รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

โครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562





สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

โครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ
และสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
และชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562

ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

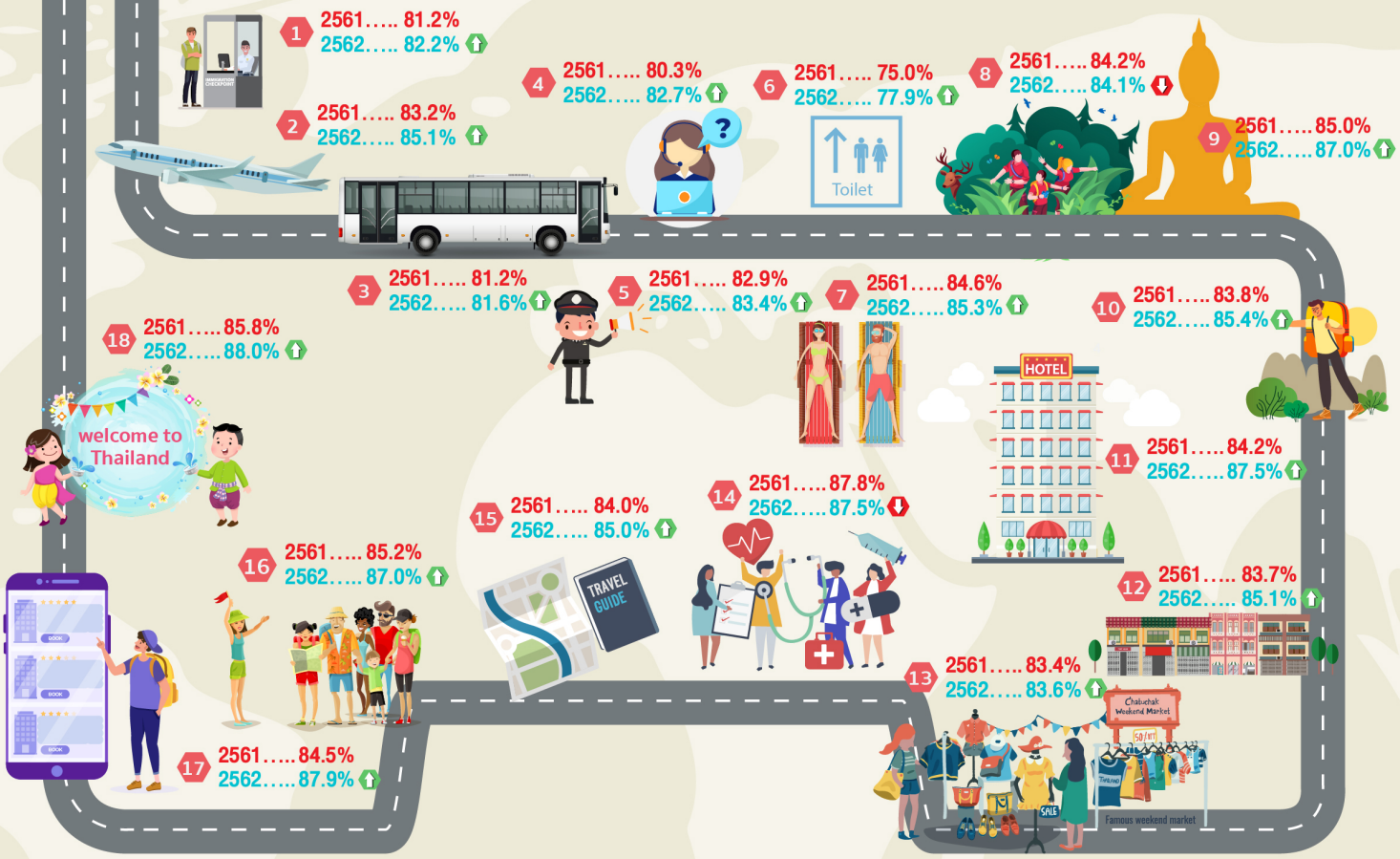
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ทำการสำรวจ **9,907 ราย**



ความพึงพอใจโดยรวม ปี'61 : 85.8% ⬆ **88.5%**

จังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรอง 17 แห่ง จำนวน 6,875 ราย

ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก 3,032 ราย



ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนที่จะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง | **65.8%**

1. บริการของด่านตรวจคนเข้าเมือง
2. การบริการสนามบิน
3. รถโดยสารสาธารณะ
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
5. ความปลอดภัย
6. ห้องน้ำสาธารณะ
7. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด
8. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
10. กิจกรรมผจญภัย
11. สถานที่พักแรม
12. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร
13. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก
14. บริการเชิงสุขภาพ
15. บริการนำเที่ยว
16. มัคคุเทศก์
17. การใช้งาน Tourist Application
18. ประชาชน

ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทย 5 อันดับแรก

1. แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว.....87.3%
2. ภาพลักษณ์ของประเทศไทย / คนไทย.....55.8%
3. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทย.....45.1%
4. ความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า.....29.9%
5. ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย.....19.1%

การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

กลุ่มแอปพลิเคชันสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง

Google (เช่น Map, Translate, Earth, Scholar) **55.8%**

กลุ่มแอปพลิเคชันเที่ยวกับการซื้อบริการต่างๆ

แอปพลิเคชันเที่ยวกับจองสถานที่พักแรม **30.3%**

กลุ่มแอปพลิเคชันให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ

แอปพลิเคชันเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สถานการณ์กิจกรรม **18.7%**

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแต่ละประเด็น ปี 2562

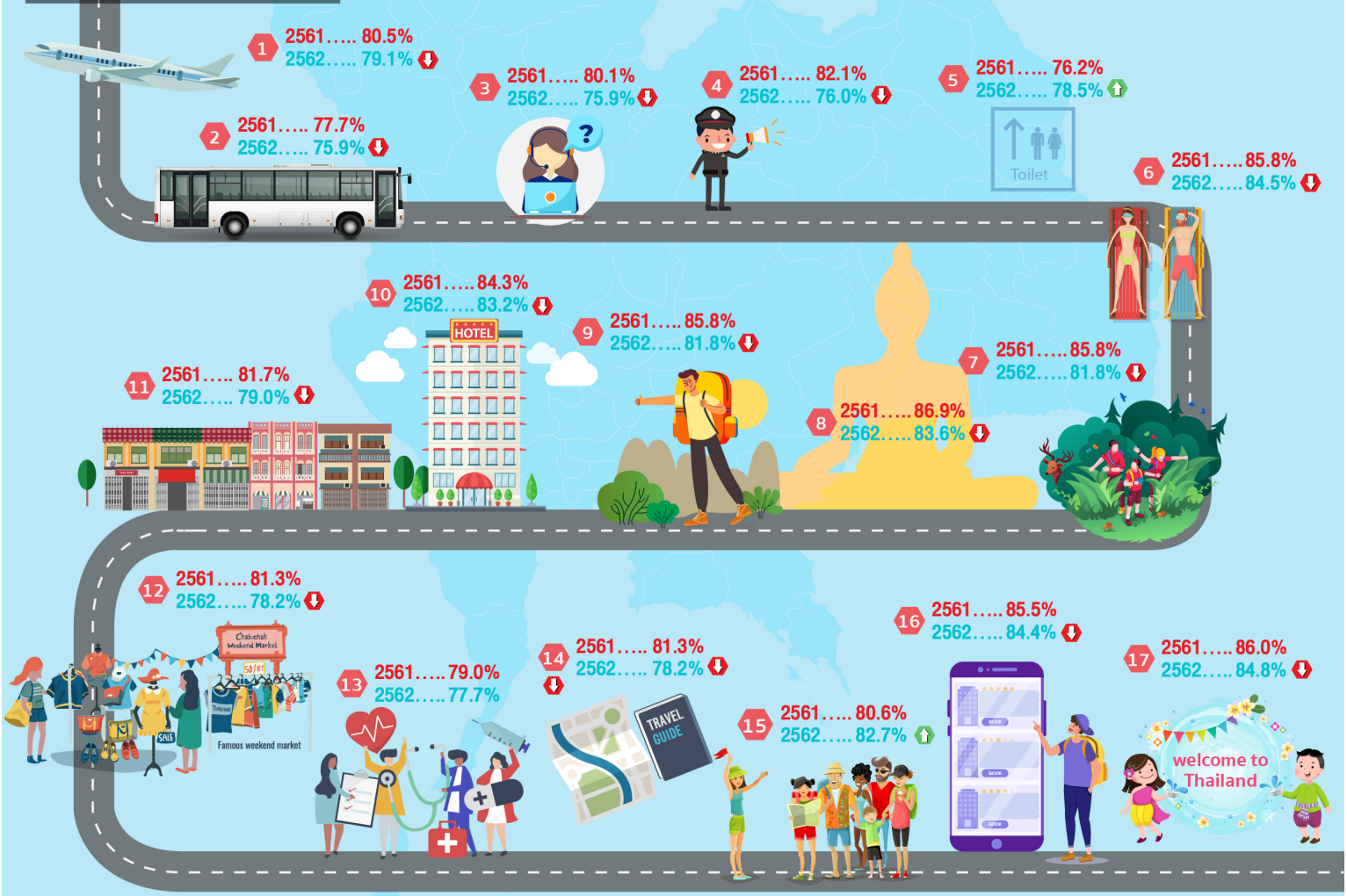
ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำการสำรวจ **10,527 ราย**

จังหวัดท่องเที่ยวหลัก 10 จังหวัด มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5,309 ราย

จังหวัดท่องเที่ยวรอง 24 จังหวัด มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5,218 ราย

ความพึงพอใจโดยรวม ปี '61 : 86.2% **83.9%**



1. การบริการสนามบิน
2. รถโดยสารสาธารณะ
3. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
4. ความปลอดภัย
5. ห้องน้ำสาธารณะ
6. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด
7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
9. กิจกรรมผจญภัย
10. สถานที่พักแรม
11. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร
12. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก
13. บริการเชิงสุขภาพ
14. บริการนำเที่ยว
15. มัคคุเทศก์
16. การใช้งาน Tourist Application
17. ประชาชน

ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทย 5 อันดับแรก

1. แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว.....94.3%
2. ความสะดวกสบายในการเดินทาง.....69.4%
3. ภาพลักษณ์ของจังหวัด.....29.0%
4. ความพร้อมของสาธารณูปโภคในจังหวัด.....26.6%
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....19.8%

การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

กลุ่มแอปพลิเคชันให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ

Facebook, Line, Skype, Whatsapp **52.0%**

กลุ่มแอปพลิเคชันสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง

Google (เช่น Map,Translate, Earth, Scholar) **50.6%**

กลุ่มแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการซื้อบริการต่างๆ

แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการจองสถานที่พักแรม **22.3%**

คำนำ

การจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปี 2557 ทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ดีขึ้นเป็นลำดับ โดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้นำข้อมูลที่ได้จากผลการสำรวจไปพัฒนาภายใต้ภาระกิจที่หน่วยงานนั้นๆ มีหน้าที่รับผิดชอบ นับได้ว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

การดำเนินงานจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สามารถสำเร็จลุล่วงด้วยดี จากความร่วมมือจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) รวมทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี คณะที่ปรึกษาขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลจากการสำรวจในครั้งนี้ หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นต่อไป

คณะที่ปรึกษา
ตุลาคม 2562

รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร
(Executive Summary Report)

1. ประเด็นที่สำคัญของรายงานผลการสำรวจ

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน 2 ลักษณะ คือ (1) พื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายจังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักจำนวน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี กระบี่ เชียงใหม่ สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย สามารถสำรวจได้จำนวน 5,474 ตัวอย่าง และจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง จำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ ตราด เพชรบุรี ระยอง พระนครศรีอยุธยา สุโขทัย และกาญจนบุรี สามารถสำรวจได้จำนวน 1,401 ตัวอย่าง รวมทุกจังหวัด 6,875 ตัวอย่าง และ (2) พื้นที่บริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากในลำดับที่ 1-6 ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา และด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย สามารถสำรวจได้จำนวน 3,032 ตัวอย่าง โดยดำเนินการสำรวจระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 รวมจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งสิ้น 9,907 ตัวอย่าง ผลการสำรวจโดยสรุปเป็นดังนี้

1.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อนในวันหยุดเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.6) โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 84.9 ในปี 2557 เป็น ร้อยละ 84.7 ร้อยละ 87.4 ร้อยละ 90.0 ร้อยละ 91.3 และร้อยละ 90.6 ในปี 2558 – ปี 2562 ตามลำดับ ซึ่ง 5 ปัจจัยหลักที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว, ภาพลักษณ์ของประเทศไทย / คนไทย, อาหาร, ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากสื่อที่หลากหลาย โดยมี 3 สื่อหลักๆ ที่เข้าถึงได้มาก ได้แก่ การแนะนำของญาติ / เพื่อน เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว และสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 62.0 ร้อยละ 58.3 และร้อยละ 32.2 ตามลำดับ) ทั้งนี้ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา การรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จาก ร้อยละ 14.7 ในปี 2559 เป็น ร้อยละ 18.5 ร้อยละ 21.6 และร้อยละ 32.2 ในปี 2560 – ปี 2562 ตามลำดับ แสดงถึงการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit) มีสัดส่วนมากกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) (ร้อยละ 58.4 ต่อ ร้อยละ 41.6) โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.4) จัดการเดินทางด้วยตนเอง เนื่องจากปัจจุบันมีแอปพลิเคชันต่างๆ ช่วยอำนวยความสะดวกทั้งด้านการจองตั๋ว

เครื่องบิน การจองสถานที่พัก การจองสถานที่ท่องเที่ยว และการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้บางส่วน (ร้อยละ 10.3) จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่สะดวกในการเดินทาง ส่วนที่เหลือ (ร้อยละ 26.3) จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.7) เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยประเทศเดียว ในขณะที่บางส่วน (ร้อยละ 19.3) เดินทางไปประเทศอื่นด้วย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคอาเซียนเนื่องจากความสะดวกในการเดินทางระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

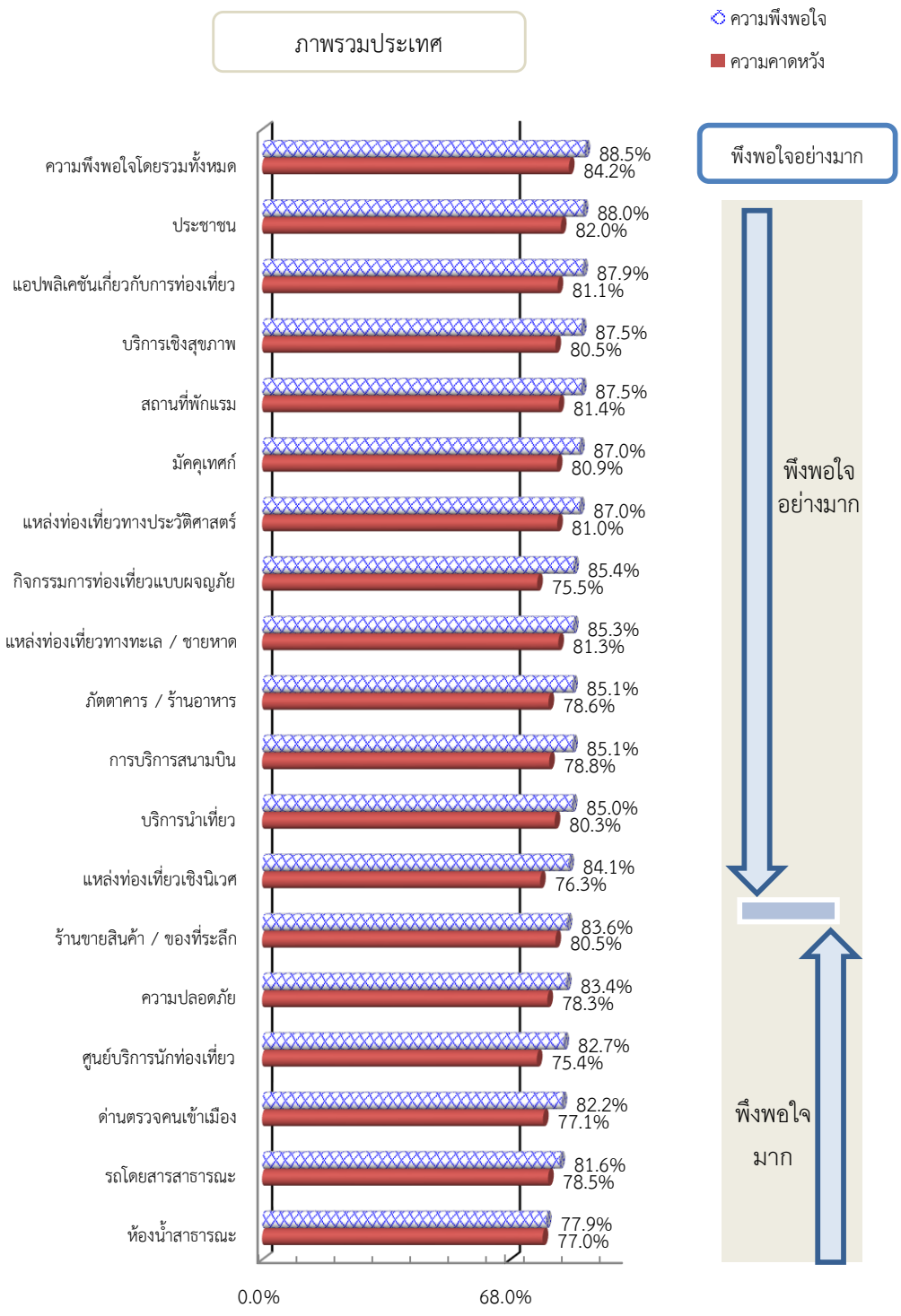
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีวันพักเฉลี่ยในประเทศไทยอยู่ที่ 8.67 วัน และในช่วง 5 ปีที่ผ่านมามีแนวโน้มลดลง จาก 14.87 วัน ในปี 2557 เป็น 12.40 วัน 12.18 วัน 11.15 วัน 11.05 วัน และ 8.67 วัน ในปี 2558 – ปี 2562 ตามลำดับ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย ซึ่งไม่สามารถหยุดพักได้ยาวนานเหมือนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 23,965.30 บาท ลดลงจากปี 2561 ซึ่ง อยู่ที่ 26,890.11 บาท/คน เนื่องจาก จำนวนวันพักเฉลี่ยลดลงประกอบกับการสำรวจครั้งนี้อยู่ในช่วง Low Season ทำให้มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าร่วมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การชิมอาหารไทย (ร้อยละ 92.7) การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุและศาสนา (ร้อยละ 84.5) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 70.4) การชมเมือง (ร้อยละ 64.7) และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 56.8)

1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวม

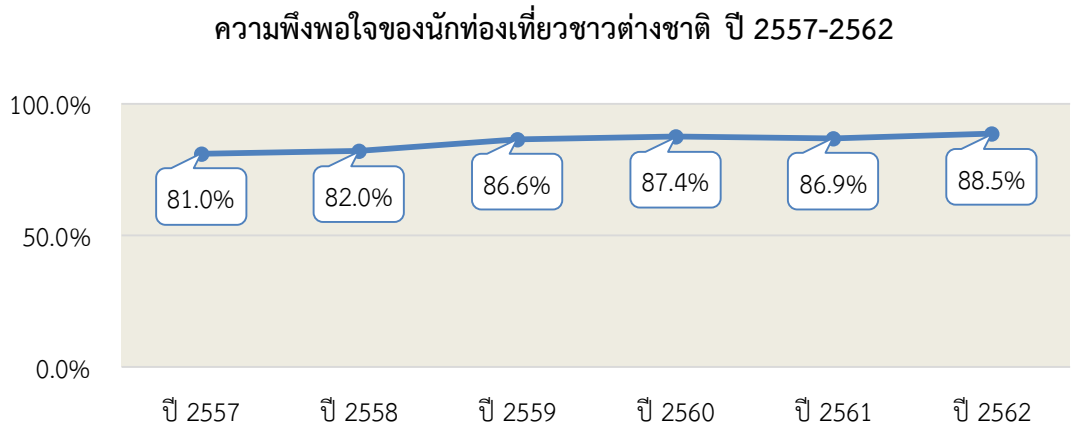
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.5) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 84.2) โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน (ร้อยละ 88.0) แอปพลิเคชันเกี่ยวด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.9) บริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 87.5) สถานที่พักแรม (ร้อยละ87.5) และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 87.0) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 77.9) บริการรถสาธารณะ (ร้อยละ 81.6) บริการตรวจคนเข้าเมือง (ร้อยละ 82.2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 82.7) และความปลอดภัย (ร้อยละ 83.4) (แผนภูมิที่ 1) นอกจากนี้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ความพึงพอใจในภาพรวมมีแนวโน้มสูงขึ้นจาก ร้อยละ 81.0 ในปี 2557 เป็น ร้อยละ 82.0 ร้อยละ 86.6 ร้อยละ 87.4 ร้อยละ 86.9 และ ร้อยละ 88.5 ในปี 2558 – ปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 2) แสดงถึงประเทศไทยได้มีการพัฒนาการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งนี้ผลการประเมินด้านห้องน้ำสาธารณะและบริการรถโดยสารสาธารณะ ทั้ง 2 ประเด็นได้รับความพึงพอใจต่ำสุดต่อเนื่องมาโดยตลอดทุกปี

แผนภูมิที่ 1 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 ในภาพรวม

ภาพรวมความคาดหวัง/ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่ประเมิน



แผนภูมิที่ 2 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวม ปี 2557-2562



1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของกลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit) และกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit) และกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจพบว่า กลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) (ร้อยละ 88.8 ต่อ ร้อยละ 88.0) โดยทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าโดยรวมยังมีความประทับใจ เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มไม่ได้มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการที่สูงมากนัก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทบริการพบว่าความพึงพอใจของกลุ่มที่มาครั้งแรกต่อแต่ละประเภทบริการสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำเป็นส่วนใหญ่

1.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามลักษณะการจัดการเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศนั้น มีความพึงพอใจในระดับอย่างมากทุกกลุ่ม เมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจของทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวและกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง (ร้อยละ 89.4 ต่อร้อยละ 89.3 ต่อ ร้อยละ 88.0 ตามลำดับ) โดย 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง ยกเว้นกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองที่ความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าการอำนวยความสะดวกของบริษัทนำเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการที่เหมาะสมกับราคา และมีการประสานงานล่วงหน้ากับผู้ให้บริการ รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการให้ในบางกรณี ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่ามีความสะดวก

จึงมีความพึงพอใจมากกว่า ในขณะที่กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องบริการด้วยตนเอง ต้องลองถูกลองผิด รวมทั้งต้องบริการตนเองทั้งหมดในทุกกระบวนการ ซึ่งอาจไม่ได้รับความสะดวกด้วยสาเหตุต่างๆ เช่น การรอคอย การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ เป็นต้น รวมทั้งประสบกับการบริการที่ไม่มีคุณภาพของผู้ประกอบการบางส่วน

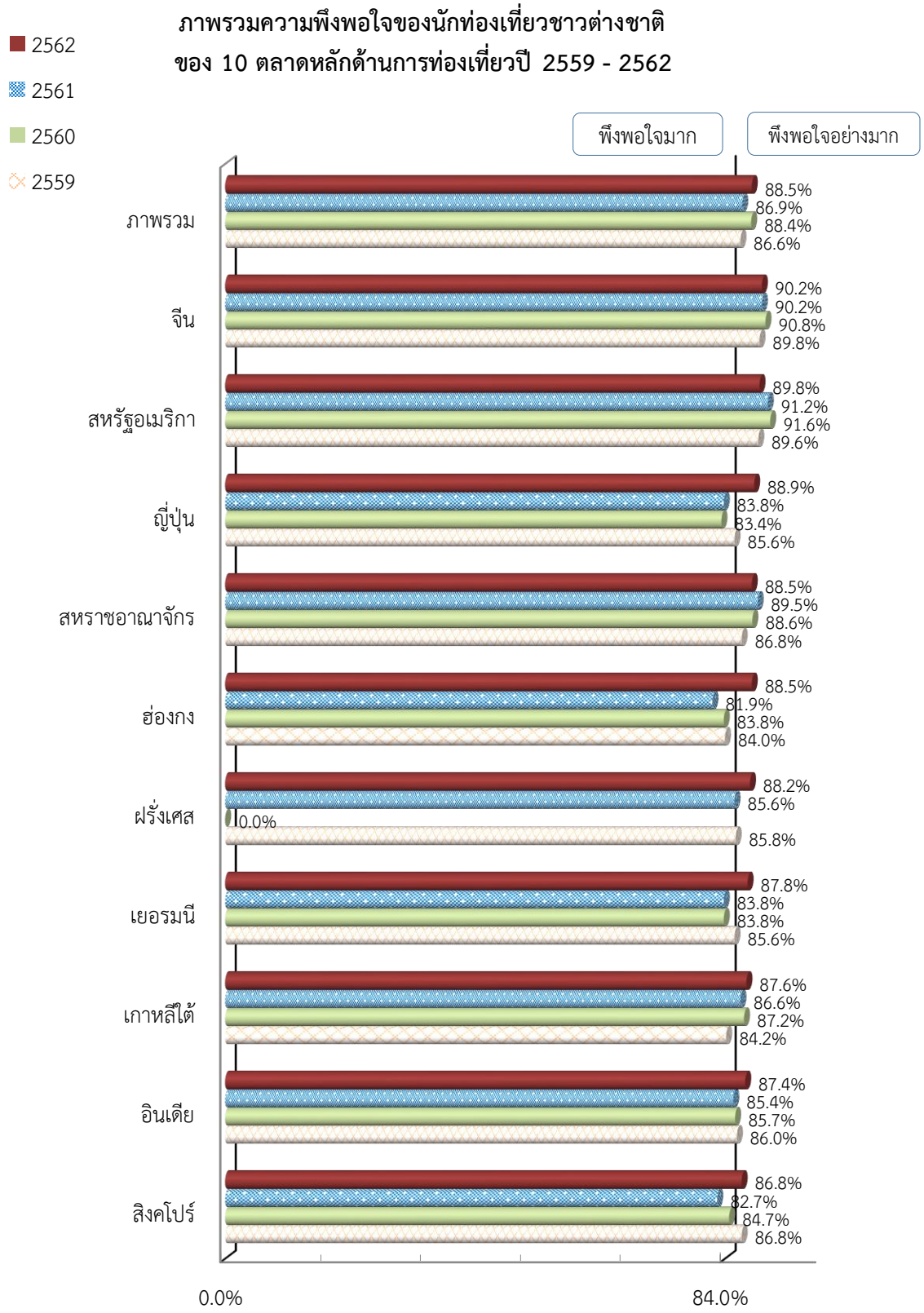
1.5 การกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.8) มีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ โดยจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกภายใน 3 ปีข้างหน้า และมีแนวโน้มทรงตัวจากร้อยละ 65.5 ในปี 2558 เป็น ร้อยละ 66.6 ร้อยละ 67.3 ร้อยละ 66.4 และร้อยละ 65.8 ในปี 2559 ถึงปี 2562 ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ดึงดูดให้กลับมา 3 อันดับแรกไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักจากปี 2559 ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว/ สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีหลากหลายและสวยงาม โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 48.4) อาหารซึ่งมีหลากหลายและเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ (ร้อยละ 41.5) และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 26.9) เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกซื้อได้หลากหลายทั้งประเภท Brand name และสินค้า OTOP ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมีห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้าหลายแห่งให้เลือกใช้บริการ

1.6 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกประเทศมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยมีนักท่องเที่ยวจากจีนมีความพอใจสูงสุด (ร้อยละ 90.2) สำหรับประเทศที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สิงคโปร์ (ร้อยละ 86.8) เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ (ร้อยละ 88.5) พบว่า มี 3 ประเทศที่มีความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น และ 5 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ ส่วนที่เหลืออีก 2 ประเทศ มีความพึงพอใจเท่ากับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ โดยมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำในประเด็นสำคัญที่ประเมิน ได้แก่ รถโดยสารสาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะ ทั้งนี้ทุกประเทศมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง (แผนภูมิที่ 3)

แผนภูมิที่ 3 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวในปี 2559 - 2562



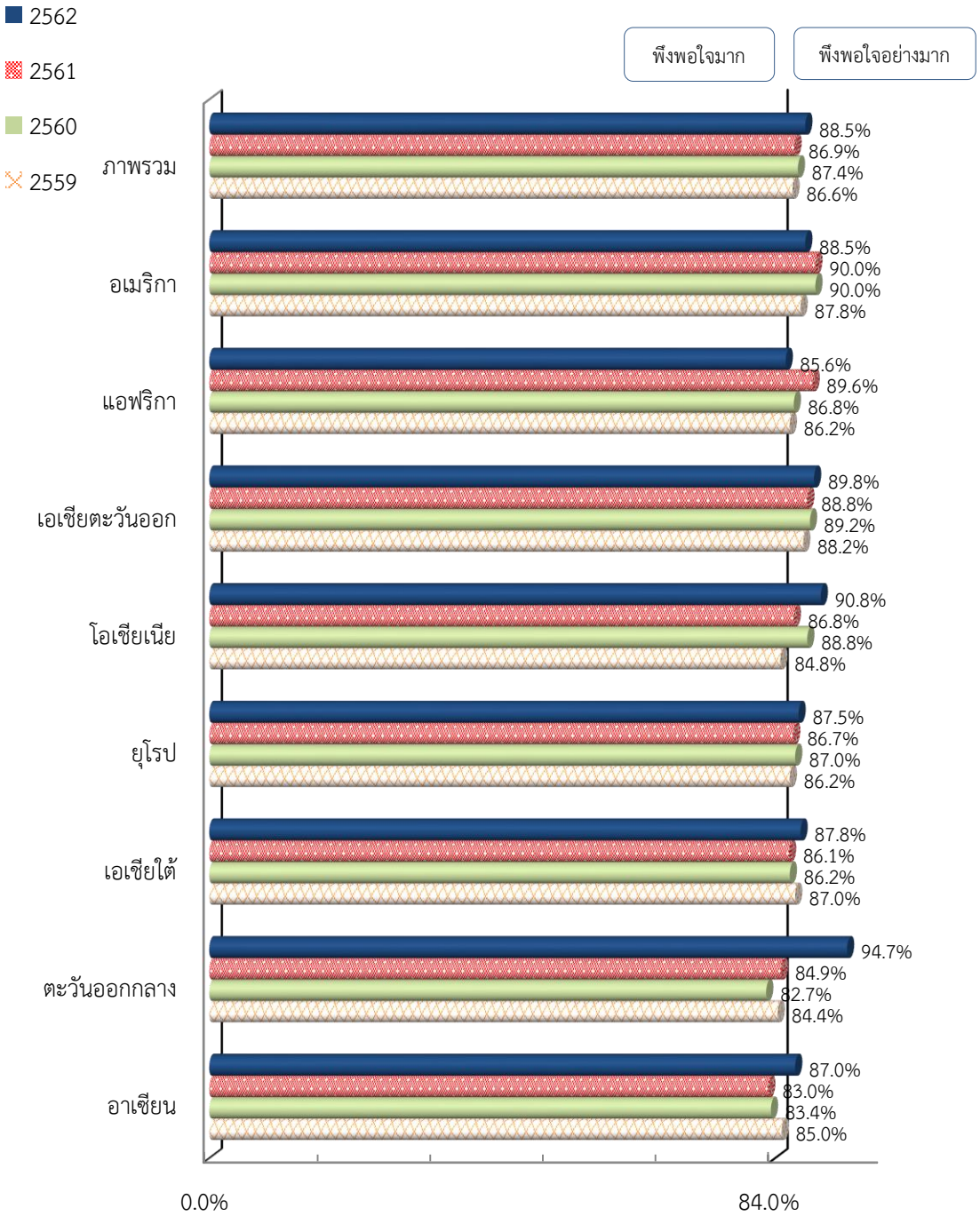
หมายเหตุ ประเทศฝรั่งเศสไม่ได้ประเมินในปี พ.ศ.2560

1.7 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในทุกภูมิภาคที่มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยภูมิภาคที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ตะวันออกกลาง (ร้อยละ 94.7) ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างสูง รองลงมาเป็น โอเชียเนีย (ร้อยละ 90.8) และเมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ (ร้อยละ 88.5) พบว่า มี 4 ภูมิภาค ที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความพึงพอใจเฉลี่ยของประเทศ ทั้งนี้ภูมิภาคอาเซียนซึ่งเป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดแต่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ (แผนภูมิที่ 4) โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากคะแนนความพึงพอใจของประเทศที่เป็นตลาดหลักในภูมิภาคนี้ได้แก่ มาเลเซียและสิงคโปร์ที่มีคะแนนความพึงพอใจในทุกประเด็นที่ประเมินค่อนข้างต่ำโดยเฉพาะในเรื่องของการบริการของด่านตรวจคนเข้าเมือง การบริการสนามบิน การบริการรถโดยสารสาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะ

แผนภูมิที่ 4 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว ปี 2559 - 2562

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ใน 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวปี 2559 - 2562

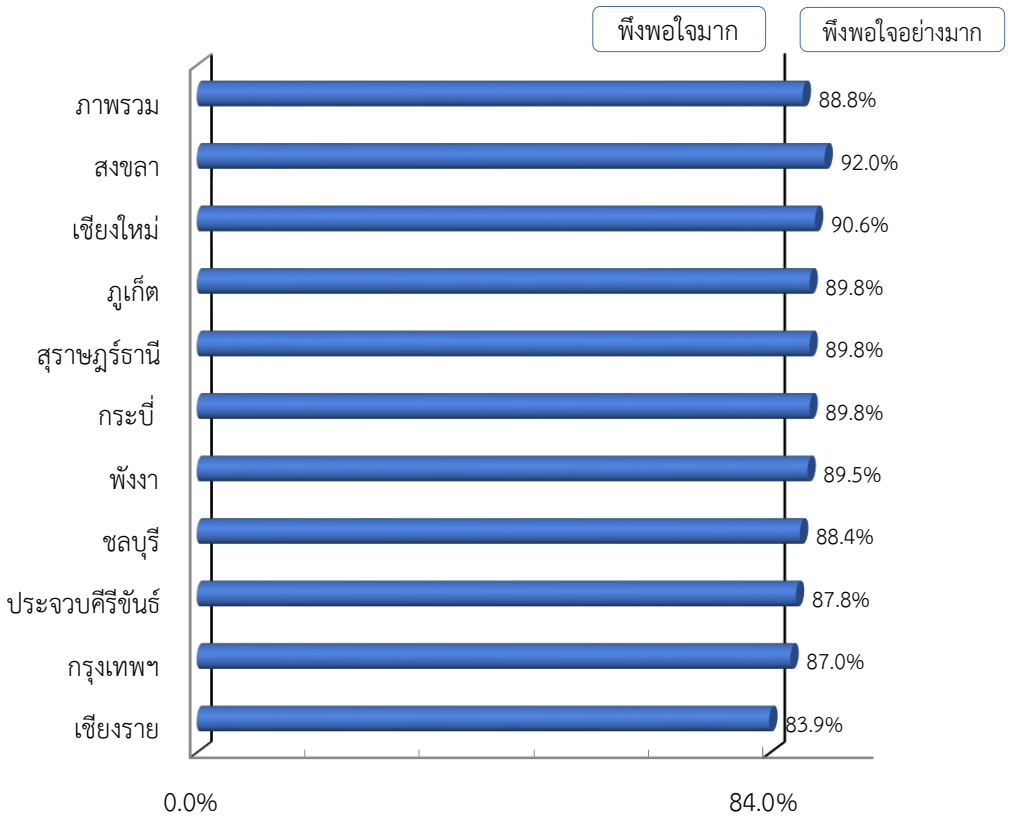


1.8 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย พบว่า มี 9 จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สงขลา (ร้อยละ 92.0) เชียงใหม่ (ร้อยละ 90.6) และกระบี่/สุราษฎร์ธานี/ภูเก็ต (ร้อยละ 89.8 เท่ากัน) ในขณะที่จังหวัดที่ความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ เชียงราย (ร้อยละ 83.9) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 87.0) และประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 87.8) โดยประเด็นที่แต่ละจังหวัดได้รับความพึงพอใจสูงสุดเหมือนๆ กัน เช่น ประชาชน แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่พักแรม บริการเชิงสุขภาพ เป็นต้น ในขณะที่ประเด็นที่แต่ละจังหวัดได้รับความพึงพอใจต่ำสุดเหมือนๆ กัน เช่น ห้องน้ำสาธารณะ บริการรถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย เป็นต้น (แผนภูมิที่ 5)

แผนภูมิที่ 5 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

ภาพรวมความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

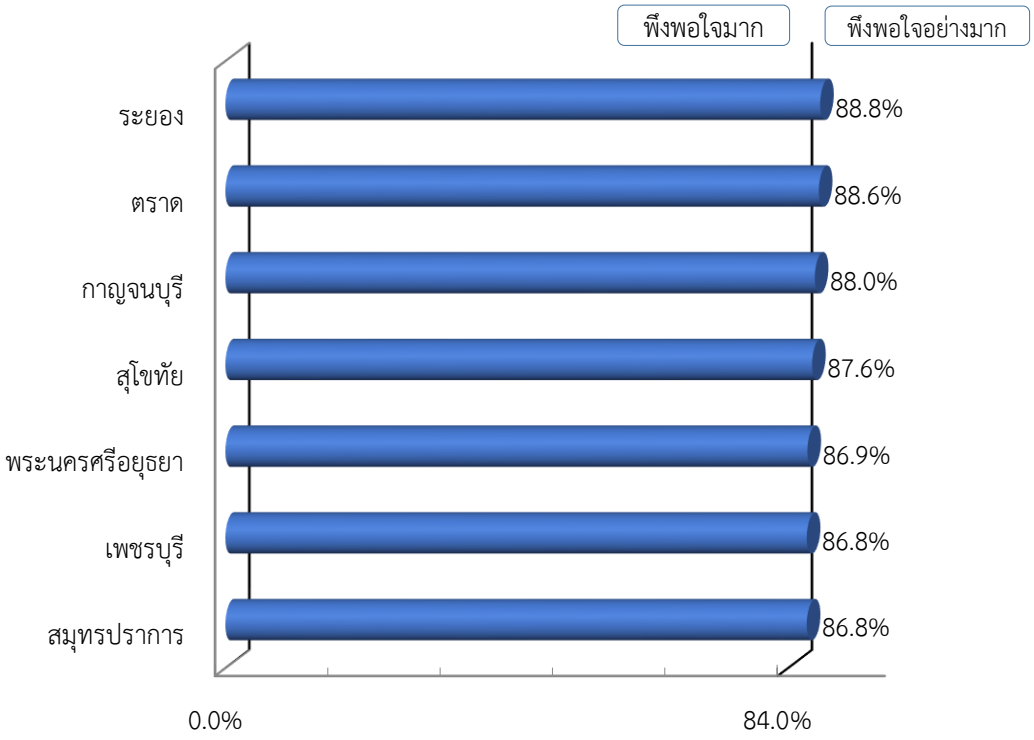


1.9 ความพึงพอใจในภาพรวมของ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง ได้แก่ สมุทรปราการ ตราด เพชรบุรี ระยอง พระนครศรีอยุธยา สุโขทัย และกาญจนบุรี พบว่า ทุกจังหวัดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ระยอง (ร้อยละ 88.8) ตราด (ร้อยละ 88.6) และกาญจนบุรี (ร้อยละ 88.0) ในขณะที่จังหวัดที่มีความพึงพอใจน้อยสุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ สมุทรปราการ (ร้อยละ 86.8) เพชรบุรี (ร้อยละ 86.8) และพระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 86.9) (แผนภูมิที่ 6)

แผนภูมิที่ 6 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวมของ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

ภาพรวมความพึงพอใจในภาพรวมของ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง



2. สรุปผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 2 ลักษณะ คือ (1) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักจำนวน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ชลบุรี ระยอง เพชรบุรี ภูเก็ต สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ และกาญจนบุรี สามารถสำรวจได้จำนวน 5,309 ตัวอย่าง และ (2) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง จำนวน 24 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น นครศรีธรรมราช เชียงราย อุดรธานี เพชรบูรณ์ สุราษฎร์ธานี กระบี่ พิษณุโลก อุบลราชธานี ตาก นครนายก สระบุรี จันทบุรี พระนครศรีอยุธยา นครปฐม หนองคาย เลย ลพบุรี ตราด ชุมพร นครสวรรค์ ตรัง สุพรรณบุรี และบุรีรัมย์ สามารถสำรวจได้จำนวน 5,218 ตัวอย่าง ดำเนินการสำรวจระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม ถึงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2562 รวมจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งสิ้น 10,533 ราย ผลการสำรวจโดยสรุปเป็น ดังนี้

2.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ย ปีละ 5.5 ครั้ง และมีวันพักเฉลี่ย ครั้งละ 3.2 วัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนในวันหยุดเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.9) ซึ่ง 5 ปัจจัยหลักที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกจังหวัดในการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 94.3) ความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 69.4) ภาพลักษณ์ของจังหวัด (ร้อยละ 29.0) ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในจังหวัด (ร้อยละ 26.6) และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 19.8)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากสื่อที่หลากหลาย โดยมี 2 สื่อหลักๆที่เข้าถึงได้มาก คือ จากการบอกเล่าแนะนำของเพื่อนและเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว / สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 51.8 และร้อยละ 46.1 ตามลำดับ) แสดงถึงการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.9) จัดการเดินทางด้วยตนเองและบางส่วน (ร้อยละ 4.1) จัดการเดินทางด้วยตัวเองและใช้บริการบางส่วนจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.0) ที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว โดยกิจกรรมที่เข้าร่วมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานโบราณวัตถุ และศาสนา (ร้อยละ 77.4) การชิมอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 69.7) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 59.3) การชมเมือง (ร้อยละ 53.7) และสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต และ(ร้อยละ 38.3) ซึ่งในการท่องเที่ยวครั้งนี้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 3,667.43 บาทต่อทริป

2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.9) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 83.1) โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน (ร้อยละ 84.8)

แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด (ร้อยละ 84.7) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 84.4) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 83.6) และสถานที่พักแรม (ร้อยละ 83.2) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 72.3) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.9) บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 75.9) ความปลอดภัย (ร้อยละ 76.0) และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 77.7) ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ประเด็นด้านห้องน้ำสาธารณะและบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ ได้รับความพึงพอใจต่ำ ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

จากผลการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับสูงและมีแนวโน้มดีขึ้น อย่างไรก็ตามพบว่ามีบริการด้านการท่องเที่ยวหลายรายการที่มีความพึงพอใจต่ำและเป็นต่อเนื่องหลายปี และในส่วนของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ผลการประเมินความพึงพอใจสูง หากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่ายังมีประเด็นที่จะต้องพัฒนาให้ดีขึ้น ดังนั้น แนวทางการดำเนินการที่สำคัญคือการรักษาระดับคุณภาพบริการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูง และปรับปรุงประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำให้ดีขึ้น เพื่อให้ระดับความพึงพอใจสูงยิ่งขึ้นอีก สำหรับในส่วนที่ความพึงพอใจต่ำอย่างต่อเนื่องจำเป็นที่จะต้องบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการกำหนดเป็น KPI ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้วย สำหรับแนวทางการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวมีรายละเอียดดังนี้

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
นโยบาย		
1. กำหนดให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็น KPI ของจังหวัด		
2. กำหนดให้ความพึงพอใจในบริการด้านการท่องเที่ยวแต่ละประเภท เป็น KPI ของหน่วยงานหลักที่มีภาระกิจเกี่ยวข้องกับบริการนั้นๆ		
3. ยกระดับมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวในเมืองรองด้านการท่องเที่ยวทุกจังหวัด		
มาตรการระยะสั้น (ควรดำเนินการภายในระยะเวลา 1 ปี)		
1. ห้องน้ำสาธารณะ	- ควรมีการบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้มาตรฐาน IBC - ให้ผู้ประกอบการเข้าไปบริหารการให้บริการห้องน้ำสาธารณะ เพื่อจะมีผู้ดูแลเรื่องความสะอาด โดยให้ได้ส่วนแบ่งรายได้จากค่าใช้บริการ	- กรมการท่องเที่ยว - กรมอนามัย - กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น / องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) - กระทรวงมหาดไทย / ทุกจังหวัด) - กรุงเทพมหานคร - พัทยา

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	- ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการประเมินห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว โดยพัฒนาระบบ Application สำหรับติดตามประเมินผล	- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช - กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง - กรมศิลปากร - กรมการศาสนา - กรมการขนส่งทางบก - องค์การสวนสัตว์ - บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) - กรมท่าอากาศยาน - บริษัท ขนส่ง จำกัด - รถไฟฟ้า บีทีเอส - การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย - การรถไฟแห่งประเทศไทย
2. รถโดยสารสาธารณะ	- จัดระเบียบรถโดยสาร เพื่อป้องกันความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และควรกำหนดมาตรฐานราคาค่าโดยสารรถสาธารณะ เช่น ตุ๊กตุ๊ก รถจักรยานยนต์รับจ้าง รถสองแถว และกำหนดบทลงโทษให้หนักหากมีการฝ่าฝืน - ตรวจจับและจัดระเบียบมัคคุเทศก์เถื่อน ในรูปแบบรถโดยสาร รถสองแถว (ทั่วประเทศ) - ควรจัดฝึกอบรมผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะทั้งคนขับรถและพนักงานบริการประจำรถให้รู้จักวิธีการให้บริการ รวมทั้งฝึกการใช้ภาษาอังกฤษ อย่างต่อเนื่อง - ควรจัดกิจกรรมรณรงค์สร้างจิตสำนึกความเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่คนขับรถโดยสารสาธารณะ	- กระทรวงคมนาคม - กรมการขนส่งทางบก - สำนักงานตำรวจแห่งชาติ - กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว - บริษัท ขนส่ง จำกัด - รถไฟฟ้า บีทีเอส - การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย - องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ - การรถไฟแห่งประเทศไทย

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	- ควรจัดกิจกรรมตรวจสภาพความพร้อมของรถโดยสารสาธารณะที่บริการนักท่องเที่ยว ในช่วงฤดูการท่องเที่ยว	
3. บริการตรวจคนเข้าเมือง	- ควรเพิ่มช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยแล้ว (Revisit) - ควรให้เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม แจ่มใส เพื่อสร้างความประทับใจมากขึ้นในด่านแรกที่เข้าสู่ประเทศไทย - ควรจัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศที่สำคัญๆ เช่น ภาษาจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น ให้กับเจ้าหน้าที่เพิ่มเติม - ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เช่น วันสงกรานต์ วันตรุษจีน วันคริสต์มาส ควรให้เจ้าหน้าที่ แต่งชุดตามเทศกาลนั้นๆ เพื่อสร้างบรรยากาศ การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล	- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง - กระทรวงการต่างประเทศ - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	- ควรอบรมเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวประเทศต่างๆ - ควรเพิ่มจำนวนป้ายบอกทางไปศูนย์บริการท่องเที่ยวให้มากขึ้น - ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้พื้นฐานด้านภาษาอังกฤษ และควรมีความรู้ภาษาจีน หรือภาษาอื่นๆ ตามความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยว	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สำนักงานจังหวัด - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
5. ความปลอดภัย	- แหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว - ควรจัดให้มีเครือข่ายอาสาสมัครช่วยเหลือและดูแลความปลอดภัย	- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ - กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ทั่วประเทศ	- กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว - กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช - กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง - หน่วยงานดูแลรับผิดชอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
6. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	- ส่งเสริมให้ใช้ระบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว - ส่งเสริมให้ตระหนักถึงความซื่อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยว ไม่เอารัดเอาเปรียบ ไม่ขายเกินราคา ไม่นำของไม่มีคุณภาพมาจำหน่าย	- กระทรวงพาณิชย์ - กรมพัฒนาชุมชน - สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม - กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว - สมาคมของขวัญของชำร่วยไทยและของตกแต่งบ้าน - สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ
7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	- ควรทำป้ายให้คำแนะนำในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช - กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
8. บริการนำเที่ยว	- ควรให้บริการโดยเน้นคุณภาพ สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่เอารัดเอาเปรียบหรือมุ่งแสวงหากำไรจากนักท่องเที่ยว - ควรหาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละประเทศ - ควรให้ข้อแนะนำเกี่ยวกับการเที่ยวอย่างปลอดภัย คอยให้คำแนะนำ/เตือน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตราย	- กรมการท่องเที่ยว - สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ - สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย - สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว - สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวไทย

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
9. สนามบิน	- ควรเพิ่มร้านจำหน่ายอาหารให้มีความหลากหลายตามศาสนาต่างๆ - ควรปรับปรุงระบบ wifi ให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ควรเพิ่มจุดสำหรับบริการชาร์จแบตเตอรี่มือถือให้มากขึ้น - ควรเพิ่มร้านจำหน่ายสินค้า / ของที่ระลึกให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย - ควรจัดมุมสำหรับให้นั่งพักผ่อนในช่วงรอขึ้นเครื่องบิน และเพิ่มที่นั่งรอให้มากขึ้น - ควรจัดฝึกอบรมด้านภาษาต่างประเทศที่สำคัญเพิ่มเติมนอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาจีน เป็นต้น ให้กับเจ้าหน้าที่ต่างๆ - ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยการใช้เครื่องอัตโนมัติต่างๆ	- กรมท่าอากาศยาน - บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) - กระทรวงคมนาคม
10. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	- ส่งเสริมให้ภัตตาคาร / ร้านอาหารทุกแห่งโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการ wifi ที่มีประสิทธิภาพ - ควรตรวจสอบควบคุมดูแลภัตตาคาร/ ร้านอาหารให้มีความสะอาดถูกสุขลักษณะและมีคุณภาพ - ควรตรวจสอบควบคุมให้ภัตตาคาร/ ร้านอาหารทุกแห่งติดป้ายแสดงราคาค่าอาหาร และไม่ให้ตั้งราคาที่สูงเกินความเป็นจริงกับนักท่องเที่ยว - ส่งเสริมให้ภัตตาคาร / ร้านอาหารปรับปรุงสถานที่และสภาพแวดล้อมให้สวยงามและเป็นระเบียบ สะอาดถูกสุขลักษณะ - ควรจัดทำรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน	- กระทรวงสาธารณสุข - กระทรวงพาณิชย์ - กรมการท่องเที่ยว - กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน - สมาคมภัตตาคารไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	- ส่งเสริมให้ดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในช่วงระหว่างที่ลูกค้ามาใช้บริการมากๆ - ควรมีมาตรการส่งเสริมและพัฒนาร้าน Street food ให้สะอาด ถูกสุขลักษณะ ทั้งร้านค้า อุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ การแต่งกาย เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ Street food โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ทั่วประเทศ	
11. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	- จัดทำเครื่องหมายเตือนอันตรายให้สามารถเห็นอย่างชัดเจนและมีคำเตือนเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาอื่นๆ และหากเป็นไปได้ควรทำรั้วหรือสิ่งกีดขวางไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใกล้จุดอันตราย - ควรมีหน่วยกู้ภัยชายฝั่งที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้ความช่วยเหลือกรณีมีอุบัติเหตุทางทะเลในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ - ควรจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการขึ้นไปท่องเที่ยวตามเกาะต่างๆ ไม่ให้มากเกินกว่าที่จะรองรับได้ และควรคำนึงถึงการไม่ให้แออัดจนกระทั่งทำลายความสงบและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว - ควรปิดแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่กำลังทรุดโทรม เพื่อฟื้นฟูสภาพให้อยู่ในสภาพเดิม - รณรงค์ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวและร้านค้าร่วมกันดูแลความสะอาดของชายหาดและแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล	- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม - กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช - กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง - กรมเจ้าท่า

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
12. กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย	- ควรมีระบบควบคุมมาตรฐานความปลอดภัย และตรวจประเมินเป็นประจำเพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว - ควรมีการจัดอบรมให้พนักงานมีความรู้ภาษาต่างประเทศ เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำการใช้บริการอย่างถูกต้องและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว - ควรจัดทำป้ายคำเตือนถึงอันตรายและป้ายแนะนำการใช้บริการเป็นภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ	- กระทรวงมหาดไทย - กรมการท่องเที่ยว - กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว - สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย
13. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	- ควรจัดระเบียบในการเข้าชมตามสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ต่างๆ - ควรจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้สามารถอธิบายประวัติความเป็นมาของแต่ละสถานที่ได้ถูกต้อง - ควรส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอธิบายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว - ควรจัดทำระบบการชมแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง	- กระทรวงวัฒนธรรม - กรมการท่องเที่ยว - สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย - สมาพันธ์มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
14. สถานพักแรม	- ส่งเสริมให้สถานพักแรมทุกแห่งโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการให้บริการ wifi ที่มีประสิทธิภาพ - ควรจัดฝึกอบรมพนักงานให้สามารถใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาอื่นๆ - ควรตรวจสอบความปลอดภัยของสถานพักแรม โดยเฉพาะขนาดเล็กที่ไม่ได้มาตรฐานหรือบ้านพักที่นำมาให้บริการนักท่องเที่ยว - ควรควบคุมราคาค่าที่พักในช่วงวันหยุดยาวและเทศกาลให้มีความเหมาะสม	- กระทรวงมหาดไทย - สมาคมโรงแรมไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
15. บริการเชิงสุขภาพ	- ควรควบคุมดูแลสถานบริการสุขภาพให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติสถานบริการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 - ส่งเสริมพัฒนาสถานบริการสุขภาพให้พัฒนามาตรฐานบริการและให้เป็นไปตามกฎหมาย - ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรสถานบริการสุขภาพในด้านการนวดและการใช้ภาษาต่างประเทศ - ส่งเสริมให้สถานบริการสุขภาพอธิบายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประโยชน์จากบริการสุขภาพที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ - ควรกำหนดให้สถานบริการสุขภาพติดป้ายคำเตือนอันตรายสำหรับผู้ป่วยบางประเภทที่มาใช้บริการและควรมีกระบวนการคัดกรองเพื่อป้องกันการเกิดอันตราย - ส่งเสริมให้สถานบริการให้บริการ wifi ที่มีประสิทธิภาพ - ส่งเสริมให้ดูแลรักษาความสะอาดห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ	- กระทรวงสาธารณสุข - กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ - กรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก - สมาคมสปาไทย - สมาคมโรงแรมไทย
16. มัคคุเทศก์	- ควรพัฒนาและเพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ให้มีความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น รวมทั้งฝึกอบรมภาษาต่างประเทศที่จำเป็น	- กรมการท่องเที่ยว - สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย - สมาพันธ์มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย - มหาวิทยาลัย
17. ประชาชน	- ควรรณรงค์การเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับคนไทย เพื่อให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนด้วยมิตรไมตรีและให้ความช่วยเหลือในกรณีจำเป็น	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
มาตรการระยะกลาง (ควรดำเนินการภายในระยะเวลา 3 ปี)		
1. ห้องน้ำสาธารณะ	- ควรเพิ่มจำนวนห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว - ควรให้ทุกจังหวัดจัดการให้ห้องน้ำสาธารณะเป็นวาระของจังหวัดในการปรับปรุงพัฒนาให้ได้มาตรฐาน - ผลักดันเรื่องห้องน้ำเป็น KPI หลักของทุกจังหวัด	- กรมการท่องเที่ยว - กรมอนามัย - กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น / องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) - กระทรวงมหาดไทย / ทุกจังหวัด) - กรุงเทพมหานคร - พัทยา - กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช - กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง - กรมศิลปากร - กรมการศาสนา - กรมการขนส่งทางบก - องค์การสวนสัตว์ - บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) - กรมท่าอากาศยาน - บริษัท ขนส่ง จำกัด - รถไฟฟ้า บีทีเอส - การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย - การรถไฟแห่งประเทศไทย
2. รถโดยสารสาธารณะ	- ปรับปรุงการเชื่อมต่อรถโดยสารสาธารณะแต่ละประเภท และพัฒนาจุดขึ้นลงสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้พิการที่ต้องใช้ทางลาดและ Wheelchair - ควรจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะในแต่ละจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก - ควรจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับให้ผู้ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะสามารถร้องเรียน ตรวจสอบค่าโดยสาร	- กระทรวงคมนาคม - กรมการขนส่งทางบก - สำนักงานตำรวจแห่งชาติ - กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว - บริษัท ขนส่ง จำกัด - รถไฟฟ้า บีทีเอส - การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย - องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ - การรถไฟแห่งประเทศไทย

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. บริการตรวจคนเข้าเมือง	- ควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะในด่านที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก	- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง - กระทรวงการต่างประเทศ - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	- ควรเพิ่มจำนวนศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ให้ครบทุกพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ - ควรจัดทำระบบฐานข้อมูลสำหรับอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว - ควรจัดทำแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวสามารถช่วยเหลือตนเองในเบื้องต้น ขอความช่วยเหลือ ร้องเรียน ติดตามผลการร้องเรียน เป็นต้น	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สำนักงานจังหวัด - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
5. ความปลอดภัย	- ควรมีป้าย สัญญาณไฟ เพื่อเตือนจุดอันตรายในแหล่งท่องเที่ยว โดยป้ายควรมีหลากหลายภาษา รวมทั้งอาจทำเป็นเสียงเตือนเป็นอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ - ควรทำแอปพลิเคชันเพื่อให้สามารถแจ้งเตือนอันตรายและขอความช่วยเหลือเมื่อประสบอันตราย	- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ - กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว - กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว - กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช - กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง - หน่วยงานดูแลรับผิดชอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
6. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	- ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไทยร่วมกันจัดทำแอปพลิเคชันบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจองสถานพักแรม เป็นต้น เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวไทยและในภูมิภาคอาเซียน - จัดทำ Application Visit Thailand เพื่อรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการ ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกและใช้	- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การบริการ	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	ในการสื่อสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว/ บริการท่องเที่ยวไทยไปยัง นักท่องเที่ยวทั่วโลก	

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 บทนำ **1-1 - 1-9**

1. หลักการและเหตุผล 1-1
2. วัตถุประสงค์ 1-2
3. ขอบเขตการดำเนินงานของที่ปรึกษา 1-2
4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1-5
5. ผลงานที่จะส่งมอบ 1-5
6. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ 1-7

บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง **2-1 – 2-58**

1. องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 2-1
2. กฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 2-3
3. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว 2-5
   - 3.1 การจัดทำมาตรฐานต่างๆ 2-5
   - 3.2 การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว 2-8
   - 3.3 การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว 2-10
   - 3.4 กิจกรรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 2-10
   - 3.5 โครงการ 1155 ตำรวจท่องเที่ยวเต็มใจให้บริการ 2-11
   - 3.6 การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) 2-11
   - 3.7 การพัฒนาสนามบิน 2-12
   - 3.8 การพัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมือง 2-12
4. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) 2-12
5. การจัดอันดับประเทศอันตรายสำหรับการท่องเที่ยว 2-19
6. การสำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยวในประเทศไทย 2-20
7. การดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ในปี พ.ศ. 2561 2-28
   - 7.1 ด้านห้องน้ำสาธารณะ 2-28
   - 7.2 ด้านสนามบิน 2-28
   - 7.3 ด้านมัคคุเทศก์ 2-29
   - 7.4 ผลการดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปี พ.ศ. 2561 2-29
   - 7.5 ผลการดำเนินงานของกรมการขนส่งทางบก ในปี พ.ศ. 2561 2-31
   - 7.6 การให้บริการตรวจคนเข้าเมือง 2-35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)	**2-1 – 2-58**
8. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	2-36
8.1 ความพึงพอใจและการให้บริการ	2-36
8.2 แนวคิดการจัดทำตัวชี้วัดและดัชนี	2-44
8.3 การจัดทำตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยว	2-53
9. นิยามศัพท์ทางการท่องเที่ยว	2-58
บทที่ 3 แผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	**3-1 – 3-14**
1. การกำหนดขนาดตัวอย่าง	3-1
2. จัดทำแผนการสำรวจ และแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-2
2.1 จัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมคู่มือการสำรวจ	3-2
2.2 จัดทำแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-2
3. สำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-4
4. สำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-6
4.1 สำรวจจากจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรอง	3-6
4.2 สำรวจด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3-8
5. จัดทำรายงานผลการสำรวจร้อยละความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ (Revisit) เพื่อตอบตัวชี้วัดตามคำรับรอง การปฏิบัติราชการของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 รอบ 6 เดือน	3-9

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 แผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ต่อ) **3-1 – 3-14**

6. จัดทำรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 3-10
7. ออกแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic) 3-10
8. จัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 3-10
9. จัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ 3-11
10. การสำรวจข้อมูล 3-11
11. แผนการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ 3-12

บทที่ 4 รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว **4-1 – 4-131**

ส่วนที่ 4.1 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ภาพรวมประเทศไทย 4-2

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ 4-2
2. ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย (Motivation) 4-3
3. พฤติกรรมการเดินทางมาประเทศไทย 4-16
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย 4-20
5. ผลการวิเคราะห์ตัวชี้วัดทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 4-27
6. ผลการเปรียบเทียบบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปมาล่าสุด 4-46

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว (ต่อ) **4-1 – 4-131**

7. ความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย 4-48
8. การทราบถึงจุดเด่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย 4-49
9. ความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย 4-50
10. ปัญหาที่พบและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 4-53

ส่วนที่ 4.2 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง 4-61

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ 4-62
2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Satisfaction) 4-63
3. สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านสนามบินและบริการตรวจคนเข้าเมือง 4-73

ส่วนที่ 4.3 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย 4-74

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ 4-74
2. พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว 4-74
3. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว 4-74

ส่วนที่ 4.4 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว 4-82

1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว 4-82
2. ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค 4-84
3. ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค 4-86
4. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค 4-88

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว (ต่อ) **4-1 – 4-131**

ส่วนที่ 4.5 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักและใน 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง 4-89

ก. เมืองท่องเที่ยวหลัก 4-89
1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก 4-89
2. ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-90
3. ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-93
4. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด 4-95
5. ความพึงพอใจในแต่ละจังหวัด 4-97

ข. เมืองท่องเที่ยวรอง 4-107
1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง 4-107
2. ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-108
3. ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-110
4. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด 4-112
5. ความพึงพอใจในแต่ละจังหวัด 4-114

ส่วนที่ 4.6 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มตลาดเฉพาะด้านการท่องเที่ยว 4-121

1. กลุ่มตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย 4-121
2. กลุ่มตามโครงสร้างประชากรศาสตร์ 4-121

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว (ต่อ) **4-1 – 4-131**

ส่วนที่ 4.7 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตามการเคยมาประเทศไทยและลักษณะการจัดการเดินทาง 4-125

1. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามการเคยเดินทางมาประเทศไทย 4-125
2. กลุ่มตามลักษณะการจัดการเดินทาง 4-126

ส่วนที่ 4.8 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว 4-128

1. ข้อเสนอแนะนโยบายการท่องเที่ยว 4-128
2. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยว 18 ด้าน 4-128

บทที่ 5 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย **5-1 – 5-127**

ส่วนที่ 5.1 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ภาพรวมประเทศไทย 5-1

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ 5-4
2. ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 5-5
3. วิธีการจัดการเดินทางท่องเที่ยว 5-13
4. การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ 5-15
5. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติความพึงพอใจ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 5-18
6. การประสบปัญหาต่างๆ 5-28
7. การแนะนำเพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยว 5-31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	**5-1 – 5-127**
ส่วนที่ 5.2 ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และเมืองท่องเที่ยวรอง 24 จังหวัด	5-36
ก. เมืองท่องเที่ยวหลัก	5-36
1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	5-36
2. ผลสำรวจความพึงพอใจ	5-36
3. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด	5-69
ข. เมืองท่องเที่ยวรอง	5-71
1. ความพึงพอใจในภาพรวม	5-71
2. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด	5-72
3. ความพึงพอใจในแต่ละจังหวัด	5-76
ส่วนที่ 5.3 ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในกลุ่มตลาดเฉพาะด้านการท่องเที่ยว	5-123
1. กลุ่มตามโครงสร้างประชากรศาสตร์	5-123
2. กลุ่มตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	5-126
3. กลุ่มตามพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว	5-126
บทที่ 6 ตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	**6-1 – 6-9**
1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	6-1
1.1 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจเชิงปริมาณ	6-1
1.2 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	6-4
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย	6-8

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 7 ฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 **7-1 – 7-4**

1. รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 7-1
2. รูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 7-4

บทที่ 8 ผลการออกแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้ และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic) **8-1 – 8-30**

1. การนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้ 8-1
2. สรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic) 8-29

บทที่ 9 รายงานผลการจัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง **9-1 – 9-31**

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1 แบบสอบถาม และคู่มือการสำรวจ

ภาคผนวกที่ 2 ผลการพัฒนาแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3-1 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยสำรวจ ณ จังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรองรวม 34 จังหวัด 3-5

ตารางที่ 3-2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำรวจ ณ จังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรองรวม 17 จังหวัด 3-2

ตารางที่ 3-3 จำนวนตัวอย่างสำรวจ ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก 3-8

ตารางที่ 3-4 จำนวนตัวอย่างสำรวจ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จำแนกตาม 10 สัญชาติแรกที่เดินทางผ่านสุวรรณภูมิ ปี พ.ศ. 2560 3-9

ตารางที่ 3-5 แผนการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3-12

ตารางที่ 3-6 แผนการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย 3-13

ตารางที่ 4-1 สรุปประเด็นที่ระดับความพึงพอใจสูง/ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ของบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทย 4-56

ตารางที่ 4-2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตามด่านตรวจคนเข้าเมืองที่สำรวจ 4-61

ตารางที่ 4-3 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตามสัญชาติ 4-62

ตารางที่ 4-4 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการสนามบิน 4 แห่ง 4-69

ตารางที่ 4-5 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการตรวจคนเข้าเมือง 4-72

ตารางที่ 4-6 จุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านสนามบินและบริการตรวจคนเข้าเมือง 4-73

ตารางที่ 4-7 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว 4-81

ตารางที่ 4-8 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค 4-88

ตารางที่ 4-9 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก 4-89

ตารางที่ 4-10 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก 4-96

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4-11 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง 4-107

ตารางที่ 4-12 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง 4-113

ตารางที่ 4-13 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว 4-124

ตารางที่ 5-1 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก 5-2

ตารางที่ 5-2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 24 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง 5-3

ตารางที่ 5-3 สรุปประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจสูง/ ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวจาก 17 ประเด็นที่ประเมินในภาพรวม 5-32

ตารางที่ 5-4 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย 5-69

ตารางที่ 5-5 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 24 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรองตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย 5-72

สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่ 4-1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้ง ระหว่างปี 2559-2562 4-4

แผนภูมิที่ 4-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างปี 2559-2562 4-8

แผนภูมิที่ 4-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระหว่างปี 2559-2561 4-10

แผนภูมิที่ 4-4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2562 4-11

แผนภูมิที่ 4-5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามประเภทสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2562 4-13

แผนภูมิที่ 4-6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2561 4-14

แผนภูมิที่ 4-7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2562 4-15

แผนภูมิที่ 4-8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาประเทศไทยและการไปท่องเที่ยวประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2562 4-17

แผนภูมิที่ 4-9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทางระหว่าง ปี 2559-2562 4-18

แผนภูมิที่ 4-10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนและประเภทผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระหว่างปี 2559-2562 4-19

แผนภูมิที่ 4-11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย ปี 2559-2562 4-21

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 4-12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวันพักเฉลี่ยในประเทศไทย ปี 2559-2562 4-22

แผนภูมิที่ 4-13 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/ทริปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี 2558-2562 4-23

แผนภูมิที่ 4-14 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ระหว่างปี 2558-2561 4-25

แผนภูมิที่ 4-15 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ปี 2562 4-26

แผนภูมิที่ 4-16 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2557-2562 4-29

แผนภูมิที่ 4-17 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 ในภาพรวม 4-30

แผนภูมิที่ 4-18 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มที่มาครั้งแรก (First visit) ปี 2562 ในภาพรวม 4-32

แผนภูมิที่ 4-19 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) ปี 2562 ในภาพรวม 4-33

แผนภูมิที่ 4-20 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2562 จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง 4-35

แผนภูมิที่ 4-21 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อประชาชนปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-36

แผนภูมิที่ 4-22 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-37

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 4-23 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการเชิงสุขภาพ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-38

แผนภูมิที่ 4-24 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสถานที่พักแรม ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-39

แผนภูมิที่ 4-25 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-40

แผนภูมิที่ 4-26 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อห้องน้ำสาธารณะ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-41

แผนภูมิที่ 4-27 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อรถโดยสารสาธารณะ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-42

แผนภูมิที่ 4-28 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการตรวจคนเข้าเมือง ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-43

แผนภูมิที่ 4-29 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-44

แผนภูมิที่ 4-30 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัย ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-45

แผนภูมิที่ 4-31 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการประเมินระหว่างบริการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปมาล่าสุด 4-47

แผนภูมิที่ 4-32 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามระดับความเชื่อมั่น ในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีคุณภาพ/มีมาตรฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย 4-48

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 4-33 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมต่อคุณภาพ/มีมาตรฐานของบริการด้านการท่องเที่ยว (การขนส่ง โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การให้เช่า) ในประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย 4-49

แผนภูมิที่ 4-34 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการรับทราบถึงจุดเด่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย 4-50

แผนภูมิที่ 4-35 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และปัจจัยที่ทำให้กลับมา ระหว่างปี 2559-2562 4-51

แผนภูมิที่ 4-36 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2562 4-53

แผนภูมิที่ 4-37 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมด่านตรวจคนเข้าเมือง 4-64

แผนภูมิที่ 4-38 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยว ในภาพรวม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-65

แผนภูมิที่ 4-39 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสนามบินในภาพรวม จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-67

แผนภูมิที่ 4-40 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 4 สนามบิน ระหว่างปี 2559-2562 4-68

แผนภูมิที่ 4-41 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการตรวจคนเข้าเมือง จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย 4-70

แผนภูมิที่ 4-42 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของด่านตรวจคนเข้าเมือง ระหว่างปี 2559-2562 4-71

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 4-43 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวในปี 2559-2562 4-75

แผนภูมิที่ 4-44 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว 4-77

แผนภูมิที่ 4-45 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว 4-79

แผนภูมิที่ 4-46 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว ปี 2559-2562 4-83

แผนภูมิที่ 4-47 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค 4-85

แผนภูมิที่ 4-48 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค 4-87

แผนภูมิที่ 4-49 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก 4-90

แผนภูมิที่ 4-50 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-92

แผนภูมิที่ 4-51 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-94

แผนภูมิที่ 4-52 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 4-97

แผนภูมิที่ 4-53 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต 4-98

แผนภูมิที่ 4-54 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี 4-99

แผนภูมิที่ 4-55 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 4-100

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 4-56 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 4-101

แผนภูมิที่ 4-57 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา 4-102

แผนภูมิที่ 4-58 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 4-103

แผนภูมิที่ 4-59 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 4-104

แผนภูมิที่ 4-60 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา 4-105

แผนภูมิที่ 4-61 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 4-106

แผนภูมิที่ 4-62 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง 4-108

แผนภูมิที่ 4-63 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-109

แผนภูมิที่ 4-64 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด 4-111

แผนภูมิที่ 4-65 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ 4-114

แผนภูมิที่ 4-66 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตราด 4-115

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 4-67 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 4-116

แผนภูมิที่ 4-68 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง 4-117

แผนภูมิที่ 4-69 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4-118

แผนภูมิที่ 4-70 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย 4-119

แผนภูมิที่ 4-71 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี 4-120

แผนภูมิที่ 5-1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 5-4

แผนภูมิที่ 5-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด (ในช่วงปี พ.ศ. 2559 - 2561) 5-5

แผนภูมิที่ 5-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนวันพักต่อครั้งเมื่อเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด 5-5

แผนภูมิที่ 5-4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนจังหวัดที่วางแผนจะท่องเที่ยว และจำนวนวันนักท่องเที่ยว 5-7

แผนภูมิที่ 5-5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนวันที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนี้ และจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ย 5-8

แผนภูมิที่ 5-6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดนี้ 5-8

แผนภูมิที่ 5-7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยสำคัญสำหรับประกอบการตัดสินใจเลือกจังหวัดเพื่อเดินทางท่องเที่ยว 5-9

แผนภูมิที่ 5-8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในครั้งนี้ 5-10

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 5-9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 5-12

แผนภูมิที่ 5-10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง 5-13

แผนภูมิที่ 5-11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 5-14

แผนภูมิที่ 5-12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทผู้ร่วมเดินทางและจำนวนผู้ร่วมเดินทางโดยเฉลี่ย 5-15

แผนภูมิที่ 5-13 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในระหว่างอยู่จังหวัดนี้ 5-16

แผนภูมิที่ 5-14 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคนที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ 5-17

แผนภูมิที่ 5-15 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2561-2562 5-18

แผนภูมิที่ 5-16 ร้อยละความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม จำแนกตามบริการด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 5-19

แผนภูมิที่ 5-17 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อประชาชน 5-20

แผนภูมิที่ 5-18 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 5-21

แผนภูมิที่ 5-19 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต 5-22

แผนภูมิที่ 5-20 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 5-23

แผนภูมิที่ 5-21 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการสถานที่พักโรงแรม 5-24

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 5-22 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อห้องน้ำสาธารณะ 5-25

แผนภูมิที่ 5-23 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 5-25

แผนภูมิที่ 5-24 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ 5-26

แผนภูมิที่ 5-25 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อความปลอดภัย 5-27

แผนภูมิที่ 5-26 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการเชิงสุขภาพ 5-28

แผนภูมิที่ 5-27 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการประสบปัญหาเกี่ยวกับความไม่ซื่อสัตย์/การฉ้อโกง/การเอารัดเอาเปรียบจากการใช้บริการ/การซื้อสินค้า/ซื้อบริการจากผู้ประกอบการ 5-29

แผนภูมิที่ 5-28 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ 5-31

แผนภูมิที่ 5-29 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 10 จังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก 5-37

แผนภูมิที่ 5-30 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 10 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก เปรียบเทียบปี 2561 และ 2562 จำแนกตามบริการด้านการท่องเที่ยว 5-38

แผนภูมิที่ 5-31 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร 5-39

แผนภูมิที่ 5-32 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร 5-41

แผนภูมิที่ 5-33 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี 5-42

แผนภูมิที่ 5-34 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี 5-44

แผนภูมิที่ 5-35 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดระยอง 5-45

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 5-36 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง 5-47

แผนภูมิที่ 5-37 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครราชสีมา 5-48

แผนภูมิที่ 5-38 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา 5-50

แผนภูมิที่ 5-39 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ 5-51

แผนภูมิที่ 5-40 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ 5-53

แผนภูมิที่ 5-41 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี 5-54

แผนภูมิที่ 5-42 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี 5-56

แผนภูมิที่ 5-43 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเพชรบุรี 5-57

แผนภูมิที่ 5-44 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี 5-59

แผนภูมิที่ 5-45 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 5-60

แผนภูมิที่ 5-46 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 5-62

แผนภูมิที่ 5-47 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต 5-63

แผนภูมิที่ 5-48 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต 5-65

แผนภูมิที่ 5-49 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา 5-66

แผนภูมิที่ 5-50 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา 5-68

แผนภูมิที่ 5-51 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม 24 จังหวัดเมืองท่องเที่ยวรอง ในภาพรวม 5-71

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 5-52 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตรัง 5-76
แผนภูมิที่ 5-53 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง 5-77
แผนภูมิที่ 5-54 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม 5-78
แผนภูมิที่ 5-55 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตราด 5-79
แผนภูมิที่ 5-56 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม 5-80
แผนภูมิที่ 5-57 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร 5-81
แผนภูมิที่ 5-58 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ 5-82
แผนภูมิที่ 5-59 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 5-83
แผนภูมิที่ 5-60 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครศรีธรรมราช 5-84
แผนภูมิที่ 5-61 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช 5-85
แผนภูมิที่ 5-62 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบูรณ์ 5-86
แผนภูมิที่ 5-63 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ 5-87
แผนภูมิที่ 5-64 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตาก 5-88
แผนภูมิที่ 5-65 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตาก 5-89
แผนภูมิที่ 5-66 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย 5-90
แผนภูมิที่ 5-67 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 5-91
แผนภูมิที่ 5-68 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพิษณุโลก 5-92
แผนภูมิที่ 5-69 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก 5-93

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 5-70 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 5-94
แผนภูมิที่ 5-71 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 5-95
แผนภูมิที่ 5-72 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครสวรรค์ 5-96
แผนภูมิที่ 5-73 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ 5-97
แผนภูมิที่ 5-74 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี 5-98
แผนภูมิที่ 5-75 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี 5-99
แผนภูมิที่ 5-76 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก 5-100
แผนภูมิที่ 5-77 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก 5-101
แผนภูมิที่ 5-78 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี 5-102
แผนภูมิที่ 5-79 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี 5-103
แผนภูมิที่ 5-80 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดหนองคาย 5-104
แผนภูมิที่ 5-81 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย 5-105
แผนภูมิที่ 5-82 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 5-106
แผนภูมิที่ 5-83 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 5-107
แผนภูมิที่ 5-84 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเลย 5-108
แผนภูมิที่ 5-85 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย 5-109
แผนภูมิที่ 5-86 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดบุรีรัมย์ 5-110

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 5-87 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 5-111

แผนภูมิที่ 5-88 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี 5-112

แผนภูมิที่ 5-89 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี 5-113

แผนภูมิที่ 5-90 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม 5-114

แผนภูมิที่ 5-91 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม 5-115

แผนภูมิที่ 5-92 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสระบุรี 5-116

แผนภูมิที่ 5-93 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี 5-117

แผนภูมิที่ 5-94 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดขอนแก่น 5-118

แผนภูมิที่ 5-95 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น 5-119

แผนภูมิที่ 5-96 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดลพบุรี 5-120

แผนภูมิที่ 5-97 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรี 5-121

แผนภูมิที่ 5-98 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี 5-122

แผนภูมิที่ 5-99 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี 5-123

แผนภูมิที่ 6-1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการมาติดต่อธุรกิจระหว่างปี 2557 – 2562 6-1

แผนภูมิที่ 6-2 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการมาซื้อสินค้าและของที่ระลึกระหว่างปี 2557-2562 6-2

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่ 6-3 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการมาดูแลสุขภาพ/ บริการทางการแพทย์ ระหว่างปี 2557-2562 6-1

แผนภูมิที่ 6-4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเฉลี่ยต่อคนต่อทริป ระหว่างปี 2557-2562 6-3

แผนภูมิที่ 6-5 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมการใช้สปาและนวดแผนไทยช่วงท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2558-2562 6-3

แผนภูมิที่ 6-6 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมการเข้ารักษาทางการแพทย์ ช่วงท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2558-2562 6-4

แผนภูมิที่ 6-7 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านสถานพักแรม ปี 2559-2562 6-5

แผนภูมิที่ 6-8 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ปี 2559-2562 6-5

แผนภูมิที่ 6-9 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านร้านขายสินค้าและของที่ระลึก ปี 2559-2562 6-6

แผนภูมิที่ 6-10 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านกิจกรรมผจญภัย ปี 2559-2562 6-7

แผนภูมิที่ 6-11 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านบริการเชิงสุขภาพปี 2560-2562 6-7

แผนภูมิที่ 6-12 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกภายใน 3 ปีข้างหน้า ช่วงท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2558-2561 6-8

แผนภูมิที่ 6-13 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ 6-9

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 2-1 ACSI Model 2-40

แผนภาพที่ 2-2 Disconfirmation Theory 2-41

แผนภาพที่ 2-3 Gap Model of Service Quality 2-42

บทที่ 1
บทนำ

บทที่ 1
บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย จำนวน 35 ล้านคน สร้างรายได้ จำนวน 1.8 ล้านล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย จำนวน 152 ล้านคน – ครั้ง สร้างรายได้ จำนวน 9.3 แสนล้านบาท และในปี พ.ศ. 2561 ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย ประมาณ 38 ล้านคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้ 2.0 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.2 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยในช่วงเดือนมกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2561 จำนวน 74.9 ล้านคน – ครั้ง เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.68 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้ 4 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.44 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา แต่เนื่องจากตัวเลขดังกล่าวเป็นแค่ตัวชี้วัดเชิงปริมาณไม่มีตัวชี้วัดด้านคุณภาพ ดังนั้น การจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจด้านคุณภาพจึงสะท้อนในการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพนอกเหนือจากตัวชี้วัดในเชิงปริมาณด้านจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ และทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวและศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยหรือแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ซึ่งได้มีการสำรวจในช่วงหลังมีเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองเมื่อช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 จนถึงกลางปี พ.ศ. 2557 เป็นครั้งแรก และดำเนินการต่อเนื่องทุกปีจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการสำรวจข้อมูลโครงการของปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จะสิ้นสุดสัญญาจ้างในวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ดังนั้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำโครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อเนื่อง เพื่อเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ควบคู่กับการรวบรวมข้อมูลสถิติและรายได้ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเชิงปริมาณ โดยประโยชน์ที่ได้รับจะทำให้ประเทศไทยมีฐานข้อมูลทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในการประเมินความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวหลังจากที่ได้มีการใช้งบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศอย่างต่อเนื่องและเป็นข้อมูลให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และสถาบันชุมชน นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการวางแผน กำหนดนโยบาย ดำเนินธุรกิจ และศึกษาวิจัย เพื่อการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย และเพื่อใช้ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

และการปรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ โดยจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินโครงการฯ ดังกล่าว

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.2 เพื่อจัดทำตัวชี้วัดการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.3 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

3. ขอบเขตการดำเนินงานของที่ปรึกษา

ที่ปรึกษาดำเนินงาน ดังนี้

3.1 ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำตัวชี้วัดการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.2 จัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ และแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 จัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมคู่มือการสำรวจ ซึ่งประกอบด้วย นิยามศัพท์ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่สำรวจ และการกระจายแบบสำรวจ

3.2.2 พัฒนาแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญอย่างน้อย ได้แก่

1) ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์โดยรวม

2) ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว (Motivation) ได้แก่ ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจเลือกเดินทาง แหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

3) ทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย (Attitudes & Expectations)

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

เปรียบเทียบกับความคาดหวัง และการวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับประเทศที่เดินทางมาล่าสุดหรือประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เป็นต้น

5) ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

6) แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่จะเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต

7) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านต่างๆ อย่างน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผู้คน บุคลากรท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการดำเนินการ รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด

8) พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experience) อย่างน้อยในประเด็น ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่ไป

9) ความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างน้อยในประเด็นปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัย การให้ความช่วยเหลือ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สินค้ากิจกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ

3.3 สำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 10,200 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างให้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ ดังนี้

3.3.1 จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ในลำดับที่ 1 – 10

3.3.2 จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ในลำดับที่ 1 – 24 (อ้างอิงจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยปี พ.ศ. 2560)

3.4 สำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 9,800 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างให้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ ดังนี้

3.4.1 สำรวจจากจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรอง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 17 จังหวัด โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 6,800 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในลำดับที่ 1 – 10

2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้พอจัดเก็บข้อมูลจำนวนไม่น้อยกว่า 7 จังหวัด

3.4.2 สำรวจจากด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 - 6 โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย (อ้างอิงจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี พ.ศ. 2560)

3.5 จัดทำรายงานผลการสำรวจร้อยละความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ (Revisit) เพื่อตอบตัวชี้วัดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 รอบ 6 เดือน

3.6 จัดทำรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแยกปัจจัยการวิเคราะห์ตามประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ ช่วงอายุ และสัญชาติ ตลอดจนปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว การเปรียบเทียบรายพื้นที่ภาพรวม การวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญจากการสำรวจพบ การเปรียบเทียบข้อมูลผลการสำรวจในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของปี พ.ศ. 2558 – 2562 การเปรียบเทียบข้อมูลผลการสำรวจในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยของปี พ.ศ. 2561 – 2562 และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่

3.7 ออกแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)

3.8 จัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

3.9 จัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.9.1 สถานที่จัดประชุมต้องเป็นโรงแรม หรือสถานที่เอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล

3.9.2 ระยะเวลาในการจัดประชุมไม่น้อยกว่า 1 วัน

3.9.3 เชิญผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน

3.9.4 จัดทำเอกสารประกอบการประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

3.9.5 จัดให้มีอาหารเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

3.9.6 จัดให้มีอาหารว่างและเครื่องดื่มเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชุด

3.9.7 ที่ปรึกษาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นตลอดการดำเนินโครงการฯ

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2562

4.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับนโยบาย ทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของแต่ละตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยว

4.3 มีฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557, 2558, 2559, 2560, 2561 และ 2562 สามารถเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาวิเคราะห์และประเมินนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ลงไปสู่ภูมิภาคว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ และมีฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 และ 2562 ซึ่งสามารถใช้เป็นฐานในการเปรียบเทียบข้อมูลในปีต่อๆ ไป

4.4 มีตัวชี้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยถือว่าเป็นตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

5. ผลงานที่จะส่งมอบ

5.1 กำหนดแล้วเสร็จและส่งมอบงานภายใน 240 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างที่ปรึกษา

5.2 การส่งมอบงานแบ่งออกเป็น 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 ส่งมอบรายงานขั้นต้น (Inception Report) เป็นรูปเล่ม จำนวน 12 ชุด และ DVD-ROM ข้อมูล จำนวน 12 ชุด ภายในระยะเวลา 40 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(1) แนวทางการศึกษา วิเคราะห์ และจัดหาตัวชี้วัดการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

(2) แผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมคู่มือการสำรวจ

(3) ผลการพัฒนาแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

งวดที่ 2 ส่งมอบรายงานขั้นกลาง (Interim Report) เป็นรูปเล่ม จำนวน 12 ชุด และ DVD-ROM ข้อมูล จำนวน 12 ชุด ภายในระยะเวลา 90 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(1) รายงานผลการสำรวจร้อยละความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ (Revisit) เพื่อตอบตัวชี้วัดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 รอบ 6 เดือน

งวดที่ 3 ส่งมอบร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) เป็นรูปเล่ม จำนวน 12 ชุด และ DVD-ROM ข้อมูล จำนวน 12 ชุด ภายในระยะเวลา 210 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(1) ร่างรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

(2) รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล รูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

งวดที่ 4 ส่งมอบผลงานภายในระยะเวลา 240 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) เป็นรูปเล่ม จำนวน 300 ชุด พร้อม USB ความจุ 8 GB สกรีนโลโก้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาบันทึกเนื้อหาของรายงานฉบับสมบูรณ์และรายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร จำนวน 300 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(1.1) รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

(1.2) ผลการออกแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้ และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)

(1.3) ฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ของปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

(1.4) รายงานผลการจัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(2) รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร เป็นรูปเล่ม จำนวน 300 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(2.1) สรุปประเด็นที่สำคัญของรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

(2.2) สรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)

(3) จัดทำรายงานเสร็จสิ้นภารกิจ (Assignment or Project Completion Report) เป็นรูปเล่ม และแผ่นบันทึกข้อมูล (DVD) จำนวน 15 ชุด ประกอบไปด้วยสรุปผลการดำเนินโครงการทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนจบ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะโครงการฯ ความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการฯ และการนำไปต่อยอดการใช้ประโยชน์จากโครงการฯ

6. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 240 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

ตารางที่ 1-1 รายละเอียดกิจกรรมและระยะเวลาดำเนินการ

กิจกรรม	ปี พ.ศ. 2562							
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
1) จัดทำรายงานขั้นต้น (Inception Report)								
1.1) การศึกษา วิเคราะห์ และจัดหาตัวชี้วัดการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	▬							
1.2) จัดแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมคู่มือการสำรวจ	▬							
1.3) พัฒนาแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ได้จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 และคู่มือการสำรวจ		▬						
1.4) ส่งรายงานขั้นต้น (Inception Report)		★						
2) จัดทำรายงานขั้นกลาง (Interim Report)								
2.1) สำรวจข้อมูลภาคสนาม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนไม่น้อยกว่า 9,800 ราย และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 10,200 ราย		▬	▬	▬	▬			

กิจกรรม	ปี พ.ศ. 2562							
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
2.2) บรรณาธิกรแบบสำรวจ		▬	▬	▬	▬	▬		
2.3) บันทึกข้อมูลจากแบบสำรวจเข้าระบบโปรแกรมสถิติ			▬	▬	▬	▬		
2.4) ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล			▬	▬	▬	▬		
2.5) จัดทำรายงานผลการสำรวจร้อยละความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยใหม่ (Revisit) เพื่อตอบตัวชี้วัดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 รอบ 6 เดือน			▬					
2.6) ส่งรายงานขั้นกลาง (Interim Report)			★					
3) จัดทำร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)								
3.1) วิเคราะห์ผลการสำรวจทั้งในภาพรวม รายด่าน และแหล่งท่องเที่ยว โดยแยกปัจจัยการวิเคราะห์ตามปัจจัยประชากรศาสตร์							▬	
3.2) จัดทำร่างรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว							▬	
3.3) รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล รูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562							▬	
3.4) ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)							★	
4) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)								
4.1) จัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดทำรายงานฯ							▬	
4.2) จัดทำรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย								▬

กิจกรรม	ปี พ.ศ. 2562							
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว								
4.3) ออกแบบและจัดทำการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้ และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)								▬
4.4) จัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ของปีงบประมาณ พ.ศ. 2562								▬
4.5) รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร เป็นรูปเล่มจำนวน 300 เล่ม โดยเนื้อหาประกอบด้วย (1) สรุปประเด็นที่สำคัญของรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว (2) สรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)								▬
4.6) จัดทำรายงานเสร็จสิ้นภารกิจ (Assignment or Project Completion Report) เป็นรูปเล่ม และแผ่นบันทึกข้อมูล (DVD) จำนวน 15 ชุด ประกอบไปด้วย สรุปผลการดำเนินโครงการทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนจบ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะโครงการฯ ความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการฯ และการนำไปต่อยอดการใช้ประโยชน์จากโครงการฯ								▬
4.7) ส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) และรายงานเสร็จสิ้นภารกิจ								★

หมายเหตุ : สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม แต่ไม่เกินกรอบระยะเวลาในการส่งมอบงานตามข้อ 10

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรม
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การจะพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและยั่งยืนได้นั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาทุกองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่กัน ซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประกอบด้วย

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

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (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 นอกจากนี้ยังมีภาคเอกชนที่เป็นบริษัทห้างร้าน เป็นผู้ลงทุนทำธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น

2) ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประกอบด้วยธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจบันเทิงและเพลิดเพลิน

ธุรกิจที่พักแรม หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พัก เพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้าง ซึ่งอาจมีการบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย ที่พักแรมมีหลายประเภท ได้แก่ โรงแรม และที่พักประเภทอื่นๆ เช่น เกสต์เฮ้าส์ 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 ทัศนาจรหรือการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว อาจขายให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว หรือการนำบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาขายในลักษณะเหมารวม (Package tour) และบริการมัคคุเทศก์

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ได้แก่ สินค้าช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้าต่างๆ รวมถึงร้านปลอดอากร และธุรกิจของที่ระลึก

ธุรกิจนันทนาการ ประกอบด้วย การให้บริการเพื่อความบันเทิงและเพลิดเพลินสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว สวนสนุก ไนต์คลับ บาร์ ดิสโก้เธค คาสิโน ธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจจัดประชุมนิทรรศการและการท่องเที่ยวเป็นรางวัล (Meeting Incentive Convention and Exhibition : MICE) เป็นต้น

ทั้งนี้ ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ธุรกิจท่องเที่ยวหมายรวมถึง

- ธุรกิจนำเที่ยว
- ธุรกิจโรงแรม
- ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบสนับสนุน ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองตามท่าอากาศยาน ด่านตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา สื่อสาร สาธารณสุข ขนส่งสาธารณะ เป็นต้น สถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรนานาชาติสำหรับคนไทยและชาวต่างประเทศ องค์กรของรัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรภาคเอกชนที่แสวงหากำไร และองค์กรภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร

2. กฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ โดยการประกาศเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งการออกกฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 และตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยปี พ.ศ. 2558-2560 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ออกกฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 5 เขตอยู่ในกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ ประกอบด้วย

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้า และบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของโลก ผ่านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และผู้สูงอายุ มีแนวทางการพัฒนา โดยยกระดับเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับสากล ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เขตอุทยาน เกาะ ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรม บริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสีสันตะวันออกระดับสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงสู่กัมพูชาและเวียดนาม ผ่านมาตรการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาโดยส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็น Tourism & Sport City พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตรผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก บนฐานวัฒนธรรม อันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ High-Class มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญ

ที่มีมาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยงลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิตวัฒนธรรมอีสา นใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2559 ยังได้มีการออกกฎกระทรวง กำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มอีก 3 เขต ได้แก่ 1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม 2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิต ลุ่มแม่น้ำโขง และ 3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดสุโขทัย โดยมีจังหวัดสุโขทัยเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ประกอบด้วย จังหวัดนครพนม จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดเลย และจังหวัดหนองคาย โดยมีจังหวัดหนองคายเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตามลำน้ำโขงเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาล กิจกรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาลระดับสากล และสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำ รวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน

เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง ประกอบด้วย จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอ่างทอง โดยมีจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

3. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว[1]

การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อให้เกิดความประทับใจแล้วกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก รวมทั้งก่อให้เกิดการบอกต่อไปยังเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้มีการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน เช่น

3.1 การจัดทำมาตรฐานต่างๆ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานต่างๆ ดังนี้

1) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว

(1) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

(2) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทชายหาด

(3) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทเกาะ

(4) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทน้ำตก

(5) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทแก่ง

(6) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทถ้ำ

(7) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ธรณีสัณฐาน

(8) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

(9) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

(10) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยากร

(11) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(12) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

(13) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ

(14) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (น้ำพุร้อน)

(15) มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

[1] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2560.**

2) มาตรฐานการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว

(1) มาตรฐานกิจกรรม Adventure Park

(2) มาตรฐานการจัดกิจกรรมค่ายพักแรม

(3) มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว

(4) มาตรฐานการจัดกิจกรรมเจ็ทสกีเพื่อการท่องเที่ยว

(5) มาตรฐานการจัดกิจกรรมดูพรรณไม้ป่า

(6) มาตรฐานการจัดกิจกรรมดูผีเสื้อ

(7) มาตรฐานกิจกรรมแคนู-คายัค

(8) มาตรฐานแพบริการเพื่อการท่องเที่ยว

3) มาตรฐานผู้ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

(1) มาตรฐานธุรกิจท่องเที่ยว

(2) มาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยวที่เป็นคนพิการและผู้สูงอายุ

(3) มาตรฐานอาชีพด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ

(4) มาตรฐานมัคคุเทศก์

(5) มาตรฐานการบริการรถตู้ปรับอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว

(6) มาตรฐานการบริการรถโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว

4) มาตรฐานสถานที่พักแรม

(1) มาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท

(2) มาตรฐานที่พักแบบพำนักระยะยาว

(3) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม

(4) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทสถานที่พักตากอากาศ

(5) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทบริการห้องชุด

(6) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทเกสท์เฮ้าส์

(7) มาตรฐานอาเซียน

(7.1) ASEAN Green Hotel Standard

(7.2) ASEAN Homestay Standard

5) มาตรฐานภัตตาคาร/ ร้านอาหาร

(1) มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว

(2) มาตรฐานเรือภัตตาคาร

(3) มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

(4) มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยว

(5) มาตรฐานอาหารรถเข็นแผงลอย

6) มาตรฐานสถานที่จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

(1) มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

(2) มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ประเภทสินค้าอัญมณี

(3) มาตรฐานการให้บริการและความปลอดภัยในศูนย์การค้าเพื่อการท่องเที่ยว

7) มาตรฐานบริการเชิงสุขภาพ

(1) มาตรฐานการจัดบริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(2) จัดทำ ASEAN SPA Service Standard

8) มาตรฐานบริการสาธารณะต่างๆ

(1) มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล (WC OK) โดยร่วมมือกับการรถไฟแห่งประเทศไทย ดำเนินการตามสถานีรถไฟที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักๆ

(2) มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะของอาเซียน

(3) มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขยังได้จัดทำมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) มาตรฐานห้องส้วมสาธารณะระดับประเทศ (HAS) เป็นห้องส้วมในที่สาธารณะหรือสถานประกอบการ หรือสถานบริการที่จัดเตรียมไว้ให้ประชาชนทั่วไปใช้บริการ โดยต้องมี 3 ประการ ได้แก่ (1) สะอาด (Health) (2) เพียงพอ (Accessibility) และ (3) ปลอดภัย (Safety) โดยมีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้าร่วมพัฒนาส้วมสาธารณะ เช่น แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้านจำหน่ายอาหาร โรงเรียน โรงพยาบาล สถานที่ราชการ สถานีขนส่งผู้โดยสาร ศาสนสถาน ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ผลการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2558 มีส้วมที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ร้อยละ 71

(2) จัดทำเกณฑ์รับรองคุณภาพสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

3.2 การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว ได้ดำเนินการปราบปรามวงจรหลอกลวงจำหน่ายสินค้าหรือเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวและแก้ไขปัญหารถแท็กซี่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายจนส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น ไม่เปิดมิเตอร์ค่าโดยสาร ปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร คิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายแพงเกินจริง และได้มีการจัดการประชุมเพื่อหารือกำหนดมาตรการในการแก้ไขปัญหารถแท็กซี่กับผู้แทนจากการท่าอากาศยาน กรมการขนส่งทางบก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองทัพภาคที่ 1 และตัวแทนผู้ประกอบการ โดยกำหนดมาตรการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังนี้

(1) บูรณาการการปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กวดขันจับกุมผู้กระทำผิดกฎหมายในทุกพื้นที่ที่เป็นปัญหา โดยใช้มาตรการตามกฎหมายขั้นสูงสุดในการกวดขันจับกุมผู้กระทำผิด

(2) ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงวิธีการและขั้นตอนที่ถูกต้องเหมาะสมในการโดยสารแท็กซี่

(3) กรณีที่ผู้ขับขี่รถแท็กซี่กระทำความผิดอาญาหรือทำลายภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างรุนแรง เช่น ทำร้ายร่างกายผู้โดยสาร อนาจาร ปรับแต่งมิเตอร์ ลักทรัพย์ เป็นต้น จะต้องถูกดำเนินคดีและเพิกถอนใบอนุญาตทันที

(4) จัดทำระบบเชื่อมโยงข้อมูลการจับกุมจากทุกหน่วยงานให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้ทราบหากผู้ขับขี่รายใดกระทำผิดซ้ำซากต่อเนื่อง นำไปเป็นพยานหลักฐานในการเพิ่มโทษหรือเพิกถอนใบอนุญาตต่อไป

(5) ติดตามผลการปฏิบัติของทุกหน่วยงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม 2559

กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยวได้เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบจับกุมบริษัททัวร์และมัคคุเทศก์ที่ผิดกฎหมายทั่วประเทศ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เพื่อรักษาความมั่นคงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยได้บูรณาการกำลังกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการท่องเที่ยว กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมสรรพากร กำลังฝ่ายทหาร ฯลฯ เข้าทำการตรวจสอบบริษัทนำเที่ยวต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทำความเข้าใจกับผู้ขับขี่รถแท็กซี่และสามล้อรับจ้างบริเวณหน้าพระบรมมหาราชวัง เพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจากมัคคุเทศก์เถื่อน สามารถจับกุมได้ทั้งสิ้น 954 ราย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยวได้ดำเนินการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศตามนโยบายรัฐบาลโดยบูรณาการกับฝ่ายทหารและฝ่ายปกครองลงพื้นที่จัดระเบียบหน้าพระบรมมหาราชวัง ตรวจสอบ จับกุม ตามระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องทุกฉบับ เช่น พ.ร.บ.จราจร พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวฯ พ.ร.บ.ความสะอาด และได้บูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ อาทิ การรับแจ้งเหตุ และการตั้งศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (ชั่วคราว) พร้อมทั้งตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว โดยได้ลงพื้นที่ตรวจสอบสภาพปัญหาต่างๆ อาทิ อุบัติเหตุทางทะเล ตรวจสอบการให้บริการเรือโดยสารและเรือนำเที่ยว เป็นต้น โดยได้มีมาตรการแก้ไขปัญหา ดังนี้

(1) วางระบบ Zoning จุดจอดเรือ จุดดำน้ำลึก จุดจัดกิจกรรมทางน้ำต่างๆ (Pattaya Model)

(2) กำกับควบคุมการจราจรทางน้ำ กำหนด Sea Lane และจำกัดความเร็วเรือ

(3) ติดตั้งสัญลักษณ์บอกเขต สัญญาณเตือนภัย สัญญาณแจ้งเตือนสภาพอากาศ

(4) ตรวจสอบใบอนุญาตของผู้ประกอบการ ผู้ควบคุมเรือ ครูฝึกดำน้ำ ไกด์ ฯลฯ

(5) ตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของเรือ อุปกรณ์ชูชีพ อุปกรณ์ดำน้ำ

(6) ตรวจสอบข้อมูลการประกันภัยของผู้ประกอบการนำเที่ยวดำน้ำและเรือโดยสาร

(7) นักท่องเที่ยวต้องรู้สภาพร่างกาย ความพร้อม โรคประจำตัว ของตนเอง และต้องแจ้งให้ผู้ควบคุมทัวร์ทราบ และผู้ควบคุมทัวร์ต้องสอบถามให้ชัดเจน พร้อมทั้งคอยสังเกตความผิดปกติของลูกทัวร์

(8) ผู้ควบคุมเรือ ไกด์ ผู้ควบคุมการดำน้ำต้องกำชับให้นักท่องเที่ยวหรือผู้โดยสารปฏิบัติตามกฎความปลอดภัยโดยเคร่งครัด และมีการสื่อสารที่ดีเพียงพอสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว

(9) ฝึกซ้อมการปฐมพยาบาลและการกู้ภัยเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน

กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยวได้ดำเนินการสร้างภาคีเครือข่ายภาคประชาชนตามพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ เพื่อดูแลนักท่องเที่ยวโดยบูรณาการร่วมกับผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กัน และสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งในปัจจุบันตำรวจท่องเที่ยวมีอาสาสมัครรวมทั้งสิ้น 2,445 คน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และได้ดำเนินการจัดฝึกอบรมให้แก่อาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั่วทุกภาค พร้อมทั้งจัดการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนและพัฒนาความรู้ความสามารถ แนวทางการปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยกิจกรรมทางน้ำตามมาตรฐานสากลที่ถูกต้อง อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมของเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนบูรณาการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดกระบี่ และในปี พ.ศ. 2560 กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยวได้วางแผนดำเนินกิจกรรมการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทั้งทางทะเลและทางบก (life Guard) พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบ็ดเสร็จตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมทั้งกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยวก็ได้จัดโครงการฝึกอบรมภาษาต่างประเทศให้กับตำรวจท่องเที่ยว โดยได้เรียนเชิญ คุณ Andrew Biggs ครูสอนภาษาอังกฤษมาเป็นวิทยากรในการฝึกอบรมในครั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เจ้าหน้าที่

3.3 การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ได้ดำเนินกิจกรรมการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดกระบี่ เพื่อเพิ่มพูนและพัฒนาความรู้ความสามารถ แนวทางการปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยกิจกรรมทางน้ำตามมาตรฐานสากลที่ถูกต้อง อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมของเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนบูรณาการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (Life Guard) ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดกระบี่ จำนวนทั้งหมด 180 คน โดยดำเนินการจัดฝึกอบรมภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติให้กับบุคลากรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดกระบี่ จังหวัดละ 60 คน ทั้งนี้ เพื่อให้มีอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (Life Guard) ที่มีทักษะและประสบการณ์ในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางน้ำทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเพิ่มมาตรการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวประสบภัยทางน้ำ

3.4 กิจกรรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว “เจ้าบ้าน” หมายถึง ประชาชน พ่อค้า แม่ค้า นักเรียน และผู้ประกอบการอาชีพใดๆ ที่อาศัยอยู่ในท่องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ “การเป็นเจ้าบ้านที่ดี” จึงหมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีความเป็นมิตร มีความเชื่อมั่น รอบรู้เรื่องราวในท้องถิ่น ให้การต้อนรับ ดูแลผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวให้มีความสุขและรู้สึกปลอดภัยเพราะเมื่อผู้มาเยือนได้รับความมีอัธยาศัยไมตรี และเจ้าบ้านให้การตอบรับอย่างอบอุ่น ย่อมทำให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจ เป็นปัจจัยสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี แต่ฐานะเจ้าบ้านแล้ว ปัจจัยที่เราสามารถควบคุมได้ คือการเตรียมตนเองให้พร้อมสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้งานบริการประสบผลสำเร็จ ก็คือ “คน” หรือ “บุคลากร”ที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ให้บริการแก่ผู้รับบริการ ซึ่งบุคลากรเหล่านี้จะต้องรักในการบริการและมีคุณสมบัติอื่นๆ ประกอบ จึงจะช่วยให้การบริการนั้นสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของผู้ที่เป็นเจ้าบ้านในการให้บริการขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ บุคลิกภาพ ความรู้ ทักษะ ความชำนาญหรือประสบการณ์ ทัศนคติ และตระหนักถึงความสำคัญของการบริการนั้นเอง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้เล็งเห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและบุคลากรในท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนในการให้บริการนักท่องเที่ยว จึงจัดโครงการอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยโครงการดังกล่าวจัดขึ้นในทุกจังหวัดทั่วประเทศ จัดอบรมให้ความรู้แก่เยาวชนอายุ 12 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับหลักเบื้องต้นของการท่องเที่ยว ทักษะการจัดการ ด้านการท่องเที่ยว การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมในชุมชน รวมทั้งการต้อนรับและการนำเที่ยวด้วยวัฒนธรรมอันดีงาม พบว่าเด็กและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความกล้าแสดงออก มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น สามารถเผยแพร่ข้อมูลที่น่าสนใจช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติให้มาเที่ยว โดยต่อยอดกับการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์น้อยในท้องถิ่นอีกด้วย

กรมการท่องเที่ยว ได้จัดประชุมหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการให้บริการสำหรับรถแท็กซี่และรถตุ๊กตุ๊ก อาทิ ด้านกฎ ระเบียบ ของผู้ขับรถแท็กซี่และรถตุ๊กตุ๊ก ด้านความสะอาด ความปลอดภัยและมาตรฐานการให้บริการ และการมีส่วนร่วมของสมาคม/ สหกรณ์/ ชมรม/ บริษัท ผู้ประกอบการรถแท็กซี่และรถตุ๊กตุ๊ก ในการรณรงค์การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

3.5 โครงการ 1155 ตำรวจท่องเที่ยวเต็มใจให้บริการ

โครงการ “1155 ตำรวจท่องเที่ยวเต็มใจให้บริการ” เป็นโครงการที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวก ดูแลความปลอดภัย และเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยสามารถติดต่อขอรับบริการได้ที่สายด่วน 1155 ตลอด 24 ชั่วโมง ครอบคลุมการบริการ 5 ภาษา ได้แก่ จีน อังกฤษ ญี่ปุ่น เกาหลี และรัสเซีย โดยพัฒนาให้มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ และเพื่อเพิ่มความสะดวกในการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยวได้จัดทำ Application สำหรับโทรศัพท์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงบริการของตำรวจท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น โดยภายใน Application จะประกอบไปด้วยข้อมูลที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การแปลภาษา หมายเลขฉุกเฉิน ข้อมูลที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

3.6 การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองเชียงของ เชิงสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งในขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง การตรวจใบขับขี่ การประกันภัย และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวผู้ประสบอุบัติเหตุ ซึ่งหมายถึงการนำงานบริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องมารวมให้บริการอยู่ในสถานที่เดียวกันในลักษณะที่ส่งต่องานระหว่างกันทันทีหรือเสร็จในขั้นตอนหรือเสร็จในจุดเดียวกันเพื่อนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ ได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมือง ด่านศุลกากร แขวงทางหลวง สำนักงานขนส่ง อำเภอ เทศบาล ตำรวจ หอการค้า บริษัทประกันภัย สมาคมมัคคุเทศก์ ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจด้านท่องเที่ยว และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องเพื่อหารือร่วมกันและเตรียมความพร้อมในการให้บริการการประสานงานช่วยเหลือนักท่องเที่ยว จัดเตรียมสถานที่เพื่อจัดระบบบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งติดป้ายประชาสัมพันธ์ จ้างออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว โดยเนื้อหาประกอบด้วย วิธีการขับขี่รถในประเทศไทย ข้อควรทราบและพึงปฏิบัติทางกฎหมาย เช่น ระเบียบวินัย สัญลักษณ์จราจร แผนที่เส้นทาง ข้อควรปฏิบัติเมื่อเกิดอุบัติเหตุการแจ้งเหตุ ฯลฯ เป็นต้น

การประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแนวทางขั้นตอนการดำเนินงานแบบเบ็ดเสร็จ จะมุ่งเน้นการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วแก่นักท่องเที่ยวที่ขับรถยนต์ข้ามแดน รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวขับขี่ยานพาหนะอย่างปลอดภัย และลดอุบัติเหตุ อีกทั้งมีการประกันภัยและได้รับความช่วยเหลือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการรับบริการของศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ และนักท่องเที่ยว

มีความเข้าใจและปฏิบัติตามกฎหมายในราชอาณาจักรไทย อีกทั้งยังช่วยให้สถิตินักท่องเที่ยวประสบอุบัติเหตุในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวลดลงอีกด้วย

3.7 การพัฒนาสนามบิน

1) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (6 แห่ง)

(1) เปิดอาคาร 2 สนามบินท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

(2) โครงการพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต

(3) การทำป้ายบอกทางภาษาจีน

2) กองทัพเรือ

โครงการพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

3) กรมท่าอากาศยาน (28 แห่ง)

อยู่ระหว่างจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวให้ได้มาตรฐาน ICAO

3.8 การพัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมือง

1) โครงการระบบตรวจสอบและคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า

2) โครงการ E-Fingerprint

3) โครงการช่องตรวจหนังสือเดินทางอัตโนมัติสำหรับชาวต่างประเทศ

4) การพัฒนาด้านภาษาอังกฤษในปี พ.ศ. 2559 จำนวน 5,043 คน

4. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579[2]

"ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน" โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้

1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันพักต่อครั้งของการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

[2] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ปีที่ 1

2) การเติบโตอย่างมีดุลยภาพ โดยส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงมิถุนายน-กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

3) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

4) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้แก่ประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมของชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง

5) การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของคนไทย คุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564)

1) การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

2) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล

3) การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน

4) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย

พันธกิจ

1) พัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการในการท่องเที่ยวทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐานและสมดุล อีกทั้งมีความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์วิถีไทย เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากลสามารถรองรับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทแวดล้อม รวมทั้งสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลกสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย จิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

4) สร้างสมดุลในนักท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว เพื่อผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพตามเป้าหมายให้สามารถสร้างรายได้และส่งเสริมการกระจายรายได้ให้แก่ประเทศอย่างยั่งยืน

5) ส่งเสริมการบูรณาการการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมและการบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้มีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดภาพรวมของแผนพัฒนาฯ และตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์การพัฒนา

จากการศึกษาตัวชี้วัดของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) พบว่า ตัวชี้วัดภาพรวมของแผนพัฒนาฯ ที่ถูกกำหนดขึ้นนั้น ประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในหลายประเด็น อาทิ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน อัตราการเติบโตของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย และอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า 1 ล้านคน) เป็นต้น

ในส่วนของตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์การพัฒนาได้ถูกแบ่งออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์จะมีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก และหน่วยงานสนับสนุน ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานในแต่ละยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว: กระทรวงคมนาคมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงดิจิทัล

เพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงกลาโหม กระทรวงการต่างประเทศ กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงคมนาคม กระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภาพรวมของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ปีที่ 1

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ได้กำหนดตัวชี้วัดภาพรวมเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) ประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด โดยในปี พ.ศ. 2560 มีผลการดำเนินการตามตัวชี้วัดภาพรวม ดังนี้

ประเด็นที่เป็นไปตามเป้าหมาย มี 3 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2560 มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 11.66 จากปี พ.ศ. 2559

2) การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2560 มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 9.57 จากปี พ.ศ. 2559

3) รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า 1 ล้านคน) มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2560 มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 12.24 จากปี พ.ศ. 2559

ประเด็นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย มี 6 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 5 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนลดลงร้อยละ 17.82 จากปี พ.ศ. 2559

2) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือ 1 ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 34 ของโลก และอันดับที่ 10 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

3) ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90 ซึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ร้อยละ 80.8 และผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ร้อยละ 87.4

4) สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่า 1 ใน 3 (ร้อยละ 33.33) ของการเดินทางตลอดทั้งปี โดยในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ร้อยละ 32.47

5) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทยด้านความเด่นชัดของวัฒนธรรมและนันทนาการ จากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น 1 ใน 10 อันดับแรกของโลกในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 14 ของโลก ลดลง 3 อันดับจากปี พ.ศ. 2558

6) ดัชนีด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน 6 มิติที่สำคัญ พัฒนาขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับ ในแต่ละมิติ โดยในปี พ.ศ. 2560 มีผลในแต่ละมิติ ดังนี้

(1) มิติด้าน Stringency of environmental regulations ดีขึ้น 3 อันดับ
(2) มิติด้าน Sustainability of T&T development ดีขึ้น 6 อันดับ
(3) มิติด้าน Attractiveness of natural assets ดีขึ้น 79 อันดับ
(4) มิติด้าน Enforcement of environmental regulation ลดลง 1 อันดับ
(5) มิติด้าน Wastewater treatment ลดลง 4 อันดับ
(6) มิติด้าน Total protected areas ลดลง 4 อันดับ

ประเด็นที่ไม่ได้ประเมิน มี 1 ตัวชี้วัด คือ ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี เนื่องจากไม่มีการจัดเก็บข้อมูลผลการสำรวจที่ตรงตามนิยามของตัวชี้วัด จึงไม่ได้ประเมินตัวชี้วัดนี้

สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ปีที่ 1

ในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ไปสู่การปฏิบัติได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ 5 ยุทธศาสตร์ โดยในปี พ.ศ. 2560 มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัด มีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด ดังนี้

ประเด็นที่เป็นไปตามเป้าหมาย มี 1 ตัวชี้วัด คือ รายได้จากการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2560 มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 14.37 จากปี พ.ศ. 2559

ประเด็นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย มี 3 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวได้รับการรับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนลดลง ร้อยละ 17.82 จากปี พ.ศ. 2559

2) จุดประสงค์หลักในการมาเยือนประเทศไทยหลากหลายขึ้น และนักท่องเที่ยวมากกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 33.33 มีจุดประสงค์หลัก ในการมาเยือนที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวพักผ่อนโดยทั่วไป โดยในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ ร้อยละ 10.0

3) อันดับของประเทศไทยด้านความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Sustainability of T&T Development) เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับ (เทียบกับอันดับที่ 61 จาก 141 ประเทศทั่วโลกในปี พ.ศ. 2558) โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 55 เพิ่มสูงขึ้น 6 อันดับ จากปี พ.ศ. 2558

ประเด็นที่ไม่ได้ประเมิน มี 3 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) ระยะเวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

2) การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อครั้งการเดินทาง มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยอย่างน้อยร้อยละ 5 เทียบกับ ร้อยละ 4.3 ในช่วงปี พ.ศ. 2557 – 2558

3) จำนวนเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด มีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด ดังนี้

ประเด็นที่เป็นไปตามเป้าหมาย มี 1 ตัวชี้วัด คือ ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสารคิดเป็นที่นั่ง – กิโลเมตร (International Available Seats Kilometer) สำหรับเที่ยวบินจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 2 ของ ASEAN โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 1 ของ ASEAN

ประเด็นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย มี 4 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) การจัดอันดับของนิตยสารด้านการเดินทางโดยอากาศยาน Skytrax (Skytrax rating) ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับอย่างน้อย 4 ดาว และท่าอากาศยานอื่นๆ อยู่ในระดับอย่างน้อย 3 ดาว โดยในปี พ.ศ. 2560 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิถูกจัดอันดับอยู่ในระดับ 3 ดาว ในขณะที่สนามบินอื่นๆ ยังไม่มีการจัดอันดับ

2) อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางบกและทางน้ำ (Ground and Port infrastructure) อยู่ในอันดับ 1 ใน 50 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 71 จาก 141 ประเทศทั่วโลกในปี พ.ศ. 2558) โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 72 ลดลง 1 อันดับ จากปี พ.ศ. 2558

3) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (Safety & Security) อยู่ในอันดับ 1 ใน 70 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 132 จาก 141 ประเทศทั่วโลกในปี พ.ศ. 2558) โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 118 ดีขึ้น 14 อันดับ จากปี พ.ศ. 2558

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นและพึงพอใจในการรักษาความปลอดภัยและการให้บริการ ร้อยละ 90 ตลอดช่วงเวลาของแผนฯ โดยในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ร้อยละ 72.6

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด มีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดดังนี้

ประเด็นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย มี 2 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการอบรมพนักงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Extent of Staff Training) อยู่ในอันดับ 1 ใน 30 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 37 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2558) โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 53 ลดลง 16 อันดับ จากปี พ.ศ. 2558

2) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการให้บริการลูกค้า (Treatment of Customer) อยู่ในอันดับ 1 ใน 10 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 17 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2558) โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 26 ของโลก ลดลง 9 อันดับ จากปี พ.ศ. 2558

ประเด็นที่ไม่ได้ประเมิน มี 3 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) จำนวนบุคลากรไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับรองมาตรฐาน MRA (Mutual Recognition Arrangement) ของ ASEAN เพิ่มขึ้น

3) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME : Small and Medium Enterprises) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด มีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด ดังนี้

ประเด็นที่เป็นไปตามเป้าหมาย มี 2 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) จำนวนจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมเยือนมากกว่า 3 ล้านคนต่อปี เพิ่มสูงขึ้นทุกปี (จาก 10 จังหวัด ในปี พ.ศ. 2559) โดยในปี พ.ศ. 2560 มี 4 จังหวัด ที่มีผู้เยี่ยมเยือนมากกว่า 3 ล้านคนต่อปี เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 ได้แก่ สมุทรปราการ พิษณุโลก สุพรรณบุรี และอุบลราชธานี

2) อันดับของประเทศไทยด้านความน่าไว้วางใจของการทำงานของตำรวจ (Reliability of Police Services) อยู่ในอันดับต่ำกว่า 100 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 112 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2558) โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ที่อันดับ 60 ดีขึ้น 52 อันดับ จากปี พ.ศ. 2558

ประเด็นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย มี 2 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านประสิทธิภาพของโครงการทางการตลาดในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Effectiveness of marketing to attract tourist) อยู่ในอันดับ 1 ใน 15 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 23 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2558) โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 20 ของโลก ดีขึ้น 3 อันดับ จากปี พ.ศ. 2558

2) อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) เพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ ร้อยละ 44.0 ลดลง ร้อยละ 1.0 จากปี พ.ศ. 2559

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด มีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด ดังนี้

ประเด็นที่เป็นไปตามเป้าหมาย มี 1 ตัวชี้วัด คือ การจัดตั้ง Tourism Intelligence Center (หน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว) และบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

ประเด็นที่ไม่ได้ประเมิน มี 4 ตัวชี้วัด ดังนี้

1) ระดับความพึงพอใจด้านการบูรณาการแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น

2) ระดับความพึงพอใจด้านการสนับสนุนจากส่วนกลางในการทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น

3) ระดับความพึงพอใจด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น

4) ระดับความพึงพอใจด้านกฎหมายและข้อบังคับด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

5. การจัดอันดับประเทศอันตรายสำหรับการท่องเที่ยว[3]

บริษัทที่ปรึกษา International SOS จัดอันดับประเทศอันตรายสำหรับการท่องเที่ยวในปี 2019 ครอบคลุมในหลายความเสี่ยงทั้งด้านอาชญากรรม สาธารณสุข ความรุนแรงทางการเมือง เชื้อชาติ และความปลอดภัยบนท้องถนน โดยจัดทำเป็นแผนที่ประกอบด้วย 5 สี ได้แก่

(1) สีน้ำตาล หมายถึง ประเทศที่รับมือกับอันตรายได้ดี
(2) สีเขียว หมายถึง ประเทศที่มีระดับความเสี่ยงต่ำ

[7] การจัดอันดับประเทศอันตรายสำหรับการท่องเที่ยว จาก http://www.international SOS.com

(3) สีเหลือง หมายถึง ประเทศที่มีระดับความเสี่ยงปานกลาง
(4) สีส้ม หมายถึง ประเทศที่มีระดับความเสี่ยงสูง
(5) สีแดง หมายถึง ประเทศที่มีระดับอันตรายมาก

สำหรับประเทศไทยถูกจัดอันดับอยู่ในกลุ่มสีเหลือง คือ มีความอันตรายด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อลงรายละเอียดลึกลงไป พบว่าในส่วนของอุบัติเหตุบนท้องถนนประเทศไทยอยู่ในระดับสีน้ำตาลเข้ม คือ มีอันตรายสูงสุด ในขณะที่ประเทศที่อันตรายที่สุดด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในทวีปแอฟริกา และประเทศที่ปลอดภัยที่สุดเป็นกลุ่มประเทศนอร์ดิก เช่น นอร์เวย์ ฟินแลนด์ ไอซ์แลนด์ เป็นต้น

6. การสำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

ที่ผ่านมา การสำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการดำเนินการโดยหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว เช่น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย[4] (ธันวาคม 2554) ดำเนินโครงการสำรวจทัศนคติ และความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตลาดหลักและกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (ระยะที่ 2) โดยทำการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 3,600 คน พบว่าในด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับสูงที่ค่าเฉลี่ย 4.32 (จากคะแนนเต็ม 5) โดยมีนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยถึงพึงพอใจมากที่ 88% และในทางตรงกันข้ามมีนักท่องเที่ยวที่ไม่พึงพอใจถึงไม่พอใจมากที่ 4% และหากพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มตลาด จะพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดที่มีความพึงพอใจสูงมาก ได้แก่ ออสเตรเลีย (ค่าเฉลี่ย 4.61) นอร์เวย์ (ค่าเฉลี่ย 4.55) และสวีเดน (ค่าเฉลี่ย 4.51) และกลุ่มตลาดที่มีความพึงพอใจสูง ได้แก่ แคนาดา (ค่าเฉลี่ย 4.43) สวิตเซอร์แลนด์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) เนเธอร์แลนด์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) เดนมาร์ก (ค่าเฉลี่ย 4.34) ฟิลิปปินส์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) อิตาลี (ค่าเฉลี่ย 4.24) และอิสราเอล (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับสูงในด้านความมีน้ำใจไมตรีและการต้อนรับที่ดีของคนไทยที่ค่าเฉลี่ย 4.28 และความน่าสนใจของสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 4.15 ในทางตรงข้าม ประเด็นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับที่ไม่สูงมากนัก ได้แก่ บริการด้านการท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 3.98 และความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 3.94 ส่วนประเด็นที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างไม่พึงพอใจจะเป็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ค่าเฉลี่ย 3.86

[4] 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-foriegn-tourist.

กรมการท่องเที่ยว[5] (2556) ดำเนินโครงการจัดทำดัชนีความพึงพอใจนักท่องเที่ยวรายไตรมาส และดัชนีการจ้างงานด้านการท่องเที่ยวรายไตรมาส โดยการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อจัดทำดัชนีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดำเนินการต่อเนื่อง 3 ไตรมาส คือ ไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2555 ไตรมาส 1 และไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 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 ราย ตามลำดับ

จาก 16 ประเด็นที่ประเมิน พบว่าในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2556 โดยรวมปรับตัวดีขึ้นจาก 2 ไตรมาสแรกเพียงเล็กน้อย โดยมีจำนวน 4 ประเด็นที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับคะแนนร้อยละ 80 ขึ้นไป ได้แก่ บริการเพื่อสุขภาพ ประชาชน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และสถานที่พักแรม มีจำนวน 9 ประเด็นที่คะแนนอยู่ระหว่าง ร้อยละ 75.0-79.9 ได้แก่ การจับจ่ายซื้อสินค้า กิจกรรม/ แหล่งท่องเที่ยว สนามบิน บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่มี 2 ประเด็นที่ต่ำกว่าร้อยละ 70.0-75.0 ได้แก่ กีฬากอล์ฟ อินเทอร์เน็ต/ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และมี 1 ประเด็นที่ต่ำกว่าร้อยละ 70.0 ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ

เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยของแต่ละประเด็นที่ประเมินความพึงพอใจ พบว่า โดยภาพรวมของแต่ละประเด็นย่อยมีผลคะแนนความพึงพอใจใกล้เคียงกับคะแนนความพึงพอใจรวมของประเด็นการประเมินนั้นๆ โดยมีประเด็นที่ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นย่อยต่ำกว่าร้อยละ 80 อยู่จำนวนมาก ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านประชาชน ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร สถานที่พักแรม การจับจ่ายซื้อสินค้า กิจกรรม/ แหล่งท่องเที่ยว สนามบิน บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว กีฬากอล์ฟ มัคคุเทศก์ ความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ บริษัทนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต/ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และห้องน้ำสาธารณะ โดยเฉพาะใน 5 ประเด็นหลัง ได้แก่ ความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ บริษัทนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต/ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และห้องน้ำสาธารณะนั้น จะมีระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยประเด็นย่อยต่างๆ เหล่านี้แม้โดยรวมในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2556 จะปรับตัวดีขึ้นแต่เป็นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

จากคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน 3 ไตรมาส ที่ดำเนินการสำรวจเพื่อประเมินความพึงพอใจนั้น พบว่ามีเพียง 1 ด้าน คือบริการเพื่อสุขภาพ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจค่อนข้างมาก ทั้งในภาพรวมและแต่ละประเด็นย่อย ซึ่งนับว่าเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวไทย จำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจะรักษาระดับคุณภาพการให้บริการและพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้นอีก ในขณะที่ด้าน ประชาชน (ประเด็นความซื่อสัตย์) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สถานที่พักแรม การจับจ่ายซื้อสินค้า กิจกรรม/แหล่งท่องเที่ยว สนามบิน บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร

[5] กรมการท่องเที่ยว. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำดัชนีความพึงพอใจนักท่องเที่ยวรายไตรมาสและดัชนีการจ้างงานด้านการท่องเที่ยวรายไตรมาส ปี 2556.

นักท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ แม้โดยรวมจะดี แต่มีประเด็นย่อยต่าง ๆ ที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ส่วนอีก 6 ประเด็น ได้แก่ ด้านความปลอดภัย การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะต่างๆ บริษัทนำเที่ยว กีฬากอล์ฟ อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ระหว่างประเทศ และห้องน้ำสาธารณะ นั้น มีระดับคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ จำเป็นต้องมีมาตรการเร่งด่วนเพื่อดำเนินการพัฒนาให้ดีขึ้น

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา[6] ดำเนินการสำรวจทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ภายใต้โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ รวมทั้งบริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองต่างๆ จำนวน 5,054 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจาก 17 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมินพบว่า บริการที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ได้แก่ ด้านประชาชนจากความเป็นมิตรไมตรีให้การต้อนรับที่ดีและความสุภาพอ่อนโยนของคนไทย (ค่าเฉลี่ย 4.45) และด้านบริการเพื่อสุขภาพจากการใช้บริการนวดแผนไทย สปา ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.34) สำหรับบริการที่ระดับความพึงพอใจต่ำสุด 3 ประเภท ได้แก่ ด้านระบบอินเทอร์เน็ต/ Wi-Fi จากที่มีไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ด้านห้องน้ำสาธารณะจากการที่ไม่สะดวกในการใช้และขาดการดูแลทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.74) และด้านรถโดยสารสาธารณะจากความไม่สะดวกในการใช้บริการและมีความปลอดภัยน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในแต่ละพื้นที่ที่สำรวจ พบว่าในภาพรวมพื้นที่ที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจมากมี 3 พื้นที่ ได้แก่ เชียงราย (ค่าเฉลี่ย 4.31) อุดรธานี (ค่าเฉลี่ย 4.28) และเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยจังหวัดเชียงรายมีประเด็นที่ประเมินถึง 7 ประเด็น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ ด้านประชาชน กิจกรรม/สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย การจับจ่ายซื้อสินค้า ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยว ตัวแทนนำเที่ยว และรถโดยสารสาธารณะ จังหวัดอุดรธานี มี 5 ประเด็นที่ประเมินมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ ด้านบริการเพื่อสุขภาพ การใช้บริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ รถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ และระบบอินเทอร์เน็ต/Wi-Fi พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มี 2 ประเด็น ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ สถานที่พักและภัตตาคาร/ร้านอาหาร และจังหวัดเชียงใหม่มีเพียงประเด็นเดียวที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ คือ ด้านมัคคุเทศก์ ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการให้บริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญยังมีคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ยังไม่มีจังหวัดใด

[6] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย, 2557

ที่บริการด้านการท่องเที่ยวโดดเด่นทุกด้าน และส่วนใหญ่ไม่โดดเด่น และเป็นที่น่าสังเกตว่าจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และพัทยา ความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำกว่าจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญๆ ระดับรองลงมา เช่น เชียงราย อุดรธานี เป็นต้น

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา[7] ดำเนินการโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศและการปรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งจัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย การสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน 10 จังหวัดหลักด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย จังหวัดที่เป็นตัวแทน “เมืองต้องห้าม... พลาด” คือ ตราด จังหวัดที่เป็นตัวแทนเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย นครราชสีมา เพชรบุรี และมุกดาหาร และด่านตรวจคนเข้าเมือง จำนวน 6,046 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในระดับพึงพอใจมากและสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.0 ต่อร้อยละ 70.6) จากการ 18 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมากเพียงประเด็นเดียว คือ ประชาชน ทั้งจากความเป็นมิตรมีน้ำใจและให้การต้อนรับที่ดี ส่วนประเด็นที่เหลืออีก 17 ประเภท มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก แต่มีคะแนนความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยทุกประเภทบริการที่ประเมินมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ แสดงให้เห็นว่า แม้จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีจุดแข็งด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่บริการเหล่านี้ยังมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับบริการอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

[7] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย, 2558

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 (ร้อยละ 82.0 ต่อร้อยละ 81.0) โดยมี 4 ประเภทบริการที่คะแนนความพึงพอใจลดลงค่อนข้างมาก ได้แก่ มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริการเชิงสุขภาพ และประชาชน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อโครงการ “เมืองต้องห้าม... พลาด” ในการสำรวจครั้งนี้ได้เลือกจังหวัดตราดเป็นตัวแทน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บริการเชิงสุขภาพ กิจกรรมผจญภัย และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีความโดดเด่น สามารถใช้เป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยว สำหรับบริการที่มีความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ และความปลอดภัย

ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว 10 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย รัสเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และลาว นั้น จากการประเมินความพึงพอใจ พบว่า มี 5 ประเทศที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ รัสเซีย ออสเตรเลีย จีน อินเดีย และ สหราชอาณาจักร 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

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา[8] ดำเนินการโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559 ซึ่งได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 จนถึงครั้งนี้เป็นปีที่ 3 ต่อเนื่องกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ รวมทั้งจัดทำฐานข้อมูลทัศนคติความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และนำเข้าคลังข้อมูล Tourism Intelligent Center: TIC ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อีกทั้งเพื่อกำหนดตัวชี้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการสำรวจในปี พ.ศ. 2559 นี้ ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในหลายพื้นที่ ประกอบด้วย 10 จังหวัดหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุดในปี พ.ศ. 2558 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ พระนครศรีอยุธยา พังงา และสมุทรปราการ จังหวัดที่เป็นตัวแทนเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 7 จังหวัด ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์

[8] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ.2559.

เพชรบุรี ตราด เชียงราย นครราชสีมา สุโขทัย และมุกดาหาร และด่านตรวจคนเข้าเมืองที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการมากที่สุด 6 ด่าน สามารถเก็บรวบรวมตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทั้งสิ้น จำนวน 6,912 ตัวอย่าง พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.6) และสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ร้อยละ 83.2) ปรับตัวดีขึ้นจากช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการ มีการจัดทำมาตรฐานต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว มีการกวดขันจับกุมผู้กระทำความผิดอย่างเคร่งครัด ทั้งบริษัทนำเที่ยวผิดกฎหมาย มัคคุเทศก์เถื่อน เป็นต้น มีการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งมีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งที่สนามบินและด่านตรวจคนเข้าเมือง ส่งผลให้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังเกือบทุกประเด็น ยกเว้นด้านสนามกอล์ฟ และจาก 19 ประเด็นที่ประเมิน มี 10 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) เช่น บริการเชิงสุขภาพ มัคคุเทศก์ ประชาชน (ร้อยละ 88.4 ร้อยละ 87.4 และร้อยละ 86.2 ตามลำดับ) เป็นต้น ส่วนอีก 9 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดย 3 อันดับที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ บริการรถโดยสารสาธารณะ และสนามกอล์ฟ (ร้อยละ 74.6 ร้อยละ 80.2 และร้อยละ 81.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 9) และในช่วง 3 ปีที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยรวมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ แต่ทั้งนี้ยังมีบริการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่ำติดต่อกันต่อเนื่อง 3 ปี ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ บริการรถโดยสารสาธารณะ สนามกอล์ฟ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริการตรวจคนเข้าเมือง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน 10 จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ กระบี่ พังงา สงขลา พระนครศรีอยุธยา และสมุทรปราการ อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากทุกจังหวัด โดยจังหวัดที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ จังหวัดพังงา (ร้อยละ 88.6) ในขณะที่กรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด (ร้อยละ 84.2 เท่ากัน)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจาก 9 ใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของไทย มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเทศที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ จีน (ร้อยละ 89.8) ทั้งนี้ มีเพียงนักท่องเที่ยวจากฮ่องกงที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 84.0)

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา[9] ดำเนินการโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560 ซึ่งได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 จนถึงครั้งนี้เป็นปีที่ 4 ต่อเนื่องกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ รวมทั้งจัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ

[9] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560.

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และนำเข้าคลังข้อมูล Tourism Intelligent Center: TIC ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อีกทั้งเพื่อกำหนดตัวชี้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการสำรวจในปี พ.ศ. 2560 นี้ ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในหลายพื้นที่ ประกอบด้วย 10 จังหวัดหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุดในปี พ.ศ. 2558 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ พระนครศรีอยุธยา พังงา และสมุทรปราการ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด+พลัส ใน 7 จังหวัด ได้แก่ ตราด ระยอง เลย นครศรีธรรมราช ระนอง พิษณุโลก และน่าน และด่านตรวจคนเข้าเมืองที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการมากที่สุด 6 ด่าน สามารถเก็บรวบรวมตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทั้งสิ้นจำนวน 6,857 ตัวอย่าง พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.4) และสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ร้อยละ 83.2) ปรับตัวดีขึ้นจากช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการ มีการจัดทำมาตรฐานต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว มีการกวดขันจับกุมผู้กระทำความผิดอย่างเคร่งครัดทั้งบริษัทนำเที่ยวผิดกฎหมาย มัคคุเทศก์เถื่อน เป็นต้น มีการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งมีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งที่สนามบินและด่านตรวจคนเข้าเมือง ส่งผลให้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังทุกประเด็น และจาก 19 ประเด็นที่ประเมินมี 14 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) เช่น บริการเชิงสุขภาพ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด (ร้อยละ 88.1 ร้อยละ 87.6 และร้อยละ 87.0 ตามลำดับ) เป็นต้น ส่วนอีก 5 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดย 3 อันดับที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ สนามกอล์ฟ และบริการรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 75.9 ร้อยละ 79.0 และร้อยละ 81.9 ตามลำดับ) และในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ แต่ทั้งนี้ยังมีบริการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่ำติดต่อกันต่อเนื่อง 4 ปี ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ บริการรถโดยสารสาธารณะ สนามกอล์ฟ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริการตรวจคนเข้าเมือง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจาก 7 ใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเทศที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 91.6) ทั้งนี้มีเพียงนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง เยอรมนี และญี่ปุ่น ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.8, 83.8 และ 83.4 ตามลำดับ)

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา[10] ดำเนินการโครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2561 ซึ่งได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 จนถึงครั้งนี้เป็นปีที่ 5 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย พร้อมกับจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และแนวทางการทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ รวมทั้งจัดทำฐานข้อมูลทัศนคติความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและนำเข้าคลังข้อมูล Tourism Intelligent Center: TIC ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อีกทั้งเพื่อกำหนดตัวชี้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการสำรวจในปี พ.ศ. 2561 นี้ ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในหลายพื้นที่ ประกอบด้วย 10 จังหวัดหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุดในปี พ.ศ. 2560 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม... พลาด+พลัส ใน 7 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง สุรินทร์ นครปฐม จันทบุรี ตรัง แพร่ และชุมพร และด่านตรวจคนเข้าเมืองที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการมากที่สุด 6 ด่าน สามารถเก็บรวบรวมตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทั้งสิ้น จำนวน 9,864 ตัวอย่าง

พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.9) และสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ร้อยละ 83.1) ปรับลดลงเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา (ร้อยละ 87.4) เนื่องจากในปีนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสบอุบัติเหตุทางทะเล ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเสียชีวิตและบาดเจ็บเป็นจำนวนมาก และจาก 19 ประเด็นที่ประเมินมี 14 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) เช่น บริการเชิงสุขภาพ มัคคุเทศก์ ประชาชน เป็นต้น ส่วนอีก 5 ประเด็น มีความพึงพอใจมาก ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา/นันทนาการ รถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริการด่านตรวจคนเข้าเมือง ทั้งนี้เกือบทุกประเด็นมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง ยกเว้นด้านห้องน้ำสาธารณะ ที่ความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเพียงประเด็นเดียวและมีความพึงพอใจต่ำสุดติดต่อกันต่อเนื่อง 5 ปี

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจาก 6 ใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเทศที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 91.2) ทั้งนี้มีนักท่องเที่ยวจาก 4 ประเทศที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ เยอรมนี ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฮ่องกง (ร้อยละ 83.8, 83.8 82.7 และ 81.9 ตามลำดับ)

[10] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 256.

การสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยดำเนินการในหลายพื้นที่ประกอบด้วย 10 จังหวัดหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2559 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา ระยอง ภูเก็ต สงขลา กาญจนบุรี ขอนแก่น และนครศรีธรรมราช รวมทั้งจังหวัดที่เป็นตัวแทนใน 12 เมืองต้องห้าม... พลาด+พลัส (แหล่งท่องเที่ยวรอง) 24 จังหวัด ได้แก่ ราชบุรี สมุทรสงคราม จันทบุรี ตราด เพชรบูรณ์ ลำปาง น่าน เลย บุรีรัมย์ ชุมพร นครศรีธรรมราช ตรัง สุพรรณบุรี นครปฐม สระแก้ว ระยอง ลำพูน พิษณุโลก ชัยภูมิ สุรินทร์ ระนอง พัทลุง และสตูล สามารถรวบรวมตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ทั้งสิ้น จำนวน 10,224 ตัวอย่าง พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.2) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 84.1) ก่อนใช้บริการ และจาก 18 ประเด็นที่ประเมินมี 7 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจ (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด เป็นต้น ส่วนอีก 11 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก เช่น ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ กิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัย เป็นต้น โดยด้านห้องน้ำสาธารณะได้รับคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด

7. การดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ในปี พ.ศ. 2561

7.1 ด้านห้องน้ำสาธารณะ

เมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2561 กรมการท่องเที่ยวร่วมกับกรมอนามัยดำเนินกิจกรรมรณรงค์ห้องน้ำสาธารณะสะอาดเพื่อการท่องเที่ยว “ห้องน้ำสะอาด สุขใจ ไปเที่ยวไหนก็ WC OK” ณ สถานีรถไฟกรุงเทพฯ ด้วยการตรวจประเมินห้องน้ำสาธารณะภายในสถานีรถไฟกรุงเทพฯ โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานส้วมสาธารณะระดับประเทศ (HAS) ของกรมอนามัยในเรื่องของความสะอาด ความเพียงพอและความปลอดภัย และใช้เกณฑ์ของกรมการท่องเที่ยว 3 เกณฑ์ 4 ตัวชี้วัดร่วมด้วย เช่น มีป้ายสัญลักษณ์ห้องน้ำไม่น้อยกว่า 2 ภาษา มีการประชาสัมพันธ์เรื่องการรักษาความสะอาด การประหยัดพลังงาน และมีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดหรือบริเวณใกล้เคียง เพื่อเป็นการรับรองว่าห้องน้ำสาธารณะในพื้นที่นั้นๆ สะอาดได้มาตรฐานและนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้อย่างมั่นใจ[11]

7.2 ด้านสนามบิน

เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) อนุมัติการปรับปรุงแผนแม่บทท่าอากาศยาน โครงการพัฒนาท่าอากาศยานดอนเมืองระยะที่ 3 ดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2561-2567 โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาท่าอากาศยานดอนเมืองเต็มศักยภาพของพื้นที่ให้มีขีดความสามารถรองรับผู้โดยสารได้ 40 ล้านคน/ปี จากปัจจุบันที่สามารถรองรับได้ 30 ล้านคน/ปี โดยตามโครงการจะทำการรื้ออาคารผู้โดยสารภายในประเทศ (หลังเดิม) พร้อมอาคารเทียบเครื่องบินหมายเลข 6 เพื่อก่อสร้างเป็นอาคารผู้โดยสาร อาคาร 3 พื้นที่ 155,000 ตารางเมตร มีขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารระหว่างประเทศได้ 18 ล้านคน/ปี หลังจากนั้นจะปรับปรุง

[11] หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ http://media.thansettakij.com/2018/01/s_2588971.jpg

อาคารผู้โดยสารอาคาร 1 ให้เป็นอาคารผู้โดยสารภายในประเทศ และเมื่อรวมอาคาร 1 และอาคาร 2 เข้าด้วยกันสามารถรองรับผู้โดยสารภายในประเทศได้รวม 22 ล้านคน/ปี นอกจากนั้นจะมีการพัฒนาในส่วนอื่นๆ ทั้งในเขตการบิน (Airside) และนอกเขตการบิน (Landside) ซึ่งจะมีหลุมจอดเพิ่มจาก 114 หลุมจอด เป็น 142 หลุมจอด และมีการขยายช่องทางถนนภายใน รวมทั้งเพิ่มพื้นที่จอดรถจาก 4,475 คัน เป็น 5,736 คัน

สำหรับโครงการพัฒนาท่าอากาศยานเชียงใหม่ ระยะที่ 1 ดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2561-2565 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารได้ 16.5 ล้านคน/ปี จากปัจจุบันรองรับได้เพียง 8 ล้านคน/ปี มีหลุมจอดเพิ่มขึ้นจาก 12 หลุมจอด เป็น 31 หลุมจอด มีการก่อสร้างอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ และปรับปรุงอาคารผู้โดยสารเดิมให้เป็นอาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ทำให้ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีอาคารผู้โดยสาร 2 อาคาร จากเดิมที่มีอาคารเดียว นอกจากนี้มีการปรับระบบถนนภายใน โดยเพิ่มช่องทางจราจร รวมทั้งเพิ่มพื้นที่จอดรถจาก 800 คัน เป็น 3,000 คัน

7.3 ด้านมัคคุเทศก์

สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ได้ร่วมกับสมาคมมัคคุเทศก์ สมาคมโรงแรมไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการขับเคลื่อนมาตรฐานอาชีพ และคุณวุฒิวิชาชีพให้กับสาขาวิชาชีพที่จะสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวไทยให้มีความเข้มแข็ง เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

7.4 ผลการดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปี พ.ศ. 2561[12]

1) การขับเคลื่อนนโยบายและแผน

1.1) การจัดทำแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580

1.2) การดำเนินงานภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวและกีฬา

(1) ขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)

(2) ปรับปรุง พ.ร.บ. นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

(3) ขับเคลื่อนเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 9 เขต (เตรียมประกาศเพิ่มอีก 7 เขต)

(4) เพิ่มบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในการจัดให้มีประกันภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

1.3) การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพตามนโยบายรัฐบาล เช่น ริเวียร่า วิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง 7 จังหวัด เป็นต้น

[12] การแถลงข่าวผลงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปี พ.ศ.2561. จาก www.secretary.mots.go.th › download › article › article_20190131071105.pfd. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2562

1.4) การบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในลักษณะคณะกรรมการร่วม ได้แก่ กก. & คค. กค. & ทส. และ กก. & วธ.

1.5) จัดทำแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 และ พ.ศ. 2563

1.6) สนับสนุนการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ เช่น ASEAN GMS CLMV และ IMT-GT เป็นต้น

1.7) การพัฒนาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (Big Data) เพื่อสนับสนุนการวางแผนกำหนดนโยบาย และอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

1.8) สนับสนุนนโยบายเร่งด่วนรัฐบาล และมาตรการกระตุ้นตลาดท่องเที่ยว เช่น มาตรการ VOA และมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรอง เป็นต้น

2) การพัฒนาการท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยวดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 ดังนี้

2.1) Green Tourism จัดกิจกรรมปั่นจักรยานปลูกหญ้าทะเล และดำน้ำเก็บขยะในทะเล ณ จังหวัดตรัง

2.2) รณรงค์ห้องน้ำสะอาด ส่งเสริมและรณรงค์ห้องน้ำสาธารณะสะอาดเพื่อการท่องเที่ยว WCOK

2.3) Clean Food Good Service Street Food Thailand 2018 เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารริมทางในพื้นที่จังหวัดสงขลา บุรีรัมย์ เชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร ให้มีความรู้ที่ถูกต้องในการประกอบอาหารที่สะอาด ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษง่ายๆ กับนักท่องเที่ยว

2.4) Tourism Clinic สำรวจปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นความต้องการของชุมชน

2.5) ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน 123 ชุมชน

2.6) Tourism for All จัดทำแบบมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว จำนวน 20 แบบ

ก่อสร้างทางลาดและวางกันตกในแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึง รองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

3) การเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

3.1) พัฒนาและยกระดับมัคคุเทศก์

(1) ด้านการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสัตว์ป่าหายาก

(2) ด้านความรู้เรื่องวิถีถิ่น วิถีไทย กลุ่มอีสานใต้/วิถีถิ่น วิถีธรรม กลุ่มอีสานตอนบน

3.2) National Trainer/National Assessor

จัดอบรมผู้สอนระดับประเทศ (NT) และผู้ประเมินระดับประเทศ (NA) แก่บุคลากรด้านการศึกษาและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3.3) เผยแพร่องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เชียงใหม่ จันทบุรี และตรัง

4) ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางไทยนิยมยั่งยืน

4.1) ออกแบบพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 45 ชุมชน เช่น ซุ้มประตูทางเข้า จุดถ่ายรูป ป้าย ซุ้มขายอาหาร เส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2) อบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะด้านต่างๆ แก่บุคลากรในชุมชนท่องเที่ยว เช่น การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาทักษะด้านภาษา (Ask me) พัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ พัฒนาทักษะในการเล่าเรื่องราว เรื่องเล่าภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต จำนวน 665 ชุมชน

5) ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

5.1) ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (TAC) ให้บริการล่าม แปล ติดตามคนหาย/ของหาย การรักษาพยาบาล เจรจาไกล่เกลี่ย ฯลฯ

5.2) การดำเนินงานของตำรวจท่องเที่ยว

(1) กวาดล้างกระบวนการไช้แขกตุ๊กตุ๊ก ร้านค้าหลอกลวงนักท่องเที่ยว

(2) จับกุมกลุ่มบุคคลที่มีวิธีการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

(3) จับกุมบริษัททัวร์หลอกลวงนักท่องเที่ยว

(4) จับกุมชาวต่างชาติที่ลักลอบสวมบัตรมัคคุเทศก์

(5) การสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

7.5 ผลการดำเนินงานของกรมการขนส่งทางบก ในปี พ.ศ. 2561[13]

ก. ด้านการขนส่งผู้โดยสาร

1) การพัฒนาระบบโครงข่ายการขนส่งผู้โดยสาร

(1) เส้นทางรถโดยสารประจำทางในประเทศ

[13] กรมการขนส่งทางบก. **รายงานประจำปี พ.ศ. 2561.** จาก www.dit.go.th>download สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2562

ในปี พ.ศ. 2561 ดำเนินการกำหนด/ปรับปรุงเส้นทางและเงื่อนไขการเดินรถโดยสารประจำทาง รวม 426 เส้นทาง ทำให้ปัจจุบันมีเส้นทางรถโดยสารประจำทางทั้งสิ้น 4,388 เส้นทาง ดังนี้

หมวด 1 (เส้นทางใน กทม. และปริมณฑล/ในเขตเทศบาล)	=	1,220	เส้นทาง
หมวด 2 (เส้นทางเชื่อมระหว่าง กทม. กับภูมิภาค)	=	209	เส้นทาง
หมวด 3 (เส้นทางเชื่อมระหว่างจังหวัด)	=	627	เส้นทาง
หมวด 4 (เส้นทางภายในจังหวัด)	=	2,317	เส้นทาง
	รวม	**4,388**	**เส้นทาง**

(2) เส้นทางเดินรถโดยสารประจำทางระหว่างประเทศ

(2.1) เส้นทางระหว่างไทย – ลาว มีจำนวน 13 เส้นทาง

(2.2) เส้นทางระหว่างไทย – กัมพูชา มีจำนวน 2 เส้นทาง

(3) การเชื่อมต่อเส้นทางรถโดยสารประจำทางกับสนามบิน

กรมการขนส่งทางบกได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับกรมท่าอากาศยาน เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2560 และกับบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2561 โดยได้ดำเนินการกำหนด (ปรับปรุง) เส้นทางรถโดยสารประจำทางเชื่อมต่อท่าอากาศยานเชิงพาณิชย์ จำนวน 34 แห่ง เรียบร้อยแล้ว

(4) สถานีขนส่งผู้โดยสาร

ปัจจุบันมีสถานีขนส่งผู้โดยสารรวมทั้งสิ้น 119 แห่ง ดังนี้

- กรมการขนส่งทางบก ดำเนินการ	จำนวน	94	แห่ง
- บขส. ดำเนินการ	จำนวน	8	แห่ง
- เอกชนดำเนินการ	จำนวน	15	แห่ง
- เทศบาลดำเนินการ	จำนวน	2	แห่ง
	รวม	**119**	**แห่ง**

(5) การจัดให้มีระบบควบคุมการเดินรถโดยสารประจำทางและจอแสดงผลข้อมูลการเดินทางอัตโนมัติภายในสถานีขนส่งผู้โดยสาร (Smart Bus Terminal: SBT)

(5.1)พัฒนาระบบ Smart Bus Terminal จำนวน 119 แห่ง ทั่วประเทศ

(5.2)ติดตั้งจอแสดงผลข้อมูลการเดินทางอัตโนมัติภายในสถานีขนส่งผู้โดยสาร จำนวน 81 แห่ง ทำให้ผู้โดยสารสามารถตรวจสอบข้อมูลการเดินทางในหมวด 2 และหมวด 3 ผ่านทางหน้าจอ ทำให้ทราบเวลาที่รถเดินทางมาถึงสถานีนั้นๆ ได้ล่วงหน้าแบบ Real time

(5.3)จัดทำแอปพลิเคชัน (Smart Bus Terminal) บนโทรศัพท์มือถือเพิ่มความสะดวกมากขึ้น

2) การพัฒนาและส่งเสริมการประกอบการขนส่ง

(1) การพัฒนาและส่งเสริมการประกอบการขนส่งประจำทางด้วยรถโดยสาร

(1.1) การรับรองมาตรฐานคุณภาพบริการรถโดยสารประจำทาง ซึ่งได้ประกาศใช้ไปแล้วเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2548 โดยในปี พ.ศ. 2561 มีผู้ประกอบการขนส่งได้รับการรับรองมาตรฐานฯ จำนวน 3 ราย รวม 17 เส้นทาง ได้แก่ บริษัท นครชัยทัวร์ จำกัด (4 เส้นทาง) บริษัท ไทยพัฒนกิจขนส่ง จำกัด (7 เส้นทาง) และบริษัท เทพสมบัติ จำกัด (6 เส้นทาง)

(1.2) การพัฒนาศักยภาพผู้ตรวจประเมินคุณภาพบริการรถโดยสารประจำทาง

(1.3) การให้ความรู้ผู้ประกอบการขนส่งประจำทางด้วยรถโดยสารเพื่อยื่นขอรับรองมาตรฐาน

(2) การจัดอบรมสัมมนาให้ผู้ประกอบการขนส่งและพนักงานขับรถ

(2.1) โครงการส่งเสริมคุณภาพผู้ประกอบการขนส่งรุ่นใหม่ เรื่องกฎระเบียบเกี่ยวกับการยกระดับมาตรฐานการให้บริการ TAXI OK การให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน และเรื่อง การส่งเสริมมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความปลอดภัยของรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมสัมมนา รวม 235 คน

(2.2) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งไม่ประจำทางด้วยรถโดยสาร เรื่อง กำหนดให้มีผู้จัดการความปลอดภัย (Transport Safety Manager) และการรับรองมาตรฐานรถโดยสารธารณะ (Q-Bus) มีผู้เข้าร่วมสัมมนา รวม 100 คน

(2.3) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรถยนต์รับจ้าง (รถแท็กซี่) เรื่อง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการควบคุม กำกับ ดูแลการให้บริการของรถแท็กซี่ และความรู้เกี่ยวกับ Application DLT TAXI OK Drive จำนวน 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมสัมมนา รวม 236 คน

(2.4) โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถโดยสารในส่วนภูมิภาค โดยให้สำนักงานขนส่งจังหวัดทุกจังหวัดดำเนินงาน

3) การพัฒนาและส่งเสริมการประกอบการขนส่ง

(1) การย้ายจุดจอดรถตู้โดยสาร

ดำเนินการแล้วตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2561 โดยผู้โดยสารที่จะเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปต่างจังหวัดระยะทางไม่เกิน 300 กม. ให้ไปใช้บริการที่สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) แห่งใหม่ตรงข้ามสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ จตุจักร

(2) ศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารรถสาธารณะ และรับเรื่องร้องเรียน (ศูนย์ Call Center 1584)

ในปี พ.ศ. 2561 ได้รับเรื่องร้องเรียน จำนวน 84,143 เรื่อง ดำเนินการแก้ไขแล้เสร็จ จำนวน 76,754 เรื่อง และได้แจ้งผลให้ผู้ร้องเรียนทราบผ่านทาง SMS จำนวน 94,938 ข้อความ

(3) การจัดระเบียบรถโดยสารสาธารณะตามนโยบาย คสช.

โดยจัดระเบียบรถโดยสาธารณะ 3 ประเภท ได้แก่ รถตู้โดยสารประจำทาง รถยนต์รับจ้าง (รถแท็กซี่) และรถจักรยานยนต์สาธารณะ

4) การให้บริการรถแท็กซี่

กรมการขนส่งทางบก จัดทำ “โครงการเสริมความรู้ สู่ถนนปลอดภัยใส่ใจบริการ” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 โดยกำหนดจัดอบรมเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติหน้าที่ให้กับผู้ขับรถแท็กซี่ เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2562 เพื่อมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบมาตรการที่กรมการขนส่งทางบกบังคับใช้โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ แนวทางการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการรถแท็กซี่ เช่น ไม่เอาเปรียบผู้โดยสารไม่เรียกเก็บค่าโดยสารเกินราคาที่กำหนด งดเว้นการปฏิเสธไม่ให้บริการผู้โดยสารรวมถึงการแสดงกริยาสุภาพ วาจาสุภาพ มีวินัยในการขับรถ เป็นต้น นอกจากนี้ กรมการขนส่งทางบกได้พัฒนามาตรฐาน คุณภาพตัวรถ และความปลอดภัย โดยกำหนดให้รถแท็กซี่จดทะเบียนใหม่ (Taxi OK) ทุกคันต้องติดตั้งระบบ GPS Tracking ติดตามพิกัดตำแหน่งรถ ระบบยืนยันตัวตนผู้ขับรถ กล้องบันทึกภาพในรถแบบ Snap Shot ปุ่มฉุกเฉินเพื่อแจ้งเหตุร้องเรียน ซึ่งปัจจุบันมี Taxi OK ให้บริการแล้วจำนวน 18,000 คัน

ในขณะเดียวกันได้พัฒนาการให้บริการรถแท็กซี่วีไอพี (Taxi vip) โดยมีผู้ประกอบการให้บริการแล้ว 3 ราย ได้แก่ บริษัท ออลไทยแท็กซี่ จำกัด บริษัท อีวี โซไซตี้ จำกัด และบริษัท เคพีเอ็น บางกอกกรุ๊ป จำกัด

ข. ด้านความปลอดภัยและผลกระทบสิ่งแวดล้อม

1) ตัวรถ

(1) การติดตั้ง GPS ในรถสาธารณะ

ทำโครงการ “มั่นใจทั่วไทย รถใช้ GPS” โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 มีผู้ใช้บริกร GPS ที่ได้รับการรับรอง จำนวน 116 ราย รุ่น GPS ที่ได้รับการรับรองมี จำนวน 330 รุ่น มีรถที่ติดตั้ง GPS และเชื่อมโยงข้อมูลกับกรมฯ จำนวน 296,833 คัน และเชื่อมต่อฐานข้อมูลในระบบศูนย์ GPS กับรถพยาบาลของกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 1,148 คัน ทั้งนี้ รถสาธารณะทุกประเภทติดตั้ง GPS ครบทุกคันในปี พ.ศ. 2562

(2) การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านวิศวกรรมยานยนต์

- มาตรฐานความแข็งแรงของที่นั่ง จุดยึดที่นั่งและจุดยึดเข็มขัดนิรภัย
- มาตรฐานวัสดุสำหรับติดตั้งภายในรถโดยสาร
- มาตรฐานระดับเสียงของรถยนต์และวิธีการวัดระดับเสียงตามมาตรฐานสากล

2) ผู้ขับรถ

(1) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการขนส่งทางถนน

โดยจัดฝึกอบรมบุคลากรด้านการขนส่งทางถนนแก่ผู้ขับขี่รถทุกประเภท

(2) ยกระดับมาตรฐานคุณภาพผู้ขับรถเพื่อความปลอดภัย

กรมการขนส่งทางบก ดำเนินการ ดังนี้

(2.1) ยกระดับมาตรฐานการขอรับใบอนุญาตขับรถสำหรับชาวต่างชาติ

(2.2) จัดอบรมทาง YouTube Channel ในหัวข้อวิชาต่างๆ

(2.3) ระบบ e-Classroom

7.6 การให้บริการตรวจคนเข้าเมือง[14]

สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้รับความร่วมมือจากบริษัท VFS Global ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการทำงานของ “ระบบทำการแทนเพื่อการให้บริการของภาครัฐ” ในการรับและส่งผ่านข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบขอรับการตรวจลงตรา Electronic Visa On Arrival (E-VOA) ชำระค่าธรรมเนียมออนไลน์ (e-Payment) ทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ภายใต้มาตรฐานการเชื่อมโยงข้อมูล (Standard) พร้อมทั้งมาตรการในการดูแลความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ (Security) ข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ที่สอดคล้องตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยโครงการเริ่มทำกับ 20 ประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย อันดอร์รา บัลกาเรีย ภูฏาน ไซปรัส เอธิโอเปีย หมู่เกาะฟิจิ คาซัดสถาน ลัตเวีย ลิทัวเนีย มัลดีฟส์ มอลตา มอริเชียส ปาปัวนิวกินี โรมาเนีย มารีโน ซาอุดิอาระเบีย ยูเครน อุซเบกิสถาน และเขตเศรษฐกิจไต้หวัน โดยไม่ต้องกรอกเอกสารใดๆ ใช้พาสปอร์ต ยื่นให้กับเจ้าหน้าที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้ทุกช่องบริการ

นอกจากนี้ บริษัท VFS Global ได้ดำเนินการพัฒนาโครงการ Fast Track เพื่อยกระดับการให้บริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสารชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจ

พร้อมกันนี้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้เปิดตัวโมบายแอปพลิเคชันใหม่ “Thai Airways” โดยเมื่อผู้โดยสารซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ thaiairways.com หรือ thaismileair.com รวมทั้งโมบายแอปพลิเคชันการบินไทยและไทยสมายล์จะสามารถขอ Thailand E-Visa On Arrival ได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง โดยในเบื้องต้นเริ่มจากนักท่องเที่ยว 20 ประเทศและ 1 เขตเศรษฐกิจ (ไต้หวัน) ทั้งนี้ ผู้โดยสารที่เดินทางกับสายการบินอื่นก็สามารถซื้อบริการเสริมนี้ผ่านช่องทางดังกล่าวได้

[14] หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2562. จาก http://prachachat.net/tourism/news-283829.

8. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

8.1 ความพึงพอใจและการให้บริการ

1) ความหมายของการบริการ

สิ่งที่จำหน่ายและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการ เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง บริการสนามบิน บริการด้านการเดินทาง บริการสถานพักแรม บริการร้านอาหาร บริการในแหล่งท่องเที่ยว บริการในสถานบริการประเภทต่างๆ บริการด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจความหมาย ลักษณะเฉพาะและคุณภาพบริการ

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

ชูชัย สมิทธิไกร (2554) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งผู้ให้บริการได้เสนอขายโดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายสินค้าหรือไม่ก็ได้ (Kolter, 1991) ดังนั้นการบริการจึงเกี่ยวข้องกับการเสนอขายความพยายาม การปฏิบัติงาน หรือการกระทำใดๆ ให้แก่อีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการมิได้เป็นเจ้าของการบริการนั้นๆ เหมือนเช่นการเป็นเจ้าของสินค้า (Berry, 1990)

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

ชูชัย สมิทธิไกร (2554) ได้กล่าวถึงการบริการว่ามีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

(1) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้เหมือนผลิตภัณฑ์ทั่วไป แต่จะแสดงออกมาในรูปของการปฏิบัติงานก่อนที่ผู้รับบริการจะตัดสินใจเลือกรับบริการนั้น

(2) การผลิตและการบริโภคไม่สามารถแยกจากกันได้ (Inseparability) การบริการเป็นกระบวนการที่ทั้งการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน จึงทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งแตกต่างจากการผลิตและจำหน่ายสินค้า

(3) การบริการมีความแตกต่างหลากหลาย (Variability) การบริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกัน และคุณภาพของการบริการอาจเปลี่ยนแปลงไปตามผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการแต่ละคนอาจมีความรู้ความสามารถและพฤติกรรมการให้บริการที่แตกต่างกัน

(4) ไม่สามารถเก็บได้ (Perishability) การบริการเป็นทั้งการผลิต และการบริโภคในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่สามารถทำการผลิตไว้ล่วงหน้าและเก็บรักษาไว้เพื่อจำหน่ายในภายหลังได้เหมือนผลิตภัณฑ์

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 จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่วิเศษมาก ประทับใจคุ้มค่าแก่การตัดสินใจรวมทั้งคุ้มค่าเงิน

การบริการที่มีคุณภาพประกอบด้วย

(1) เชื่อถือและไว้ใจได้ (Reliability) เกิดจากการให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำไม่ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง

(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

3) การประเมินคุณภาพบริการ

จุดมุ่งหมายของการประเมินคุณภาพแบ่งออกเป็น 4 ประการ (มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช, 2539)

(1) เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล (Information gathering) ข้อมูลอาจจะอยู่ในรูปแบบเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณก็ได้ โดยการเก็บข้อมูลโดยตรงหรือโดยอ้อม

(2) เพื่อกำหนดคุณค่าของกิจกรรมบริการต่างๆ (Service value determining) อันจะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการให้บริการ การวิเคราะห์ การประเมินคุณภาพของการบริการควรทำทั้งระบบโดยแยกเป็นคุณค่าในภาพรวมหรือเป็นด้าน ๆ

(3) เพื่อการตัดสินใจ (Decision making) เป็นการตัดสินใจเชิงการบริหารงานบริการประเมินจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและข้อปัญหาของการบริการในเชิงมหภาค โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จาก

การประเมินเกี่ยวกับกิจกรรมการบริการ ผลที่เกิดขึ้นและผลที่ได้รับ ภายใต้ระยะเวลาช่วงสั้น-ปานกลาง หรือในระยะยาวจะช่วยให้ผู้บริหารงานบริการใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อชิงความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ

(4) เพื่อการตรวจสอบสมมุติฐาน (Hypothesis testing) เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเพื่ออำนาจพยากรณ์ อธิบาย และการควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการบริการ

แนวทางการประเมินคุณภาพบริการ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : online) ประกอบด้วย 3 ระดับ ดังนี้

(1) ระดับกระบวนการ (Process) เป็นการประเมินแต่ละขั้นตอนของการให้บริการตามลำดับการเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องลักษณะของปัจจัยนำเข้า นำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นเครื่องมือกำกับควบคุมการปฏิบัติการ สร้างมาตรฐานทำนายปัจจัยนำออกก่อนที่จะมี การให้บริการ เครื่องมือที่วัดคือ ตัวแปรผลการปฏิบัติการใดๆ ที่มีผลหรือควบคุมต่อผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้น หรือกิจกรรมที่ทำให้เกิดบริการต่างๆ

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

(3) ระดับผลลัพธ์ที่บังเกิด (Outcome) เป็นการประเมินผลที่พึงปรารถนาเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญของการให้บริการที่จะก่อให้เกิดผลกำไรในระยะยาว ธุรกิจนั้นๆ คงอยู่ได้ และทำให้ผู้รับบริการเป็นลูกค้าที่จงรักภักดีกลับมารับหรือใช้บริการอีก ซึ่งดัชนีบ่งชี้คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction)

ปัญหาในการประเมินคุณภาพบริการ สรุปได้ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539)

(1) ระบบการผลิตการให้บริการทั้งหลายมีลักษณะที่ยากแก่การควบคุม มีหลายปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ การให้บริการต้องผลิตให้ทันไม่มีการเตรียมหรือเก็บรักษาไว้ก่อนได้เหมือนสินค้าอื่นๆ

(2) การผลิตบริการจะเป็นลักษณะของการติดต่อเกี่ยวข้องของคนกับคน ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องทางสังคมของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งและเป็นการยากที่จะจำแนกผู้ให้บริการออกจากการให้บริการ

(3) การประเมินคุณภาพบริการไม่ใช่อาศัยแต่ผลของการบริการที่เกิดขึ้นเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่างๆ ของการให้บริการ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการว่า สิ่งที่คาดหวังตรงกับบริการที่ได้รับหรือไม่ ผลการประเมินมีตัวแปรทางด้านอารมณ์ ความต้องการปัจจัยของสถานการณ์เข้ามามีอิทธิพลด้วย

(4) ลักษณะความจับต้องไม่ได้ของการให้บริการทำให้ยากลำบากแก่การประเมินและซับซ้อน

(5) คำว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับมุมมองแนวคิดการรับรู้ที่แตกต่างกันไป บ้างก็เชื่อว่าต้องอนุมานหาคุณลักษณะ ตัวบ่งชี้ความมีคุณภาพ บ้างก็ว่าเป็นปรากฏการณ์ของการรับรู้

ตามสายตาของผู้รับบริการเป็นสำคัญ บ้างก็ว่าคุณภาพเป็นผลของประสบการณ์ที่ได้รับร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพบปะให้บริการ

4) ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจนั้นมีผู้ศึกษาและให้ความหมายที่คล้ายคลึงกัน เช่น สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคลซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใดๆ นั้น

อุทัยวรรณ สุดใจ (2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งนั้นเป็นไปทางบวกหรือทางลบ

สมหมาย เปียถนอม (2551) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุขเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไป และเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุข รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

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

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) ความพึงพอใจ คือ การประเมินการยอมรับ โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังในสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ กล่าวคือ ถ้าสินค้านั้นตอบสนองตามที่ลูกค้าต้องการหรือมากกว่า

ดังนั้นจึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึก หรือทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด อันเกิดจากการได้บริโภค หรือได้รับบริการ ที่ทำให้มีความสุขใจ โดยมีผลจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ

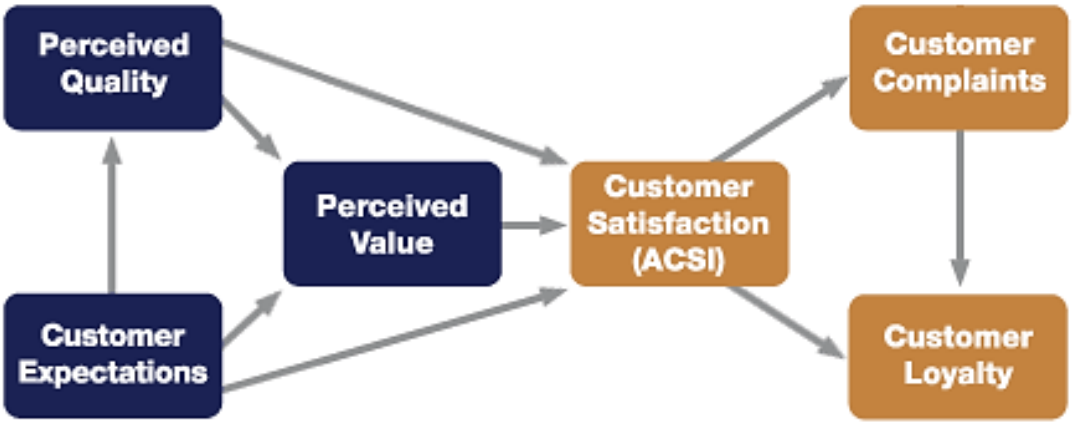
5) แนวคิดการประเมินความพึงพอใจ

ACSI Model (American Customer Satisfaction Index) ACSI เป็นบริษัทในสหรัฐที่ทำการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยใช้วัดผลคุณภาพของสินค้า และบริการที่เกิดขึ้นในสหรัฐ และถูกผลิตทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งไม่ได้เป็นมาตรฐานประเมิน

คุณภาพเฉกเช่นเดียวกับมาตรฐาน ISO แต่เป็นแนวคิดและแบบจำลองที่ประเมินความพึงพอใจโดยการค้นหาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและผลที่ได้รับ (Cause and Effect Model) ซึ่งลูกค้าในแต่ละกลุ่มจะให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละปัจจัยแตกต่างกันไป ภายใต้สเกล 100 (ปรับจากฐานสเกล 5 ที่ใช้ในการสำรวจข้อมูล) โดยความพึงพอใจของลูกค้านั้นเป็นค่าที่แสดงถึงคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Value: คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้และสัมผัสเมื่อเทียบกับต้นทุนต่างๆที่ลูกค้าจ่าย) ซึ่งเป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) กับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้สัมผัสจริง (Perceived Quality)

ภายหลังการสำรวจความคาดหวังของลูกค้า กับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้สัมผัสจริง จะได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ทางลูกค้ารับรู้ สัมผัสได้จริง (Perceived Value) จากนั้นทางลูกค้าจะทำการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นผ่านมาในรูปแบบของคำติชมผลิตภัณฑ์ (Customer Complaints) และความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) เช่น การเกิดการซื้อซ้ำ การบอกต่อถึงผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

แผนภาพที่ 2-1 ACSI Model



ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) เป็นการวัดผลจากความคาดหวังลูกค้าในผลิตภัณฑ์/ บริการของทางบริษัท โดยเป็นความคาดหวังของลูกค้าภายหลังจากการได้เห็นโฆษณา หรือการบอกต่อของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการต่อคนอื่นๆ ก่อนการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการดังกล่าว

คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Quality) เป็นการวัดผลจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการของบริษัท โดยเรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์วัดใน 2 รูปแบบคือ (1) การวัดผลจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และความน่าเชื่อถือของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ และ (2) การวัดผลจากความผิดพลาดที่ลูกค้าพบจากผลิตภัณฑ์/ บริการ

คุณค่าผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Value) เป็นการวัดผลจากคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ เป็นการวัดคุณค่าของผลิตภัณฑ์/ บริการ ด้วยเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายไปเพื่อผลิตภัณฑ์/

บริการดังกล่าว โดยหากลูกค้าได้รับคุณค่าของผลิตภัณฑ์/ บริการคุ้มค่าหรือไม่คุ้มค่ากับเงินที่ลูกค้าต้องเสีย จะส่งผลต่อการซื้อซ้ำ (Repeat Purchases)

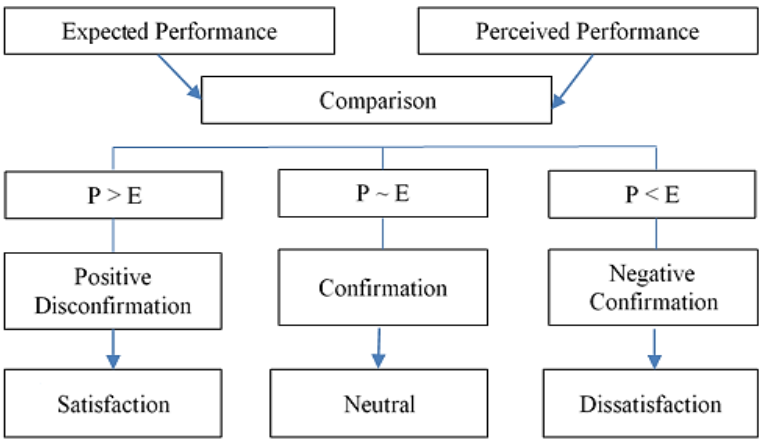
ความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการคำนวณค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า กับประสบการณ์จริงที่ลูกค้าได้สัมผัส ประมวลผลออกมาเป็นค่าเฉลี่ยความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการนั้น

คำร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints) เป็นตัวชี้วัดหนึ่งสำหรับการใช้วัดสัดส่วนของลูกค้าที่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทที่มีการร้องเรียนเข้ามาที่บริษัทโดยตรง ซึ่งหากมีข้อร้องเรียนเยอะแสดงว่าลูกค้าไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของทางบริษัท ควรมีการพิจารณาและวิเคราะห์ข้อร้องเรียนของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์/ บริการของบริษัทต่อไป เพื่อให้ลูกค้าที่มีข้อร้องเรียนมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของบริษัท และเกิดความภักดีในตัวผลิตภัณฑ์/ บริการ

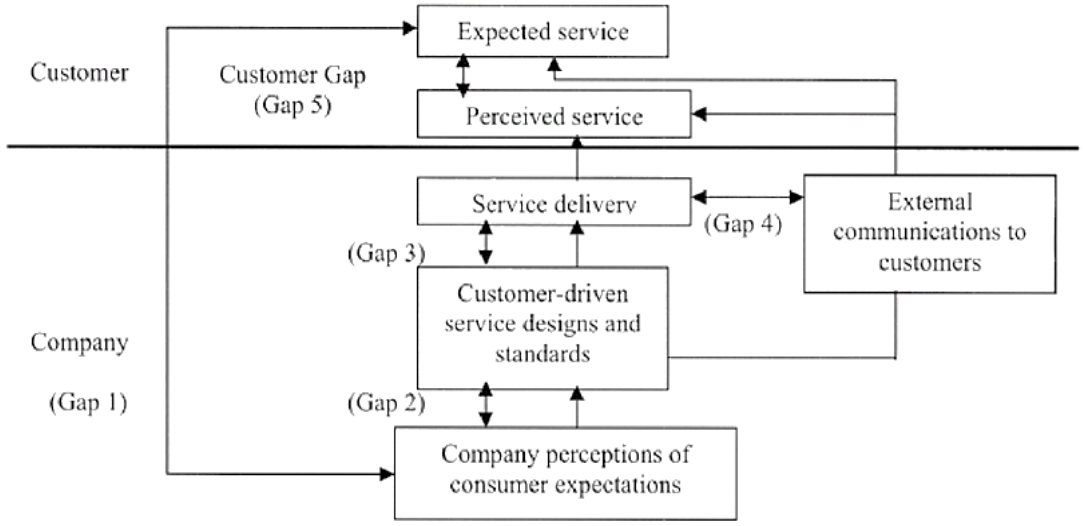
ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ความภักดีของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดที่วัดได้จากการพิจารณา 2 สิ่งประกอบกัน คือ 1) การเลือกซื้อ/ใช้ ผลิตภัณฑ์/ บริการซ้ำ และ 2) การซื้อผลิตภัณฑ์/ บริการ ในระดับราคาที่หลากหลาย โดยมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการโดยไม่ได้ดูเรื่องของราคาผลิตภัณฑ์ ซึ่งความภักดีของลูกค้าถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการทำกำไรของบริษัท

Disconfirmation Theory Ekinci Y. & Sirakaya E. (2004) เสนอแนวคิด Disconfirmation Theory ซึ่งเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ว่าความพึงพอใจเกิดจากความแตกต่างระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง หากบริการที่คาดหวังสูงกว่าบริการที่ได้รับจริงก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าบริการที่ได้รับสูงกว่าบริการที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ (แผนภาพที่ 3-2)

แผนภาพที่ 2-2 Disconfirmation Theory



แผนภาพที่ 2-3 Gap Model of Service Quality



Gap Model of Service Quality Parasuraman, A., Valarie, A Zeithamal, and Leonard L. Berry (1988) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ Gap Model of Service Quality ตามแผนภาพที่ 3-3

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

ช่องว่างที่ 2 คือ มาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า/ผู้ใช้บริการ ที่ฝ่ายบริหารรับรู้ (The Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจเข้าใจได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภค แต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ

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

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

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

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

Customer Service Questionnaires (CSQ) เป็นวิธีเชิงปริมาณในการวัดความพึงพอใจ ด้วยการใช้แบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งมีจุดแข็งคือสามารถครอบคลุมสถานการณ์ต่างๆ อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และประหยัด แต่จุดอ่อนคือไม่ยืดหยุ่นและเป็นสิ่งที่สร้างขึ้น ไม่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่สามารถเข้าใจกระบวนการ ผู้ตอบไม่สามารถให้คำอธิบายเพิ่มเติม เป็นการยากสำหรับผู้วางนโยบายที่จะระบุได้ว่าควรเปลี่ยนแปลงอย่างไรหรือควรกระทำอะไรในอนาคต และปัญหาการสำรวจที่อาจเกิดขึ้น คือ ผู้สัมภาษณ์อาจขาดความกระตือรือร้น และผู้ให้สัมภาษณ์เกิดความเหนื่อยล้าเนื่องคำถามจำนวนมาก 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 การสำรวจนี้อนุญาตให้ลูกค้าเลือกคุณลักษณะของบริการ (Attributes) ที่สำคัญกับตนเพื่อประเมินคุณภาพและประเมินความพึงพอใจต่อคุณลักษณะสำคัญ และให้มีคำถามปลายเปิดเพื่อให้สามารถค้นหาคุณลักษณะที่สำคัญต่อลูกค้า (Yuksel and Yuksel 2001 อ้างใน Wiberg, 2009)

Participation Observation (PO) เสนอโดย Bowen (2002) เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนหนึ่งในกลุ่มที่ศึกษาหรือประเมินความพึงพอใจ โดยผู้วิจัยจะต้องตัดสินใจว่าจะปลอมตัวเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่ถูกประเมินหรือเปิดเผยให้กลุ่มผู้ถูกประเมินทราบว่าเป็นผู้ประเมิน ผู้วิจัยจะต้องสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มผู้ถูกประเมินและเป็นที่เชื่อถือ ความสัมพันธ์ยิ่งดีการพูดคุยก็จะเปิดเผยมากยิ่งขึ้นเท่านั้น วิธีนี้นอกจากจะให้โอกาสในการสังเกตการณ์และตั้งคำถาม

แล้ว ยังสามารถสังเกตการณ์การเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจ และจุดที่ให้ความพึงพอใจสูงสุด อย่างไรก็ตามวิธี PO นี้ เหมาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ไม่เหมาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ (Wiberg, 2009)

Intercept Survey เป็นวิธีการประเมินด้วยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประชากร (Demographic Information) ของผู้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและถามคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์และความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเยี่ยมชม วิธีนี้จะช่วยลดความสับสนในการตีความ เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ความเข้าใจต่อประเด็นที่ถามจึงมีความชัดเจน (Wiberg, 2009)

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

Mail-back Survey เป็นวิธีการประเมินโดยให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามภายหลังจากเดินทางกลับที่พำนักแล้ว วิธีนี้จะได้ข้อมูลที่ละเอียดกว่าวิธี Intercept Survey และวิธีอื่นๆ ช่วยให้ทราบลักษณะและคุณลักษณะที่สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว (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

8.2 แนวคิดการจัดทำตัวชี้วัดและดัชนี

8.2.1 ตัวชี้วัด

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 นักวางแผนและนักบริหารซึ่งได้แนวความคิดการบริหารจัดการโดยเน้นจุดหมายปลายทาง (Management By Objective) ได้พัฒนาตัวชี้วัดเพื่อการดำเนินงานของโครงการ โดยกำหนดตัวชี้วัดผลงานหรือผลผลิตจากการปฏิบัติงาน (Performance Indicators) เพื่อวัดประสิทธิภาพ (Efficiency) และผลิตภาพ (Productivity) ด้วยตัวชี้วัดซึ่งมีค่าเป็นอัตราส่วน (Ratio) และสัดส่วน (Proportion) ในรูปต่าง ๆ ได้แก่ ปริมาณผลผลิตภายในช่วงเวลาที่กำหนด (เช่น นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาต่อปี) ความประหยัด (เช่น ความสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงกิโลเมตรต่อลิตร) คุณภาพ (เช่น ผลผลิตต่อไร่) ความรวดเร็ว (เช่น ความเร็วเป็นกิโลเมตรต่อชั่วโมง) เป็นต้น และยังคง

เป็นหลักในการกำหนดตัวชี้วัดผลงานหรือผลผลิตจากการปฏิบัติงาน (Performance Indicators) มาจนกระทั่งปัจจุบันนี้ และตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 นักวิชาการทางสังคมศาสตร์ให้ความสนใจต่อการกำหนดตัวชี้วัดเชิงนโยบาย นอกเหนือไปจากตัวชี้วัดผลงานหรือผลผลิตจากการปฏิบัติงาน (Performance indicators) ของโครงการ โดยการจัดทำตัวชี้วัดการพัฒนาสังคมเพื่อประโยชน์ในการวางแผนและประเมินผลรวมทั้งการปรับนโยบายการพัฒนาประเทศ[15]

คำว่า “Indicator” ในภาษาไทยมีการใช้คำที่แตกต่างกัน เช่น ตัวชี้วัด เครื่องชี้วัด ตัวชี้ เป็นต้น ตัวชี้วัดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดสถานการณ์ของสิ่งต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และอื่น ๆ เช่น วัดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ วัดการจ้างงานของประเทศ เป็นต้น เพื่อนำผลไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเพื่อแก้ไขหรือพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น ตัวชี้วัดจึงเป็นสิ่งที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือการแก้ไข/พัฒนาในเรื่องต่างๆ ให้ความสนใจ ในการกำหนดตัวชี้วัดสถานการณ์ของสิ่งต่างๆ ที่ต้องการศึกษา/วิเคราะห์/ติดตามสถานการณ์ จะต้องกำหนดขึ้น ซึ่งในการกำหนดตัวชี้วัดที่เหมาะสมในการวัดสถานการณ์หนึ่งๆ นั้น ผู้กำหนดตัวชี้วัดจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในคุณสมบัติ/ คุณลักษณะของสิ่งที่ต้องการวัด เพื่อให้สามารถระบุได้ว่าตัวชี้วัดที่เหมาะสมควรประกอบด้วยตัวชี้วัดใดบ้าง

การใช้ตัวชี้วัด โดยทั่วไปมี 2 วัตถุประสงค์ ได้แก่

1) เพื่อใช้ในการติดตามสถานการณ์ของสิ่งที่ให้ความสนใจ เช่น อัตราการว่างงาน อัตราการเกิดของประชากร อัตราการตายของประชากร อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

2) เพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินการ เช่น ผลของการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ผลของการดำเนินโครงการ เป็นต้น

ตัวชี้วัดมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ

1) ตัวชี้วัดต้องสามารถบ่งบอกคุณลักษณะของสิ่งที่ต้องการวัด และสามารถนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นหรือค่ามาตรฐาน เพื่อให้สามารถหาข้อสรุปเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการวัด

2) ค่าของคุณลักษณะของสิ่งที่ต้องการวัดจะต้องมีการกำหนดช่วงเวลาหรือสถานที่ เพื่อให้การนำไปวิเคราะห์เกิดความถูกต้องและชัดเจน เช่น จำนวนประชากรในจังหวัด อัตราการว่างงานในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 เป็นต้น

ค่าของตัวชี้วัดแสดงเป็นตัวเลขในลักษณะของร้อยละ (percentage) อัตราส่วน (ratio) สัดส่วน (proportion) อัตรา (rate) จำนวน (number) และค่าเฉลี่ย (average or mean)

ตัวชี้วัดมีทั้งตัวชี้วัดด้านบวกและตัวชี้วัดด้านลบ ตัวชี้วัดด้านบวก (Positive Indicators) หมายถึง ตัวชี้วัดที่ค่าตัวเลขมีแนวโน้มในทางเพิ่มขึ้นแสดงถึงแนวโน้มเป็นไปในทาง

[15] สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. คู่มือการจัดทำตัวชี้วัดตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับแก้ไขปรับปรุงครั้งที่ 1 ปี พ.ศ. 2544)

ที่พึงประสงค์ เช่น รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เป็นต้น สำหรับตัวชี้วัดเชิงลบ (Negative Indicators) หมายถึง ตัวชี้วัดที่ค่าตัวเลขมีแนวโน้มในทางลดลง แสดงถึงแนวโน้มการพัฒนาที่พึงประสงค์ เช่น จำนวนคดีอาชญากรรมที่เกิดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดลง เป็นต้น

ตัวชี้วัดที่จัดทำขึ้นอาจจะถูกเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ดังนั้นตัวชี้วัดที่สร้างขึ้นจึงต้องยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการประเมิน/ติดตาม

ลักษณะของตัวชี้วัดที่ดี ควรประกอบด้วย[16]

(1) มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจ และยุทธศาสตร์ขององค์กร

(2) ควรแสดงถึงสิ่งที่มีความสำคัญเท่านั้น ซึ่งตัวชี้วัดที่มีความสำคัญนั้นมี 2 ลักษณะ ได้แก่ ตัวชี้วัดที่แสดงถึงผลการดำเนินงานที่สำคัญขององค์กร หรือที่เรียกว่า Performance Indicators และตัวชี้วัดที่ใช้ในการวัดกิจกรรมหรืองานที่มีความสำคัญแต่อาจจะไม่ค่อยผิดพลาด แต่ถ้ากิจกรรมเหล่านี้ผิดพลาดเมื่อไรจะก่อให้เกิดปัญหาอย่างใหญ่หลวงแก่องค์กร ซึ่งตัวชี้วัดในลักษณะนี้เรียกว่า Dangerous Indicators เช่น ไฟสัญญาณเตือนในเรื่องน้ำมันเครื่องไม่ได้แสดงถึงผลการดำเนินงานของรถยนต์ แต่เป็นการดำเนินงานที่มีความสำคัญและถ้ามีข้อผิดพลาดจะก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรง เป็นต้น

(3) ประกอบด้วยมิติหรือมุมมองที่หลากหลาย เช่น ในการให้บริการ มิได้วัดผลจากผลการสำรวจกับผู้รับบริการเท่านั้น แต่ควรรวมถึงมุมมองด้านคุณภาพการให้บริการ และมุมมองด้านการพัฒนาองค์กรที่เกี่ยวข้องด้วย

(4) ตัวชี้วัดที่สร้างขึ้นต้องมีหน่วยงานหรือบุคคลรับผิดชอบ

(5) ตัวชี้วัดที่สร้างขึ้นมาควรเป็นตัวชี้วัดที่องค์กรสามารถควบคุมได้อย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวชี้วัดทั้งหมด เพื่อให้สามารถแสดงถึงความสามารถในการดำเนินงานที่แท้จริงขององค์กร

(6) เป็นตัวชี้วัดที่สามารถวัดได้ และเป็นที่เข้าใจของบุคคลทั่วไป ไม่ใช่ตัวชี้วัดที่ผู้เข้าใจมีเพียงแค่ผู้จัดทำตัวชี้วัดเท่านั้น

(7) จะต้องช่วยให้ผู้บริหารและบุคคลสามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ดีในการใช้ตัวชี้วัดให้เกิดประโยชน์นั้น ไม่ใช่ใช้ตัวชี้วัดเมื่อต้องการประเมินผลเท่านั้น แต่ควรจะใช้ตัวชี้วัดในการติดตามการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่สำคัญสำหรับองค์กร

[16] กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับตัวชี้วัด. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2562. จาก www/moac.go.th/builder/kmops/ index...

(8) ตัวชี้วัดที่ดีต้องไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งภายในองค์กร

การรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศของตัวชี้วัดแต่ละตัวนั้นโดยทั่วไปสามารถรวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามการสังเกตการณ์ เป็นต้น การดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจจะต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง จึงควรใช้ข้อมูลที่มีอยู่ในแหล่งข้อมูลต่างๆ แต่ต้องระมัดระวังในเรื่องความน่าเชื่อถือหรือการรายงานข้อมูลโดยมีอคติ

เกณฑ์ตัวชี้วัด (Benchmark)

การเปรียบเทียบผลงานสามารถกระทำได้โดยพิจารณาจากการเปรียบเทียบค่าของตัวชี้วัด ซึ่งจำเป็นต้องมีกฎเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ เกณฑ์ของตัวชี้วัดสามารถแบ่งออกเป็น[17]

(1) เกณฑ์สัมบูรณ์ ใช้สำหรับการดำเนินการที่ต้องทำครบถ้วน เช่น เด็กทุกคนต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันไข้ทรพิษ เป็นต้น

(2) เกณฑ์เชิงวิทยาศาสตร์ ใช้สำหรับการดำเนินการที่มีการกำหนดค่ามาตรฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ชัดเจน เช่น ระดับค่ามลพิษในอากาศ เป็นต้น

(3) เกณฑ์เชิงนโยบาย ใช้สำหรับการดำเนินการที่มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนโดยฝ่ายนโยบาย เช่น มติคณะรัฐมนตรีกำหนดว่าจะต้องดำเนินการในปริมาณงานโดยใช้งบประมาณเท่าใด เป็นต้น

(4) เกณฑ์ความเคลื่อนไหวเชิงพัฒนา ใช้สำหรับการดำเนินการที่มีเป้าหมายในเชิงแนวโน้ม จึงต้องพิจารณาจากข้อมูลที่ประมวลไว้ในระยะ 3-5 ปี แล้วนำมาเปรียบเทียบย้อนหลังแล้วหาเกณฑ์หรือค่าที่เหมาะสมว่าควรเป็นเท่าไร

8.2.2 ดัชนี (Index)

เลขดัชนี (Index Number) หมายถึง ค่าที่ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงหรือเปรียบเทียบลักษณะที่เราสนใจศึกษาในระหว่างสองช่วงใดๆ ช่วงเวลาที่ใช้เป็นหลักในการเปรียบเทียบ ซึ่งเรียกว่า ระยะฐาน (Base Period) ถ้าเก็บข้อมูลในรูปของรายปีจะเรียกว่า ปีฐาน (Base Year) โดยปกติ การเปรียบเทียบค่าจะคิดเป็นร้อยละ

ดัชนีสามารถแบ่งออกเป็นหลายชนิดขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการคำนวณ ได้แก่ ดัชนีราคา (Price Index) ดัชนีปริมาณ (Quantity Index) ดัชนีมูลค่า (Value Index) ดัชนีที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

การจัดทำดัชนีที่ใช้เป็นตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจและสังคม แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

(1) ดัชนีเดี่ยว (individual index) เป็นดัชนีที่สามารถจัดทำได้ง่าย โดยใช้ข้อมูลรายการหลักที่เกี่ยวกับกิจกรรม การท่องเที่ยวรายการใดรายการหนึ่งมาสร้างเป็นดัชนี เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศ (Inbound) หรือรายได้จากการท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลในปี

[17] สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. **คู่มือการจัดทำตัวชี้วัดตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับแก้ไขปรับปรุงครั้งที่ 1 ปี พ.ศ. 2544).**

ปัจจุบันเทียบกับข้อมูลในปีฐานในอัตราร้อยละ โดยปีฐานที่กำหนดขึ้นควรเป็นปีที่มีภาวะเศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ปกติ ดัชนีที่คำนวณได้เมื่อคำนวณอัตราเพิ่มของค่าดัชนีจะเท่ากับอัตราเพิ่มของข้อมูลรายการที่ใช้จัดทำดัชนี วิธีนี้สามารถจัดทำดัชนีได้ทั้งรายเดือน รายไตรมาส และรายปี

(2) ดัชนีรวม (Composite index) เป็นดัชนีที่มีความนิยมในการจัดทำและใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ดัชนีนี้คำนวณขึ้นจากการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือสังคมที่เป็นจุดสนใจของการนำไปใช้วิเคราะห์สถานการณ์หรือประเมินศักยภาพในด้านต่าง ๆ โดยมีหลักการพื้นฐานที่สามารถใช้จำนวนรายการข้อมูลมากกว่า 1 รายการขึ้นไปโดยไม่มีการจำกัดจำนวนรายการ ขึ้นกับประเด็นหรือขอบเขตของกิจกรรมที่สนใจมีความหลากหลายหรือซับซ้อนมากน้อยแค่ไหน สามารถนำรายการข้อมูลที่เกี่ยวข้องเข้ามาประมวลรวมในค่าดัชนีได้อย่างไม่มีข้อจำกัด การรวมค่าดัชนีจะอยู่ในลักษณะ combination ซึ่งในทางวิชาการสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

(2.1) ดัชนีรวมแบบไม่ถ่วงน้ำหนัก หมายถึง การจัดทำดัชนีรวม โดยให้น้ำหนักหรืออิทธิพลจากรายการกิจกรรมทั้งหลายในองค์ประกอบของดัชนีมีระดับเท่าเทียมกัน เช่น หากจำนวนกิจกรรมที่นำมาใช้ในการคำนวณดัชนีประกอบด้วย 5 กิจกรรม น้ำหนักของกิจกรรมทั้ง 5 รายการจะมีค่าเท่ากับ 1/5 ของดัชนีรวม การจัดทำค่าดัชนีในรูปแบบนี้ ส่วนใหญ่ใช้ในด้านสังคม ซึ่งในทางปฏิบัติไม่สามารถวัดค่าเชิงปริมาณได้ว่า รายการกิจกรรมต่างๆ มีน้ำหนักหรืออิทธิพลต่อภาพรวมมากน้อยเพียงไร

นอกจากนี้การจัดทำดัชนี composite index ในระยะต่อมาได้พัฒนาวิธีการให้น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ดังเช่น การจัดทำดัชนีความยากจน (Human poverty index) ได้ปรับปรุงสูตรการคำนวณดัชนีให้อยู่ในรูปของการยกกำลัง แต่ก็ยังคงอยู่ในกลุ่มดัชนีไม่ถ่วงน้ำหนัก โดยมีองค์ประกอบดัชนี 3 รายการ คือ อัตราการไม่รอดชีวิตตั้งแต่ทารกถึงอายุ 40 ปี อัตราการไม่รู้หนังสือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ไม่มีน้ำสะอาดร่วมกับอัตราการอดอาหารของเด็ก

ในด้านเศรษฐกิจหรือด้านอื่นๆ ก็สามารถใช้แนวทางนี้ในการจัดทำดัชนีได้เช่นกัน โดยเฉพาะในการจัดทำดัชนีที่จำเป็นต้องใช้องค์ประกอบข้อมูลจากกิจกรรมหลายๆ ด้านเข้ามาประกอบในตัวดัชนี และรายการข้อมูลในแต่ละด้านมีการวัดค่าโดยใช้หน่วยวัดที่แตกต่างกัน เช่น บางรายการมีหน่วยวัดเป็นจำนวนชิ้น บางรายการวัดเป็นน้ำหนัก บางรายการวัดเป็นมูลค่า ในการจัดทำดัชนีรวมสามารถใช้วิธีการที่ไม่ถ่วงน้ำหนักจะเหมาะสมที่สุด แต่อย่างไรก็ตามจะต้องแปลงค่าแต่ละรายการให้เป็นหน่วยเดียวกัน (Standardize) ซึ่งนิยมใช้วิธีเทียบเป็นค่าดัชนีร้อยละโดยเทียบกับปีฐานที่กำหนดขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการเดียวกับการจัดทำดัชนีเดี่ยว (individual index) นั่นเองก่อนที่จะนำมาคำนวณเป็นดัชนีรวม (composite index) ในขั้นตอนถัดมา

(2.2) ดัชนีรวมแบบถ่วงน้ำหนัก หมายถึง การจัดทำดัชนีรวมที่มีองค์ประกอบมากกว่า 1 รายการ โดยให้น้ำหนักหรืออิทธิพลจากรายการกิจกรรมทั้งหลายในองค์ประกอบของดัชนีมีระดับแตกต่างกัน การจัดทำดัชนีในรูปแบบนี้ส่วนใหญ่สามารถจัดทำได้ในทางวิชาการด้านวิทยาศาสตร์ หรือด้านเศรษฐกิจ โดยที่กิจกรรมที่สนใจนั้นจะต้องสามารถวัดค่าในเชิงปริมาณ (Quantitative) ได้ และหน่วยที่วัดค่านั้นจะต้องอยู่ในหน่วยเดียวกัน เช่น ในหน่วยเงินตรา

ในหน่วยนับ หรือในหน่วยน้ำหนัก เป็นต้น การจัดทำดัชนีถ่วงน้ำหนักที่แพร่หลายในปัจจุบัน เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค (consumer prices index) ดัชนีราคาผู้ผลิต (producer prices index) ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (manufacturing production index) ดัชนีผลผลิตเกษตร (agricultural production index) ดัชนีราคาหุ้น (capital prices index) ดัชนีมูลค่าตลาดทุน (market capital index) เป็นต้น

การจัดทำดัชนีวิธีนี้ส่วนใหญ่จะจัดทำเป็นกรณีเฉพาะด้าน หรือสาขาหรือกิจกรรมที่สนใจ โดยไม่สามารถข้ามกลุ่มหรือข้ามสาขา เนื่องจากไม่สามารถ Combination ร่วมกันได้ ซึ่งรายการที่ใช้จัดทำดัชนีต้องมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกัน และสามารถรวมค่าของรายการย่อยขึ้นมาเป็นภาพรวมได้เท่านั้น การรวมค่าจากรายการต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของดัชนีขึ้นมาเป็นผลรวมของด้านหรือสาขา สามารถใช้เป็นตัวกำหนดน้ำหนักในการคำนวณดัชนี ซึ่งวิธีการนี้ส่วนใหญ่ใช้ค่าสัดส่วนร้อยละของรายการย่อยเมื่อเทียบกับค่ารวมของสาขาหรือด้านที่สนใจ (น้ำหนักรวมเท่ากับ 100)

ในการจัดทำดัชนีแบบถ่วงน้ำหนัก สามารถเลือกใช้วิธีการได้หลายรูปแบบ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์นิยมใช้สูตรในการจัดทำดัชนีของ Laspyre หรือ Paache หรือ Fisher ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของข้อมูลในกิจกรรมหรือสาขาที่สนใจจัดทำดัชนี ยกตัวอย่างเช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค ใช้สูตรของ Laspyre

การจัดทำข้อมูลตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจ หากเป็นตัวชี้ที่สามารถรายงานในระยะสั้น การจัดทำส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นข้อมูลเตือนภัย (Warning indicator) ซึ่งหมายถึง ตัวชี้วัดใดๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างแม่นยำ สามารถระบุถึงจุดเปลี่ยนผัน (turning point) ทางเศรษฐกิจและแสดงแนวโน้มการแปรผันทางตรงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับภาวะเศรษฐกิจในสาขาที่สนใจ และเป็นข้อมูลที่สามารถจัดเก็บและรายงานได้อย่างรวดเร็ว

ในประเทศไทยได้มีการจัดทำดัชนีต่างๆ เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นตัน ตัวอย่างดัชนีที่จัดทำโดยหน่วยงานต่างๆ เช่น ดัชนีราคา (Price Index) ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index) ดัชนีราคาผู้ผลิต (Producer Price Index) ดัชนีราคาห้องชุด (Condominium Price Index) ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ดัชนีราคาส่งออก (Export Price Index) ดัชนีราคานำเข้า (Import Price Index) ดัชนีวัฏจักรธุรกิจ (Business Cycle Index) ดัชนีพ้องวัฏจักรธุรกิจ (Coincident Business Cycle Index) ดัชนีชี้นำวัฏจักรธุรกิจระยะสั้น (Short-run Leading Business Cycle Index) ดัชนีชี้นำวัฏจักรธุรกิจระยะกลาง (Medium-run Leading Business Cycle Index)) ดัชนีอ้างอิงวัฏจักรเงินเฟ้อ (Reference Inflation Index) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ (Trade and Service Sentiment Index) เป็นต้น

ในการจัดทำดัชนีของหน่วยงานต่างๆ ส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลจากการสำรวจจริง เพื่อให้ดัชนีที่จัดทำขึ้นมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ สำหรับความถี่ในการจัดทำแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดทำดัชนีและความพร้อมของหน่วยงานที่จัดทำ

คุณสมบัติที่สำคัญของดัชนีต้องประกอบด้วย

(1) มีความตรง สามารถวัดในสิ่งที่ต้องการวัดได้

(2) มีความไว สามารถแสดงความแตกต่าง ได้แม้สถานการณ์ที่วัดจะเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อย

(3) มีความเฉพาะเจาะจง จะเปลี่ยนแปลงก็แต่เฉพาะสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรนั้นโดยตรงเท่านั้น

(4) มีความเชื่อถือได้ ค่าที่ได้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพควรจะสอดคล้องกัน ถ้าวัดในสิ่งเดียวกันไม่ว่าผู้วัดจะเป็นกลุ่มใดก็ตาม

การสร้างและพัฒนาดัชนี

การสร้างและพัฒนาดัชนีสามารถทำได้ 3 วิธี ดังนี้

1) การสร้างดัชนีโดยอาศัยแนวคิดในการสร้างและการนำไปใช้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 วิธี ได้แก่ การสร้างดัชนีในลักษณะที่เป็นตัวแทน โดยการเลือกตัวแปรที่มีอยู่มาใช้ วิธีที่สองคือการสร้างดัชนีรวม โดยการนำเอาตัวแปรจำนวนหนึ่งมารวมหรือผสมกัน โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กัน แต่อาจไม่มีการกำหนดค่าน้ำหนักให้กับดัชนีแต่ละตัวแปร การรวมตัวแปรในลักษณะนี้มักกำหนดขึ้นเพื่อใช้งานเฉพาะอย่าง ซึ่งอาจมีความลำเอียง ขึ้นอยู่กับบุคคลที่เลือกหรือจัดกลุ่มตัวแปร

2) การสร้างดัชนีโดยอาศัยทฤษฎี เป็นการสร้างโดยอิงผู้เชี่ยวชาญ วิธีการ คือ การรวมตัวแปรจำนวนหนึ่งเข้าด้วยกันโดยวิธีการทางเลขคณิต ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะถูกเลือกมาตามลำดับความสำคัญและมีความสัมพันธ์กัน โดยกำหนดน้ำหนักให้กับตัวแปรแต่ละตัวโดยอาศัยแนวคิดหรือทฤษฎีที่มีอยู่และสังเคราะห์ขึ้นเป็นดัชนี ซึ่งวิธีนี้มีข้อดีคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลน้อย แต่มีข้อเสียคือ เป็นความคิดของคนเพียงกลุ่มเดียว

3) การสร้างดัชนีโดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ มีลักษณะคล้ายวิธีที่สอง แต่มีส่วนต่างกันคือ ในการสร้างดัชนีโดยอาศัยทฤษฎีนั้น การเลือกกำหนดน้ำหนักนั้นกำหนดจากลำดับความสำคัญ แต่การสร้างดัชนีหรือตัวชี้วัดโดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นการกำหนดน้ำหนักจากการวิเคราะห์ข้อมูลชุดหนึ่ง และดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการทางสถิติ เช่น factor analysis, cluster analysis, regression และ Guttman scale แล้วนำผลการวิเคราะห์มาจัดกลุ่มตัวแปร ซึ่งวิธีนี้มีข้อดีคือข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ แต่ใช้เวลามาก และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย

ในการสร้างดัชนีนั้นไม่มีหลักเกณฑ์ตายตัวว่าควรใช้วิธีใดเพราะมีสิ่งที่ต้องพิจารณาหลายประการ เช่น ข้อจำกัดในเรื่องของเวลา/ งบประมาณ ประโยชน์ในการนำไปใช้

ลักษณะของตัวแปรที่นำมากำหนดเป็นดัชนี เป็นต้น ในบางครั้งอาจต้องใช้หลายวิธีผสมกันได้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

ในการสร้างและพัฒนาดัชนีมีสิ่งที่ต้องคำนึงถึง 3 ประการ ได้แก่ การคัดเลือกตัวแปร วิธีการสังเคราะห์ตัวแปร และการกำหนดน้ำหนักของตัวแปร

1) การคัดเลือกตัวแปร ขั้นตอนนี้จะต้องเริ่มจากการจัดกลุ่มตัวแปรที่พิจารณาว่ามีความสัมพันธ์กับสภาพการณ์ที่ต้องการศึกษา โดยระบุลักษณะของตัวแปรให้ครอบคลุมกับสภาพที่ต้องการศึกษาอย่างละเอียดและชัดเจน โดยอาศัยจากการค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี หรือผู้เชี่ยวชาญร่วมกันพิจารณาการนำตัวแปรที่จะสร้างเป็นตัวบ่งชี้ ควรจะหลีกเลี่ยงการใช้ตัวแปรหลายตัวที่มุ่งวัดคุณลักษณะเดียวกันและตัวแปรที่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด ซึ่งควรจะพิจารณาคัดเลือกตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงกับสิ่งที่ต้องการศึกษา หากตัวแปรใดที่มีความสัมพันธ์กันสูงและมุ่งวัดในสิ่งเดียวกัน ควรตัดสินใจเลือกตัวแปรตัวใดตัวหนึ่ง เพื่อลดความยุ่งยากและซับซ้อนในการประเมินสิ่งที่ศึกษาภายหลัง

2) วิธีการสังเคราะห์ตัวแปร Johnstone (1981) กล่าวถึงแนวคิดสำหรับการรวมตัวแปรที่มีข้อตกลงเบื้องต้นแตกต่างกันไว้ 2 แนวทาง ดังนี้

2.1) การรวมเชิงบวก (Additive) มีแนวคิดและข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความเท่าเทียมกัน สามารถทดแทนหรือชดเชยกันได้ด้วยตัวแปรอีกหนึ่งตัว ซึ่งทำให้ค่าของตัวชี้วัดไม่เปลี่ยนไป สามารถสังเคราะห์ตัวแปรด้วยการหาค่าเฉลี่ยมัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) ของตัวแปรองค์ประกอบ และสังเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์แล้วนำมาจัดกลุ่มตัวแปรโดยอาศัยหลักเกณฑ์ทางสถิติ

2.2) การรวมเชิงทวีคูณ (Multiplicative) มีแนวคิดและข้อตกลงเบื้องต้นว่าค่าตัวแปรแต่ละตัวไม่สามารถทดแทนหรือชดเชยกันได้

3) การกำหนดน้ำหนักของตัวแปร มี 2 วิธี ได้แก่

3.1) การลงความเห็นในหมู่นักวิจัยและนักวางแผน โดยสมาชิกแต่ละคนจะเสนอค่าน้ำหนักของตัวแปรแล้วจึงพิจารณาหาข้อยุติด้วยการใช้ค่าเฉลี่ยหรือด้วยการอภิปรายลงความเห็น ในกรณีที่ต้องการความคิดเห็นที่หลากหลาย อาจขอความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในแขนงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบดูค่าร้อยละที่ผู้ตอบเห็นด้วยกับความสำคัญของตัวแปรที่ร่วมอยู่ในองค์ประกอบหรืออาจใช้วิธีการที่เป็นระบบมากขึ้น เช่น การใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi) เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มคนที่ได้คัดเลือกเป็นพิเศษ โดยสัมภาษณ์และทดสอบความคิดเห็นจนได้คำตอบที่ชัดเจน แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาให้ค่าน้ำหนักของตัวแปรองค์ประกอบต่อไป

3.2) การใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อกำหนดค่าน้ำหนักสามารถแบ่งแนวคิดการดำเนินการได้ 2 วิธี (Alegre, 2009) ได้แก่

(1) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้ค่าน้ำหนักของตัวแปรที่อธิบายลักษณะขององค์ประกอบอันหนึ่ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนให้ความสำคัญต่อ

ตัวแปรต่างๆ แตกต่างกัน น้ำหนัก (Weighted) ที่แต่ละตัวแปรได้รับจึงควรพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญซึ่งสามารถดำเนินการได้ โดยการสำรวจระดับความสำคัญของตัวแปรแล้วนำมาคำนวณหาค่าน้ำหนักของดัชนี (Weighted index) ซึ่งสามารถคำนวณได้ตามสมการนี้ (Bhote, 1998; Chu, 2006)

$$\frac{\sum_{j=1}^{j}(I_j.S_j)}{\sum_{j=1}^{j}(I_j.Ma'x_j)}X\ 100\%$$

โดยที่ j หมายถึง จำนวนของตัวแปร
I_j หมายถึง ระดับความสำคัญที่ตัวแปร j ได้รับ
S_j หมายถึง ระดับความพึงพอใจของตัวแปร j
Max_j หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่สูงที่สุดที่กำหนดในแบบสอบถามของตัวแปร j

(2) การใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Multiple Regression Coefficient) จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อตัวแปรที่สนใจ ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสมการนี้ (Anton, 1996; Chu, 2006)

$$\frac{\sum_{j=1}^{j}(\beta_j.S_j)}{\sum_{j=1}^{j}(\beta_j.Ma'x_j)}X\ 100\%$$

โดยที่ β_j หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร j
I_j หมายถึง ระดับความสำคัญที่ตัวแปร j ได้รับ
S_j หมายถึง ระดับความพึงพอใจของตัวแปร j
Max_j หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่สูงที่สุดที่กำหนดในแบบสอบถามของตัวแปร j

กรอบแนวคิดในการจัดทำตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจและสังคม นอกจากรูปแบบวิธีในการจัดทำตัวชี้วัดแล้ว ยังมีเงื่อนไขอีกประการหนึ่งของการจัดทำตัวชี้วัด คือ พฤติกรรมหรือความสามารถของค่าดัชนีในการบ่งชี้สถานการณ์หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจริงเมื่อเทียบกับจุดเวลาอ้างอิงของตัวชี้วัด ในทางวิชาการสามารถแบ่งตัวชี้วัดออกเป็น 3 กลุ่มตามคาบเวลา คือ

(1) ตัวชี้นำ (leading indicator) หมายถึง ตัวชี้วัดที่บ่งบอกว่าหากค่าตัวชี้ปรากฏในคาบปัจจุบัน จะเกิดเหตุการณ์หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เป็นจริงในคาบระยะเวลาในอนาคต ตัวอย่างตัวชี้ในกลุ่มนี้ เช่น ตัวเลขการสั่งซื้อสินค้าในเดือนปัจจุบันเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) เป็นตัวชี้ที่บ่งว่าในระยะเวลาในเดือนข้างหน้าจะผลิตและจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) หรือตัวเลขการจองห้องพัก ณ เดือนปัจจุบัน (ที่ระบุว่าจะมาเข้าพักในเดือนถัดๆ ไป) สูงขึ้น (หรือลดลง) เป็นตัวบ่งชี้สถานการณ์ว่ารายได้กิจการโรงแรมในเดือนต่อไปจะดีขึ้น (หรือลดลง) เป็นต้น ประโยชน์ของตัวชี้นำ คือสามารถใช้พยากรณ์เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อใช้เป็น

สัญญาณเตือนภัย (Warning indicator) ให้กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในสาขาต่างๆ

(2) ตัวชี้พ้อง (coincident indicator) หมายถึง ตัวชี้วัดที่บ่งบอกว่าหากค่าตัวชี้ปรากฏในคาบปัจจุบันจะเกิดเหตุการณ์หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เป็นจริงในคาบระยะปัจจุบันเช่นกัน ตัวอย่างเช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศในเดือนปัจจุบันเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) แสดงถึงสถานการณ์ธุรกิจด้านท่องเที่ยวในเดือนปัจจุบันเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) เป็นต้น ประโยชน์ของตัวชี้พ้อง คือใช้แสดงเหตุการณ์หรือผลกระทบต่อกิจกรรมต่างๆ ได้เกิดขึ้นจริงแล้ว

(3) ตัวชี้ตาม (lagging indicator) หมายถึง ตัวชี้วัดที่บ่งบอกว่าหากค่าตัวชี้ปรากฏในคาบปัจจุบัน จะเกิดเหตุการณ์หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เป็นจริงในช่วงเวลาที่ผ่านมาแล้ว เช่น ตัวเลขการปิดกิจการในเดือนปัจจุบัน แสดงถึงธุรกิจได้ตกต่ำหรือมีปัญหาขาดทุนเกิดขึ้นแล้วในช่วงก่อนหน้า เป็นต้น ประโยชน์ของตัวชี้ตามคือใช้เป็นตัวอธิบายยืนยันถึงระดับความรุนแรงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา

การจัดทำข้อมูลตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจ หากเป็นตัวชี้ที่สามารถรายงานในระยะสั้น การจัดทำส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นข้อมูลเตือนภัย (Warning indicator) ซึ่งหมายถึงตัวชี้วัดใด ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างแม่นยำ สามารถระบุถึงจุดเปลี่ยนผัน (turning point) ทางเศรษฐกิจและแสดงแนวโน้มการแปรผันทางตรงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับภาวะเศรษฐกิจในสาขาที่สนใจ และเป็นข้อมูลที่สามารถจัดเก็บและรายงานได้อย่างรวดเร็ว

8.3 การจัดทำตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยว

1) Travel & Tourism Competitiveness Index

World Economic Forum[18] ได้จัดทำ Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 และจัดทำรายงานทุก 2 ปี โดย 2 ใน 3 ของข้อมูลสถิติของ TTCI เป็นข้อมูลสถิติจากองค์กรระหว่างประเทศ และ 1 ใน 3 เป็นการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (World Economic Forum's annual Executive Opinion Survey) สำหรับในตัวชี้วัดเชิงคุณภาพและกรณีไม่มีข้อมูลสถิติเพียงพอ ทั้งนี้เพื่อใช้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ สามารถใช้เปรียบเทียบระหว่างประเทศ TTCI ประกอบด้วยดัชนีย่อย (Subindex) 3 กลุ่ม ได้แก่ T&T regulatory framework subindex, T&T business environmental and infrastructure subindex และ T&T human, cultural and natural resources subindex ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มประกอบด้วย 14 Pillars of T&T Competitiveness ดังนี้

[18] World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

SUBINDEX A : ENABLING ENVIRONMENT

Pillar 1 : Business Environment

1.01 Property rights
1.02 Impact of rules on FDI
1.03 Efficiency of legal framework in setting disputes
1.04 Efficiency of legal framework in challenging regulations
1.05 Time required to deal with construction permits
1.06 Cost to deal with construction permits
1.07 Extent of market dominance
1.08 Time required to start a business
1.09 Cost to start a business
1.10 Extent and effect of taxation on incentives to work
1.11 Extent and effect of taxation on incentives to invest
1.12 Total tax rate

Pillar 2 : Safety and Security

2.01 Business costs of crime and violence
2.02 Reliability of police services
2.03 Business cost of terrorism
2.04 Index of terrorism incidence
2.05 Homicide rate

Pillar 3 : Health and Hygiene

3.01 Physician density
3.02 Access to improved sanitation
3.03 Access to improve drinking water
3.04 Hospital beds
3.05 HIV prevalence
3.06 Malaria incidence

Pillar 4 : Human Resources and Labour Market

Qualification of the labour force

4.01 Primary education enrolment rate

4.02 Secondary education enrolment rate

4.03 Extent of staff training

4.04 Treatment of customers

Labour Market

4.05 Hiring and firing practices

4.06 Ease of finding skilled employee

4.07 Ease of hiring foreign labour

4.08 Pay and productivity

4.09 Female labour force participation

Pillar 5 : ICT Readiness

5.01 ICT use for business-to-business transactions

5.02 Internet use for business-to-consumer transactions

5.03 Individuals using the Internet

5.04 Broadband Internet subscriptions

5.05 Mobile telephone subscriptions

5.06 Mobile broadband subscriptions

5.07 Mobile network coverage

5.08 Quality of electricity supply

SUBINDEX B : T&T Policy AND ENABLING

Pillar 6 : Prioritization of travel & Tourism

6.01Government prioritization of the T&T industry

6.02T&T government expenditure

6.03Effectiveness of marketing to attract tourists

6.04Comprehensiveness of annual T&T data

6.05Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data

6.06Country Brand Strategy rating

Pillar 7 : International Openness

7.01 Visa requirement

7.02 Openness of bilateral Air Service Agreements

7.03 Number of regional trade agreements in force

Pillar 8 : Price Competitiveness

8.01 Ticket taxes and airport changes

8.02 Hotel price index

8.03 Purchasing power parity

8.04 Fuel price levels

Pillar 9 : Environment Sustainability

9.01 Stringency of environmental regulation

9.02 Enforcement of environmental regulation

9.03 Sustainability of travel and tourism industry development

9.04 Particulate meter (2.5) concentration

9.05 Number of environmental treaty ratifications

9.06 Baseline water stress

9.07 Threatened species

9.08 Forest cover change

9.09 Waste water treatment

9.10 Coastal shelf fishing pressure

SUBINDEX C : INFRASTRUCTURE

Pillar 10 : Air Transportation Infrastructure

10.01 Quality of air transport infrastructure

10.02 Available seat kilometers, domestics

10.03 Available seat kilometers, international

10.04 Aircraft departures

10.05 Airport density

10.06 Number of operating airlines

Pillar 11 : Ground and Port Infrastructure

11.01 Quality of roads

11.02 Quality of railroad infrastructure

11.03 Quality of port infrastructure

11.04 Quality of ground transport network

11.05 Railroad density

11.06 Road Density

11.07 Pave road density

Pillar 12 : Tourist Service Infrastructure

12.01 Hotel rooms

12.02 Extension of business trips recommended

12.03 Presence of major car rental companies

12.04 ATMs accepting Visa cards

Pillar 13 : Natural Resources

13.01 Number of world Heritage natural sites

13.02 Total know species

13.03 Total protected areas

13.04 Natural tourism digital demand

13.05 Quality of the natural environment

Pillar 14 : Cultural Resources and Business Travel

14.01 Number of world Heritage cultural sites

14.02 Number of oral and intangible cultural heritage expressions

14.03 Number of sport and stadiums

14.04 Number of international association meetings

14.05 Cultural and entertainment tourism digital demand

9. นิยามศัพท์ทางการท่องเที่ยว

9.1 นิยามศัพท์ทางการท่องเที่ยว[19]

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่ถูกจัดไว้ในสาขาการผลิตและบริการ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (International Visitors) หมายถึง บุคคลที่มิได้มีถิ่นที่อยู่ถาวรในประเทศไทยและเดินทางมาประเทศไทยเป็นการชั่วคราว เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา หรือประกอบภารกิจใดๆ แต่ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย และต้องพำนักอยู่แต่ละครั้งไม่เกิน 90 วัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (International Tourists) หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติที่มีระยะพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืน

นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ (International Excursionists) หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติที่ไม่ได้ค้างคืนในประเทศไทย

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย (Outgoing Thai Visitors) หมายถึง บุคคล ซึ่งเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย (Residents of Thailand) เดินทางไปต่างประเทศเพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา หรือประกอบภารกิจใดๆ แต่ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในต่างประเทศ และต้องพำนักอยู่แต่ละครั้งไม่เกิน 90 วัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออก (Outgoing Thai Tourists) หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางออกจากประเทศไทยและค้างคืนในต่างประเทศอย่างน้อย 1 คืน

นักทัศนาจรชาวไทยที่เดินทางออก (Outgoing Thai Excursionists) หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางออกจากประเทศไทย โดยไม่ได้ค้างคืนในต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีถิ่นพำนักอยู่ในต่างประเทศ (Overseas Thai Tourists) หมายถึง คนไทยที่มีถิ่นพำนักอยู่ในต่างประเทศเกิน 1 ปีขึ้นไป

[19] กรมการท่องเที่ยว

บทที่ 3
แผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 3
แผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. การกำหนดขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562 โดยในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนประมาณ 38 ล้านคน (ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562 โดยในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 158 ล้านคน-ครั้ง (ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

ในการสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อประเมินความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการกำหนดขนาดของตัวอย่าง เพื่อให้มีข้อมูลเพียงพอที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษา ซึ่งแนวทางในการกำหนดขนาดของตัวอย่างโดยทั่วไป จะมีการพิจารณาด้านต่างๆ ดังนี้

- ค่าใช้จ่าย
- ความต้องการของผู้สนับสนุน
- ธรรมชาติของประชากร
- การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบ
- ข้อจำกัดอื่น ๆ เช่น เวลา กำลังคน
- ตัว parameter ที่ต้องการประมาณค่า
- กำหนดระดับความเชื่อมั่น
- กำหนดขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

ในการกำหนดตัวอย่างจะต้องคำนึงถึงขอบเขตความผิดพลาดและระดับความเชื่อมั่น โดยเป็นการหาขนาดตัวอย่างที่ประกันได้ด้วยความเชื่อมั่นระดับหนึ่ง เช่น 95% หรือ (1- α)*100% ว่าค่าประมาณที่ได้จะแตกต่างไปจากค่าประชากรจริงไม่เกินกว่าที่กำหนด

โดยสูตรที่ใช้ในการกำหนดตัวอย่าง ดังนี้

$$\mathbf{n} = \frac{Nk^2V^2}{(k^2V^2) + (NE'^2)}$$

n	คือ จำนวนขนาดตัวอย่างที่ต้องการ
N	คือ จำนวนประชากรที่ต้องการศึกษาทั้งสิ้น
k	คือ k = 1.96 ที่ระดับนัยสำคัญ (α = 5%)
V	คือ ค่า coefficient of variation (CV) ของตัวประมาณ
E'	คือ ค่าสัดส่วนความผิดพลาดที่ยอมรับได้

ในการกำหนดจำนวนตัวอย่างเพื่อการสำรวจข้อมูลภาคสนามสามารถใช้สูตรดังกล่าวข้างต้นในการคำนวณ อย่างไรก็ตามในการสำรวจภาคสนามเพื่อประเมินความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยว ครั้งนี้ จะใช้จำนวนตัวอย่างตามที่กำหนดในขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา (TOR) ซึ่งกำหนดจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 9,800 ราย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 10,200 ราย

2. จัดทำแผนการสำรวจ และแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.1 จัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมคู่มือการสำรวจ ประกอบด้วย นิยามศัพท์ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่สำรวจและการกระจายแบบสำรวจ โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

1) ดำเนินการจัดทำแผนการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย กิจกรรมที่จะต้องดำเนินการภายใต้โครงการโดยละเอียด ระยะเวลาดำเนินการ โดยในเบื้องต้นได้จัดทำแผนการสำรวจฯ โดยนำเสนอในข้อ 11 และจะจัดทำรายละเอียดเพิ่มเติมให้สมบูรณ์ในรายงานขั้นต้น (Inception Report)

2) จัดทำคู่มือการสำรวจ ซึ่งประกอบด้วย นิยามศัพท์ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่สำรวจ และการกระจายแบบสำรวจ โดยคู่มือที่จัดทำขึ้นนี้จะต้องสอดคล้องกับแบบสอบถาม และวิธีการกระจายตัวอย่าง เพื่อใช้สำหรับการอบรมพนักงานสำรวจภาคสนาม และพนักงานสำรวจภาคสนามใช้เป็นคู่มือในการดำเนินการสำรวจภาคสนาม

2.2 จัดทำแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญอย่างน้อย ได้แก่

1) ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์โดยรวม

2) ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว (Motivation) ได้แก่ ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจเลือกเดินทาง แหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

3) ทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย (Attitudes & Expectations) ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Satisfaction) ได้แก่ ความน่าสนใจของสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว บริการต่างๆ สำหรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับความคาดหวังและการวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับประเทศที่เดินทางมาล่าสุดหรือประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เป็นต้น

4) ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

5) แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต

6) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านต่างๆ อย่างน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผู้คน บุคลากรท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการดำเนินการ รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด

7) พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experience) อย่างน้อยในประเด็นความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่ไป

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

หลังจากที่จัดทำ (ร่าง) แบบสำรวจเสร็จเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยจะนำแบบสำรวจเสนอให้คณะกรรมการกำกับโครงการฯ พิจารณา พร้อมทั้งปรับปรุงแบบสำรวจตามข้อแนะนำ หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยจะดำเนินการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ ดังนี้

1) การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) คือ การทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจที่ใช้ในการวิจัยว่ามีความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีคุณลักษณะในเนื้อหาสาระที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริง ได้ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพ โดยคณะผู้วิจัยได้นำแบบสำรวจไปให้กับผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ทั้งเชิงการใช้ภาษา ด้านการวิจัย

2) การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจที่สามารถใช้วัดค่าหลายๆ ครั้ง แล้วได้ผลของการวัดที่มีความคล้ายคลึงกัน หรืออีกนัยยะหนึ่ง คือ “ความคงเส้นคงวา” ของแบบสำรวจ ที่มีข้อคำถามไม่สับสน ไม่เป็นแนวชี้นำและมีอคติ ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค

(Cranbach's alpha coefficient) ในข้อคำถามแต่ละข้อ ซึ่งในทางสถิติแล้วยิ่งค่าสูงขึ้นยิ่งดี และในการวิจัยทางสังคมศาสตร์เกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเดียวกับการประเมินครั้งนี้ และจะทำการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้มีความสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. สำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 10,200 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างให้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่

1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ในลำดับที่ 1 – 10

2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ในลำดับที่ 1 – 24

การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย นั้นจะดำเนินการสำรวจจากจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในลำดับที่ 1 – 10 และจังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในลำดับที่ 1 – 24 รวม 34 จังหวัด โดยการกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด และกำหนดให้จำนวนตัวอย่างในแต่ละจังหวัดจะต้องไม่น้อยกว่า 200 ราย รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมดไม่น้อยกว่า 10,200 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในลำดับที่ 1 – 10 ได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร	6. เพชรบุรี
2. เชียงใหม่	7. ภูเก็ต
3. นครราชสีมา	8. สงขลา
4. ชลบุรี	9. ประจวบคีรีขันธ์
5. ระยอง	10. กาญจนบุรี

ที่มา : สำนักปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

(2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในลำดับที่ 1 – 24 ได้แก่

1. ขอนแก่น	9. อุบลราชธานี	17. เลย
2. นครศรีธรรมราช	10. ตาก	18. ลพบุรี
3. เชียงราย	11. นครนายก	19. ตราด
4. อุดรธานี	12. สระบุรี	20. ชุมพร
5. เพชรบูรณ์	13. จันทบุรี	21. นครสวรรค์
6. สุราษฎร์ธานี	14. พระนครศรีอยุธยา	22. ตรัง
7. กระบี่	15. นครปฐม	23. สุพรรณบุรี
8. พิษณุโลก	16. หนองคาย	24. บุรีรัมย์

ตารางที่ 3-1 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยสำรวจ ณ จังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรองรวม 34 จังหวัด

1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-10

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1.1) กรุงเทพมหานคร	24,516,872	ไม่น้อยกว่า 1318
1.2) เชียงใหม่	5,476,865	ไม่น้อยกว่า 557
1.3) นครราชสีมา	5,302,700	ไม่น้อยกว่า 539
1.4) ชลบุรี	4,823,475	ไม่น้อยกว่า 490
1.5) ระยอง	4,197,945	ไม่น้อยกว่า 427
1.6) เพชรบุรี	3,715,501	ไม่น้อยกว่า 378
1.7) ภูเก็ต	3,591,083	ไม่น้อยกว่า 365
1.8) สงขลา	3,376,657	ไม่น้อยกว่า 343
1.9) ประจวบคีรีขันธ์	3,357,930	ไม่น้อยกว่า 341
1.10) กาญจนบุรี	3,251,572	ไม่น้อยกว่า 330
รวม	**61,610,600**	**ไม่น้อยกว่า 5,088**

2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-24

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
2.1) ขอนแก่น	3,225,378	ไม่น้อยกว่า 328
2.2) นครศรีธรรมราช	2,658,634	ไม่น้อยกว่า 270
2.3) เชียงราย	2,496,186	ไม่น้อยกว่า 254
2.4) อุดรธานี	2,386,673	ไม่น้อยกว่า 243
2.5) เพชรบูรณ์	2,095,425	ไม่น้อยกว่า 213
2.6) สุราษฎร์ธานี	2,011,858	ไม่น้อยกว่า 204
2.7) กระบี่	1,897,371	ไม่น้อยกว่า 200
2.8) พิษณุโลก	1,803,342	ไม่น้อยกว่า 200
2.9) อุบลราชธานี	1,682,637	ไม่น้อยกว่า 200
2.10) ตาก	1,652,031	ไม่น้อยกว่า 200
2.11) นครนายก	1,589,409	ไม่น้อยกว่า 200
2.12) สระบุรี	1,423,994	ไม่น้อยกว่า 200
2.13) จันทบุรี	1,367,973	ไม่น้อยกว่า 200
2.14) พระนครศรีอยุธยา	1,281,574	ไม่น้อยกว่า 200
2.15) นครปฐม	1,261,769	ไม่น้อยกว่า 200

2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-24

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
2.16) หนองคาย	1,221,717	ไม่น้อยกว่า 200
2.17) เลย	1,188,934	ไม่น้อยกว่า 200
2.18) ลพบุรี	1,148,049	ไม่น้อยกว่า 200
2.19) ตราด	1,119,821	ไม่น้อยกว่า 200
2.20) ชุมพร	1,101,008	ไม่น้อยกว่า 200
2.21) นครสวรรค์	1,086,935	ไม่น้อยกว่า 200
2.22) ตรัง	1,066,324	ไม่น้อยกว่า 200
2.23) สุพรรณบุรี	1,025,847	ไม่น้อยกว่า 200
2.24) บุรีรัมย์	968,443	ไม่น้อยกว่า 200
รวม	38,761,332	ไม่น้อยกว่า 5,112
รวมทั้งสิ้น	**100,371,932**	**ไม่น้อยกว่า 10,200**

4. สำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 9,800 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างให้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่

4.1 สำรวจจากจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรอง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 17 แห่ง โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว และจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 6,800 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 – 10

2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้พอจัดเก็บข้อมูล จำนวนไม่น้อยกว่า 7 จังหวัด (อ้างอิงจากสถิติท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี พ.ศ. 2560)

ในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 9,800 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างให้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ เน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ ดังนี้

1) สำรวจจากจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 – 10 และจังหวัดท่องเที่ยวรองที่สามารถสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ไม่น้อยกว่า 7 จังหวัด รวม 17 จังหวัด โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว และกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละจังหวัดไม่น้อยกว่า 200 ราย 6,800 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 – 10 ได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร
2. ภูเก็ต
3. ชลบุรี
4. สุราษฎร์ธานี
5. เชียงใหม่
6. สงขลา
7. กระบี่
8. ประจวบคีรีขันธ์
9. พังงา
10. เชียงราย

ที่มา : สำนักปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

(2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่สามารถสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ไม่น้อยกว่า 7 จังหวัด ได้แก่

1. สมุทรปราการ
2. ตราด
3. เพชรบุรี
4. ระยอง
5. พระนครศรีอยุธยา
6. สุโขทัย
7. กาญจนบุรี

ตารางที่ 3-2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำรวจ ณ จังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรองรวม 17 จังหวัด

1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-10

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (คน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
1.1) กรุงเทพมหานคร	21,085,550	ไม่น้อยกว่า 1,349
1.2) ภูเก็ต	9,683,686	ไม่น้อยกว่า 1,239
1.3) ชลบุรี	6,795,204	ไม่น้อยกว่า 870
1.4) สุราษฎร์ธานี	3,499,872	ไม่น้อยกว่า 448
1.5) เชียงใหม่	2,856,204	ไม่น้อยกว่า 366
1.6) สงขลา	2,427,790	ไม่น้อยกว่า 311
1.7) กระบี่	2,229,667	ไม่น้อยกว่า 285
1.8) ประจวบศีรีขันธ์	1,030,732	ไม่น้อยกว่า 132
1.9) พังงา	709,471	ไม่น้อยกว่า 200
1.10) เชียงราย	512,997	ไม่น้อยกว่า 200
รวม	50,831,173	ไม่น้อยกว่า 5,400

2) จังหวัดท่องเที่ยวรองจำนวน 7 จังหวัด

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (คน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
2.1) สมุทรปราการ	402,919	ไม่น้อยกว่า 200
2.2) ตราด	397,044	ไม่น้อยกว่า 200
2.3) เพชรบุรี	385,091	ไม่น้อยกว่า 200
2.4) ระยอง	364,553	ไม่น้อยกว่า 200
2.5) พระนครศรีอยุธยา	355,607	ไม่น้อยกว่า 200
2.6) สุโขทัย	198,477	ไม่น้อยกว่า 200
2.7) กาญจนบุรี	196,164	ไม่น้อยกว่า 200
รวม	2,299,855	ไม่น้อยกว่า 1,400
รวมทั้งสิ้น	53,131,028	ไม่น้อยกว่า 6,800

4.2 สำรวจด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1-6 โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย (อ้างอิงจากสถิติท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี พ.ศ. 2560)

สำรวจจากด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1 - 6 โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย ได้แก่ ประกอบด้วย 1. ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ 2. ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง 3. ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต 4. ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา 5. ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ 6. ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว (ตารางที่ 4-3) และกำหนดให้กระจายตัวอย่างการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ซึ่งมีจำนวนการสำรวจทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 1,702 ตัวอย่าง โดยสำรวจตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว 10 สัญชาติแรกของปี พ.ศ. 2560 ที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 1,090 ตัวอย่าง และสำรวจสัญชาติอื่น ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 612 ตัวอย่าง (ตารางที่ 4-4)

ตารางที่ 3-3 จำนวนตัวอย่างสำรวจ ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก

ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
(1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	17,449,880	ไม่น้อยกว่า 1,702
(2) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง	5,424,312	ไม่น้อยกว่า 529
(3) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต	4,429,238	ไม่น้อยกว่า 432
(4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา	1,418,359	ไม่น้อยกว่า 138
(5) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	1,085,039	ไม่น้อยกว่า 106
(6) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	946,109	ไม่น้อยกว่า 93
รวม	30,752,937	ไม่น้อยกว่า 3,000

ตารางที่ 3-4 จำนวนตัวอย่างสำรวจ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จำแนกตาม 10 สัญชาติแรก ที่เดินทางผ่านสุวรรณภูมิ ปี พ.ศ. 2560

สัญชาติ	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1) จีน	3,924,410	ไม่น้อยกว่า 383
2) ญี่ปุ่น	1,239,527	ไม่น้อยกว่า 121
3) เกาหลี	1,203,547	ไม่น้อยกว่า 117
4) อินเดีย	1,059,921	ไม่น้อยกว่า 103
5) สิงคโปร์	774,068	ไม่น้อยกว่า 75
6) สหรัฐอเมริกา	688,790	ไม่น้อยกว่า 67
7) สหราชอาณาจักร	637,759	ไม่น้อยกว่า 62
8) เยอรมัน	591,106	ไม่น้อยกว่า 58
9) ฮ่องกง	579,132	ไม่น้อยกว่า 57
10) ฝรั่งเศส	473,680	ไม่น้อยกว่า 47
รวม	11,171,940	ไม่น้อยกว่า 1,090
สัญชาติอื่น ๆ	6,277,940	ไม่น้อยกว่า 612
รวมทั้งสิ้น	17,449,880	ไม่น้อยกว่า 1,702

หมายเหตุ : สำรวจ 10 สัญชาติแรกตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว 10 สัญชาติแรกของปี พ.ศ. 2560

5. จัดทำรายงานผลการสำรวจร้อยละความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ (Revisit) เพื่อตอบตัวชี้วัดตามคำรับรอง การปฏิบัติราชการของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 รอบ 6 เดือน มีแนวทางการดำเนินการดังนี้

บริษัทฯ จะดำเนินการนำข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มที่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ (Revisit) ที่ได้จากการสำรวจ ณ 1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 – 10 และ 2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้พอจัดเก็บข้อมูล จำนวนไม่น้อยกว่า 7 จังหวัด และด่านตรวจคนเข้าเมือง (6 ด่าน) มาทำการประมวลผลข้อมูล และคำนวณข้อมูลร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำที่มีความพึงพอใจ และร้อยละของชาวต่างชาติที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่ไม่มีความพึงพอใจ

6. จัดทำรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแยกปัจจัยการวิเคราะห์ตามประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ ช่วงอายุ และสัญชาติ ตลอดจนปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว การเปรียบเทียบรายพื้นที่ภาพรวม การวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญจากการสำรวจพบ การเปรียบเทียบข้อมูลผลการสำรวจในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของปี พ.ศ. 2558 – 2562 การเปรียบเทียบข้อมูลผลการสำรวจในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยของปี พ.ศ. 2561 – 2562 และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ มีแนวทางการดำเนินการดังนี้

บริษัทฯ จะนำผลการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้จากการสำรวจตามแนวทางที่กำหนดในข้อ 8.5 และ 8.6 มาดำเนินการด้านการบรรณาธิกรแบบสอบถามและการบันทึกข้อมูล การประมวลผลข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแยกปัจจัยการวิเคราะห์ตามประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ ช่วงอายุ และสัญชาติ ตลอดจนปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว การเปรียบเทียบรายพื้นที่ภาพรวม การวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญจากการสำรวจพบ การเปรียบเทียบข้อมูลผลการสำรวจในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของปี พ.ศ. 2558 – 2562 การเปรียบเทียบข้อมูลข้อมูลผลการสำรวจในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยของปี พ.ศ. 2561 – 2562 และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ พร้อมทั้งจัดทำรายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

7. ออกแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้ และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic) มีแนวทางการดำเนินการดังนี้

บริษัทฯ จะนำผลการศึกษาตามขอบเขตการดำเนินงานมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้ เพื่อสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถนำไปเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของกระทรวงฯ และจัดทำสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)

8. จัดทำฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 มีแนวทางการดำเนินการดังนี้

บริษัทฯ จะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตามโครงการฯ ไปจัดทำเป็นฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทาง

ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถนำเข้าสู่ระบบสารสนเทศกลางของกระทรวงต่อไป

9. จัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

9.1 สถานที่จัดประชุมต้องเป็นโรงแรม หรือสถานที่เอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล

9.2 ระยะเวลาในการจัดประชุมไม่น้อยกว่า 1 วัน

9.3 เชิญผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน

9.4 จัดทำเอกสารประกอบการประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

9.5 จัดให้มีอาหารเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

9.6 จัดให้มีอาหารว่างและเครื่องดื่มเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชุด

9.7 ที่ปรึกษาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นตลอดการดำเนินโครงการฯ

10. การสำรวจข้อมูล

(1) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การเก็บรวมรวมข้อมูลจะใช้แบบสำรวจที่ออกแบบสำหรับเก็บข้อมูลตามประเด็นที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ 6 ซึ่งครอบคลุมถึงการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแบบสำรวจดังกล่าวจะผ่านการพิจารณาร่วมกันระหว่างบริษัทที่ปรึกษาฯ กับ คณะกรรมการกำกับโครงการ กำกับติดตามและตรวจสอบผลการดำเนินโครงการฯ และจะต้องผ่านการทดสอบและปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูลจะใช้เจ้าหน้าที่สัมภาษณ์แบบ Person-to-Person เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องสมบูรณ์ ทั้งนี้บริษัทฯ จะจัดทำคู่มือการสำรวจ ซึ่งประกอบด้วย นิยามศัพท์ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่สำรวจ และการกระจายแบบสอบถาม เพื่อให้การดำเนินการสำรวจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานเดียวกัน

(2) การสำรวจข้อมูลภาคสนาม เพื่อให้การสำรวจข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถสำรวจข้อมูลแล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด จึงกำหนดแนวทางการดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนาม ไว้ดังนี้

(2.1) การจัดทีมงาน ในการสำรวจข้อมูลภาคสนามนั้น จะแบ่งพนักงานสำรวจออกเป็น 5 ทีม ๆ ละไม่น้อยกว่า 3 คน ประกอบด้วยหัวหน้าทีมสำรวจ 1 คน และพนักงานสำรวจ 2 คน ที่มีประสบการณ์การสำรวจด้านการท่องเที่ยว หัวหน้าทีมและพนักงานสำรวจจะต้องผ่านการอบรมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ และรายละเอียดเกี่ยวกับแบบสำรวจ

(2.2) การบรรณาธิกรแบบสอบถามและการบันทึกข้อมูล เพื่อให้แบบสำรวจที่ได้รับจากการสำรวจมีความถูกต้องสมบูรณ์ จึงกำหนดให้มีการบรรณาธิกรแบบสอบถามโดยนักวิจัย/นักสถิติที่มีประสบการณ์ด้านการสำรวจ แบบสอบถามที่ผ่านการบรรณาธิกรและถูกต้องเท่านั้นจึงจะถูกนำไปบันทึกข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ 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 ความสัมพันธ์ของค่าตัวแปรต่าง ๆ หาค่าเฉลี่ย สัดส่วน ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการจัดทำรายงานต่อไป

11. แผนการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตารางที่ 3-5 แผนการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พื้นที่สำรวจ / กำหนดการเก็บข้อมูล		**พ.ค. 62**	**มิ.ย. 62**	**ก.ค. 62**
ด่านตรวจคนเข้าเมือง				
1	สุวรรณภูมิ	■	■	■
2	ดอนเมือง		■	
3	ภูเก็ต	■		
4	สะเดา		■	
5	เชียงใหม่	■		
6	หนองคาย		■	
แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1 – 10				
1	กรุงเทพมหานคร	■	■	■
2	ภูเก็ต	■		
3	ชลบุรี			■
4	สุราษฎร์ธานี	■		
5	เชียงใหม่		■	

พื้นที่สำรวจ / กำหนดการเก็บข้อมูล		พ.ค. 62	มิ.ย. 62	ก.ค. 62
6	สงขลา	■		
7	กระบี่	■		
8	ประจวบศีรีขันธ์	■		
9	พังงา	■		
10	เชียงราย		■	
จังหวัดท่องเที่ยวรองจำนวน 7 จังหวัด				
1	สมุทรปราการ			■
2	ตราด			■
3	เพชรบุรี	■		
4	ระยอง			■
5	พระนครศรีอยุธยา			■
6	สุโขทัย		■	
7	กาญจนบุรี			■

หมายเหตุ ช่วงเวลาการสำรวจอาจปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

ตารางที่ 3-6 แผนการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

พื้นที่สำรวจ / กำหนดการเก็บข้อมูล		พ.ค. 62	มิ.ย. 62	ก.ค. 62
จังหวัดท่องเที่ยวหลัก 10 จังหวัด				
1	กรุงเทพมหานคร	■	■	■
2	เชียงใหม่		■	
3	นครราชสีมา		■	
4	ชลบุรี			■
5	ระยอง			■
6	เพชรบุรี	■		
7	ภูเก็ต	■		
8	สงขลา	■		
9	ประจวบคีรีขันธ์	■		
10	กาญจนบุรี			■
จังหวัดท่องเที่ยวรอง 24 จังหวัด				
1	ขอนแก่น		■	

พื้นที่สำรวจ / กำหนดการเก็บข้อมูล		พ.ค. 62	มิ.ย. 62	ก.ค. 62
2	นครศรีธรรมราช			
3	เชียงราย			
4	อุดรธานี			
5	เพชรบูรณ์			
6	สุราษฎร์ธานี			
7	กระบี่			
8	พิษณุโลก			
9	อุบลราชธานี			
10	ตาก			
11	นครนายก			
12	สระบุรี			
13	จันทบุรี			
14	พระนครศรีอยุธยา			
15	นครปฐม			
16	หนองคาย			
17	เลย			
18	ลพบุรี			
19	ตราด			
20	ชุมพร			
21	นครสวรรค์			
22	ตรัง			
23	สุพรรณบุรี			
24	บุรีรัมย์			

หมายเหตุ ช่วงเวลาการสำรวจอาจปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

บทที่ 4

รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

บทที่ 4
รายงานผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 นำเสนอเป็น 8 ส่วน ดังนี้

1) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวมประเทศไทย
2) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง
3) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
4) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
5) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง
6) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในกลุ่มตลาดเฉพาะด้านการท่องเที่ยว
7) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตามการเคยมาประเทศไทยและลักษณะการจัดการเดินทาง
8) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการสำรวจในแต่ละส่วนมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 4.1
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ภาพรวมประเทศไทย

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน 2 ลักษณะ คือ 1) พื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายจังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักจำนวน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี กระบี่ เชียงใหม่ สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย สามารถสำรวจได้จำนวน 5,474 ตัวอย่าง และจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง จำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ ตราด เพชรบุรี ระยอง พระนครศรีอยุธยา สุโขทัย และกาญจนบุรี สามารถสำรวจได้จำนวน 1,401 ตัวอย่าง รวมทุกจังหวัด 6,875 ตัวอย่าง และ 2) พื้นที่บริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากในลำดับที่ 1-6 ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา และด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย สามารถสำรวจได้จำนวน 3,032 ตัวอย่าง โดยดำเนินการสำรวจระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 รวมจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทั้งสิ้น 9,907 ตัวอย่าง ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ผลการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 9,907 ราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 51.2 ต่อ ร้อยละ 48.8) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 42.4) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.2) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นนักวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 32.2) และมีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับน้อยกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง ระหว่าง 20,000-40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 35.1 และร้อยละ 34.5 ตามลำดับ) และกลุ่มที่มีรายได้อยู่ในเกณฑ์สูงตั้งแต่ 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 18.9) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 58.2) เดินทางมาจากภูมิภาคเอเชีย (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทยโดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินระดับต้นถึงปานกลาง และเป็นนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short haul) จากภูมิภาคเอเชียด้วยกัน การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยรวมควรตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักเหล่านี้ และคำนึงถึงความคุ้มค่าเงิน (Value for money) รวมทั้งการใช้ช่องทางสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในบริบทที่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการทำงานและการดำรงชีพ

2. ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย (Motivation)

2.1 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

1) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2562 นิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 2.49 ครั้ง ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งอยู่ที่ 2.58 ครั้ง/ปี โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 69.7) นิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศไม่เกิน 2 ครั้ง/ปี ในขณะที่มีถึงร้อยละ 30.4 ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ 3 ครั้ง/ปีขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา คือตั้งแต่ปี 2559-2562 จำนวนครั้ง/ปีที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงอย่างต่อเนื่อง จาก 2.79 ครั้ง/ปี ในปี 2559 เป็น 2.52, 2.58 และ 2.49 ครั้ง/ปี ในปี 2560-2562 ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นผลสืบเนื่องจากตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยมีอัตราการเติบโตที่ชะลอตัวต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี 2562 เนื่องจากต้องเผชิญความกดดันจากเศรษฐกิจ การแข่งขันดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มใหญ่ของไทย นอกจากนี้ อาจสืบเนื่องจากประเด็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของไทย รวมทั้งปัจจัยเรื่องเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศที่มีแนวโน้มชะลอตัว นอกจากนี้ ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศทั่วโลกที่อาจส่งผลต่อแผนการเดินทางท่องเที่ยว[1] (แผนภูมิที่ 4-1)

2) จำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

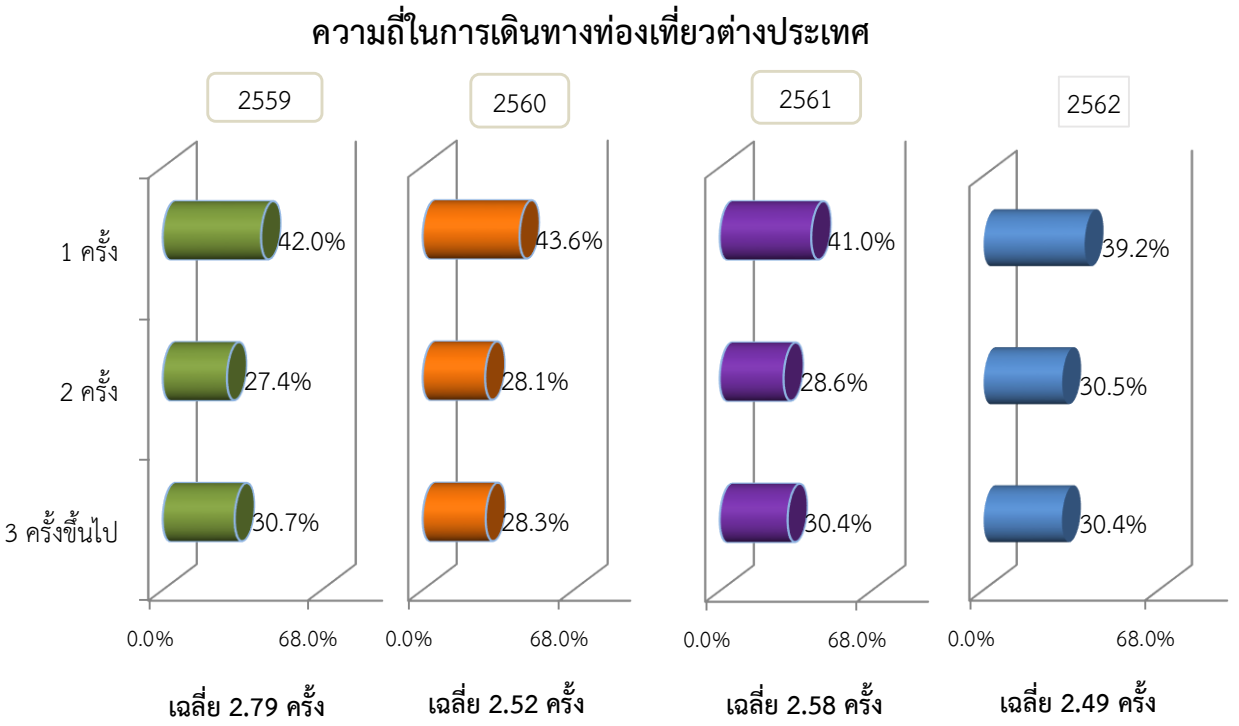
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2562 เมื่อเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมีวันพักเฉลี่ย 9.51 วัน/ครั้ง ลดลงจากปีที่ผ่านมา ซึ่งอยู่ที่ 10.36 วัน/ครั้ง โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.2) มีวันพัก/ครั้ง ไม่เกิน 10 วัน เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งไม่สามารถหยุดพักได้นานในขณะที่มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 22.8) ที่มีวันพัก/ครั้ง มากกว่า 10 วันขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปที่ในช่วงฤดูหนาวจะมีวันหยุดพักนาน ทั้งนี้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2559-2562 จำนวนวันพัก/ครั้ง เมื่อเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงอย่างต่อเนื่องจาก 12.05 วัน ในปี 2559 เป็น 11.31, 10.36 และ 9.51 วัน/ครั้ง ในปี 2560-2562 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short Haul) ที่ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาก นอกจากนี้ การแข็งค่าอย่างต่อเนื่องของค่าเงินบาทส่งผลให้การมาท่องเที่ยวไทยแพงขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ[2] (แผนภูมิที่ 4-1)

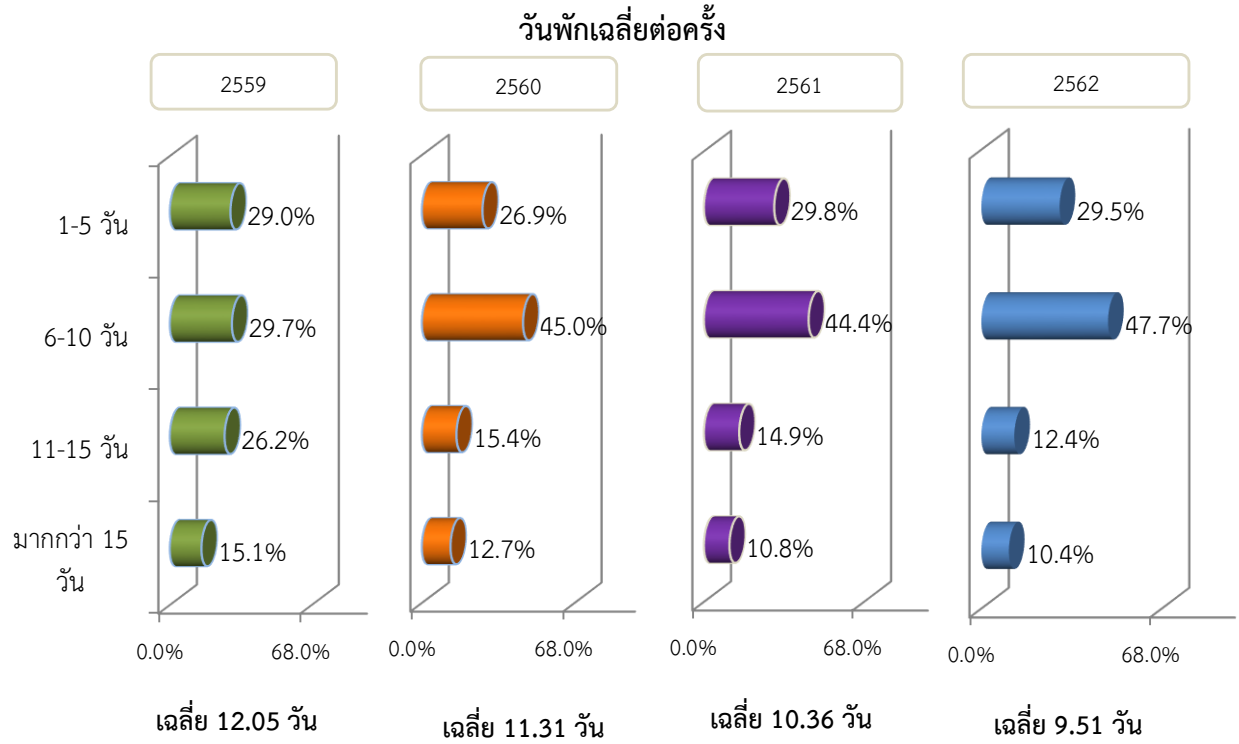
---

[1] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ เปลี่ยน SME เร่งปรับแผนรับมือ. **K SME Analysis.** (พฤศจิกายน 2562).

[2] สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และคนอื่น ๆ. (2562). **THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย.**

แผนภูมิที่ 4-1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้ง ระหว่างปี 2559-2562





2.2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยมีหลากหลายวัตถุประสงค์ โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.6) เพื่อพักผ่อนในวันหยุด (แผนภูมิที่ 4-2) เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหลายแห่ง มีความสงบ ประชาชนมีจิตใจดี รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีทั้งกลุ่มที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กลุ่มที่มีแนวโน้มลดลง และกลุ่มที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ดังนี้

2.2.1 กลุ่มที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

1) กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนในวันหยุด ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ปี 2559-2562 มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 87.4 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 90.0 ร้อยละ 91.3 และร้อยละ 90.6 ในปี 2560-2562 ตามลำดับ เนื่องจากประเทศไทยมีจุดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและสวยงามเหมาะสำหรับการมาพักผ่อน ทั้งนี้ ที่ผ่านมาภาครัฐให้ความสำคัญในภาคการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีแผนทำการตลาดกระตุ้นการท่องเที่ยวต่อเนื่อง กำหนดนโยบายระยะสั้นในการอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยผ่านมาตรการวีซ่าที่ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมตั้งแต่ปลายปี 2561 และจะสิ้นสุดในวันที่ 30 เมษายน 2562 นอกจากนี้ในส่วนของภาคเอกชนได้มีการจัดแคมเปญการท่องเที่ยว การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น Landmark ใหม่ ๆ ในประเทศ[3]

2) กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมประชุม/สัมมนา/การร่วมงานแสดงสินค้า ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ปี 2559-2562 มีสัดส่วนจากร้อยละ 0.7 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 0.2 ร้อยละ 0.4 และร้อยละ 0.8 ในปี 2560-2562 ตามลำดับ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งเสริมธุรกิจ MICE อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับในปีนี้ประเทศไทยเป็นประธานอาเซียน เป็นเจ้าภาพจัดงานต่าง ๆ ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเลือกประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ของนักท่องเที่ยว

2.2.2 กลุ่มที่มีแนวโน้มลดลง

1) กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาซื้อสินค้าและของที่ระลึกในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ 2559-2562 มีสัดส่วนลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 2.7 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 0.8 ร้อยละ 0.8 และร้อยละ 0.5 ในปี 2560-2562 ตามลำดับ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกยังคงชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง หลายประเทศได้รับผลกระทบ ซึ่งส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติปรับลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก รวมทั้งการแข็งค่าอย่างต่อเนื่องของค่าเงินบาทส่งผลให้

[3] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (อ้างแล้ว)

การมาท่องเที่ยวไทยแพงขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ[4] นอกจากนี้ จากการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

2) กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาติดต่อธุรกิจในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ 2559-2562 มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.8 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 2.7 ในปี 2560 และลดลงเป็นร้อยละ 2.1 และร้อยละ 2.1 ในปี 2561-2562 ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นผลสืบเนื่องจากการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนชาวต่างชาติลดลงร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปี 2558 เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่กำลังฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ที่ส่งผลต่อจิตวิทยาในการลงทุนของนักธุรกิจต่างชาติที่ยังคงรอความมั่นใจในสภาวะเศรษฐกิจโลกให้นิ่งและมั่นคงมากขึ้น[5] จึงเป็นสาเหตุที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักในการติดต่อธุรกิจมีจำนวนลดต่ำลง และจากสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นในปี 2560 อาจเป็นผลสืบเนื่องจากกระทรวงพาณิชย์ของไทย ปลดล็อก 19 ธุรกิจโดยถอดออกจากบัญชีท้ายพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ตามกฎกระทรวงพาณิชย์ฉบับใหม่ มีผลให้นักธุรกิจต่างชาติไม่ต้องมาขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจอีกต่อไป ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน 2560 สำหรับนักลงทุนต่างชาติที่สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร และธุรกิจพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ซึ่งจะช่วยให้นักลงทุนต่างชาติลดภาระค่าใช้จ่าย ระยะเวลา และลดความยุ่งยากซ้ำซ้อนในการขออนุญาตจากหน่วยงานรัฐ ก่อให้เกิดความรวดเร็วและความคล่องตัวด้านการประกอบธุรกิจในประเทศไทย สร้างสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจช่วยดึงดูดเงินทุนและผู้มีความสามารถจากต่างประเทศให้สนใจเข้ามาลงทุนส่งเสริมในการพัฒนาประเทศมากขึ้น[6] จึงอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาติดต่อธุรกิจ มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2559 อย่างไรก็ตาม ภายหลังปี 2560 การเข้ามาลงทุนของต่างชาติมีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับปี 2559 จึงส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว

3) กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาดูแลสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ปี 2559-2562 มีสัดส่วนลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 0.6 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 0.2 ร้อยละ 0.2 และร้อยละ 0.3 ในปี 2560-2562 ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นตลาดหลักประสบปัญหาราคาน้ำมันดิบตกต่ำต่อเนื่องเป็นเวลานาน และได้ลดสวัสดิการด้านการรักษาพยาบาลลง นอกจากนี้ การดำเนินการในการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ยังประสบปัญหาและอุปสรรคในด้านกฎหมาย เช่น การโฆษณา การเลือกเพศ เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์หลักการมาดูแลสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ ซึ่งที่ผ่านมา

[4] สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และคนอื่น ๆ. (2562). **THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย.**

[5] กองบรรณาธิการ ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง (Thai Civil Rights and Investigative Journalism (TCIJ). (มกราคม 2560). **ปี 2559 ต่างชาติทำธุรกิจในไทย 352 ราย เม็ดเงิน 7,443 ล้านบาท 'ญี่ปุ่น' อันดับ 1.** สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. จาก https://www.tcijthai.com/news/2017/03/current/6635.

[6] มติชนออนไลน์. (9 มกราคม 2563). **ปลดล็อก! 19 ธุรกิจออกจากบัญชีสามพ.ร.บต่างด้าวฯ ต่อไปต่างชาติไม่ต้องมาขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจ.** สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_582763.

ในช่วงกลางปี 2562 คณะกรรมการอำนวยการ Medical Hub ได้นำเสนอข้อเสนอทางนโยบายเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา เช่น การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนากฎหมาย การสนับสนุนการลงทุนในด้าน Clinical Research ในมนุษย์ การส่งเสริมการลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านบุคลากร เป็นต้น รวมทั้งทางด้านสถานพยาบาลเอกชนต้องทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของบริการในกลุ่ม Magnet และพัฒนาบริการให้มีศักยภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อนำพาประเทศไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร ดึงรายได้เข้าสู่ประเทศ เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน[7] ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ จะเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ในปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยที่มีวัตถุประสงค์ดังกล่าวมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นกว่าปีก่อนหน้าเล็กน้อย ทั้งนี้ อาจสืบเนื่องจากประเทศไทยมีมาตรการดำเนินการในการต่ออายุยกเว้นค่าธรรมเนียม Visa on Arrivals ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวบางประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเพิ่มสูงขึ้น[8]

4) กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ 2559-2562 มีสัดส่วนลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 2.2 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 2.3 ร้อยละ 1.8 และร้อยละ 1.8 ในปี 2560-2562 ตามลำดับ เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมามีเหตุการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถูกทำร้ายร่างกายบ่อยครั้ง บางรายถึงขั้นเสียชีวิต ทำให้คู่บ่าวสาวที่เพิ่งแต่งงานใหม่ขาดความมั่นใจในความปลอดภัย รวมทั้งความกังวลในประเด็นความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวของไทยจากเหตุการณ์อุบัติเหตุทางเรือที่จังหวัดภูเก็ตเมื่อปีที่ผ่านมา[9] ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์โดยส่วนใหญ่จะเลือกจังหวัดที่มีทะล และท่องเที่ยวในรูปแบบการล่องเรือ นอกจากนี้ การแข็งค่าอย่างต่อเนื่องของค่าเงินบาทส่งผลให้การมาท่องเที่ยวไทยแพงขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ[10] ซึ่งอาจเป็นเหตุผลสำคัญต่อการตัดสินใจในการมาดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์ที่ประเทศไทย

[7] Hfocus เจาะลึกระบบสุขภาพ. (29 มิถุนายน 2562). **ชูไทย 'ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ' คัด 10 บริการเด็ด ดึงเม็ดเงินชาวต่างชาติเข้าไทย.** สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. จาก https://www.hfocus.org/content/2019/06/17312.

[8] ศูนย์วิจัยกสิกร. (28 มิถุนายน 2562). **ต่างชาติเที่ยวไทยครึ่งหลังปี 2562 คาดบวกเล็กน้อยจากครึ่งปีแรก ... ทั้งปี 2562 ยังคงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ.** สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. จาก https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/ Pages/z3003.aspx.

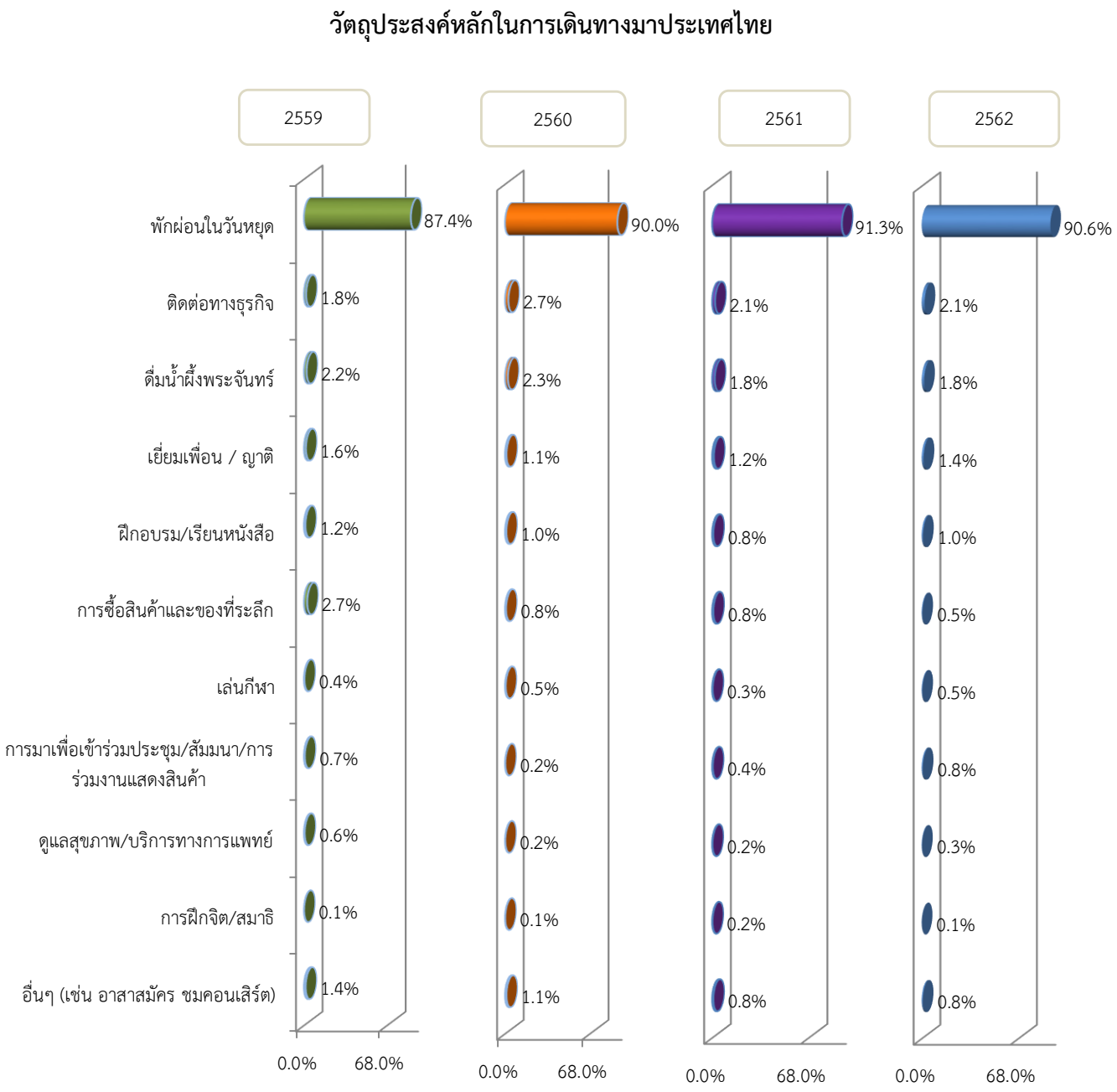
[9] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **TOURISM ECONOMIC REVIEW รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว.** (ฉบับที่ 1 ปี 2562).

[10] สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และคนอื่น ๆ. (2562). **THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย.**

2.2.3 กลุ่มที่ไม่เปลี่ยนแปลง

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ในสัดส่วนที่ไม่สูงมาก (ไม่ถึงร้อยละ 1.0) เช่น การฝึกจิต/สมาธิ การเล่นกีฬา เป็นต้น มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบและนิยมเฉพาะกลุ่ม

แผนภูมิที่ 4-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างปี 2559-2562



2.3 ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมีหลากหลาย โดยปัจจัยสำคัญที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของประเทศไทย/คนไทย และความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ 87.3 ร้อยละ 55.8 และร้อยละ 45.1 ตามลำดับ) ส่วนปัจจัยระดับรองๆ ลงมาที่มีความสำคัญ ได้แก่ ความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย และความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในประเทศไทย (ร้อยละ 29.9 ร้อยละ 19.1 และร้อยละ 18.2 ตามลำดับ) ในขณะที่ปัจจัยด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ (Road Show) และแรงจูงใจจากภาพยนตร์มีส่วนน้อยมาก (ร้อยละ 7.0 และร้อยละ 2.6 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-3)

สามปัจจัยแรกซึ่งได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของประเทศไทย/คนไทย และความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทยนั้น ถือว่าประเทศไทยมีจุดแข็งทั้ง 3 ด้าน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพบว่าแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวจำนวนมากเกินกว่ากำลังความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ซึ่งเกิดจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร มุ่งแต่แสวงหากำไร โดยไม่คำนึงถึงความเสียหาย ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องบางส่วนยังไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับนักท่องเที่ยวยังขาดจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งในปี 2561 ทางกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ได้ประกาศปิดอ่าวมาหยา แหล่งท่องเที่ยวในหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2561 โดยไม่มีกำหนดจนกว่าธรรมชาติฟื้นฟูสู่ภาวะปกติ และการพัฒนาระบบสำหรับติดตามจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตาม Carrying Capacity โดยจัดตั้งหน่วยงานอิสระเพื่อทำหน้าที่ติดตาม

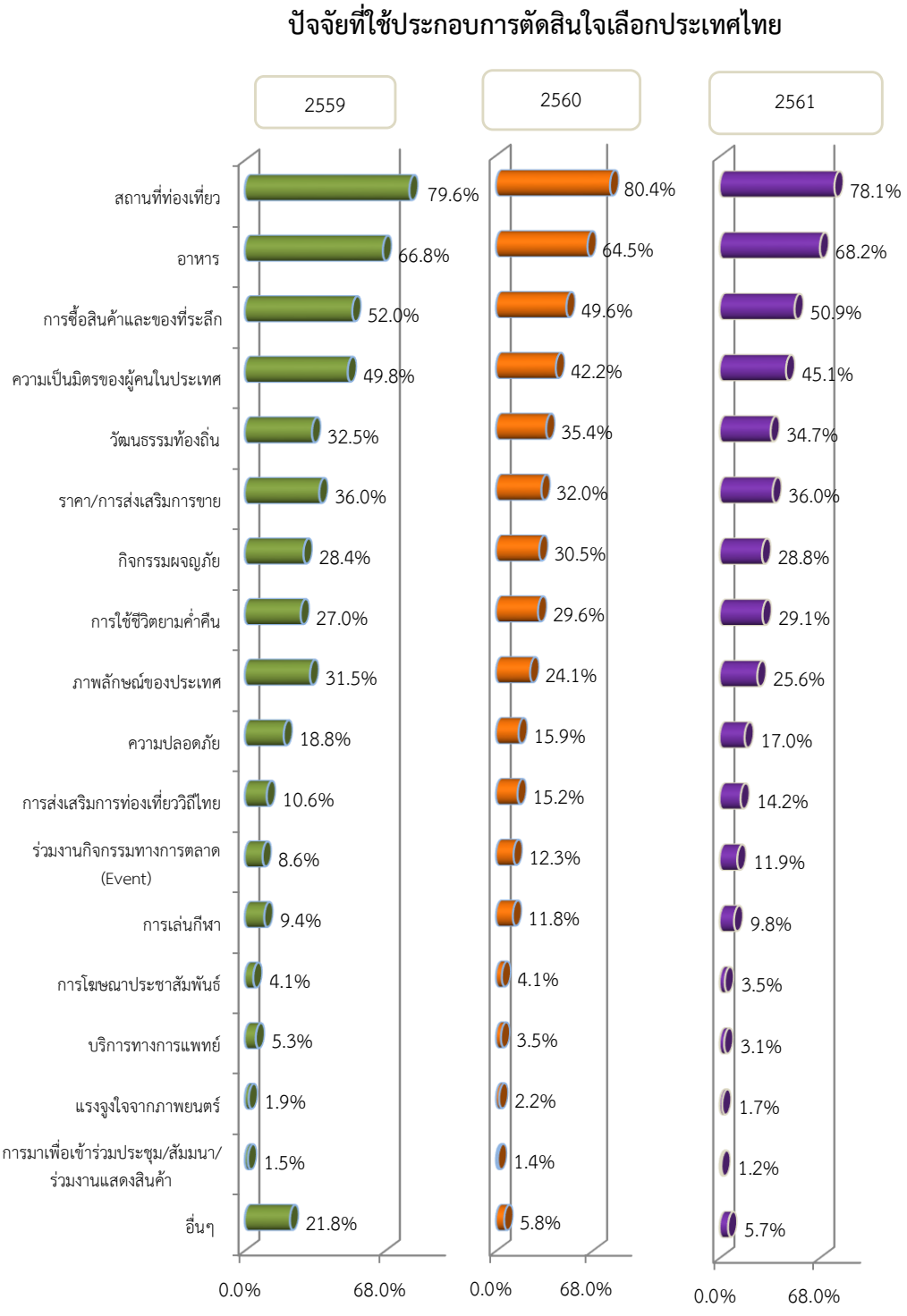
สำหรับภาพลักษณ์ของประเทศไทย/คนไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่า ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ ประชาชนคนไทยส่วนใหญ่มีนิสัยรักสงบ มีเมตตาชอบช่วยเหลือคนที่อ่อนแอกว่า อีกทั้งมีนิสัยยิ้มแย่มแจ่มใส จนได้รับฉายาว่า “สยามเมืองยิ้ม” อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมามีข่าวเกี่ยวกับการทำร้ายนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถึงเสียชีวิตหลายครั้ง ทำให้ภาพลักษณ์ของคนไทยในสายตาชาวต่างชาติบางส่วนเปลี่ยนแปลงไป

และในด้านความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทย สามารถเดินทางมาได้ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ โดยเฉพาะทางอากาศประเทศไทยมีสนามบินนานาชาติอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ สามารถกระจายการเดินทางไปได้ทุกภูมิภาค ทำให้ไม่เกิดความแออัดในสนามบินใดสนามบินหนึ่ง อย่างไรก็ตามในการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจคนเข้าเมือง พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการตรวจคนเข้าเมืองไม่สูงมาก

ทั้งนี้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2559-2562 ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอันดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยว (แผนภูมิที่ 4-3 และแผนภูมิที่ 4-4) ประกอบกับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา

ประเทศไทยเพื่อพักผ่อนในวันหยุดเป็นส่วนใหญ่และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้คงสภาพสวยงามอยู่เสมอ

แผนภูมิที่ 4-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระหว่างปี 2559-2561



แผนภูมิที่ 4-4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทยมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2562

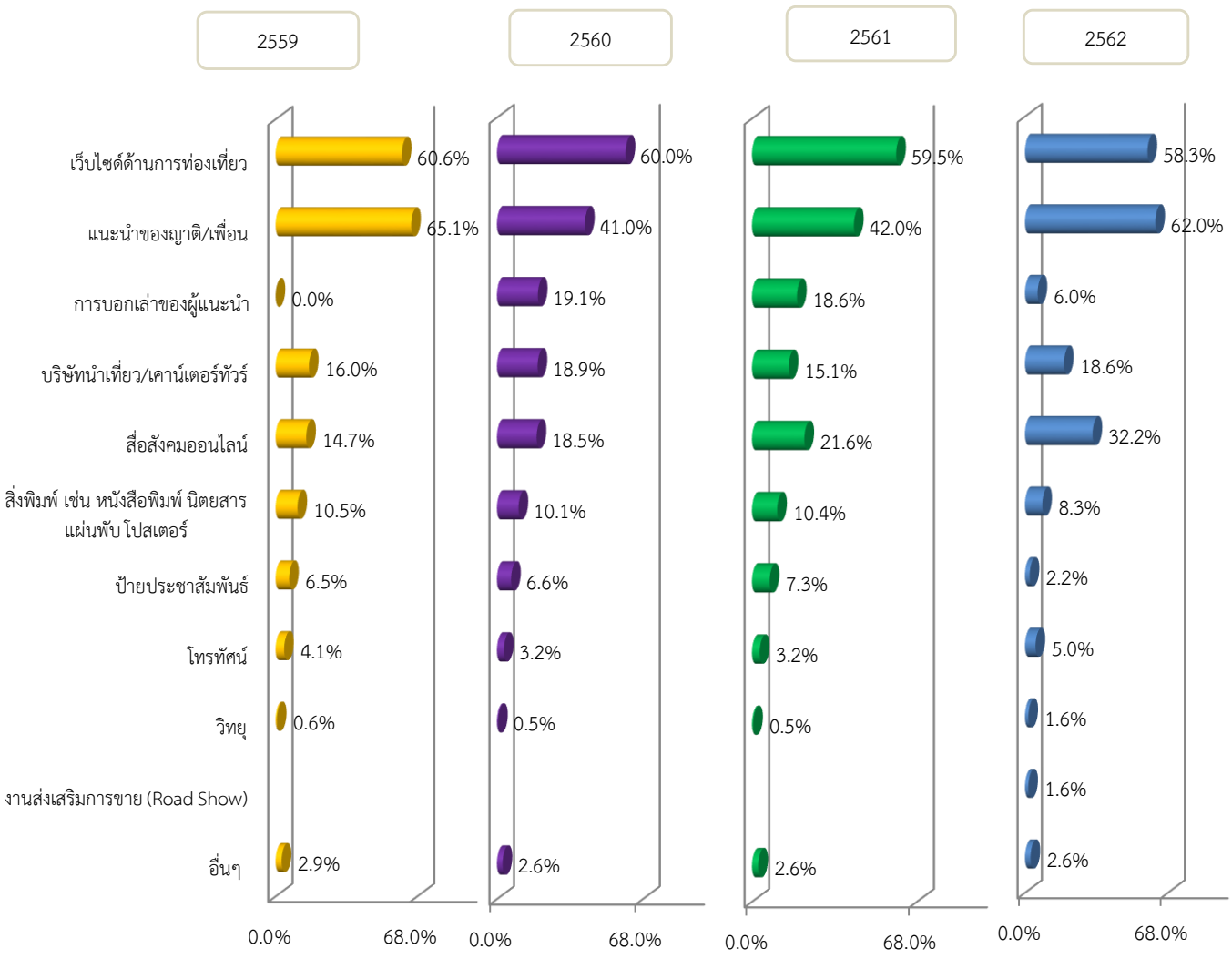


2.4 สื่อที่ใช้หาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

2.4.1 สื่อที่ทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกัน โดยในปี 2562 สื่อที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากที่สุด คือ สื่อบุคคล (การแนะนำของเพื่อน/ญาติ) และเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 62.0 และร้อยละ 58.3 ตามลำดับ) และสื่อที่เข้าถึงได้ในระดับปานกลาง คือ สื่อสังคมออนไลน์ และบริษัทนำเที่ยว/เคาน์เตอร์ทัวร์ (ร้อยละ 32.2 และร้อยละ 18.6 ตามลำดับ) ในขณะที่สื่อที่เข้าถึงได้ในระดับน้อย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ วิทยุ และงานส่งเสริมการขาย (Road Show) (ร้อยละ 8.3 ร้อยละ 5.0 ร้อยละ 2.2 ร้อยละ 1.6 และร้อยละ 1.6 ตามลำดับ) ทั้งนี้ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2559-2562 สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากที่สุด ยังคงเป็นสื่อบุคคล (การแนะนำของเพื่อน/ญาติ) และเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่อสังคมออนไลท์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นจากร้อยละ 14.7 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 18.5 ร้อยละ 21.6 และร้อยละ 32.2 ในปี 2560-2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-5)

แผนภูมิที่ 4-5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามประเภทสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2562

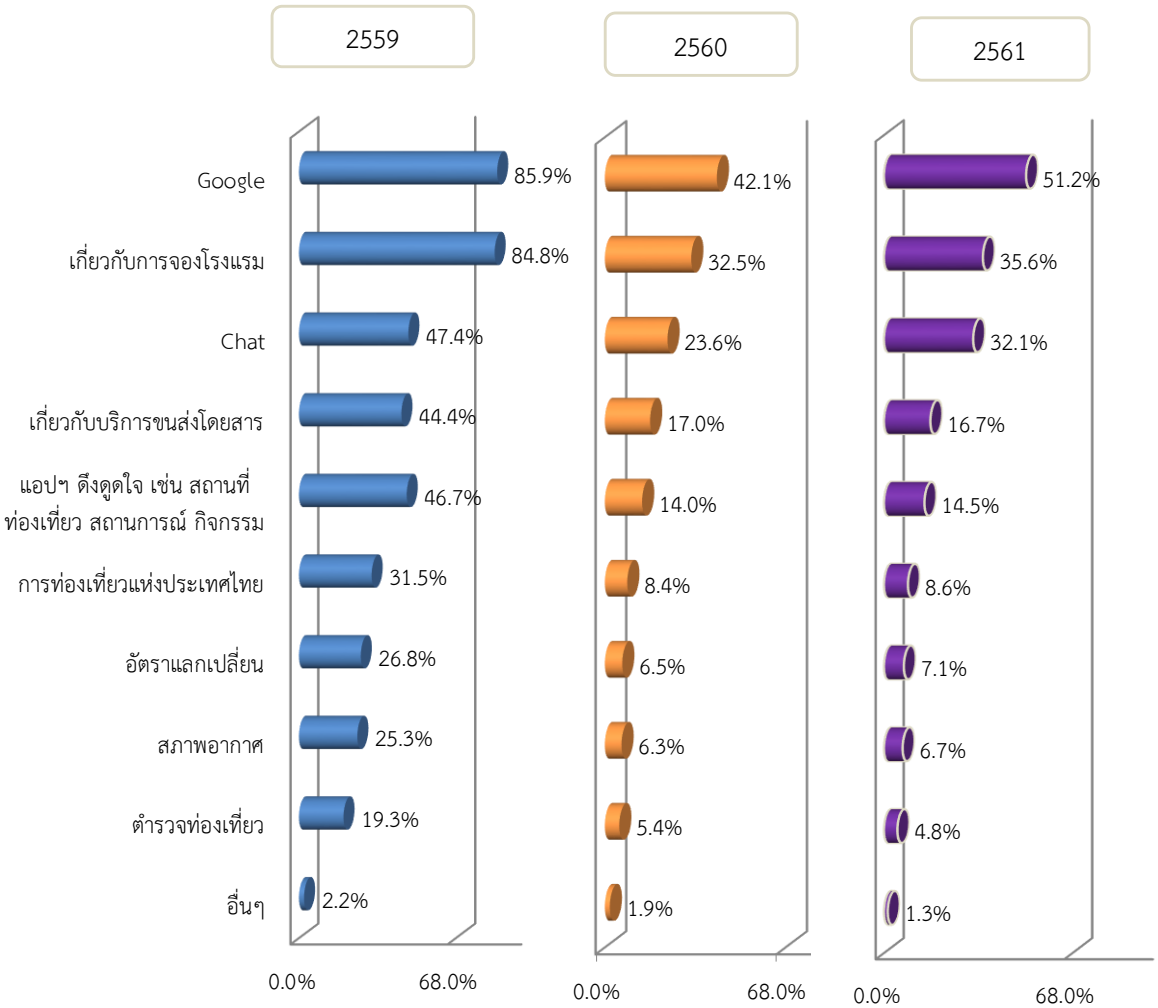


2.4.2 การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว

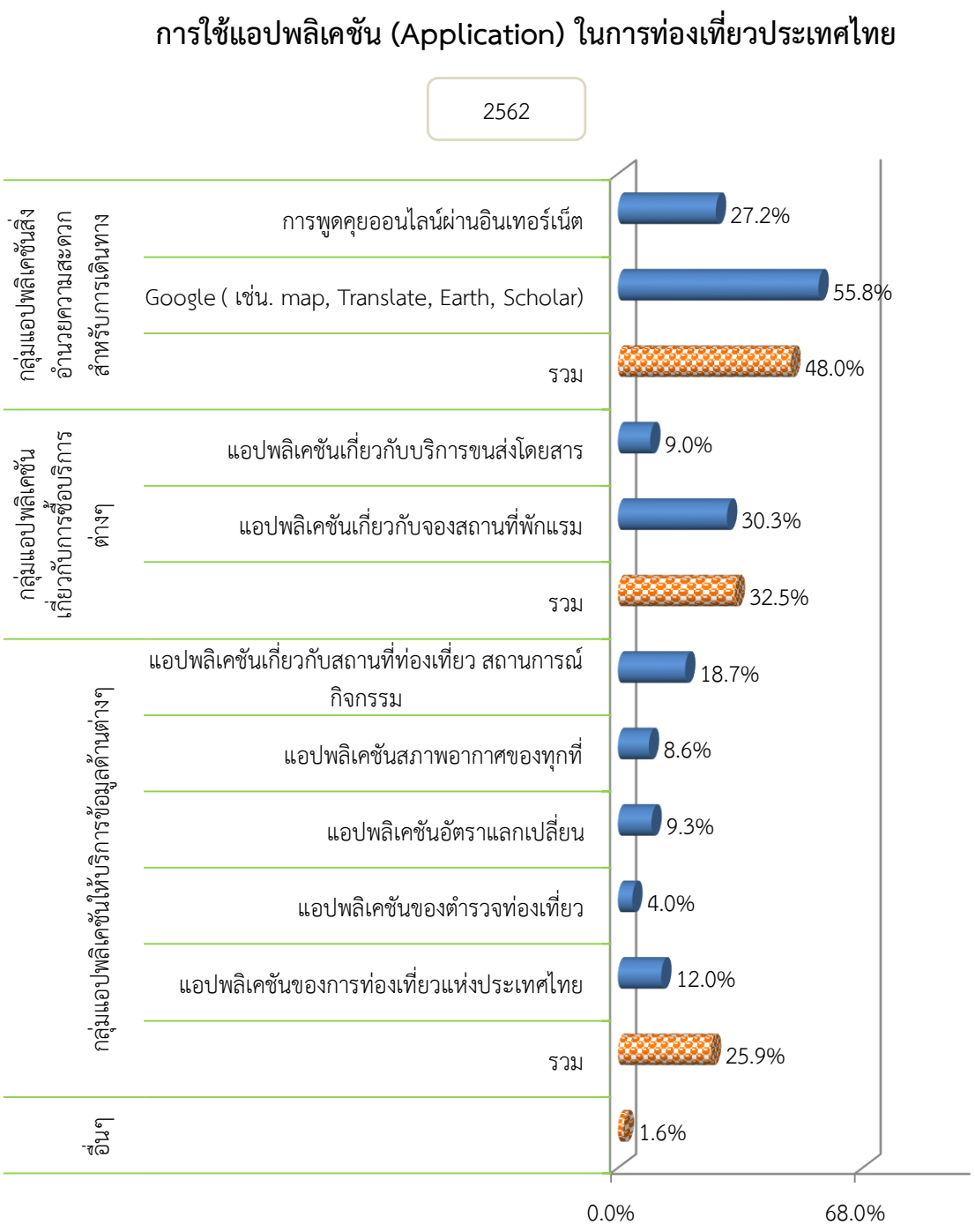
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดมีการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย โดยเป็นการค้นหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด (ร้อยละ 48.0) โดยค้นหาจาก https://www.google.com มากที่สุด (ร้อยละ 55.8) เช่น Map Translate Earth Scholar เป็นต้น มีการใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการซื้อบริการต่างๆ (ร้อยละ 32.5) ในการจองโรงแรม/ที่พักร้อยละ 30.3 เช่น Agoda Booking.com Hostelworld Expedia Hotels.com Hotelclub Venere Priceline Yonderbound Direct With Hotel Kayak

Trivago Hotel Combined เป็นต้น การใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับบริการขนส่งผู้โดยสาร ร้อยละ 9.0 เช่น Sky scanner Tripadvisor Lonelyplanet Viotualtourist Thailandee เป็นต้น สำหรับการให้บริการข้อมูลพื้นฐานมีการใช้ ร้อยละ 25.9 ได้แก่ แอปพลิเคชัน ททท. (ร้อยละ 12.0) อัตราแลกเปลี่ยน (ร้อยละ 9.3) สภาพอากาศ (ร้อยละ 8.6) และตำรวจท่องเที่ยว (ร้อยละ 4.0) ทั้งนี้ แอปพลิเคชันดึงดูดใจ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานการณ์ กิจกรรม เป็นต้น มีการใช้ถึง ร้อยละ 18.7 เช่น Tripadvisor Foursquare Wifi Map Pro เป็นต้น (แผนภูมิที่ 4-7)

แผนภูมิที่ 4-6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2561



แผนภูมิที่ 4-7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2562



3. พฤติกรรมการเดินทางมาประเทศไทย

3.1 รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทย

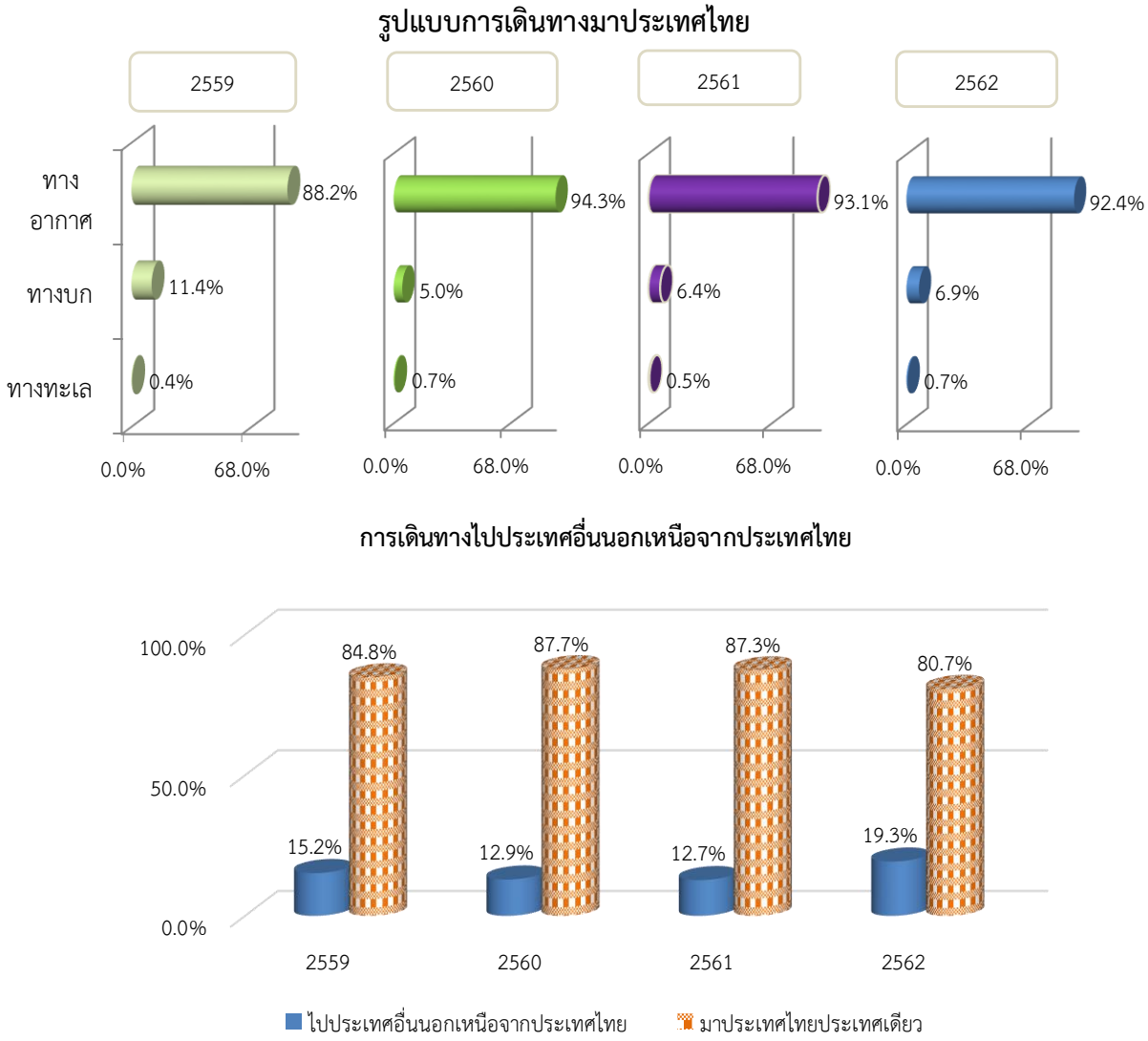
ในปี 2562 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.4) เดินทางมาประเทศไทยทางอากาศ ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา (ร้อยละ 93.1) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคที่ไม่มีพรมแดนติดกับประเทศไทย จึงจำเป็นต้องเดินทางด้วยเครื่องบิน ซึ่งปัจจุบันมีสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost) จำนวนมากทั้งของประเทศไทยเองและของต่างประเทศให้บริการทำให้การเดินทางทางอากาศมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประกอบกับประเทศไทยมีสนามบินนานาชาติให้บริการอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวหลักในทุกภูมิภาคทำให้มีความสะดวกในการเดินทางทางอากาศมากขึ้น ส่งผลให้ต้องมีการขยายสนามบินหลักๆ ให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันกำลังอยู่ระหว่างดำเนินการขยายท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

นอกจากนี้ มีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางส่วน (ร้อยละ 6.9) ที่เดินทางมาประเทศไทยทางบก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทย ได้แก่ มาเลเซีย ลาว และกัมพูชา ในขณะที่การเดินทางทางทะเลมาประเทศไทยมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 0.7) โดยเดินทางมากับเรือท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่

ทั้งนี้ ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ปี 2559-2562 รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละปีมีสัดส่วนใกล้เคียงกับปี 2562 (แผนภูมิที่ 4-8)

สำหรับการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทั้งที่เดินทางมาประเทศไทยประเทศเดียวและไปประเทศอื่นด้วย โดยในปี 2562 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.7) เดินทางมาประเทศไทยประเทศเดียวและบางส่วน (ร้อยละ 19.3) เดินทางไปประเทศอื่นด้วย ซึ่งจะเป็นประเทศที่อยู่ในภูมิภาคอาเซียน เช่น มาเลเซีย เมียนมา กัมพูชา เวียดนาม ลาว เป็นต้น ทั้งนี้ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ ปี 2559-2562 ในแต่ละปีมีสัดส่วนใกล้เคียงกับปี 2562 (แผนภูมิที่ 4-8)

แผนภูมิที่ 4-8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาประเทศไทยและการไปท่องเที่ยวประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2562

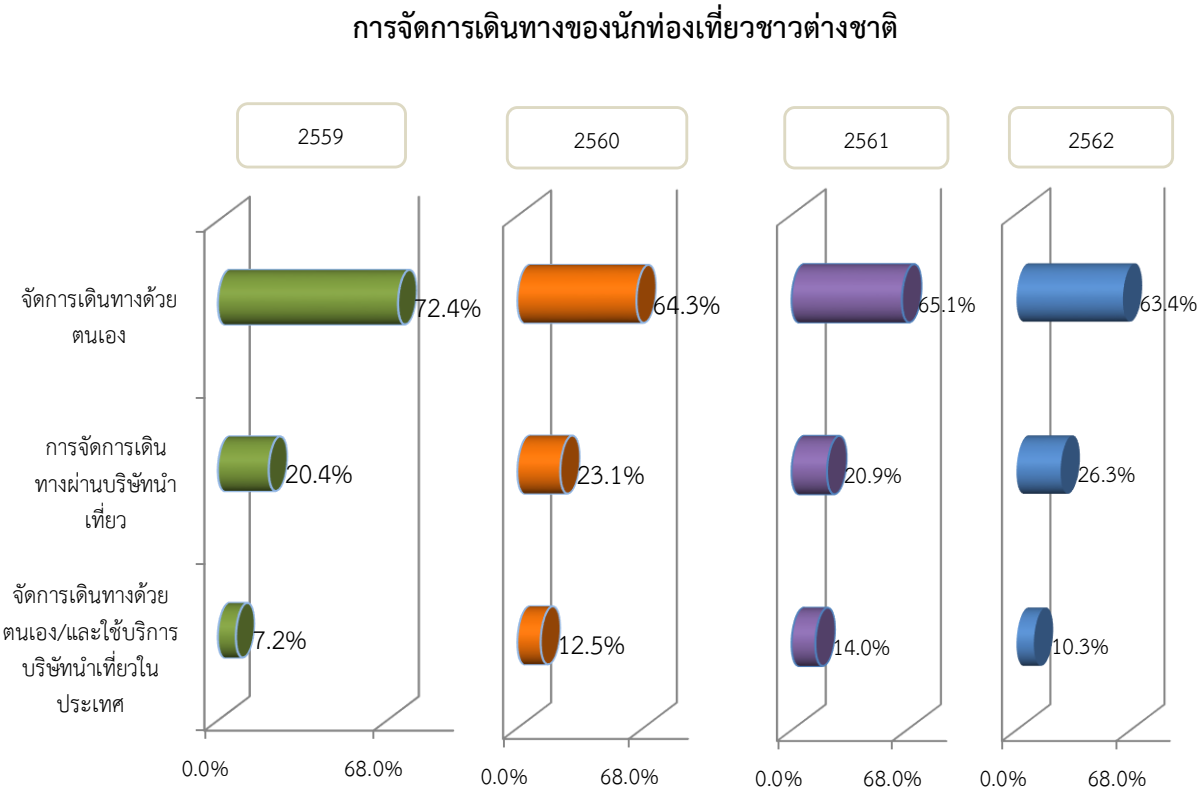


3.2 ลักษณะการจัดการเดินทาง

ในปี 2562 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจัดการเดินทางด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.4) เนื่องจากสามารถเลือกซื้อบริการต่างๆ ได้ตามความต้องการ เช่น สายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น เพราะปัจจุบันมีแอปพลิเคชันในการจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม พาหนะในการเดินทาง และสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งง่ายและสะดวกในการใช้งาน ในขณะที่บางส่วน (ร้อยละ 26.3) ที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางอีกทั้งไม่ต้องยุ่งยากในการหาที่พัก ร้านอาหาร พาหนะในการเดินทางและสถานที่ท่องเที่ยว เพราะบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการให้ทั้งหมด และมีมัคคุเทศก์ที่ให้ความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 10.3) ที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทยมีความยุ่งยากในการเดินทางจำเป็นต้องพึ่งพาบริษัทนำเที่ยว

ทั้งนี้ ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ปี 2559-2562 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเองเหมือนกันทุกปี โดยอยู่ที่ร้อยละ 72.4 ร้อยละ 64.3 ร้อยละ 65.1 และร้อยละ 63.4 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-9)

แผนภูมิที่ 4-9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทางระหว่าง ปี 2559-2562

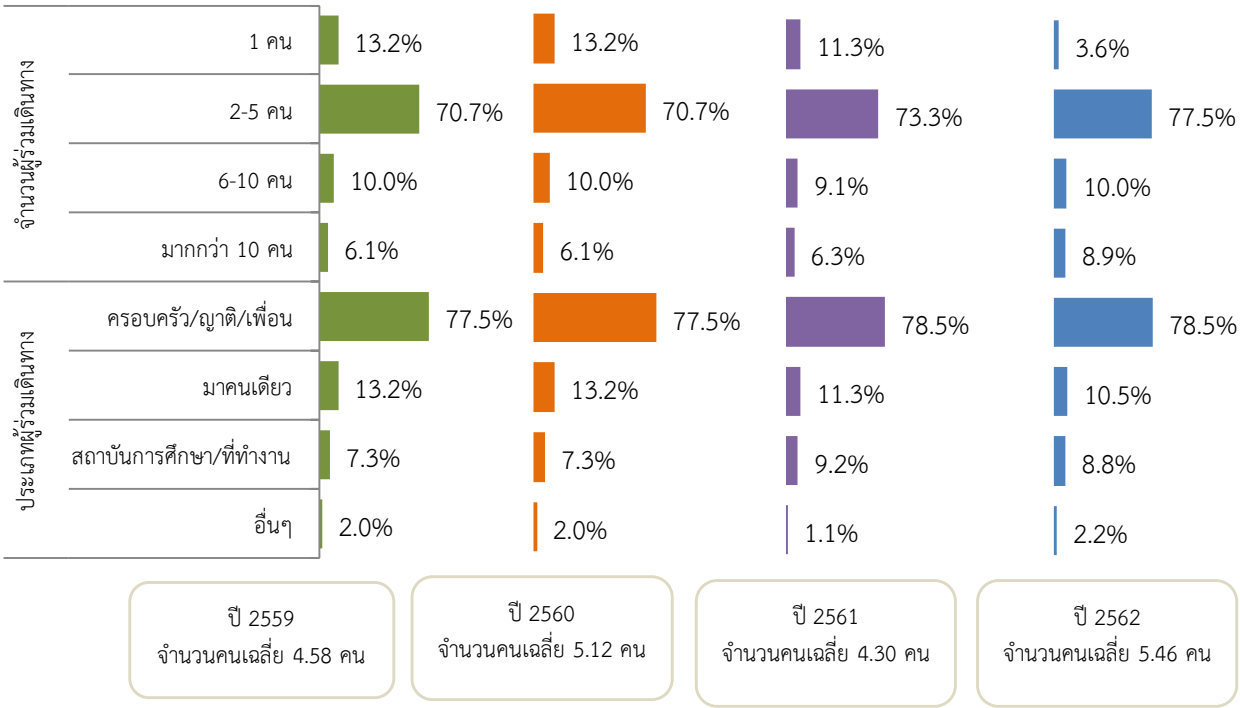


3.3 จำนวน/ ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวในปี 2562 นิยมเดินทางเป็นกลุ่มเล็กๆ เฉลี่ยมีผู้ร่วมเดินทาง 5.46 คน และมีแนวโน้มทรงตัวโดยสัดส่วนกลุ่มที่เดินทาง 2-5 คน มีมากที่สุด (ร้อยละ 77.5) นอกจากนี้พบว่ามีผู้ที่เดินทางคนเดียว ร้อยละ 3.6 และมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.5) เป็นครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (แผนภูมิที่ 4-10) ผลการสำรวจดังกล่าวเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการขายบริการในรูปแบบเป็นกลุ่ม เช่น บริการสำหรับนักท่องเที่ยว 2 คน หรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว 3 คน อาจแตกต่างกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ เป็นต้น

แผนภูมิที่ 4-10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนและประเภทผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระหว่างปี 2559-2562

จำนวนและประเภทผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.1 การเคยมาประเทศไทย/วันพักเฉลี่ย/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

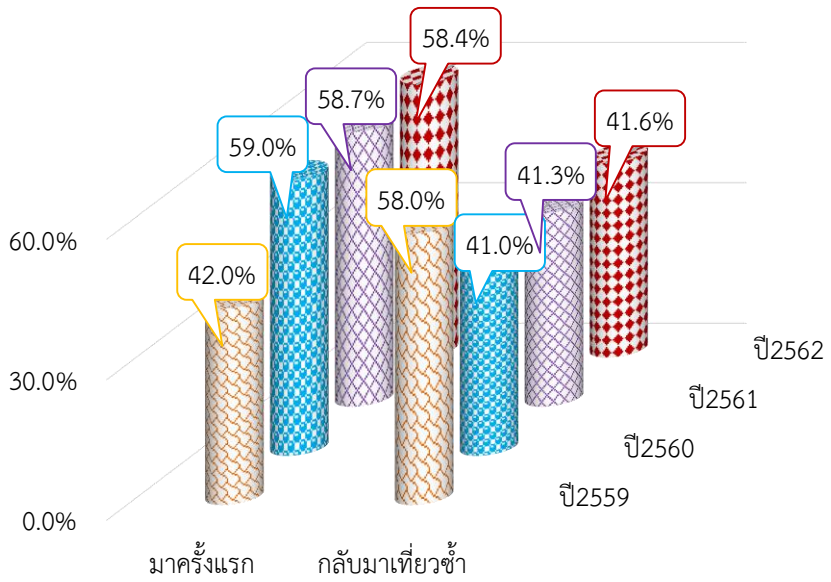
4.1.1 การเคยมาประเทศไทย

ในปี 2562 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit) มีสัดส่วนมากกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) (ร้อยละ 58.4 ต่อ ร้อยละ 41.6) โดยกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) เริ่มมีแนวโน้มชะลอลงจากปี 2559 ที่ร้อยละ 58.0 ร้อยละ 41.0, 41.3 และร้อยละ 41.6 ในปี 2560-2562 ตามลำดับ ผลการสำรวจดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมยังไม่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ รวมทั้งการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ยังไม่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาประเทศไทยเพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปท่องเที่ยวมาก่อน นอกจากนี้ อาจสืบเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เนื่องจากยังอยู่ในระหว่างดำเนินการ ได้แก่ การสร้างรถไฟฟ้าของประเทศไทย รวมทั้งสถานการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันต้องประสบกับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่รุนแรง เช่น การดึงดูดนักท่องเที่ยวยุโรปของประเทศตุรกี และการดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนของประเทศญี่ปุ่น เกาหลี และเวียดนาม เป็นต้น ทั้งนี้ จากรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Barometer) ภูมิภาคตะวันออกกลาง มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวสูงเป็นอันดับ 1 ที่ร้อยละ 8.1 จากมาตรการด้านวีซ่า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสร้างรถไฟความเร็วสูง การสร้างสวนสนุกระดับนานาชาติแห่งแรก Six Flags ภายใต้โครงการ Qiddiyah เป็นต้น[11] รวมทั้งการชลอตัวทางเศรษฐกิจ การแข็งค่าอย่างต่อเนื่องของค่าเงินบาท จึงอาจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกประเทศท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความอ่อนไหวด้านรายได้และราคา[12] (แผนภูมิที่ 4-11)

[11] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (อ้างแล้ว).

[12] ศูนย์วิจัยกสิกร. สารพัด “ปัจจัยลบ” ทุบอุตฯท่องเที่ยวปี’62 กระอัก!. **ธุรกิจท่องเที่ยว.** (12 กรกฎาคม 2562). สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. จาก https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/SME_Analysis_Jan.pdf.

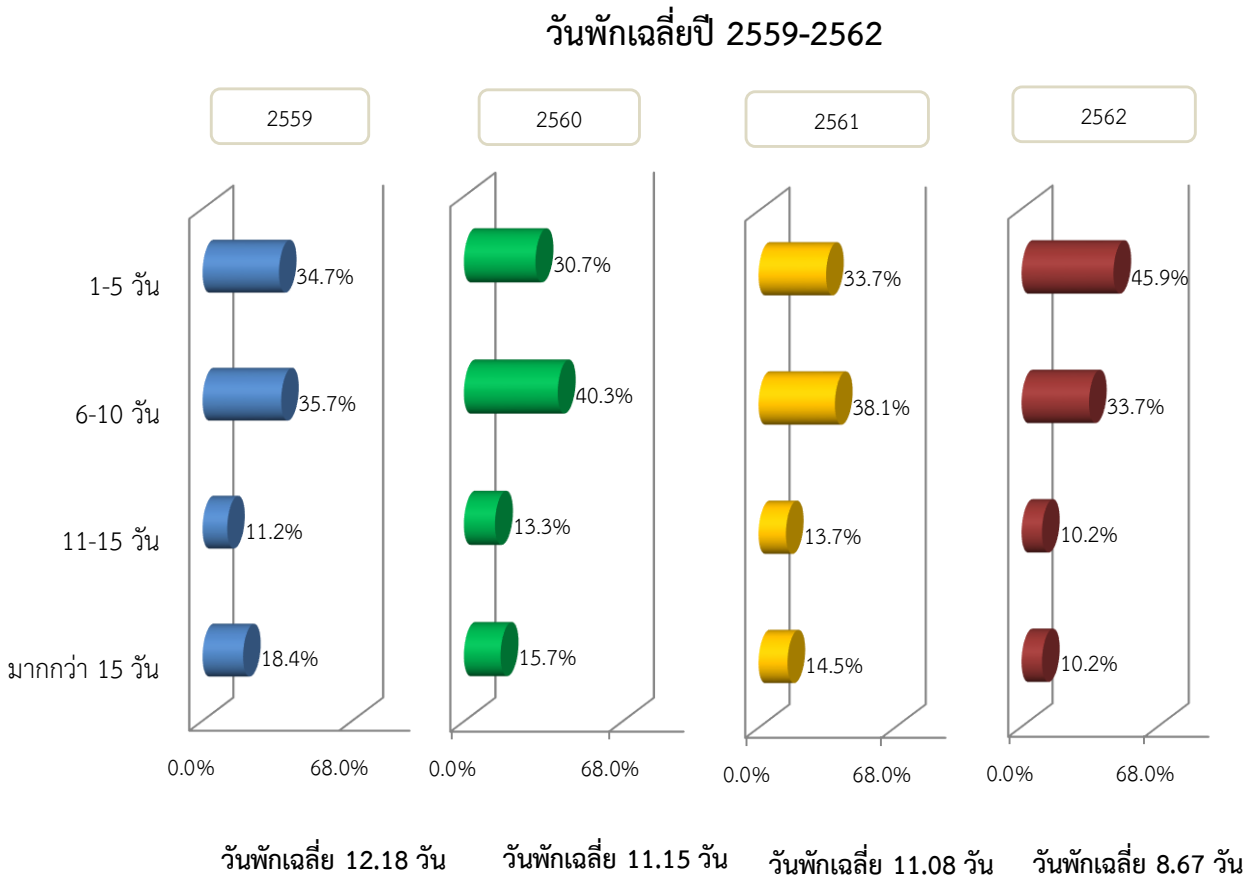
แผนภูมิที่ 4-11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย ปี 2559-2562



4.1.2 วันพักเฉลี่ยในประเทศไทย

วันพักเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวมในปี 2562 มีวันพักเฉลี่ย 8.67 วัน และมีแนวโน้มลดลงจากปี 2559 อยู่ที่ 12.18 วัน เป็น 11.15 11.08 วัน และ 8.67 วัน ในปี 2560-2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-12) เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง ประกอบกับการเดินทางที่สะดวกขึ้น สามารถเดินทางได้บ่อยครั้งขึ้น โดยใช้วันพักน้อยลง

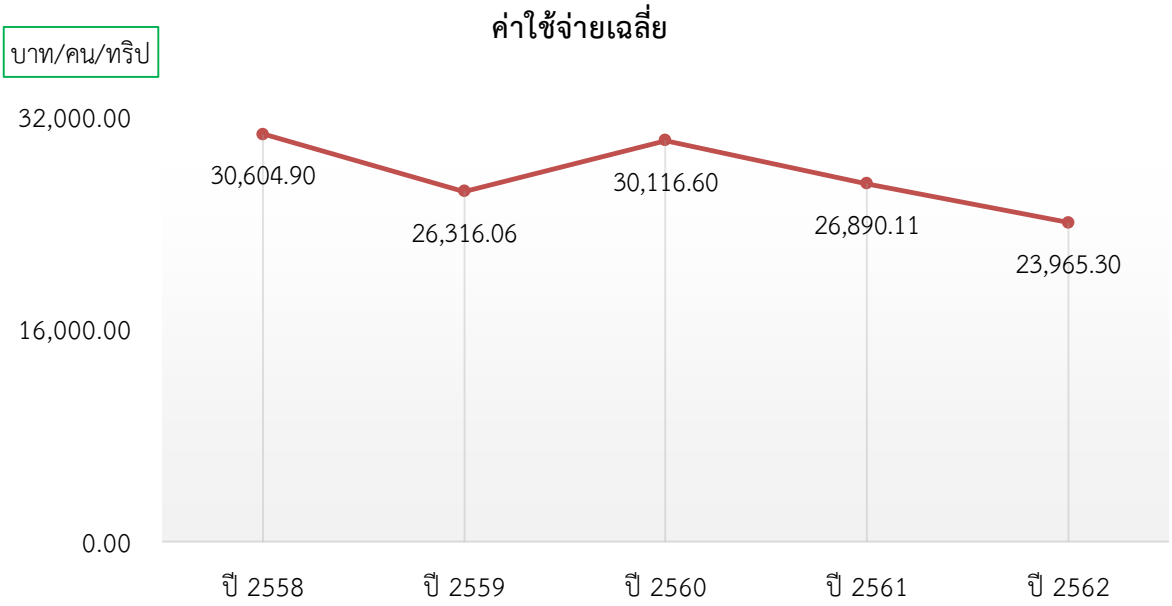
แผนภูมิที่ 4-12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวันพักเฉลี่ยในประเทศไทย ปี 2559-2562



4.1.3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อคนต่อทริปในปี 2562 อยู่ที่ 23,965.30 บาท/คน ลดลงจากปี 2561 อยู่ที่ 26,890.11 บาท/คน ในขณะที่ปี 2560 ปี 2559 และปี 2558 อยู่ที่ 30,116.60 บาท/คน 26,316.06 บาท/คน และ 34,604.90 บาท/คน ตามลำดับ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกยังคงชะลอตัวต่อเนื่อง ประกอบกับการสำรวจครั้งนี้อยู่ในช่วง Low season ทำให้มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก (แผนภูมิที่ 4-13)

แผนภูมิที่ 4-13 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/ทริปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี 2558-2562



4.2 การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ

ในปี 2562 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การชมเมือง และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย ตามลำดับ (ร้อยละ 92.7 ร้อยละ 84.5 ร้อยละ 70.4 ร้อยละ 64.7 และร้อยละ 56.8 ตามลำดับ) และที่เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวยามค่ำคืน (ชมตลาดกลางคืน สถานบันเทิง ฯลฯ) สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต กิจกรรมผจญภัย และการดำน้ำ ตามลำดับ (ร้อยละ 42.2 ร้อยละ 35.1 ร้อยละ 29.6 ร้อยละ 18.2 และร้อยละ 18.0 ตามลำดับ) ในขณะที่การเข้าร่วมกิจกรรมที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การเรียนทำอาหารไทย งานประเพณีระดับชาติ แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา การเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ และการชมกีฬา ตามลำดับ (ร้อยละ 5.4 ร้อยละ 4.9 ร้อยละ 2.5 ร้อยละ 1.5 และร้อยละ 1.4 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-14)

การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างอยู่ในประเทศไทย มีทั้งเพิ่มขึ้นและลดลงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ดังนี้

4.2.1 กิจกรรมที่เข้าร่วมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

(1) การรับประทานอาหารไทย โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 75.2 เพิ่มเป็นร้อยละ 87.6 ร้อยละ 89.4 ร้อยละ 92.8 และร้อยละ 92.7 ในปี 2559-2562 ตามลำดับ เนื่องจากอาหารไทยหลายชนิดมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย เป็นต้น

(2) การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 47.3 เพิ่มเป็นร้อยละ 51.6 ร้อยละ 61.2 ร้อยละ 66.5 และร้อยละ 84.5 ในปี 2559-2562 ตามลำดับ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเริ่มสนใจประวัติศาสตร์ของประเทศไทยมากขึ้น จากการชมภาพยนตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย

(3) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 45.7 ลดลงเป็นร้อยละ 43.8 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 52.4 ร้อยละ 50.9 และร้อยละ 56.8 ในปี 2559 ปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ เนื่องจากการให้บริการสปาและนวดแผนไทยสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้สูงติดอันดับ 1 ใน 5 ต่อเนื่องมาทุกปี จึงทำให้เกิดการบอกต่อ

4.2.2 กิจกรรมที่เข้าร่วมที่มีแนวโน้มลดลง

(1) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 75.5 ลดลงเป็นร้อยละ 55.3 ร้อยละ 71.6 ร้อยละ 69.2 และร้อยละ 58.9 ในปี 2559-2562 ตามลำดับ เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาได้เกิดอุบัติเหตุทางทะเลกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลายครั้งมีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บเป็นจำนวนมาก ประกอบกับมีการประกาศปิดอุทยานแห่งชาติทางทะเลหลายแห่ง เช่น อ่าวมาหยา เป็นต้น เพื่อฟื้นฟูธรรมชาติ

(2) การเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 6.9 ลดลงเป็นร้อยละ 2.8 ร้อยละ 2.4 ร้อยละ 2.2 และร้อยละ 1.5 ในปี 2559-2562 ตามลำดับ เนื่องจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางซึ่งเป็นตลาดหลักลดสวัสดิการในการรักษาพยาบาลลงจากภาวะราคาน้ำมันตกต่ำต่อเนื่องเป็นเวลานาน นอกจากนี้ การดำเนินการในการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ยังประสบปัญหาและอุปสรรคในด้านกฎหมาย เช่น การโฆษณา การเลือกเพศ เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมา ในช่วงกลางปี 2562 คณะกรรมการอำนวยการ Medical Hub ได้นำเสนอข้อเสนอทางนโยบายเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา เช่น การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนากฎหมาย การสนับสนุนการลงทุนในด้าน Clinical Research ในมนุษย์ การส่งเสริมการลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านบุคลากร เป็นต้น[13] ซึ่งปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจมารับการรักษาทางการแพทย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4.2.3 กิจกรรมที่เข้าร่วมที่มีแนวโน้มทรงตัว

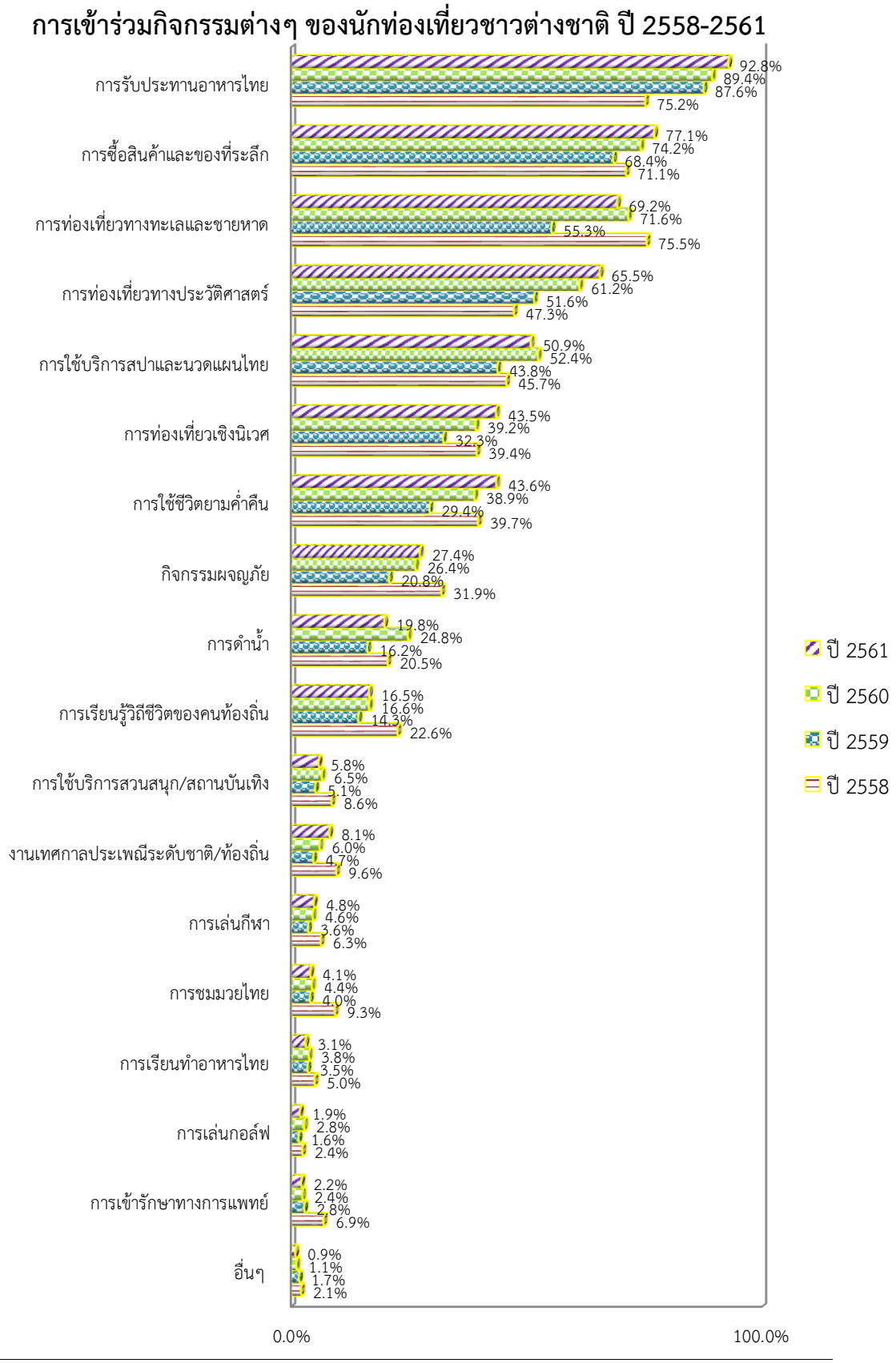
(1) การท่องเที่ยวชุมชน โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 22.6 เป็นร้อยละ 14.3 ร้อยละ 16.6 ร้อยละ 16.5 และร้อยละ 16.9 ในปี 2559-2562 ตามลำดับ

(2) การท่องเที่ยวเทศกาลประเพณีท้องถิ่น โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 9.6 เป็นร้อยละ 4.7 ร้อยละ 6.0 ร้อยละ 8.1 และร้อยละ 6.9 ในปี 2559-2562 ตามลำดับ

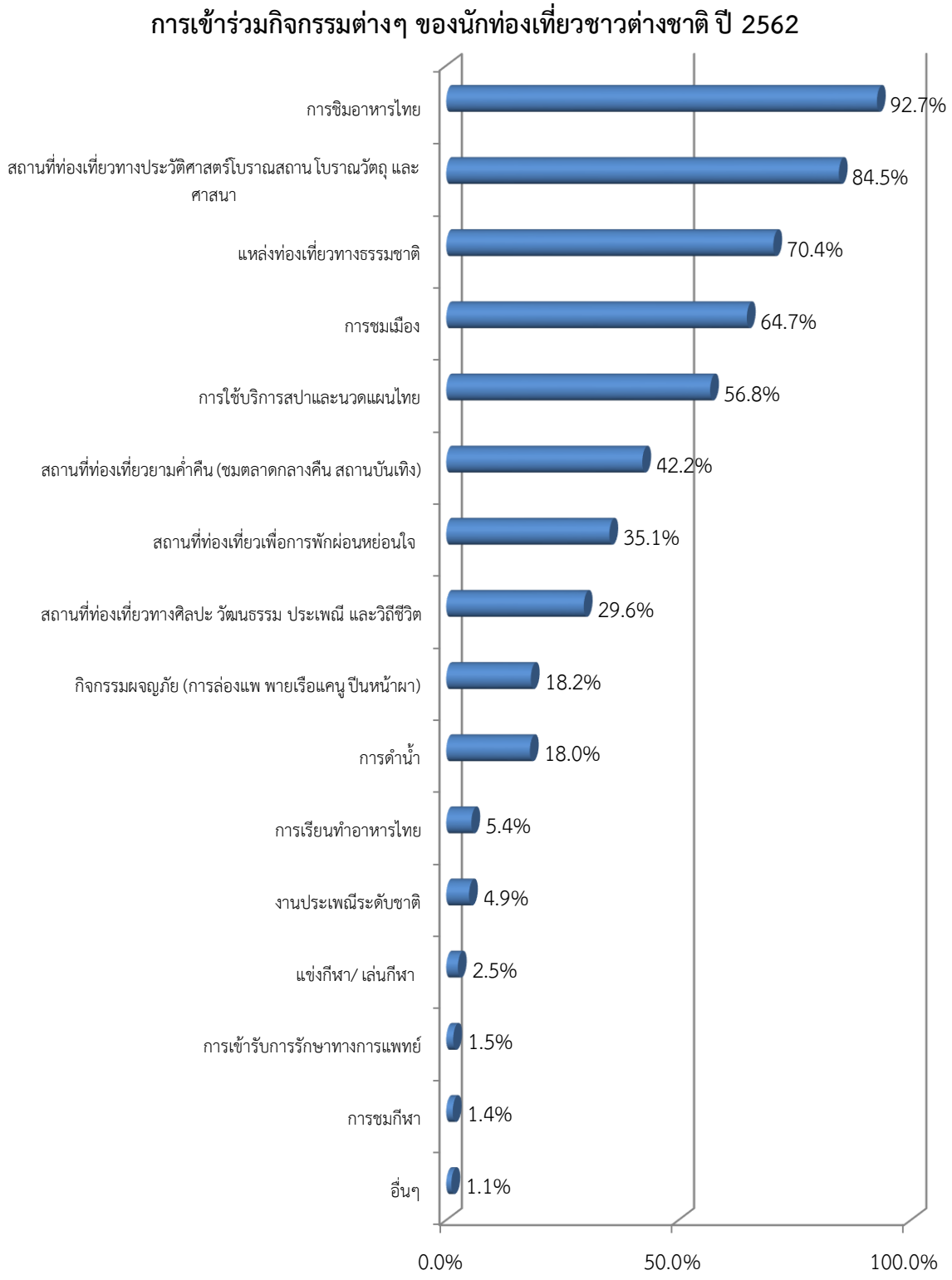
(3) การดำน้ำ โดยในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 20.5 เป็นร้อยละ 16.2 ร้อยละ 24.8 ร้อยละ 19.8 และร้อยละ 18.0 ในปี 2559-2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-14 และแผนภูมิที่ 4-15)

[13] ศูนย์วิจัยกสิกร. (อ้างแล้ว).

