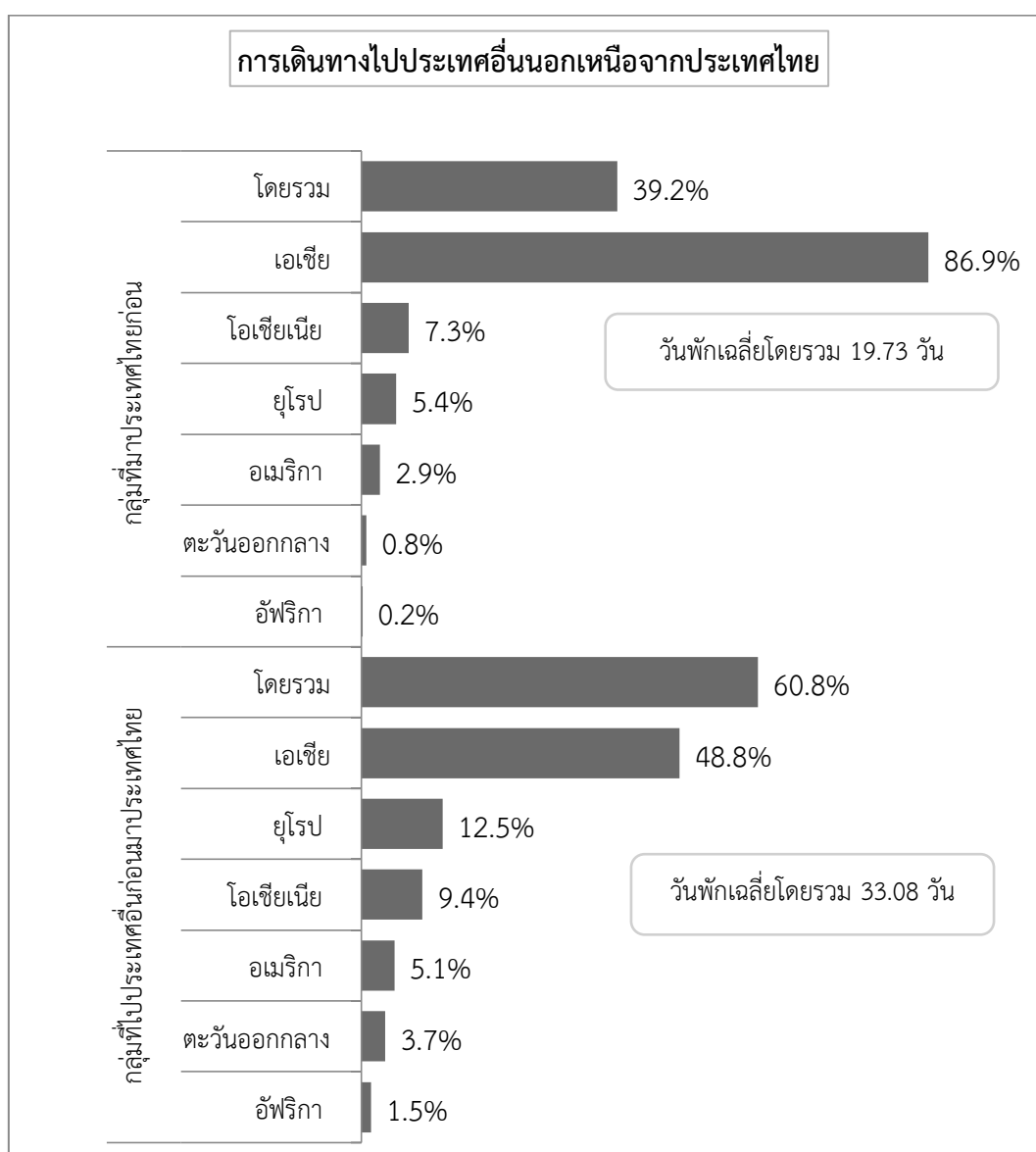


4.3 จำนวน/ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเดินทางมาเป็นคู่มากที่สุด โดยผู้ร่วมเดินทางจะเป็นคู่สมรส

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นกลุ่มเล็กๆ (เฉลี่ย 3.62 คน) เนื่องจากส่วนใหญ่จัดการเดินทางมาด้วยตนเอง โดยมาเป็นคู่ (2 คน) มากที่สุด (ร้อยละ 39.1) รองลงมาเดินทางมาคนเดียว (ร้อยละ 17.7) ซึ่งผู้ร่วมเดินทางจะเป็นคู่สมรสมากที่สุด (ร้อยละ 33.6) (แผนภูมิที่ 3.4-9)

แผนภูมิที่ 3.4-9 จำนวน/ประเภทผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



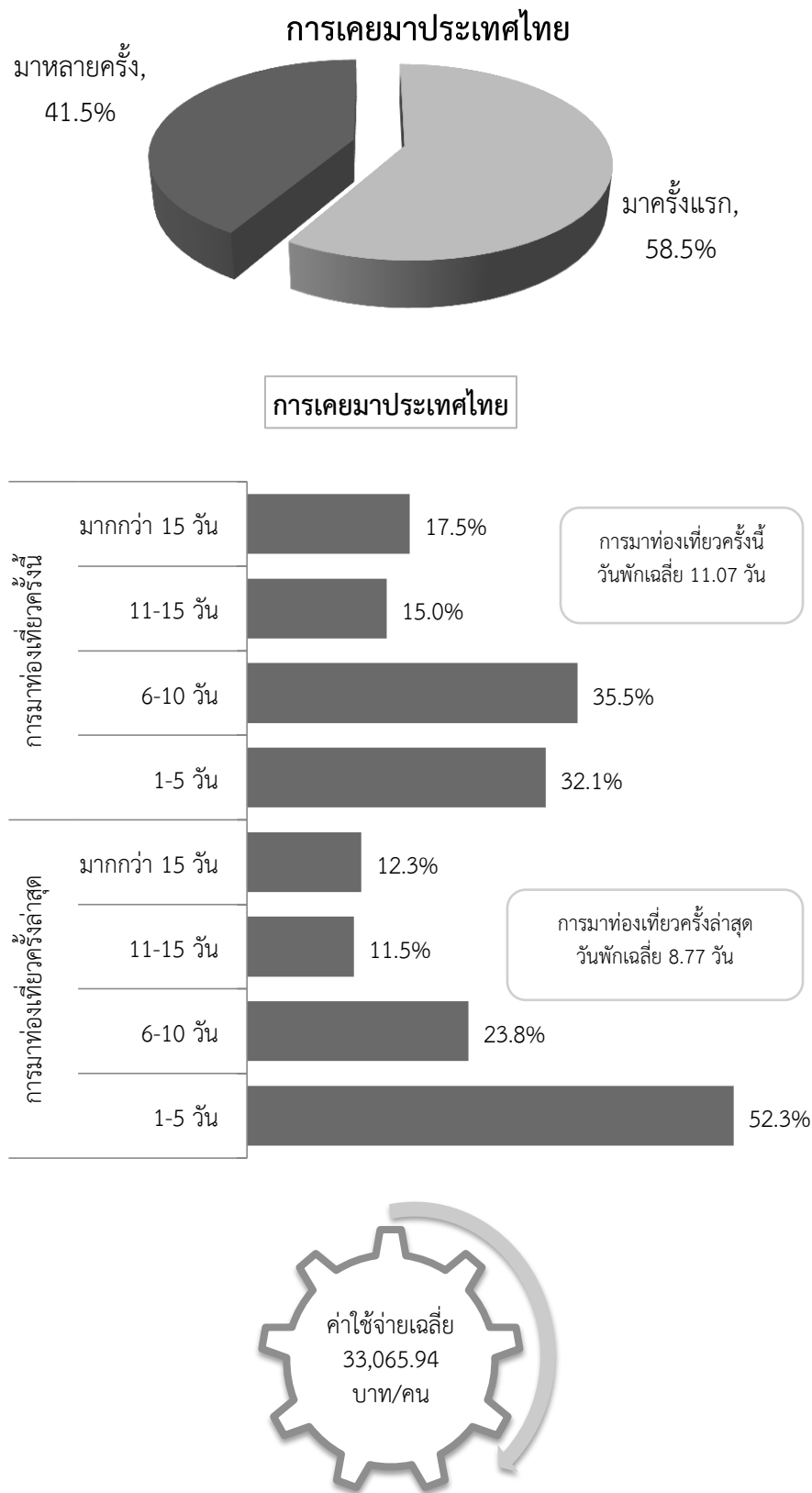
5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.1 การเคยมาประเทศไทย/วันพักเฉลี่ย/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยภาพรวมมีวันพักเฉลี่ย 11.07 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 33,065.94 บาท/คน

นักท่องเที่ยวต่างชาติมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.5) โดยในภาพรวมมีวันพักเฉลี่ย 11.07 วัน ทั้งนี้กลุ่มที่เคยมาประเทศไทยแล้วมีวันพักเฉลี่ยครั้งนี้มากกว่าครั้งที่ผ่านมา (วันพักเฉลี่ย 9.81 วันต่อ 8.77 วัน ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยแล้วมีความประทับใจจึงเพิ่มวันพักเฉลี่ยมากขึ้น ทั้งนี้ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 33,065.94 บาท/คน (แผนภูมิที่ 3.4-10)

แผนภูมิที่ 3.4-10 การเคยมาประเทศไทย/วันพักเฉลี่ย/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

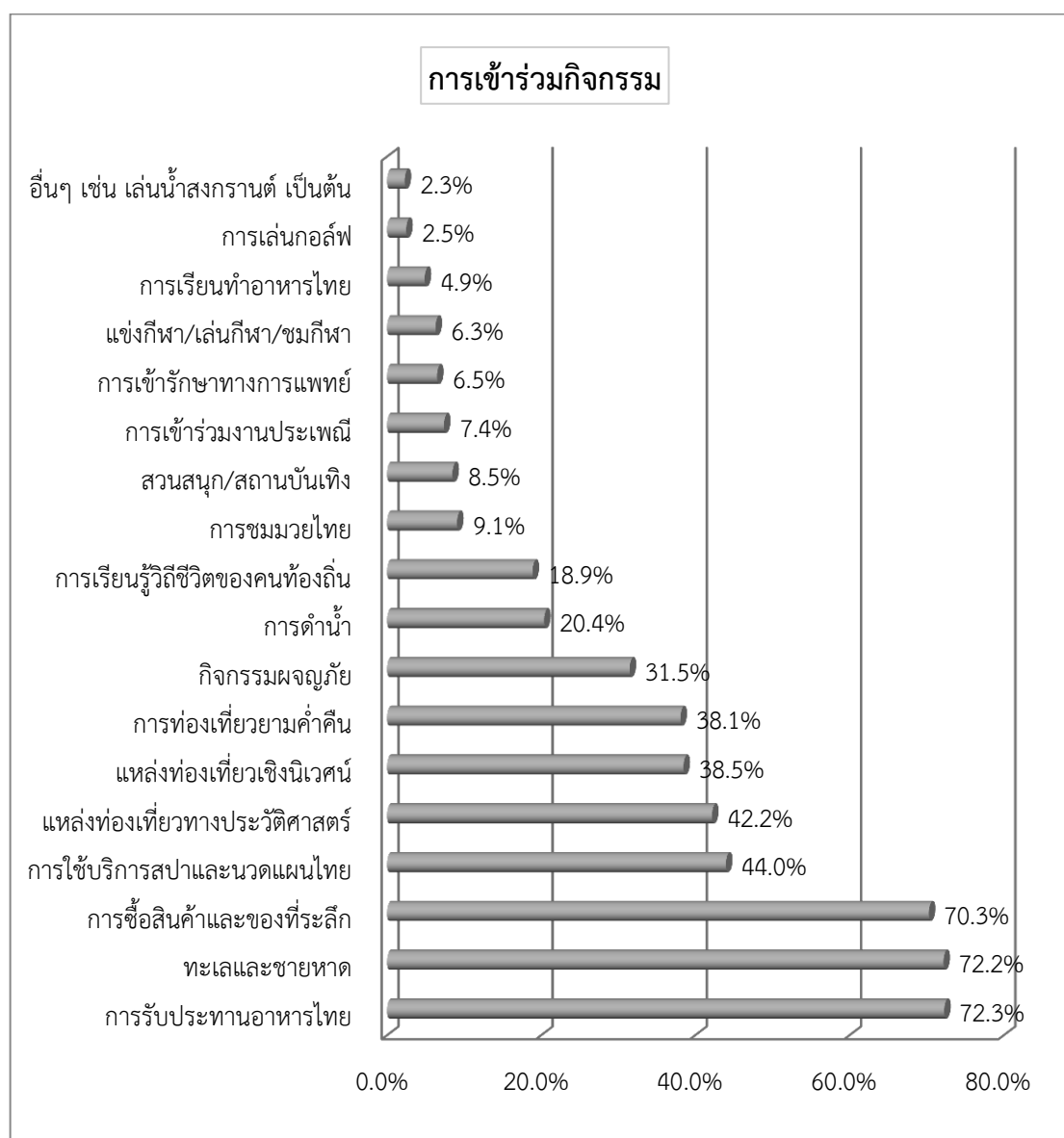


5.2 การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดรวมทั้งการได้ลิ้มรสอาหารไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.2) ไปท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด เนื่องจากประเทศไทยมีทะเลและชายหาดที่สวยงามหลายแห่งติดอันดับต้นๆ ของโลก นอกจากนี้ยังได้ลิ้มรสอาหารไทยในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 72.3) ซึ่งอาหารไทยที่ได้รับความนิยมมาก เช่น ต้มยำกุ้ง ส้มตำ เป็นต้น และบางส่วน (ร้อยละ 44.0) ใช้บริการสปาและนวดแผนไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้บริการและมีความพึงพอใจมากที่สุดในทุกครั้งที่มีการประเมินความพึงพอใจ (แผนภูมิที่ 3.4-11)

แผนภูมิที่ 3.4-11 การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

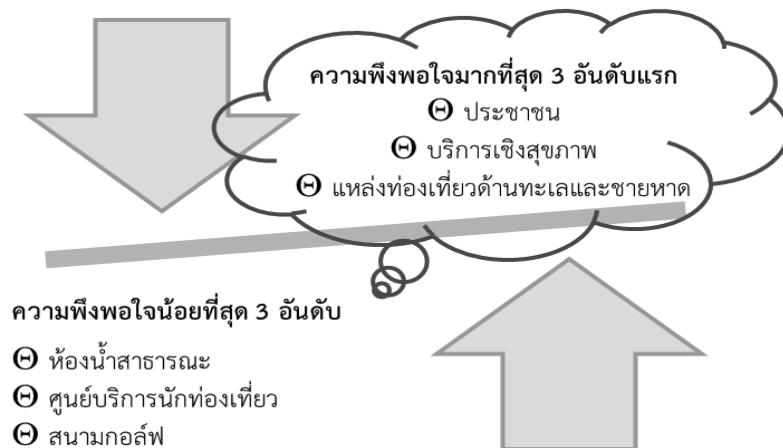


6. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Satisfaction)

เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

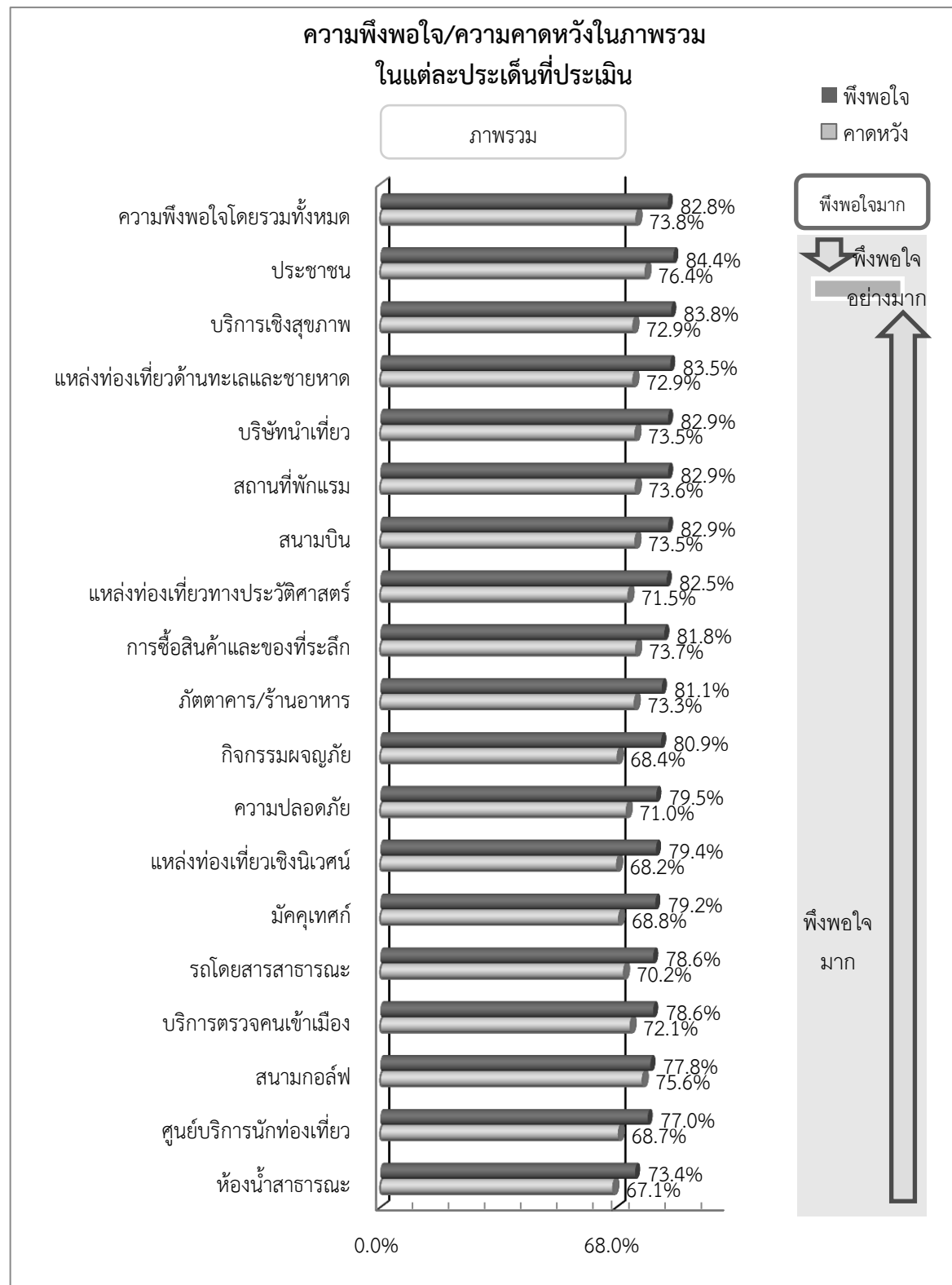
(1) ความพึงพอใจน้อยมาก	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	20.0 - 36.0
(2) ความพึงพอใจน้อย	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	36.1 - 52.0
(3) ความพึงพอใจปานกลาง	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	52.1 - 68.0
(4) ความพึงพอใจมาก	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	68.1 - 84.0
(5) ความพึงพอใจอย่างมาก	ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ	84.1 - 100.0

6.1 ภาพรวม
ความพึงพอใจต่อ
บริการด้านการ
ท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวม
นักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติมีความ
พึงพอใจต่อบริการ
ด้านการท่องเที่ยว
ของประเทศไทยใน
ระดับพึงพอใจมาก



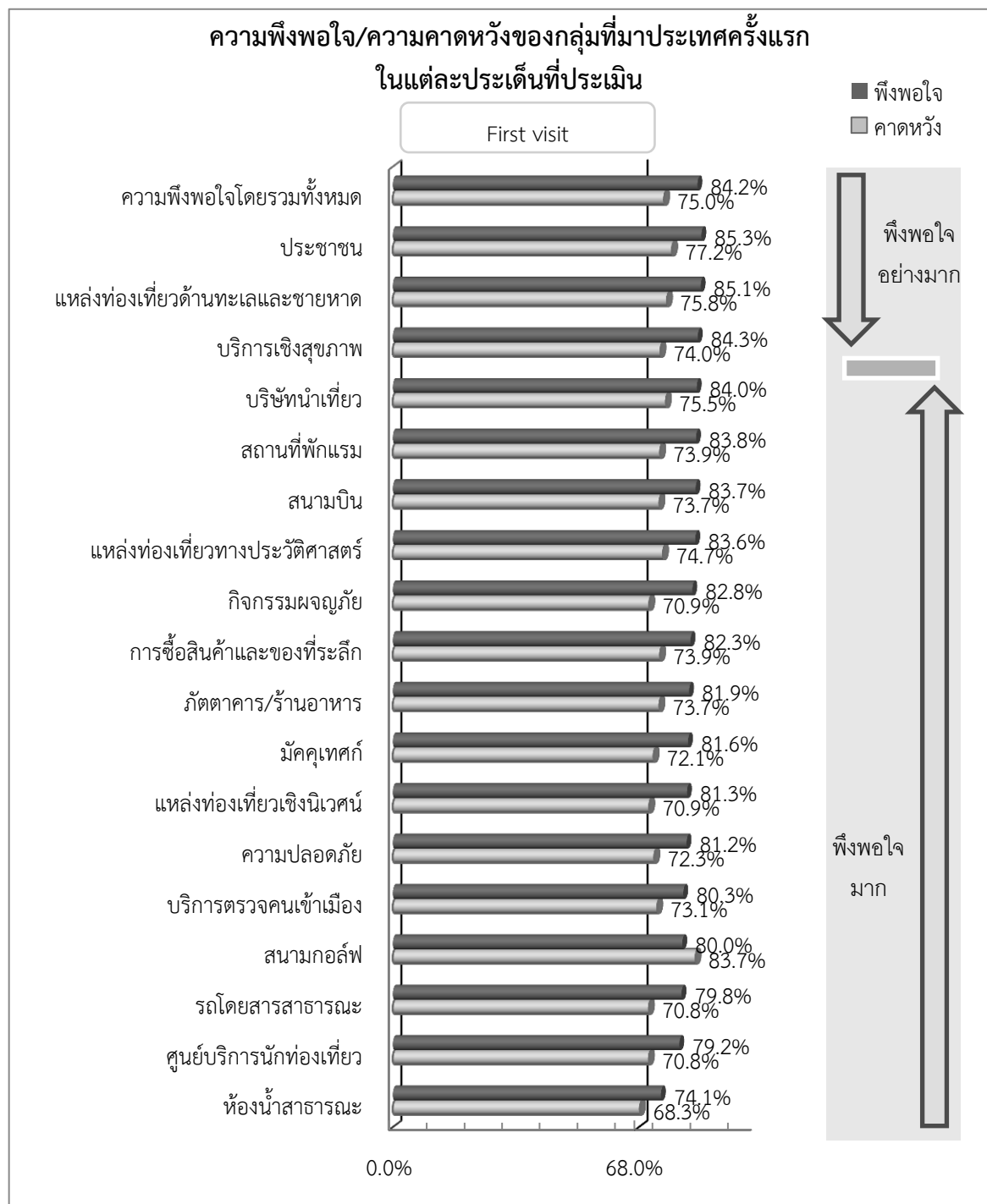
และสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.8 ต่อร้อยละ 73.8) โดยจาก 2 ประเภท
บริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ
อย่างมากทั้ง 2 ประเด็น คือ สนามบินและบริการตรวจคนเข้าเมือง (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.9 และ 78.6
ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 3.4-12)

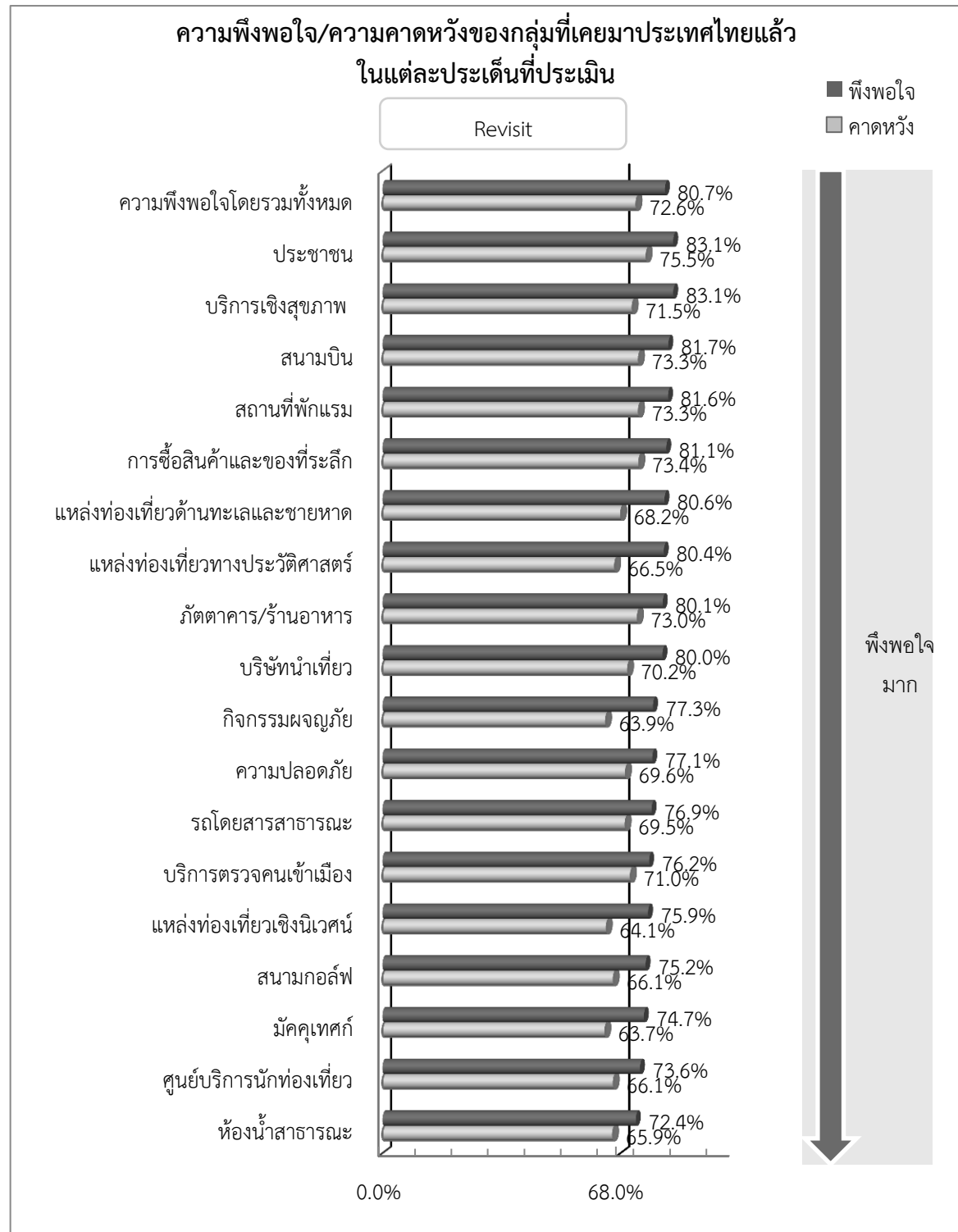
**แผนภูมิที่ 3.4-12 ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
ต่อการบริการด้านการท่องเที่ยว**



การบริการด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทยครั้งแรกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และมากกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 84.2 ต่อ ร้อยละ 80.7) และทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง (แผนภูมิที่ 3.4-13)

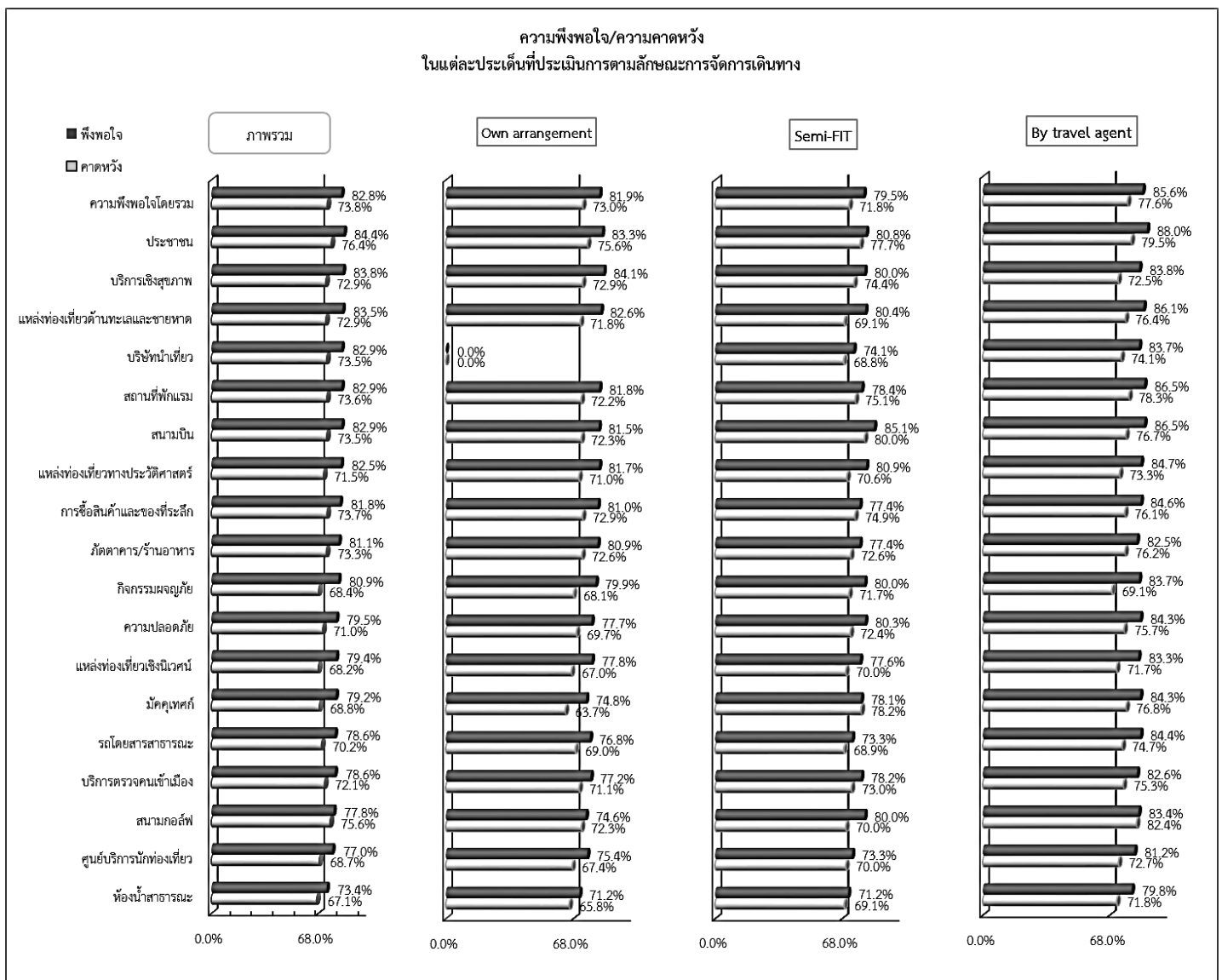
แผนภูมิที่ 3.4-13 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อการบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย





การบริการด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก และมากกว่ากลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศเล็กน้อย ซึ่งมีความพึงพอใจมากเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 85.6 ต่อ ร้อยละ 81.9 ต่อ ร้อยละ 79.5 ตามลำดับ) โดยทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังทั้งหมด (แผนภูมิที่ 3.4-14)

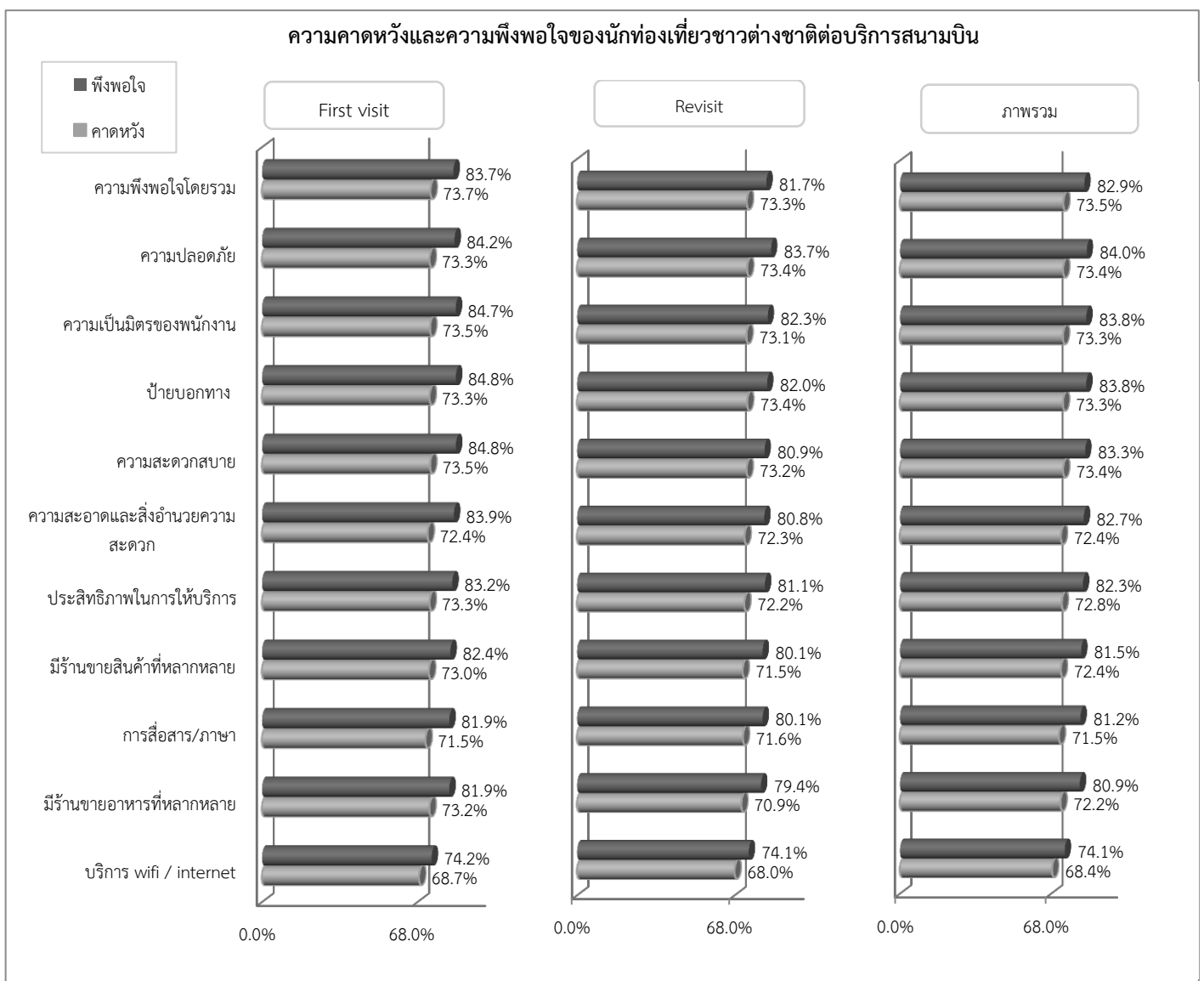
แผนภูมิที่ 3.4-14 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง



6.2 ความพึงพอใจในบริการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ

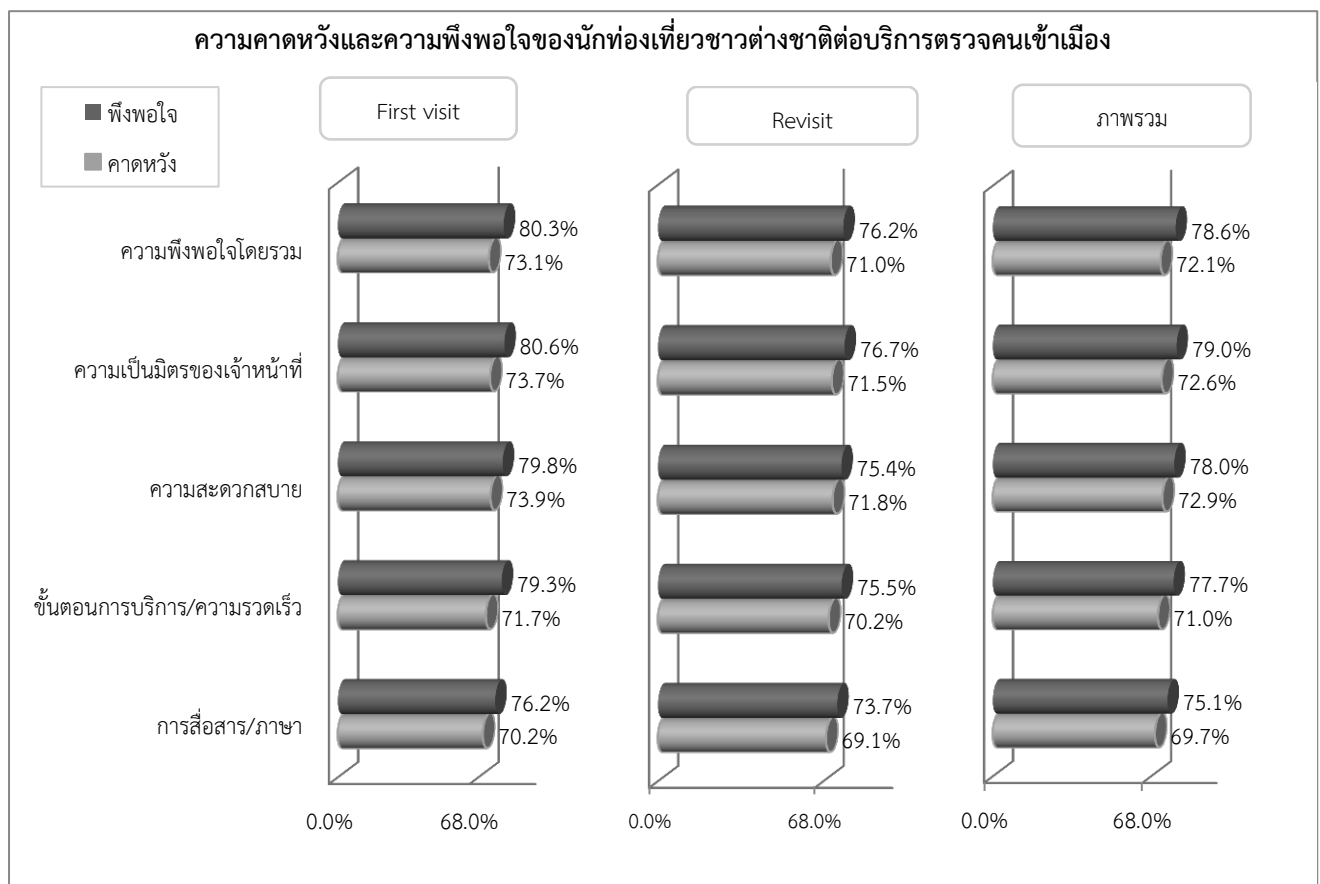
1) สนามบิน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.9) และสูงกว่าความคาดหวัง (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 73.5) โดยทั้งกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก และกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยมีความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ด้านสนามบินมีจุดเด่นหลายด้าน ได้แก่ ความปลอดภัย ป้ายบอกทาง ความเป็นมิตรของพนักงาน และความสะอาดสบาย ในขณะที่มีประเด็นที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ได้แก่ การให้บริการ wifi/internet ร้านอาหารต่างๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น และการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร (แผนภูมิที่ 3.4-15)