แผนภูมิที่ 4-14 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ระหว่างปี 2558-2561



แผนภูมิที่ 4-15 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ปี 2562



5. ผลการวิเคราะห์ตัวชี้วัดทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

การประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ.

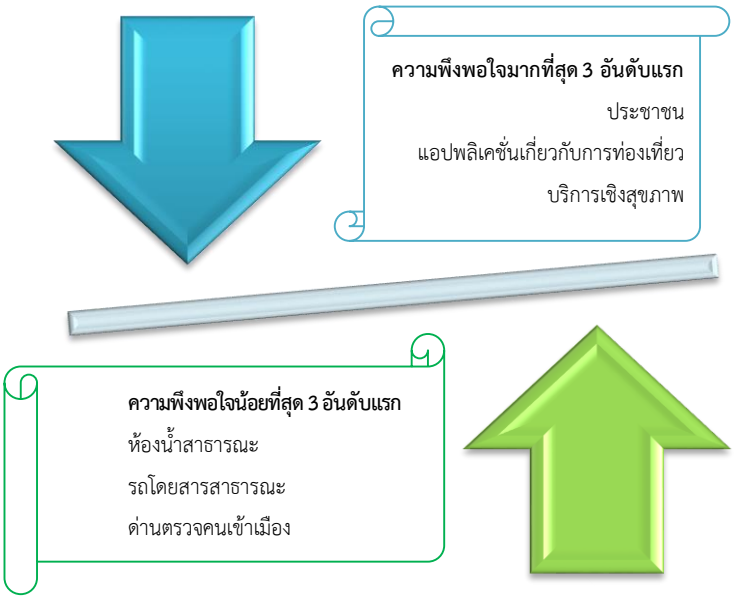
(1) ความพึงพอใจน้อยมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 20.0 - 36.0
(2) ความพึงพอใจน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 36.1 – 52.0
(3) ความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 52.1 – 68.0
(4) ความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 68.1 – 84.0
(5) ความพึงพอใจอย่างมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 84.1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

ผลการประเมินเป็นดังนี้

5.1 ภาพรวมความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวม

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ โดยมีแนวโน้มดีขึ้นมาตลอด นับจากปี 2557 อยู่ที่ ร้อยละ 81.0 เป็น ร้อยละ 82.0 ร้อยละ 86.6 ร้อยละ 87.4 ร้อยละ 86.9 และร้อยละ 88.5 ในปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-16) ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และสูงกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ (ร้อยละ 88.5 ต่อ ร้อยละ 84.2) และจาก 18 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก 12 ประเด็น ทุกประเด็นมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง เช่น ประชาชน (ร้อยละ 88.0) เนื่องจากมีความเป็นมิตร มีความซื่อสัตย์ และการใช้ภาษาในการสื่อสาร แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต (ร้อยละ 87.9) เนื่องจากมีความสะดวกในการหาใช้บริการ มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งนี้ ที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2561 รัฐบาลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันมือถือในชื่อ "Thailand Tourism Directory” โดยมุ่งสนับสนุน



การท่องเที่ยวในประเทศไทย สำหรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ สามารถรองรับได้ 3 ภาษาคือ ไทย จีน และอังกฤษ ซึ่งข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดถึงรายละเอียดของโรงแรมที่พักที่มีมาตรฐาน และได้รับการอนุญาตอย่างถูกต้อง ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะได้รับการเพิ่มเติมหรืออัพเดตเข้ามาอย่างต่อเนื่องจากเจ้าของข้อมูลโดยตรง ในพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น ทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย[14] และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 87.5) ทั้งนี้ ภูมิภาคอาเซียนถือเป็นจุดหมายปลายทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคอาเซียน ที่มีจุดแข็งสำคัญ คือ มีบุคลากรที่มีคุณภาพ ราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ มีจุดเด่น ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี[15]

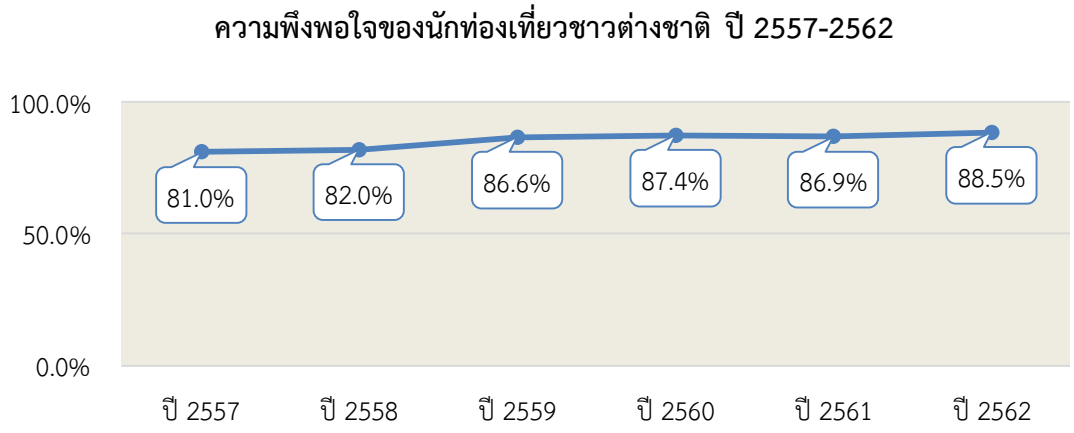
สำหรับที่เหลืออีก 6 ประเภท การให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก แต่มีคะแนนความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยทุกประเภทบริการที่ประเมินมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้ตั้งความคาดหวังไว้สูงมากนัก เมื่อได้รับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ซึ่งแม้ไม่สูงมากนักแต่ก็ยังสูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจในบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยสุด 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 82.2, 81.6 และ 77.9 ตามลำดับ) จากผลความพึงพอใจดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าในช่วงที่ผ่านมาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับอย่างมากใน 12 ประเภทบริการ ไม่แตกต่างจากปี 2561 เช่น มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกระดับระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพของสนามบินต่างๆ เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศให้เชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวหลักกับเมืองท่องเที่ยวรอง ปรับปรุงป้ายบอกทางต่างๆ ในสนามบิน เช่น การเพิ่มภาษาจีน เป็นต้น เพิ่มจุดบริการ Free Wifi ในแหล่งท่องเที่ยว มีการพัฒนาแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวและเครื่องแปลภาษา มีการปรับปรุงด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด การติดไฟส่องสว่างเพิ่มเติม การติดตั้งอุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น เป็นต้น เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีมาตรการเข้มงวดจับกุมผู้กระทำความผิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทัวร์ผิดกฎหมาย มัคคุเทศก์เถื่อน ผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งร้านค้าต่างๆ ที่ขายสินค้าเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ถึงแม้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีความพึงพอใจอย่างมากในเกือบทุกประเด็น แต่ก็ยังมีบางประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่าระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1) โดยเฉพาะระดับความพึงพอใจ 6 อันดับสุดท้าย ยังไม่เปลี่ยนแปลง

[14] _____. "บิ๊กตู่"ชวนคนไทยโหลดแอพท่องเที่ยวใหม่มีทุกสรรพสิ่ง. **โพสต์ทูเดย์.** (16 กุมภาพันธ์ 2561). สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. จาก https://www.posttoday.com/social/general/540569.

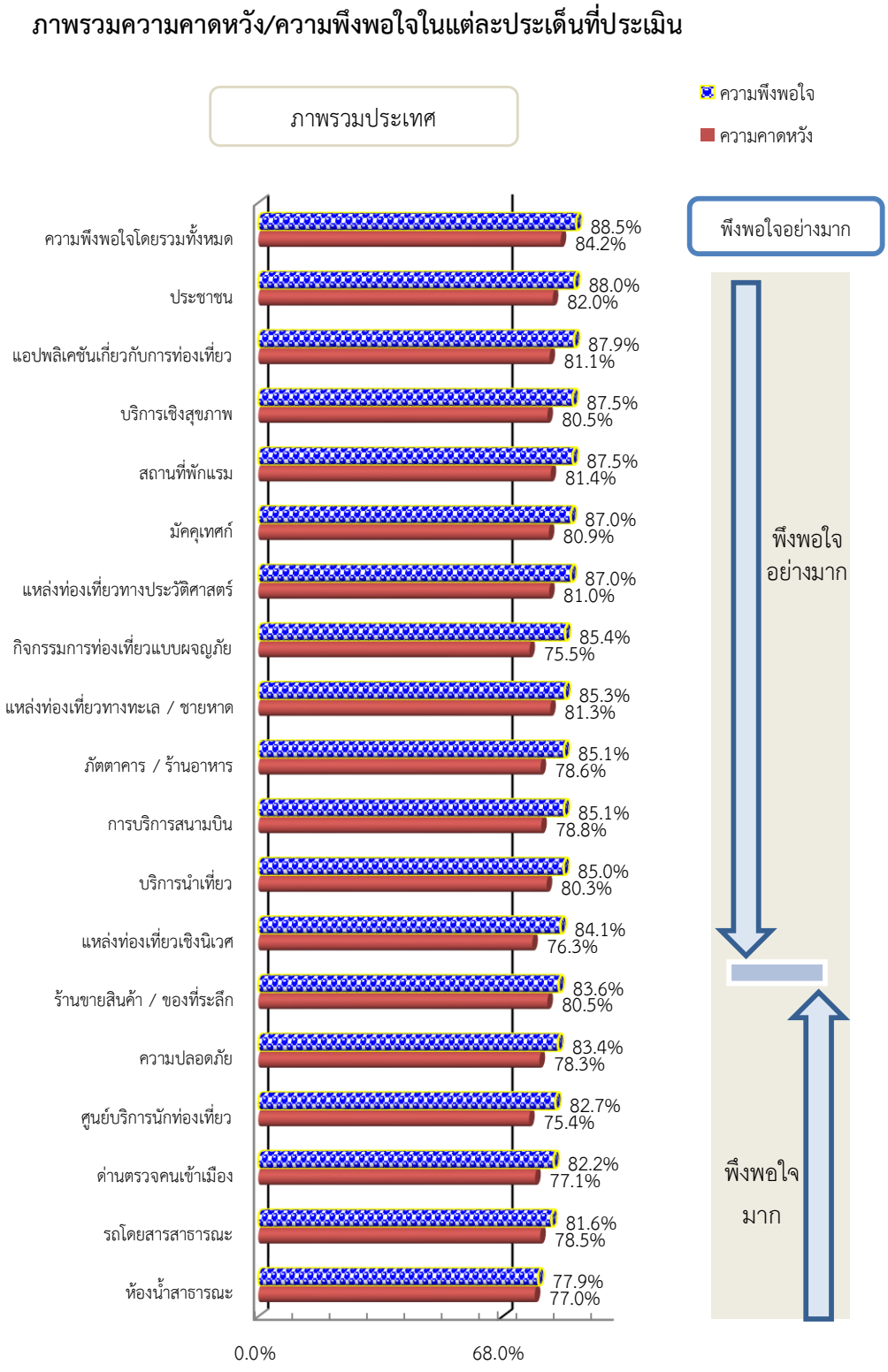
[15] _____. รายงานพิเศษ บทบาทไทย ในฐานะผู้นำอาเซียน กับการยกระดับอุตฯ ท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ. **MGR ONLINE.** (20 มิถุนายน 2562). สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. จาก https://mgronline.com/smes/detail/9620000058058.

จากปีที่ผ่านมา ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงบริการต่างๆ ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ให้ลดลง

แผนภูมิที่ 4-16 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2557-2562



แผนภูมิที่ 4-17 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 ในภาพรวม

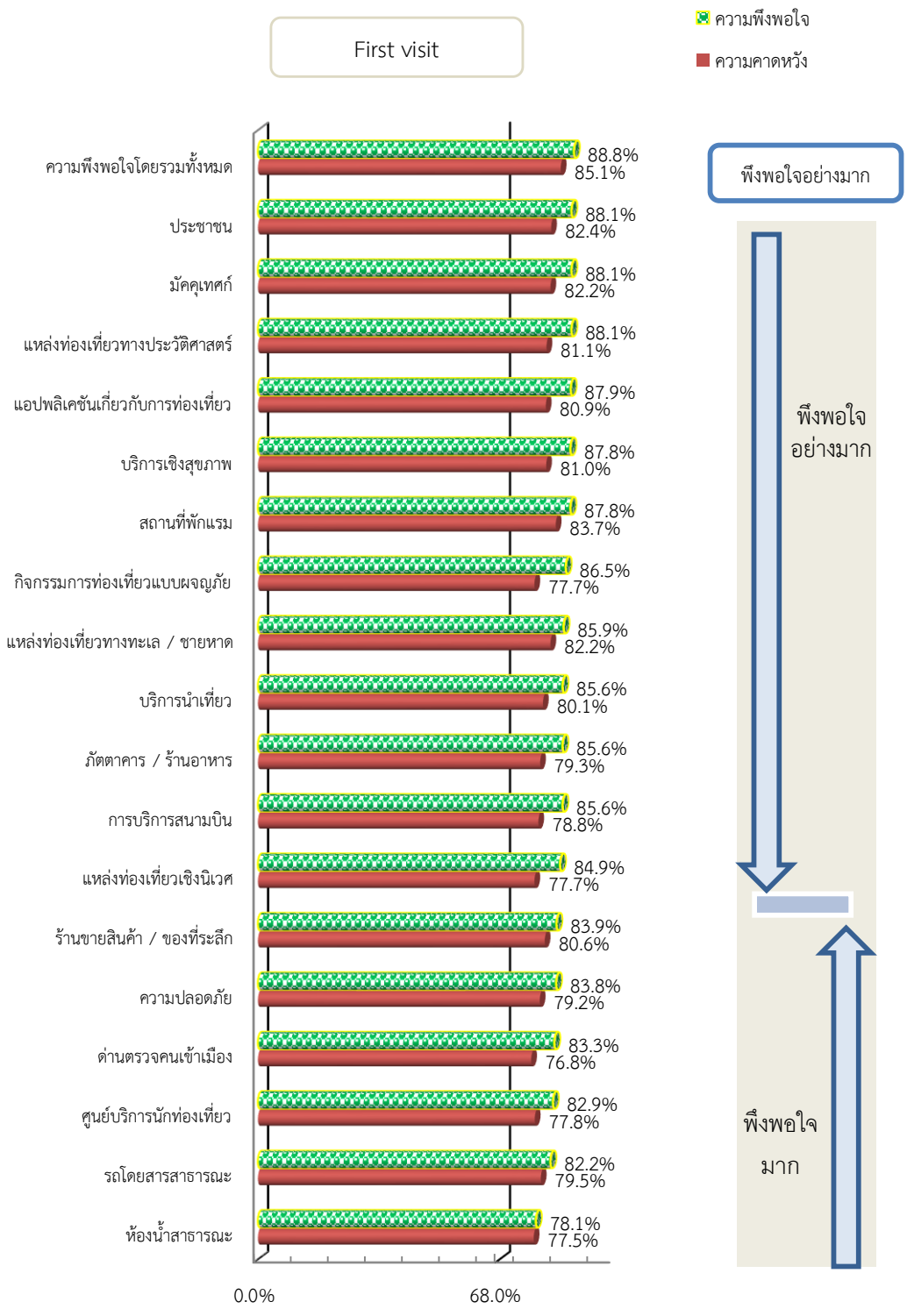


5.1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

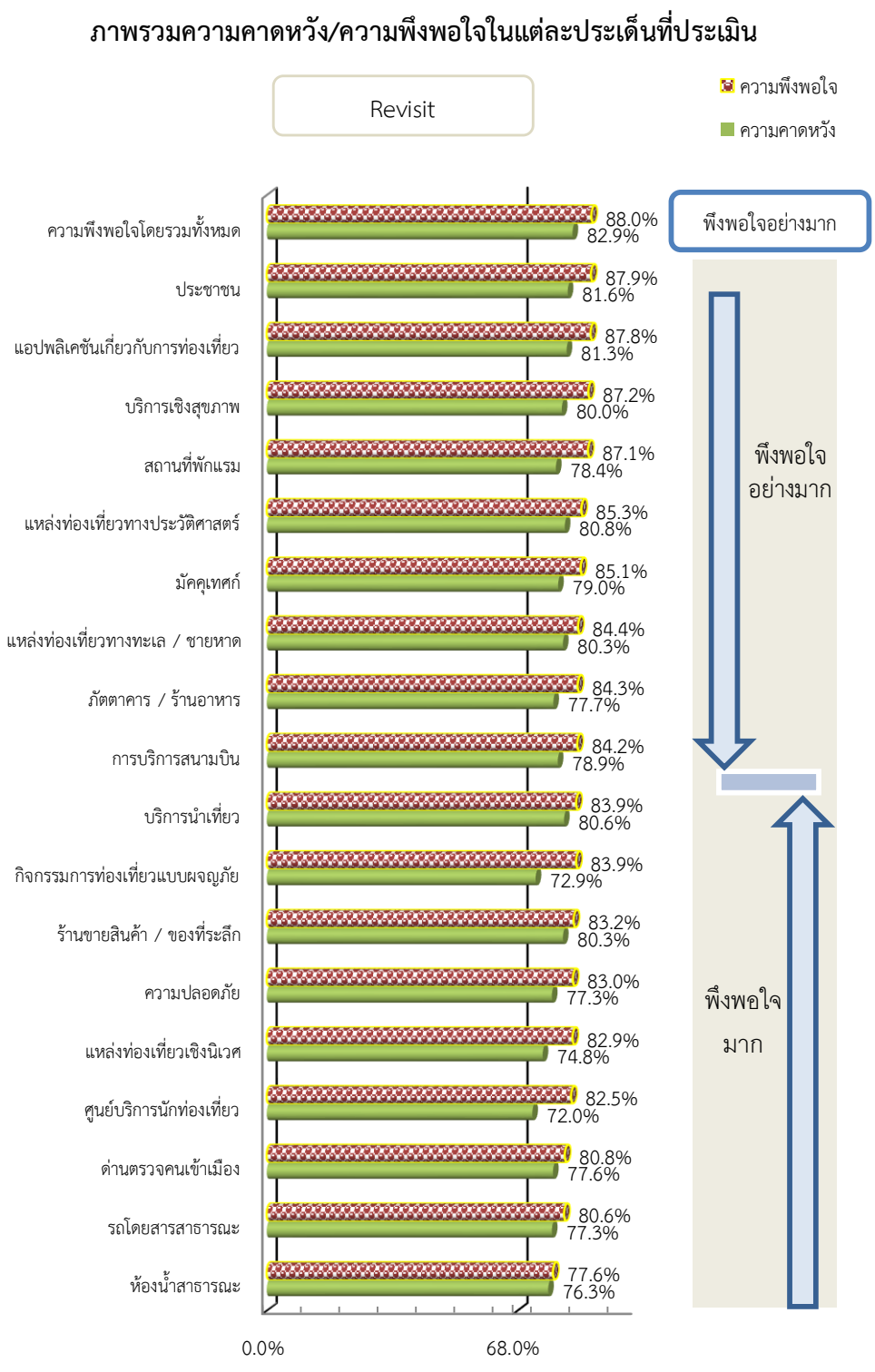
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit) และกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจพบว่า กลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) (ร้อยละ 88.8 ต่อ ร้อยละ 88.0) โดยทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าโดยรวมยังมีความประทับใจ เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มไม่ได้มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการที่สูงมากนัก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทบริการพบว่าความพึงพอใจของกลุ่มที่มาครั้งแรกต่อแต่ละประเภทบริการสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าในอนาคตนักท่องเที่ยวกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำนี้อาจไม่กลับมาอีก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น เพื่อให้สามารถดึงดูดให้กลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต นอกจากนี้จากการพิจารณาคะแนนความพึงพอใจของแต่ละประเภทบริการของทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ายังมีคะแนนความพึงพอใจไม่สูงมากนัก จำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาบริการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (แผนภูมิที่ 4-18)

แผนภูมิที่ 4-18 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มที่มาครั้งแรก (First visit) ปี 2562 ในภาพรวม

ภาพรวมความคาดหวัง/ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่ประเมิน



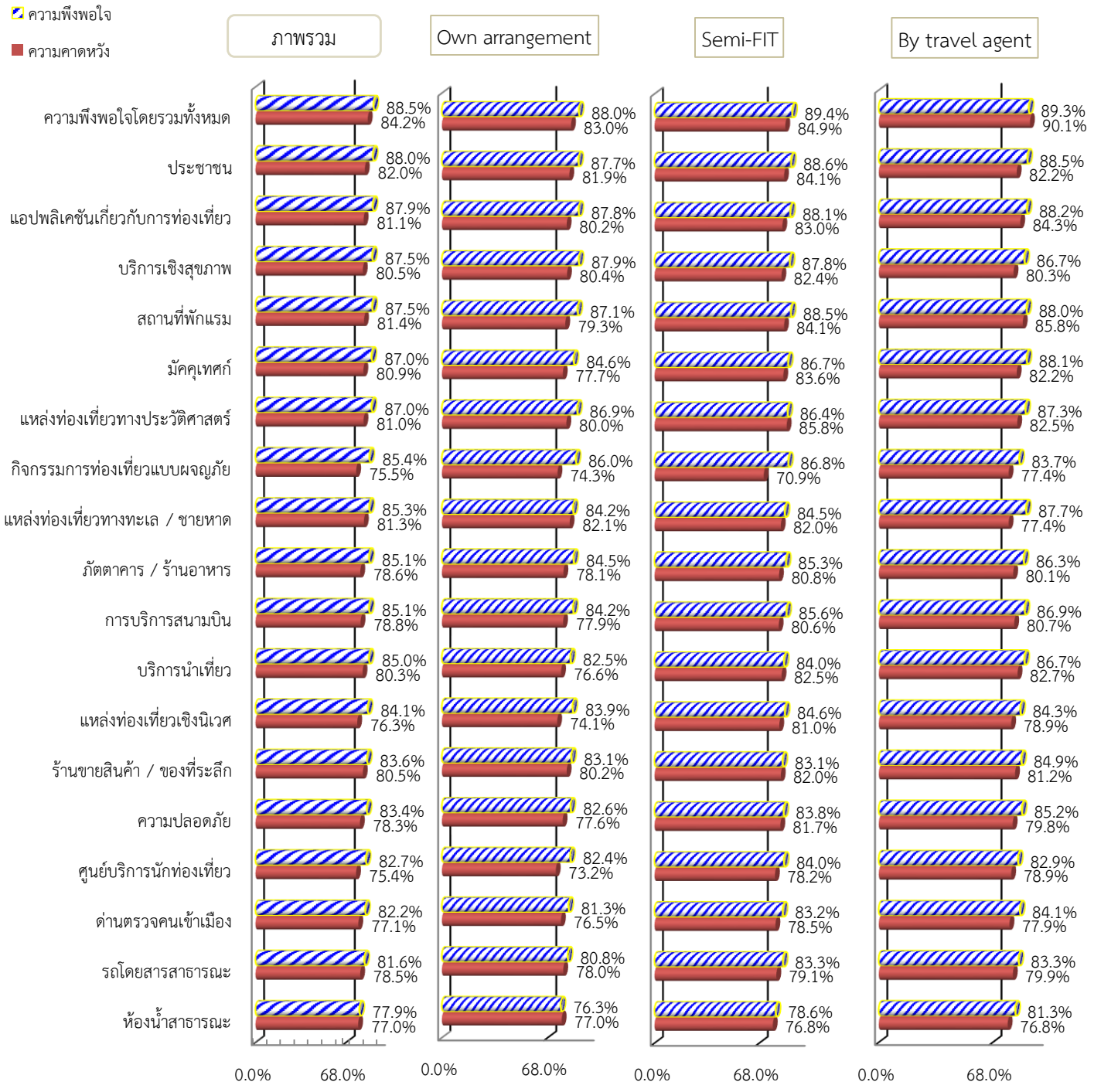
แผนภูมิที่ 4-19 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) ปี 2562 ในภาพรวม



5.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ มีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวและกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศนั้น มีความพึงพอใจในระดับอย่างมากทุกกลุ่ม เมื่อเปรียบเทียบคะแนนความพึงพอใจของทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวและกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง (ร้อยละ 89.4 ต่อ ร้อยละ 89.3 ต่อ ร้อยละ 88.0 ตามลำดับ) โดย 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง ยกเว้น กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเองที่ความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวัง (แผนภูมิที่ 4-15) ผลการสำรวจดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการอำนวยความสะดวกของบริษัทนำเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการที่เหมาะสมกับราคา และมีการประสานงานล่วงหน้ากับผู้ให้บริการ รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการให้ในบางกรณี ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่ามีความสะดวกจึงมีความพึงพอใจมากกว่า ในขณะที่กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องบริการด้วยตนเอง ต้องลองถูกลองผิด รวมทั้งต้องบริการตนเองทั้งหมดในทุกกระบวนการ ซึ่งอาจไม่ได้รับความสะดวกด้วยสาเหตุต่างๆ เช่น การรอคอย การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ เป็นต้น รวมทั้งประสบกับการบริการที่ไม่มีคุณภาพของผู้ประกอบการบางส่วน ดังนั้น เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับบริการที่เป็นภารกิจของรัฐ เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น จะต้องเร่งพัฒนาการให้บริการให้มีความสะดวกรวดเร็ว เปิดช่องทางการบริการด้วยตนเองโดยใช้ระบบอัตโนมัติ การจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและการให้บริการที่สร้างความประทับใจ เป็นต้น รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคเอกชนในการพัฒนาบริการที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น โดยการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มนี้ และปรับปรุงการให้บริการที่เหมาะสม รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนามาตรฐานบริการตามที่กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำมาตรฐานไว้และหรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้ในกรณีของบริการด้านสุขภาพ

แผนภูมิที่ 4-20 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2562 จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง

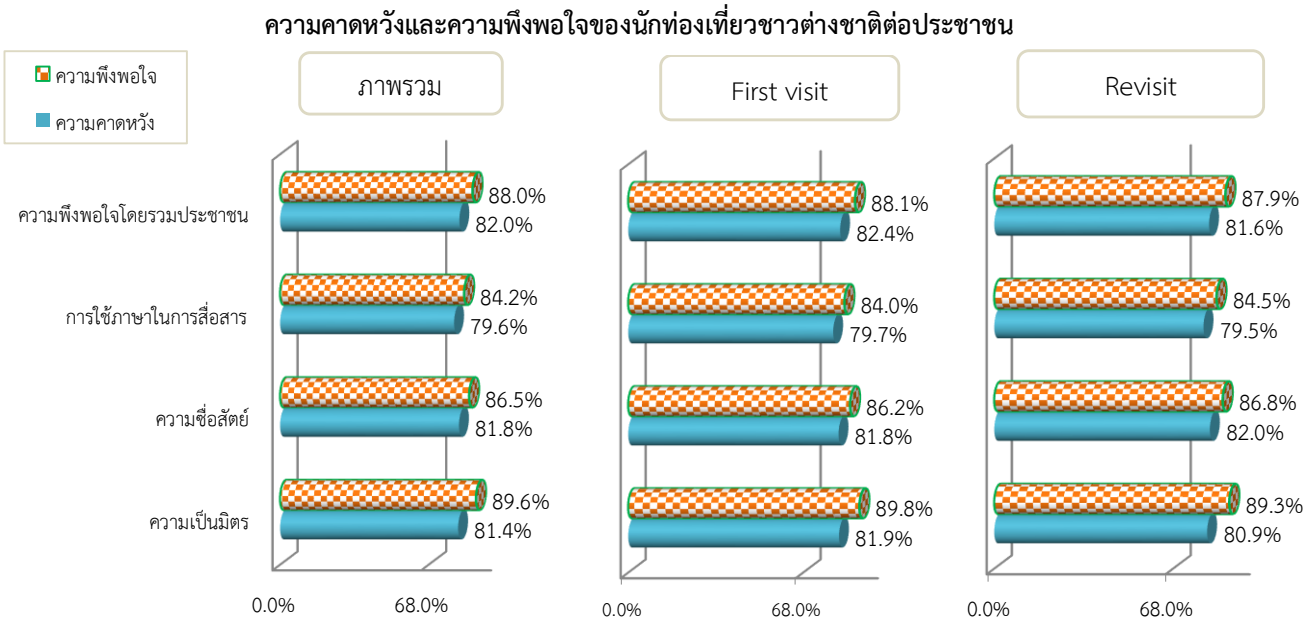


5.1.4 ความพึงพอใจในบริการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ

1) บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บริการเชิงสุขภาพ สถานที่พักแรม และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยในแต่ละบริการมีรายละเอียด ดังนี้

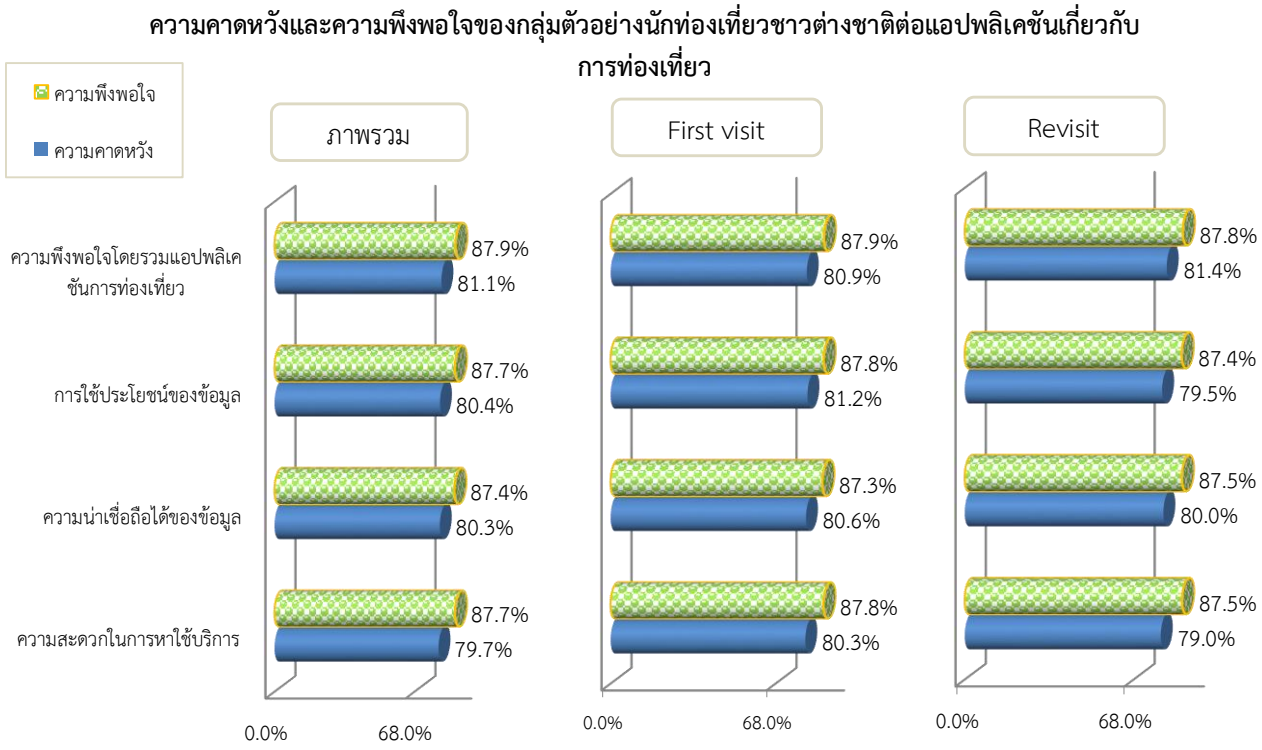
(1) ประชาชน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.0) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.0) ค่อนข้างมาก ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่โดดเด่นและเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จึงต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ตลอดไป โดยกลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อละ 88.1 ต่อร้อยละ 87.9) ทั้งนี้จุดเด่นของคนไทย คือ ความเป็นมิตรและความซื่อสัตย์ ในขณะที่ในด้านการใช้ภาษาในการสื่อสาร ยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา ซึ่งในช่วงที่ผ่านมากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดกิจกรรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจพร้อมให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้า/บริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (แผนภูมิที่ 4-21)

แผนภูมิที่ 4-21 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อประชาชนปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



(2) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.9) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 81.1) ค่อนข้างมาก ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่โดดเด่นที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ ทั้งในด้านความสะดวกในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และการใช้ประโยชน์ของข้อมูล โดยกลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจอย่างมากใกล้เคียงกับกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ 87.9 และร้อยละ 87.8 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-22)

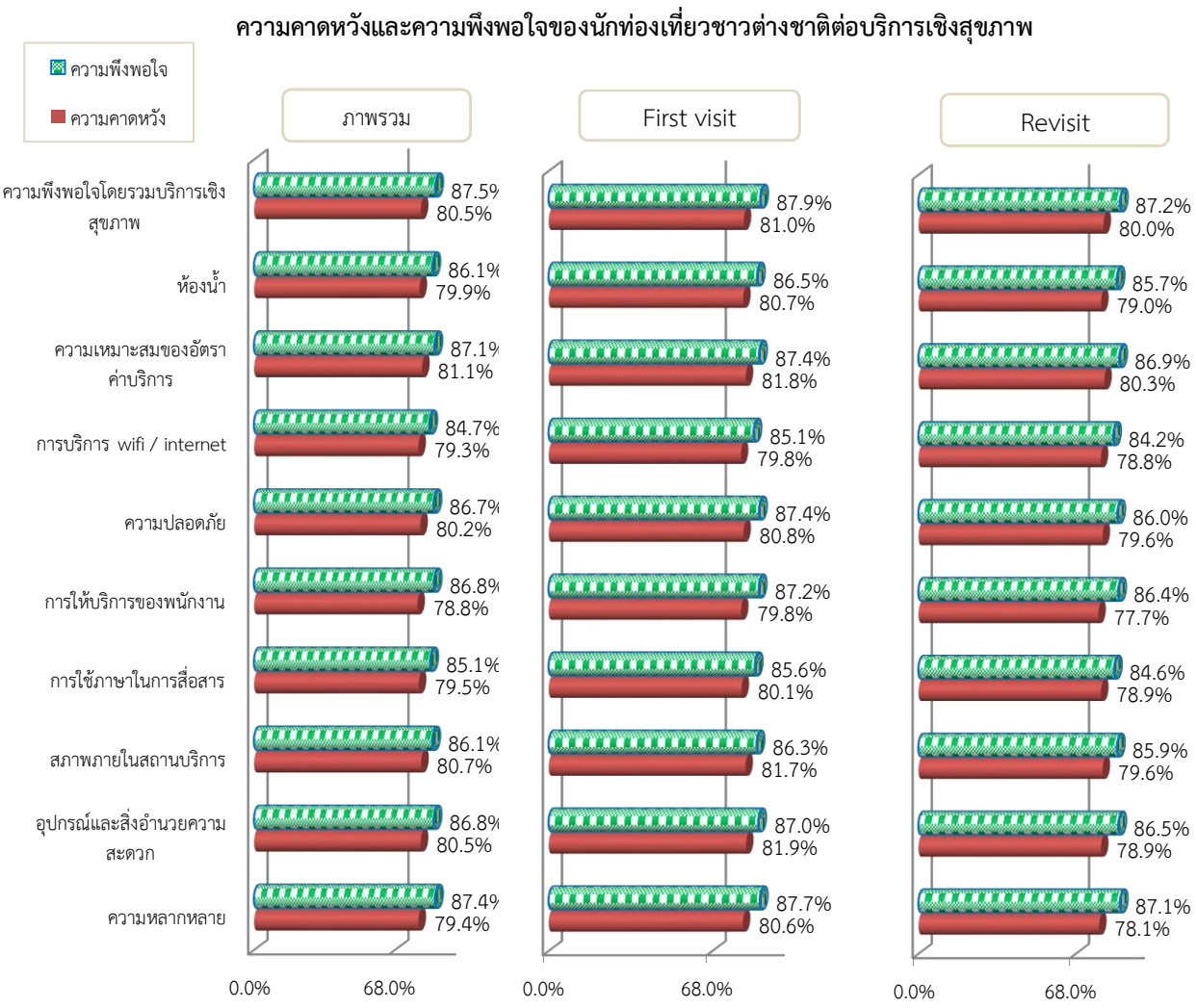
แผนภูมิที่ 4-22 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



(3) บริการเชิงสุขภาพ (เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.5) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 80.5) ซึ่งถือว่าเป็นการให้บริการที่โดดเด่น แต่ยังไม่สามารถเป็นวัตถุประสงค์หลักหรือปัจจัยหลักที่เดินทางมาประเทศไทย เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยแล้ว จึงไปใช้บริการภายหลัง ทั้งนี้บริการเชิงสุขภาพของไทยมีความโดดเด่นตรงที่มีความสะดวกในการเข้าถึง มีความหลากหลายให้เลือก สภาพภายในสถานบริการมีความสะอาดสวยงาม พนักงานมีประสิทธิภาพในการให้บริการ มีความปลอดภัย และมีความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ แต่ยังมีจุดที่จะต้องพัฒนาปรับปรุง คือ ด้านการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร และบริการ wifi/internet รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทราบก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย และปัจจุบันหน่วยงานทั้งภาครัฐ

และภาคเอกชนได้มีการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงการบริการเชิงสุขภาพทั้งด้านการทำมาตรฐาน การขึ้นทะเบียนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ การจัดฝึกอบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นการเสริมจุดแข็งเพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากขึ้น โดยในปีนี้ด้านการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารและการให้บริการ wifi/internet สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (แผนภูมิที่ 4-23)

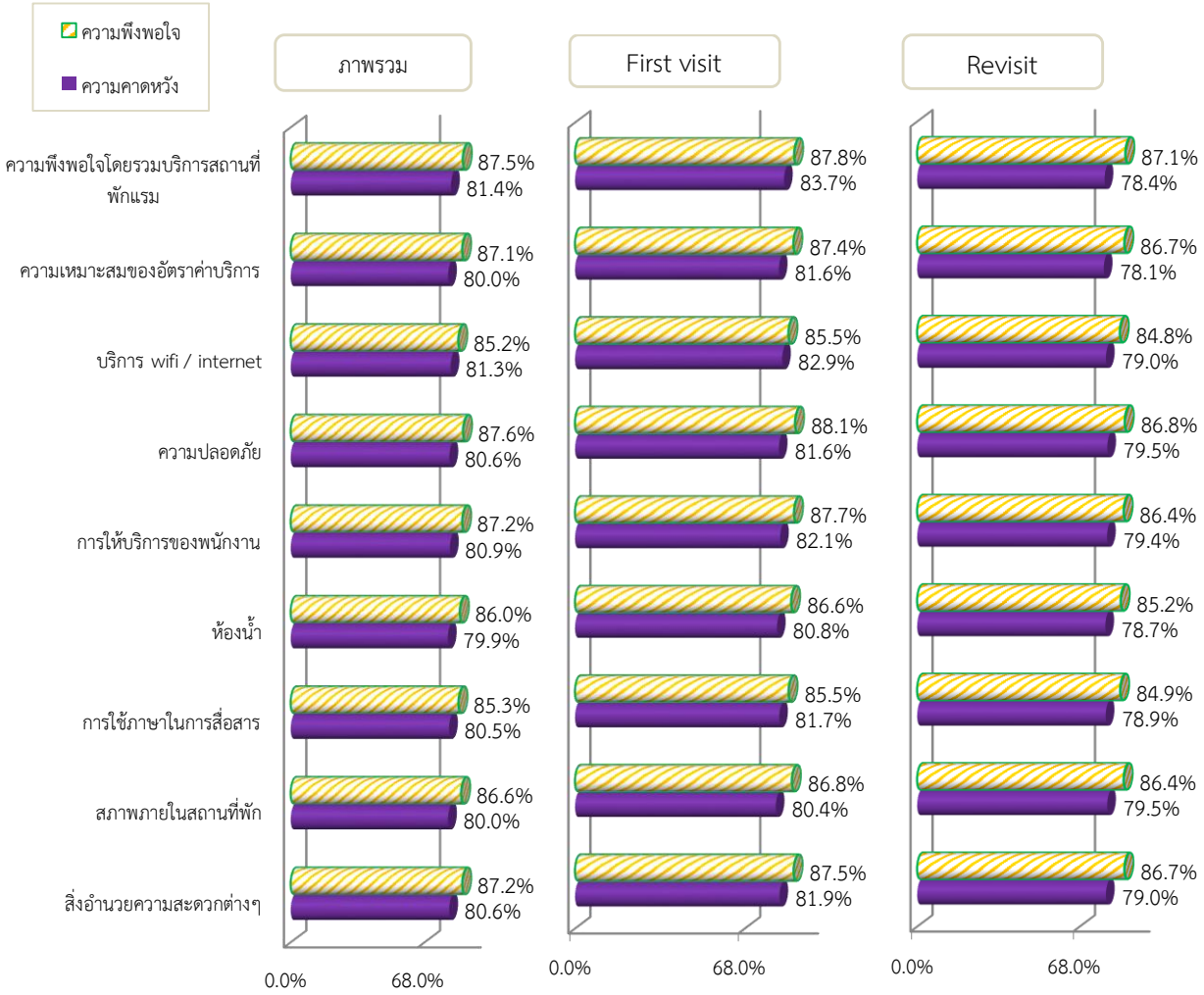
แผนภูมิที่ 4-23 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการเชิงสุขภาพ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



(4) สถานที่พักแรม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.5) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 81.4) ค่อนข้างมาก ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่โดดเด่นมากกว่าปีที่ผ่านๆ มา ที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากขึ้น แสดงถึงผู้ประกอบการสถานที่พักแรมได้มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพภายในที่พัก ความปลอดภัย การให้บริการ wifi/internet และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ โดยกลุ่มที่มาครั้งแรกและกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำมีความพึงพอใจอย่างมากใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 87.8 และร้อยละ 87.1 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-24)

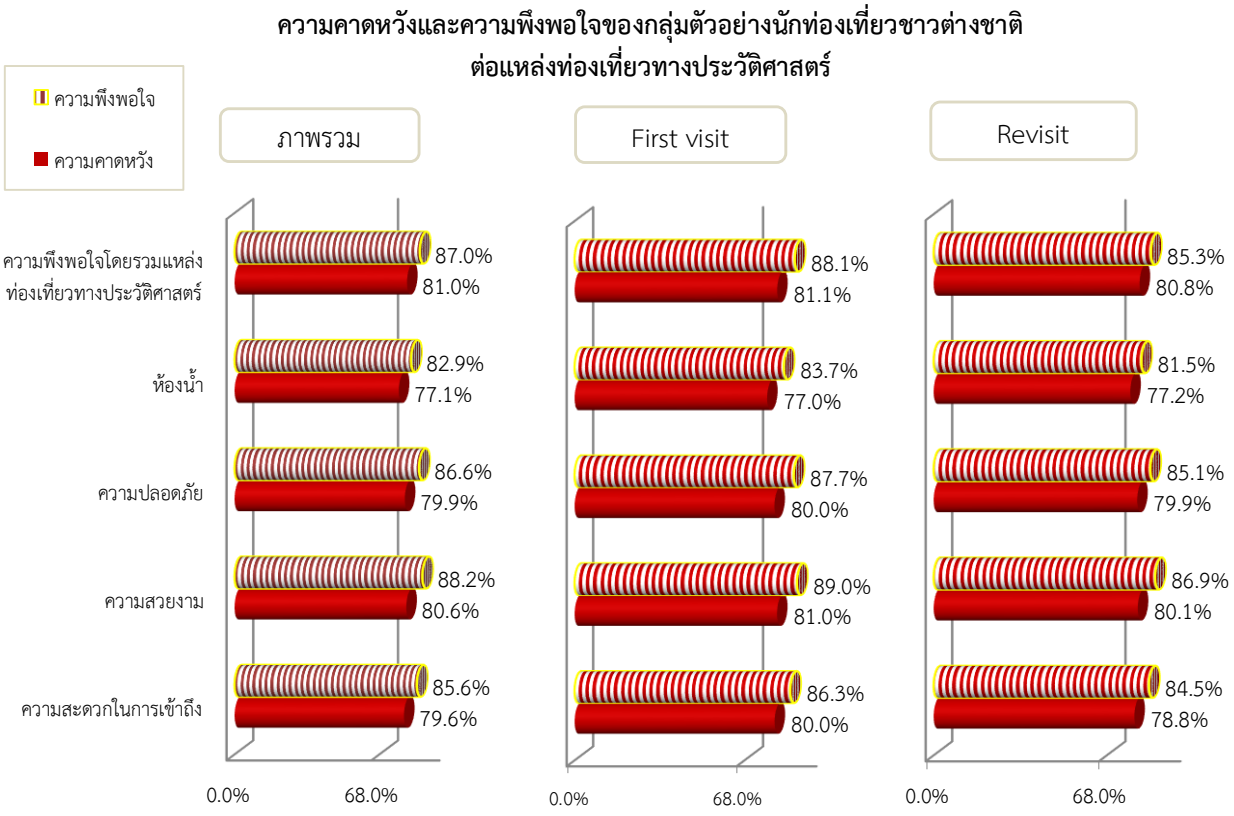
แผนภูมิที่ 4-24 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสถานที่พักแรม ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสถานที่พักแรม



(5) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.0) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 81.0) ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีอุทยานประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกโลกอยู่หลายแห่ง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจเดินทางมาชม โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความสวยงามและความปลอดภัย ในขณะที่ประเด็นด้านห้องน้ำควรจะต้องมีการปรับปรุง เนื่องจากมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ทั้งนี้กรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรมไว้แล้ว ทั้งนี้ กลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ 88.1 และร้อยละ 85.3 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-25)

แผนภูมิที่ 4-25 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

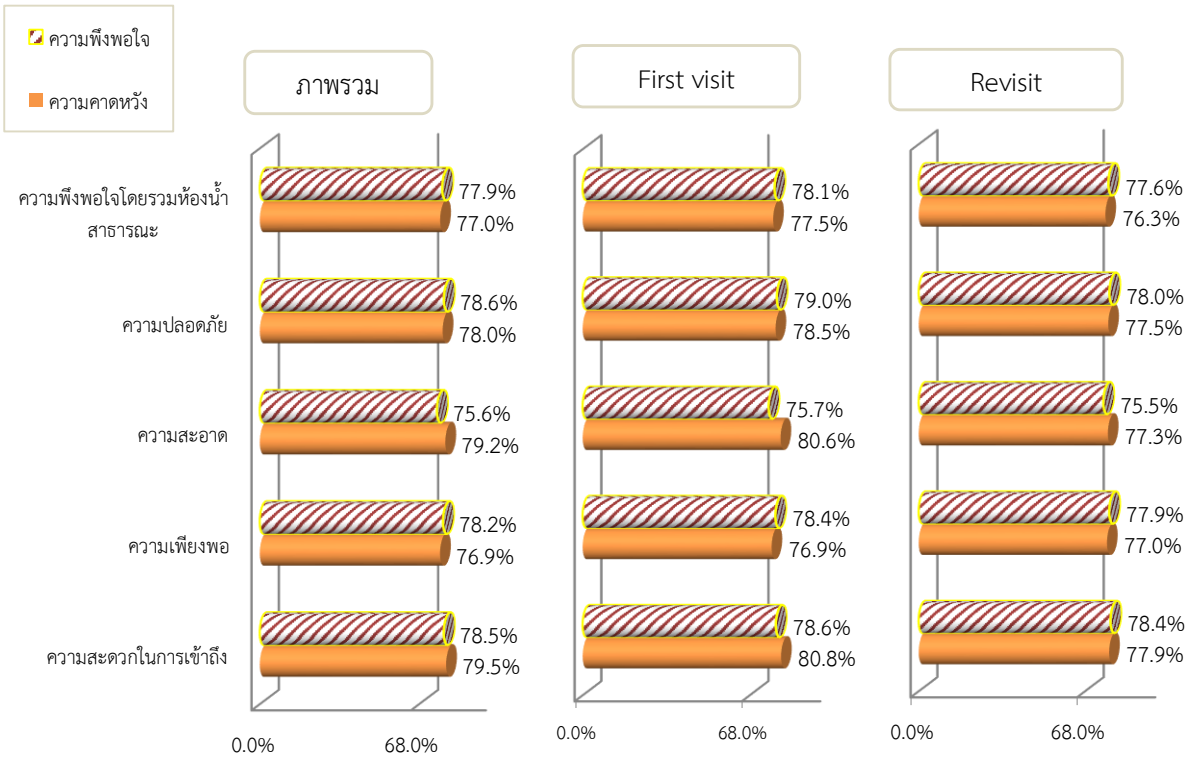


2) บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับแรกจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย โดยในแต่ละบริการมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ห้องน้ำสาธารณะ เป็นสิ่งที่มักถูกมองข้ามความสำคัญ ทั้งจากหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ จึงมักปรากฏให้เห็นว่ามีห้องน้ำสาธารณะค่อนข้างน้อยในแหล่งท่องเที่ยว และสกปรก ทั้งที่ห้องน้ำสาธารณะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการห้องน้ำสาธารณะในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 77.9) และสูงกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ร้อยละ 77.0) ซึ่งผลคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความเพียงพอ ความปลอดภัย และความสะอาด ทั้งนี้กรมการท่องเที่ยวและกระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานห้องน้ำสาธารณะไว้แล้ว ซึ่งกลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ 78.1 และร้อยละ 77.6 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-26)

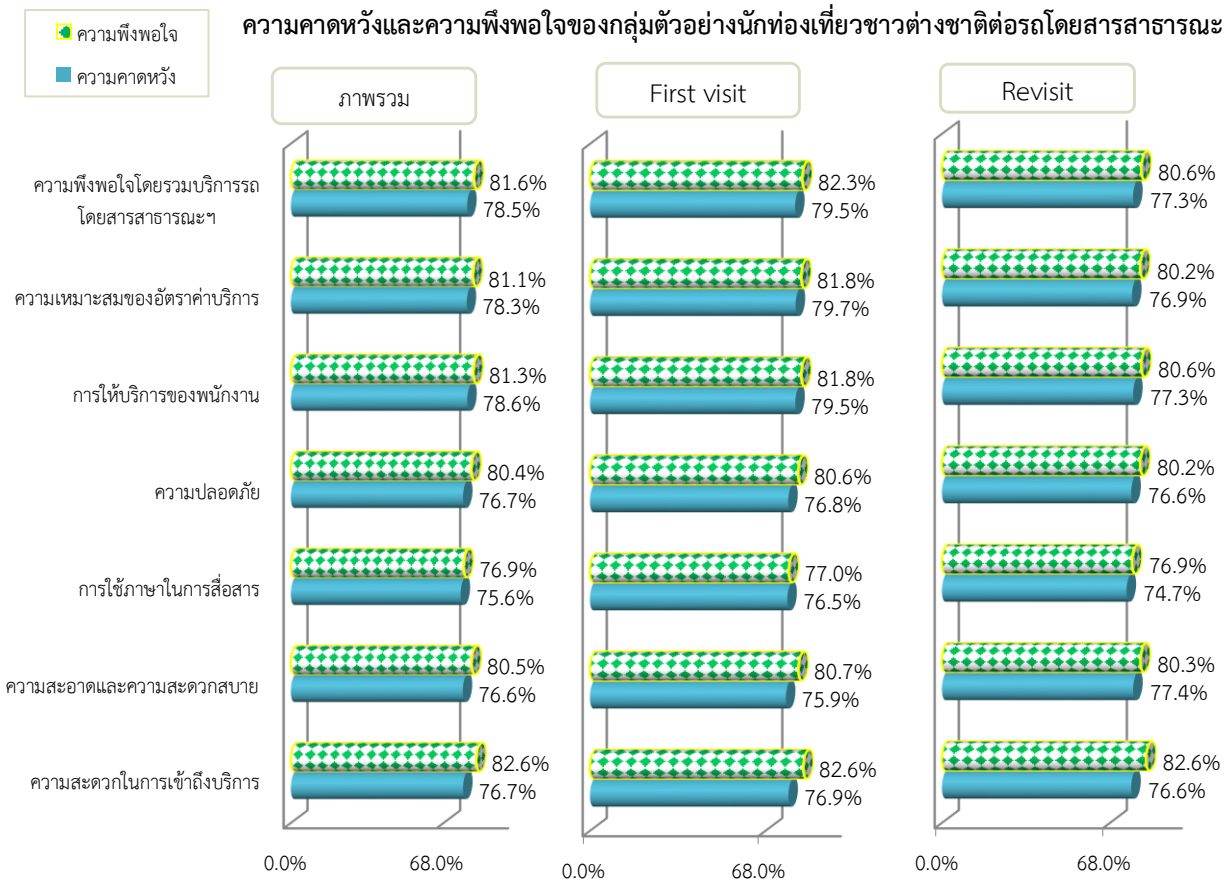
แผนภูมิที่ 4-26 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อห้องน้ำสาธารณะ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อห้องน้ำสาธารณะ



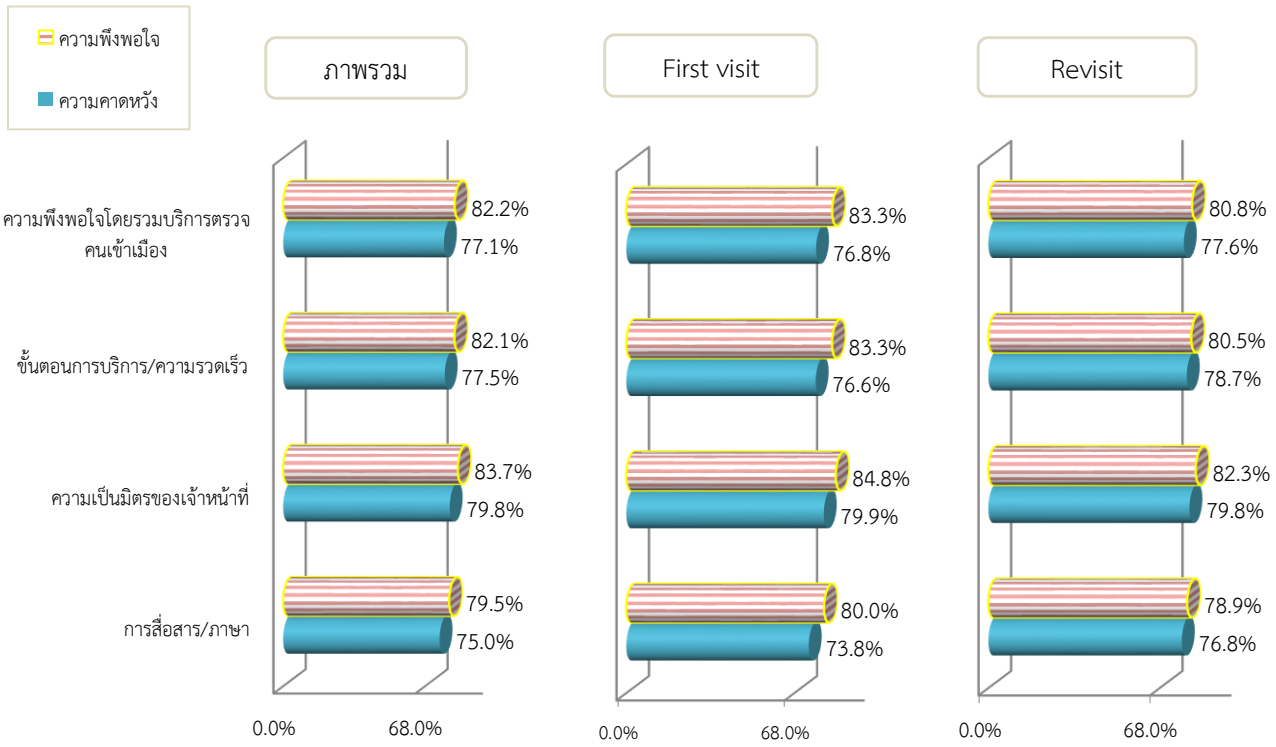
(2) รถโดยสารสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 81.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 78.5) เนื่องจากยังไม่มีการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานสำหรับรถสาธารณะบางประเภท เช่น รถตุ๊กตุ๊ก จักรยานยนต์รับจ้าง รถสองแถว เป็นต้น ซึ่งรถโดยสารสาธารณะเหล่านี้มักจะเรียกค่าโดยสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงกว่าปกติ และรถแท็กซี่บางคันไม่ใช้มิเตอร์ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถูกเอารัดเอาเปรียบมาโดยตลอด ไม่มีการดำเนินการเพื่อการแก้ไขปรับปรุง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องเร่งหาทางแก้ไข ทั้งนี้กรมการขนส่งทางบกได้เปิดสายด่วน 1584 เพื่อรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ รวมทั้งการติดตั้งระบบ GPS ในรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาจไม่ทราบบริการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมาตำรวจท่องเที่ยวได้ร่วมกับผู้แทนการท่าอากาศยาน กรมการขนส่งทางบก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองทัพภาคที่ 1 และตัวแทนผู้ประกอบการรถแท็กซี่ กำหนดมาตรการแก้ไขปัญหารถแท็กซี่ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย โดยดำเนินการกวดขันจับกุมอย่างต่อเนื่อง มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงวิธีการและขั้นตอนในการโดยสารรถแท็กซี่ จัดทำระบบเชื่อมโยงการจับกุมจากทุกหน่วยงานให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้ทราบการกระทำความผิดซ้ำซากต่อเนื่องในการเพิ่มบทลงโทษเพิกถอนใบอนุญาตต่อไป ทั้งนี้ กลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ 82.3 และร้อยละ 80.6 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-27)

แผนภูมิที่ 4-27 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อรถโดยสารสาธารณะ ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



(3) บริการตรวจคนเข้าเมือง ถือเป็นด่านแรกในการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย แต่ยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากนัก โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.2) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 77.1) ทั้งนี้เนื่องจากช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก จำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ ทำให้เกิดการรอคอยเป็นเวลานาน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องเร่งเพิ่มกำลังคนให้เพียงพอ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะมีเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต อย่างไรก็ตาม สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้มีการนำเทคโนโลยีในการตรวจสอบคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า และติดตั้งช่องตรวจหนังสือเดินทางอัตโนมัติเพื่อให้บริการที่รวดเร็วขึ้น รวมทั้งโครงการ E-Fingerprint ในการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ 83.3 และร้อยละ 80.8 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-28)

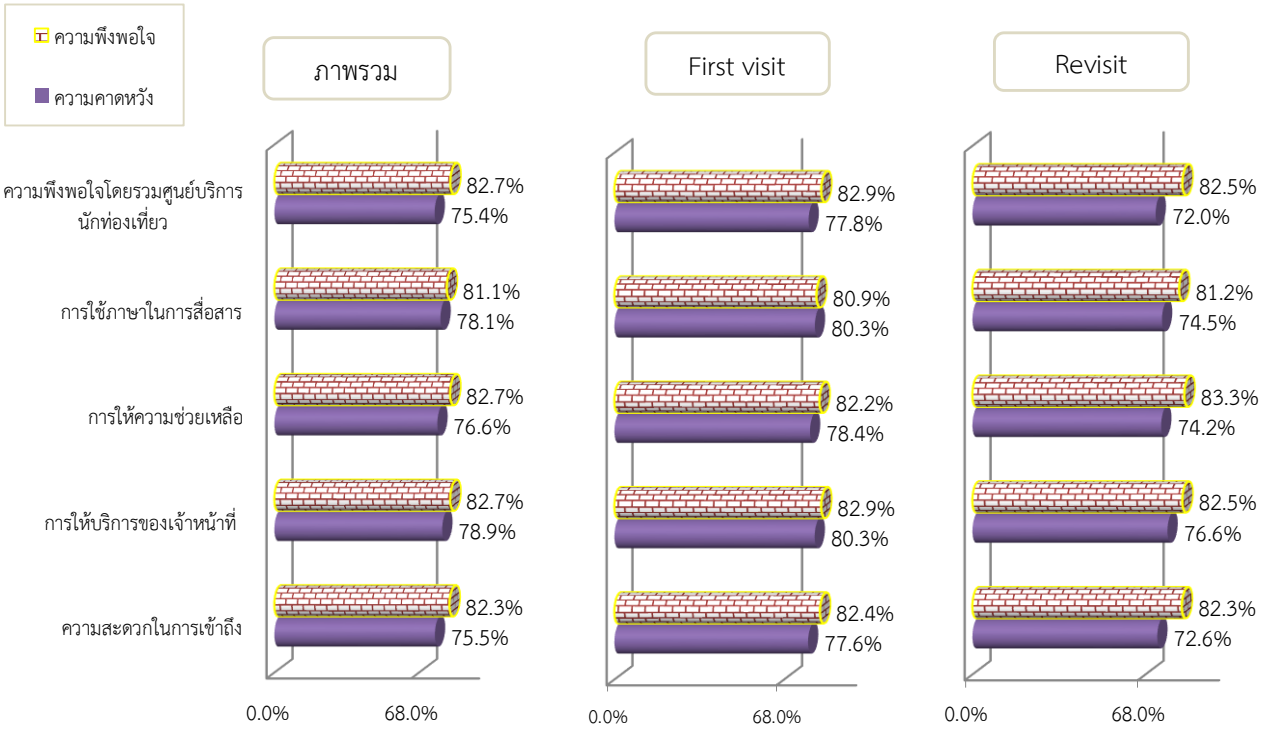
แผนภูมิที่ 4-28 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการตรวจคนเข้าเมือง ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



(4) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อแนะนำ และการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น รวมทั้งการสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อันจะมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวอีก และการแนะนำบอกต่อ ช่วยให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.7) สูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 75.4) แต่คะแนนค่อนข้างต่ำ จึงเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังมีจุดอ่อน จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น โดยประเด็นที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง การให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้ความช่วยเหลือ และการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร ทั้งนี้ กรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวไว้แล้ว รวมทั้งมีการจัดฝึกอบรมภาษาจีนให้กับอาสาสมัครนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ กลุ่มที่มาครั้งแรกและกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำมีความพึงพอใจใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 82.9 และร้อยละ 82.5 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-29)

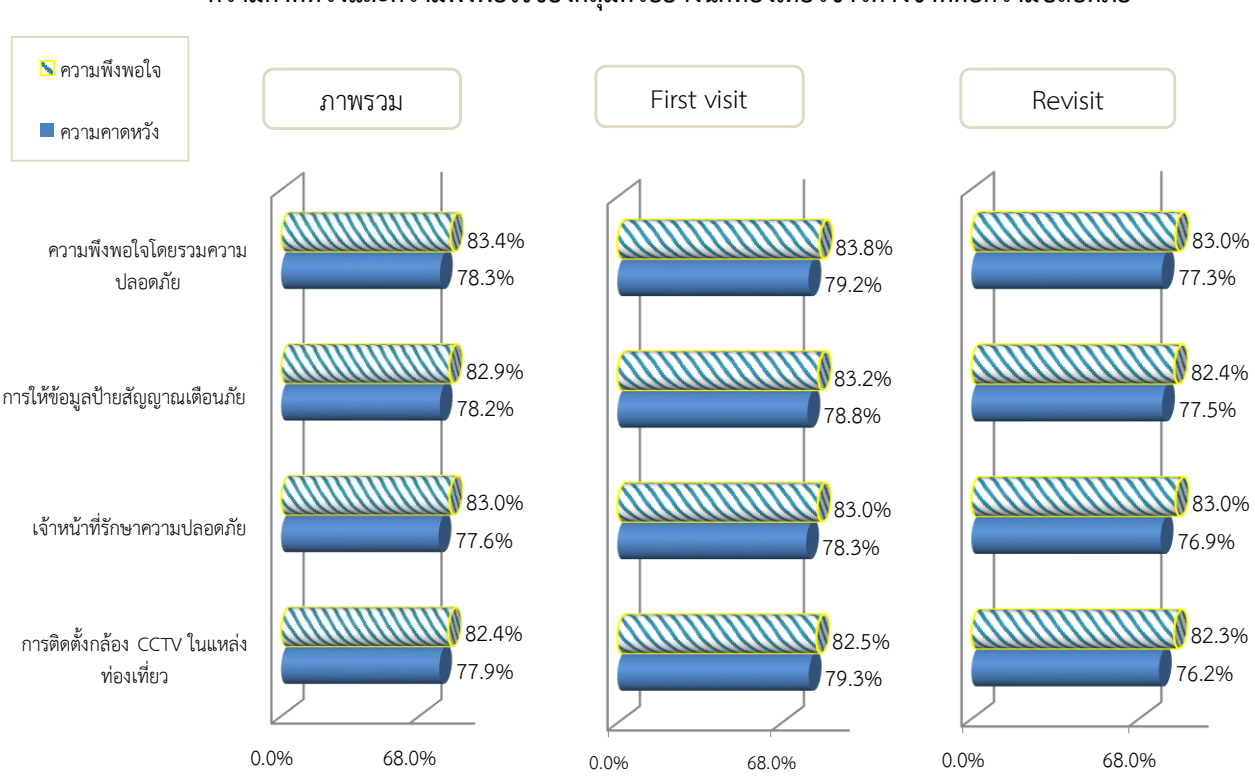
แผนภูมิที่ 4-29 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



(5) ความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งจากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.4) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 78.3) ซึ่งสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว และการให้ข้อมูลป้ายสัญญาณเตือนภัย ทั้งนี้ กลุ่มที่มาครั้งแรกและกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำมีความพึงพอใจใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 83.8 และร้อยละ 83.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 4-30)

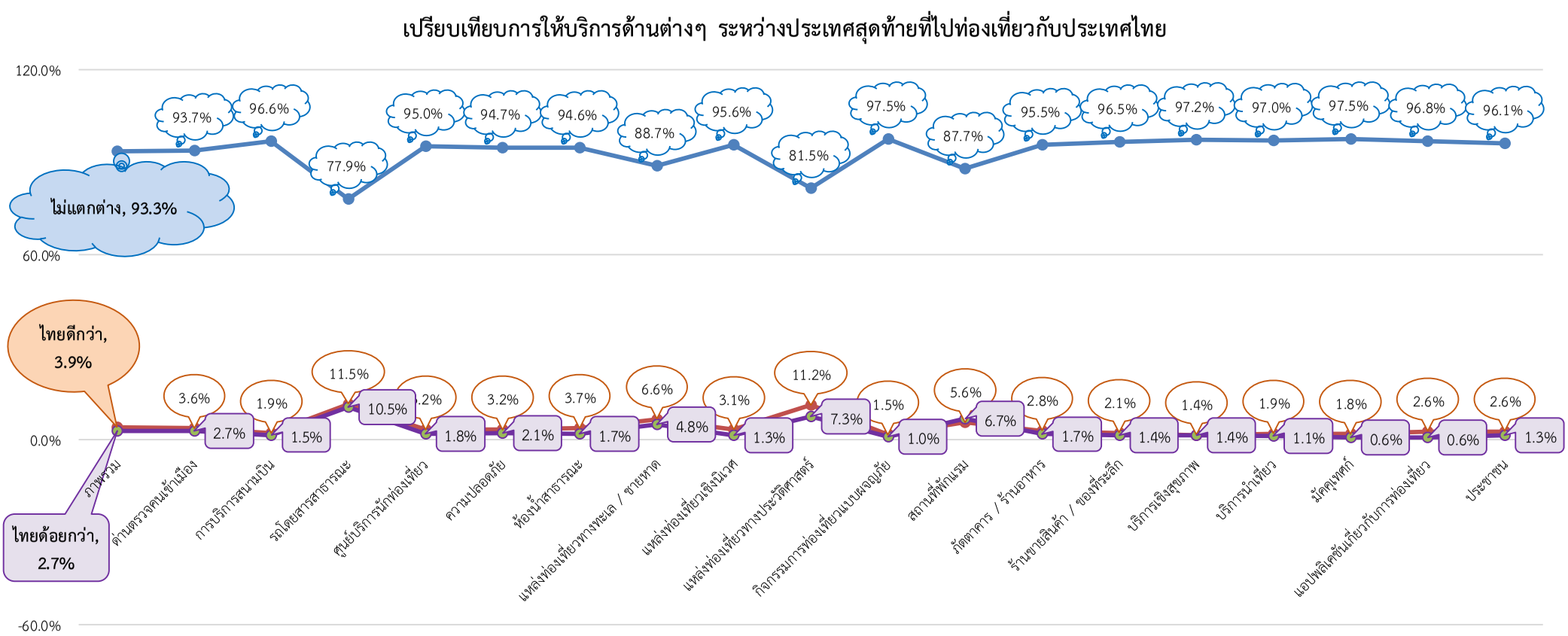
แผนภูมิที่ 4-30 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัย ปี 2562 จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



6. ผลการเปรียบเทียบบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปมาล่าสุด

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยในภาพรวมไม่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด จาก 18 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมินกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.3) เห็นว่าการให้บริการของไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกับประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด ในขณะที่ร้อยละ 3.9 เห็นว่าการให้บริการของไทยในภาพรวมดีกว่าประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด และร้อยละ 2.7 เห็นว่าการให้บริการของไทยด้อยกว่าประเทศอื่นๆ ที่ไปมาล่าสุด แสดงให้เห็นว่าหลายประเทศได้มีการปรับปรุงพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เห็นว่า ไทยดีกว่าในสัดส่วนมากกว่าไทยด้อยกว่ามากที่สุด (ร้อยละ 11.2 ต่อร้อยละ 7.3) ในขณะที่ด้านสถานที่พักแรมเห็นว่า ไทยด้อยกว่าในสัดส่วนสูงกว่าไทยดีกว่า (ร้อยละ 6.7 ต่อร้อยละ 5.6) เพียงหนึ่งประเภท จากผลการประเมินดังกล่าวแม้จะแสดงให้เห็นว่าบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยภาพรวมยังดีกว่าหลายประเทศ ส่งผลให้ประเทศไทยยังเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม หากประเทศไทยจะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวประเทศไทยในระยะยาว จำเป็นต้องพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง (แผนภูมิที่ 4-31)

แผนภูมิที่ 4-31 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการประเมินระหว่างบริการท่องเที่ยวของไทยกับประเทศอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปมาล่าสุด



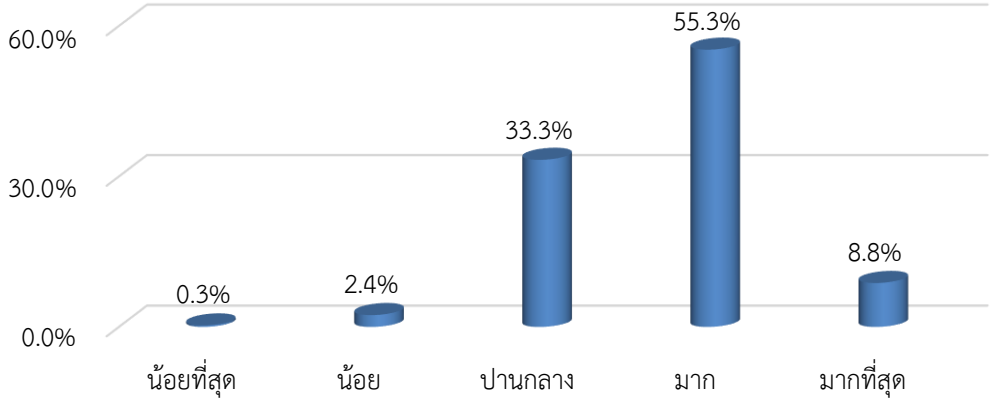
7. ความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

7.1 ความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีคุณภาพ/มีมาตรฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีคุณภาพ/มีมาตรฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมาก โดยอยู่ในระดับมากในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 55.3) และอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 8.8) ในขณะที่อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 33.3) ระดับน้อย (ร้อยละ 2.4) และระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.3) (แผนภูมิที่ 4-32)

แผนภูมิที่ 4-32 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีคุณภาพ/มีมาตรฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย

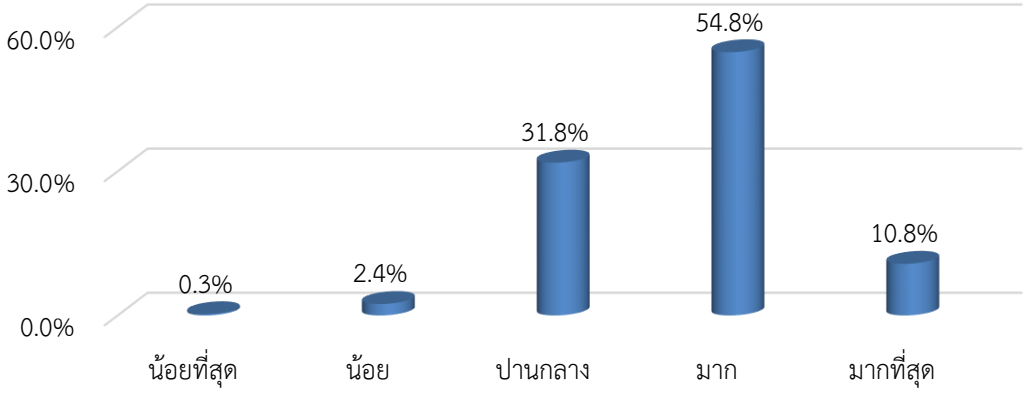
ความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีคุณภาพหรือมีมาตรฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย



7.2 ความเชื่อมั่นในภาพรวม ต่อคุณภาพ/ มาตรฐานของบริการด้านการท่องเที่ยว (การขนส่ง โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร การให้เช่า) ในประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นในภาพรวมต่อคุณภาพ/ มาตรฐานของบริการด้านการท่องเที่ยว (การขนส่ง โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร การให้เช่า) ในประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมาก (ร้อยละ 74.7) โดยอยู่ในระดับมาก ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 54.8) และอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 10.8) ในขณะที่อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 31.8) ระดับน้อย (ร้อยละ 2.4) และระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.3) (แผนภูมิที่ 4-33)

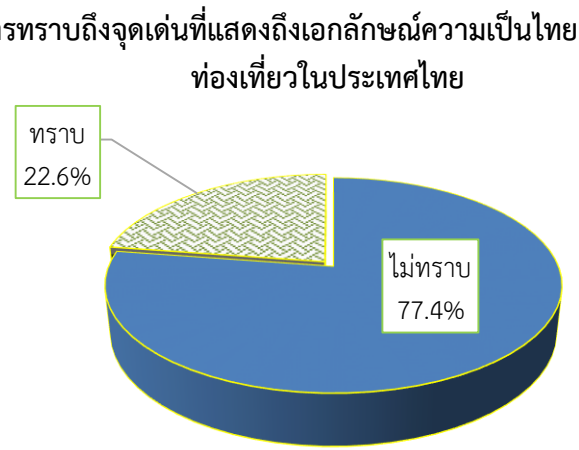
แผนภูมิที่ 4-33 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมต่อคุณภาพ/มีมาตรฐานของบริการด้านการท่องเที่ยว (การขนส่ง โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร การให้เช่า) ในประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย



8. การทราบถึงจุดเด่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.4) ไม่ทราบถึงจุดเด่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 22.6) ที่ทราบ เช่น การแต่งชุดไทย การไหว้ ภาษาไทย สถาปัตยกรรมไทย ขนมธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น โดยคำตอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ตรงกับเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น พัทยา เชียงใหม่ ถนนข้าวสาร ถนนรัชดาภิเษกยามค่ำคืน พระราชวัง ทะเล ชายหาด วิวทิวทัศน์ ค่าครองชีพต่ำ สปา บริการด้านสุขภาพ เป็นต้น สำหรับคำตอบที่ตอบกันมาก เช่น friendly nice people smiling honesty kindness food เป็นต้น (แผนภูมิที่ 4-34)

แผนภูมิที่ 4-34 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการรับทราบถึงจุดเด่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย

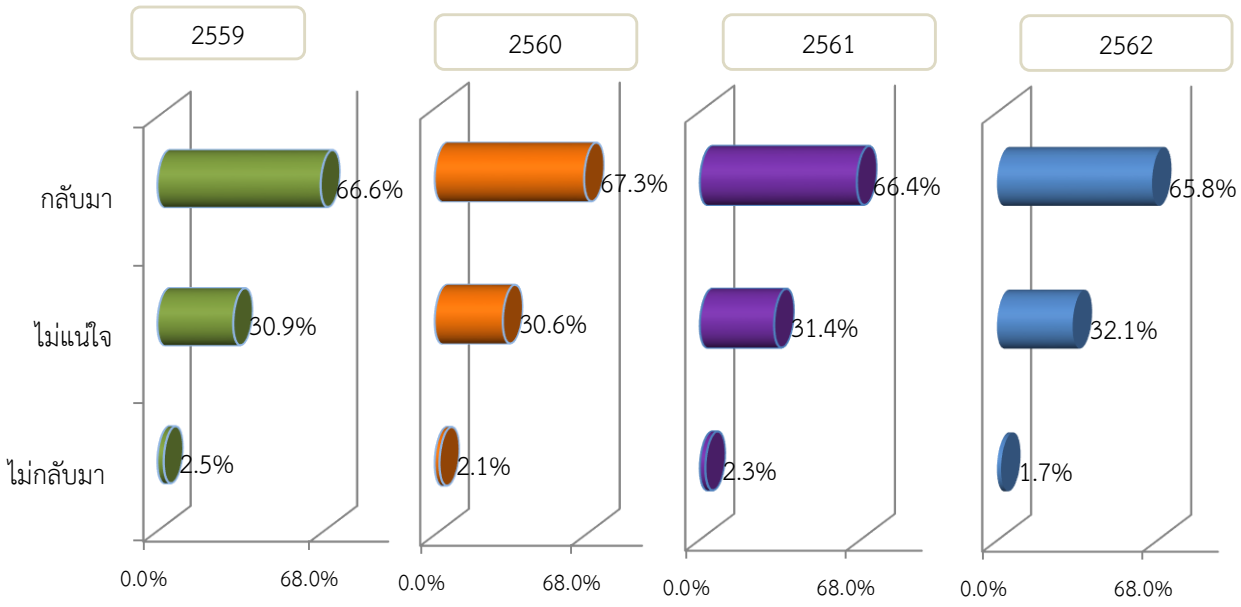


9. ความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย

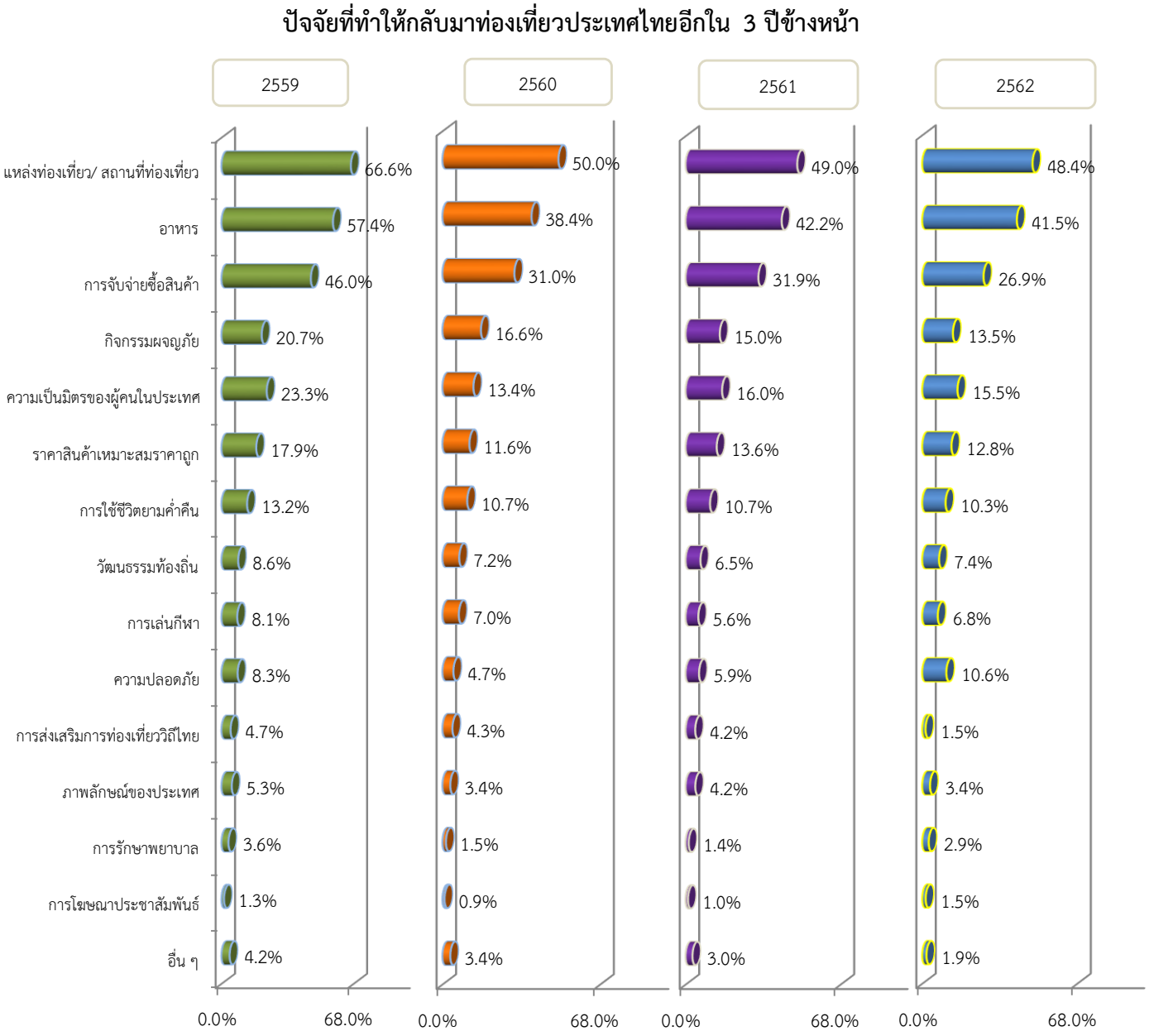
9.1 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า/ปัจจัยที่ทำให้กลับมา

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.8) มีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ โดยจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกภายใน 3 ปีข้างหน้า และมีแนวโน้มทรงตัวจากร้อยละ 66.6 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 67.3 ร้อยละ 66.4 และร้อยละ 65.8 ในปี 2559 ถึงปี 2562 ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ดึงดูดให้กลับมา 3 อันดับแรกไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักจากปี 2559 ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว/ สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีหลากหลายและสวยงาม โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 48.4) อาหารซึ่งมีหลากหลายและเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ (ร้อยละ 41.5) และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 26.9) เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกซื้อได้หลากหลายทั้งประเภท Brand name และสินค้า OTOP ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว มีห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้าหลายแห่งให้เลือกใช้บริการ (แผนภูมิที่ 4-35) ทั้งนี้ บางส่วน (ร้อยละ 32.1) ที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาอีก และร้อยละ 1.7 ที่ไม่กลับมา เนื่องจากหลายสาเหตุ เช่น ต้องการไปท่องเที่ยวประเทศอื่นบ้าง ความไม่ปลอดภัย ผู้ประกอบการบางรายขาดความซื่อสัตย์ การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การถูกหลอกลวง เป็นต้น จึงไม่อยากกลับมาอีก

แผนภูมิที่ 4-35 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และปัจจัยที่ทำให้กลับมา ระหว่างปี 2559-2562



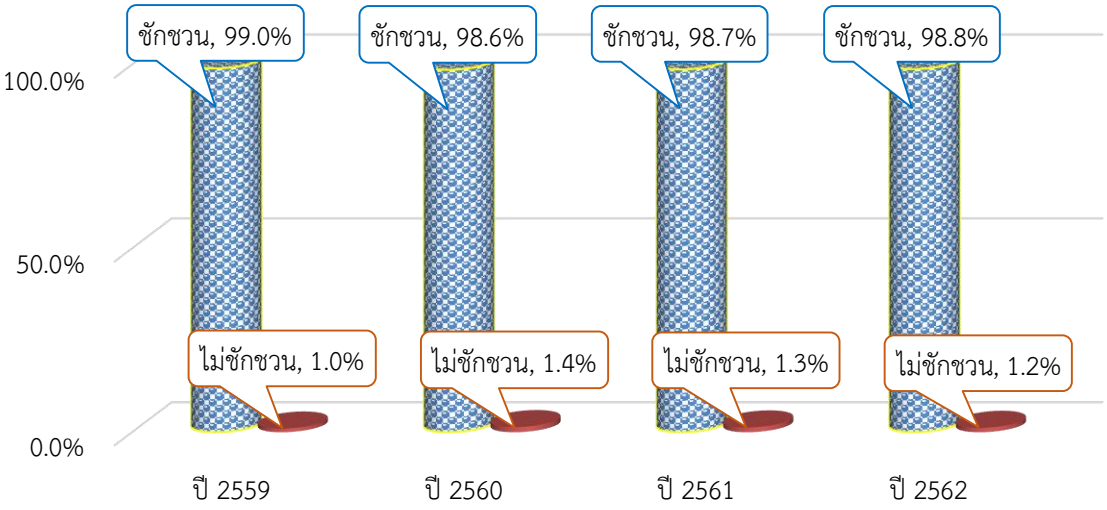
แผนภูมิที่ 4-35 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และปัจจัยที่ทำให้กลับมา ระหว่างปี 2559-2562 (ต่อ)



9.2 การชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเกือบทั้งหมดจะชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย การบอกต่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยจากการสำรวจครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.8) จะชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีอาหารอร่อย และผู้คนเป็นมิตร ในขณะที่มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 1.2) ที่จะไม่แนะนำ เนื่องจากไม่ประทับใจเพราะถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการบางราย (แผนภูมิที่ 4-36)

แผนภูมิที่ 4-36 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ระหว่างปี 2559-2562



10. ปัญหาที่พบและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.1) ไม่พบปัญหาในระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 9.9) ได้ประสบปัญหาต่างๆ หลายอย่าง จึงต้องการให้มีการปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

10.1 บริการตรวจคนเข้าเมือง

(1) ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการในช่วงที่มีผู้โดยสารจำนวนมาก
(2) เจ้าหน้าที่ควรสื่อสารได้หลายภาษา เช่น จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น

10.2 สนามบิน

(1) ควรมีจุดให้บริการ wifi และให้เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ

(2) เจ้าหน้าที่ควรพูด/ฟังภาษาอังกฤษได้
(3) ควรมีรถโดยสารสาธารณะให้บริการจากสนามบินไปยังตัวเมือง
(4) ควรมีจุดพักผ่อนช่วงรอขึ้นเครื่องบิน
(5) ควรขยายสนามบินให้เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ

10.3 รถโดยสารสาธารณะ

(1) ควรควบคุมให้รถแท็กซี่ใช้มิเตอร์
(2) ควรควบคุมความปลอดภัยทั้งสภาพรถและคนขับรถ
(3) ควรให้พนักงานขับรถมีความรู้ภาษาอังกฤษ
(4) ควรมีตารางราคาค่าโดยสารของรถแต่ละประเภทโดยทำเป็นเอกสารแจกหรือเป็นแอปพลิเคชัน

10.4 สถานพักแรม

(1) พนักงานที่ให้บริการควรพูดและฟังภาษาอังกฤษได้
(2) ควรทำความสะอาดห้องพักสม่ำเสมอ
(3) ควรเพิ่มภาษาจีนในสถานพักแรมต่างๆ

10.5 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ควรควบคุมคุณภาพอาหาร
(2) ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว
(3) ควรเพิ่มจำนวนร้านอาหารฮาลาล
(4) ควรมีรายชื่ออาหารเป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน

10.6 แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด

(1) ต้องการชายหาดที่สะอาด
(2) ชายหาดควรมีความปลอดภัย
(3) ต้องการความสงบ

10.7 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

(1) ควรมี Wi-Fi ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ
(2) ควรเพิ่มคำอธิบายหลายภาษา เช่น จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น
(3) ควรมีคู่มือในการเข้าชม

10.8 กิจกรรมผจญภัย

(1) พนักงานที่ให้บริการควรเข้าใจภาษาอังกฤษ
(2) ควรกำหนดราคาค่าบริการให้ชัดเจน
(3) ควรดูแลด้านความปลอดภัย
(4) ควรให้คำแนะนำในกิจกรรมที่มีความเสี่ยง

10.9 บริการเชิงสุขภาพ

(1) ควรดูแลสถานที่ให้บริการให้สะอาด
(2) พนักงานควรสื่อสารภาษาอังกฤษหรือภาษาจีนได้
(3) ควรมีการแนะนำวิธีการรักษาแบบไทยๆ

10.10 บริการนำเที่ยว

(1) ควรให้คำแนะนำในการไปสถานที่ต่างๆ ก่อนเบื้องต้น
(2) ไม่ควรพาไปซื้อสินค้าหากลูกค้าไม่ต้องการ
(3) ควรคิดค่าบริการตามจริง
(4) ควรให้คำแนะนำในกิจกรรมที่มีความเสี่ยง

10.11 ห้องน้ำสาธารณะ

(1) ควรทำความสะอาดสม่ำเสมอ
(2) ควรมีอุปกรณ์ต่างๆ เช่น สบู่ กระดาษชำระ เป็นต้น
(3) ควรมีป้ายบอกทางไปห้องน้ำ
(4) ควรดูแลรักษาห้องน้ำให้สามารถใช้งานได้

10.12 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

(1) เจ้าหน้าที่ควรพูด/ฟังภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้เป็นอย่างน้อย
(2) ควรให้คำแนะนำที่เหมาะสม
(3) ควรมีป้ายบอกทางไปศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
(4) ควรเพิ่มศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญๆ

10.13 ความปลอดภัย

(1) ไม่ควรปล่อยให้รถมอเตอร์ไซค์วิ่งบนทางเท้าและวิ่งสวนเลน
(2) ควรมีกล้อง CCTV ตามแหล่งท่องเที่ยว
(3) ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีความเสี่ยง

10.14 แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว

(1) ควรมีแอปพลิเคชันที่ได้มาตรฐานทันสมัยอยู่เสมอ
(2) ใช้งานง่ายและมีหลายภาษา
(3) ควรมีแอปพลิเคชันของประเทศไทยที่รวมทุกอย่าง

ตารางที่ 4-1 สรุปประเด็นที่ระดับความพึงพอใจสูง/ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ของบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทย

ห้อข้อที่ประเมิน	ประเด็นที่ความพึงพอใจสูงกว่าร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร 2) ความซื่อสัตย์ 3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	-	การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สนามบิน	1) ความปลอดภัย 2) ความเป็นมิตรของพนักงาน 3) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ป้ายบอกทาง 5) การให้บริการของพนักงาน	1) การให้บริการ Wi-Fi และอินเทอร์เน็ต 2) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย 5) ห้องน้ำ	1) ความไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต 2) ไม่มีร้านอาหารแบบนานาชาติ เช่น ร้านอาหารอิสลาม เป็นต้น 3) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) สินค้ามีให้เลือกซื้อน้อยประเภท 5) การให้บริการที่ล่าช้า 6) ห้องน้ำไม่เพียงพอ 7) ไม่มีจุดพักผ่อน/ที่นั่งไม่เพียงพอ
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	1) ความสวยงาม/ความสะอาด 2) ความปลอดภัย	1) ห้องน้ำ	1) ความไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต 2) ไม่มีห้องน้ำสาธารณะ
4. สถานที่พักแรม	1) สภาพภายในสถานที่พัก 2) ความปลอดภัย 3) การให้บริการพนักงาน 4) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 5) การใช้ภาษาในการสื่อสาร 6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 7) บริการ wifi/internet 8) ห้องน้ำ	-	1) ความไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต 2) อุปกรณ์ภายในห้องพักชำรุดใช้งานไม่ได้ 3) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) การให้บริการของพนักงาน

ตารางที่ 4-1 สรุปประเด็นที่ระดับความพึงพอใจสูง/ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ของบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทย (ต่อ)

ห้อข้อที่ประเมิน	ประเด็นที่ความพึงพอใจสูงกว่าร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
5. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	1) ความสะดวกในการซื้อ	1) การให้บริการ Wi-Fi และอินเทอร์เน็ต 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) ความเหมาะสมของราคาสินค้า 4) คุณภาพสินค้า 5) ความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ 6) ความเหมาะสมของราคาสินค้า 7) ห้องน้ำ	1) ความไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต 2) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) สินค้าชนิดเดียวกัน แต่ราคาขายไม่เท่ากัน 4) การนำสินค้าคุณภาพต่ำมาจำหน่าย โดยตั้งราคาไว้สูง 5) การให้บริการล่าช้า 6) การชำระสินค้าเป็นเงินสด
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1) สภาพภายในของภัตตาคาร/ร้านอาหาร 2) คุณภาพของอาหาร 3) การให้บริการของพนักงาน 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	1) การให้บริการ Wi-Fi และอินเทอร์เน็ต 2) ห้องน้ำ 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร	1) ความไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต 2) ความไม่สะอาด/ความไม่เป็นระเบียบภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 3) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) ราคาอาหารสูงเกินจริง 5) ใช้วัตถุดิบที่ขาดคุณภาพ 6) การให้บริการล่าช้า
7. บริการเชิงสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย)	1) การให้บริการ Wi-Fi และอินเทอร์เน็ต 2) ความหลากหลายในการให้บริการ 3) ความปลอดภัย 4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 5) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	-	1) ความไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต 2) การให้บริการของพนักงาน 3) ความปลอดภัย

ตารางที่ 4-1 สรุปประเด็นที่ระดับความพึงพอใจสูง/ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ของบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทย (ต่อ)

ห้อข้อที่ประเมิน	ประเด็นที่ความพึงพอใจสูงกว่าร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
	6) ประสิทธิภาพในการให้บริการ 7) สภาพภายในสถานบริการ 8) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 9) ห้องน้ำ		
8. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสวยงาม 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) ความปลอดภัย	1) ห้องน้ำ	1) ความปลอดภัย
9. มัคคุเทศก์	1) ความซื่อสัตย์ 2) ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) ความเป็นมิตร	-	-
10. ความปลอดภัย		1) การให้ข้อมูลสัญญาณเตือนภัย 2) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว 3) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	1) ไม่ทราบรูปแบบสัญญาณเตือนภัย 2) ไม่มีกล้อง CCTV ในจุดอันตราย 3) ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในจุดที่เป็นอันตราย
11. บริการนำเที่ยว	1) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) การให้บริการของพนักงาน 4) ความปลอดภัยของพาหนะ	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) การให้บริการของพนักงาน

ตารางที่ 4-1 สรุปประเด็นที่ระดับความพึงพอใจสูง/ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ของบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทย (ต่อ)

ห้อข้อที่ประเมิน	ประเด็นที่ความพึงพอใจสูงกว่าร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
12. รถโดยสารสาธารณะ	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ความปลอดภัย 3) ความสะอาดและความสะดวกสบาย 4) การให้บริการของพนักงาน 5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 6) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) สภาพรถเก่า/ขับรถเร็ว 3) สภาพรถทั้งภายในและภายนอกสกปรก 4) ต้องรอคิวนาน/ใช้เวลารอคอยนาน 5) ไม่มีมาตรฐานราคา เช่น รถจักรยานยนต์รับจ้าง รถตุ๊กตุ๊กเป็นต้น 6) หารถโดยสารสาธารณะยาก
13. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว 3) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่	1) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ใช้เวลาดำเนินการนาน/คิวยาว 3) การแสดงออกและน้ำเสียงของเจ้าหน้าที่ไม่เป็นมิตร
14. กิจกรรมผจญภัย	1) ความปลอดภัย 2) การให้บริการของพนักงาน 3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	1) ห้องน้ำ	1) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) อุปกรณ์/เครื่องเล่นต่างๆ ไม่มีมาตรฐาน 3) ห้องน้ำไม่สะอาด
15. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1) ความสวยงาม/ความสะอาด 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) ห้องน้ำ	1) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ไม่ทราบแหล่งที่ตั้ง 3) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อย 4) ห้องน้ำไม่เพียงพอ
16. ห้องน้ำสาธารณะ	-	1) ความสะอาด 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) ความเพียงพอ	1) สภาพภายในสกปรก/อุปกรณ์บางอย่างชำรุดใช้งานไม่ได้ รวมทั้งไม่มีคนทำความสะอาด

ตารางที่ 4-1 สรุปประเด็นที่ระดับความพึงพอใจสูง/ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ของบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทย (ต่อ)

ห้อข้อที่ประเมิน	ประเด็นที่ความพึงพอใจสูงกว่าร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
		4) ความปลอดภัย	2) ไม่มีป้ายบอก/หายาก และจำนวนห้องน้อย 3) ไม่มีความปลอดภัย
17. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	-	1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 2) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ 3) การให้ความช่วยเหลือ 4) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) การไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ให้ข้อมูลน้อย 3) ขาดการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ 4) ไม่มีป้ายบอก
18. แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย	1) ความสะดวกในการหาใช้บริการ 2) ความน่าเชื่อถือของข้อมูล 3) การใช้ประโยชน์ของข้อมูล	-	1) ไม่สะดวกในการใช้งาน 2) ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน

ส่วนที่ 4.2
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองดำเนินการสำรวจใน 6 ด่าน ได้แก่ ด่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ด่านท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด่านท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ด่านท่าอากาศนานาชาติเชียงใหม่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา) และด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย โดยดำเนินการสำรวจข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 3,000 ตัวอย่าง สามารถเก็บรวบรวมตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทั้งสิ้นจำนวน 3,032 ตัวอย่าง สูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ 1.1 (ตารางที่ 4-2 และตารางที่ 4-3)

ตารางที่ 4-2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตามด่านตรวจคนเข้าเมืองที่สำรวจ

ด่านตรวจคนเข้าเมืองที่สำรวจ	เป้าหมาย (คน)	ผลการสำรวจ (คน)
1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	1,702	1,713
2) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง	529	529
3) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต	432	437
4) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	106	107
5) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา)	138	152
6) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	93	94
รวม	**3,000**	**3,032**

ตารางที่ 4-3 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติที่สำรวจ	เป้าหมาย (คน)	ผลการสำรวจ (คน)
1) จีน	383	409
2) ญี่ปุ่น	121	123
3) เกาหลีใต้	117	117
4) อินเดีย	103	110
5) สิงคโปร์	75	75
6) สหรัฐอเมริกา	67	73
7) สหราชอาณาจักร	62	67
8) เยอรมนี	58	61
9) ฮ่องกง	57	57
10) ฝรั่งเศส	47	47
รวม	**1,090**	**1,139**
11) สัญชาติอื่นๆ	612	574
รวมทั้งสิ้น	**1,702**	**1,713**

ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ผลการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 3,032 ราย พบว่า เป็นเพศชายใกล้เคียงกับเพศหญิง (ร้อยละ 50.7 ต่อ ร้อยละ 49.3) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 43.9) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นนักวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 30.7) และมีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ มากที่สุด (ร้อยละ 35.9) โดยเดินทางมาจากภูมิภาคเอเชียมากที่สุด (ร้อยละ 66.6) รองลงมา ยุโรป (ร้อยละ 15.7) อเมริกา (ร้อยละ 7.3) เอเชียใต้ (ร้อยละ 5.9) โอเชียเนีย (ร้อยละ 3.1) ตะวันออกกลาง (ร้อยละ 1.2) และแอฟริกา (ร้อยละ 0.3)

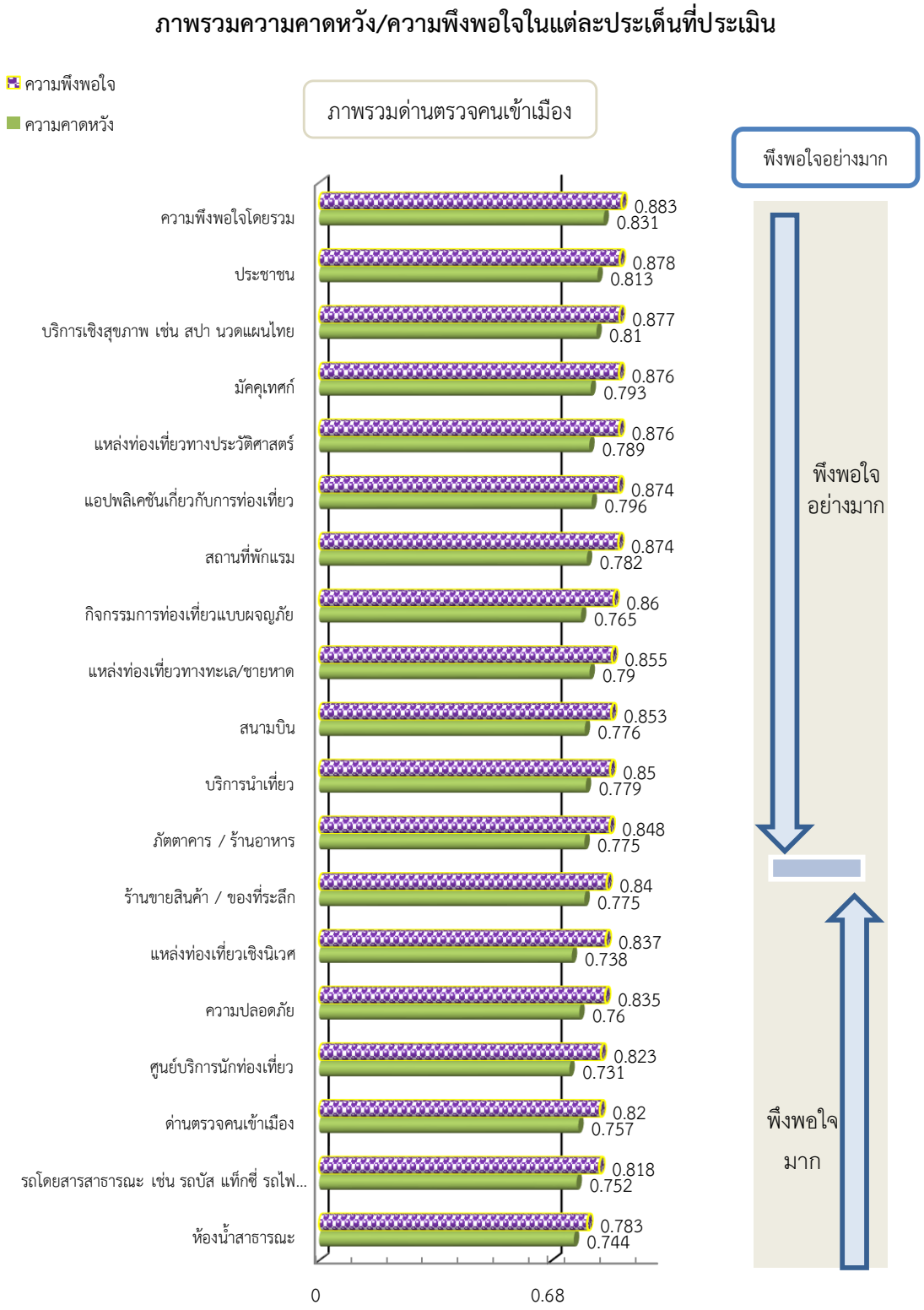
2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Satisfaction)

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

2.1 ภาพรวมความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.3) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 83.1) จาก 18 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก 11 ประเภท และมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก 7 ประเภท โดยประเภทบริการที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ประชาชน (ร้อยละ 87.8) (2) บริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น (ร้อยละ 87.7) และ (3) มัคคุเทศก์กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 87.6 เท่ากัน) ในขณะที่ประเภทบริการที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้าย ได้แก่ (1) ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 78.3) (2) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 81.8) และ (3) ด่านตรวจคนเข้าเมือง (ร้อยละ 82.0) (แผนภูมิที่ 4-37)

แผนภูมิที่ 4-37 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมด่านตรวจคนเข้าเมือง

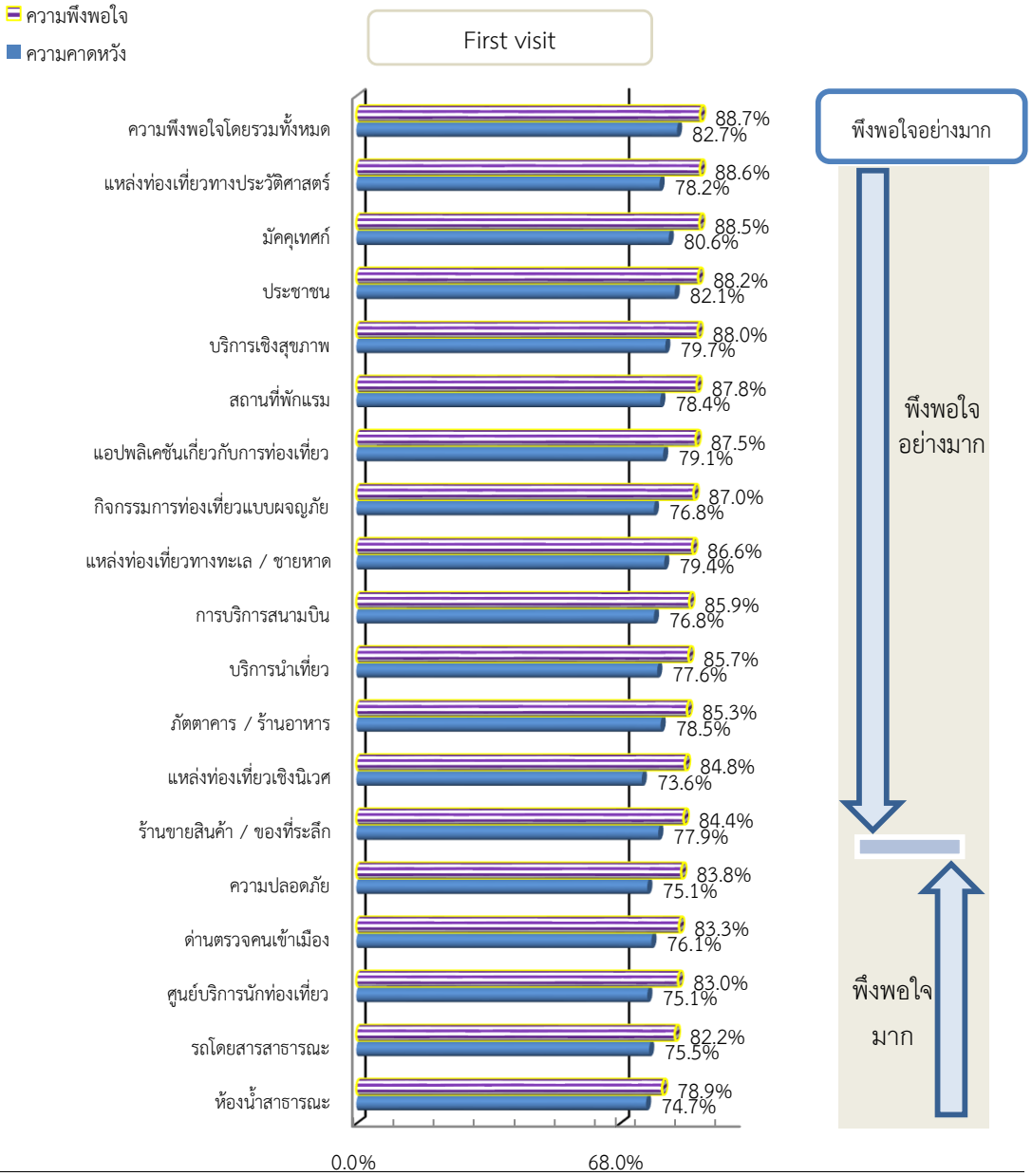


2.2 ความพึงพอใจของกลุ่มที่มาครั้งแรก (First visit) และกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit)

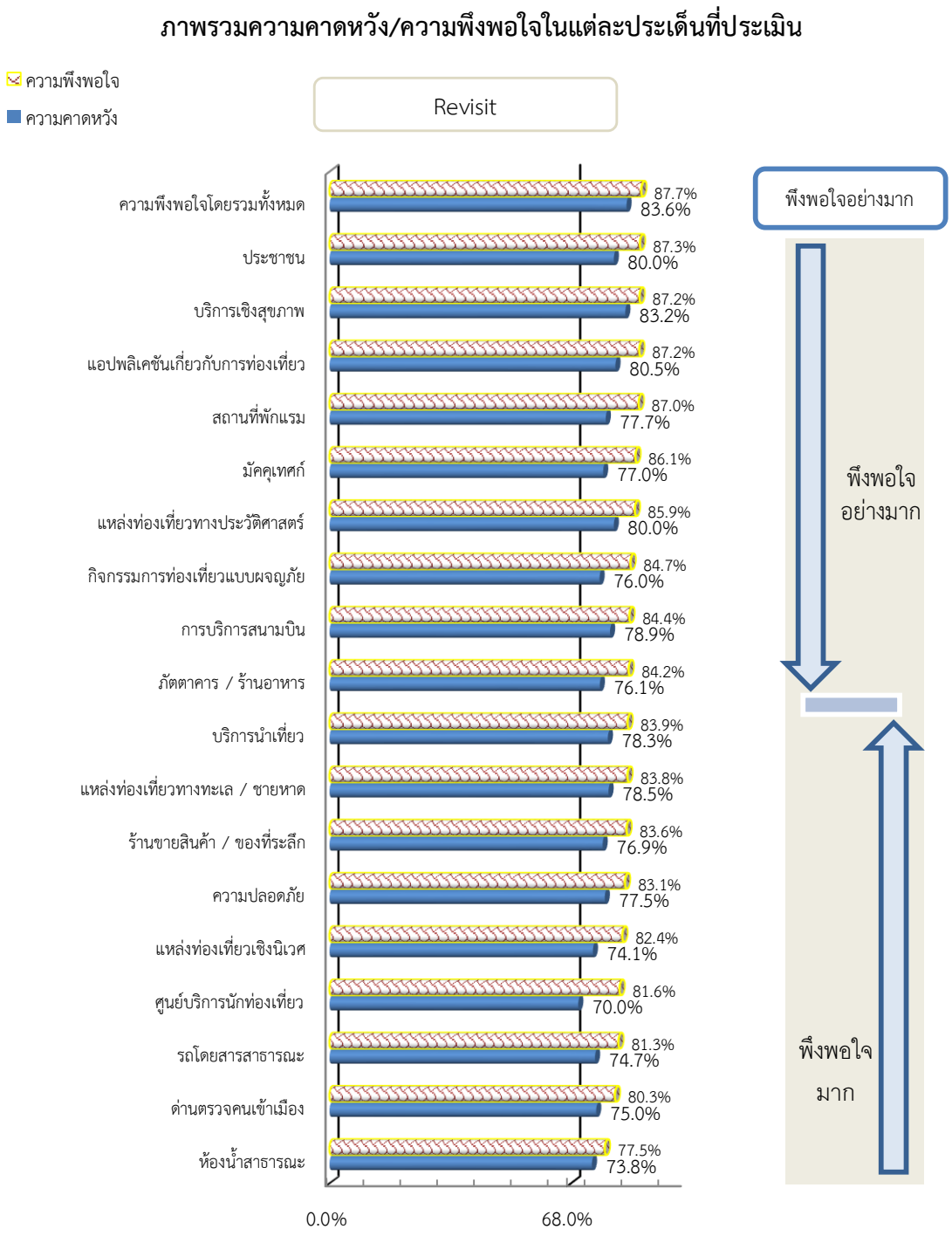
การบริการด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มที่มาประเทศไทยครั้งแรก โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาครั้งแรก (First Visit) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และมากกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 88.7 ต่อ ร้อยละ 87.7) โดยทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง (แผนภูมิที่ 4-38)

แผนภูมิที่ 4-38 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยว ในภาพรวม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย

ภาพรวมความคาดหวัง/ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่ประเมิน



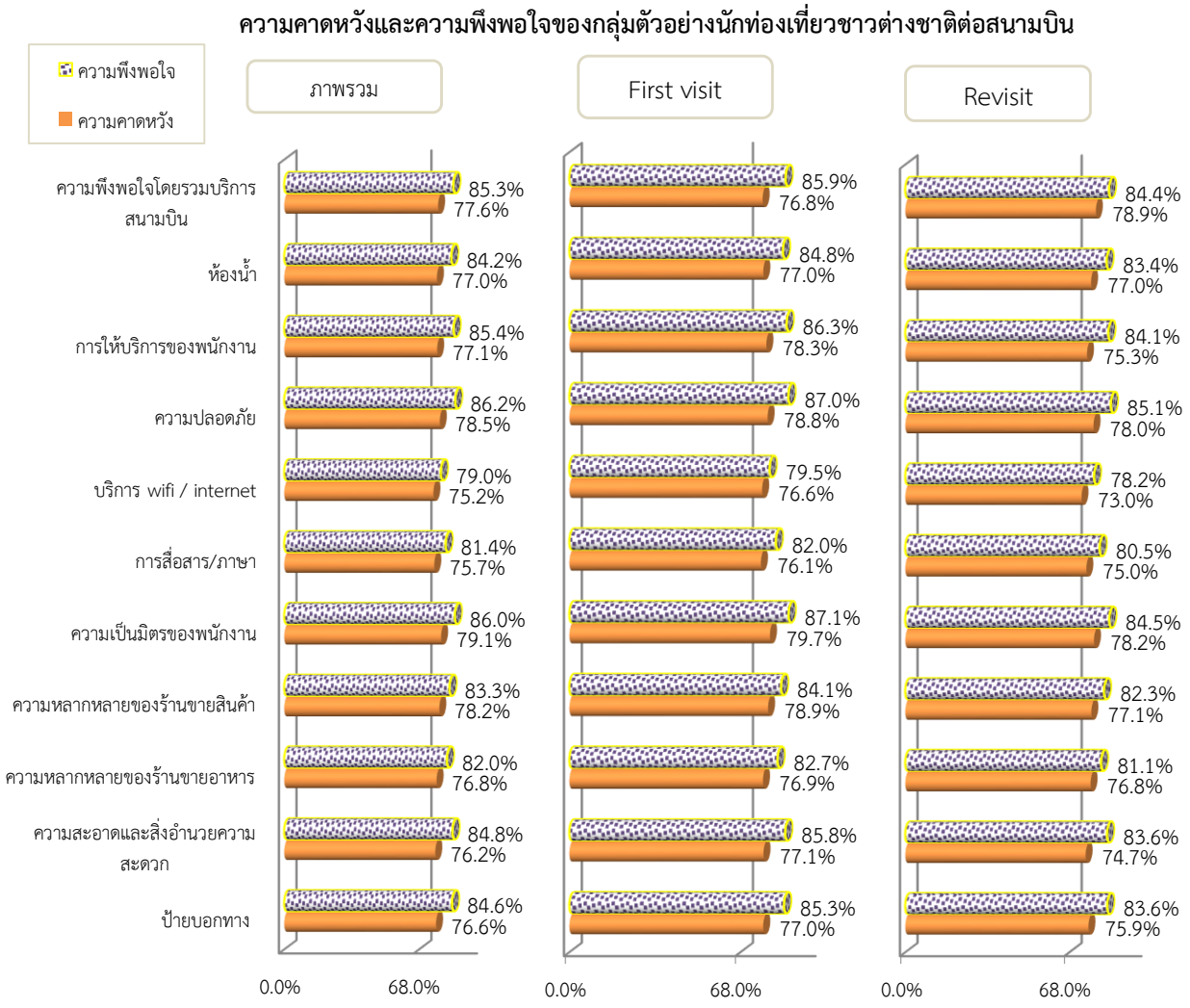
แผนภูมิที่ 4-38 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยว ในภาพรวม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย (ต่อ)



2.3 ความพึงพอใจในบริการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ

2.3.1 สนามบิน ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.3) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 77.6) โดยกลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ สูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ ทั้งนี้ด้านสนามบินมีจุดเด่นหลายด้าน ได้แก่ ความปลอดภัย ป้ายบอกทาง ความเป็นมิตรของพนักงาน การให้บริการของพนักงาน ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก และห้องน้ำ ในขณะที่มีประเด็นที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ได้แก่ การให้บริการ wifi/internet ร้านขายอาหารและร้านขายสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น และการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร (แผนภูมิที่ 4-39)

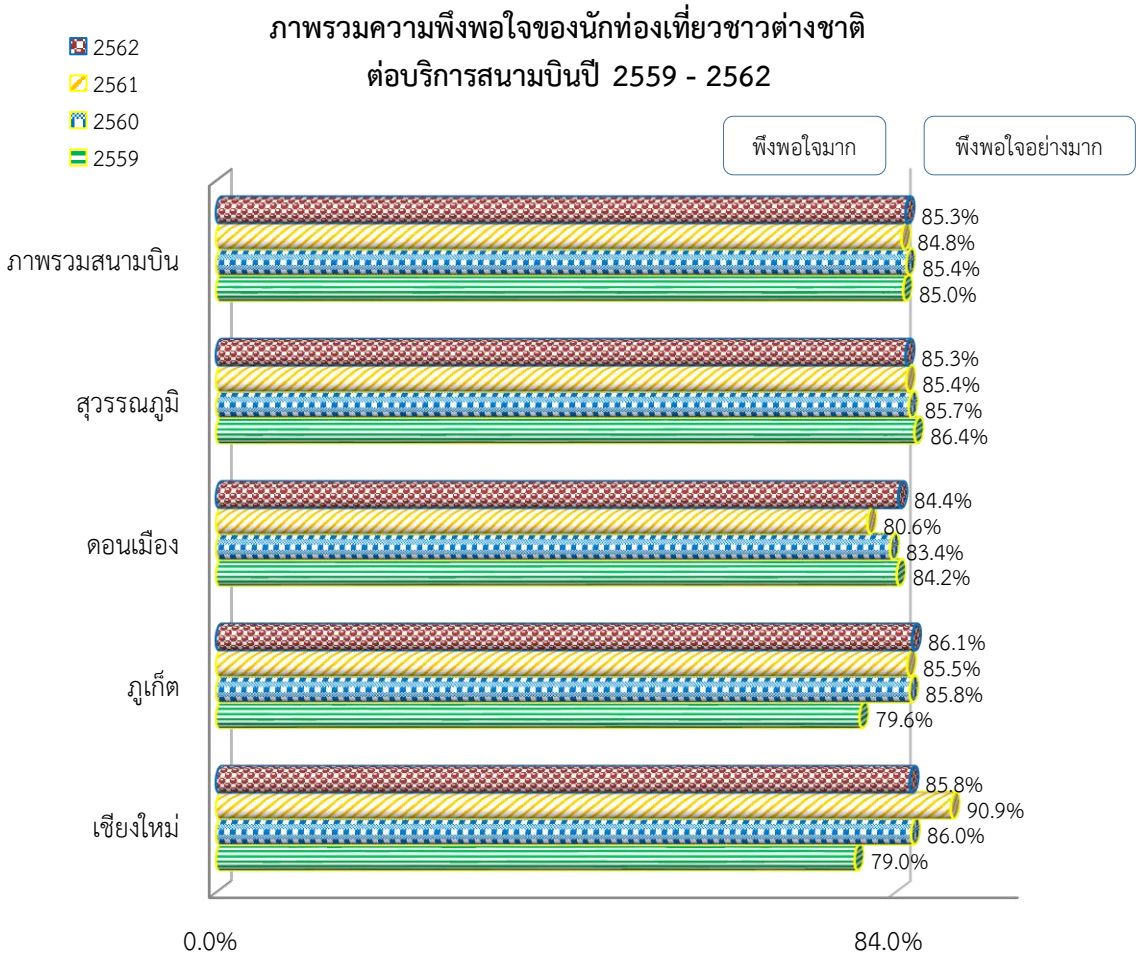
แผนภูมิที่ 4-39 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสนามบินในภาพรวม จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแต่ละสนามบินที่สำรวจ

ประเทศไทยมีท่าอากาศยานหลักอยู่ด้วยกัน 6 แห่ง ในจำนวนนี้ได้ทำการประเมินความพึงพอใจ 4 แห่ง ที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการจำนวนมาก ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต และท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ (ยกเว้นท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงรายและท่าอากาศยานหาดใหญ่) ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสนามบินทั้ง 4 แห่ง ดังกล่าว พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.3) ทั้งนี้ท่าอากาศยานทุกแห่งกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาทางสนามบินหลายแห่งได้มีการพัฒนาการให้บริการต่างๆ เช่น การขยายพื้นที่ให้บริการ การทำป้ายบอกทางภาษาจีน การปรับปรุงห้องน้ำ การจัดระเบียบรถแท็กซี่ เป็นต้น (แผนภูมิที่ 4-40)

แผนภูมิที่ 4-40 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 4 สนามบิน ระหว่างปี 2559-2562



2) การพัฒนาสนามบินที่เป็นสนามบินหลัก 4 อันดับแรกของประเทศ

ในการพัฒนาสนามบินจำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของบริการสนามบิน ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ในแต่ละประเด็นที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาบริการควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ จากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสนามบินทั้ง 4 แห่ง พบว่า ทุกสนามบินได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และจาก 10 ประเด็นที่ประเมิน พบว่า ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากใน 7 ประเด็นที่ประเมินสูงกว่าสนามอื่นๆ ในขณะที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองได้รับความพึงพอใจอย่างมากเพียง 1 ประเด็นที่ประเมิน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองอย่างเร่งด่วน สำหรับท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต มีบางประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไข ได้แก่ ความหลากหลายของร้านอาหารและร้านขายสินค้า บริการ Wi-Fi/Internet และการใช้ภาษาในการสื่อสาร (ตารางที่ 4-4)

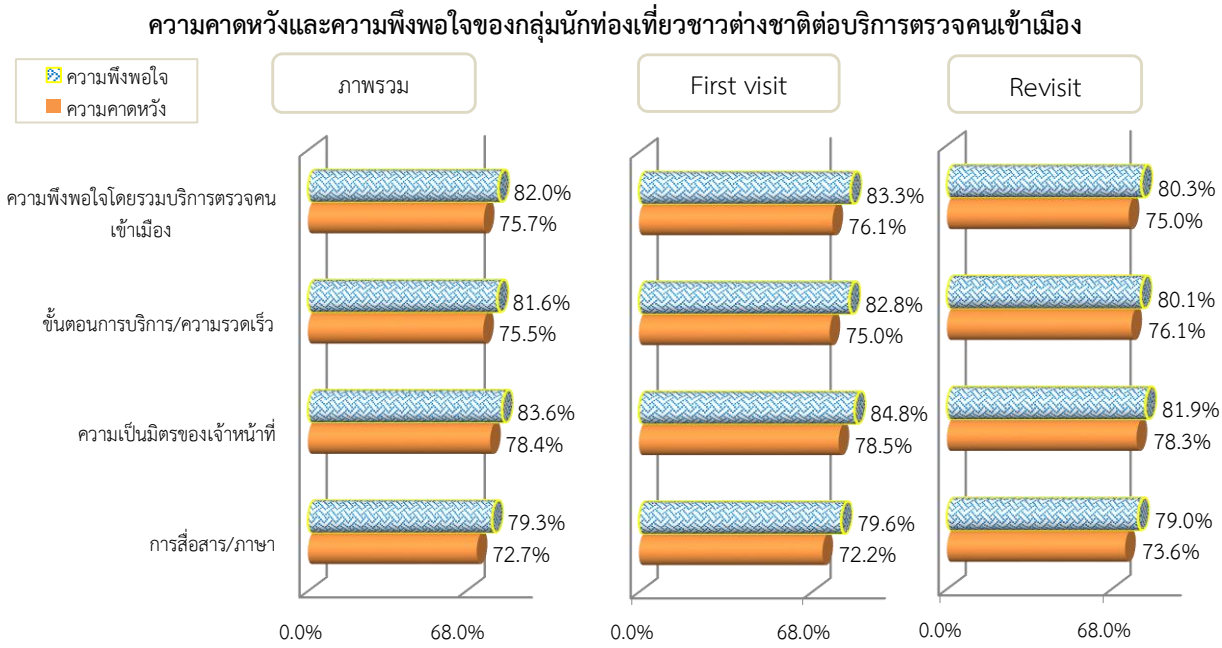
ตารางที่ 4-4 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการสนามบิน 4 แห่ง

การให้บริการสนามบิน	ท่าอากาศยานนานาชาติ			
	สุวรรณภูมิ	ดอนเมือง	ภูเก็ต	เชียงใหม่
1) ป้ายบอกทาง	✓	✗	✓	✓
2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	✓	✗	✓	✓
3) ห้องน้ำ	✓	✗	✓	✓
4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย	✗	✗	✗	✗
5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย	✓	✗	✗	✗
6) ความเป็นมิตรของพนักงาน	✓	✗	✓	✓
7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	✗	✗	✗	✗
8) บริการ wi-fi/internet	✗	✗	✗	✗
9) ความปลอดภัย	✓	✓	✓	✓
10) การให้บริการของพนักงาน	✓	✗	✓	✓
ภาพรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	**85.3%**	**84.4%**	**86.1%**	**85.8%**

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: × หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

2.3.2 บริการตรวจคนเข้าเมือง ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.0) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 75.7) โดยกลุ่มที่มาครั้งแรกมีความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ สูงกว่ากลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ สำหรับประเด็นที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร ขั้นตอนการให้บริการ/ความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (แผนภูมิที่ 4-41)

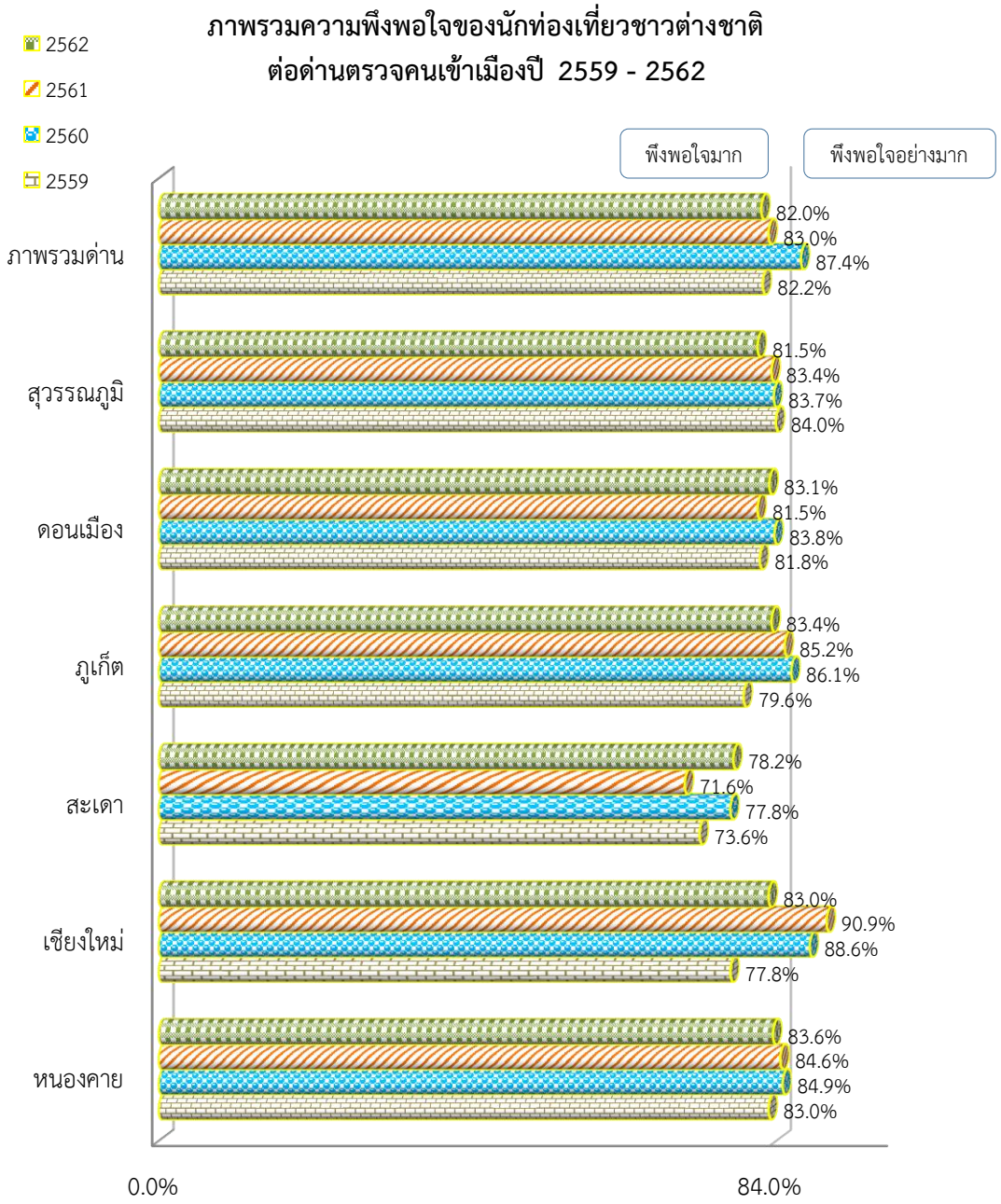
แผนภูมิที่ 4-41 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการตรวจคนเข้าเมือง จำแนกตามการเคยมาประเทศไทย



1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อด่านตรวจคนเข้าเมืองที่สำรวจ

ประเทศไทยมีด่านตรวจคนเข้าเมืองอยู่ด้วยกัน 58 ด่าน (ข้อมูลจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง) โดยด่านที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการมากที่สุด 6 อันดับแรก และใช้เป็นตัวแทนในการสำรวจครั้งนี้ ได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา) และด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดหนองคาย ซึ่งจากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านทั้ง 6 ด่าน ดังกล่าว พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.0) นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทุกด่าน พบว่า มีเพียง 4 ด่านที่มีความพึงพอใจสูงกว่า/เท่ากับค่าเฉลี่ยในภาพรวม ในขณะที่อีก 2 ด่านมีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวม คือ ด่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา (สงขลา) (ร้อยละ 81.5 และร้อยละ 78.2 ตามลำดับ) โดยด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดามีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยค่อนข้างมาก (แผนภูมิที่ 4-42)

แผนภูมิที่ 4-42 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของด่านตรวจคนเข้าเมือง ระหว่างปี 2559-2562



2) การพัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมืองที่เป็นด่านสำคัญที่สุด 6 อันดับแรกของประเทศ

การพัฒนาจำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของบริการตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งจากการศึกษา พบว่าในแต่ละประเด็นที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมสะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาบริการตรวจคนเข้าเมืองควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการตรวจคนเข้าเมือง

บริการตรวจคนเข้าเมือง	**ด่านตรวจคนเข้าเมือง**					
	ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	**ท่าอากาศยานดอนเมือง**	**ท่าอากาศยานภูเก็ต**	**ท่าอากาศยานเชียงใหม่**	**จังหวัดหนองคาย**	**สะเดา (สงขลา)**
1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	✘	✘	✘	✘	✘	✘
2) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่	✘	✘	✓	✓	✓	✘
3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว	✘	✘	✘	✘	✘	✘
ภาพรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	**81.5%**	**83.1%**	**83.4%**	**83.0%**	**83.6%**	**78.2%**

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: × หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

3. สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งบริการด้านการท่องเที่ยวด้านสนามบินและบริการตรวจคนเข้าเมือง

ตารางที่ 4-6 จุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านสนามบินและบริการตรวจคนเข้าเมือง

ประเด็นที่ประเมิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
1. สนามบิน	1) ป้ายบอกทาง 2) ความเป็นมิตรของพนักงาน 3) การให้บริการของพนักงาน 4) ความปลอดภัย 5) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ห้องน้ำ	1) การให้บริการ wi-fi และอินเทอร์เน็ต 2) ร้านขายอาหารที่หลากหลาย 3) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4) ร้านขายสินค้าที่หลากหลาย	1) กระบวนการให้บริการล่าช้าต้องรอคิวนาน 2) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนน้อย 3) ไม่สะดวกในการเดินทาง 4) ร้านขายอาหารมีน้อยประเภท 5) ไม่มีจุดนั่งพักผ่อน 6) ร้านจำหน่ายสินค้ามีน้อย 7) ไม่สามารถติดต่อสื่อสารได้
2. บริการตรวจคนเข้าเมือง	-	1) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ 2) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร 3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว	1) เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการไม่สุภาพ 2) ความรวดเร็วในการให้บริการ 3) การที่ต้องใช้เวลารอคอยนาน 4) ช่องให้บริการมีน้อย 5) ไม่สามารถติดต่อสื่อสารได้หลายภาษา

ส่วนที่ 4.3
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2562 จำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ 1) จีน 2) ญี่ปุ่น 3) เกาหลีใต้ 4) อินเดีย 5) สิงคโปร์ 6) สหราชอาณาจักร 7) สหรัฐอเมริกา 8) เยอรมนี 9) ฮ่องกง และ 10) ฝรั่งเศส มีผลสำรวจดังนี้

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5,679 ราย พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 51.2 ต่อ ร้อยละ 48.8) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 44.7) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.7) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นนักวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 31.5) และมีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับปานกลาง ระหว่าง 20,000-40,00 ดอลลาร์สหรัฐฯ มากที่สุด (ร้อยละ 35.6) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นตลาดหลักในประเทศไทย โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินระดับปานกลาง

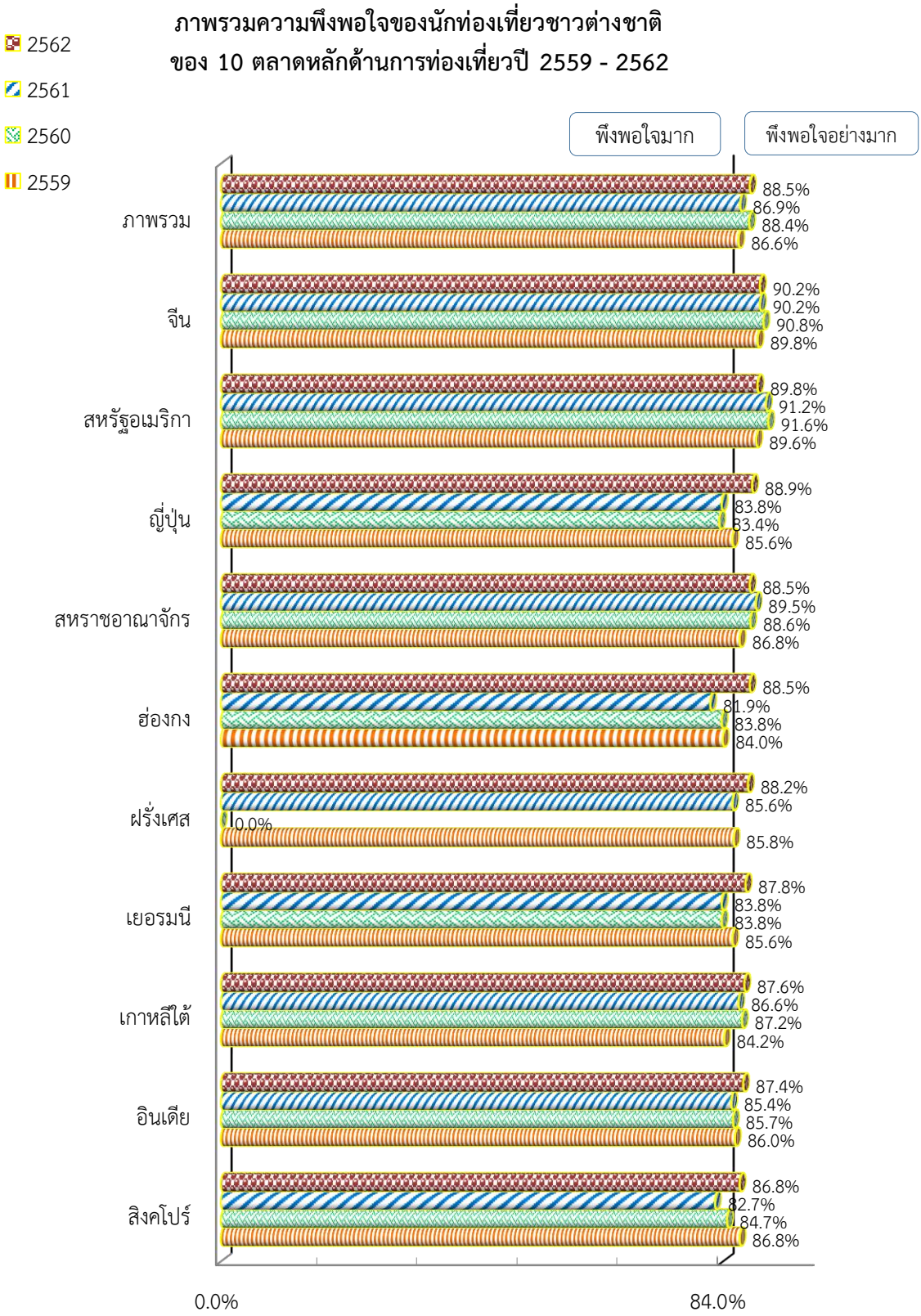
2. พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเข้าร่วมในสัดส่วนที่สูงเหมือนกัน (มากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไป) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภททะเลและชายหาด สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานโบราณวัตถุ และศาสนา เช่น วัด เป็นต้น การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย การชิมอาหารไทย และการชมเมือง

3. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

จากการประเมินความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกประเทศมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยมีนักท่องเที่ยวจากจีนมีความพอใจสูงสุด (ร้อยละ 90.2) สำหรับประเทศที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สิงคโปร์ (ร้อยละ 86.8) เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ (ร้อยละ 88.5) พบว่า มี 3 ประเทศที่มีความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น และ 5 ประเทศที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ ส่วนที่เหลืออีก 2 ประเทศ มีความพึงพอใจเท่ากับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประเทศ โดยมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำในประเด็นสำคัญที่ประเมิน ได้แก่ รถโดยสารสาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะ ทั้งนี้ทุกประเทศมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง (แผนภูมิที่ 4-43)

แผนภูมิที่ 4-43 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวในปี 2559-2562



หมายเหตุ ประเทศฝรั่งเศสไม่ได้ประเมินในปี 2560

3.1 ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละประเทศ พบว่า เกือบทุกประเทศเห็นว่าการให้บริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุดและติด 1 ใน 5 ต่อเนื่องทุกปี แสดงให้เห็นว่า “การให้บริการเชิงสุขภาพ” เป็นจุดแข็งของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ และยังต้องมีการศึกษาพฤติกรรมความต้องการบริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอบริการเชิงสุขภาพที่ตรงตามความต้องการ ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานการบริการเชิงสุขภาพของไทยให้ได้มาตรฐานอย่างเคร่งครัด และควบคุมไม่ให้มีการแอบแฝงขายบริการทางเพศและการแข่งขันด้านราคา อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียต่อภาพลักษณ์บริการเชิงสุขภาพของประเทศไทย

ในขณะที่ประเด็นอื่นๆ ที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละประเทศแตกต่างกัน โดยในประเด็นหลักๆ มีดังนี้

(1) ประชาชน มี 9 ประเทศ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮ่องกง สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และเยอรมนีที่มีความพึงพอใจสูงสุดติด 1 ใน 5 แสดงให้เห็นว่าประชาชนคนไทยได้มีการพัฒนาไปในแนวทางที่ดีขึ้นทั้งการใช้ภาษา ความเป็นมิตร และความซื่อสัตย์ เนื่องจากภาครัฐ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีการสนับสนุนส่งเสริมในการพัฒนาการให้บริการของประชานในพื้นที่ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีมาอย่างต่อเนื่อง

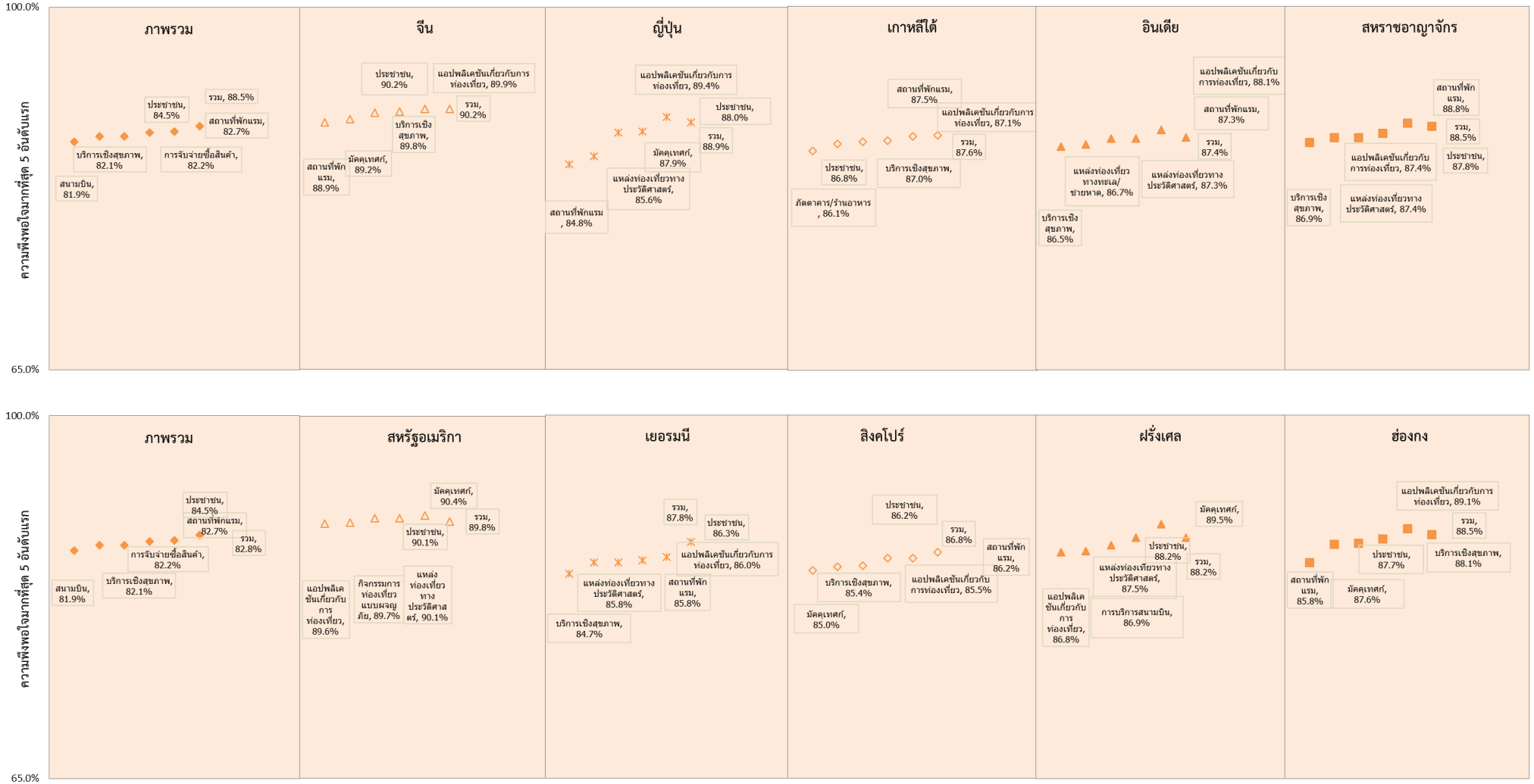
(2) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทุกประเทศมีความพึงพอใจสูงสุดติด 1 ใน 5 สะท้อนถึงการพัฒนาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนของไทย ในการส่งเสริมการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล และผู้ใช้บริการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

(3) สถานที่พักแรม มี 8 ประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ฮ่องกง สหราชอาณาจักร เยอรมนี และญี่ปุ่น มีความพึงพอใจสูงสุดติด 1 ใน 5 แสดงให้เห็นว่า ภาคเอกชนได้มีการพัฒนาสถานที่พักแรมจนเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและมีความโดดเด่นขึ้นมากในปีนี้เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านๆ มา

(4) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มี 6 ประเทศ ได้แก่ อินเดีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น มีความพึงพอใจสูงสุดติด 1 ใน 5 แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้มีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ให้น่าสนใจ ส่งผลให้ในปีนี้มีชาวต่างชาติเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมากกว่าปีก่อนๆ

นอกจากนี้ยังมีหลายกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าร่วมแต่ยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจได้มาก เช่น การซื้อสินค้าและของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเดินทางมาประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขโดยเร่งด่วน (แผนภูมิที่ 4-44)

แผนภูมิที่ 4-44 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว



3.2 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับจากท้ายสุดของแต่ละประเทศ พบว่า “ห้องน้ำสาธารณะ” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดติด 1 ใน 5 ของทุกประเทศต่อเนื่องทุกปี แสดงให้เห็นว่า “ห้องน้ำสาธารณะ” เป็นจุดอ่อนที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีน้อย หายาก และสกปรก จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน ทั้งนี้ที่ผ่านมาก็ยังไม่มีการแก้ไขอย่างจริงจัง

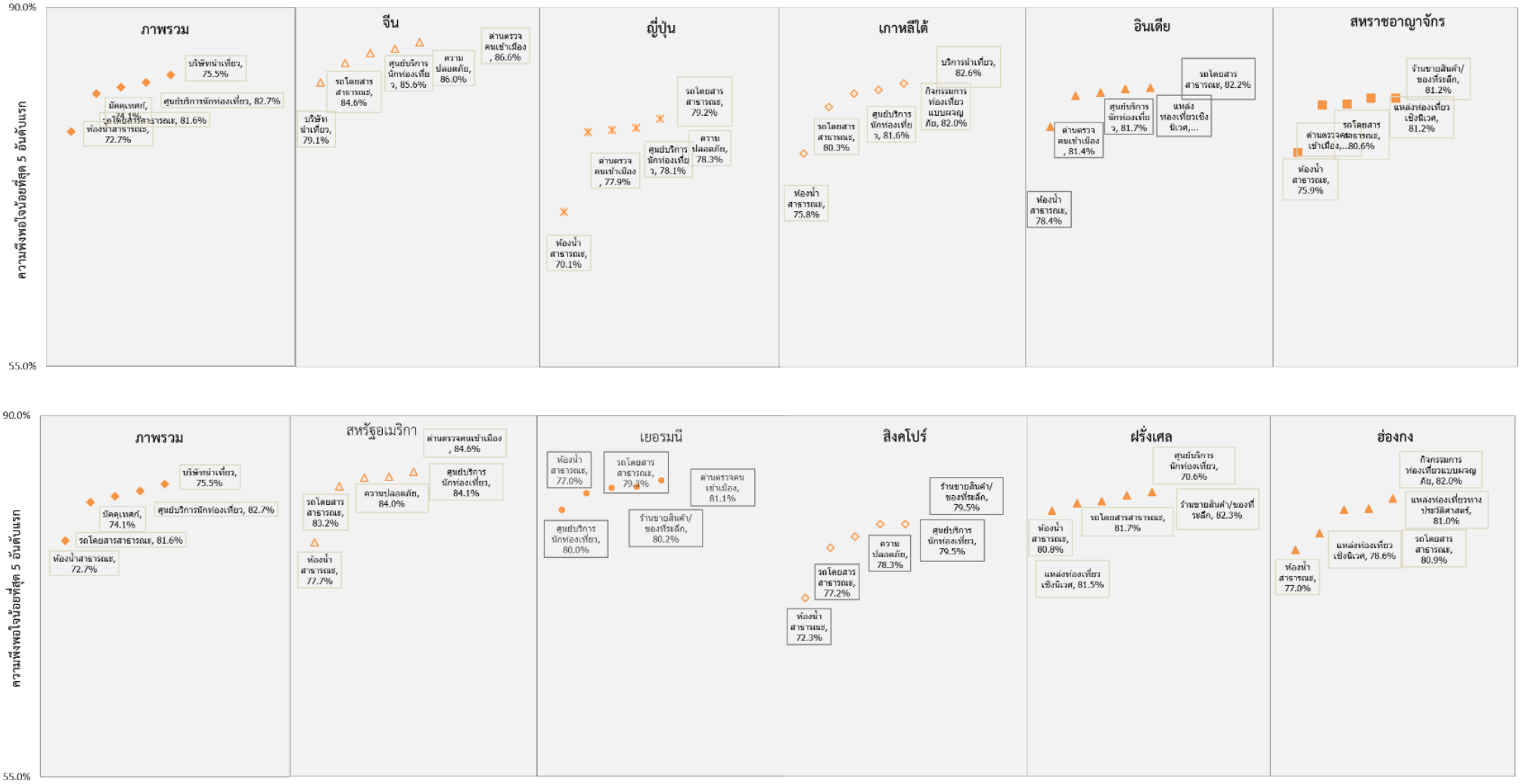
ในขณะที่ประเด็นอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับจากท้ายสุดของแต่ละประเทศแตกต่างกัน โดยในประเด็นหลักๆ มีดังนี้

(1) รถโดยสารสาธารณะ ทุกประเทศมีความพึงพอใจต่ำสุดรองจากห้องน้ำสาธารณะเป็นส่วนใหญ่และต่อเนื่องทุกปี ถึงแม้ในช่วงที่ผ่านมาจะมีมาตรการต่างๆ ออกมาเพื่อควบคุมและปราบปราม แต่ยังขาดความต่อเนื่อง ทำให้ยังมีผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะกระทำความผิดแต่ไม่เป็นข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรถแท็กซี่ที่ไม่ยอมใช้มิเตอร์ รถตุ๊กตุ๊ก รถสองแถว เป็นต้น โดยคิดค่าโดยสารในอัตราที่สูงกว่าความเป็นจริง โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งแก้ไขอย่างเร่งด่วน และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

(2) บริการตรวจคนเข้าเมือง มี 6 ประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี และญี่ปุ่น มีความพึงพอใจต่ำอยู่ในอับดับ 1-5 จากท้ายถึงแม้ในช่วงที่ผ่านมาจะมีการพัฒนาการให้บริการ แต่ด้วยข้อจำกัดด้านสถานที่และกำลังคนในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้การให้บริการเกิดความไม่สะดวก

(3) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มี 8 ประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฝรั่งเศส และเกาหลีใต้ที่มีความพึงพอใจต่ำอยู่ในดับดับ 1-5 จากท้าย เนื่องจากมีปัญหาด้านความสะดวกในการเข้าถึง รูปแบบการให้ความช่วยเหลือและการใช้ภาษาในการสื่อสาร ดังนั้นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จะต้องพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยเน้นในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักก่อนโดยเร่งด่วน (แผนภูมิที่ 4-45)

แผนภูมิที่ 4-45 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว



3.3 การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับ 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว นั้น จำเป็นต้องพิจารณาในรายละเอียดที่เป็นประเด็นที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของแต่ละประเด็นบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่า “ความพึงพอใจระดับมาก” แสดงว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” แสดงถึงบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งพบว่า มี 3 ประเด็นที่ทุกประเทศมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ ประชาชน สถานที่พักแรม และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในขณะที่มี 1 ประเด็นที่ทุกประเทศมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ ห้องน้ำสาธารณะ (ตารางที่ 4-7)

ตารางที่ 4-7 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	จีน	ญี่ปุ่น	สหรัฐฯ	อินเดีย	เกาหลีใต้	สหราชอาณาจักร	สิงคโปร์	เยอรมนี	ฮ่องกง	ฝรั่งเศส
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. มัคคุเทศก์	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓
10. กิจกรรมผจญภัย	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
12. รถโดยสารสาธารณะ	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
15. สนามบิน	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓
16. บริการนำเที่ยว	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
17. ความปลอดภัย	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	17	5	15	9	7	9	5	6	7	12

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: × หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

ส่วนที่ 4.4
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 8 ภูมิภาค ที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว

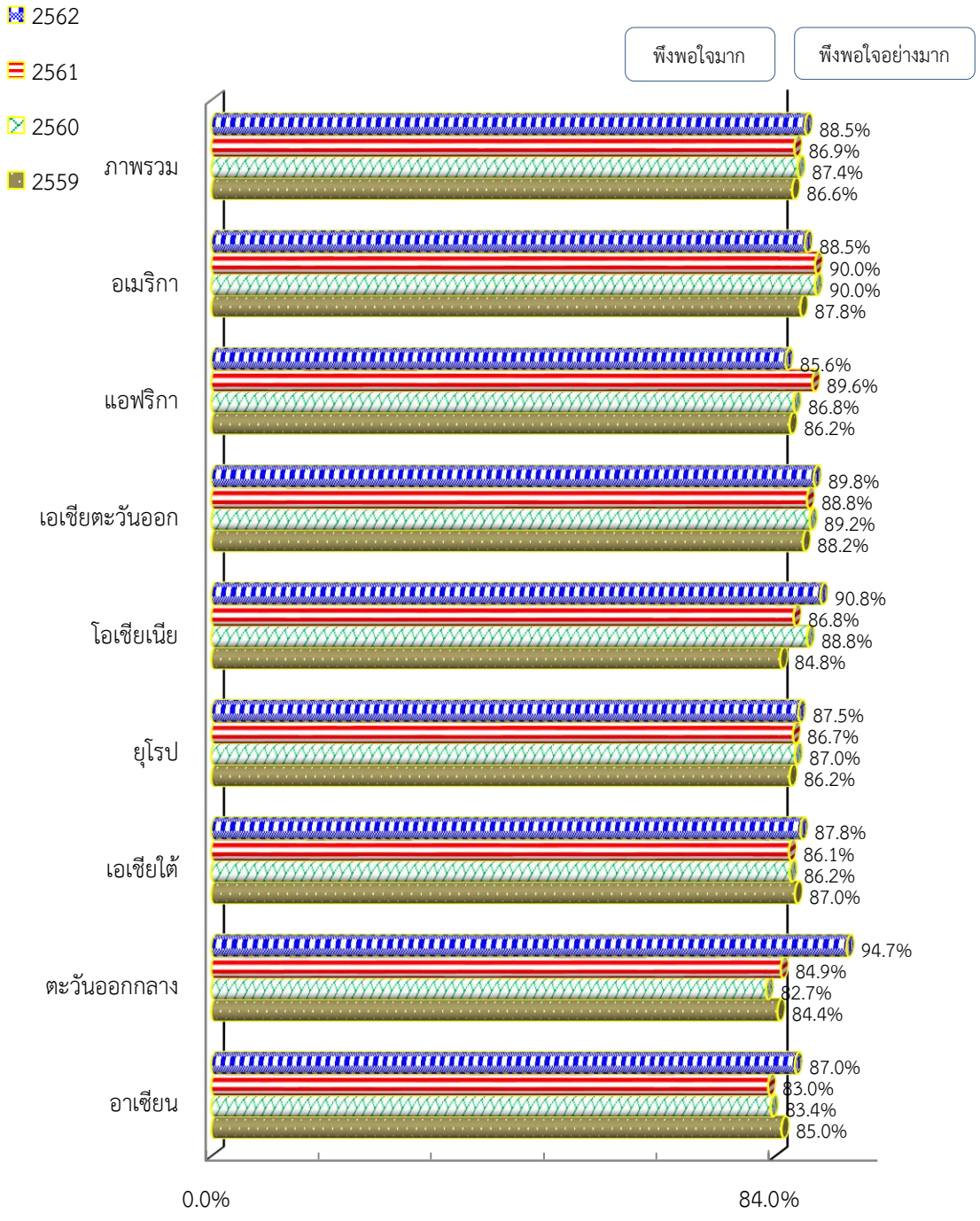
1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว

จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจในปี 2562 จำนวน 9,907 คน นั้น ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากภูมิภาคสำคัญ 8 ภูมิภาค ได้แก่ เอเชียตะวันออก (ร้อยละ 36.8) อาเซียน (ร้อยละ 20.8) ยุโรป (ร้อยละ 23.8) อเมริกา (ร้อยละ 7.6) เอเชียใต้ (ร้อยละ 6.5) โอเชียเนีย (ร้อยละ 3.4) ตะวันออกกลาง (ร้อยละ 0.7) และแอฟริกา (ร้อยละ 0.4)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในทุกภูมิภาคเดินทางมาประเทศไทย เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เป็นส่วนใหญ่ โดยกิจกรรมที่เข้าร่วมในสัดส่วนที่สูง (มากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไป) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภททะเลและชายหาด สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา เช่น วัด เป็นต้น การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย การชิมอาหารไทย และการชมเมือง

จากการประเมินความพึงพอใจ พบว่า ทุกภูมิภาคที่มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยภูมิภาคที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ตะวันออกกลาง (ร้อยละ 94.7) ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างสูง รองลงมาเป็น โอเชียเนีย (ร้อยละ 90.8) และเมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้งประเทศ (ร้อยละ 88.5) พบว่า มี 4 ภูมิภาค ที่มีความพึงพอใจสูงกว่าความพึงพอใจเฉลี่ยของประเทศ ทั้งนี้ภูมิภาคอาเซียนซึ่งเป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด แต่มีคะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ (แผนภูมิที่ 4-46) โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากคะแนนความพึงพอใจของประเทศที่เป็นตลาดหลักในภูมิภาคนี้ ได้แก่ มาเลเซีย และสิงคโปร์ ที่มีคะแนนความพึงพอใจในทุกประเด็นที่ประเมินค่อนข้างต่ำโดยเฉพาะในเรื่องของการบริการของด่านตรวจคนเข้าเมือง การบริการสนามบิน การบริการรถโดยสารสาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเชิงลึกเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศในกลุ่มนี้ให้มากขึ้น

แผนภูมิที่ 4-46 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดด้านการท่องเที่ยว ปี 2559-2562



2. ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค

"การบริการเชิงสุขภาพ" เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุดในทุกภูมิภาค สอดคล้องกับภาพรวมของประเทศ แสดงให้เห็นว่า "การบริการเชิงสุขภาพ" เป็นจุดแข็งของประเทศไทย จำเป็นต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้

ทั้งนี้ประเด็นอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาคแตกต่างกัน โดยในประเด็นหลักๆ มี ดังนี้

(1) ประชาชน มี 6 ภูมิภาค ได้แก่ เอเชียตะวันออก อาเซียน ตะวันออกกลาง ยุโรป โอเชียเนีย และแอฟริกามีความพึงพอใจติด 1 ใน 5 อันดับแรก

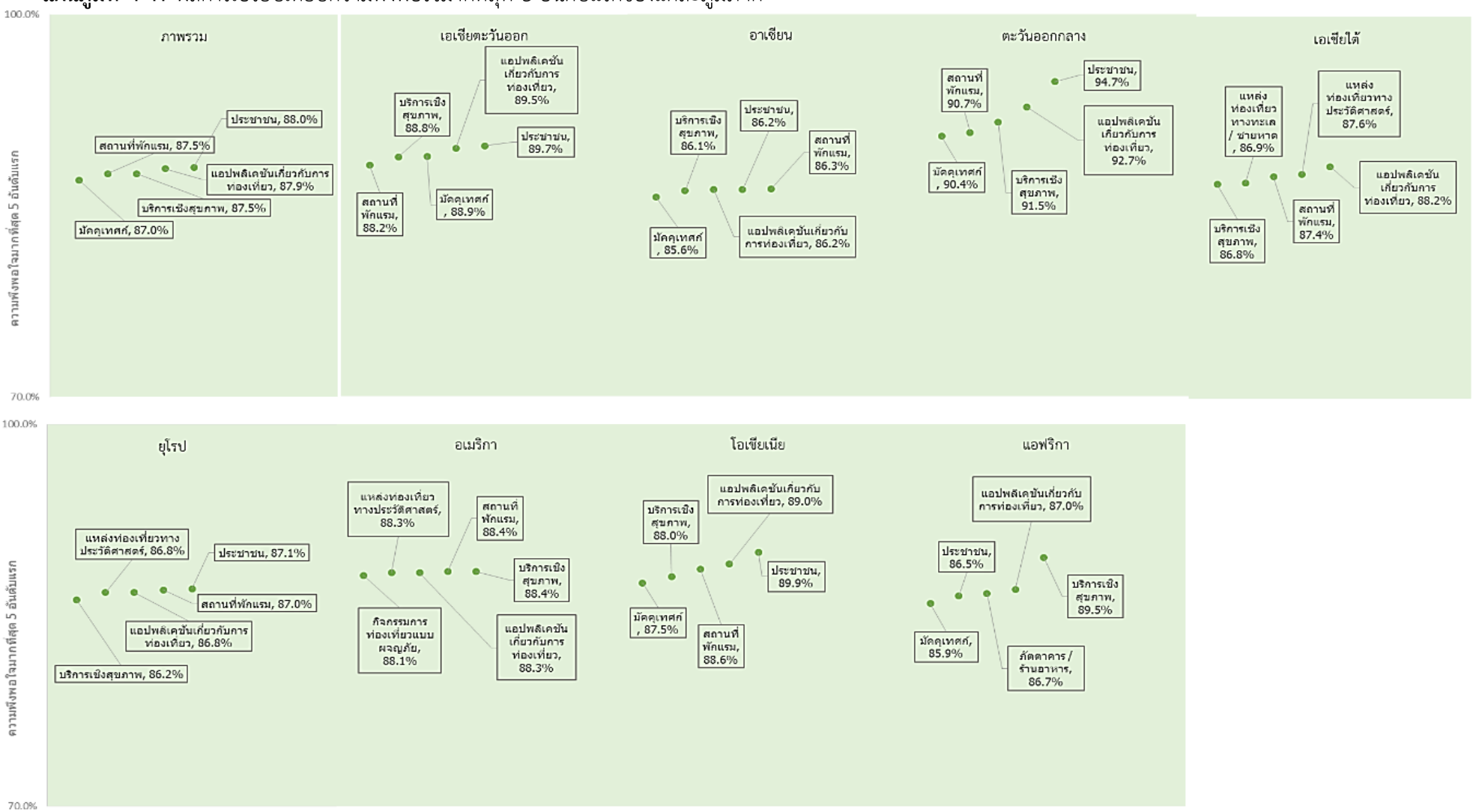
(2) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทุกภูมิภาคมีความพึงพอใจติด 1 ใน 5 อันดับแรก

(3) สถานที่พักแรม มี 7 ภูมิภาค ได้แก่ เอเชียตะวันออก อาเซียน ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย มีความพึงพอใจติด 1 ใน 5 อันดับแรก

(4) มัคคุเทศก์ มี 5 ภูมิภาค ได้แก่ เอเชียตะวันออก อาเซียน ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย และแอฟริกามีความพึงพอใจติด 1 ใน 5 อันดับแรก

ในขณะที่ประเด็นที่เป็นจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีความพึงพอใจไม่ติด 1 ใน 5 อันดับแรก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขโดยเร่งด่วน (แผนภูมิที่ 4-47)