แผนภูมิที่ 3.4-15 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อสนามบิน จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



2) บริการตรวจคนเข้าเมือง นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 78.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 72.1) โดยกลุ่มที่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรกมีความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ สูงกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทย สำหรับประเด็นที่ควรปรับได้แก่ การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร ขั้นตอนการให้บริการ/ความรวดเร็ว และความสะอาดสบาย (แผนภูมิที่ 3.4-16)

แผนภูมิที่ 3.4-16 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อบริการตรวจคนเข้าเมือง จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

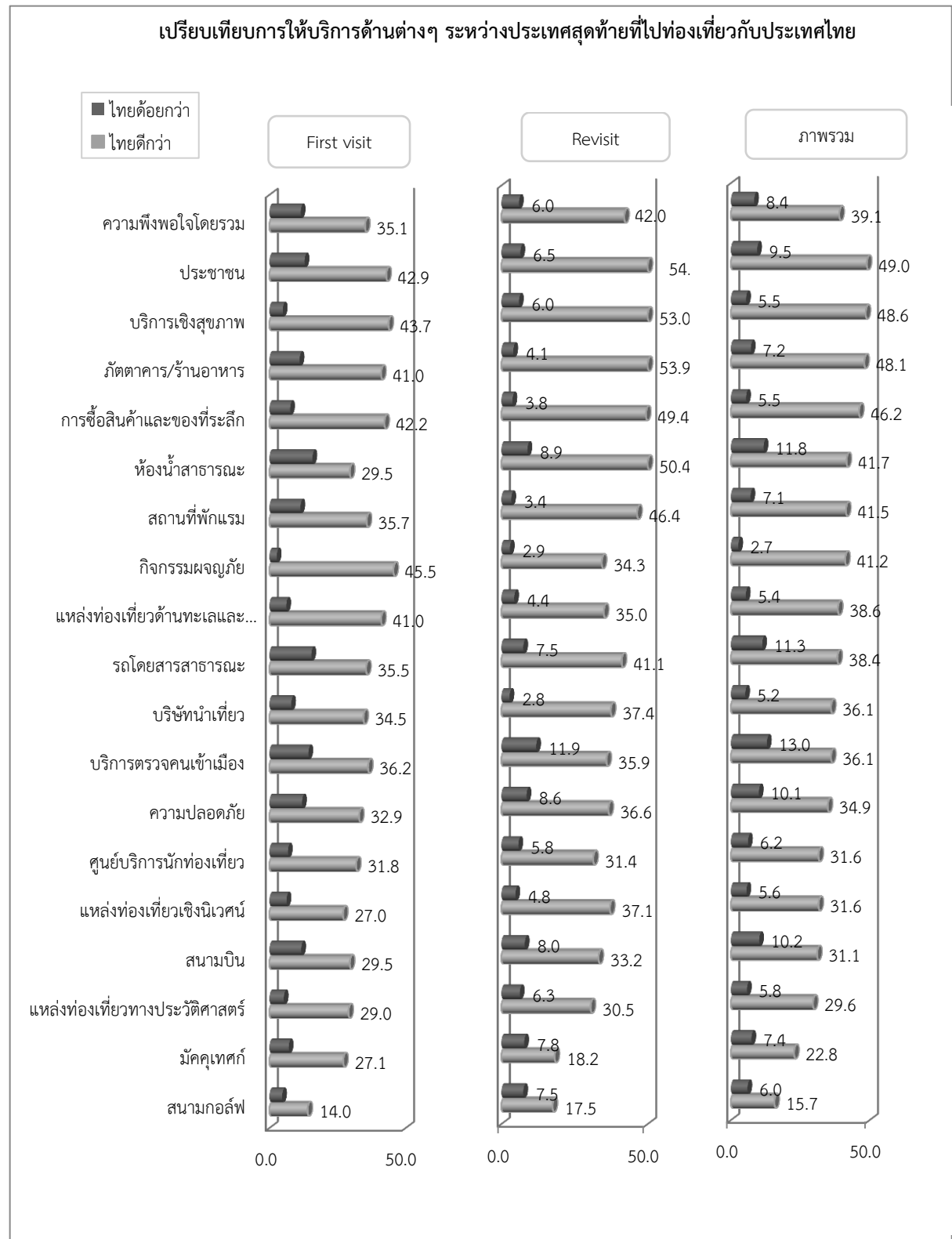


7. ผลการเปรียบเทียบบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไปมาล่าสุด

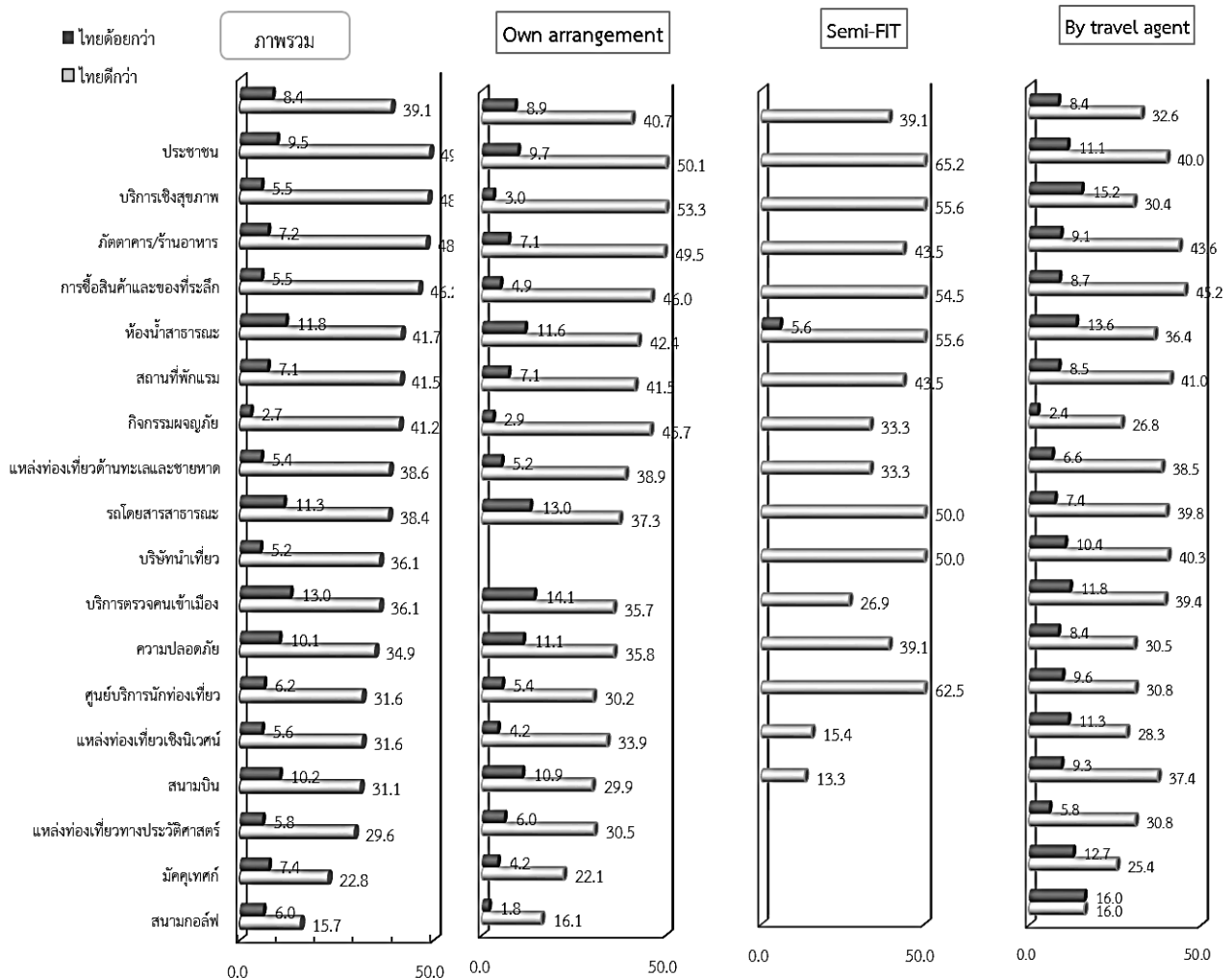
ในภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติ เห็นว่า การให้บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยดีกว่าประเทศอื่นที่ไปมาล่าสุด

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมาก เห็นว่า การให้บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยในภาพรวมดีกว่าประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด (ร้อยละ 39.1 ต่อร้อยละ 8.4) ซึ่งทั้ง 2 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าไทยดีกว่าทุกประเภท (แผนภูมิที่ 3.4-17)

แผนภูมิที่ 3.4-17 ผลการเปรียบเทียบบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไปมาล่าสุด จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



เปรียบเทียบการให้บริการด้านต่างๆ ระหว่างประเทศสุดท้ายที่ไปท่องเที่ยวกับประเทศไทย



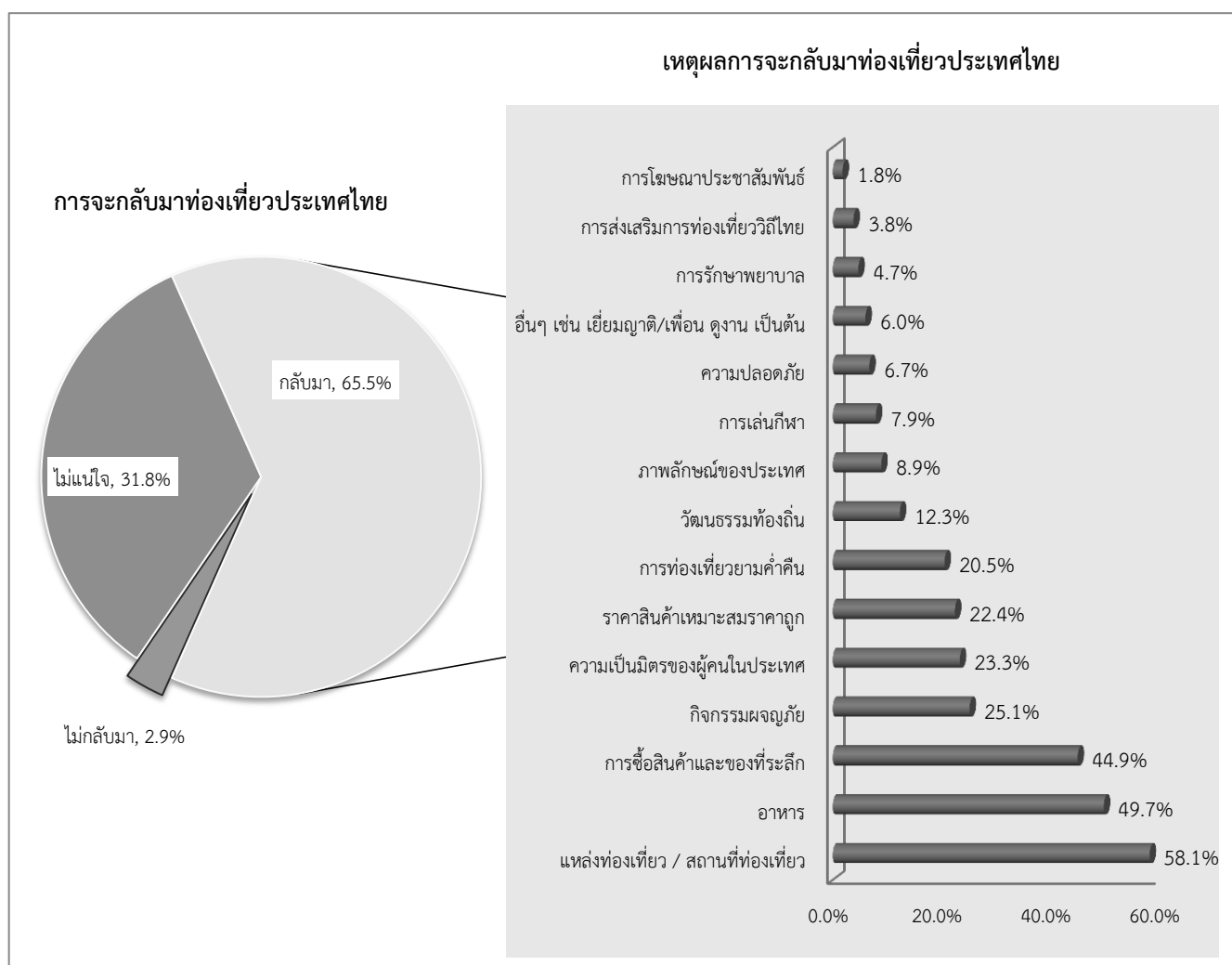
8. ความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย

8.1 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า/ปัจจัยที่ทำให้กลับมา

ในอีก 3 ปีข้างหน้านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.3) จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก จากการที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหลายแห่ง รวมทั้งมีอาหารนานาชาติให้เลือกรับประทาน

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.3) มีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ โดยจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหลายแห่ง ทั้งธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 58.1) รวมทั้งมีอาหารนานาชาติให้เลือกรับประทาน (ร้อยละ 49.7) อีกทั้งยังมีสินค้าให้เลือกซื้อได้หลากหลาย มีห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้าหลายแห่งให้เลือกใช้บริการ (ร้อยละ 44.9) ในขณะที่มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.9) ที่จะไม่กลับมาอีก เนื่องจากต้องการไปท่องเที่ยวประเทศอื่นบ้าง (แผนภูมิที่ 3.4-18)

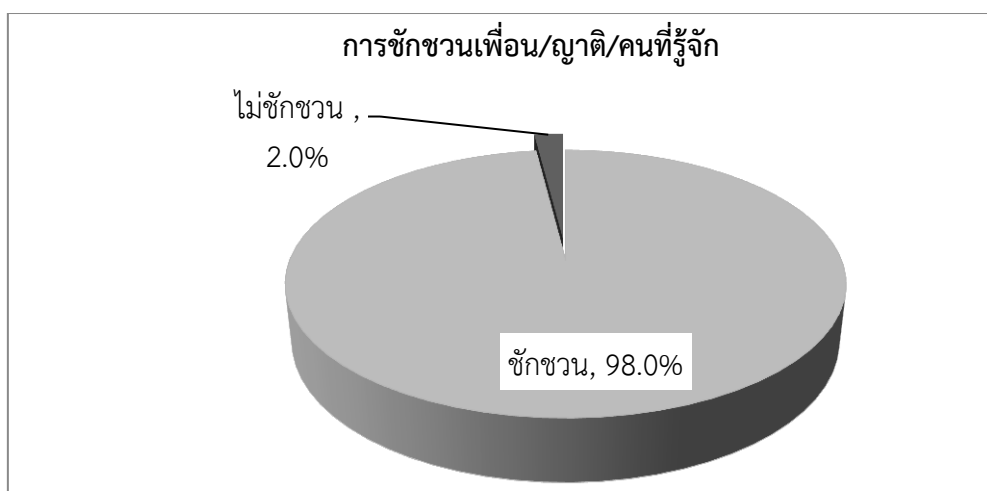
แผนภูมิที่ 3.4-18 การจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติและเหตุผลที่จะกลับมา



8.2 การชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.0) มีความประทับใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ โดยจะชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีอาหารอร่อย และผู้คนเป็นมิตร ในขณะที่มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.0) ที่จะไม่แนะนำ เนื่องจากประเทศไทยมีปัญหาด้านระบบอินเทอร์เน็ตไม่สะดวกในการใช้บริการ wifi (แผนภูมิที่ 3.4-19)

แผนภูมิที่ 3.4-19 การชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



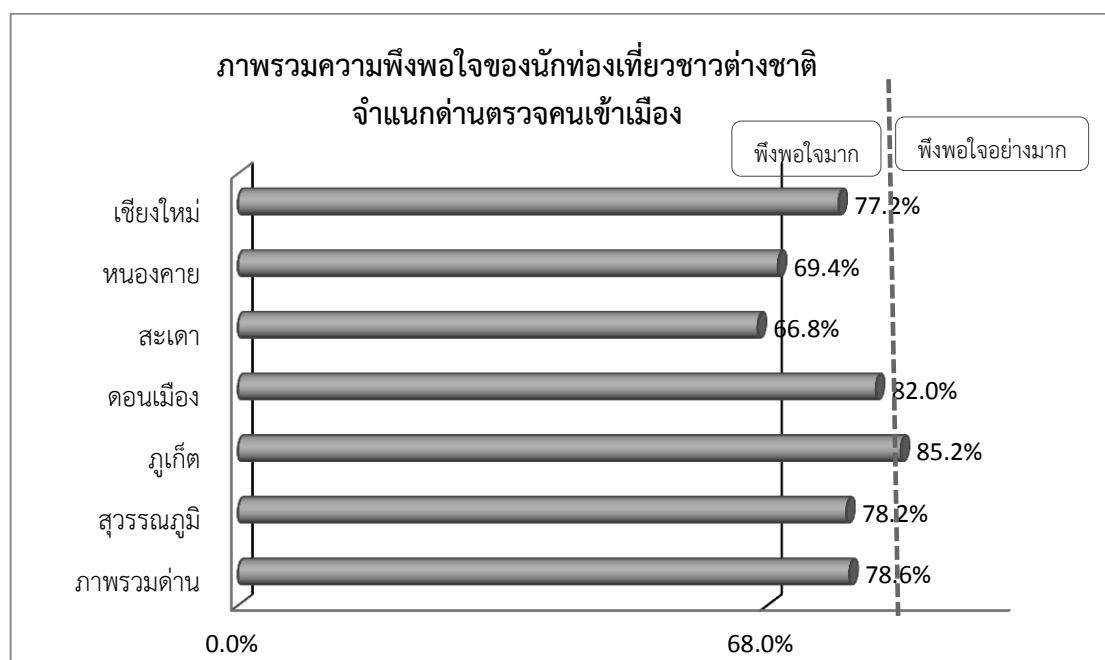
9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
1. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง 2) ความเป็นมิตรของพนักงาน 3) ความสะอาดสวยงาม 4) ความปลอดภัย	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) ร้านขายอาหารที่หลากหลาย 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) ร้านขายสินค้าที่หลากหลาย	1) กระบวนการให้บริการล่าช้าต้องรอคิวนาน 2) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนน้อย 3) ไม่สะดวกในการเดินทาง 4) ร้านขายอาหารมีน้อยประเภท
2. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว 3) ความสะอาดสวยงาม	1) เจ้าหน้าที่ให้บริการ 2) ความรวดเร็วในการให้บริการ

10. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด้านตรวจคนเข้าเมือง

ประเทศไทยมีด่านตรวจคนเข้าเมืองอยู่ด้วยกัน 58 ด่าน (ข้อมูลจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง) โดยด่านที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการมากที่สุด 6 อันดับแรก และใช้เป็นตัวแทนในการสำรวจครั้งนี้ ได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานดอนเมือง ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา) และด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดหนองคาย ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านทั้ง 6 ด่าน ดังกล่าว พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 78.6) โดยมีเพียงด่านเดียวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก คือ ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต ในขณะที่อีก 4 ด่านมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานกรุงเทพฯ (ดอนเมือง) ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่ และด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดหนองคาย และมี 1 ด่านที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง คือ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา) นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทุกด่าน พบว่า มี 2 ด่านที่มีความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมแต่ก็สูงกว่าไม่มากนัก ในขณะที่อีก 4 ด่านมีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวม โดยมี 2 ด่านที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยค่อนข้างมาก ได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา) และด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดหนองคาย ซึ่งทั้ง 2 ด่าน เป็นด่านเดินเท้า (แผนภูมิที่ 3.4-20) แสดงให้เห็นว่า การให้บริการของด่านตรวจคนเข้าเมืองในท่าอากาศยานมีความแตกต่างกับด่านตรวจคนเข้าเมืองที่เป็นด่านเดินเท้า ซึ่งจำเป็นที่จะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้ดีขึ้น

แผนภูมิที่ 3.4-20 ความพึงพอใจในภาพรวมของด่านตรวจคนเข้าเมือง



การพัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมืองใน 6 ด้านที่เป็นด้านสำคัญที่สุด 6 อันดับแรกของประเทศ นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของบริการตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ในแต่ละประเด็นที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมืองควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 3.4-1

ตารางที่ 3.4-1 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการตรวจคนเข้าเมือง

บริการตรวจคนเข้าเมือง	ด้านตรวจคนเข้าเมือง					
	ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	ท่าอากาศยานดอนเมือง	ท่าอากาศยานภูเก็ต	ท่าอากาศยานเชียงใหม่	จังหวัดหนองคาย	สะเดา (สงขลา)
1) ความสะดวกสบาย	✗	✗	✗	✗	✗	✗
2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	✗	✗	✗	✗	✗	✗
3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่	✗	✗	✓	✗	✗	✗
4) ขั้นตอนการบริการ/ ความรวดเร็ว	✗	✗	✓	✗	✗	✗
ภาพรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	78.2%	82.0%	85.2%	77.2%	69.4%	66.8%

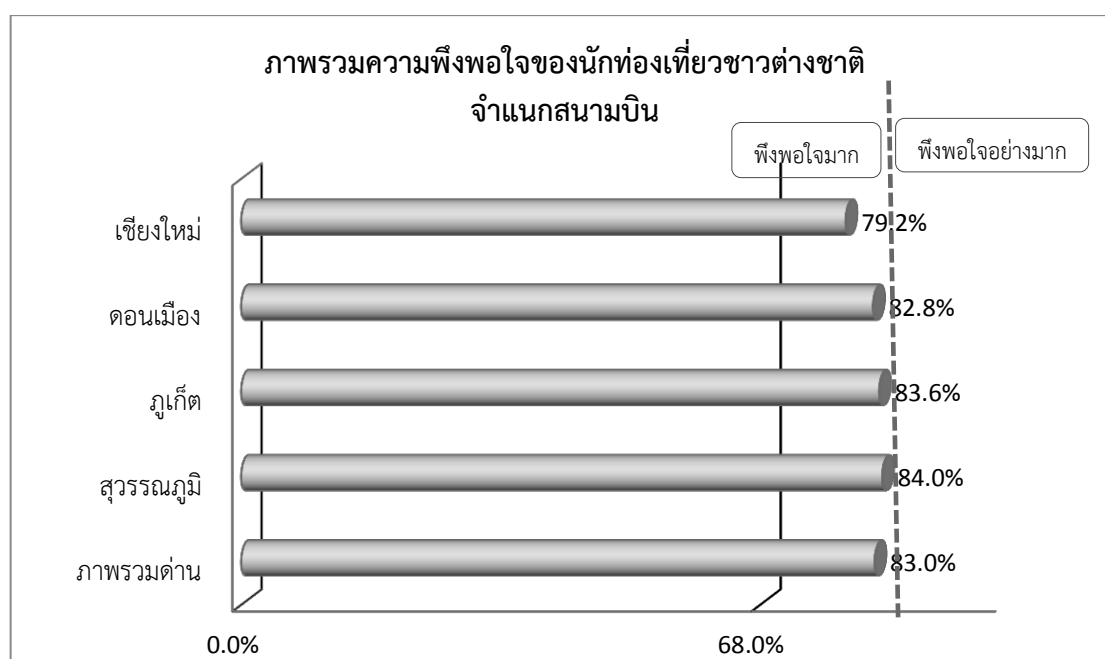
หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสนามบิน

ประเทศไทยมีท่าอากาศยานหลักอยู่ด้วยกัน 6 แห่ง ในจำนวนนี้ได้ทำการประเมินความพึงพอใจ 4 แห่ง ที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการจำนวนมาก ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานภูเก็ต และท่าอากาศยานเชียงใหม่ (ยกเว้นท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย และท่าอากาศยานหาดใหญ่) ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสนามบินทั้ง 4 แห่งดังกล่าว พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 83.0) ทั้งนี้ท่าอากาศยานทุกแห่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และใกล้เคียงกับภาพรวม โดยท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้รับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 84.0) เกือบจะถึงระดับพึงพอใจอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม พบว่า มีท่าอากาศยาน 2 แห่งที่มีความพึงพอใจสูงกว่าในภาพรวม ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานภูเก็ต และอีก 2 แห่งมีความพึงพอใจต่ำกว่าในภาพรวม แต่ไม่ห่างจากภาพรวมมากนัก ถือได้ว่าการให้บริการของสนามบินทั้ง 4 แห่งใกล้เคียงกัน (แผนภูมิที่ 3.4-21)

แผนภูมิที่ 3.4-21 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 4 สนามบิน



การพัฒนาสนามบินใน 4 แห่งที่เป็นสนามบินหลัก 4 อันดับแรกของประเทศนั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของบริการสนามบิน ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ในแต่ละประเด็นที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาบริการควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งที่รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 3.4-2

ตารางที่ 3.4-2 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการสนามบิน

สนามบิน	ท่าอากาศยาน			
	สุวรรณภูมิ	ดอนเมือง	ภูเก็ต	เชียงใหม่
1) ป้ายบอกทาง	✓	✗	✗	✗
2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	✗	✗	✗	✗
3) ความสะดวกสบาย	✓	✗	✓	✗
4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย	✗	✗	✗	✗
5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย	✗	✗	✗	✗
6) ความเป็นมิตรของพนักงาน	✓	✗	✓	✗
7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	✗	✗	✗	✗
8) บริการ wifi/internet	✗	✗	✗	✗
9) ความปลอดภัย	✓	✗	✓	✗
10) ประสิทธิภาพในการให้บริการ	✗	✗	✗	✗
ภาพรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	84.0%	82.8%	83.6%	79.2%

หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

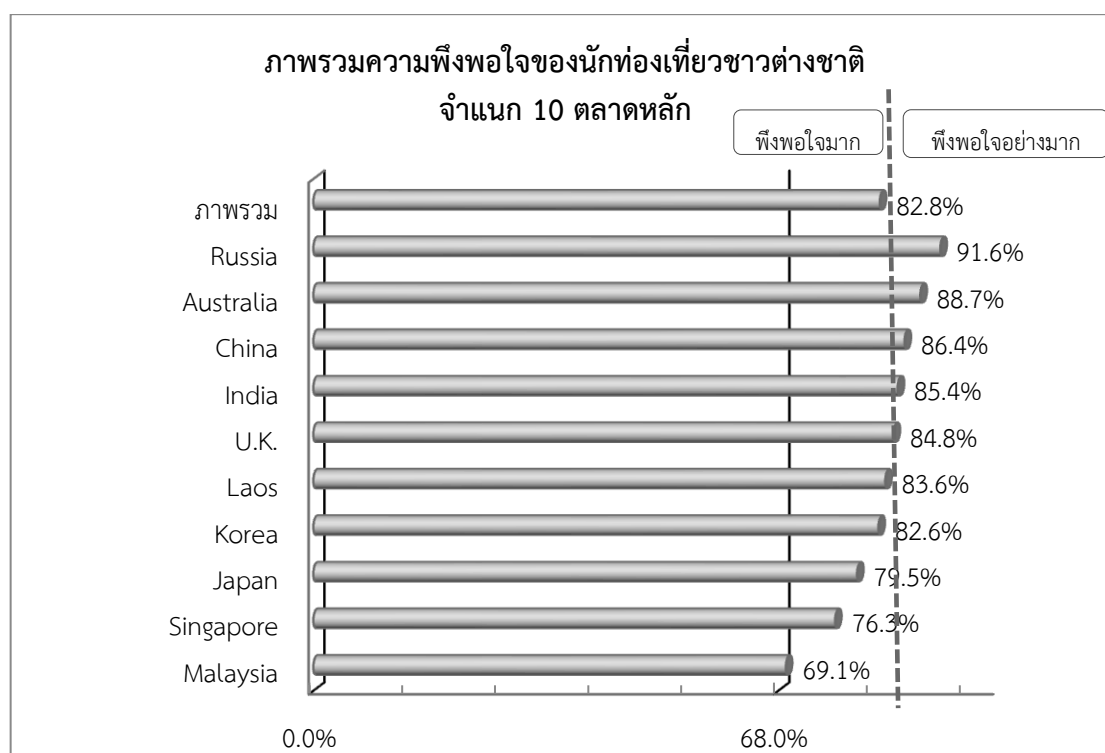
ส่วนที่ 3.5

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 10 ประเทศ ที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

จากสถิตินักท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 24.8 ล้านคน โดยมีประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว 10 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย รัสเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และลาว ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจ พบว่ามี 5 ประเทศที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ รัสเซีย ออสเตรเลีย จีน อินเดีย และสหราชอาณาจักร สำหรับอีก 5 ประเทศที่มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ ลาว เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ พบว่า มีถึง 7 ประเทศที่มีความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ โดยมีเพียง 3 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศและคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ ได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งล้วนแต่อยู่ในทวีปเอเชียเช่นกัน และเป็นที่น่าสังเกตว่าทั้ง 3 ประเทศ มีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำในทั้ง 18 ประเด็นที่ประเมิน ได้แก่ ประชาชน สวมหน้ากากอนามัย บริการตรวจคนเข้าเมือง สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กิจกรรมผจญภัย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย) สนามกอล์ฟ บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ความปลอดภัย รถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ (แผนภูมิที่ 3.5-1)

แผนภูมิที่ 3.5-1 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว



ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละประเทศ (แผนภูมิที่ 3.5-2) พบว่ามีถึง 9 ประเทศที่ “ประชาชน” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่ “ประชาชน” เป็นประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด แสดงให้เห็นว่า “ประชาชน” เป็นจุดแข็งของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ ในขณะที่ประเด็นอื่นๆ ที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละประเทศแตกต่างกัน โดยพบว่ามีถึง 8 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด อยู่ในกลุ่มคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน สหราชอาณาจักร ลาว ออสเตรเลีย อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาดเป็นจุดเด่นซึ่งต้องดูแลอนุรักษ์ให้สมบูรณ์และยั่งยืนตลอดไป ไม่ให้การท่องเที่ยวไปทำลายทรัพยากรทางทะเลเหล่านี้ ซึ่งจำเป็นต้องให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการ รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด นอกจากนี้ มีข้อสังเกตว่าเมื่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นและสิงคโปร์จะมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาดอยู่ในกลุ่มคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกก็ตาม แต่พบว่าคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ ซึ่งอาจเกิดจากมาตรฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างสูงและ/หรือแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ไปท่องเที่ยวยังไม่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 2 ประเทศนี้นัก

นอกจากนี้ยังพบมีหลายประเทศที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อยู่ในกลุ่มคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ลาว ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศเหล่านี้ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

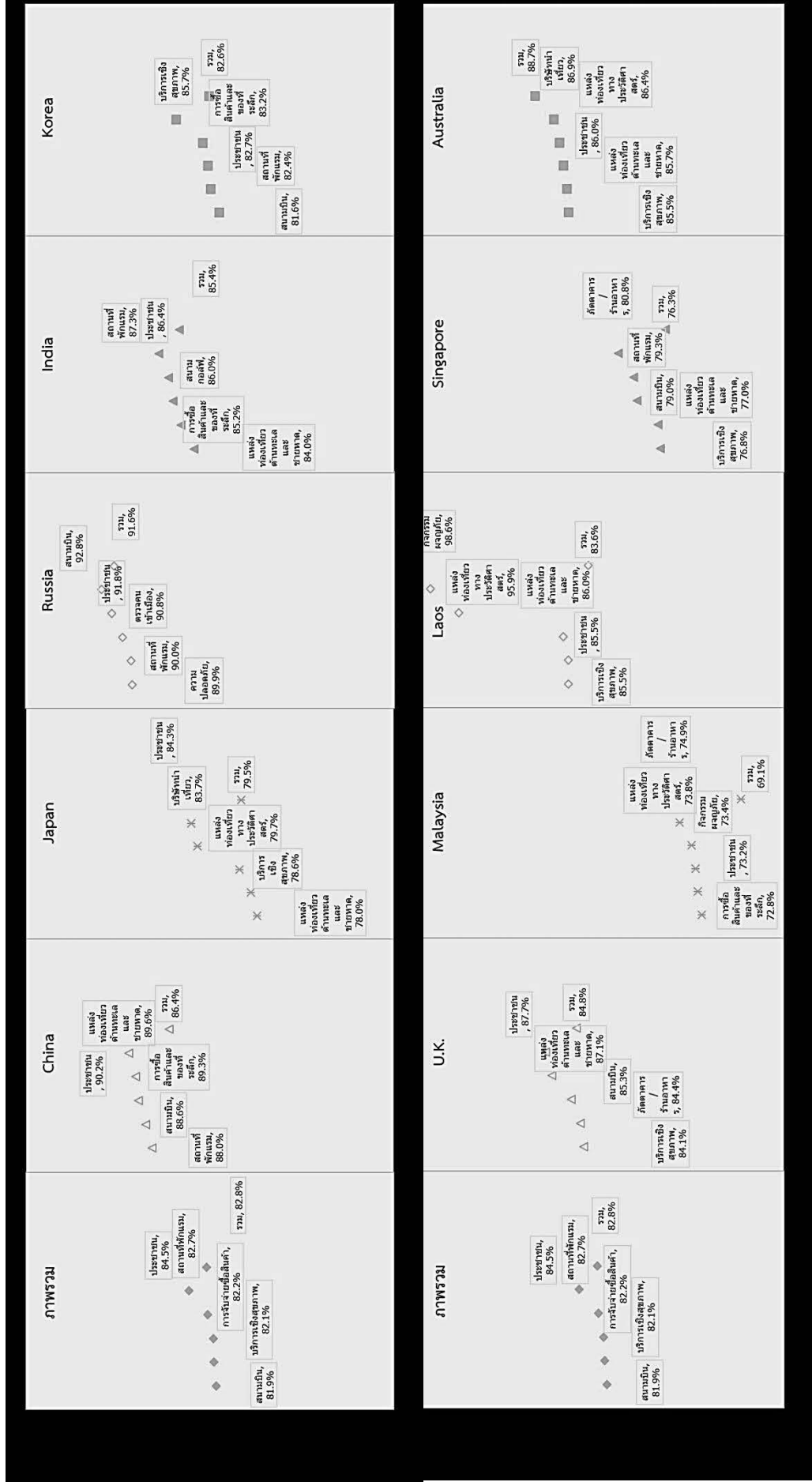
ในด้านสถานพักแรมซึ่งเป็นบริการสำคัญของการท่องเที่ยวนั้น พบว่ามีถึง 7 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่อสถานพักแรมอยู่ในกลุ่มคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ รัสเซีย จีน อินเดีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย ในขณะที่ปัจจุบันมีสถานพักแรมจำนวนมากที่มีได้ จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และมีการนำอาคารพักอาศัยประเภทอื่นมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีปัญหาด้านมาตรฐานความปลอดภัย หากเกิดอันตรายต่อนักท่องเที่ยว จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสถานพักแรมโดยรวม และกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว

ในด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (shopping) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบ การตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้น พบว่ามีเพียง 3 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (shopping) อยู่ในกลุ่มคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน อินเดีย และมาเลเซีย จึงจำเป็นต้องศึกษาความต้องการสินค้าของนักท่องเที่ยวในประเทศตลาดหลักอื่นๆ เพื่อพัฒนาและนำเสนอสินค้าที่ตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น รวมทั้งสร้างความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ตลอดจนรักษาและสร้างความเข้มแข็งแก่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย

สำหรับบริการเชิงสุขภาพซึ่งเป็นบริการเป้าหมายที่จะส่งเสริมและพัฒนาตามที่กำหนดในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 นั้น พบว่ามี 6 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่อบริการ เชิงสุขภาพอยู่ในกลุ่มคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ออสเตรเลีย

สหราชอาณาจักร ลาว ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย ในขณะที่อีก 4 ตลาดหลัก โดยเฉพาะจีนซึ่งมีนักท่องเที่ยวมาประเทศไทยประมาณ 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด พบว่าไม่ติดกลุ่มบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรก จึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมความต้องการบริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวจีนเพื่อนำเสนอบริการเชิงสุขภาพที่ตรงตามความต้องการ ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานการบริการเชิงสุขภาพของไทยให้ได้มาตรฐานอย่างเคร่งครัด และควบคุมไม่ให้มีการแอบแฝงขายบริการทางเพศและการแข่งขันด้านราคาอันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียต่อภาพลักษณ์บริการเชิงสุขภาพของประเทศไทย

แผนภูมิที่ 3.5-2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของ 10 ประเทศที่เป้นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว



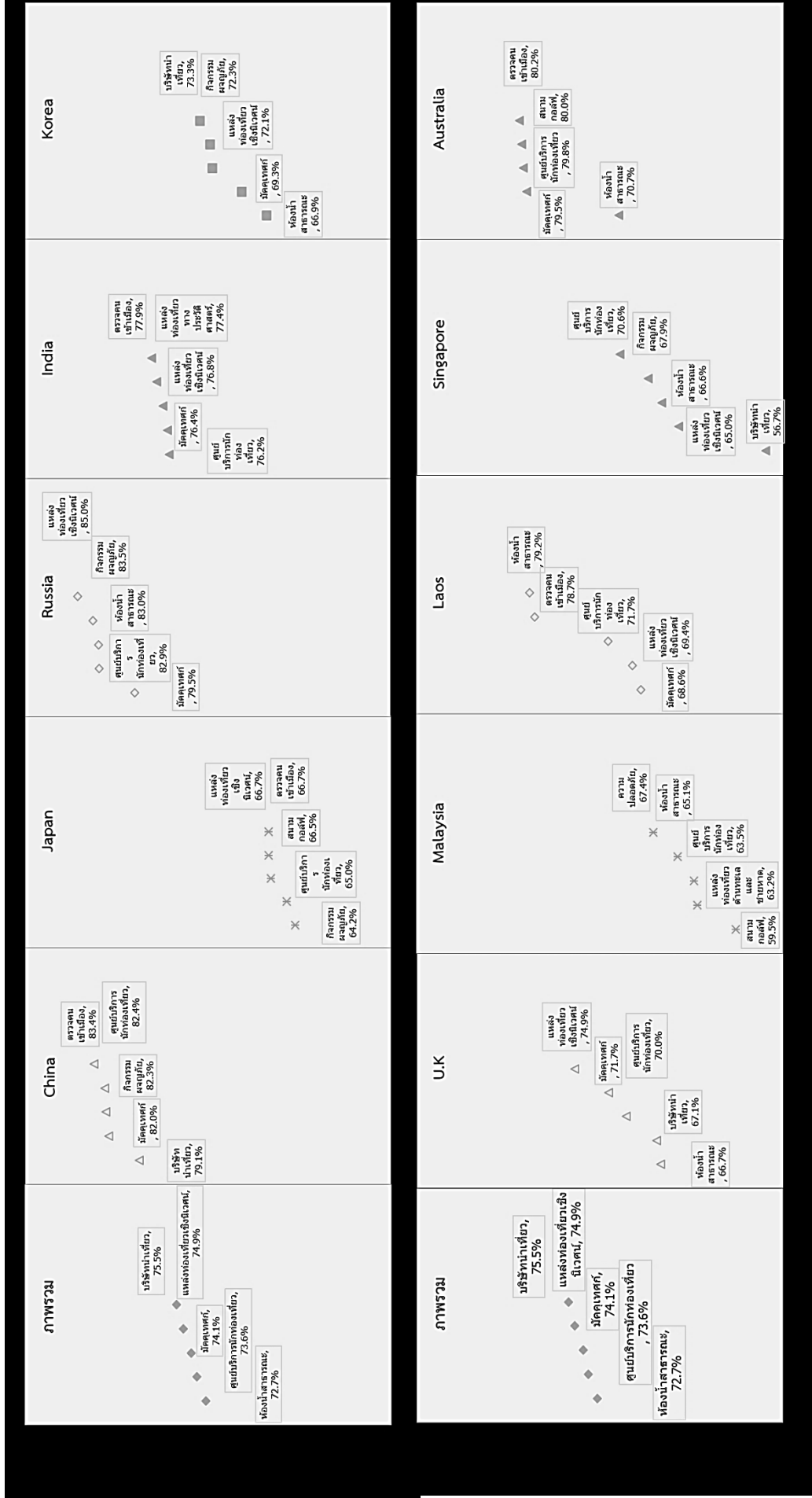
ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละประเทศ (แผนภูมิที่ 3.5-3) พบว่า “ห้องน้ำสาธารณะ” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดติด 1 ใน 5 เกือบทุกประเทศยกเว้น มาเลเซีย แสดงให้เห็นว่า “ห้องน้ำสาธารณะ” เป็นจุดอ่อนที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีน้อย หายาก และสกปรก จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ในด้าน “ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว” พบว่า เกือบทุกประเทศให้คะแนนความพึงพอใจต่ำสุดติด 1 ใน 5 ยกเว้น มาเลเซีย แสดงให้เห็นว่า “ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเป็นจุดอ่อนสำคัญประเด็นหนึ่ง” เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมจัดการเดินทางด้วยตนเองและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จำเป็นต้องสอบถามข้อมูลด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งขอความช่วยเหลือและคำแนะนำต่างๆ จึงจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญๆ ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมทั้งการพัฒนากระบวนการข้อมูลสำหรับการให้บริการและพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้สามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศหลักๆ เช่น อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น

ในด้าน “แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์” พบว่า มีถึง 8 ประเทศที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดติด 1 ใน 5 ยกเว้นจีนและออสเตรเลีย ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่คะแนนความพึงพอใจต่ำสุดติด 1 ใน 5 จำเป็นต้องปรับปรุงในด้านต่างๆ เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย เป็นต้น

ในด้าน “มัคคุเทศก์” พบว่ามีถึง 8 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่ำสุดติด 1 ใน 5 ยกเว้น ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ แต่คะแนนอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของประเทศที่ “มัคคุเทศก์” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด โดยสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น มัคคุเทศก์เถื่อนที่ไม่มีความรู้ความสามารถ อันเป็นผลมาจากการขาดแคลนมัคคุเทศก์ในบางภาษาที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้มีมัคคุเทศก์เถื่อนเข้ามาประกอบอาชีพจำนวนมาก ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการบังคับใช้กฎหมายธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์อย่างเข้มงวดควบคู่ไปกับการผลิตมัคคุเทศก์ในสาขาที่ขาดแคลนให้เพียงพอ รวมทั้งการพัฒนาความรู้ความสามารถและทัศนคติของมัคคุเทศก์ที่ถูกกฎหมายในด้านความเป็นมิตร ความซื่อสัตย์ การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

แผนภูมิที่ 3.5-3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่สูงสุด 5 อันดับแรกของ 10 ประเทศที่ตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว



การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็นบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งหากพิจารณาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” แล้ว ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 3.5-1

ตารางที่ 3.5-1 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 ตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	จีน	ญี่ปุ่น	รัสเซีย	อินเดีย	เกาหลีใต้	สหรัฐอเมริกา	มาเลเซีย	ลาว	สิงคโปร์	ออสเตรเลีย
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✓
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗
7. สนามกอล์ฟ	✓	✗	✓	✓	-	✗	✗	✗	-	✗
8. สถานที่พักผ่อน	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓
9. มัคคุเทศก์	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
10. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
11. กิจกรรมผจญภัย	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗
12. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓

ตารางที่ 3.5-1 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 ตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	จีน	ญี่ปุ่น	รัสเซีย	อินเดีย	เกาหลีใต้	สหราชอาณาจักร	มาเลเซีย	ลาว	สิงคโปร์	ออสเตรเลีย
13. รถโดยสารสาธารณะ	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

2.1 ประเทศรัสเซีย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่สำรวจทั้งสิ้น 330 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 74.7 และร้อยละ 25.3 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 38.3) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 29.3) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.4) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 78.0) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 91.7) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 95.3) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 63.3) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 51.0) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 47.3) และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 47.3) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 91.6) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 1 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก นั้น จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากในทุกกิจกรรมข้างต้น โดยในทุกบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ในประเด็นการบริการ wifi/internet ซึ่งควรจะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมี 4 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน สถานพักผ่อน และบริษัทนำเที่ยว ส่วนบริการอื่นๆ ได้แก่ บริการรถโดยสารสาธารณะ มัคคุเทศก์ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้นพบว่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-2

ตารางที่ 3.5-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศรัสเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (91.9) 2) ความซื่อสัตย์ (89.7) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (89.5)	-
2. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง (94.5) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (93.3) 3) ความสะดวกสบาย (93.0) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (89.8) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (91.6) 6) ความเป็นมิตรของพนักงาน (94.0) 7) การสื่อสาร/ภาษา (91.0) 8) ความปลอดภัย (93.8) 9) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (92.6)	1) บริการ wifi / internet (78.6)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (90.3) 2) ความหลากหลาย (91.8) 3) ความสวยงาม (90.4) 4) ความปลอดภัย (90.0)	1) การบริการ wifi / internet (77.4)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (90.5) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (90.6) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	1) บริการ wifi / internet (82.1)

ตารางที่ 3.5-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศรัสเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	(88.7) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (87.1) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (89.8) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (89.5) 7) ความปลอดภัย (90.0) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (88.5)	
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (88.9) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (87.3) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (86.8) 4) คุณภาพสินค้า (84.4) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (88.2) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.5) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (86.0) 8) ความปลอดภัย (86.2) 9) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (87.4)	1) การบริการ wifi / internet (81.2)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (89.4) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (89.7) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (87.4) 4) คุณภาพของอาหาร (88.9) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (90.5) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (90.5) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.1)	1) บริการ wifi / internet (80.0)

ตารางที่ 3.5-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศรัสเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (90.2) 2) ความหลากหลาย (88.9) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (88.1) 4) สภาพภายในสถานบริการ (85.7) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (87.7) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (87.2) 7) ความปลอดภัย (87.4) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (88.6)	1) การบริการ wifi / internet (81.1)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.2) 2) ความหลากหลาย (86.6) 3) ความสวยงาม (86.2) 4) ความปลอดภัย (85.8)	1) การบริการ wifi / internet (78.8)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (82.4) 2) ความซื่อสัตย์ (79.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (79.0)
10. สนามกอล์ฟ	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (90.0) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (85.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.6) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (90.0) 5) ความปลอดภัย (90.0) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (90.0)	-
11. ความปลอดภัย	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (89.3) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (88.7) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (88.9)	-

ตารางที่ 3.5-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศรัสเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (83.5) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.1) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (82.6) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.9)
13. รถโดยสารสาธารณะ	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (88.5) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (85.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (88.4) 4) ความปลอดภัย (89.2) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (87.5) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (87.2)	-
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	1) ความสะดวกสบาย (87.1) 2) การสื่อสาร/ภาษา (88.5) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (92.3) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (90.6)	-
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.2) 2) ความหลากหลาย (83.4) 3) ความน่าตื่นเต้น (82.7) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.9) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.9) 6) ความปลอดภัย (80.5) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.3)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.9) 2) ความหลากหลาย (85.7) 3) ความสวยงาม (84.9) 4) ความปลอดภัย (84.7)	1) การบริการ wifi / internet (75.9)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.2)	1) ความสะอาด (83.3)

ตารางที่ 3.5-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศรัสเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.8) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.6) 3) การให้ความช่วยเหลือ (82.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.7)

2.2 ประเทศออสเตรเลีย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่สำรวจทั้งสิ้น 254 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 53.1 และร้อยละ 46.9 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.3) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 22.4) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.3) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.1) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 39.4) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 83.9) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 88.6) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 76.8) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 68.1) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 51.6) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 50.0) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.7) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 2 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และกิจกรรมผจญภัย นั้น จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมากใน 2 กิจกรรม คือ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กับการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย ส่วนอีก 3 กิจกรรมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเท่านั้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้น ยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น การบริการ wifi/internet การใช้ภาษาในการสื่อสาร เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความ

พึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-3

ตารางที่ 3.5-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศออสเตรเลีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (90.2)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.5) 2) ความซื่อสัตย์ (83.4)
2. สนามบิน	-	1) ความปลอดภัย (83.4) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.4) 3) ป้ายบอกทาง (82.9) 4) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (82.8) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (82.4) 6) ความสะอาดสบาย (82.2) 7) ความเป็นมิตรของพนักงาน (82.0) 8) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (78.9) 9) การสื่อสาร/ภาษา (78.7) 10) บริการ wifi / internet (75.6)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความหลากหลาย (85.9) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.4) 3) ความสวยงาม (85.3)	1) ความปลอดภัย (83.0) 2) การบริการ wifi / internet (75.4)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.5) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.8)	1) สภาพภายในสถานที่พัก (83.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.6)

ตารางที่ 3.5-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศออสเตรเลีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	3) ความปลอดภัย (85.4) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.4) 5) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (85.3) 6) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (84.6) 7) บริการ wifi / internet (84.2)	
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (87.1) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (85.7)	1) ความสะดวกในการหาซื้อ (82.9) 2) ความปลอดภัย (82.1) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.8) 4) คุณภาพสินค้า (81.6) 5) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (81.6) 6) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (80.7) 7) การบริการ wifi / internet (79.6) 8) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.2)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (85.8) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.7) 3) คุณภาพของอาหาร (84.3)	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.1) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.3) 4) บริการ wifi / internet (79.7) 5) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (78.7)

ตารางที่ 3.5-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศออสเตรเลีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (88.2) 2) ความหลากหลาย (87.6) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.6) 4) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (86.1) 5) ความปลอดภัย (85.7) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8) 7) สภาพภายในสถานบริการ (84.2)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.9) 2) การบริการ wifi / internet (81.1)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสวยงาม (86.4) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.3) 3) ความหลากหลาย (86.3) 4) ความปลอดภัย (84.2)	1) การบริการ wifi / internet (80.5)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (82.9) 2) ความซื่อสัตย์ (82.8) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (79.7) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.1)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.0) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (80.0) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.0) 4) ความปลอดภัย (80.0) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.9)

ตารางที่ 3.5-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศออสเตรเลีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.9)
11. ความปลอดภัย	1) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (84.1)	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (83.9) 2) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (81.9)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (77.2) 2) ความหลากหลาย (76.7) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (75.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.0)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.4) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (82.3) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.0) 4) ความปลอดภัย (80.6) 5) ความสะอาดและความสะ 6) ความสะดวกสบาย (79.8) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.0)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (80.4) 2) ความสะดวกสบาย (80.2) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (78.7) 4) การสื่อสาร/ภาษา (76.9)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (83.2) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.9)

ตารางที่ 3.5-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศออสเตรเลีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) ความหลากหลาย (81.3) 4) ความปลอดภัย (80.7) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.9) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.1) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.1)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสวยงาม (85.1) 2) ความหลากหลาย (84.9)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.1) 2) ความปลอดภัย (82.1) 3) การบริการ wifi / internet (77.8)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.5) 2) ความสะอาด (69.0)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.6) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.5) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.2) 4) การให้ความช่วยเหลือ (78.3)

2.3 ประเทศจีน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่สำรวจทั้งสิ้น 1,003 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.0 และร้อยละ 37.0 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 50.0) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 26.2) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 21.2) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.9) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 69.8) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 92.9) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 90.7) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 75.9) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 70.0) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 48.9) และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 45.1) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.4) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 3 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้น ยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และภัตตาคาร/ร้านอาหารมีจุดอ่อนเหมือนกันในประเด็น การบริการ wifi / internet เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว นั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-4

ตารางที่ 3.5-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศจีน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (90.6) 2) ความซื่อสัตย์ (89.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (88.0)	-
2. สนาบบิน	1) ความเป็นมิตรของพนักงาน (90.0) 2) ความสะอาดสบาย (89.8) 3) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (88.9) 4) ป้ายบอกทาง (88.7) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (87.2) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (87.1)	1) บริการ wifi / internet (81.7)

ตารางที่ 3.5-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศจีน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	7) การสื่อสาร/ภาษา (86.9) 8) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (86.8) 9) ความปลอดภัย (86.7)	
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (89.6) 2) ความหลากหลาย (89.5) 3) ความสวยงาม (89.2) 4) ความปลอดภัย (87.9)	1) การบริการ wifi / internet (81.2)
4. สถานที่พักแรม	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (88.9) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (88.2) 3) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (87.8) 4) ความปลอดภัย (87.7) 5) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (87.6) 6) สภาพภายในสถานที่พัก (87.5) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (87.0) 8) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (86.4)	1) บริการ wifi / internet (83.1)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) คุณภาพสินค้า (89.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (89.0) 3) ความสะดวกในการหาซื้อ (88.8)	1) การบริการ wifi / internet (82.9)

ตารางที่ 3.5-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศจีน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (88.2) 5) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (88.1) 6) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (87.8) 7) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (87.8) 8) ความปลอดภัย (87.7) 9) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (87.4)	
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (88.2) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (87.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.4) 4) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (86.2) 5) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (85.0) 6) คุณภาพของอาหาร (85.0) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.9)	1) บริการ wifi / internet (77.8)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (88.4) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (88.3) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (88.2)	1) การบริการ wifi / internet (82.7)

ตารางที่ 3.5-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศจีน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4) ความหลากหลาย (87.8) 5) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (87.8) 6) ความปลอดภัย (87.8) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.7) 8) สภาพภายในสถานบริการ (86.4)	
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสวยงาม (85.4) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.2) 3) ความปลอดภัย (85.0) 4) ความหลากหลาย (84.7)	1) การบริการ wifi / internet (79.5)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (82.8) 2) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (82.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.5) 4) ความซื่อสัตย์ (80.9)
10. สนามกอล์ฟ	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (87.6) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (87.6) 3) ความปลอดภัย (87.4) 4) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้ให้บริการ (87.0) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.7) 6) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.4)	-

ตารางที่ 3.5-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศจีน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
11. ความปลอดภัย	1) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (88.9) 2) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (85.2) 3) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (84.5)	-
12. ทัศนียภาพ	-	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.2) 2) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (79.8) 3) ความหลากหลาย (79.5) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.0)
13. รถโดยสารสาธารณะ	1) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (86.3) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (86.0) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.8) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.7) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.0) 6) ความปลอดภัย (84.5)	-
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (84.1)	1) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (83.2) 2) ความสะดวกสบาย (82.5) 3) การสื่อสาร/ภาษา (81.8)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.3) 2) ความน่าตื่นเต้น (82.2)

ตารางที่ 3.5-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศจีน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.2) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.0) 5) ความปลอดภัย (81.8) 6) ความหลากหลาย (81.6) 7) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.4)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสวยงาม (84.4)	1) ความหลากหลาย (83.6) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.4) 3) ความปลอดภัย (83.1) 4) การบริการ wifi / internet (78.8)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.3) 2) ความสะอาด (82.2)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) การให้ความช่วยเหลือ (82.9) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.1) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.9) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.8)

2.4 ประเทศอินเดีย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่สำรวจทั้งสิ้น 244 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 78.7 และร้อยละ 21.3 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 51.6) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 28.3) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 59.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.7) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 77.9) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 85.2) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 88.5) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 81.1) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 55.3) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 52.5) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ร้อยละ 50.8) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.4) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 4 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น ยกเว้นการซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่มีระดับความพึงพอใจอย่างมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปแบบของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็นความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึกมีจุดอ่อน เช่น การใช้ภาษาในการสื่อสาร และบริการ wifi / internet เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-5

ตารางที่ 3.5-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศอินเดีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (88.7) 2) ความซื่อสัตย์ (87.4)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.5)
2. สนามบิน	1) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (85.7) 2) ความปลอดภัย (85.7) 3) ป้ายบอกทาง (85.3) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.0) 5) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (84.6) 6) ความสะดวกสบาย (84.3)	1) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.0) 2) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (80.2) 3) การสื่อสาร/ภาษา (79.4) 4) บริการ wifi / internet (75.6)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสวยงาม (85.8)	1) ความปลอดภัย (83.7)

ตารางที่ 3.5-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศอินเดีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	2) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.6) 3) ความหลากหลาย (84.6)	2) การบริการ wifi / internet (80.4)
4. สถานที่พักแรม	1) ความปลอดภัย (86.0) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (85.7) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (85.2) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (85.1) 5) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.8) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.2)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.3) 2) บริการ wifi / internet (79.8)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (89.5) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (89.0) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.3) 4) คุณภาพสินค้า (86.3) 5) ความปลอดภัย (86.1) 6) ความสะดวกในการหาซื้อ (85.6) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.6) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (84.4)	1) การบริการ wifi / internet (82.5) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.3)

ตารางที่ 3.5-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศอินเดีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.4) 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (83.4) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.6) 5) บริการ wifi / internet (80.6) 6) คุณภาพของอาหาร (80.5) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.4) 8) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.4)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.5) 2) ความหลากหลาย (82.5) 3) สภาพภายในสถานบริการ (81.3) 4) ความปลอดภัย (81.2) 5) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (80.7) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.7) 7) การบริการ wifi / internet (79.5) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.0) 9) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.9)

ตารางที่ 3.5-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศอินเดีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความหลากหลาย (79.6) 2) ความปลอดภัย (79.3) 3) ความสวยงาม (79.0) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (78.2) 5) การบริการ wifi / internet (74.7)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความซื่อสัตย์ (78.3) 2) ความเป็นมิตร (78.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.0) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (76.0)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.5) 2) ความปลอดภัย (83.5) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.5) 4) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (80.0) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0) 6) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.7)
11. ความปลอดภัย	1) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (84.2)	1) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (82.7) 2) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (82.5)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (79.4)

ตารางที่ 3.5-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศอินเดีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.9) 3) ความหลากหลาย (75.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.9)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.4) 2) ความปลอดภัย (81.6) 3) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (81.4) 4) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.1) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.0) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.4)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (78.0) 2) ความสะดวกสบาย (76.6) 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (76.1) 4) การสื่อสาร/ภาษา (69.5)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (83.8) 2) ความหลากหลาย (81.4) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.1) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.6)

ตารางที่ 3.5-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศอินเดีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) ความปลอดภัย (78.2) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.1) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.7)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (77.9) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.3) 3) ความหลากหลาย (76.0) 4) ความปลอดภัย (74.8) 5) การบริการ wifi / internet (74.3)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะอาด (78.2) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (78.1)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.5) 2) การให้ความช่วยเหลือ (74.1) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.4)

2.5 ประเทศสหราชอาณาจักร

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่สำรวจทั้งสิ้น 350 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 51.4 และร้อยละ 48.6 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 15-24 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 49.1) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 27.7) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 41.1) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.0) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 62.6) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 83.1) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 87.7) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 85.7) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 64.3) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 66.9) และการใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 56.9) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.8) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 5 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น ยกเว้นการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดที่มีระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารมีจุดอ่อน เช่น สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร และบริการ wifi / internet เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-6

ตารางที่ 3.5-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสหราชอาณาจักร)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (89.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.0)	1) ความซื่อสัตย์ (83.5)
2. สนาบบน	1) ป้ายบอกทาง (86.0) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (87.5) 3) ความสะดวกสบาย (85.3) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (84.6) 5) ความเป็นมิตรของพนักงาน (86.9) 6) ความปลอดภัย (84.5) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8)	1) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (83.6) 2) การสื่อสาร/ภาษา (83.5) 3) บริการ wifi / internet (75.9)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.1) 2) ความหลากหลาย (87.6) 3) ความสวยงาม (88.0)	1) ความปลอดภัย (82.7) 2) การบริการ wifi / internet (75.8)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.0) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (87.5) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (89.0) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.4)	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (82.2) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (79.5) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.5) 4) ความปลอดภัย (82.9) 5) บริการ wifi / internet (81.9)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.9) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (86.0)	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (83.0) 2) คุณภาพสินค้า (81.5) 3) ความสะดวกในการหาซื้อ (81.9) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.6) 6) ความปลอดภัย (79.2) 7) การบริการ wifi / internet (75.2)

ตารางที่ 3.5-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสหราชอาณาจักร)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (82.2)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.2) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (86.3) 3) คุณภาพของอาหาร (85.0) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.2)	1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (78.9) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.7) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.2) 4) บริการ wifi / internet (80.6)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.3) 2) ความหลากหลาย (85.7)	1) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (83.8) 2) สภาพภายในสถานบริการ (82.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.6) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.0) 5) ความปลอดภัย (82.8) 6) การบริการ wifi / internet (78.1) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.9)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.9) 2) ความหลากหลาย (82.8) 3) ความสวยงาม (83.4) 4) ความปลอดภัย (80.3) 5) การบริการ wifi / internet (71.2)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (72.1) 2) ความซื่อสัตย์ (69.3) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.9) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (72.3)
10. สนามกอล์ฟ	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.0) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (85.7) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.7)	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.4) 2) ความปลอดภัย (78.6) 3) ความเหมาะสมของอัตรา

ตารางที่ 3.5-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสหราชอาณาจักร)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		ค่าบริการ (67.1)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (77.7) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (78.1) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (76.4)
12. ทัศนียภาพ	-	1) ความหลากหลาย (68.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (68.2) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (69.1) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (68.7)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.3) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (76.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.8) 4) ความปลอดภัย (71.8) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (76.6) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.6)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (80.1) 2) การสื่อสาร/ภาษา (76.8) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (80.4) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (80.0)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.6) 2) ความหลากหลาย (79.2) 3) ความน่าตื่นเต้น (80.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.1)

ตารางที่ 3.5-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสหราชอาณาจักร)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความปลอดภัย (74.5) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (77.9)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.9) 2) ความหลากหลาย (73.1) 3) ความสวยงาม (76.1) 4) ความปลอดภัย (73.4) 5) การบริการ wifi / internet (66.5)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (69.5) 2) ความสะอาด (62.4)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (71.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (71.2) 3) การให้ความช่วยเหลือ (69.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.3)

2.6 ประเทศลาว

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวลาวที่สำรวจทั้งสิ้น 332 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 55.4 และร้อยละ 44.6 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 40.7) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 32.5) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นเสมียนและพนักงานขาย (Clerical Salesman and Commercial Personnel) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 22.9) จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.0) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 92.7) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 38.9) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 98.2) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 63.6) การใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 37.3) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 17.2) และการเข้ารักษาทางการแพทย์ (ร้อยละ 17.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวลาวมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.6) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 6 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวลาวเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การรับประทานอาหารไทย และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวลาวมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น การซื้อสินค้าและของที่ระลึกมีจุดอ่อนในประเด็น การบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษา ในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวลาว ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวลาวมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-7

ตารางที่ 3.5-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศลาว)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (85.9) 2) ความซื่อสัตย์ (85.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.9)	-
2. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง (80.5) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (83.2) 3) ความสะดวกสบาย (80.9) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (79.5) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (79.5) 6) ความเป็นมิตรของพนักงาน (80.9) 7) การสื่อสาร/ภาษา (81.8) 8) บริการ wifi / internet (72.3) 9) ความปลอดภัย (80.0) 10) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.2)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (87.0) 2) ความหลากหลาย (88.0)	1) การบริการ wifi / internet (79.0)

ตารางที่ 3.5-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศลาว)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	3) ความสวยงาม (88.0) 4) ความปลอดภัย (86.0)	
4. สถานที่พักแรม	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.0)	1) ความหลากหลายของประเภทสถานที่พักแรม (81.3) 2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (80.1) 3) สภาพภายในสถานที่พัก (81.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.4) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.5) 6) ความปลอดภัย (81.0) 7) บริการ wifi / internet (77.4) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.6)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.8) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (86.2) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (87.0) 4) คุณภาพสินค้า (86.3) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (86.9) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.8) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (86.0) 8) ความปลอดภัย (84.9) 9) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (85.7)	1) การบริการ wifi / internet (80.8)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.3) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (81.5) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (80.7)

ตารางที่ 3.5-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศลาว)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		4) คุณภาพของอาหาร (80.7) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.7) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.9) 7) บริการ wifi / internet (77.4) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.4)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (87.2) 2) ความหลากหลาย (86.8) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (86.8) 4) สภาพภายในสถานบริการ (86.8) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (87.4) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.5) 7) ความปลอดภัย (86.2) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (86.2)	1) การบริการ wifi / internet (81.2)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (93.1) 2) ความหลากหลาย (95.9) 3) ความสวยงาม (93.1) 4) ความปลอดภัย (95.2) 5) การบริการ wifi / internet (91.7)	-
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (70.0) 2) ความซื่อสัตย์ (66.7) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.0) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (70.0)
10. สนามกอล์ฟ	-	-
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (79.2) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (81.2)

ตารางที่ 3.5-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศลาว)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (81.1)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	-
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.0) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (79.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.4) 4) ความปลอดภัย (79.1) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.9) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.1)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (78.5) 2) การสื่อสาร/ภาษา (80.2) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (78.1) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (79.9)
15. กิจกรรมผจญภัย	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (98.6) 2) ความหลากหลาย (98.6) 3) ความน่าตื่นเต้น (98.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (98.6) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (98.6) 6) ความปลอดภัย (98.6) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (98.6)	-
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (68.8) 2) ความหลากหลาย (69.4) 3) ความสวยงาม (67.6) 4) ความปลอดภัย (68.8) 5) การบริการ wifi / internet (65.3)

ตารางที่ 3.5-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศลาว)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.9) 2) ความสะอาด (77.2)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.3) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (73.8) 3) การให้ความช่วยเหลือ (70.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.0)

2.7 ประเทศเกาหลีใต้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่สำรวจทั้งสิ้น 124 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.0 และร้อยละ 46.0 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 55.6) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 21.8) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 29.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.3) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 49.2) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 89.5) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 79.8) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 65.3) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 62.9) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 62.1) และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 39.5) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.6) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 7 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น ยกเว้นบริการสปาและนวดแผนไทยที่มีระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพใน

การให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-8

ตารางที่ 3.5-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศเกาหลีใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (86.1)	1) ความซื่อสัตย์ (82.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.5)
2. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง (85.5)	1) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (83.1) 2) ความสะอาดสบาย (83.1) 3) ความปลอดภัย (83.7) 4) ความเป็นมิตรของพนักงาน (82.1) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.5) 6) การสื่อสาร/ภาษา (79.5) 7) มีร้านอาหารที่หลากหลาย (78.9) 8) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (78.9) 9) บริการ wifi / internet (64.1)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสวยงาม (84.7)	2) ความหลากหลาย (80.0) 3) ความปลอดภัย (79.8) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.3) 5) การบริการ wifi / internet (68.0)

ตารางที่ 3.5-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศเกาหลีใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.0) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (84.1)	1) ความปลอดภัย (83.9) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.9) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.5) 4) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (80.0) 5) สภาพภายในสถานที่พัก (79.8) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.7) 7) บริการ wifi / internet (74.6)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (87.2) 2) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (86.2) 3) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (84.7) 4) ความปลอดภัย (84.2)	1) คุณภาพสินค้า (83.5) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.7) 3) ความสะดวกในการหาซื้อ (82.2) 4) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (81.3) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.0) 6) การบริการ wifi / internet (73.1)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (82.7) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.3) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.0) 4) คุณภาพของอาหาร (78.4) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (77.5) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.2) 7) สภาพภายในภัตตาคาร/

ตารางที่ 3.5-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศเกาหลีใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		ร้านอาหาร (75.9) 8) บริการ wifi / internet (64.3)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (89.0) 2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (88.7) 3) ความปลอดภัย (86.8) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (86.0) 5) ความหลากหลาย (85.8) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.8)	1) สภาพภายในสถานบริการ (83.3) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.1) 3) การบริการ wifi / internet (72.5)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสวยงาม (81.4) 2) ความหลากหลาย (80.5) 3) ความปลอดภัย (77.9) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.4) 5) การบริการ wifi / internet (68.4)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (72.7) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.7) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (71.2) 4) ความซื่อสัตย์ (69.8)
10. สนามกอล์ฟ	-	-
11. ความปลอดภัย	-	1) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (79.2) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (77.5) 3) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (77.2)

ตารางที่ 3.5-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศเกาหลีใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (69.5) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.3) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (66.3) 4) ความหลากหลาย (64.7)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (77.9) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (73.7) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (73.7) 4) ความปลอดภัย (73.0) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (72.4) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.4)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (80.2) 2) ความสะดวกสบาย (78.7) 3) การสื่อสาร/ภาษา (76.6) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (76.6)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (76.7) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.1) 3) ความหลากหลาย (73.6) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (72.4) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.5) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (70.8) 7) ความปลอดภัย (70.2)

ตารางที่ 3.5-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศเกาหลีใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (72.5) 2) ความปลอดภัย (67.9) 3) ความหลากหลาย (67.2) 4) การบริการ wifi / internet (65.9) 5) ความสะดวกในการเข้าถึง (64.6)
17. ห้องนั่งสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (69.7) 2) ความสะอาด (66.3)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) การให้ความช่วยเหลือ (74.7) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.4) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (73.5) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.1)

2.8 ประเทศญี่ปุ่น

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่สำรวจทั้งสิ้น 216 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 66.2 และร้อยละ 33.8 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.5) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 21.8) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นเด็กและนักเรียน (Student and Children) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 19.9) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 69.9) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 59.3) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 83.3) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 69.0) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 57.9) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 57.4) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 50.0) และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 41.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.5) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 8 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การใช้บริการสปาและ

นวดแผนไทย และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารมีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้นพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-9

ตารางที่ 3.5-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศญี่ปุ่น)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (85.8)	1) ความซื่อสัตย์ (81.3) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.0)
2. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง (78.9) 2) ความปลอดภัย (78.6) 3) ความสะดวกสบาย (76.8) 4) การสื่อสาร/ภาษา (76.1) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (76.0) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.8) 7) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (75.5) 8) ความเป็นมิตรของพนักงาน (75.3) 9) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (74.9) 10) บริการ wifi / internet (67.2)

ตารางที่ 3.5-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศญี่ปุ่น)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความปลอดภัย (77.4) 2) ความสวยงาม (76.9) 3) ความหลากหลาย (75.3) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.0) 5) การบริการ wifi / internet (69.0)
4. สถานที่พักแรม	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (79.7) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (79.0) 3) ความปลอดภัย (77.3) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.7) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.6) 6) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (76.2) 7) บริการ wifi / internet (75.0) 8) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.9) 9) สภาพภายในสถานที่พัก (73.9)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (76.0) 2) ความปลอดภัย (75.1) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (74.9) 4) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (74.5) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (73.5) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (72.9) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ

ตารางที่ 3.5-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศญี่ปุ่น)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(72.9) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้า บริการ (72.3) 9) คุณภาพสินค้า (72.0) 10) การบริการ wifi / internet (68.0)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) คุณภาพของอาหาร (80.6) 2) ความหลากหลายของประเภท ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (78.6) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (77.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.5) 5) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (76.5) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.9) 7) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (73.7) 8) บริการ wifi / internet (69.0)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและ นวดแผนไทย)	-	1) ความหลากหลาย (78.6) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (78.5) 3) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (78.5) 4) สภาพภายในสถานบริการ (77.6) 5) ความปลอดภัย (77.3) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.6) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.7) 8) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (75.6)

ตารางที่ 3.5-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศญี่ปุ่น)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		9) การบริการ wifi / internet (70.4)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสวยงาม (77.7) 2) ความหลากหลาย (77.6) 3) ความปลอดภัย (76.2) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.7) 5) การบริการ wifi / internet (69.1)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความซื่อสัตย์ (72.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.4) 3) ความเป็นมิตร (69.8) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (69.8)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (70.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (68.8) 3) ความปลอดภัย (68.8) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (68.2) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (68.2) 6) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (67.6)
11. ความปลอดภัย	-	1) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (73.7) 2) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (73.2) 3) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (73.2)
12. บริษัทนำเที่ยว	1) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (86.7)	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.7)

ตารางที่ 3.5-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศญี่ปุ่น)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.0) 3) ความหลากหลาย (80.7)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความปลอดภัย (71.5) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (71.5) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (70.8) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (70.5) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.7) 5) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (67.8)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (69.5) 2) การสื่อสาร/ภาษา (69.2) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (67.3) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (65.5)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความปลอดภัย (66.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.1) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (65.8) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (65.5) 5) ความหลากหลาย (65.3) 6) ความน่าตื่นเต้น (63.9) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (63.4)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (68.6) 2) ความปลอดภัย (68.6) 3) ความหลากหลาย (65.9) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (65.7)

ตารางที่ 3.5-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศญี่ปุ่น)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) การบริการ wifi / internet (62.0)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (67.9) 2) ความสะอาด (64.4)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) การให้ความช่วยเหลือ (64.8) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (64.8) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (63.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (63.0)

2.9 ประเทศสิงคโปร์

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ที่สำรวจทั้งสิ้น 123 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 57.7 และร้อยละ 42.3 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 47.2) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 23.6) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.9) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.0) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 60.1) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 78.0) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 69.1) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 65.0) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 64.2) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 46.3) และการใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 41.5) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 76.3) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 9 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์มีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม

ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์มีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-10

ตารางที่ 3.5-10 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสิงคโปร์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	-	1) ความเป็นมิตร (81.7) 2) ความซื่อสัตย์ (74.7) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.5)
2. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง (80.8) 2) ความเป็นมิตรของพนักงาน (80.8) 3) ความปลอดภัย (79.2) 4) ความสะดวกสบาย (78.3) 5) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (78.0) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.3) 7) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (76.3) 8) การสื่อสาร/ภาษา (76.2) 9) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (75.5) 10) บริการ wifi / internet (71.2)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความสวยงาม (79.1)

ตารางที่ 3.5-10 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสิงคโปร์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) ความหลากหลาย (78.2) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.3) 4) ความปลอดภัย (74.9) 5) การบริการ wifi / internet (68.4)
4. สถานที่พักแรม	-	1) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (80.3) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.2) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.0) 4) ความปลอดภัย (79.7) 5) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (77.2) 6) บริการ wifi / internet (76.4) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.5) 8) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.0) 9) สภาพภายในสถานที่พัก (74.9)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (82.2) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.4) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (78.7) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (78.4) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.3)