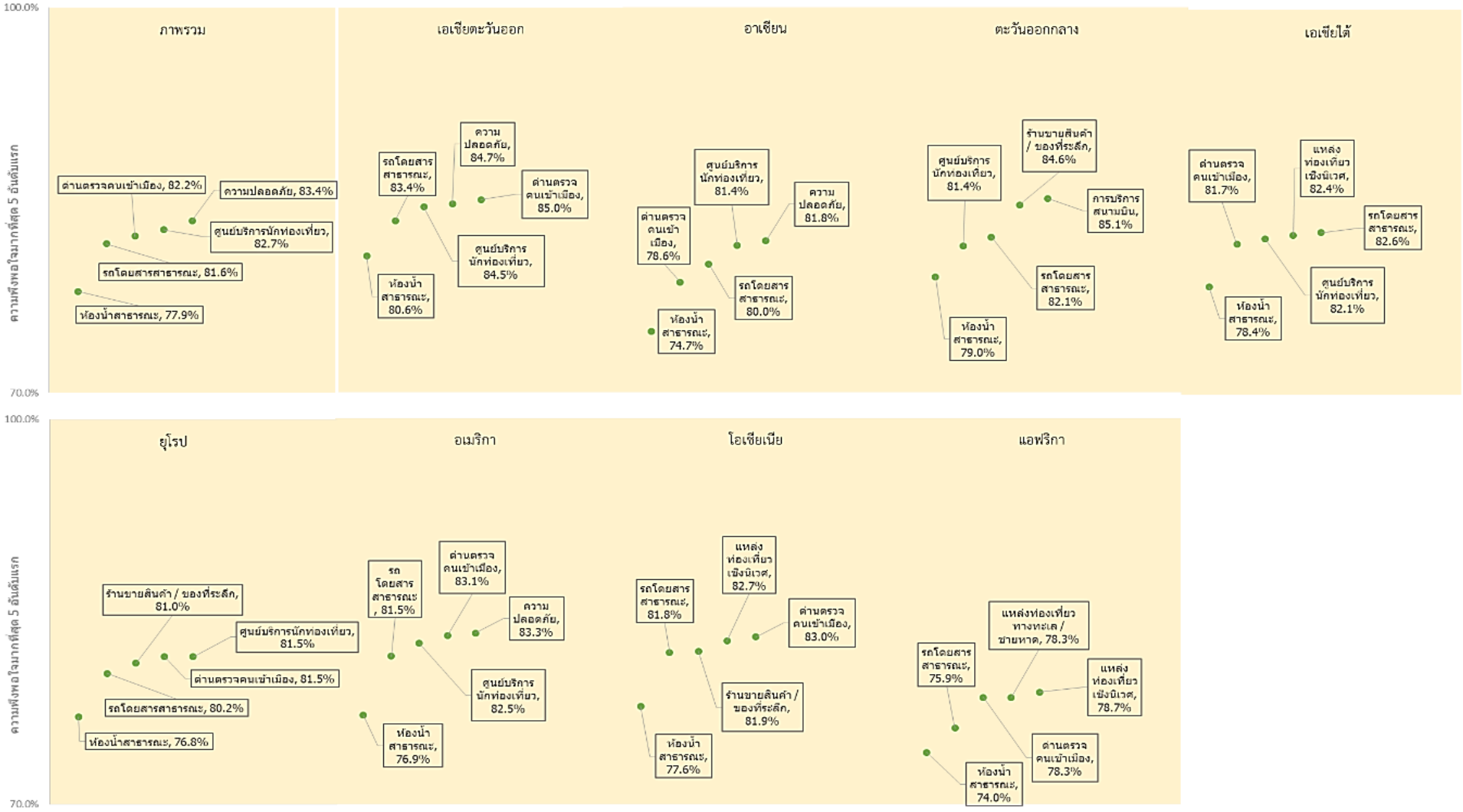
แผนภูมิที่ 4-47 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค



3. ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค

การบริการ "ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริการด่านตรวจคนเข้าเมือง” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุดของเกือบทุกภูมิภาคและสอดคล้องกับภาพรวมประเทศ แสดงให้เห็นว่าประเด็นห้องน้ำสาธารณะเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน นอกจากนี้ การบริการร้านขายสินค้าและของที่ระลึก ยังเป็นบริการที่จะต้องได้รับการปรับปรุงเช่นกัน (แผนภูมิที่ 4-48)

แผนภูมิที่ 4-48 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค



4. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

จากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจอย่างมากในทุกภูมิภาค มี 3 ประเด็น ได้แก่ ประชาชน สถานที่พักแรม และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากในทุกภูมิภาคมี 2 ประเด็น ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะและบริการรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค

บริการด้านการท่องเที่ยว	เอเชียใต้	เอเชียตะวันออก	ยุโรป	เอเชียใต้	อเมริกา	โอเชียเนีย	ตะวันออกกลาง	แอฟริกา
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. มัคคุเทศก์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
10. กิจกรรมผจญภัย	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗
12. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
15. สนามบิน	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
16. บริการนำเที่ยว	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓
17. ความปลอดภัย	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	7	16	9	9	12	10	15	7

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: × หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

ส่วนที่ 4.5
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 10 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และใน 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

ก. เมืองท่องเที่ยวหลัก

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 10 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ จำนวน 5,400 ตัวอย่าง สามารถสำรวจได้จริง จำนวน 5,474 ตัวอย่าง สูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ 1.4 (ตารางที่ 4-9)

ตารางที่ 4-9 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

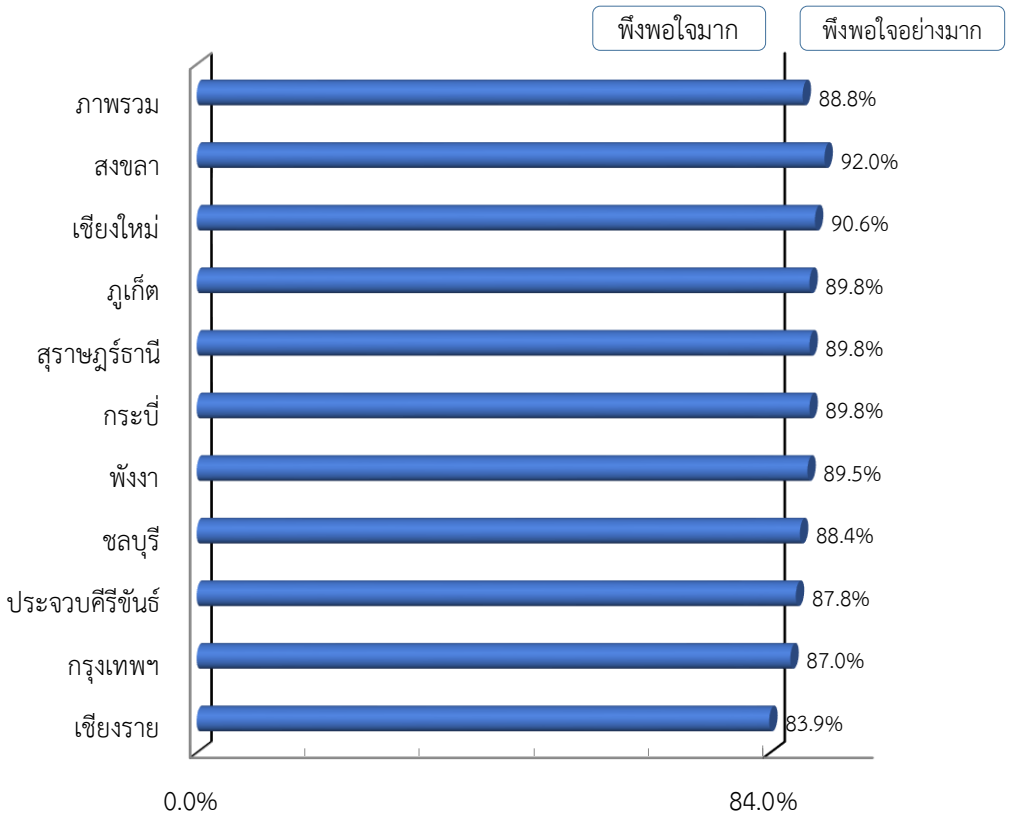
จังหวัดที่สำรวจ	เป้าหมาย (คน)	ผลการสำรวจ (คน)
1) กรุงเทพมหานคร	1,349	1,349
2) ภูเก็ต	1,239	1,241
3) ชลบุรี	870	870
4) สุราษฎร์ธานี	448	449
5) เชียงใหม่	366	367
6) สงขลา	311	312
7) กระบี่	285	285
8) ประจวบคีรีขันธ์	132	201
9) พังงา	200	200
10) เชียงราย	200	200
รวม	**5,400**	**5,474**

ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี 2562 จำนวน 5,474 ตัวอย่าง ใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ พังงา และเชียงราย พบว่า มี 9 จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สงขลา (ร้อยละ 92.0) เชียงใหม่ (ร้อยละ 90.6) และกระบี่/สุราษฎร์ธานี/ภูเก็ต (ร้อยละ 89.8 เท่ากัน) ในขณะที่จังหวัดที่ความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ เชียงราย (ร้อยละ 83.9) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 87.0) และประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 87.8) (แผนภูมิที่ 4-49)

แผนภูมิที่ 4-49 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก



2. ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด

“ประชาชน” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุดในทุกจังหวัด ยกเว้นจังหวัดพังงา ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของประเทศ แสดงให้เห็นว่าจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศประชาชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจ ถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย ซึ่งต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ สำหรับประเด็นอื่นๆ ที่อยู่ใน 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัดมี ดังนี้

(1) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า มี 9 จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ใน 5 อันดับแรก ยกเว้นจังหวัดสงขลาที่อยู่ในอันดับที่ 11

(2) สถานที่พักแรม พบว่า มี 7 จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ใน 5 อันดับแรก ยกเว้นจังหวัดเชียงราย กระบี่และประจวบคีรีขันธ์ แสดงให้เห็นว่าทุกจังหวัดมีการพัฒนาสถานที่พักแรมได้ดี

(3) บริการเชิงสุขภาพ พบว่า มี 7 จังหวัด ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจ อยู่ใน 5 อันดับแรก ยกเว้นกรุงเทพมหานคร เชียงราย สุราษฎร์ธานี และสงขลาที่อยู่ในอันดับที่ 6, 7 และ 8 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าทุกจังหวัดมีการพัฒนาบริการเชิงสุขภาพได้ดี

(4) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พบว่า มี 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ และเชียงราย ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ใน 5 อันดับแรก ในขณะที่จังหวัดอื่นๆ จะมีความโดดเด่นด้านทะเลและชายหาด

(แผนภูมิที่ 4-50)

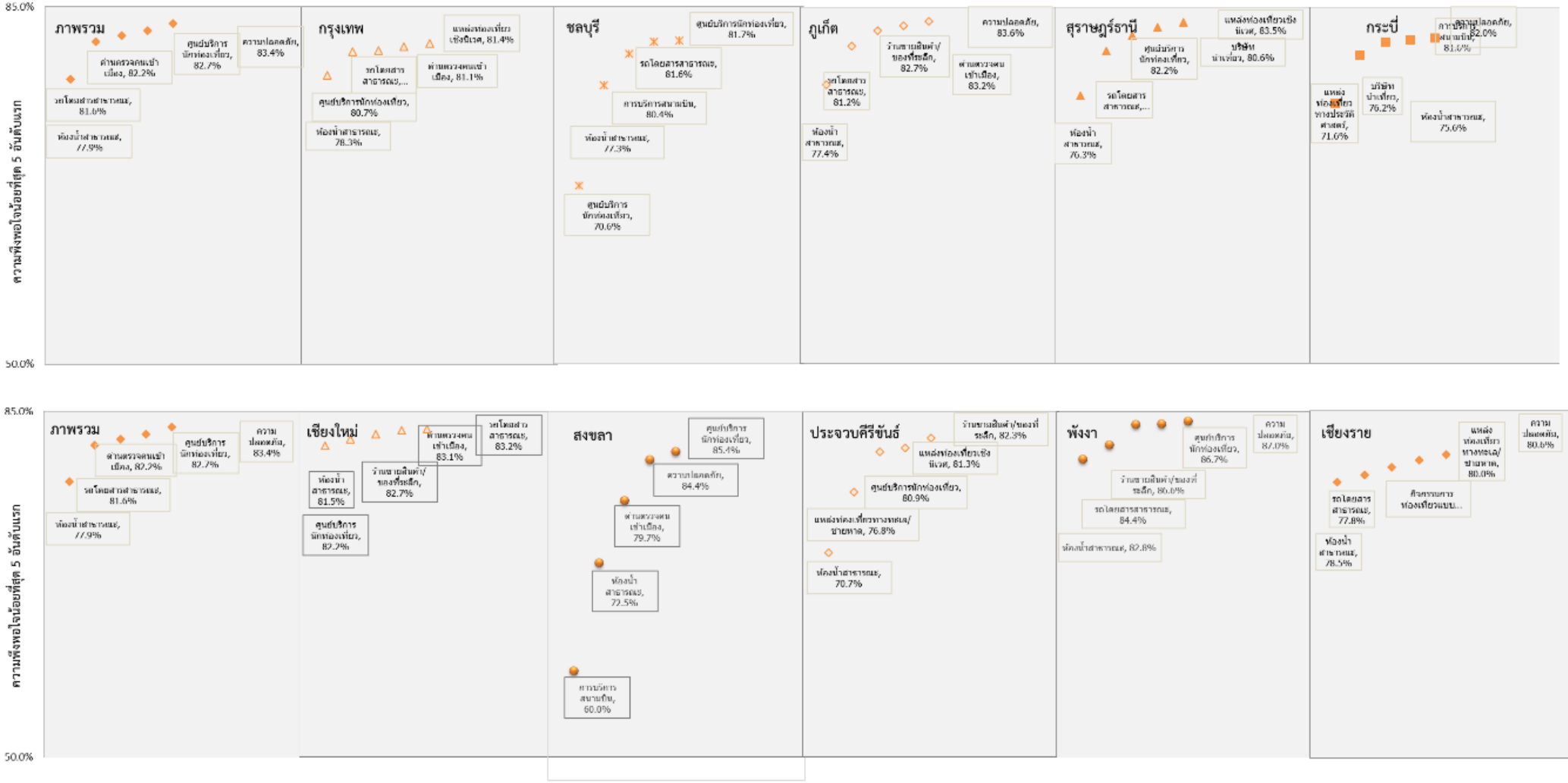
แผนภูมิที่ 4-50 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด



3. ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด

การบริการ “ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ บริการตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุดของเกือบทุกจังหวัด และสอดคล้องกับภาพรวมของประเทศ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข (แผนภูมิที่ 4-51)

แผนภูมิที่ 4-51 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด



4. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

จากการศึกษาพบว่า ในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจอย่างมากในทุกจังหวัด มี 2 ประเด็น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากในทุกจังหวัด คือ ห้องน้ำสาธารณะ ซึ่งทุกจังหวัดควรจะต้องมีการแก้ไขปรับปรุงโดยเร่งด่วน สามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

บริการด้านการท่องเที่ยว	**กรุงเทพมหานคร**	**ภูเก็ต**	**ชลบุรี**	**สุราษฎร์ธานี**	**เชียงใหม่**	**สงขลา**	**กระบี่**	**ประจวบคีรีขันธ์**	**พังงา**	**เชียงราย**
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด		✓	✗	✓		✓	✓	✗	✓	
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
8. มัคคุเทศก์	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
10. กิจกรรมผจญภัย	✗	✓	✓	✓	✓	-	✓	✗	✓	✗
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
12. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✗	✗	✓	✗	✗	✗				✗
15. สนามบิน	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗			✗
16. บริการนำเที่ยว	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗
17. ความปลอดภัย	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	6	11	10	12	7	14	9	7	15	2

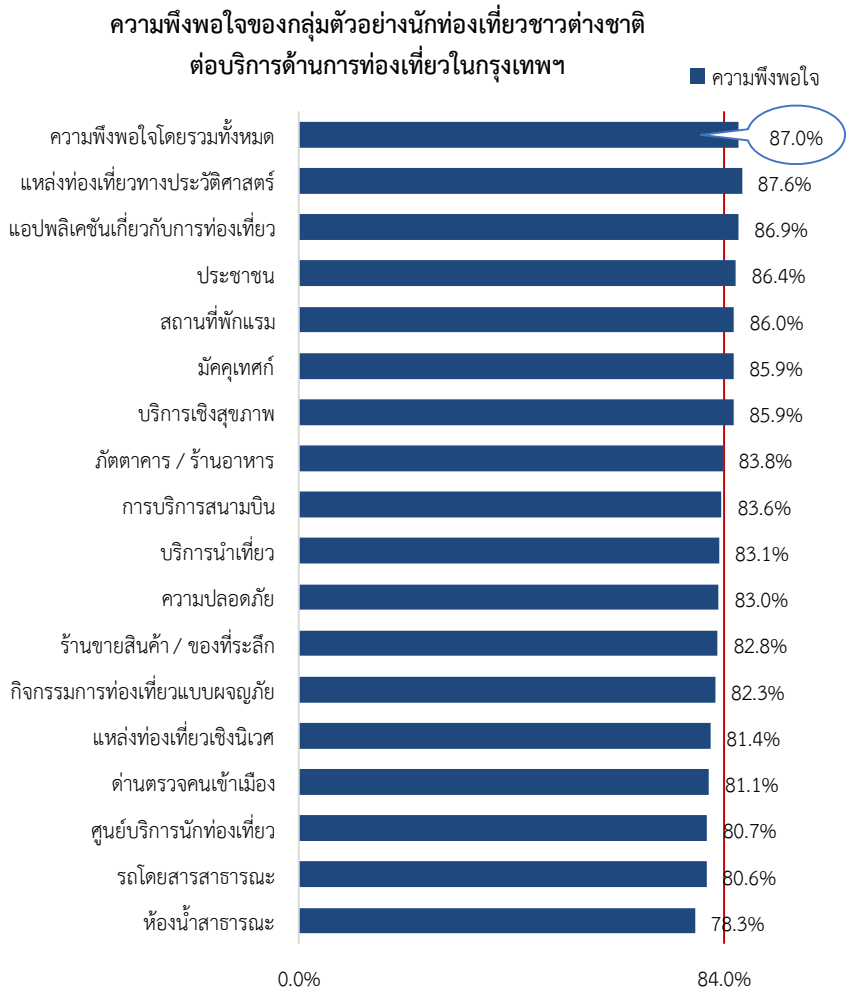
หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: × หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

5. ความพึงพอใจในแต่ละจังหวัด

5.1 กรุงเทพมหานคร

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,349 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.0) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 85.6) จาก 17 ประเด็นที่ประเมิน มี 6 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 11 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 87.6) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 86.9) และประชาชน (ร้อยละ 86.4) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 78.3) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 80.6) และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 80.7) (แผนภูมิที่ 4-52)

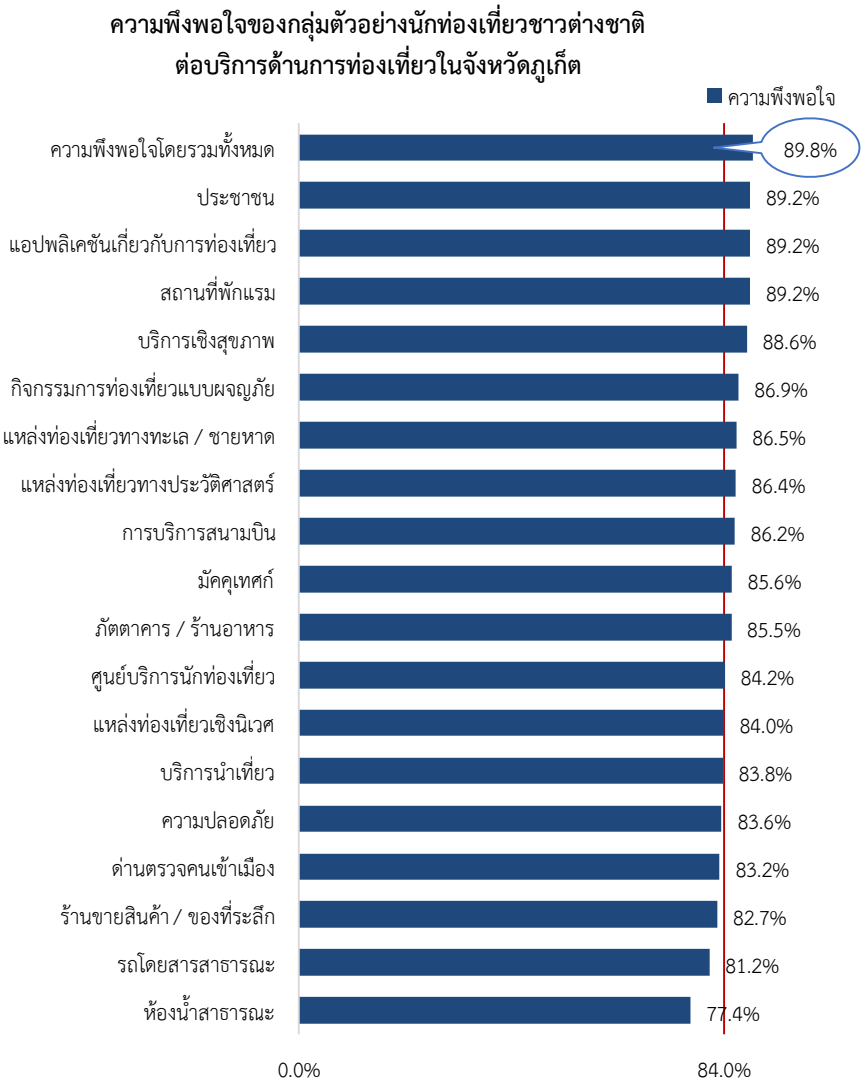
แผนภูมิที่ 4-52 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร



5.2 จังหวัดภูเก็ต

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1,241 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.8) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.6) จาก 18 ประเด็นที่ประเมินมี 11 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 7 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และสถานที่พักแรม ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 89.2) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 77.4) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 81.2) และร้านขายสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 82.7) (แผนภูมิที่ 4-53)

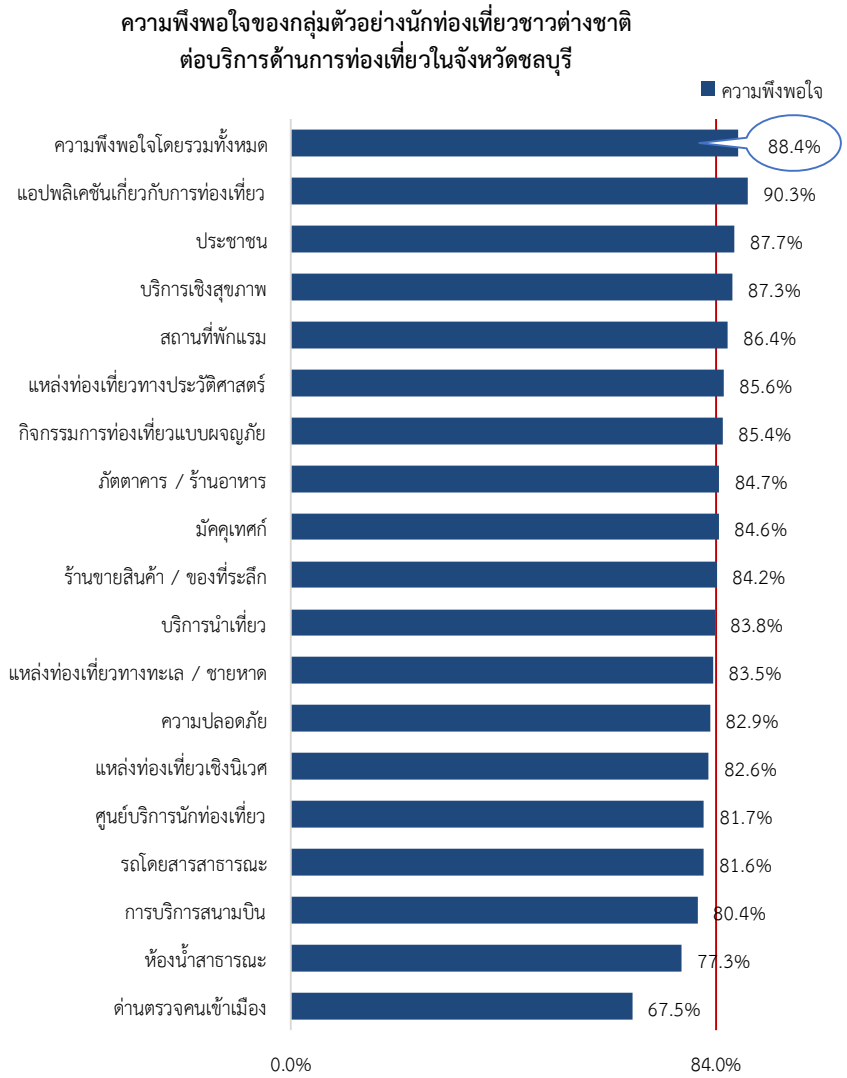
แผนภูมิที่ 4-53 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต



5.3 จังหวัดชลบุรี

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 870 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.4) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 85.3) จาก 18 ประเด็นที่ประเมินมี 9 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 9 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 90.3) ประชาชน (ร้อยละ 87.7) และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 87.3) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมือง (ร้อยละ 67.5) ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 77.3) และบริการสนามบิน (ร้อยละ 80.4) (แผนภูมิที่ 4-54)

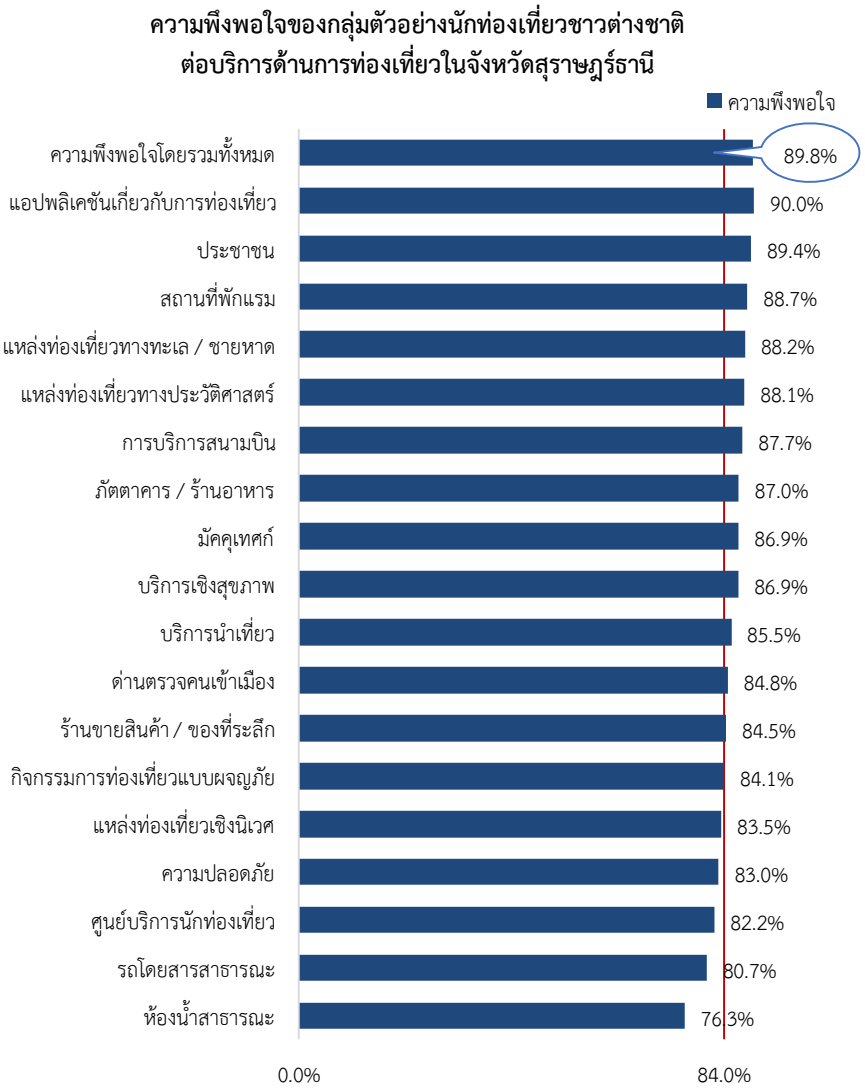
แผนภูมิที่ 4-54 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี



5.4 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 449 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.8) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 77.8) จาก 18 ประเด็นที่ประเมินมี 13 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 5 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 90.0) ประชาชน (ร้อยละ 89.4) และสถานที่พักแรม (ร้อยละ 88.7) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 76.3) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 80.7) และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 82.2) (แผนภูมิที่ 4-55)

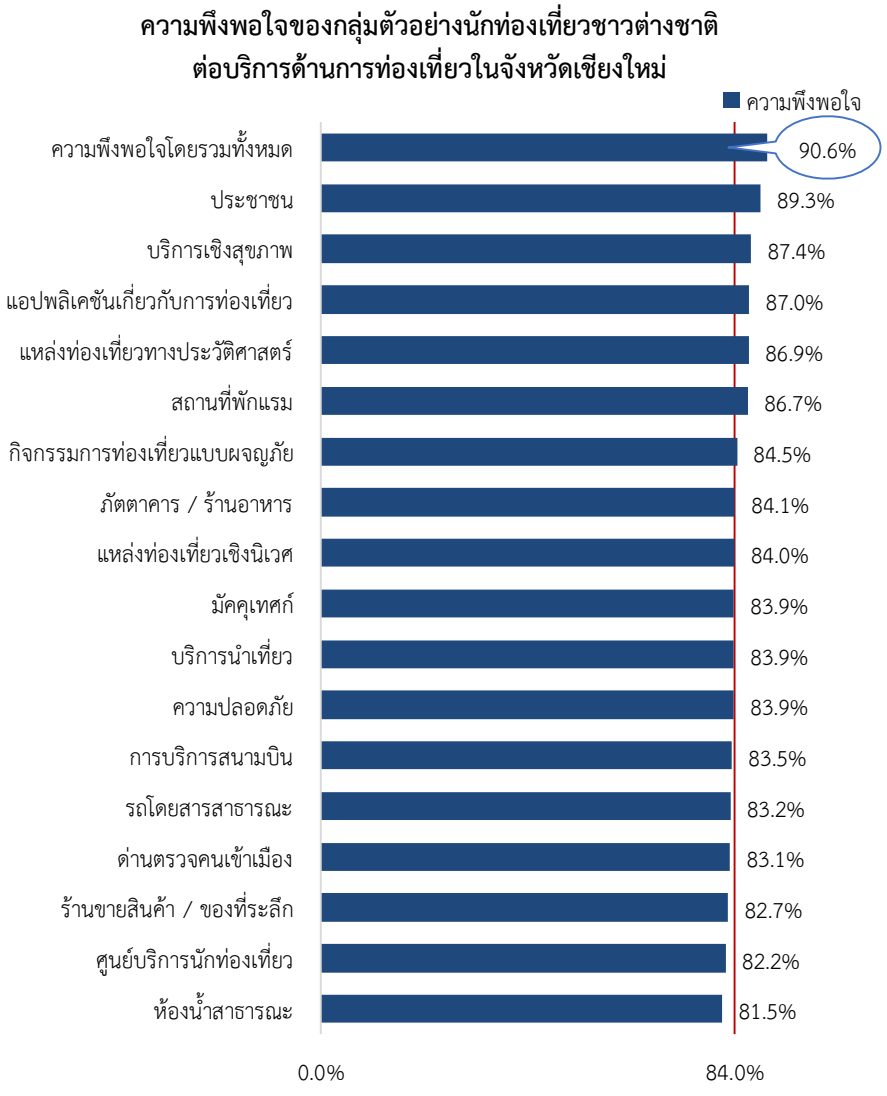
แผนภูมิที่ 4-55 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



5.5 จังหวัดเชียงใหม่

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 367 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 90.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 86.4) จาก 17 ประเด็นที่ประเมินมี 7 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และ 10 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน (ร้อยละ 89.3) บริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 87.4) และแอปพลิเคชันเกี่ยวการท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.0) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 81.5) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 82.2) และร้ายขายสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 82.7) (แผนภูมิที่ 4-56)

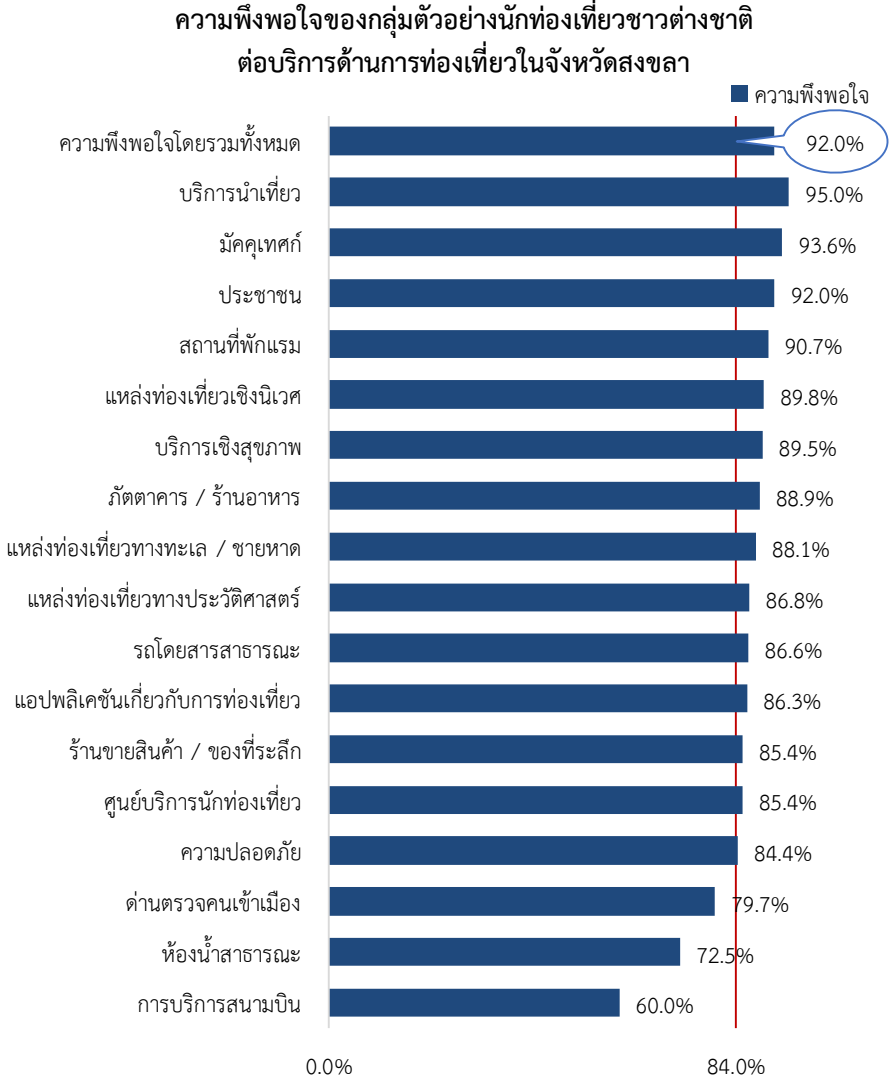
แผนภูมิที่ 4-56 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่



5.6 จังหวัดสงขลา

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 312 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 92.0) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 80.0) จาก 17 ประเด็นที่ประเมินมี 14 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 2 ประเด็นมีความพึงพอใจมากและมีประเด็นที่มีความพึงพอใจปานกลาง โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการนำเที่ยว (ร้อยละ 95.0) มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 93.6) และประชาชน (ร้อยละ 92.0) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ สนามบิน (ร้อยละ 60.0) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 72.5) และด่านตรวจคนเข้าเมือง (ร้อยละ 79.7) (แผนภูมิที่ 4-57)

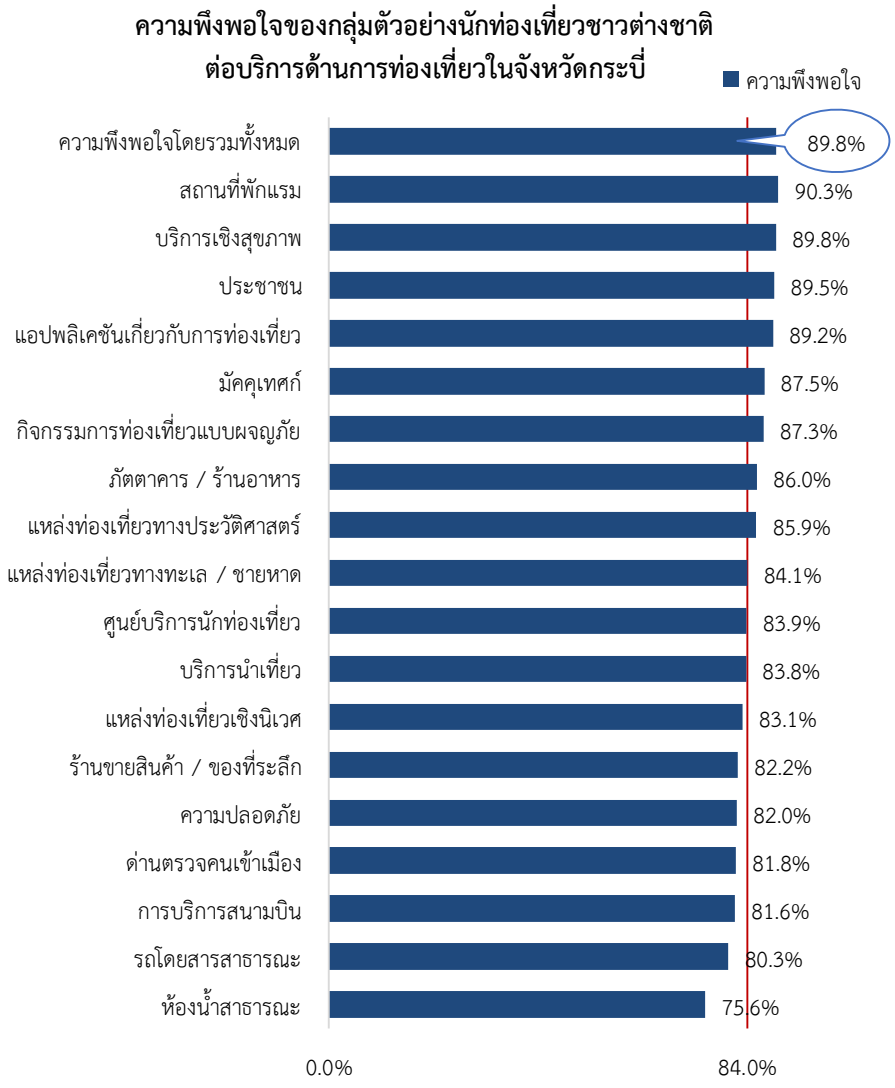
แผนภูมิที่ 4-57 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา



5.7 จังหวัดกระบี่

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ จำนวน 285 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.8) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 80.0) จาก 17 ประเด็นที่ประเมินมี 9 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 8 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่พักแรม (ร้อยละ 90.3) บริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 89.8) และประชาชน (ร้อยละ 89.5) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 75.6) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 80.3) และสนามบิน (ร้อยละ 81.6) (แผนภูมิที่ 4-58)

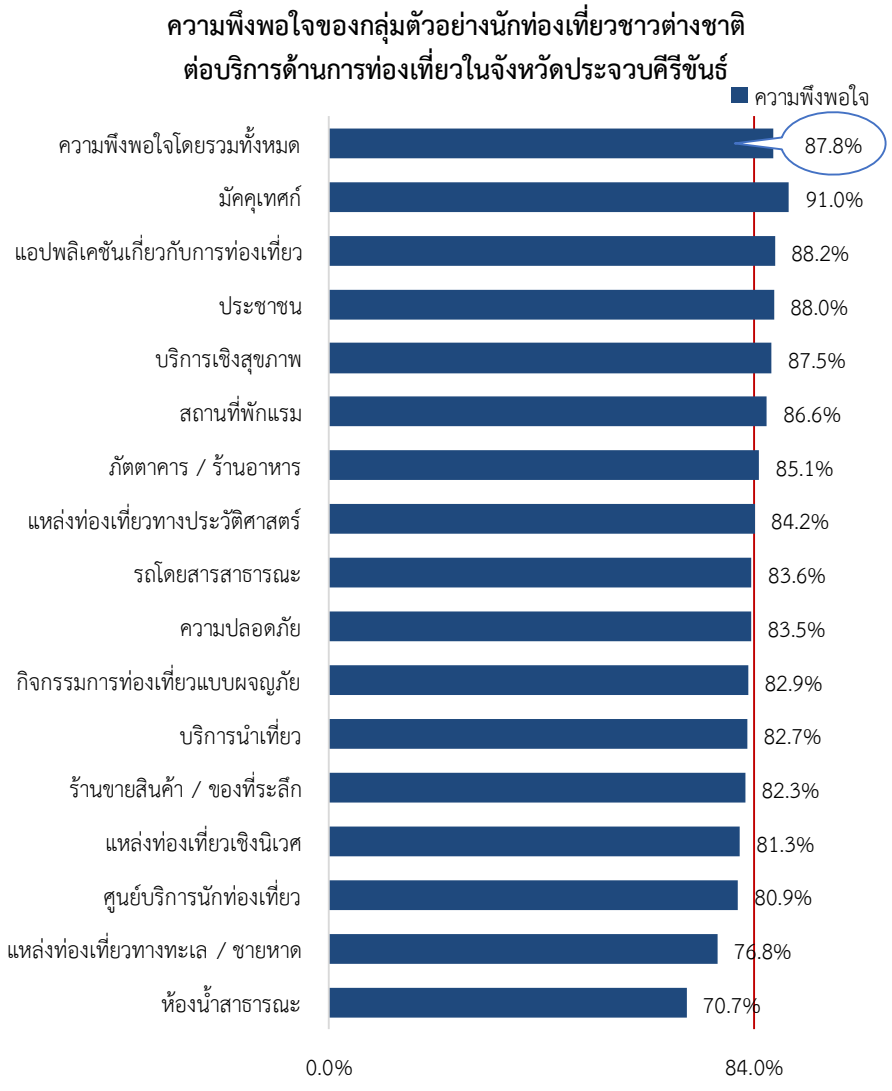
แผนภูมิที่ 4-58 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่



5.8 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 201 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.8) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 83.5) จาก 16 ประเด็นที่ประเมินมี 7 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 9 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 91.0) แอปพลิเคชันเกี่ยวการท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.2) และประชาชน (ร้อยละ 88.0) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 70.7) แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 76.8) และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 80.9) (แผนภูมิที่ 4-59)

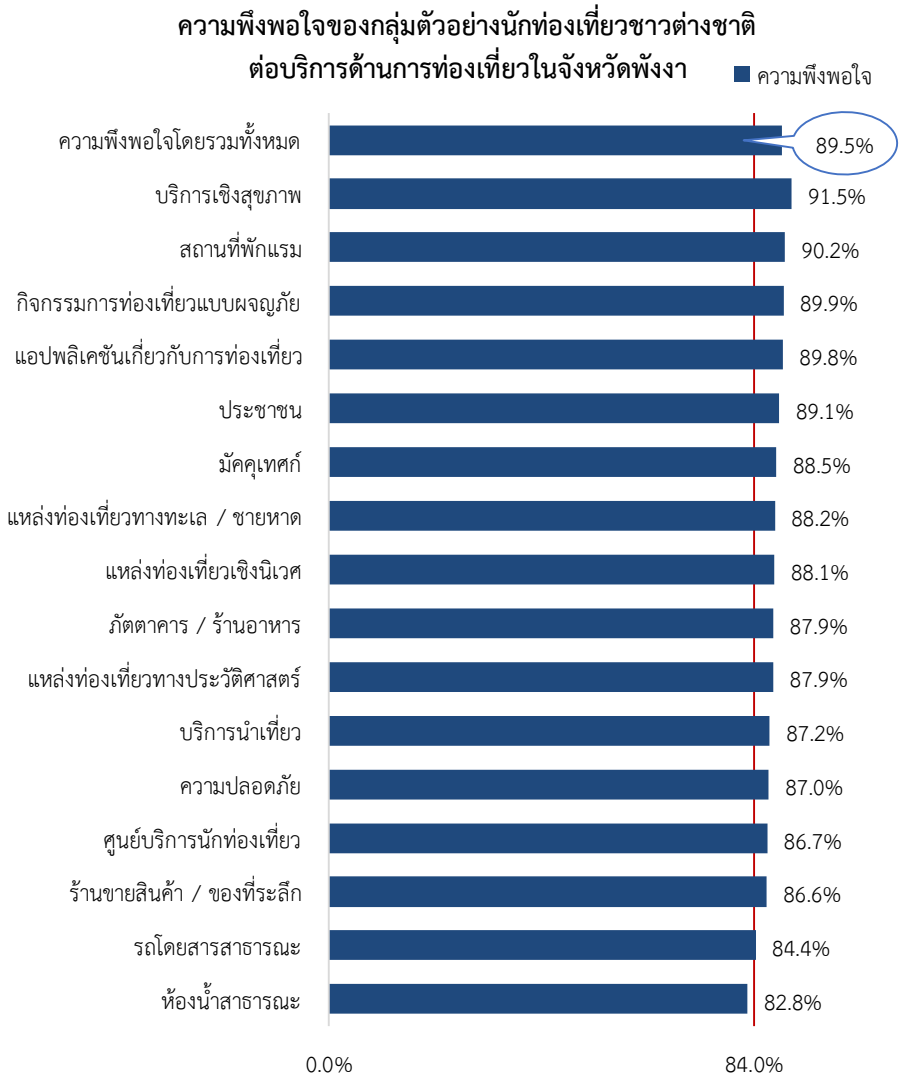
แผนภูมิที่ 4-59 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่



5.9 จังหวัดพังงา

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.5) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 80.0) จาก 16 ประเด็นที่ประเมินมี 15 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 1 ประเด็น มีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 91.5) สถานที่พักแรม (ร้อยละ 90.2) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 89.9) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 82.8) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 84.4) และร้านขายสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 86.6) (แผนภูมิที่ 4-60)

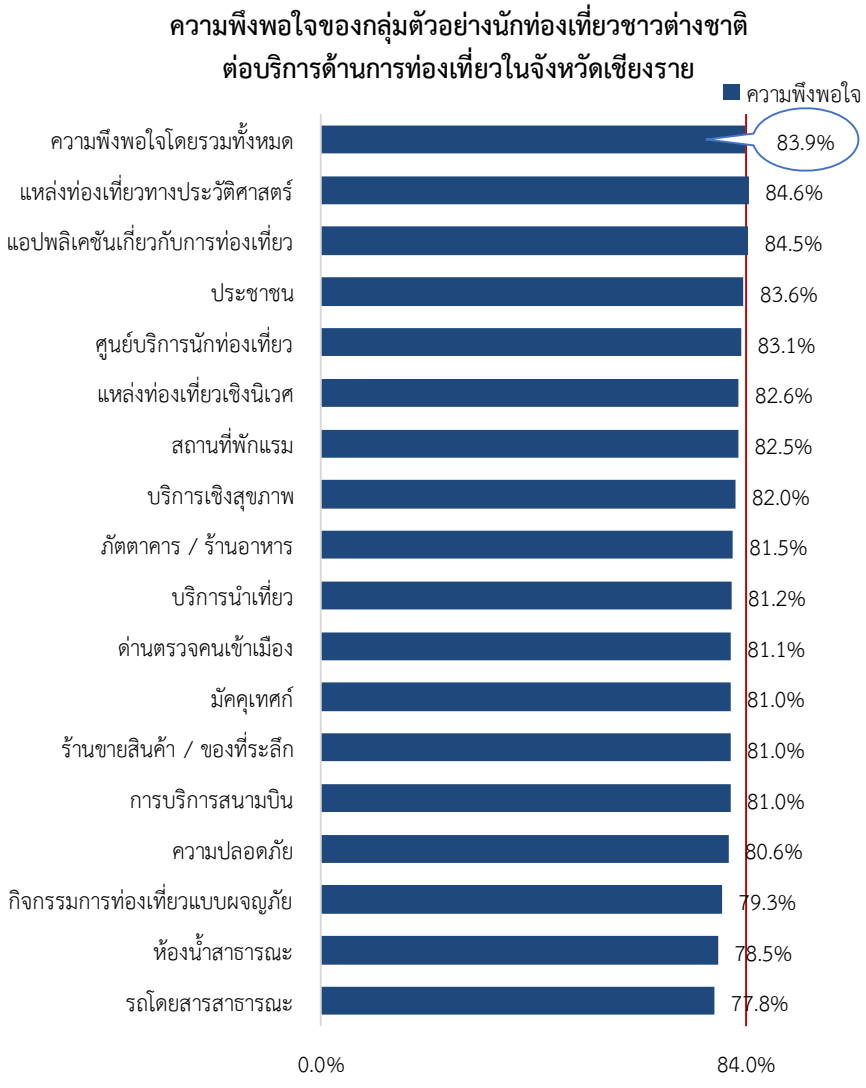
แผนภูมิที่ 4-60 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา



5.10 จังหวัดเชียงราย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.9) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 70.0) จาก 17 ประเด็นที่ประเมินมี 2 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 15 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 84.6) แอปพลิเคชั่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 84.5) และประชาชน (ร้อยละ 83.6) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 77.8) ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 78.5) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 79.3) (แผนภูมิที่ 4-61)

แผนภูมิที่ 4-61 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย



ข. เมืองท่องเที่ยวรอง

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 7 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง ได้แก่ สมุทรปราการ ตราด เพชรบุรี ระยอง พระนครศรีอยุธยา สุโขทัย และกาญจนบุรี กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ จำนวน 1,400 ตัวอย่าง สามารถสำรวจได้จริง จำนวน 1,401 ตัวอย่าง สูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ 0.1 (ตารางที่ 4-11)

ตารางที่ 4-11 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

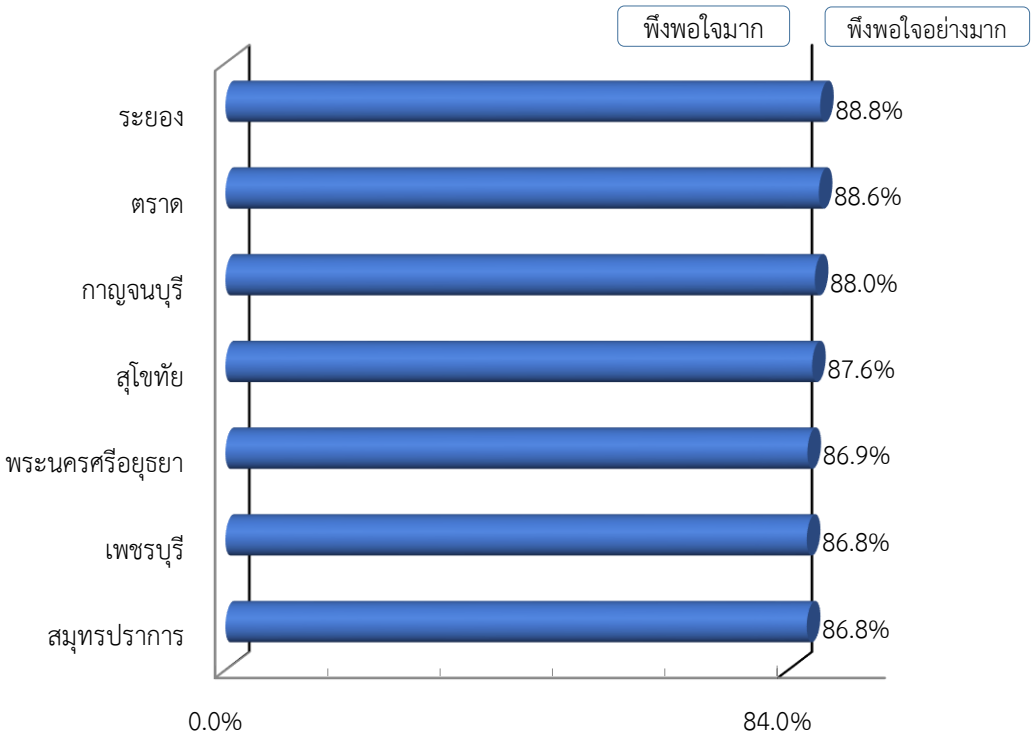
จังหวัดที่สำรวจ	เป้าหมาย (คน)	ผลการสำรวจ (คน)
1) สมุทรปราการ	200	200
2) ตราด	200	200
3) เพชรบุรี	200	200
4) ระยอง	200	200
5) พระนครศรีอยุธยา	200	200
6) สุโขทัย	200	201
7) กาญจนบุรี	200	200
รวม	**1,400**	**1,401**

ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความพึงพอใจในภาพรวมของ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี พ.ศ. 2562 จำนวน 1,401 ตัวอย่าง ใน 7 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง ได้แก่ สมุทรปราการ ตราด เพชรบุรี ระยอง พระนครศรีอยุธยา สุโขทัย และกาญจนบุรี พบว่า ทุกจังหวัดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ระยอง (ร้อยละ 88.8) ตราด (ร้อยละ 88.6) และกาญจนบุรี (ร้อยละ 88.0) ในขณะที่จังหวัดที่มีความพึงพอใจน้อยสุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ สมุทรปราการ และเพชรบุรี ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 86.8) และพระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 86.9) (แผนภูมิที่ 4-62)

แผนภูมิที่ 4-62 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของ 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง



2. ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด

"มัคคุเทศก์" เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุดในทุกจังหวัด แสดงให้เห็นว่าทุกจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวรองได้มีการพัฒนามัคคุเทศก์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องรักษาความโดดเด่นนี้ไว้ สำหรับประเด็นอื่นๆ ที่อยู่ใน 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัดมี ดังนี้

(1) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า มี 5 จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ใน 5 อันดับแรก ยกเว้นจังหวัดสมุทรปราการ และตราด

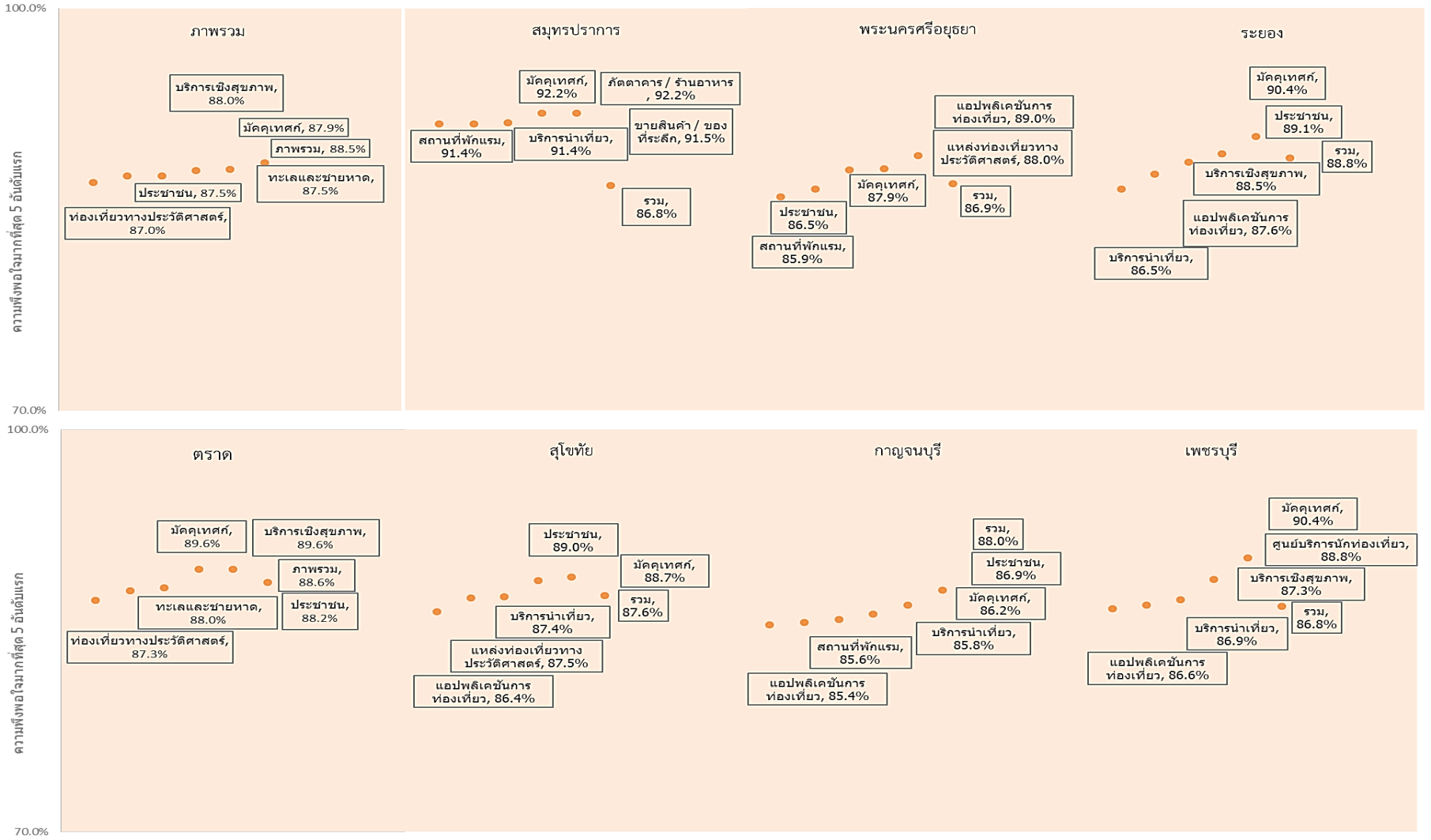
(2) สถานที่พักแรม พบว่า มี 5 จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ใน 5 อันดับแรก ยกเว้นจังหวัดระยองและสุโขทัย

(3) บริการนำเที่ยว พบว่า มี 5 จังหวัด ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจ อยู่ใน 5 อันดับแรก ยกเว้นพระนครศรีอยุธยา และตราด

(4) ประชาชน พบว่า มี 5 จังหวัด ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา ระยอง ตราด สุโขทัย และกาญจนบุรี ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ใน 5 อันดับแรก

(แผนภูมิที่ 4-63)

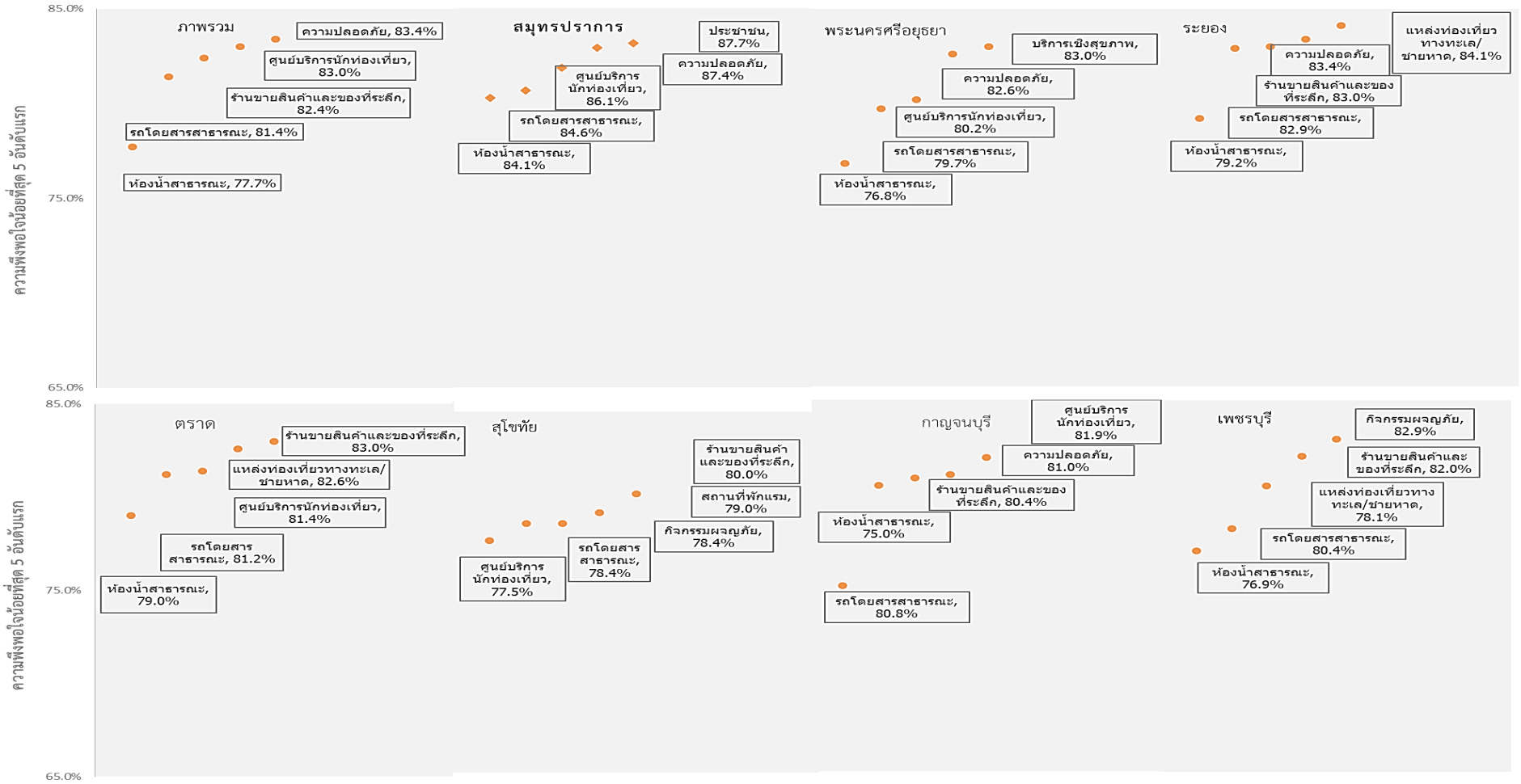
แผนภูมิที่ 4-63 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด



3. ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด

การบริการ “ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และความปลอดภัย” เป็น 1 ใน 5 ประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำสุดของเกือบทุกจังหวัด และสอดคล้องกับภาพรวมของประเทศ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข (แผนภูมิที่ 4-64)

แผนภูมิที่ 4-64 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด



4. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

จากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจอย่างมากในทุกจังหวัด มี 4 ประเด็น ได้แก่ ประชาชน บริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากในทุกจังหวัด คือ ห้องน้ำสาธารณะ ซึ่งทุกจังหวัดควรจะต้องมีการแก้ไขปรับปรุงโดยเร่งด่วน สามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

บริการด้านการท่องเที่ยว	สมุทรปราการ	ตราด	เพชรบุรี	ระยอง	พระนครศรีอยุธยา	สุโขทัย	กาญจนบุรี
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด		✗	✗	✓			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
8. มัคคุเทศก์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
10. กิจกรรมผจญภัย	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗
12. รถโดยสารสาธารณะ	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง							
15. สนามบิน							
16. บริการนำเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17. ความปลอดภัย	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	14	9	9	11	8	7	5

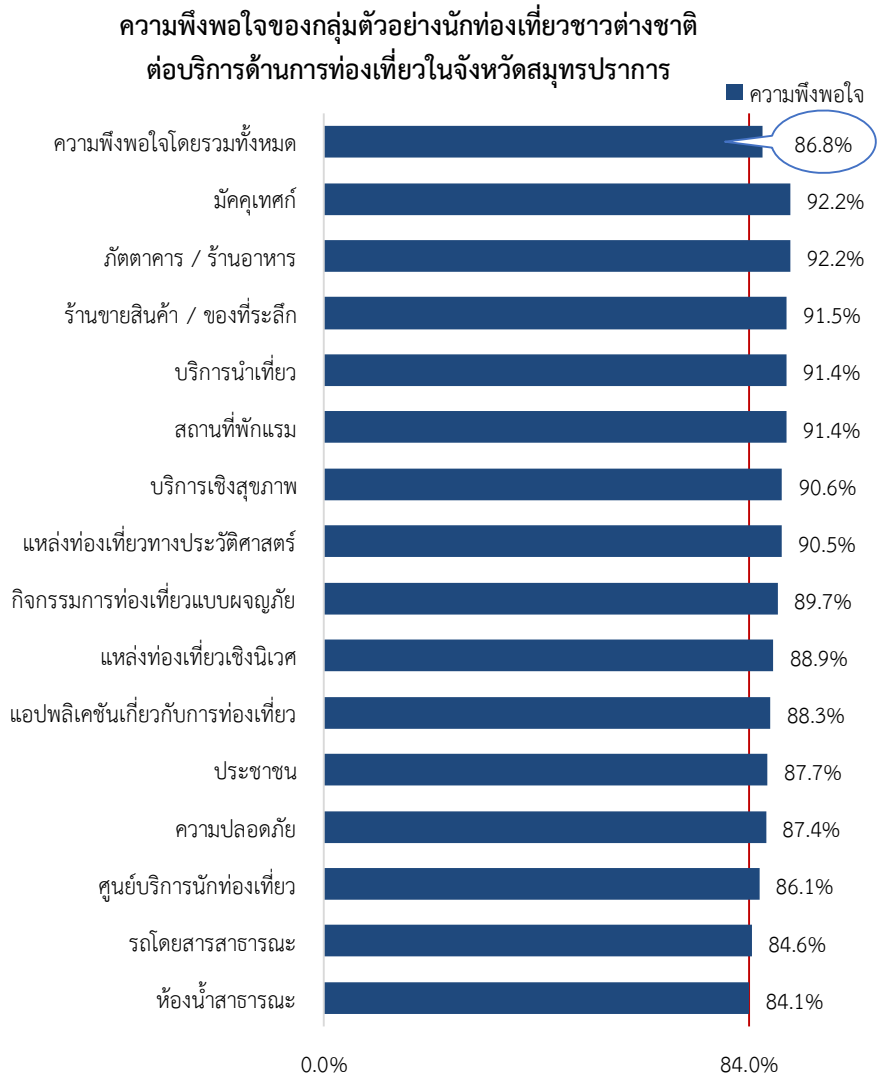
หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: × หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

5. ความพึงพอใจในแต่ละจังหวัด

5.1 จังหวัดสมุทรปราการ

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 86.8) ซึ่งต่ำกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 90.7) จาก 15 ประเด็นที่ประเมินมีทุกประเด็น มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 92.2) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ร้อยละ 92.2) และร้านขายสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 91.5) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 84.1) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 84.6) และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 86.1) (แผนภูมิที่ 4-65)

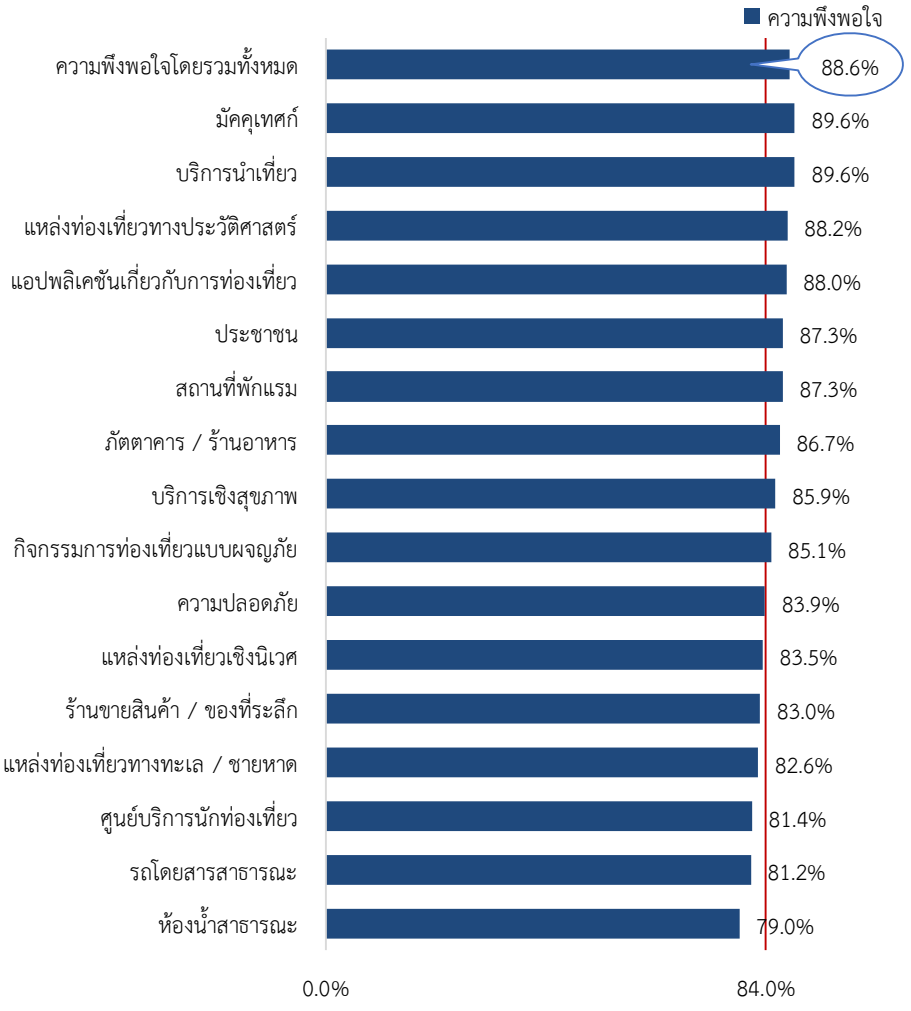
แผนภูมิที่ 4-65 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ



5.2 จังหวัดตราด

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 88.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.7) จาก 16 ประเด็นที่ประเมินมี 9 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 7 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 89.6) บริการนำเที่ยว (ร้อยละ 89.6) และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 88.2) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 79.0) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 81.2) และศูนย์บริการท่องเที่ยว (ร้อยละ 81.4) (แผนภูมิที่ 4-66)

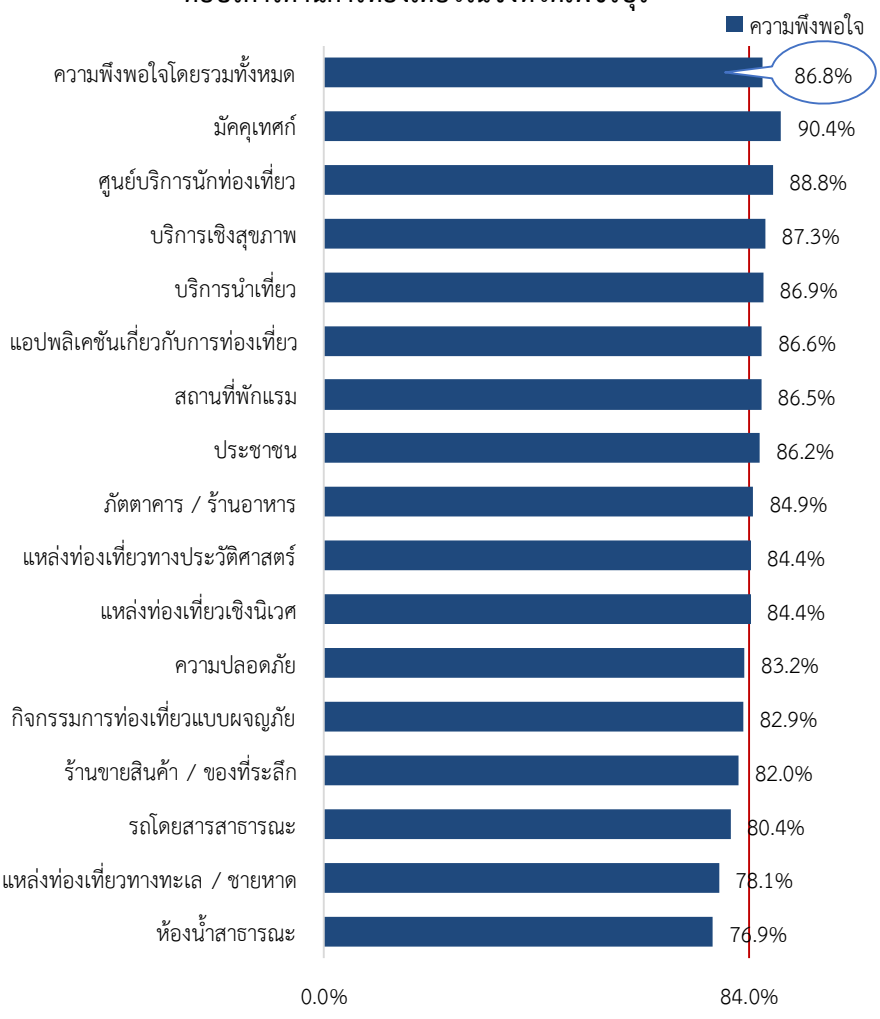
แผนภูมิที่ 4-66 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตราด



5.3 จังหวัดเพชรบุรี

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 86.8) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 84.1) จาก 16 ประเด็นที่ประเมินมี 10 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 6 ประเด็น มีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 90.4) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.8) และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 87.3) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 76.9) แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (ร้อยละ 78.1) และรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 80.4) (แผนภูมิที่ 4-67)

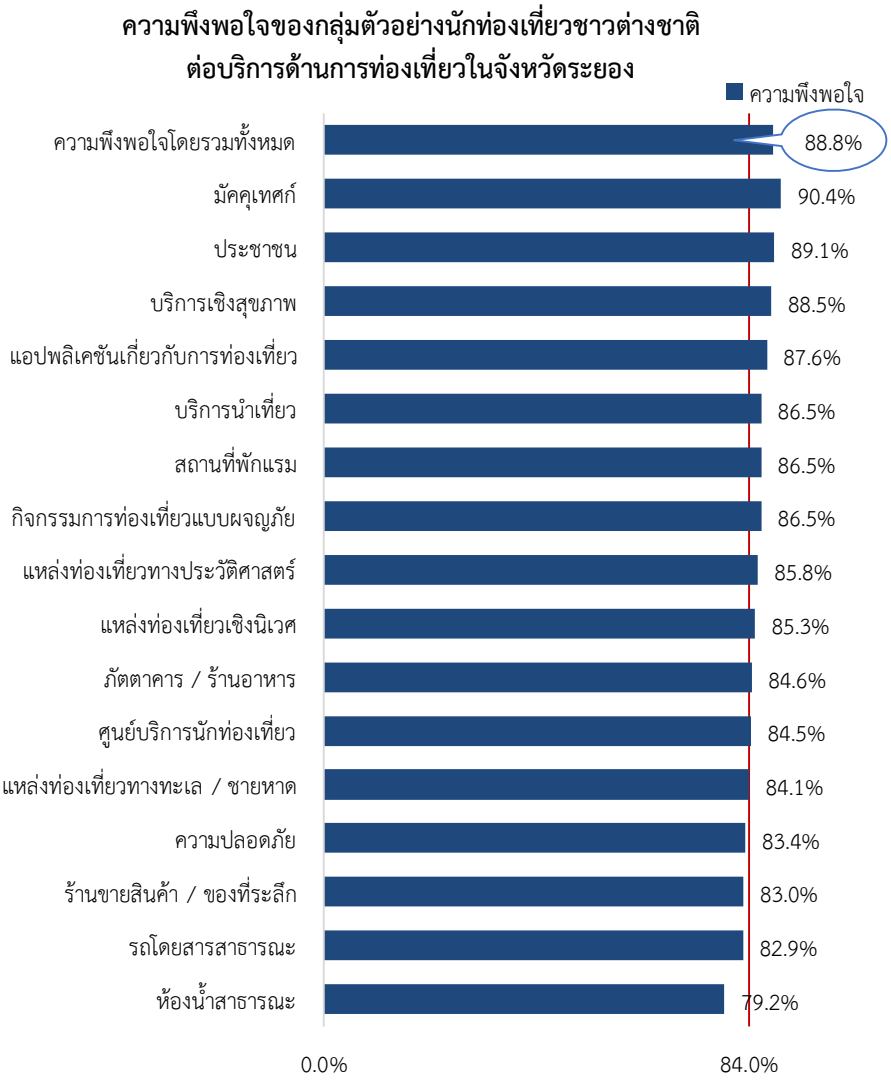
แผนภูมิที่ 4-67 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี



5.4 จังหวัดระยอง

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 88.8) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 81.9) จาก 16 ประเด็นที่ประเมินมี 12 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 4 ประเด็น มีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 90.4) ประชาชน (ร้อยละ 89.1) และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 88.5) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 79.2) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 82.9) และร้านขายสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 83.0) (แผนภูมิที่ 4-68)

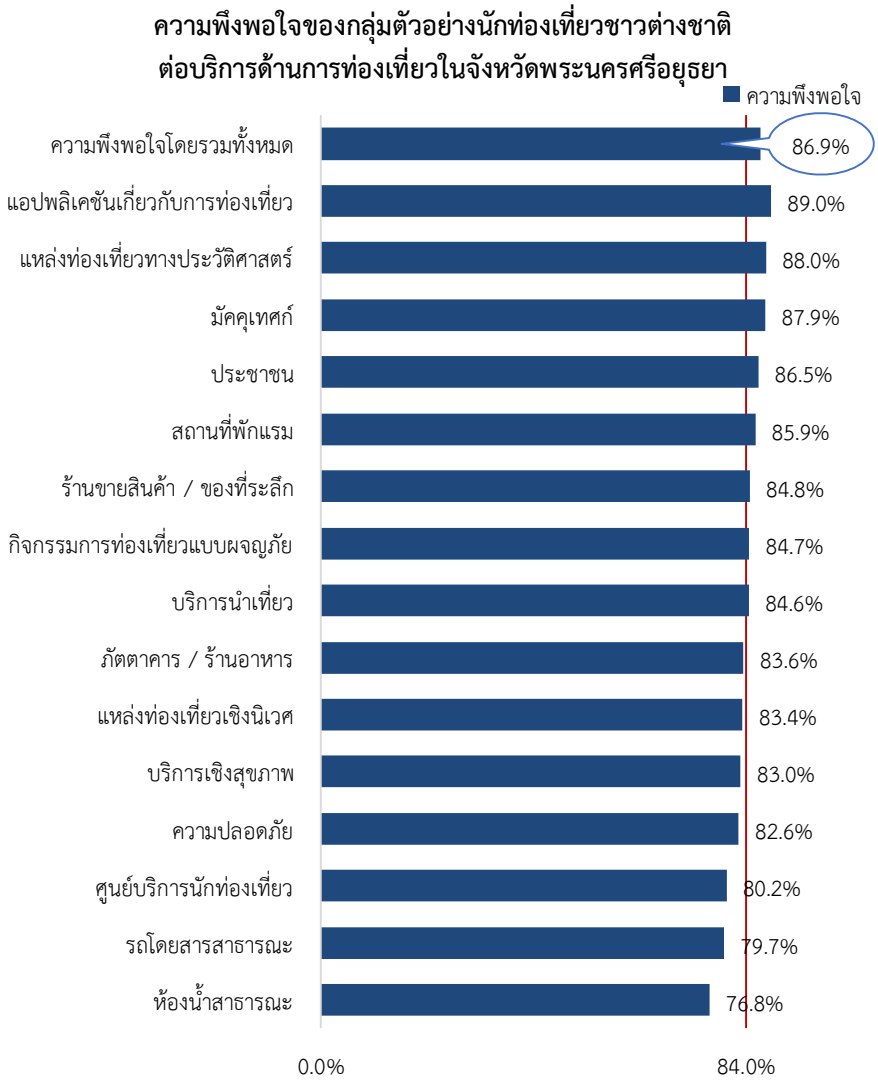
แผนภูมิที่ 4-68 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง



5.5 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 86.9) ซึ่งต่ำกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 93.3) จาก 15 ประเด็นที่ประเมินมี 8 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 7 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชั่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 89.0) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 88.0) และมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 87.9) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 76.8) รถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 79.7) และศูนย์บริการท่องเที่ยว (ร้อยละ 80.2) (แผนภูมิที่ 4-69)

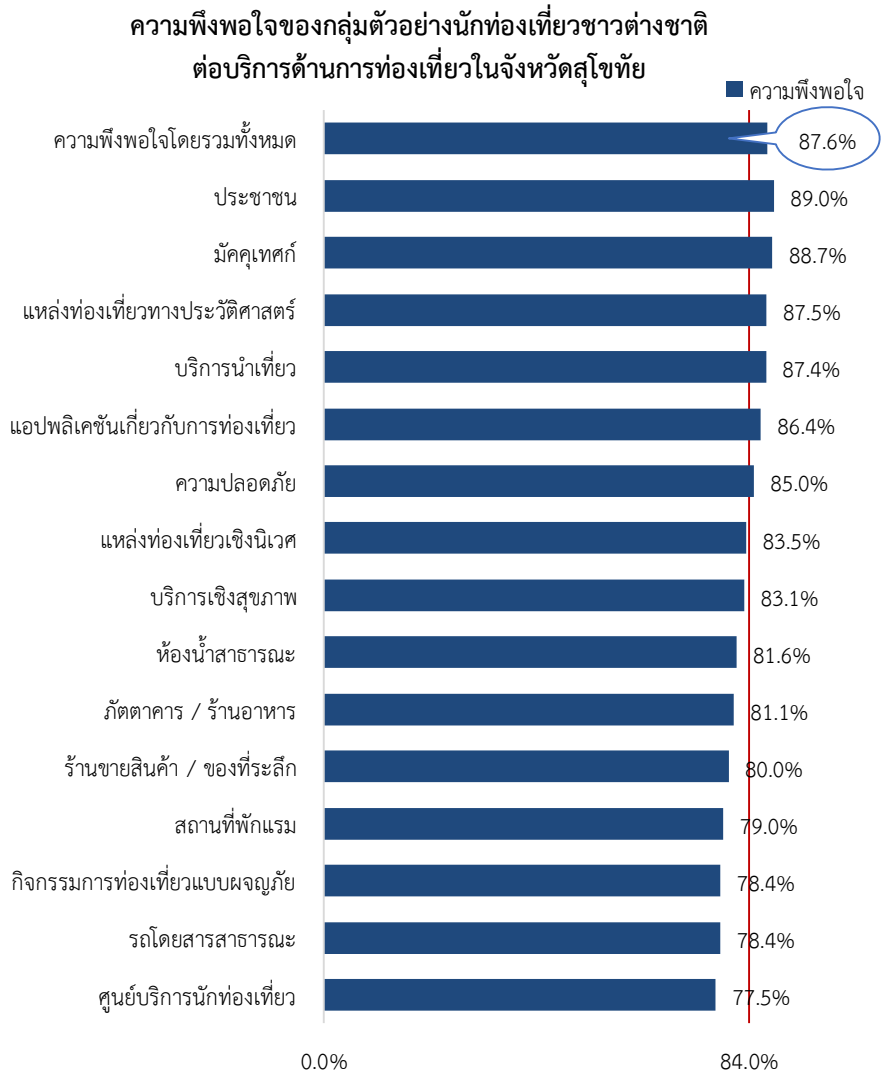
แผนภูมิที่ 4-69 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



5.6 จังหวัดสุโขทัย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 201 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 87.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 70.0) จาก 15 ประเด็นที่ประเมินมี 6 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 9 ประเด็นมีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน (ร้อยละ 89.0) มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 88.7) และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 87.5) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 77.5) รถโดยสารสาธารณะ และกิจกรรมผจญภัย ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 78.4) (แผนภูมิที่ 4-70)

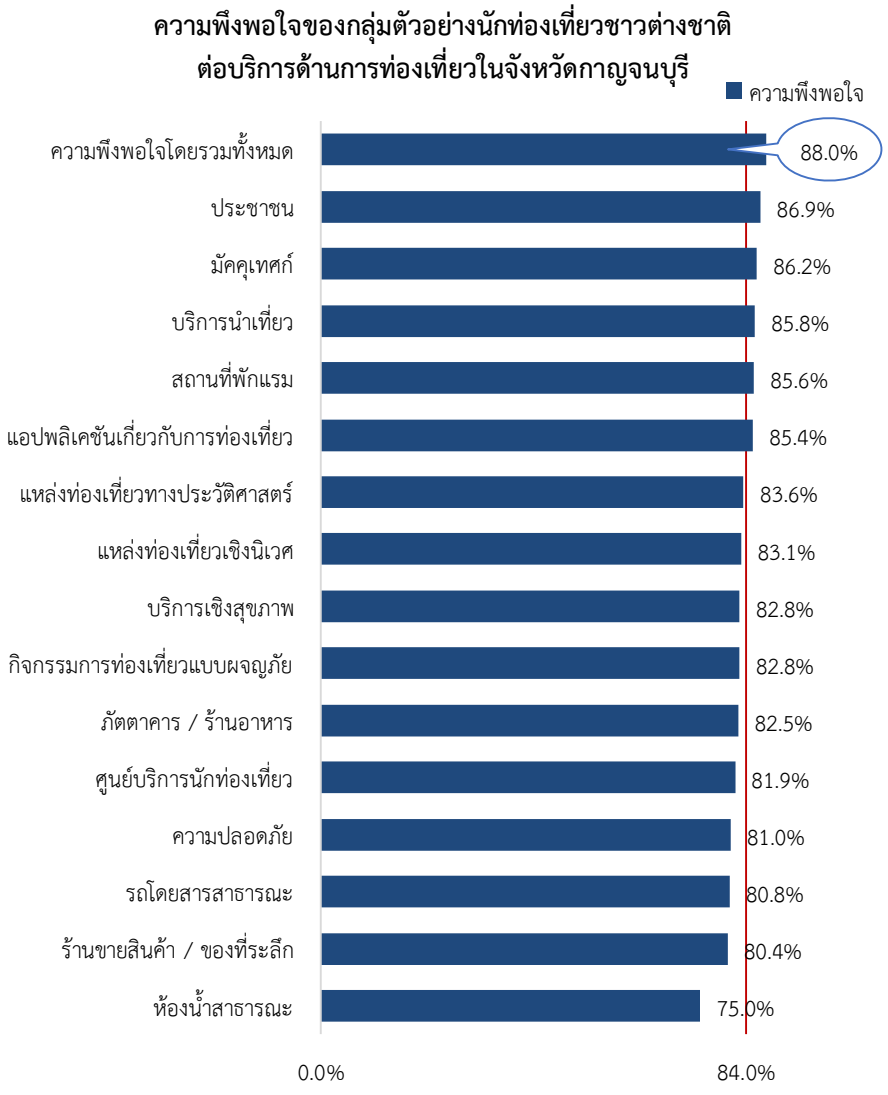
แผนภูมิที่ 4-70 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย



5.7 จังหวัดกาญจนบุรี

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 88.0) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.0) จาก 15 ประเด็นที่ประเมินมี 5 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก และอีก 10 ประเด็น มีความพึงพอใจมาก โดยที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน (ร้อยละ 86.9) มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 86.2) และบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 85.8) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 75.0) ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 80.4) และรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 80.8) (แผนภูมิที่ 4-71)

แผนภูมิที่ 4-71 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี



ส่วนที่ 4.6
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มตลาดเฉพาะด้านการท่องเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้ ได้ประมวลผลและวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาเพื่อเข้าร่วมประชุม/ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล/สัมมนา/การร่วมงานแสดงสินค้า (MICE) กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ กลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้มีรายได้สูง และกลุ่มสตรี ผลการสำรวจความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มเป็น ดังนี้

1. กลุ่มตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย

กลุ่มที่มาเพื่อเข้าร่วมประชุม/ท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล/สัมมนา/การร่วมงานแสดงสินค้า (MICE) กลุ่มที่มาเพื่อใช้บริการสุขภาพ/บริการทางการแพทย์ และกลุ่มที่มาเพื่อเล่นกีฬา จากวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling : SRS) สามารถสำรวจตามวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มดังกล่าวได้จำนวน 95 ราย 28 ราย และ 43 ราย ตามลำดับ จึงไม่เพียงพอในการแสดงผลทางสถิติ

2. กลุ่มตามโครงสร้างประชากรศาสตร์

2.1 กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 55 ปี ขึ้นไป)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 55-65 ปี) ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 365 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 58.6 และร้อยละ 41.4 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มเกษียณ (Retired) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 33.4) รองลงมา เป็นกลุ่มนักวิชาชีพ (Professional) (ร้อยละ 28.8) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.8) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 54.5) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด มีวันพักเฉลี่ยไม่เกิน 10 วัน/ครั้ง มากที่สุด (ร้อยละ 52.5)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.9) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การชมเมือง การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อประชาชน แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย บริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ สนามบิน สถานพักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร บริการตรวจคนเข้าเมือง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกิจกรรมผจญภัย ซึ่งเป็น

จุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้น มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ และรถโดยสารสาธารณะ มีจุดอ่อนในประเด็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ความสะอาดและความสะดวกสบาย การให้บริการของพนักงาน การใช้ภาษาในการสื่อสาร ความปลอดภัย และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องใช้รถเข็นและผู้พิการ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาบริการต่างๆ ที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต รวมทั้งใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง นั้น พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.2) แต่ยังมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำในด้านการบริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

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

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 1,875 ตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 51.9 และร้อยละ 48.1 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.9) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 23.6) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 41.3) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.0) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดในสัดส่วนสูงสุด มีวันพักเฉลี่ยไม่เกิน 10 วัน มากที่สุด (ร้อยละ 74.4)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.2) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูงเข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การรับประทานอาหารไทยการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การชมเมือง การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อสถานที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กิจกรรมผจญภัย และบริการเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้มีรายได้สูง ในขณะที่ร้านขายสินค้าและของที่ระลึกนั้นมีคะแนนความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น โดยพบว่าจุดอ่อน ได้แก่ ห้องน้ำ คุณภาพสินค้า ความสะดวกในการหาซื้อ การใช้ภาษาในการสื่อสาร การให้บริการพนักงาน ความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ และบริการ wi-fi/internet และความเหมาะสมของราคาสินค้า ดังนั้น จึงจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาบริการต่างๆ ที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง เพื่อสร้างความ

พึงพอใจและดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต รวมทั้งใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง ความปลอดภัย บริการรถโดยสารสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีความพึงพอใจระดับมากเท่านั้น และในส่วนห้องน้ำสาธารณะ มีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2.3 กลุ่มสตรี

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มสตรีที่สำรวจทั้งสิ้น 5,071 ตัวอย่าง อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.7) รองลงมา อายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 28.1) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 29.9) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.6) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 70.4) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุดสัดส่วนสูงสุด มีวันพักเฉลี่ยไม่เกิน 10 วัน/ครั้ง มากที่สุด (ร้อยละ 80.1)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.4) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การรับประทานอาหารไทย การชมเมือง และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทยนั้น จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจในระดับอย่างมากถึง 12 ประเภทบริการ เช่น ประชาชน แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า กลุ่มสตรีมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยได้ดี

สำหรับบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มสตรี ซึ่งได้แก่ บริการตรวจคนเข้าเมือง บริการรถโดยสารสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และร้านขายสินค้าและของที่ระลึกนั้น พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มสตรีมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำสำหรับห้องน้ำสาธารณะจึงถือเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนี้

จากการศึกษาพบว่าในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากเป็น “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” ก็ถือว่าบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งก็ให้รักษาจุดแข็งนั้นไว้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้นตามตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	กลุ่มผู้สูงอายุ	กลุ่มสตรี	กลุ่มผู้มีรายได้สูง
1. ประชาชน	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✗	✓	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✗	✗	✗
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✓	✓
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓
8. มัคคุเทศก์	✓	✓	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗
10. กิจกรรมผจญภัย	✓	✓	✓
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✗	✓	✗
12. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗
14. บริการนำเที่ยว	✓	✓	✓
15. ความปลอดภัย	✗	✗	✗
16. สนามบิน	✓	✓	✓
17. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✓	✗	✗
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	11	12	11

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: ✗ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

ส่วนที่ 4.7
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตามการเคยมาประเทศไทยและลักษณะการจัดการเดินทาง

1. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเคยเดินทางมาประเทศไทย

1.1 กลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาครั้งแรก มีจำนวนทั้งสิ้น 5,781 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 51.9 และร้อยละ 48.1 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.8) รองลงมา กลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 31.5) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 30.8) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.1) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 69.7) จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย คือ การพักผ่อนในวันหยุด กิจกรรมที่เข้าร่วมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย และการชมเมือง

ความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาครั้งแรก ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีระดับความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.8) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับอย่างมากถึง 12 ประเด็น เช่น ประชาชน (ร้อยละ 88.8) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 88.1) มัคคุเทศก์ (ร้อยละ 88.1) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.9) เป็นต้น

สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจน้อยและเห็นว่าควรต้องปรับปรุงได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ การบริการรถโดยสารสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

1.2 กลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 4,126 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 50.2 และร้อยละ 49.8 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 40.5) รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 22.6) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มนักวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.1) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.8) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 69.2) จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย คือ การพักผ่อนในวันหยุด กิจกรรมที่เข้าร่วมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การชมเมือง และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย

ความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.0) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับความพึงพอใจอย่างมาก 9 ประเด็น เช่น ประชาชน (ร้อยละ 87.9) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.8) บริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 87.2) สถานที่พักแรม (ร้อยละ 87.1) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 85.3) เป็นต้น

สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจน้อยและเห็นว่าควรต้องปรับปรุงได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ บริการตรวจคนเข้าเมือง การบริการรถโดยสารสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2. กลุ่มตามลักษณะการจัดการเดินทาง

2.1 กลุ่มที่จัดการเดินทางเอง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จัดการเดินทางเอง มีจำนวนทั้งสิ้น 6,273 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 51.5 และร้อยละ 48.5 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.1) รองลงมา กลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 28.8) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.8) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.7) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 69.0) กิจกรรมที่เข้าร่วมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การชมเมือง และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย

ความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 88.0) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจอย่างมากในหลายประเด็น เช่น การใช้บริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 87.9) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.8) ประชาชน (ร้อยละ 87.7) เป็นต้น

สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจน้อยและเห็นว่าควรต้องปรับปรุงได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริการตรวจคนเข้าเมือง ห้องน้ำสาธารณะ และการบริการรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2.2 กลุ่มที่จัดการเดินทางเอง และการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในประเทศ (Semi FIT)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่สำรวจในกลุ่มนี้ มีทั้งสิ้น 1,024 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงใกล้เคียงเพศชาย (ร้อยละ 50.1 และร้อยละ 49.9 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.9) รองลงมา กลุ่มอายุ 15-24 ปี (ร้อยละ 29.9) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มนักวิชาชีพ (Professional) ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 29.4) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.8) มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 70.2) กิจกรรมที่เข้าร่วมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การชมเมือง และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย

ความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.4) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป โดยมีความพอใจอย่างมากในเรื่องประชาชน (ร้อยละ 88.6) การใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.1) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (ร้อยละ 87.8) เป็นต้น

สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจน้อยและเห็นว่าควรต้องปรับปรุง ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ และบริการตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2.3 กลุ่มที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 2,600 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงใกล้เคียงเพศชาย (ร้อยละ 50.9 และร้อยละ 49.1 ตามลำดับ) อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี จำนวนสูงสุด (ร้อยละ 38.1) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นกลุ่มวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 32.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.8 มีรายได้ไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปีในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 70.7) กิจกรรมที่เข้าร่วมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การชมเมือง และการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก)

ความพึงพอใจในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.3) สูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป โดยมีความพอใจอย่างมากในเกือบทุกรายการ เช่น ประชาชน (ร้อยละ 88.5) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.2) และมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 88.1) การใช้บริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 86.7) ประชาชน (ร้อยละ 87.5) บริการนำเที่ยว (ร้อยละ 86.7) เป็นต้น

สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจน้อยและเห็นว่าควรต้องปรับปรุง คือ ห้องน้ำสาธารณะ ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

ส่วนที่ 4.8
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ข้อเสนอแนะนโยบายการท่องเที่ยว

- ✧ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/โบราณวัตถุ/ศาสนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน
- ✧ พัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ
- ✧ พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการจัดอบรมให้ความรู้ มีการพาไปศึกษาดูงานหน่วยงานที่มีความโดดเด่นด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว
- ✧ รณรงค์ให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือ และให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวในสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการท่องเที่ยวประเทศไทย
- ✧ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการให้บริการตรวจคนเข้าเมือง การดำเนินการห้องน้ำสาธารณะ และการให้บริการรถโดยสารสาธารณะต่างๆ
- ✧ พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้ทันสมัย และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

2. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยว 18 ด้าน

2.1 สนามบิน

- ควรปรับปรุงระบบ wifi ให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ควรเพิ่มร้านจำหน่ายอาหารให้มีความหลากหลายตามศาสนาต่างๆ
- ควรเพิ่มร้านจำหน่ายสินค้า / ของที่ระลึกให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย
- ควรจัดมุมสำหรับให้นั่งพักผ่อนในช่วงรอขึ้นเครื่องบิน
- ควรจัดฝึกอบรมด้านภาษาต่างประเทศที่สำคัญเพิ่มเติมนอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาจีน เป็นต้น ให้กับเจ้าหน้าที่ต่างๆ
- ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยการใช้เครื่องอัตโนมัติต่างๆ

2.2 บริการตรวจคนเข้าเมือง

- ให้เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย่ม แจ่มใส
- ควรเพิ่มช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยแล้ว (Revisit)
- ควรจัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศที่สำคัญๆ เช่น ภาษาจีน เป็นต้น ให้กับเจ้าหน้าที่เพิ่มเติม

- ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เช่น วันสงกรานต์ วันตรุษจีน วันคริสมาสต์ ควรให้เจ้าหน้าที่แต่งชุดตามเทศกาลนั้นๆ

2.3 รถโดยสารสาธารณะ

- ควรจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะในแต่ละจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก
- ควรจัดฝึกอบรมผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะทั้งคนขับรถและพนักงานบริการประจำรถให้รู้จักวิธีการให้บริการ รวมทั้งฝึกการใช้ภาษาอังกฤษ
- ให้ทุกจังหวัดกวดขันดูแลสภาพรถ รวมทั้งคนขับรถให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

2.4 สถานพักแรม

- สถานพักแรมทุกแห่งโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการให้บริการ wifi
- ควรจัดฝึกอบรมพนักงานในการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนเพิ่มเติม
- ควรตรวจสอบสภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน

2.5 ภัตตาคาร / ร้านอาหาร

- ภัตตาคาร/ ร้านอาหารทุกแห่งโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการให้บริการ wifi
- วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารควรจะต้องสะอาดถูกสุขลักษณะและมีคุณภาพ
- ภัตตาคาร/ ร้านอาหารทุกแห่งจะต้องติดป้ายแสดงราคาค่าอาหาร และไม่ควรคิดราคาสูงเกินความเป็นจริงกับนักท่องเที่ยว
- สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร จะต้องมีความเป็นระเบียบสะอาดถูกสุขลักษณะ
- ควรจัดทำรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาจีนเพิ่มเติม
- ควรรักษาความสะอาดของห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ

2.6 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

- เจ้าหน้าที่ควรให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในบางกรณีที่จำเป็น
- ควรเพิ่มจำนวนป้ายบอกทางไปศูนย์บริการท่องเที่ยวให้มากขึ้น
- ควรจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนเพิ่มเติม

2.7 บริการนำเที่ยว

- ควรหาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ ในการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละประเทศ
- ควรให้บริการที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่เดียวครบ

2.8 ประชาชน

- ควรให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนด้วยมิตรไมตรีและให้ความช่วยเหลือในบางกรณีที่จำเป็น
- ควรศึกษาหรือหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่

2.9 แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด

- ควรมีการกำหนดช่วงเวลาใดควรให้ออกเรือช่วงเวลาใดไม่ควรออกเรือ
- ควรมีหน่วยกู้ภัยชายฝั่งที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้ความช่วยเหลือกรณีมีอุบัติเหตุทางทะเลในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ
- ควรจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการขึ้นไปท่องเที่ยวตามเกาะต่างๆ ไม่ให้มากเกินกว่าที่จะรองรับได้
- ควรปิดแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่กำลังทรุดโทรม เพื่อฟื้นฟูสภาพให้อยู่ในสภาพเดิม

2.10 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- ควรทำป้ายให้คำแนะนำในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.11 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

- ควรจัดระเบียบในการเข้าชมตามสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ต่างๆ
- ควรจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้สามารถอธิบายประวัติความเป็นมาของแต่ละสถานที่ได้ถูกต้อง

2.12 ห้องน้ำสาธารณะ

- ควรให้ทุกจังหวัดจัดการให้ห้องน้ำสาธารณะเป็นวาระของจังหวัดในการปรับปรุงพัฒนาให้ได้มาตรฐาน

2.13 มัคคุเทศก์

- ควรพัฒนาและเพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ให้มีความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น รวมทั้งฝึกอบรมภาษาต่างประเทศที่จำเป็น

2.14 กิจกรรมผจญภัย

- ควรมีระบบควบคุมมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

2.15 บริการเชิงสุขภาพ

- พนักงานให้บริการทุกคนจะต้องมีความรู้ในด้านการให้บริการอย่างถูกวิธี เพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการบาดเจ็บ
- สภาพภายในสถานบริการรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ จะต้องได้มาตรฐานถูกสุขลักษณะ
- สถานบริการทุกแห่งควรมีบริการ wifi ให้กับนักท่องเที่ยว
- ต้องมีห้องน้ำที่สะอาดถูกสุขลักษณะ

2.16 ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก

- ควรพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือให้กับทุกร้านค้า เพื่อลดการใช้เงินสด
- ควรมีห้องน้ำไว้บริการ

2.17 ความปลอดภัย

- ควรทำแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการขอความช่วยเหลือเมื่อประสบอันตรายที่ใช้งานง่าย

2.18 แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว

- ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ รวมทั้งพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาค

บทที่ 5

ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 5
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 นำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทย

2) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และ 24 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

3) ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในกลุ่มตลาดเฉพาะด้านการท่องเที่ยว

ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 5.1
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ภาพรวมประเทศไทย

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 2 ลักษณะ คือ 1) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักจำนวน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ชลบุรี ระยอง เพชรบุรี ภูเก็ต สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ และกาญจนบุรี สามารถสำรวจได้จำนวน 5,309 ตัวอย่าง และ 2) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง จำนวน 24 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น นครศรีธรรมราช เชียงราย อุดรธานี เพชรบูรณ์ สุราษฎร์ธานี กระบี่ พิษณุโลก อุบลราชธานี ตาก นครนายก สระบุรี จันทบุรี พระนครศรีอยุธยา นครปฐม หนองคาย เลย ลพบุรี ตราด ชุมพร นครสวรรค์ ตรัง สุพรรณบุรี และบุรีรัมย์ สามารถสำรวจได้จำนวน 5,224 ตัวอย่าง ดำเนินการสำรวจระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม ถึงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2562 รวมจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยงชาวไทยทั้งสิ้น 10,533 ราย ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5-1 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

จังหวัดที่สำรวจ	เป้าหมาย (คน)	ผลการสำรวจ (คน)
1) **กรุงเทพมหานคร**	1,318	1,391
2) **เชียงใหม่**	557	564
3) **นครราชสีมา**	539	542
4) **ชลบุรี**	490	587
5) **ระยอง**	427	427
6) **เพชรบุรี**	378	378
7) **ภูเก็ต**	365	365
8) **สงขลา**	343	343
9) **ประจวบคีรีขันธ์**	341	382
10) **กาญจนบุรี**	330	330
รวม	**5,088**	**5,309**

ตารางที่ 5-2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สำรวจเปรียบเทียบกับเป้าหมาย จำแนกตาม 24 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

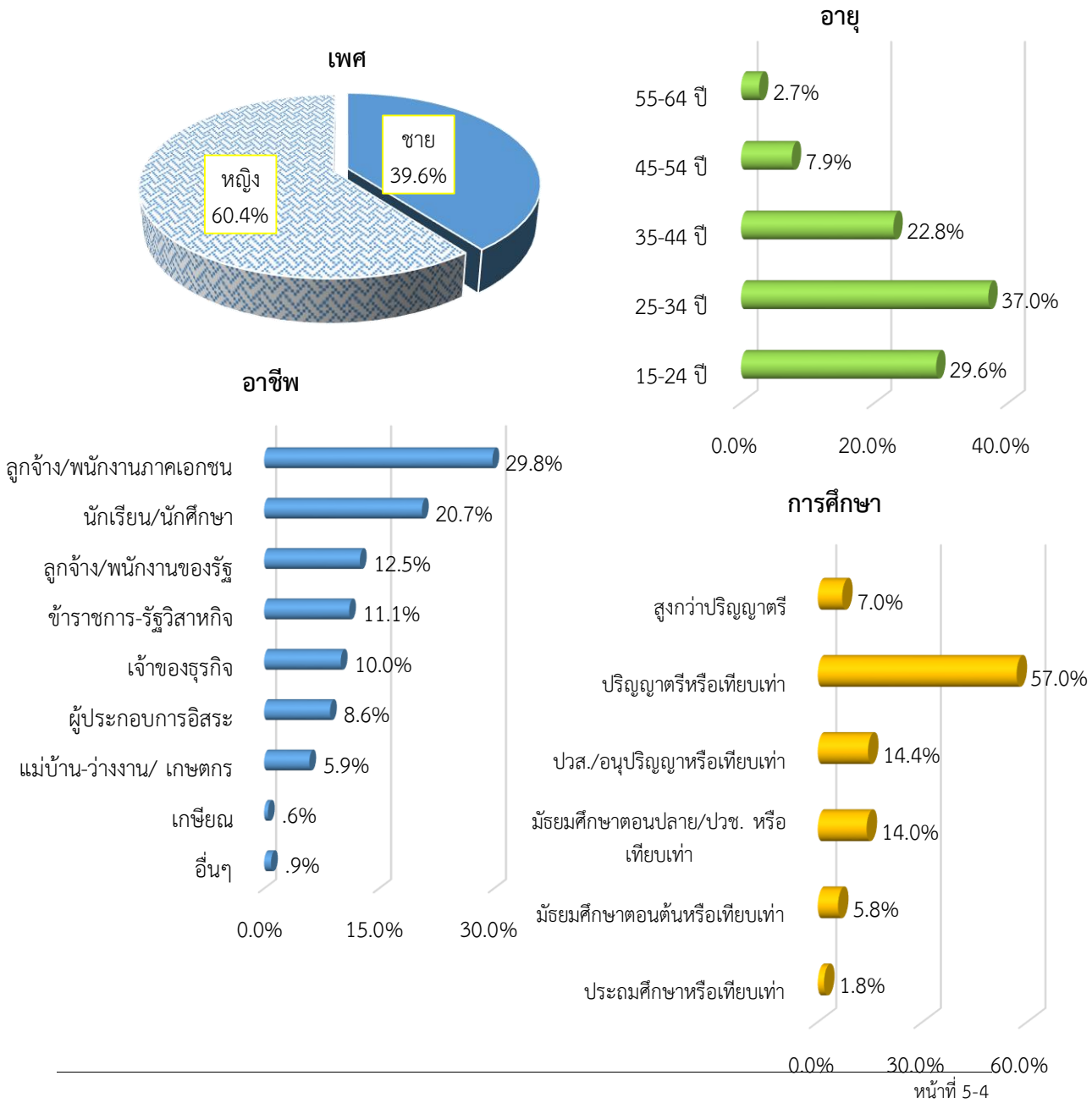
จังหวัดที่สำรวจ	เป้าหมาย (คน)	ผลการสำรวจ (คน)
1) **ขอนแก่น**	328	370
2) **นครศรีธรรมราช**	270	272
3) **เชียงราย**	254	264
4) **อุดรธานี**	243	243
5) **เพชรบูรณ์**	213	220
6) **สุราษฎร์ธานี**	204	202
7) **กระบี่**	200	200
8) **พิษณุโลก**	200	212
9) **อุบลราชธานี**	200	200
10) **ตาก**	200	200
11) **นครนายก**	200	200
12) **สระบุรี**	200	206
13) **จันทบุรี**	200	200
14) **พระนครศรีอยุธยา**	200	209
15) **นครปฐม**	200	200
16) **หนองคาย**	200	200
17) **เลย**	200	200
18) **ลพบุรี**	200	206
19) **ตราด**	200	200
20) **ชุมพร**	200	220
21) **นครสวรรค์**	200	200
22) **ตรัง**	200	200
23) **สุพรรณบุรี**	200	200
24) **บุรีรัมย์**	200	200
รวม	**5,112**	**5,224**

ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

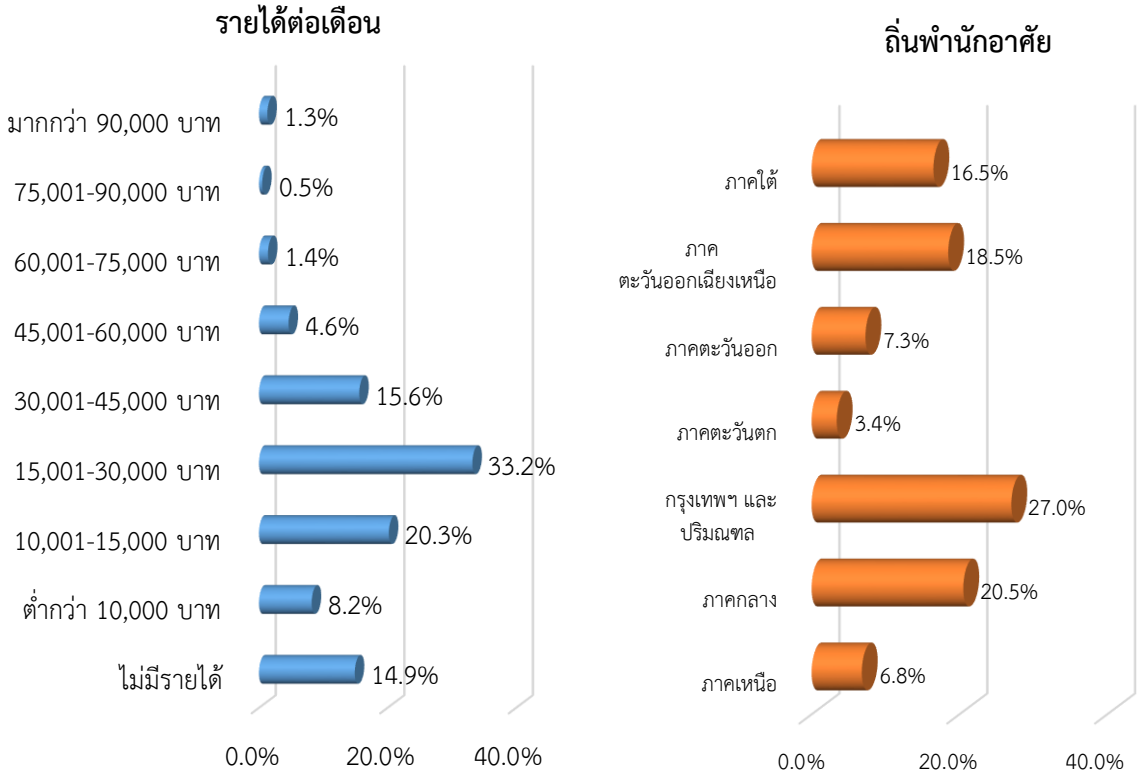
1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ผลการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10,527 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 60.4 ต่อ ร้อยละ 39.6) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 37.0) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 57.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 29.8) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 33.2) และพำนักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มากที่สุด (ร้อยละ 27.0) (แผนภูมิที่ 5-1) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

แผนภูมิที่ 5-1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย



แผนภูมิที่ 5-1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)



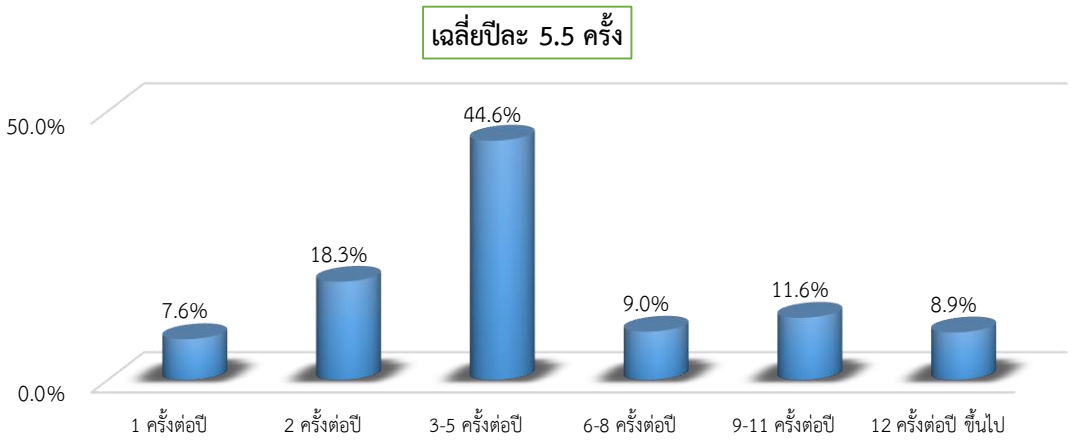
2. ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.1 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

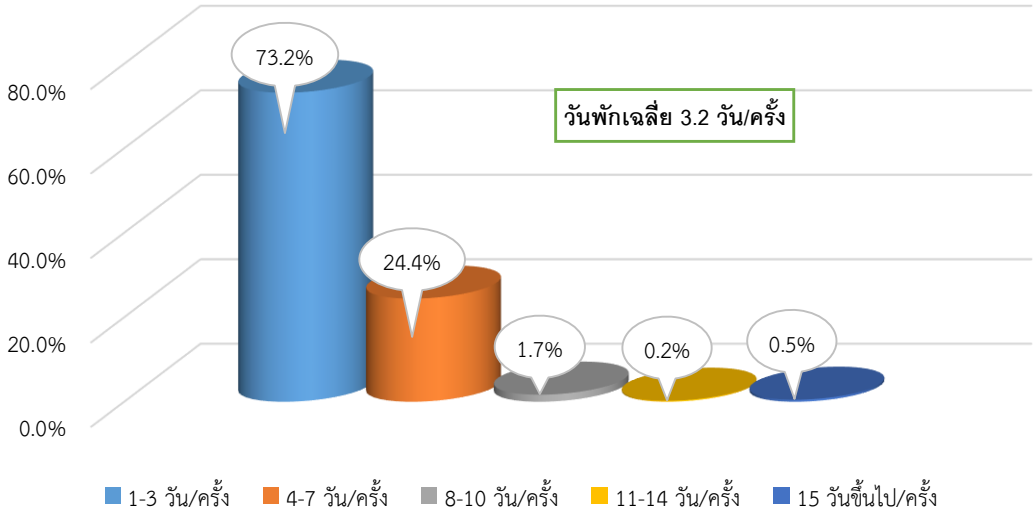
1) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวและวันพักเฉลี่ยต่อครั้ง

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ยปีละ 5.5 ครั้ง ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งอยู่ที่ 5.72 ครั้ง/ ปี ส่วนใหญ่ (ร้อยละ74.1) นิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ปีละ 3 ครั้งขึ้นไป ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว ปีละ 3-5 ครั้ง มากที่สุด (ร้อยละ 44.6) มีวันพักเฉลี่ยครั้งละ 3.2 วัน ซึ่งส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.2) จะมีวันพักไม่เกิน 3 วัน (พักค้างคืนเฉลี่ย 2 คืน) เนื่องจากมีข้อจำกัดในการลาหยุดงาน เพราะส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน (แผนภูมิที่ 5-2 และ 5-3) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย เกือบ 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

แผนภูมิที่ 5-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด (ในช่วงปี พ.ศ. 2559 - 2561)



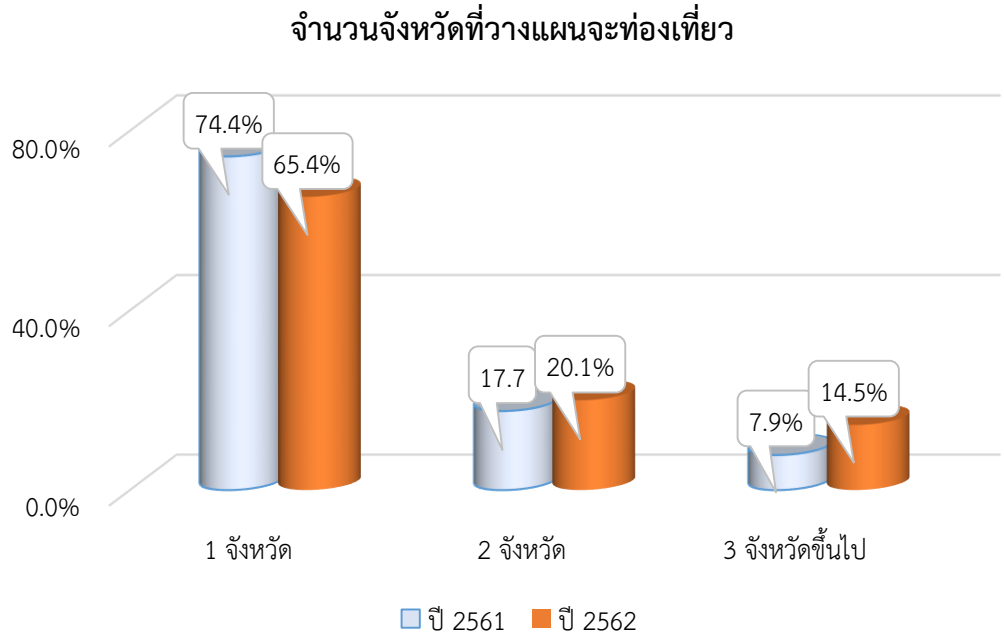
แผนภูมิที่ 5-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนวันพักต่อครั้งเมื่อเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด



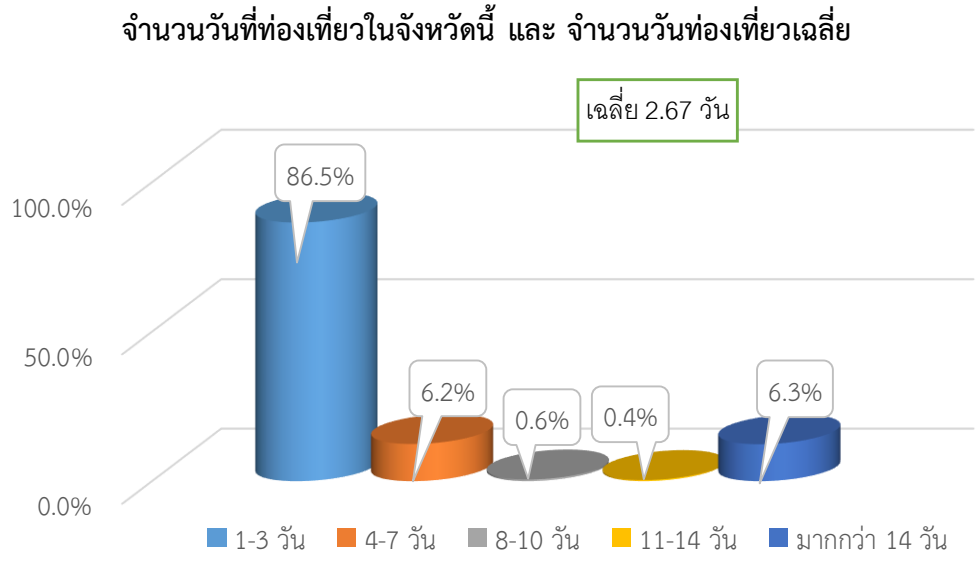
2) จำนวนจังหวัดที่วางแผนเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเดียวเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.4) นอกนั้นเดินทางท่องเที่ยวหลายจังหวัด โดยมีทั้งเดินทางท่องเที่ยว 2 จังหวัด และ 3 จังหวัด ขึ้นไป (ร้อยละ 20.1 และ ร้อยละ 14.5 ตามลำดับ) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งจังหวัด ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมานิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเดียวมีสูงกว่า ที่ร้อยละ 74.4 โดยเดินทางท่องเที่ยว 2 จังหวัด และ 3 จังหวัด ขึ้นไป ที่ร้อยละ 17.7 และ ร้อยละ 7.9 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.5) ใช้เวลาท่องเที่ยว 1-3 วัน หรือนักท่องเที่ยวมีวันท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัด 2.67 วัน (แผนภูมิที่ 5-4 และ แผนภูมิที่ 5-5)

แผนภูมิที่ 5-4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนจังหวัดที่วางแผนจะท่องเที่ยว และจำนวนวันนักท่องเที่ยว



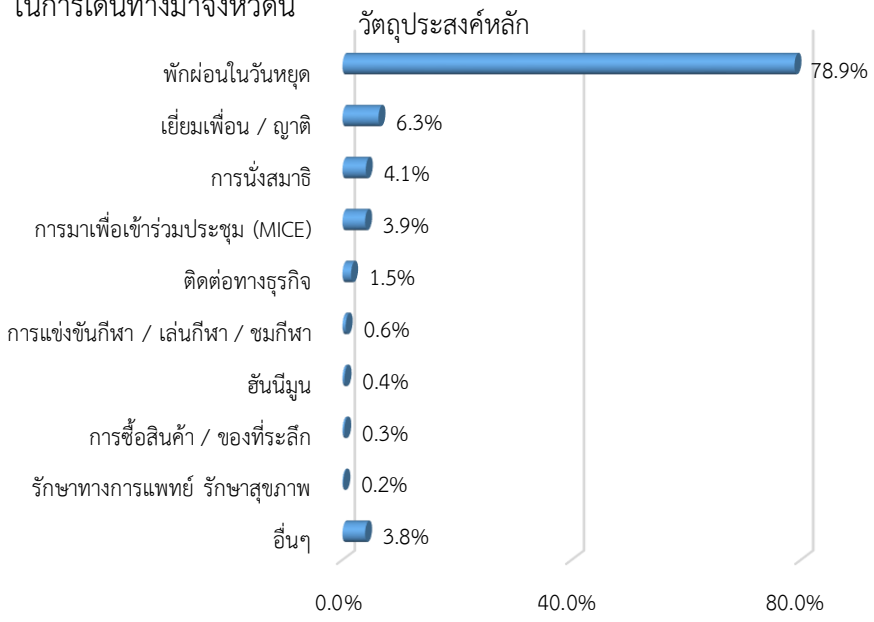
แผนภูมิที่ 5-5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนวันที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนี้ และจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ย



2.2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางครั้งนี้เพื่อพักผ่อนในวันหยุดเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.9) สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในขณะที่วัตถุประสงค์หลักลำดับรองลงมา ได้แก่ การเยี่ยมเยียนเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 6.3) การนั่งสมาธิ/ ทำบุญ (ร้อยละ 4.1) การเข้าร่วมประชุม (ร้อยละ 3.9) ฯลฯ (แผนภูมิที่ 5-6)

แผนภูมิที่ 5-6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดนี้



2.3 ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกจังหวัดในการเดินทางท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว/ สถานที่ท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็น 2 ปัจจัยหลักที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกจังหวัดในการเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ 94.3 และร้อยละ 69.4 ตามลำดับ) และปัจจัยลำดับรองลงมา ได้แก่ ภาพลักษณ์ของจังหวัด (ร้อยละ 29.0) ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในจังหวัด (ร้อยละ 26.6) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 19.8) และงานประเพณี/ วัฒนธรรม (ร้อยละ 14.5) ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลน้อย คือ การโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 11.7) และความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า (ร้อยละ 6.9) (แผนภูมิที่ 5-7)

จากผลการสำรวจดังกล่าวข้างต้น พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยเดียวกับปีที่ผ่านมา ดังนั้น หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดจึงควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว/ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดได้ รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ทั้งเส้นทางการคมนาคมระหว่างจังหวัด ภายในจังหวัดที่เชื่อมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ ไฟฟ้า เป็นต้น ให้มีความสะดวกในการใช้บริการ ให้ความสำคัญด้านความสะอาดของสถานที่ต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยว/ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ การดูแลรักษาสภาพแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว ให้มีสภาพสวยงามสมบูรณ์ นอกจากนี้ ควรมีมาตรการในด้านราคาสินค้าและบริการที่มีมาตรฐาน และควรเน้นด้านความปลอดภัยในพื้นที่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

แผนภูมิที่ 5-7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยสำคัญสำหรับประกอบการตัดสินใจเลือกจังหวัดเพื่อเดินทางท่องเที่ยว

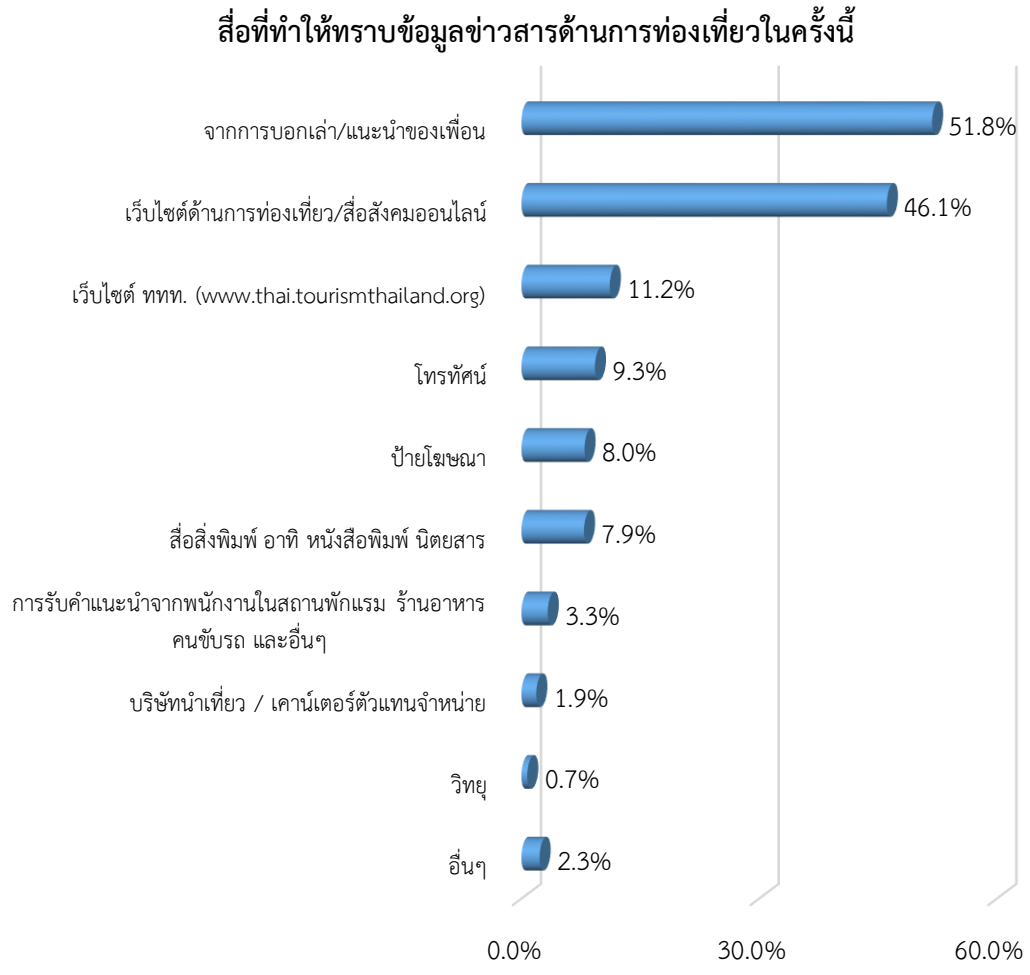


2.4 สื่อที่ใช้หาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

2.4.1 การบอกเล่า/ แนะนำของเพื่อน และเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว/สื่อสังคมออนไลน์เป็น 2 สื่อหลักที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ทราบจากสื่อบุคคล คือ จากการบอกเล่า/แนะนำของเพื่อน มากที่สุด (ร้อยละ 51.8) รองลงมาคือ เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว/ สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 46.1) สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในขณะที่สื่ออื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์ของ ททท. โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ การแนะนำจากพนักงานในสถานพักแรม ร้านอาหาร คนขับรถ ฯลฯ ส่วนบริษัทนำเที่ยว/เคาน์เตอร์ทัวร์ และวิทยุเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้น้อย (แผนภูมิที่ 5-8)

อย่างไรก็ตาม ผู้เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับสื่อทุกประเภท โดยมุ่งให้ความสำคัญต่อความหลากหลายของช่องทางการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากช่องทางการรับรู้สื่อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับช่วงอายุ ระดับการศึกษา เป็นต้น

แผนภูมิที่ 5-8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในครั้งนี้

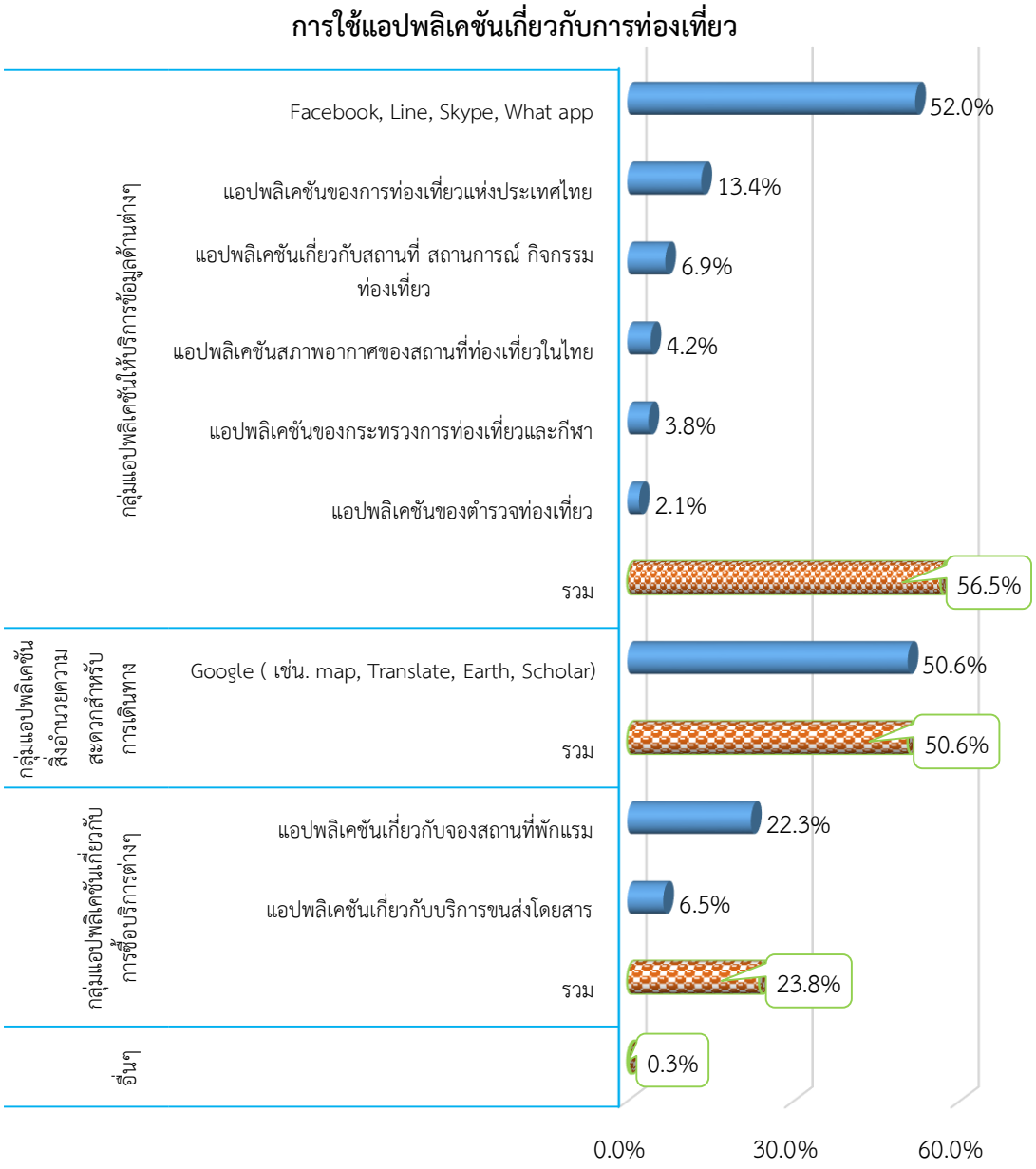


2.4.2 การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มแอปพลิเคชันให้บริการข้อมูลต่างๆ (ร้อยละ 56.5) โดยเน้นการใช้ Facebook, Line, Skype และ What app มากที่สุด (ร้อยละ 52.0) รองลงมาเป็นแอปพลิเคชันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 13.4) ในขณะที่ แอปพลิเคชันตำรวจท่องเที่ยว มีใช้เพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.1) 2) กลุ่มแอปพลิเคชันสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง (ร้อยละ 44.4) ได้แก่ Google (Map Earth Scholar) และ www.pantip.com (ร้อยละ 50.6) และ 3) กลุ่มแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการจองตั๋ว ซึ่งยังมีการใช้ที่ค่อนข้างน้อย (ร้อยละ 23.8) ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการจองสถานที่พักแรม (ร้อยละ 22.3) เช่น Agoda, Booking.com, Hostel World, Expedia, Hotel.com, Hotel Club, Trivago, Traveloka เป็นต้น และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับบริการขนส่งโดยสาร (ร้อยละ 6.5) เช่น Sky scanner, Tripadvisor, Lonely planet, Rent car, Nok Air, Air Asia, lion Air, Vietjet Air, Thai Mobile, Thai Smile Airways, Bangkok Airways เป็นต้น (แผนภูมิที่ 5-9)

จากผลการสำรวจดังกล่าวข้างต้น ผู้เกี่ยวข้องควรทบทวนพิจารณาการสร้างการรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้องผ่านแอปพลิเคชันในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด โดยเฉพาะแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการจองสถานที่พักแรม บริการขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางและจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

แผนภูมิที่ 5-9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

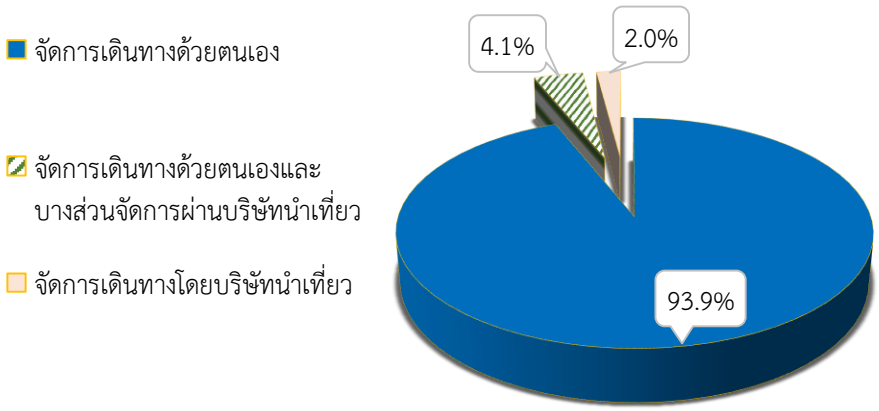


3. วิธีการจัดการเดินทางท่องเที่ยว

3.1 ลักษณะการจัดการเดินทาง

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.9) จัดการเดินทางด้วยตนเอง มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.0) ที่จัดการเดินทางโดยบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่บางส่วน (ร้อยละ 4.1) จัดการเดินทางด้วยตนเองและใช้บริการบางส่วนจากบริษัทนำเที่ยว (แผนภูมิที่ 5-10)

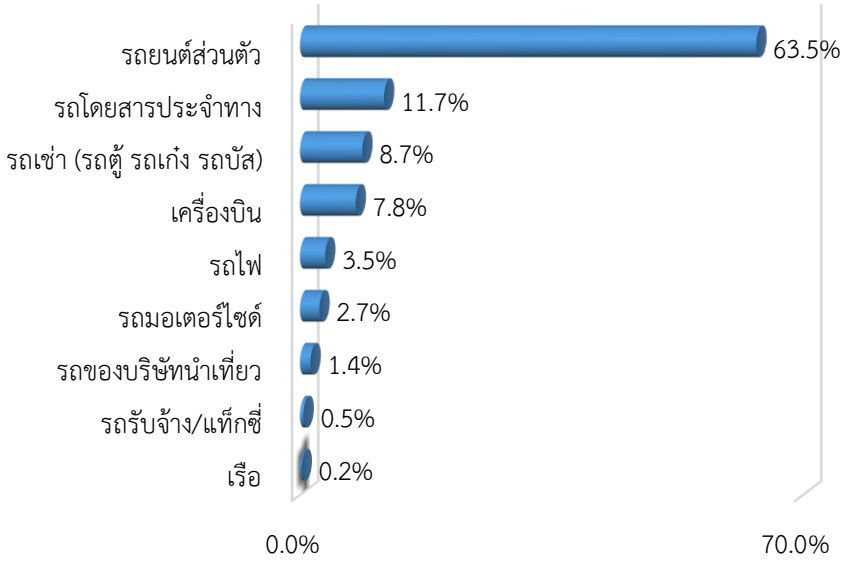
แผนภูมิที่ 5-10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง



3.2 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ในภาพรวมพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ในการเดินทางมีหลากหลายทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.5) ซึ่งลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ที่ร้อยละ 76.8 ซึ่งนักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวโดยนิยมใช้รถโดยสารประจำทางเพิ่มขึ้น โดยมีการใช้รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 11.7) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ที่ร้อยละ 2.6 และเดินทางโดยใช้บริการรถเช่า (รถตู้/ รถเก๋ง) ในการเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ 8.7) เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนที่เดินทางโดยเครื่องบินและรถไฟ (ร้อยละ 7.8 และร้อยละ 3.5 ตามลำดับ) แล้ว จะใช้บริการรถเช่าเพื่อเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ (แผนภูมิที่ 5-11)

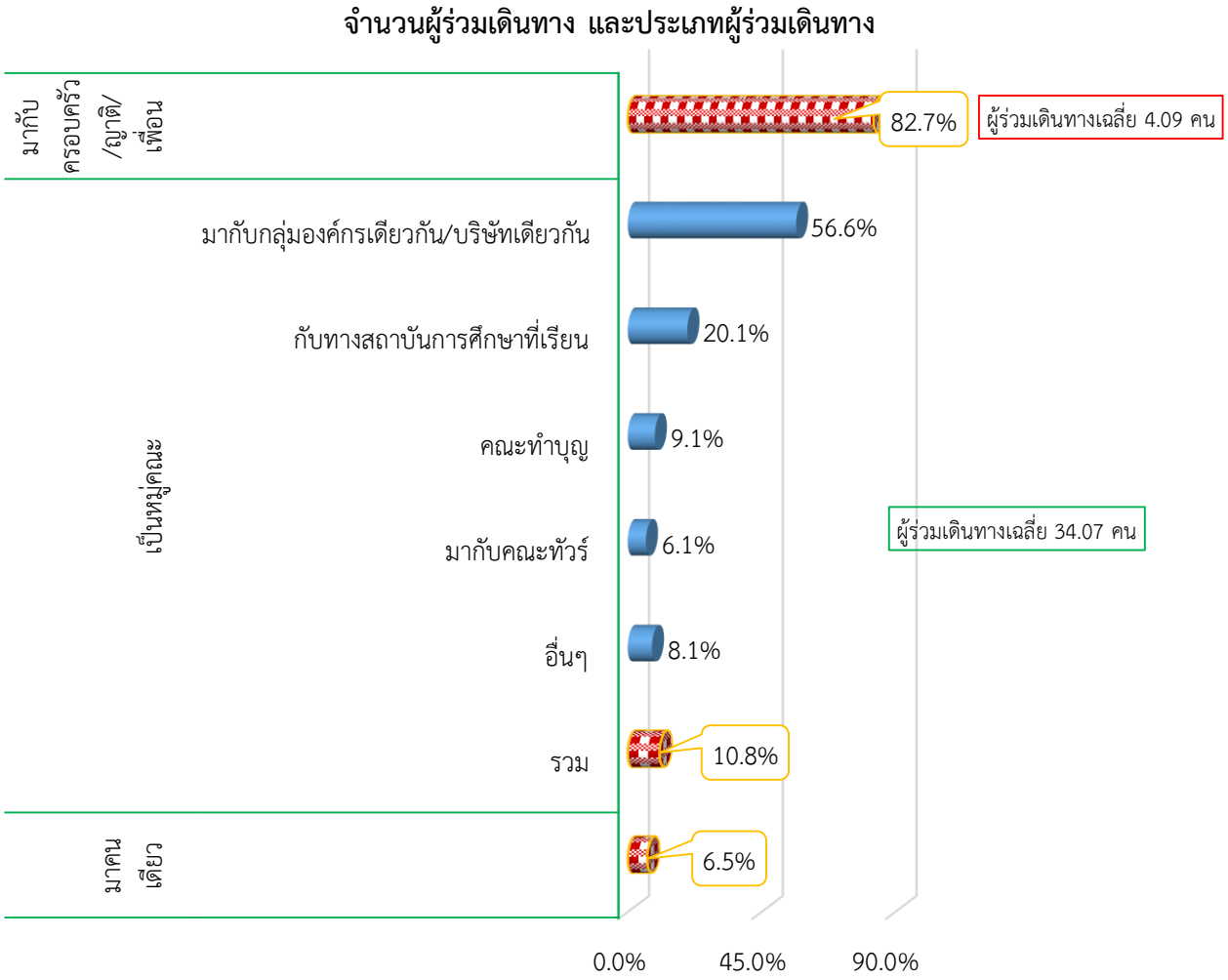
แผนภูมิที่ 5-11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง



3.3 จำนวน/ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเดินทางมากับครอบครัว/ ญาติ/ เพื่อน และมากับหมู่คณะ โดยมากับครอบครัว/ ญาติ/ เพื่อน มากที่สุด (ร้อยละ 82.7) มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย 4.09 คน และเดินทางเป็นหมู่คณะ (ร้อยละ 10.8) มีผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย 34.07 คน ซึ่งส่วนใหญ่มากับกลุ่มองค์กร/ บริษัทเดียวกันมากับสถาบันการศึกษาที่เรียน คณะทำบุญ คณะทัวร์ และอื่นๆ (ร้อยละ 56.6, 20.1, 9.1, 6.1 และ 8.1 ตามลำดับ) ทั้งนี้มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 6.5) ที่เดินทางคนเดียว (แผนภูมิที่ 5-12)

แผนภูมิที่ 5-12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทผู้ร่วมเดินทางและจำนวนผู้ร่วมเดินทางโดยเฉลี่ย

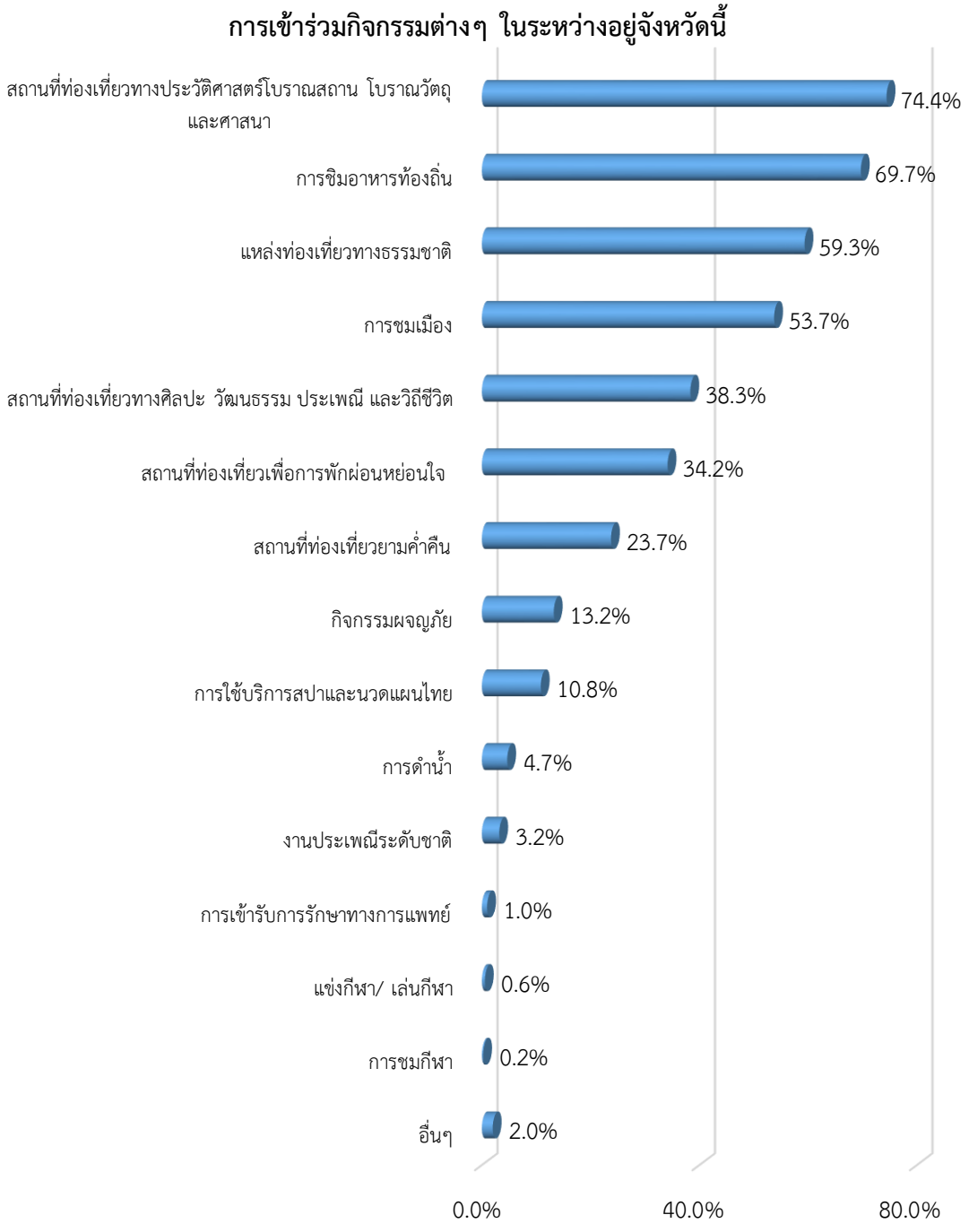


4. การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้

4.1 การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลาย โดยกิจกรรมหลัก 4 ประเภทแรกที่เข้าร่วมมากที่สุด ได้แก่ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การชิมอาหารท้องถิ่น การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ และการชมเมือง (ร้อยละ 74.4, 69.7 59.3 และ 53.7 ตามลำดับ) สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วม นอกจากนี้ กิจกรรมที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และสถานที่ท่องเที่ยวยามค่ำคืน (ร้อยละ 38.3, 34.2 และ 23.7 ตามลำดับ) ในขณะที่การเข้าร่วมกิจกรรมการเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ การแข่งขันกีฬา และการชมกีฬา มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 1.0, 0.6 และ 0.2 ตามลำดับ) ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (แผนภูมิที่ 5-13)

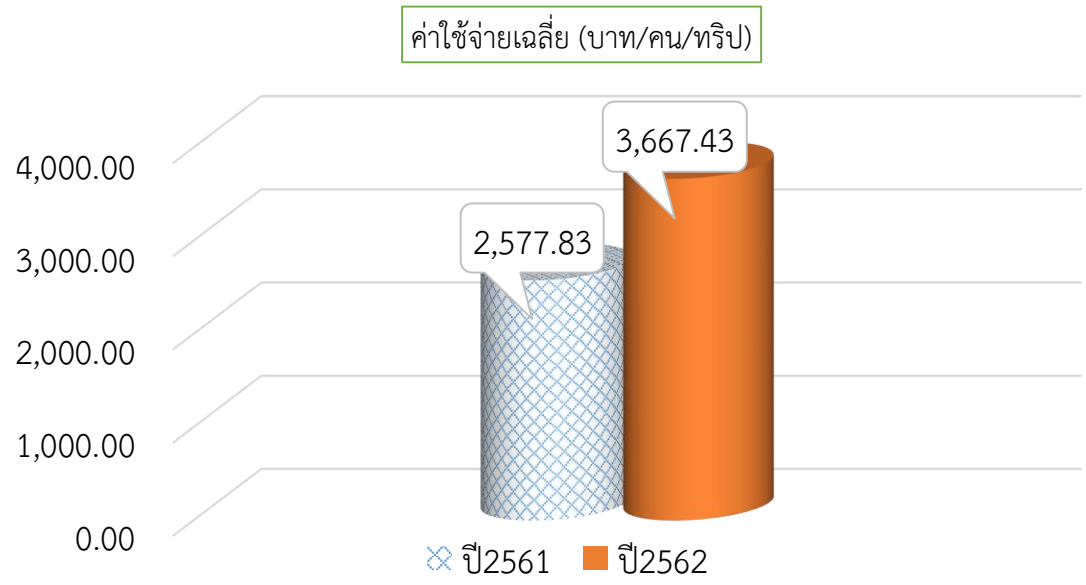
แผนภูมิที่ 5-13 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในระหว่างอยู่จังหวัดนี้



4.2 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป

ในภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่คนละ 3,667.43 บาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่ 2,577.83 บาท ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งจังหวัด จึงส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น (แผนภูมิที่ 5-14)

แผนภูมิที่ 5-14 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคนที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในครั้งนี้



5. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติความพึงพอใจ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

การประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

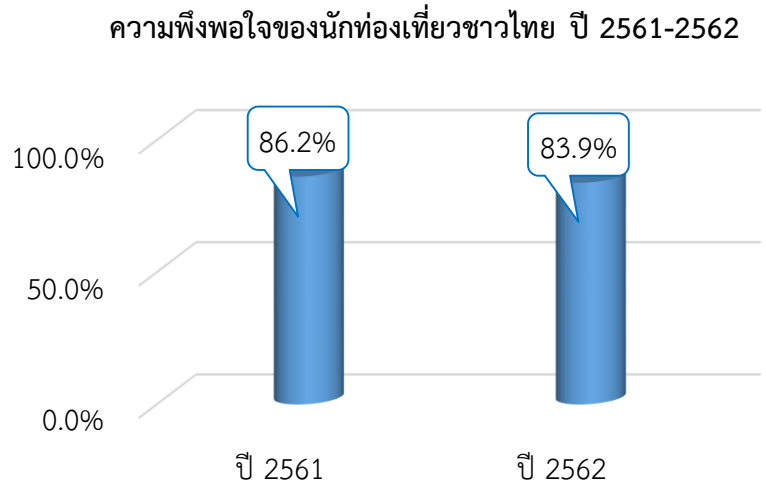
(1) ความพึงพอใจ น้อยมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 20.0 - 36.0
(2) ความพึงพอใจ น้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 36.1 – 52.0
(3) ความพึงพอใจ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 52.1 – 68.0
(4) ความพึงพอใจ มาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 68.1 – 84.0
(5) ความพึงพอใจอย่างมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 84.1 – 100.0

5.1 ภาพรวมความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย

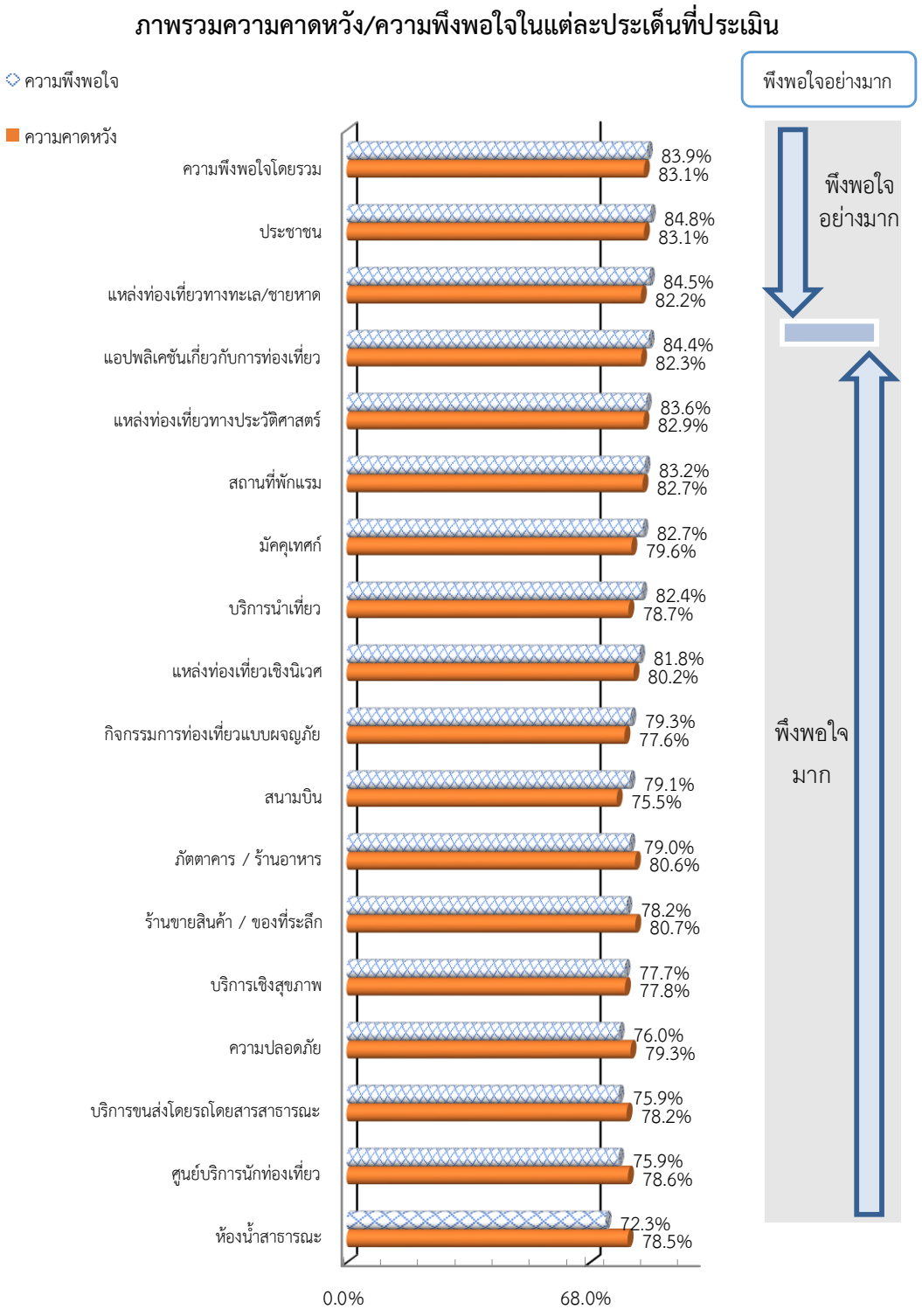
5.1.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.9) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 83.1) และต่ำกว่าปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2561 อยู่ที่ร้อยละ 86.2) ทั้งนี้ จาก 17 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก 3 ประเด็น และทุกประเด็นมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง ได้แก่ ประชาชนมีความพึงพอใจสูงสุด (ร้อยละ 84.8) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 84.5 และร้อยละ 84.4 ตามลำดับ) และประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มี 14 ประเด็น โดยมี 7 ประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวัง เช่น ภัตตาคาร / ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก บริการเชิงสุขภาพ เป็นต้น โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 72.3) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.9) และบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 75.9) (แผนภูมิที่ 5-15 และแผนภูมิที่ 5-16)

แผนภูมิที่ 5-15 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2561-2562



แผนภูมิที่ 5-16 ร้อยละความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาพรวม จำแนกตามบริการด้านการท่องเที่ยว ปี 2562



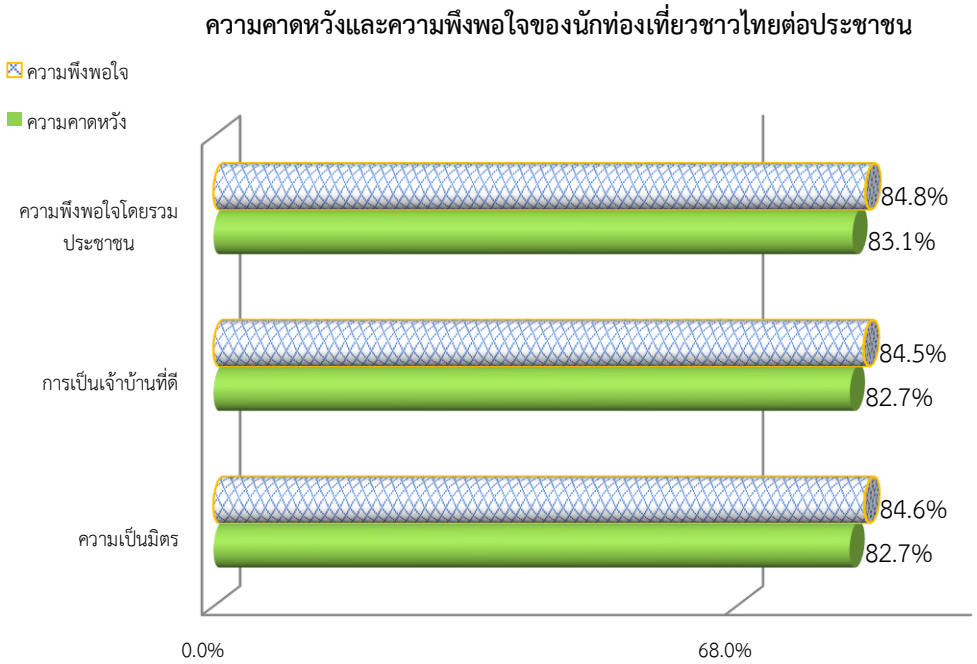
5.1.2 ความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ

1) บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการสถานที่พักแรม มีรายละเอียดดังนี้

(1) ประชาชน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อประชาชนอยู่ในระดับพึงพอใจ อย่างมาก (ร้อยละ 84.8) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 83.1) โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ ความเป็นมิตร และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งมีความพึงพอใจอย่างมากในระดับที่ใกล้เคียงกัน (แผนภูมิที่ 5-17)

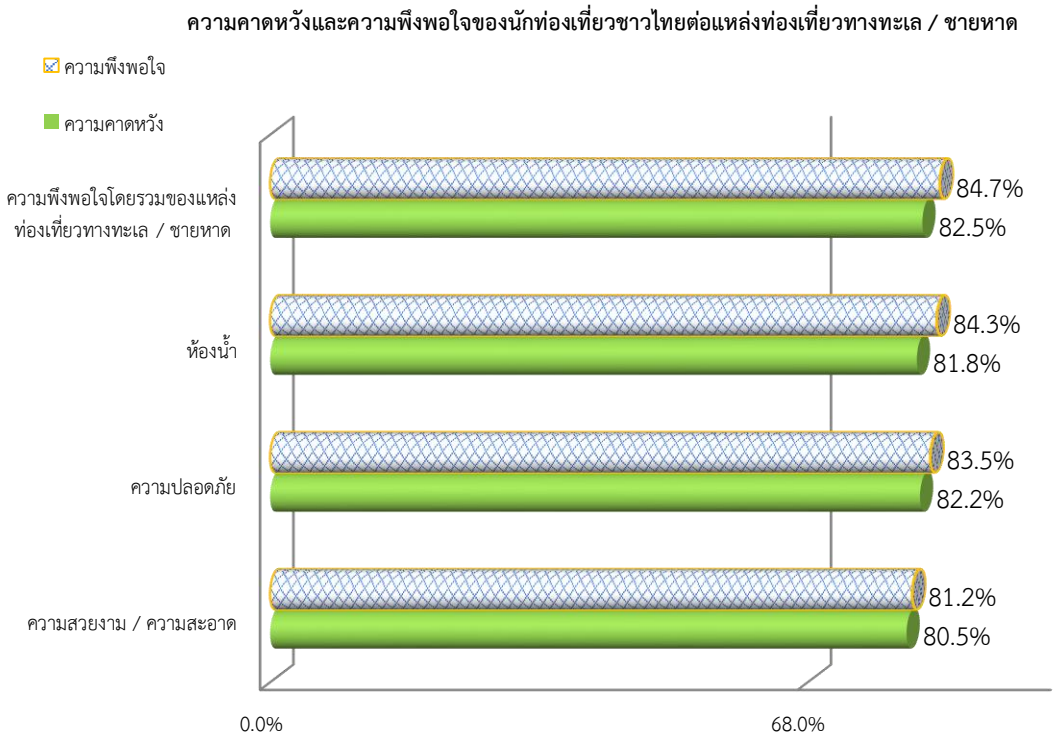
เนื่องจากที่ผ่านมา หลายพื้นที่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมขับเคลื่อนการดำเนินการพัฒนาในมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน พัฒนาระบบการบริหารจัดการ เป็นต้น รวมทั้งได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสำหรับรองรับการท่องเที่ยว โดยการดำเนินการดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดทั้งภาครัฐ และท้องถิ่น มีการบรรจุโครงการ/ กิจกรรมไว้ในแผนปฏิบัติการขององค์กร เพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสมาชิกในชุมชนแหล่งท่องเที่ยว โดยการอบรมให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพ เช่น การอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ทักษะในการให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

แผนภูมิที่ 5-17 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อประชาชน



(2) แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาด กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาดอยู่ในระดับพึงพอใจ อย่างมาก (ร้อยละ 84.7) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.5) โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอย่างมาก คือ ห้องน้ำ ในขณะที่ความปลอดภัย ความสวยงาม/ ความสะอาด สร้างความพึงพอใจได้ในระดับพึงพอใจมากเท่านั้น (แผนภูมิที่ 5-18)

แผนภูมิที่ 5-18 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด

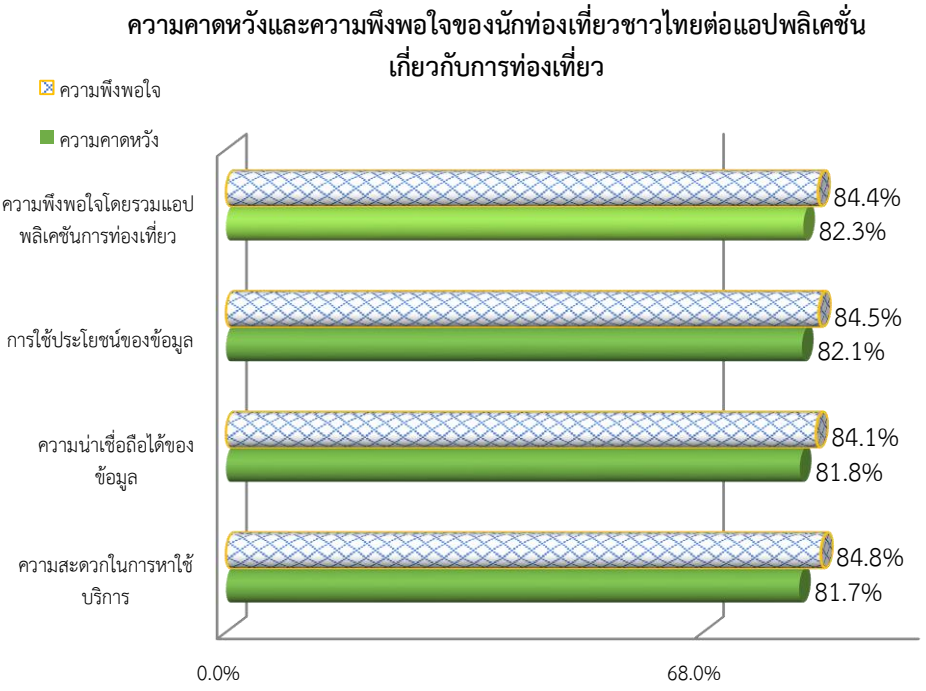


(3) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.4) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.3) โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอย่างมาก ได้แก่ ความสะดวกในการหาใช้บริการ การใช้ประโยชน์ของข้อมูล และความน่าเชื่อถือของข้อมูล (แผนภูมิที่ 5-19)

ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันการสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อการบรรลุผลสำเร็จ รวมทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งการนำแอปพลิเคชันซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการดำเนินขับเคลื่อนประเทศภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในการพัฒนากลุ่มดิจิทัลที่ให้ความสำคัญต่อการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมของภาคธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคท้องถิ่น มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สินค้า

และบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ อำนวยความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย

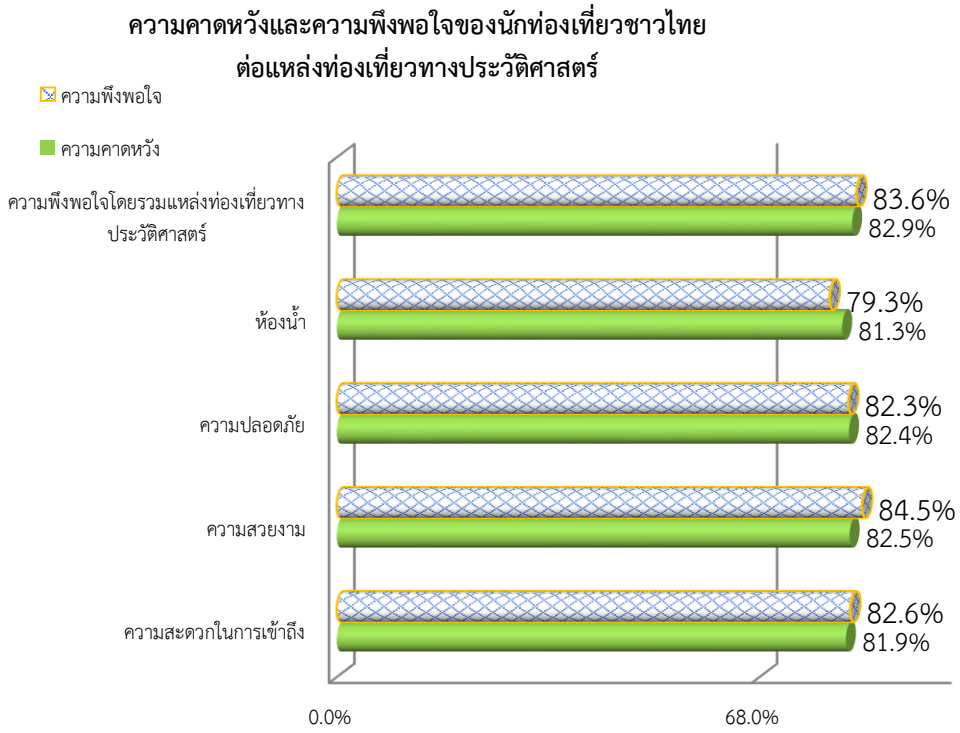
แผนภูมิที่ 5-19 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต



(4) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.6) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.9) โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจมาก ได้แก่ ความสวยงาม ความสะดวกในการเข้าถึง และความปลอดภัย แต่ยังมีจุดอ่อนด้านห้องน้ำ (แผนภูมิที่ 5-20)

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แต่มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นประเภทอื่น เนื่องจากมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สังคมมีความผูกพันทางจิตใจต่อชนรุ่นหลัง มีความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งที่ผ่านมาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญในการพัฒนาส่งเสริมเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่ หลายแห่งมุ่งพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐาน รวมทั้งมีการพัฒนาด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในพื้นที่

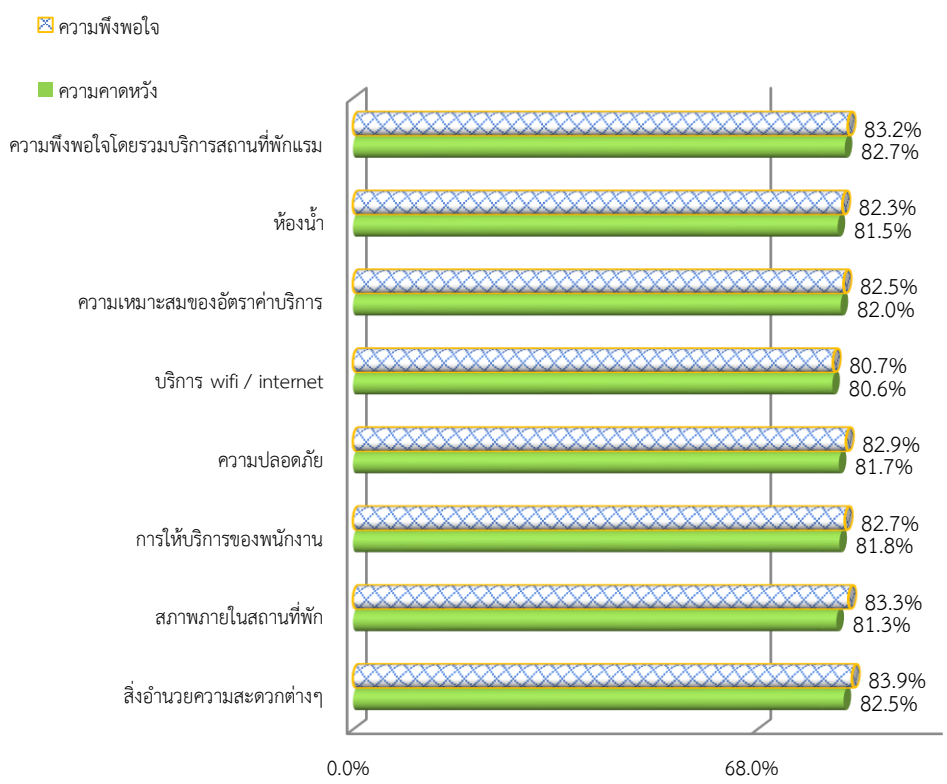
แผนภูมิที่ 5-20 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์



(5) บริการสถานที่พักแรม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการสถานที่พักแรม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.2) และสูงกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 82.7) โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจมาก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สภาพภายในสถานที่พัก ความปลอดภัย การให้บริการของพนักงาน ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ ห้องน้ำ และบริการ wifi/ internet (แผนภูมิที่ 5-21)

ที่ผ่านมาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีมาตรการในการดำเนินการเพื่อการพัฒนาปรับปรุงและส่งเสริมด้านการให้บริการสถานที่พักและโรงแรม มีการกำหนดมาตรฐาน กฎระเบียบ รวมทั้งตรวจ/ ประเมินสถานที่พัก/ โรงแรมในระดับต่างๆ ทั้งในด้านความปลอดภัย ความสะอาด ให้เป็นไปตามที่กำหนด

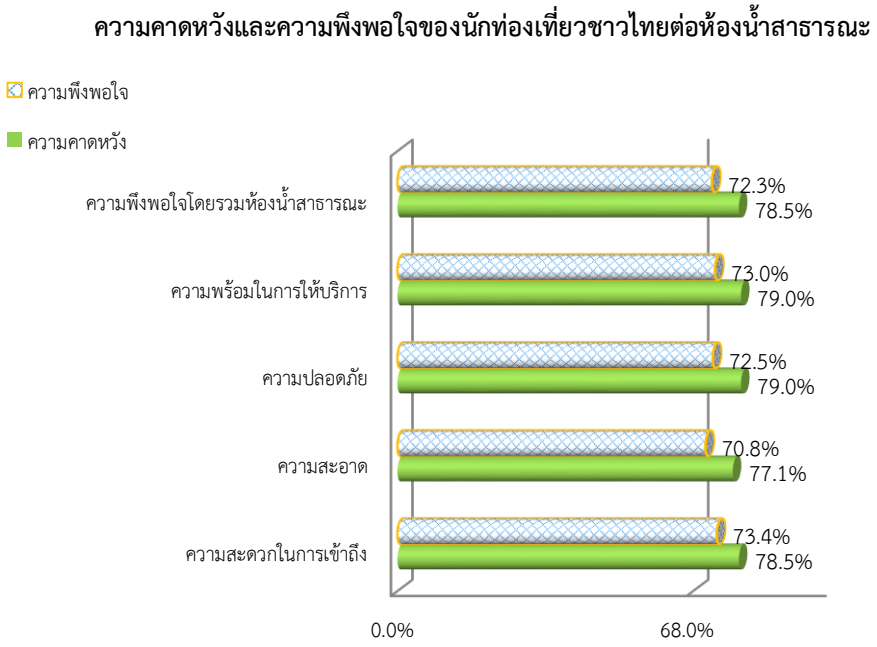
แผนภูมิที่ 5-21 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการสถานที่พักโรงแรม



2) บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ ความปลอดภัย และบริการเชิงสุขภาพ เป็นต้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

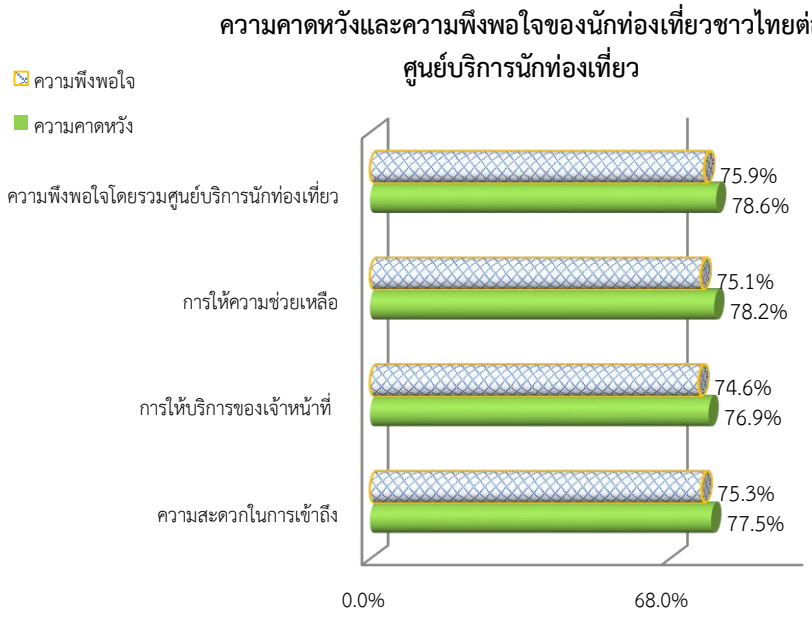
(1) ห้องน้ำสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อห้องน้ำสาธารณะอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 72.3) ต่ำกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 78.5) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความพร้อมในการให้บริการ ความปลอดภัย และความสะอาด (แผนภูมิที่ 5-22)

แผนภูมิที่ 5-22 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อห้องน้ำสาธารณะ



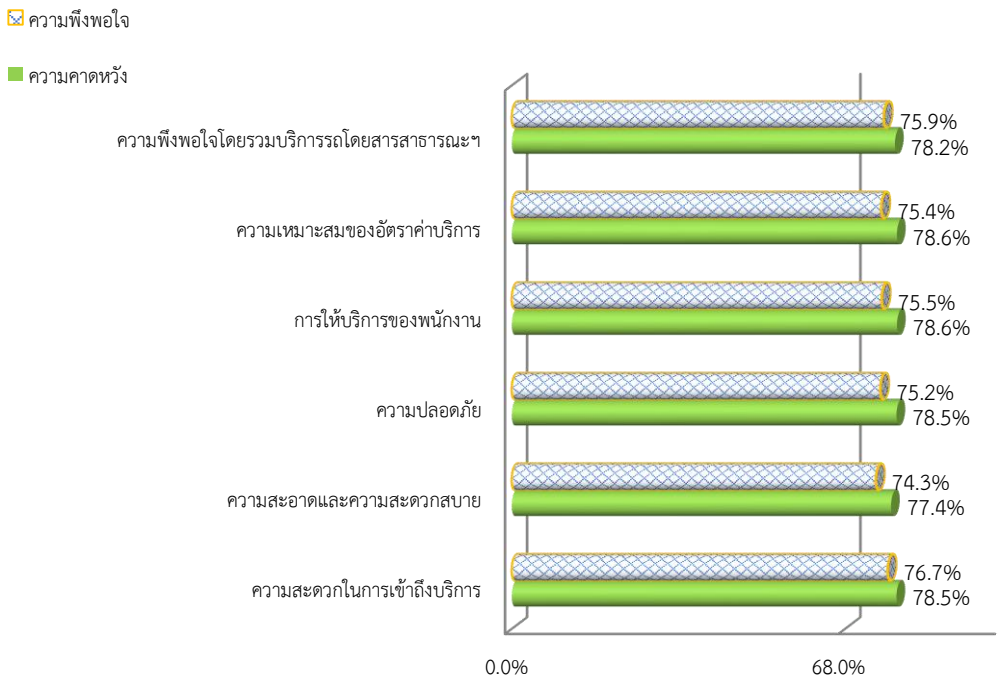
(2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 75.9) ต่ำกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 78.6) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง การให้ความช่วยเหลือและการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (แผนภูมิที่ 5-23)

แผนภูมิที่ 5-23 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



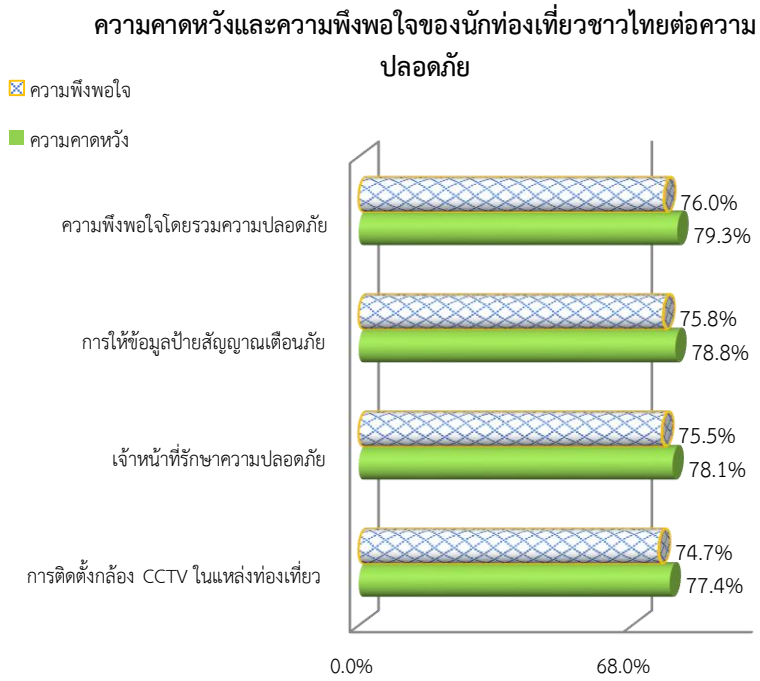
(3) บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 75.9) ต่ำกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 78.2) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ การให้บริการของพนักงาน ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ ความปลอดภัย และความสะอาดและความสะดวกสบาย (แผนภูมิที่ 5-24)

แผนภูมิที่ 5-24 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ



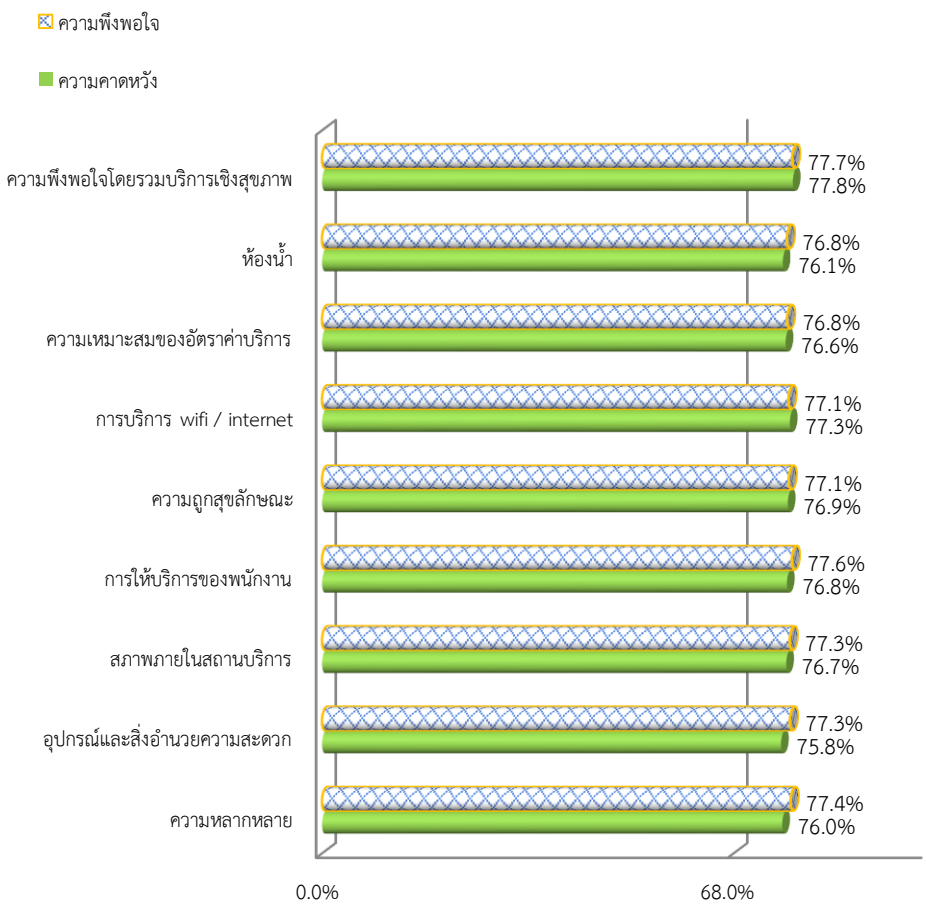
(4) ความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อความปลอดภัย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 76.0) ต่ำกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 79.3) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ การให้ข้อมูลป้ายสัญญาณเตือนภัย เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว (แผนภูมิที่ 5-25)

แผนภูมิที่ 5-25 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อความปลอดภัย



(5) บริการเชิงสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 77.7) ต่ำกว่าความคาดหวัง (ร้อยละ 77.8) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ การให้บริการของพนักงาน ความหลากหลาย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพภายในสถานบริการ ความถูกสุขลักษณะ การบริการ wifi/ internet ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ และห้องน้ำ (แผนภูมิที่ 5-26)

แผนภูมิที่ 5-26 ร้อยละค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการเชิงสุขภาพ

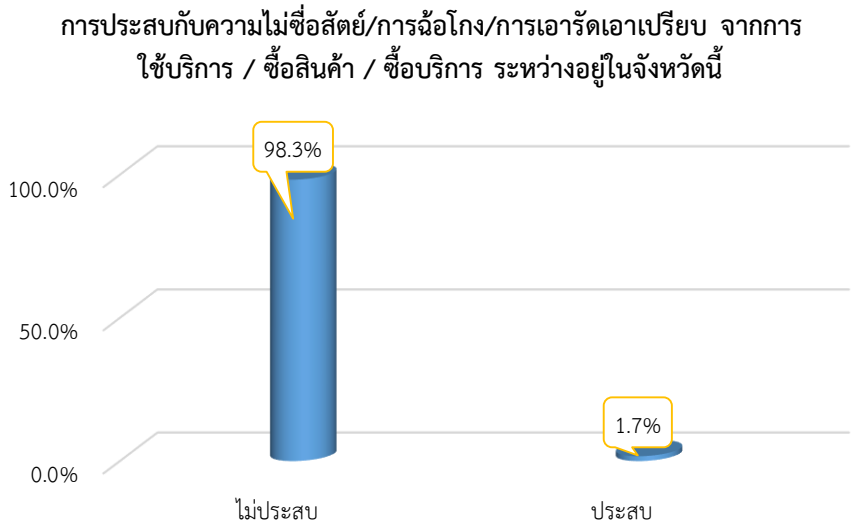


6. การประสบปัญหาต่างๆ

6.1 การประสบปัญหา

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 98.3) ไม่ได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับความไม่ซื่อสัตย์/ การฉ้อโกง/ การเอารัดเอาเปรียบจากการใช้บริการ/ การซื้อสินค้า/ ซื้อบริการจากผู้ประกอบการ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 1.7) ที่ประสบปัญหา (แผนภูมิที่ 5-27)

แผนภูมิที่ 5-27 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการประสบปัญหาเกี่ยวกับความไม่ซื่อสัตย์/การฉ้อโกง/การเอารัดเอาเปรียบจากการใช้บริการ/การซื้อสินค้า/ซื้อบริการจากผู้ประกอบการ



6.2 ลักษณะปัญหาที่พบระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด

ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยประสบในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด พบว่า ในบางพื้นที่นักท่องเที่ยวบางส่วนประสบปัญหาการบริการสาธารณะมีน้อย โดยเฉพาะด้านการเดินทางที่ไม่สะดวก ปัญหาการจราจรติดขัด รถโดยสารสาธารณะมีจำนวนน้อย ราคาค่าโดยสารสูงไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ถนนแคบและอยู่ระหว่างการก่อสร้างและปรับปรุงถนนจำนวนหลายเส้นทาง ไฟฟ้าตามถนนมีค่อนข้างน้อย แสงสว่างน้อย ป้ายบอกเส้นทางไม่ชัดเจนมีค่อนข้างน้อย ในบางพื้นที่บอกข้อมูลไม่ถูกต้อง รวมทั้งระยะการติดตั้งป้ายควรปรับปรุงระยะห่างจากสถานที่ตั้งให้เหมาะสม เนื่องจากการติดตั้งป้ายอยู่ในระยะกระชั้นชิดมาก นอกจากนี้ พื้นที่ให้บริการจอดรถมีน้อย โดยเฉพาะช่วงวันหยุดไม่สามารถรองรับจำนวนรถที่มีจำนวนมากได้เพียงพอ

ในกรณีที่ต้องโดยสารเรือเพื่อเดินทางท่องเที่ยวไปยังเกาะต่าง ๆ นอกจากปัญหาพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ ยังต้องประสบปัญหาการเดินทางระหว่างการลงเรือมีความลำบากโดยเฉพาะในช่วงที่ฝนตก การให้บริการของพนักงานบนเรือพูดจาไม่สุภาพ ระยะเวลาการออกเรือค่อนข้างช้าไม่ตรงเวลา

การให้บริการของร้านอาหารมีราคาค่อนข้างแพง การให้บริการห้องน้ำสาธารณะมีจำนวนไม่เพียงพอกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโดยเฉพาะในวันหยุด ห้องน้ำไม่ค่อยสะอาด นอกจากนี้ ในแหล่งท่องเที่ยวพบว่ามีจำนวนขยะค่อนข้างมาก

6.3 ข้อแนะนำการปรับปรุง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการให้บริการด้านการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

ปัญหาที่พบ	ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
ด้านการท่องเที่ยว	**ด้านการท่องเที่ยว**
1) ราคาค่าห้องพักสูง	1) กำหนดราคาค่าบริการห้องพักแต่ละประเภทให้มีมาตรฐานเดียวกัน
2) สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และการจราจรติดขัดภายในที่จอดรถโดยเฉพาะในช่วงวันหยุดและเทศกาล	2) เพิ่มสถานที่จอดรถ และมีบริการรถรับ-ส่งระหว่างสถานที่จอดรถกับแหล่งท่องเที่ยว ในกรณีที่มีระยะทางห่างไกล และจัดให้มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกการจราจรภายในบริเวณจอดรถ
3) ป้ายบอกทางมีจำนวนน้อยและไม่ชัดเจน	3) เพิ่มจำนวนป้ายบอกทางให้มีจำนวนที่เหมาะสม และปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจน ทั้งในด้านความถูกต้อง ขนาดและสีของตัวอักษร
4) ห้องน้ำสาธารณะมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวและไม่สะอาด	4) จัดให้มีพนักงานทำความสะอาดห้องน้ำในระหว่างวัน โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล
5) พื้นที่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างสกปรก มีขยะจำนวนมาก	5) จัดตั้งถังขยะให้มีจำนวนเพียงพอทั่วถึง และจัดให้มีคนดูแลความสะอาดหรือจิตอาสา
6) การจราจรติดขัด	6) จัดให้มีตำรวจจราจรอำนวยความสะดวก
7) พื่นั่งพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย	7) เพิ่มจำนวนที่นั่งพักพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม
8) การติดตั้งไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย เช่น บริเวณชายหาด เป็นต้น	8) เพิ่มจำนวนเสาไฟฟ้าให้มีจำนวนเหมาะสมกับพื้นที่
ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	**ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว**
1) การให้บริการข้อมูล	1) ควรให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง ชัดเจน เช่น ราคาห้องพัก โปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น
2) มารยาทในการให้บริการ	2) ควรให้บริการด้วยความสุภาพ โดยเฉพาะการพูดจาบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส
3) จำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ โดยเฉพาะในวันหยุดและเทศกาล
ด้านสินค้าและบริการ	**ด้านสินค้าและบริการ**
1) ประเภทของสินค้าและอาหารที่ให้บริการมีน้อย	1) ควรให้บริการสินค้าและอาหารที่มีความหลากหลายเพื่อสร้างทางเลือกให้ลูกค้านักท่องเที่ยวมากขึ้น

ปัญหาที่พบ	ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
2) อาหารทะเลไม่สด มีราคาแพง	2) กำหนดราคาอาหารทะเลให้มีความเหมาะสม และสร้างความตระหนักผู้ให้บริการด้านคุณภาพสินค้า
3) ไม่มีป้ายแสดงราคาสินค้า	3) ควรกวดขันให้ผู้ประกอบการติดป้ายราคาสินค้าและบริการ
4) ราคาสินค้าและบริการแพงเกินมาตรฐาน	4) ควรกวดขันให้ผู้ประกอบการกำหนดราคาสินค้าและบริการที่เหมาะสม ไม่เกินมาตรฐานราคาทั่วไป

7. การแนะนำเพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.3) จะแนะนำเพื่อน/ญาติ/ คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความประทับใจจึงทำให้เกิดการแนะนำบอกต่อ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 0.7) ที่ไม่แนะนำเนื่องจากประสบปัญหาต่างๆ ทำให้รู้สึกไม่มีความประทับใจ (แผนภูมิที่ 5-28)

แผนภูมิที่ 5-28 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่



สรุปประเด็นความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 5-3 สรุปประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจสูง/ ต่ำกว่าร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวจาก 17 ประเด็นที่ประเมินในภาพรวม

หัวข้อที่ประเมิน	ประเด็นความพึงพอใจ สูงกว่า ร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจ ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อ ความพึงพอใจ
1. ประชาชน	1) ความเป็นมิตร	-	-
	2) การเป็นเจ้าบ้านที่ดี		
2. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด	1) ความสวยงาม/ ความสะอาด	1) ความปลอดภัย	1) จำนวนเจ้าหน้าที่น้อย ดูแลไม่ทั่วถึง เนื่องจากมีบริเวณกว้าง
		2) ห้องน้ำ	2) ความสะอาด
3. แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต	1) ความสะดวกในการหาใช้บริการ	-	-
	2) การใช้ประโยชน์ของข้อมูล		
	3) ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล		
4. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1) ความสวยงาม	1) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) รถโดยสารสาธารณะที่เข้าถึงมีจำนวนน้อย
		2) ความปลอดภัย	2) จำนวนเจ้าหน้าที่น้อย ดูแลไม่ทั่วถึง เนื่องจากมีบริเวณกว้าง
		3) ห้องน้ำ	3) ความสะอาด
5. บริการสถานที่พักแรม	-	1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	1) อุปกรณ์/เครื่องใช้ชำรุดใช้งานไม่ได้
		2) สภาพภายในสถานที่พัก	2) เก่า อับชื้น อากาศไม่ถ่ายเท
		3) ความปลอดภัย	3) ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
		4) การให้บริการของพนักงาน	4) พนักงานให้บริการน้อย
		5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	5) ราคาสูงในขณะที่บริการไม่ดี
		6) ห้องน้ำ	6) อุปกรณ์/ เครื่องใช้เก่า ชำรุด
		7) บริการ wifi/ internet	7) ไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต
6. มัคคุเทศก์	-	1) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	1) อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ไม่ชัดเจน
		2) ความเป็นมิตร	2) การใช้ภาษาไม่สุภาพ
		3) ความซื่อสัตย์	3) คิดค่าบริการสูงเกิน

ตารางที่ 5-3 สรุปประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจสูง/ ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวจาก 17 ประเด็นที่ประเมินในภาพรวม (ต่อ)

หัวข้อที่ประเมิน	ประเด็นความพึงพอใจ สูงกว่า ร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจ ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อ ความพึงพอใจ
7. บริการนำเที่ยว	-	1) การให้บริการของพนักงาน	1) พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อยไม่เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องดูแล
		2) โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ	2) มีโปรแกรมให้เลือกน้อย
		3) ความปลอดภัยของพาหนะ	3) พาหนะเก่า ใช้งานมาค่อนข้างนาน
		4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	4) ค่าบริการสูงเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ
8. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) บริการรถโดยสารสาธารณะมีน้อย
		2) ความสวยงาม/ ความสะอาด	2) บางพื้นที่รกร้าง มีขยะ
		3) ความปลอดภัย	3) ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
		4) ห้องน้ำ	4) ไม่สะอาด ไม่ได้รับการดูแลรักษาความสะอาด
9. สนามบิน	-	1) ป้ายบอกทาง	1) มีจำนวนน้อย/ ไม่มีป้ายบอกทาง
		2) ความปลอดภัย	2) พื้นที่บางแห่งไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
		3) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	3) บางอย่างมีสภาพค่อนข้างเก่า ไม่ค่อยสะอาด และมีสภาพชำรุด
		4) การให้บริการของพนักงาน	4) ความยิ้มแย้มแจ่มใสในการต้อนรับ/ ให้บริการ
		5) ความหลากหลายของร้านขายอาหาร	5) มีร้านอาหารให้เลือกน้อย
		5) ความเป็นมิตรของพนักงาน	6) ความเป็นมิตรของพนักงานมีค่อนข้างน้อย
		7) ความหลากหลายของร้านขายสินค้า	7) มีร้านขายสินค้าให้เลือกน้อย
		8) บริการ Wifi/ Internet	8) wifi ช้า
		9) ห้องน้ำ	9) ความสะอาด
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย	-	1) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) ถนนทางเข้าขาดการดูแลรักษา
		2) ความปลอดภัย	2) เครื่องเล่น/อุปกรณ์ค่อนข้างเก่า
		3) การให้บริการของพนักงาน	3) เจ้าหน้าที่ไม่เข้าใจภาษาไทย
		4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	4) ราคาค่อนข้างสูงเกินการให้บริการ

ตารางที่ 5-3 สรุปประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจสูง/ ต่ำกว่าร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวจาก 17 ประเด็นที่ประเมินในภาพรวม (ต่อ)

หัวข้อที่ประเมิน	ประเด็นความพึงพอใจสูงกว่า ร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจต่ำกว่า ร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อความพึงพอใจ
		5) ห้องน้ำ	5) ความสะอาด จำนวนเพียงพอกับนักท่องเที่ยว
11. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร		1) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	1) สภาพภายในร้านอาหารไม่เป็นระเบียบ
		2) คุณภาพของอาหาร	2) วัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารขาดความสดใหม่และสะอาด
		3) การให้บริการของพนักงาน	3) มีจำนวนน้อย
		4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	4) ราคาสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป
		5) ห้องน้ำ	5) ไม่ค่อยสะอาด
		6) บริการ wifi/ internet	6) ไม่มีบริการ wifi/ internet
12. ร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก		1) ความสะดวกในการหาซื้อ	1) ร้านที่ต้องการหายาก
		2) คุณภาพสินค้า	2) สินค้าค่อนข้างเก่า
		3) การให้บริการของพนักงาน	3) ให้บริการล่าช้า
		4) ความเหมาะสมของราคาสินค้า	4) ราคาสูง
		5) ห้องน้ำ	5) ไม่มีบริการห้องน้ำ/ ห้องน้ำไม่สะอาด
		6) การบริการ wifi/ internet	6) ไม่มีอินเทอร์เน็ตให้บริการ
13. บริการเชิงสุขภาพ		1) การให้บริการของพนักงาน	1) จำนวนไม่เพียงพอ ต้องใช้เวลารอนาน
		2) ความหลากหลาย	2) มีให้เลือกประเภทบริการน้อย
		3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3) อุปกรณ์/สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ
		3) สภาพภายในสถานบริการ	3) สภาพภายในขาดการดูแล
		5) ความถูกสุขลักษณะ	5) การทำความสะอาดวัสดุอุปกรณ์
		6) การบริการ wifi/ internet	6) Wifi ค่อนข้างช้า
		7) ห้องน้ำ	7) มีจำนวนน้อย
		7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	7) ราคาสูงกว่าราคามาตรฐานมากเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ
14. ความปลอดภัย		1) การให้ข้อมูลป้ายสัญญาณเตือนภัย	1) ไม่มีป้ายเตือนภัย
		2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2) มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน้อย

ตารางที่ 5-3 สรุปประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจสูง/ ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1 (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป คือ พึงพอใจอย่างมาก) ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวจาก 17 ประเด็นที่ประเมินในภาพรวม (ต่อ)

หัวข้อที่ประเมิน	ประเด็นความพึงพอใจ สูงกว่า ร้อยละ 84.1	ประเด็นที่ความพึงพอใจ ต่ำกว่า ร้อยละ 84.1	ปัจจัยที่กระทบต่อ ความพึงพอใจ
		3) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว	3) ไม่มีกล้อง CCTV ในจุดอันตราย
15. บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถบัส แท็กซี่ รถไฟ รถสามล้อ ฯลฯ		1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ	1) มีจำนวนน้อย
		2) การให้บริการของพนักงาน	2) มารยาท ความสุภาพของพนักงาน
		3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	3) ค่าบริการสูงเกินมาตรฐาน
		4) ความปลอดภัย	4) การขับรถด้วยความเร็ว
		5) ความสะอาดและความสะดวกสบาย	5) สภาพเก่า
16. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว		1) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) ไม่มีป้ายบอก
		2) การให้ความช่วยเหลือ	2) ขาดการให้คำแนะนำ
		3) การให้บริการของเจ้าหน้าที่	3) ให้ข้อมูลน้อย/ มีความชัดเจนน้อย
17. ห้องน้ำสาธารณะ		1) ความสะดวกในการเข้าถึง	1) อยู่ห่างไกล
		2) ความพร้อมในการให้บริการ	2) วัสดุอุปกรณ์ชำรุด
		3) ความปลอดภัย	3) ไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลตั้งอยู่ห่างไกล
		4) ความสะอาด	4) ไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาด

ส่วนที่ 5.2
ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และเมืองท่องเที่ยวรอง 24 จังหวัด

ก. เมืองท่องเที่ยวหลัก

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ชลบุรี ระยอง เพชรบุรี ภูเก็ต สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ และกาญจนบุรี สามารถเก็บรงบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวได้จำนวนทั้งสิ้น 5,309 ตัวอย่าง ผลการสำรวจมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.5) มีอายุระหว่าง 15-24 ปี (ร้อยละ 44.9) มากกว่าครึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 60.3) เป็นนักเรียน/ นักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 31.1) และมากกว่าครึ่งมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท (ร้อยละ 61.2)

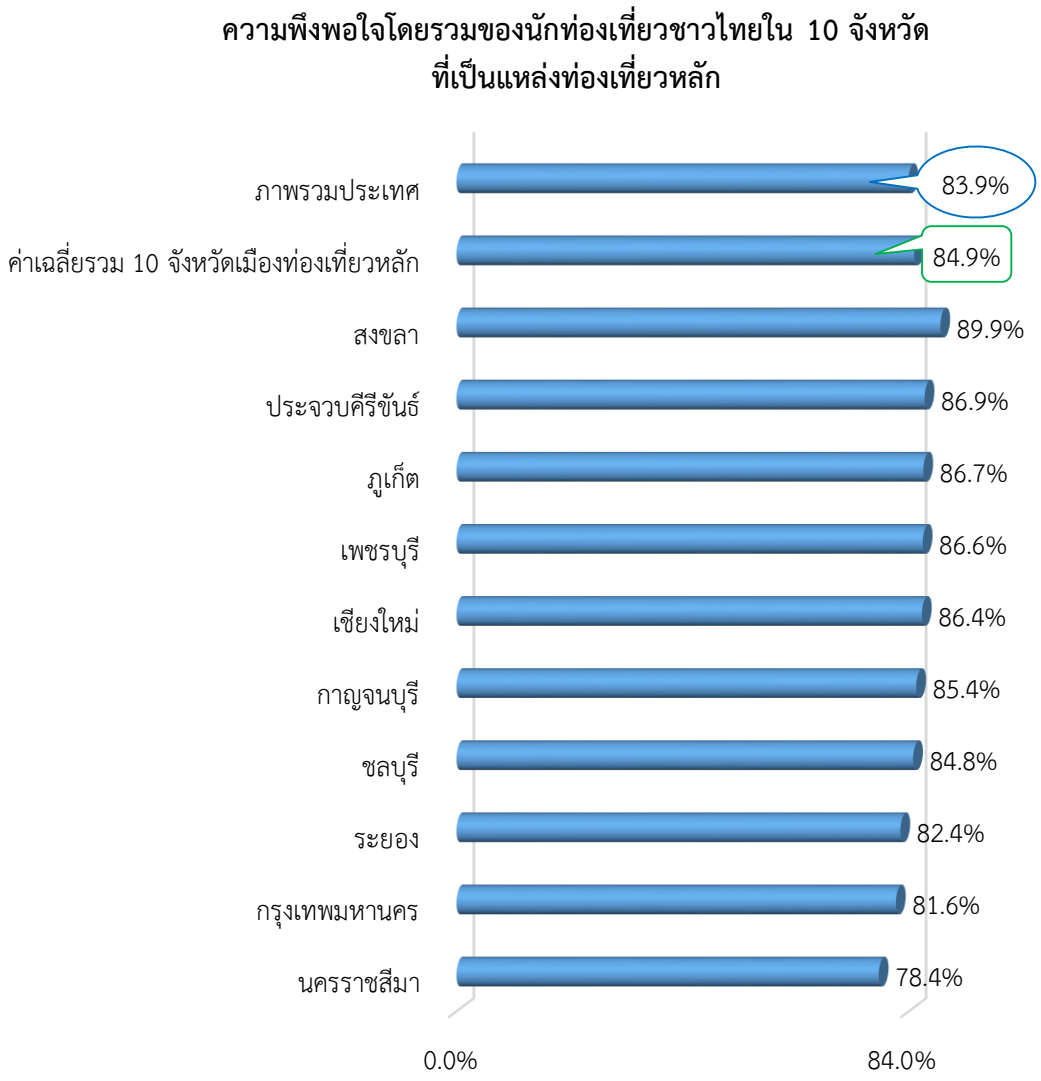
2. ผลสำรวจความพึงพอใจ

2.1 ภาพรวมความพึงพอใจ

จากการประเมินความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละจังหวัด พบว่า จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก มี 7 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี เชียงใหม่ กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต และสงขลา เมื่อเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจในภาพรวมของ 10 จังหวัด (ร้อยละ 84.9) พบว่า จังหวัดที่มีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่าระดับความพึงพอใจในภาพรวมเฉลี่ย 10 จังหวัด มี 6 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี เชียงใหม่ เพชรบุรี ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา

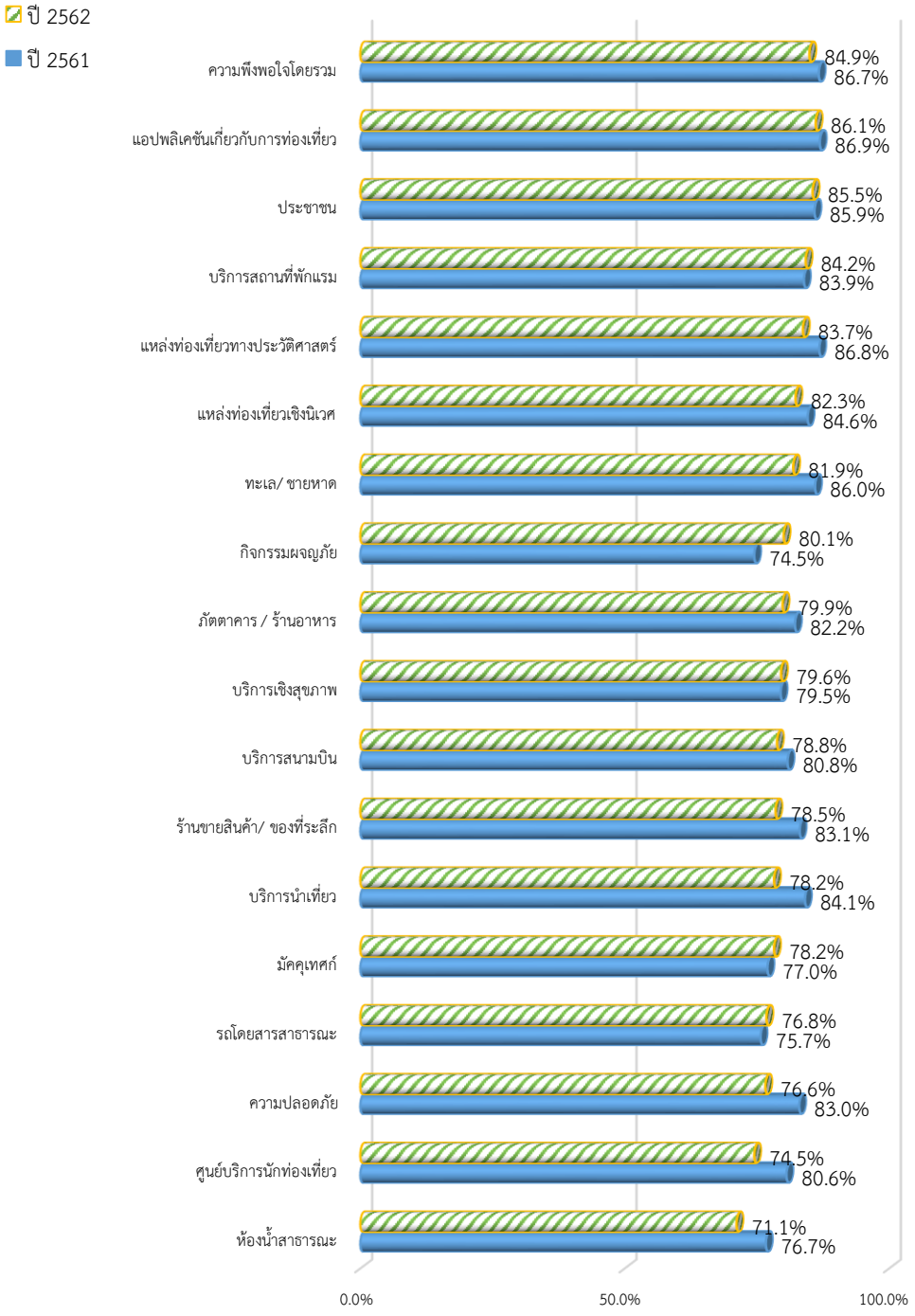
จาก 17 ประเด็นที่ประเมิน พบว่า ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะต้องเร่งปรับปรุงการให้บริการทั้ง 2 ประเด็นโดยเร่งด่วน (แผนภูมิที่ 5-29 และ 5-30)

แผนภูมิที่ 5-29 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน 10 จังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก



แผนภูมิที่ 5-30 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก เปรียบเทียบปี 2561 และ 2562 จำแนกตามบริการด้านการท่องเที่ยว

ภาพรวมความพึงพอใจด้านบริการการท่องเที่ยว เปรียบเทียบปี 2561 และ 2562



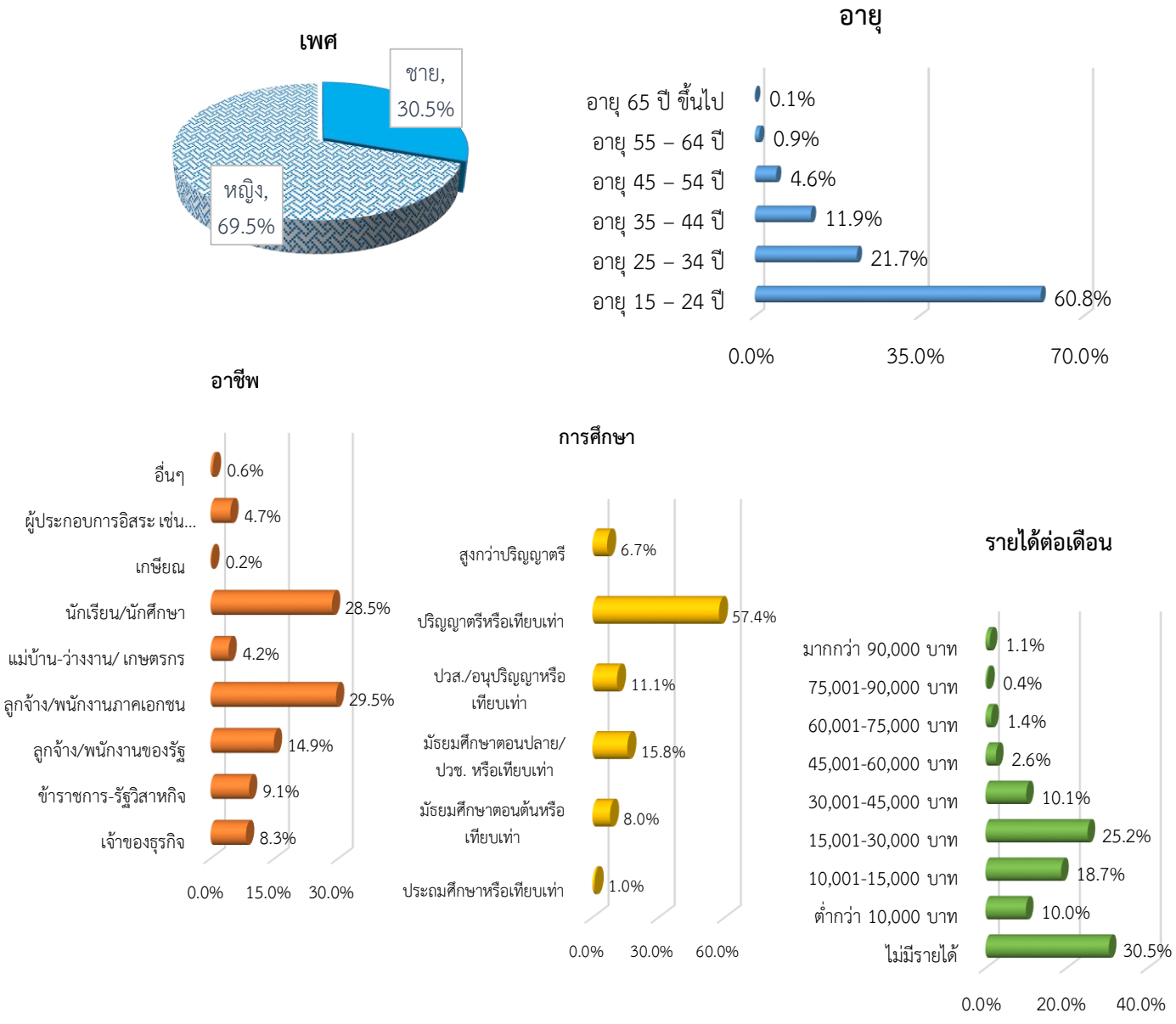
2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

1) กรุงเทพมหานคร

1.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,391 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 69.5 ต่อร้อยละ 30.5) มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 60.8) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 57.4) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 29.5) ไม่มีรายได้ต่อเดือน มากที่สุด (ร้อยละ 30.5) (แผนภูมิที่ 5-31)

แผนภูมิที่ 5-31 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

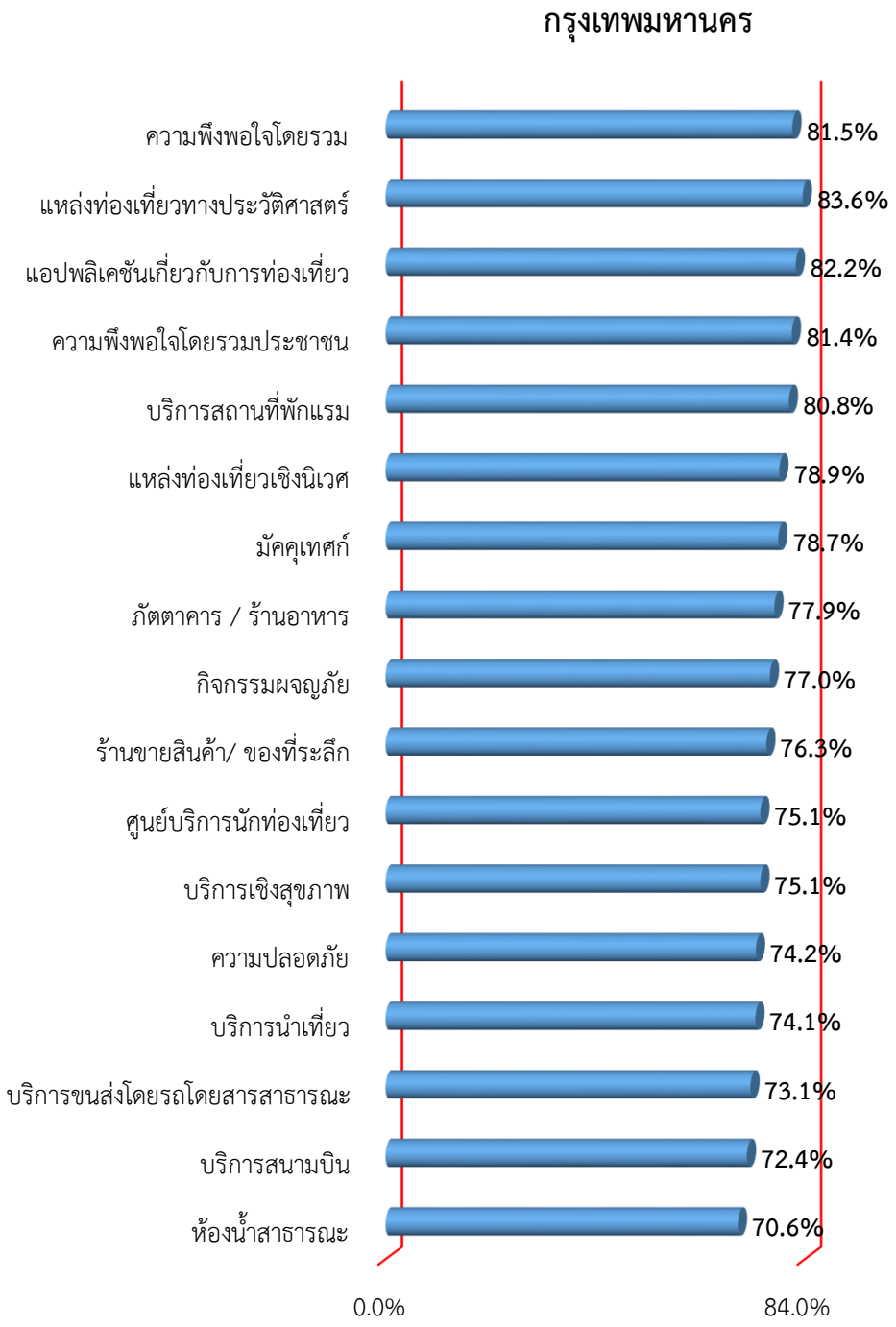


1.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมบริการด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 81.5) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ปี 2561) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 76.8 แสดงถึงกรุงเทพมหานครมีการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ยังไม่ถึงระดับพึงพอใจอย่างมาก ดังนั้นกรุงเทพมหานครจึงยังคงต้องมีการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องต่อไป ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นที่ประเมิน พบว่าทุกประเด็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และประชาชน (ร้อยละ 83.6 ร้อยละ 82.2 และร้อยละ 81.4 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ สนามบิน และบริการขนส่งโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 70.6 ร้อยละ 72.4 และร้อยละ 73.1 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-32)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุด ทั้งนี้ อาจสืบเนื่องมาจากกรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่หลากหลายทั้งในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ หอศิลปะ รวมถึงพระบรมมหาราชวัง ซึ่งมีการจัดทำไว้อย่างสวยงาม มีความน่าสนใจ นอกจากนี้ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังกล่าวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก อยู่ในแหล่งชุมชน นอกจากนี้ โดยส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการที่ดีโดยหน่วยงานเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

แผนภูมิที่ 5-32 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

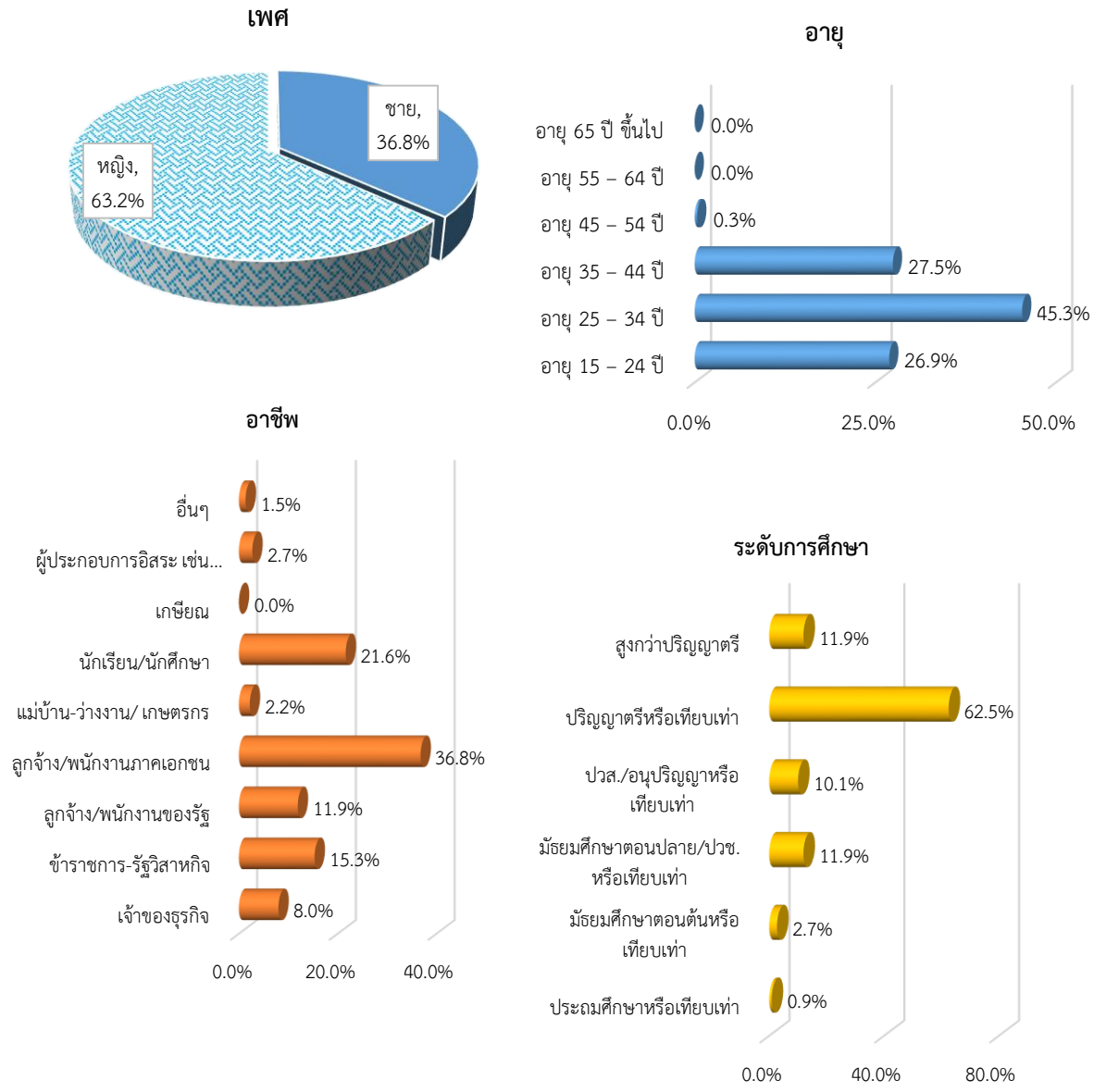


2) ชลบุรี

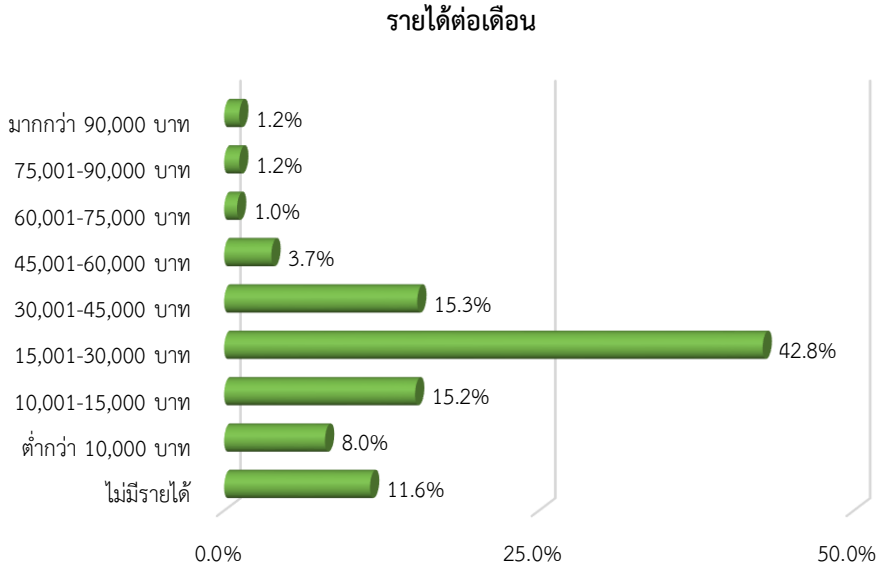
2.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 587 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.2 ต่อ ร้อยละ 36.8) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 45.3) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 62.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 36.8) มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 42.8) (แผนภูมิที่ 5-33)

แผนภูมิที่ 5-33 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี



แผนภูมิที่ 5-33 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี (ต่อ)



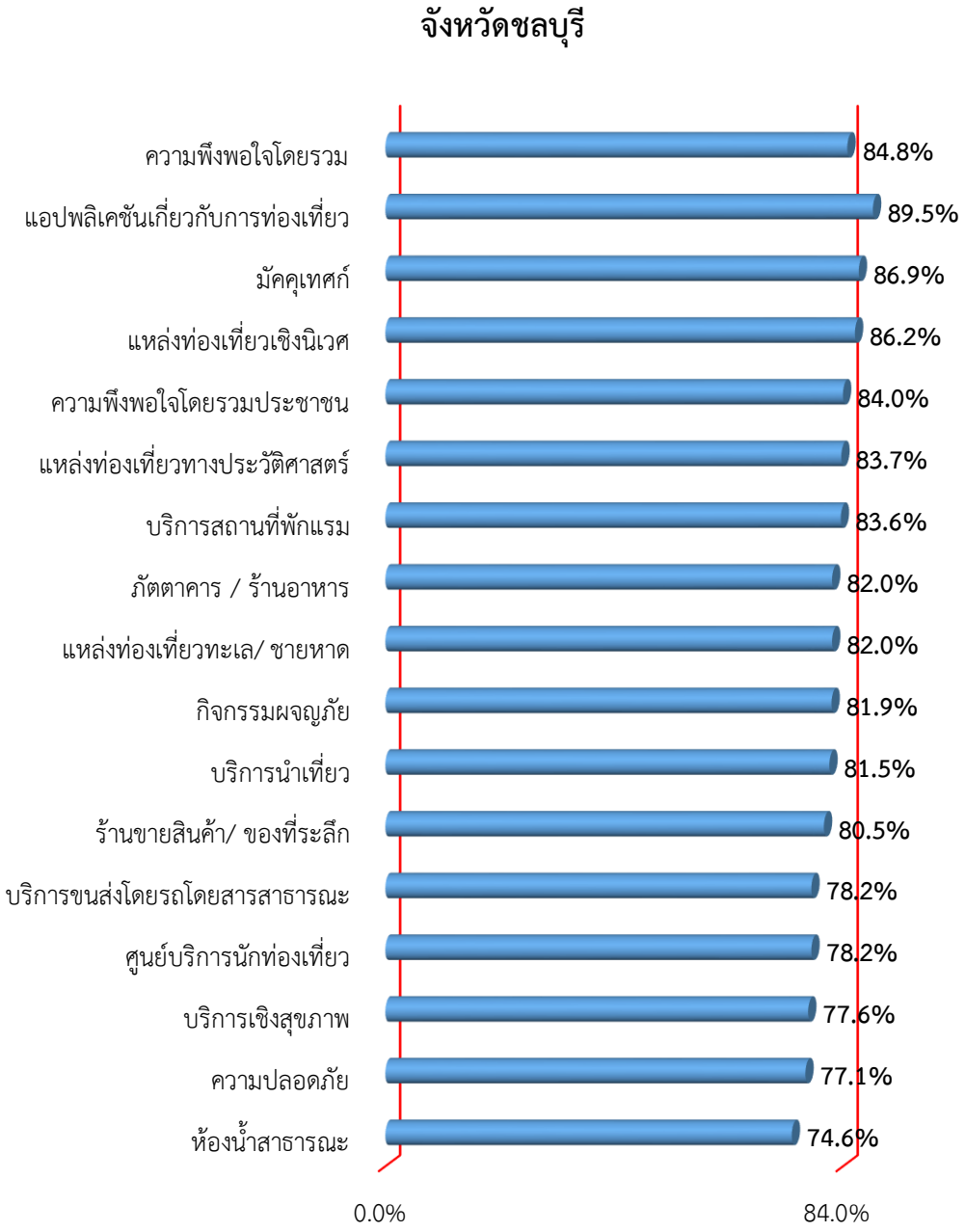
2.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.8) ลดลงเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา (ปี 2561) ซึ่งอยู่ที่ ร้อยละ 85.4 เนื่องจากจังหวัดชลบุรีกำลังอยู่ในช่วงปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภครวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ยังไม่แล้วเสร็จ ประกอบกับเป็นจังหวัดหนึ่งในโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) จาก 16 ประเด็นที่ประเมินมี 3 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และเป็นประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ร้อยละ 89.5 ร้อยละ 86.9 และร้อยละ 86.2 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ความปลอดภัย และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 74.6 ร้อยละ 77.1 และร้อยละ 77.6 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-34)

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รองลงมา มัคคุเทศก์ สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมในการรองรับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ ส่วนความพึงพอใจอันดับสาม คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นั้น ด้วยในพื้นที่จังหวัดชลบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์และสวยงาม โดยได้รับความร่วมมือในการพัฒนาส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ได้แก่ กรมป่าไม้และองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี สำนักงานป่าไม้จังหวัด จัดตั้งศูนย์ฯ ขึ้นเพื่ออนุรักษ์ป่าชายเลน และให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่

ประชาชน นอกจากนี้ ยังมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นสะพานไม้ที่ยาว 2,300 เมตร ซึ่งยาวที่สุดในประเทศไทย จึงเป็นจุดเด่นสำคัญในการดึงดูดและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว[1]

แผนภูมิที่ 5-34 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี



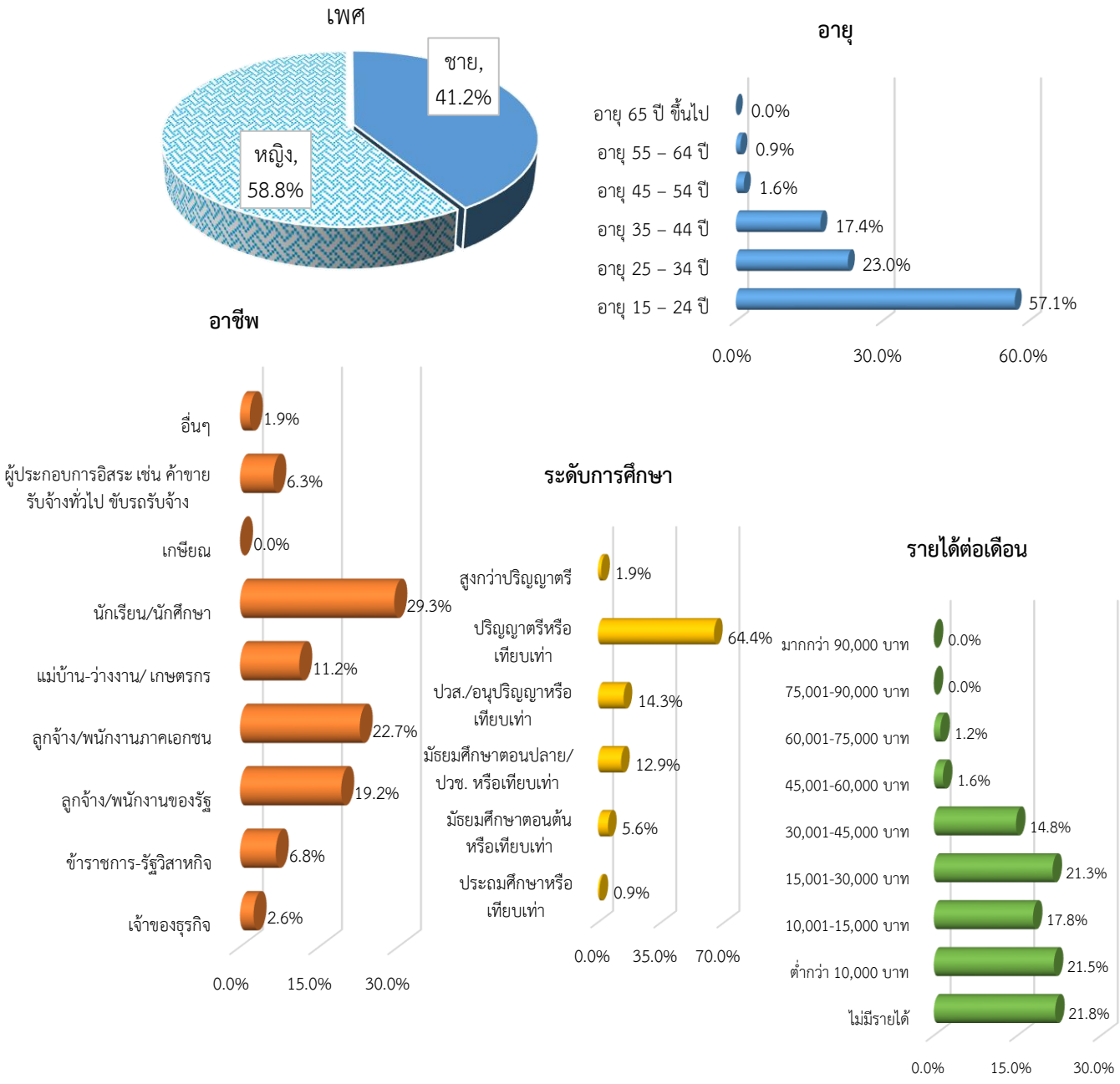
[1] แสนสุข CITY. **ป่าชายเลนผืนสุดท้ายของชลบุรี.** สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2562. จาก https://www.saensukcity.com...%B8%B5.html.

3) ระยอง

3.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง จำนวน 427 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.8 ต่อร้อยละ 41.2) มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 57.1) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 64.4) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา มากที่สุด (ร้อยละ 29.3) และไม่มีรายได้ต่อเดือน มากที่สุด (ร้อยละ 21.8) (แผนภูมิที่ 5-35)

แผนภูมิที่ 5-35 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดระยอง

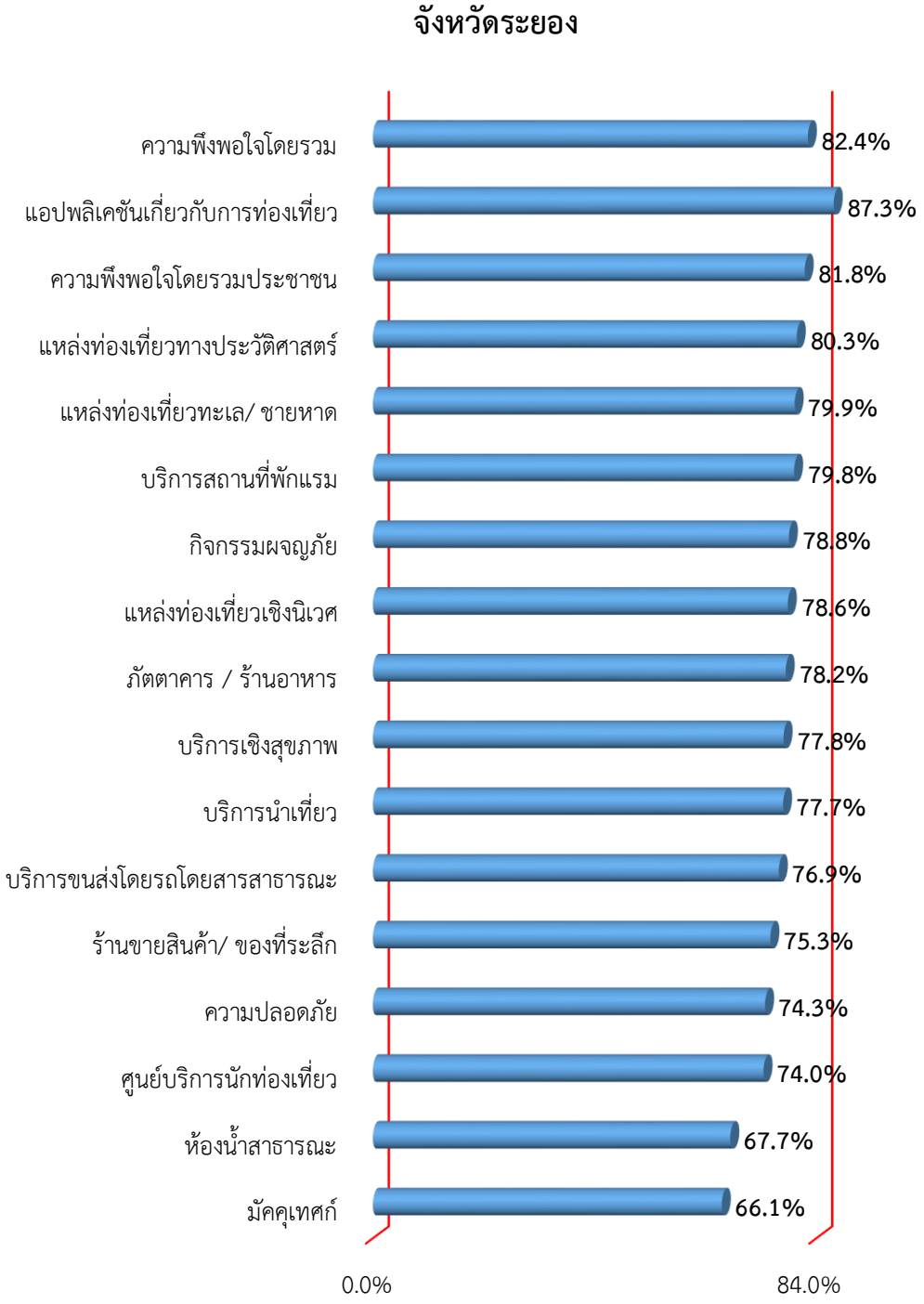


3.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 82.4) ลดลงจากปีที่ผ่านมา (ปี2561) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 84.9 เนื่องจากจังหวัดระยองกำลังอยู่ในช่วงปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภค รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ยังไม่แล้วเสร็จ ประกอบกับเป็นจังหวัดหนึ่งในโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) จาก 16 ประเด็นที่ประเมิน มี 1 ประเด็น ที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาชน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 87.3 ร้อยละ 81.8 และร้อยละ 80.3 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ มัคคุเทศก์ ห้องน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 66.1 ร้อยละ 67.7 และร้อยละ 74.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-36)

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รองลงมา มัคคุเทศก์ สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมในการรองรับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ ส่วนความพึงพอใจอันดับสาม คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นั้น ด้วยจังหวัดระยองมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญเป็นที่นิยมและเป็นสถานที่ที่ชาวระยองและนักท่องเที่ยวมากราบสักการะ รวมทั้งมีการบริหารจัดการโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ ศาลกรมหลวงชุมพร และศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เป็นต้น

แผนภูมิที่ 5-36 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

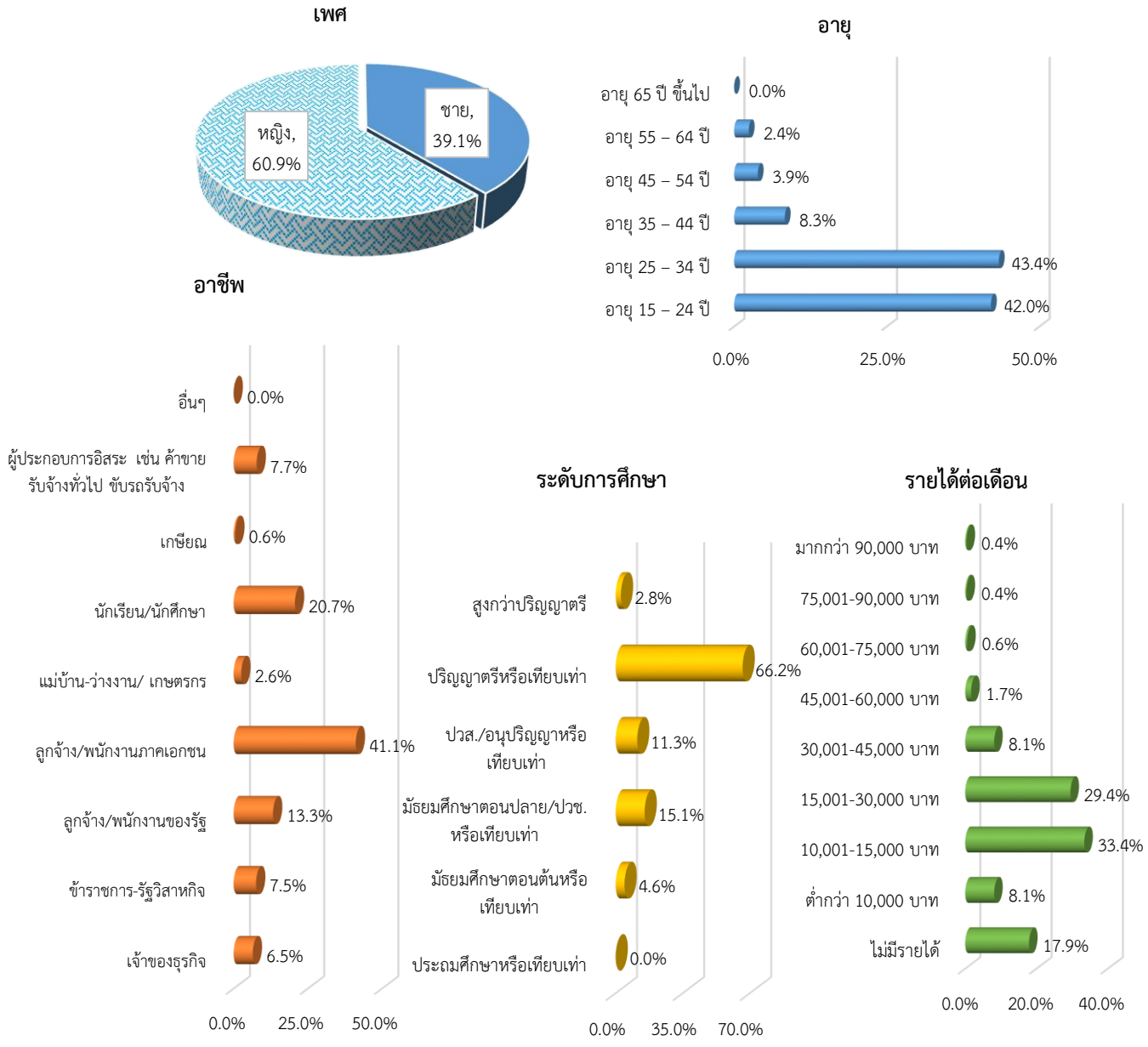


4) นครราชสีมา

4.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 542 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 60.9 ต่อ ร้อยละ 39.1) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 43.4) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 66.2) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 41.1) มีรายได้ต่อเดือน 10,001 15,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 33.4) (แผนภูมิที่ 5-37)

แผนภูมิที่ 5-37 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมา

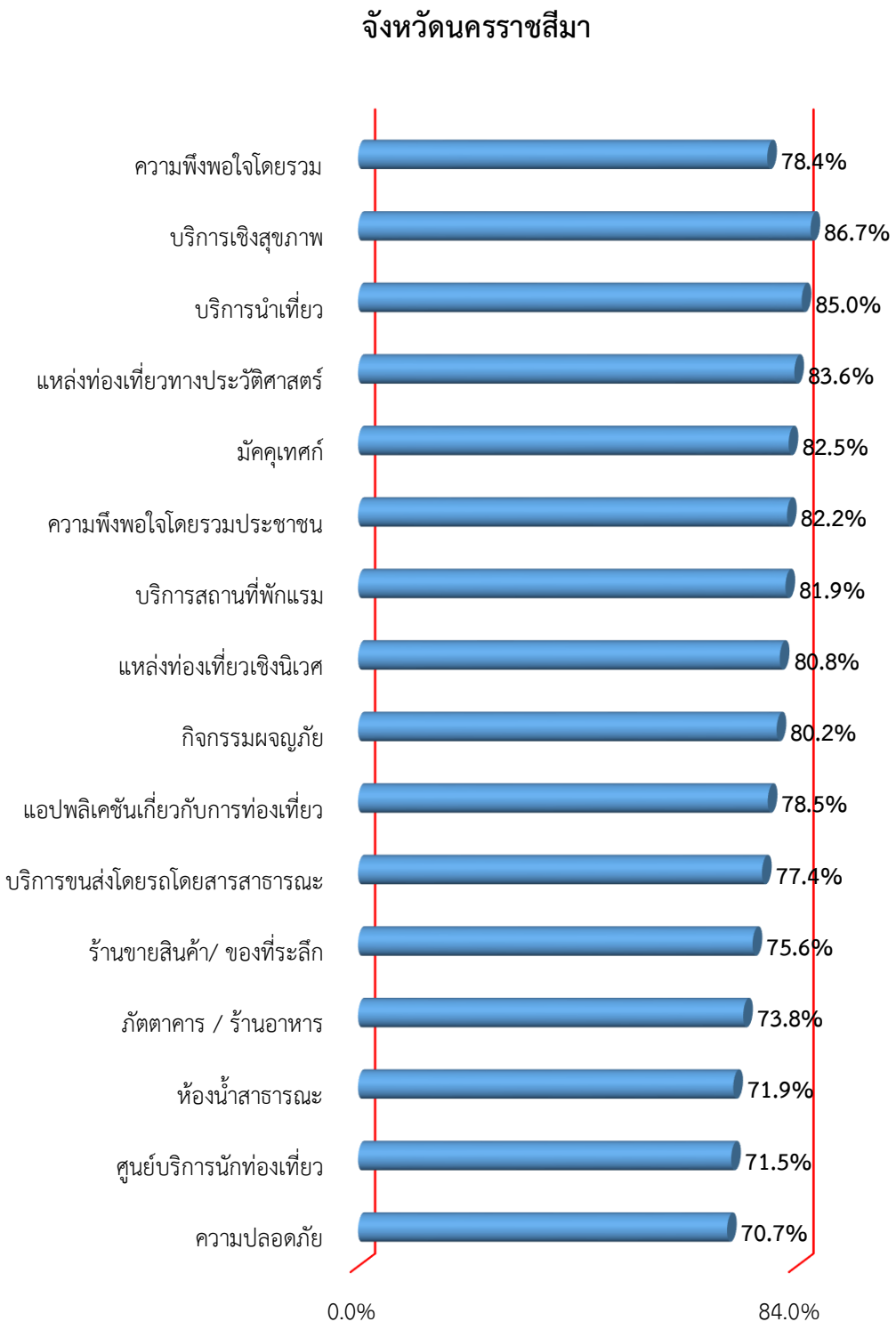


4.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ78.4) ลดลงเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา (ปี 2561) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 79.3 เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมากำลังอยู่ในช่วงปรับปรุงพัฒนาระบบการคมนาคม มีการสร้างระบบทางด่วนและเส้นทางรถไฟความเร็วสูง ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นที่ประเมิน มี 2 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ บริการนำเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 86.7 ร้อยละ 85.0 และร้อยละ 83.6 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ จากท้ายสุด ได้แก่ ความปลอดภัย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ70.7 ร้อยละ 71.5 และร้อยละ 71.9 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-38)

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย บริการเชิงสุขภาพ บริการนำเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาจสืบเนื่องจากจังหวัดนครราชสีมามีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพค่อนข้างมาก โดยเฉพาะนวดแผนไทย ซึ่งมีบุคลากรนวดแผนไทยที่มีชื่อเสียง มีความชำนาญสูง และสำหรับบริการนำเที่ยวนั้น อาจเนื่องจากจังหวัดนครราชสีมามีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย บริการนำเที่ยวในพื้นที่มีจำนวนมาก ส่งผลให้แต่ละแห่งต้องเตรียมความพร้อมในการให้บริการที่ดี ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครราชสีมานั้นมีหลายแห่ง และมีชื่อเสียงเป็นที่นับถือของประชาชนชาวไทย โดยเฉพาะอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีย์ และประตูชุมพล ซึ่งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวยังตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีความสะดวกในการเดินทางและมีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

แผนภูมิที่ 5-38 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

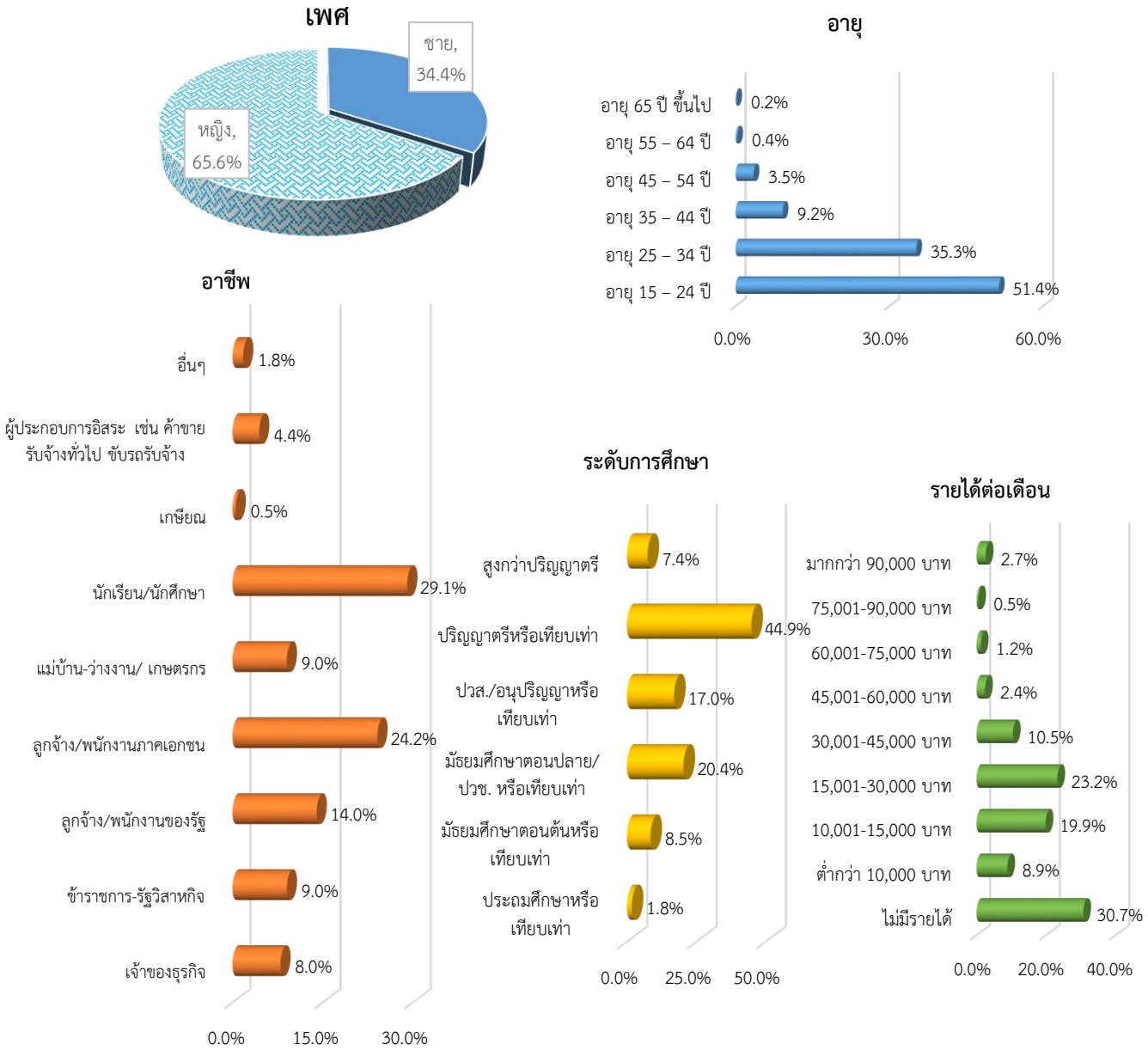


5) เชียงใหม่

5.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 564 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 65.6 ต่อ ร้อยละ 34.4) มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 51.4) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 44.9) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา มากที่สุด (ร้อยละ 29.1) และไม่มีรายได้ต่อเดือน มากที่สุด (ร้อยละ 30.7) (แผนภูมิที่ 5-39)

แผนภูมิที่ 5-39 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่

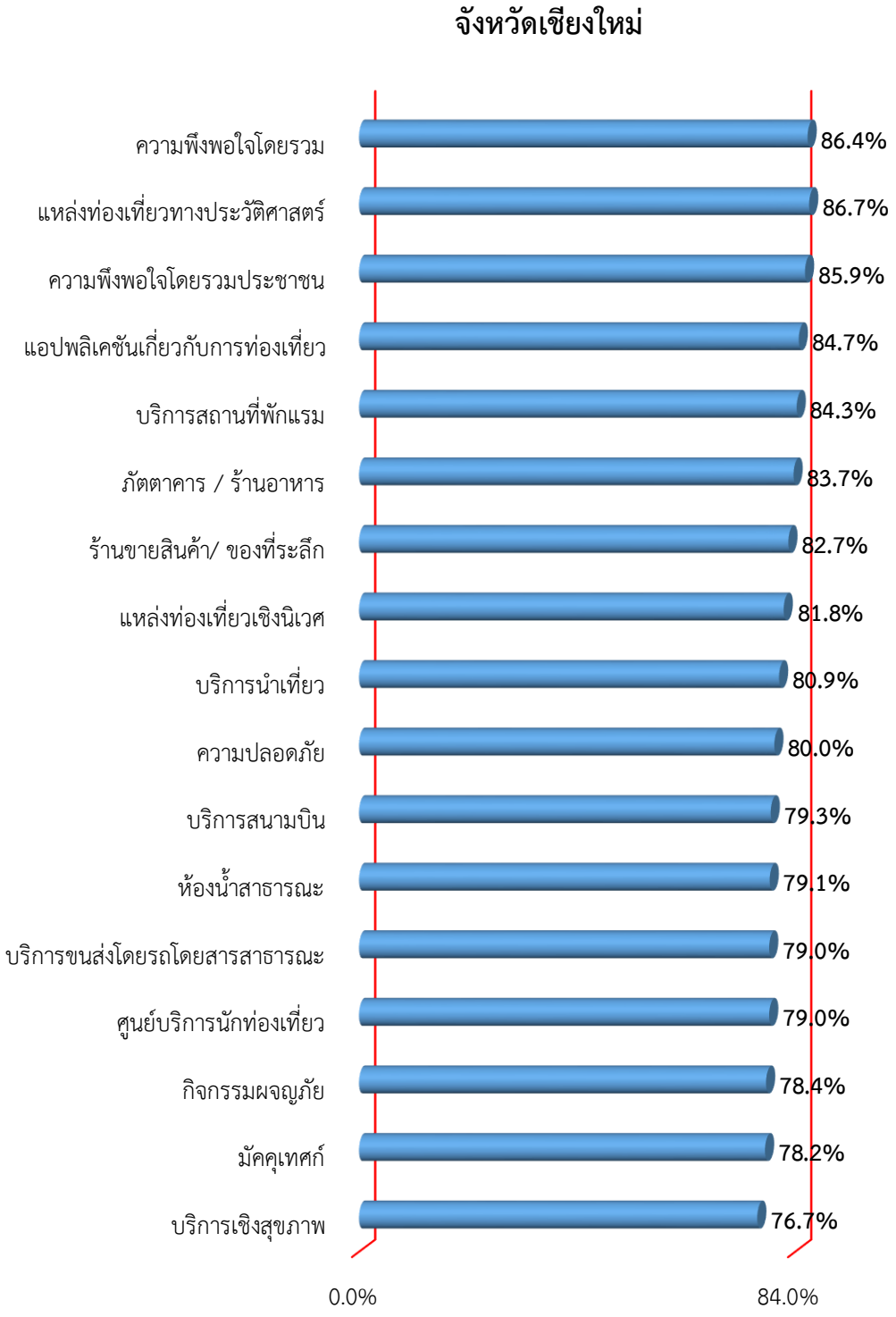


5.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.4) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ปี2561) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 83.9 แสดงถึงจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จาก 16 ประเด็นที่ประเมิน มี 4 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประชาชน และ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 86.7 ร้อยละ 85.9 และร้อยละ 84.7 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ จากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ มัคคุเทศก์ และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 76.7 ร้อยละ 78.2 และร้อยละ 78.4 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-40)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มากที่สุด สืบเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติที่สำคัญหลายแห่ง และมีความโดดเด่นในพื้นที่ภาคเหนือ มีความสะดวกในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว โดยหลายแห่งมีที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง และความพึงพอใจรองลงมา คือ ประชาชน และ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นถึงการเตรียมความพร้อมของจังหวัดในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในกรณีของประชาชนในพื้นที่ อาจสืบเนื่องจากความเป็นมิตรและมีไมตรีของของคนในพื้นที่ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

แผนภูมิที่ 5-40 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

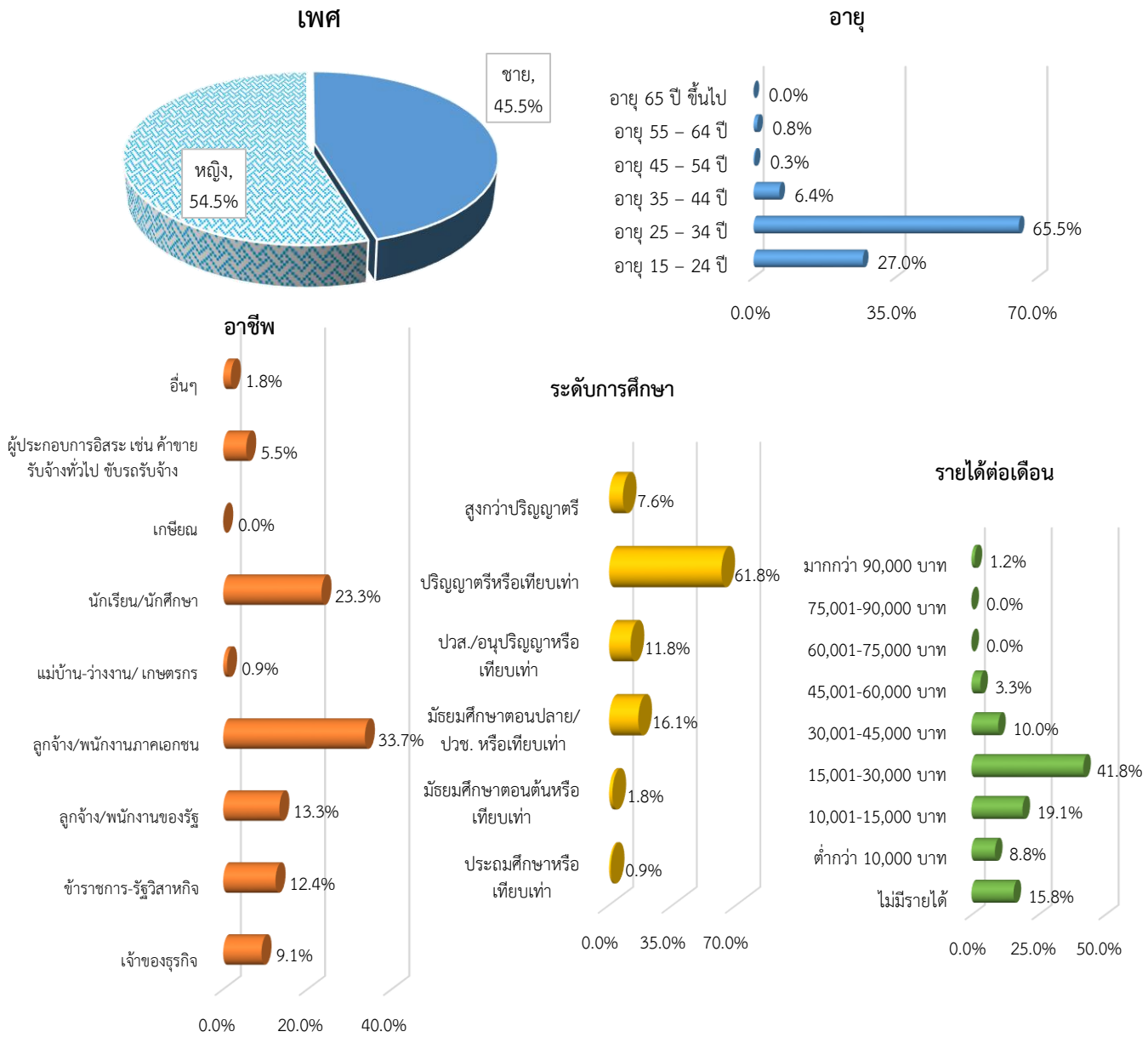


6) กาญจนบุรี

6.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 330 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.5 ต่อ ร้อยละ 45.5) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 65.5) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 61.8) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 33.7) มีรายได้ต่อเดือน15,001-30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 41.8) (แผนภูมิที่ 5-41)

แผนภูมิที่ 5-41 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี

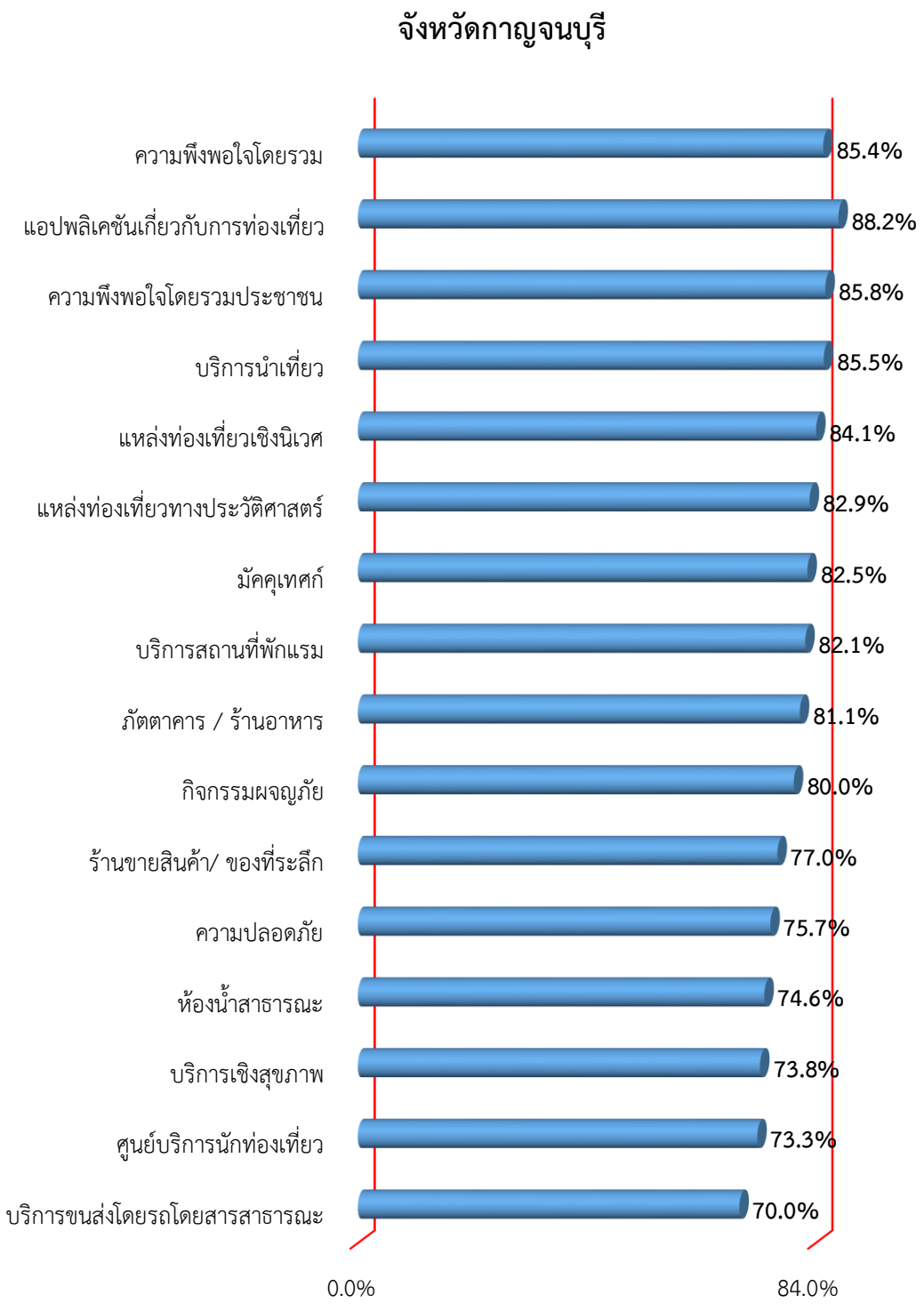


6.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.4) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ปี2561) ซึ่งอยู่ที่ 81.2 แสดงถึงจังหวัดกาญจนบุรีได้มีการปรับปรุงพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวไปในแนวทางที่ดีขึ้น จาก 15 ประเด็นที่ประเมิน มี 4 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชน และบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 88.2 ร้อยละ 85.8 และร้อยละ 85.5 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ จากท้ายสุด ได้แก่ บริการขนส่งรถโดยสารสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 70.0 ร้อยละ 73.3 และร้อยละ 73.8 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-42)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก สะท้อนให้เห็นถึงการเตรียมความพร้อมในการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ทั้งในด้านแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่สร้างความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด และในด้านของประชาชน อาจสืบเนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับความเป็นมิตรและไมตรีจากประชาชนในพื้นที่ จึงก่อให้เกิดความพึงพอใจ ส่วนบริการนำเที่ยวนั้น เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย การให้บริการนำเที่ยวของภาคเอกชนมีค่อนข้างมาก จึงส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวแต่ละแห่งมีความพร้อมในการให้บริการ จึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวสูง

แผนภูมิที่ 5-42 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

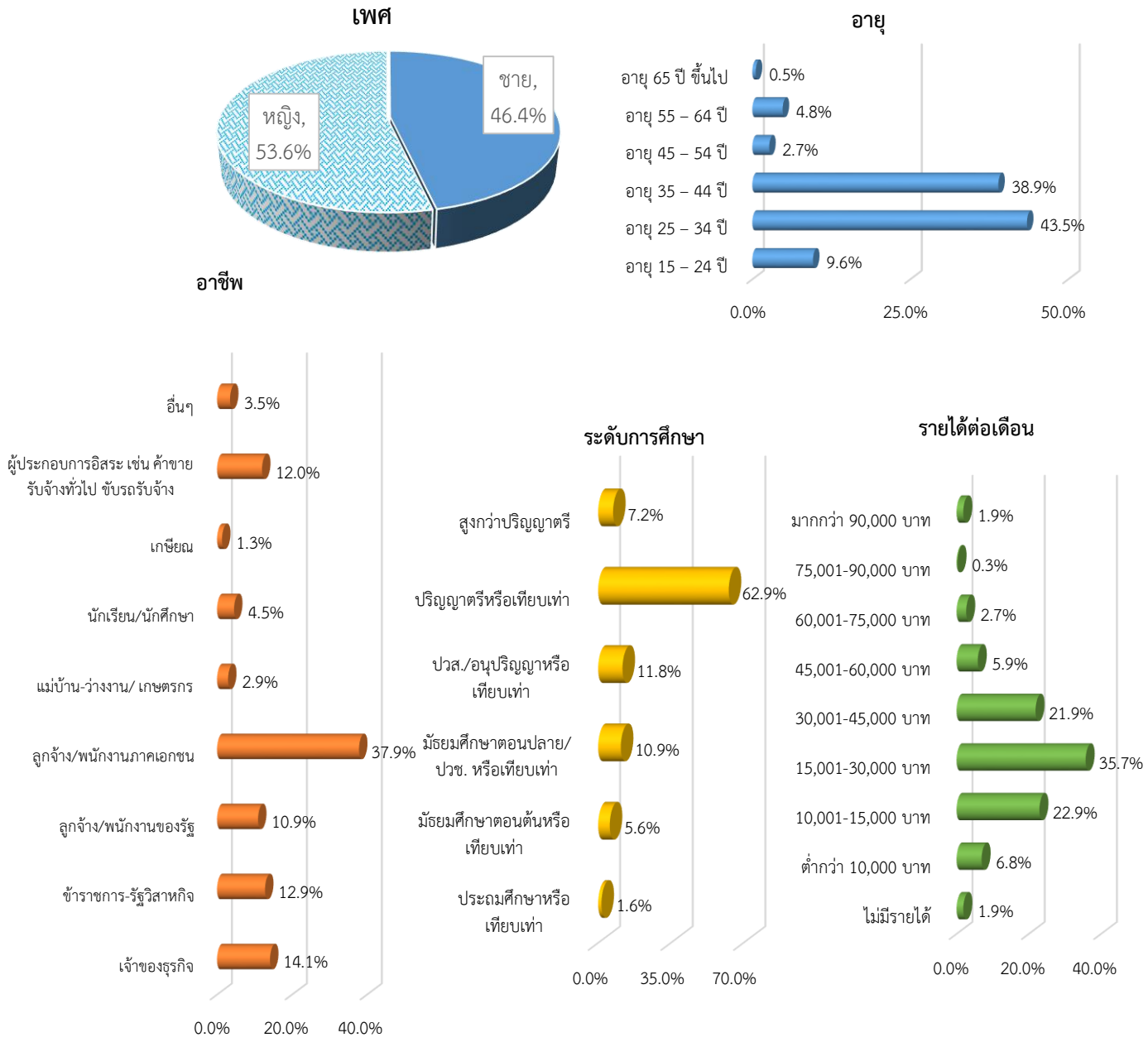


7) เพชรบุรี

7.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 378 ราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 53.6 ต่อ ร้อยละ 46.4) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 43.5) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 62.9) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 37.9) มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 35.7) (แผนภูมิที่ 5-43)

แผนภูมิที่ 5-43 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี

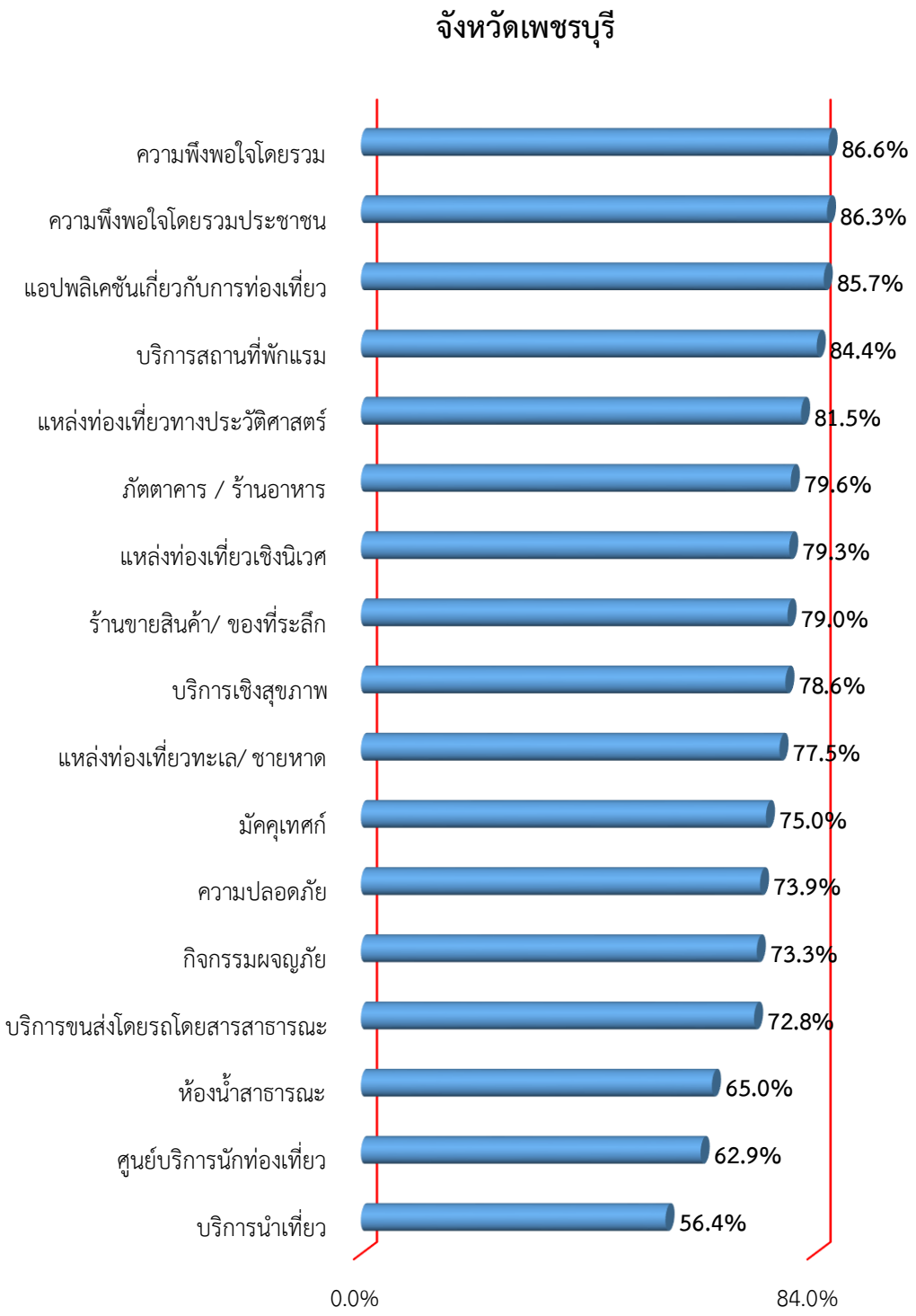


7.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.6) แสดงถึงจังหวัดเพชรบุรีสามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จาก 16 ประเด็น ที่ประเมิน มี 3 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และบริการสถานที่พักแรม (ร้อยละ 86.3 ร้อยละ 85.7 และร้อยละ 84.4 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการนำเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 56.4 ร้อยละ 62.9 และร้อยละ 65.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-44)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก สะท้อนให้เห็นถึงการเตรียมความพร้อมในการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ทั้งในด้านแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่สร้างความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด และในด้านของประชาชน อาจสืบเนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับความเป็นมิตรและไมตรีจากประชาชนในพื้นที่ จึงก่อให้เกิดความพึงพอใจ ส่วนบริการสถานที่พักแรมของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีหลากหลาย รวมทั้งการได้รับบริการที่ดีทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงการให้บริการของเจ้าหน้าที่

แผนภูมิที่ 5-44 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี

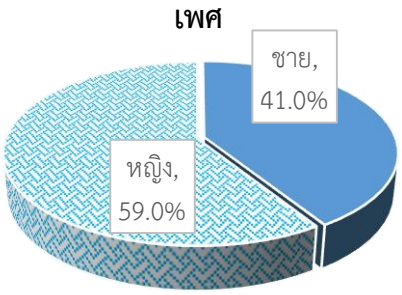


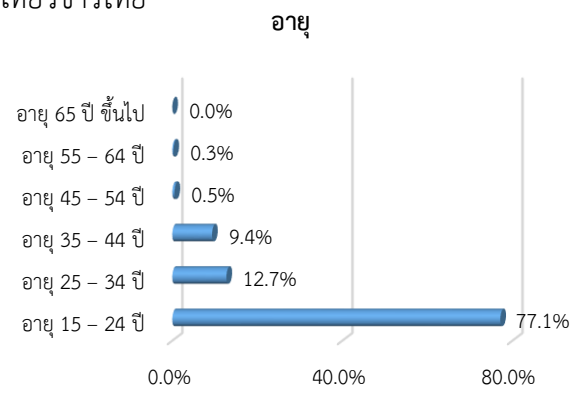
8) ประจวบคีรีขันธ์

8.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 382 ราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 59.0 ต่อ ร้อยละ 41.0) มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 77.1) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 70.5) ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา มากที่สุด (ร้อยละ 29.6) ไม่มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุด (ร้อยละ 42.1) (แผนภูมิที่ 5-45)

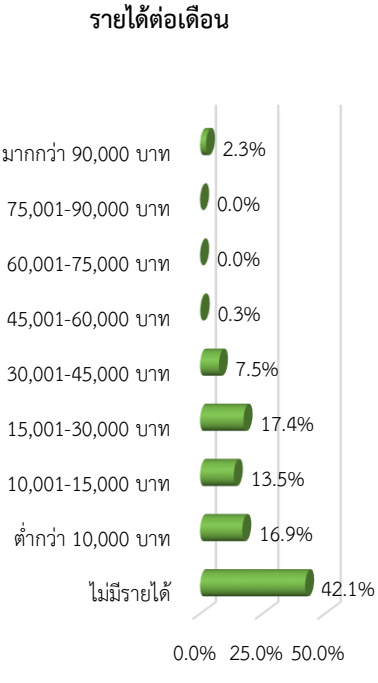
แผนภูมิที่ 5-45 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย









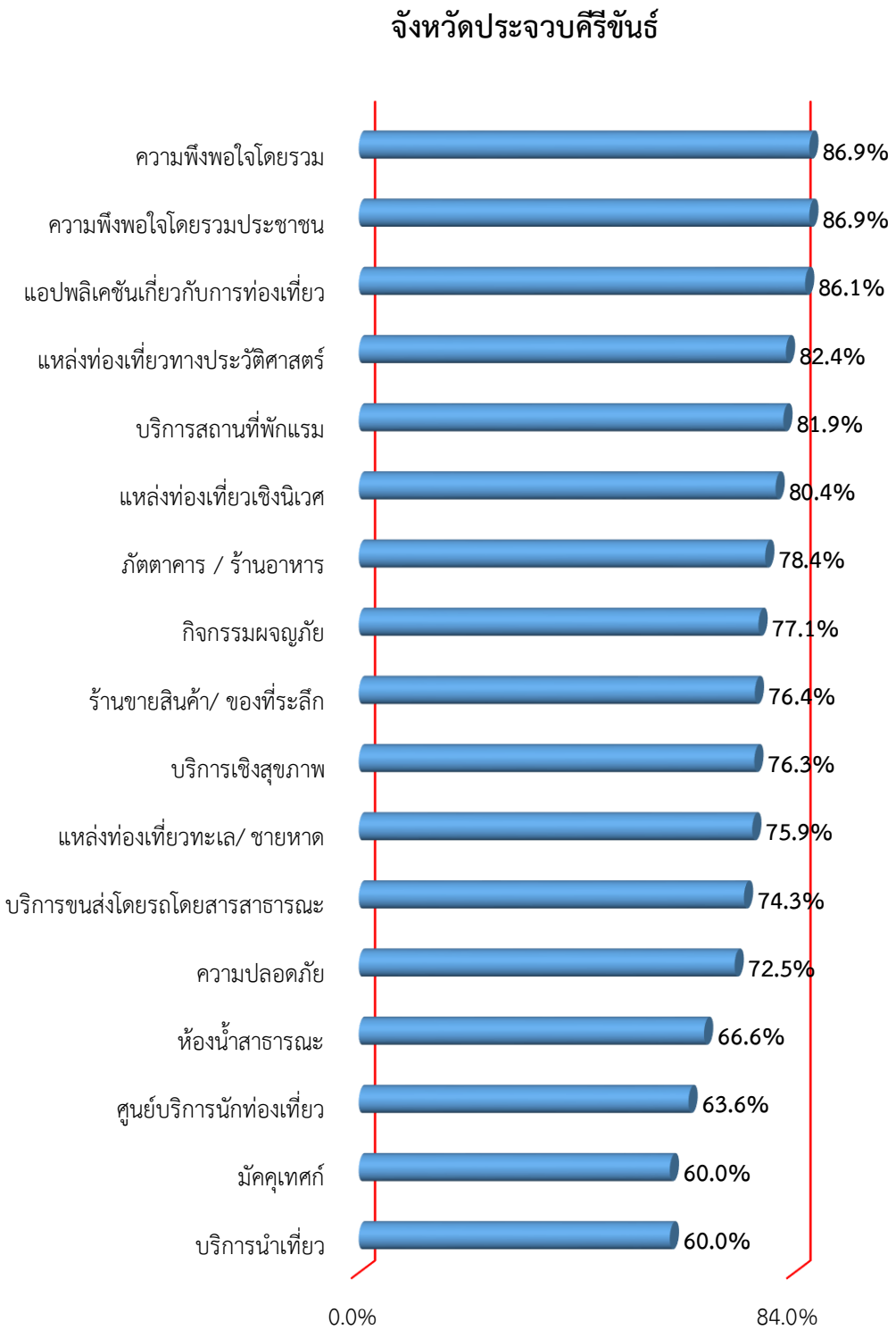


8.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.9) แสดงถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จาก 16 ประเด็น ที่ประเมิน มี 2 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 86.9 ร้อยละ 86.1 และร้อยละ 82.4 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 60.0 ร้อยละ 60.0 และร้อยละ 63.6 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-46)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก สะท้อนให้เห็นถึงการเตรียมความพร้อมในการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ทั้งในด้านของประชาชน อาจสืบเนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับความเป็นมิตรและไมตรีจากประชาชนในพื้นที่ จึงก่อให้เกิดความพึงพอใจ และในด้านแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่สร้างความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั่วประเทศ โดยเฉพาะสถานีรถไฟหัวหิน และพระที่นั่งคูหาคฤหาสน์ถ้ำพระยานคร ซึ่งมีความสง่างาม รวมทั้งบริเวณรอบข้างที่เป็นทะเลและชายหาด จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้สูง

แผนภูมิที่ 5-46 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

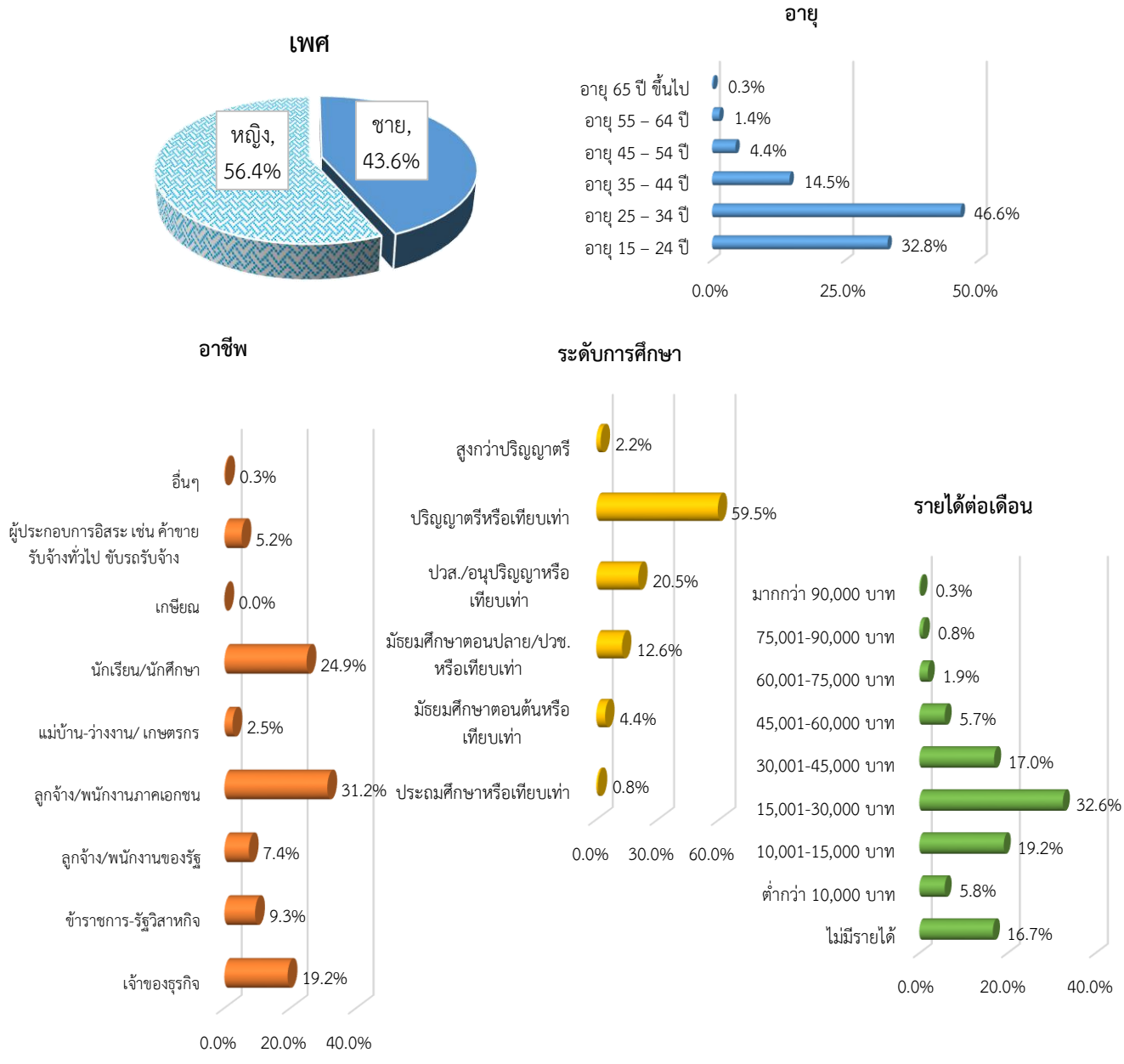


9) ภูเก็ต

9.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 365 ราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 56.4 ต่อ ร้อยละ 43.6) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 46.6) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 59.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 31.2) มีรายได้ต่อเดือน 15,001 -30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 32.6) (แผนภูมิที่ 5-47)

แผนภูมิที่ 5-47 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต

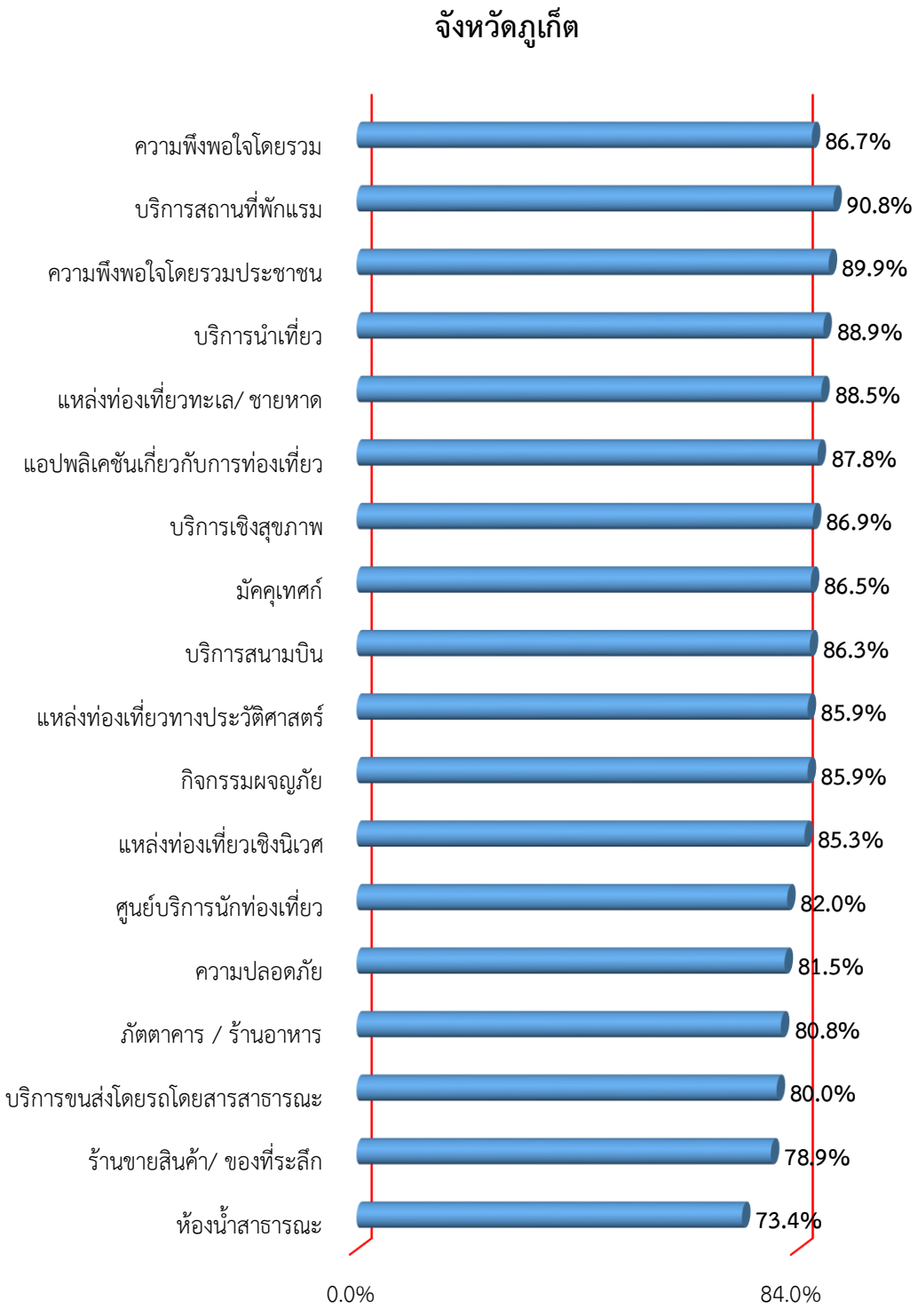


9.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตอยู่ระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.7) ลดลงจากปีที่ผ่านมา (ปี 2561) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 89.4 เนื่องจากได้มีการปิดอุทยานแห่งชาติทางทะเลบางแห่งเพื่อฟื้นฟูธรรมชาติ เช่น อ่าวมาหยา เป็นต้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่พึงพอใจ ทั้งนี้ จาก 17 ประเด็นที่ประเมิน พบว่ามี 11 ประเด็นที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการสถานที่พักแรม ประชาชน และบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 90.8 ร้อยละ 89.9 และร้อยละ 88.9 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านขายสินค้า/ของที่ระลึก และภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ร้อยละ 73.4 ร้อยละ 78.9 และ ร้อยละ 80.8 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-48)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย บริการสถานที่พักแรม ประชาชน และบริการนำเที่ยว ทั้งนี้ ด้วยจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมไปท่องเที่ยว การให้บริการสถานที่พักแรมและบริการนำเที่ยวของจังหวัดจึงเป็นสิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องให้ความสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัด

แผนภูมิที่ 5-48 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

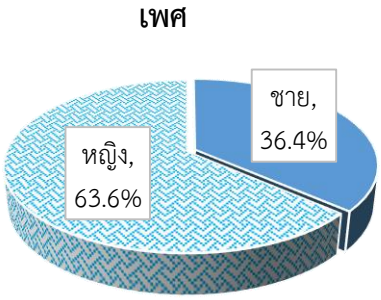


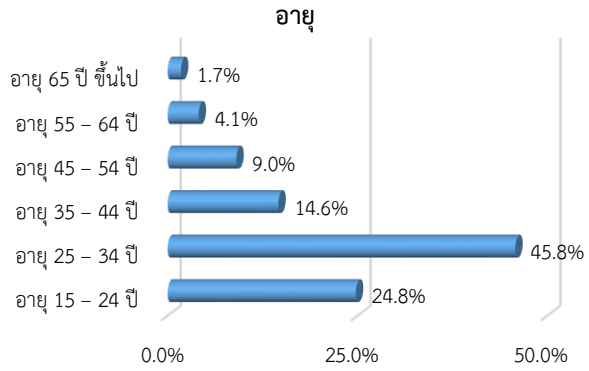
10) สงขลา

10.1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 343 ราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.6 ต่อ ร้อยละ 36.4) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 45.8) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 52.8) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 22.4) มีรายได้ต่อเดือน 15,001 -30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 27.4) (แผนภูมิที่ 5-49)

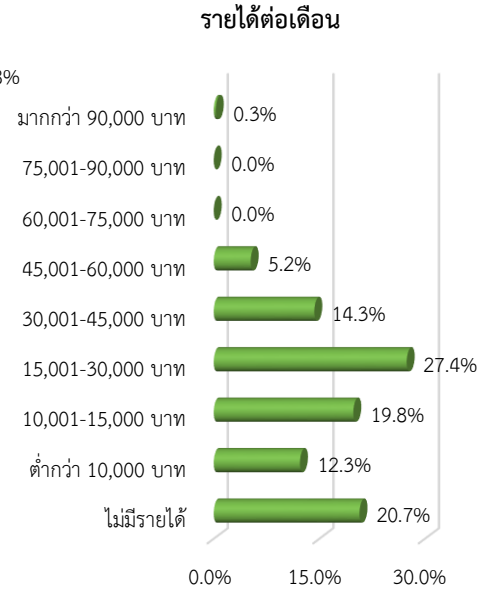
แผนภูมิที่ 5-49 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา









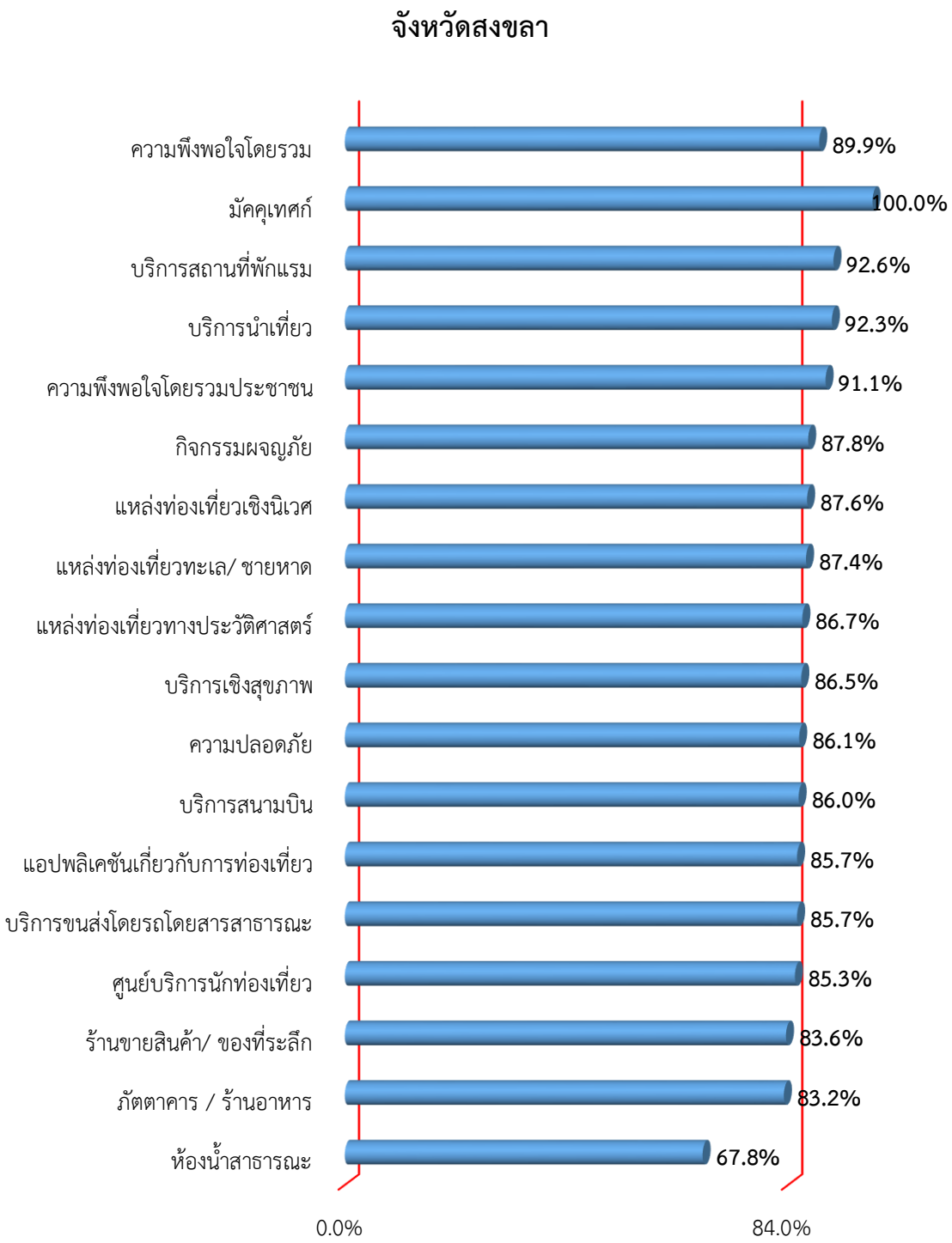


10.2) ความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาอยู่ระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.9) ลดลงเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา (ปี 2561) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 91.0 แสดงถึงจังหวัดสงขลาสามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จาก 17 ประเด็นที่ประเมินมี 14 ประเด็น ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ บริการสถานที่พักแรม และบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 100.0 ร้อยละ 92.6 และร้อยละ 92.3 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร และร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก (ร้อยละ 67.8 ร้อยละ 83.2 และ ร้อยละ 83.6 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-50)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย มัคคุเทศก์ บริการสถานที่พักแรม และบริการนำเที่ยว แสดงให้เห็นถึงจังหวัดมีการดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับด้านบริการการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

แผนภูมิที่ 5-50 ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา



3. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

จากการศึกษาพบว่า ในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายๆ ประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากอยู่ในระดับ “พึงพอใจอย่างมาก” สะท้อนถึงบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็ง ซึ่งควรรักษาจุดแข็งนั้นไว้ โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากในเกือบทุกจังหวัด 3 ประเด็น ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก และภัตตาคาร/ ร้านอาหาร ซึ่งทุกจังหวัดควรจะต้องแก้ไขปรับปรุงโดยเร่งด่วน ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้น ตามตารางที่ 5-4

ตารางที่ 5-4 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

บริการด้านการท่องเที่ยว	กรุงเทพฯ	ชลบุรี	ระยอง	นครราชสีมา	เชียงใหม่	กาญจนบุรี	เพชรบุรี	ประจวบคีรีขันธ์	ภูเก็ต	สงขลา
1. ประชาชน	×	×	×	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด		×	×				×	×	✓	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	×	×	×	×	✓	×	×	×	✓	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	×	×	×	✓	×	×	×	×	✓	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
7. สถานที่พักแรม	×	×	×	×	✓	×	✓	×	✓	✓
8. มัคคุเทศก์	×	✓			×				✓	
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	×	×	×	×	×	×	×	×	×	✓

ตารางที่ 5-4 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

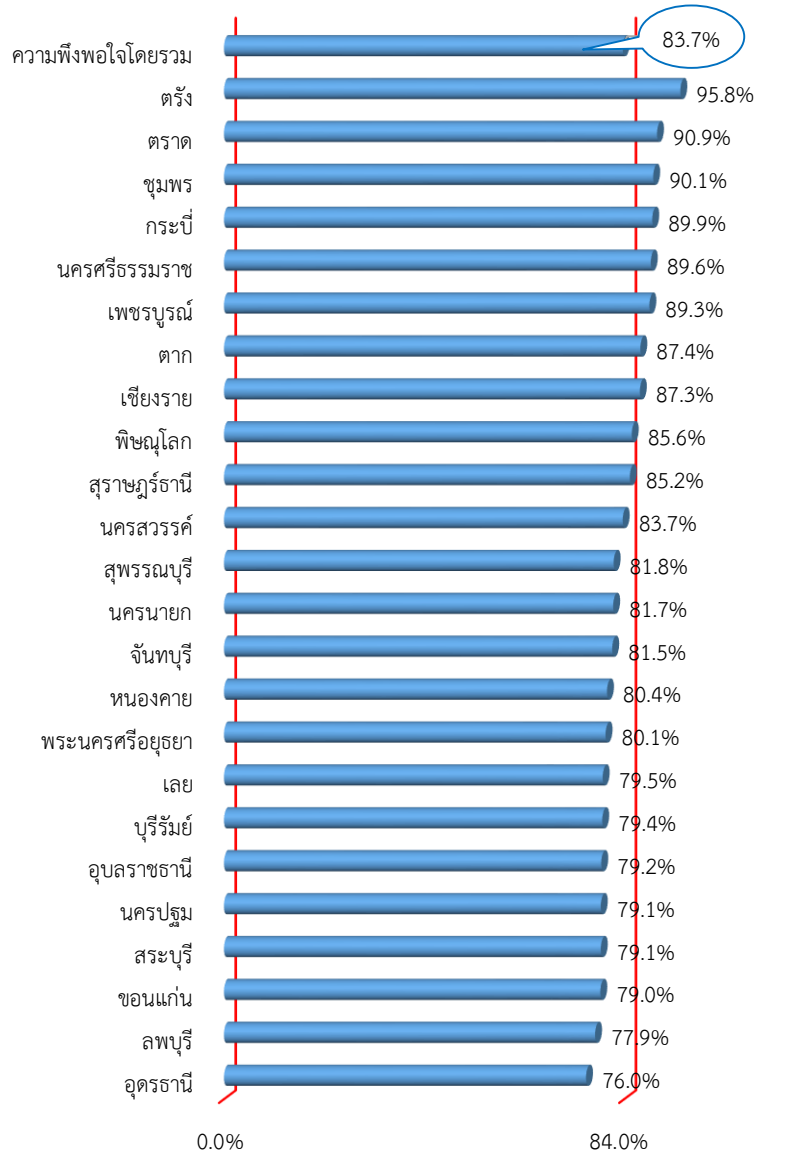
บริการด้านการท่องเที่ยว	กรุงเทพฯ	ชลบุรี	ระยอง	นครราชสีมา	เชียงใหม่	กาญจนบุรี	เพชรบุรี	ประจวบคีรีขันธ์	ภูเก็ต	สงขลา
10. กิจกรรมผจญภัย	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓
12. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. สนามบิน	✗	✗			✗				✓	✓
15. บริการนำเที่ยว	✗	✗			✗				✓	
16. ความปลอดภัย	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
17. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว		✓	✓				✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	0	3	1	1	3	2	3	2	11	12

ข. เมืองท่องเที่ยวรอง

1. ความพึงพอใจในภาพรวม

ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน 24 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.7) โดยพบว่า มี 10 จังหวัด ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดย 3 จังหวัดแรกที่มีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ตรัง ตราด และชุมพร (ร้อยละ 95.8 ร้อยละ 90.9 และร้อยละ 90.1) ส่วนอีก 14 จังหวัด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยจังหวัดที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ อุดรธานี ลพบุรี และขอนแก่น (ร้อยละ 76.0 ร้อยละ 77.9 และร้อยละ 79.0) (แผนภูมิที่ 5-51)

แผนภูมิที่ 5-51 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม 24 จังหวัดเมืองท่องเที่ยวรอง ในภาพรวม



2. การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

จากการศึกษาพบว่า ในแต่ละประเด็นหลักที่ประเมินมีหลายประเด็นย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม สะท้อนถึงจุดอ่อนหรือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายการพัฒนาไปสู่ “ระดับพึงพอใจอย่างมาก” หรือมีคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อนำเป้าหมายดังกล่าวมาวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจ หากพบว่ามี “ระดับความพึงพอใจมาก” ลงมาก็ถือว่าบริการนั้นยังไม่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น แต่หากอยู่ในระดับ “พึงพอใจอย่างมาก” สะท้อนถึงบริการนั้นมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพหรืออาจเป็นจุดแข็งซึ่งควรรักษาจุดแข็งนั้นไว้ โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากในเกือบทุกจังหวัด 4 ประเด็น ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร และความปลอดภัย ซึ่งทุกจังหวัดควรจะต้องมีการแก้ไขปรับปรุงโดยเร่งด่วน ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นประเด็นตามที่กล่าวข้างต้น ตามตารางที่ 5-5

ตารางที่ 5-5 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 24 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรองตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

บริการด้านการท่องเที่ยว	พระนครศรีอยุธยา	สระบุรี	ลพบุรี	นครปฐม	นครนายก	สุพรรณบุรี	จันทบุรี	ตราด
1. ประชาชน	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด							✗	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
5. บริการเชิงสุขภาพ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
6. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
7. สถานที่พักแรม	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
8. มัคคุเทศก์	✗	✗	✗	✗	✗	✗		✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
10. กิจกรรมผจญภัย	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
12. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
14. สนามบิน								✓
15. บริการนำเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	✗		✓
16. ความปลอดภัย	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
17. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	**0**	**0**	**0**	**1**	**1**	**0**	**0**	**15**

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: ✗ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

ตารางที่ 5-5 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 24 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรองตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

บริการด้านการท่องเที่ยว	เชียงราย	เพชรบูรณ์	พิษณุโลก	ตาก	นครสวรรค์	ขอนแก่น	อุดรธานี	อุบลราชธานี
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	×	×	×	×
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด								
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	×	×	×	×
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	×	✓	×	✓	×	×	×	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	×	×	×	×	×	×	×	×
6. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	×	×	×	×	×	×	×	×
7. สถานที่พักแรม	×	×	✓	×	×	×	×	×
8. มัคคุเทศก์	✓	✓	×	×	×	×	✓	×
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	×	×	×	×	×	×	×	×
10. กิจกรรมผจญภัย	×	×	✓	×	×	×	×	×
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	×	✓	×	×	×	×	×	×
12. รถโดยสารสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×
13. ห้องน้ำสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×
14. สนามบิน	×		×			✓	✓	
15. บริการนำเที่ยว	×	×	×	✓	×	×	✓	×
16. ความปลอดภัย	×	×	×	×	×	×	×	×
17. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	×	×	×
รวมเครื่องหมาย ✓	**4**	**6**	**5**	**5**	**1**	**1**	**3**	**0**

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: × หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

ตารางที่ 5-5 สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 24 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรองตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

บริการด้านการท่องเที่ยว	หนองคาย	เลย	บุรีรัมย์	นครศรีธรรมราช	สุราษฎร์ธานี	กระบี่	ตรัง	ชุมพร
1. ประชาชน	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด				✓	✓	✓	✓	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
5. บริการเชิงสุขภาพ	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓
6. ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
7. สถานที่พักแรม	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓
8. มัคคุเทศก์	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓
10. กิจกรรมผจญภัย	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✓
12. รถโดยสารสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
13. ห้องน้ำสาธารณะ	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
14. สนามบิน		✓	✓	✗	✗	✗		
15. บริการนำเที่ยว	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	
16. ความปลอดภัย	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓
17. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	**0**	**1**	**3**	**9**	**6**	**10**	**9**	**12**

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
: ✗ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

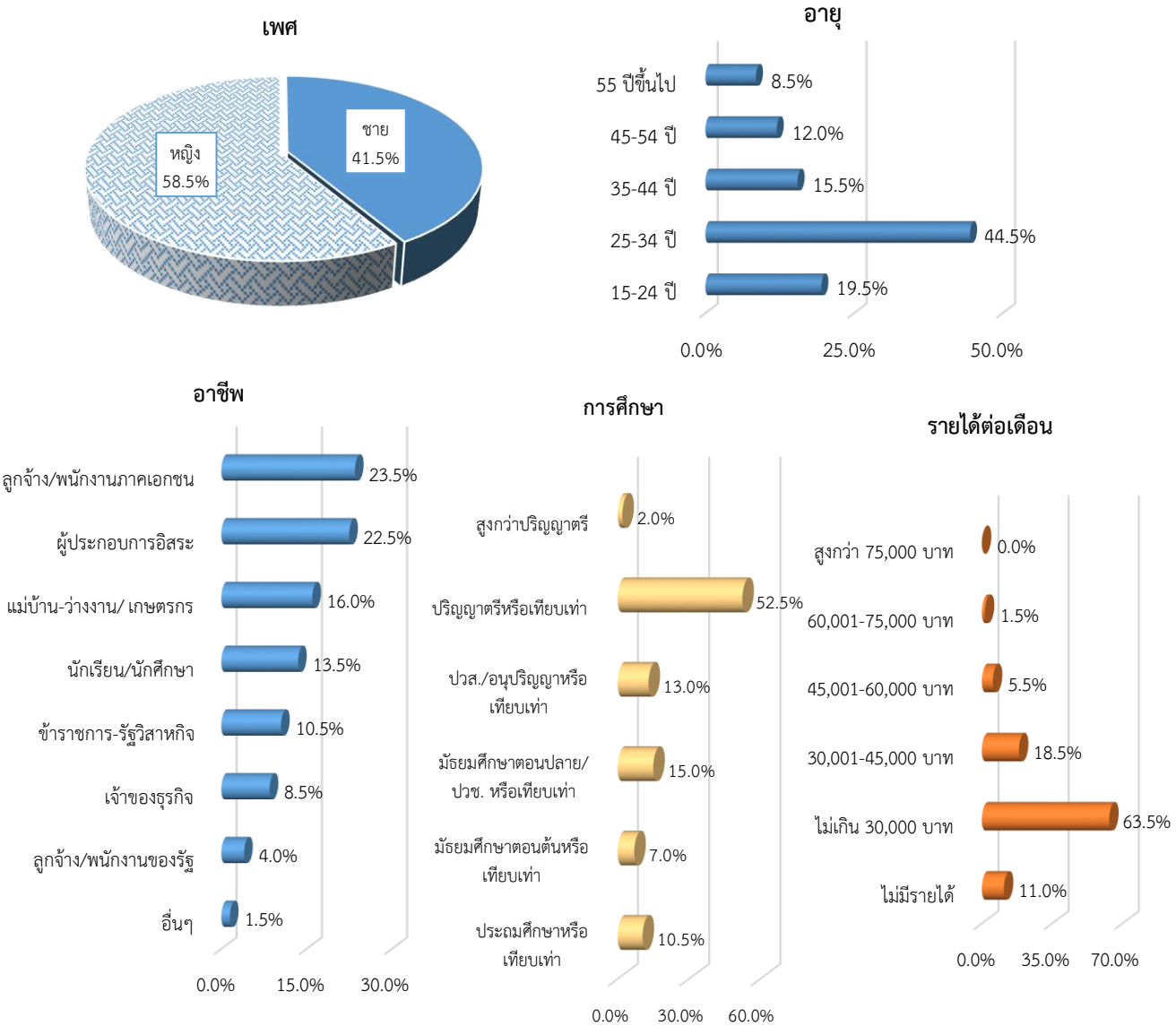
3. ความพึงพอใจในแต่ละจังหวัด

3.1) จังหวัดตรัง

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.5 ต่อ ร้อยละ 41.5) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี (ร้อยละ 44.5) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 23.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 63.5) (แผนภูมิที่ 5-52) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

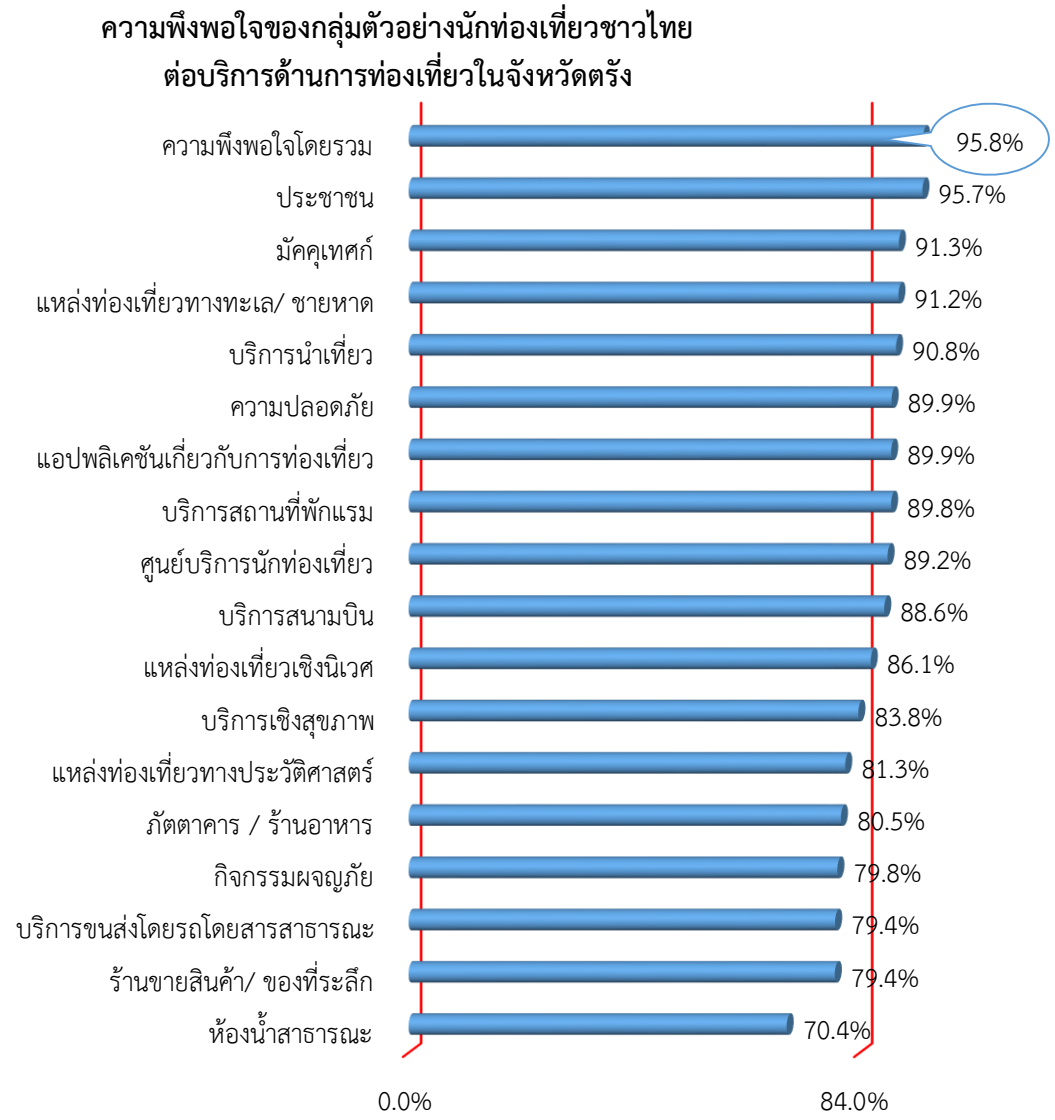
แผนภูมิที่ 5-52 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตรัง



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตรัง

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 95.8) ทั้งนี้ จาก 17 ประเด็นด้านบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก 10 ประเด็น อีก 7 ประเด็นพึงพอใจมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน มัคคุเทศก์ และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาด (ร้อยละ 95.7 ร้อยละ 91.2 และร้อยละ 91.3 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก และบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 70.4 ร้อยละ 79.4 และร้อยละ 79.4 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-53)

แผนภูมิที่ 5-53 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง



3.2) จังหวัดตราด

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 57.5 ต่อ ร้อยละ 42.5) มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 30.0) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 52.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 33.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 43.0) (แผนภูมิที่ 5-54) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดีอยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

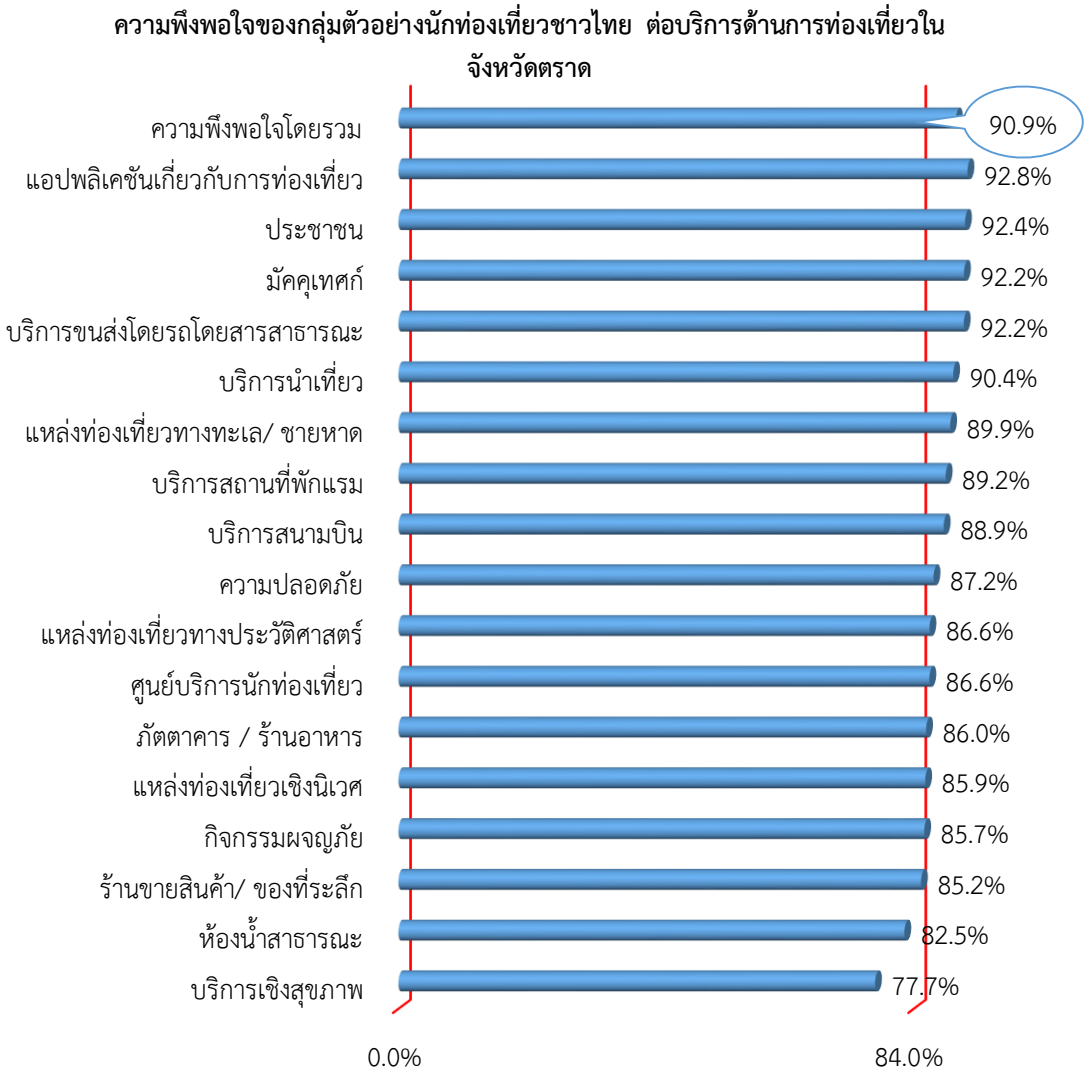
แผนภูมิที่ 5-54 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตราด

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 90.9) ทั้งนี้ จาก 17 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างเกือบมากทุกประเด็น ยกเว้นห้องน้ำสาธารณะ และบริการเชิงสุขภาพที่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาชน และมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 92.8 ร้อยละ 92.4 และร้อยละ 92.2 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก (ร้อยละ 77.7 ร้อยละ 82.5 และร้อยละ 82.5 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-55)

แผนภูมิที่ 5-55 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตราด

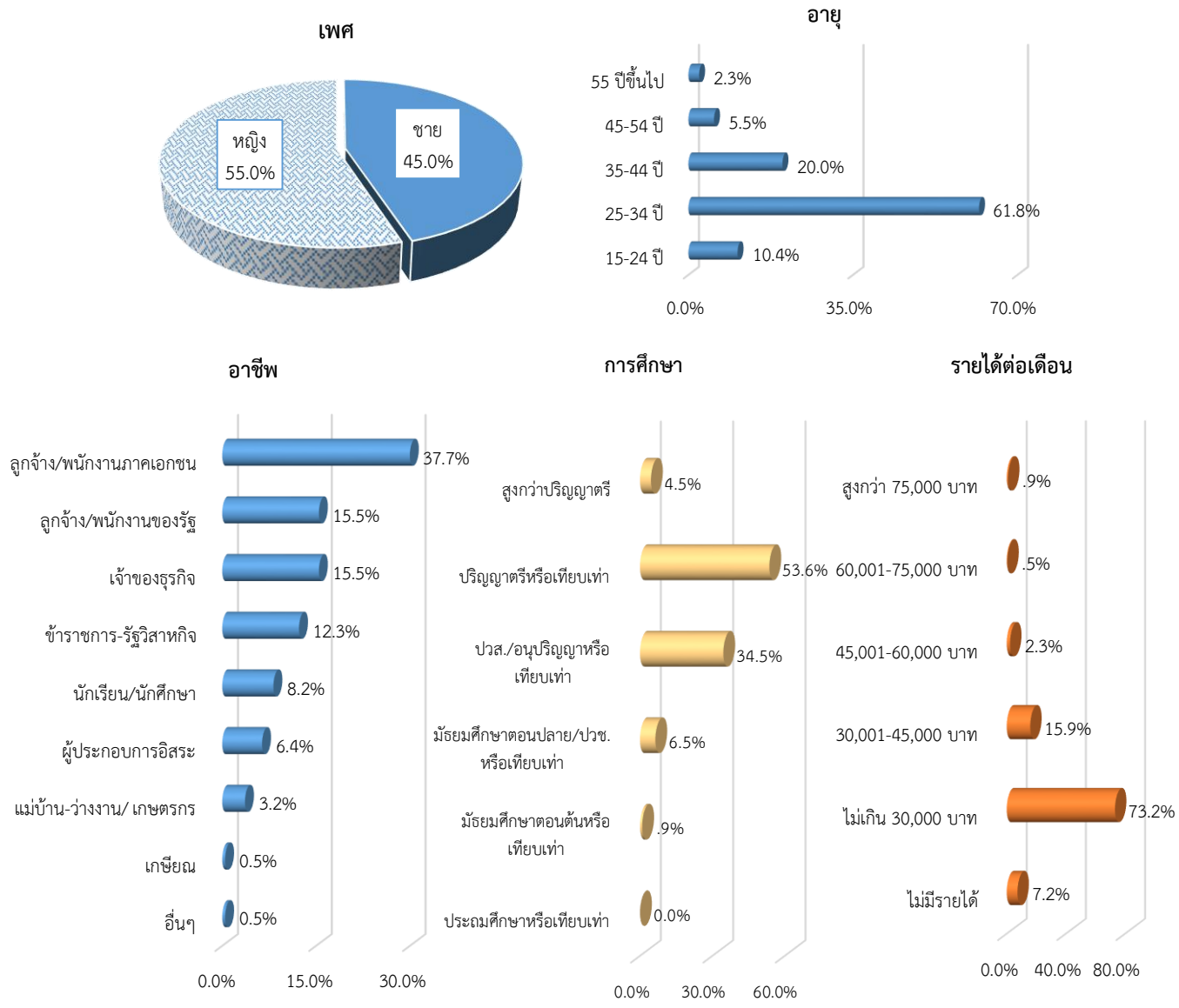


3.3) จังหวัดชุมพร

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร จำนวน 220 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 55.0 ต่อร้อยละ 45.0) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี (ร้อยละ 61.8) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 53.6) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 37.7) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 73.2) (แผนภูมิที่ 5-56) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

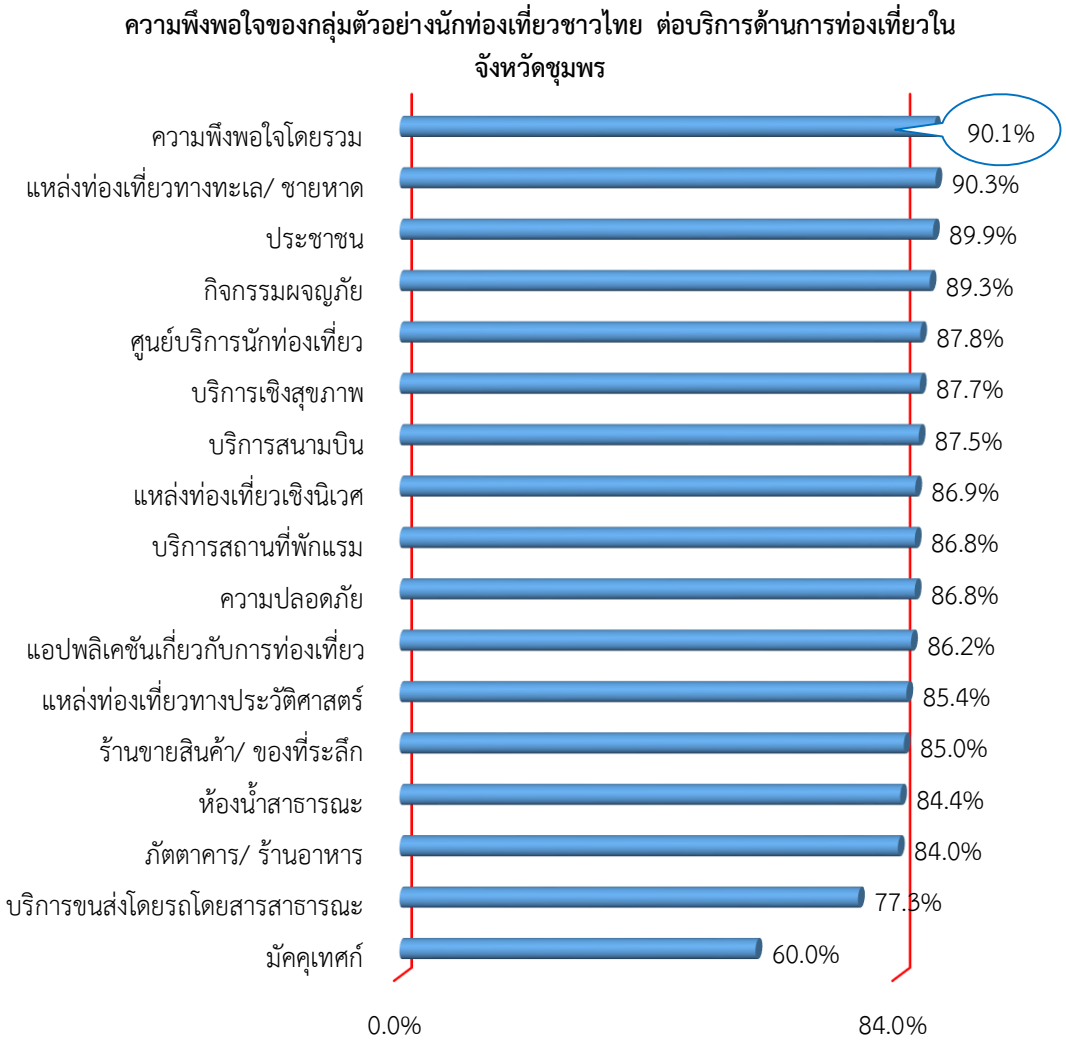
แผนภูมิที่ 5-56 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชุมพร

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 90.1) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นภัตตาคาร/ ร้านอาหาร และบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ มีความพึงพอใจมาก และมัคคุเทศก์ มีความพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาด ประชาชน และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 90.3 ร้อยละ 89.9 และร้อยละ 89.3 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ มัคคุเทศก์ บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ และภัตตาคาร/ ร้านอาหาร (ร้อยละ 60.0 ร้อยละ 77.3 และร้อยละ 84.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-57)

แผนภูมิที่ 5-57 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

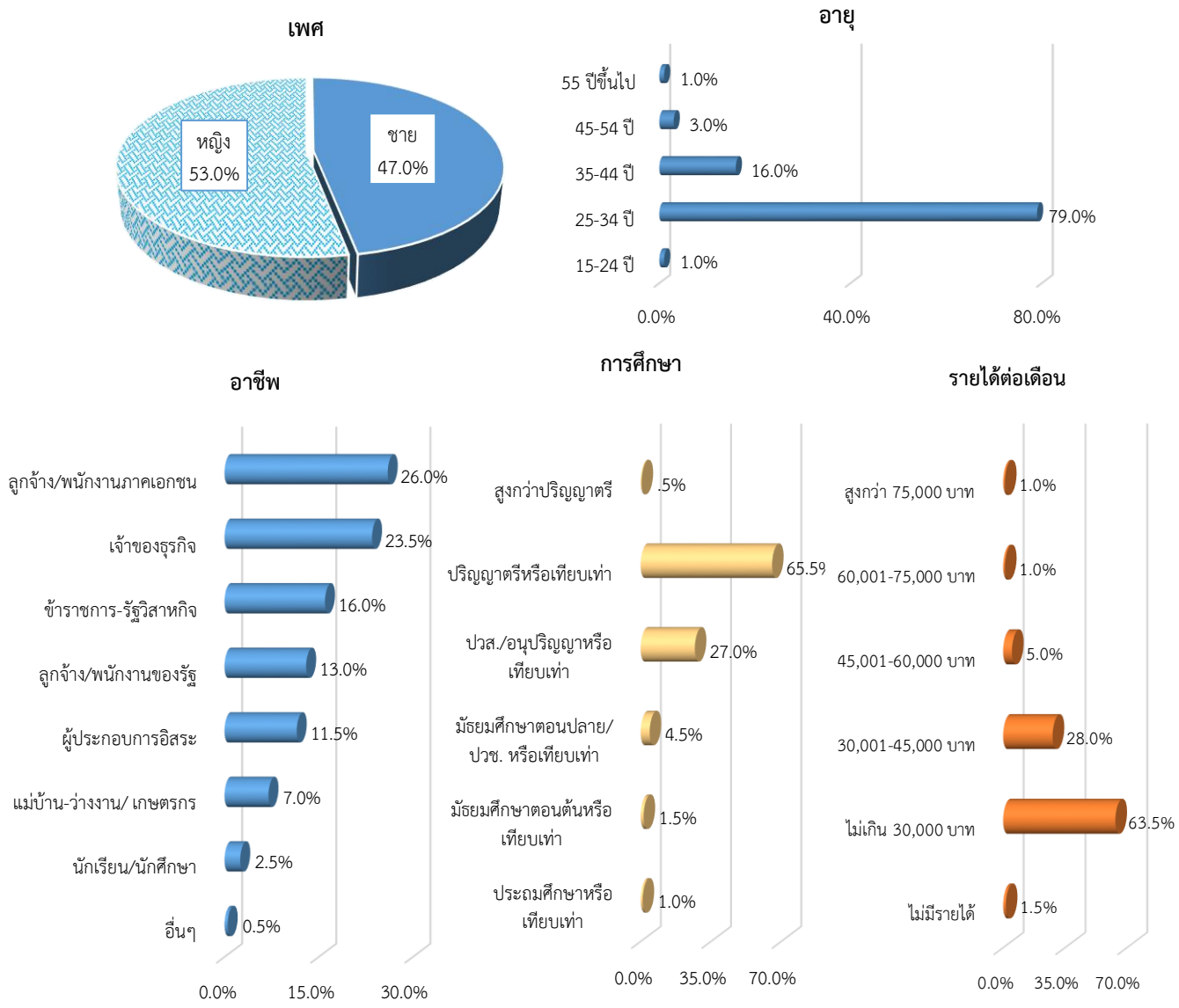


3.4) จังหวัดกระบี่

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 53.0 ต่อ ร้อยละ 47.0) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี (ร้อยละ 79.0) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 26.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 63.5) (แผนภูมิที่ 5-58) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