ตารางที่ 3.5-10 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสิงคโปร์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (74.8) 7) คุณภาพสินค้า (74.4) 8) ความปลอดภัย (73.2) 9) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.4) 10) การบริการ wifi / internet (68.7)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.8) 2) คุณภาพของอาหาร (80.7) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.5) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.7) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.0) 6) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (76.9) 7) บริการ wifi / internet (75.0) 8) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (73.7)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.4) 2) ความปลอดภัย (77.6) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.1) 4) ความหลากหลาย (76.3) 5) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (75.0)

ตารางที่ 3.5-10 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสิงคโปร์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.7) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (73.4) 8) สภาพภายในสถานบริการ (72.6) 9) การบริการ wifi / internet (71.8)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความหลากหลาย (75.7) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.6) 3) ความสวยงาม (72.6) 4) ความปลอดภัย (69.7) 5) การบริการ wifi / internet (62.9)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความซื่อสัตย์ (71.3) 2) ความเป็นมิตร (70.9) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (69.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.1)
10. สนามกอล์ฟ	-	-
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (73.0) 2) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (71.8) 3) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (71.7)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (56.7) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร

ตารางที่ 3.5-10 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสิงคโปร์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(56.7) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (56.7) 4) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (53.3)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (75.4) 2) ความสะอาดและ ความสะดวกสบาย (72.4) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (72.0) 4) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (72.0) 5) ความปลอดภัย (69.4) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.0)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	--	1) ความสะดวกสบาย (74.3) 2) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (73.5) 3) ขั้นตอนการบริการ/ ความรวดเร็ว (71.4) 4) การสื่อสาร/ภาษา (69.3)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (69.8) 2) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (68.4) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (65.6) 4) ความหลากหลาย (64.7) 5) ความปลอดภัย (64.7) 6) ความสะดวกในการเข้าถึง

ตารางที่ 3.5-10 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศสิงคโปร์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(63.3) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (59.1)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.5) 2) ความสวยงาม (73.5) 3) ความหลากหลาย (72.0) 4) ความปลอดภัย (59.5) 5) การบริการ wifi / internet (55.0)
17. ห้างนำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (69.6) 2) ความสะอาด (65.2)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.4) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (71.8) 3) การให้ความช่วยเหลือ (70.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.6)

2.10 ประเทศมาเลเซีย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่สำรวจทั้งสิ้น 616 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 59.4 และร้อยละ 40.6 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.7) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35.44 ปี (ร้อยละ 26.6) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 27.4) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 68.4) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 77.0) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 78.9) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 87.2) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 81.5) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 47.6) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 45.9) และการใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 44.8) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 69.1) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ และเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 10 ในประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด 10 อันดับแรก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจปานกลางถึงมากต่อการบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจระดับพึงพอใจปานกลางถึงมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่าจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.5-11

ตารางที่ 3.5-11 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศมาเลเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	-	1) ความเป็นมิตร (75.3) 2) ความซื่อสัตย์ (72.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.6)
2. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง (74.1) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (74.0) 3) ความสะดวกสบาย (75.5) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (73.1) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (73.1) 6) ความเป็นมิตรของพนักงาน (75.4) 7) การสื่อสาร/ภาษา (72.6) 8) บริการ wifi / internet (69.9) 9) ความปลอดภัย (71.9) 10) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (70.9)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (65.7) 2) ความหลากหลาย (63.5) 3) ความสวยงาม (66.6) 4) ความปลอดภัย (66.1) 5) การบริการ wifi / internet (61.0)
4. สถานที่พักผ่อน	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (75.4) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (75.5) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (73.4) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (71.9) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.8) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (70.6)

ตารางที่ 3.5-11 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศมาเลเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		7) ความปลอดภัย (74.1) 8) บริการ wifi / internet (72.7) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.6)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (77.7) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (78.0) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (74.5) 4) คุณภาพสินค้า (73.7) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (72.6) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.8) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (69.6) 8) ความปลอดภัย (68.6) 9) การบริการ wifi / internet (66.5) 10) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (69.5)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (74.2) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (74.0) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (73.6) 4) คุณภาพของอาหาร (75.6) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.9) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.8) 7) บริการ wifi / internet (72.0) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (74.3)

ตารางที่ 3.5-11 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศมาเลเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (70.9) 2) ความหลากหลาย (70.5) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (69.9) 4) สภาพภายในสถานบริการ (68.0) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (68.2) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (68.4) 7) ความปลอดภัย (70.3) 8) การบริการ wifi / internet (69.6) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (69.4)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.8) 2) ความหลากหลาย (76.2) 3) ความสวยงาม (75.0) 4) ความปลอดภัย (73.4) 5) การบริการ wifi / internet (69.0)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (71.8) 2) ความซื่อสัตย์ (71.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.2) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (71.6)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (61.6) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (62.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (63.2) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (60.5) 5) ความปลอดภัย (60.5) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (59.5)

ตารางที่ 3.5-11 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศมาเลเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (66.4) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (66.3) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (66.4)
12. ทัศนียภาพ	-	1) ความหลากหลาย (61.3) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (61.2) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (61.3) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (60.4)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (69.5) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (66.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (64.2) 4) ความปลอดภัย (65.6) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (65.8) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (66.4)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (67.9) 2) การสื่อสาร/ภาษา (65.6) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (66.0) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (65.0)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.0) 2) ความหลากหลาย (74.0) 3) ความน่าตื่นเต้น (73.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.8) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.8)

ตารางที่ 3.5-11 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ประเทศมาเลเซีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความปลอดภัย (74.2) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.2)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.8) 2) ความหลากหลาย (70.8) 3) ความสวยงาม (71.0) 4) ความปลอดภัย (70.2) 5) การบริการ wifi / internet (67.6)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (66.0) 2) ความสะอาด (64.7)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (63.7) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (64.9) 3) การให้ความช่วยเหลือ (63.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (62.6)

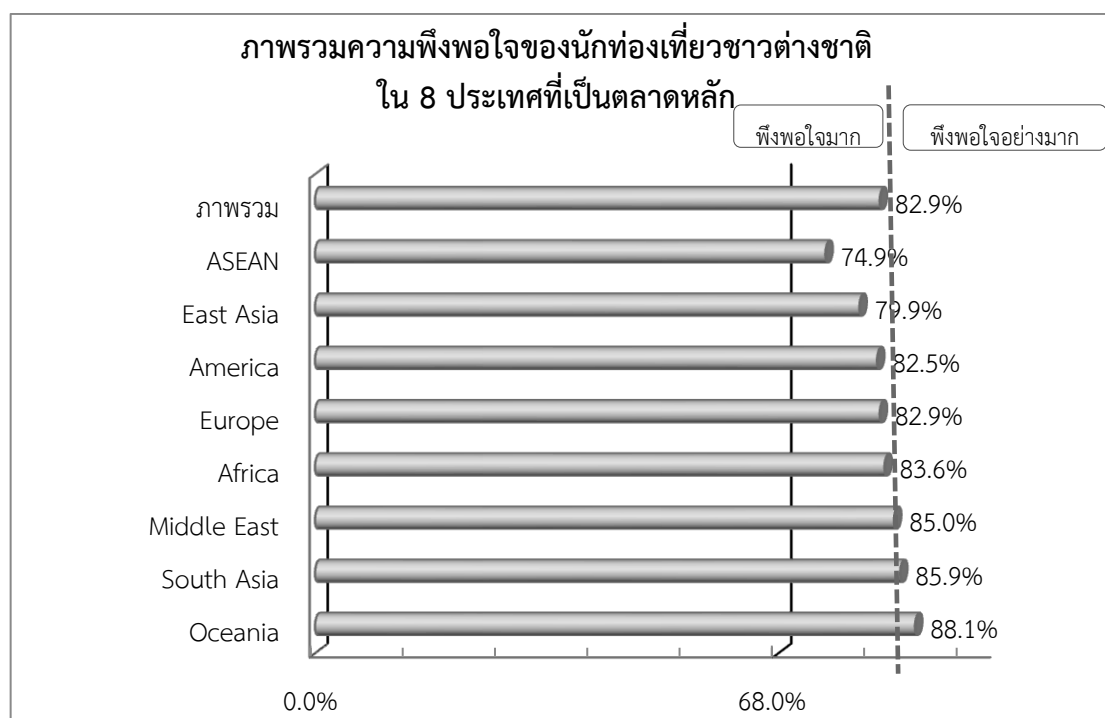
ส่วนที่ 3.6

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 8 ภูมิภาค ที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว

จากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติของกรมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาจากภูมิภาคอาเซียน เอเชียตะวันออก ยุโรป เอเชียใต้ อเมริกา โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจ พบว่า มี 3 ภูมิภาคที่มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ โอเชียเนีย เอเชียใต้ และตะวันออกกลาง ซึ่งไม่ได้เป็นภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว มีส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ค่อนข้างน้อย นอกนั้นมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก และเมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 82.0) พบว่า มี 6 ภูมิภาคที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความพึงพอใจเฉลี่ยของประเทศยกเว้นภูมิภาคอาเซียนและเอเชียตะวันออกซึ่งเป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด โดยภูมิภาคอาเซียนมีคะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศค่อนข้างมาก (แผนภูมิที่ 3.6-1) โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากคะแนนความพึงพอใจของประเทศที่เป็นตลาดหลักในภูมิภาคนี้ ได้แก่ มาเลเซียและสิงคโปร์ที่มีคะแนนความพึงพอใจในทุกประเด็นที่ประเมินค่อนข้างต่ำ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเชิงลึกเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศเหล่านี้ให้มากขึ้น

แผนภูมิที่ 3.6-1 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว



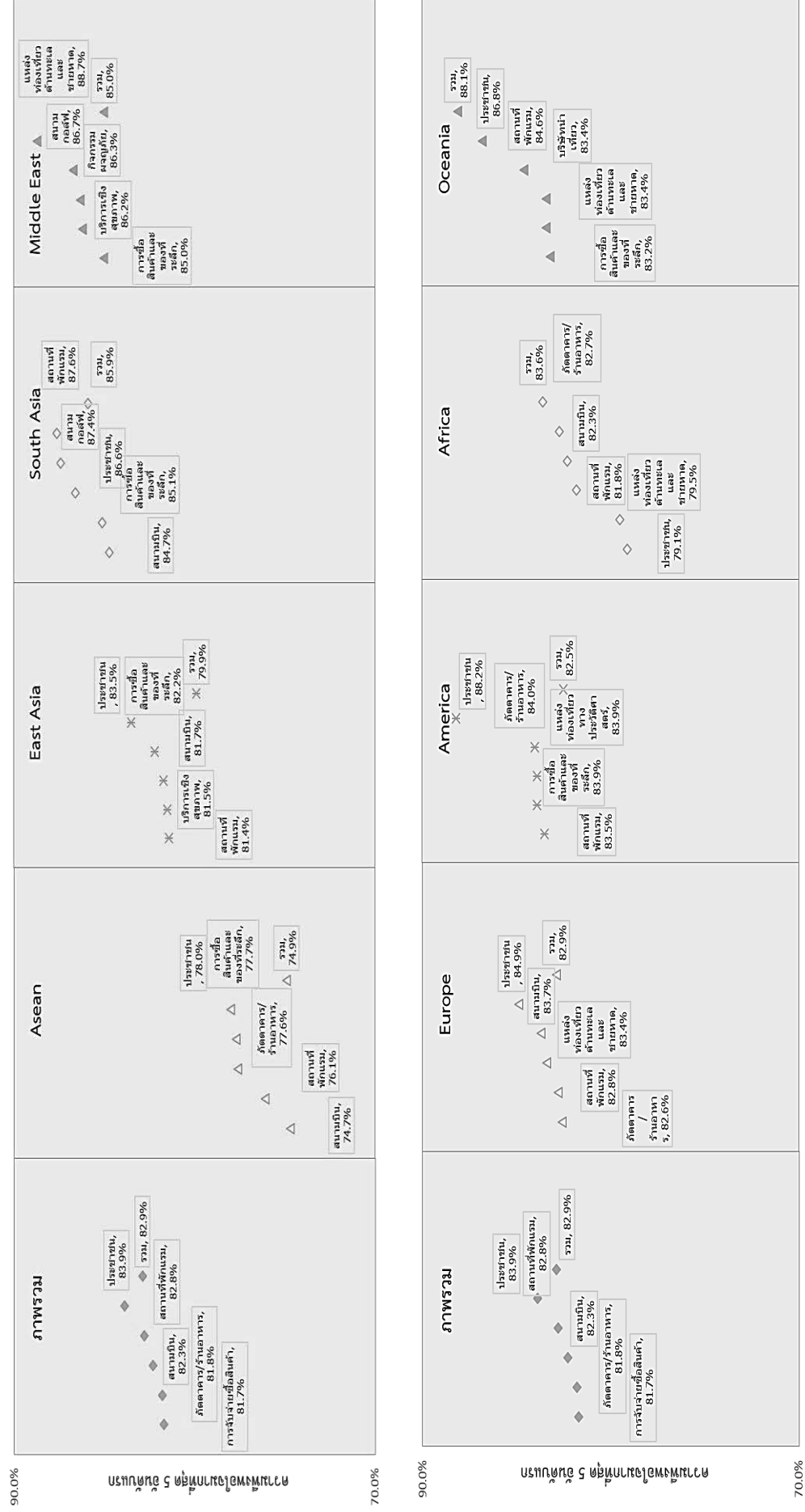
ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค (แผนภูมิที่ 3.6-2) พบว่า เกือบทุกภูมิภาคยกเว้นตะวันออกกลาง “ประชาชน” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศแสดงให้เห็นว่า “ประชาชน” เป็นจุดแข็งของประเทศไทย จำเป็นต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ ในขณะที่ประเด็นอื่นๆ ที่มีคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาคแตกต่างกัน เช่น แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาดสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุด 1 ใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ เอเชียตะวันออก ตะวันออกกลาง ยุโรป โอเชียเนีย และแอฟริกา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจได้มาก

ในด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (shopping) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้น พบว่า มีถึง 6 ภูมิภาคที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 1 ใน 5 ยกเว้นยุโรปและแอฟริกา แสดงให้เห็นว่าการซื้อสินค้าและของที่ระลึกสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทยได้

ในด้านสถานที่พักผ่อน พบว่า มีถึง 7 ภูมิภาคที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 1 ใน 5 ยกเว้นตะวันออกกลาง แสดงให้เห็นว่าสถานที่พักผ่อนต่างๆ มีความพร้อมในการให้บริการ

สำหรับบริการเชิงสุขภาพซึ่งเป็นบริการเป้าหมายที่จะส่งเสริมและพัฒนาตามที่กำหนดในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 นั้น มี 3 ภูมิภาคที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 1 ใน 5 ได้แก่ อาเซียน เอเชียตะวันออก และตะวันออกกลาง

แผนภูมิที่ 3.6-2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค

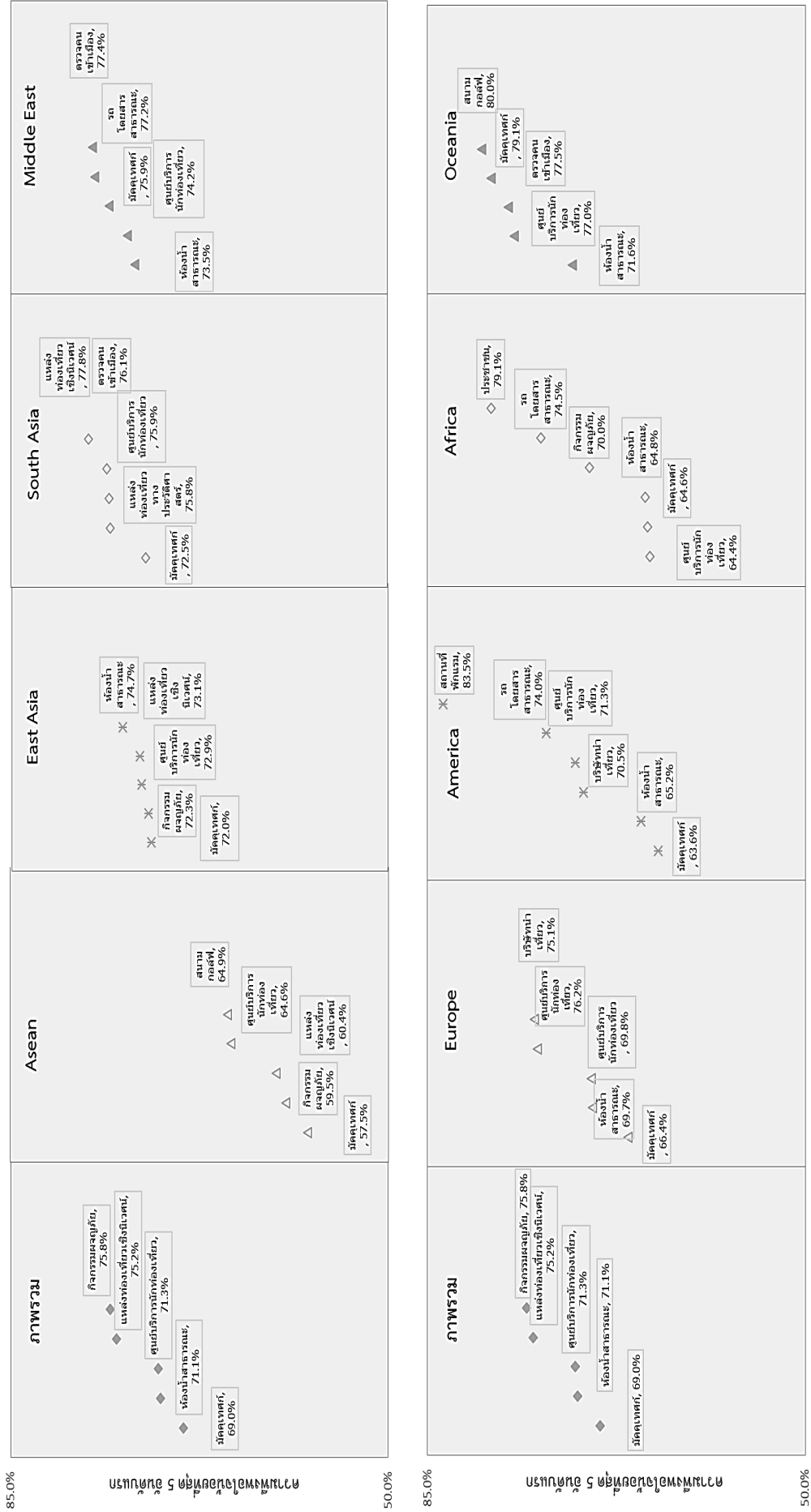


ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค (แผนภูมิที่ 3.6-3) พบว่า “ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และ “มัคคุเทศก์” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดของทุกภูมิภาคและสอดคล้องกับภาพรวมประเทศ แสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 ประเด็นเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

“ห้องน้ำสาธารณะ” ก็เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด โดยพบใน 6 ภูมิภาคยกเว้น อาเซียนและเอเชียใต้ เนื่องจากมีน้อย หายาก และสกปรก

ในด้าน “แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์” ยังพบว่า เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด โดยพบใน 5 ภูมิภาค ยกเว้นตะวันออกกลาง อเมริกา และแอฟริกา

แผนภูมิที่ 3.6-3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค



การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็นบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งหากพิจารณาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน” แล้ว ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่า มี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 3.6-1

ตารางที่ 3.6-1 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค

บริการด้านการท่องเที่ยว	อาเซียน	เอเชียตะวันออก	ยุโรป	เอเชียใต้	อเมริกา	โอเชียเนีย	ตะวันออกกลาง	แอฟริกา
1. ประชาชน	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
7. สนามกอล์ฟ	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
8. สถานที่พักผ่อน	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✗
9. มัคคุเทศก์	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
10. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
11. กิจกรรมผจญภัย	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗
12. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
13. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

2. ความพึงพอใจของแต่ละภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

2.1 ภูมิภาคโอเชียเนีย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนียที่สำรวจทั้งสิ้น 373 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 50.4 และร้อยละ 49.6 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.6) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 20.9) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.5) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.8) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 41.3) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 85.8) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 84.5) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 78.6) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 66.2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ร้อยละ 47.7) และ การใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 47.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนียมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.1) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจสูงสุดใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก กิจกรรมผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด มีจุดอ่อนในประเด็น ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-2

ตารางที่ 3.6-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคโอเชียเนีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (89.9)	1) ความซื่อสัตย์ (83.7) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.6)
2. สนามบิน	-	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.7) 2) ความสะดวกสบาย (83.6) 3) ความปลอดภัย (83.5) 4) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (83.3) 5) ป้ายบอกทาง (83.1) 6) ความเป็นมิตรของพนักงาน (82.8) 7) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (82.2) 8) การสื่อสาร/ภาษา (81.0) 9) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (80.1) 10) บริการ wifi / internet (76.4)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความหลากหลาย (83.6) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.5) 3) ความสวยงาม (83.5) 4) ความปลอดภัย (81.7) 5) การบริการ wifi / internet (75.0)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.3) 2) ความปลอดภัย (85.8) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.7) 4) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (85.4) 5) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (85.2) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.8)	1) สภาพภายในสถานที่พัก (83.9) 2) บริการ wifi / internet (83.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.8)

ตารางที่ 3.6-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคโอเชียเนีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	7) ความพึงพอใจโดยรวม (84.6)	
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.2) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (84.9)	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.3) 2) ความสะดวกในการหาซื้อ (81.6) 3) ความปลอดภัย (81.6) 4) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (81.2) 5) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (80.2) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.9) 7) คุณภาพสินค้า (79.7) 8) การบริการ wifi / internet (78.2)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (86.3) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.5) 3) คุณภาพของอาหาร (84.1)	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.0) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.8) 4) บริการ wifi / internet (80.2) 5) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.5)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.1) 2) ความหลากหลาย (84.1)	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.1) 2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (82.5) 3) ความปลอดภัย (82.3) 4) สภาพภายในสถานบริการ (80.5) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.4) 6) การบริการ wifi / internet (78.2) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.5)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสวยงาม (83.2) 2) ความหลากหลาย (82.1)

ตารางที่ 3.6-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคโอเชียเนีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.9) 4) ความปลอดภัย (80.6) 5) การบริการ wifi / internet (77.2)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (81.1) 2) ความซื่อสัตย์ (81.0) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (79.5) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.9)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.0) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (80.0) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.0) 4) ความปลอดภัย (80.0) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.9) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.9)
11. ความปลอดภัย		1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (82.6) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (82.4) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (80.7)
12. บริษัทนำเที่ยว	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.0)	1) ความหลากหลาย (83.1) 2) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (82.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.6)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (82.2) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.0) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.4) 4) ความปลอดภัย (79.7)

ตารางที่ 3.6-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคโอเชียเนีย)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (78.9) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.0)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (77.0) 2) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (76.9) 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (76.7) 4) การสื่อสาร/ภาษา (73.2)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (80.6) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.2) 3) ความหลากหลาย (80.2) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.9) 5) ความปลอดภัย (78.9) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.4) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.2)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (82.6) 2) ความหลากหลาย (80.6) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.2) 4) ความปลอดภัย (79.0) 5) การบริการ wifi / internet (75.3)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.3) 2) ความสะอาด (69.8)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.8) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.8) 3) การให้ความช่วยเหลือ (76.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.1)

2.2 ภูมิภาคเอเชียใต้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียใต้ที่สำรวจทั้งสิ้น 295 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 78.0 และร้อยละ 22.0 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 51.5) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 26.1) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 59.7) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.8) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 75.9) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 85.4) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 87.8) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 81.4) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 55.6) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ร้อยละ 50.8) และ การใช้ชีวิตตามค่าคืน (ร้อยละ 50.5) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากภูมิภาคเอเชียใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.9) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 2 ใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้มีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น ยกเว้นการซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่มีระดับความพึงพอใจอย่างมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อนเช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้นพบว่านักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้มีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-3

ตารางที่ 3.6-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (88.7) 2) ความซื่อสัตย์ (87.5)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.6)
2. สนามบิน	1) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (86.6) 2) ป้ายบอกทาง (86.3) 3) ความปลอดภัย (86.1) 4) ความสะอาดสบาย (85.2) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8) 6) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (84.7) 7) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.4)	1) การสื่อสาร/ภาษา (80.7) 2) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (79.9) 3) บริการ wifi / internet (77.5)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.3) 2) ความสวยงาม (85.1) 3) ความหลากหลาย (84.4)	1) ความปลอดภัย (83.3) 2) การบริการ wifi / internet (79.3)
4. สถานที่พักรแรม	1) ความปลอดภัย (85.6) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักรแรม (85.5) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (85.5) 4) สภาพภายในสถานที่พักร (85.2) 5) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.5) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.4) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.3)	1) บริการ wifi / internet (81.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.5)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (89.7) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (89.2) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.5)	1) การบริการ wifi / internet (81.3) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.2)

ตารางที่ 3.6-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4) คุณภาพสินค้า (86.5) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (86.3) 6) ความปลอดภัย (86.3) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.7) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (84.1)	
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร		1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (83.9) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.5) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.5) 4) บริการ wifi / internet (81.0) 5) คุณภาพของอาหาร (80.7) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.6) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.2) 8) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.2)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความหลากหลาย (83.0) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.6) 3) ความปลอดภัย (81.2) 4) สภาพภายในสถานบริการ (81.1) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.4) 6) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (80.2) 7) การบริการ wifi / internet (79.4) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.6) 9) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.1)

ตารางที่ 3.6-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความหลากหลาย (77.8) 2) ความปลอดภัย (77.8) 3) ความสวยงาม (77.6) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.4) 5) การบริการ wifi / internet (72.9)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความซื่อสัตย์ (74.3) 2) ความเป็นมิตร (73.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (72.5) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (72.5)
10. สนามกอล์ฟ	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.2) 2) ความปลอดภัย (85.2) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.2)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.2) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (82.1) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.3)
11. ความปลอดภัย	1) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (85.0) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (84.2)	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (83.9)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (77.7) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (77.3) 3) ความหลากหลาย (74.3) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.3)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.4) 2) ความปลอดภัย (81.9) 3) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (81.7) 4) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.5) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.3)

ตารางที่ 3.6-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียใต้)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.3)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (76.2) 2) ความสะดวกสบาย (75.5) 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (74.6) 4) การสื่อสาร/ภาษา (66.7)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (82.7) 2) ความหลากหลาย (80.9) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.6) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.2) 5) ความสะดวกในการเข้าถึง (78.1) 6) ความปลอดภัย (77.8) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.7)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (78.0) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.6) 3) ความหลากหลาย (75.9) 4) ความปลอดภัย (74.8) 5) การบริการ wifi / internet (74.7)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะอาด (78.5) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.9)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) การให้ความช่วยเหลือ (75.3) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.5) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.0)

2.3 ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง ที่สำรวจทั้งสิ้น 219 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 70.8 และร้อยละ 29.2 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 49.3.) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 27.9) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 39.3) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.1) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 68.0) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 93.6) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 83.6) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 70.8) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 59.4) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 46.6) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 44.7) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากภูมิภาคตะวันออกกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.0) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 3 ใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การรับประทานอาหารไทย การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และกิจกรรมผจญภัย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น การบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-4

ตารางที่ 3.6-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคตะวันออกกลาง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (88.0)	1) ความซื่อสัตย์ (84.0) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.8)
2. สนามบิน	1) ความเป็นมิตรของพนักงาน (86.5) 2) ความปลอดภัย (86.2) 3) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (85.4) 4) ความสะดวกสบาย (84.7) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.6) 6) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (84.3)	1) ป้ายบอกทาง (83.7) 2) การสื่อสาร/ภาษา (83.0) 3) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (81.3) 4) บริการ wifi / internet (77.5)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสวยงาม (89.7) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (89.2) 3) ความปลอดภัย (88.6) 4) ความหลากหลาย (87.1)	1) การบริการ wifi / internet (81.3)
4. สถานที่พักรแรม	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.1) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักรแรม (86.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (85.8) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.8) 5) ความปลอดภัย (85.2) 6) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (84.9) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.5)	1) สภาพภายในสถานที่พักร (83.4) 2) บริการ wifi / internet (81.0)

ตารางที่ 3.6-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคตะวันออกกลาง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (89.7) 2) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (88.2) 3) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (87.7) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (85.8) 5) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (85.0) 6) คุณภาพสินค้า (84.9)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.8) 2) ความปลอดภัย (83.4) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.4) 4) การบริการ wifi / internet (78.7)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.7) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (84.5) 4) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (84.2)	1) คุณภาพของอาหาร (83.1) 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (81.1) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.2) 4) บริการ wifi / internet (71.7)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (89.4) 2) ความหลากหลาย (88.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (88.4) 4) สภาพภายในสถานบริการ (88.1) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (87.1) 6) ความปลอดภัย (87.1)	1) การบริการ wifi / internet (81.1)

ตารางที่ 3.6-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคตะวันออกกลาง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	7) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (87.0) 8) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (85.2)	
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความปลอดภัย (82.8) 2) ความสวยงาม (82.6) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.3) 4) ความหลากหลาย (80.6) 5) การบริการ wifi / internet (72.8)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (74.8) 2) ความซื่อสัตย์ (74.5) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (73.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.3)
10. สนามกอล์ฟ	-	-
11. ความปลอดภัย	-	1) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (80.5) 2) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (80.0) 3) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (79.9)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.7) 2) ความหลากหลาย (78.3) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.3) 4) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (75.8)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (77.8) 2) ความปลอดภัย (77.2)

ตารางที่ 3.6-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคตะวันออกกลาง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.0) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.5) 6) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (74.8)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (79.5) 2) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (75.7) 3) ความสะดวกสบาย (74.6) 4) การสื่อสาร/ภาษา (74.2)
15. กิจกรรมผจญภัย	1) ความน่าตื่นเต้น (86.9) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (86.4) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.5) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (85.5) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.2) 6) ความหลากหลาย (85.0)	1) 10.6) ความปลอดภัย (84.0)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (83.2) 2) ความปลอดภัย (82.4) 3) ความหลากหลาย (81.5) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.8) 5) การบริการ wifi / internet (74.9)

ตารางที่ 3.6-4 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคตะวันออกกลาง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.4) 2) ความสะอาด (72.2)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) การให้ความช่วยเหลือ (75.7) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.6) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.4) 4) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.5)

2.4 ภูมิภาคแอฟริกา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกา ที่สำรวจทั้งสิ้น 44 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.5 และร้อยละ 45.5 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 54.5) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 25.0) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 54.5) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.3) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 75.0) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 84.1) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 75.0) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 72.7) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 65.9) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 56.8) และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 38.6) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่จากภูมิภาคแอฟริกา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.6) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 4 ใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากแอฟริกาเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย การรับประทานอาหารไทย และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากแอฟริกา มีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากแอฟริกา ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้นพบว่านักท่องเที่ยวจากแอฟริกามีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-5

ตารางที่ 3.6-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคแอฟริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (85.9)	1) ความซื่อสัตย์ (78.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.3)
2. สนามบิน	1) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.5) 2) ความปลอดภัย (85.0)	1) ป้ายบอกทาง (78.5) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (82.3) 3) ความสะดวกสบาย (78.1) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (74.9) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (75.8) 6) การสื่อสาร/ภาษา (73.6) 7) บริการ wifi / internet (74.1) 8) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.4)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.4) 2) ความหลากหลาย (76.3) 3) ความสวยงาม (77.9) 4) ความปลอดภัย (79.5) 5) การบริการ wifi / internet (71.4)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (85.0)	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (82.7)

ตารางที่ 3.6-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคแอฟริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.5)	2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (83.2) 3) สภาพภายในสถานที่พัก (80.9) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.4) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.3) 6) ความปลอดภัย (84.1) 7) บริการ wifi / internet (82.3)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.9) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (85.9)	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (82.4) 2) คุณภาพสินค้า (75.1) 3) ความสะดวกในการหาซื้อ (80.5) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.6) 6) ความปลอดภัย (79.0) 7) การบริการ wifi / internet (73.0) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (75.1)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) คุณภาพของอาหาร (85.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.1)	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.6) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (81.8) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (78.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.1)

ตารางที่ 3.6-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคแอฟริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) บริการ wifi / internet (78.6) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.2)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.0) 2) ความหลากหลาย (74.4) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (77.6) 4) สภาพภายในสถานบริการ (76.0) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.4) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (70.4) 7) ความปลอดภัย (76.0) 8) การบริการ wifi / internet (70.0) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.0)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.4) 2) ความหลากหลาย (81.9) 3) ความสวยงาม (80.6) 4) ความปลอดภัย (79.4) 5) การบริการ wifi / internet (64.5)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (64.6) 2) ความซื่อสัตย์ (64.6)

ตารางที่ 3.6-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคแอฟริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (67.7) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (64.6)
10. สนามกอล์ฟ	-	-
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (78.6) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (80.5) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (78.2)
12. บริษัทนำเที่ยว	1) ความหลากหลาย (84.4)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.8) 2) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (82.2) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (75.6)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (76.8) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (70.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (62.3) 4) ความปลอดภัย (75.9) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.0) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (77.3)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (70.9) 2) การสื่อสาร/ภาษา (63.6)

ตารางที่ 3.6-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคแอฟริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (79.1) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (75.5)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (69.1) 2) ความหลากหลาย (72.7) 3) ความน่าตื่นเต้น (70.9) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.8) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (70.0) 6) ความปลอดภัย (70.9) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (71.8)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.9) 2) ความหลากหลาย (75.7) 3) ความสวยงาม (79.1) 4) ความปลอดภัย (73.9) 5) การบริการ wifi / internet (69.1)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (71.0) 2) ความสะอาด (64.3)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (63.3) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (64.4) 3) การให้ความช่วยเหลือ (65.6)

ตารางที่ 3.6-5 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคแอฟริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (58.9)

2.5 ภูมิภาคยุโรป

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปที่สำรวจทั้งสิ้น 2,067 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 55.1 และร้อยละ 44.9 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 38.7) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 35.3) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.7) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.8) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 62.8) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 90.9) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 88.0) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 79.0) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 61.9) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 61.2) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ร้อยละ 50.6) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากภูมิภาคยุโรป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ พึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.9) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 5 ใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้น ยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากยุโรป ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่าจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-6

ตารางที่ 3.6-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคยุโรป)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (87.6)	1) ความซื่อสัตย์ (80.7) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.8)
2. สนาบบิน	1) ความปลอดภัย (86.3) 2) ป้ายบอกทาง (85.2) 3) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (84.9) 4) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.7) 5) ความสะดวกสบาย (84.6)	1) มีร้านอาหารที่หลากหลาย (83.2) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.1) 3) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (82.5) 4) การสื่อสาร/ภาษา (81.7) 5) บริการ wifi / internet (73.5)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความหลากหลาย (84.7) 2) ความสวยงาม (84.4)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.5) 2) ความปลอดภัย (82.2) 3) การบริการ wifi / internet (73.5)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (85.6) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.1)	1) ความปลอดภัย (83.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.9) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.9) 4) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (82.6) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.8) 6) บริการ wifi / internet (79.6) 7) สภาพภายในสถานที่พัก (78.5)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.2) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (82.6) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (80.7)

ตารางที่ 3.6-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคยุโรป)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		4) ความปลอดภัย (80.4) 5) ความเหมาะสมของราคาสินค้า บริการ (80.2) 6) ความสะดวกในการหาซื้อ (79.9) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.7) 8) คุณภาพสินค้า (77.7) 9) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.4) 10) การบริการ wifi / internet (73.1)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึง บริการ (85.7) 2) ความหลากหลายของประเภท ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (84.7) 3) คุณภาพของอาหาร (84.3)	1) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (83.4) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.8) 4) บริการ wifi / internet (78.3) 5) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (77.3)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปา และนวดแผนไทย)	-	1) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (83.6) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.1) 3) ความหลากหลาย (82.4) 4) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (82.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.3) 6) ความปลอดภัย (80.0) 7) สภาพภายในสถานบริการ (78.4) 8) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.8) 9) การบริการ wifi / internet

ตารางที่ 3.6-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคยุโรป)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(73.7)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสวยงาม (83.5) 2) ความหลากหลาย (82.3) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.1) 4) ความปลอดภัย (81.5) 5) การบริการ wifi / internet (70.5)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (67.9) 2) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (66.4) 3) ความซื่อสัตย์ (65.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (65.4)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.7) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.7) 3) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (79.4) 4) ความปลอดภัย (78.4) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.8) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.8)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (79.8) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (79.5) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (79.0)

ตารางที่ 3.6-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคยุโรป)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (69.0) 2) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (67.4) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (66.7) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.1)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.0) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.9) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (76.8) 4) ความปลอดภัย (75.0) 5) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (74.7) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.9)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (78.9) 2) ความสะดวกสบาย (77.5) 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (76.9) 4) การสื่อสาร/ภาษา (74.5)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (77.8) 2) ความหลากหลาย (77.5) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.9) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.0) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (74.8) 6) ความปลอดภัย (73.6) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.0)

ตารางที่ 3.6-6 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคยุโรป)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (76.2) 2) ความหลากหลาย (74.7) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.1) 4) ความปลอดภัย (73.8) 5) การบริการ wifi / internet (66.5)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.3) 2) ความสะอาด (66.7)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (71.6) 2) การให้ความช่วยเหลือ (70.2) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (69.9) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (68.2)

2.6 ภูมิภาคอเมริกา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาที่สำรวจทั้งสิ้น 289 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 50.2 และร้อยละ 49.8 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.3) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 33.6) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.2) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.7) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 50.5) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 81.7) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 83.7) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 80.3) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 67.5) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 67.1) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 51.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากภูมิภาคอเมริกา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ พึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.5) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 6 ใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากอเมริกาเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากอเมริกามีความพึงพอใจ

เพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้น ยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด มีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น สภาพภายใน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร การใช้ภาษาในการสื่อสาร และบริการ wifi / internet เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากอเมริกา ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากอเมริกามีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-7

ตารางที่ 3.6-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอเมริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (90.7)	1) ความซื่อสัตย์ (82.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.7)
2. สนามบิน	1) ความเป็นมิตรของพนักงาน (85.8) 2) ความปลอดภัย (84.5)	1) ป้ายบอกทาง (83.4) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (83.8) 3) ความสะดวกสบาย (83.6) 4) มีร้านอาหารที่หลากหลาย (83.5) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (81.1) 6) การสื่อสาร/ภาษา (82.3) 7) บริการ wifi / internet (75.4) 8) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.8)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.9) 2) ความหลากหลาย (80.7) 3) ความสวยงาม (82.5) 4) ความปลอดภัย (80.7)

ตารางที่ 3.6-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอเมริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) การบริการ wifi / internet (72.5)
4. สถานที่พักแรม	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.3) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (85.9)	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (82.6) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (79.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.7) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.2) 5) ความปลอดภัย (83.6) 6) บริการ wifi / internet (79.2) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.7)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (87.1) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (86.6) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (86.0) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (85.6) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.5) 6) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (84.8)	1) คุณภาพสินค้า (82.1) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.8) 3) ความปลอดภัย (82.4) 4) การบริการ wifi / internet (75.3)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (86.3) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (102.8) 3) คุณภาพของอาหาร (86.3)	1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.7) 3) บริการ wifi / internet (76.4)

ตารางที่ 3.6-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอเมริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.2) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.4)	
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.3) 2) ความหลากหลาย (80.9) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (78.8) 4) สภาพภายในสถานบริการ (75.8) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.0) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.6) 7) ความปลอดภัย (77.8) 8) การบริการ wifi / internet (72.1) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.2)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความหลากหลาย (85.0) 2) ความสวยงาม (84.3) 3) ความปลอดภัย (85.4)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.9) 2) การบริการ wifi / internet (71.6)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (66.0) 2) ความซื่อสัตย์ (61.3) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (62.1) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (64.6)

ตารางที่ 3.6-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอเมริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
10. สนามกอล์ฟ	-	-
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (78.0) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (78.2) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (76.6)
12. ทัศนียภาพ	-	1) ความหลากหลาย (81.1) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.9) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (69.5) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (72.6)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (78.0) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (72.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.6) 4) ความปลอดภัย (72.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.3) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.1)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (74.9) 2) การสื่อสาร/ภาษา (73.1) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (78.1) 4) ขั้นตอนการบริการ/

ตารางที่ 3.6-7 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอเมริกา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		ความรวดเร็ว (73.7)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.2) 2) ความหลากหลาย (81.9) 3) ความน่าตื่นเต้น (82.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.8) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.4) 6) ความปลอดภัย (75.8) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.0)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสวยงาม (89.3)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.6) 2) ความหลากหลาย (75.8) 3) ความปลอดภัย (74.6) 4) การบริการ wifi / internet (65.6)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (67.5) 2) ความสะอาด (62.6)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (70.8) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (71.2) 3) การให้ความช่วยเหลือ (71.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.1)

2.7 ภูมิภาคเอเชียตะวันออก

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเอเชียตะวันออกที่สำรวจทั้งสิ้น 2,759 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 52.3 และร้อยละ 47.7 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 46.1) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 22.1) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 22.8) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.2) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 72.9) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 79.5) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 78.5) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 74.6) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 62.5) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 45.3) และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 36.4) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.9) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจอันดับ 7 ใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-8

ตารางที่ 3.6-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียตะวันออก)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (84.9)	1) ความซื่อสัตย์ (82.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.1)
2. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง (83.3) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (82.8) 3) ความสะดวกสบาย (83.4) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (80.9) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (81.1) 6) ความเป็นมิตรของพนักงาน (83.7) 7) การสื่อสาร/ภาษา (81.2) 8) บริการ wifi / internet (75.7) 9) ความปลอดภัย (81.5) 10) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.9)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.4) 2) ความหลากหลาย (81.3) 3) ความสวยงาม (82.1) 4) ความปลอดภัย (80.8) 5) การบริการ wifi / internet (74.5)
4. สถานที่พักผ่อน	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (82.3) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (82.4)

ตารางที่ 3.6-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียตะวันออก)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (80.5) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (80.2) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.8) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.6) 7) ความปลอดภัย (81.8) 8) บริการ wifi / internet (78.5) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.5)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.5) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (83.7) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (82.8) 4) คุณภาพสินค้า (82.2) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (82.1) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.6) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.1) 8) ความปลอดภัย (80.3) 9) การบริการ wifi / internet (75.9) 10) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (80.4)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.6)

ตารางที่ 3.6-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียตะวันออก)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) ความหลากหลายของประเภท ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (81.1) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (79.2) 4) คุณภาพของอาหาร (81.1) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.4) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.7) 7) บริการ wifi / internet (74.6) 8) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (80.0)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปา และนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.4) 2) ความหลากหลาย (81.9) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (81.4) 4) สภาพภายในสถานบริการ (79.9) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.2) 7) ความปลอดภัย (81.7) 8) การบริการ wifi / internet (76.8) 9) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (81.5)
8. แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.8)

ตารางที่ 3.6-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียตะวันออก)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) ความหลากหลาย (77.7) 3) ความสวยงาม (77.9) 4) ความปลอดภัย (76.9) 5) การบริการ wifi / internet (71.3)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (72.7) 2) ความซื่อสัตย์ (71.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.7) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (71.8)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.0) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (78.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.8) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.6) 5) ความปลอดภัย (78.4) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.7)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (76.9) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (78.8) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (77.5)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (70.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร

ตารางที่ 3.6-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียตะวันออก)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(70.8) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (71.0) 4) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (69.9)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (78.4) 2) ความสะอาดและความ สะดวกสบาย (77.1) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.6) 4) ความปลอดภัย (76.2) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.3) 6) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (78.1)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (76.3) 2) การสื่อสาร/ภาษา (75.0) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (76.3) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความ รวดเร็ว (75.2)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.0) 2) ความหลากหลาย (71.9) 3) ความน่าตื่นเต้น (72.5) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.5) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (72.3)

ตารางที่ 3.6-8 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคเอเชียตะวันออก)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความปลอดภัย (72.0) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (71.9)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.0) 2) ความหลากหลาย (74.7) 3) ความสวยงาม (75.8) 4) ความปลอดภัย (72.0) 5) การบริการ wifi / internet (68.5)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.5) 2) ความสะอาด (73.5)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.9) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (73.1) 3) การให้ความช่วยเหลือ (73.1) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (72.4)

2.8 ภูมิภาคอาเซียน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากอาเซียนที่สำรวจทั้งสิ้น 1,273 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 54.1 และร้อยละ 45.9 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.0) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 26.9) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 24.7) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.3) และมีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 80.1) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 66.9) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 88.1) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 74.6) การใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 41.3) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 39.3) และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 38.5) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากภูมิภาคอาเซียน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 74.9) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) และมีความพึงพอใจต่ำสุดใน 8 ภูมิภาคที่ศึกษาในครั้งนี้

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจากอาเซียนเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การรับประทานอาหารไทย การใช้ชีวิตยามค่ำคืน การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากอาเซียนมีความพึงพอใจเพียงระดับพึงพอใจมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากอาเซียน ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียนมีความพึงพอใจระดับพึงพอใจปานกลางถึงมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.6-9

ตารางที่ 3.6-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอาเซียน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	-	1) ความเป็นมิตร (79.9) 2) ความซื่อสัตย์ (77.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.4)
2. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง (77.8) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (77.2) 3) ความสะดวกสบาย (77.7) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (75.6) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (75.4) 6) ความเป็นมิตรของพนักงาน (78.4) 7) การสื่อสาร/ภาษา (75.8) 8) บริการ wifi / internet (71.6) 9) ความปลอดภัย (75.6) 10) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.5)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (70.9) 2) ความหลากหลาย (70.0) 3) ความสวยงาม (72.6) 4) ความปลอดภัย (71.0) 5) การบริการ wifi / internet (65.8)
4. สถานที่พักผ่อน	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (78.4) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (78.1)

ตารางที่ 3.6-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอาเซียน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (76.4) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (75.1) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.3) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.5) 7) ความปลอดภัย (77.3) 8) บริการ wifi / internet (75.3) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.5)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.0) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (81.7) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (79.4) 4) คุณภาพสินค้า (78.6) 5) ความสะดวกในการหาซื้อ (78.3) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.4) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (76.1) 8) ความปลอดภัย (75.0) 9) การบริการ wifi / internet (71.8) 10) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (75.7)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (77.8)

ตารางที่ 3.6-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอาเซียน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) ความหลากหลายของประเภท ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (77.3) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (76.1) 4) คุณภาพของอาหาร (78.1) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.5) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.9) 7) บริการ wifi / internet (74.3) 8) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (76.9)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปา และนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.0) 2) ความหลากหลาย (74.6) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (74.0) 4) สภาพภายในสถานบริการ (72.3) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (72.3) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (72.8) 7) ความปลอดภัย (74.3) 8) การบริการ wifi / internet (71.8) 9) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (73.5)
8. แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (67.2)

ตารางที่ 3.6-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอาเซียน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		2) ความหลากหลาย (68.6) 3) ความสวยงาม (67.7) 4) ความปลอดภัย (66.2) 5) การบริการ wifi / internet (61.8)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (58.2) 2) ความซื่อสัตย์ (57.5) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (55.7) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (56.5)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (66.3) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (65.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.0) 4) ประสิทธิภาพในการบริการ (64.6) 5) ความปลอดภัย (61.4) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (63.2)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (71.7) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (72.2) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (72.3)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (60.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร

ตารางที่ 3.6-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอาเซียน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(60.2) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (60.6) 4) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (59.5)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (74.0) 2) ความสะอาดและความ สะดวกสบาย (71.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.0) 4) ความปลอดภัย (71.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (71.6) 6) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (73.7)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (72.5) 2) การสื่อสาร/ภาษา (70.8) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (71.2) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความ รวดเร็ว (71.0)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (58.9) 2) ความหลากหลาย (58.9) 3) ความน่าตื่นเต้น (59.6) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (57.7) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (59.7)

ตารางที่ 3.6-9 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ภูมิภาคอาเซียน)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความปลอดภัย (59.4) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (59.3)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (68.7) 2) ความหลากหลาย (67.1) 3) ความสวยงาม (67.6) 4) ความปลอดภัย (59.7) 5) การบริการ wifi / internet (57.1)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (71.3) 2) ความสะอาด (69.1)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (65.5) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (66.1) 3) การให้ความช่วยเหลือ (64.3) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (63.7)

ส่วนที่ 3.7

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติของกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว (ตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ประมวลผลและวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มาเพื่อเข้าร่วมประชุม/ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล/สัมมนา/การร่วมงานแสดงสินค้า (MICE) กลุ่มที่มาเพื่อใช้สุขภาพ/บริการทางการแพทย์ และกลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา ผลความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มเป็นดังนี้

1. กลุ่มที่มาเพื่อเข้าร่วมประชุม/ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล/สัมมนา/การร่วมงานแสดงสินค้า (MICE)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มไมซ์ (MICE) สํารวจทั้งสิ้น 37 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 64.9 และร้อยละ 35.1 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 35.1) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 18.9) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.8) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.2) มีรายได้มากกว่า 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 59.4) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชียและยุโรปในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 86.5 และร้อยละ 8.1 ตามลำดับ) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 78.4) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 70.3) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 45.9) การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น (ร้อยละ 37.8) และการใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 29.7) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ นั้น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 80.0) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การใช้บริการ สปาและนวดแผนไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด นั้น จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อ แหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลและชายหาด และบริการเชิงสุขภาพ (บริการสปาและนวดแผนไทย) ในขณะที่บริการภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยจุดอ่อนซึ่งสะท้อนจากคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร การใช้ภาษาในการสื่อสาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ

นอกเหนือจากการพัฒนาบริการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นิยมเข้าร่วมแล้ว การที่ประเทศไทยจะให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ให้มีความพึงพอใจและกลับมาจัดหรือร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยอีกนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องให้บริการอย่างมีคุณภาพในบริการต่อไปนี้ สถานพักแรม แหล่งสำหรับการซื้อสินค้าหรือช้อปปิ้ง บริการตรวจคนเข้าเมือง บริการสนามบิน

บริการรถโดยสารสาธารณะ และการดูแลรักษาความปลอดภัย ซึ่งจากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์พบว่าบริการเหล่านี้มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น ยิ่งต่ำกว่าเป้าหมายคือระดับอย่างมาก (คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) โดยพบว่าบริการดังกล่าวมีระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ และบริการเหล่านี้ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ยังเห็นว่าไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ยังเป็นจุดอ่อนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขต่อไป (ตารางที่ 3.7-1) หากประเทศไทยจะพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

จากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการเชิงสุขภาพ ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ควรนำความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพเข้าไปประกอบการทำกิจกรรมการตลาดด้วย เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ตารางที่ 3.7-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มไมซ์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (89.2)	1) ความซื่อสัตย์ (76.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.2)
2. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง (82.3) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (77.1) 3) ความสะดวกสบาย (77.7) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (76.0) 5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (76.6) 6) ความเป็นมิตรของพนักงาน (79.4) 7) การสื่อสาร/ภาษา (74.3) 8) บริการ wifi / internet (67.4) 9) ความปลอดภัย (82.9) 10) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.3)

ตารางที่ 3.7-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มไมซ์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (88.8) 2) ความหลากหลาย (88.8) 3) ความสวยงาม (88.8) 4) ความปลอดภัย (88.8)	1) การบริการ wifi / internet (83.8)
4. สถานที่พักแรม	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (81.1) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (80.5) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (78.4) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (74.1) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.7) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.6) 7) ความปลอดภัย (80.0) 8) บริการ wifi / internet (75.7) 9) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.2)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.4)	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (83.3) 2) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (82.8) 3) คุณภาพสินค้า (81.2) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (82.8) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (70.6) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.7)

ตารางที่ 3.7-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มไมซ์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		7) ความปลอดภัย (76.7) 8) การบริการ wifi / internet (63.9) 9) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (74.4)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (78.9) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (76.2) 3) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (71.9) 4) คุณภาพของอาหาร (73.5) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.4) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.1) 7) บริการ wifi / internet (73.5) 8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.8)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (89.6) 2) ความหลากหลาย (88.0) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (86.4) 4) สภาพภายในสถานบริการ (84.8) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (86.4)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.4) 2) ความปลอดภัย (83.2) 3) การบริการ wifi / internet (79.2) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.2)

ตารางที่ 3.7-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มไมซ์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.7) 2) ความหลากหลาย (84.7) 3) ความสวยงาม (88.2) 4) ความปลอดภัย (87.1)	1) การบริการ wifi / internet (82.4)
9. มัคคุเทศก์	1) ความเป็นมิตร (84.2) 2) ความซื่อสัตย์ (84.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (84.2) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (84.2)	-
10. สนามกอล์ฟ	-	-
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (78.4) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (75.7) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (70.3)
12. บริษัทนำเที่ยว	1) ความหลากหลาย (89.1) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (89.1) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (89.1) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (89.1)	-
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (75.1) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (66.5)

ตารางที่ 3.7-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มไมซ์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (62.7) 4) ความปลอดภัย (68.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (71.1) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.0)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (76.6) 2) การสื่อสาร/ภาษา (76.0) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (74.9) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (74.3)
15. กิจกรรมพญูกัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.0) 2) ความหลากหลาย (80.0) 3) ความน่าตื่นเต้น (78.9) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.9) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.0) 6) ความปลอดภัย (77.9) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.0)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (88.8) 2) ความหลากหลาย (85.0) 3) ความสวยงาม (86.3) 4) ความปลอดภัย (85.0)	1) การบริการ wifi / internet (82.5)

ตารางที่ 3.7-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มไมซ์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (70.9) 2) ความสะอาด (64.6)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.3) 3) การให้ความช่วยเหลือ (80.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0)

2. กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ที่สำรวจมีทั้งสิ้น 48 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 56.3 และร้อยละ 43.8 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 35-44 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.5) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 31.3) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มแรงงานในภาคการเกษตรกร (Agriculture Worker) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 27.1) จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.5) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 87.5) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชียในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 97.9) กิจกรรม 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 91.7) เข้ารักษาทางการแพทย์ (ร้อยละ 85.4) และการรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 72.9) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.3) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาใช้บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ควรมีความพึงพอใจต่อบริการนี้ ซึ่งจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจในระดับอย่างมาก (ร้อยละ 84.4) โดยสิ่งที่เป็นจุดแข็งของบริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ประสิทธิภาพในการให้บริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ และความปลอดภัย อย่างไรก็ตามพบว่า

ยังมีจุดอ่อนที่ควรปรับปรุงแก้ไข ได้แก่ สภาพภายในสถานบริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร และการบริการ wifi / internet ในสถานบริการ

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการรับประทานอาหารไทย ซึ่งจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่เข้าร่วมดังกล่าวข้างต้นในระดับพึงพอใจมาก โดยในส่วนของ การซื้อสินค้าและของที่ระลึกนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เห็นว่ายังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนจากคะแนนความพึงพอใจที่ไม่สูง ได้แก่ ความหลากหลายของประเภทสินค้า ความสะดวกในการหาซื้อ ประสิทธิภาพในการให้บริการ คุณภาพสินค้า ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ และความปลอดภัย ในขณะที่ในส่วนของการทัศนคติ/ร้านอาหารนั้นพบว่ามีความพึงพอใจหรือประเด็นที่คะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร และบริการ wifi / internet

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งได้แก่ สนามบิน สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สนามกอล์ฟ ความปลอดภัย บริการตรวจคนเข้าเมือง บริษัทนำเที่ยว หอพักสาธารณะ นั้น พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก และพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.7-2

ตารางที่ 3.7-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการสุขภาพ/บริการทางการแพทย์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (87.6)	1) ความซื่อสัตย์ (83.0) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.4)
2. สนามบิน	1) ความปลอดภัย (85.8) 2) ป้ายบอกทาง (85.0) 3) ความสะดวกสบาย (84.8) 4) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.8)	1) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (84.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.6) 3) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (82.8) 4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (82.2) 5) การสื่อสาร/ภาษา (82.0) 6) บริการ wifi / internet (76.6)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความหลากหลาย (85.0) 2) ความสวยงาม (85.0) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.8)	1) ความปลอดภัย (83.6) 2) การบริการ wifi / internet (76.6)

ตารางที่ 3.7-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการสุขภาพ/บริการทางการแพทย์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
4. สถานที่พักแรม	1) ความหลากหลายของประเภทสถานพักแรม (85.2) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.8)	1) ความปลอดภัย (83.6) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.6) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (83.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.0) 5) สภาพภายในสถานที่พัก (81.2) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.0) 7) บริการ wifi / internet (80.2)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.8) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (84.6)	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (83.6) 2) ความสะดวกในการหาซื้อ (82.6) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.0) 4) คุณภาพสินค้า (81.8) 5) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (81.8) 6) ความปลอดภัย (81.6) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.6) 8) การบริการ wifi / internet (77.2)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (85.0)	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.0) 2) คุณภาพของอาหาร (83.0) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.0) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.2) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.8) 6) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.2) 7) บริการ wifi / internet (77.6)

ตารางที่ 3.7-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการสุขภาพ/บริการทางการแพทย์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (87.2) 2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (87.0) 3) ความหลากหลาย (86.8) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (85.6) 5) ความปลอดภัย (85.0) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8)	1) สภาพภายในสถานบริการ (83.8) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.6) 3) การบริการ wifi / internet (80.0)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสวยงาม (80.6) 2) ความหลากหลาย (79.6) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.4) 4) ความปลอดภัย (79.2) 5) การบริการ wifi / internet (71.6)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (70.0) 2) ความซื่อสัตย์ (69.0) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (68.8) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (68.4)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (81.8) 2) ความปลอดภัย (81.8) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.2) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.6) 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.2) 6) ความสะดวกในการเข้าถึง (78.8)

ตารางที่ 3.7-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการสุขภาพ/บริการทางการแพทย์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (79.8) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (79.4) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (79.0)
12. บริษัทยาเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (78.6) 2) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (78.0) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (77.8) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.4)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.0) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.0) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.4) 4) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (76.6) 5) ความปลอดภัย (76.0) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.6)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (76.8) 2) ความสะดวกสบาย (76.4) 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (75.8) 4) การสื่อสาร/ภาษา (74.6)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความน่าตื่นเต้น (76.6) 2) ความหลากหลาย (76.4) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.2) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (74.8)

ตารางที่ 3.7-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการสุขภาพ/บริการทางการแพทย์)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (74.4) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.8) 7) ความปลอดภัย (73.6)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (76.6) 2) ความหลากหลาย (75.2) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.0) 4) ความปลอดภัย (73.8) 5) การบริการ wifi / internet (68.6)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.8) 2) ความสะอาด (69.4)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.8) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (71.8) 3) การให้ความช่วยเหลือ (71.8) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (71.0)

3. กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา ที่สำรวจได้มีทั้งสิ้น 22 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 81.8 และ ร้อยละ 18.2 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 15-24 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 40.9) รองลงมา เป็นกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 36.4) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มแรงงาน (Laborer, Daily Worker and Service Worker) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 40.9) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.4) มีรายได้มากกว่า 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 77.3) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคโอเชียเนีย และเอเชีย ในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 59.1 และ ร้อยละ 40.9 ตามลำดับ) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 86.4) การซื้อสินค้า และของที่ระลึก (ร้อยละ 77.3) เล่นกีฬา (ร้อยละ 77.3) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 68.2) และการใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 63.6) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.6) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมสูงสุด ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ในส่วนของการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด นั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมาก ในขณะที่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีความพึงพอใจระดับมาก เท่านั้น โดยในส่วนของภัตตาคาร/ร้านอาหาร พบว่า จุดอ่อนหรือประเด็นที่คะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร และบริการ wifi / internet สำหรับในส่วนของ การซื้อสินค้าและของที่ระลึกพบว่าจุดอ่อน ได้แก่ ความหลากหลายของประเภทร้านค้า ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ความหลากหลายของประเภทสินค้า ความสะดวกในการหาซื้อคุณภาพสินค้า ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร และการบริการ wifi / internet

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริการรถโดยสารสาธารณะ บริการเชิงสุขภาพ สนามกอล์ฟ ความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก และพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.7-3

ตารางที่ 3.7-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (89.0)	1) ความซื่อสัตย์ (79.4) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.4)
2. สนามบิน	1) ความปลอดภัย (84.4)	1) ความสะอาดสบาย (83.8) 2) ความเป็นมิตรของพนักงาน (83.4) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.4) 4) ป้ายบอกทาง (82.8) 5) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (82.8) 6) การสื่อสาร/ภาษา (82.6) 7) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (81.6) 8) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (81.2)

ตารางที่ 3.7-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		9) บริการ wifi / internet (72.6)
3. แหล่งท่องเที่ยว ด้านทะเลและชายหาด	1) ความสวยงาม (85.8) 2) ความหลากหลาย (85.0) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.2)	1) ความปลอดภัย (81.6) 2) การบริการ wifi / internet (71.2)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความหลากหลายของประเภท สถานพักผ่อน (85.2) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง บริการ (84.4)	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.8) 2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (83.6) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.4) 4) ความปลอดภัย (82.6) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.8) 6) บริการ wifi / internet (80.8) 7) สภาพภายในสถานที่พัก (77.6)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) ความหลากหลายของประเภท ร้านค้า (83.4) 2) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (83.2) 3) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (81.2) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.6) 5) ความปลอดภัย (80.4) 6) ความเหมาะสมของราคาสินค้า บริการ (80.0) 7) ความสะดวกในการหาซื้อ (79.8) 8) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.4) 9) คุณภาพสินค้า (76.6) 10) การบริการ wifi / internet (71.0)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึง บริการ (86.2) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.8) 3) คุณภาพของอาหาร (84.6)	1) ความหลากหลายของประเภท ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (83.6) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.6)

ตารางที่ 3.7-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		4) บริการ wifi / internet (77.8) 5) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (77.0)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.4) 2) ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการ (85.0)	1) ความหลากหลาย (83.8) 2) ความปลอดภัย (83.4) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (83.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (81.6) 5) สภาพภายในสถานบริการ (79.8) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.8) 7) การบริการ wifi / internet (71.4)
8. แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์	1) ความสวยงาม (85.4)	1) ความหลากหลาย (82.6) 2) ความปลอดภัย (82.4) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.0) 4) การบริการ wifi / internet (69.4)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (74.8) 2) ความซื่อสัตย์ (74.0) 3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (73.8) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.6)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.6) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.4) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.0) 4) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (78.6) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.4) 6) ความปลอดภัย (76.0)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่ง ท่องเที่ยว (78.4) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (78.4)

ตารางที่ 3.7-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (77.0)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (82.4) 2) ความหลากหลาย (81.6) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.2) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.8)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.2) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.8) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.2) 4) ความปลอดภัย (76.4) 5) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (74.6) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (72.2)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (79.8) 2) ความสะดวกสบาย (77.4) 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (75.6) 4) การสื่อสาร/ภาษา (73.8)
15. กิจกรรมผจญภัย	1) ความน่าตื่นเต้น (84.4)	1) ความหลากหลาย (84.0) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (81.2) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.6) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.2) 5) ความปลอดภัย (78.8) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.0)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสวยงาม (79.8) 2) ความหลากหลาย (78.2) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.8)

ตารางที่ 3.7-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		4) ความปลอดภัย (74.2) 5) การบริการ wifi / internet (66.6)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (73.0) 2) ความสะอาด (63.8)
18. ศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (71.6) 2) การให้ความช่วยเหลือ (71.0) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (68.4) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (66.6)

การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มที่มาเพื่อเข้าร่วมประชุม/ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล/สัมมนา/การร่วมงานแสดงสินค้า (MICE) กลุ่มที่มาเพื่อใช้สุขภาพ/บริการทางการแพทย์ และกลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็นบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งหากพิจารณาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” แล้ว ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 3.7-4

ตารางที่ 3.7-4 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	MICE	กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ/ บริการทางการแพทย์	กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา
1. ประชาชน	✗	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✓	✓	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✗	✗
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	✗	✗	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✗	✓	✗
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✗	✗	✗
7. สนามกอล์ฟ	-	✗	✗
8. สถานที่พักแรม	✗	✗	✗
9. มัคคุเทศก์	✓	✗	✓
10. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗
11. กิจกรรมผจญภัย	✗	✗	✓
12. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	✓	✗	✗
13. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗
14. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗
15. บริษัทนำเที่ยว	✓	✗	✗
16. ความปลอดภัย	✗	✗	✗
17. สนามบิน	✗	✗	✗
18. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

ส่วนที่ 3.8

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว (ตามโครงสร้างประชากรศาสตร์)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ประมวลผลและวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามโครงสร้างประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 55 ปีขึ้นไป) และ กลุ่มผู้มีรายได้สูง (รายได้ 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี/ขึ้นไป) ผลการสำรวจความพึงพอใจ เป็นดังนี้

1. กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 55 ปี ขึ้นไป)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้สูงอายุที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 241 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 58.1 และร้อยละ 41.9 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มเกษียณ (Retired) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 35.7) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.2) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 50.2) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคยุโรปและเอเชียในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 37.3 และร้อยละ 31.1 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 79.7) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 80.1) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 71.8) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 62.2) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 49.8) และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 43.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับถึงพึงพอใจมาก (ร้อยละ 80.4) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้น มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น ภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อนในประเด็น การใช้ภาษาในการสื่อสาร สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ และบริการ wifi / internet ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด จุดอ่อน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย ความสวยงาม ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet เป็นต้น จึงจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาบริการต่างๆ ที่เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต รวมทั้งใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว

บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้นพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำและพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.8-1

ตารางที่ 3.8-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มผู้สูงอายุ)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (90.3) 2) ความซื่อสัตย์ (86.4)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.9)
2. สนามบิน	1) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (86.9) 2) ความปลอดภัย (86.5) 3) ความสะดวกสบาย (85.9) 4) ป้ายบอกทาง (85.4) 5) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (85.2) 6) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (84.9) 7) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.8) 8) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.7)	1) การสื่อสาร/ภาษา (82.3) 2) บริการ wifi / internet (76.6)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (83.9) 2) ความหลากหลาย (83.0) 3) ความสวยงาม (81.2) 4) ความปลอดภัย (79.7) 5) การบริการ wifi / internet (76.6)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.4)	1) ความปลอดภัย (83.1) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.0) 3) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (82.8) 4) สภาพภายในสถานที่พัก (82.6) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.1)

ตารางที่ 3.8-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มผู้สูงอายุ)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (81.8) 7) บริการ wifi / internet (81.7) 8) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.8)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.5) 2) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (84.5)	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (84.0) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.0) 3) คุณภาพสินค้า (82.6) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (82.6) 5) ความปลอดภัย (81.9) 6) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (81.2) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.9) 8) การบริการ wifi / internet (78.0)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.5) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (85.0) 3) คุณภาพของอาหาร (84.7) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (84.5)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.7) 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (83.3) 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.1) 4) บริการ wifi / internet (80.8)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (76.1) 2) ความหลากหลาย (76.1) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (75.3) 4) ความปลอดภัย (74.1) 5) สภาพภายในสถานบริการ (73.6) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (73.1) 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (72.3) 8) การบริการ wifi / internet

ตารางที่ 3.8-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มผู้สูงอายุ)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		(70.6) 9) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (69.3)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสวยงาม (78.8) 2) ความหลากหลาย (78.5) 3) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.5) 4) ความปลอดภัย (75.8) 5) การบริการ wifi / internet (71.6)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (61.8) 2) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (61.6) 3) ความซื่อสัตย์ (60.5) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (59.7)
10. สนามกอล์ฟ	1) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (93.9) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (93.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (93.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (93.0) 5) ความปลอดภัย (92.2) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (87.0)	
11. ความปลอดภัย		1) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (82.4) 2) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (80.5) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (78.2)
12. บริษัทนำเที่ยว		1) ความหลากหลาย (77.3) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.9) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.3) 4) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (75.3)

ตารางที่ 3.8-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มผู้สูงอายุ)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
13. รถโดยสารสาธารณะ	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.9) 2) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.0) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.5) 4) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (78.1) 5) ความปลอดภัย (77.5) 6) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.4)	-
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (78.3) 2) ความสะดวกสบาย (75.8) 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (75.3) 4) การสื่อสาร/ภาษา (74.5)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความหลากหลาย (59.8) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (59.7) 3) ความน่าตื่นเต้น (59.0) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (58.8) 5) ความปลอดภัย (58.0) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (57.3) 7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (56.8)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (68.4) 2) ความสวยงาม (68.4) 3) ความหลากหลาย (68.2) 4) ความปลอดภัย (65.2) 5) การบริการ wifi / internet (64.9)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (72.8) 2) ความสะอาด (71.3)

ตารางที่ 3.8-1 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มผู้สูงอายุ)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (61.8) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (61.8) 3) การให้ความช่วยเหลือ (60.3) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (60.1)

2. กลุ่มผู้มีรายได้สูง (มีรายได้ 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ขึ้นไป)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 2,083 ตัวอย่าง เป็นเพศชายใกล้เคียงกับเพศหญิง (ร้อยละ 49.3 และร้อยละ 50.7 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 55.7) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 17.4) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 40.8) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.8) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชีย และยุโรปในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 50.0 และร้อยละ 35.8 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 88.6) กิจกรรม 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 79.9) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 75.1) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 69.5) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 49.7) และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 48.1) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.2) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูงเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และการใช้บริการ สปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และบริการเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่บริการภัตตาคาร/ร้านอาหาร และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก นั้น มีคะแนนความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น โดยในส่วนของภัตตาคาร/ร้านอาหาร พบว่ามีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ ในขณะที่การซื้อสินค้าและของที่ระลึกพบว่าจุดอ่อนได้แก่ ความหลากหลายของประเภทร้านค้า ความหลากหลายของประเภทสินค้า คุณภาพสินค้า ความสะดวกในการหาซื้อ การใช้ภาษาในการสื่อสาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ เป็นต้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาบริการต่างๆ

ที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต รวมทั้งใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ และพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.8-2

ตารางที่ 3.8-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ผู้มีรายได้สูง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (87.2)	1) ความซื่อสัตย์ (82.8) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.1)
2. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง (85.5) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (84.2) 3) ความสะดวกสบาย (85.1) 4) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.5)	1) มีร้านอาหารที่หลากหลาย (81.9) 2) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (82.7) 3) การสื่อสาร/ภาษา (81.6) 4) บริการ wifi / internet (75.9) 5) ความปลอดภัย (84.0) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.0)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.9) 2) ความหลากหลาย (84.8) 3) ความสวยงาม (85.5) 4) ความปลอดภัย (84.0)	1) การบริการ wifi / internet (75.6)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.5) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (85.0)	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (82.4) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (80.3) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.7)

ตารางที่ 3.8-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ผู้มีรายได้สูง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.9) 5) ความปลอดภัย (83.4) 6) บริการ wifi / internet (80.0) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.9)
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.1)	1) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (83.6) 2) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (82.5) 3) คุณภาพสินค้า (80.6) 4) ความสะดวกในการหาซื้อ (82.2) 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.9) 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (80.7) 7) ความปลอดภัย (81.4) 8) การบริการ wifi / internet (75.5) 9) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (81.3)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.3) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (86.1)	1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.2) 2) คุณภาพของอาหาร (82.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.9) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.6) 5) บริการ wifi / internet (76.6)

ตารางที่ 3.8-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ผู้มีรายได้สูง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (81.2)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (83.6) 2) การบริการ wifi / internet (80.2)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (89.9) 2) ความหลากหลาย (89.0) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (87.5) 4) สภาพภายในสถานบริการ (85.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (86.6) 6) ความปลอดภัย (85.7) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (87.5)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.4) 2) ความหลากหลาย (84.8) 3) ความสวยงาม (86.3) 4) ความปลอดภัย (84.3)	1) การบริการ wifi / internet (75.1)
9. มัคคุเทศก์	1) ความเป็นมิตร (86.3) 2) ความซื่อสัตย์ (84.8) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (84.5) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (84.4)	-
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (79.2) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (79.4)

ตารางที่ 3.8-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ผู้มีรายได้สูง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.6) 5) ความปลอดภัย (77.8) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.6)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (79.9) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (81.5) 3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (79.4)
12. ทัศนียภาพ	-	1) ความหลากหลาย (79.6) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (78.2) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (78.5) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.4)
13. ราคาสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.5) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (76.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (74.5) 4) ความปลอดภัย (76.3) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.6)

ตารางที่ 3.8-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ผู้มีรายได้สูง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (78.2)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (80.2) 2) การสื่อสาร/ภาษา (77.7) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (81.2) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (79.0)
15. กิจกรรมผจญภัย	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (85.2) 2) ความหลากหลาย (85.5) 3) ความน่าตื่นเต้น (86.4)	1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (82.2) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.6) 3) ความปลอดภัย (82.2) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.6)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.6) 2) ความหลากหลาย (82.3) 3) ความสวยงาม (83.8) 4) ความปลอดภัย (81.7) 5) การบริการ wifi / internet (74.8)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (74.2) 2) ความสะอาด (71.1)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (80.7) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (79.8)

ตารางที่ 3.8-2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (ผู้มีรายได้สูง)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การให้ความช่วยเหลือ (80.7) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (79.2)

3. กลุ่มสตรี

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มสตรีที่สำรวจทั้งสิ้น 3,063 ตัวอย่าง อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.3) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 31.6) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 24.7) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.3) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 69.5) มาจากหลากหลายภูมิภาค โดยจากภูมิภาคเอเชีย และยุโรปในสัดส่วนสูง (ร้อยละ 49.2 และร้อยละ 37.2 ตามลำดับ) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 85.9) กิจกรรม 5 อันดับแรก ที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมสูงสุดในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 76.0) การรับประทานอาหารไทย (ร้อยละ 75.5) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 72.1) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 48.0) และการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 47.2) (รายละเอียดตามภาคผนวก)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.8) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจเพียงระดับมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดมีจุดอ่อนในประเด็น ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย และการบริการ wifi / internet ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจุดอ่อน เช่น สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เป็นต้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มสตรี ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องนั่งเล่นสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ

โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไขแสดงในตารางที่ 3.8-3

ตารางที่ 3.8-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มสตรี)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร (87.4)	1) ความซื่อสัตย์ (82.8) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.8)
2. สนาบบิน	1) ป้ายบอกทาง (85.0) 2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก (84.2) 3) ความสะดวกสบาย (85.0) 4) ความเป็นมิตรของพนักงาน (84.6) 5) ความปลอดภัย (85.2)	1) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย (82.4) 2) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย (82.8) 3) การสื่อสาร/ภาษา (82.0) 4) บริการ wifi / internet (76.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.0)
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความหลากหลาย (84.8) 2) ความสวยงาม (84.6)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (84.0) 2) ความปลอดภัย (82.8) 3) การบริการ wifi / internet (75.6)
4. สถานที่พักผ่อน	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.4) 2) ความหลากหลายของประเภทสถานพักผ่อน (84.4)	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (82.8) 2) สภาพภายในสถานที่พัก (81.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.0) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.2) 5) ความปลอดภัย (83.6) 6) บริการ wifi / internet (80.2) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (83.2)