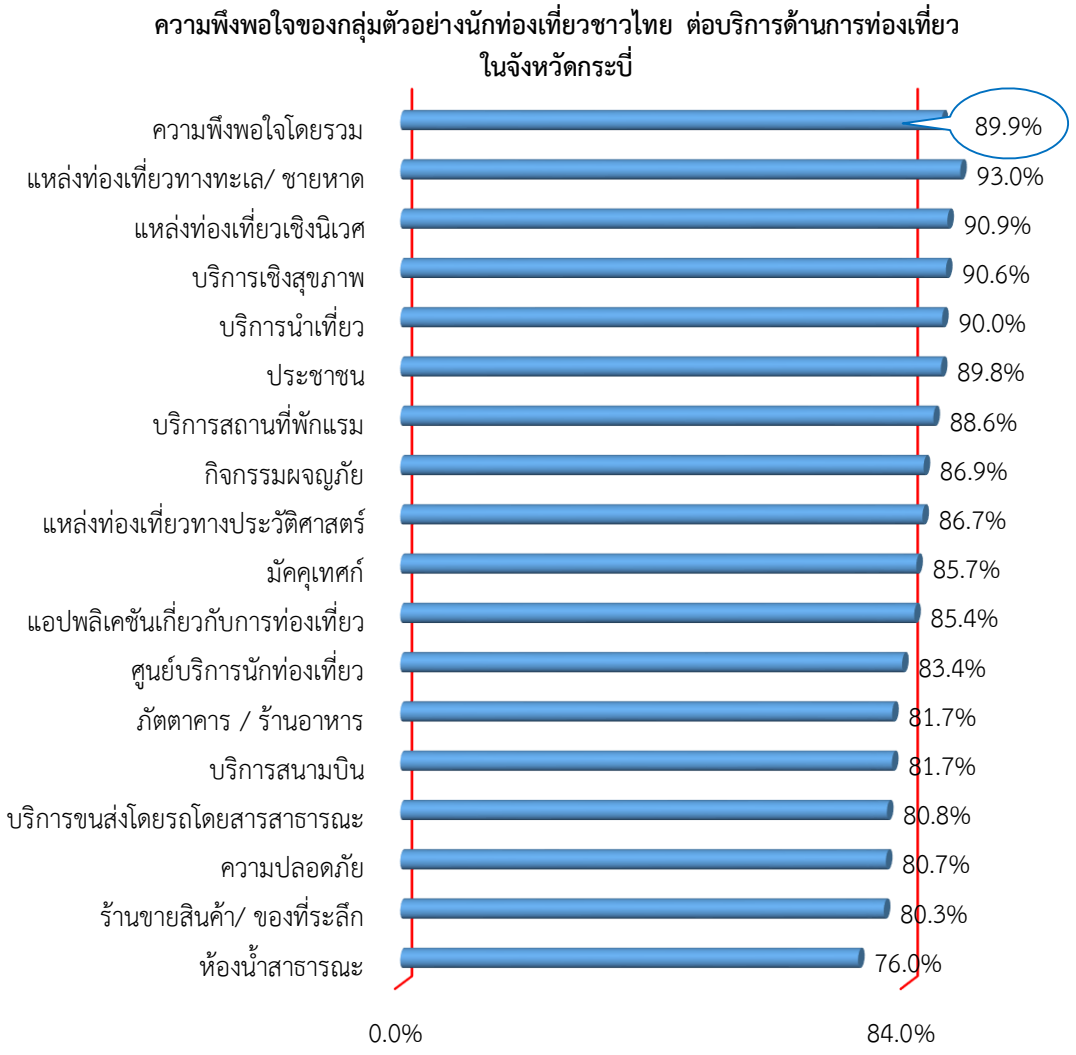
แผนภูมิที่ 5-58 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.9) ทั้งนี้ จาก 17 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก 10 ประเด็น และอีก 7 ประเด็นพึงพอใจมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 93.0 ร้อยละ 90.9 และร้อยละ 90.6 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก และความปลอดภัย (ร้อยละ 76.0 ร้อยละ 80.3 และร้อยละ 80.7 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-59)

แผนภูมิที่ 5-59 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

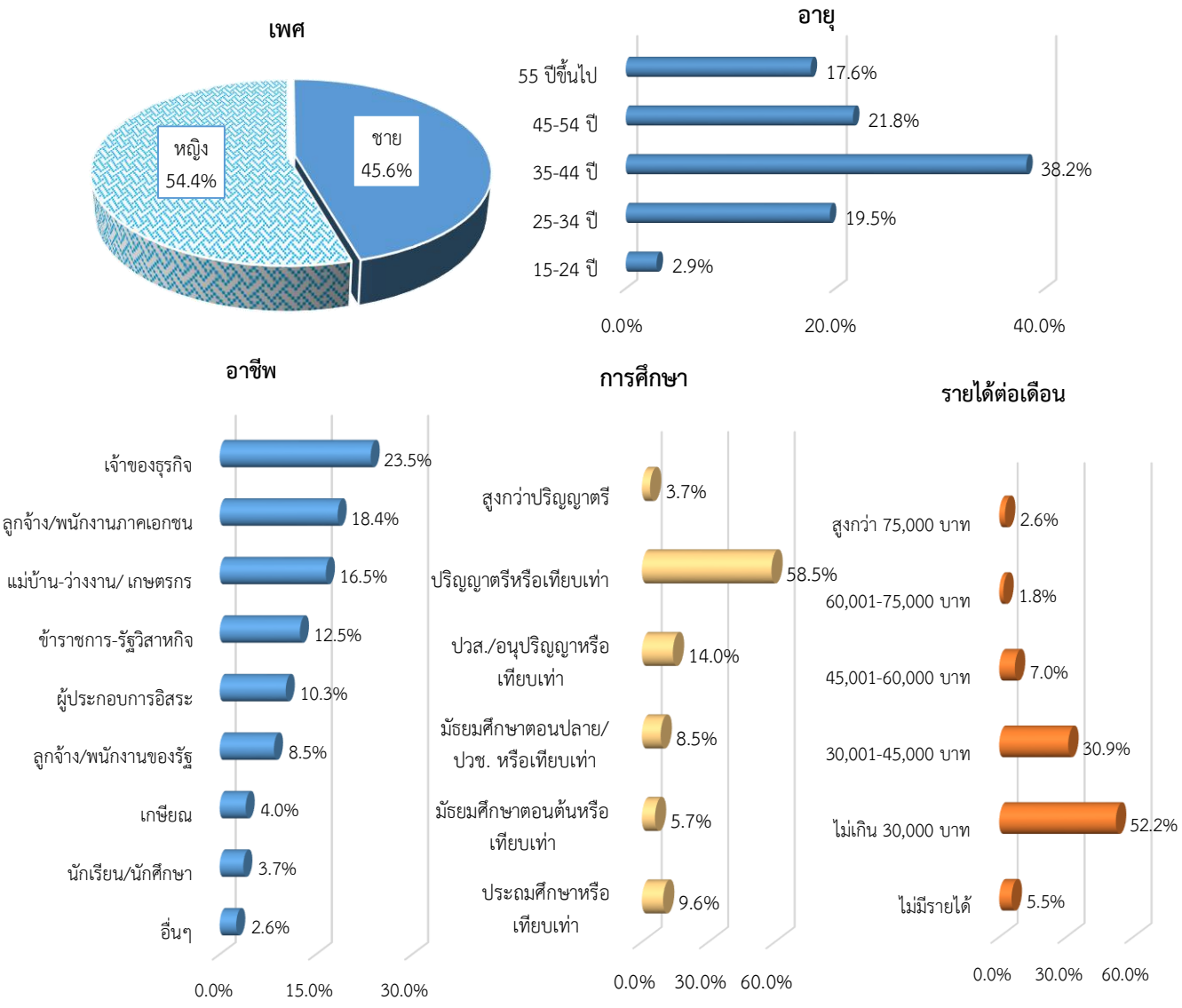


3.5) จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 272 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 54.4 ต่อร้อยละ 45.6) มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี (ร้อยละ 38.2) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ มากที่สุด (ร้อยละ 23.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 52.2) (แผนภูมิที่ 5-60) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดีอยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

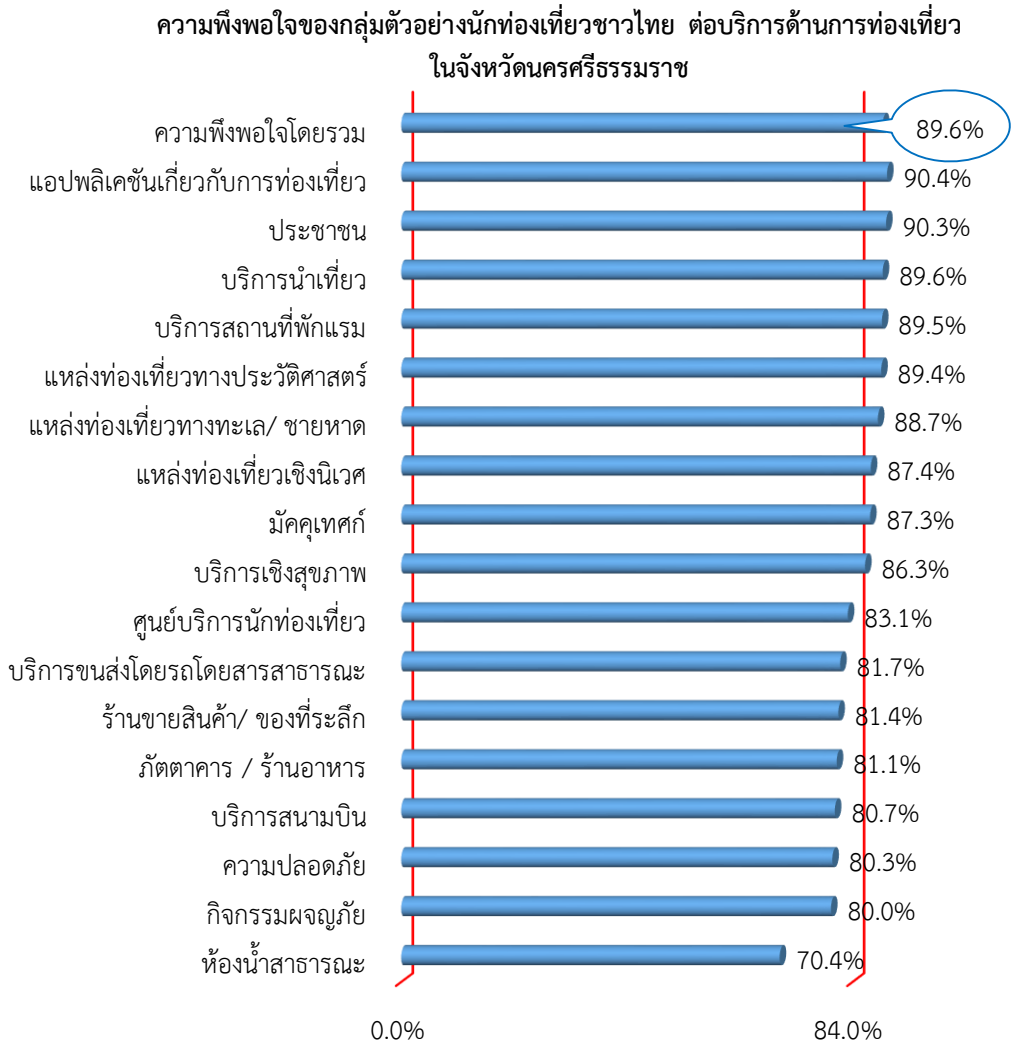
แผนภูมิที่ 5-60 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครศรีธรรมราช



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.6) ทั้งนี้ จาก 17 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก 9 ประเด็น และระดับพึงพอใจมาก 8 ประเด็น โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาชน และบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 90.4 ร้อยละ 90.3 และร้อยละ 89.6 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ กิจกรรมผจญภัย และความปลอดภัย (ร้อยละ 70.4 ร้อยละ 80.0 และร้อยละ 80.3 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-61)

แผนภูมิที่ 5-61 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

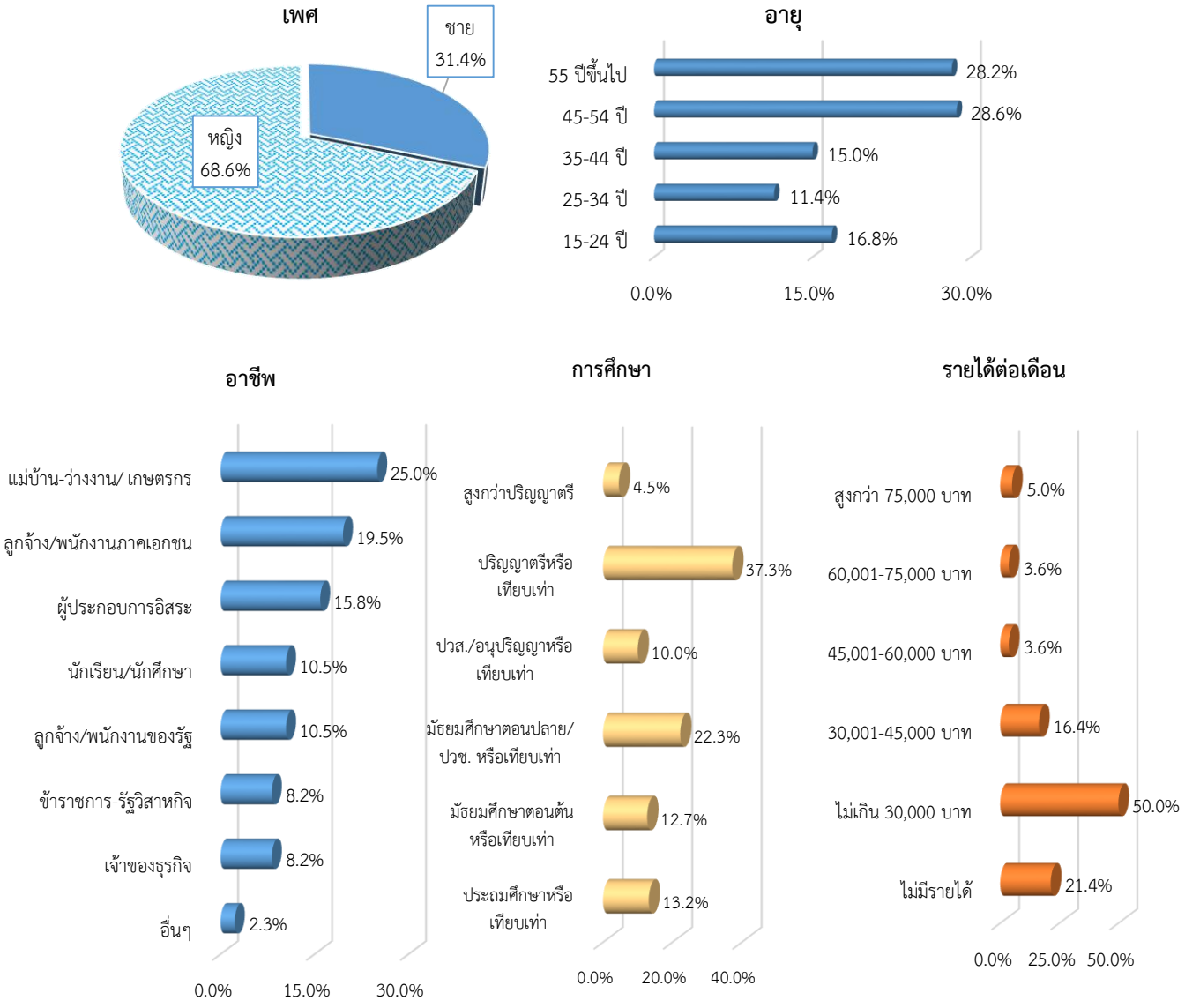


3.6) จังหวัดเพชรบูรณ์

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 220 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 68.6 ต่อ ร้อยละ 31.4) มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปี (ร้อยละ 28.6) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 37.3) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นแม่บ้าน-ว่างงาน/ เกษตกร มากที่สุด (ร้อยละ 25.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 50.0) (แผนภูมิที่ 5-62) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

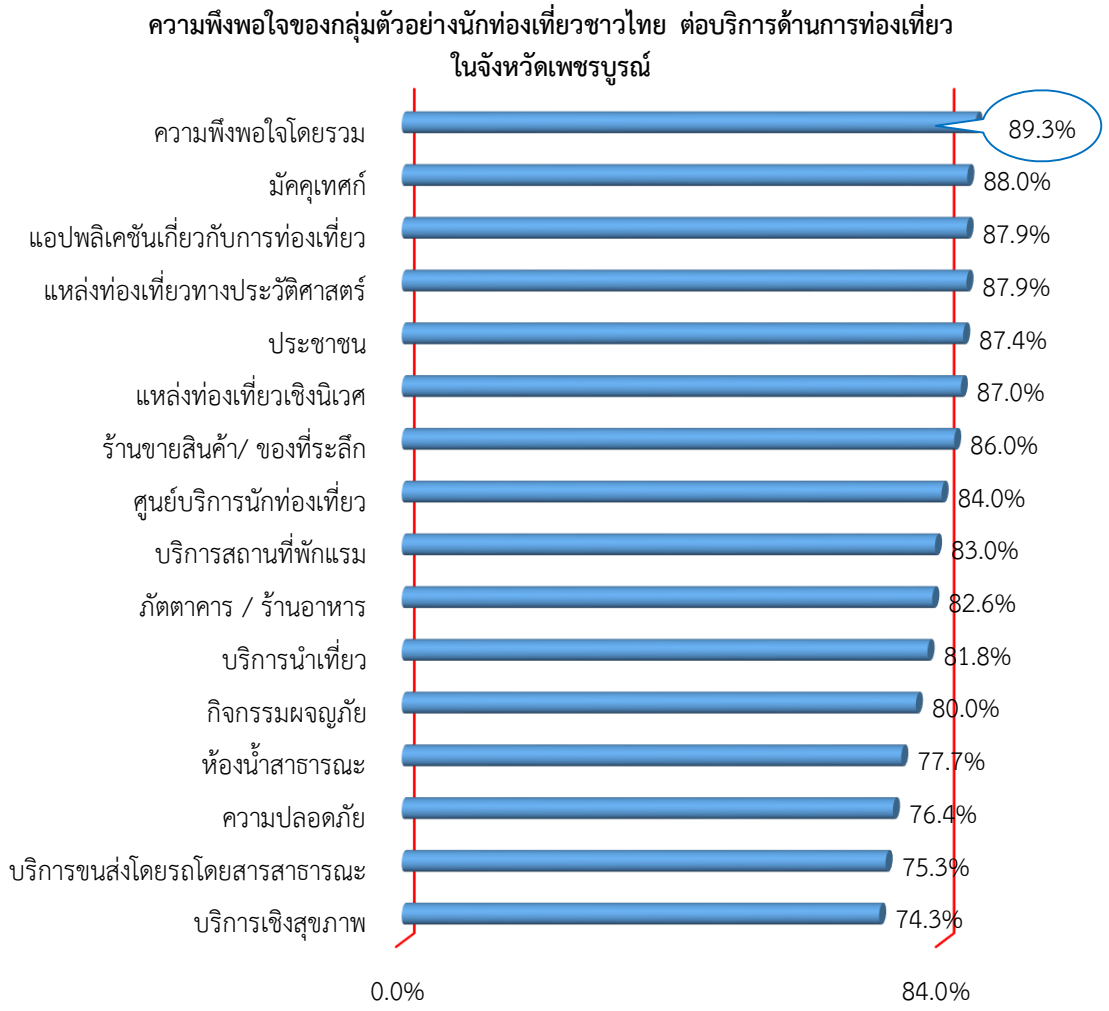
แผนภูมิที่ 5-62 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบูรณ์



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบูรณ์

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 89.3) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 88.0 ร้อยละ 87.9 และร้อยละ 87.9 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ และความปลอดภัย (ร้อยละ 74.3 ร้อยละ 75.3 และร้อยละ 76.4 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-63)

แผนภูมิที่ 5-63 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

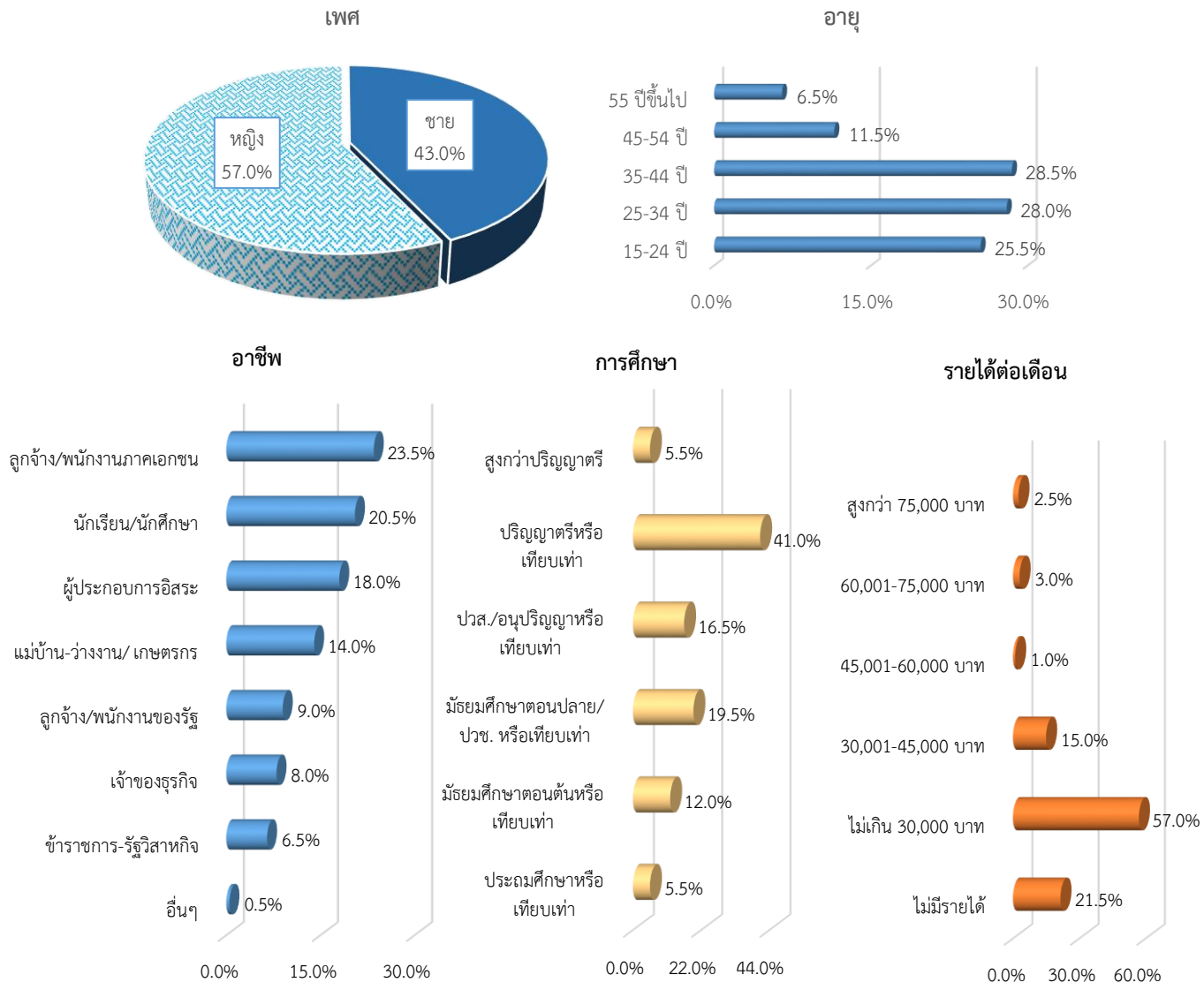


3.7) จังหวัดตาก

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตาก จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 57.0 ต่อ ร้อยละ 43.0) มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี (ร้อยละ 28.5) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 41.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 23.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 57.0) (แผนภูมิที่ 5-64) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตาก โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

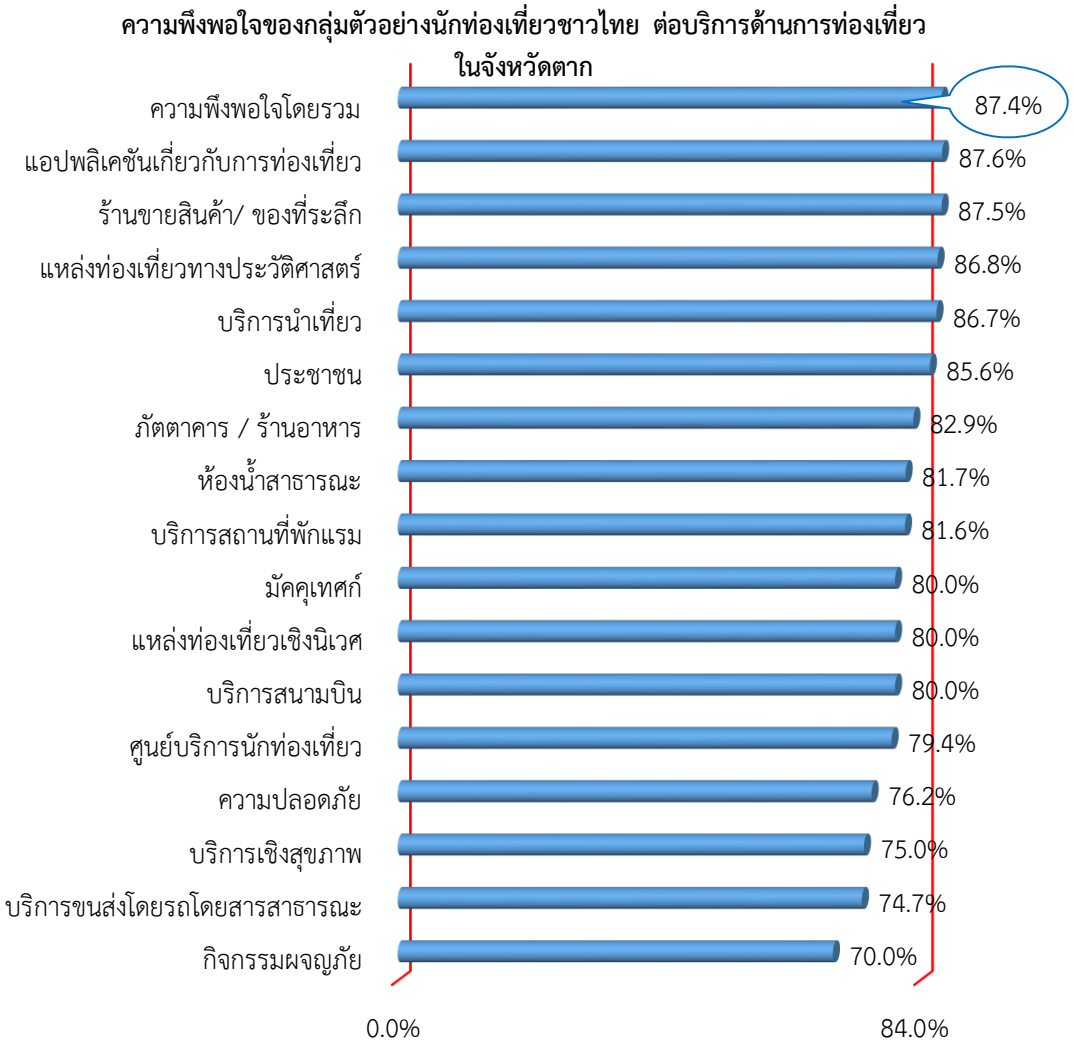
แผนภูมิที่ 5-64 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตาก



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตาก

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตาก อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.4) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นประชาชน บริการนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 87.6 ร้อยละ 87.5 และร้อยละ 86.8 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ กิจกรรมผจญภัย บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ และบริการเชิงสุขภาพ (ร้อยละ 70.0 ร้อยละ 74.7 และร้อยละ 75.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-65)

แผนภูมิที่ 5-65 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดตาก

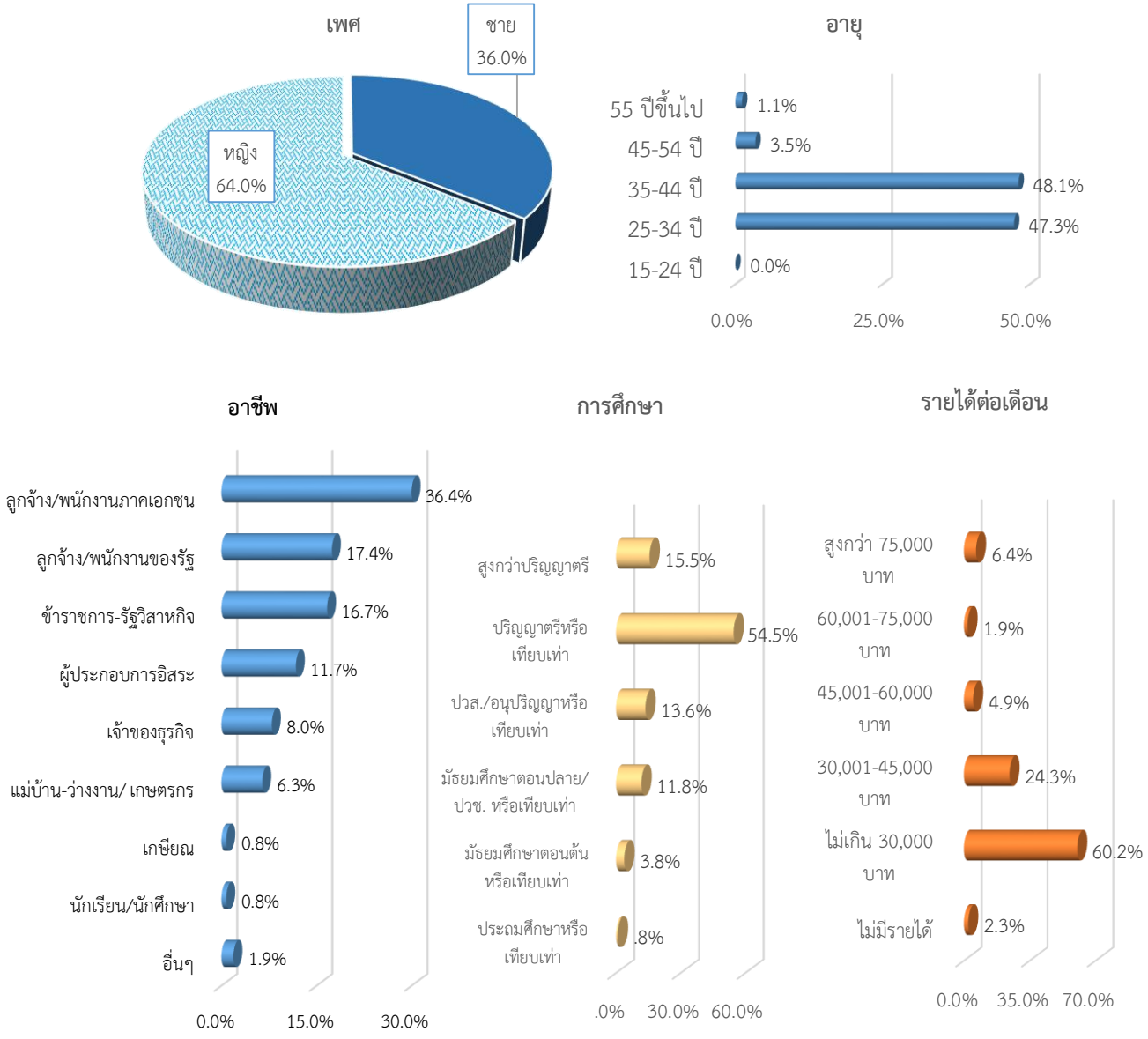


3.8) จังหวัดเชียงราย

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 264 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 64.0 ต่อ ร้อยละ 36.0) มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 48.1) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 54.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 36.4) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 60.2) (แผนภูมิที่ 5-66) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

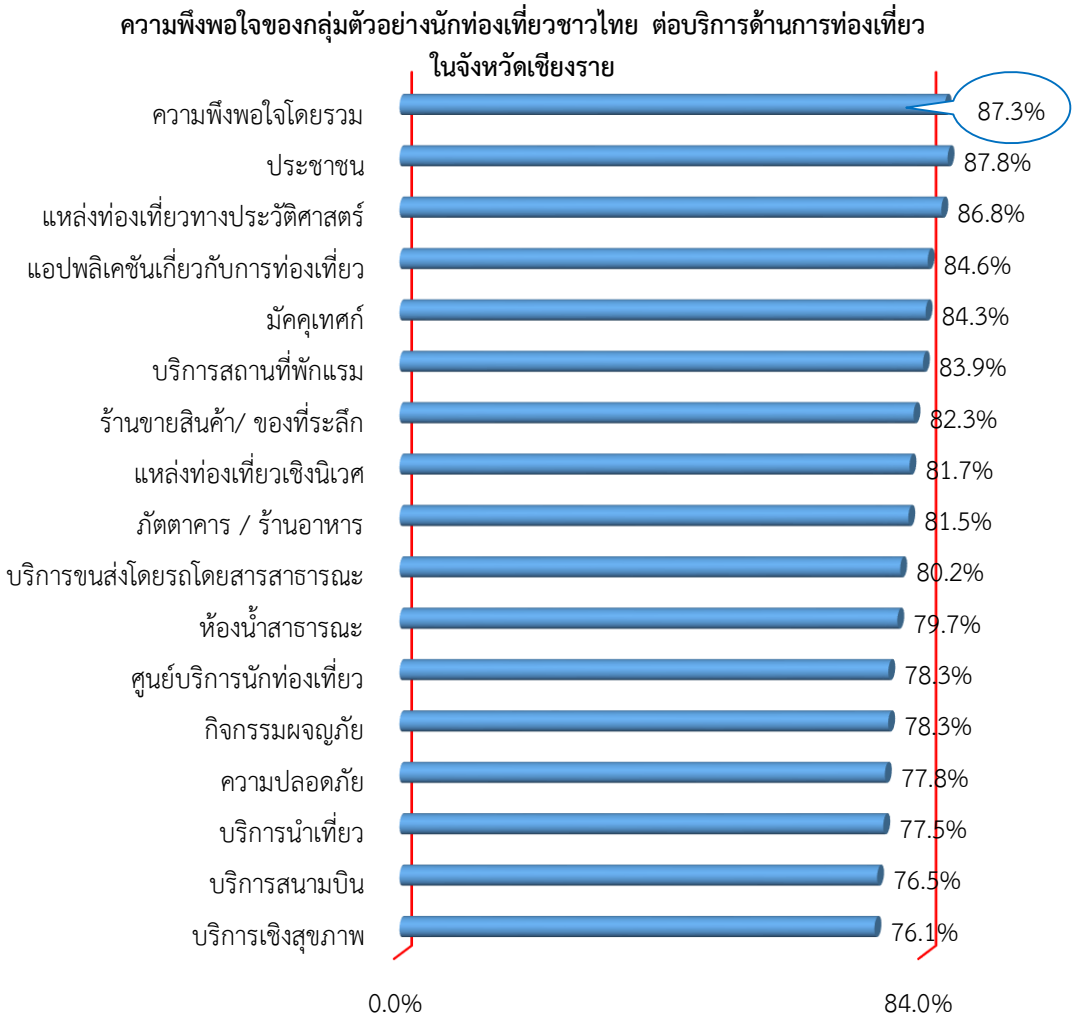
แผนภูมิที่ 5-66 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 87.3) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.8 ร้อยละ 86.8 และร้อยละ 84.6 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ บริการสนามบิน และบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 76.1 ร้อยละ 76.5 และร้อยละ 77.5 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-67)

แผนภูมิที่ 5-67 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

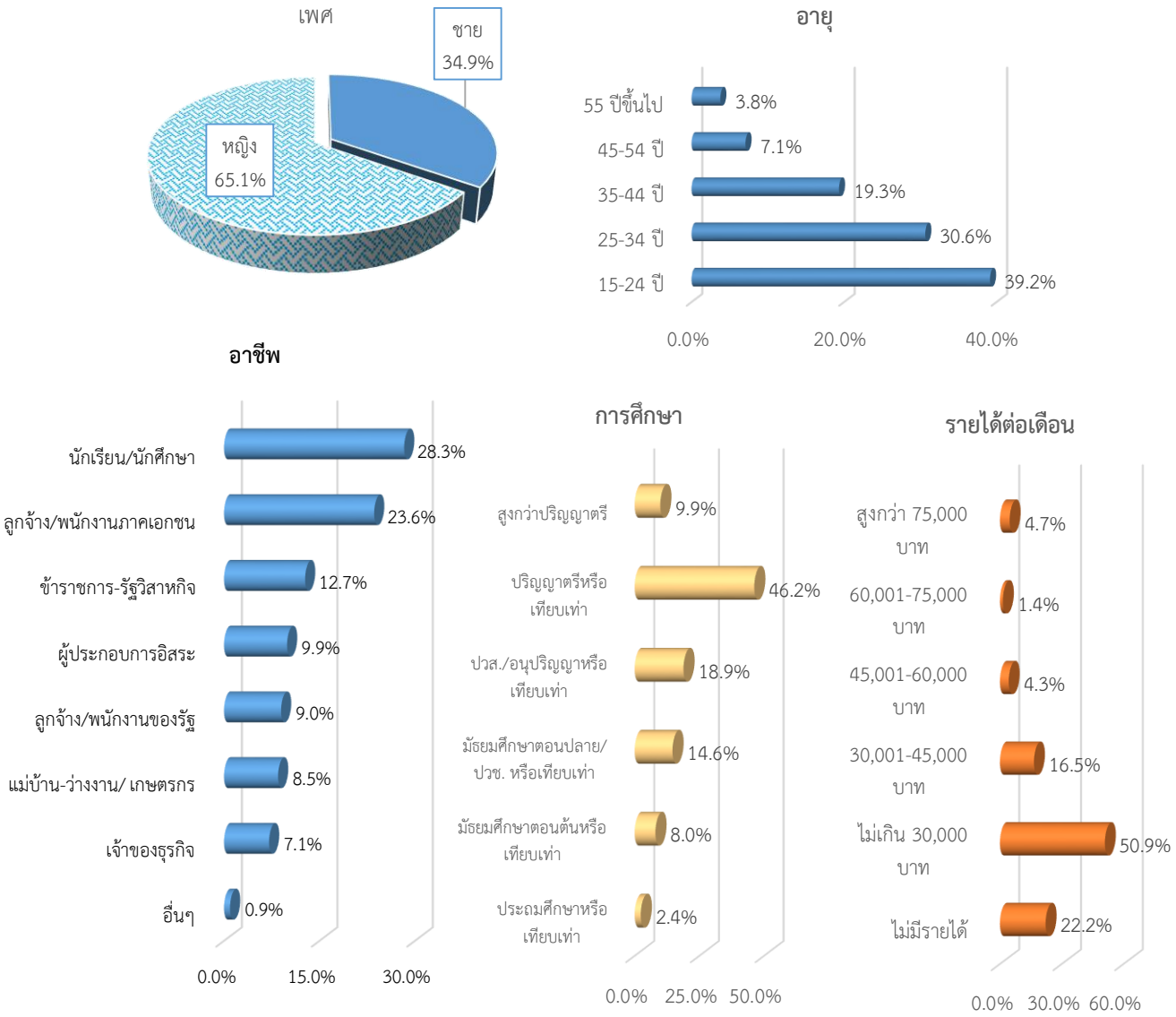


3.9) จังหวัดพิษณุโลก

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 212 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 65.1 ต่อ ร้อยละ 34.9) มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี (ร้อยละ 39.2) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 46.2) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นนักเรียน/ นักศึกษา มากที่สุด (ร้อยละ 28.3) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 50.9) (แผนภูมิที่ 5-68) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

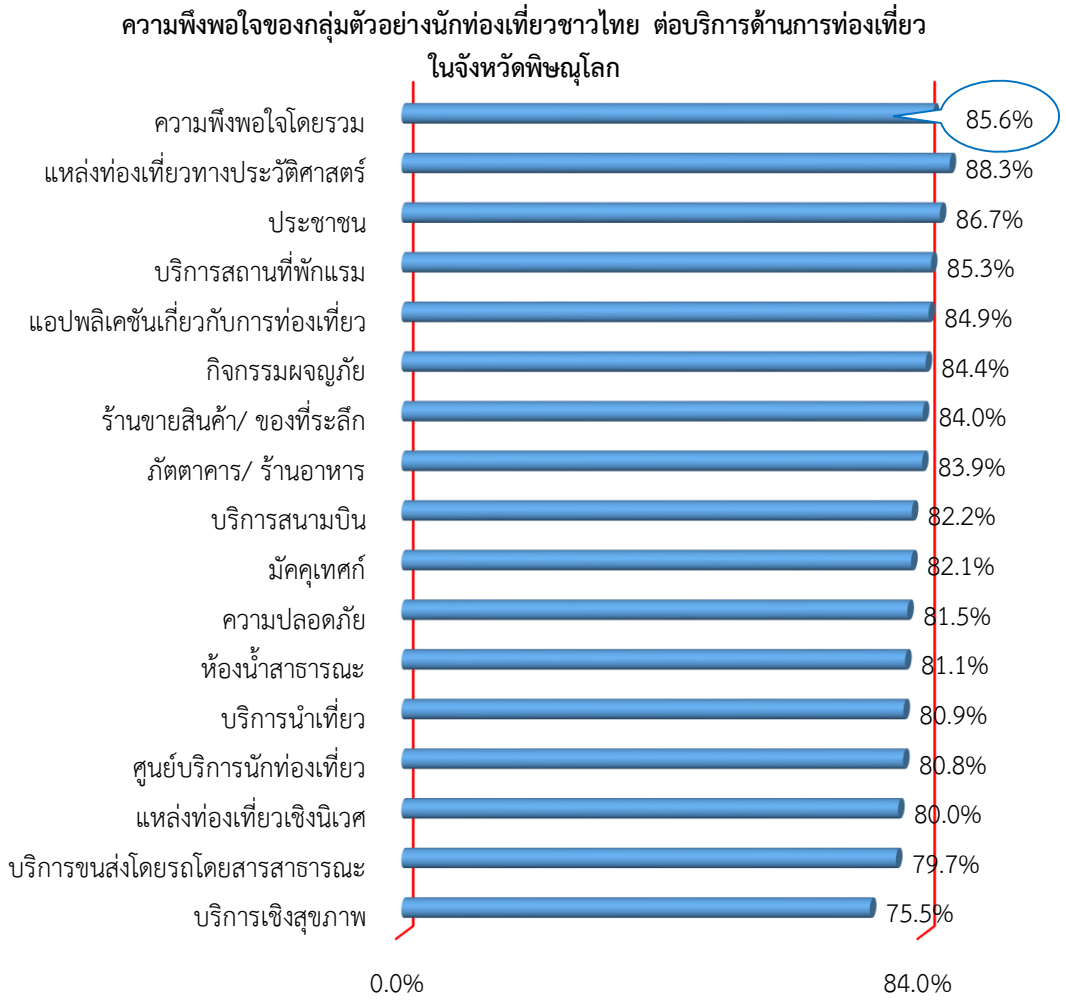
แผนภูมิที่ 5-68 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพิษณุโลก



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพิษณุโลก

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.6) ทั้งนี้ จาก 16 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นกิจกรรมผจญภัย แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บริการสถานที่พักแรม ประชาชน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประชาชน และบริการสถานที่พักแรม (ร้อยละ 88.3 ร้อยละ 86.7 และร้อยละ 85.3 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ร้อยละ 75.5 ร้อยละ 79.7 และร้อยละ 80.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-69)

แผนภูมิที่ 5-69 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก

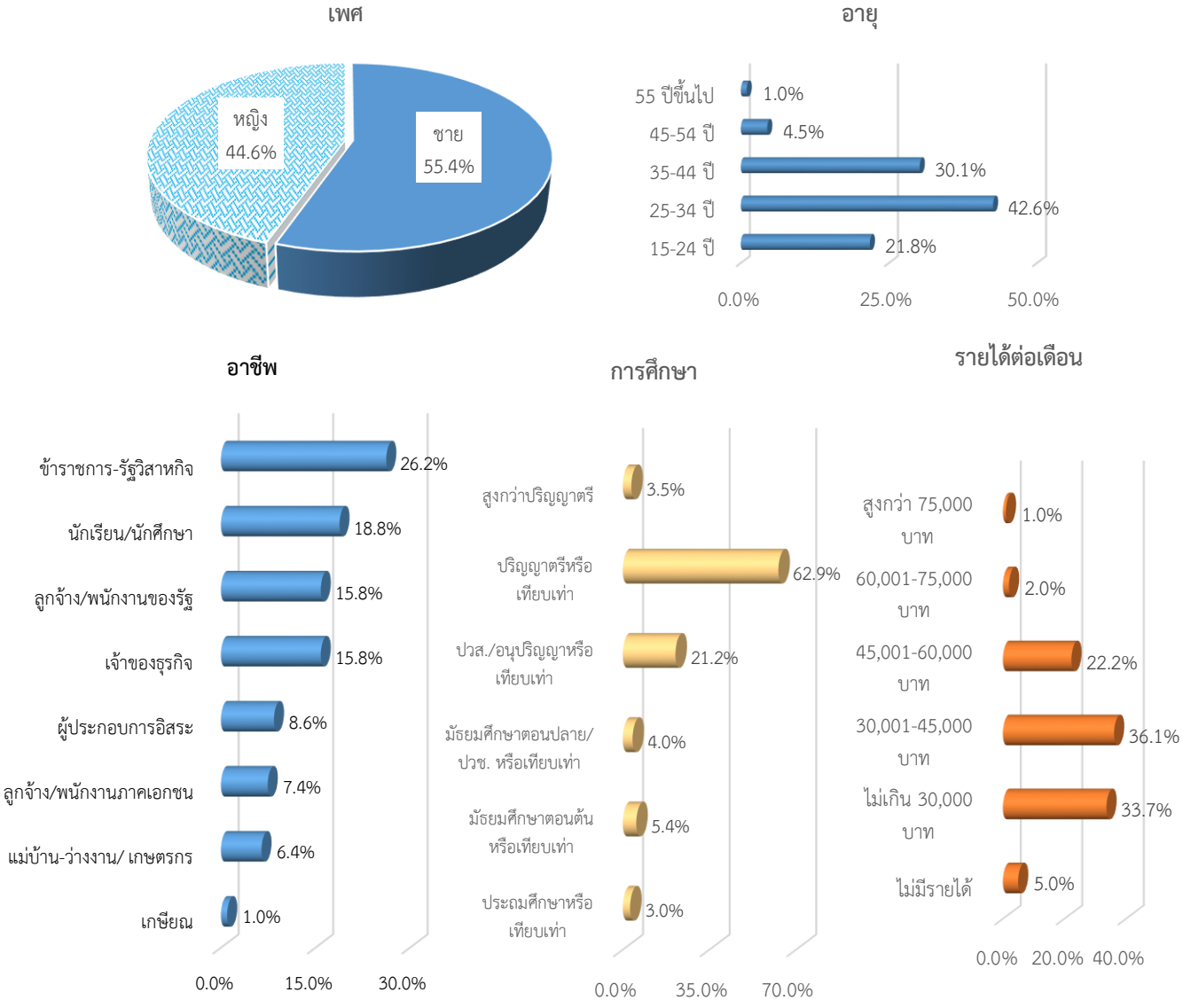


3.10) จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 202 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 55.4 ต่อร้อยละ 44.6) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี (ร้อยละ 42.6) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.9) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด (ร้อยละ 26.2) มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 36.1) (แผนภูมิที่ 5-70) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

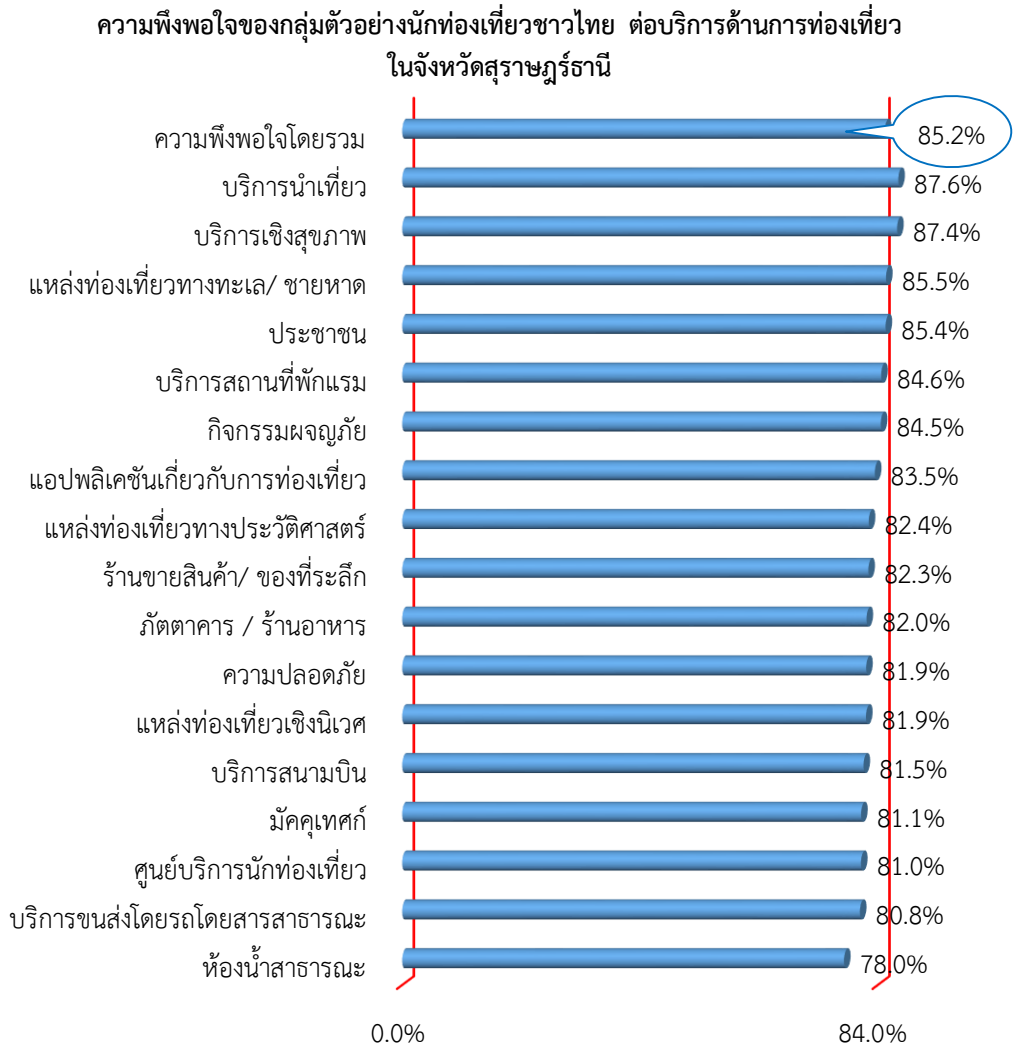
แผนภูมิที่ 5-70 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 85.2) ทั้งนี้ จาก 17 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นกิจกรรมผจญภัย บริการสถานที่พักแรม ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาด บริการเชิงสุขภาพ และบริการนำเที่ยว ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการนำเที่ยว บริการเชิงสุขภาพ และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาด (ร้อยละ 87.6 ร้อยละ 87.4 และร้อยละ 85.5 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 78.0 ร้อยละ 80.0 และร้อยละ 81.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-71)

แผนภูมิที่ 5-71 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

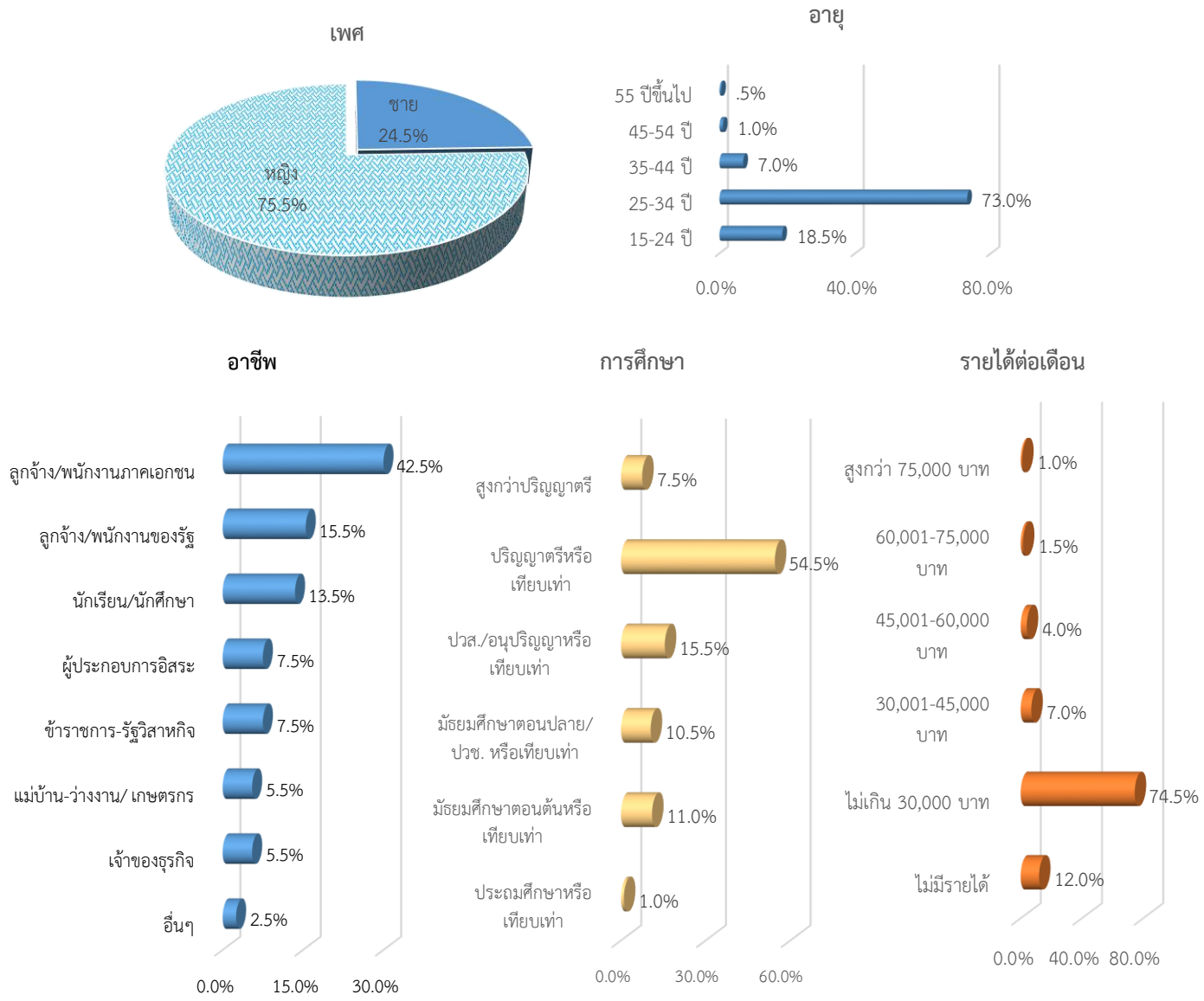


3.11) จังหวัดนครสวรรค์

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 75.5 ต่อ ร้อยละ 24.5) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี (ร้อยละ 73.0) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 54.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 42.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 74.5) (แผนภูมิที่ 5-72) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

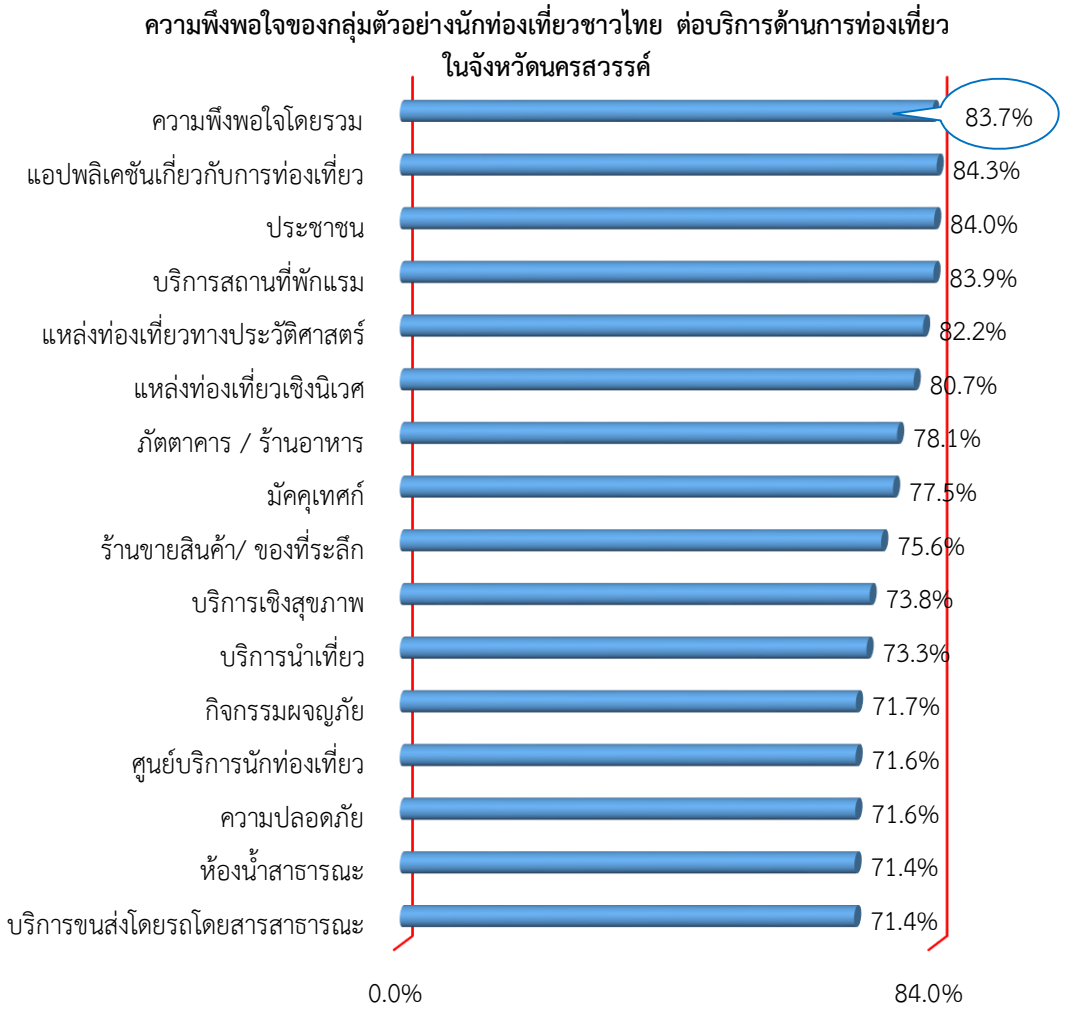
แผนภูมิที่ 5-72 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครสวรรค์



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครสวรรค์

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครสวรรค์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.7) ทั้งนี้ จาก 15 ประเภทบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจระดับอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาชน และบริการสถานที่พักแรม (ร้อยละ 84.3 ร้อยละ 84.0 และร้อยละ 83.9 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ กับห้องน้ำสาธารณะ มีความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 71.4) ความปลอดภัย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 71.6) และกิจกรรมผจญภัย (ร้อยละ 71.7) ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 5-73)

แผนภูมิที่ 5-73 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์

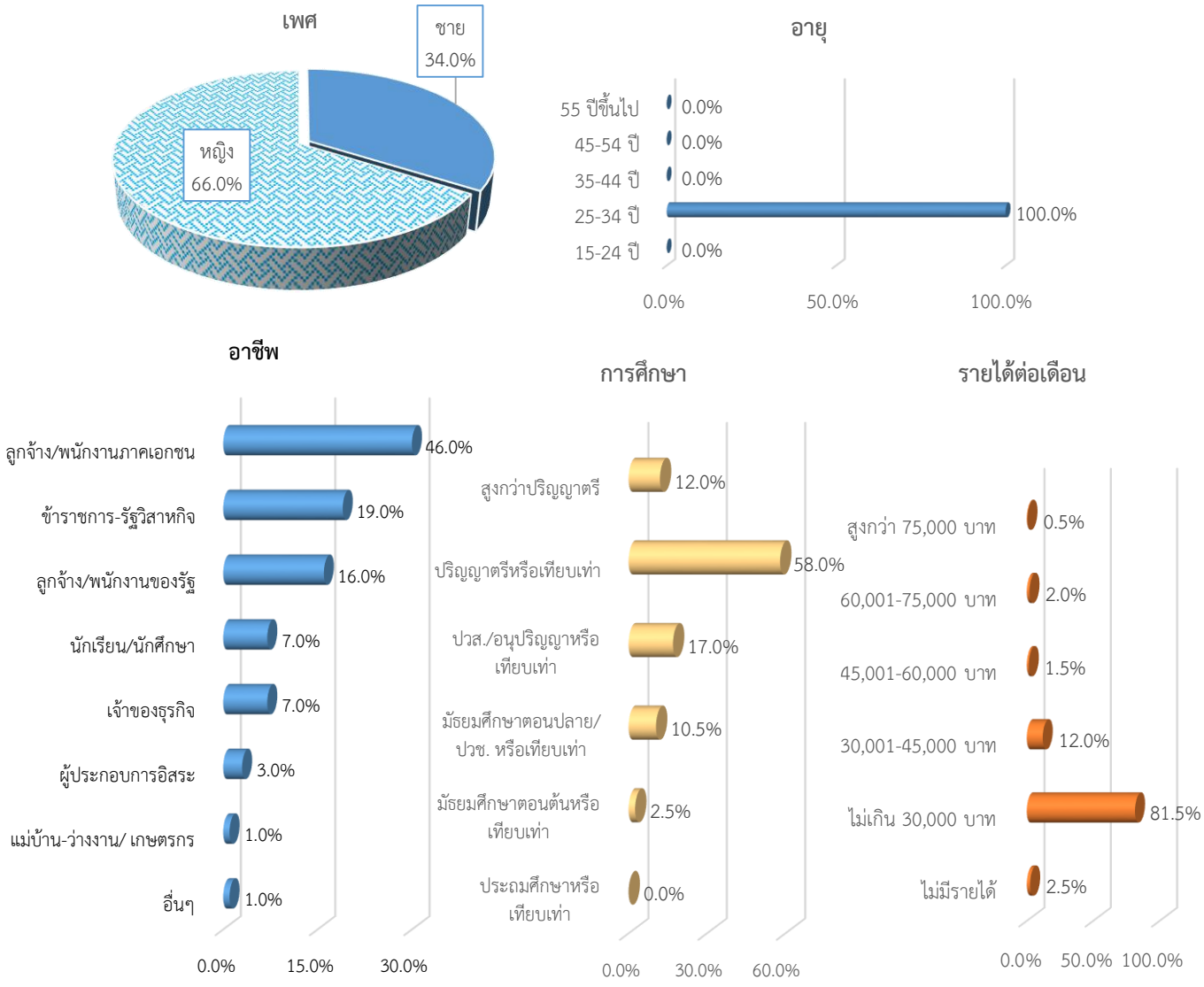


3.12) จังหวัดสุพรรณบุรี

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 66.0 ต่อ ร้อยละ 34.0) ทั้งหมด มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี (ร้อยละ 100.0) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 46.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 81.5) (แผนภูมิที่ 5-74) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

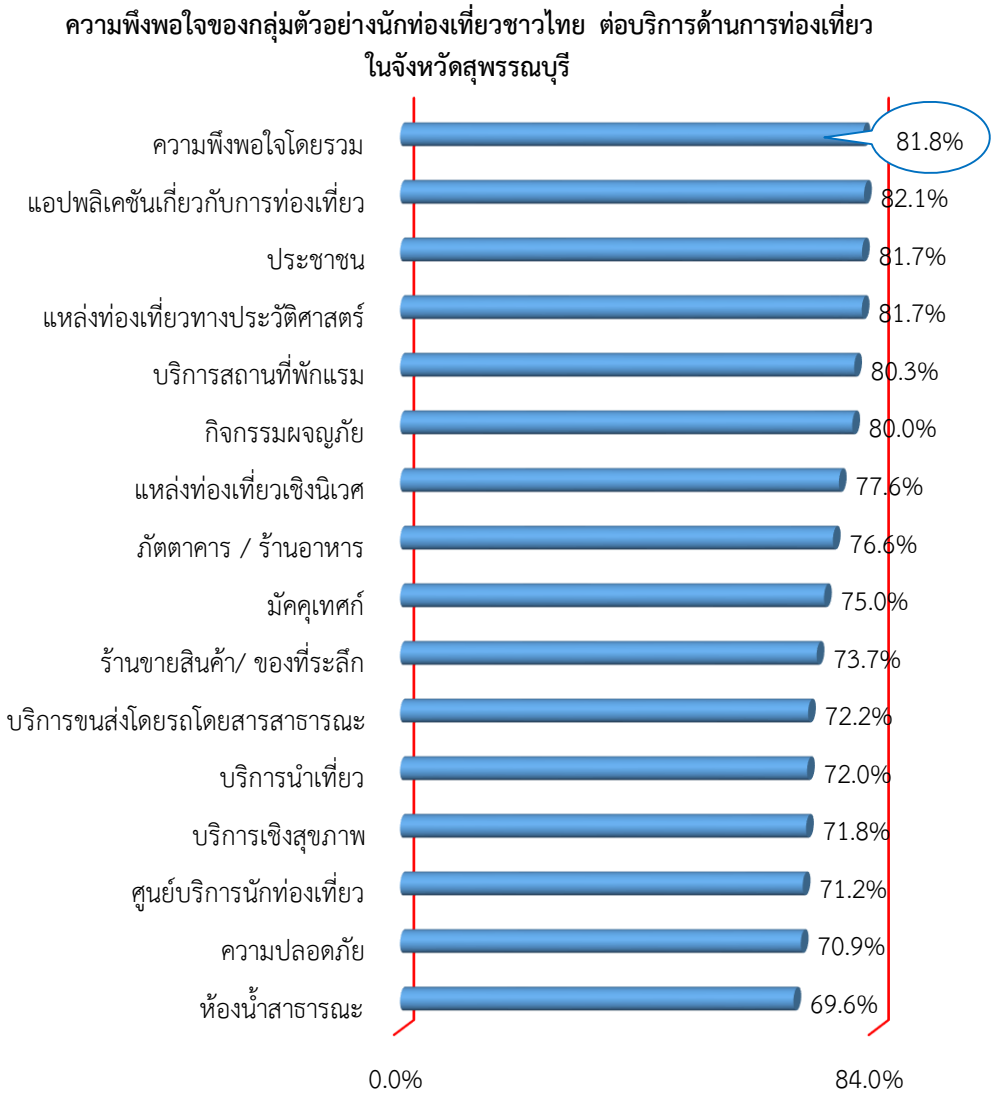
แผนภูมิที่ 5-74 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 81.8) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 82.1) ประชาชน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 81.7) และบริการสถานที่พักแรม (ร้อยละ 80.3) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ความปลอดภัย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 69.6 ร้อยละ 70.9 และร้อยละ 71.2 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-75)

แผนภูมิที่ 5-75 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

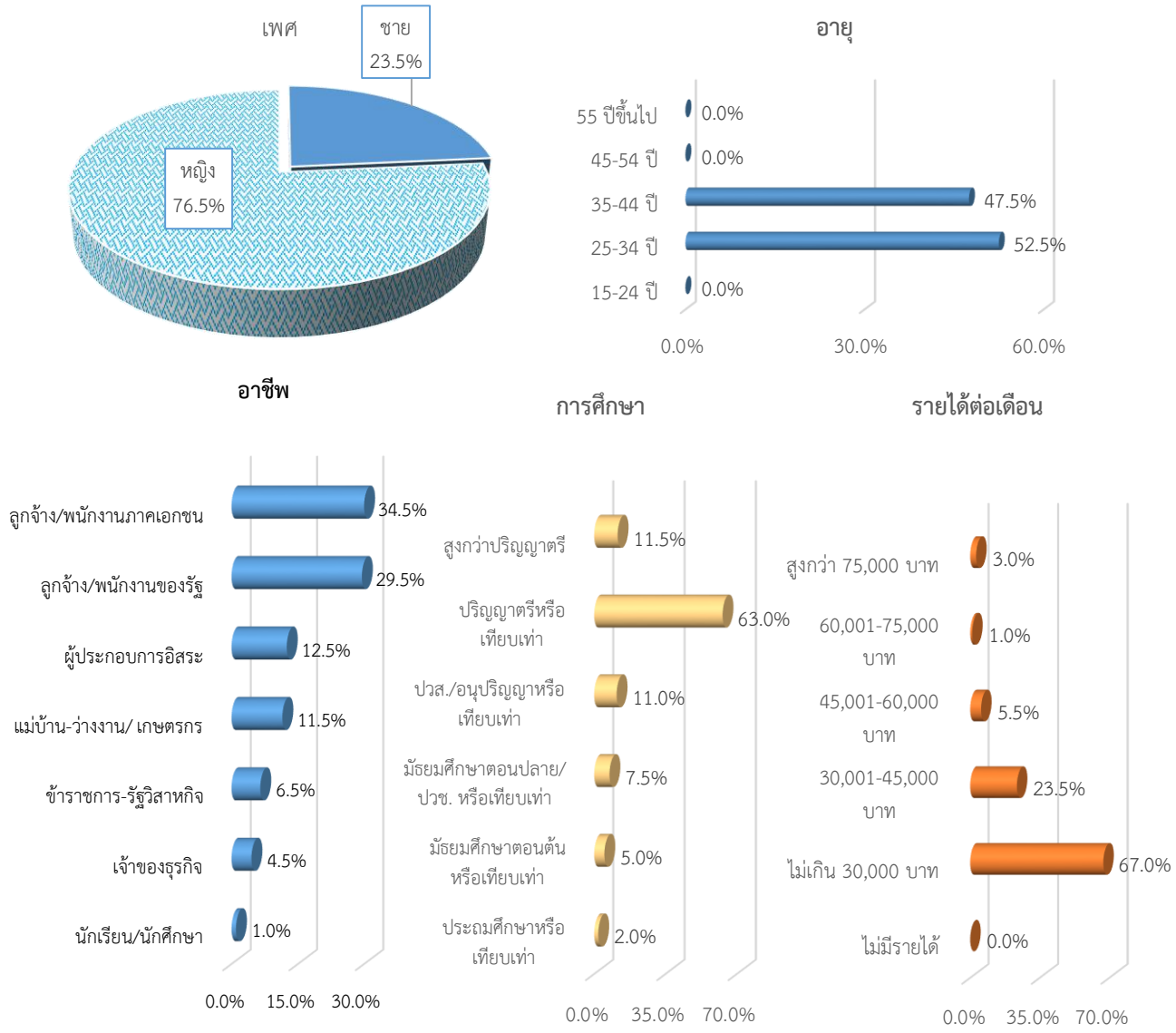


3.13) จังหวัดนครนายก

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 76.5 ต่อ ร้อยละ 23.5) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 52.5) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 63.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 34.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 67.0) (แผนภูมิที่ 5-76) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

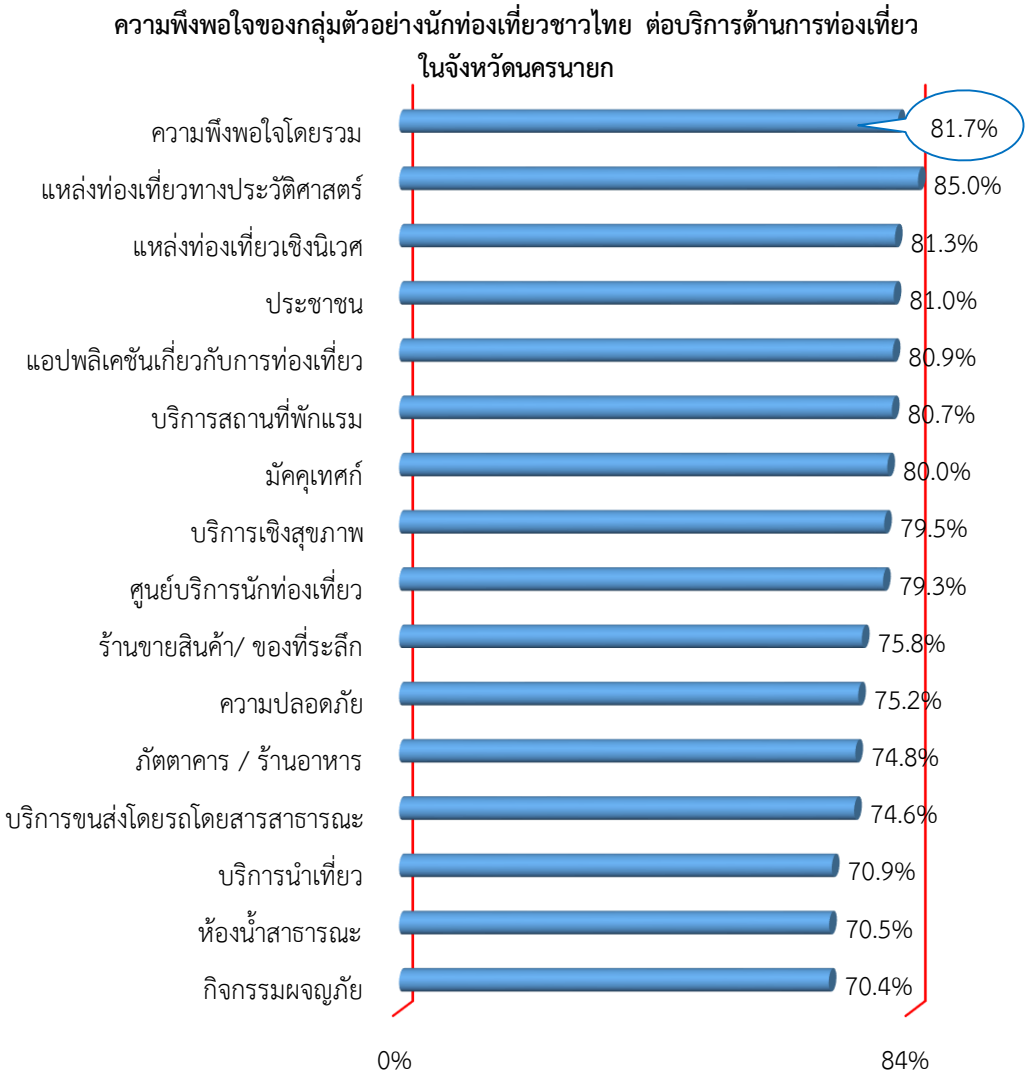
แผนภูมิที่ 5-76 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 81.7) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และประชาชน (ร้อยละ 85.0 ร้อยละ 81.3 และร้อยละ 81.0 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ กิจกรรมผจญภัย ห้องน้ำสาธารณะ และบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 70.4 ร้อยละ 70.5 และร้อยละ 70.9 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-77)

แผนภูมิที่ 5-77 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

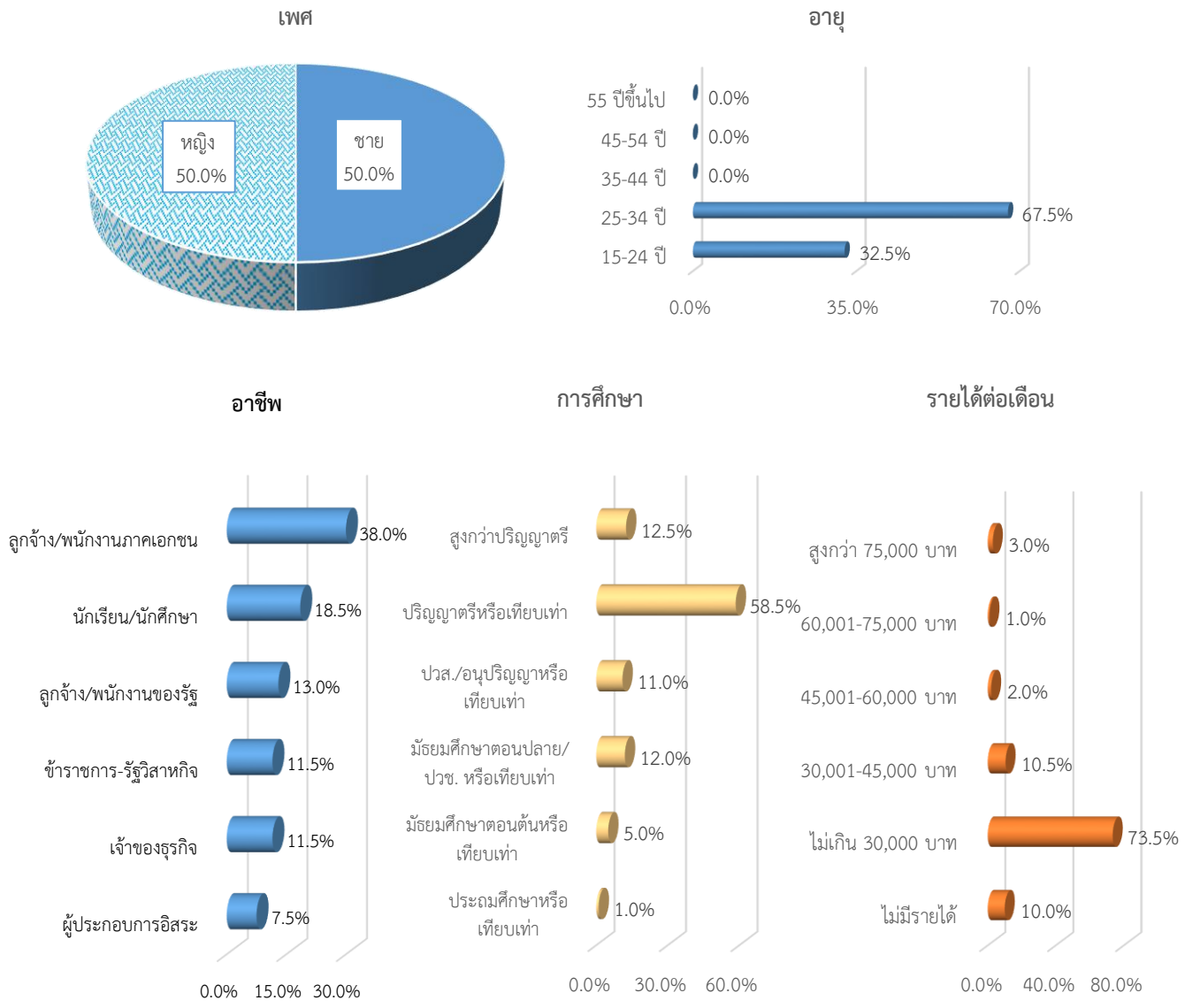


3.14) จังหวัดจันทบุรี

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวม มีสัดส่วนของเพศหญิงและเพศชาย เท่ากัน (ร้อยละ 50.0) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 67.5) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 58.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 38.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 73.5) (แผนภูมิที่ 5-78) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

แผนภูมิที่ 5-78 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 81.5) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นมัคคุเทศก์ กับบริการนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก และบริการเชิงสุขภาพที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ กับบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 100.0 เท่ากัน) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และประชาชน (ร้อยละ 82.7 และร้อยละ 81.1 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 64.7 ร้อยละ 69.8 และร้อยละ 71.5 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-79)

แผนภูมิที่ 5-79 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ชาวไทยต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

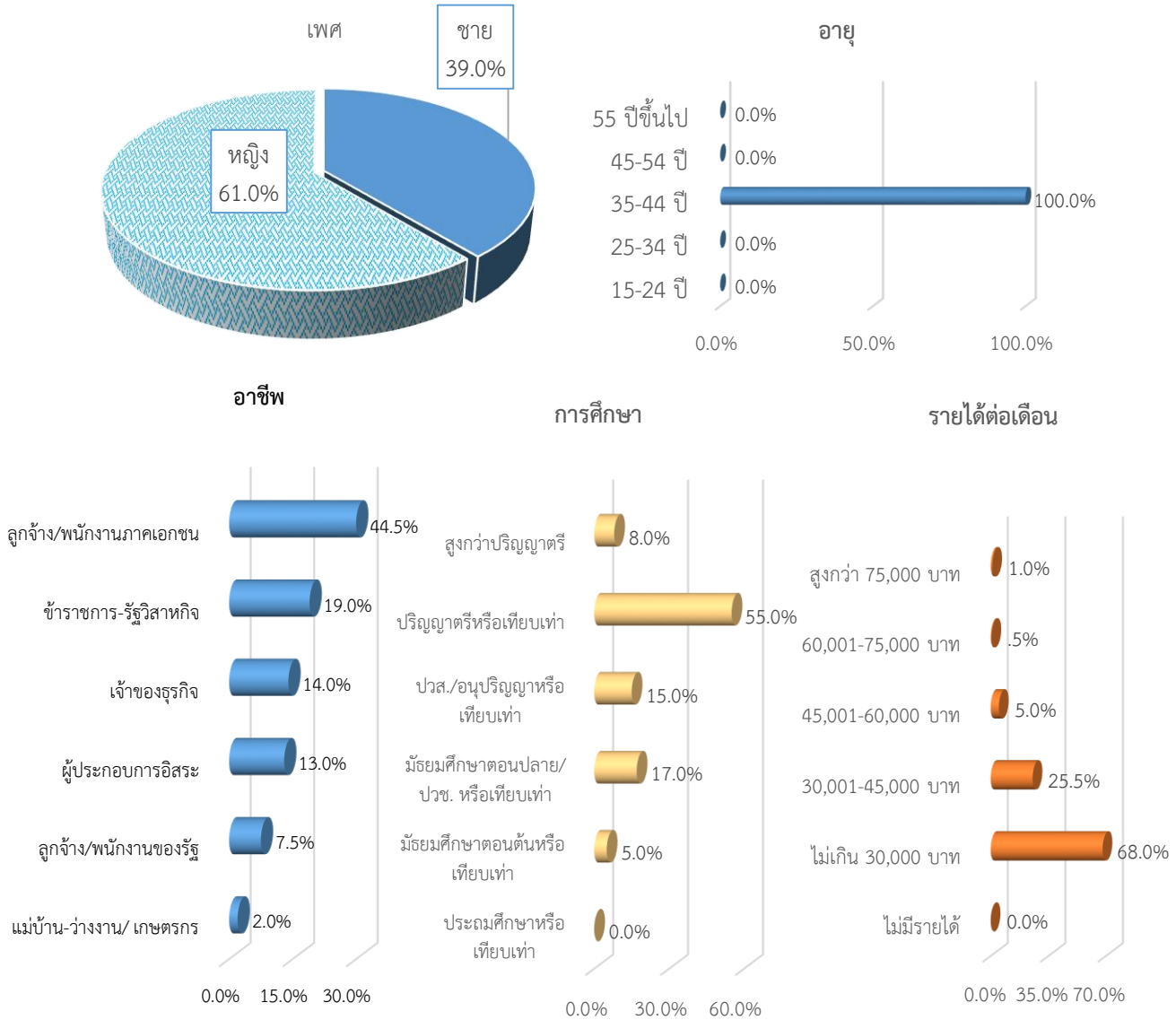


3.15) จังหวัดหนองคาย

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 61.0 ต่อ ร้อยละ 39.0) ทั้งหมดมีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี (ร้อยละ 100.0) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 55.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 44.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 68.0) (แผนภูมิที่ 5-80) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

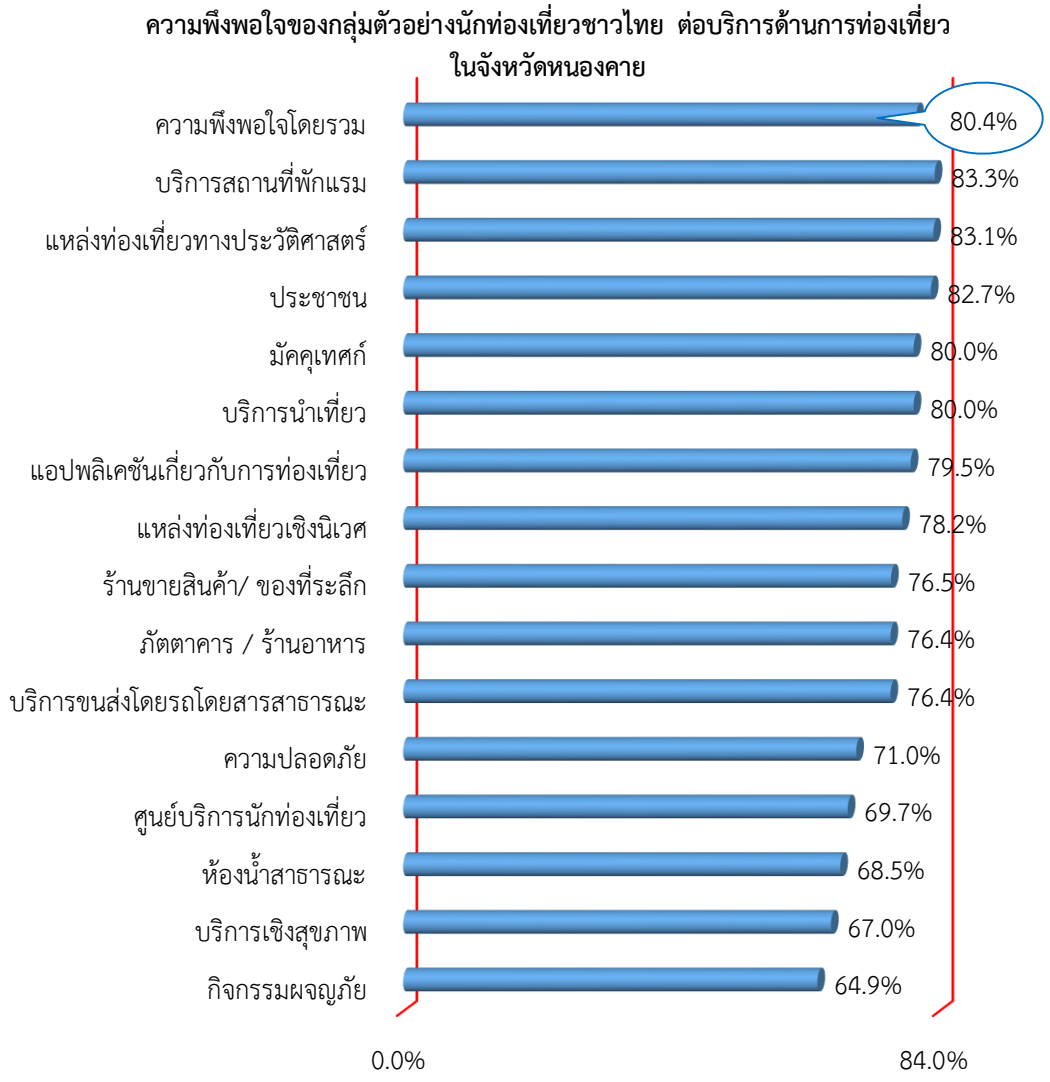
แผนภูมิที่ 5-80 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดหนองคาย



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดหนองคาย

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 80.4) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นกิจกรรมผจญภัย และบริการเชิงสุขภาพ มีความพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการสถานที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และประชาชน (ร้อยละ 83.3 ร้อยละ 83.1 และร้อยละ 82.7 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ กิจกรรมผจญภัย บริการเชิงสุขภาพ และห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 64.9 ร้อยละ 67.0 และร้อยละ 68.5 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-81)

แผนภูมิที่ 5-81 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

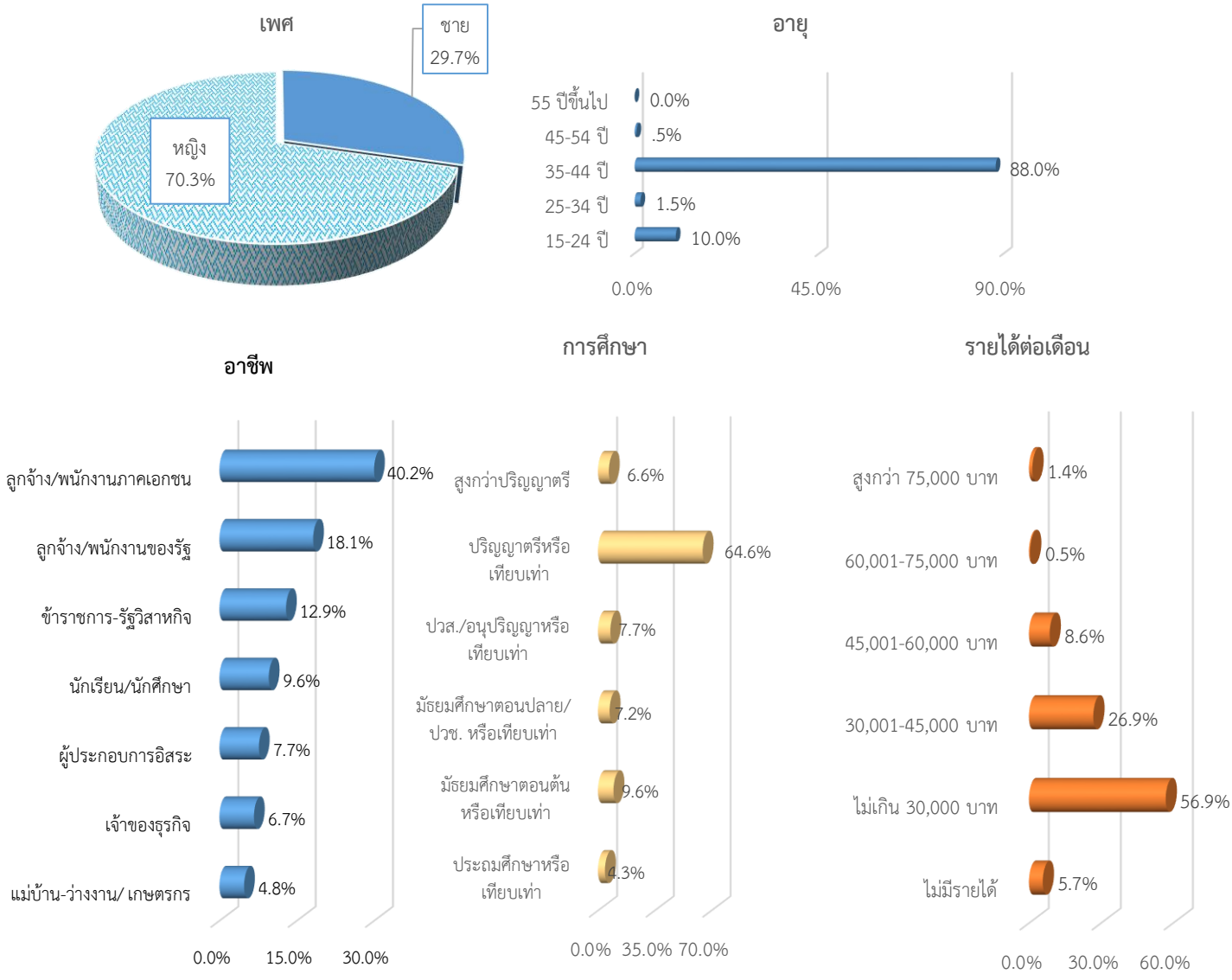


3.16) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 209 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 70.3 ต่อร้อยละ 29.7) มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 88.0) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 64.6) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 40.2) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 56.9) (แผนภูมิที่ 5-82) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

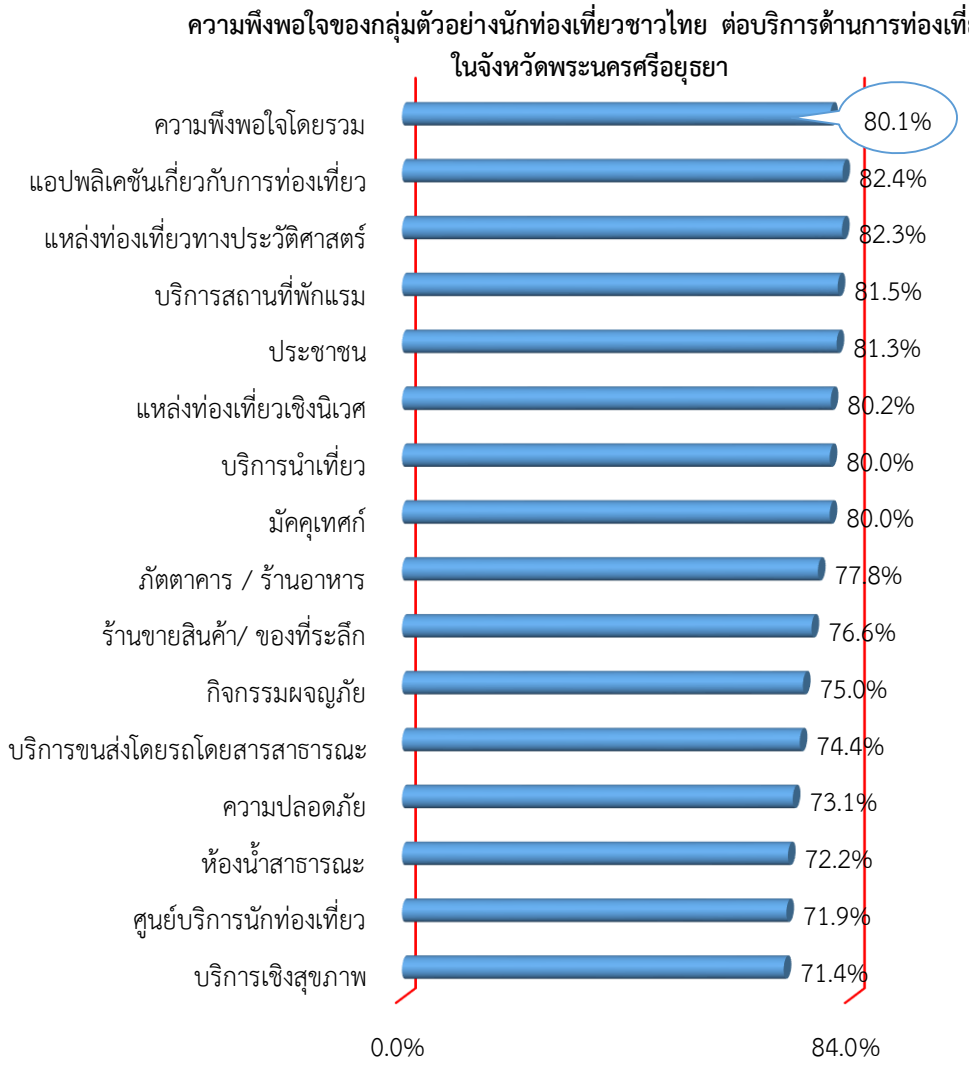
แผนภูมิที่ 5-82 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 81.0) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกประเด็น และประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการสถานที่พักแรม (ร้อยละ 82.4 ร้อยละ 82.3 และร้อยละ 81.5 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 71.4 ร้อยละ 71.9 และร้อยละ 72.2 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-83)

แผนภูมิที่ 5-83 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

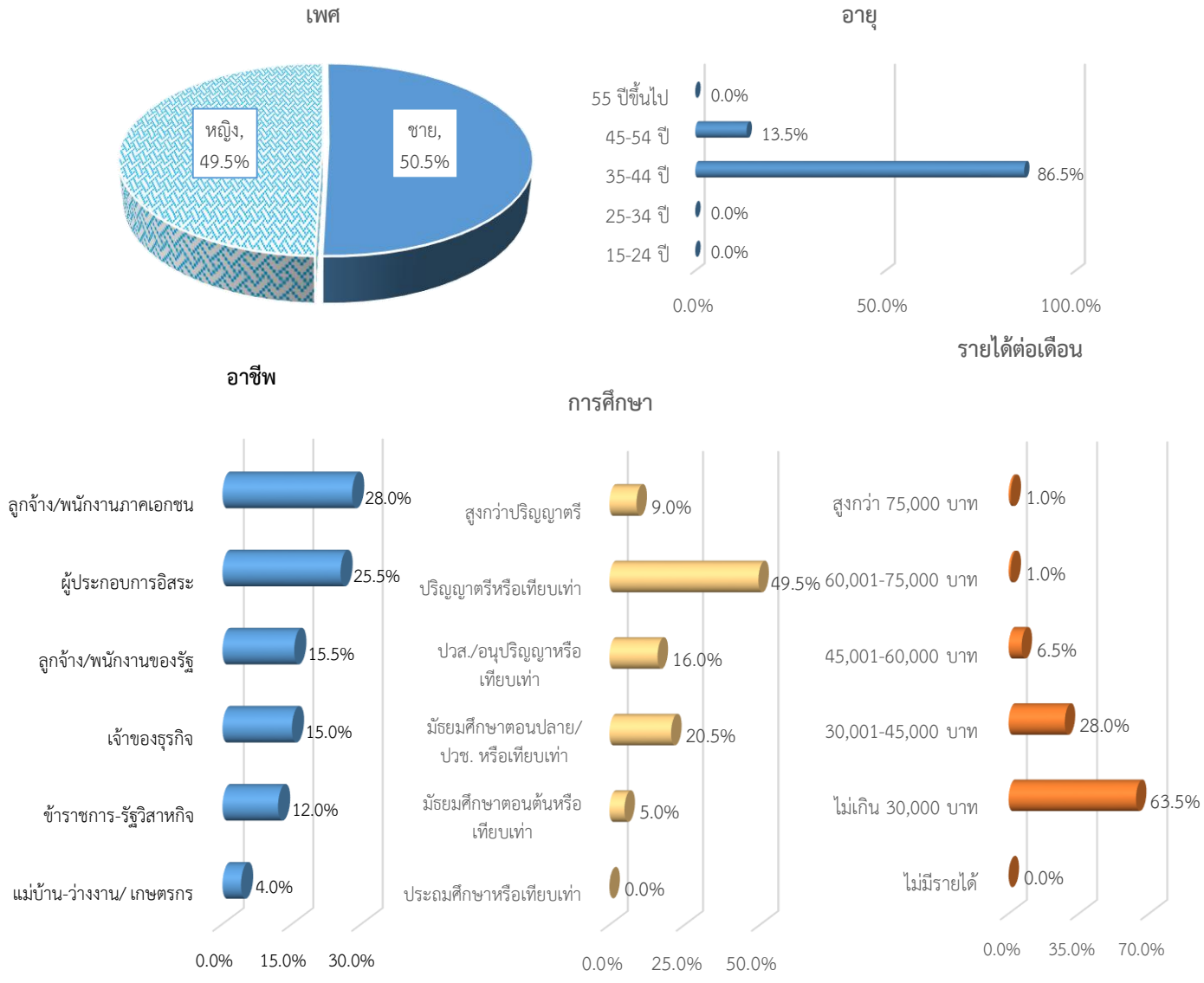


3.17) จังหวัดเลย

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเลย จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศชายใกล้เคียงกับเพศหญิง (ร้อยละ 50.5 ต่อ ร้อยละ 49.5) มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 86.5) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 49.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 28.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 63.5) (แผนภูมิที่ 5-84) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเลย โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดีอยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

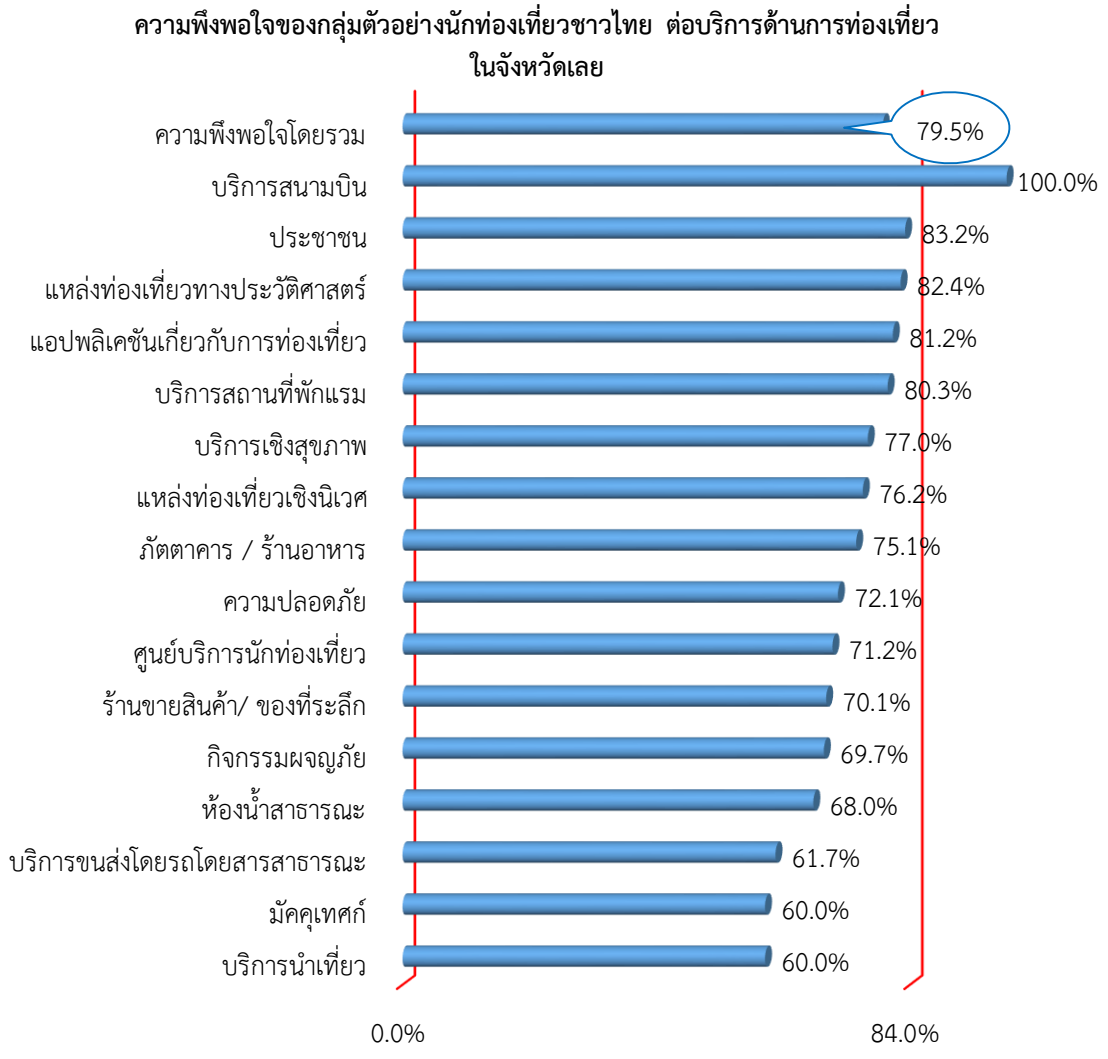
แผนภูมิที่ 5-84 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเลย



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเลย

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเลย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.5) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นบริการสนามบิน มีความพึงพอใจอย่างมาก และบริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะ มีความพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการสนามบิน ประชาชน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 100.0 ร้อยละ 83.2 และร้อยละ 82.4 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ซึ่งมีความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 60.0) บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะ (ร้อยละ 61.7 และร้อยละ 68.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-85)

แผนภูมิที่ 5-85 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย

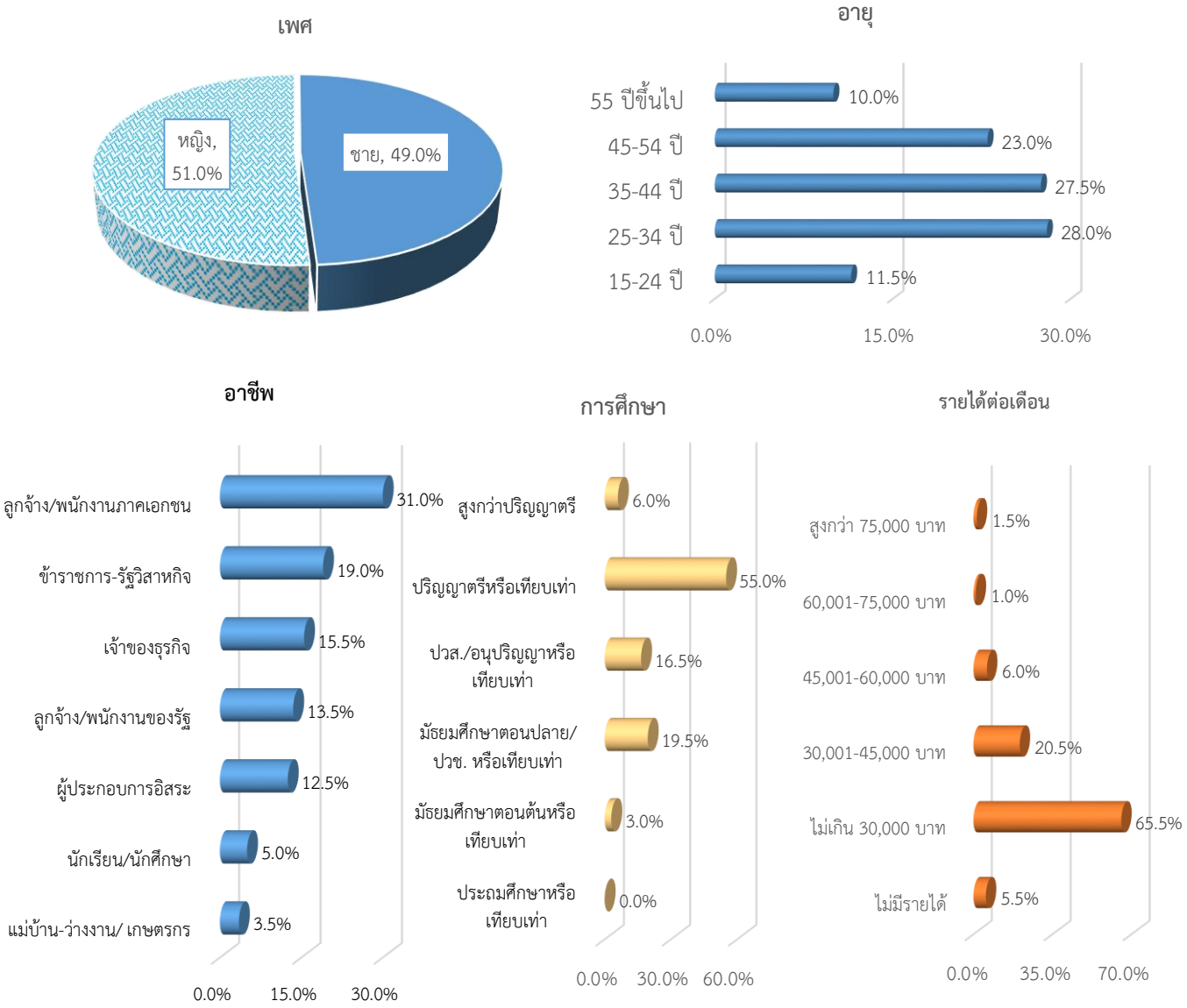


3.18) จังหวัดบุรีรัมย์

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 51.0 ต่อ ร้อยละ 49.0) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 28.0) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 55.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 31.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 65.5) (แผนภูมิที่ 5-86) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดีอยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

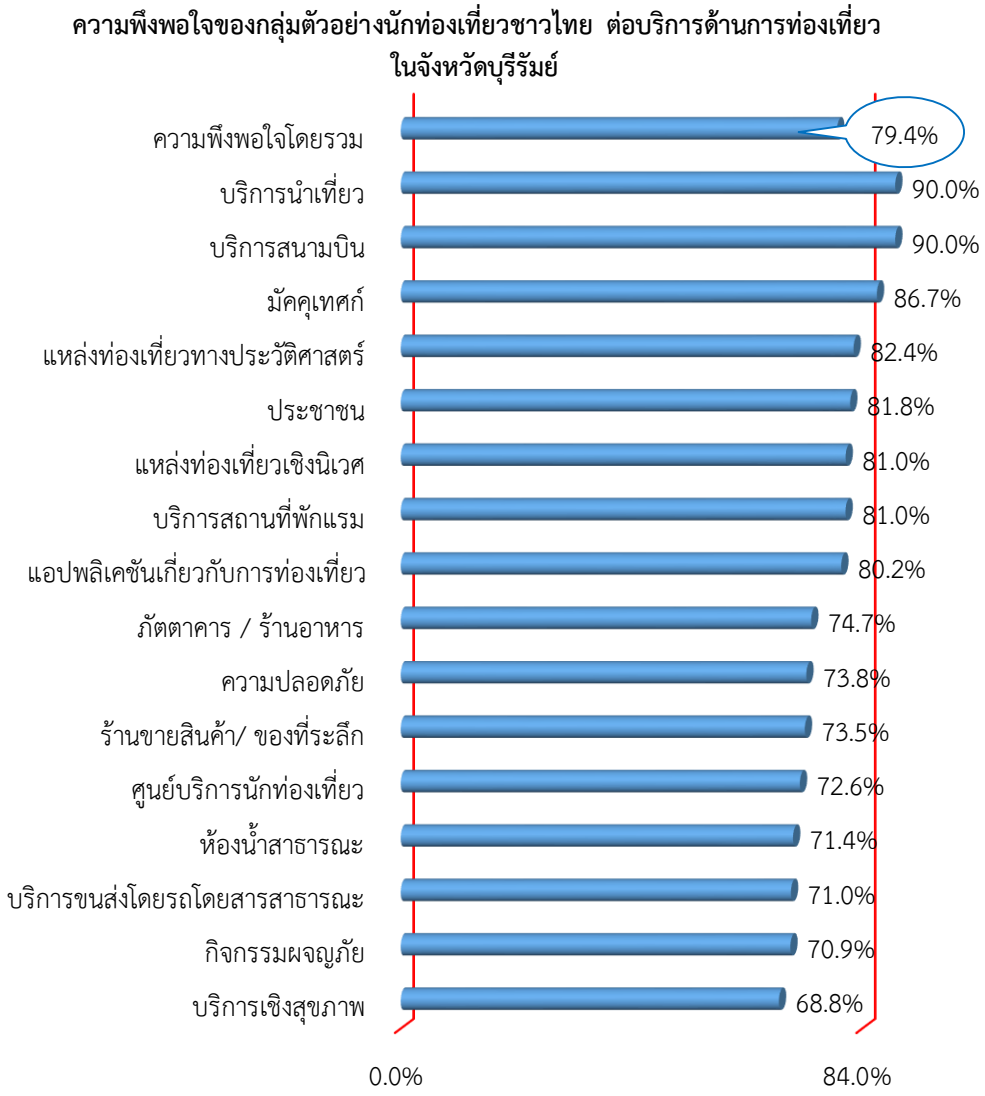
แผนภูมิที่ 5-86 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดบุรีรัมย์



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดบุรีรัมย์

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.4) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นมัคคุเทศก์ บริการของสนามบิน และบริการนำเที่ยว ซึ่งมีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการนำเที่ยว และบริการของสนามบิน ซึ่งมีความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 90.0) และมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 86.7) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ กิจกรรมผจญภัย และบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 68.8 ร้อยละ 70.9 และร้อยละ 71.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-87)

แผนภูมิที่ 5-87 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

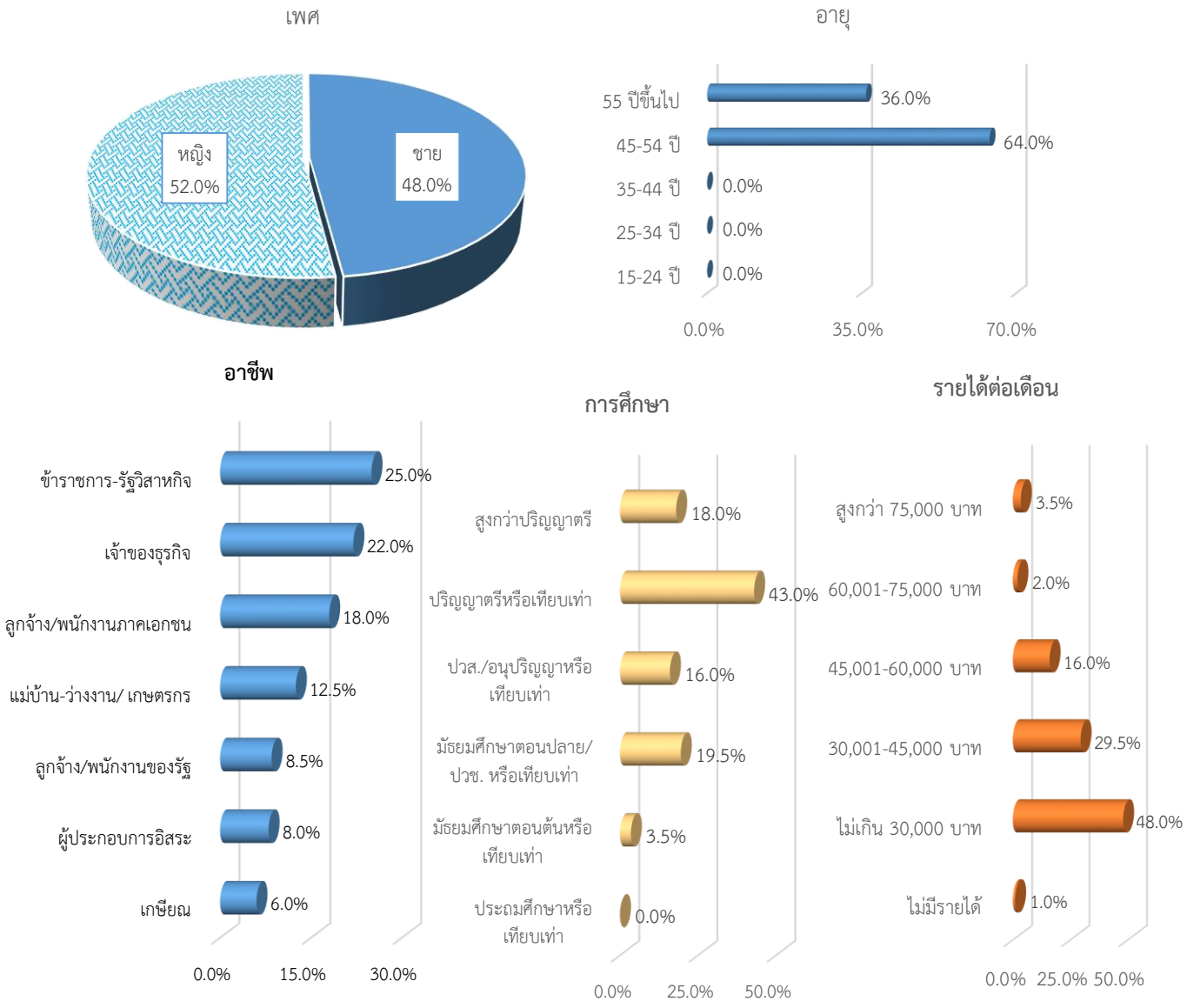


3.19) จังหวัดอุบลราชธานี

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 52.0 ต่อร้อยละ 48.0) มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 64.0) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด (ร้อยละ 25.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 48.0) (แผนภูมิที่ 5-88) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

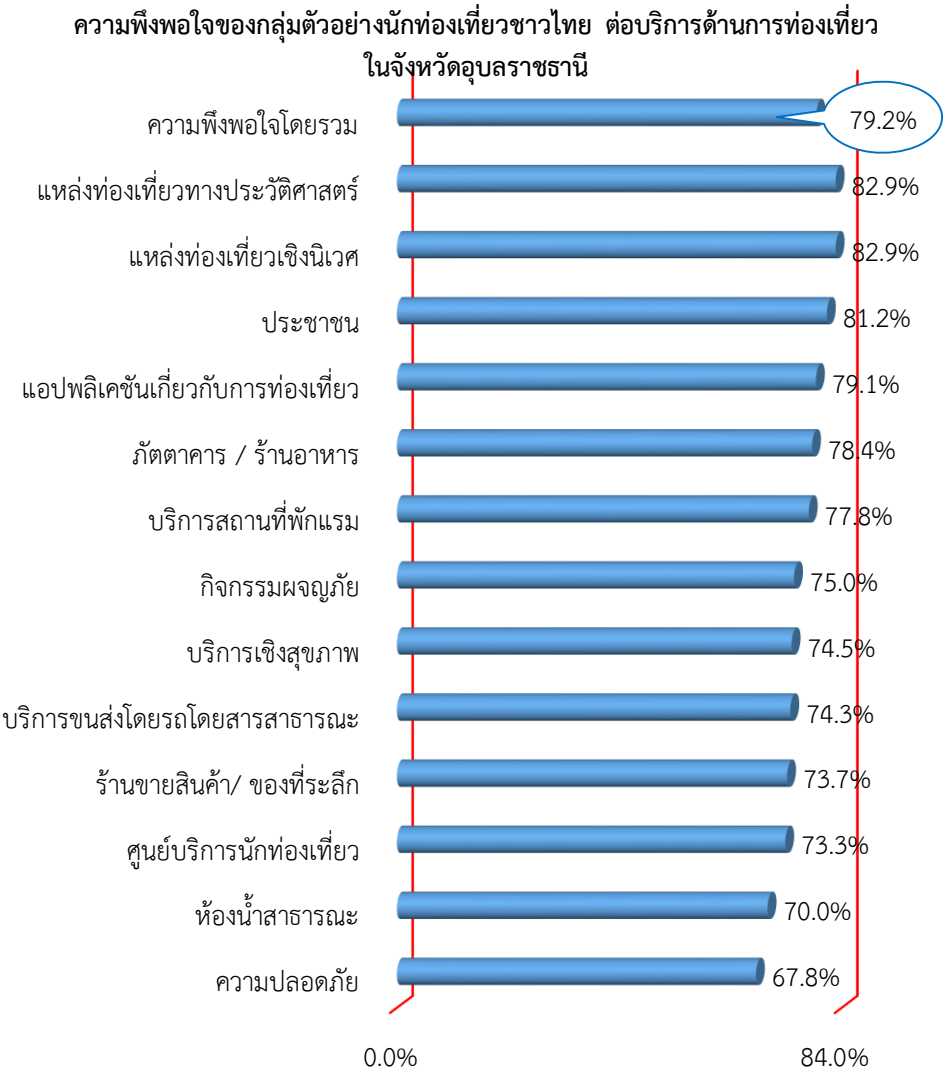
แผนภูมิที่ 5-88 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.2) ทั้งนี้ จาก 13 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นความปลอดภัย ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และประชาชน (ร้อยละ 82.9 ร้อยละ 82.9 และร้อยละ 81.2 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ความปลอดภัย ห้องน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 67.8 ร้อยละ 70.0 และร้อยละ 73.3 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-89)

แผนภูมิที่ 5-89 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

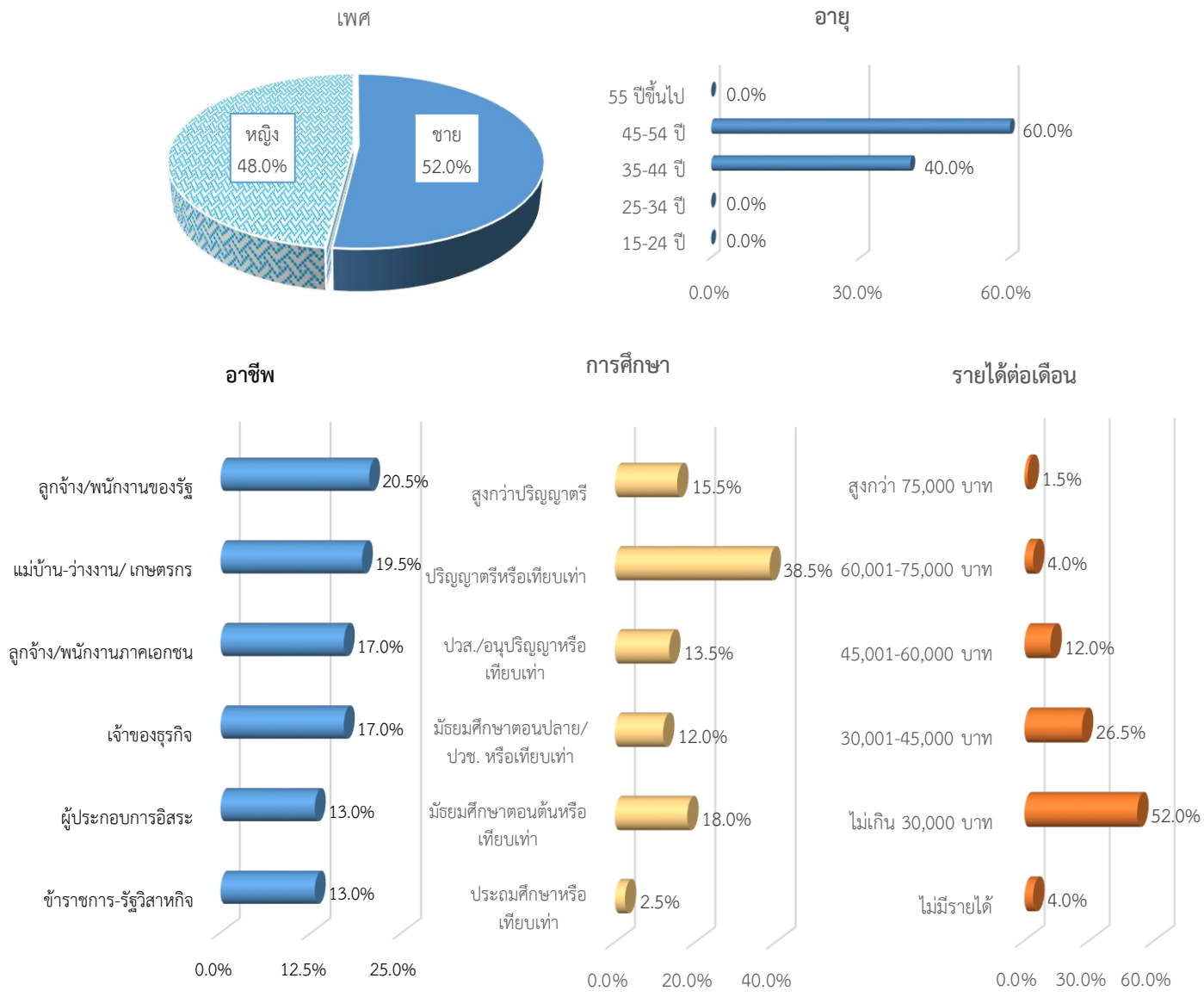


3.20) จังหวัดนครปฐม

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 200 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 52.0 ต่อ ร้อยละ 48.0) มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปี (ร้อยละ 60.0) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 38.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานของรัฐ มากที่สุด (ร้อยละ 20.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 52.0) (แผนภูมิที่ 5-90) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

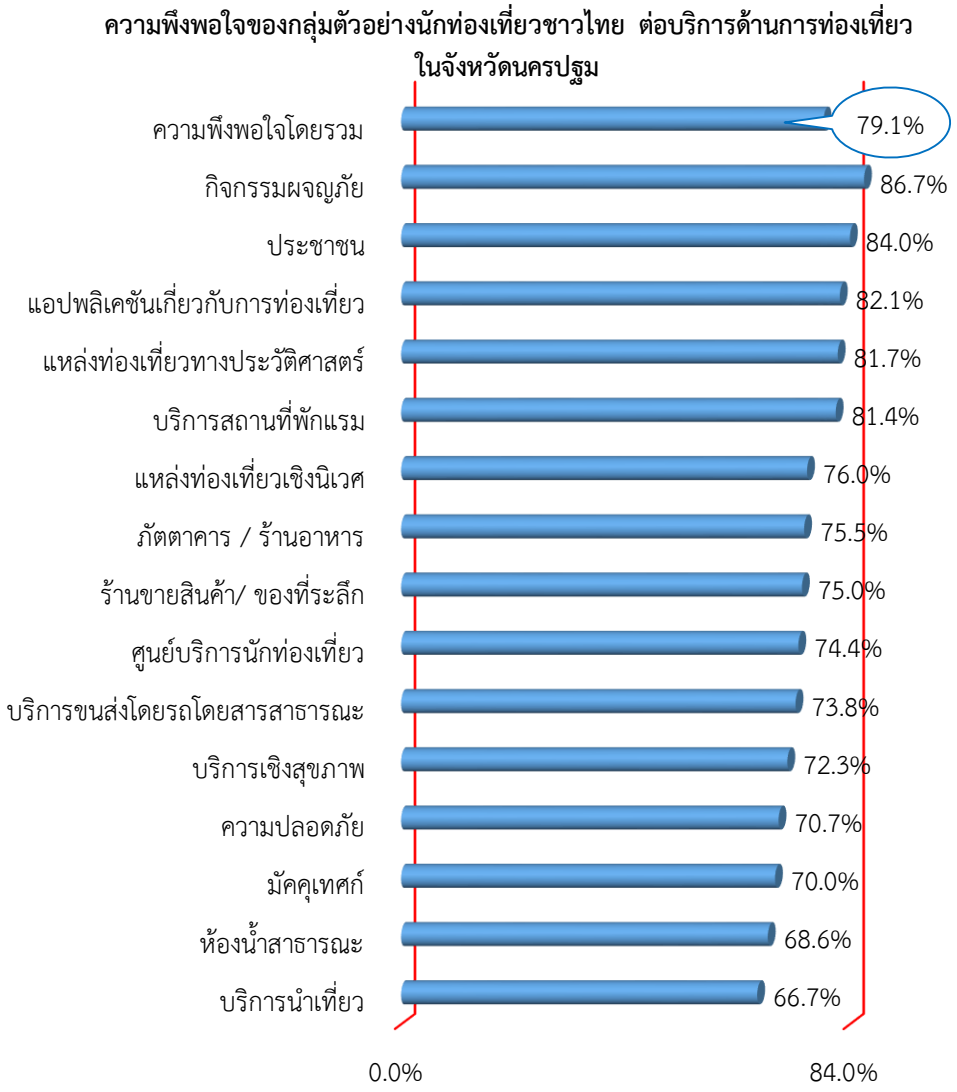
แผนภูมิที่ 5-90 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.1) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นกิจกรรมผจญภัย มีความพึงพอใจอย่างมาก และบริการนำเที่ยว มีความพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กิจกรรมผจญภัย ประชาชน และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 86.7 ร้อยละ 84.0 และร้อยละ 82.1 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการนำเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ และมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 66.7 ร้อยละ 68.6 และร้อยละ 70.0 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-91)

แผนภูมิที่ 5-91 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

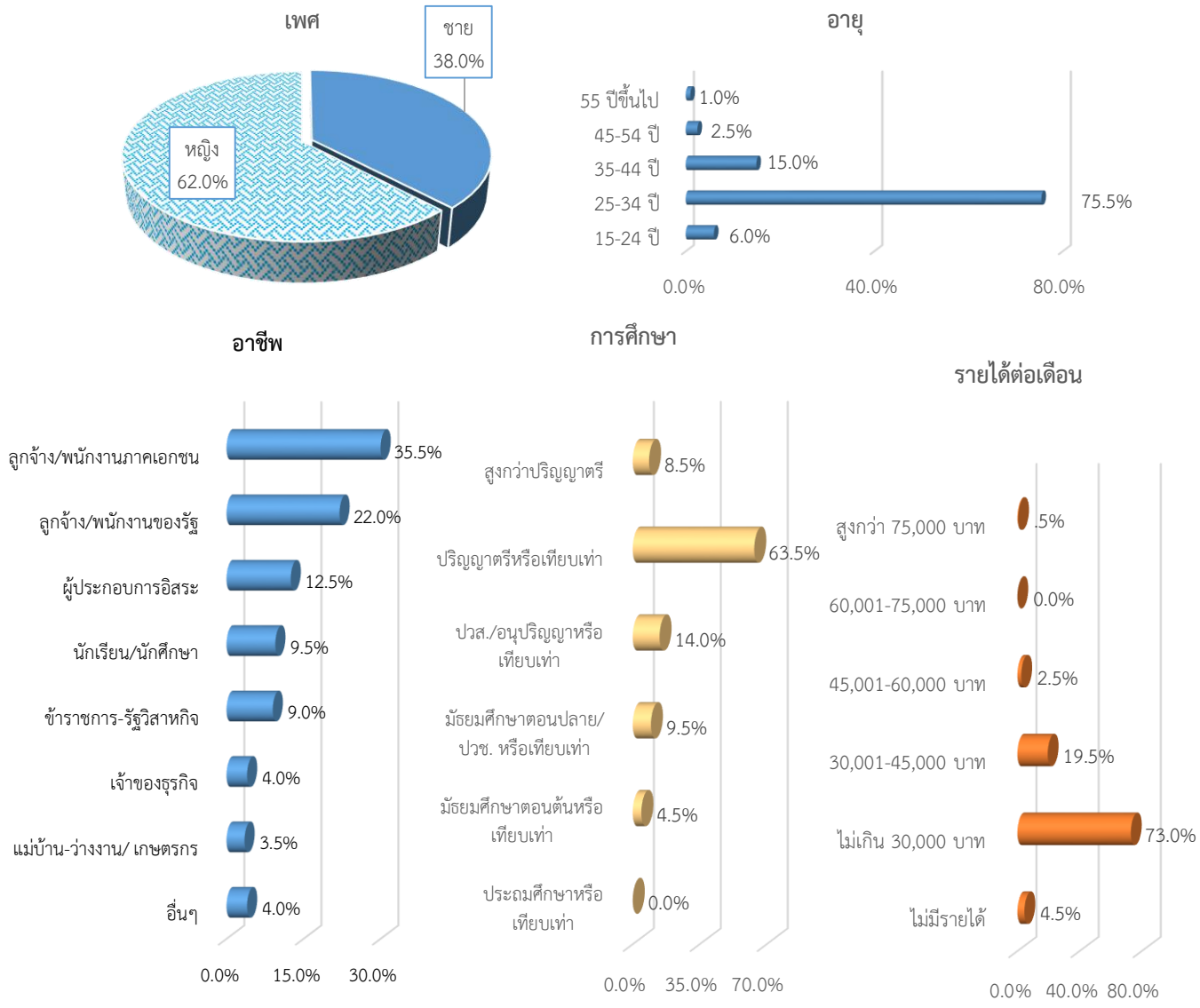


3.21) จังหวัดสระบุรี

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี จำนวน 206 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 62.0 ต่อ ร้อยละ 38.0) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 75.5) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 63.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 35.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 73.0) (แผนภูมิที่ 5-92) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

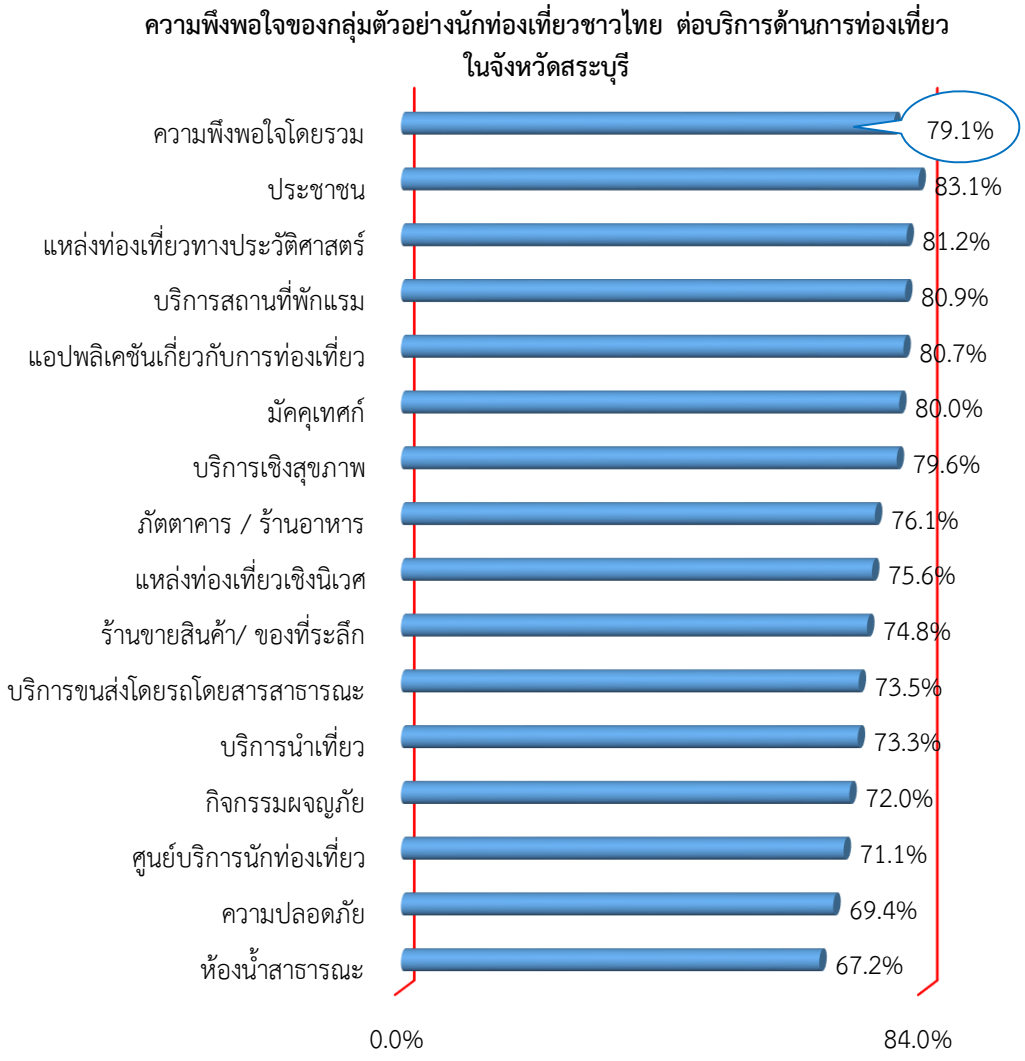
แผนภูมิที่ 5-92 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสระบุรี



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสระบุรี

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรี อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.1) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นห้องน้ำสาธารณะที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการสถานที่พักแรม (ร้อยละ 83.1 ร้อยละ 81.2 และร้อยละ 80.9 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ความปลอดภัย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 67.2 ร้อยละ 69.4 และร้อยละ 71.1 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-93)

แผนภูมิที่ 5-93 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี

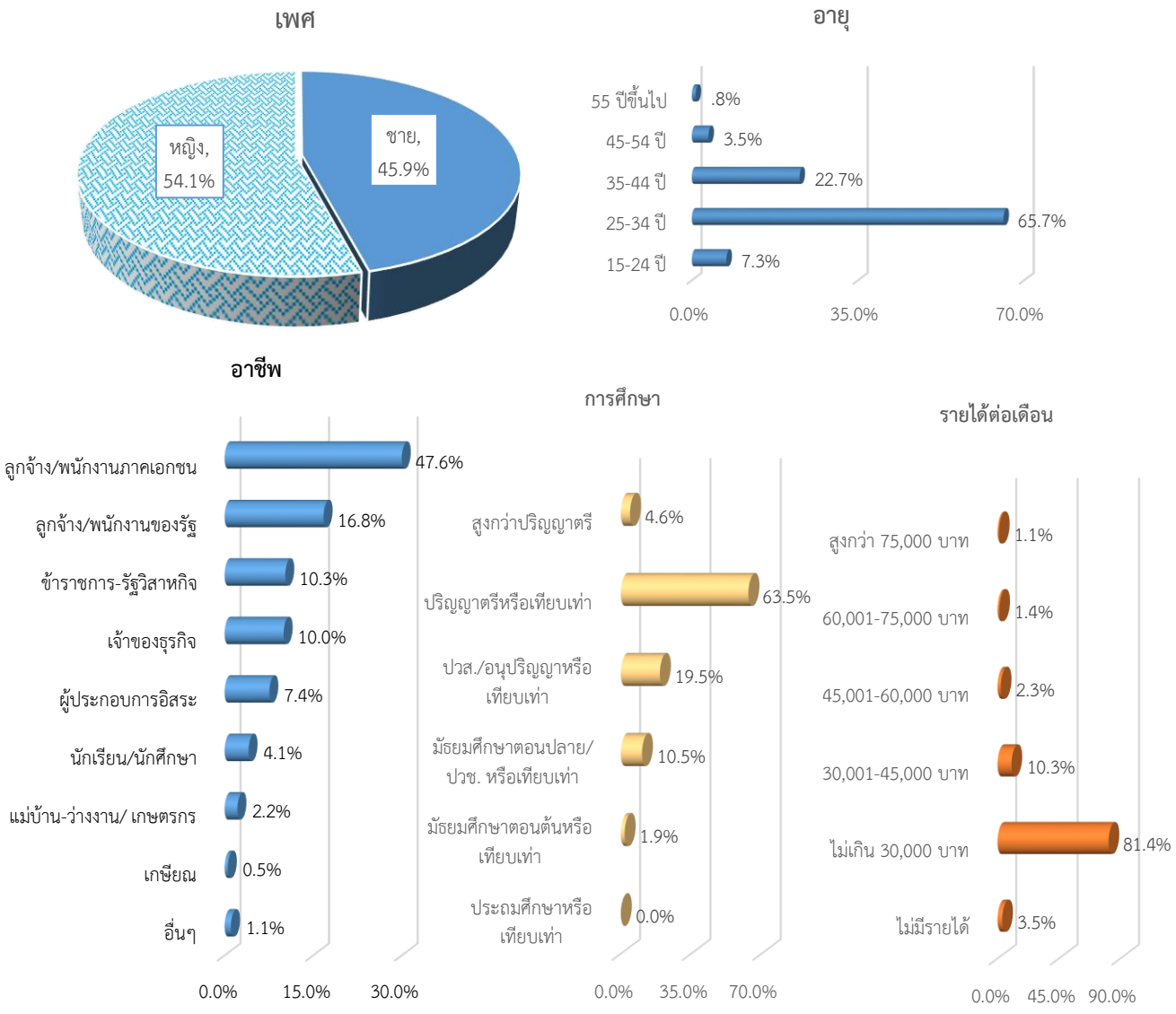


3.22) จังหวัดขอนแก่น

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 370 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.1 ต่อ ร้อยละ 45.9) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 65.7) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 47.6) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 81.4) (แผนภูมิที่ 5-94) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

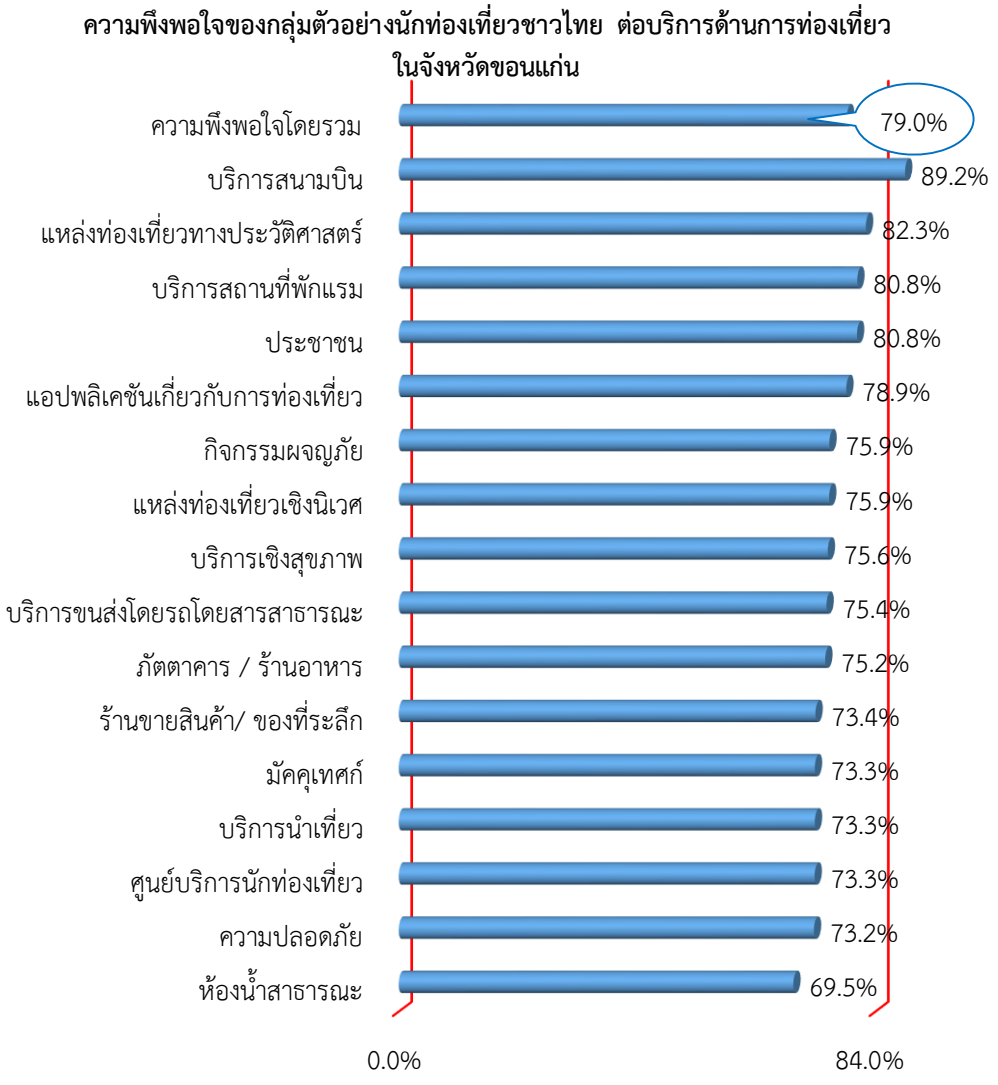
แผนภูมิที่ 5-94 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดขอนแก่น



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดขอนแก่น

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 79.0) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นบริการของสนามบิน มีความพึงพอใจอย่างมาก โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการสนามบิน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และบริการสถานที่พักแรม (ร้อยละ 89.2 ร้อยละ 82.3 และร้อยละ 80.8 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ความปลอดภัย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 69.5 ร้อยละ 73.2 และร้อยละ 73.3 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-95)

แผนภูมิที่ 5-95 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

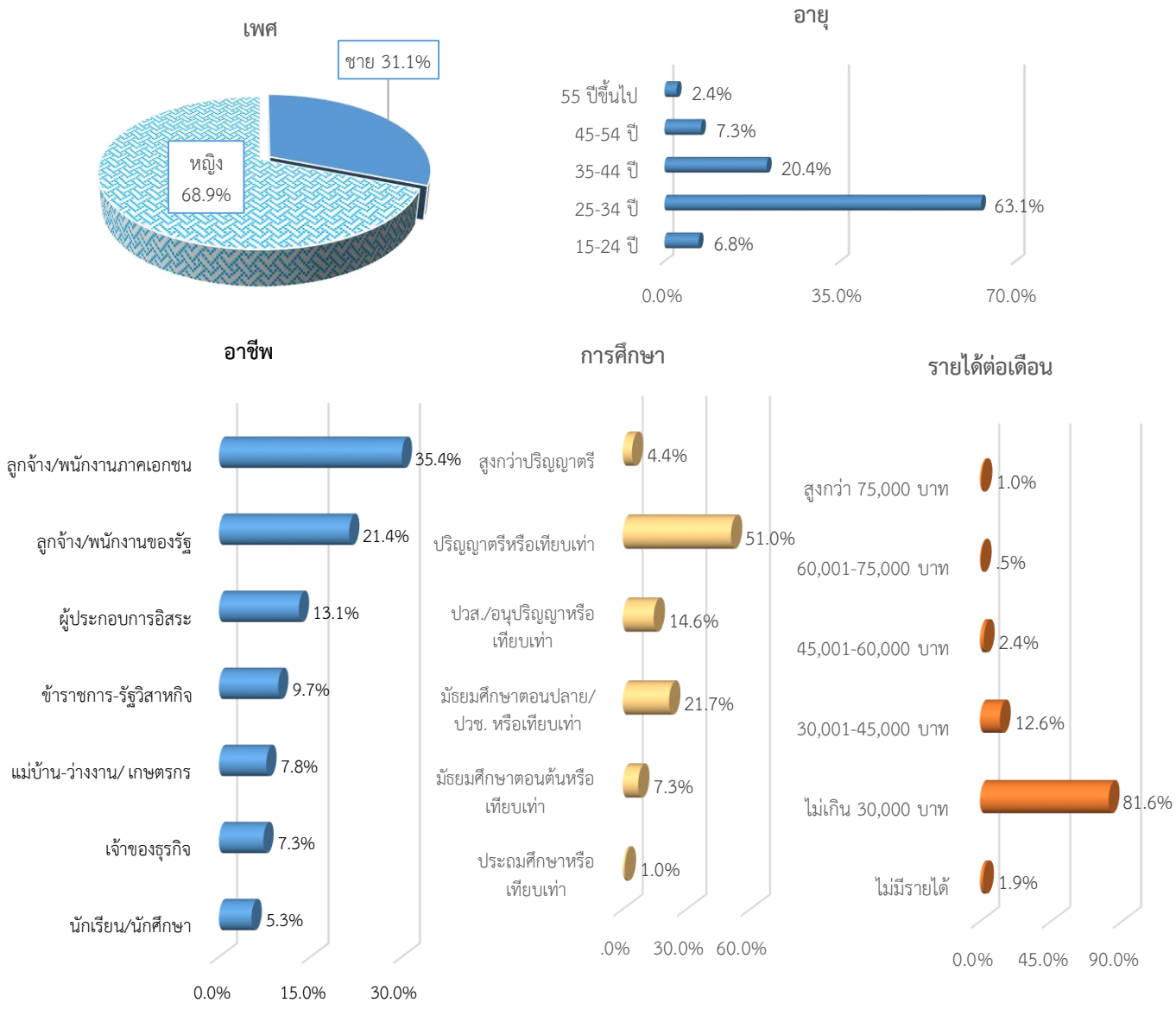


3.23) จังหวัดลพบุรี

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรี จำนวน 206 ราย พบว่า ในภาพรวม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 68.9 ต่อร้อยละ 31.1) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 63.1) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 51.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 35.4) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 81.6) (แผนภูมิที่ 5-96) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรี โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดีอยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

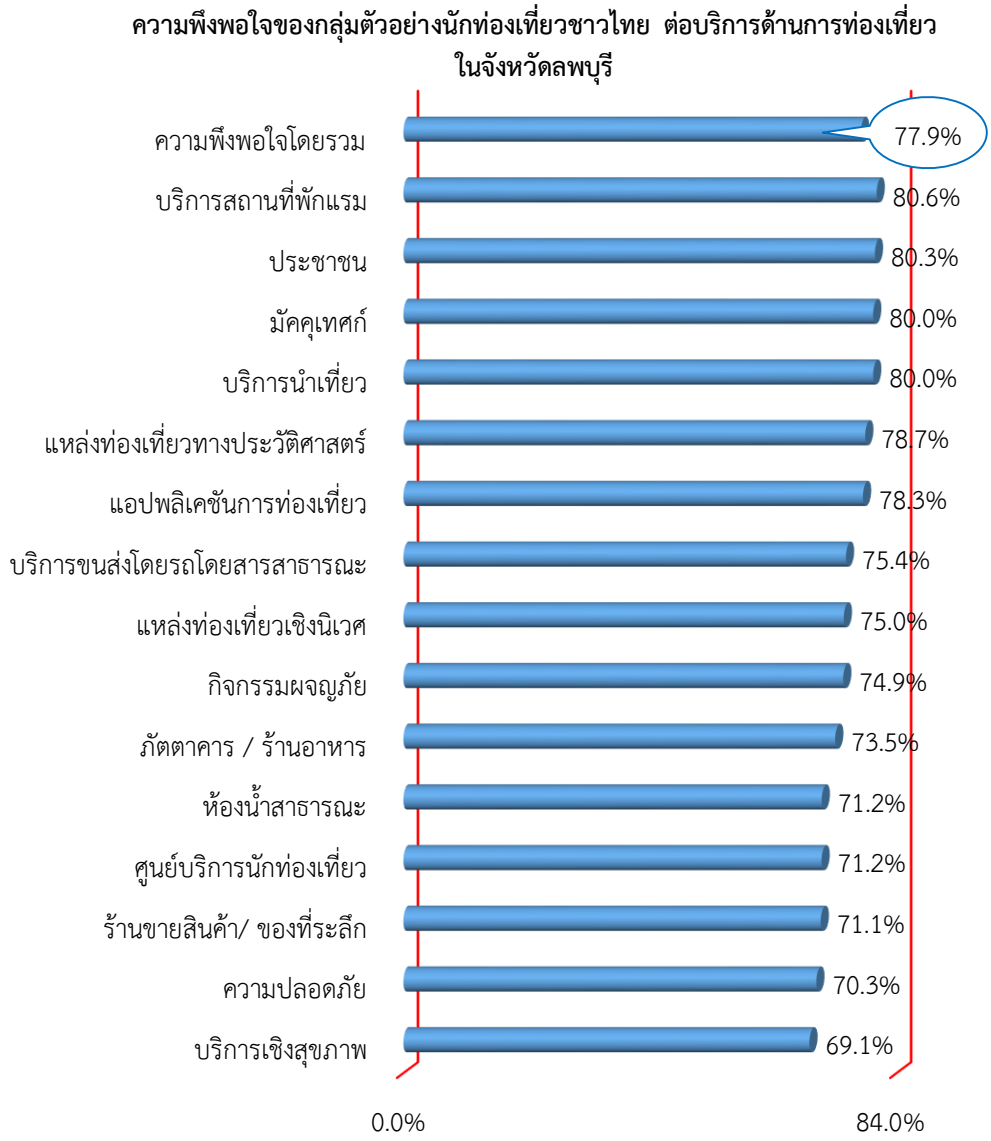
แผนภูมิที่ 5-96 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดลพบุรี



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดลพบุรี

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 77.9) ทั้งนี้ จาก 15 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการสถานที่พักแรม ประชาชน และมัคคุเทศก์กับบริการนำเที่ยว (ร้อยละ 80.6 ร้อยละ 80.3 ร้อยละ 80.0 และร้อยละ 80.0 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ ความปลอดภัย และร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก (ร้อยละ 69.1 ร้อยละ 70.3 และร้อยละ 71.1 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-97)

แผนภูมิที่ 5-97 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรี

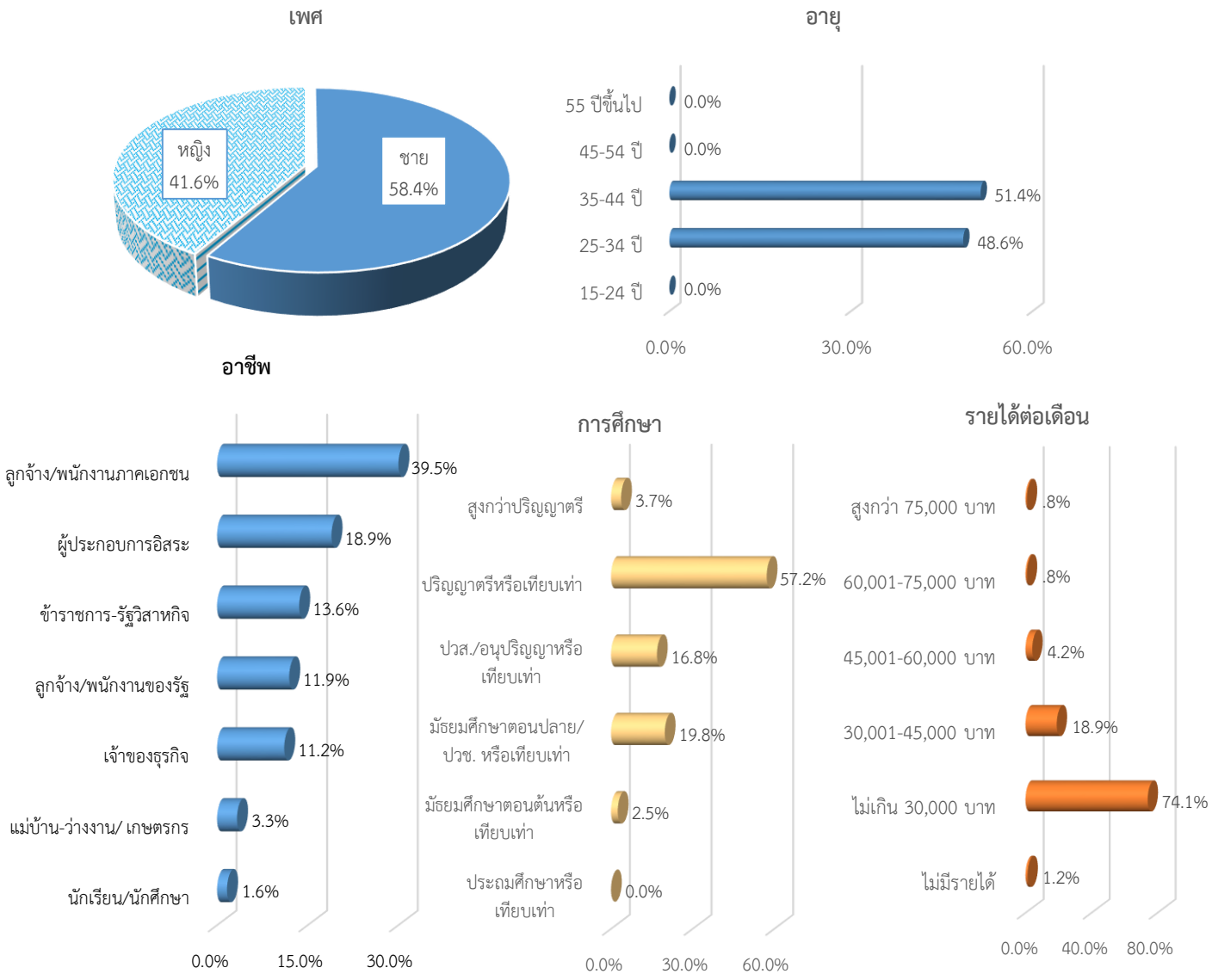


3.24) จังหวัดอุดรธานี

1) ข้อมูลทั่วไป

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 243 ราย พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 58.4 ต่อร้อยละ 41.6) มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 51.4) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.2) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/ พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 39.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 74.1) (แผนภูมิที่ 5-98) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี โดยรวมเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี อยู่ในวัยทำงาน ฐานะการเงินอยู่ในระดับต้นถึงปานกลาง

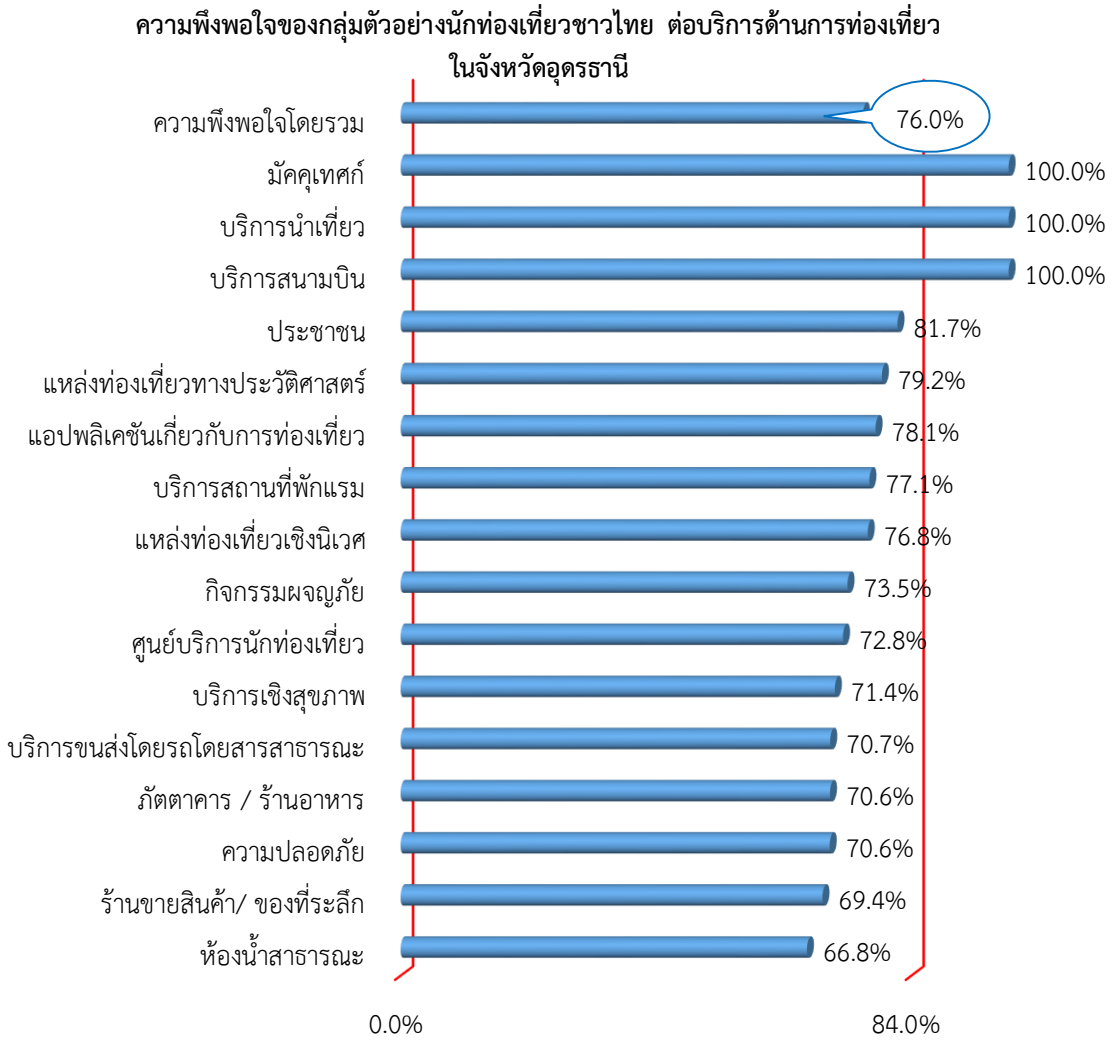
แผนภูมิที่ 5-98 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี



2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 76.0) ทั้งนี้ จาก 16 ประเด็นของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากเกือบทุกประเด็น ยกเว้นบริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และสนามบิน มีความพึงพอใจอย่างมาก และห้องน้ำสาธารณะ มีความพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มัคคุเทศก์ บริการนำเที่ยว และบริการสนามบิน ซึ่งมีความพึงพอใจเท่ากัน (ร้อยละ 100.0) ประชาชน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 81.7 และร้อยละ 79.2 ตามลำดับ) ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับจากท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก และความปลอดภัย (ร้อยละ 66.8 ร้อยละ 69.4 และร้อยละ 70.6 ตามลำดับ) (แผนภูมิที่ 5-99)

แผนภูมิที่ 5-99 ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี



ส่วนที่ 5.3
ผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในกลุ่มตลาดเฉพาะด้านการท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ประมวลผลและวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มตามโครงสร้างประชากรศาสตร์ กลุ่มตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และตามกลุ่มพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว ผลการสำรวจความพึงพอใจในแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มตามโครงสร้างประชากรศาสตร์

1.1 กลุ่ม Gen-Y (อายุ 17-36 ปี)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 6,969 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 62.4 และร้อยละ 37.6 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพหลากหลายโดยเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 31.1) รองลงมาเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชน (ร้อยละ 30.9) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.5) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.2) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 83.7) ซึ่งต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การชมเมืองและการชิมอาหารท้องถิ่นนั้น จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อประชาชน ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่ม Gen-Y ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อนซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารสาธารณะ ความปลอดภัย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้สูงขึ้น

1.2 กลุ่ม Gen-X (อายุ 37-52 ปี)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-X ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 3,199 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 56.3 และร้อยละ 43.7 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 30.0) รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 16.9) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 53.2) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.7) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 45,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-X มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1) เท่ากับระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการชิมอาหารท้องถิ่นนั้น จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด มัคคุเทศก์ ประชาชน บริการนำเที่ยว และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาด กลุ่ม Gen-X ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อน ซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย การท่องเที่ยวแบบผจญภัย บริการเชิงสุขภาพ รถโดยสารสาธารณะ ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก และภัตตาคาร/ร้านอาหาร จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้สูงขึ้น

1.3 กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 55 ปีขึ้นไป)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มผู้สูงอายุ ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 359 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 59.6 และร้อยละ 40.4 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นแม่บ้าน-ว่างงาน/เกษตรกร มากที่สุด (ร้อยละ 30.6) รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจ (ร้อยละ 17.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด (ร้อยละ 42.1) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.0) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 45,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 86.7) ซึ่งสูงกว่าเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การชมเมืองและการชิมอาหารท้องถิ่น จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถานที่พักแรม ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อน ซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ บริการเชิงสุขภาพ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย และรถโดยสารสาธารณะ จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้สูงขึ้น

2. กลุ่มตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.1 กลุ่มคณะทำบุญ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มคณะทำบุญ ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 428 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 76.2 และร้อยละ 23.8 ตามลำดับ) มีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 37.4) รองลงมามีอายุอยู่ระหว่าง 15-24 ปี (ร้อยละ 23.4) ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชน มากที่สุด (ร้อยละ 27.8) รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 15.4) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.3) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.2) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มคณะทำบุญ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.7) ซึ่งสูงกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา การชิมอาหารท้องถิ่น และการชมเมือง จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และประชาชน ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มคณะทำบุญ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีความพึงใจอยู่ในระดับมาก โดยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อน ซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ บริการเชิงสุขภาพ รถโดยสารสารธารณะ ความปลอดภัย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้สูงขึ้น

2.2 กลุ่มเล่นกีฬา/ชมกีฬา

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มเล่นกีฬา/ชมกีฬา ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 59 ตัวอย่าง จึงไม่เพียงพอในการแสดงผลทางสถิติ

2.3 กลุ่มรักษาทางการแพทย์/รักสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มรักษาทางการแพทย์/รักสุขภาพ ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 16 ตัวอย่าง จึงไม่เพียงพอในการแสดงผลทางสถิติ

3. กลุ่มตามพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มที่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ/เพื่อน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 8,702 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 61.5 และร้อยละ 38.5 ตามลำดับ) มีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 38.3) รองลงมามีอายุระหว่าง 15-24 ปี (ร้อยละ 28.4) ประกอบอาชีพหลากหลาย โดยเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 31.3) รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 20.1) จบการศึกษา

ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.2) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.8) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มากับครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ร้อยละ 84.0) ซึ่งต่ำกว่าระดับเป้าหมาย คือ ความพึงพอใจอย่างมาก (ร้อยละ 84.1 ขึ้นไป)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การชมเมือง และการชิมอาหารท้องถิ่นนั้น จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด ประชาชน และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มที่มากับครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีความพึงใจอยู่ในระดับมาก โดยในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการนั้นยังมีจุดอ่อน ซึ่งสะท้อนในรูปของคะแนนความพึงพอใจต่ำ ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ รถโดยสารธารณะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย บริการเชิงสุขภาพ ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้สูงขึ้น

บทที่ 6
ตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 6
ตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในบทที่ 4 และบทที่ 5 ได้กล่าวมาแล้วนั้น นำมาสู่ผลการวิเคราะห์ตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ดังนี้

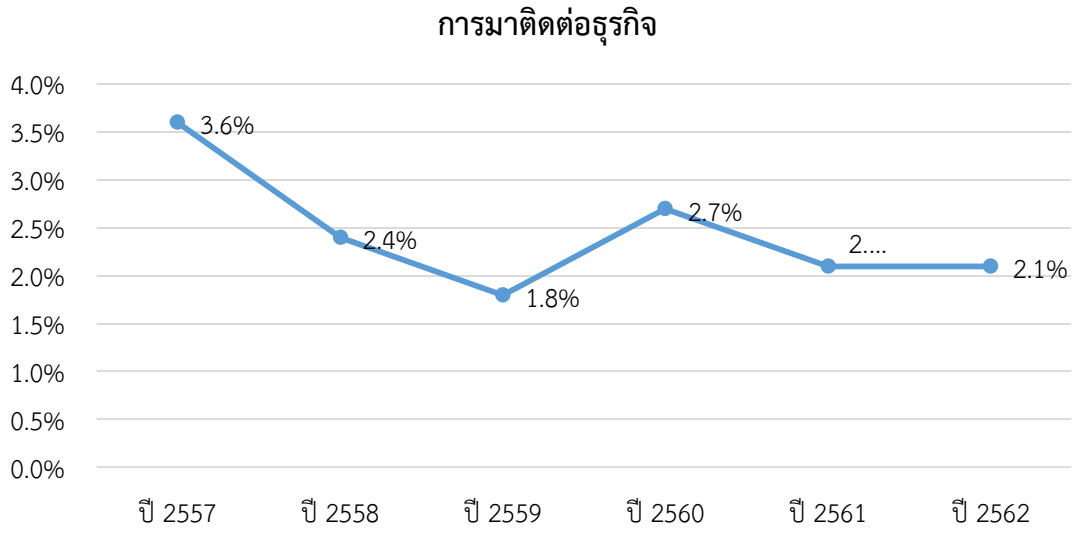
1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.1 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจเชิงปริมาณ มีดังนี้

1) ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย

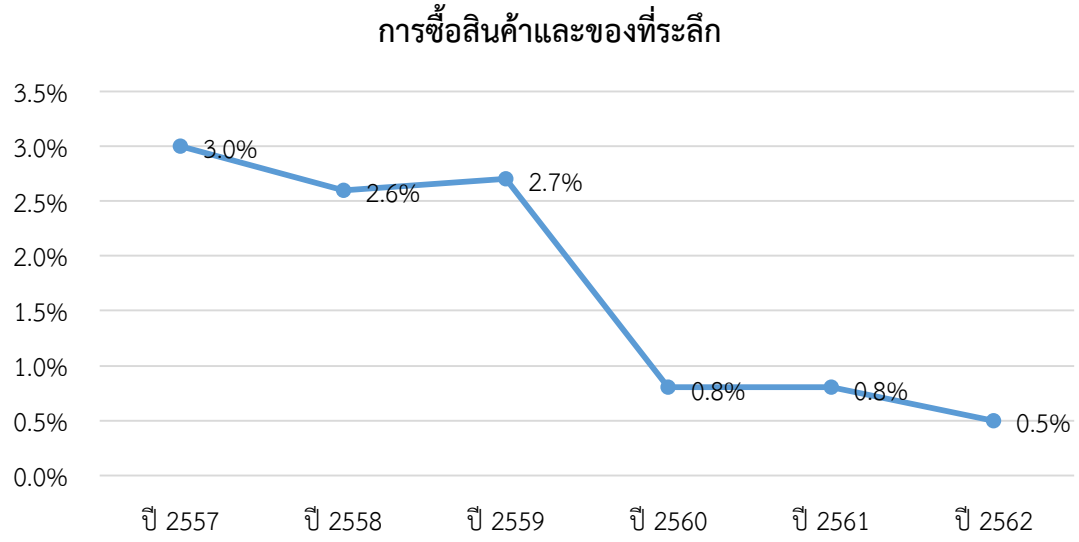
(1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาติดต่อทางธุรกิจ มีแนวโน้มชะลอตัวลง จากปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 3.6 เป็นร้อยละ 2.4 ร้อยละ 1.8 ร้อยละ 2.7 ร้อยละ 2.1 และร้อยละ 2.1 ในปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-1)

แผนภูมิที่ 6-1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการมาติดต่อธุรกิจระหว่างปี 2557 – 2562



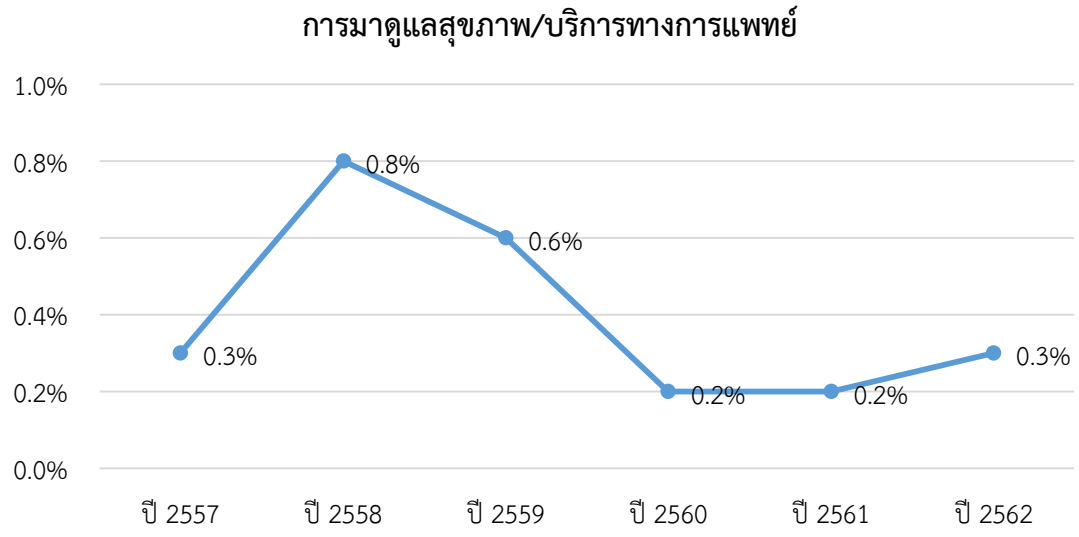
(2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาซื้อสินค้าและของที่ระลึกมีแนวโน้มชะลอตัวลง จากปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 3.0 เป็นร้อยละ 2.6 ร้อยละ 2.7 ร้อยละ 0.8 ร้อยละ 0.8 และร้อยละ 0.5 ในปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-2)

แผนภูมิที่ 6-2 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการมาซื้อสินค้าและของที่ระลึกระหว่างปี 2557-2562



(3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาดูแลสุขภาพ/ บริการทางการแพทย์ มีแนวโน้มทรงตัวจากปี 2557 อยู่ที่ ร้อยละ 0.3 เป็นร้อยละ 0.8 ร้อยละ 0.6 ร้อยละ 0.2 ร้อยละ 0.2 และร้อยละ 0.3 ในปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-3)

แผนภูมิที่ 6-3 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการมาดูแลสุขภาพ/ บริการทางการแพทย์ระหว่างปี 2557-2562



2) ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อคนต่อทริป มีแนวโน้มชะลอตัวลง จากปี 2557 อยู่ที่ 46,881.03 บาท/คน เป็น 34,604.90 บาท ในปี 2558 เป็น 26,316.06 บาท ในปี 2559 เป็น 30,116.60 บาท ในปี 2560 เป็น 26,890.11 บาท ในปี 2561 และเป็น 23,965.30 บาท ในปี 2562 เนื่องจากจำนวนวันพักเฉลี่ยมีแนวโน้มลดลง (แผนภูมิที่ 6-4)

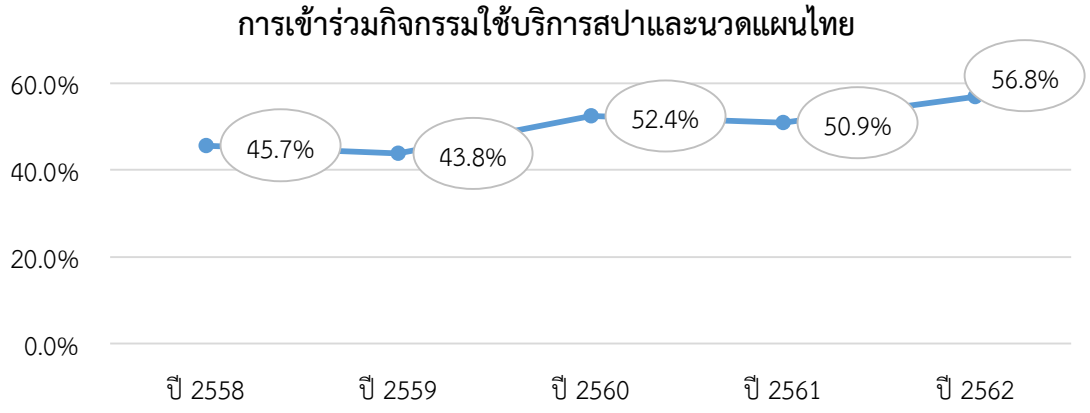
แผนภูมิที่ 6-4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเฉลี่ยต่อคนต่อทริป ระหว่างปี 2557-2562



3) ด้านกิจกรรมที่เข้าร่วม

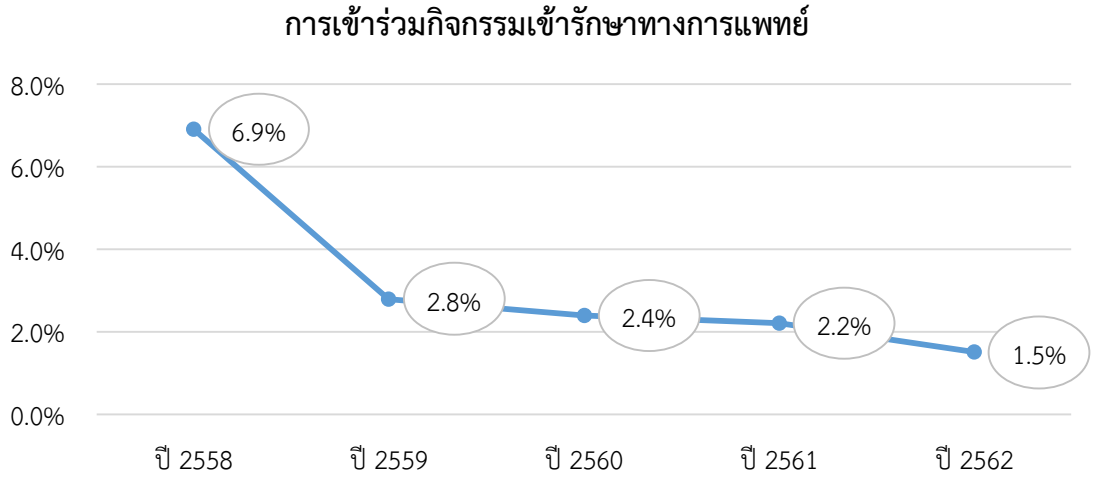
(1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมการใช้สปาและนวดแผนไทยยังผันผวนอยู่ โดยในปี 2562 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จากร้อยละ 50.9 ในปี 2561 เป็นร้อยละ 56.8 ในปี 2562 และยังสูงกว่าปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 45.7 ร้อยละ 43.8 และ ร้อยละ 52.4 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-5)

แผนภูมิที่ 6-5 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมการใช้สปาและนวดแผนไทยช่วงท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2558-2562



(2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมการเข้ารักษาทางการแพทย์มีแนวโน้มชะลอตัวลง จากปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 6.9 เป็นร้อยละ 2.8 ร้อยละ 2.4 ร้อยละ 2.2 และร้อยละ 1.5 ในปี 2559 ปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-6)

แผนภูมิที่ 6-6 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมการเข้ารักษาทางการแพทย์ช่วงท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2558-2562



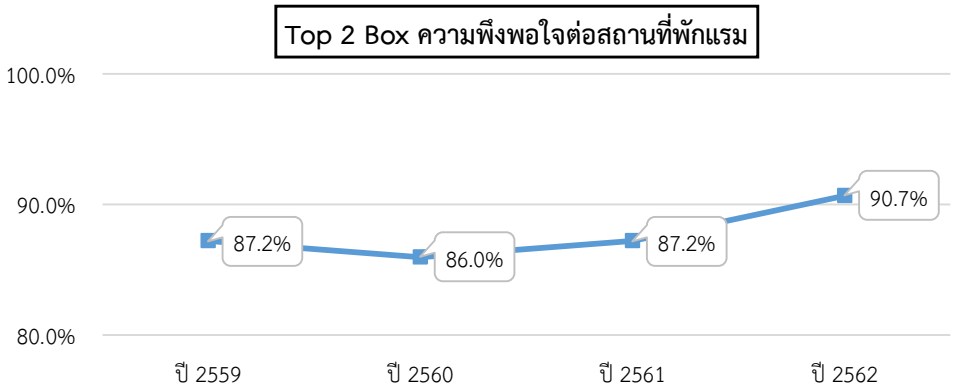
1.2 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีดังนี้

1) ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

(1) ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านสถานพักแรม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านสถานพักแรม คำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ 4 และ 5 คะแนนรวมกันเทียบกับจำนวนผู้ตอบทั้งหมด (Top 2 Box) โดยความพึงพอใจต่อสถานพักแรมมีแนวโน้มดีขึ้นจากร้อยละ 87.2 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 86.0 ร้อยละ 87.2 และร้อยละ 90.7 ในปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-7)

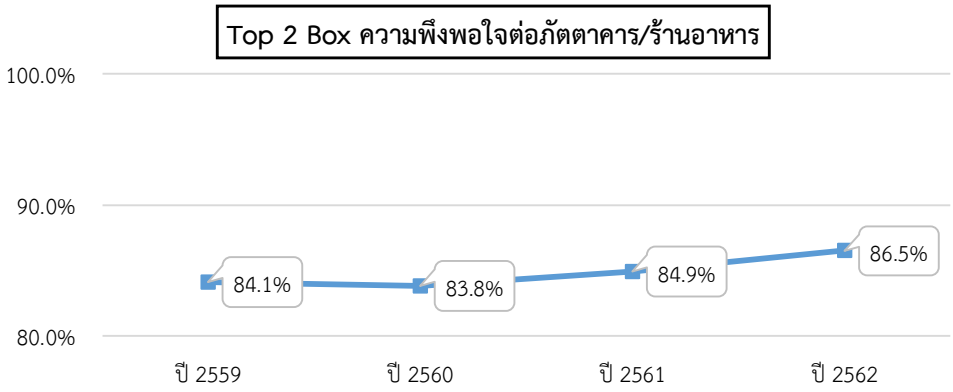
แผนภูมิที่ 6-7 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านสถานพักแรม ปี 2559-2562



(2) ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร คำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ 4 และ 5 คะแนนรวมกันเทียบกับจำนวนผู้ตอบทั้งหมด (Top 2 Box) โดยความพึงพอใจต่อภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 84.1 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 83.8 ร้อยละ 84.9 และร้อยละ 86.5 ในปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-8)

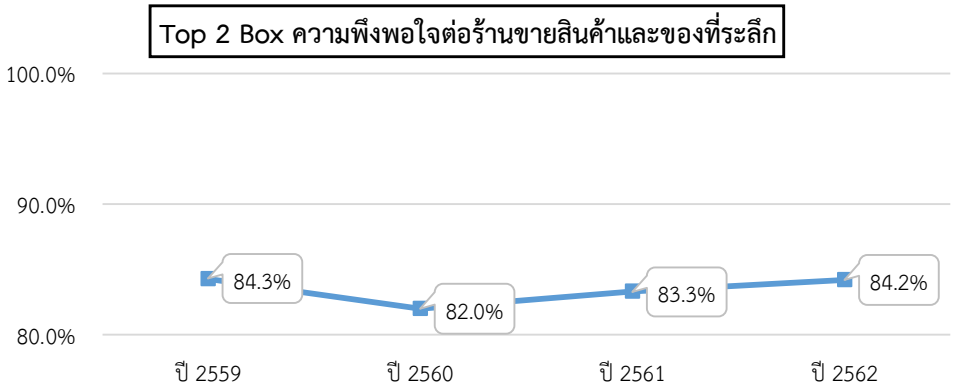
แผนภูมิที่ 6-8 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ปี 2559-2562



(3) ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านร้านขายสินค้าและของที่ระลึก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านร้านขายสินค้าและของที่ระลึก คำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ 4 และ 5 คะแนนรวมกันเทียบกับจำนวนผู้ตอบทั้งหมด (Top 2 Box) โดยความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นขึ้นจากร้อยละ 84.3 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 82.0 ร้อยละ 83.3 และร้อยละ 84.2 ในปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-9)

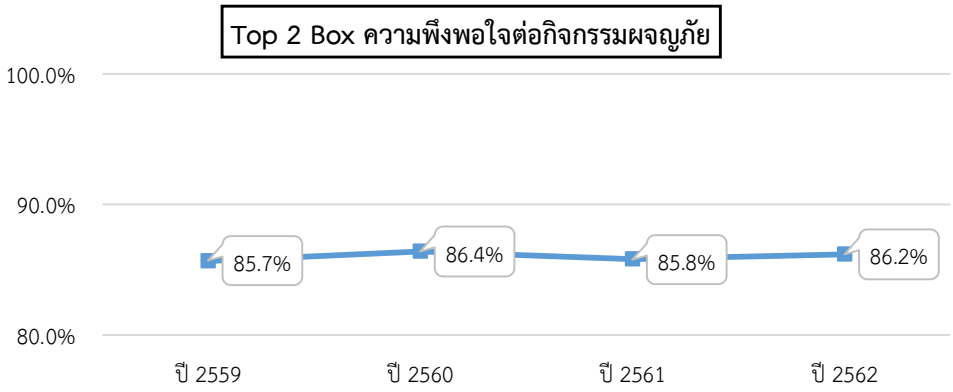
แผนภูมิที่ 6-9 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านร้านขายสินค้าและของที่ระลึก ปี 2559-2562



(4) ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านกิจกรรมผจญภัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านกิจกรรมผจญภัย คำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ 4 และ 5 คะแนนรวมกันเทียบกับจำนวนผู้ตอบทั้งหมด (Top 2 Box) โดยความพึงพอใจต่อกิจกรรมผจญภัย ยังคงทรงตัวจากร้อยละ 85.7 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 86.4 ร้อยละ 85.8 และร้อยละ 86.2 ในปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-10)

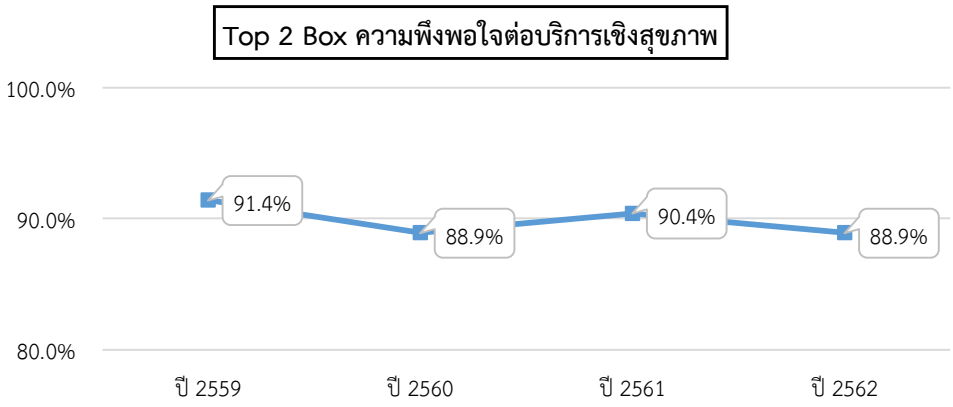
แผนภูมิที่ 6-10 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านกิจกรรมผจญภัย ปี 2559-2562



(5) ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านบริการเชิงสุขภาพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านบริการเชิงสุขภาพ คำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ 4 และ 5 คะแนนรวมกันเทียบกับจำนวนผู้ตอบทั้งหมด (Top 2 Box) โดยความพึงพอใจต่อบริการเชิงสุขภาพ ยังคงทรงตัวจากร้อยละ 91.4 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 88.9 ร้อยละ 90.4 และร้อยละ 88.9 ในปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 6-11)

แผนภูมิที่ 6-11 ค่า Top 2 Box ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อสินค้าและบริการด้านบริการเชิงสุขภาพปี 2560-2562

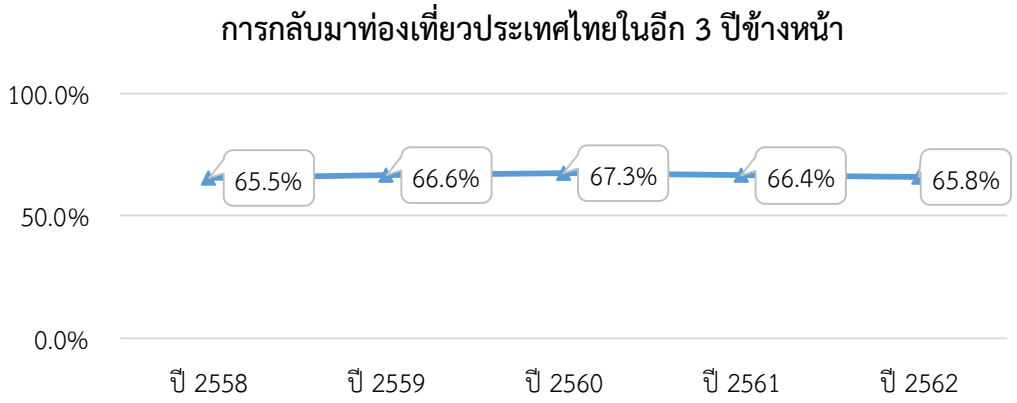


2) ด้านการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกภายใน 3 ปี ข้างหน้า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.8) มีความประทับใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทยและจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกภายใน 3 ปีข้างหน้า และยังคงทรงตัวจากปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 65.5 เป็นร้อยละ 66.6 ร้อยละ 67.3 ร้อยละ 66.4 และร้อยละ 65.8

ในปี 2559 ปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าภายใน 3 ปีข้างหน้ายังคงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก (แผนภูมิที่ 6-12)

แผนภูมิที่ 6-12 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกภายใน 3 ปีข้างหน้า ช่วงท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2558-2561



2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจเชิงปริมาณ มีดังนี้

1) ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เป็นตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจ ได้แก่

(1) วัตถุประสงค์ในการไปติดต่อธุรกิจ โดยในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลักในการไปติดต่อธุรกิจอยู่ที่ ร้อยละ 1.5 ลดลงจากปี 2561 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.4

(2) วัตถุประสงค์ในการไปซื้อสินค้า/ของที่ระลึก โดยในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลักในการไปซื้อสินค้า/ของที่ระลึก อยู่ที่ร้อยละ 0.3 ลดลงจากปี 2561 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 0.7

2) ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวในปี 2562 ครั้งนี้อยู่ที่ 3,667.43 บาท/คน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ซึ่งอยู่ที่ 2,577.83 บาท/คน

3) ด้านกิจกรรมที่เข้าร่วม

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมที่ใช้เป็นตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจ ได้แก่

(1) การท่องเที่ยวยามค่ำคืน โดยในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวยามค่ำคืน อยู่ที่ร้อยละ 16.5

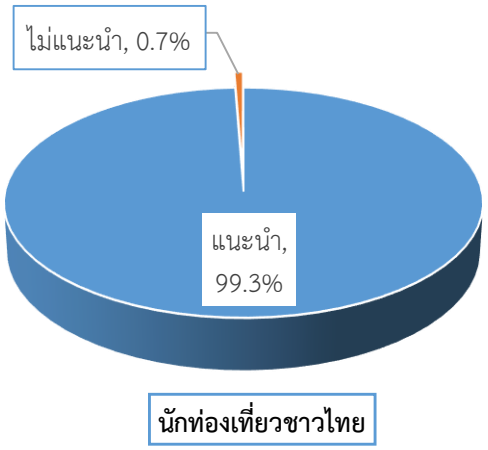
(2) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย โดยในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมกิจกรรมการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย อยู่ที่ร้อยละ 10.8 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 8.0

(3) กิจกรรมผจญภัย โดยในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัยอยู่ที่ร้อยละ 13.2

4) ด้านการแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.3) จะแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ จึงทำให้เกิดการแนะนำบอกต่อ (แผนภูมิที่ 6-13)

แผนภูมิที่ 6-13 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่



บทที่ 7

ฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

บทที่ 7
ฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สะท้อนถึงปัจจัยหรือแรงผลักดันในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย มีฐานข้อมูลการท่องเที่ยวด้านทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย และพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละกลุ่ม สำหรับในปี 2562 ได้ทำการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นระยะแรก เพื่อจะได้นำข้อมูลผลการสำรวจข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มตลาด รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ตรงตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ จึงได้จัดทำรูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูล และรูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนี้

1. รูปแบบโครงสร้างฐานข้อมูลทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

1) กรอบการประมวลผลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การนำเสนอข้อมูลผลการสำรวจ	Profile / Others	Satisfaction (Q15) / Dissatisfaction(Q16)		หมายเหตุ
		CROSS TAB First Visit / Revisit	CROSS TAB Own arrangement/ Semi-FIT / By travel agent	
ภาพรวมประเทศ (ประมวลโดยการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากการสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญรวม 17 แหล่ง และด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่สำคัญลำดับที่ 1- 6	√	√	√	
จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 – 10				
1. กรุงเทพมหานคร	√	√	√	
2. ภูเก็ต	√	√	√	
3. ชลบุรี	√	√	√	

การนำเสนอข้อมูลผลการสำรวจ	Profile / Others	Satisfaction (Q15) / Dissatisfaction(Q16)		หมายเหตุ
		CROSS TAB First Visit / Revisit	CROSS TAB Own arrangement/ Semi-FIT / By travel agent	
4. สุราษฎร์ธานี	√	√	√	
5. เชียงใหม่	√	√	√	
6. สงขลา	√	√	√	
7. กระบี่	√	√	√	
8. ประจวบคีรีขันธ์	√	√	√	
9. พังงา	√	√	√	
10. เชียงราย	√	√	√	
รายด่าน				
1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	√	√	√	
2) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง	√	√	√	
3) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต	√	√	√	
4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา	√	√	√	
6) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	√	√	√	
5) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	√	√	√	
ภาพรวมด่าน (ประมวลผลรวมโดยการหาค่าเฉลี่ยของด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-6 โดยกระจายตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว	√	√	√	
ประเทศที่เป็นตลาดหลัก				
1) จีน	√	√	√	
2) ญี่ปุ่น	√	√	√	
3) เกาหลีใต้	√	√	√	
4) อินเดีย	√	√	√	
5) สิงคโปร์	√	√	√	
6) สหรัฐอเมริกา	√	√	√	
7) สหราชอาณาจักร	√	√	√	
8) เยอรมนี	√	√	√	
9) ฮ่องกง	√	√	√	
10) ฝรั่งเศส	√	√	√	
ภูมิภาค				
อาเซียน	√	√	√	
เอเชียตะวันออก	√	√	√	
เอเชียใต้	√	√	√	
ตะวันออกกลาง	√	√	√	

การนำเสนอข้อมูลผลการสำรวจ	Profile / Others	Satisfaction (Q15) / Dissatisfaction(Q16)		หมายเหตุ
		CROSS TAB First Visit / Revisit	CROSS TAB Own arrangement/ Semi-FIT / By travel agent	
ยุโรป	√	√	√	
อเมริกา	√	√	√	
แอฟริกา	√	√	√	
โอเชียเนีย	√	√	√	
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)	√	√	√	ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ตอบ
กลุ่มสตรี	√	√	√	
กลุ่มรายได้สูง (USD40,000 ต่อปี)	√	√	√	
กลุ่มความถี่การเดินทางมาประเทศไทย				
First Visit	√	-	-	
Re-visit	√	-	-	
กลุ่มรูปแบบการจัดการเดินทาง				
Own arrangement	√	-	-	
Semi-FIT	√	-	-	
By travel agent	√	-	-	
7 จังหวัดเมืองท่องเที่ยวรอง				
ภาพรวม 7 จังหวัดเมืองท่องเที่ยวรอง (ประมวลผลรวมโดยการหาค่าเฉลี่ยของจำนวน 7 เมืองรองตามข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2560 จำแนกรายจังหวัด)	√	√	√	

หมายเหตุ การประมวลผลตามตารางข้างต้นเพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูล และเพื่อการนำเสนอเป็นตารางตัวเลขในภาคผนวก

2) กรอบการประมวลผลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การนำเสนอข้อมูลผลการสำรวจ	ข้อมูลประชากรศาสตร์	Satisfaction (Q14) CROSS TAB รูปแบบการจัดการเดินทาง	หมายเหตุ
ภาพรวมประเทศ (ประมวลโดยการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ 10 จังหวัดหลัก และจังหวัดท่องเที่ยวรอง รวม 34 แหล่ง	√	√	
จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 10 จังหวัดหลัก			
1. กรุงเทพมหานคร	√	√	
2. เชียงใหม่	√	√	
3. นครราชสีมา	√	√	
4. ชลบุรี	√	√	
5. ระยอง	√	√	
6. เพชรบุรี	√	√	
7. ภูเก็ต	√	√	
8. สงขลา	√	√	
9. ประจวบคีรีขันธ์	√	√	
10. กาญจนบุรี	√	√	
ตลาดเฉพาะ	√	√	
กลุ่ม Gen-Y และกลุ่ม Gen-X *	√	√	
กลุ่มผู้สูงอายุ 55 ปีขึ้นไป	√	√	
กลุ่มมากับครอบครัว/ญาติ (Multi-generation Family)	√	√	
กลุ่มเล่นกีฬา/ชมกีฬา (Sport Lover & Sport Fan)	√	√	
กลุ่ม/คณะทำบุญ (pilgrimage)	√	√	
กลุ่มรักษาทางการแพทย์/รักสุขภาพ (Medical Group)	√	√	
กลุ่มรูปแบบการจัดการเดินทาง			
จัดการเดินทางด้วยตนเอง	√	-	
จัดการเดินทางด้วยตนเองและบางส่วนผ่านบริษัททัวร์	√	-	
จัดการเดินทางโดยบริษัททัวร์	√	-	

หมายเหตุ การประมวลผลตามตารางข้างต้นเพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูล และเพื่อการนำเสนอเป็นตารางตัวเลขในภาคผนวก

***** กลุ่ม Gen Y (อายุ 17-36 ปี) เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันสูงสุด และค้นหาข้อมูลเดินทางท่องเที่ยว

***** กลุ่ม Gen X (อายุ 37-52 ปี) ใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงาน และค้นหาข้อมูลเดินทางท่องเที่ยว

2. รูปแบบรายงานของฐานข้อมูล ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

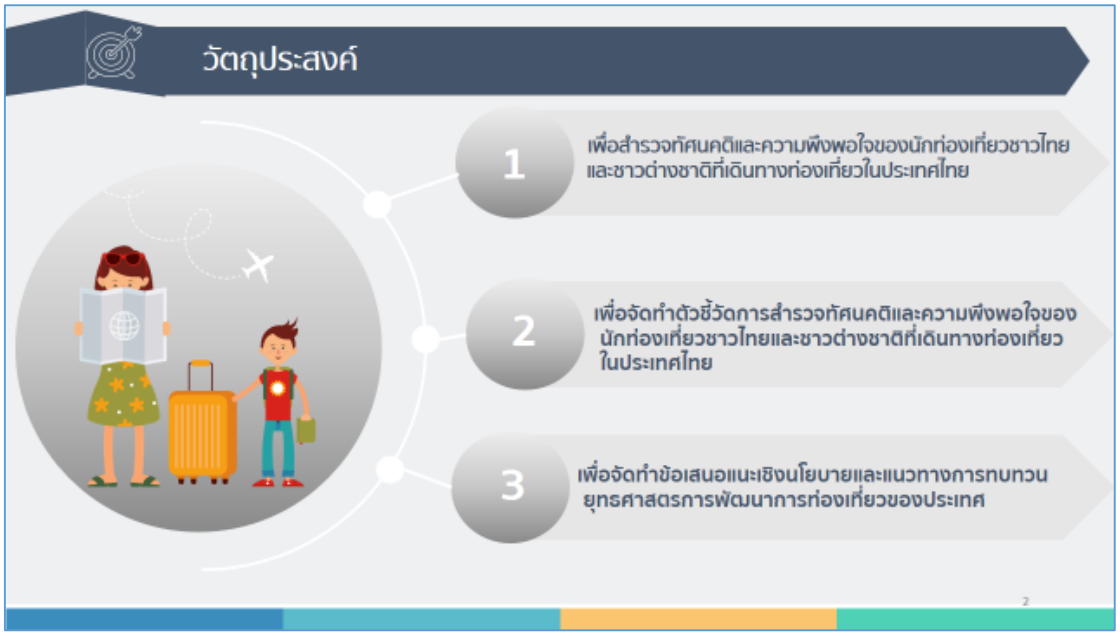
ได้ดำเนินการจัดทำรูปแบบ Soft file บรรจุอยู่ใน USB บันทึกข้อมูล

บทที่ 8
ผลการออกแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)

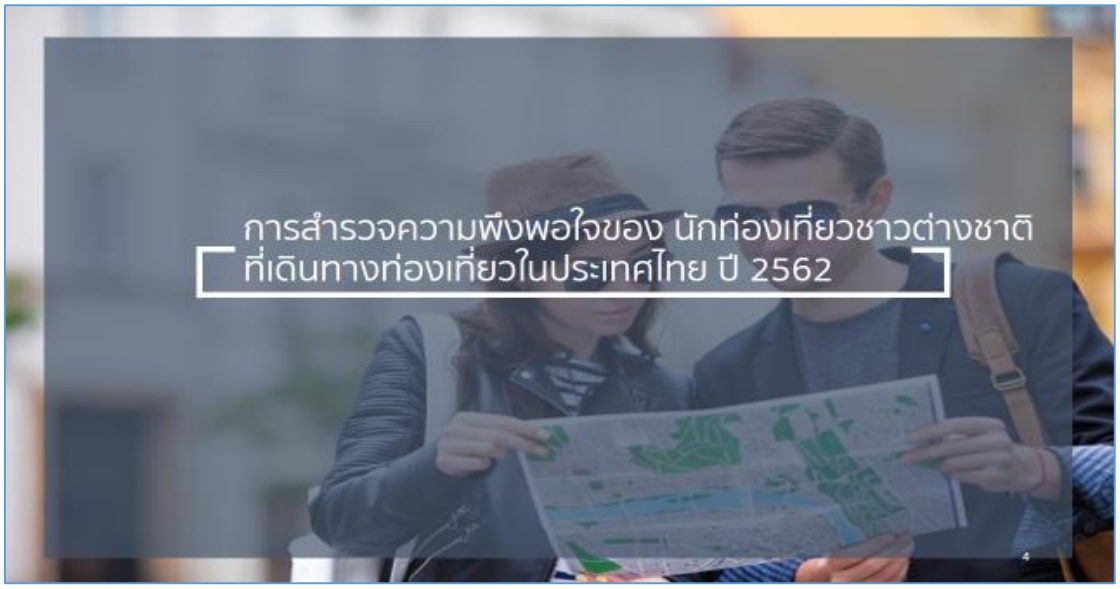
บทที่ 8
ผลการออกแบบการนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้ และสรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)

1. การนำเสนอข้อมูลรายงานผลการสำรวจบน Website ที่สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองได้

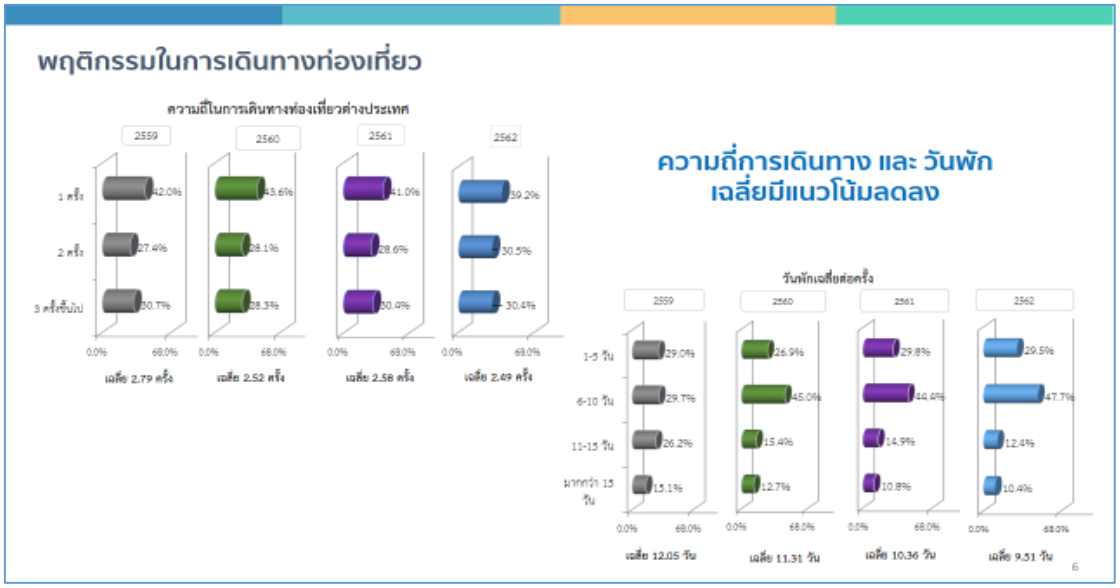


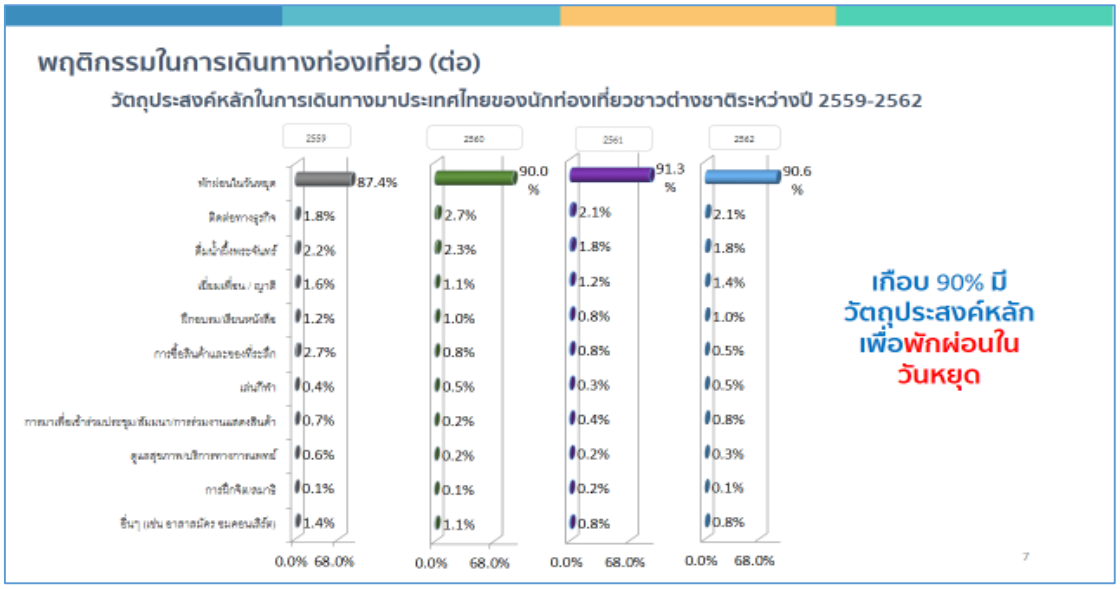


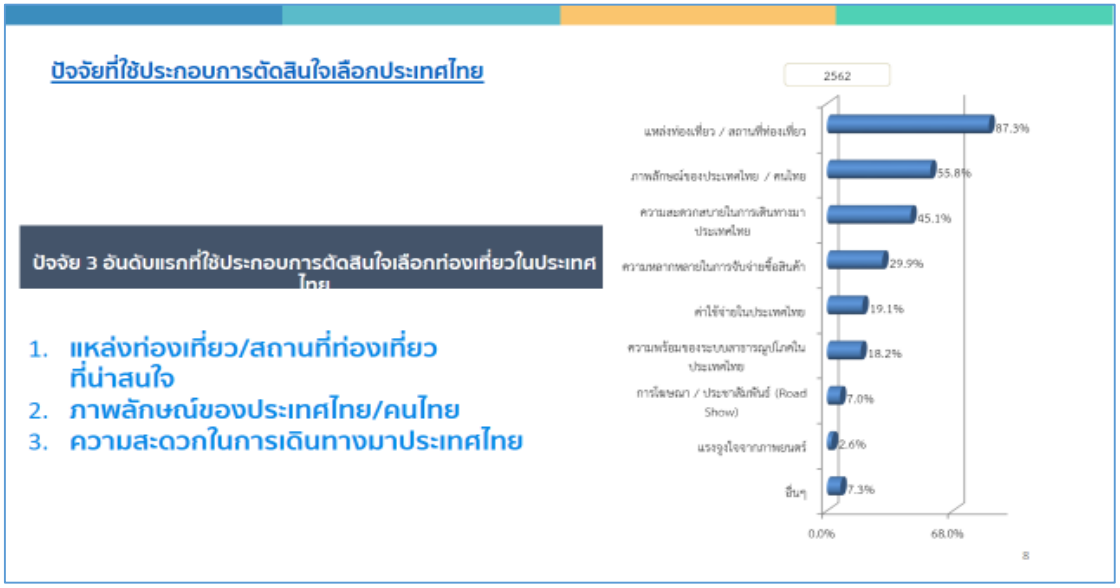

วิธีการศึกษา
พื้นที่การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 9,800 ราย
แบ่งพื้นที่การสำรวจและเงื่อนไข ดังนี้
1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรอง 17 แห่ง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 6,800 ราย
2) ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1-6 จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย
พื้นที่การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
จำนวนรวม 10,200 ราย
แบ่งพื้นที่การสำรวจและเงื่อนไข ดังนี้
1) จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในลำดับที่ 1 – 10 จำนวนไม่น้อยกว่า 5,088 ราย
2) จังหวัดท่องเที่ยวรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในลำดับที่ 1 – 24 จำนวนไม่น้อยกว่า 5,112 ราย
3

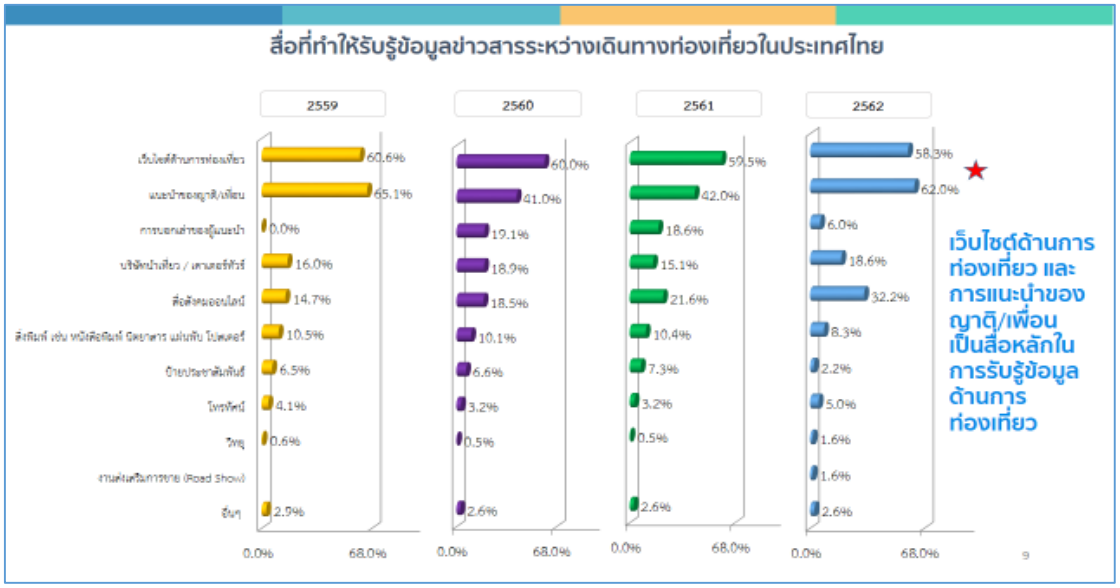

การสำรวจความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2562
4

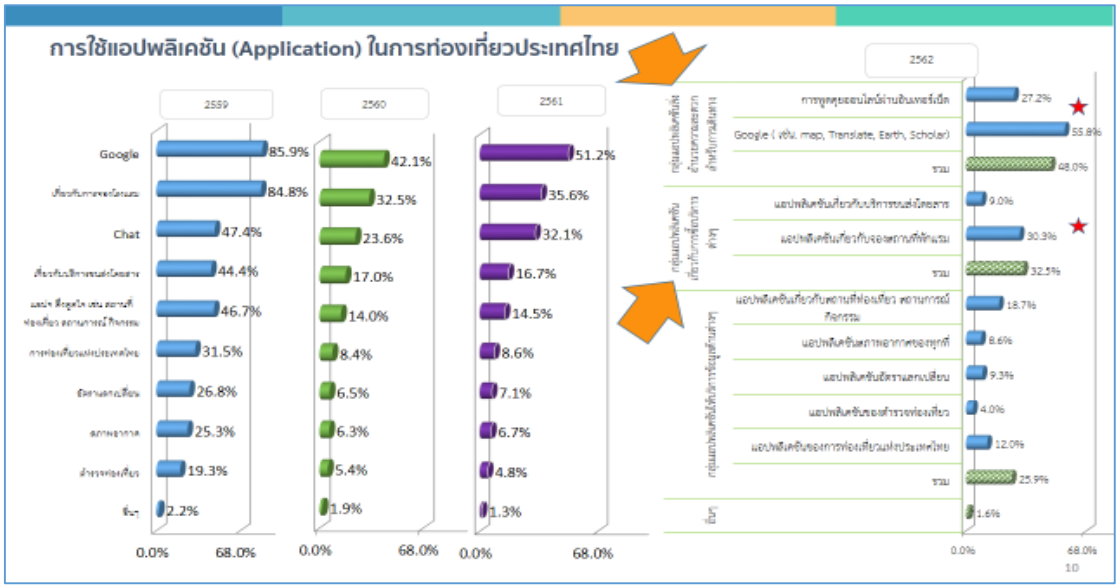

ลักษณะประชากรศาสตร์
ปี 2562
ผลการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 9,907 ราย พบว่า
จำแนกตามเพศ
ร้อยละ 51.2
ร้อยละ 48.8
ผลการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 9,907 ราย พบว่า
เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 51.2 ต่อ ร้อยละ 48.8)
มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 42.4)
ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.2) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี
ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นนักวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 32.2)
มีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับน้อยกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง ระหว่าง 20,000-40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 35.1 และร้อยละ 34.5 ตามลำดับ) ที่เหลือเป็นกลุ่มที่มีรายได้อยู่ในเกณฑ์สูง ตั้งแต่ 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 30.4)
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 58.2) เดินทางมาจากภูมิภาคเอเชีย
5

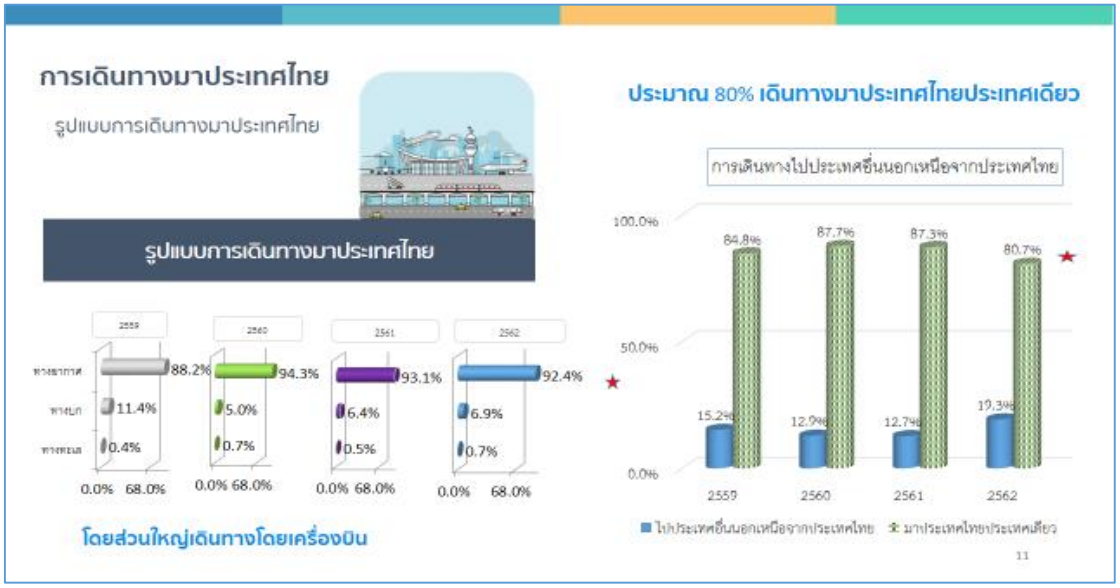

พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ
2559
2560
2561
2562
1 ครั้ง
2 ครั้ง
3 ครั้งขึ้นไป
42.0%
27.4%
30.7%
43.6%
28.1%
28.3%
41.0%
28.6%
30.4%
39.2%
30.5%
30.4%
เฉลี่ย 2.79 ครั้ง
เฉลี่ย 2.52 ครั้ง
เฉลี่ย 2.58 ครั้ง
เฉลี่ย 2.49 ครั้ง
ความถี่การเดินทาง และ วันพัก
เฉลี่ยมีแนวโน้มลดลง
วันพักเฉลี่ยต่อครั้ง
1-5 วัน
6-10 วัน
11-15 วัน
มากกว่า 15 วัน
29.0%
29.7%
26.2%
15.1%
26.9%
45.0%
15.4%
12.7%
29.8%
44.4%
14.9%
10.8%
29.5%
47.7%
12.4%
10.4%
เฉลี่ย 12.05 วัน
เฉลี่ย 11.31 วัน
เฉลี่ย 10.36 วัน
เฉลี่ย 9.51 วัน
6

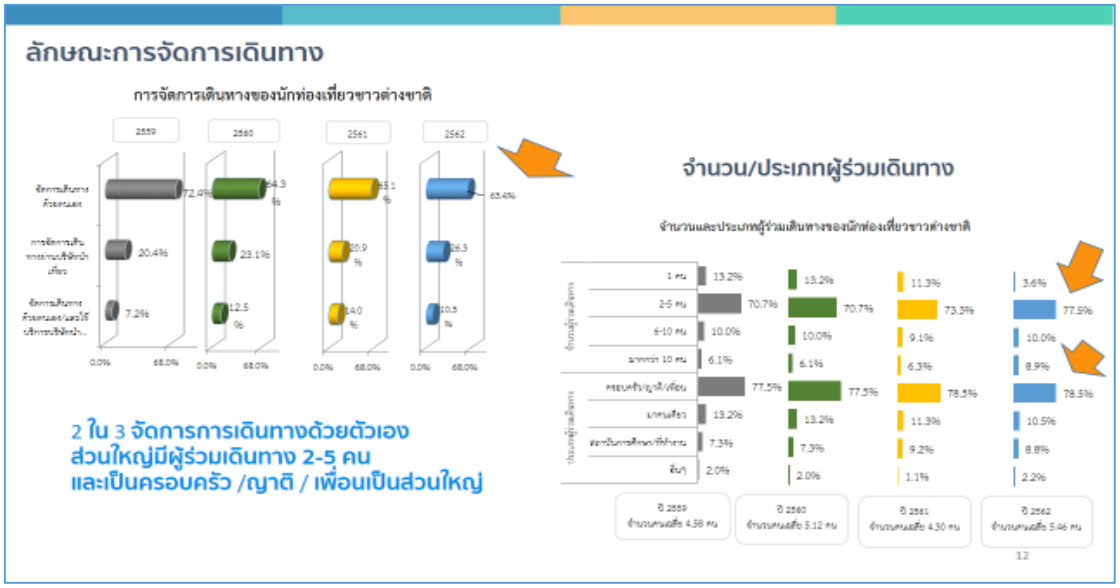

พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว (ต่อ)
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างปี 2559-2562
2559
2560
2561
2562
87.4%
90.0 %
91.3 %
90.6 %
1.8%
2.2%
1.6%
1.2%
2.7%
0.4%
0.7%
0.6%
0.1%
1.4%
2.7%
2.3%
1.1%
1.0%
0.8%
0.5%
0.2%
0.2%
0.1%
1.1%
2.1%
1.8%
1.2%
0.8%
0.8%
0.3%
0.4%
0.2%
0.2%
0.8%
2.1%
1.8%
1.4%
1.0%
0.5%
0.5%
0.8%
0.3%
0.1%
0.8%
0.0% 68.0%
เกือบ 90% มี
วัตถุประสงค์หลัก
เพื่อพักผ่อนใน
วันหยุด
7

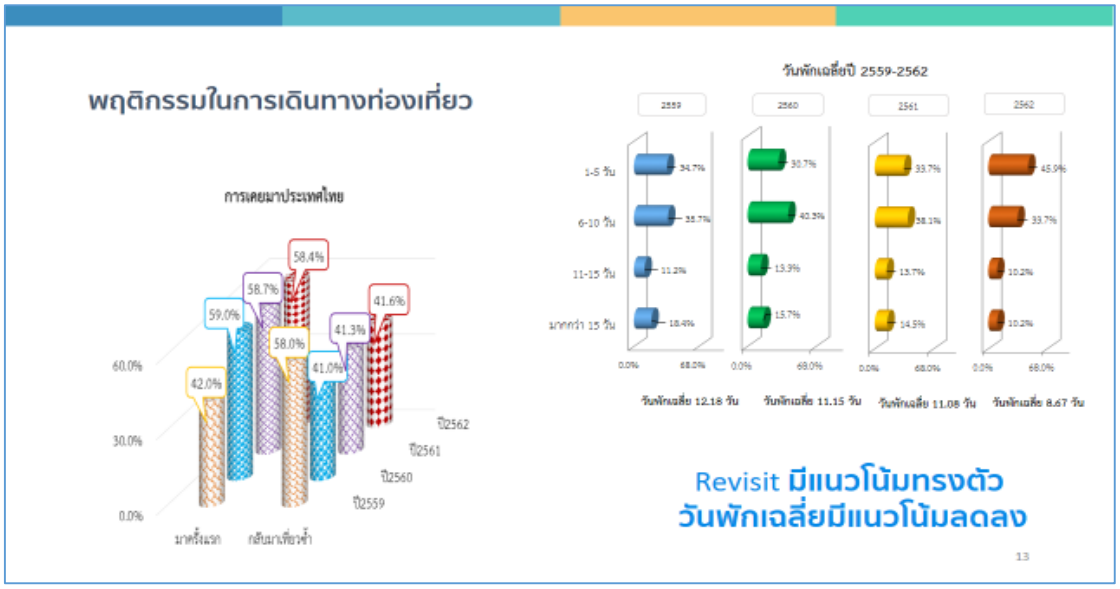

ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประเทศไทย
ปัจจัย 3 อันดับแรกที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย
1. แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
2. ภาพลักษณ์ของประเทศไทย/คนไทย
3. ความสะดวกในการเดินทางมาประเทศไทย
2562
แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว
ภาพลักษณ์ของประเทศไทย / คนไทย
ความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทย
ความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า
ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย
ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในประเทศไทย
การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ (Road Show)
แรงจูงใจจากภาพยนตร์
อื่นๆ
87.3%
55.8%
45.1%
29.9%
19.1%
18.2%
7.0%
2.6%
7.3%
0.0%
68.0%
8

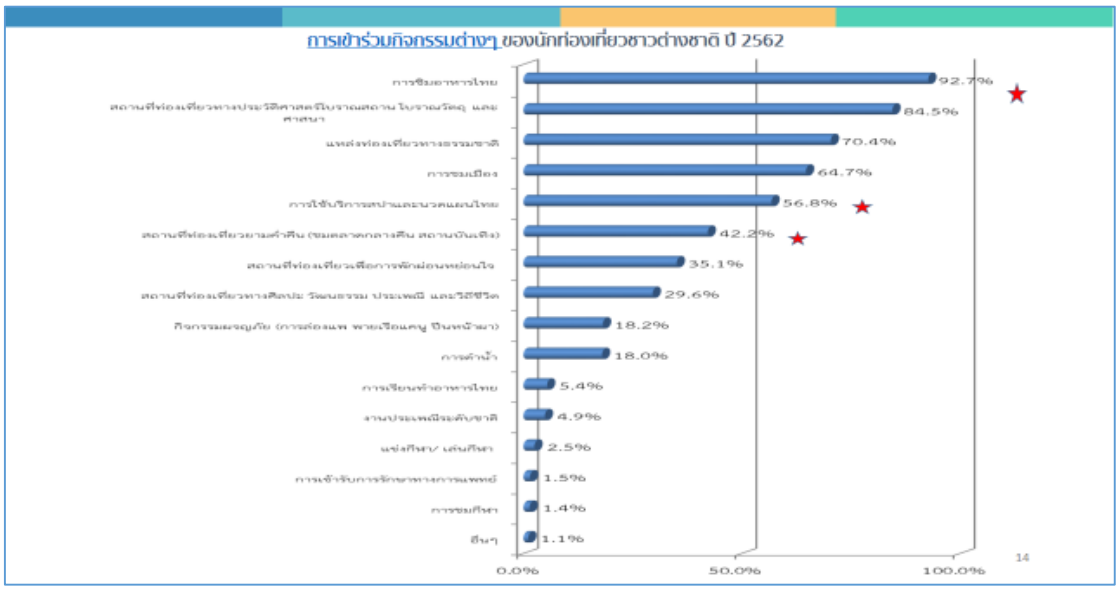

สื่อที่ทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
2559
2560
2561
2562
เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว และการแนะนำของญาติ/เพื่อน เป็นสื่อหลักในการรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
9


การใช้แอปพลิเคชัน (Application) ในการท่องเที่ยวประเทศไทย
2562
2559
2560
2561
Google
Chat
10

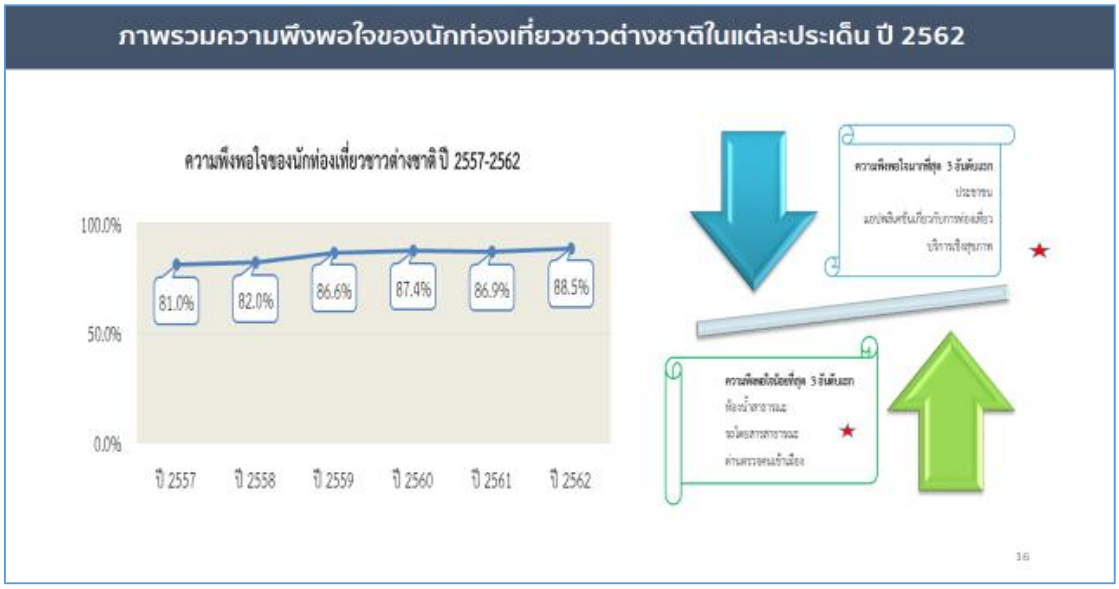

การเดินทางมาประเทศไทย
รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทย
รูปแบบการเดินทางมาประเทศไทย
ประมาณ 80% เดินทางมาประเทศไทยประเทศเดียว
การเดินทางไปประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย
2559
2560
2561
2562
โดยส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน
11

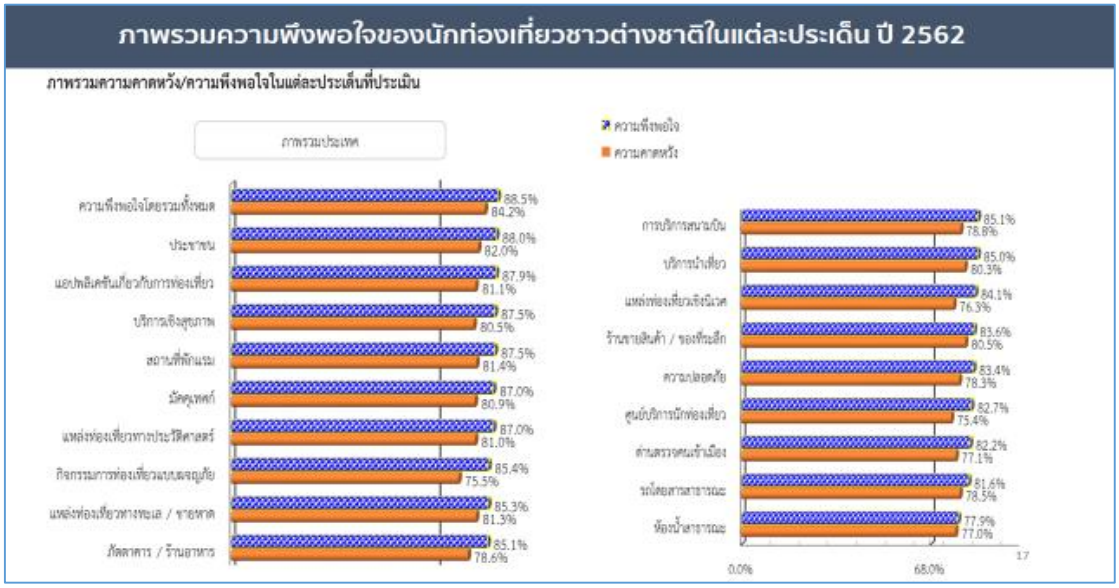

ลักษณะการจัดการเดินทาง
การจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
2559
2560
2561
2562
72.4%
64.3%
65.1%
63.4%
20.4%
23.1%
20.9%
26.3%
7.2%
12.5%
14.0%
10.3%
0.0%
68.0%
2 ใน 3 จัดการการเดินทางด้วยตัวเอง
ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน
และเป็นครอบครัว /ญาติ / เพื่อนเป็นส่วนใหญ่
จำนวน/ประเภทผู้ร่วมเดินทาง
จำนวนและประเภทผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
1 คน
2-5 คน
6-10 คน
มากกว่า 10 คน
ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน
มาคนเดียว
สถาบันการศึกษา/ที่ทำงาน
อื่นๆ
13.2%
70.7%
10.0%
6.1%
77.5%
13.2%
7.3%
2.0%
11.3%
73.3%
9.1%
6.3%
78.5%
11.3%
9.2%
1.1%
3.6%
77.5%
10.0%
8.9%
78.5%
10.5%
8.8%
2.2%
ปี 2559 จำนวนคนเฉลี่ย 4.58 คน
ปี 2560 จำนวนคนเฉลี่ย 5.12 คน
ปี 2561 จำนวนคนเฉลี่ย 4.30 คน
ปี 2562 จำนวนคนเฉลี่ย 5.46 คน
12

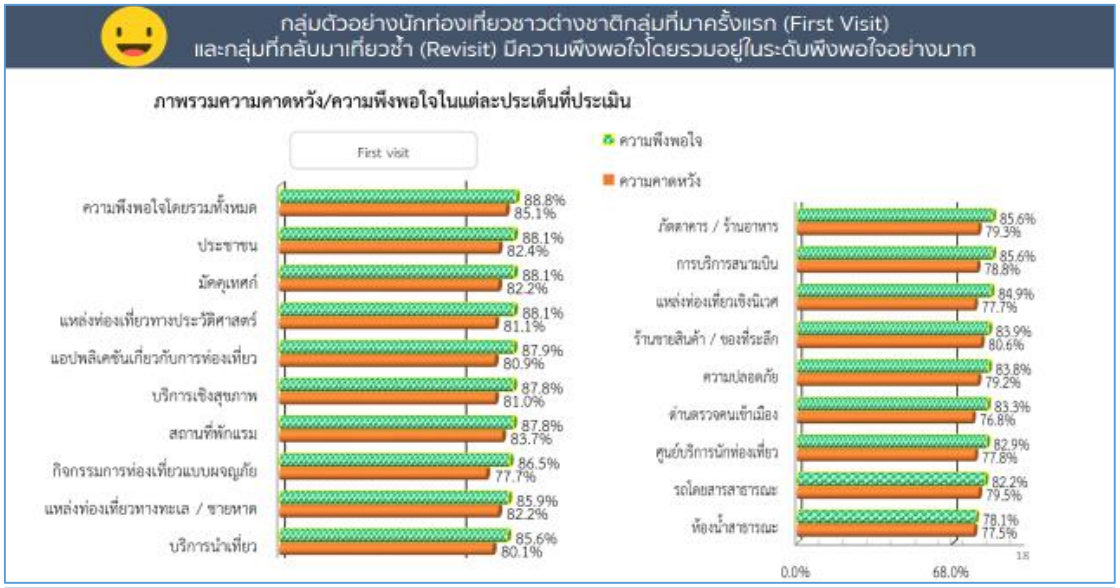

พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว
การเคยมาประเทศไทย
58.4%
58.7%
59.0%
58.0%
41.0%
41.3%
41.6%
42.0%
60.0%
30.0%
0.0%
ปี2562
ปี2561
ปี2560
ปี2559
มาครั้งแรก
กลับมาเที่ยวซ้ำ
วันพักเฉลี่ยปี 2559-2562
2559
2560
2561
2562
1-5 วัน
6-10 วัน
11-15 วัน
มากกว่า 15 วัน
34.7%
35.7%
11.2%
18.4%
30.7%
40.3%
13.3%
15.7%
33.7%
38.1%
13.7%
14.5%
45.9%
33.7%
10.2%
10.2%
0.0%
68.0%
วันพักเฉลี่ย 12.18 วัน
วันพักเฉลี่ย 11.15 วัน
วันพักเฉลี่ย 11.08 วัน
วันพักเฉลี่ย 8.67 วัน
Revisit มีแนวโน้มทรงตัว
วันพักเฉลี่ยมีแนวโน้มลดลง
13

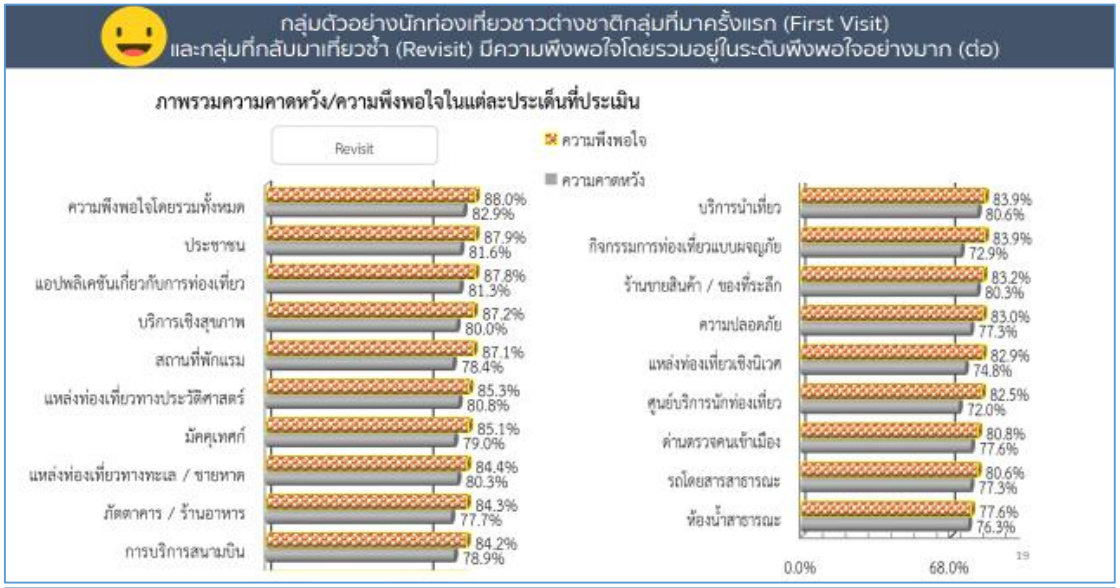

การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2562
การชิมอาหารไทย
92.7%
84.5%
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
70.4%
การชมเมือง
64.7%
การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย
56.8%
42.2%
สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
35.1%
29.6%
กิจกรรมผจญภัย (การล่องแพ พายเรือแคนู ปีนหน้าผา)
18.2%
การดำน้ำ
18.0%
การเรียนทำอาหารไทย
5.4%
งานประเพณีระดับชาติ
4.9%
แข่งกีฬา/ เล่นกีฬา
2.5%
การเข้ารับการรักษาทางการแพทย์
1.5%
การชมกีฬา
1.4%
อื่นๆ
1.1%
0.0%
50.0%
100.0%
14

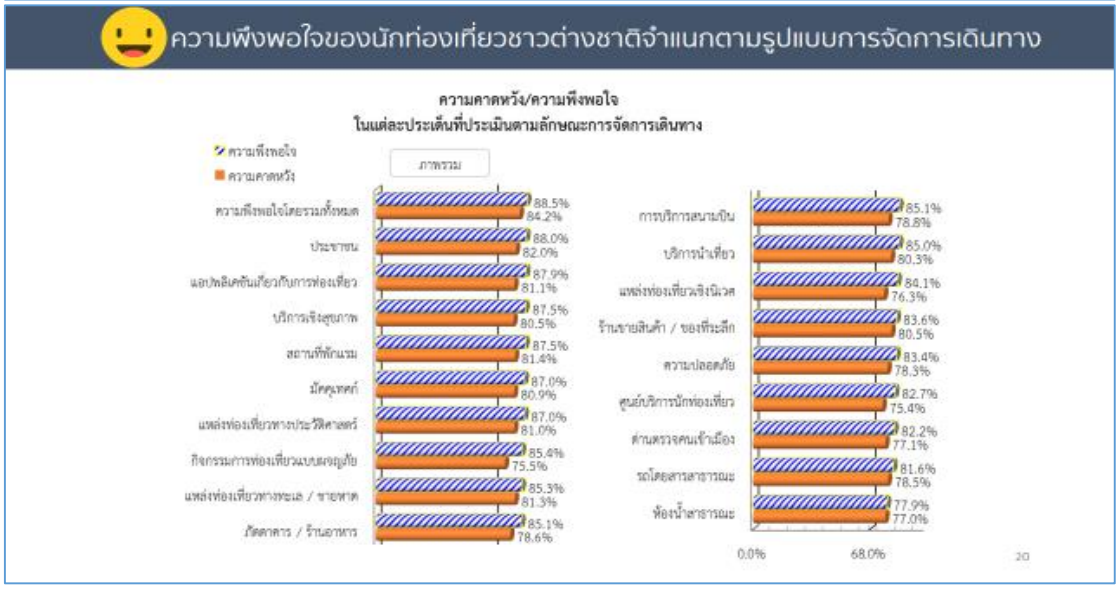

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติความพึงพอใจ ความคาดหวัง และความต้องการ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
การประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ
ความพึงพอใจ น้อยมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 20.0 - 36.0
ความพึงพอใจ น้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 36.1 – 52.0
ความพึงพอใจ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 52.1 – 68.0
ความพึงพอใจ มาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 68.1 – 84.0
ความพึงพอใจอย่างมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 84.1 – 100.0
15

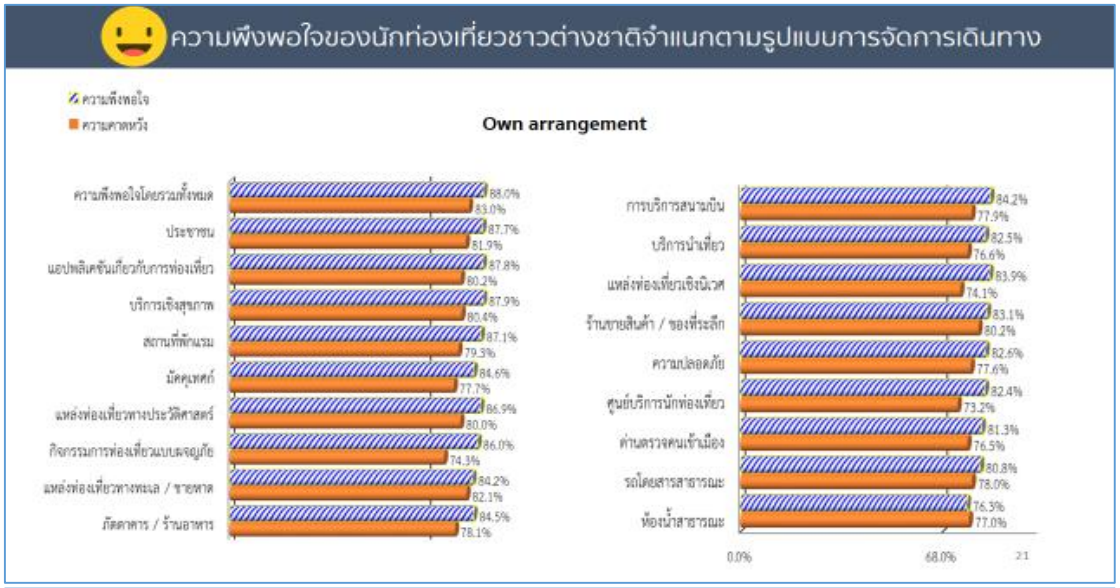

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2557-2562
100.0%
50.0%
0.0%
81.0%
82.0%
86.6%
87.4%
86.9%
88.5%
ปี 2557
ปี 2558
ปี 2559
ปี 2560
ปี 2561
ปี 2562
16

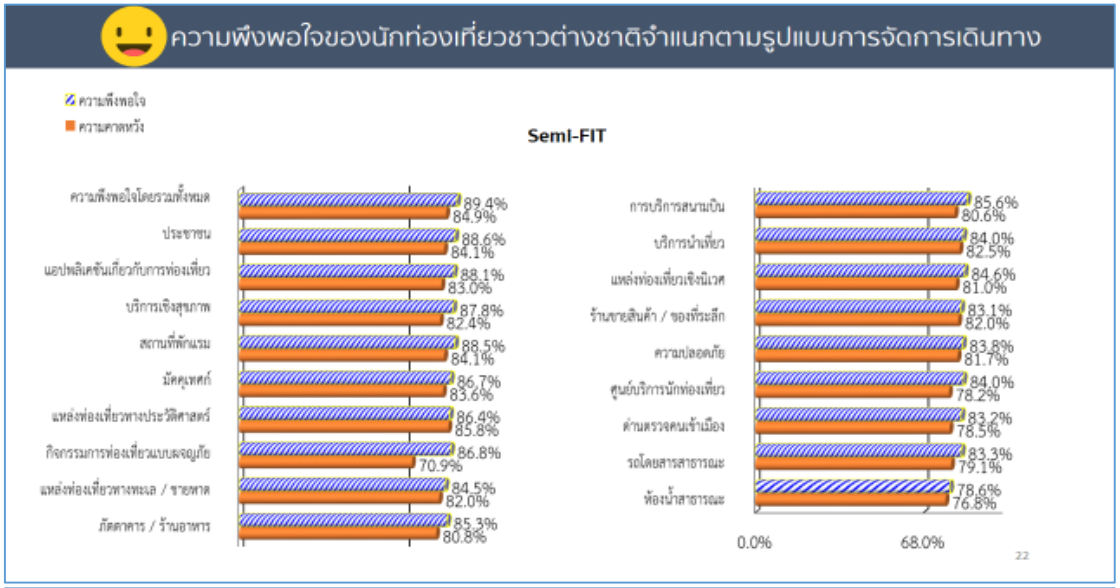

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562
ภาพรวมความคาดหวัง/ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่ประเมิน
ภาพรวมประเทศ
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด 88.5% 84.2%
ประชาชน 88.0% 82.0%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 87.9% 81.1%
บริการเชิงสุขภาพ 87.5% 80.5%
สถานที่พักแรม 87.5% 81.4%
มัคคุเทศก์ 87.0% 80.9%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 87.0% 81.0%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 85.4% 75.5%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 85.3% 81.3%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 85.1% 78.6%
การบริการสนามบิน 85.1% 78.8%
บริการนำเที่ยว 85.0% 80.3%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 84.1% 76.3%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 83.6% 80.5%
ความปลอดภัย 83.4% 78.3%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.7% 75.4%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 82.2% 77.1%
รถโดยสารสาธารณะ 81.6% 78.5%
ห้องน้ำสาธารณะ 77.9% 77.0%
0.0%
68.0%
17

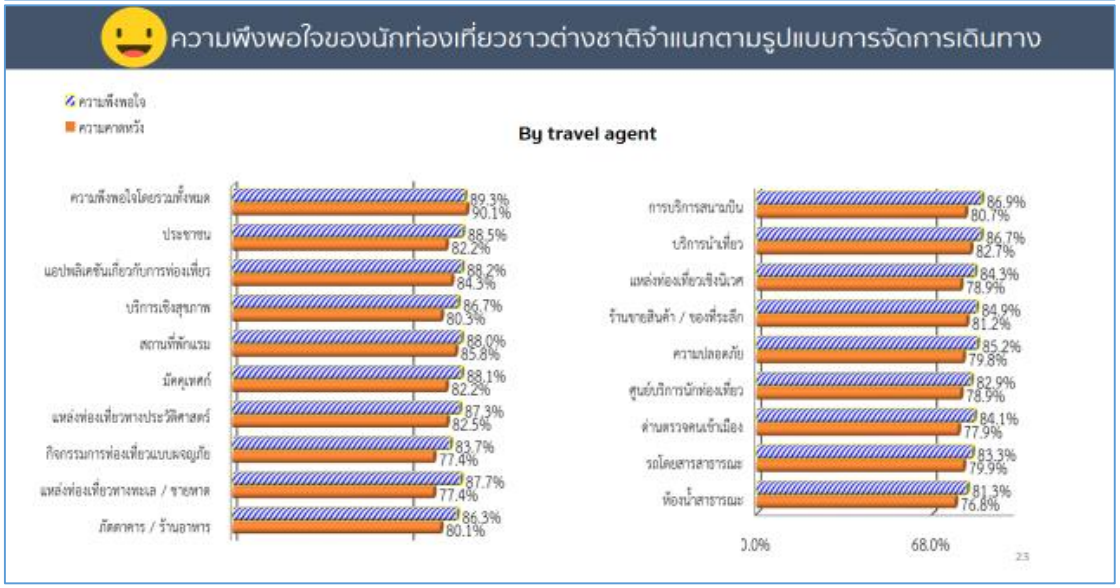

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit)
และกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก
ภาพรวมความคาดหวัง/ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่ประเมิน
First visit
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด 88.8% 85.1%
ประชาชน 88.1% 82.4%
มัคคุเทศก์ 88.1% 82.2%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 88.1% 81.1%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 87.9% 80.9%
บริการเชิงสุขภาพ 87.8% 81.0%
สถานที่พักแรม 87.8% 83.7%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 86.5% 77.7%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 85.9% 82.2%
บริการนำเที่ยว 85.6% 80.1%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 85.6% 79.3%
การบริการสนามบิน 85.6% 78.8%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 84.9% 77.7%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 83.9% 80.6%
ความปลอดภัย 83.8% 79.2%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 83.3% 76.8%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.9% 77.8%
รถโดยสารสาธารณะ 82.2% 79.5%
ห้องน้ำสาธารณะ 78.1% 77.5%
0.0%
68.0%

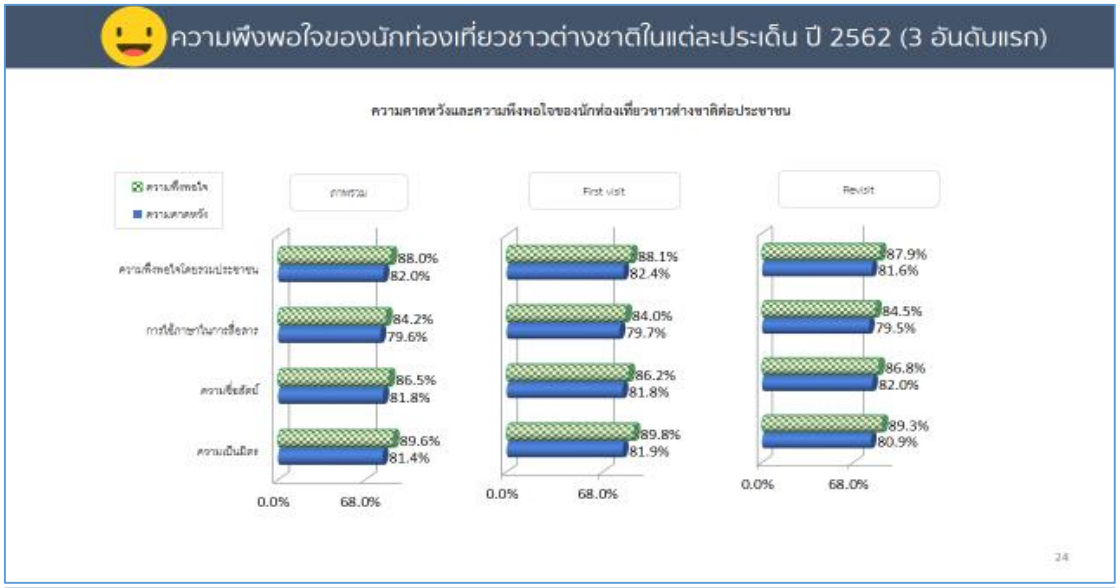

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาครั้งแรก (First Visit)
และกลุ่มที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก (ต่อ)
ภาพรวมความคาดหวัง/ความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่ประเมิน
Revisit
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด 88.0% 82.9%
ประชาชน 87.9% 81.6%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 87.8% 81.3%
บริการเชิงสุขภาพ 87.2% 80.0%
สถานที่พักแรม 87.1% 78.4%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 85.3% 80.8%
มัคคุเทศก์ 85.1% 79.0%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 84.4% 80.3%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 84.3% 77.7%
การบริการสนามบิน 84.2% 78.9%
บริการนำเที่ยว 83.9% 80.6%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 83.9% 72.9%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 83.2% 80.3%
ความปลอดภัย 83.0% 77.3%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 82.9% 74.8%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.5% 72.0%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 80.8% 77.6%
รถโดยสารสาธารณะ 80.6% 77.3%
ห้องน้ำสาธารณะ 77.6% 76.3%
0.0%
68.0%

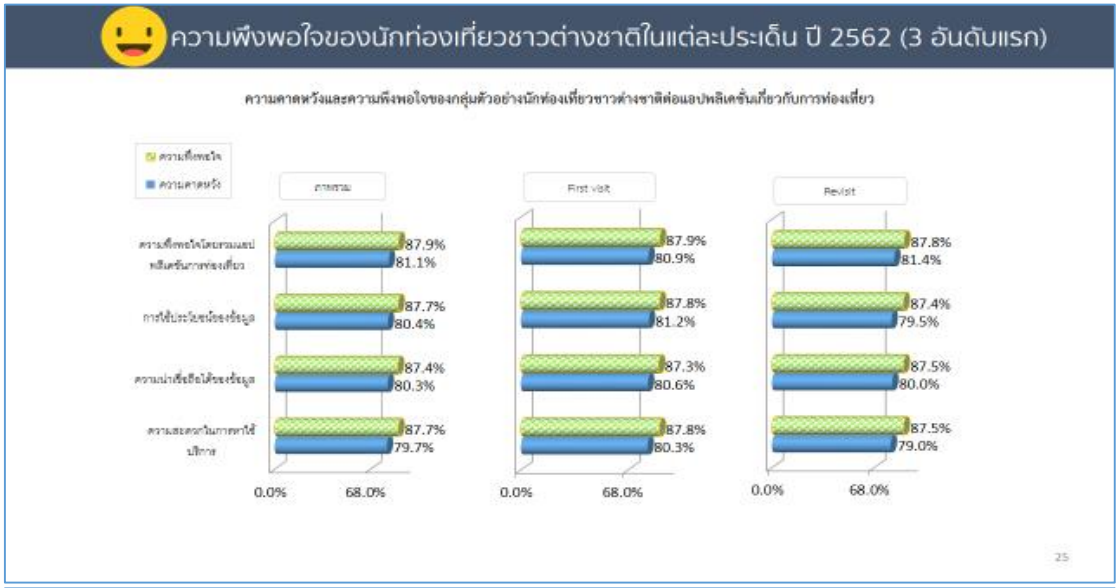

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง
ความคาดหวัง/ความพึงพอใจ
ในแต่ละประเด็นที่ประเมินตามลักษณะการจัดการเดินทาง
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ภาพรวม
ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด 88.5% 84.2%
ประชาชน 88.0% 82.0%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 87.9% 81.1%
บริการเชิงสุขภาพ 87.5% 80.5%
สถานที่พักแรม 87.5% 81.4%
มัคคุเทศก์ 87.0% 80.9%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 87.0% 81.0%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 85.4% 75.5%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 85.3% 81.3%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 85.1% 78.6%
การบริการสนามบิน 85.1% 78.8%
บริการนำเที่ยว 85.0% 80.3%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 84.1% 76.3%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 83.6% 80.5%
ความปลอดภัย 83.4% 78.3%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.7% 75.4%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 82.2% 77.1%
รถโดยสารสาธารณะ 81.6% 78.5%
ห้องน้ำสาธารณะ 77.9% 77.0%
0.0%
68.0%

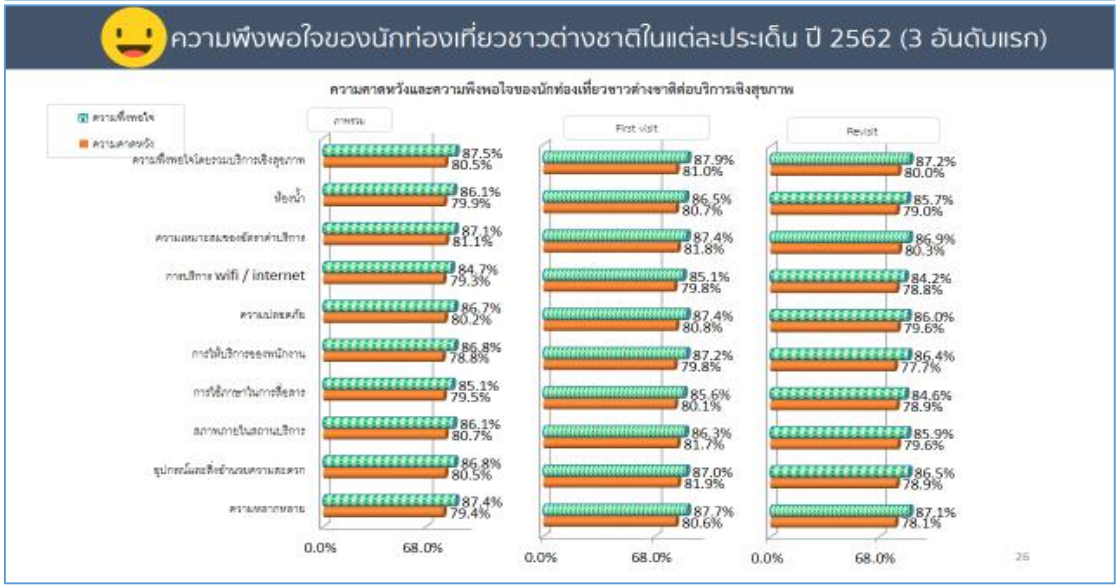

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
Own arrangement
ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด 88.0% 83.0%
ประชาชน 87.7% 81.9%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 87.8% 80.2%
บริการเชิงสุขภาพ 87.9% 80.4%
สถานที่พักแรม 87.1% 79.3%
มัคคุเทศก์ 84.6% 77.7%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 86.9% 80.0%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 86.0% 74.3%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 84.2% 82.1%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 84.5% 78.1%
การบริการสนามบิน 84.2% 77.9%
บริการนำเที่ยว 82.5% 76.6%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 83.9% 74.1%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 83.1% 80.2%
ความปลอดภัย 82.6% 77.6%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.4% 73.2%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 81.3% 76.5%
รถโดยสารสาธารณะ 80.8% 78.0%
ห้องน้ำสาธารณะ 76.3% 77.0%
0.0%
68.0%
2.1

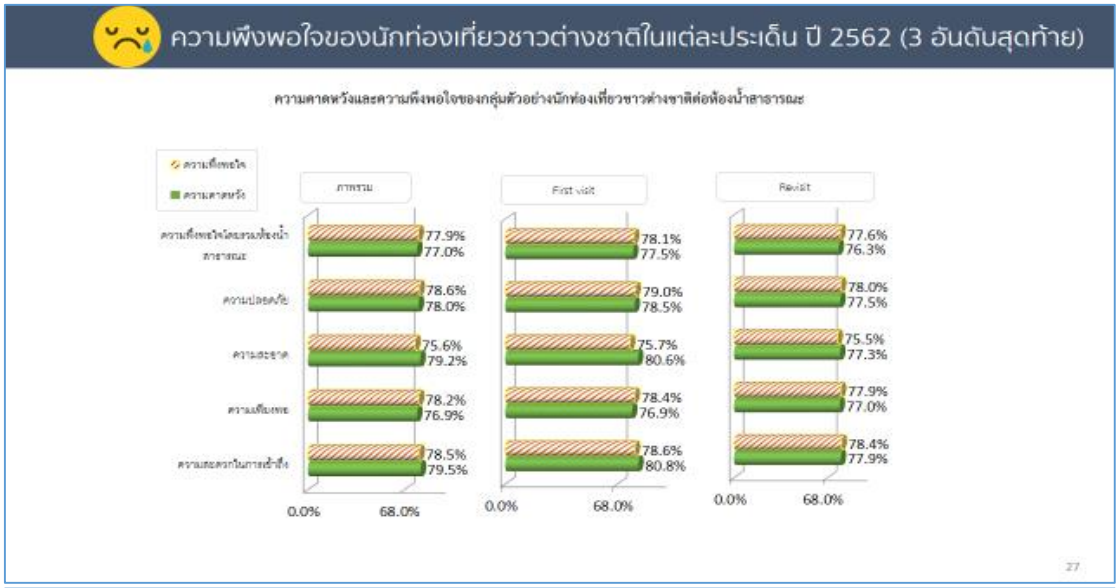

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
Semi-FIT
ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด 89.4% 84.9%
ประชาชน 88.6% 84.1%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 88.1% 83.0%
บริการเชิงสุขภาพ 87.8% 82.4%
สถานที่พักแรม 88.5% 84.1%
มัคคุเทศก์ 86.7% 83.6%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 86.4% 85.8%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 86.8% 70.9%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 84.5% 82.0%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 85.3% 80.8%
การบริการสนามบิน 85.6% 80.6%
บริการนำเที่ยว 84.0% 82.5%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 84.6% 81.0%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 83.1% 82.0%
ความปลอดภัย 83.8% 81.7%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 84.0% 78.2%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 83.2% 78.5%
รถโดยสารสาธารณะ 83.3% 79.1%
ห้องน้ำสาธารณะ 78.6% 76.8%
0.0%
68.0%
2.2

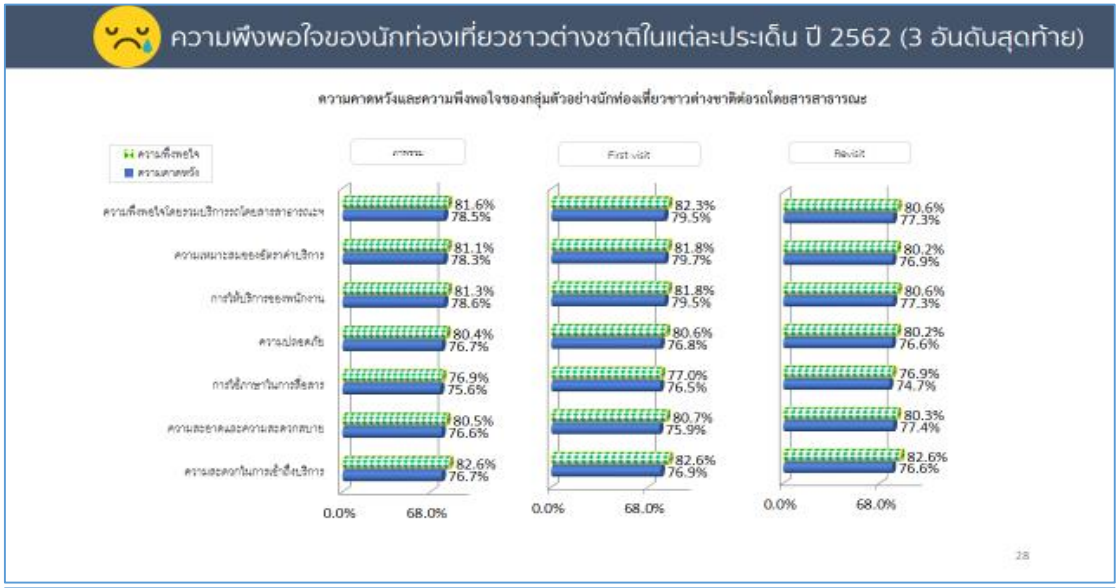

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
By travel agent
ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด 89.3% 90.1%
ประชาชน 88.5% 82.2%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 88.2% 84.3%
บริการเชิงสุขภาพ 86.7% 80.3%
สถานที่พักแรม 88.0% 85.8%
มัคคุเทศก์ 88.1% 82.2%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 87.3% 82.5%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 83.7% 77.4%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด 87.7% 77.4%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 86.3% 80.1%
การบริการสนามบิน 86.9% 80.7%
บริการนำเที่ยว 86.7% 82.7%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 84.3% 78.9%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 84.9% 81.2%
ความปลอดภัย 85.2% 79.8%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.9% 78.9%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 84.1% 77.9%
รถโดยสารสาธารณะ 83.3% 79.9%
ห้องน้ำสาธารณะ 81.3% 76.8%
0.0%
68.0%
2.3

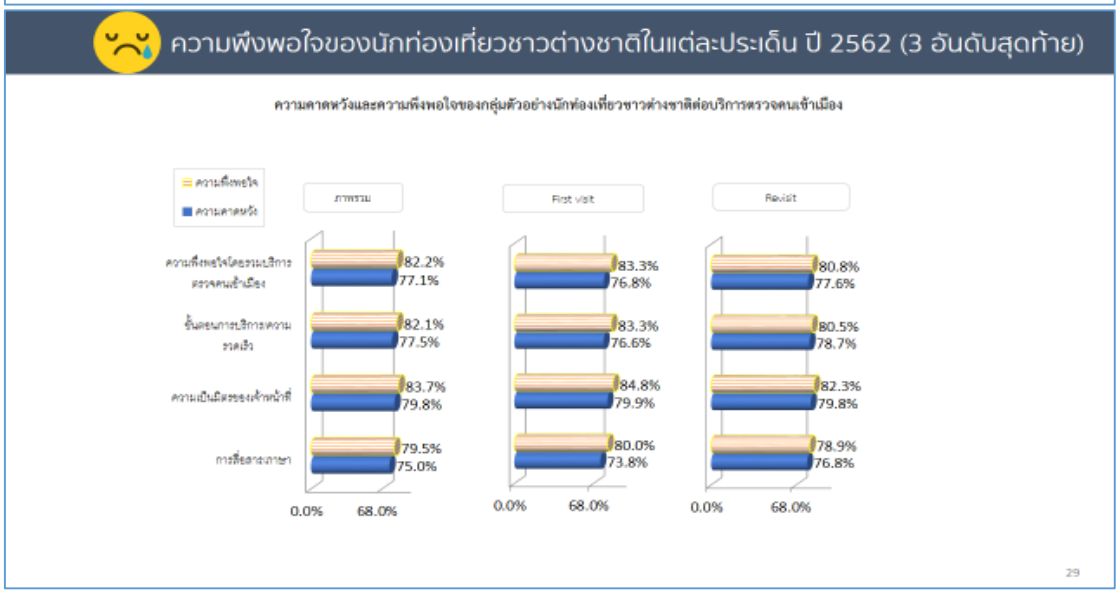

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562 (3 อันดับแรก)
ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อประชาชน
ภาพรวม
First visit
Revisit
88.0%
82.0%
84.2%
79.6%
86.5%
81.8%
89.6%
81.4%
88.1%
82.4%
84.0%
79.7%
86.2%
81.8%
89.8%
81.9%
87.9%
81.6%
84.5%
79.5%
86.8%
82.0%
89.3%
80.9%
0.0%
68.0%
24

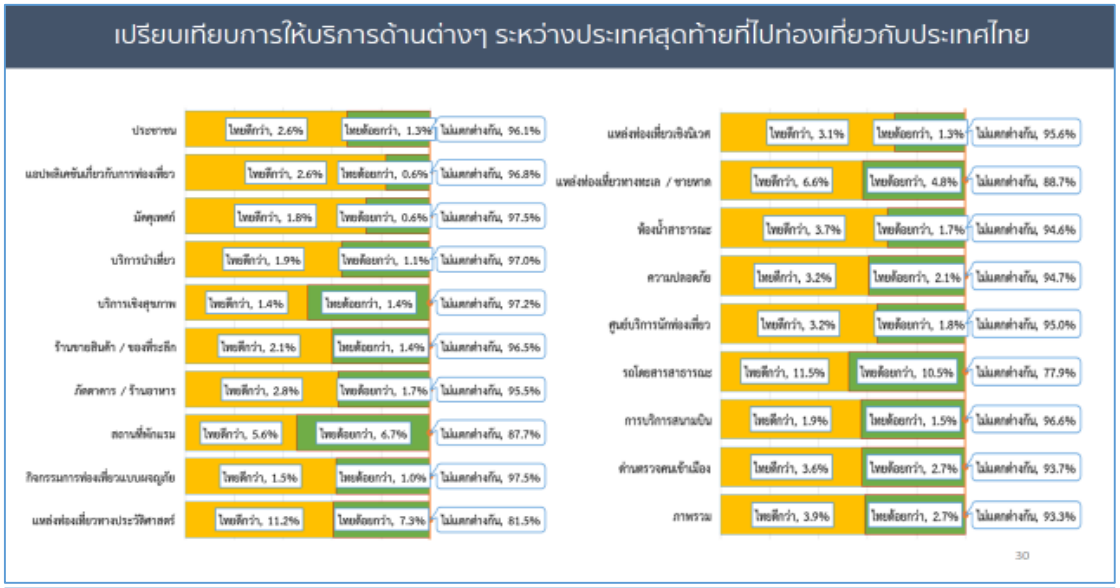

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562 (3 อันดับแรก)
ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแอปพลิเคชั่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
ภาพรวม
First visit
Revisit
87.9%
81.1%
87.7%
80.4%
87.4%
80.3%
87.7%
79.7%
87.9%
80.9%
87.8%
81.2%
87.3%
80.6%
87.8%
80.3%
87.8%
81.4%
87.4%
79.5%
87.5%
80.0%
87.5%
79.0%
0.0%
68.0%
25

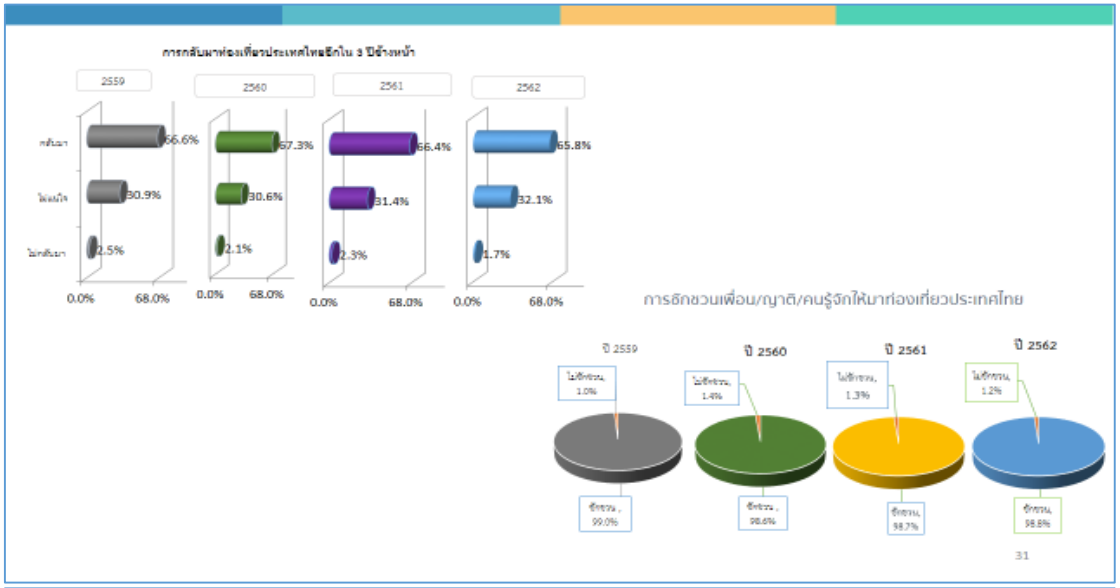

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562 (3 อันดับแรก)
ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการเชิงสุขภาพ
ภาพรวม
First visit
Revisit
87.5%
80.5%
86.1%
79.9%
87.1%
81.1%
84.7%
79.3%
86.7%
80.2%
86.8%
78.8%
85.1%
79.5%
86.1%
80.7%
86.8%
80.5%
87.4%
79.4%
87.9%
81.0%
86.5%
80.7%
87.4%
81.8%
85.1%
79.8%
87.4%
80.8%
87.2%
79.8%
85.6%
80.1%
86.3%
81.7%
87.0%
81.9%
87.7%
80.6%
87.2%
80.0%
85.7%
79.0%
86.9%
80.3%
84.2%
78.8%
86.0%
79.6%
86.4%
77.7%
84.6%
78.9%
85.9%
79.6%
86.5%
78.9%
87.1%
78.1%
0.0%
68.0%
26

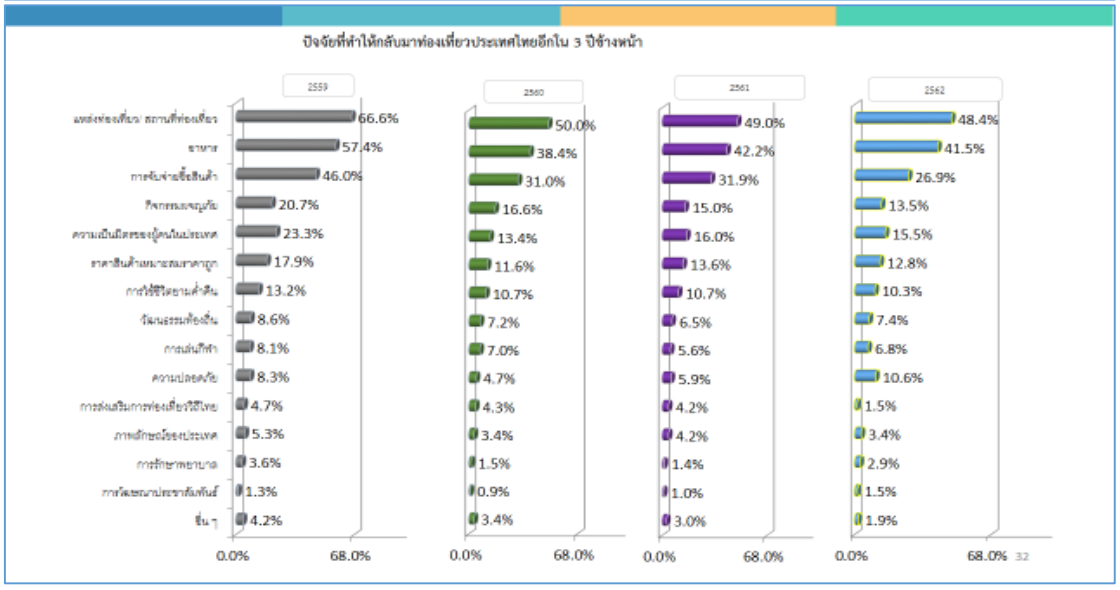

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562 (3 อันดับสุดท้าย)
ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อห้องน้ำสาธารณะ
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ภาพรวม
First visit
Revisit
ความพึงพอใจโดยรวมเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ
77.9%
77.0%
78.1%
77.5%
77.6%
76.3%
ความปลอดภัย
78.6%
78.0%
79.0%
78.5%
78.0%
77.5%
ความสะอาด
75.6%
79.2%
75.7%
80.6%
75.5%
77.3%
ความเพียงพอ
78.2%
76.9%
78.4%
76.9%
77.9%
77.0%
ความสะดวกในการเข้าถึง
78.5%
79.5%
78.6%
80.8%
78.4%
77.9%
0.0%
68.0%
27


ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562 (3 อันดับสุดท้าย)
ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อรถโดยสารสาธารณะ
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ภาพรวม
First visit
Revisit
ความพึงพอใจโดยรวมบริการรถโดยสารสาธารณะ
81.6%
78.5%
82.3%
79.5%
80.6%
77.3%
ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ
81.1%
78.3%
81.8%
79.7%
80.2%
76.9%
การให้บริการของพนักงาน
81.3%
78.6%
81.8%
79.5%
80.6%
77.3%
ความปลอดภัย
80.4%
76.7%
80.6%
76.8%
80.2%
76.6%
การใช้ภาษาในการสื่อสาร
76.9%
75.6%
77.0%
76.5%
76.9%
74.7%
ความสะอาดและความสะดวกสบาย
80.5%
76.6%
80.7%
75.9%
80.3%
77.4%
ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ
82.6%
76.7%
82.6%
76.9%
82.6%
76.6%
0.0%
68.0%
28


ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเด็น ปี 2562 (3 อันดับสุดท้าย)
ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการตรวจคนเข้าเมือง
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ภาพรวม
First visit
Revisit
ความพึงพอใจโดยรวมบริการตรวจคนเข้าเมือง
82.2%
77.1%
83.3%
76.8%
80.8%
77.6%
ขั้นตอนการบริการความรวดเร็ว
82.1%
77.5%
83.3%
76.6%
80.5%
78.7%
ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่
83.7%
79.8%
84.8%
79.9%
82.3%
79.8%
การสื่อสารภาษา
79.5%
75.0%
80.0%
73.8%
78.9%
76.8%
0.0%
68.0%
29

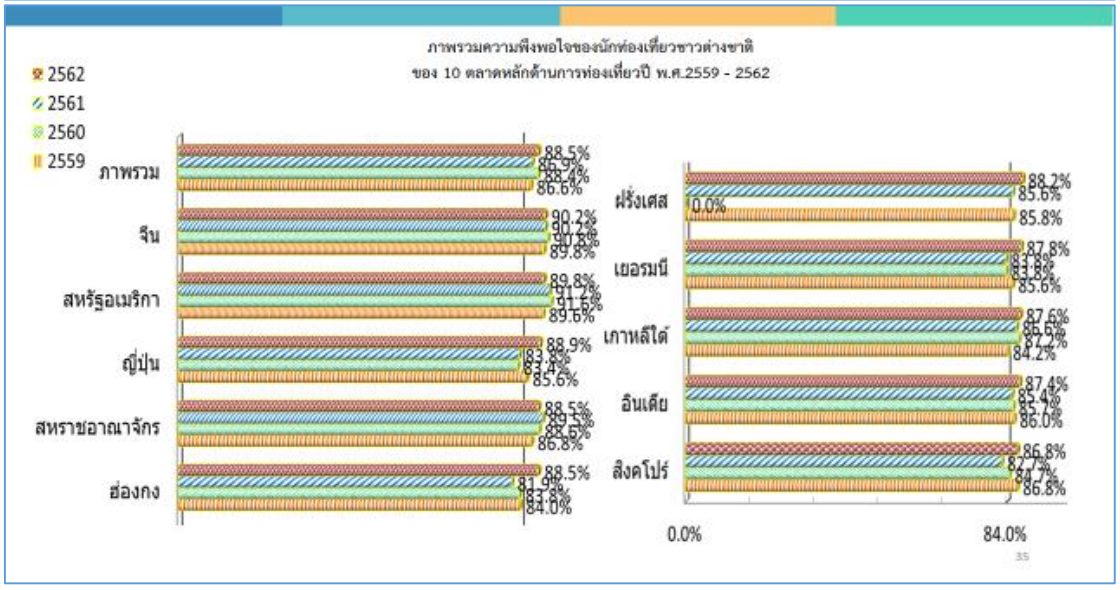

เปรียบเทียบการให้บริการด้านต่างๆ ระหว่างประเทศสุดท้ายที่ไปท่องเที่ยวกับประเทศไทย
ประชาชน
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
นักท่องเที่ยว
บริการนำเที่ยว
บริการเชิงสุขภาพ
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร
สถานที่พักแรม
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด
ห้องน้ำสาธารณะ
ความปลอดภัย
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
รถโดยสารสาธารณะ
การบริการสนามบิน
ด่านตรวจคนเข้าเมือง
ภาพรวม
30

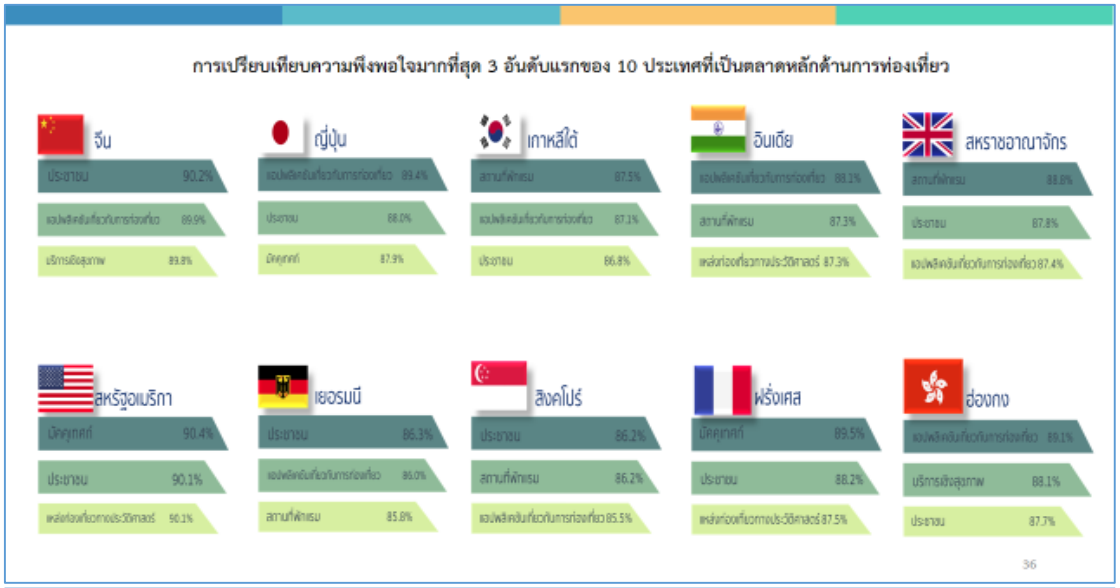

การกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า
2559
2560
2561
2562
66.6%
30.9%
2.5%
57.3%
30.6%
12.1%
66.4%
31.4%
2.3%
65.8%
32.1%
1.7%
0.0%
68.0%
การชักชวนเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย
ปี 2559
ปี 2560
ปี 2561
ปี 2562
31

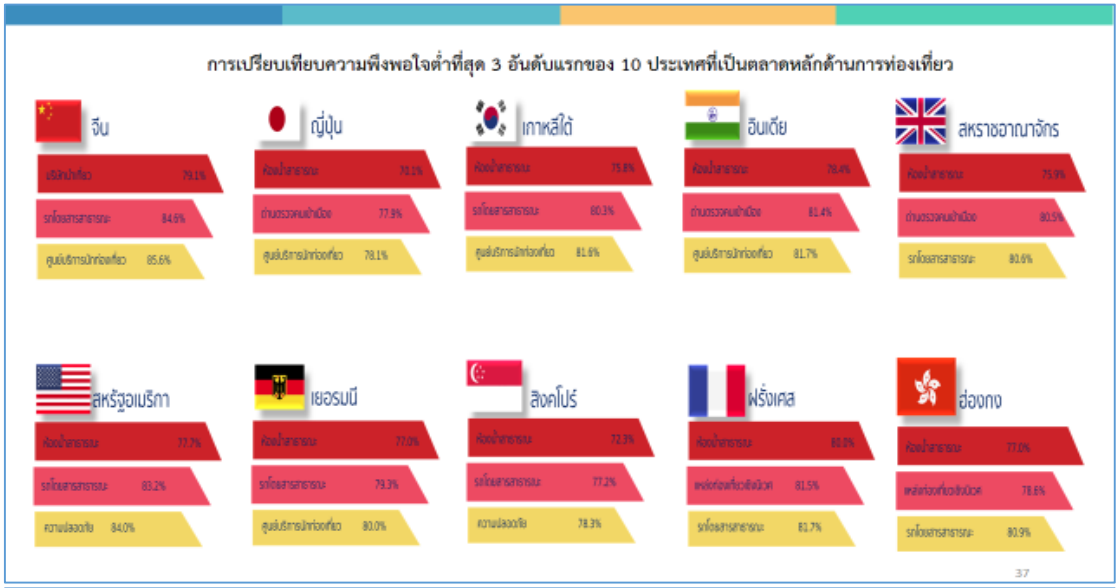

ปัจจัยที่ทำให้กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า
2559
2560
2561
2562
66.6%
57.4%
46.0%
20.7%
23.3%
17.9%
13.2%
8.6%
8.1%
8.3%
4.7%
5.3%
3.6%
1.3%
4.2%
50.0%
38.4%
31.0%
16.6%
13.4%
11.6%
10.7%
7.2%
7.0%
4.7%
4.3%
3.4%
1.5%
0.9%
3.4%
49.0%
42.2%
31.9%
15.0%
16.0%
13.6%
10.7%
6.5%
5.6%
5.9%
4.2%
4.2%
1.4%
1.0%
3.0%
48.4%
41.5%
26.9%
13.5%
15.5%
12.8%
10.3%
7.4%
6.8%
10.6%
1.5%
3.4%
2.9%
1.5%
1.9%
0.0%
68.0%
32


ความพึงพอใจในภาพรวมของ 4 สนามบิน ระหว่างปี 2559-2562
ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อบริการสนามบินปี พ.ศ.2559 - 2562
2562
2561
2560
2559
พึงพอใจมาก
พึงพอใจอย่างมาก
ภาพรวมสนามบิน
85.3%
84.8%
85.4%
85.0%
สุวรรณภูมิ
85.3%
85.4%
85.7%
86.4%
ดอนเมือง
84.4%
80.6%
83.4%
84.2%
ภูเก็ต
86.1%
85.5%
85.8%
79.6%
เชียงใหม่
85.8%
90.9%
86.0%
79.0%
0.0%
84.0%
33


สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อน และจุดแข็ง ของบริการสนามบิน 4 แห่ง
การให้บริการสนามบิน
ท่าอากาศยานนานาชาติ
สุวรรณภูมิ
ดอนเมือง
ภูเก็ต
เชียงใหม่
1) ป้ายบอกทาง ✓ × ✓ ✓
2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก ✓ × ✓ ✓
3) ห้องน้ำ ✓ × ✓ ✓
4) มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย × × × ×
5) มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย ✓ × × ×
6) ความเป็นมิตรของพนักงาน ✓ × ✓ ✓
7) การใช้ภาษาในการสื่อสาร × × × ×
8) บริการ wi-fi/internet × × × ×
9) ความปลอดภัย ✓ ✓ ✓ ✓
10) การให้บริการของพนักงาน ✓ × ✓ ✓
ภาพรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 85.3% 84.4% 86.1% 85.8%
✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป เป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
× หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ควรได้รับการพัฒนา
34


ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ของ 10 ตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2559 - 2562
2562
2561
2560
2559
ภาพรวม
จีน
สหรัฐอเมริกา
ญี่ปุ่น
สหราชอาณาจักร
ฮ่องกง
ฝรั่งเศส
เยอรมนี
เกาหลีใต้
อินเดีย
สิงคโปร์
0.0%
84.0%
35



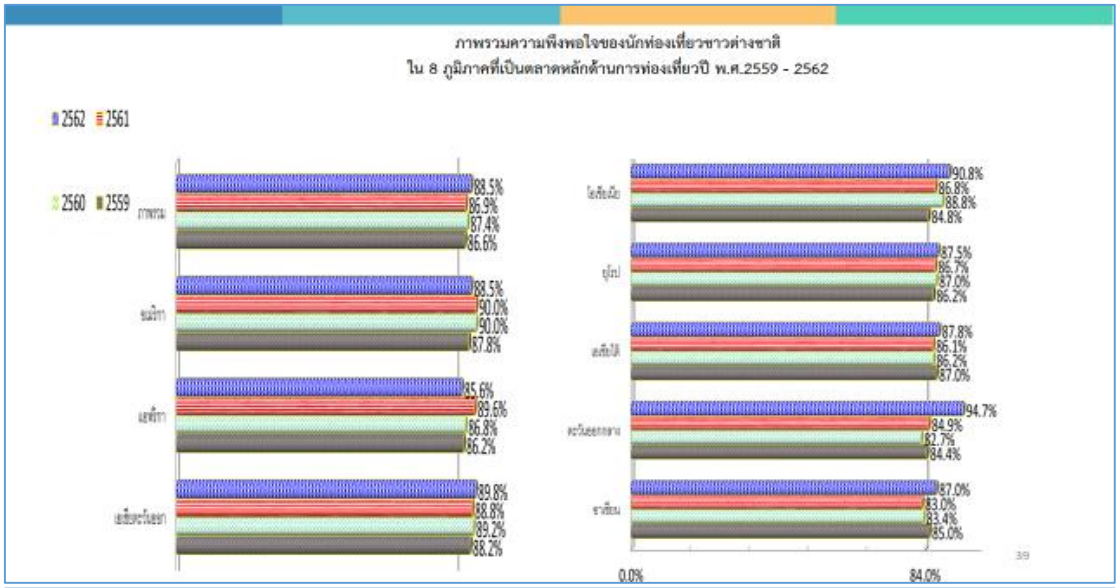


สรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 ประเทศที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

บริการด้านการท่องเที่ยว	จีน	ญี่ปุ่น	สหรัฐฯ	อินเดีย	เกาหลีใต้	สหราชอาณาจักร	สิงคโปร์	เยอรมนี	ฮ่องกง	ฝรั่งเศส
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	✓	×	✓	✓	×	✓	×	×	×	×
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×	✓	×	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✓	×	✓	×	×	×	×	×	×	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	×	✓	×	✓	✓	×	×	×	✓
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. มัคคุเทศก์	✓	✓	✓	✓	×	✓	✓	×	✓	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✓	×	✓	×	×	×	×	×	✓	✓
10. กิจกรรมผจญภัย	✓	×	✓	✓	×	✓	×	✓	×	×
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✓	×	✓	×	×	×	×	×	×	×
12. รถโดยสารสาธารณะ	✓	×	×	×	×	×	×	×	×	×
13. ห้องน้ำสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✓	×	✓	×	×	×	×	×	×	✓
15. สนามบิน	✓	×	✓	✓	✓	×	×	×	✓	✓
16. บริการนำเที่ยว	✓	×	✓	×	×	×	×	×	×	✓
17. ความปลอดภัย	✓	×	×	×	×	×	×	×	×	✓
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย ✓	17	5	15	9	7	9	5	6	7	12

✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป เป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
× หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ควรได้รับการพัฒนา

38


ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ใน 8 ภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2559 - 2562
2562
2561
2560
2559
88.5%
86.9%
87.4%
86.6%
88.5%
90.0%
90.0%
87.8%
85.6%
89.6%
86.8%
86.2%
89.8%
88.8%
89.2%
88.2%
90.8%
86.8%
88.8%
84.8%
87.5%
86.7%
87.0%
86.2%
87.8%
86.1%
86.2%
87.0%
94.7%
84.9%
82.7%
84.4%
87.0%
83.0%
83.4%
85.0%
0.0%
84.0%
39


การเปรียบเทียบความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค
Asean
ประชาชน 88.4%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 88.1%
บัตรคุณภาพ 87.9%
South Asia
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 88.2%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 87.6%
สถานที่พักแรม 87.4%
Middle East
ประชาชน 94.7%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 92.7%
บริการเชิงสุขภาพ 91.5%
Europe
บริการเชิงสุขภาพ 87.1%
บัตรคุณภาพ 87.0%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ชายหาด 86.8%
America
บริการเชิงสุขภาพ 88.4%
สถานที่พักแรม 88.4%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 88.3%
Africa
บริการเชิงสุขภาพ 89.5%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 87.0 %
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร 86.7%
Oceania
ประชาชน 89.9%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 89.0%
สถานที่พักแรม 88.6%
40


การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่ำที่สุด 3 อันดับแรกของแต่ละภูมิภาค
Asean
ห้องน้ำสาธารณะ 78.4%
รถโดยสารสาธารณะ 82.1%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 82.4%
South Asia
ห้องน้ำสาธารณะ 78.4%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 81.7%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.1%
Middle East
ห้องน้ำสาธารณะ 79.0%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 81.4%
รถโดยสารสาธารณะ 82.1%
Europe
ห้องน้ำสาธารณะ 76.8%
รถโดยสารสาธารณะ 80.2%
ร้านขายสินค้าของที่ระลึก 81.0%
America
ห้องน้ำสาธารณะ 76.9%
รถโดยสารสาธารณะ 81.5%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 82.5%
Africa
ห้องน้ำสาธารณะ 74.0%
รถโดยสารสาธารณะ 75.9%
ด่านตรวจคนเข้าเมือง 78.3%
Oceania
ห้องน้ำสาธารณะ 77.6%
ร้านขายสินค้าของที่ระลึก 81.9%
รถโดยสารสาธารณะ 81.8%
41



สรุปประเด็นที่เป็นจุดแข็ง และที่ควรพัฒนาของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค

บริการด้านการท่องเที่ยว	ภาพรวม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันตก	ภาคกลาง
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	×	✓	×	×	×	×	✓	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✓	✓	×	✓	✓	✓	✓
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. นักดนตรี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	×	✓	×	×	×	×	✓	×
10. กิจกรรมผจญภัย	×	✓	×	✓	✓	✓	✓	×
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	×	✓	×	×	✓	×	✓	×
12. รถโดยสารสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×
13. ห้องน้ำสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	×	✓	×	×	×	×	✓	×
15. สนามบิน	×	✓	✓	✓	✓	×	✓	×
16. บริการนำเที่ยว	×	✓	×	×	×	✓	✓	✓
17. ความปลอดภัย	×	✓	×	×	✓	×	✓	×
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย✓	7	16	9	9	12	10	15	7

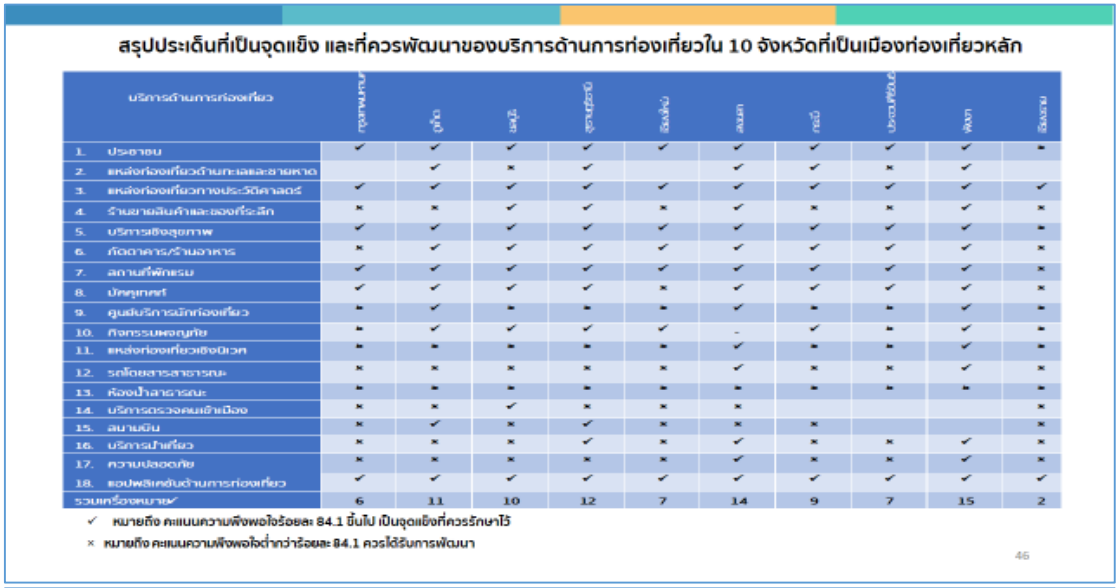
✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป เป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
× หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ควรได้รับการพัฒนา

42







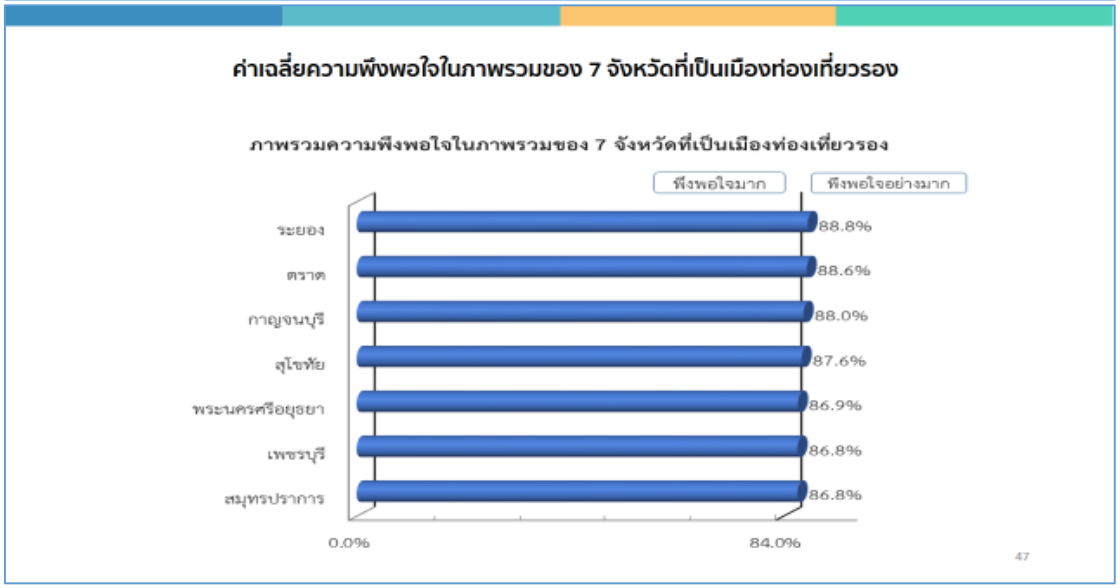


สรุปประเด็นที่เป็นจุดแข็ง และที่ควรพัฒนาของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

บริการด้านการท่องเที่ยว	กรุงเทพมหานคร	ภูเก็ต	ชลบุรี	สุราษฎร์ธานี	เชียงใหม่	สงขลา	กระบี่	ประจวบคีรีขันธ์	พังงา	เชียงราย
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด		✓	×	✓		✓	✓	×	✓	
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	×	×	✓	✓	×	✓	×	×	✓	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
8. ปัตตุเทศก์	✓	✓	✓	✓	×	✓	✓	✓	✓	×
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	×	✓	×	×	×	✓	×	×	✓	×
10. กิจกรรมผจญภัย	×	✓	✓	✓	✓	-	✓	×	✓	×
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	×	×	×	×	×	✓	×	×	✓	×
12. รถโดยสารสาธารณะ	×	×	×	×	×	✓	×	×	✓	×
13. ห้องน้ำสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง	×	×	✓	×	×	×				×
15. สนามบิน	×	✓	×	✓	×	×	×			×
16. บริการนำเที่ยว	×	×	×	✓	×	✓	×	×	✓	×
17. ความปลอดภัย	×	×	×	×	×	✓	×	×	✓	×
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย✓	6	11	10	12	7	14	9	7	15	2

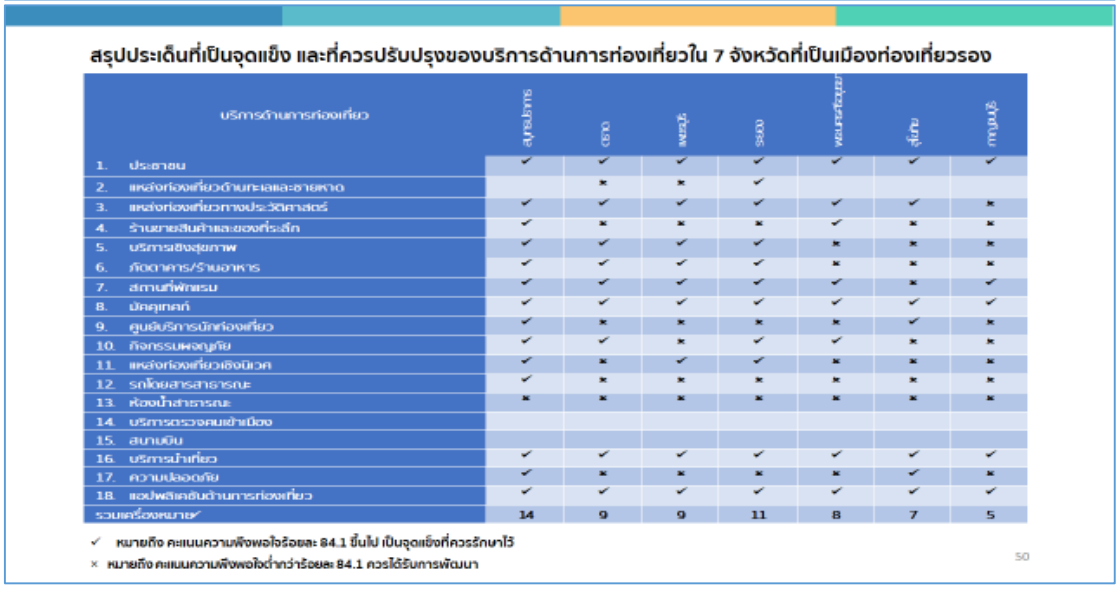
✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป เป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
× หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ควรได้รับการพัฒนา

46







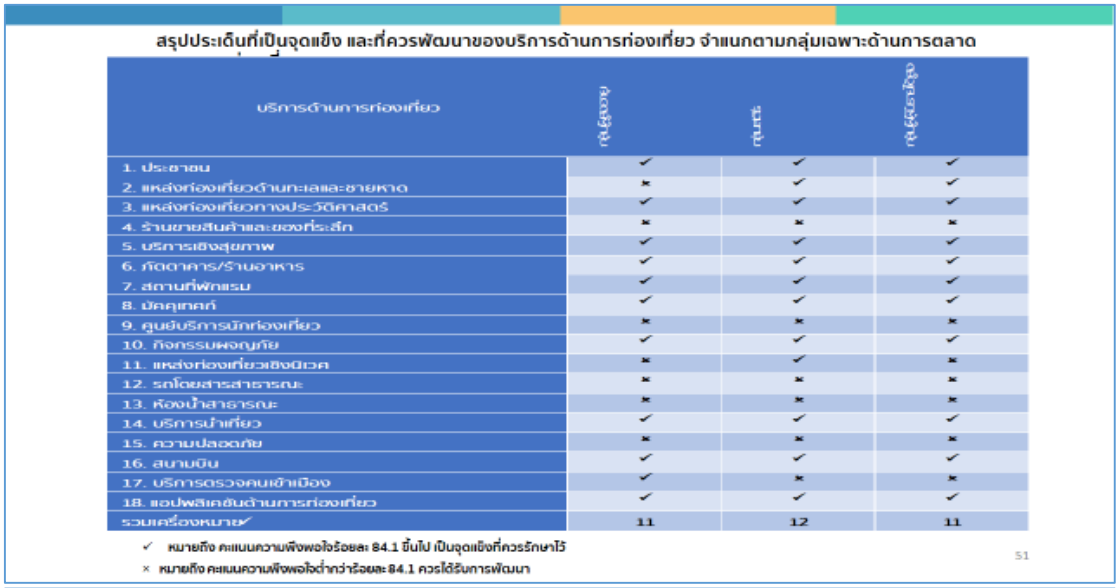


สรุปประเด็นที่เป็นจุดแข็ง และที่ควรปรับปรุงของบริการด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง

บริการด้านการท่องเที่ยว	สมุทรปราการ	ตราด	เพชรบุรี	ระยอง	พระนครศรีอยุธยา	สุโขทัย	กาญจนบุรี
1. ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด		×	×	✓			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	✓	×	×	×	✓	×	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	×	×	×
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✓	✓	✓	×	×	×
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	×	✓
8. บัตรคุณภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	✓	×	×	×	×	✓	×
10. กิจกรรมผจญภัย	✓	✓	×	✓	✓	×	×
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	✓	×	✓	✓	×	×	×
12. รถโดยสารสาธารณะ	✓	×	×	×	×	×	×
13. ห้องน้ำสาธารณะ	×	×	×	×	×	×	×
14. บริการตรวจคนเข้าเมือง							
15. สนามบิน							
16. บริการนำเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17. ความปลอดภัย	✓	×	×	×	×	✓	×
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย	14	9	9	11	8	7	5

✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป เป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
× หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ควรได้รับการพัฒนา

50

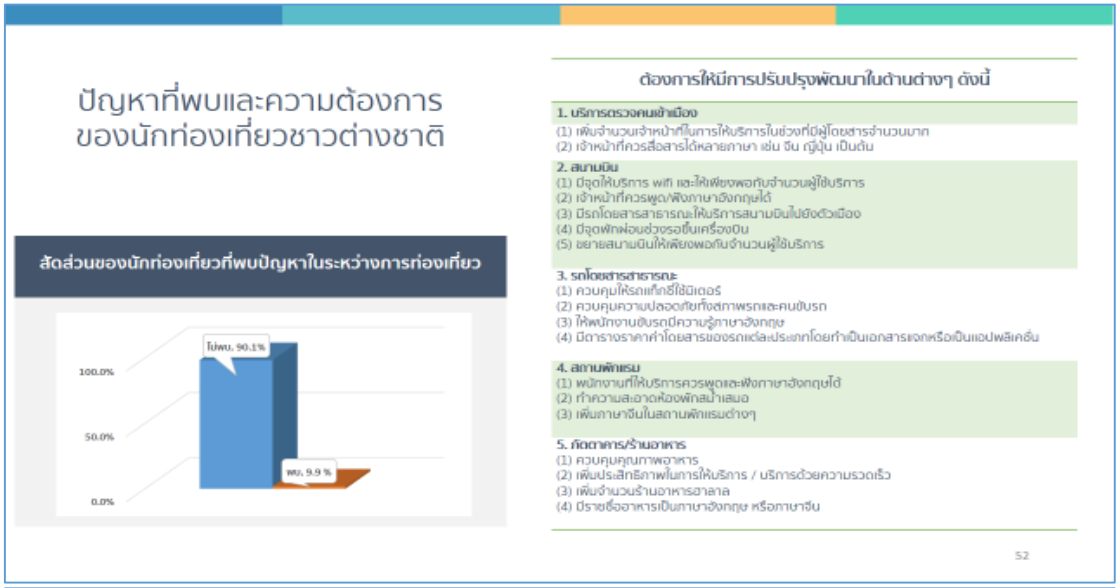


สรุปประเด็นที่เป็นจุดแข็ง และที่ควรพัฒนาของบริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มเฉพาะด้านการตลาด

บริการด้านการท่องเที่ยว	กลุ่มผู้สูงวัย	กลุ่มทั่วไป	กลุ่มผู้มีรายได้สูง
1. ประชาชน	✓	✓	✓
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด	×	✓	✓
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	✓	✓	✓
4. ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก	×	×	×
5. บริการเชิงสุขภาพ	✓	✓	✓
6. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✓	✓
7. สถานที่พักแรม	✓	✓	✓
8. นัดคุมเศก์	✓	✓	✓
9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	×	×	×
10. กิจกรรมผจญภัย	✓	✓	✓
11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	×	✓	×
12. รถโดยสารสาธารณะ	×	×	×
13. ห้องน้ำสาธารณะ	×	×	×
14. บริการนำเที่ยว	✓	✓	✓
15. ความปลอดภัย	×	×	×
16. สนามบิน	✓	✓	✓
17. บริการตรวจคนเข้าเมือง	✓	×	×
18. แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓
รวมเครื่องหมาย✓	11	12	11

✓ หมายถึง คะแนนความพึงพอใจร้อยละ 84.1 ขึ้นไป เป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้
× หมายถึง คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 84.1 ควรได้รับการพัฒนา

51



ปัญหาที่พบและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่พบปัญหาในระหว่างการท่องเที่ยว

ต้องการให้มีการปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. บริการตรวจคนเข้าเมือง
(1) เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการในช่วงที่มีผู้โดยสารจำนวนมาก
(2) เจ้าหน้าที่ควรสื่อสารได้หลายภาษา เช่น จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น

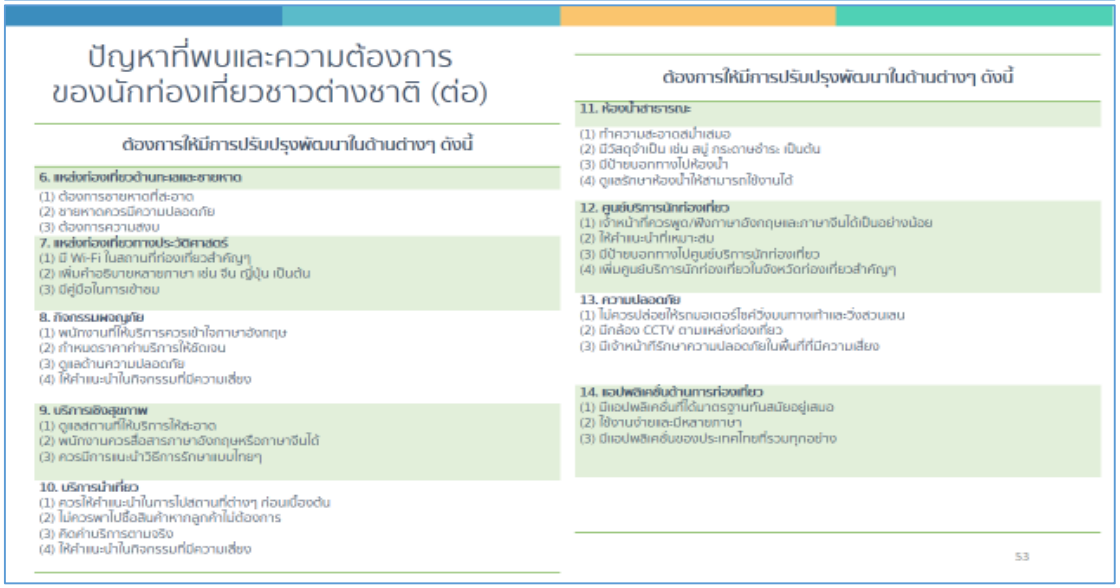
2. สนามบิน
(1) มีจุดให้บริการ wifi และให้เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ
(2) เจ้าหน้าที่ควรพูด/ฟังภาษาอังกฤษได้
(3) มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสนามบินไปยังตัวเมือง
(4) มีจุดพักผ่อนช่วงรอขึ้นเครื่องบิน
(5) ขยายสนามบินให้เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ

3. รถโดยสารสาธารณะ
(1) ควบคุมให้รถแท็กซี่ใช้มิเตอร์
(2) ควบคุมความปลอดภัยทั้งสภาพรถและคนขับรถ
(3) ให้พนักงานขับรถมีความรู้ภาษาอังกฤษ
(4) มีตารางราคาคำโดยสารของรถแต่ละประเภทโดยทำเป็นเอกสารแจกหรือเป็นแอปพลิเคชั่น

4. สถานที่พักแรม
(1) พนักงานที่ให้บริการควรพูดและฟังภาษาอังกฤษได้
(2) ทำความสะอาดห้องพักน้ำเสมอ
(3) เพิ่มภาษาจีนในสถานพักแรมต่างๆ

5. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร
(1) ควบคุมคุณภาพอาหาร
(2) เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ / บริการด้วยความรวดเร็ว
(3) เพิ่มจำนวนร้านอาหารฮาลาล
(4) มีรายชื่ออาหารเป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน

52



ปัญหาที่พบและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

ต้องการให้มีการปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

6. แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด
(1) ต้องการชายหาดที่สะอาด
(2) ชายหาดควรมีความปลอดภัย
(3) ต้องการความสงบ

7. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
(1) มี Wi-Fi ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ
(2) เพิ่มคำอธิบายหลายภาษา เช่น จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น
(3) มีคู่มือในการเข้าชม

8. กิจกรรมผจญภัย
(1) พนักงานที่ให้บริการควรเข้าใจภาษาอังกฤษ
(2) กำหนดราคาค่าบริการให้ชัดเจน
(3) ดูแลด้านความปลอดภัย
(4) ให้คำแนะนำในกิจกรรมที่มีความเสี่ยง

9. บริการเชิงสุขภาพ
(1) ดูแลสถานที่ให้บริการให้สะอาด
(2) พนักงานควรสื่อสารภาษาอังกฤษหรือภาษาจีนได้
(3) ควรมีการแนะนำวิธีการรักษาแบบไทยๆ

10. บริการนำเที่ยว
(1) ควรให้คำแนะนำในการไปสถานที่ต่างๆ ก่อนเบื้องต้น
(2) ไม่ควรพาไปซื้อสินค้าหากลูกค้าไม่ต้องการ
(3) คิดค่าบริการตามจริง
(4) ให้คำแนะนำในกิจกรรมที่มีความเสี่ยง

ต้องการให้มีการปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

11. ห้องน้ำสาธารณะ
(1) ทำความสะอาดสม่ำเสมอ
(2) มีวัสดุจำเป็น เช่น สบู่ กระดาษชำระ เป็นต้น
(3) มีป้ายบอกทางไปห้องน้ำ
(4) ดูแลรักษาห้องน้ำให้สามารถใช้งานได้

12. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
(1) เจ้าหน้าที่ควรพูด/ฟังภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้เป็นอย่างน้อย
(2) ให้คำแนะนำที่เหมาะสม
(3) มีป้ายบอกทางไปศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
(4) เพิ่มศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญๆ

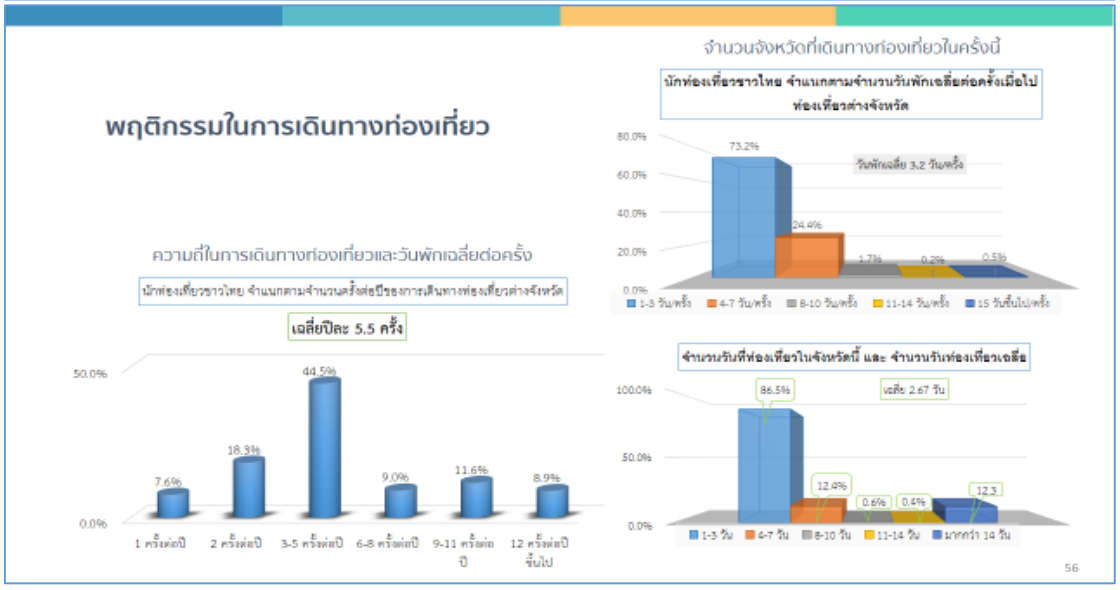
13. ความปลอดภัย
(1) ไม่ควรปล่อยให้รถมอเตอร์ไซค์วิ่งบนทางเท้าและวิ่งสวนเลน
(2) มีกล้อง CCTV ตามแหล่งท่องเที่ยว
(3) มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีความเสี่ยง

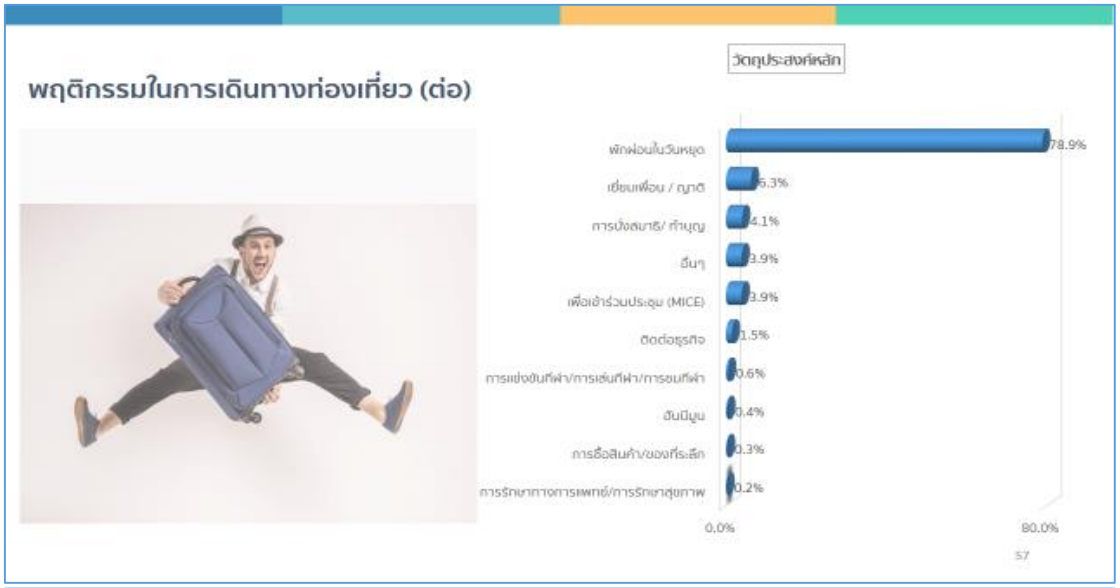
14. แอปพลิเคชั่นด้านการท่องเที่ยว
(1) มีแอปพลิเคชั่นที่ได้มาตรฐานทันสมัยอยู่เสมอ
(2) ใช้งานง่ายและมีหลายภาษา
(3) มีแอปพลิเคชั่นของประเทศไทยที่รวมทุกอย่าง

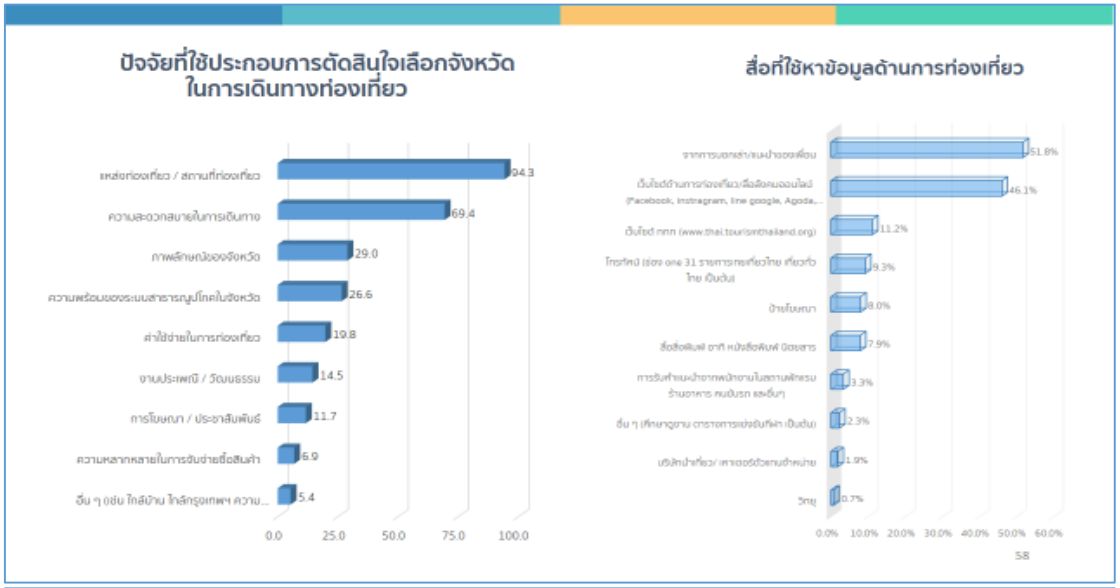
53

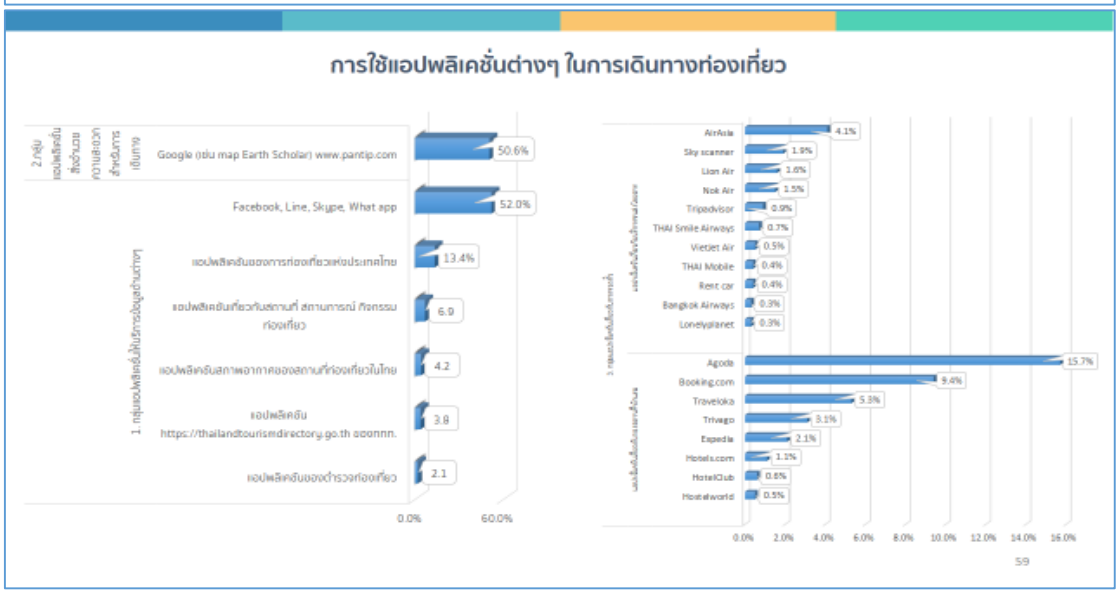

การสำรวจความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2562
54

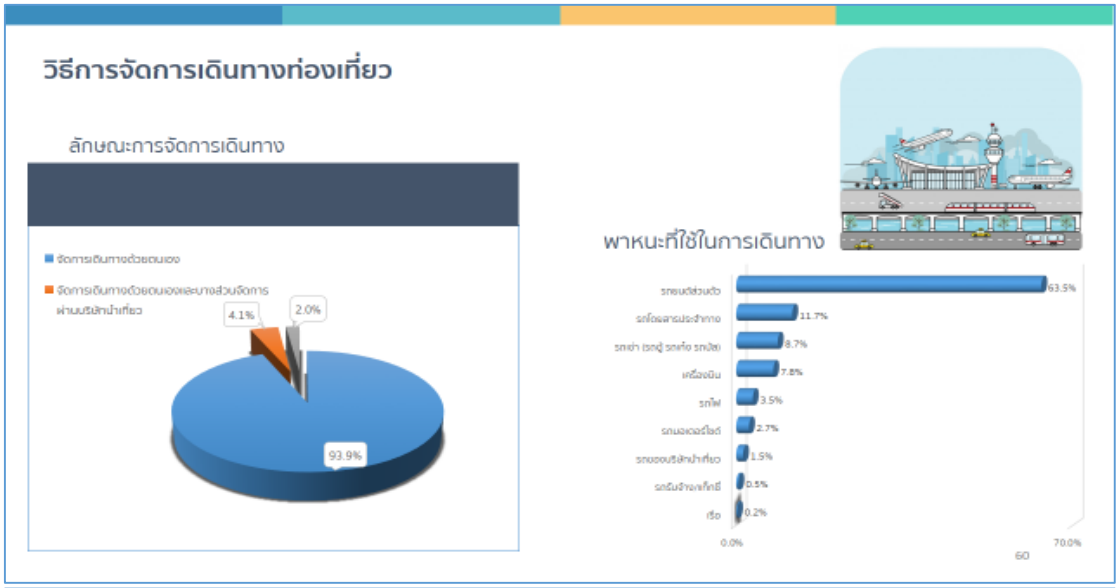

ลักษณะประชากรศาสตร์
ผลการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย
จำนวน 10,527 ราย พบว่า
จำแนกตามเพศ
ร้อยละ 60.4
ร้อยละ 39.6
นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ
37.0%
29.2%
22.8%
7.6%
2.7%
0.8%
25-34 ปี
15-24 ปี
35-44 ปี
45-54 ปี
55-64 ปี
55

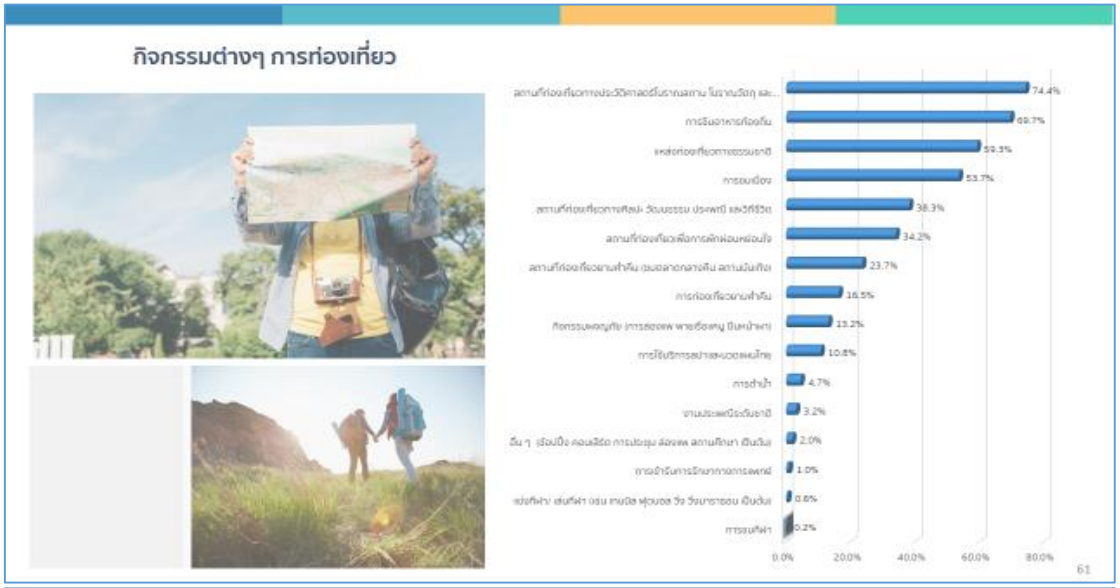

พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวและวันพักเฉลี่ยต่อครั้ง
เฉลี่ยปีละ 5.5 ครั้ง
7.6%
18.3%
44.5%
9.0%
11.6%
8.9%
1 ครั้งต่อปี
2 ครั้งต่อปี
3-5 ครั้งต่อปี
6-8 ครั้งต่อปี
9-11 ครั้งต่อปี
12 ครั้งต่อปีขึ้นไป
จำนวนจังหวัดที่เดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้
73.2%
24.4%
1.7%
0.2%
0.5%
86.5%
12.4%
0.6%
0.4%
56


พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว (ต่อ)
วัตถุประสงค์หลัก
พักผ่อนในวันหยุด
เยี่ยมเพื่อน / ญาติ
การบำเพ็ญสมาธิ/ ทำบุญ
อื่นๆ
เพื่อเข้าร่วมประชุม (MICE)
ติดต่อธุรกิจ
การแข่งขันกีฬา/การเล่นกีฬา/การชมกีฬา
ดื่มนิมูน
การซื้อสินค้า/ของที่ระลึก
การรักษาทางการแพทย์/การรักษาสุขภาพ
78.9%
5.3%
4.1%
3.9%
3.9%
1.5%
0.6%
0.4%
0.3%
0.2%
0.0%
80.0%
57

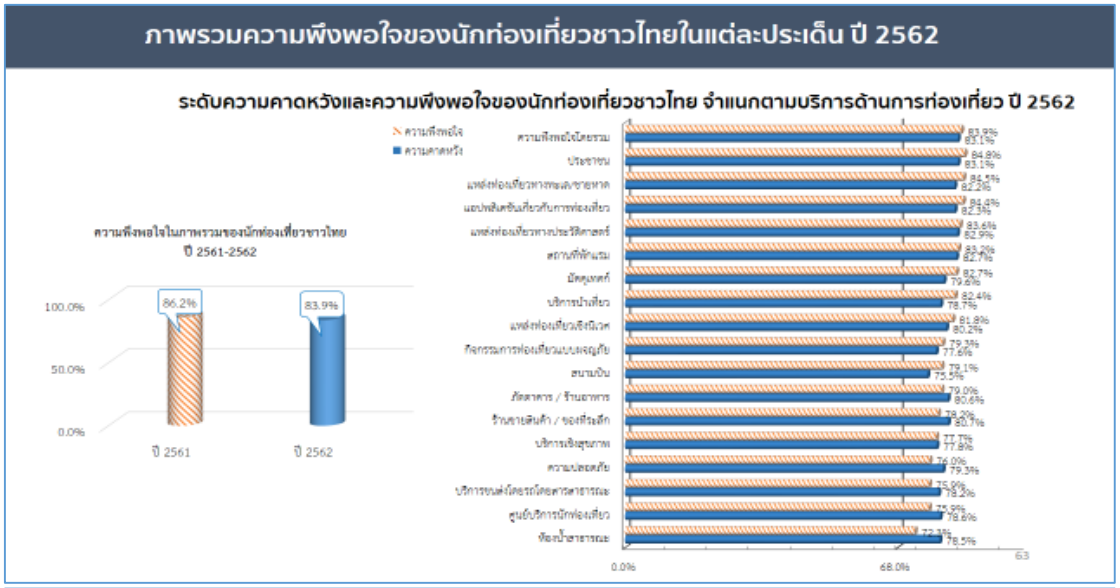

ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกจังหวัด ในการเดินทางท่องเที่ยว
แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว
ความสะดวกสบายในการเดินทาง
ภาพลักษณ์ของจังหวัด
ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในจังหวัด
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
งานประเพณี / วัฒนธรรม
การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์
ความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า
อื่น ๆ (เช่น ใกล้บ้าน ใกล้กรุงเทพฯ ความ...
94.3
69.4
29.0
26.6
19.8
14.5
11.7
6.9
5.4
0.0
25.0
50.0
75.0
100.0
สื่อที่ใช้หาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
51.8%
46.1%
11.2%
9.3%
8.0%
7.9%
3.3%
2.3%
1.9%
0.7%
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
40.0%
50.0%
60.0%
58

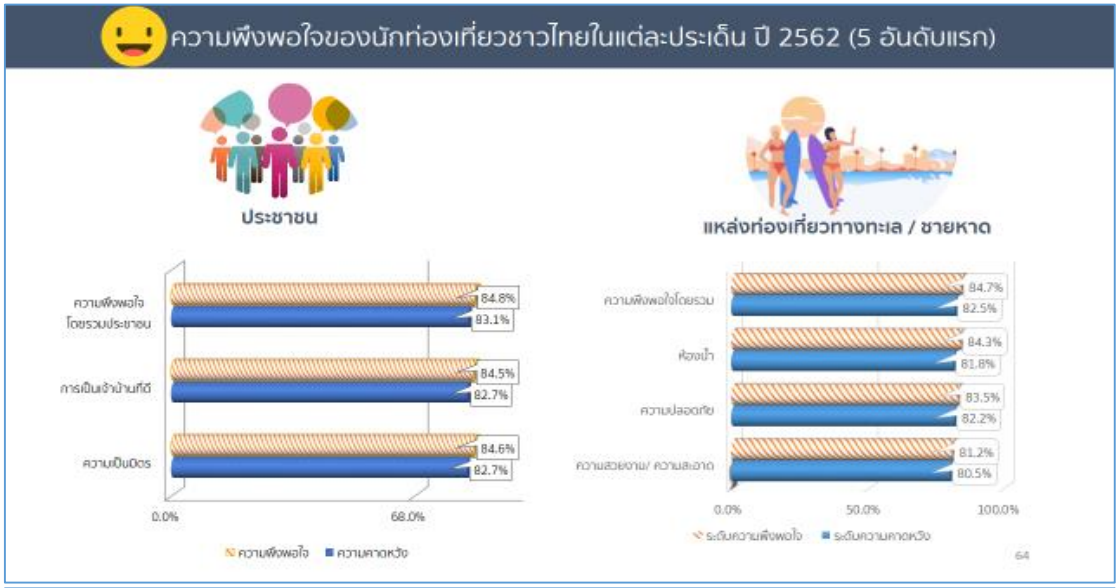

การใช้แอปพลิเคชั่นต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว
Google (เช่น map Earth Scholar) www.pantip.com
Facebook, Line, Skype, What app
แอปพลิเคชันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับสถานที่ สถานการณ์ กิจกรรม ท่องเที่ยว
แอปพลิเคชันสภาพอากาศของสถานที่ท่องเที่ยวในไทย
แอปพลิเคชัน https://thailandtourismdirectory.go.th ของกกท.
แอปพลิเคชันของตำรวจท่องเที่ยว
50.6%
52.0%
13.4%
6.9
4.2
3.8
2.1
0.0%
60.0%
AirAsia
Sky scanner
Lion Air
Nok Air
Tripadvisor
THAI Smile Airways
Vietjet Air
THAI Mobile
Rent car
Bangkok Airways
Lonelyplanet
Agoda
Booking.com
Traveloka
Trivago
Expedia
Hotels.com
HotelClub
Hotelsworld
4.1%
1.9%
1.6%
1.5%
0.9%
0.7%
0.5%
0.4%
0.4%
0.3%
0.3%
15.7%
9.4%
5.3%
3.1%
2.1%
1.1%
0.6%
0.5%
0.0%
2.0%
4.0%
6.0%
8.0%
10.0%
12.0%
14.0%
16.0%
59

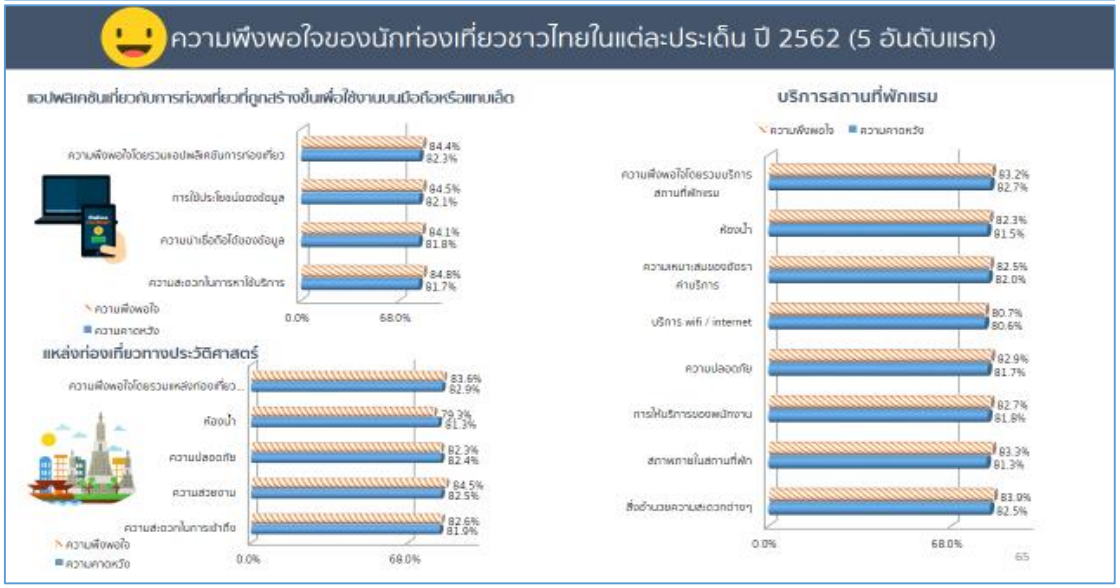

วิธีการจัดการเดินทางท่องเที่ยว
ลักษณะการจัดการเดินทาง
จัดการเดินทางด้วยตนเอง
จัดการเดินทางด้วยตนเองและบางส่วนจัดการผ่านบริษัทนำเที่ยว
4.1%
2.0%
93.9%
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
63.5%
11.7%
8.7%
7.8%
3.5%
2.7%
1.5%
0.5%
0.2%
0.0%
70.0%
60