ตารางที่ 3.8-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มสตรี)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (85.4) 2) ความหลากหลายของประเภทร้านค้า (84.8)	1) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (83.2) 2) คุณภาพสินค้า (81.6) 3) ความสะดวกในการหาซื้อ (83.0) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (82.6) 6) ความปลอดภัย (81.4) 7) การบริการ wifi / internet (76.8) 8) ความเหมาะสมของราคาสินค้าบริการ (82.0)
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (84.6) 2) ความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร (85.4)	1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (79.0) 2) คุณภาพของอาหาร (83.0) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (80.6) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.2) 5) บริการ wifi / internet (76.8) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (82.2)
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (86.0) 2) ความหลากหลาย (85.2) 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (86.0) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (84.6)	1) สภาพภายในสถานบริการ (81.8) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.0) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (83.4) 4) ความปลอดภัย (83.2)

ตารางที่ 3.8-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มสตรี)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		5) การบริการ wifi / internet (77.6)
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (82.2) 2) ความหลากหลาย (82.4) 3) ความสวยงาม (83.0) 4) ความปลอดภัย (81.2) 5) การบริการ wifi / internet (73.2)
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความเป็นมิตร (75.4) 2) ความซื่อสัตย์ (73.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.8) 4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (74.2)
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (78.4) 2) จำนวนสนามกอล์ฟที่ให้บริการ (78.2) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (77.8) 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.8) 5) ความปลอดภัย (76.8) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (76.2)
11. ความปลอดภัย	-	1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (79.2) 2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (79.6)

ตารางที่ 3.8-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มสตรี)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		3) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย (79.0)
12. บริษัทนำเที่ยว	-	1) ความหลากหลาย (81.2) 2) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (81.0) 3) ประสิทธิภาพในการเข้าถึง (81.0) 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (80.4)
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (80.0) 2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย (77.6) 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (75.2) 4) ความปลอดภัย (77.0) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (78.6) 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (79.6)
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความสะดวกสบาย (78.0) 2) การสื่อสาร/ภาษา (75.6) 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (79.4) 4) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว (78.0)
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (78.8) 2) ความหลากหลาย (78.6) 3) ความน่าตื่นเต้น (80.0)

ตารางที่ 3.8-3 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มสตรี)

(ค่าเฉลี่ย : ร้อยละ)

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
		4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (76.2) 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (77.8) 6) ความปลอดภัย (76.2) 7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (77.4)
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (77.4) 2) ความหลากหลาย (77.8) 3) ความสวยงาม (80.4) 4) ความปลอดภัย (76.4) 5) การบริการ wifi / internet (71.0)
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.0) 2) ความสะอาด (71.0)
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง (75.2) 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (75.2) 3) การให้ความช่วยเหลือ (75.2) 4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร (73.6)

การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็นบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งหากพิจารณาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐานการพัฒนาและส่งเสริม

การท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” แล้วในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมา ก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 3.8-4

ตารางที่ 3.8-4 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	กลุ่มผู้สูงอายุ	กลุ่มสตรี	กลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง
1. ประชาชน	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✗	✗	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✗	✗	✓
4. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	✓	✗	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✗	✗	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✗	✗	✗
7. สนามกอล์ฟ	✓	✗	✗
8. สถานที่พักผ่อน	✗	✗	✗
9. มัคคุเทศก์	✗	✗	✓
10. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗
11. กิจกรรมผจญภัย	✗	✗	✓
12. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	✗	✗	✗
13. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗
14. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗
15. บริษัทนำเที่ยว	✗	✗	✗
16. ความปลอดภัย	✗	✗	✗
17. สนามบิน	✗	✗	✗
18. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึง ยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

✓ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้

บทที่ 4

รายงานผลการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ
ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทาง
ท่องเที่ยวในประเทศไทยตามพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 6 แห่ง

บทที่ 4

รายงานผลการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 6 แห่ง

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงปัจจัยหรือแรงผลักดันในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย มีฐานข้อมูลการท่องเที่ยวด้านทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย และพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

ดังนั้น เพื่อเป็นการดำเนินการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์ การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยร่วมกับคณะกรรมการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบผลการดำเนินงานโครงการฯ และเจ้าหน้าที่สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2558

1. ผลการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 6 แห่ง ดังนี้

ที่ปรึกษาร่วมกับคณะกรรมการกำกับ ติดตามและตรวจสอบผลการดำเนินงานโครงการฯ และเจ้าหน้าที่สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยสุ่มลงพื้นที่ ดังนี้

- การลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจฯ ครั้งที่ 1
ในวันอังคารที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2558 ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมติดตามและสังเกตการณ์ จำนวน 7 ท่าน ประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการเจ้าหน้าที่สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทีมที่ปรึกษา
- การลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจฯ ครั้งที่ 2

ในวันที่ 27-28 สิงหาคม พ.ศ. 2558 ณ ท่าเรือ-เกาะช้าง พื้นที่จังหวัดตราด โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมติดตามและสังเกตการณ์ จำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการเจ้าหน้าที่สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทีมที่ปรึกษา

- การลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 3

ในวันที่ 1-2 กันยายน พ.ศ. 2558 ณ บริเวณชายหาดหัวหิน สถานีรถไฟ และแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมติดตามและสังเกตการณ์ จำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการเจ้าหน้าที่สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทีมที่ปรึกษา

- การลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 4

ในวันที่ 7-8 กันยายน พ.ศ. 2558 ณ บริเวณตลาดสินค้าอินโดจีน และแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมติดตามและสังเกตการณ์ จำนวน 8 ท่าน ประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการเจ้าหน้าที่สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทีมที่ปรึกษา

- การลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 5

ในวันที่ 15-16 กันยายน พ.ศ. 2558 ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต และแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดภูเก็ต อาทิ ป่าตอง แหลมพรหมเทพ จังซีลอน เป็นต้น โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมติดตามและสังเกตการณ์ จำนวน 8 ท่าน ประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการเจ้าหน้าที่สำนักปลัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทีมที่ปรึกษา

- การลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 6

ในวันที่ 28-29 กันยายน พ.ศ. 2558 ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ และแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ อาทิ ม่อนแจ่ม โครงการหลวงหนองหอย ไร่สตอเบอรี่ เป็นต้น โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมติดตามและสังเกตการณ์ จำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการเจ้าหน้าที่สำนักปลัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทีมที่ปรึกษา

ผลการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตามพื้นที่เป้าหมาย เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

โดยที่นักท่องเที่ยวทราบถึงวัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการและให้การตอบรับ ในการตอบแบบสอบถามเพื่อแสดงถึงความพึงพอใจในการบริการที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการ ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับ และสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริง

1.1 รายชื่อผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจฯ ครั้งที่ 1

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1) นางสาวสมทรง สัจจาภิมุข | รองประธานด้านกิจกรรมพิเศษ
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 2) นายอัศฐา ไชยานวงศ์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 3) นางสาวกลรศมี นาคเพ่งพิศ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 4) นายอภิศักดิ์ เชื้อบางยาง | นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 5) นายอิสระ อะนา | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 6) นางสาวนิทยา ศรีภิรมย์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 7) นางสาวสุวิมลพุ่ม เลี่ยมมิลพุล | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |

❖ ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจฯ ครั้งที่ 1



1.2 รายชื่อผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 2

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) นางสาวทรง สัจจาภิมุข | รองประธานด้านกิจกรรมพิเศษ
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 2) นายอัครา ไชยานุวงศ์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 3) นายอภิศักดิ์ เชี่ยวบางยาง | นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 4) นายอัมรินทร์ บุญญะไพบูรณ์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 5) นางสาวนิทยา ศรีภิรมย์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |

❖ ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 2



1.3 รายชื่อผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 3

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) นายอารัญ บุญชัย | ผู้อำนวยการสำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 2) นางพรรณพิมล ฉายาจิตชัยวัศ | หัวหน้ากลุ่มติดตามและประเมินผล
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 3) นายบุญญฤทธิ์ บุญวงศ์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 4) นางสาวทรง สัจจาภิมุข | รองประธานด้านกิจกรรมพิเศษ
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 5) นายณัฐพล ลีลาพัฒนานันท์ | หัวหน้าโครงการวิจัยฯ
บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 6) นางสาวนิทยา ศรีภิรมย์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |

❖ ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 3



1.4 รายชื่อผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 4

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1) นางสาวจิราวดี อ่อนวงศ์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 2) นางสาวสมทรง สัจจาภิมุข | รองประธานด้านกิจกรรมพิเศษ
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 3) นางสาวยุวดี นิรัตน์ตระกูล | ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน กองวิจัยการตลาด
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) |
| 4) นายมงคล วัฒนรัตน์ | ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ
กรมการท่องเที่ยว |
| 5) นายณัฐพร เพียรงาม | ลูกจ้างเหมาบริการ
กรมการท่องเที่ยว |
| 6) นายอัมรินทร์ บุญญะไพบูรณ์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 7) นางสาวนิทยา ศรีภิรมย์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 8) นางสาวสุวิมลพืฒ์ เลี่ยมมิลพูล | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |

❖ ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 4



1.5 รายชื่อผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 5

- | | |
|------------------------------|--|
| 1) นางสาวสมทรง สัจจาภิมุข | รองประธานด้านกิจกรรมพิเศษ
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 2) นางสาวยุวดี นิรัตน์ตระกูล | ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน กองวิจัยการตลาด
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) |
| 3) นางพรรณพิมล ฉายาจิตชยวัศ | หัวหน้ากลุ่มติดตามและประเมินผล
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 4) นางสาวฐาдини พงษ์รูป | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 5) นางสาวปิยะนุช บุญเย็น | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 6) นายอัมรินทร์ บุญญะไพบูรณ์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 7) นางสาวนิทยา ศรีภิรมย์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 8) นางสาวสุวิมล เลี่ยมมิลฟูล | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |

❖ ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 5



1.6 รายชื่อผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 6

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1) นางสาวสมทรง สัจจาภิมุข | รองประธานด้านกิจกรรมพิเศษ
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 2) นายอัครฐา ไชยานุวงศ์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 3) นายอภิศักดิ์ เชื้อบางยาง | นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 4) นายอัมรินทร์ บุญญะไพบูรณ์ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 5) นายอิสระ อะนะ | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 6) นางสาวสุวิมลพืฒ์ เลี่ยมมิลพุล | นักวิจัย บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด |

❖ ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่เพื่อติดตามและสังเกตการณ์การสำรวจ ครั้งที่ 6



บทที่ 5

รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล และรูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ
ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทาง
ท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 5

รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล และรูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงปัจจัยหรือแรงผลักดันในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย มีฐานข้อมูลการท่องเที่ยวด้านทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย และพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อจะได้นำข้อมูลผลการสำรวจข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มตลาดและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ จึงได้จัดทำรูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล และรูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนี้

❖ กรอบการประมวลผล

การนำเสนอข้อมูลผลการสำรวจ	Profile / Others	Satisfaction (Q15) / Dissatisfaction(Q16)		หมายเหตุ
		CROSS TAB First Visit / Revisit	CROSS TAB Own arrangement/ Semi-FIT / By travel agent	
10 จังหวัด (นำเสนอเป็นรายจังหวัด)	✓	✓	✓	
1) กรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	
2)ภูเก็ต	✓	✓	✓	
3)ชลบุรี	✓	✓	✓	
4)สุราษฎร์ธานี	✓	✓	✓	
5)เชียงใหม่	✓	✓	✓	
6)สงขลา	✓	✓	✓	
7)กระบี่	✓	✓	✓	
8)ประจวบคีรีขันธ์	✓	✓	✓	
9)พังงา	✓	✓	✓	
10)เชียงราย	✓	✓	✓	
ภาพรวมประเทศ (ประมวลโดยการหาค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ)	✓	✓	✓	

การนำเสนอข้อมูลผลการสำรวจ	Profile / Others	Satisfaction (Q15) / Dissatisfaction(Q16)		หมายเหตุ
		CROSS TAB First Visit / Revisit	CROSS TAB Own arrangement/ Semi-FIT / By travel agent	
ของแต่ละจังหวัดในปี 2557)				
แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทน ของ12 เมือง ต้องห้าม...พลาด (ลำปาง เพชรบูรณ์ น่าน บุรีรัมย์ เลย สมุทรสงคราม ราชบุรี ตรวาด จันทบุรี ตรัง ชุมพร และนครศรีธรรมราช)	✓	✓	✓	
เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (ประมวลผลรวมของจังหวัด ที่สำรวจและอยู่ในเขตฯ)	✓	✓	✓	
1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา)	✓	✓	✓	
2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน (ภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล)	✓	✓	✓	
3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี)	✓	✓	✓	
3.1) มุกดาหาร	✓	✓	✓	
4. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด)	✓	✓	✓	
5. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง)	✓	✓	✓	
รายด้าน	✓	✓	✓	
1) ทำอาภาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	✓	✓	✓	
2) ทำอาภาศยานนานาชาติภูเก็ต	✓	✓	✓	
3) ทำอาภาศยานนานาชาติดอนเมือง	✓	✓	✓	
4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา	✓	✓	✓	
5) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	✓	✓	✓	
6) ทำอาภาศยานนานาชาติเชียงใหม่	✓	✓	✓	
ภาพรวมด้าน (ประมวลผลรวมโดยการหาค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนักรายด้านด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เข้าออกในแต่ละด้านในปี 2557)	✓	✓	✓	
ประเทศหลัก	✓	✓	✓	
1) China	✓	✓	✓	
2) Japan	✓	✓	✓	
3) Russia	✓	✓	✓	
4) India	✓	✓	✓	

การนำเสนอข้อมูลผลการสำรวจ	Profile / Others	Satisfaction (Q15) / Dissatisfaction(Q16)		หมายเหตุ
		CROSS TAB First Visit / Revisit	CROSS TAB Own arrangement/ Semi-FIT / By travel agent	
5) Korea	✓	✓	✓	
6) United Kingdom	✓	✓	✓	
7) Malaysia	✓	✓	✓	
8) Laos	✓	✓	✓	
9) Singapore	✓	✓	✓	
10) Australia	✓	✓	✓	
ภูมิภาค	✓	✓	✓	
ASEAN	✓	✓	✓	
East Asia	✓	✓	✓	
South Asia	✓	✓	✓	
Middle East	✓	✓	✓	
Europe	✓	✓	✓	
America	✓	✓	✓	
Africa	✓	✓	✓	
Oceania	✓	✓	✓	
ตลาดเฉพาะ (ดูจากวัตถุประสงค์ ข้อ 8 แบบสอบถาม)	✓	✓	✓	
กลุ่ม MICE (Meeting/ Incentive/ Convention/ Exhibition)	✓	✓	✓	
กลุ่มกีฬา (Sport activity)	✓	✓	✓	
กลุ่มสุขภาพ (Health & Medical Treatment)	✓	✓	✓	
ตลาดเฉพาะ (จาก Profile)	✓	✓	✓	
กลุ่มผู้สูงอายุ (55 ปี ขึ้นไป)	✓	✓	✓	
กลุ่มสตรี	✓	✓	✓	
กลุ่มรายได้สูง (USD40,000 ต่อปี)	✓	✓	✓	
กลุ่มความถี่การเดินทางมาประเทศไทย				
First Visit	✓			
Re-visit	✓			
กลุ่มรูปแบบการจัดการเดินทาง				
Own arrangement	✓			
Semi-FIT	✓			
By travel agent	✓			

หมายเหตุ การประมวลผลตามตารางข้างต้นเพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูล และเพื่อการนำเสนอเป็นตารางตัวเลขในภาคผนวก

บทที่ 6

รายงานผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจ
และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 6

รายงานผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจ และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. การประชุมเชิงปฏิบัติการ

1.1 วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
- (2) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 วัน เวลา และสถานที่จัดประชุม

จัดประชุมในวันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00-16.00 น.
ณ ห้องพักราวตี 1 ชั้น 11 อาคาร 2 โรงแรมปรีnceพาเลส กรุงเทพมหานคร

1.3 จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม

ผู้เข้าร่วมประชุมจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง
จำนวนทั้งสิ้น 80 คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ผู้เข้าร่วมประชุมจากหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 67 คน โดยมาจาก 31 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดชลบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย กรมการจัดหางาน สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรมการขนส่งทางบก กรมเจ้าท่า กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช การรถไฟแห่งประเทศไทย องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ การรถไฟแห่งประเทศไทย บริษัท ขนส่ง จำกัด สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด กรมการปกครอง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ องค์การสวนสัตว์ และสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข

(2) ผู้เข้าร่วมงานจากหน่วยงานภาคเอกชน มีจำนวน 13 คน โดยมาจาก 6 หน่วยงาน ได้แก่ สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และบริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิเนสเนสแมนเนจเม้นท์ จำกัด

(รายละเอียดกำหนดการประชุมเชิงปฏิบัติการตามเอกสารแนบท้าย)

2. สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ

- ปัญหานักท่องเที่ยวชาวจีน จากการที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยในปี 2557 มีประมาณ 7 ล้านคน ก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดี คือ ช่วยทำให้เศรษฐกิจของไทยดี เพราะคนจีนมาจับจ่ายซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากทำให้ธุรกิจบริการของไทยต่างๆ มีรายได้เพิ่มขึ้น สำหรับข้อเสีย เนื่องจากวัฒนธรรมของคนจีนกับคนไทยแตกต่างกัน คนจีนขาดความเป็นระเบียบ ทำอะไรเสียงดัง และส่วนใหญ่ไม่รู้ภาษาอังกฤษ เมื่อไปถามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือพักในสถานพักแรม มักจะทำให้ชาวของเสียหา ส่งผลให้คนไทยไม่พึงพอใจ รวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ เมื่อเห็นนักท่องเที่ยวชาวจีนมากก็ จะหนีไปท่องเที่ยวที่อื่นแทน แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนเป็นตลาดใหญ่และมีกำลังซื้อสูง ในขณะที่เศรษฐกิจยุโรปกำลังมีปัญหา จึงทำให้มีส่วนช่วยการท่องเที่ยวของไทยได้ โดยมีแนวทางแก้ไขคือควรจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี 2559 ให้ไม่เกิน 8 ล้านคน หรือต่อไปอีก 2 ปี เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับ
- กรมการขนส่งทางบก จัดทำ application สำหรับเรื่องร้องเรียนจากการให้บริการรถสาธารณะ เช่น แท็กซี่ไม่กดมิเตอร์
- สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ควรทำ Taxi Stand เหมือนประเทศสิงคโปร์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช มีภาระกิจในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แต่ต้องมาทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ไม่มีความชำนาญและจำนวนน้อย ไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากจะส่งผลกระทบต่อธรรมชาติ ดังนั้น ภาระหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานอาจจะขัดกันเอง ส่งผลต่อการพัฒนา การจัดสรรงบประมาณของแต่ละอุทยานฯ ก็ยังไม่เหมาะสม อุทยานที่มีรายได้มาก เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากแต่ก็ได้รับงบประมาณใกล้เคียงกับอุทยานขนาดเล็ก ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจของเจ้าหน้าที่ในการทำงาน
- การท่องเที่ยวมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรที่จะต้องบูรณาการร่วมกัน หน่วยงานใด ควรจะรับผิดชอบด้านใดให้ชัดเจน
- การดูแลด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในอุทยานก็ทำได้ยาก หากมีจำนวนนักท่องเที่ยวในอุทยานฯ จำนวนมากขึ้น
- หน่วยงานภาครัฐประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น ในขณะที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยังไม่มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ ก็ส่งผลกระทบต่อบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้น เราควรเตรียมความพร้อมให้พร้อมก่อนที่จะประชาสัมพันธ์ออกไป

- นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่จบการศึกษายังไม่มีประสบการณ์ในการเป็นมัคคุเทศก์ แต่ก็ได้รับบัตรมัคคุเทศก์ ส่งผลต่อคุณภาพของมัคคุเทศก์ จึงควรที่จะต้องมีการฝึกงานกับบริษัทเอกชนก่อนอย่างน้อย 6 เดือน จึงให้บัตรมัคคุเทศก์
- ปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน (ไกด์ผี) เกิดจากช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้มัคคุเทศก์ไม่เพียงพอ บริษัทนำเที่ยวจึงใช้มัคคุเทศก์เถื่อนซึ่งไม่มีความรู้ด้านวัฒนธรรมไทย มีการอธิบายผิดๆ ถูกๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาจำนวนมาก บริษัทนำเที่ยวก็ใช้คนจีนที่สื่อสารภาษาจีนและความใกล้ชิดทางเชื้อชาติ แต่ไม่มีความรู้ในวัฒนธรรมไทยอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงควรเพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์ให้ได้สัดส่วนกับจำนวนนักท่องเที่ยว
- ควรจัดทำมาตรฐาน “ดาว” ของแต่ละโรงแรมในกลุ่มอาเซียนให้สอดคล้องกัน เพื่อสะดวกในการกำหนดราคา เนื่องจากมาตรฐานโรงแรมของแต่ละประเทศแตกต่างกัน
- ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปในอุทยานต่างๆ ควรจะต้องเข้าสู่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวก่อน เพื่อที่ศูนย์จะได้ให้คำแนะนำในการปฏิบัติตัวในขณะที่อยู่ในอุทยานจะได้ไม่ทำให้สภาพแวดล้อมเสียหาย
- ห้องน้ำสาธารณะควรให้กระทรวงสาธารณสุขรับผิดชอบ
- Wifi ควรให้ในพื้นที่จำเป็น เนื่องจากมีการใช้สื่อสารออนไลน์กันมาก

❖ ภาพบรรยากาศการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผล



การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผล



นำเสนอผลการศึกษา “ทัศนคติและความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย”

โดย นายพรพล สิลาวฒนานันท์ หัวหน้าคณะที่ปรึกษา

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผล



บรรณารักษ์เรื่อง

“แนวไปรษณียบัตรจากนักท่องเที่ยวจีนในปี 2559 และ
กลยุทธ์การรักษาลูกค้านักท่องเที่ยวจีน”

โดย นายเกษียร วัฒนเขื่อนพิสุทธิ์
อธิบดีกรมการท่องเที่ยว

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผล



การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผล



เอกสารแนบท้าย



กำหนดการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อนำเสนอผลการศึกษาโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

วันพฤหัสบดีที่ ๑๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.

ณ ห้องพัชราวดี ๑ ชั้น ๑๑ อาคาร ๒ โรงแรม ปริ้นซ์พาเลซ มหานาค

๐๙.๐๐ - ๐๙.๓๐ น.	ลงทะเบียน
๐๙.๓๐ - ๐๙. ๓๕ น.	กล่าวรายงานการประชุม โดย นางสาวจิราวดี อ่อนวงศ์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ รักษาราชการแทนผู้อำนวยการสำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
๐๙.๓๕ - ๐๙.๔๕ น.	กล่าวเปิดการประชุม โดย นายพรหมโชติ ไตรเวช ผู้ตรวจราชการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
๐๙.๔๕ - ๑๐. ๔๕ น.	นำเสนอผลการศึกษา “ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย” โดย นายณัฐพล สีสาววัฒนานันท์ หัวหน้าคณะที่ปรึกษา
๑๐. ๔๕ - ๑๑. ๐๐ น.	พักรับประทานอาหารว่าง
๑๑. ๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	บรรยายพิเศษเรื่อง “แนวโน้มสถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนในปี ๒๕๕๙ และ กลยุทธ์การรักษาตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน” โดย นายเกษียร วัฒนเชาวน์พิสุทธิ์ อดีตนายกสมาคมท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน
๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
๑๓.๐๐ - ๑๕.๓๐ น.	ประชุมกลุ่มย่อยในประเด็น “ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในประเทศไทย กับบทบาทภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน”
๑๕.๓๐ - ๑๖.๐๐ น.	สรุปผลการประชุม
หมายเหตุ เวลา ๑๕.๐๐ - ๑๕.๑๕ น. บริการอาหารว่างในห้องประชุม	

➤ รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลฯ

การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพักราวที่ 1 โรงแรม ปริ้นซ์พาเลซ มหานคร



ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นายอริญ บุญชัย	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	ผอ.สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	-	-
2	นายอานนท์ จันทวิช	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	ผอ.สำนักเศรษฐกิจและสังคม	-	-
3	นายมงคล วิมลรัตน์	กรมการท่องเที่ยว	ผอ.ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ	-	-
4	นางสาวยุวดี นิรัตน์ตระกูล	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ผอ.ฝ่ายวางแผน กองวิจัยการตลาด	-	ยุวดี
5	นางสมทรง สังจำกัญ	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	รองประธานด้านกิจกรรมพิเศษ	09-000-0000	สมทรง
6	นางพรรณพิมล ฉายาจิตชัยวัด	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	หัวหน้ากลุ่มติดตามและประเมินผล	-	-
7	น.ส.จิราวุธ อ่อนวงศ์	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	หัวหน้ากลุ่มสถิติและวิจัยเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	09-000-0000	จิราวุธ
8	นางอนัญญา แก่นแก้ว	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	09-000-0000	อนัญญา
9	นายอภิศักดิ์ เขียวบางยาง	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	-	-
10	น.ส.นพจิตร เหลืองขอสิริ	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	หัวหน้ากลุ่มนโยบายเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	-	-
11	น.ส.ฐาติณี พงษ์รูป	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	-	-



การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพักราวที่ 1 โรงแรม ปริ้นซ์พาเลซ มหานคร

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
12	น.ส.วานิชย์ เอกสิริพงศ์ภัส	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ		-
13	นางสาวปิยะนุช บุญเย็น	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ		ปิยะนุช บุญเย็น
14	น.ส.สุภัทรี นาคเพงพิท	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ		สุภัทรี นาคเพงพิท
15	น.ส.ชญาฉลิม ธรรมสร	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	เจ้าหน้าที่กองตรวจ		ชญาฉลิม ธรรมสร
16	นายปัญญา ชะนะยุทธ	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	089-5467458	ปัญญา ชะนะยุทธ
17	นายบรรดิษฐ์ ขวรงค์กุล	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ	095-5298099	บรรดิษฐ์ ขวรงค์กุล
18	น.ส.บุษบา เนตรบุรณะ	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ		บุษบา เนตรบุรณะ
19	นายพงศกร รุทธะวณิช	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	เจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์	086-4005252	รุทธะวณิช
20	นางดุสรินทร์ นิธิฤทธาสุรณ์	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ	081-8179220	ดุสรินทร์ นิธิฤทธาสุรณ์
21	น.ส.สิรินทร์ญา สัมพันธ์	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	080-5889950	สิรินทร์ญา สัมพันธ์
22	น.ส.ดา บอเดาะ	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	085-6274425	ดา บอเดาะ
23	น.ส.จิราภรณ์ คงแก้ว	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	090-0673272	จิราภรณ์ คงแก้ว

ณ.ท. พัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา

นาง สุภา งามใจ



การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพักราวด์ 1 โรงแรม ปริ้นซ์พาเลซ มหานคร

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	น.ส.อมรรัตน์ ดาวัลย์	กรมการท่องเที่ยว	นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ	089-8679500	
2	น.ส.สุวิญญา มณสมิโท	กรมการท่องเที่ยว	นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ	074 084-5455670	
3	น.ส.ชลิตา แง่งเพชร	ธนาคารแห่งประเทศไทย	เศรษฐกรอาวุโส	091-7594302	
4	นายบุญชัย หันสมัย	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี	051-9921342	
5	นางบัญญัติ ห้างบุตร	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	088-7560036	
6	นายวิศิต กระจายเกียรติ	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่	จนท.ศูนย์แก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว		
7	นางสุพิชชา หอมคง	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	083-5685566	
8	น.ส.สมจิตร ชำปูกี้	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด	เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยว	086-1129151	
9	น.ส.ณชรีญา เจริญสุข	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา	เจ้าหน้าที่จัดเก็บข้อมูลและสถิติ	081-4699932	
10	น.ส.โสภา จันทศรีศรี	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ		
11	น.ส.กัลย์รา ชุมปัญญา	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	085-0472800	

น.ส. ตรีนญา วิชัย

สท ก จ. ชธ.

เจนนี่ ภัท

084-1707175

การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพักราวที่ 1 โรงแรม ปริ้นซ์พาลเลซ มหานคร



ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
12	นางนันทาวิ หงษ์สนธิ์	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	นักวิชาการสถิติชำนาญการ		-
13	นายศักดิ์สิทธิ์ วัฒนศิริ	กรมการจัดหางาน	นักวิชาการแรงงานชำนาญการ	084-5160351 081-684321	ศักดิ์
14	น.ส.ธีรวรรณ วรศักดิ์	สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร	นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ	081-3259202	ธีรวรรณ
15	นายวรรณกร อังวานิชกุล	สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร	นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ	089-1330663	วรรณกร
16	นายชัชวาล ม่วงเพชร	อพท.	เจ้าหน้าที่บริหารองค์ความรู้	086-1939997	ชัชวาล
17	นายอัฒพล จันเพชร	อพท.	เจ้าหน้าที่พัฒนาพื้นที่พิเศษ	081-9870499	อัฒพล
18	น.ส.วิภา ยุติวงศ์	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	นักวิชาการป่าไม้ชำนาญการ	081-6894055	
19	นายธนดิษฐ์ ดันเดี่ยว	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	นักวิชาการป่าไม้	085-1443494	ธนดิษฐ์
20	น.ส.จิตพร พูลแสง	กรมการขนส่งทางบก	นักวิชาการขนส่งชำนาญการ	084-0555825	จิตพร
21	น.ส.สุวิสา ปัญญาสุรจิต	กรมการขนส่งทางบก	นักวิชาการขนส่งชำนาญการ	089-6187585	สุวิสา
22	นางแสงเดือน ไกรภูมิ	กรมเจ้าท่า	นักวิชาการสถิติชำนาญการ	081-5151202	แสงเดือน

การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพักราวตี 1 โรงแรม ปริ้นซ์พาลัส มหานคร



ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
23	ว.ส.อ.จามร ชมภักดิ์	การรถไฟแห่งประเทศไทย	หัวหน้าแผนกรักษาความปลอดภัย4	086-3037533	
24	นายสุพรหม ปานแจ่ม	การรถไฟแห่งประเทศไทย	หัวหน้าแผนกวางแผนและข้อมูลสถิติ	084-1416344	-
25	น.ส.พรสวรรค์ กัมอารีย์	การรถไฟแห่งประเทศไทย	พนักงานบริหารงานทั่วไป	083-5487198	
26	พ.ต.ท.หญิง เลิศศิริ สงวนทรัพย์	สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง	สว.สอ.ด.บ.ก.อ.ก.ส.ม.	045-8176665	
27	น.ส.สุปรียา เทพมาก	องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักบริหารการเดินรถ	080-2718203	
28	นายประสิทธิ์ จินดาศรี Hon. Pichai Jindasri (145)	การรถไฟแห่งประเทศไทย	หัวหน้ากองโดยสาร	089-8614259	
29	นายเอกรักษ์ ศรีอาระยันพงษ์	การรถไฟแห่งประเทศไทย	หัวหน้ากองโฆษณาและส่งเสริมการท่องเที่ยว	081-6261987	-
30	นายสัญญา สวัสดิ์	การรถไฟแห่งประเทศไทย	หัวหน้างานโฆษณาและส่งเสริมการท่องเที่ยว	081-9024694	
31	วาทิต.ด.อดิศักดิ์ คล้ายนาค	บริษัท ขนส่ง จำกัด	ผู้อำนวยการกองส่งเสริมธุรกิจเดินรถ	081-4349411	
32	นางสาวจิราพร ทรัพย์เจริญรัตน์	บริษัท ขนส่ง จำกัด	บริษัท ขนส่ง จำกัด ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองส่งเสริมธุรกิจเดินรถ	089-2384890 081-8744888	
33	น.ส.ชลภา จำปาหวาย	บริษัท ขนส่ง จำกัด	เจ้าหน้าที่การตลาด	083-6672466	

การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ยั่งยืน”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพัชรวาทิต 1 โรงแรม ปริ้นซ์พาลาส มหานคร



ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
34	นายวรรัตน์ รัตนวนิช	บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	เจ้าหน้าที่บริการท่าอากาศยาน4	081-8555883	
35	นางจิตติวิภา เดิมศิริเลิศ	บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	ผู้จัดการกอง กองวิจัยและวิเคราะห์ความพึงพอใจลูกค้า	081-6488169	
36	นายวาระ นิตวัฒนวิจารณ์	บริษัท วิทยการบินแห่งประเทศไทย จำกัด	ผู้ช่วยผู้จัดการงานนโยบายและยุทธศาสตร์	0830732355	
37	นายพีรพงษ์ ภาคสุทธิผล	บริษัท วิทยการบินแห่งประเทศไทย จำกัด	เจ้าหน้าที่บริหารงานวิสาหกิจสัมพันธ	081-8685408	
38	นายสุเทพ อารมณรักษ์	สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย (สทท)	นายกสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย	081-8604445	
39	นายธนพัฒน์ ขังดเวช	สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย (สทท)	ผู้แทนกรรมการสมาคม	088-4993647	
40	น.ส.ปาริชาติ สุนทรารักษ์	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ)	กรรมการ	081-3183561	
41	นายสุพลณ์ เจ้าชัยเจริญกุล	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ)	กรรมการ	086-2426330	
42	นายเจตศักดิ์ ดาวแก้ว	สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA)	กรรมการกลาง	099-4645225	
43	นายสุรเชษฐ วรวงศ์สุ	สมาคมโรงแรมไทย	ประธานร่วมฝ่ายการตลาดและประธานร่วมฝ่ายประชาสัมพันธ์	081-6373332	

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพัสดุที่ 1 โรงแรม ปริ๊นซ์พาเลซ มหานาค



ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
44	ช่อธวัช กนกแก้ว	สสทท	ผู้อำนวยการ = แผนกวางแผน	-	ช่อธวัช
	น.ส. วิมลพร นว	สสทท.	ค.น.ท. วิชาการ - แผนกนโยบายและแผน	-	วิมลพร
	นางสาวศิริลักษณ์ พวงมาลัย	สสทท. กป.ท.	ค.น.ท. -	-	ศิริลักษณ์ พวงมาลัย
	น.ส. สมจิณห์ ชาติทิพย์	สสทท.	ค.น.ท. -	-	สมจิณห์
	น.ส. กัญจนาพร นันทาน	สสทท.	นักจัดสวนทั่วไป	-	กัญจนาพร
	น.ร. ภัทรวิภา ปิยะไพบ	สสทท.	ค.น.ท. วิชาการ - แผนกวางแผน	-	ภัทรวิภา
	น.ส. ฝนทิพย์ อิ่มพันธ์	สสทท.	ค.น.ท. -	-	ฝนทิพย์
	น.ส. สราวุธ นพคุณ	สสทท. วิชาการ	ค.น.ท. -	02-3569663	สราวุธ
	น.ร. อนุชิต นพคุณ	สสทท. วิชาการ	ค.น.ท. -	-	อนุชิต
	น.ส. ภาณุวรรณ นพคุณ	สสทท. วิชาการ	ค.น.ท. -	-	ภาณุวรรณ
	น.ร. ภาณุวรรณ นพคุณ	สสทท. วิชาการ	ค.น.ท. -	-	ภาณุวรรณ
	น.ร. ภาณุวรรณ นพคุณ	สสทท. วิชาการ	ค.น.ท. -	-	ภาณุวรรณ



การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพัชรกิติ 1 โรงแรม ปริ้นซ์พาเลซ มหานคร

อติพันธุ์ อรรถพร

อรรถพร อรรถพร

ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน 02-282-7444

ดร. ใจเพชร

อ. ใจเพชร

อ. ใจเพชร

อ. ใจเพชร

อ. ใจเพชร

อ. ใจเพชร



การประชุมเชิงปฏิบัติการ

“ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน”

วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤศจิกายน 2558 เวลา 09.00 - 16.00 น. ณ ห้องพักราวตี 1 โรงแรม ปริ้นซ์พลาซ่า มหาสารคาม

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นายณัฐพล ลิลาพัฒนานันท์	บจ. เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์	หัวหน้าโครงการวิจัย/กรรมการผู้จัดการ		170
2	นายอัมรินทร์ บุญญะไพบูรณ์	บจ. เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์	นักวิจัยอาวุโส		
3	นางสาวนิตยา ศรีภิรมย์	บจ. เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์	นักวิจัย		
5	นางสาวสุวิมล เลี่ยมมินฟู	บจ. เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์	นักวิจัย		สวิตช์
4	นายทินกฤต ใจแจ่ม	บจ. เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์	นักสถิติ		
6	นางสาววิรัชญา ชูหนู	บจ. เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์	ผู้ช่วยนักวิจัย		

รายงานผลการประชุมคณะทำงาน โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 1

การประชุมคณะทำงานโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 1 ณ ห้องประชุมชั้น 19 อาคารพญาไทพลาซ่า บริษัท เอ็น บี เอส รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2558 เวลา 13.30 น. มีผู้เข้าร่วมประชุมฝ่ายเลขานุการฯ และทีมที่ปรึกษาโครงการฯ รวม 5 คน โดยผลการประชุมในแต่ละประเด็นสรุปได้ ดังนี้

1. กำหนดประเด็นคำถามในแบบสอบถามตามขอบเขต TOR และหารือทำความเข้าใจร่วมกัน
2. ทบทวนและปรับปรุงแบบสอบถามเบื้องต้น โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญดังนี้
 - ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์โดยรวม
 - ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ
 - ทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย
 - ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
 - ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ
 - แนวโน้มการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต
 - ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย
 - พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว
 - ความต้องการของนักท่องเที่ยว

รายงานผลการประชุมคณะกรรมการ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 2

การประชุมคณะกรรมการโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 2 ณ ห้องประชุมชั้น 19 อาคารพญาไทพลาซ่า บริษัท เอ็น บี เอส รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 เวลา 14.00 น. มีผู้เข้าร่วมประชุมฝ่ายเลขานุการฯ ผู้แทนคณะกรรมการ และทีมที่ปรึกษาโครงการฯ รวม 6 คน โดยผลการประชุมในแต่ละประเด็นสรุปได้ ดังนี้

1. นำเสนอแบบสอบถาม โดยจัดทำแบบสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

1) พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experience) อย่างน้อยในประเด็น ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่ไป และการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย

2) ความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างน้อยในประเด็น ปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัย การให้ความช่วยเหลือ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สินค้า กิจกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ

2. กำหนดพื้นที่สำรวจ แผนการสำรวจ และคู่มือ

1) นำเสนอสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 6,000 ราย ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- สำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนรวม 14 แหล่ง โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว และกำหนดขั้นต่ำแหล่งละไม่น้อยกว่า 250 ราย รวมไม่น้อยกว่า 4,000 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-10 ได้แก่

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| (1) กรุงเทพมหานคร | (6) จังหวัดสงขลา |
| (2) จังหวัดภูเก็ต | (7) จังหวัดกระบี่ |
| (3) จังหวัดชลบุรี | (8) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ |
| (4) จังหวัดสุราษฎร์ธานี | (9) จังหวัดพังงา |
| (5) จังหวัดเชียงใหม่ | (10) จังหวัดเชียงราย |

ที่มา : นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2557 จำแนกตามจังหวัด
กรมการท่องเที่ยว ข้อมูล ณ วันที่ 28 เมษายน 2558

หมายเหตุ ทั้งนี้ ข้อกำหนดโครงการยกเว้นจังหวัดยะลา และนำจังหวัด
เชียงรายขึ้นมาแทน เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาเลเซียเพียงกลุ่ม

เดียวและมีเหตุการณ์ความไม่สงบ ซึ่งอาจทำให้การเก็บข้อมูลไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

- โดยสำรวจจังหวัดละไม่น้อยกว่า 300 ตัวอย่าง รวมไม่น้อยกว่า 3,000 ตัวอย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด จำนวน 1 แห่ง คือ จังหวัดตราดเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีปริมาณมากพอสำหรับการจัดเก็บข้อมูล โดยสำรวจไม่น้อยกว่า 250 ตัวอย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 3 แห่ง คือ จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดเพชรบุรี โดยสำรวจจังหวัดละไม่น้อยกว่า 250 ตัวอย่าง รวมไม่น้อยกว่า 750 ตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-10	
1.1) กรุงเทพมหานคร	ไม่น้อยกว่า 300
1.2)ภูเก็ต	ไม่น้อยกว่า 300
1.3)ชลบุรี	ไม่น้อยกว่า 300
1.4)สุราษฎร์ธานี	ไม่น้อยกว่า 300
1.5)เชียงใหม่	ไม่น้อยกว่า 300
1.6)สงขลา	ไม่น้อยกว่า 300
1.7)กระบี่	ไม่น้อยกว่า 300
1.8)ประจวบคีรีขันธ์	ไม่น้อยกว่า 300
1.9)พังงา	ไม่น้อยกว่า 300
1.10) เชียงราย	ไม่น้อยกว่า 300
รวม	ไม่น้อยกว่า 3,000
2) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด	
2.1) ตราด	ไม่น้อยกว่า 250
3) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว	
3.1) มุกดาหาร	ไม่น้อยกว่า 250
3.2) นครราชสีมา	ไม่น้อยกว่า 250
3.3) เพชรบุรี	ไม่น้อยกว่า 250
รวม	ไม่น้อยกว่า 750
รวมทั้งสิ้น	ไม่น้อยกว่า 4,000

- สํารวจจากด้านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-6 โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว และกำหนดจำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้าน	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
(1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	13,246,868	ไม่น้อยกว่า 1,230
(2) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต	3,235,202	ไม่น้อยกว่า 300
(3) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง	2,274,168	ไม่น้อยกว่า 211
(4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเตา	1,356,843	ไม่น้อยกว่า 126
(5) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	812,714	ไม่น้อยกว่า 75
(6) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	616,514	ไม่น้อยกว่า 58
รวม	21,542,309	ไม่น้อยกว่า 2,000

ที่มา : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รายด้าน ปี 2557 สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว
ข้อมูล ณ วันที่ 28 เมษายน 2558

หมายเหตุ ทั้งนี้ ข้อกำหนดโครงการยกเว้นด้านอรัญประเทศ และนำด้านท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ขึ้นมาแทน เนื่องจากผู้เดินทางผ่านเข้าออกเป็นชาวกลุ่มพิเศษเพียงกลุ่มเดียวและเข้ามาค้าขายจึงไม่ถือเป็นนักท่องเที่ยว

- กำหนดให้กระจายตัวอย่างการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิซึ่งมีจำนวนการสำรวจทั้งสิ้น 1,230 ตัวอย่าง โดยสำรวจ 10 สัญชาติแรกตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว 10 สัญชาติแรกของปี 2557 ที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ รวมทั้งสิ้น 762 ตัวอย่าง และสำรวจสัญชาติอื่นๆ ที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จำนวน 468 ตัวอย่าง

สัญชาติ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
1) China	2,112,581	ไม่น้อยกว่า 195
2) Japan	1,115,684	ไม่น้อยกว่า 103
3) Russia	844,976	ไม่น้อยกว่า 78
4) India	802,499	ไม่น้อยกว่า 74
5) Korea	741,303	ไม่น้อยกว่า 69
6) United Kingdom	639,928	ไม่น้อยกว่า 59
7) USA	544,944	ไม่น้อยกว่า 50
8) Germany	518,397	ไม่น้อยกว่า 48
9) Singapore	479,280	ไม่น้อยกว่า 44
10) France	451,785	ไม่น้อยกว่า 42
รวม	8,251,377	ไม่น้อยกว่า 762
อื่นๆ	5,056,925	ไม่น้อยกว่า 468
รวมทั้งสิ้น	13,308,302	ไม่น้อยกว่า 1,230

- คู่มือในการสำรวจ

2. กำหนดพื้นที่ในการติดตาม การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยร่วมกับคณะกรรมการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบผลการดำเนินงานโครงการฯ และเจ้าหน้าที่สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยลงพื้นที่ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 แห่ง

ครั้งที่	จังหวัด	วัน-เวลา (Spot check)	สถานที่	หมายเหตุ
1	กรุงเทพฯ	18 สิงหาคม 2558	ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง	
2	ตราด	27-28 สิงหาคม 2558	ท่าเรือ-เกาะช้าง	
3	ประจวบคีรีขันธ์	1-2 กันยายน 2558	หัวหิน	
4	มุกดาหาร	7-8 กันยายน 2558	ตลาดสินค้าอินโดจีน แก่งกะเบา	
5	ภูเก็ต	15-16 กันยายน 2558	ท่าอากาศยานภูเก็ต & ป่าตอง & แหลมพรหมเทพ	
6	เชียงใหม่	29 กันยายน 2558	ท่าอากาศยานเชียงใหม่	

รายงานผลการประชุมคณะทำงาน โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 3

การประชุมคณะทำงานโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 3 ณ ห้องประชุมชั้น 19 อาคารพญาไทพลาซ่า บริษัท เอ็น บี เอส รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2558 เวลา 14.00 น. มีผู้เข้าร่วมประชุม 10 คน โดยมีเรื่องที่ประชุม 3 ประเด็น โดยผลการประชุมในแต่ละประเด็นสรุปได้ ดังนี้

1. การติดตามความคืบหน้าผลการสำรวจ

1.1 ผลการสำรวจ

ณ ปัจจุบัน บริษัทที่ปรึกษาสามารถสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติได้จำนวน 4,450 ตัวอย่าง จากเป้าหมายทั้งหมด 6,000 ตัวอย่าง หรือคิดเป็น ร้อยละ 74.17 โดยในแต่ละพื้นที่สำรวจสามารถดำเนินการได้ ดังนี้

- 1) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จำนวน 14 แหล่ง ณ ปัจจุบันสามารถสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติได้จำนวน 2,670 ตัวอย่าง จากเป้าหมายทั้งหมด 4,000 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 66.75 ซึ่งมี 7 จังหวัดที่ดำเนินการได้ตามเป้าหมายแล้ว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ ตรัง และมุกดาหาร ยังคงเหลืออีก 7 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา เพชรบุรี พังงา กระบี่ และสงขลา
- 2) พื้นที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง จำนวน 6 ด่าน ณ ปัจจุบันสามารถสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ จำนวน 1,780 ตัวอย่าง จากเป้าหมาย 2,000 ตัวอย่าง หรือคิดเป็น ร้อยละ 89.0 ซึ่งมี 4 ด่านที่ดำเนินการได้ตามเป้าหมายแล้ว ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ยังคงเหลืออีกสองด่าน คือ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา และด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย

1.2 ปัญหา/อุปสรรค

- 1) เนื่องจากช่วงเวลาดำเนินการสำรวจเป็นช่วงฤดูฝน ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากเท่าที่ควรในแต่ละพื้นที่สำรวจ
- 2) พื้นที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดาและหนองคาย ซึ่งเป็นด่านเดินเท้า นักท่องเที่ยวใช้เวลาน้อยในการเดินทางเข้า-ออกด่าน ส่งผลให้ไม่มีเวลาพอที่จะให้สัมภาษณ์

อย่างไรก็ตามในระยะเวลาที่เหลือทางที่ปรึกษาคาดว่าจะสามารถดำเนินการสำรวจกลุ่มตัวอย่างได้ครบตามเป้าหมายที่กำหนด

2. แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล / Cross tab

2.1 แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอผลการสำรวจ แบ่งออกได้ดังนี้

- 1) ภาพรวมประเทศ (รวมเฉพาะพื้นที่ 14 จังหวัด และในประเด็นความพึงพอใจจะนำจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของแต่ละจังหวัดมาถ่วงน้ำหนักในการคำนวณ)
- 2) ภาพรวมด้านตรวจคนเข้าเมือง
- 3) รายพื้นที่สำรวจ จำนวน 14 จังหวัด (รวมตัวแทนเมืองต้องห้าม...พลาต)
- 4) ภาพรวมตัวแทนเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

2.2 การ Cross tab ทำการ Cross First Visit กับ Revisit ในการนำเสนอผลการสำรวจทุกประเด็น และในการพัฒนารายสาขาดำเนินการ Cross tab ดังนี้

- 1) ประเทศที่เป็นตลาดหลัก 10 ประเทศ (พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างถ้ามีมากพอในทางสถิติ) เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น รัสเซีย เยอรมนี เป็นต้น
- 2) กลุ่มเพศหญิง
- 3) กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 55 ปีขึ้นไป)
- 4) กลุ่ม High end (รายได้ 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ขึ้นไป)
- 5) กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ Health & Medical Treatment และ Meditation
- 6) กลุ่ม MICE ที่มีวัตถุประสงค์ Meeting/ Incentive/ Convention/ Exhibition
- 7) กลุ่ม Sport Activity
- 8) ภูมิภาค

3. แนวทางการพัฒนาฐานข้อมูลของปี 2557-2558

การพัฒนาฐานข้อมูลของปี 2557-2558 ให้นำประเด็นคำถาม/ข้อมูลตัวแปรของปี 2558 ที่เหมือนกับปี 2557 มาเชื่อมต่อกัน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการเปรียบเทียบ

รายงานผลการประชุมคณะทำงาน โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 4

การประชุมคณะทำงานโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 4 ณ ห้องประชุมชั้น 19 อาคารพญาไทพลาซ่า บริษัท เอ็น บี เอส รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2558 เวลา 13.30 น. มีผู้เข้าร่วมประชุม 10 คน โดยผลการประชุมในแต่ละประเด็นสรุปได้ ดังนี้

1. การติดตามความคืบหน้าผลการศึกษา

ที่ปรึกษาได้นำเสนอกรอบการนำเสนอผลการสำรวจ & รูปแบบการนำเสนอรายงาน

- ภาพรวม Profile ที่สำคัญของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้

- นำเสนอผล : วิธีการจัดการเดินทาง (Travel arrangement) (Q4), วิธีการซื้อบริการของกลุ่มที่จัดการเดินทางเอง (own arrangement) (ข้อย่อยของ Q4), Route การเดินทาง (มาประเทศไทยเพียงที่เดียวหรือหลายประเทศ) (Q7), วัตถุประสงค์การเดินทาง (Q8), 5 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกมาประเทศไทย (Q9), กิจกรรมที่เข้าร่วม (Q10), การรับรู้สื่อก่อนมาประเทศไทย (Q12), การรับรู้สื่อระหว่างอยู่ในประเทศไทย (Q13), การรับทราบเกี่ยวกับ Discover Thainess Campaign in 2015 (Q14), การประสบปัญหาระหว่างอยู่ในประเทศไทย (Q17), การกลับมาประเทศไทยในอีก (Q18), ปัจจัยที่ทำให้กลับมาประเทศไทยอีก (ข้อย่อย Q18), การแนะนำเพื่อน/ญาติมาเที่ยวประเทศไทย (Q21) โดยนำเสนอในรูปแบบกราฟ และบรรยายสรุปประเด็นสำคัญของแต่ละเรื่องที่น่าเสนอ

- ความคาดหวังและความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็นพร้อมประเด็นย่อย (18 ประเด็น) (Q15), ความคาดหวังและความพึงพอใจรวมของ 18 ประเด็น (Q15) (ทำกราฟ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามระดับคะแนนประเมินซึ่งแปลงเป็นร้อยละ)

- 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด โดยนำเสนอเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็น พร้อมทั้งนำเสนอสิ่งที่เป็นจุดเด่นและจุดด้อยของแต่ละประเด็น โดยดูจากประเด็นย่อยของแต่ละประเด็น (Q15) (ทำกราฟ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามระดับคะแนนประเมินที่แปลงเป็นร้อยละ)

- 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุด โดยนำเสนอเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็น พร้อมทั้งนำเสนอสิ่งที่เป็นจุดเด่นและจุดด้อยของแต่ละประเด็น โดยดูจากประเด็นย่อยของแต่ละประเด็น (Q15) (ทำกราฟ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามระดับคะแนนประเมินที่แปลงเป็นร้อยละ)

- ประเด็นความไม่พึงพอใจใน 18 ประเด็น (Q16)

เปรียบเทียบความพึงพอใจกับประเทศอื่น โดยเปรียบเทียบรายประเด็นทั้ง 18 ประเด็น และเปรียบเทียบรวม 18 ประเด็น (Q15) (ตามกรอบการประมวลผลในบทที่ 5)

2. ตรวจสอบร่างรายงานฉบับกลาง (Interim report) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

รายงานผลการประชุมคณะกรรมการ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 5

การประชุมคณะกรรมการโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ครั้งที่ 5 ณ ห้องประชุมชั้น 19 อาคารพญาไทพลาซ่า บริษัท เอ็น บี เอส รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2558 เวลา 13.30 น. มีผู้เข้าร่วมประชุม 10 คน โดยผลการประชุมในแต่ละประเด็นสรุปได้ ดังนี้

1. การติดตามและตรวจสอบผลการศึกษา รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

ภาพรวมประเทศ

- ประมวลความพึงพอใจโดยการหาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของ 14 จังหวัด ถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของแต่ละจังหวัดในปี 2557 และนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักกับค่าความพึงพอใจที่ได้จากการสำรวจด้าน โดยให้ค่าน้ำหนักความพึงพอใจรวมของจังหวัดเท่ากับ 2 ใน 3 และความพึงพอใจรวมทุกด้านเท่ากับ 1 ใน 3

- การประมวลผลส่วนอื่นๆ ประมวลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของทั้ง 14 จังหวัด + ด้านทั้งหมด (6,000 ตัวอย่าง)

10 จังหวัด (นำเสนอเป็นรายจังหวัด)

- 1) กรุงเทพมหานคร
- 2) กรุงเทพฯ
- 3) ชลบุรี
- 4) สุราษฎร์ธานี
- 5) เชียงใหม่
- 6) สงขลา
- 7) กระบี่
- 8) ประจวบคีรีขันธ์
- 9) พังงา
- 10) เชียงราย

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด

เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (ประมวลผลรวมของจังหวัดที่สำรวจและอยู่ในเขตฯ)

- 1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา)
- 2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน (ภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล)
- 3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี)

- 4) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด)
- 5) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง)
- 6) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง (มุกดาหาร)

ภาพรวมด้าน

- ประมวลผลรวมโดยการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักรายด้านด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าออกในแต่ละด้านในปี 2557)

- รายด้าน

- 1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ
- 2) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต
- 3) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง
- 4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา
- 5) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย
- 6) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่

ประเทศหลัก

- 1) China
- 2) Japan
- 3) Russia
- 4) India
- 5) Korea
- 6) United Kingdom
- 7) Malaysia
- 8) Laos
- 9) Singapore
- 10) Australia

ภูมิภาค

- ASEAN
- East Asia
- South Asia
- Middle East
- Europe
- America
- Africa
- Oceania

ตลาดเฉพาะ (ดูจากวัตถุประสงค์ ข้อ 8 แบบสอบถาม)

- กลุ่ม MICE (Meeting/ Incentive/ Convention/ Exhibition)
- กลุ่มกีฬา (Sport activity)
- กลุ่มสุขภาพ (Health & Medical Treatment)

ตลาดเฉพาะ (จาก Profile)

- กลุ่มผู้สูงอายุ (55 ปี ขึ้นไป)
- กลุ่มสตรี
- กลุ่มรายได้สูง (USD40,000 ต่อปี)

บทที่ 7

สรุปผลการสำรวจและข้อเสนอแนะ

บทที่ 7

สรุปผลการสำรวจและข้อเสนอแนะ

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และการปรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ โดยดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติในหลายพื้นที่ ได้แก่ จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก จำนวน 10 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย จังหวัดที่เป็นตัวแทน “เมืองต้องห้าม...พลาด” จำนวน 1 จังหวัด คือ ตรัง จังหวัดที่เป็นตัวแทนเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 3 จังหวัด ประกอบด้วย นครราชสีมา เพชรบุรี และมุกดาหาร และด้านตรวจคนเข้าเมือง จำนวน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่ ด้านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (จังหวัดสงขลา) และด้านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดหนองคาย โดยทำการสำรวจในระหว่างวันที่ 25 กรกฎาคม 2558 ถึงวันที่ 10 ตุลาคม 2558 สามารถสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ทั้งสิ้นจำนวน 6,046 ราย ผลการสำรวจโดยสรุปเป็นดังนี้

1. สรุปผลการสำรวจ

1.1 ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 50.7 ต่อร้อยละ 49.3) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 43.2) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.6) ประกอบอาชีพหลากหลาย และมีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับปานกลางระหว่าง 20,000-40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปีมากที่สุด (ร้อยละ 34.5) โดยประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.5) เดินทางมาจากภูมิภาคเอเชีย

1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 2.95 ครั้ง และมีวันพักเฉลี่ย 12.22 วัน/ครั้ง ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.7) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทยเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นหลัก ทั้งนี้สถานที่ท่องเที่ยวของไทยเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติจะค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด รวมทั้งการได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/ญาติที่เคยมาประเทศไทยแล้ว

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.7) จัดการเดินทางด้วยตนเอง ด้วยการซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ออนไลน์)

เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.5) รูปแบบการเดินทางจะมากันเป็นกลุ่มเล็กๆ (เฉลี่ย 3.68 คน) โดยมากกันเป็นคู่ (2 คน) มากที่สุด (ร้อยละ 38.3) ซึ่งผู้ร่วมเดินทางจะเป็นคู่สมรสมากที่สุด (ร้อยละ 30.0)

ในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ต คือ เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่างๆ รวมทั้งซื้อบริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากส่วนใหญ่จัดการเดินทางมาด้วยตนเอง การให้บริการ wifi จึงมีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.5) ชอบการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด เนื่องจากประเทศไทยมีทะเลและชายหาดที่สวยงามติดอันดับต้นๆ ของโลกอยู่หลายแห่ง อีกทั้งอาหารไทยก็ยังเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ (ร้อยละ 75.2) นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 71.1) การใช้บริการเพื่อสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย) (ร้อยละ 45.7) การใช้ชีวิตยามค่ำคืน (ร้อยละ 39.7) กิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 31.9) เป็นต้น และเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 47.3) ชอบการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในขณะที่มีเพียงบางส่วน (ร้อยละ 39.4) ชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

ทั้งนี้มีย่านนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 5.5) ที่ทราบการจัดกิจกรรม “ท่องเที่ยววิถีไทย” โดยทราบจากเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 57.4)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.6) มาประเทศไทยเป็นครั้งแรกมีบางส่วน (ร้อยละ 42.4) ที่เคยมาประเทศไทยแล้ว โดยในภาพรวมมีวันพักเฉลี่ย 12.40 วัน และในกลุ่มที่เคยมาประเทศไทยแล้วมีวันพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 10.47 วัน ของครั้งที่ผ่านมาเป็น 11.61 วันของครั้งนี้ แสดงถึงความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงทำให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำและพักนานวันขึ้น ทั้งนี้ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้อยู่ที่คนละ 34,604.90 บาท

1.3 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวม ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับพึงพอใจมากและสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.0 ต่อร้อยละ 70.6) จาก 18 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมากเพียงประเด็นเดียว คือ ประชาชน ทั้งจากความเป็นมิตรมีน้ำใจและให้การต้อนรับที่ดี ส่วนประเด็นที่เหลืออีก 17 ประเภท มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก แต่มีคะแนนความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยทุกประเภทบริการที่ประเมินมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้คาดหวังไว้มากนัก เมื่อได้รับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ซึ่งแม้ไม่สูงมากนักแต่ก็สูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งแปลความได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังมีความประทับใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวทุกประเภท โดยบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ จากผลความพึงพอใจดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า แม้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่สำรวจโดยกรมการท่องเที่ยวจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีจุดแข็งด้านความหลากหลาย

ของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่บริการเหล่านี้ยังมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับบริการอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยควรมีเป้าหมายพัฒนาไปสู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก เพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ “วางฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” ดังนั้น หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ประกอบการภาคเอกชนจึงจำเป็นต้องนำประเด็นที่เป็นจุดอ่อนทั้งหมดมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาต่อไป เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง รวมทั้งการแนะนำบอกต่อซึ่งจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และประหยัดงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก (First Visit) และกลุ่มที่เคยมาประเทศไทย (Revisit) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจพบว่ากลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรกมีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทย (Revisit) (ร้อยละ 83.6 ต่อ ร้อยละ 80.0) โดยทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าโดยรวมยังมีความประทับใจ เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มไม่ได้มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการที่สูงมากนัก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทบริการพบว่าความพึงพอใจของกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรกต่อแต่ละประเภทบริการสูงกว่ากลุ่มที่เคยมาประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าในอนาคตนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจไม่กลับมาอีก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น เพื่อให้กลุ่มที่เคยมาประเทศไทย (Revisit) มีความพึงพอใจไม่ลดต่ำลงกว่ามาครั้งแรก เพื่อให้สามารถดึงดูดให้กลุ่มที่เคยมาประเทศไทยกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต นอกจากนี้จากการพิจารณาคะแนนความพึงพอใจของแต่ละประเภทบริการของทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า ยังมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ

3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามรูปแบบการจัดการ

เดินทาง นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก ในขณะที่กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ นั้น มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก เมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจของทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ ค่อนข้างมาก (ร้อยละ 84.5 ต่อ ร้อยละ 81.5 ต่อ ร้อยละ 79.0 ตามลำดับ) โดยทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง ผลการสำรวจดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการอำนวยความสะดวกของบริษัทนำเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการที่เหมาะสมกับราคา และมีการประสานงานล่วงหน้ากับผู้ให้บริการ รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการให้ในบางกรณี ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่ามีความสะดวก จึงมีความพึงพอใจมากกว่า ในขณะที่กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ มีความพึงพอใจต่ำกว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องบริการด้วยตนเอง ต้องลองถูกลองผิด รวมทั้งต้องบริการตนเองทั้งหมดในทุกกระบวนการ ซึ่งอาจไม่ได้รับความสะดวกด้วยสาเหตุต่างๆ เช่น การรอคอย การสื่อสารกับ

เจ้าหน้าที่ เป็นต้น ดังนั้น เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีก หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับบริการที่เป็นภารกิจของรัฐ เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เป็นต้น จะต้องเร่งพัฒนาการให้บริการให้มีความสะดวกรวดเร็ว เปิดช่องทางการบริการด้วยตนเองโดยใช้ระบบอัตโนมัติให้มากขึ้น การจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือ การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและการให้บริการที่สร้างความประทับใจ เป็นต้น รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคเอกชนในการพัฒนาบริการที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น โดยการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มนี้ และปรับปรุงการให้บริการที่เหมาะสม รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนามาตรฐานบริการตามที่กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำมาตรฐานไว้และหรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้ในกรณีของบริการด้านสุขภาพ

4) บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก มีดังนี้

- (1) ประชาชน (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 84.6)
- (2) แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 83.2)
- (3) สถานที่พักผ่อน (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.6)
- (4) สนามบิน (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.1)
- (5) การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 82.0)

5) บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับแรก มีดังนี้

- (1) มัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 70.6)
- (2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 72.1)
- (3) ห้องน้ำสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 72.5)
- (4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 75.1)
- (5) กิจกรรมผจญภัย (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 76.2)

6) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างปี 2557 กับปี 2558

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2558 ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2557 (ร้อยละ 82.0 ต่อร้อยละ 81.0) เนื่องจากในปี 2558 ไม่มีเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2557 โดยจาก 14 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน มีเพียง 2 ประเภทที่มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 82.0 ต่อร้อยละ 81.6) และรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 78.2 ต่อร้อยละ 76.2) ส่วนอีก 12 ประเภทมีความพึงพอใจลดลงเมื่อเทียบ

กับปี 2557 ซึ่งมีถึง 4 ประเภทที่คะแนนความพึงพอใจลดลงค่อนข้างมาก ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริการเชิงสุขภาพ และประชาชน

1.4 ความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.5) มีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยกลุ่มนี้จะกลับมาประเทศไทยอีกในระหว่าง 3 ปีข้างหน้าและกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.0) จะชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย

1.5 ความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยปี 2558-2560 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 5 เขต ดังนี้

(1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา

(2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วยจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง

(3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วยจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด

(4) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วยจังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล

(5) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วยจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

นอกจากนี้ ยังได้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีก 3 เขต ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และ (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยในการสำรวจครั้งนี้ ได้ทำการสำรวจเฉพาะเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงเพียงเขตเดียว ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร และบึงกาฬ

ผลการประเมินความพึงพอใจ ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 6 เขตอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.2) โดยมี 2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน (ร้อยละ 85.2 และ 84.6 ตามลำดับ) สูงกว่าความพึงพอใจโดยรวมของประเทศ (ร้อยละ 82.0) และพบว่าเกือบทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงกว่าความพึงพอใจโดยรวมของประเทศ ยกเว้น เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกที่ความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ แต่ก็ไม่มากนัก แสดงให้เห็นว่า โดยรวมแล้วแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพสูงขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า สิ่งที่น่าสนใจของเกือบทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ประชาชน และสิ่งทีทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีจุดอ่อนตรงกัน ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวโดดเด่นมากที่สุด ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก รองลงมา ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ส่วนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอื่นๆ ยังมีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นค่อนข้างน้อย ดังนั้นหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชน รวมทั้งภาคประชาสังคม จะต้องร่วมมือกันพัฒนาเขตท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นจึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายของแต่ละเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

1.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อโครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาต”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาต” ตามแนวคิด ปีท่องเที่ยววิถีไทย โดยได้คัดเลือก 12 จังหวัดจาก 5 ภูมิภาคที่มีศักยภาพ มีจุดเด่นทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละภูมิภาคประกอบด้วยจังหวัดต่างๆ ดังนี้

- (1) ภาคเหนือ ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ และน่าน
- (2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 2 จังหวัด ได้แก่ บุรีรัมย์ และเลย
- (3) ภาคกลาง ประกอบด้วย 2 จังหวัด ได้แก่ สมุทรสงคราม และราชบุรี
- (4) ภาคตะวันออก ประกอบด้วย 2 จังหวัด ได้แก่ ตราด และจันทบุรี
- (5) ภาคใต้ ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ ตรัง ชุมพร และนครศรีธรรมราช

ในการสำรวจครั้งนี้ได้เลือกจังหวัดตราดเป็นตัวแทนโครงการฯ เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ผลการประเมิน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 84.2) โดยผลการประเมินในประเด็นที่สำคัญๆ มีดังนี้

(1) แหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่เป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยว มีความโดดเด่นมาก เนื่องจากได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากทั้ง 3 ประเด็น สามารถตอบโจทย์ “เมืองต้องห้าม...พลาต” ได้

(2) กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า บริการเชิงสุขภาพ กิจกรรมผจญภัย และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก เป็นกิจกรรมที่มีความโดดเด่น โดยได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากทั้ง 3 ประเด็น โดยเฉพาะบริการเชิงสุขภาพสามารถสร้างความพึงพอใจได้สูงสุด สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี

(3) ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ ประชาชน มัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว และสถานที่พักแรม เป็นปัจจัยสนับสนุนทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยว จังหวัดตราด โดยได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากทั้ง 4 ประเด็น

(4) การให้บริการสาธารณะต่างๆ พบว่า ยังเป็นจุดอ่อนของ “เมืองต้องห้าม...พลาต” ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ และความปลอดภัย ที่ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด

1.7 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว 10 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย รัสเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และลาว นั้น จากการประเมินความพึงพอใจ พบว่ามี 5 ประเทศที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ รัสเซีย ออสเตรเลีย จีน อินเดีย และสหราชอาณาจักร สำหรับอีก 5 ประเทศที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ ลาว เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ พบว่า มีถึง 7 ประเทศที่มีความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ โดยมีเพียง 3 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ และคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ ได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย และเป็นที่น่าสังเกตว่าทั้ง 3 ประเทศ มีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำในทั้ง 18 ประเด็นที่ประเมิน ได้แก่ ประชาชน สนาบบิน บริการตรวจคนเข้าเมือง สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กิจกรรมผจญภัย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย) สนาบบอลฟ์ บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ความปลอดภัย รถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ

1.8 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาจากภูมิภาคอาเซียน เอเชียตะวันออก ยุโรป เอเชียใต้ อเมริกา โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจ พบว่ามี 3 ภูมิภาคที่มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ โอเชียเนีย เอเชียใต้ และตะวันออกกลาง ซึ่งไม่ได้เป็นภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว มีส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ค่อนข้างน้อย นอกนั้นมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก และเมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 82.0) พบว่า มี 6 ภูมิภาคที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความพึงพอใจเฉลี่ยของประเทศยกเว้นภูมิภาคอาเซียนและเอเชียตะวันออกซึ่งเป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด โดยภูมิภาคอาเซียนมีคะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศค่อนข้างมาก โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากคะแนนความพึงพอใจของประเทศที่เป็นตลาดหลักในภูมิภาคนี้ ได้แก่ มาเลเซียและสิงคโปร์ที่มีคะแนนความพึงพอใจในทุกประเด็นที่ประเมินค่อนข้างต่ำ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเชิงลึกเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศเหล่านี้ให้มากขึ้น

1.9 ความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มที่มาเพื่อเข้าร่วมประชุม/ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล/สัมมนา/การร่วมงานแสดงสินค้า (MICE)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ นั้น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การใช้บริการ สปาและนวดแผนไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด นั้น จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อ แหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลและชายหาด และบริการเชิงสุขภาพ (บริการสปาและนวดแผนไทย) ในขณะที่บริการภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยจุดอ่อนซึ่งสะท้อนจากคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง บริการความหลากหลายของประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร การใช้ภาษาในการสื่อสาร ประสิทธิภาพในการให้บริการ บริการ wifi / internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ

นอกเหนือจากการพัฒนาบริการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นิยมเข้าร่วมแล้ว การที่ประเทศไทยจะให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ให้มีความพึงพอใจและกลับมาจัดหรือร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยอีกนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องให้บริการอย่างมีคุณภาพในบริการต่อไปนี้ สถานพักแรม แหล่งสำหรับการซื้อสินค้าหรือช้อปปิ้ง บริการตรวจคนเข้าเมือง บริการสนามบิน บริการรถโดยสารสาธารณะ และการดูแลรักษาความปลอดภัย ซึ่งจากการสำรวจความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์พบว่าบริการเหล่านี้มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น โดยพบว่าบริการ ดังกล่าวมีระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และชายหาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการเชิงสุขภาพ ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ควรนำความโดดเด่น ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพเข้าไปประกอบการทำกิจกรรมการตลาดด้วย เพื่อเพิ่มความ น่าสนใจในการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย

1.10 กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก

นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ มีความพึงพอใจในระดับอย่างมากต่อ บริการเชิงสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ โดยสิ่งที่เป็นจุดแข็งของบริการ เชิงสุขภาพ/บริการเชิงการแพทย์ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลาย อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ประสิทธิภาพในการให้บริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ และความปลอดภัย อย่างไรก็ตามพบว่ายังมีจุดอ่อนที่ควรปรับปรุงแก้ไข ได้แก่ สภาพภายใน สถานบริการ การใช้ภาษาในการสื่อสาร และการบริการ wifi / internet ในสถานบริการ

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการรับประทานอาหารไทย จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่เข้าร่วม ดังกล่าวข้างต้นในระดับพึงพอใจมากเท่านั้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งได้แก่ สนามบิน สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สนามกอล์ฟ ความปลอดภัย

บริการตรวจคนเข้าเมือง บริษัทนำเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ นั้น พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก และพบว่ายังมีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขในทุกประเภทบริการ

1.11 กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเล่นกีฬา/ชมกีฬา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมสูงสุด ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ในส่วนของการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด นั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมาก ในขณะที่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีความพึงพอใจระดับมาก เท่านั้น

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริการรถโดยสารสาธารณะ บริการเชิงสุขภาพ สนามกอล์ฟ ความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก และพบว่าทุกประเภทบริการยังมีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

1.12 กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 55 ปี ขึ้นไป)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับถึงพึงพอใจมาก ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้น มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาบริการต่างๆ ที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต รวมทั้งใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ และพบว่ายังมีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

1.13 กลุ่มผู้มีรายได้สูง (มีรายได้ 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ขึ้นไป)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูงเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเล และชายหาด การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่บริการภัตตาคาร/ร้านอาหาร และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก นั้น มีคะแนนความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น จำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาบริการต่างๆ ที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต รวมทั้งใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ และพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

1.14 กลุ่มสตรี

นักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.8) ต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเล และชายหาด การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การรับประทานอาหารไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการใช้บริการ สปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจเพียงระดับมากต่อบริการดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มสตรี ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย นั้น พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยพบว่ามีจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

1.15 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร	1) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 2) บางคนไม่เป็นมิตร ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส
2. สนาบบิน	1) ป้ายบอกทาง 2) ความเป็นมิตรของพนักงาน	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 6) ความปลอดภัย 7) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก 8) ความสะดวกสบาย	1) กระบวนการให้บริการล่าช้าต้องรอคิวนาน 2) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนน้อย 3) ไม่สะดวกในการเดินทาง
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	-	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง 4) ความหลากหลาย 5) ความสวยงาม	1) ชายหาดสกปรก 2) ไม่มีห้องน้ำสาธารณะ
4. สถานที่พักรแรม	1) ความหลากหลายของประเภทสถานพักรแรม	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) สภาพภายในสถานที่พักร 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 5) ความปลอดภัย	1) ต้องเสียค่าบริการ wifi 2) ที่ตั้งอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว 3) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกมีน้อย 5) อาหารไม่สะอาด

		6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 7) ความสะดวกในการเข้าถึง 8) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) ความเหมาะสมของราคาสินค้า 4) ความปลอดภัย 5) คุณภาพสินค้า 6) ความสะดวกในการหาซื้อ 7) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 8) ความหลากหลายของประเภทสินค้า 9) ความสะดวกในการเข้าถึง 10 ความหลากหลายของประเภทร้านค้า	1) ราคาสินค้ามีความแตกต่างกันในสินค้าชนิดเดียวกัน 2) ผู้ขายบางรายไม่ซื่อสัตย์ขายของไม่มีคุณภาพ 3) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	-	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 5) คุณภาพของอาหาร 6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 7) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) คิตราอาหารแพง 2) อาหารที่สั่งไม่ได้ตามที่ต้องการ 3) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 4) สภาพร้านไม่สะอาด

		8) ความหลากหลาย ของประเภทภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวด แผนไทย)	-	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) การใช้ภาษาในการ ติดต่อสื่อสาร 3) สภาพภายใน สถานบริการ 4) ประสิทธิภาพ ในการให้บริการ 5) ความปลอดภัย 6) ความเหมาะสม ของอัตราค่าบริการ 7) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 8) ความหลากหลาย 9) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) วิธีการนวดแตกต่างกันในแต่ละ สถานที่ 2) ไม่สามารถสื่อสารกับ ชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 3) สถานบริการขนาดเล็กไม่มี บริการ wifi 4) มีการขายบริการแอบแฝง
8. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	-	1) การให้บริการ wifi และ อินเทอร์เน็ต 2) ความปลอดภัย 3) ความหลากหลาย 4) ความสะดวกในการเข้าถึง 5) ความสวยงาม	1) ต้องเสียค่าเข้าชมแพง 2) เจ้าหน้าที่ให้คำอธิบายไม่ชัดเจน 3) มีการใช้วัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มา ใช้ในโบราณสถาน ทำให้ดูไม่เป็น ของเก่า
9. มัคคุเทศก์	-	1) ความซื่อสัตย์ 2) ความรู้เกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยว 3) การใช้ภาษา ในการติดต่อสื่อสาร 4) ความเป็นมิตร	1) มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และบริการในแหล่งท่องเที่ยว น้อย ไม่สามารถอธิบายได้อย่าง ชัดเจน 2) ไม่สามารถสื่อสารกับ ชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
10. สนามกอล์ฟ	-	1) ความเหมาะสมของ อัตราค่าบริการ 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง 4) จำนวนสนามกอล์ฟที่ ให้บริการ	1) ต้องเสียเวลาในการไปใช้ บริการ 2) บุคลากรไม่เพียงพอในการ ให้บริการ

		5) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 6) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร	
11. ความปลอดภัย	-	1) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย 2) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว 3) จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	1) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีน้อย 2) การแจ้งความร้องทุกข์ค่อนข้างยุ่งยาก 3) เจ้าหน้าที่ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 4) บริเวณที่มีความเสี่ยงไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแล 5) มีสุนัขจรจัดจำนวนมาก
12. ทัศนคติ	-	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 4) ความหลากหลาย	1) ประสิทธิภาพบุคลากรในการให้บริการต่างๆ 2) ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 3) ขาดการให้คำแนะนำในเรื่องสำคัญๆ
13. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ความปลอดภัย 3) ความสะอาดและความสะดวกสบาย 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 6) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) บุคลากรที่ให้บริการบางคนไม่ซื่อสัตย์ 2) บุคลากรไม่เข้าใจภาษาในการสื่อสาร 3) กระบวนการให้บริการขณะเดินทาง มีการให้ผู้โดยสารลงจากรถก่อนถึงจุดหมาย 4) แท็กซี่ไม่ใช้มิเตอร์ 5) หาสถานีขนส่งผู้โดยสารยาก
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว 3) ความสะดวกสบาย	1) เจ้าหน้าที่ไม่เข้าใจภาษาที่พูด 2) ต้องรอคิวนาน

		4) ความเป็นมิตร ของเจ้าหน้าที่	
15. กิจกรรมผจญภัย	-	1) การใช้ภาษา ในการติดต่อสื่อสาร 2) ความปลอดภัย 3) ประสิทธิภาพ ในการให้บริการ 4) ความเหมาะสม ของอัตราค่าบริการ 5) ความสะดวกในการเข้าถึง 6) ความหลากหลาย 7) ความน่าตื่นเต้น	1) เครื่องเล่นค่อนข้างอันตราย บางเครื่องเก่ามาก 2) ขาดการแนะนำวิธีใช้เครื่องเล่น ต่างๆ
16. แหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศน์	-	1) การให้บริการ wifi และอินเทอร์เน็ต 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง 4) ความหลากหลาย 5) ความสวยงาม	1) ที่ตั้งค่อนข้างเปลี่ยว อาจจะถูกจี้ ปล้นได้ 2) ไม่มีเจ้าหน้าที่อธิบายให้ความรู้
17. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะอาด 2) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) ค่อนข้างหายาก และไม่มี ป้ายบอก 2) ค่อนข้างสกปรก 3) อุปกรณ์บางอย่างชำรุดใช้งาน ไม่ได้ 4) ไม่มีกระดาดาชำระ 5) บางแห่งไม่เปิดให้บริการ 6) ไม่มีข้อแนะนำเป็น ภาษาต่างประเทศในห้องน้ำ สาธารณะ
18. ศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว	-	1) การใช้ภาษา ในการติดต่อสื่อสาร 2) ประสิทธิภาพ ในการให้บริการ 3) การให้ความช่วยเหลือ 4) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) ไม่สามารถสื่อสารกับ ชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 2) บุคลากรให้คำแนะนำไม่ชัดเจน 3) ข้อมูลมีไม่เพียงพอ

2. ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุง
1. ประชาชน	1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงวัฒนธรรม ร่วมมือในการรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทยในด้านความเป็นมิตร ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจต่อนักท่องเที่ยว พร้อมให้ความช่วยเหลือ โดยการรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของเอกลักษณ์นี้ รวมทั้งการยกย่องบุคคลที่ทำความดีโดยการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว 2) กรมการท่องเที่ยวควรจัดทำ Application บน IPAD และ Smart Phone สำหรับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศแบบง่ายด้วยตนเอง โดยมีหลากหลายภาษาให้เลือกเรียนตามความต้องการ และให้ผู้เข้ามาเรียนได้รับรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ เช่น บัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานบริการต่างๆ ฟรี หรือในราคาถูก เป็นต้น
2. สนามบิน	1) สนามบินควรจัดให้มีบริการ Free Wifi ภายในสนามบิน ในกรณีที่ยังไม่ได้จัดให้มีบริการ และปรับปรุงประสิทธิภาพบริการ Free Wifi ในกรณีที่มีการจัดบริการแล้ว เช่น การขยายพื้นที่ให้ครอบคลุมมากขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพในการเชื่อมต่อ การติดป้ายแนะนำ เป็นต้น 2) สนามบินควรจัดให้มีการฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศแก่เจ้าหน้าที่ที่ยังไม่ชำนาญ เพื่อให้สามารถให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และการสรรหาบุคลากรใหม่ควรกำหนดให้มีความรู้ด้านการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นคุณสมบัติสำคัญ และมีการทดสอบการใช้ภาษาก่อนรับเข้าทำงาน 3) ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ หรือฤดูการท่องเที่ยว สนามบินแต่ละแห่งควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการ เช่น การเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ การเปิดช่องบริการเพิ่ม การจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลและตรวจสอบเอกสารเบื้องต้นเพื่อความสะดวกรวดเร็วในพิธีการเข้าเมือง และการให้คำปรึกษาแนะนำ เป็นต้น
3. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด	1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด ทั้งในด้านการจัดระเบียบของชายหาด การดูแลด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการบริการ wifi ในแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดทำแผนพัฒนาที่มีการบูรณาการกิจกรรมและงบประมาณของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยควรกำหนดเป้าหมายให้ดำเนินการใน 100 แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาดที่สำคัญ

บริการด้านการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุง
	ที่สุดให้แล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นช่วงสิ้นสุดของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 2) หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดควรติดตั้งสัญญาณเตือนภัยหรือป้ายเตือนที่มีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ ในบริเวณจุดที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตราย เช่น จากสัตว์มีพิษ สภาวะคลื่นลมแรง เป็นต้น รวมทั้งควบคุมเรือต่างๆ ไม่ให้แล่นเข้าไปในบริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมว่ายน้ำ/ดำน้ำ และจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในบริเวณที่มีความเสี่ยงสูง
4. สถานที่พักแรม	1) กระทรวงมหาดไทยควรพิจารณาแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สถานพักแรมทุกประเภทสามารถเข้าสู่ระบบ อันจะนำมาซึ่งความสะดวกในการควบคุมดูแลและการพัฒนามาตรฐานการให้บริการ โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัยและคุณภาพการให้บริการ 2) กรมการท่องเที่ยวควรร่วมมือกับสถาบัน การศึกษาต่างๆ หรือสถาบันฝึกอบรมภาษาต่างประเทศในท้องถิ่นในการจัดหลักสูตรฝึกอบรมภาษาต่างประเทศแก่บุคลากรของสถานพักแรมโดยคิดค่าฝึกอบรมในอัตราต่ำเพื่อจูงใจให้เข้าฝึกอบรม
5. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรประสานความร่วมมือกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยจัดให้มีการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการสินค้าของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อนำมาประกอบการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 2) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรร่วมมือกับกรมการพัฒนาชุมชน หน่วยงานที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในการจัดหาช่องทางจำหน่ายสินค้า OTOP ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ 3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรร่วมมือกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติในการจัดทำมาตรการป้องกันและปราบปรามการหลอกลวงขายสินค้าปลอมและสินค้าที่ไม่มีคุณภาพและการขายสินค้าในราคาที่เกินจริง 4) กรมการท่องเที่ยวควรจัดทำ Application บน IPAD และ Smart Phone สำหรับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศแบบง่ายด้วยตนเองแก่เจ้าของและพนักงานร้านค้า โดยมีหลากหลายภาษาให้

บริการด้านการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุง
	เลือกเรียนตามความต้องการ และให้ผู้เข้ามาเรียนได้รับรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) กระทรวงสาธารณสุขควรมีมาตรการในการตรวจสอบเพื่อให้ร้านอาหารต่างๆ ดำเนินการตามกฎหมาย โดยเฉพาะในด้านความสะอาดปลอดภัย 2) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรให้ข้อเสนอแนะแก่ภัตตาคารและร้านอาหารต่างๆ ในการจัดทำเมนูอาหารเป็นภาษาต่างประเทศ พร้อมคำอธิบายที่ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงคุณลักษณะอาหารที่สั่ง เพื่อลดข้อผิดพลาดในการสั่งอาหารจากความเข้าใจผิด 3) กรมการท่องเที่ยวควรจัดทำ Application บน IPAD และ Smart Phone สำหรับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศแบบง่ายด้วยตนเองแก่เจ้าของและพนักงานของภัตตาคารและร้านอาหาร โดยมีหลากหลายภาษาให้เลือกเรียนตามความต้องการ และให้ผู้เข้ามาเรียนได้รับรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) กระทรวงสาธารณสุขควรดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้สถานบริการเชิงสุขภาพทั้งหมดพัฒนาการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐาน 2) กระทรวงสาธารณสุขควรกำหนดให้สถานบริการเชิงสุขภาพทุกประเภทจัดทำป้ายหรือเอกสารมาตรฐานการให้บริการ อัตราการให้บริการ และเตือนอันตรายที่อาจได้รับจากการใช้บริการ โดยจัดทำเป็นภาษาต่างประเทศเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบโดยควรมีหลากหลาย ภาษาขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าหลักของสถานบริการ 3) กรมการท่องเที่ยวควรจัดทำ Application บน IPAD และ Smart Phone สำหรับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศแบบง่ายด้วยตนเองแก่เจ้าของและพนักงานของสถานบริการเชิงสุขภาพ โดยมีหลากหลายภาษาให้เลือกเรียนตามความต้องการ และให้ผู้เข้ามาเรียนได้รับรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) กรมศิลปากรควรให้แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์พัฒนาระบบการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การใช้ระบบสแกน QR Code เป็นต้น รวมทั้งควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจใช้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

บริการด้านการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุง
	2) กรมศิลปากรควรแจ้งหรือมีมาตรการให้ผู้บริหารหรือผู้ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งวัดต่างๆ ทราบถึงข้อกฎหมายและข้อแนะนำเกี่ยวกับการบูรณะสถานที่เพื่อป้องกันไม่ให้กระทบต่อคุณค่าทางประวัติศาสตร์
9. มัคคุเทศก์	1) กรมการท่องเที่ยวควรจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพการให้บริการแก่มัคคุเทศก์ในท้องถิ่นในด้านต่างๆ เช่น การให้บริการ การใช้ภาษา วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น 2) กรมการท่องเที่ยวควรจัดกิจกรรมคัดเลือกมััคคุเทศก์ดีเด่นประเภทต่างๆ เพื่อรับโล่รางวัล และเงินรางวัลจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อกระตุ้นให้มััคคุเทศก์พัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ดี โดยควรจัดต่อเนื่องทุก 2 ปี 3) กรมการท่องเที่ยวควรพัฒนาช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนปัญหาการใช้บริการมััคคุเทศก์ผ่านทาง Application ใน IPAD และ Smart Phone
10. สนามกอล์ฟ	1) สนามกอล์ฟต่างๆ ควรจัดฝึกอบรมพนักงานในด้านการให้บริการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าชาวต่างชาติแต่ละประเทศ เพื่อสร้างความประทับใจในบริการ 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจัดทำฐานข้อมูลการบริการของสนามกอล์ฟในแต่ละจังหวัด และประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยว
11 ความปลอดภัย	1) กรมการท่องเที่ยวควรร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในการติดตั้ง CCTV ที่มีประสิทธิภาพตามจุดเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ และควรจัดให้มีบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ดูแลความเคลื่อนไหวต่างๆ รวมทั้งมีการบำรุงรักษาให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพโดยตลอด 2) กรมการท่องเที่ยวควรร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในการติดตั้งสัญญาณเตือนภัยในจุดท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงเพื่อเตือนนักท่องเที่ยว 3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรส่งเสริมและสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง (Risk Management Plan) และแผนฉุกเฉิน (Emergency Plan) เพื่อเตรียมความพร้อมในกรณีเกิดภัยต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว โดยควรให้มีการฝึกซ้อมทุกปีเพื่อเตรียมความพร้อม

บริการด้านการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุง
	6) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดควรร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัด เช่น บรรเทาสาธารณภัยจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด ตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น ในการสร้างระบบเครือข่ายอาสาสมัครด้านการท่องเที่ยวเพื่อคอยสอดส่องช่วยเหลือนักท่องเที่ยว 7) กรมการท่องเที่ยวควรร่วมมือกับกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในการจัดทำระบบให้นักท่องเที่ยวสามารถแจ้งขอความช่วยเหลือหรือร้องเรียนในกรณีประสบภัยผ่านทาง Application ใน IPAD และ Smart Phone พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ
12. บริษัทนำเที่ยว	1) กรมการท่องเที่ยวควรกำหนดให้บริษัทนำเที่ยวต้องให้ข้อมูลที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว เช่น การอธิบายสภาพโดยรวมสถานที่ท่องเที่ยว อันตรายที่อาจเกิดขึ้น การปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย การเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น 2) บริษัทนำเที่ยวต่างๆ ควรจัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ เช่น อังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น ให้แก่พนักงาน เพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความประทับใจ
13. รถโดยสารสาธารณะ	1) กรมการขนส่งทางบกควรจัดทำระบบให้นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนปัญหาจากการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะผ่าน Application ใน IPAD และ Smart Phone โดยระบบดังกล่าวสามารถส่งข้อร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง รวมทั้งแจ้งผลให้แก่ นักท่องเที่ยวทราบ โดยให้มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ 2) กรมการท่องเที่ยวควรจัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ เช่น อังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น ให้แก่พนักงานขับรถโดยสารสาธารณะ เพื่อพัฒนาการใช้ภาษาต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 3) กรมการขนส่งทางบกควรเร่งให้ผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะ มีจิตสำนึกในการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ และยกย่องผู้ทำความดี
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	1) ควรปรับการบริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา เช่น ในช่วงฤดูการท่องเที่ยว ช่วงเทศกาลสำคัญๆ จะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่เข้ามาเสริมเพื่อให้บริการสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการจัดให้มีเครื่องบริการอัตโนมัติที่นักท่องเที่ยวสามารถบริการ

บริการด้านการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุง
	ตนเองอย่างเพียงพอ โดยมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือในกรณี ที่นักท่องเที่ยวไม่ชำนาญหรือเครื่องเกิดขัดข้อง เป็นต้น
15. กิจกรรมผจญภัย	1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น ในการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของบริการประเภทกิจกรรมผจญภัย รวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยของกิจกรรมผจญภัยทุกประเภท 2) ควรกำหนดให้สถานที่ท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมผจญภัยต้องจัดทำป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการ ผู้ที่ควรหลีกเลี่ยงใช้บริการ เป็นต้น โดยเป็นป้ายภาษาอังกฤษและภาษา ต่างประเทศอื่นๆ ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าหลักที่มาใช้บริการ รวมทั้งต้องจัดให้มีพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศไว้คอยแนะนำและกำกับการใช้บริการอย่างเคร่งครัด
16. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	1) กรมการท่องเที่ยวควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น การพัฒนาเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวก การปรับปรุงการดูแลรักษาความปลอดภัย โดยการติดป้ายเตือน การติดตั้ง CCTV เป็นต้น ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ควรมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ การท่องเที่ยวที่ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ในกรณีมาทำกับริษัทนำเที่ยวจะต้องกำหนดให้บริษัทนำเที่ยวต้องให้คำแนะนำเพื่อความปลอดภัย และแจ้งถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจแก่นักท่องเที่ยว
17. ห้องน้ำสาธารณะ	1) กรมการท่องเที่ยวควรร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการกระตุ้นให้แหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เห็นถึงความสำคัญของการจัดให้มีบริการห้องน้ำสาธารณะที่มีคุณภาพและเพียงพอ รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างห้องน้ำสาธารณะที่ได้มาตรฐาน และการดูแลรักษาความสะอาด โดยควรมีทั้งมาตรการบังคับและมาตรการส่งเสริมควบคู่กันไป 2) ควรรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญในการจัดให้มีห้องน้ำที่ถูกลักษณะ

บริการด้านการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุง
	อย่างเพียงพอและดูแลรักษาความสะอาดสม่ำเสมอเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ
18. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	1) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรเพิ่มจำนวนศูนย์บริการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ 2) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรพัฒนาระบบข้อมูลและเครือข่ายสำหรับการให้ความช่วยเหลือและการให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกและรวดเร็ว 3) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรจัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ เช่น อังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น ให้แก่เจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาด้านการใช้ภาษาต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(1) เร่งพัฒนาฟื้นฟู และบูรณะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่สวยงามสมบูรณ์อยู่เสมอ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

(2) อนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปะและวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินชีวิตตามแบบประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้านดั้งเดิม

(3) สร้างความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดในประเทศไทย

(4) กำหนดมาตรฐานการให้บริการต่างๆ เช่น สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ธุรกิจสปาและนวดแผนไทย บริการรถโดยสารสาธารณะต่างๆ เป็นต้น ในด้านความปลอดภัย ความสะอาด ความสะดวกสบาย เพื่อเป็นการยกระดับสถานบริการต่างๆ ให้สูงขึ้น

(5) สร้างความเป็นธรรมให้กับนักท่องเที่ยว ในการกำหนดราคาสินค้า และบริการต่างๆ ไม่ให้สถานประกอบการต่างๆ คิดราคาสินค้าและบริการเกินความเป็นจริง

(6) ส่งเสริมการฝึกอบรมภาษาอังกฤษให้กับพนักงานของสถานประกอบการต่างๆ ทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ โดยให้สถานประกอบการขนาดใหญ่เป็นหลักในการฝึกอบรมให้กับสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก

(7) เร่งพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านตรวจคนเข้าเมืองทั้งในด้านการใช้ภาษาต่างประเทศที่สำคัญๆ และประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยต้องให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยนและยิ้มแย้มแจ่มใส

(8) เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ wifi/internet ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ

(9) พัฒนา และปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวในประเทศให้มีมาตรฐานเดียวกัน

(10) พัฒนาคู่มือที่มียู่ให้มีความรู้ที่หลากหลาย สามารถให้คำอธิบายแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้องเหมือนกัน รวมทั้งเพิ่มจำนวนคู่มือใหม่ให้มีจำนวนเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมีเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

บรรณานุกรม

- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ ศิลปะการให้บริการ กรุงเทพฯ, ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2555
- ฉัตยาพร เสมอใจ การบริหารการตลาด (Marketing Management) กรุงเทพฯ, ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2549
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ การตลาดบริหาร กรุงเทพฯ, ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547
- ชูชัย สมितिไกร การฝึกอบรมบุคลากร กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ การบริหารการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพฯ, พัฒนาศึกษา, 2546
- สมหมาย เปียณอม ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครปฐม, ตุลาคม 2551
- สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบ
มีสัญญาผูกพันในจังหวัดลำปาง, 2540
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550
- อุทัยพรรณ สุดใจ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์
แห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545
-

ภาคผนวกที่ 1

แบบสอบถามความพึงพอใจชาวต่างชาติ



Questionnaire No.

□ □ □ □

Survey Site.....

Questionnaire for International Tourists

Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, has performed a survey of the tourists' satisfactions for improving and developing the tourism in Thailand. Your opinions will be very beneficial for tourism development of Thailand. Therefore, we would like to request for your kind cooperation to answer this questionnaire. We would like to thank you in advance for your kind cooperation on this matter.

Part I General information

1. Country of residence/ Country of nationality.....

2. Number of time(s) for international travel per year time(s) (average of C.E. 2012-2014) and the average length of stay per trip days (average of C.E. 2012-2014)

3. What is your type of entry when entering Thailand?

- ☐ 1) Air ☐ 2) Land ☐ 3) Sea

4. Travel arrangement

- ☐ 1) Own arrangement ☐ 2) Semi-FIT ☐ 3) By travel agent

In case of own arrangement, please specify how do you order these services.

	Accommodation (1)	International Travel (2)	Domestic Travel (3)	Admission Ticket/ Activity ticket (4)
1) Website Online				
2) Foreign travel agency ordering (in your country)				
3) Thai travel agency ordering (in Thailand)				
4) Others, please specify				

5. Travel companion person(s) (including yourself) (choose only one)

- ☐ 1) Alone ☐ 5) Friend person(s)
☐ 2) Spouse ☐ 6) Colleague / company person(s)
☐ 3) Family / relative person(s) ☐ 7) Others, please specify
☐ 4) Boy friend / girl friend / partner

6. How many times have you been to Thailand within the past 3 years (including this trip)? time(s)

The average length of stay for the last trip days and that for this trip days

Part II Travel information / perception about Thailand

7. Do you plan to travel to other countries on this trip?

- ☐ 1) Yes, Continue to Q7.1, Q7.2 ☐ 2) No, (Skip to Q8)

7.1 Please list the country (ies) you had visited before coming to Thailand (These countries must not be just a transit point.

You must have stayed and traveled in that country?)

7.1.1 How many day (s) did you stay in that country? (Length of stay)

7.1a Country #1.....	→	7.1b Country #2.....	→	7.1c Country #3.....
7.1.1a Length of stay.....days		7.1.1b Length of stay.....days		7.1.1c Length of stay.....days

7.1d Country #1.....	→	7.1e Country #2.....	→	Thailand
7.1.1d Length of stay.....days		7.1.1e Length of stay.....days		

7.2 Please list the country (ies) you plan to visit following Thailand, if any.

7.2.1 How many day (s) did you plan to stay in that country? (Length of stay)

Thailand	→	7.2a Country #1.....	→	7.2b Country #2.....
		7.2.1a Length of stay.....days		7.2.1b Length of stay.....days

7.2c Country #1.....	→	7.2d Country #2.....	→	7.2e Country #1.....
7.2.1c Length of stay.....days		7.2.1d Length of stay.....days		7.2.1e Length of stay.....days

8. Your main purpose of this visit to Thailand. (choose only one)

- ☐ 1) Holiday purpose ☐ 2) Business purpose ☐ 3) Meeting/Incentive/Convention/Exhibition
☐ 4) Visiting friends or relative ☐ 5) Sport activity ☐ 6) Shopping
☐ 7) Honeymoon ☐ 8) Health & Medical Treatment ☐ 9) Meditation
☐ 10) Training course / study ☐ 11) Others, please specify.....

9. Please identify the first 5 most important factors for choosing Thailand for your travel destination

- ☐ 1) Tourist Attractions ☐ 10) Price / Promotion
☐ 2) Event ☐ 11) Movies
☐ 3) Adventure ☐ 12) Information Availability & Advertisement
☐ 4) Sport Activities ☐ 13) Safety / Security
☐ 5) Shopping ☐ 14) Authenticity (Local culture)
☐ 6) Night life ☐ 15) People Friendliness
☐ 7) Food ☐ 16) Country Image
☐ 8) Medical / Health Service ☐ 17) Discover Thainess Campaign
☐ 9) MICE ; Meetings Incentive Conference Exhibition ☐ 18) Others, please specify

10. Which destinations or activities which you visited or participated during this trip in Thailand? (You can choose more than 1 answer)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) Sea and beach | ☐ 2) Eco-Tourism(mountains, waterfall, safari, national park) |
| ☐ 3) Adventure travel (rafting, canoeing, mount climbing) | ☐ 4) Historical sites / City Tour |
| ☐ 5) Learn the way of local residents | ☐ 6) Medical treatment |
| ☐ 7) Spa & wellness | ☐ 8) Tasting Thai food |
| ☐ 9) Nightlife | ☐ 10) Theme Park / Entertainment |
| ☐ 11) National event / local event / local festival | ☐ 12) Diving / snorkeling |
| ☐ 13) Golfing | ☐ 14) Shopping |
| ☐ 15) Watch Thai Boxing | ☐ 16) Participate Thai Cooking Class |
| ☐ 17) Sport activity | ☐ 18) Other (Please specify) |

11. How much did you spend on this trip? (in Thailand only, not include international airfare) (indicate currency) per 1 person only

12. Before travelling to Thailand, from which source(s) that you obtained information about Thailand tourism?

(You can choose more than 1 answer)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) Tourism website | ☐ 4) Travel agency |
| ☐ 2) Social media, please specify..... | ☐ 5) Media (Publication, television, radio) |
| ☐ 3) Friend(s) / relative (s) | ☐ 6) Other, please specify |

13. During your travelling in Thailand, which source/media do you acknowledge the tourism information from?

(You can choose more than 1 answer)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) Tourism Website | ☐ 6) Television, please specify..... |
| ☐ 2) Social media, please specify..... | ☐ 7) Radio, please specify..... |
| ☐ 3) Relatives / Friends | ☐ 8) Tourist agencies / Tour counters |
| ☐ 4) Publication such as magazine, newspaper,
Brochure, Poster etc. | ☐ 9) People |
| ☐ 5) Billboard | ☐ 10) Other, please specify |

14. Before travelling to Thailand, Do you know Thailand has Discover Thainess Campaign in 2015?

(Discover Thainess mean Thailand offers visitors an array of vastly differing experiences. Whether you yearn for discovering the simple and slow Thai way of life, or prefer a vibrant lifestyle, adrenaline-filled adventures, ethnic cultures, traditional performances, or spectacular natural wonders, you can choose the travel style that matches your personality it will lead you to a better understanding of Thainess.)

- ☐ 1) No. (Skip to Q15)
- ☐ 2) Yes, which source/media do you acknowledge of Discover Thainess Campaign from? (You can choose more than 1 answer)
- | | |
|---|--|
| ☐ 1) Tourism Website | ☐ 6) Television, please specify..... |
| ☐ 2) Social media, please specify..... | ☐ 7) Radio, please specify..... |
| ☐ 3) Relatives / Friends | ☐ 8) Tourist agencies / Tour counters |
| ☐ 4) Publication such as magazine, newspaper,
Brochure, Poster etc. | ☐ 9) People |
| ☐ 5) Billboard | ☐ 10) Other, please specify |

Part III Satisfaction

15. Your opinion about travel and services in Thailand

Expected Level / Satisfaction Level

1 = Not at all satisfied 2 = Slight satisfied 3 = Moderate satisfied 4 = Very satisfied 5 = Extremely satisfied 0 = Not Application

Compare between Thailand and the last Country you visit

0 = equal 1 = Thailand is better 2 = Thailand is worse

Answer only you use or buy products or services

Travel Services	Expected Service					Satisfaction Level					0	Compare with		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
1) Immigration service														
1.1) convenience														
1.2) communication														
1.3) friendliness of workers														
1.4) efficiency														
1.5) overall Satisfaction of Immigration service														
2) Airport (please specify.....)														
2.1) signage														
2.2) cleanliness														
2.3) convenience														
2.4) availability of food														
2.5) availability of shopping														
2.6) friendliness of workers														
2.7) communication														
2.8) wifi / internet														
2.9) safety														
2.10) efficiency														
2.11) overall Satisfaction of Airport														

15. Your opinion about travel and services in Thailand (Continue)

Expected Level / Satisfaction Level

1 = Not at all satisfied 2 = Slight satisfied 3 = Moderate satisfied 4 = Very satisfied 5 = Extremely satisfied 0 = Not Application

Compare between Thailand and the last Country you visit

0 = equal 1 = Thailand is better 2 = Thailand is worse

Answer only you use or buy products or services

Travel Services	Expected Service					Satisfaction Level					0	Compare with		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
3) Transportation by bus, taxi, train, etc (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
3.1) accessibility														
3.2) cleanliness and comfort														
3.3) communication														
3.4) safety														
3.5) efficiency of service														
3.6) value for your money														
3.7) overall Satisfaction of transportation														
4) Accommodation (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
4.1) accessibility														
4.2) variety of choices														
4.3) facilities														
4.4) hygiene														
4.5) communication														
4.6) efficiency of service														
4.7) safety														
4.8) wifi / internet														
4.9) value for your money														
4.10) Overall Satisfaction of accommodation														
5) Restaurants (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
5.1) accessibility														
5.2) variety of choices														
5.3) hygiene														
5.4) quality and taste of the food														
5.5) communication														
5.6) efficiency of service														

15. Your opinion about travel and services in Thailand (Continue)

Expected Level / Satisfaction Level

1 = Not at all satisfied 2 = Slight satisfied 3 = Moderate satisfied 4 = Very satisfied 5 = Extremely satisfied 0 = Not Application

Compare between Thailand and the last Country you visit

0 = equal 1 = Thailand is better 2 = Thailand is worse

Answer only you use or buy products or services

Travel Services	Expected Service					Satisfaction Level					0	Compare with		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
5) Restaurants (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces) (continue)														
5.7) wifi / internet														
5.8) value for your money														
5.9) overall Satisfaction of restaurants														
6) Shopping (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
6.1) accessibility														
6.2) varieties of shopping places														
6.3) variety of merchandises														
6.4) quality of merchandises														
6.5) availability of local specialty items/goods														
6.6) communication														
6.7) efficiency of service														
6.8) safety														
6.9) wifi / internet														
6.10) value for your money														
4.11) overall Satisfaction of shopping														
7) Sea and Beach (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
7.1) accessibility														
7.2) variety of Choices														
7.3) interesting														
7.4) safety														
7.5) wifi / internet														
7.6) overall Satisfaction of destination														

15. Your opinion about travel and services in Thailand (Continue)

Expected Level / Satisfaction Level

1 = Not at all satisfied 2 = Slight satisfied 3 = Moderate satisfied 4 = Very satisfied 5 = Extremely satisfied 0 = Not Application

Compare between Thailand and the last Country you visit

0 = equal 1 = Thailand is better 2 = Thailand is worse

Answer only you use or buy products or services

Travel Services	Expected Service					Satisfaction Level					0	Compare with		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
8) Eco-Tourism (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
8.1) accessibility														
8.2) variety of Choices														
8.3) interesting														
8.4) safety														
8.5) wifi / internet														
8.6) overall Satisfaction of eco-Tourism														
9) Historical Sites (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
9.1) accessibility														
9.2) variety of Choices														
9.3) interesting														
9.4) safety														
9.5) wifi / internet														
9.6) overall Satisfaction of historical Sites														
10) Adventure (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
10.1) accessibility														
10.2) varieties of choices														
10.3) exciting														
10.4) communication														
10.5) efficiency of service														
10.6) safety														
10.7) value for your money														
10.8) overall Satisfaction of adventure														

15. Your opinion about travel and services in Thailand (Continue)

Expected Level / Satisfaction Level

1 = Not at all satisfied 2 = Slight satisfied 3 = Moderate satisfied 4 = Very satisfied 5 = Extremely satisfied 0 = Not Application

Compare between Thailand and the last Country you visit

0 = equal 1 = Thailand is better 2 = Thailand is worse

Answer only you use or buy products or services

Travel Services	Expected Service					Satisfaction Level					0	Compare with		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
11) Golf Courses (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
11.1) accessibility														
11.2) varieties of choices														
11.3) communication														
11.4) efficiency of service														
11.5) safety														
11.6) value for your money														
11.7) overall satisfaction of Golf courses														
12) Wellness (Spa/Tradition Massage/etc.) (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
12.1) accessibility														
12.2) variety of choices														
12.3) convenience (equipment and facilities)														
12.4) hygiene														
12.5) communication														
12.6) efficiency of service														
12.7) safety														
12.8) wifi / internet														
12.9) value for your money														
12.10) overall satisfaction of wellness														
13) Travel Agents (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
13.1) variety of choices														
13.2) communication														
13.3) efficiency of service														
13.4) value for your money														
13.5) overall satisfaction of travel Agents														

15. Your opinion about travel and services in Thailand (Continue)

Expected Level / Satisfaction Level

1 = Not at all satisfied 2 = Slight satisfied 3 = Moderate satisfied 4 = Very satisfied 5 = Extremely satisfied 0 = Not Application

Compare between Thailand and the last Country you visit

0 = equal 1 = Thailand is better 2 = Thailand is worse

Answer only you use or buy products or services

Travel Services	Expected Service					Satisfaction Level					0	Compare with		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
14) Public restrooms (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
14.1) availability														
14.2) hygiene														
14.3) overall satisfaction of public restrooms														
15) Tourist Information / Visitor center (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
15.1) accessibility														
15.2) efficiency of service														
15.3) helpfulness of information provided														
15.4) communication														
15.5) overall satisfaction of Tourist Information / Visitor center														
16) Guide (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
16.1) friendliness														
16.2) honesty														
16.3) communication														
16.4) knowledge														
16.5) overall satisfaction of guide														
17) People (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
17.1) friendliness														
17.2) honesty														
17.3) communication														
17.4) overall satisfaction of people														

15. Your opinion about travel and services in Thailand (Continue)

Expected Level / Satisfaction Level

1 = Not at all satisfied 2 = Slight satisfied 3 = Moderate satisfied 4 = Very satisfied 5 = Extremely satisfied 0 = Not Application

Compare between Thailand and the last Country you visit

0 = equal 1 = Thailand is better 2 = Thailand is worse

Answer only you use or buy products or services

Travel Services	Expected Service					Satisfaction Level					0	Compare with		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
18) Safety (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces)														
18.1) Installing CCTV in tourist attraction (crime prevention measure)														
18.2) Staff/volunteer services														
18.3) Safety information providing (warning signs)														
18.4) overall satisfaction of safety														
Overall Satisfaction of travel and Services during this trip														

16. The following makes you dissatisfaction.

Travel Services	Dissatisfaction
☐ 1) Immigration service	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 2) Airport	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 3) Transportation by bus, taxi, train	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 4) Accommodation	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 5) Restaurants	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 6) Shopping	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 7) Sea and Beach	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 8) Eco-Tourism	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 9) Historical site	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 10) Adventure	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 11) Golf Courses	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction

16. The following makes you dissatisfaction. (continue)

Travel Services	Dissatisfaction
☐ 12) Wellness (Spa / Tradition Massage / etc.)	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 13) Travel agents	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 14) Public restrooms	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 15) Tourist Information / Visitor center	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 16) Guide	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 17) People	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction
☐ 18) Safety	☐ 1) people ☐ 2) process ☐ 3) location ☐ 4) Other, please specify What makes you dissatisfaction

17. During your travel in Thailand, do you ever encounter any dishonesty of any service provider/any merchandizer of product/service?

☐ 1) No ☐ 2) Yes, please explain.....

18. Will you come back to Thailand in next 3 years?

☐ 1) Yes ☐ 2) Not sure ☐ 3) No, because.....

If you will come back to Thailand in the next 3 years, please provide your reasons (the most 3 important reasons)

- ☐ 1) Tourist Attractions ☐ 2) Adventure ☐ 3) Sport Activities ☐ 4) Shopping ☐ 5) Night Activities
☐ 6) Food ☐ 7) Medical / Health Service ☐ 8) Price / Promotion ☐ 9) Information Availability & Advertisement
☐ 10) Safety / Security ☐ 11) Authenticity (Local culture) ☐ 12) People Friendliness ☐ 13) Country Image
☐ 14) Discovery Thainess Campaign ☐ 15) Others, please specify

19. Problems that you had during the trip in Thailand

20. Recommendation(s) for further improvement on the following matters

- 1) Tourism destination.....
- 2) Tourism professional.....
- 3) Product/Services.....
- 4) Tourism management.....
- 5) Thainess.....
- 6) Others.....

21. Will you introduce your friend(s)/relative(s)/acquaintance(s) to travel to Thailand?

- ☐ 1) Yes, because.....
- ☐ 2) No, because.....

Part IV Personal information

22. Gender ☐ 1) Male ☐ 2) Female

23. Years of age

- ☐ 1) 15-24 ☐ 2) 25-34 ☐ 3) 35-44 ☐ 4) 45-54 ☐ 5) 55-64 ☐ 6) 65 and over

24. Occupation

- ☐ 1) Professional ☐ 2) Administrative and Managerial ☐ 3) Clerical, Salesmen and Commercial Personnel
- ☐ 4) Laborer, Daily worker and Service workers ☐ 5) Agricultural worker ☐ 6) Government and Military Personnel
- ☐ 7) Housewife / Unpaid Family Workers ☐ 8) Student and Children ☐ 9) Retired ☐ 10) Unemployed
- ☐ 11) Other (Please specify).....

25. Education

- ☐ 1) Under bachelor degree ☐ 2) Bachelor degree ☐ 3) Higher than bachelor degree

26. Annually income

- ☐ 1) Less than US\$ 20,000 ☐ 2) US\$ 20,000-40,000 ☐ 3) US\$ 40,001-60,000
- ☐ 4) US\$ 60,001-80,000 ☐ 5) US\$ 80,001 and above ☐ 6) No Income

Interviewee.....Date

*On behalf of the Office of Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sport,
we would like to thank you for your time and your great contribution*

Interviewer Date of interview

Supervisor.....