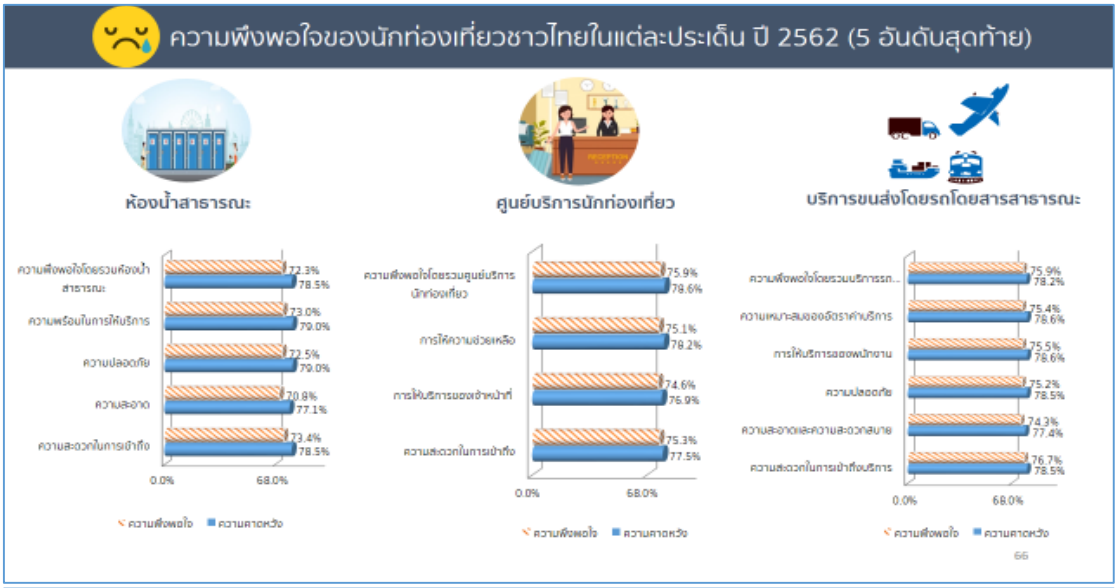

กิจกรรมต่างๆ การท่องเที่ยว
74.4%
69.7%
59.3%
53.7%
38.3%
34.2%
23.7%
16.5%
13.2%
10.8%
4.7%
3.2%
2.0%
1.0%
0.6%
0.2%
0.0%
20.0%
40.0%
60.0%
80.0%
61


ผลการวิเคราะห์ทัศนคติความพึงพอใจ ความคาดหวัง และความต้องการ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
การประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ
ความพึงพอใจ น้อยมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 20.0 - 36.0
ความพึงพอใจ น้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 36.1 – 52.0
ความพึงพอใจ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 52.1 – 68.0
ความพึงพอใจ มาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 68.1 – 84.0
ความพึงพอใจอย่างมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 84.1 – 100.0
62

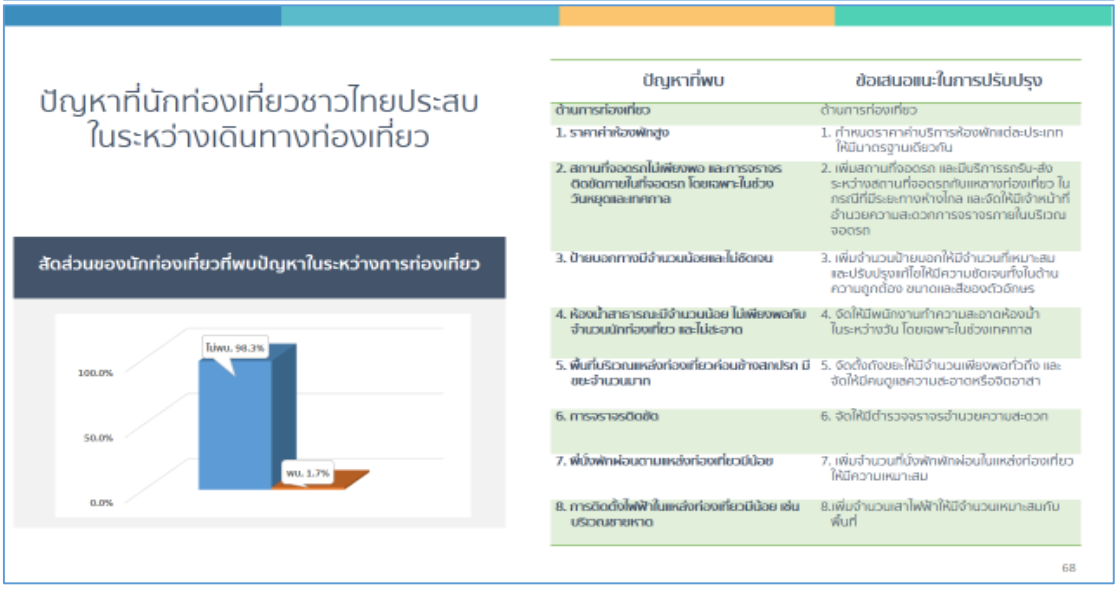

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละประเด็น ปี 2562
ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามบริการด้านการท่องเที่ยว ปี 2562
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2561-2562
100.0%
50.0%
0.0%
86.2%
83.9%
ปี 2561
ปี 2562
ความพึงพอใจโดยรวม 83.9% 83.1%
ประชาชน 84.8% 83.1%
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ชายหาด 84.5% 82.3%
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 84.4% 82.3%
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 83.6% 82.9%
สถานที่พักแรม 83.2% 82.7%
มัคคุเทศก์ 82.7% 79.8%
บริการนำเที่ยว 82.4% 78.7%
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 81.8% 80.2%
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 79.3% 77.6%
สนามบิน 79.1% 75.9%
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร 79.0% 80.6%
ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก 78.2% 80.7%
บริการเชิงสุขภาพ 77.7% 77.8%
ความปลอดภัย 76.0% 79.3%
บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ 75.0% 78.2%
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 75.5% 78.6%
ห้องน้ำสาธารณะ 72.3% 78.5%
0.0%
68.0%
63


ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละประเด็น ปี 2562 (5 อันดับแรก)
ประชาชน
ความพึงพอใจโดยรวมประชาชน 84.8% 83.1%
การเป็นเจ้าบ้านที่ดี 84.5% 82.7%
ความเป็นมิตร 84.6% 82.7%
0.0%
68.0%
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด
ความพึงพอใจโดยรวม 84.7% 82.5%
ห้องน้ำ 84.3% 81.8%
ความปลอดภัย 83.5% 82.2%
ความสวยงาม/ ความสะอาด 81.2% 80.5%
0.0%
50.0%
100.0%
ระดับความพึงพอใจ
ระดับความคาดหวัง
64


ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละประเด็น ปี 2562 (5 อันดับแรก)
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต
ความพึงพอใจโดยรวมแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 84.4% 82.3%
การใช้ประโยชน์ของข้อมูล 84.5% 82.1%
ความน่าเชื่อถือของข้อมูล 84.1% 81.8%
ความสะดวกในการหาใช้บริการ 84.8% 81.7%
0.0%
68.0%
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
ความพึงพอใจโดยรวมแหล่งท่องเที่ยว... 83.6% 82.9%
ห้องน้ำ 79.2% 81.3%
ความปลอดภัย 82.3% 82.4%
ความสวยงาม 84.5% 82.5%
ความสะดวกในการเข้าถึง 82.6% 81.9%
0.0%
68.0%
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
บริการสถานที่พักแรม
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
ความพึงพอใจโดยรวมบริการสถานที่พักแรม 83.2% 82.7%
ห้องน้ำ 82.3% 81.5%
ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ 82.5% 82.0%
บริการ wifi / internet 80.7% 80.6%
ความปลอดภัย 82.9% 81.7%
การให้บริการของพนักงาน 82.7% 81.8%
สภาพภายในสถานที่พัก 83.3% 81.3%
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 83.0% 82.5%
0.0%
68.0%
65


ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละประเด็น ปี 2562 (5 อันดับสุดท้าย)
ห้องน้ำสาธารณะ
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ
ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง
66


ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละประเด็น ปี 2562 (5 อันดับสุดท้าย)
ความปลอดภัย
บริการเชิงสุขภาพ
67


ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประสบ
ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว
สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่พบปัญหาในระหว่างการท่องเที่ยว
ปัญหาที่พบ
ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
68

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประสบในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว (ต่อ)

ความพึงพอใจ นทท ชาวไทย สูงกว่า / ต่ำกว่า 84.1



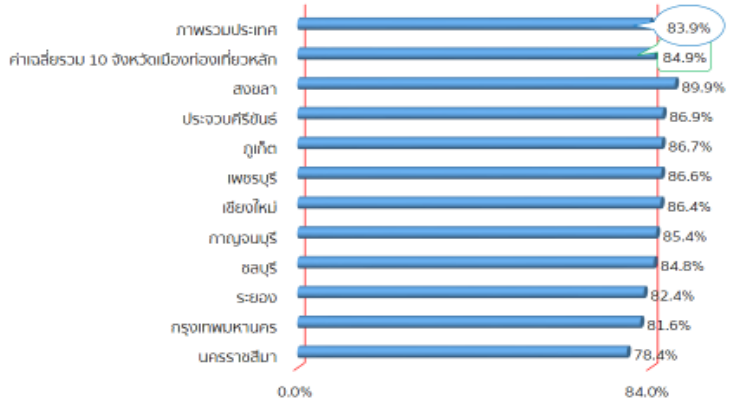
ปัญหาที่พบ	ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
1. การให้บริการข้อมูล	1. ควรให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง ชัดเจน เช่น ราคาห้องพัก โปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น
2. มารยาทในการให้บริการ	2. ควรให้บริการด้วยความสุภาพ โดยเฉพาะการพูดจา บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส
3. จำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ โดยเฉพาะในวันหยุดและเทศกาล
ด้านสินค้าและบริการ	ด้านสินค้าและบริการ
1. ประเภทของสินค้าและอาหารที่ให้บริการมีน้อย	1. ควรให้บริการสินค้าและอาหารที่มีความหลากหลาย เพื่อสร้างทางเลือกให้ลูกค้านักท่องเที่ยวมากขึ้น
2. อาหารทะเลไม่สด มีราคาแพง	2. กำหนดราคาอาหารทะเลให้มีความเหมาะสม และสร้างความตระหนักผู้ให้บริการด้านคุณภาพสินค้า
3. ไม่มีป้ายแสดงราคาสินค้า	3. ควรกวดขันให้ผู้ประกอบการติดป้ายราคาสินค้าและบริการ
4. ราคาสินค้าและบริการแพงเกินมาตรฐาน	4. ควรกวดขันให้ผู้ประกอบการกำหนดราคาสินค้าและบริการที่เหมาะสม ไม่เกินมาตรฐานราคาทั่วไป

69

ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ใน 10 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก

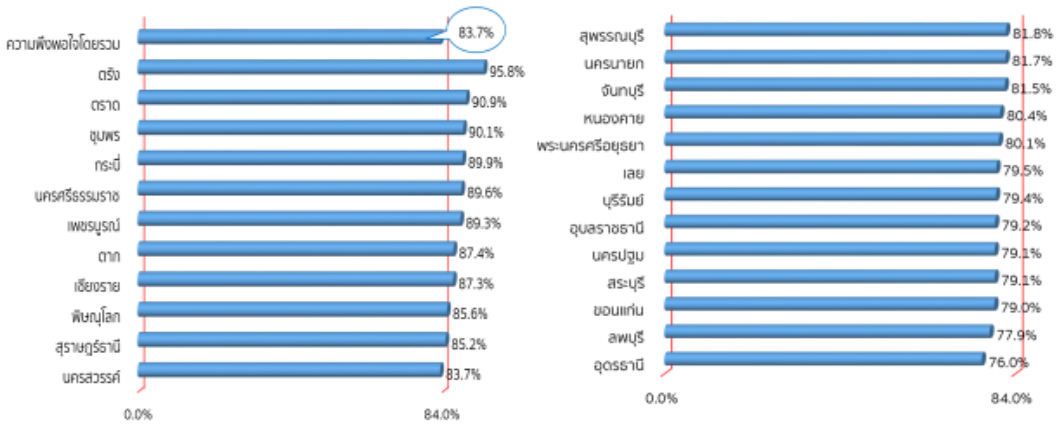
ความพึงพอใจ นทท ชาวไทยรายจังหวัด

ความพึงพอใจโดยรวมของกนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 10 จังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก

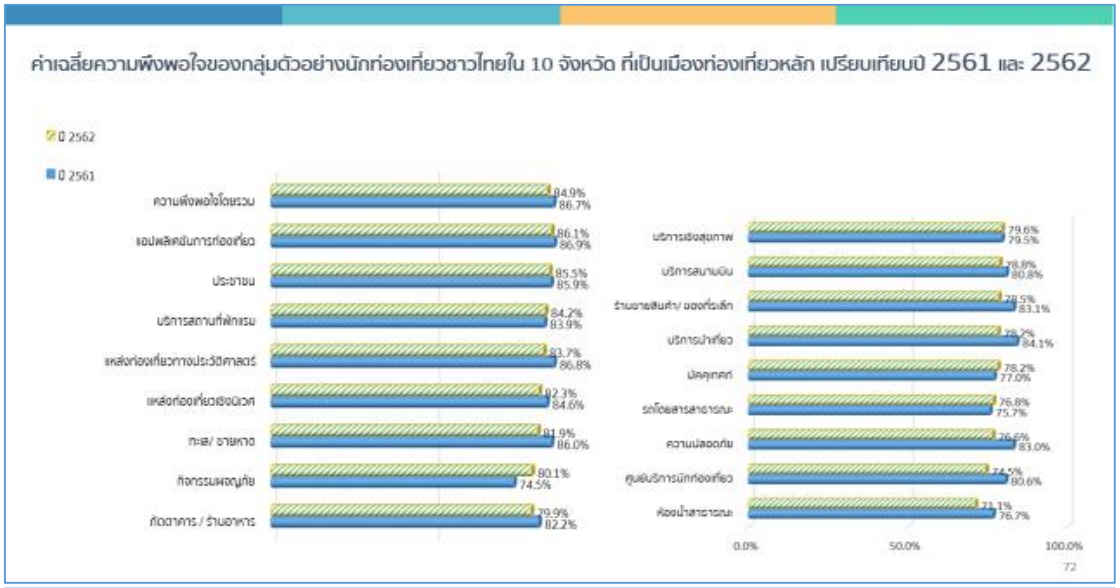


70

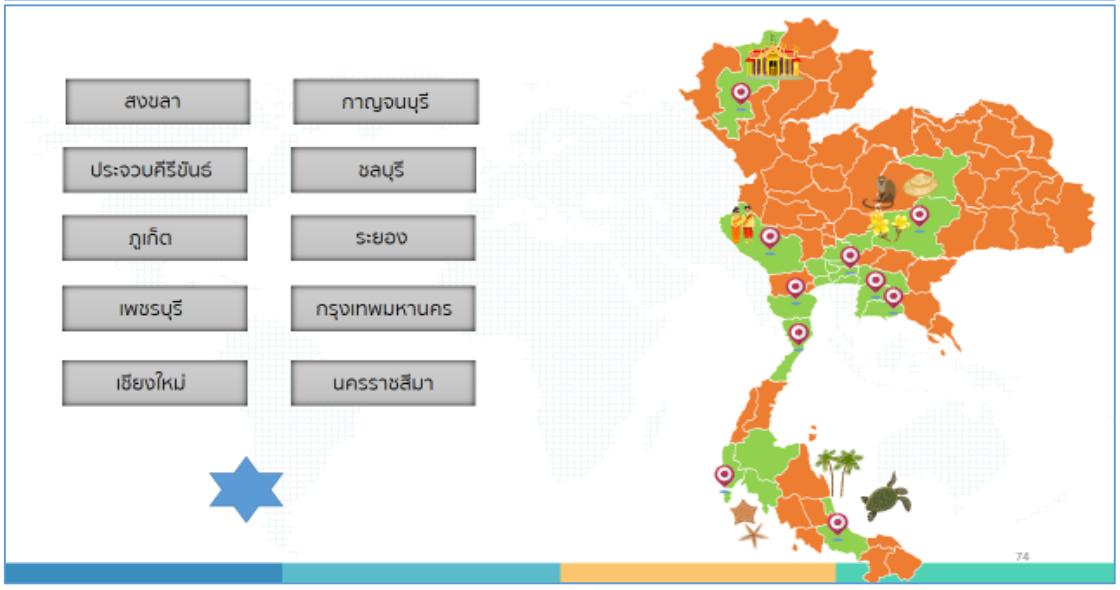
ร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 24 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง จำแนกตามบริการด้านการท่องเที่ยว



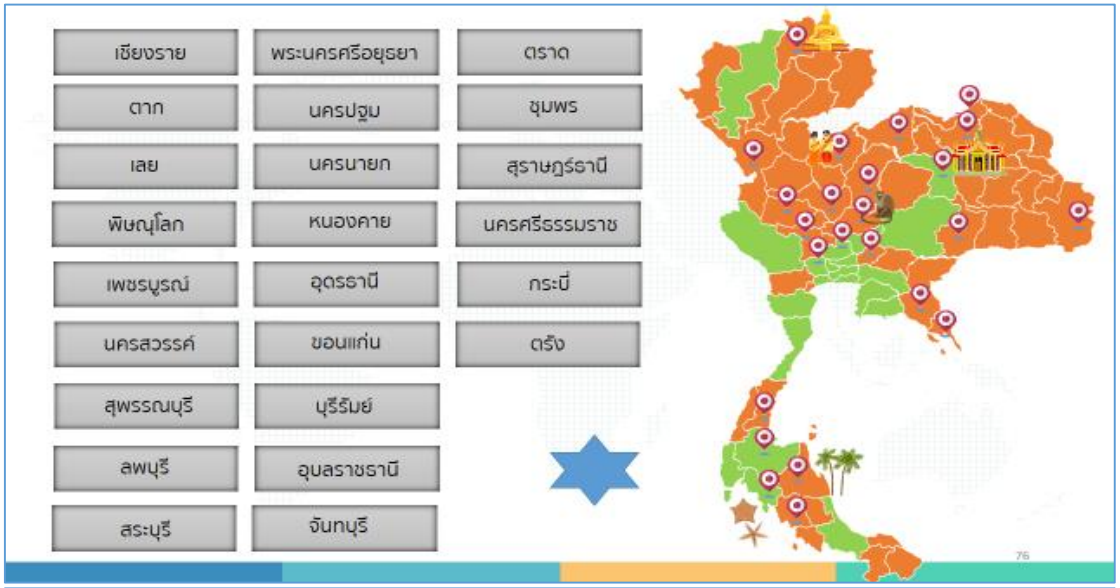
71


ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 10 จังหวัด ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก เปรียบเทียบปี 2561 และ 2562
ปี 2562
ปี 2561
ความพึงพอใจโดยรวม
แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว
ประชาชน
บริการสถานที่ฝึกอบรม
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ทะเล/ ชายหาด
กิจกรรมผจญภัย
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร
84.9%
86.7%
86.1%
86.9%
85.5%
85.9%
84.2%
83.9%
83.7%
86.8%
82.3%
84.6%
81.9%
86.0%
80.1%
74.5%
79.9%
82.2%
บริการเชิงสุขภาพ
บริการสนามบิน
ร้านจำหน่ายสินค้า/ ของที่ระลึก
บริการนำเที่ยว
บัตรคุณภาพ
รถโดยสารสาธารณะ
ความปลอดภัย
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
ห้องน้ำสาธารณะ
79.6%
79.5%
78.8%
80.8%
78.5%
83.1%
78.2%
84.1%
78.2%
77.0%
76.8%
75.7%
76.6%
83.0%
74.5%
80.6%
71.1%
76.7%
0.0%
50.0%
100.0%
72


ความคาดหวังและความพึงพอใจ
การท่องเที่ยว 10 จังหวัดหลัก
73


สงขลา
กาญจนบุรี
ประจวบคีรีขันธ์
ชลบุรี
ภูเก็ต
ระยอง
เพชรบุรี
กรุงเทพมหานคร
เชียงใหม่
นครราชสีมา
74


ความคาดหวังและความพึงพอใจ
การท่องเที่ยวจังหวัดรอง 24 จังหวัด
75


เชียงราย
ตาก
เลย
พิษณุโลก
เพชรบูรณ์
นครสวรรค์
สุพรรณบุรี
ลพบุรี
สระบุรี
พระนครศรีอยุธยา
นครปฐม
นครนายก
หนองคาย
อุดรธานี
ขอนแก่น
บุรีรัมย์
อุบลราชธานี
จันทบุรี
ตราด
ชุมพร
สุราษฎร์ธานี
นครศรีธรรมราช
กระบี่
ตรัง
76


ข้อเสนอแนะ
77

ข้อเสนอแนะ



- **นโยบาย** กำหนดให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็น KPI ของจังหวัด และหน่วยงานที่รับผิดชอบในบริการด้านการท่องเที่ยวแต่ละประเภท
- **บริการตรวจคนเข้าเมือง** นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ ลดการใช้คนในการให้บริการ และพัฒนาด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ
- **สนามบิน** เพิ่มจุดบริการ WIFI, เพิ่มที่นั่งพัก, เพิ่มที่ Charge Battery มือถือ, อบรมเจ้าหน้าที่ให้สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหลักๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น
- **รถโดยสารสาธารณะ** วางระบบการควบคุมรถโดยสารสาธารณะที่บริการชาวต่างชาติ เช่น การจดทะเบียน, การฝึกอบรมพัฒนาการให้บริการ, การให้ผู้โดยสารสามารถ Scan QR Code รถที่ให้บริการเพื่อประเมินการให้บริการ/ร้องเรียน, การพัฒนาระบบที่ให้ผู้โดยสารสามารถร้องเรียนและติดตามผลการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่, อบรมการใช้ภาษาต่างประเทศ เป็นต้น

78

ข้อเสนอแนะ (ต่อ)

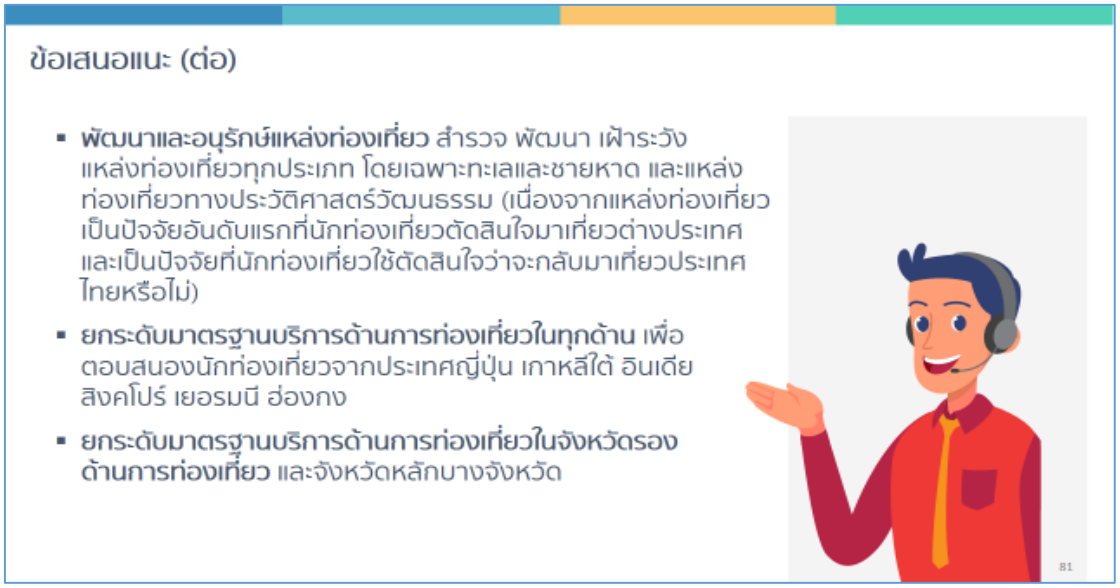
- **ทะเลและชายหาด** พัฒนาชายหาดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวต่างชาติในด้านความสะอาด ความปลอดภัย และความสงบ
- **ภัตตาคารและร้านอาหาร** เพิ่มร้านอาหารฮาลาล, เพิ่มเมนูภาษาจีน, อบรมพนักงานให้ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีน
- **แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์** พัฒนาการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยการเพิ่มคำอธิบายเป็นภาษาต่างประเทศที่หลากหลายขึ้น เช่น ภาษาจีน ญี่ปุ่น เป็นต้น รวมทั้งจัดทำคู่มือการเข้าชมที่เป็นภาษาต่างประเทศที่หลากหลาย และสามารถ Download ผ่านทาง Smart Phone และพัฒนาห้องน้ำ
- **กิจกรรมผจญภัย** พัฒนามาตรฐานบริการประเภทกิจกรรมผจญภัย ในด้านมาตรฐานความปลอดภัยของสถานที่และอุปกรณ์ การฝึกอบรมพนักงานให้สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการเป็นภาษาต่างประเทศ อย่างน้อยควรเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาจีน และกำหนดราคาให้เหมาะสม
- **บริการเชิงสุขภาพ** การแนะนำวิธีการนวดและประโยชน์ที่ได้รับ, การฝึกอบรมด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ

79

ข้อเสนอแนะ (ต่อ)

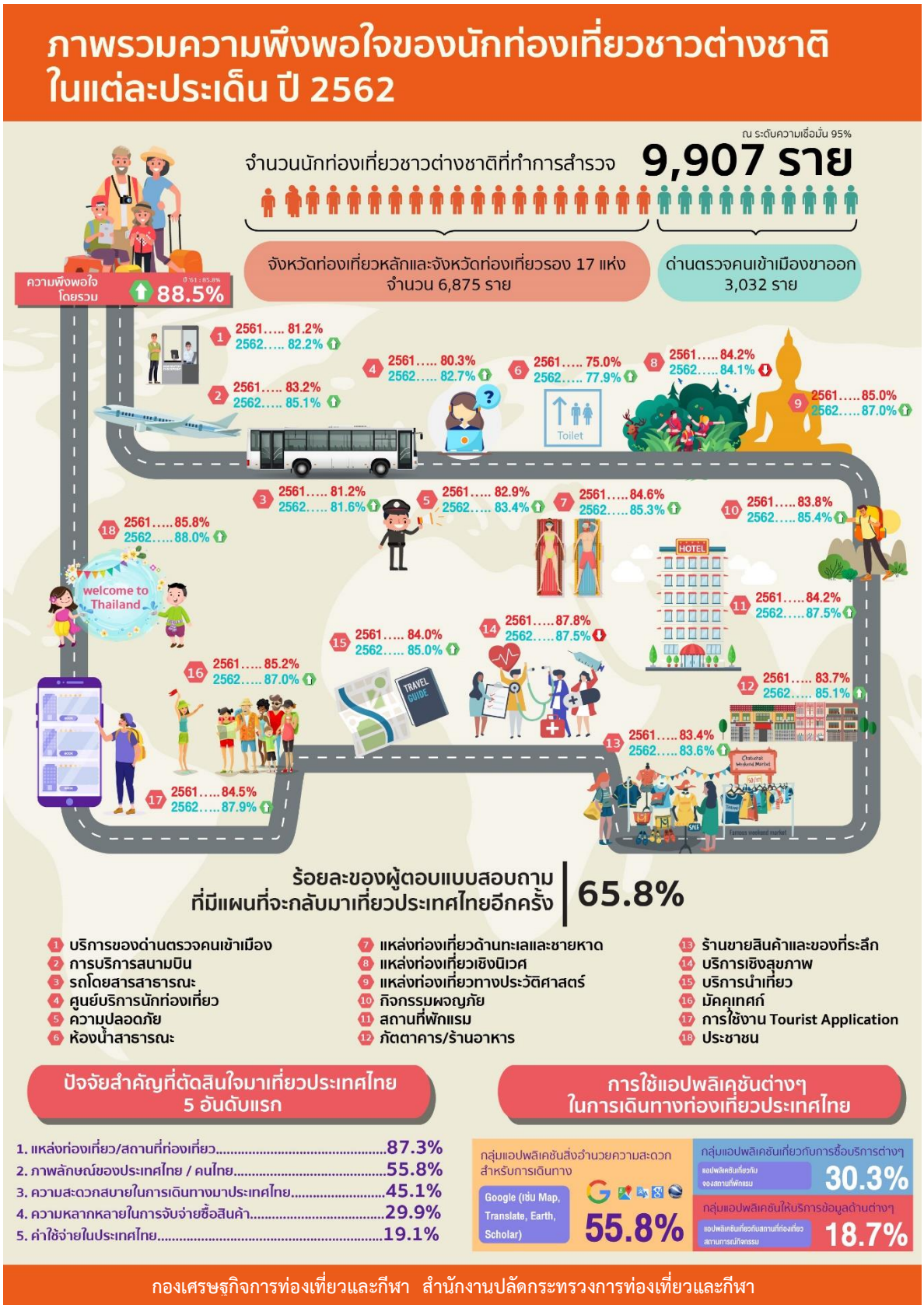
- **บริการนำเที่ยว** แนะนำด้านความปลอดภัย, แนะนำการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในราคาเป็นธรรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
- **ห้องน้ำสาธารณะ** เสนอ ครม. ให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการยกระดับมาตรฐานห้องน้ำทั่วประเทศ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการประเมินความสะอาดห้องน้ำโดยการ Scan QR Code ห้องน้ำและประเมินผล เพื่อแจ้งให้หน่วยงานรับผิดชอบทราบ
- **ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว** พัฒนา Application ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถช่วยเหลือตนเองได้ในเบื้องต้น, ร้องเรียน, แจ้งขอความช่วยเหลือ, ติดตามผลการร้องเรียน เป็นต้น โดยระบบสามารถเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่างๆ เพื่อดำเนินการ
- **ความปลอดภัย** พัฒนา Application เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการดูแลความปลอดภัยนักท่องเที่ยว
- **Application ด้านการท่องเที่ยว** ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา Application เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของไทยและจัดทำ Content ที่น่าสนใจและปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน
- **Application ด้านการท่องเที่ยว** จัดทำ Application VISITTHAILAND เพื่อเป็นจุดศูนย์กลางของข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าถึงได้สะดวก

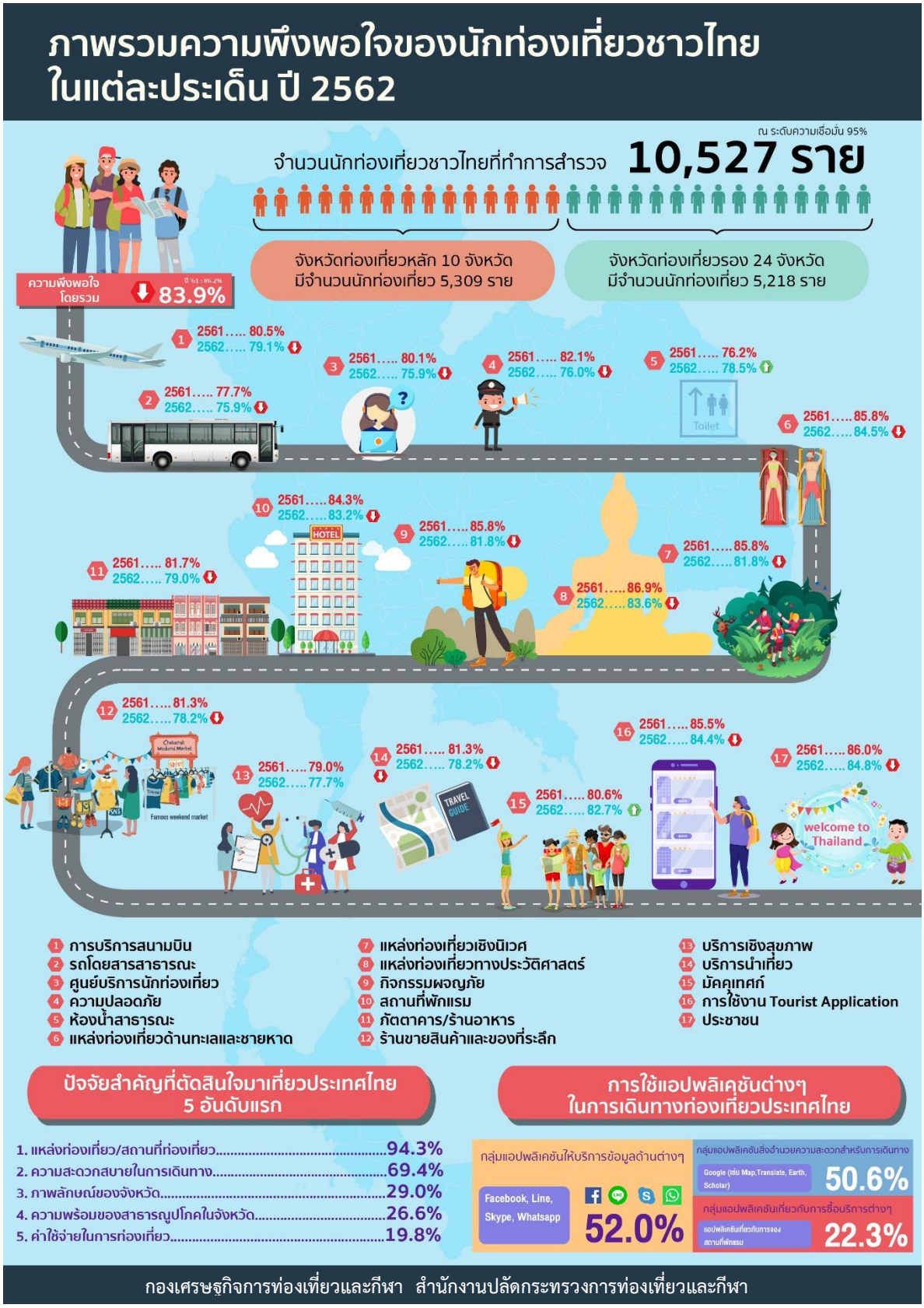
80


ข้อเสนอแนะ (ต่อ)
พัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สำรวจ พัฒนา เฝ้าระวังแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท โดยเฉพาะทะเลและชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม (เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวต่างประเทศ และเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจว่าจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยหรือไม่)
ยกระดับมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวในทุกด้าน เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย สิงคโปร์ เยอรมนี ฮ่องกง
ยกระดับมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดรองด้านการท่องเที่ยว และจังหวัดหลักบางจังหวัด
81


สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
THANK YOU ;)

2. สรุปผลการสำรวจโดยการนำเสนอด้วยข้อมูลภาพ (Infographic)




ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในแต่ละประเด็น ปี 2562
ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำการสำรวจ 10,527 ราย
จังหวัดท่องเที่ยวหลัก 10 จังหวัด
มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5,309 ราย
จังหวัดท่องเที่ยวรอง 24 จังหวัด
มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5,218 ราย
ความพึงพอใจโดยรวม 83.9%
1 2561..... 80.5% 2562..... 79.1%
2 2561..... 77.7% 2562..... 75.9%
3 2561..... 80.1% 2562..... 75.9%
4 2561..... 82.1% 2562..... 76.0%
5 2561..... 76.2% 2562..... 78.5%
6 2561..... 85.8% 2562..... 84.5%
7 2561..... 85.8% 2562..... 81.8%
8 2561..... 86.9% 2562..... 83.6%
9 2561..... 85.8% 2562..... 81.8%
10 2561..... 84.3% 2562..... 83.2%
11 2561..... 81.7% 2562..... 79.0%
12 2561..... 81.3% 2562..... 78.2%
13 2561..... 79.0% 2562..... 77.7%
14 2561..... 81.3% 2562..... 78.2%
15 2561..... 80.6% 2562..... 82.7%
16 2561..... 85.5% 2562..... 84.4%
17 2561..... 86.0% 2562..... 84.8%
HOTEL
Toilet
TRAVEL GUIDE
welcome to Thailand
1 การบริการสนามบิน
2 รถโดยสารสาธารณะ
3 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
4 ความปลอดภัย
5 ห้องน้ำสาธารณะ
6 แหล่งท่องเที่ยวด้านทะเลและชายหาด
7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
8 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
9 กิจกรรมผจญภัย
10 สถานที่พักแรม
11 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร
12 ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก
13 บริการเชิงสุขภาพ
14 บริการนำเที่ยว
15 มัคคุเทศก์
16 การใช้งาน Tourist Application
17 ประชาชน
ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทย 5 อันดับแรก
1. แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว.....94.3%
2. ความสะดวกสบายในการเดินทาง.....69.4%
3. ภาพลักษณ์ของจังหวัด.....29.0%
4. ความพร้อมของสาธารณูปโภคในจังหวัด.....26.6%
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....19.8%
การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย
กลุ่มแอปพลิเคชันให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ
Facebook, Line, Skype, Whatsapp
52.0%
กลุ่มแอปพลิเคชันสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง
Google (เช่น Map,Translate, Earth, Scholar)
50.6%
กลุ่มแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการซื้อบริการต่างๆ
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการจองสถานที่พักแรม
22.3%
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

บทที่ 9
รายงานผลการจัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 9
รายงานผลการจัดประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. การประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการสำรวจ

1.1 วัตถุประสงค์

1) เพื่อนำเสนอรายงานตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ
2) เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
3) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 วัน เวลา และสถานที่จัดประชุม

วันอังคารที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 - 15.30 น.
ณ ห้องราชา 2 ชั้น 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

1.3 จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม

ผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 118 คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ผู้เข้าร่วมประชุมจากหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 88 คน จาก 41 หน่วยงาน ได้แก่

หน่วยงานในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครนายก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพังงา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเลย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุโขทัย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดหนองคาย และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี

หน่วยงานราชการอื่นๆ ได้แก่ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ กรมการขนส่งทางบก กรมเจ้าท่า กรมการปกครอง กรมส่งเสริมการเกษตร กองสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร และสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

องค์การมหาชน รัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)

(2) ผู้เข้าร่วมงานจากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 30 คน จาก 20 หน่วยงาน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาพันธ์มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ.) สมาคมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะมนุษย์ศาสตร์และการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะการจัดการท่องเที่ยว (นิด้า) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) องค์การสวนสัตว์ ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ พิพิธภัณฑ์ริบลีส์ เชื่อหรือไม่ (พัทยา) สมาคมรถโดยสารไม่ประจำทาง บริษัท แกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท สตรีมอีเวนต์ เอเชีย จำกัด และบริษัท สามมิตร สมาร์ท ไดร์ฟ จำกัด

1.4 ประธานเปิดการประชุม และผู้กล่าวรายงานการประชุม

ประธานเปิดการประชุม: นายอนันต์ วงศ์เบญจรัตน์ รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ผู้กล่าวรายงานการประชุม: นางสาววิภารัตน์ ธาราธีรภาพ ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

1.5 สรุปผลการประชุมเชิงวิชาการ

การเสวนาเรื่อง “การเชื่อมโยงระบบขนส่งโดยสารกับความต้องการเดินทางท่องเที่ยว” โดย นางพัชรินทร์ โพธิ์ศิริสุข กรรมการผู้จัดการ บริษัท สามมิตร สมาร์ท ไดร์ฟ จำกัด / นางสาวกฤษณี ศรีษะทิน Founder & Managing Director, บริษัท Stream Events Asia, Ltd./ นายธรินทร์ ธนียวัน กรรมการผู้จัดการใหญ่ แกร็บ ประเทศไทย รายละเอียดการเสวนาโดยสรุป ดังนี้

ปัญหาการเดินทางของประเทศไทยในปัจจุบัน ระบบขนส่งด้วยรถไฟฟ้าหลายสายยังอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้าง ขาดการเชื่อมต่อระหว่างเส้นทาง รวมทั้งระบบการจัดเก็บค่าโดยสารของระบบขนส่งสาธารณะแตกต่างกัน ไม่เป็นระบบตั๋วร่วมอัตโนมัติระหว่างรถไฟฟ้าแต่ละสาย รถโดยสารประจำทาง รถไฟ และเรือโดยสาร ส่งผลต่อความสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ การให้บริการรถแท็กซี่โดยสารต้องใช้ระยะเวลารอค่อนข้างนาน โดยเฉพาะในบริเวณสนามบิน

ข้อเสนอแนะ ควรพัฒนากรุงเทพฯ ให้เป็น Smart city โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง เช่น การใช้บัตรเดียวในการเดินทางได้ทุกประเภทการบริการขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น และในส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์ในการประชุม/ สัมมนา ควรสำรองที่พักในเส้นทางรถไฟฟ้า เพื่อสะดวกในการเดินทาง

ปัจจุบันการให้บริการของแกร็บ ครอบคลุมในพื้นที่ 19 จังหวัด ซึ่งการให้บริการผ่านแอปพลิเคชันแกร็บมี 3 ภาษา แปลเป็นภาษาไทยสำหรับคนขับรถ รวมทั้งบรรจุข้อมูลต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

นอกจากนี้ ในการส่งเสริมสนับสนุนการให้บริการด้านการขนส่งสาธารณะแก่นักท่องเที่ยว ควรให้การยกย่องแก่คนขับรถสาธารณะที่ทำความดี เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการนำไปเป็นแบบอย่างในการทำความดี

ผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ สรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

สำนักงานสถิติแห่งชาติ : การนำเสนอผลการศึกษาควรนำเสนอระเบียบวิธีการสำรวจ วิธีการสุ่มตัวอย่าง ช่วงเวลา/ฤดูกาลที่ทำการสำรวจ รวมทั้งสถานที่ที่เก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่หน่วยงานหรือผู้เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลไปใช้สำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวต่อไป

ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ :

- นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบในการรับประทานอาหารไทย ดังนั้นควรมีการดำเนินการเพื่อส่งเสริมกิจกรรมดังกล่าว และควรสนับสนุนให้เดินทางท่องเที่ยวในเมืองรอง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอัตราการมาเที่ยวซ้ำสูง (Revisit) และเป็นกลุ่มที่นิยมท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น (Local Tourism) ส่วนกลุ่มที่มีอายุน้อย นิยมเดินทางด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งประเทศไทยควรพิจารณาทบทวนเพื่อพัฒนาระบบขนส่งให้เอื้อต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้
- การพัฒนาสนับสนุนผู้ประกอบการ Street Food ควรให้ความสำคัญและตระหนักในเรื่องความสะอาด ปลอดภัย รวมทั้งมีการนำเสนอในการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างจากประเทศถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยววิถีไทยให้มีความน่าสนใจ สร้างแรงดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวได้
- ควรส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนไทยแก่ผู้ประกอบการชาวไทย เพื่อให้สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารแก่นักท่องเที่ยว เช่น อาหารที่มีรสเผ็ด การรับประทานอาหารที่เหมาะสม เช่น ในสภาพอากาศร้อนไม่ควรรับประทานอาหารประเภทใดบ้าง เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบที่จะได้รับ

- จำนวนห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ต่าง ๆ มีค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะในสถานีรถไฟฟ้า รวมทั้งไม่มีเครื่องใช้อำนวยความสะดวก เช่น กระดาษชำระ เป็นต้น
- ควรเพิ่มจำนวนถังขยะให้เพียงพอเหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
- ไม่มีการเชื่อมต่อของระบบขนส่งมวลชน การให้บริการไม่เอื้อต่อผู้พิการ (เช่น ไม่มี wheel chair เป็นต้น) นอกจากนี้ ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีในการให้ข้อมูล/ คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว
- ควรจัดระเบียบมัคคุเทศก์เถื่อนที่อยู่ในรูปแบบรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถตุ๊กตุ๊ก รถสองแถว เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องประสบปัญหาเมื่อใช้บริการรถโดยสารสาธารณะดังกล่าว โดยจะถูกพาไปร้านขายสินค้าต่างๆ
- ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมการเดินชมสถานที่ต่างๆ มากกว่าการนั่งรถ เนื่องจากประสบปัญหารถติดมาก

สมาคมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

- ควรจัดระเบียบ Street Food โดยจัดให้มีการขึ้นทะเบียน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำกับดูแลการให้บริการของผู้ประกอบการ เช่น การดูแลด้านความสะอาดและความปลอดภัย เป็นต้น
- ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านอาหาร บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยและส่งเสริมเสน่ห์วัฒนธรรมไทย
- ควรส่งเสริมการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยเรียนให้มากขึ้น ทั้งนี้ ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวในกลุ่มเด็กนักเรียนชาวอิตาลีเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนมาก ส่งผลให้ตลาดกลุ่มนี้มีอัตราการเติบโตสูงถึง 100%

สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว

- ควรส่งเสริมผู้ประกอบการ Street Food ให้นำเสนอในรูปแบบของวัฒนธรรมไทย รวมทั้งเน้นเรื่องความสะอาด
- ควรเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน โดยพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับเยาวชน เช่น แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น เป็นต้น
- ควรเผยแพร่ข้อมูลผลการศึกษาให้แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานที่ไม่ได้เข้าร่วมการประชุมในครั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษาไปประกอบการวางแผนพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่ส่งผลกระทบกับนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวของประเทศ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

ต้องการทราบถึงรายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ (แบบสอบถาม) ทั้งนี้ ในการสำรวจควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยที่มีจำนวนสูงสุด เช่น จีน ยุโรป เป็นต้น โดยควรจำแนกตามเชื้อชาติ สัญชาติ และ/ หรือ segment ต่าง ๆ รวมทั้งควรแยกประเภทการท่องเที่ยวให้ชัดเจนตามนิยามการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในการสำรวจควรพิจารณาในประเด็นความซ้ำซ้อนของการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

กรมการปกครอง

- สถานพักแรมที่เปิดใหม่ในปัจจุบันมีขนาดเล็กและดำเนินการไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งกรมการปกครองอยู่ระหว่างดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย
- กรมโยธาธิการและผังเมืองอยู่ระหว่างดำเนินการยกร่างกฎกระทรวงด้านมาตรฐานในการทำห้องน้ำสาธารณะ ซึ่งในประเด็นดังกล่าวนี้ หน่วยงานภาครัฐควรดำเนินการโดยบูรณาการเพื่อพัฒนาห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามมาตรฐาน IBC

สมาคมท่องเที่ยวภายในประเทศ

ควรประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลให้แก่ชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมและสร้างความตระหนักแก่ผู้ประกอบการในการดูแลด้านความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะแก่ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดระเบียบรถโดยสารสาธารณะโดยมุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

พิพิธภัณฑ์ ริบลีส์ เชื่อหรือไม่ พัทยา

- ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์ คือเมืองพัทยาประสบปัญหาความแออัด และปัญหาน้ำท่วม
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ฯ มีจำนวนปีละประมาณ 7-8 แสนคน เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงาน
- พิพิธภัณฑ์ฯ มีความต้องการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาเป็นเครื่องมือดำเนินธุรกิจ

สมาคมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย

สมาชิกของสมาคมส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลระดับรองลงมาจากโรงพยาบาลขนาดใหญ่ บุคลากรการแพทย์แผนไทยจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี แต่ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีบริการการแพทย์แผนไทย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บริการทางการแพทย์แผนไทยให้แก่นักท่องเที่ยวทราบในวงกว้าง นอกจากนี้ ในการให้บริการเชิงการแพทย์และสุขภาพของไทยได้รับความร่วมมือจากสถานพักแรมของนักท่องเที่ยวน้อย ทั้งนี้ โรงแรมควรให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ป่วยให้มากขึ้น นอกจากนี้ ในด้านการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ป่วย (เช่น การใช้ Wheel chair เป็นต้น)

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ

ผู้บริหารระดับจังหวัดให้ความสำคัญและเห็นถึงประโยชน์จากการเก็บข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาของจังหวัด ซึ่งทุกจังหวัดควรมีเจ้าหน้าที่สถิติเพื่อทำหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยว

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)

ความหนาแน่นของผู้ใช้บริการในชั่วโมงเร่งด่วนยังคงเป็นปัญหาต่อเนื่อง ซึ่งจะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้เมื่อระบบรถไฟฟ้าเปิดใช้บริการครบทุกเส้นทาง โดยจะมีจำนวนรถที่ให้บริการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ในประเด็นการชำระค่าตั๋วโดยสารผ่านบัตรเครดิตยังอยู่ระหว่างดำเนินการ คาดว่าจะสามารถให้บริการในช่วงปลายปี 2563 และในส่วนของห้องน้ำสาธารณะที่ไม่มีให้บริการตามสถานีรถไฟฟ้า เนื่องจาก รฟม. คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้โดยสาร นอกจากนี้ ในกรณีของป้ายภาษาต่างประเทศนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ รฟม. กำลังเสนอผู้บริหารต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ควรพิจารณาทบทวนเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ (แบบสอบถาม) โดยควรระบุประเด็นคำถามเกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ประเด็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการตัดสินใจเลือกประเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

ควรทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางแต่ละครั้งว่าเข้าร่วมกิจกรรมใดบ้าง รวมทั้งควรระบุประเด็นคำถามในลักษณะ Top of mind ในการสำรวจ เช่น อยากไปท่องเที่ยวประเทศไหนมากที่สุดสำหรับชาวต่างชาติ และอยากไปท่องเที่ยวจังหวัดไหนมากที่สุดสำหรับคนไทย เป็นต้น

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช

- จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดทำแคมเปญ “กรุงเทพ มาหา นคร” เพื่อให้คนกรุงเทพฯ ไปเที่ยวนครศรีธรรมราช
- ควรมีการศึกษาผลกระทบ (ข้อดี-ข้อเสีย) ในกรณีการห้ามรถบัสนำเที่ยวจากมาเลเซียเข้ามาที่ด่านในประเทศไทย นอกจากนี้ มีการประเมินผลควรจะสะท้อนผลการดำเนินกิจกรรมของจังหวัด

สมาคมรถโดยสารไม่ประจำทาง

มัคคุเทศก์ควรทำหน้าที่เป็นผู้ให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมทั้งการใช้บริการรถโดยสารประจำทางในขณะอยู่ในประเทศไทย นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการหรือวิธีการในการจัดระเบียบการให้บริการรถโดยสารสาธารณะเข้าเป็นสมาชิกของสมาคม

กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว

นโยบายของกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว คือ ยกระดับความปลอดภัย โดยการให้ความช่วยเหลือในกรณีที่ประสบปัญหา ความเดือดร้อน ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ใช้บริการผ่าน call center 1115 เมื่อพบปัญหา ซึ่งให้บริการ 5 ภาษา ได้แก่ รัสเซีย ญี่ปุ่น จีน เกาหลี และอินเดีย สำหรับการดำเนินคดีที่เกิดขึ้นจะต้องได้รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวจึงจะดำเนินการได้

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่

รถโดยสารสาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่ประสบปัญหาการให้บริการของแกร็บ เนื่องจากมีการแย่งลูกค้า ทำให้ผู้ใช้บริการไม่ปลอดภัย

❖ ภาพบรรยากาศการจัดประชุม



เปิดการประชุมเชิงวิชาการ
โดย **นายอนันต์ วงศ์เบญจรัตน์**
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



กล่าวรายงานเปิดการประชุม
โดย **นางสาววิภารัตน์ ธาราธีรภาพ**
ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



นำเสนอผลการสำรวจ “ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562”
โดย นายณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์
หัวหน้าโครงการฯ/ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็กแซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด



เสวนาเรื่อง “การเชื่อมโยงระบบขนส่งโดยสารกับความต้องการเดินทางท่องเที่ยว”
โดย วิทยากรที่มีประสบการณ์ 3 ท่าน

นางพัชรินทร์ โพธิ์ศิริสุข กรรมการผู้จัดการ บริษัท สามมิตร สมาร์ท ไดร์ฟ จำกัด	**นางสาวกฤษณี ศรีษะทิน** Founder & Managing Director, Stream Events Asia, Ltd.	**นางสาวสุวดี เฟื่องโคตร** ผู้จัดการรัฐกิจสัมพันธ์ แกร็บ ประเทศไทย







กำหนดการประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคารที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 - 15.30 น.
ณ ห้องราชา 2 ชั้น 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

09.00 – 09.30 น.	ลงทะเบียน
09.30 – 09.45 น.	กล่าวรายงานเปิดการประชุม โดย **นางสาววิภารัตน์ ธาราธีรภาพ** ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กล่าวเปิดการประชุม โดย **นายอนันต์ วงศ์เบญจรัตน์** รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
09.45 – 10.45 น.	นำเสนอผลการสำรวจ “ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562” โดย **นายณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์** หัวหน้าโครงการฯ /กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด
10.45 – 11.00 น.	ตอบข้อซักถาม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
11.00 – 12.30 น.	เสวนา เรื่อง “การเชื่อมโยงระบบขนส่งโดยสารกับความต้องการเดินทางท่องเที่ยว” โดย **นางพัชรินทร์ โพธิ์ศิริสุข** กรรมการผู้จัดการ บริษัท สามมิตร สมาร์ท ไดร์ฟ จำกัด **นางสาวกฤษณี ศรีษะทิน** Founder & Managing Director, Stream Events Asia, Ltd. **นายธรินทร์ ธนียวัน** กรรมการผู้จัดการใหญ่ แกร็บ ประเทศไทย
12.30 – 13.30 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.30 – 14.30 น.	แบ่งกลุ่มย่อยระดมความคิดเห็นเพื่อหาข้อเสนอแนะแนวทางการบูรณาการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน **กลุ่มที่ 1** หน่วยงานภาครัฐ **กลุ่มที่ 2** หน่วยงานภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และอื่นๆ
14.30 – 15.30 น.	รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากผลการประชุมเชิงวิชาการ

.....

หมายเหตุ 09.00 น. อาหารว่างช่วงเช้าและ 14.30 น. อาหารว่างช่วงเช้า (ในห้องประชุม)

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปริ๊นซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงาน	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา					
1.	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณอนันต์ วงศ์เบญจรัตน์	รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา			
2.	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณดารณี ลิขิตวรัศกดิ์	หัวหน้ากลุ่มตรวจราชการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา		-	
3.	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณอรัญ บุญชัย	ผู้ช่วยปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา		-	
4.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณวิภารัตน์ ธารารัชกาพ	ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา			
5.	บริษัทเอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด	คุณณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์	กรรมการผู้จัดการบริษัทฯ			
6.	บริษัท แกร็บ ประเทศไทย	คุณธรินทร์ ธนียวัน	กรรมการผู้จัดการใหญ่ แกร็บ ประเทศไทย			
7.	บริษัท สตรีมอีเวนต์เอเชีย จำกัด	คุณกฤษณ์ ศรีษะทิน	ผู้ก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการฯ	081-909 9956		
8.	บริษัท สามมิตร สมาร์ท ไดร์ฟ จำกัด	คุณพัชรินทร์ โพธิ์ศิริสุข	กรรมการผู้จัดการ บริษัท สามมิตร สมาร์ท ไดร์ฟ จำกัด			

บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0-1055-40001-809
เลขที่ 128/202-203 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้นที่ 19 ห้องเลขที่ เอ,บี ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400



ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2556 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงาน	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
	บริษัท แกร็บ ประเทศไทย	กฤตเมธ วิทยารักษ์รงค์	ผู้จัดการรัฐกิจสัมพันธ์		[signature]	
	——— "	สุวดี เพื่อปลด	——— " Grab		[signature]	

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปริ้นซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
1.	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณอนันต์ วงศ์เบญจรัตน์	รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา			
2.	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณดารณี ลิขิตวรศักดิ์	ห้วหน้าผู้ตรวจราชการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา		-	
3.	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณอรัญ บุญชัย	ผู้ช่วยปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา		-	
4.	กองกลาง	คุณปราณปรียา พลเยี่ยม	ผู้อำนวยการกองกลาง			
5.	กองยุทธศาสตร์และแผนงาน	คุณมงคล วิมลรัตน์	ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน			
6.	ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	คุณวิมล ชอบสุข	ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร			
7.	กองพัฒนาระบบบริหาร	คุณคุยรัตน์ นิธิกุตานุสรณ์	ผู้อำนวยการกองพัฒนาระบบบริหาร			
8.	กองตรวจสอบภายใน	คุณสุภาพร โทนสุวรรณ	ผู้อำนวยการกองตรวจสอบภายใน			
9.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณวิภารัตน์ ธรารีรภาพ	ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา			

บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0-1055-40001-809
เลขที่ 128/202-203 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้นที่ 19 ห้องเลขที่ เอ.บี ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปริ๊นซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
10.	กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	คุณแสงจันทร์ แก้วประทุมรัสมี	ผู้อำนวยการกองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	081-1710795 02-3560655		
11.	กองตรวจราชการ	คุณมิ่งขวัญ ชิตพงศ์	ผู้อำนวยการกองตรวจราชการ		-	
12.	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณอัศฎา ไชยานุวงศ์	หัวหน้ากลุ่มขับเคลื่อนงานคณะกรรมการนโยบายด้านการท่องเที่ยวและกีฬา			
13.	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณหทัยกาญจน์ อิฏิชาติ	นักวิเทศสัมพันธ์ชำนาญการ	086-5737125 02-3560652		
14.	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณพรหมพร พรหมรัตน์	เจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์	089-1652264 02-3560652		
15.	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มประชาสัมพันธ์ กองกลาง	คุณชินทร์ เพ็ชร์ศรี	นายช่างพิมพ์ชำนาญการ	081-3070894 02-3560712		
16.	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองตรวจสอบภายใน	คุณมุกภาวีศม์ พรหมอริยะ	เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายใน	02-2193736 02-2193736		

บริษัท เอ็กเซลเลนท์ โอเนส แนเนจเม้นท์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0-1055-40001-809
เลขที่ 128/202-203 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้นที่ 19 ห้องเลขที่ เอ.บี ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400



ใบลงทะเบียน

การประชุมเชิงวิชาการ

เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.

ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
17.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณดุลยภาค กรณฑ์แสง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ			
18.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณเกษราภรณ์ วิมลรัตน์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ			
19.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณวิมลิน พฤกษานุพงศ์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ		-	
20.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณปิยะนุช บุญเย็น	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ		-	
21.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณอภิศักดิ์ เชี้ยวบางยาง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน			
22.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณธราดล สินนอก	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน			
23.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณธัญยาภรณ์ สุขมาก	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน		-	
24.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณนัดดา ศิริปะชะนะ	ผู้ช่วยนักวิจัย		-	
25.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณธัญญารัตน์ กลิ่นเนียม	ผู้ช่วยนักวิจัย		-	



ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
26.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณปุณิกา ทองโสม	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน		-	
27.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณพรรณราย ธีระวณิชย์	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน		-	
28.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณสุกฤษฏ์ เฮงมี	เศรษฐกร		-	
29.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณพัชรา ยืนนาน	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน	084-9257485	[illegible]	
30.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณธนัญญา หลักหาญ	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน	084-6062694	[illegible]	
31.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณรัชนี ญาณะเผือก	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน	093-0134569	[illegible]	
32.	กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	คุณจารุกร มาศสุข	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน		-	
33.	สำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัด (สป.)	คุณรัฐศาสตร์ ชิดชู	ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัด (สป.)	086-1071705	-	
34.	สำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัด (สป.)	คุณศิริพร หมื่นเดช	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	085-9121967 02-2224159	-	



ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
35.	กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	คุณสมพร ชมศรีวรรณ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	081-5890370	[illegible]	
36.	กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	คุณตวงพร ตรีพิษจักร	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ		[illegible]	
37.	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	คุณยิ่งรัก จัทรเจริญ	พนักงานแผน 4	089-6547055 02-2505610	[illegible]	
38.	กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว	พ.ต.อ. พชร โคตะ	ผกก.ฝอ.3 บก.อก.บช.ทท.	086-5000056 02-1340220	-	
		พ.ต.ท. [illegible]	รอง ผกก.ฝอ.3 บก.อก.บช.ทท.	081-9902825	พ.ต.ท. [illegible]	
		[illegible]	[illegible]	0635416198	[illegible]	
		[illegible]	ผกก. [illegible]		[illegible]	
		[illegible]	กมก. [illegible]		[illegible]	
		[illegible]	กมก. [illegible]		[illegible]	

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปริ้นซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงานภาคเอกชน/สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
1.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี	คุณพิพรรณ หนิ่นสุข	หัวหน้าศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี	093-1244682 034-520266		
2.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น	คุณภูริวัจน์ อุดมทรัพย์	เจ้าหน้าที่ศูนย์ประสานงาน ฯ	062-9059893 043-221050	-	
3.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี	คุณดวงเดือน สดแสงจันทร์	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี	089-2450100 039-313260		
4.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร	คุณสมชาย เสมมณี	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร	083-1230131 077-511730	-	
5.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด	คุณภูสิษฐ์ วิรุฬห์ชัยพร	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	087-1393494		
6.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง	คุณพัลลภ ประจง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	081-0855354		
7.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครนายก	คุณจิรากิรัฒน์ มะโนวรรณ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	062-9159614 037-813283		
8.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม	คุณอุดม โอษฐยิ้มพราย	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม	092-4318558 034-310868		
9.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช	คุณสุชาติ ชายมัน	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช	081-9591447 075-352621		

บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด (สำนักงานใหญ่
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0-1055-40001-809
เลขที่ 128/202-203 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้นที่ 19 ห้องเลขที่ เอ.บี ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงานภายนอกสังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
10.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์	คุณฐานิตย์ วงศ์วิเศษ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	084-2819561 056-883356		
11.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	คุณวิภาวี คมคาย	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	081-9482846		
12.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	คุณจิรวรรธ กสิพันธ์	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	095-7261614		
13.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพังงา	คุณสุขณกมล ศุขศาสตร์	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพังงา	081-3863920		
14.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชบุรี	ว่าที่ร้อยตรีไพศาล พงศ์ศิริไพศาล	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี	062-2959455 032-740350		
15.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์	คุณพัชรินทร์ ลาดทา	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน	056-737094		
16.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเลย	คุณสุพรรณี ~~แสงใจ~~ หลวงใจ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	081-7210998 042-813086		
17.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ	คุณณิชกานต์ บุญปัญญา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	085-0233880		



ใบลงทะเบียน

การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานภายนอกสังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
18.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุโขทัย	คุณบัววรุณ คุ้ยเพ็ชร	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	089-5040506 055-610501		
19.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี	คุณสุกัญญา พ่วงทองคำทรัพย์มาก	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	0849449547		
20.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ	คุณจิราลักษณ์ บุญแก้ววุฒิ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	080-6724484 02-1831005		
21.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระบุรี	คุณปณัฐดาพร กุหลาบ	เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวฯ	097-3543917 036-340767		
22.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดหนองคาย	คุณรุ่งรวี ดอนพันช้าง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	095-6534038		
23.	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี	คุณวรัญญา อินทรพันธุ์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	087-1765645 045-252715		
24	สุทกณ ประมสุวิญชั	นายปฐวินทร์ วงศ์วิรัชพงศ์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	095-3655265		
25	สุทกาย ชลธรราชสัมภา	นายสุรสิทธิ์ เสียงน้อย	หัวหน้าฝ่ายแผนงานและโครงการ	090-4219309		
21.	สทกจ. ระยอง	น.ส. สุจิรา พงษ์พิทักษ์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	038 614468		



ใบลงทะเบียน

การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงาน	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นายสุรพงษ์ ศิริชัยกิจ	หน.ฝ่ายวิชาการ	088-2241098		
	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจ.บุรีรัมย์	น.ส.เพ็ญสุดารัตน์ อาสิหาร	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์	094-8232263		
	นายกิตติ ไชยรัตน์	สถาบันการท่องเที่ยวและกีฬา จ.สงขลา	ผู้อำนวยการสถาบัน จังหวัด	081-2790[illegible]		
	นายบรรพต ดอกอิ่ม	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร	0894078[illegible]		
	สุทธิกา ชัยบุรี	นายอรรถพิทักษ์ ชัยการชีวโรจน์	นวก. ปฏิบัติการ	089-2139[illegible]		
	[illegible]	[illegible]	[illegible]			

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงานราชการ	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
1.	กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ	นาวาเอกหญิงเปี่ยมสุข ต้นวิบูลย์	นปก.ประจำ กพ.ทร. ช่วยราชการ กพร.ทร.	085-9820408		
2.	กรมการขนส่งทางบก	คุณทรงวุฒิ วงษ์ทองดี	นักวิชาการขนส่งชำนาญการ	02-2486834		
3.	กรมการจัดหางาน			02-2486834	-	
4.	กรมเจ้าท่า	คุณศุภรัตน์ ดิษบรรจง	นักวิชาการสถิติชำนาญการ	086-7963215		
5.	กรมการปกครอง สำนักการสอบสวนและนิติการ	คุณทัศน์พล ประทีป ณ กลาง	นิติกรชำนาญการ	063-9016858 02-356-9559		
6.	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์	คุณหทัย ส่งศิริ	นักวิชาการชำนาญการพิเศษ	02-5475158	-	
7.	กรมพัฒนาชุมชน	คุณพัชรินทร์ สมหอม	นักวิเคราะห์พัฒนาชุมชนชำนาญการ	087-716432	-	
8.	กรมส่งเสริมการเกษตร	คุณเทียมจันทร์ สุขเกษม	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว	02-9551595		
9.	กรมส่งเสริมการเกษตร	คุณปัทมา เพ็ชรสุวรรณ์	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ	088-1972506 02-9551595		



ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานราชการ	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
10.	กองสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณะสุข	คุณภาวิณี สังขบูรณ์		02-1937000 021495630		
11.	กองสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณะสุข	คุณธัญญวรรณ ชาติชนะ	นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ	084-5625937		
12.	กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช	คุณปนัดดา แววเพ็ชร์	นักวิชาการป่าไม้	089-0810403		
13.	กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช	คุณนิรมล พรมสะวะนา		086-9921342		
14.	การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)	คุณถนอม รัตนเศรษฐ	ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาและบริหารพื้นที่	081-3105825		
15.	การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)	คุณพลศักดิ์ กุลกรินีธรรม	หัวหน้าแผนกบริหารโครงการต่อเนื่อง	081-8344991		
16.	ธนาคารแห่งประเทศไทย	คุณสมศจี ศิกษมัต	ผู้อำนวยการอวุโส	02-2835111		
17.	ศูนย์อำนวยการรักษาผลประโยชน์ของชาติทางทะเล (ศรชล.)	ว่าที่นาวาเอกรุ่ง ดีรูป	รองผู้อำนวยการกองกิจการพลเรือนและปฏิบัติการข่าวสารสำนักนโยบายและแผน	064-5936199		

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงานราชการ	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
18.	สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.)	คุณภควรรณ ภมกลุชัย	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	02-5076554 02-5077007	-	
19.	สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.)	คุณวัชรากรณ์ วงค์คำปวน	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	02-507748 02-5077007	-	
20.	สำนักงานปลัดกระทรวงการวัฒนธรรม	คุณนวลวรรณ ดาระสัวสดิ์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ	02-2093520 02-2093522		
21.	สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ	คุณเปรมิกา แสงทอง	นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ	093-3129559		
22.	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	คุณสุพาพร อรุณรักษ์สมบัติ	ผู้อำนวยการกองสถิติเศรษฐกิจ	02-1438134		
23.	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	คุณโสภิดา ฉิมแสง	นักวิชาการสถิติปฏิบัติการ	02-1438134		
24.	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	คุณดวงฤดี ศิริเสถียร	นักวิเคราะห์นโยบาย SME ชำนาญการ	081-8217925 02-2983102		
25.	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	คุณเถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์	ผู้จัดการอาวุโส	081-4559520 02-6581411		

บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0-1055-40001-809
เลขที่ 128/202-203 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้นที่ 19 ห้องเลขที่ เอ.ไอ ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400



ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานราชการ	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
26.	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	คุณเอกรินทร์ วาณิชย์เจริญ	ผู้ปฏิบัติการอวุโส	081-8082524 02-6851411	เอกรินทร์	
27.	สำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ	คุณศิวาภรณ์ สวัสดิ์ชัย	ผู้ช่วยผู้ประสานงาน	095-1595961	[illegible]	
28.	สำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ	คุณวรรณภา แตกปัญญา	เจ้าหน้าที่สังเคราะห์โครงหารวิจัย	085-4954294	วรรณภา แตกปัญญา	แพ้ ทะเล
29.	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	คุณคามภีร์ เสถบุตร	นักวิเคราะห์นโยบายชำนาญการ	088-6959245	[illegible]	
30.	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	คุณกุลทรัพย์ เปรื่องเวทย์	นักวิเคราะห์นโยบายชำนาญการ	085-1041741	[illegible]	
31.	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.)	คุณนพดล จินดาธรรม	หัวหน้างานแผนยุทธศาสตร์	095-8780333 02-3573599	[illegible]	
32.	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.)	คุณภาณุ อัศวปรมิตชัย	เจ้าหน้าที่บริหารยุทธศาสตร์	083-0078746 02-3573599	ภาณุ อัศวปรมิตชัย	
33.	กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น	[illegible]	พนักงานวิเคราะห์นโยบายและแผน	081-4479460	[illegible]	
34	"	[illegible]	เจ้าหน้าที่ [illegible]	"	[illegible]	



ใบลงทะเบียน

การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปริ้นซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานภาคเอกชน/สมาคม	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
1.	บริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน	คุณสรณี รัตนจิระวงศ์	ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์และคุณภาพการบริการ	089-6670093		
2.	ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ	คุณคมสัน สุวรรณรัตน์	ประธานชมรมมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ	081-6863916		
3.	ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ	คุณทิพย์อาภรณ์ เทพเทวี	[illegible]	081-4772945		
4.	ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ	คุณณกานต์ ทองดีสุนทร	ไกด์และ Operation	0815992625		
5.	ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพภาษาอังกฤษ	คุณนัฐธยาวรรตน์ เกตุจ้อย	ไกด์	0812699978		
6.	พิพธภัณฑ์ ริบลีส์ เชื่อหรือไม่ พัทยา	คุณวรัณญู ทิพยมนตรี	ผู้จัดการทั่วไป	083-2441142		
7.	สภาอุตสหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	คุณประดิษฐ์ วัชระดนัย	รองประธานฯ	02-2505500		
8.	สมาพันธ์มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	คุณจารุพล เรืองเกตุ	ประธานสมาพันธ์มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	081-4288216		

ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 25๖๒ เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องรชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปริ้นซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงานเอกชน/สมาคม	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อโทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
9.	สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA)	คุณไพรัตน์ ท่านศรีสุข	อุปนายก	081-1321111		
10.	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิญชูอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ)	คุณวันชัย สุวัฒน์ศิริพล	อุปนายก	089-1173199		
11.	สมาคมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย	คุณพรศิริ มหามิตร	ที่ปรึกษาสมาคมฯ	089-9252190		
12.	สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ	คุณปวารถนา ภาสุรกุล	กรรมการ	082-8246539 02-6301398-9		
13.	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	คุณ[illegible] ทมดย้อย	กรรมการสมาคม	081-9392766 02-2192721-2		
14.	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	คุณณัฐเดช สยะดิษฐ	กรรมการสมาคม	095-1957612		
15.	สมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย	คุณจิรพร อมรวิสิทธิกุล	นายกสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย	081-3388933		
16.	สมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย	ดร.กฤติยา วโรตม	อุปนายก	092-3751414		

บริษัท เอ็กเซคเลนท์ มีเดียเซส แมเนจเม้นท์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0-1055-40001-809
เลขที่ 128/202-203 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้นที่ 19 ห้องเลขที่ เอ.บี ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400



ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	หน่วยงานเอกชน/สมาคม	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
17.	หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	คุณกันยาวีร์ วรรณปิติวัฒน์	เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ	02-0186888 02-6221002	กันยาวีร์	
18.	หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	คุณพรรณวษา บัตรพรรธนะ	เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ	02-0186888 02-6221002	พรรณวษา	
19.	องค์การสวนสัตว์	คุณทิติยา เส่งมูล	หัวหน้าฝ่ายการตลาด	083-3981551	[illegible]	
20.	องค์การสวนสัตว์	คุณมานิช ดำนุ้ย	เจ้าหน้าที่การตลาด	083-0250510	[illegible]	
21.	บริษัท ขนส่ง จำกัด					
	สมาคมรถโดยสารไม่ประจำทาง	นายสมเกียรติ [illegible]	อุปนายกสมาคม	086-885-3194	[illegible]	
	สมาคมรถโดยสารไม่ประจำทาง	โสภณ [illegible]	นายก	0812339994	[illegible]	
	ศูนย์อำนวยการรักษาผลประโยชน์ของชาติทางทะเล	ว่าที่ น.อ.รุ่ง [illegible]	รองผู้อำนวยการกองกิจการพลเรือนฯ	064-5936199	[illegible]	

ใบลงทะเบียน

การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปริ้นซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ

ลำดับที่	หน่วยงาน	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมาย เหตุ
	เมืองมัคคุเทศก์อาวุโส	จักรกฤษณ์ เรนทอง	trainer	084-9654815	จักรกฤษณ์	
	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวอินบาวด์	สิริ เจริญรอด	กรรมการ	081-9324926		



ใบลงทะเบียน
การประชุมเชิงวิชาการ
เพื่อนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
วันอังคาร ที่ 29 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 15.30 น.
ณ ห้องราชาวดี 2 ชั้นที่ 11 อาคาร 2 โรงแรมปรินซ์พาเลซ มหานาค กรุงเทพฯ



ลำดับที่	สถาบันการศึกษา	ชื่อ -สกุล	ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ โทรสาร	ลายมือ	หมายเหตุ
1.	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะมนุษย์ศาสตร์และการจัดการท่องเที่ยว	คุณพงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร	อาจารย์ประจำภาควิชาฯ	086-8892177	[illegible]	
2.	มหาวิทยาลัยศิลปกร คณะการจัดการ	ดร.นิธิกร ม่วงศรเขียว	รักษาการแทนหัวหน้าสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว	081-9059538 032-594022	[illegible]	
3.	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	ดร.กมลกนก เกียรติศักดิ์ชัย	คณบดีโรงเรียนท่องเที่ยวและการบริการ	081-5442241 02-2445710	-	
4.	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	คุณศริญา ประเสริฐสุด	รองคณบดีโรงเรียนท่องเที่ยวและการบริการ	085-9455491 02-2475710	[illegible]	
5.	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะการจัดการท่องเที่ยว (นิด้า)	ผศ.ดร.สุวารี นามวงศ์	รองคณบดีฝ่ายบริหาร	02-3754222	[illegible]	
6.	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กองวิเทศสัมพันธ์	คุณนันทวรรณ เกตุเที่ยงกิจ	นักวิเทศสัมพันธ์	083-5477437 02-5642898	[illegible]	
7.						
8.						

Questionnaire No.

❒❒❒❒

❒ **Province**……..……..

❒ **ICA**……..

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. 2016-2018) and the average length of stay per trip ……..…. days (average of C.E. 2016-2018)

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

5. How many accompanying person(s) are traveling with you? (Choose only one)

❒ 1) Alone ❒ 2) Family / relative / Friend, total ……person(s) ❒ 3) Colleague / company, total …… person(s)

❒ 4) Others, please specify ....., total …… person(s)

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

(…….……..)

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

(…….……..)

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 most important factors for choosing Thailand as your travel destination (please select only 3 choices)

❒ 1) Tourist Attractions ❒ 2) Convenience in traveling ❒ 3) Availability of public utilities

❒ 4) Image of Thailand / Thai people ❒ 5) Advertising / Public Relations (Road Show) ❒ 6) Motivation from the movie

❒ 7) Variety of shopping. ❒ 8) Expenses ❒ 9) Others, please specify ... .

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

Tourist Attractions

❒ **1) Natural Attractions**

❒ 1.1) Sea and Beach ❒ 1.2) Forest / Waterfall / Mountain / Cave ❒ 1.3) Others Please specify .....

❒ **2) Historical Attractions**

❒ 2.1) Historical Sites / Ruins ❒ 2.2) Grand Palace ❒ 2.3) Museum ❒ 2.4) Temple

❒ 2.5) Monument ❒ 2.6) Others, please specify .....

❒ **3) Arts, Culture, Traditions and Lifestyle Attractions**

❒ 3.1) Community tourism ❒ 3.2) Participate in local traditional festivals ❒ 3.3) Art exhibitions

❒ 3.4) Others, please specify .....

❒ **4) Leisure Attractions**

❒ 4.1) Theme Park ❒ 4.2) Zoo ❒ 4.3) Parks ❒ 4.4) Botanical Gardens ❒ 4.5) Others, please specify .....

❒ **5) Nightlife Attractions (night market, nightclubs)**

Activities

❒ 6) Adventure activities (rafting, canoeing, mount climbing)
❒ 7) Medical treatment
❒ 8) Spa and Thai massage
❒ 9) Testing Thai Food
❒ 10) Thai cooking classes
❒ 11) Nightlife
❒ 12) National Tradition Event
❒ 13) City sightseeing
❒ 14) Diving / snorkeling
❒ 15) Attend sport competition / play
❒ 16) Watch sport (……..) ❒ 17) Others, please specify …….....

11. How much did you spend on this trip? (in Thailand only, not include international airfare) …… Baht/person

(For 1 person only)

12. Which source(s) or media did you obtain information about Thailand tourism? (You can choose more than 1 answer)

❒ 1) Tourism website
❒ 2) Social media, please specify……
❒ 3) Friend(s) / relative (s)
❒ 4) Publication
❒ 5) Road show
❒ 6) Billboard
❒ 7) Television, please identify channel or show name ……
❒ 8) Radio, please identify radio station or show name ……
❒ 9) Travel agent / tour counter
❒ 10) Suggestions from staff in accommodation / restaurant / driver, etc.
❒ 11) Others, please identify …….……

13. In this trip, which application software of the tourism information do you acknowledge from? (You can choose more than 1 answer)

❒ 1) Information based service
- ❒ 1.1) Tourism Authority of Thailand
- ❒ 1.2) Thailand Tourist Trips and Tips AR Book
- ❒ 1.3) My Currency Exchange Rates Converter
- ❒ 1.4) The Weather channel
- ❒ 1.5) Attractions website (e.g.Tripadvisor, Foursquare, WiFi Map Pro)

❒ 2) Facility for trip
- ❒ 2.1) Google (e.g. map, Translate, Earth, Scholar)
- ❒ 2.2) Chat
  - ❒ (1) Line ❒ (2) Instragram ❒ (3) Twitter
  - ❒ (4) Facebook ❒ (5) Skype ❒ (6) Viber
  - ❒ (7) QQ Chat ❒ (8) We Chat

❒ 3) Dynamic Package systems
- ❒ 3.1) Accommodation App
  - ❒ (1) Agoda ❒ (2) Booking.com ❒ (3) Hostelworld
  - ❒ (4) Expedia ❒ (5) Hotels.com ❒ (6) HotelClub
  - ❒ (7) Venere ❒ (8) Priceline (9) ❒Yonderbound
  - ❒ (10) DirectWithHotel ❒ (11) Kayak ❒ (12) Trivago
  - ❒ (13) HotelsCombined ❒ (14) Air bnb ❒ (15) Ctrip
- ❒ 3.2) Transportation App
  - ❒ (1) Sky scanner ❒ (2) Tripadvisor
  - ❒ (3) Lonelyplanet ❒ (4) Virtualtourist
  - ❒ (5) Thailandee

❒ 4) Other, please specify …..……

Part III Expectation / Satisfaction and Comparison with other countries recently visited

14. 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 Level					Satisfaction Level					0	Compare with ……		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
1) Immigration service														
1.1) communication / language														
1.2) friendliness of workers														
1.3) service procedure / speed														
1.4) overall satisfaction of immigration service														
2) Airport (please specify……) (Answer only if you used Airport services)														
2.1) signage														
2.2) cleanliness and facilities														
2.3) variety of restaurants														
2.4) variety of shops														
2.5) friendliness of workers														
2.6) communication														
2.7) wifi / internet														
2.8) safety														
2.9) staffs														
2.10) restroom														
2.11) overall satisfaction of Airport														
3) Transportation by bus, taxi, train, etc (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate transportation services you used while traveling in Thailand)														
3.1) accessibility														
3.2) cleanliness and comfort														
3.3) communication														
3.4) safety														
3.5) staffs														
3.6) value for your money														
3.7) overall satisfaction of transportation														

14. 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 Level					Satisfaction Level					0	Compare with ……		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
4) Tourist Information / Visitor center (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate Tourist Information services you used while traveling in Thailand)														
4.1) accessibility														
4.2) staffs														
4.3) helpfulness of provided information														
4.4) communication														
4.5) overall satisfaction of Tourist Information / Visitor center														
5) Safety (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate safety while traveling in Thailand)														
5.1) Installing CCTV in tourist attraction														
5.2) Staff/volunteer services														
5.3) Safety information providing (warning signs)														
5.4) overall satisfaction of safety														
6) Public restrooms (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate public restrooms at tourist attractions you visited while traveling in Thailand)														
6.1) accessibility														
6.2) availability														
6.3) hygiene														
6.4) safety														
6.5) overall satisfaction of public restrooms														
7) Sea and Beach (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate sea/beach you visited while traveling in Thailand)														
7.1) beauty / cleanliness														
7.2) safety														
7.3) restroom														
7.4) overall satisfaction of destination														

14. 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 Level					Satisfaction Level					0	Compare with ……		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
8) Eco-Tourism destination (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate eco-tourism destination you visited while traveling in Thailand)														
8.1) accessibility														
8.2) beauty / cleanliness														
8.3) safety														
8.4) restroom														
8.5) overall satisfaction of eco-Tourism														
9) Historical Sites (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate historical sites you visited while traveling in Thailand)														
9.1) accessibility														
9.2) beauty														
9.3) safety														
9.4) restroom														
9.5) overall satisfaction of historical sites														
10) Adventure Activities (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate adventure activities you attended while traveling in Thailand)														
10.1) safety														
10.2) staffs														
10.3) value for your money														
10.4) restroom														
10.5) overall satisfaction of adventure														
11) Accommodation (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate accommodation you used while traveling in Thailand)														
11.1) facilities														
11.2) condition in the accommodation														
11.3) communication														
11.4) restroom														
11.5) staffs														
11.6) safety														
11.7) wifi / internet														
11.8) value for your money														
11.9) overall satisfaction of accommodation														

14. 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 Level					Satisfaction Level					0	Compare with ……		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
12) Restaurants (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate restaurants you visited while traveling in Thailand)														
12.1) condition in the restaurant														
12.2) quality of food														
12.3) communication														
12.4) staffs														
12.5) wifi / internet														
12.6) value for your money														
12.7) restroom														
12.8) overall satisfaction of restaurants														
13) Shops / souvenir shops (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate shops you visited while traveling in Thailand)														
13.1) quality of merchandises														
13.2) availability														
13.3) communication														
13.4) staffs														
13.5) honesty														
13.6) wifi / internet														
13.7) value for your money														
13.8) restroom														
13.9) overall satisfaction of shops														
14) Wellness (Spa/Thai Massage) (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate wellness services you used while traveling in Thailand)														
14.1) variety														
14.2) equipment and facilities														
14.3) condition in the places														
14.4) communication														
14.5) staffs														
14.6) safety														
14.7) wifi / internet														
14.8) value for your money														
14.9) restroom														
14.10) overall satisfaction of wellness														

14. 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 Level					Satisfaction Level					0	Compare with ……		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
15) Travel service (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate travel agent you used while traveling in Thailand)														
15.1) safety of vehicle														
15.2) staffs														
15.3) interesting travel program														
15.4) value for your money														
15.5) overall satisfaction of travel agents														
16) Guide (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate guide service you used while traveling in Thailand)														
16.1) friendliness														
16.2) honesty														
16.3) communication														
16.4) knowledge														
16.5) overall satisfaction of guide														
17) Mobile Tourism Application (1)…… (2)…… (3)……														
17.1) availability														
17.2) accuracy of information														
17.3) helpfulness of provided information														
17.4) overall satisfaction of tourism application														
18) People (For the survey at airport or border crossing point, please evaluate overall of people you met while traveling in Thailand)														
18.1) friendliness														
18.2) honesty														
18.3) communication														
18.4) overall satisfaction of people														
Overall Satisfaction														

15. Confidence level in tourism products and services in Thailand

15.1 Compare overall confidence level of quality and standard of tourism in Thailand with those in your country of residence.

❒ 1) Very low ❒ 2) Low ❒ 3) Moderate ❒ 4) High ❒ 5) Very high

15.2 Compare overall confidence level of quality and standard of tourism services (transportation, hotel, accommodation, restaurant, rental services) in Thailand with those in your country of residence.

❒ 1) Very low ❒ 2) Low ❒ 3) Moderate ❒ 4) High ❒ 5) Very high

16. While traveling in Thailand, what is the most distinctive trait of Thainess? (Please specify)

❒ 1) Don't know ❒ 2) .....

.....

17. Do you dissatisfy with any of following travel services? ❒ 1) No (Skip to Q.18) ❒ 2) Yes (please specify)

Travel Services	Dissatisfaction
❒ 1) Immigration service	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) Other, please specify …… Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 2) Airport	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) public car service ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 3) Transportation by bus, taxi, train	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) fare price ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 4) Tourist Information / Visitor center	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 5) Safety	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) efficiency ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 6) Public restrooms Please specify venue …..……	❒ 1) availability ❒ 2) cleanliness ❒ 3) safety ❒ 4) location ❒ 5) Other, please specify …… Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 7) Sea and Beach	❒ 1) people ❒ 2) safety ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 8) Eco-tourism destination	❒ 1) people ❒ 2) safety ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 9) Historical site	❒ 1) people ❒ 2) safety ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 10) Adventure activities	❒ 1) people ❒ 2) safety ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 11) Accommodation	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 12) Restaurants	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……
❒ 13) Shops / souvenir shops	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction …… ……

17. Do you dissatisfy with any of following travel services? (Continue)

❒ 14) Wellness (Spa / Traditional massage)	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction ……..…… ……
❒ 15) Travel service	❒ 1) people ❒ 2) process ❒ 3) location ❒ 4) Other, please specify Causes of your dissatisfaction ……..…… ……
❒ 16) Guide	❒ 1) communication ❒ 2) friendliness ❒ 3) knowledge ❒ 4) Other, please specify …… Causes of your dissatisfaction ……..…… ……
❒ 17) Tourism application	❒ 1) type of application ❒ 2) convenience ❒ 3) data accuracy ❒ 4) Other, please specify …… Causes of your dissatisfaction ……..…… ……
❒ 18) People	❒ 1) communication ❒ 2) friendliness ❒ 3) honesty ❒ 4) Other, please specify …… Causes of your dissatisfaction ……..…… ……

18. 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……

19. 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 Causes (the most 3 important Causes)

❒ 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 …….....

20. Problems that you had during the trip in Thailand ……

……..……..

……..……..

21. Recommendation for further improvement on the following matters

1) Tourism destination……..……..

2) Tourism professional……..……..……

3) Product/Services……..……

4) Tourism management……..……..

5) Thainess……..

6) Others……

22. Will you introduce your friend(s)/relative(s)/acquaintance(s) to travel to Thailand?

❒ 1) Yes, because……

❒ 2) No, because……

<u>Part IV</u> Personal information

23. Gender ❒ 1) Male ❒ 2) Female

24. Years of age

❒ 1) 15-24 ❒ 2) 25-34 ❒ 3) 35-44 ❒ 4) 45-54 ❒ 5) 55-64 ❒ 6) 65 and over

25. 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).....

26. Education

❒ 1) Under bachelor degree ❒ 2) Bachelor degree ❒ 3) Higher than bachelor degree

27. 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……..…..

问卷编号

❒❒❒❒

❒调查地点.....

❒ICA.....

国际游客调查问卷

泰国旅游局和体育部秘书长办公室已经完成了游客的满意度调查，为改善中泰的发展和旅游关系。您的意见将对泰国的旅游业的发展非常有益。因此，我们想请您配合回答这份问卷。在此，我们先行感谢您在这次问题上的友好配合。

第一部分：基本信息

1.居住国 ..... /国籍.....

2.每年出国旅行 .....次（2016 年-2018 年平均）每次旅行平均停留 .....天（2016-2018 年平均）

3.您进入泰国的交通方式是什么？

❒1）飞机航班 ❒2）陆路 ❒3）海路

4.出行方式

❒1）自由行 ❒2）半自助 ❒3）跟团

5.有多少同行人员和您一起旅行？（只能选一项）

❒1）一个人 ❒2）家庭/亲戚/朋友，共 ..... 人 ❒3）同事/公司，共 ..... 人

❒4）其他，请注明 ..... ，共 ..... 人

6.在过去3年，您到访过泰国几次？（包括这次）..... 次

上次旅行的平均停留时间为 ..... 天，然后本次计划停留 ..... 天

第二部分 关于泰国的旅行信息/看法

7.您打算在这次旅行期间去其他国家吗？

❒1）是，前往第 7.1、7.2 题 ❒2）否，（跳至第 8 题）

7.1 请列出您来泰国之前去过的国家/地区

（.....）

7.2 请列出您在泰国之后打算去的国家/地区（如果有）。

（.....）

8.您此次来泰国的主要目的。（只能选一项）

❒1）度假目的	❒2）商业目的	❒3）会议/激励/大会/展会
❒4）拜访亲友	❒5）体育活动	❒6）购物
❒7）蜜月	❒8）保健与医疗	❒9）冥想
❒10）培训课程/学习	❒11）其他，请注明.....	

9. 请选择您来泰国旅游的最重要因素（只选3项）

❒1）旅游景点 ❒ 2）旅行便利 ❒ 3）基础设施发达

❒4）泰国/泰国人的形象佳❒5）广告/公关宣传（路演）❒6）电影取景

❒ 7）购物。❒ 8）费用❒9）其他，请注明 .....

10.这趟泰国之旅期间您访问过哪些地方，或者参加过哪些活动？（您可以选择 1 个以上的答案）

旅游景点

❒ 1）自然景点

❒ 1.1）海和沙滩 ❒1.2）森林/瀑布/山间/洞穴❒1.3）其他（请注明）

❒ 2）历史景点

❒ 2.1）历史古迹/遗址❒ 2.2）大皇宫❒ 2.3）博物馆❒ 2.4）寺庙

❒ 2.5）纪念碑❒2.6）其他，请注明 .....

❒ 3）艺术、文化、传统民俗和生活休闲景点

❒ 3.1）社区观光❒ 3.2）参加当地的传统节日❒ 3.3）艺术展览

❒3.4）其他，请注明 .....

❒ 4）休闲景点

❒ 4.1）主题公园❒ 4.2）动物园❒ 4.3）公园❒ 4.4）植物园❒4.5）其他，请注明....

❒ 5）夜生活景点（夜市、夜店）

娱乐项目

❒ 6）探险活动（漂流、划独木舟、登山）❒ 7）医疗

❒ 8）水疗和泰式按摩 ❒ 9）尝试泰国美食 ❒ 10）泰式烹饪班

❒ 11）夜生活 ❒ 12）国家传统民俗活动 ❒ 13）城市观光

❒ 14）潜水/浮潜 ❒ 15）参加体育比赛/竞技

❒ 16）观看运动（.....）❒ 17）其他，请注明 .....

11.您在这趟旅行中花了多少钱？（仅限泰国，不包括国际机票）.....泰铢/人（仅限1人）

12.您从哪些来源或媒体获得有关泰国旅游的信息？ （您可以选择1个以上的答案）

❒ 1）旅游网站

❒ 2）社交媒体，请注明.....

❒ 3）朋友/亲戚

❒ 4）出版

❒ 5）路演

❒ 6）广告牌

❒ 7）电视，请注明频道或节目名称.....

❒ 8）电台，请注明电台或节目名称.....

❒ 9）旅行社/旅游柜台

❒ 10）住宿/餐厅/司机等工作人员的建议

❒ 11）其他，请确认.....

13.在这趟旅行中，您通过哪些应用软件获取旅游信息？（您可以选择 1 个以上的答案）

❒ 1）信息类服务

❒ 1.1）泰国旅游局

❒ 1.2）泰国旅行与贴士 AR 手册

❒ 1.3）我的外币汇率转换器

❒ 1.4）天气频道

❒ 1.5）旅游网站（例如 Tripadvisor、Foursquare、WiFi Map Pro）

❒ 2）旅行设施

❒ 2.1）谷歌（例如地图、翻译、Earth、Scholar）

❒ 2.2）聊天软件

❒ (1) Line ❒ (2)

❒ 3）动态包价系统

❒ 3.1）住宿应用程序

❒ (1) Agoda ❒ (2) Booking.com ❒ (3) Hostelworld

❒ (4) Expedia ❒ (5) Hotels.com ❒ (6) HotelClub

❒ (7) Venere ❒ (8) Priceline (9) ❒ Yonderbound

❒ (10) DirectWithHotel ❒ (11) Kayak ❒ (12) Trivago ❒ (13) HotelsCombined ❒ (14) Air bnb ❒ (15) 携程

❒ 3.2）通勤应用程序

Instragram ❒ (3) Twitter ❒ (4) Facebook ❒ (5) Skype ❒ (6) Viber ❒ (7) QQ ❒ (8) 微信

❒(1) Sky scanner ❒ (2) Tripadvisor ❒(3) Lonelyplanet ❒ (4) Virtualtourist ❒(5) Thailandee

❒4）其他，请注明 .....

第三部分 比较近期去过的其他国家，您对泰国的期望/满意度

14.您对泰国旅游和服务的看法

预期水平/满意度

1=完全不满意 2=稍微满意 3=一般满意 4=非常满意 5=极其满意 0=不适用

比较泰国和您最近去的一个国家

0=一样好 1=泰国更好 2=泰国更糟

仅当您使用或购买了产品或服务时回答此项

旅行服务	预期水平					满意度					0	比较.....		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
1）出入境服务														
1.1）沟通/语言														
1.2）员工友善度														
1.3）服务流程/速度														
1.4）对出入境服务的总体满意度														
2）机场（请注明.....）（仅当您使用了机场服务时回答此项）														
2.1）标牌														
2.2）清洁和设施														
2.3）各种餐厅														
2.4）各种商店														
2.5）员工友善度														
2.6）沟通														
2.7）wifi /互联网														
2.8）安全														
2.9）员工														
2.10）洗手间														
2.11）机场的整体满意度														
3）**公共汽车、出租车、火车等的通勤服务**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间使用的运输服务）														
3.1）便利性														
3.2）清洁和舒适度														
3.3）沟通														
3.4）安保														

3.5）员工														
3.6）物有所值														
3.7）对通勤的总体满意度														

14.您对泰国旅游和服务的看法（续）

预期水平/满意度

1=完全不满意 2=稍微满意 3=一般满意 4=非常满意 5=极其满意 0=不适用

比较泰国和您最近去的一个国家

0=一样好 1=泰国更好 2=泰国更糟

仅当您使用或购买了产品或服务时回答此项

旅行服务	预期水平					满意度					0	比较.....		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
4）**旅游信息/游客中心**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间使用的旅游信息服务）														
4.1）便利性														
4.2）员工														
4.3）所供信息的实用性														
4.4）沟通														
4.5）对旅游信息/游客中心的总体满意度														
5）**安全**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间的安全感）														
5.1）在旅游景点安装闭路监控														
5.2）员工/志愿者服务														
5.3）提供安全信息（警告标志）														
5.4）对安全的总体满意度														
6）**公共卫生间**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间用过的公共卫生间）														
6.1）便利性														
6.2）可用性														
6.3）卫生														
6.4）安全														
6.5）对公共卫生间的总体满意度														
7）**海和沙滩**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间去过的海/沙滩）														
7.1）美观/清洁														
7.2）安全														

7.3）洗手间														
7.4）对景区的总体满意度														

14.您对泰国旅游和服务的看法（续）

预期水平/满意度

1=完全不满意 2=稍微满意 3=一般满意 4=非常满意 5=极其满意 0=不适用

比较泰国和您最近去的一个国家

0=一样好 1=泰国更好 2=泰国更糟

仅当您使用或购买了产品或服务时回答此项

旅行服务	预期水平					满意度					0	比较.....		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
8）**生态旅游景区**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间去过的生态旅游景区）														
8.1）便利性														
8.2）美观/清洁														
8.3）安全														
8.4）洗手间														
8.5）对生态旅游的总体满意度														
9）**历史古迹**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间去过的历史古迹）														
9.1）便利性														
9.2）美观														
9.3）安全														
9.4）洗手间														
9.5）对历史古迹的总体满意度														
10）**探险活动**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间参加过的探险活动）														
10.1）安全														
10.2）员工														
10.3）物有所值														
10.4）洗手间														
10.5）对探险活动的整体满意度														
11）**住宿**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间下榻的住处）														
11.1）设施														
11.2）住宿条件														
11.3）沟通														

11.4）洗手间														
11.5）员工														
11.6）安全														
11.7）wifi /互联网														
11.8）物有所值														
11.9）对住宿总体满意度														

14.您对泰国旅游和服务的看法（续）

预期水平/满意度

1=完全不满意 2=稍微满意 3=一般满意 4=非常满意 5=极其满意 0=不适用

比较泰国和您最近去的一个国家

0=一样好 1=泰国更好 2=泰国更糟

仅当您使用或购买了产品或服务时回答此项

旅行服务	预期水平					满意度					0	比较.....		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
12）**餐厅**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间去过的餐厅）														
12.1）餐厅的状况														
12.2）食品的质量														
12.3）沟通														
12.4）员工														
12.5）wifi /互联网														
12.6）物有所值														
12.7）洗手间														
12.8）对餐厅的总体满意度														
13）**商店/纪念品店**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间去过的商店）														
13.1）商品质量														
13.2）可用性														
13.3）沟通														
13.4）员工														
13.5）诚信														
13.6）wifi /互联网														
13.7）物有所值														
13.8）洗手间														
13.9）对商店的总体满意度														
14）**保健（水疗/泰式按摩）**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间使用的保健服务）														
14.1）种类														
14.2）设备和设施														

14.3）现场条件														
14.4）沟通														
14.5）员工														
14.6）安全														
14.7）wifi /互联网														
14.8）物有所值														
14.9）洗手间														
14.10）对保健服务的总体满意度														

14.您对泰国旅游和服务的看法（续）

预期水平/满意度

1=完全不满意 2=稍微满意 3=一般满意 4=非常满意 5=极其满意 0=不适用

比较泰国和您最近去的一个国家

0=一样好 1=泰国更好 2=泰国更糟

仅当您使用或购买了产品或服务时回答此项

旅行服务	预期水平					满意度					0	比较.....		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
15）**旅行服务**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间为您服务的旅行社）														
15.1）车辆的安全性														
15.2）员工														
15.3）行程计划的趣味性														
15.4）物有所值														
15.5）对旅行社的总体满意度														
16）**导游**（对于机场或过境点的调查，请评估您在泰国旅行时使用的导游服务）														
16.1）友善														
16.2）诚信														
16.3）沟通														
16.4）知识														
16.5）对导游的总体满意度														
17）**移动旅游应用程序** (1).....(2).....(3).....														
17.1）可用性														
17.2）信息的准确性														
17.3）所供信息的实用性														
17.4）对旅游应用程序的总体满意度														
18）**人**（如果是在机场或过境点接受问卷调查，请评价您在泰国旅行期间遇到的人的总体情况）														

18.1）友善														
18.2）诚信														
18.3）沟通														
18.4）对人的总体满意度														
总体满意度														

15.对泰国旅游产品和服务的信心水平

15.1 请将您对泰国旅游质量和标准的总体信心水平，与您常住国的旅游标准相比较。

❒ 1）非常低 ❒ 2）低 ❒ 3）中等 ❒ 4）高 ❒ 5）非常高

15.2 请将您对泰国旅游服务（通勤、酒店、住宿、餐厅、租赁服务）质量和标准的总体信心水平，与您常住国的旅游标准相比较。

❒ 1）非常低 ❒ 2）低 ❒ 3）中等 ❒ 4）高 ❒ 5）非常高

16.在泰国旅行期间，您感到泰风情最有特色的地方是什么？（请具体说明）

❒ 1）不知道 ❒

2）.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

17.您是否对以下任何旅行服务不满意？ ❒1）否（跳至第18题）❒2）是（请注明）

旅行服务	不满意
❒1）出入境服务	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒2）机场	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）公共汽车服务 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒3）乘坐公共汽车、出租车、火车	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）票价 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒4）旅游信息/游客中心	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒5）安全	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）效率 ❒4）其他，请注明

	您不满的原因..... .....
❒6）公共卫生间 请注明场所.....	❒1）可用性 ❒2）清洁 ❒3）安全 ❒4）位置 ❒5）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒7）海和沙滩	❒1）人 ❒2）安全 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒8）生态旅游景区	❒1）人 ❒2）安全 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒9）历史古迹	❒1）人 ❒2）安全 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒10）探险活动	❒1）人 ❒2）安全 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒11）住宿	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒12）餐厅	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒13）商店/纪念品店	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....

17.您是否对以下任何旅行服务不满意？（续）

❒14）保健（水疗/传统按摩）	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒15）旅行服务	❒1）人 ❒2）程序 ❒3）位置 ❒4）其他，请注明 您不满的原因..... .....
❒16）导游	❒1）沟通 ❒2）友善 ❒3）知识 ❒4）其他，请注明 ..... 您不满的原因..... .....
❒17）旅游应用程序	❒1）应用程序类型 ❒2）便利性 ❒3）数据准确性 ❒4）其他，请注明 ..... 您不满的原因..... .....
❒18）人	❒1）沟通 ❒2）友善 ❒3）诚信 ❒4）其他，请注明 ..... 您不满的原因..... .....

18.在泰国旅行期间，您是否遇到过任何服务商或产品提供商的不诚信行为？

❒1）否　　❒2）是，请解释 .....

19.未来3年您会再来泰国吗？

❒1）会　　❒2）不确定　　❒3）不会，因为.....

如果未来3年您打算再来泰国，请说明您的原因（最重要的3个原因）

❒ 1）旅游景点　❒ 2）探险　❒ 3）体育活动　❒ 4）购物　❒ 5）夜生活
❒ 6）食品　❒ 7）医疗/保健服务　❒ 8）价格/促销　❒ 9）信息可用性和广告
❒ 10）安全/保障　❒ 11）真实性（当地文化）　❒ 12）人民友善　❒ 13）国家形象
❒ 14）探索泰风情宣传　❒ 15）其他，请注明.....

20.您在泰国旅行期间遇到的问题 .....
.....
.....
.....

21.对以下事项的改进建议

1）旅游景区.....
2）旅游专业人员.....
3）产品/服务.....
4）旅游管理.....
5）泰风情.....
6) 其他 .....

22.您会介绍朋友/亲戚/熟人前来泰国吗？

❒ 1）会，因为.....
❒ 2）不会，因为.....

第四部分 个人信息

23.性别　❒ 1）男　❒ 2）女

24.年龄

❒1) 15-24岁　❒ 2) 25-34岁　❒3) 35-44岁　❒4) 45-54岁　❒5) 55-64岁　❒ 6） 65岁以上

25.职业

❒1）专业人员　❒2）行政和管理人员　❒3）文职、销售和商务人员
❒4）劳工、日结工作者和服务人员　❒5）农业工人　❒6）政府和军队人员
❒7）家庭主妇/无薪家务人员　❒8）学生和儿童　❒9）退休　❒10）失业
❒11) 其他，请注明.....

26.教育背景

❒1）本科以下学历　❒2）本科学历　❒3）本科以上学位

27.年收入

❒ 1）不到 20,000 美元　❒2）20,000-40,000 美元　❒3）40,001-60,000 美元

❒ 4）60,001-80,000 美元　❒5）80,001 美元及以上　❒6）没有收入

受访人.....日期.....

谨代表旅游局和体育部秘书长办公室，
感谢您愿意抽出宝贵的时间配合我们的调查

调查人.....调查日期.....

监督人.....

アンケート番号
❒❒❒❒
❒ 県.....
❒ 検査所.....

外国人観光客満足度調査アンケートのお願い

観光スポーツ省は2019年来タイする観光客に対し満足度アンケート調査を行っており、その調査結果をもとに観光サービスの改善及び向上を図りたいと考えておりますのでご協力の程宜しくお願い致します。

パート 1 一般質問

1. **居住国**...../ **国籍**.....

2. **年間海外旅行回数** ..... **回 (2016 年-2018 年平均) 及び一回の海外旅行の平均滞在期間** ..... **日 (2016 年-2018 年平均)**

3. **入国方法を教えてください。**
❒ 1) 空路 ❒ 2) 陸路 ❒ 3) 海路

4. **旅行手配方法 を教えてください。**
❒ 1) 自分自身 ❒ 2) 自分自身及び旅行代理店両方 ❒ 3) 旅行代理店

5. **来タイ同行者数 (1 つのみ選択) を教えてください。**
❒ 1) 自身一人 ❒ 2) 家族 / 親戚..... 人 (人数は回答者を含む)
❒ 3) 教育機関/会社の同僚..... 人 (人数は回答者を含む))
❒ 4) その他 ..... 人 (人数は回答者を含む))

6. 過去３年間の来タイ回数**(今回含む)** .....**回 前回来タイ時の滞在期間**..... **日及び 今回滞在期間**..... **日**

パート 2 タイの旅行情報について

7. **今回の旅行で他の国に立ち寄る予定はありますか。**
❒1) はい (7.1 及び 7.2に回答してください。) ❒2) **いいえ (8に進んでください。)**
7.1 タイに来る前にどの国に行きましたか。
(.....)
7.2 タイの後に行く予定の国はどこですか。
(.....)

8. **今回の来タイ目的 (1 つのみ選択) を教えてください。**
❒ 1) 休暇 ❒ 2) ビジネス ❒ 3) 会議・講演・展示会
❒ 4) 友人 / 親戚 ❒ 5) スポーツ参加・観戦 ❒ 6) ショッピング / 記念品
❒ 7) 新婚旅行 ❒ 8) 医療 ❒ 11) その他.....
❒ 9) 瞑想 ❒ 10) 短期研修

9. **タイを選んだ理由 (3 つまで選択可) を教えてください。**
❒ 1) 観光地 ❒ 2) タイまでの移動が便利
❒ 3) ユーティリティ (電気、水道、ガスなど) の充実 ❒ 4) タイ・タイ人のイメージ
❒ 5) 広告 / PR (Road Show) ❒ 6) 映画の影響 ❒ 7) ショッピングの多様性
❒ 8) 生活費 ❒ 9) その他.....

10. 今回の来タイであなたが訪れた場所、あるいは参加した活動を教えてください。。（複数選択可）

観光地

❒ 1) 自然観光地
　❒ 1.1) 海・ビーチ ❒ 1.2) 森/滝/山/洞窟 ❒ 1.3) その他.....
❒ 2) 歴史的宗教的観光地
　❒ 2.1) 歴史公園/史跡 ❒ 2.2) 宮殿 ❒ 2.3) 博物館 ❒ 2.4) 寺
　❒ 2.5 記念碑 ❒ 2.6) その他.....
❒ 3) 芸術・文化・地元民暮らしの観光地
　❒ 3.1) 地元民観光 ❒ 3.2) 地元祭り ❒ 3.3) 美術展示会
　❒ 3.4) その他.....
❒ 4) レジャー観光地
　❒ 4.1) 遊園地 ❒ 4.2) 動物園 ❒ 4.3) 公園 ❒ 4.4) テーマパーク
　❒ 4.5) 植物園 ❒ 4.6) その他.....
❒ 5) ナイト観光地(ナイトマーケット、娯楽施設)

活動

❒ 6) アドベンチャー（ラフティング、カヌー、ロッククライミング）❒ 7) 医療
❒ 8) スパー・タイマッサージ ❒ 9) タイグルメ ❒ 10) タイ料理教室 ❒ 11) 夜間観光
❒ 12) 全国伝統祭り ❒ 13) 市内観光 ❒ 14) ダイビング ❒ 15) スポーツ競技
(.....)
❒ 16) スポーツ観光（.....） ❒ 17) その他.....

11. タイで使った金額を教えてください。（飛行機代・他国で使った金額を含まない）(回答者の分のみ).....バーツ/人

12. タイ観光情報の入手方法を教えてください。(複数選択可)

❒ 1) 観光サイト
❒ 2) ソーシャルメディア.....
❒ 3) 友人・知人
❒ 4) 出版物
❒ 5) 観光イベント (Road Show)
❒ 6) 大型看板
❒ 7) テレビ・チャンネル.....
❒ 8) ラジオ・チャンネル.....
❒ 9) 旅行代理店 / 観光カウンター
❒ 10) ホテルスタッフ・飲食店員・運転手
❒ 11) その他.....

13. 今回の旅で利用したアプリを教えてください。

❒ 1) 情報提供アプリ
　❒ 1.1) タイ政府観光庁アプリ
　❒ 1.2) 観光警察アプリ
　❒ 1.3) 為替アプリ
　❒ 1.4) 天気予報アプリ
　❒ 1.5) 観光地・イベントアプリ
❒ 2) 旅行サポートアプリ
　❒ 2.1) Google (例. map, Translate, Earth, Scholar)
　❒ 2.2) コミュニケーションアプリ
　　❒ (1) Line ❒ (2) Instragram
　　❒ (3) Twitter ❒ (4) Facebook
　　❒ (5) Skype ❒ (6) Viber
　　❒ (7) QQ Chat ❒ (8) We Chat
❒ 3) 有料サービス提供アプリ
　❒ 3.1) 宿泊予約アプリ
　　❒ (1) Agoda ❒ (2) Booking.com
　　❒ (3) Hostelworld
　　❒ (4) Expedia ❒ (5) Hotels.com
　　❒ (6) HotelClub ❒ (7) Venere
　　❒ (8) Priceline ❒ (9) Yonderbound
　　❒ (10) DirectWithHotel
　　❒ (11) Kayak ❒ (12) Trivago
　　❒ (13) HotelsCombined
　　❒ (14) Air bnb ❒ (15) Ctrip
　❒ 3.2) 旅客輸送アプリ
　　❒ (1) Sky scanner
　　❒ (2) Tripadvisor
　　❒ (3) Lonelyplanet
　　❒ (4) Virtualtourist
　　❒ (5) Thailandee
❒ 4) その他.....

パート 3 満足度及び他国との比較

14. 観光サービス及び商品に対する満足度を教えてください。満足度は5段階で
1 = とても低い　2 = 低い　3 = 普通　4 = 高い　5 = とても高い　0 = 利用してないのでわからない

他国の観光サービス及び商品との比較について教えてください。
0 = 同等 / 近い / 大差ない　　1 = タイの方が良い　　2 = タイの方が悪い
一番最近観光した国を比較対象とします。

観光サービス	期待度					満足度					0	比較対象 (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
1) 出入国審査														
1.1) コミュニケーション/言語														
1.2) スタッフの親しみやすさ														
1.3) プロセス/所要時間														
1.4) 出入国審査満足度														
2) 空港（空港名.....） 利用した場合のみ回答してください。														
2.1) 案内看板														
2.2) 清潔さ及び便利さ														
2.3) 食店の種類の多さ														
2.4) 売店の種類の多さ														
2.5) スタッフの親しみやすさ														
2.6) コミュニケーション/言語														
2.7) wifi/ インターネットサービス														
2.8) 安全性														
2.9) スタッフからのサービス														
2.10) トイレ														
2.11) 空港利用満足度														
3) 交通機関（バス・タクシー・鉄道・三輪車など） 出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用した交通機関全体像で評価してください。														
3.1) 交通機関アクセスの便利性														
3.2) 清潔さ及び便利さ														
3.3) 言語コミュニケーション														
3.4) 安全性														
3.5) スタッフからのサービス														
3.6) 料金														
3.7) 交通機関利用満足度														
4) 観光案内所 出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用した観光案内所全体像で評価してください。														
4.1) アクセスの便利性														
4.2) スタッフからのサービス														
4.3) 役立ち度														
4.4) 言語コミュニケーション														
4.5) 観光案内所満足度														

14. 観光サービス及び商品に対する満足度を教えてください。満足度は5段階で
1 = とても低い　2 = 低い　3 = 普通　4 = 高い　5 = とても高い　0 = 利用してないのでわからない

他国の観光サービス及び商品との比較について教えてください。
0 = 同等 / 近い / 大差ない　　1 = タイの方が良い　　2 = タイの方が悪い
一番最近観光した国を比較対象とします。

観光サービス	期待度					満足度					0	比較対象 (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4
5) 安全性　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に感じた安全性全体像で評価してください。														
5.1) 観光地での防犯カメラの設置														
5.2) 警備員														
5.3) 警告表示の充実														
5.4) 安全性満足度														
6) 公共トイレ　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用した公共トイレの全体像で評価してください。														
6.1) アクセスの便利性														
6.2) 充実度														
6.3) 清潔さ														
6.4) 安全性														
6.5) 公共トイレの満足度														
7) 観光地・海 / ビーチ　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に訪問した観光地の全体像で評価してください。														
7.1) きれいさ / 清潔さ														
7.2) 安全性														
7.3) トイレ														
7.4) 観光地・海 / ビーチの満足度														
8) エコツーリズム　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に訪問したエコツーリズム観光地の全体像で評価してください。														
8.1) アクセスの便利性														
8.2) きれいさ / 清潔さ														
8.3) 安全性														
8.4) トイレ														
8.5) エコツーリズム満足度														
9) 歴史的観光地　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に訪問した歴史的観光地の全体像で評価してください。														
9.1) アクセスの便利性														
9.2) きれいさ														
9.3) 安全性														
9.4) トイレ														
9.5) 歴史的観光地満足度														
10) アドベンチャー観光地　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に訪問したアドベンチャー観光地の全体像で評価してください。														
10.1) 安全性														
10.2) スタッフからのサービス														
10.3) 料金														
10.4) トイレ														

14. 観光サービス及び商品に対する満足度を教えてください。満足度は5段階で
1 = とても低い　2 = 低い　3 = 普通　4 = 高い　5 = とても高い　0 = 利用してないのでわからない

他国の観光サービス及び商品との比較について教えてください。
0 = 同等 / 近い / 大差ない　　1 = タイの方が良い　　2 = タイの方が悪い
一番最近観光した国を比較対象とします。

観光サービス	期待度					満足度					0	比較対象 (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4
10.5) アドベンチャー観光地満足度														
11) 宿泊施設　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用した宿泊施設の全体像で評価してください。														
11.1) 各種施設														
11.2) 施設内状態														
11.3) 言語コミュニケーション														
11.4) トイレ														
11.5) スタッフからのサービス														
11.6) 安全性														
11.7) wifi / インターネットサービス														
11.8) 料金														
11.9) 宿泊施設満足度														
12) レストラン / 飲食店　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用したレストラン / 飲食店の全体像で評価してください。														
12.1) 店内状態														
12.2) 料理の品質														
12.3) 言語コミュニケーション														
12.4) スタッフからのサービス														
12.5) wifi / インターネットサービス														
12.6) 料金														
12.7) トイレ														
12.8) レストラン / 飲食店満足度														
13) ショップ / お土産　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用したショップ / 記念品の全体像で評価してください。														
13.1) 商品の品質														
13.2) 買い求めやすさ														
13.3) 言語コミュニケーション														
13.4) スタッフからのサービス														
13.5) スタッフの誠実さ														
13.6) wifi / インターネットサービス														
13.7) 商品の価額														
13.8) トイレ														
13.9) ショップ / 記念品満足度														
14) 健康サービス・スパー/タイマッサージなど　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用した健康サービス・スパー/タイマッサージなどの全体像で評価してください。														
14.1) バリュエーションの多さ														
14.2) 道具・設備の充実度														
14.3) 場所内状態														
14.4) 言語コミュニケーション														
14.5) スタッフからのサービス														

14. 観光サービス及び商品に対する満足度を教えてください。満足度は5段階で

1 = とても低い　2 = 低い　3 = 普通　4 = 高い　5 = とても高い　0 = 利用してないのでわからない

他国の観光サービス及び商品との比較について教えてください。

0 = 同等 / 近い / 大差ない　　1 = タイの方が良い　　2 = タイの方が悪い

一番最近観光した国を比較対象とします。

観光サービス	期待度					満足度					0 1	比較対象 (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		2	3	4
14.6) 安全性														
14.7) wifi / インターネットサービス														
14.8) サービス料金														
14.9) トイレ														
14.10) 健康サービス満足度														
15) 観光案内サービス　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用した観光案内サービスの全体像で評価してください。														
15.1) 交通手段の安全性														
15.2) スタッフからのサービス														
15.3) 観光スゲジュール														
15.4) 料金														
15.5) 観光案内サービスの満足度														
16) ガイド　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に利用したガイドの全体像で評価してください。														
16.1) 親切さ														
16.2) 誠実さ														
16.3) 言語コミュニケーション														
16.4) 観光地に関する知識														
16.5) ガイド満足度														
17) 携帯電話・タブレットの観光アプリ　(1) ..... (2) ..... (3)														
17.1) 便利さ														
17.2) 情報の正確性														
17.3) 役立ち度														
17.4) 観光アプリ満足度														
18) 国民　出入国審査所でアンケートを行う場合はタイ滞在中に接触したタイ人の全体像で評価してください。														
18.1) 親切さ														
18.2) 誠実さ														
18.3) 言語コミュニケーション														
18.4) 国民に関する満足度														
合計満足度														

15. 観光サービス・商品に対する信頼性を教えてください。

15.1 ご自身の国と比較してタイ観光の信頼性を教えてください。

❒ 1) とても低い　❒ 2) 低い　❒ 3) 普通　❒ 4) 高い　❒ 5) とても高い

15.2 ご自身の国と比較してタイ観光サービス（交通・宿泊施設・料理・レンタル）の信頼性を教えてください。

❒ 1) とても低い　❒ 2) 低い　❒ 3) 普通　❒ 4) 高い　❒ 5) とても高い

16. タイ滞在中に感じたタイらしさを教えてください。

❒ 1）わからない　❒ 2） わかる .....

.....

.....

17. 不満点について

❒ 1. ない（18に進んでください。）　❒ 2. ある（下記に回答してください。）

観光サービス	不満点
❒ 1）出入国審査	❒ 1）スタッフ ❒ 2）サービスプロセス ❒ 3）その他 ..... 理由.....
❒ 2）空港	❒ 1）スタッフ ❒ 2）サービスプロセス ❒ 3）公共交通機関 ❒ 4）その他 ..... 理由 .....
❒ 3）交通手段（バス・タクシー等	❒ 1）スタッフ ❒ 2）サービスプロセス ❒ 3）料金 ❒ 4）その他 ..... 理由 .....
❒ 4）観光案内書	❒ 1）スタッフ ❒ 2）サービスプロセス ❒ 3）立地 ❒ 4）その他 ..... 理由 .....
❒ 5）安全性	❒ 1）スタッフ ❒ 2）セキュリティ ❒ 3）安全性の高さ ❒ 4）その他..... 理由.....
❒ 6）公共トイレ （場所.....）	❒ 1）箇所の多さ ❒ 2）清潔さ ❒ 3）安全性 ❒ 4）立地 ❒ 5）その他..... 理由.....
❒ 7）海・ビーチ	❒ 1）スタッフ・住民 ❒ 2）安全性 ❒ 3）立地 ❒ 4）その他..... 理由.....
❒ 8）エコーツーリズム	❒ 1）スタッフ・住民 ❒ 2）安全性 ❒ 3）立地 ❒ 4）その他..... 理由.....
❒ 9）歴史的観光地	❒ 1）スタッフ・住民 ❒ 2）安全性 ❒ 3）立地 ❒ 4）その他..... 理由.....
❒ 10）アドベンチャー	❒ 1）スタッフ❒ 2）安全性 ❒ 3）立地 ❒ 4）その他..... 理由.....
❒ 11）宿泊施設	❒ 1）スタッフ ❒ 2）サービスプロセス ❒ 3）立地 ❒ 4）その他..... 理由.....

17. 不満点について

観光サービス	不満点
❒ 12) レストラン/飲食店	❒ 1) スタッフ ❒ 2) サービスプロセス ❒ 3) 立地 ❒ 4) その他..... 理由.....
❒ 13) ショップ/お土産	❒ 1) スタッフ ❒ 2) サービスプロセス ❒ 3) 立地 ❒ 4) その他..... 理由.....
❒ 14) 健康サービス スパー、タイマッサージなど	❒ 1) スタッフ ❒ 2) サービスプロセス ❒ 3) 立地 ❒ 4) その他..... 理由.....
❒ 15) 観光案内業者	❒ 1) スタッフ ❒ 2) サービスプロセス ❒ 3) 立地 ❒ 4) その他..... 理由.....
❒ 16) ガイド	❒ 1) 言語コミュニケーション ❒ 2) 親切さ ❒ 3) 観光知識 ❒ 4) その他..... 理由.....
❒ 17) 観光アプリの利用	❒ 1) アプリ設計 ❒ 2) 便利さ ❒ 3) 情報の正確さ ❒ 4) その他..... 理由.....
❒ 18) 国民	❒ 1) 言語コミュニケーション ❒ 2) 親切さ ❒ 3) 誠実さ ❒ 4) その他..... 理由.....

18. タイ滞在中に不正行為/詐欺/搾取にあったことはありますか。

❒ 1) いいえ ❒ 2) はい 詳細

.....

19. 今後３年以内にまたタイを訪れたいと思いますか。

❒ 1) はい ❒ 2) 未定 ❒ 3) いいえ 理由

.....

『はい』と回答した場合、理由を教えてください。(複数選択’可)

❒ 1) 観光地❒ 2) アドベンチャー ❒ 3) スポーツ活動
❒ 4) ショッピング ❒ 5) ナイト観光 ❒ 6) 料理 ❒ 7) 医療
❒ 8) 商品の値段 ❒ 9) 情報・広報 ❒ 10) 安全性 ❒ 11) 現地文化
❒ 12) 国民の親切さ❒ 13) 国のイメージ ❒ 14) タイの観光振興
❒ 15) その他…….....

20. 滞在中の問題点について教えてください。

.....

.....

.....

21. 以下の項目について、改善点を教えてください。

1) 観光地 .....

2) 観光業人材 .....

3) 商品サービス .....

4) 事務手続き .....

5) タイらしさ・価値 .....

6) その他 .....

22. あなたは 友人、家族、親戚等にタイ旅行を勧めますか。

❒ 1) はい, 理由 .....

❒ 2) いいえ, 理由 .....

パート 4 回答者について

23. 性別 ❒ 1) 男性 ❒ 2) 女性

24. 年齢

❒ 1) 15-24 ❒ 2) 25-34 ❒ 3) 35-44 ❒ 4) 45-54 ❒ 5) 55-64 ❒ 6) 65

25. 職業

❒ 1) 学者 ❒ 2) 管理職 ❒ 3) 事務職・販売職 ❒ 4) 労働者 ❒ 5) 農業
❒ 6) 公務員・軍人 ❒ 7) 家政婦 ❒ 8) 児童・学生 ❒ 9) 定年退職後
❒ 10) 無職 ❒ 11) その他 .....

26. 学歴

❒ 1) 学部卒未満 ❒ 2) 学部卒 ❒ 3) 大学院卒以上

27. 年収

❒ 1) USD20,000 未満 ❒ 2) USD20,000-40,000 ❒ 3) USD40,001-60,000
❒ 4) USD60,001-80,000 ❒ 5) USD80,001 以上 ❒ 6) 無所得

インタビュアー .....日付 .....

チームリーダー .....

Анкета №
❒❒❒❒

❒ **Провинция:** .....
❒ **ICA**.....

Анкета для иностранных туристов

Офис постоянного секретаря, Министерство туризма и спорта подготовили анкету для оценки удовлетворенности туристов с целью улучшения и развития туризма в Таиланде. Ваше мнение очень важно для развития туризма в Таиланде. Мы просим Вас ответить на вопросы данной анкеты и заранее благодарим за сотрудничество.

<u>Раздел I</u> Общая информация

1. Страна проживания ..……/ **Национальность**

2. Количество поездок в другие страны в год ..... раз (в среднем за 2016-2018 годы) и средняя продолжительность поездки ..... дней (в среднем за 2016-2018 годы)

3. Тип Вашего въезда в Таиланд?

❒ 1) Авиатранспорт ❒ 2) Наземный транспорт ❒ 3) Морской транспорт

4. Планирование поездки

❒ 1) Самостоятельно ❒ 2) Частично самостоятельно ❒ 3) Через турагентство

5. Сколько человек совершают поездку вместе с Вами? (возможен только 1 ответ)

❒ 1) Путешествую в одиночку ❒ 2) Семья / родственники / друзья, всего ……человек

❒ 3) Коллеги / компания, всего …… человек

❒ 4) Другое (пожалуйста, укажите) ....., всего …… человек

6. Сколько раз Вы были в Таиланде в последние 3 года (включая эту поездку)? ……. раз
Средняя продолжительность последней поездки …… дней и этой поездки ……. дней

<u>Раздел II</u> Информация о поездке / впечатлении от Таиланда

7. Планируете ли Вы посещение других стран во время этой поездки?

❒1) Да. Перейти к В7.1, В7.2 ❒2) Нет. Перейти к В8.

7.1 Пожалуйста укажите страну(ы), которые Вы посетили перед прибытием в Таиланд
(…….....)

7.2 Пожалуйста, укажите страну(ы), которые Вы планируете посетить после Таиланда, если применимо
(…….....)

8. Ваша основная цель визита в Таиланд (выберите только 1 ответ)

❒ 1) Отпуск	❒ 2) Бизнес	❒ 3) MICE-туризм
❒ 4) Посещение друзей или родственников	❒ 5) Спорт	❒ 6) Покупки
	❒ 8) Здоровье и лечение	❒ 9) Медитация
❒ 7) Свадебное путешествие	❒ 11) Другое (пожалуйста,	
❒ 10) Учеба / тренинг	укажите)……	

9. Укажите наиболее важные причины выбора Таиланда для Вашей поездки

(не более 3 ответов)

❒ 1) Туристические достопримечательности ❒ 2) Удобство путешествия

❒ 3) Наличие общественных удобств ❒ 4) Представление о Таиланде / Жители Таиланда

❒ 5) Реклама / Презентации (роуд-шоу) ❒ 6) Мотивация после просмотра фильма

❒ 7) Широкие возможности для шопинга ❒ 8) Уровень расходов

❒ 9) Другое (пожалуйста, укажите) .....

10. Какие места Вы посетили или чем занимались во время этой поездки в Таиланд? (можно выбрать несколько ответов)

Туристические достопримечательности

❒ 1) Природные достопримечательности

❒ 1.1) Море и пляж ❒ 1.2) Лес / Водопады / Горы / Пещеры

❒ 1.3) Другое (пожалуйста, укажите) .....

❒ 2) Исторические достопримечательности

❒ 2.1) Исторические объекты / Руины❒ 2.2) Большой дворец ❒ 2.3) Музеи ❒ 2.4) Храмы

❒ 2.5) Памятники ❒ 2.6) Другое (пожалуйста, укажите).....

❒ 3) Искусство, культура, традиции и образ жизни

❒ 3.1) Сельский туризм ❒ 3.2) Участие в местных традиционных фестивалях

❒ 3.3) Художественные выставки

❒ 3.4) Другое (пожалуйста, укажите) .....

❒ 4) Отдых и развлечения

❒ 4.1) Тематические парки ❒ 4.2) Зоопарк ❒ 4.3) Парки ❒ 4.4) Ботанические сады

❒ 4.5) Другое (пожалуйста, укажите) .....

❒ 5) Ночная жизнь (ночной рынок, ночные клубы)

Развлечения

❒ 6) Активный туризм (рафтинг, каное, скалолазание) ❒ 7) Лечение

❒ 8) Спа и тайский массаж ❒ 9) Тайская еда ❒ 10) Кулинарные мастер-классы

❒ 11) Ночная жизнь ❒ 12) Национальные традиционные события ❒ 13) Городской туризм

❒ 14) Дайвинг / снорклинг ❒ 15) Посещение спортивного турнира / игры

❒ 16) Посещение спортивных мероприятий (……..)

❒ 17) Другое (пожалуйста, укажите) …….....

11. Сколько денег Вы потратили в этой поездке? (только в Таиланде, не включая международные авиабилеты) …… бат на человека (только на 1 человека)

12. Из каких источников или СМИ Вы получали информацию о туризме в Таиланде? (можно выбрать несколько ответов)

❒ 1) Туристический вебсайт

❒ 2) Социальные сети (пожалуйста, уточните) ……

❒ 3) Друзья / родственники

❒ 4) Публикации

❒ 5) Презентации

❒ 6) Рекламный щит

❒ 7) Телевидение (пожалуйста, укажите канал или программу) ……

❒ 8) Радио (пожалуйста, укажите радиостанцию или передачу) ……

❒ 9) Турагент / экскурсионное бюро

❒ 10) Рекомендации персонала в отеле / ресторане / водителя и т.п.

❒ 11) Другое (пожалуйста, укажите) …….……

13. Во время поездки какими приложениями Вы пользовались для получения туристической информации? (Можно выбрать несколько ответов)

❒ 1) Информационные сервисы

❒ 1.1) Управление по туризму Таиланда

❒ 1.2) Книга AR «Рекомендации по туризму в Таиланде»

❒ 1.3) Конвертер валют My Currency

❒ 1.4) Канал погоды

❒ 1.5) Сайты для путешественников (например, Tripadvisor, Foursquare, WiFi Map Pro)

❒ 2) Сервисы для планирования поездки

❒ 2.1) Google (например, Карты, Переводчик, Планета Земля, Академия**)**

❒ 2.2) Чат

❒ (1) Line ❒ (2) Instragram

❒ (3) Twitter ❒ (4) Facebook

❒ (5) Skype ❒ (6) Viber

❒ (7) QQ Chat ❒ (8) We Chat

❒ 3) Динамические приложения

❒ 3.1) Приложение для бронирования проживания

❒ (1) Agoda ❒ (2) Booking.com

❒ (3) Hostelworld

❒ (4) Expedia ❒ (5) Hotels.com

❒ (6) HotelClub

❒ (7) Venere ❒ (8) Priceline

❒ (9) Yonderbound

❒ (10) DirectWithHotel ❒ (11) Kayak

❒ (12) Trivago ❒ (13) HotelsCombined

❒ (14) Airbnb ❒ (15) Ctrip

❒ 3.2) Транспортное приложение

❒ (1) Skyscanner ❒ (2) Tripadvisor

❒ (3) Lonelyplanet ❒ (4) Virtualtourist

❒ (5) Thailandee

❒ 4) Другое (пожалуйста, укажите)

…..……

<u>Раздел III</u> Ожидания / Удовлетворенность и сравнение с другими странами, которые Вы недавно посетили

14. Ваше мнение о путешествии и услугах в Таиланде (продолжение)

Ожидания / Удовлетворенность

1 = совсем не понравилось 2 = отчасти понравилось 3 = понравилось

4 = очень понравилось 5 = невероятно понравилось 0 = неприменимо

Сравните Таиланд со страной, где Вы были в прошлый раз

0 = одинаково 1 = Таиланд лучше 2 = Таиланд хуже

Пожалуйста, отвечайте, только если Вы использовали или приобретали продукцию или услуги

Туристические услуги	**Ожидания**					**Удовлетворенность**					**0**	**По сравнению с ……**		
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**		**0**	**1**	**2**
1) Иммиграционная служба														
1.1) общение / язык														
1.3) доброжелательность сотрудников														
1.3) оформление документов / скорость														
1.4) общая удовлетворенность работой иммиграционной службы														
2) Аэропорт (пожалуйста, укажите ……) (Пожалуйста, отвечайте, только если Вы пользовались услугами аэропорта)														
2.1) указатели														
2.2) чистота и инфраструктура														
2.3) выбор ресторанов														
2.4) разнообразие магазинов														
2.5) доброжелательность сотрудников														
2.6) общение														
2.7) WI-FI / Интернет														
2.8) безопасность														
2.9) персонал														
2.10) туалеты														
2.11) общее впечатление от аэропорта														
3) Транспорт – автобус, такси, поезд (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените транспортные услуги, которыми Вы пользовались во время пребывания в Таиланде)														
3.1) доступность														
3.2) чистота и комфорт														
3.3) общение														
3.4) безопасность														
3.5) сотрудники														
3.6) соотношение цены и качества														
3.7) удовлетворенность транспортом в целом														

14. Ваше мнение о путешествии и услугах в Таиланде (продолжение)

Ожидания / Удовлетворенность

1 = совсем не понравилось 2 = отчасти понравилось 3 = понравилось

4 = очень понравилось 5 = невероятно понравилось 0 = неприменимо

Сравните Таиланд со страной, где Вы были в прошлый раз

0 = одинаково 1 = Таиланд лучше 2 = Таиланд хуже

Ответьте, только если Вы использовали или приобретали продукцию или услуги

Туристические услуги	**Ожидания**					**Удовлетворенность**					**0**	**По сравнению с ……**		
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**		**0**	**1**	**2**
4) Информация для туристов / Туристические центры (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените сервисы туристической информации, которыми Вы пользовались во время пребывания в Таиланде)														
4.1) доступность														
4.2) сотрудники														
4.3) полезность предоставленной информации														
4.4) общение														
4.5) удовлетворенность информацией для туристов / туристическими центрами в целом														
5) Безопасность (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените безопасность во время Вашего пребывания в Таиланде)														
5.1) Установка систем видеонаблюдения на туристических объектах														
5.2) Услуги персонала / волонтеров														
5.3) Предоставление информации о безопасности (предупреждающие знаки)														
7.4) удовлетворенность безопасностью в целом														
6) Общественные туалеты (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, оцените общественные туалеты в туристических местах, которые Вы посещали во время пребывания в Таиланде)														
6.1) доступность														
6.2) наличие														
6.3) гигиена														
6.4) безопасность														
6.5) удовлетворенность общественными туалетами в целом														
7) Море и пляж (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените море и пляжи, которые Вы посещали во время пребывания в Таиланде)														
7.1) красота / чистота														
7.2) безопасность														
7.3) туалеты														
7.4) удовлетворенность местом в целом														

14. Ваше мнение о путешествии и услугах в Таиланде (продолжение)

Ожидания / Удовлетворенность

1 = совсем не понравилось 2 = отчасти понравилось 3 = понравилось
4 = очень понравилось 5 = невероятно понравилось 0 = не применимо
Сравните Таиланд со страной, где Вы были в прошлый раз
0 = одинаково 1 = Таиланд лучше 2 = Таиланд хуже
Ответьте, только если Вы использовали или приобретали продукцию или услуги

Туристические услуги	Ожидания					Удовлетворенность					0	По сравнению с ……		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
8) Экотуризм (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените место, которое Вы посетили с целью экотуризма в Таиланде)														
8.1) доступность														
8.2) красота / чистота														
8.3) безопасность														
8.4) туалеты														
8.5) удовлетворенность экотуризмом в целом														
9) Исторические места (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените исторические места, которые Вы посетили во время пребывания в Таиланде)														
9.1) доступность														
9.2) красота														
9.3) безопасность														
9.4) туалеты														
9.5) удовлетворенность историческими объектами в целом														
10) Активный туризм (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените активный туризм, в котором Вы участвовали во время пребывания в Таиланде)														
10.1) безопасность														
10.2) сотрудники														
10.3) соотношение цены и качества														
10.4) туалеты														
10.5) удовлетворенность активным туризмом в целом														
11) Размещение (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените место, в котором Вы останавливались во время пребывания в Таиланде)														
11.1) инфраструктура														
11.2) условия в объекте размещения														
11.3) общение														
11.4) туалеты														
11.5) сотрудники														
11.6) безопасность														
11.7) WI-FI / Интернет														
11.8) соотношение цены и качества														
11.9) удовлетворенность размещением в целом														

14. Ваше мнение о путешествии и услугах в Таиланде (продолжение)

Ожидания / Удовлетворенность

1 = совсем не понравилось 2 = отчасти понравилось 3 = понравилось
4 = очень понравилось 5 = невероятно понравилось 0 = не применимо
Сравните Таиланд со страной, где Вы были в прошлый раз
0 = одинаково 1 = Таиланд лучше 2 = Таиланд хуже
Ответьте, только если Вы использовали или приобретали продукцию или услуги

Туристические услуги	Ожидания					Удовлетворенность					0	По сравнению с ……		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
12) Рестораны (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените рестораны, которые Вы посещали во время пребывания в Таиланде)														
12.1) условия в ресторане														
12.2) качество блюд														
12.3) общение														
12.4) сотрудники														
12.5) WI-FI / Интернет														
12.6) соотношение цены и качества														
12.7) туалеты														
12.8) удовлетворенность ресторанам в целом														
13) Магазины / сувенирные магазины (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените магазины, которые Вы посещали во время пребывания в Таиланде)														
13.1) качество товаров														
13.2) наличие														
13.3) общение														
13.4) сотрудники														
13.5) честность														
13.6) WI-FI / Интернет														
13.7) соотношение цены и качества														
13.8) туалеты														
13.9) удовлетворенность магазинами в целом														
14) Оздоровление (Спа / Тайский массаж) (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените услуги в области оздоровления, которыми Вы пользовались во время пребывания в Таиланде)														
14.1) разнообразие														
14.2) оснащение и инфраструктура														
14.3) условия на объектах														
14.4) общение														
14.5) сотрудники														
14.6) безопасность														
14.7) WI-FI / Интернет														
14.8) соотношение цены и качества														
14.9) туалеты														
14.10) впечатление оздоровительных возможностях в целом														

14. Ваше мнение о путешествии и услугах в Таиланде (продолжение)

Ожидания / Удовлетворенность

1 = совсем не понравилось 2 = отчасти понравилось 3 = понравилось
4 = очень понравилось 5 = невероятно понравилось 0 = не применимо
Сравните Таиланд со страной, где Вы были в прошлый раз
0 = одинаково 1 = Таиланд лучше 2 = Таиланд хуже
Ответьте, только если Вы использовали или приобретали продукцию или услуги

Туристические услуги	**Ожидания**					**Удовлетворенность**					**0**	**По сравнению с ……**		
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**		**0**	**1**	**2**
15) Туристические услуги (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените туристического агента, услугами которого Вы пользовались во время пребывания в Таиланде)														
15.1) безопасность автомобиля														
15.2) сотрудники														
15.3) интересная программа поездки														
15.4) соотношение цены и качества														
15.5) удовлетворенность турагентами в целом														
16) Экскурсовод (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените услуги экскурсовода, которыми Вы пользовались во время пребывания в Таиланде)														
16.1) дружелюбие														
16.2) честность														
16.3) общение														
16.4) знания														
16.5) удовлетворенность экскурсоводом в целом														
17) Мобильные туристические приложения (1)……(2)……(3)……														
17.1) наличие														
17.2) точность информации														
17.3) полезность предоставленной информации														
17.4) удовлетворенность туристическим приложением в целом														
18) Люди (Если опрос проводится в аэропорту или пограничном пункте, пожалуйста, оцените в целом общение с людьми во время пребывания в Таиланде)														
18.1) дружелюбие														
18.2) честность														
18.3) общение														
18.4) удовлетворенность людьми в целом														
Общая удовлетворенность														

15. Уровень доверия к туристическим продуктам и услугам в Таиланде

15. Сравните общей уровень доверия к качеству и стандартам туризма в Таиланде с таковыми в Вашей стране.

❒ 1) Очень низкий ❒ 2) Низкий ❒ 3) Средний

❒ 4) Высокий ❒ 5) Очень высокий

15.2 Сравните общей уровень доверия к качеству и стандартам туризма в Таиланде (транспорт, отели, размещение, рестораны, аренда) в Таиланде с таковыми в Вашей стране.

❒ 1) Очень низкий ❒ 2) Низкий ❒ 3) Средний

❒ 4) Высокий ❒ 5) Очень высокий

16. Какую отличительную национальную особенность Вы отметили во время пребывания в Таиланде? (Пожалуйста, укажите)

❒ 1) Не знаю

❒ 2) .....……

……..

17. Вызывают ли у Вас неудовлетворенность следующие услуги?

❒ 1) Нет (Перейти к B18) ❒ 2) Да (пожалуйста, уточните)

Туристические услуги	Неудовлетворенность
❒ 1) Иммиграционная служба	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 2) Аэропорт	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) общественный транспорт ❒ 4) Другое (укажите) Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 3) Транспорт – автобус, такси, поезд	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) стоимость проезда ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 4) Информация для туристов / Туристические центры	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 5) Безопасность	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) эффективность ❒ 4) Другое (укажите) ……

	Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 6) Общественные туалеты Пожалуйста, укажите место …..……	❒ 1) наличие ❒ 2) чистота ❒ 3) безопасность ❒ 4) местоположение ❒ 5) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 7) Море и пляж	❒ 1) люди ❒ 2) безопасность ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 8) Экотуризм	❒ 1) люди ❒ 2) безопасность ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 9) Исторический объект	❒ 1) люди ❒ 2) безопасность ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 10) Активный туризм	❒ 1) люди ❒ 2) безопасность ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 11) Размещение	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 12) Рестораны	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……

❒ 13) Магазины / сувенирные магази	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……

17. Вызывают ли у Вас неудовлетворенность следующие услуги? (продолжение)

❒ 14) Оздоровление (Спа / Традиционный массаж)	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ Туристические услуги	❒ 1) люди ❒ 2) процесс ❒ 3) местоположение ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 16) Экскурсоводы	❒ 1) общение ❒ 2) дружелюбие ❒ 3) знания ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 17) Туристические приложения	❒ 1) тип приложения ❒ 2) удобство ❒ 3) точность данных ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……
❒ 18) Люди	❒ 1) общение ❒ 2) дружелюбие ❒ 3) честность ❒ 4) Другое (укажите) …… Причины неудовлетворенности …… ……

18. В течение Вашего пребывания в Таиланде Вы сталкивались с нечестностью со стороны поставщиков или продавцов услуг/товаров?

❒ 1) Нет ❒ 2) Да (пожалуйста, поясните) ……

19. Вернетесь ли Вы в Таиланд в ближайшие 3 года?

❒ 1) Да ❒ 2) Не уверен(а) ❒ 3) Нет**,** потому что ……

Если Вы вернетесь в Таиланд в ближайшие 3 года, пожалуйста, укажите причину

(3 самые важные причины)

❒ 1) Туристические достопримечательности ❒ 2) Активный туризм

❒ 3) Спортивные мероприятия ❒ 4) Покупки ❒ 5) Ночная жизнь

❒ 6) Еда ❒ 7) Медицинские услуги ❒ 8) Цены / Рекламные акции

❒ 9) Наличие информации и рекламы ❒ 10) Безопасность

❒ 11) Аутентичность (местная культура) ❒ 12) Дружелюбие людей ❒ 13) Образ страны

❒ 14) Кампания «Откройте для себя Таиланд»

❒ 15) Другое (пожалуйста, укажите) …….....

20. Проблемы, которые возникали у Вас во время пребывания в Таиланде

……

……..……...……..…

……..

21. Ваши рекомендации для дальнейшего улучшения в следующих областях

1) Туристический объект ……..…….

2) Сотрудники туристической сферы ……

3) Продукция / Услуги ……

4) Туристический менеджмент ……...

5) Национальные особенности……..

6) Другое ……

22. Порекомендуете ли Вы поездку в Таиланд своим друзьям / родственникам / знакомым?

❒ 1) Да, потому что ……

❒ 2) Нет, потому что ……

<u>Раздел IV</u> Персональная информация

23. Пол ❒ 1) М ❒ 2) Ж

24. Возраст

❒ 1) 15-24 ❒ 2) 25-34 ❒ 3) 35-44 ❒ 4) 45-54 ❒ 5) 55-64 ❒6) 65 и старше

25. Профессия

❒ 1) Квалифицированный специалист ❒ 2) Менеджмент и администрация

❒ 3) Офисный работник, продавец, коммерческий специалист

❒ 4) Рабочий, обслуживающий персонал ❒ 5) Сельскохозяйственный работник

❒ 6) Государственный служащий или военный

❒ 7) Домохозяйка / Работа по хозяйству без оплаты ❒ 8) Студент или ребенок

❒ 9) Пенсионер ❒ 10) Безработный

❒ 11) Другое (пожалуйста, укажите) .....

26. Образование

❒ 1) Ниже бакалавриата ❒ 2) Бакалавриат ❒ 3) Выше бакалавриата

27. Годовой доход

❒ 1) Менее 20 000 долларов США	❒ 2) 20 000 - 40 000 долларов США	❒ 3) 40 001 - 60 000 долларов США
❒ 4) 60 001 - 80 000 долларов США	❒ 5) 80 001 и более долларов США	❒ 6) Нет дохода

Респондент……..…….…..... Дата…….……..

От имени Офиса постоянного секретаря, Министерства туризма и спорта благодарим Вас за участие в опросе и ценное мнение.

Анкетирование провел(а) …….

Дата анкетирования ……..……

Руководитель…….

แบบสอบถามชุดที่

❒❒❒❒

❒ **จังหวัด**.....

❒ **ด่าน**.....

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ดำเนินการสำรวจทัศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2562 การสำรวจครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย...../ **สัญชาติ**.....

2. จำนวนครั้งในการเดินทางไปต่างประเทศต่อปี ..... ครั้ง (โดยเฉลี่ยในช่วงปี ค.ศ. 2016-2018) และจำนวนวันพักเฉลี่ยที่เดินทางไปต่างประเทศต่อครั้ง ..... วัน (ในช่วงปี ค.ศ. 2016-2018)

3. ช่องทางที่เดินทางเข้าประเทศไทย

❒ 1) ทางอากาศ ❒ 2) ทางบก ❒ 3) ทางทะเล

4. วิธีการจัดการเดินทางมาประเทศไทย

❒ 1) การจัดการเดินทางด้วยตนเอง ❒ 2) การจัดการเดินทางโดยบางส่วนจัดการเองและบางส่วนจัดการผ่านบริษัทนำเที่ยว

❒ 3) การจัดการเดินทางโดยซื้อจากบริษัทนำเที่ยว

5. จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

❒ 1) เดินทางลำพังคนเดียว ❒ 2) เดินทางกับครอบครัว / ญาติ..... คน (โดยระบุจำนวนที่ร่วมเดินทางรวมผู้ตอบ)

❒ 3) เดินทางกับทางสถาบันการศึกษาที่เรียน/บริษัทที่ทำงาน..... คน (โดยระบุจำนวนที่ร่วมเดินทางรวมผู้ตอบ)

❒ 4) เดินทางกับบุคคลอื่นๆ ..... คน (โดยระบุจำนวนที่ร่วมเดินทางรวมผู้ตอบ)

6. จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทยใน 3 ปีที่ผ่านมา (รวมการเดินทางครั้งนี้) ..... ครั้ง จำนวนวันพักเฉลี่ยของการเดินทางมาประเทศไทยครั้งล่าสุด..... วัน และจำนวนวันที่พักในการเดินทางครั้งนี้..... วัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเดินทาง / การรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

7. ในการเดินทางครั้งนี้ ไปประเทศอื่นด้วยหรือไม่

❒1) เดินทางไปประเทศอื่นด้วย (ให้ตอบข้อ 7.1 และ 7.2) ❒2) **มาประเทศไทยประเทศเดียว (ให้ข้ามไปข้อ 8)**

7.1 เดินทางไปประเทศอื่นก่อนมาประเทศไทย โดยระบุประเทศที่ไป

(.....)

7.2 เดินทางมาประเทศไทยก่อน แล้วเดินทางไปประเทศอื่น โดยระบุประเทศที่ไป

(.....)

8. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

❒ 1) พักผ่อนในวันหยุด ❒ 2) ติดต่อทางธุรกิจ ❒ 3) การมาเพื่อเข้าร่วมประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมสัมมนา การร่วมงานแสดงสินค้า

❒ 4) เยี่ยมเพื่อน / ญาติ ❒ 5) การแข่งขันกีฬา / เล่นกีฬา / ชมกีฬา

❒ 7) ฮันนีมูน ❒ 8) รักษาทางการแพทย์ รักษาสุขภาพ ❒ 6) การซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

❒ 9) การนั่งสมาธิ ❒ 10) อบรมหลักสูตรระยะสั้น ❒ 11) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ปัจจัยที่เห็นว่าสำคัญที่สุดในการใช้ตัดสินใจเลือกเดินทางมาประเทศไทย (เลือกตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

❒ 1) แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว ❒ 2) ความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทย

❒ 3) ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในประเทศไทย ❒ 4) ภาพลักษณ์ของประเทศไทย / คนไทย

❒ 5) การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ (Road Show) ❒ 6) แรงจูงใจจากภาพยนตร์ ❒ 7) ความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า

❒ 8) ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย ❒ 9) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่ไปเยี่ยมชมหรือเข้าร่วมระหว่างอยู่ในประเทศไทย (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว

❒ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

❒ 1.1) ทะเลและชายหาด ❒ 1.2) ป่า/น้ำตก/ภูเขา/ถ้ำ ❒ 1.3) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

❒ 2) สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา

❒ 2.1) อุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน ❒ 2.2) พระบรมมหาราชวัง ❒ 2.3) พิพิธภัณฑ์ ❒ 2.4) วัด

❒ 2.5 อนุสาวรีย์ ❒ 2.6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

❒ 3) สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต

❒ 3.1) การท่องเที่ยวชุมชน ❒ 3.2) เทศกาลประเพณีท้องถิ่น ❒ 3.3) สถานที่แสดงงานศิลปะ

❒ 3.4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

❒ 4) สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

❒ 4.1) สวนสนุก ❒ 4.2) สวนสัตว์ ❒ 4.3) สวนสาธารณะ ❒ 4.4) สวนพฤกษศาสตร์

❒ 4.5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

❒ 5) สถานที่ท่องเที่ยวยามค่ำคืน (ชมตลาดกลางคืน สถานบันเทิง)

กิจกรรม

❒ 6) กิจกรรมผจญภัย (การล่องแพ พายเรือแคนู ปีนหน้าผา) ❒ 7) การเข้ารับการรักษาทางการแพทย์

❒ 8) การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย ❒ 9) การชิมอาหารไทย ❒ 10) การเรียนทำอาหารไทย ❒ 11) การท่องเที่ยวยามค่ำคืน

❒ 12) งานประเพณีระดับชาติ ❒ 13) การชมเมือง ❒ 14) การดำน้ำ ❒ 15) แข่งกีฬา / เล่นกีฬา (.....)

❒ 16) การชมกีฬา (.....) ❒ 17) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จ่ายไปในการเดินทางมาประเทศไทย ไม่รวมค่าตั๋วเครื่องบินและค่าใช้จ่ายในประเทศอื่น โปรดระบุ (ตอบเฉพาะของผู้ตอบเพียงคนเดียว)..... บาท/คน

12. สื่อหรือช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❒ 1) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว

❒ 2) สื่อสังคมออนไลน์ โปรดระบุ.....

❒ 3) จากการบอกเล่า/แนะนำของเพื่อน

❒ 4) สื่อสิ่งพิมพ์

❒ 5) งานส่งเสริมการขาย (Road Show)

❒ 6) ป้ายขนาดใหญ่

❒ 7) โทรทัศน์ โดยให้ระบุช่องหรือชื่อรายการ.....

❒ 8) วิทยุ โดยให้ระบุช่องหรือชื่อรายการ.....

❒ 9) บริษัทนำเที่ยว / เคาเตอร์ทัวร์

❒ 10) การรับคำแนะนำจากพนักงานในสถานพักแรม ร้านอาหาร คนขับรถ และอื่นๆ

❒ 11) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13. การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้

❒ 1) กลุ่มแอปพลิเคชันให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ

❒ 1.1) แอปพลิเคชันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

❒ 1.2) แอปพลิเคชันของตำรวจท่องเที่ยว

❒ 1.3) แอปพลิเคชันอัตราแลกเปลี่ยน

❒ 1.4) แอปพลิเคชันสภาพอากาศของทุกที่

❒ 1.5) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สถานการณ์ กิจกรรม

❒ 2) กลุ่มแอปพลิเคชันสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง

❒ 2.1) Google (เช่น. map, Translate, Earth, Scholar)

❒ 2.2) การพูดคุยออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

❒ (1) Line ❒ (2) Instragram ❒ (3) Twitter

❒ (4) Facebook ❒ (5) Skype ❒ (6) Viber

❒ (7) QQ Chat ❒ (8) We Chat

❒ 3) กลุ่มแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการซื้อบริการต่างๆ

❒ 3.1) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับจองสถานที่พักแรม

❒ (1) Agoda ❒ (2) Booking.com ❒ (3) Hostelworld

❒ (4) Expedia ❒ (5) Hotels.com ❒ (6) HotelClub

❒ (7) Venere ❒ (8) Priceline (9) ❒Yonderbound

❒ (10) DirectWithHotel ❒ (11) Kayak

❒ (12) Trivago ❒ (13) HotelsCombined

❒ (14) Air bnb ❒ (15) Ctrip

❒ 3.2) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับบริการขนส่งโดยสาร

❒ (1) Sky scanner ❒ (2) Tripadvisor

❒ (3) Lonelyplanet ❒ (4) Virtualtourist

❒ (5) Thailandee

❒ 4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ความคาดหวัง/ความพึงพอใจ และการเปรียบเทียบประเทศอื่นที่ไปมาล่าสุด

14. การให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการใช้บริการและสินค้าด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ โดยมี 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความคาดหวัง / ระดับความพึงพอใจ 1 = น้อยมาก 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = อย่างมาก 0 = ไม่ได้ใช้บริการ ไม่แสดงความคิดเห็น

เปรียบเทียบกับบริการ/สินค้า ประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการในประเทศอื่น

0 = เท่ากัน / ใกล้เคียงกัน / ไม่แตกต่างกัน 1 = ประเทศไทยดีกว่า 2 = ประเทศไทยด้อยกว่า

โดยให้ระบุประเทศใดประเทศหนึ่งที่เคยใช้บริการล่าสุดในการเปรียบเทียบ

บริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ					0	เปรียบเทียบกับ (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
1) ด่านตรวจคนเข้าเมือง														
1.1) การสื่อสาร/ภาษา														
1.2) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่														
1.3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว														
1.4) ความพึงพอใจโดยรวมบริการตรวจคนเข้าเมือง														
2) สนามบิน (ระบุ.....) ตอบเฉพาะผู้ใช้บริการ														
2.1) ป้ายบอกทาง														
2.2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก														
2.3) ความหลากหลายของร้านขายอาหาร														
2.4) ความหลากหลายของร้านขายสินค้า														
2.5) ความเป็นมิตรของพนักงาน														
2.6) การสื่อสาร/ภาษา														
2.7) บริการ wifi / internet														
2.8) ความปลอดภัย														
2.9) การให้บริการของพนักงาน														
2.10) ห้องน้ำ														
2.11) ความพึงพอใจโดยรวมบริการสนามบิน														
3) รถโดยสารสาธารณะ เช่น รถบัส แท็กซี่ รถไฟ รถสามล้อ ฯลฯ กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการขนส่งผู้โดยสารที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
3.1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ														
3.2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย														
3.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
3.4) ความปลอดภัย														
3.5) การให้บริการของพนักงาน														
3.6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ														
3.7) ความพึงพอใจโดยรวมบริการรถโดยสารสาธารณะฯ														
4) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว กรณีสำรวจที่ด่านให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
4.1) ความสะดวกในการเข้าถึง														
4.2) การให้บริการของเจ้าหน้าที่														
4.3) การให้ความช่วยเหลือ														
4.4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
4.5) ความพึงพอใจโดยรวมศูนย์บริการนักท่องเที่ยว														

14. การให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการใช้บริการและสินค้าด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ โดยมี 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความคาดหวัง / ระดับความพึงพอใจ 1 = น้อยมาก 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = อย่างมาก 0 = ไม่ได้ใช้บริการ ไม่แสดงความคิดเห็น

เปรียบเทียบกับบริการ/สินค้า ประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการในประเทศอื่น

0 = เท่ากัน / ใกล้เคียงกัน / ไม่แตกต่างกัน 1 = ประเทศไทยดีกว่า 2 = ประเทศไทยด้อยกว่า

โดยให้ระบุประเทศใดประเทศหนึ่งที่เคยใช้บริการล่าสุดในการเปรียบเทียบ

บริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ					0	เปรียบเทียบกับ (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
5) ความปลอดภัย กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของความปลอดภัยในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
5.1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว														
5.2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย														
5.3) การให้ข้อมูลป้ายสัญญาณเตือนภัย														
5.4) ความพึงพอใจโดยรวมความปลอดภัย														
6) ห้องน้ำสาธารณะ กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการห้องน้ำสาธารณะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
6.1) ความสะดวกในการเข้าถึง														
6.2) ความเพียงพอ														
6.3) ความสะอาด														
6.4) ความปลอดภัย														
6.5) ความพึงพอใจโดยรวมห้องน้ำสาธารณะ														
7) แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
7.1) ความสวยงาม / ความสะอาด														
7.2) ความปลอดภัย														
7.3) ห้องน้ำ														
7.4) ความพึงพอใจโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล / ชายหาด														
8) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไปท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
8.1) ความสะดวกในการเข้าถึง														
8.2) ความสวยงาม / ความสะอาด														
8.3) ความปลอดภัย														
8.4) ห้องน้ำ														
8.5) ความพึงพอใจโดยรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ														
9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ไปท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
9.1) ความสะดวกในการเข้าถึง														
9.2) ความสวยงาม														
9.3) ความปลอดภัย														
9.4) ห้องน้ำ														
9.5) ความพึงพอใจโดยรวมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์														
10) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของกิจกรรมผจญภัยที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
10.1) ความปลอดภัย														
10.2) การให้บริการของพนักงาน														
10.3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ														
10.4) ห้องน้ำ														

14. การให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการใช้บริการและสินค้าด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ โดยมี 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความคาดหวัง / ระดับความพึงพอใจ 1 = น้อยมาก 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = อย่างมาก 0 = ไม่ได้ใช้บริการ ไม่แสดงความคิดเห็น

เปรียบเทียบกับบริการ/สินค้า ประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการในประเทศอื่น

0 = เท่ากัน / ใกล้เคียงกัน / ไม่แตกต่างกัน 1 = ประเทศไทยดีกว่า 2 = ประเทศไทยด้อยกว่า

โดยให้ระบุประเทศใดประเทศหนึ่งที่เคยใช้บริการล่าสุดในการเปรียบเทียบ

บริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ					0	เปรียบเทียบกับ (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
10.5) ความพึงพอใจโดยรวมกิจกรรมผจญภัย														
11) สถานที่พักแรม กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการสถานพักแรมที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
11.1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ														
11.2) สภาพภายในสถานที่พัก														
11.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
11.4) ห้องน้ำ														
11.5) การให้บริการของพนักงาน														
11.6) ความปลอดภัย														
11.7) บริการ wifi / internet														
11.8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ														
11.9) ความพึงพอใจโดยรวมบริการสถานที่พักแรม														
12) ภัตตาคาร / ร้านอาหาร กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการร้านอาหาร/ภัตตาคารที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
12.1) สภาพภายในภัตตาคาร/ร้านอาหาร														
12.2) คุณภาพของอาหาร														
12.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
12.4) การให้บริการของพนักงาน														
12.5) บริการ wifi / internet														
12.6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ														
12.7) ห้องน้ำ														
12.8) ความพึงพอใจโดยรวมภัตตาคาร / ร้านอาหาร														
13) ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการร้านขายสินค้า/ร้านขายของที่ระลึกที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
13.1) คุณภาพสินค้า														
13.2) ความสะดวกในการหาซื้อ														
13.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
13.4) การให้บริการของพนักงาน														
13.5) ความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ														
13.6) การบริการ wifi / internet														
13.7) ความเหมาะสมของราคาสินค้า														
13.8) ห้องน้ำ														
13.9) ความพึงพอใจโดยรวมร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก														
14) บริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น กรณีสำรวจที่ด่านให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
14.1) ความหลากหลาย														
14.2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก														
14.3) สภาพภายในสถานบริการ														
14.4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
14.5) การให้บริการของพนักงาน														

14. การให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการใช้บริการและสินค้าด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ โดยมี 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความคาดหวัง / ระดับความพึงพอใจ 1 = น้อยมาก 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = อย่างมาก 0 = ไม่ได้ใช้บริการ ไม่แสดงความคิดเห็น

เปรียบเทียบกับบริการ/สินค้า ประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการในประเทศอื่น

0 = เท่ากัน / ใกล้เคียงกัน / ไม่แตกต่างกัน 1 = ประเทศไทยดีกว่า 2 = ประเทศไทยด้อยกว่า

โดยให้ระบุประเทศใดประเทศหนึ่งที่เคยใช้บริการล่าสุดในการเปรียบเทียบ

บริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ					0	เปรียบเทียบกับ (.....)		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		0	1	2
14.6) ความปลอดภัย														
14.7) การบริการ wifi / internet														
14.8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ														
14.9) ห้องน้ำ														
14.10) ความพึงพอใจโดยรวมบริการเชิงสุขภาพ														
15) บริการนำเที่ยว กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการบริษัททัวร์ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
15.1) ความปลอดภัยของพาหนะ														
15.2) การให้บริการของพนักงาน														
15.3) โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ														
15.4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ														
15.5) ความพึงพอใจโดยรวมบริการนำเที่ยว														
16) มัคคุเทศก์ กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของมัคคุเทศก์ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
16.1) ความเป็นมิตร														
16.2) ความซื่อสัตย์														
16.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
16.4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว														
16.5) ความพึงพอใจโดยรวมมัคคุเทศก์														
17) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต (1)..... (2)..... (3).....														
17.1) ความสะดวกในการหาใช้บริการ														
17.2) ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล														
17.3) การใช้ประโยชน์ของข้อมูล														
17.4) ความพึงพอใจโดยรวมแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว														
18) ประชาชน กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของผู้คน/ประชาชนที่สัมผัส/พบเห็นในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย														
18.1) ความเป็นมิตร														
18.2) ความซื่อสัตย์														
18.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร														
18.4) ความพึงพอใจโดยรวมประชาชน														
ความพึงพอใจโดยรวม														

15. ระดับความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทย

15.1 ระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีคุณภาพหรือมีมาตรฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย

❒ 1) น้อยมาก ❒ 2) น้อย ❒ 3) ปานกลาง ❒ 4) มาก ❒ 5) อย่างมาก

15.2 ระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมการบริการด้านการท่องเที่ยว (การขนส่ง โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การให้เช่า) ในประเทศไทยมีคุณภาพหรือมีมาตรฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนักอาศัย

❒ 1) น้อยมาก ❒ 2) น้อย ❒ 3) ปานกลาง ❒ 4) มาก ❒ 5) อย่างมาก

16. ระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย อะไรเป็นจุดเด่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย (ระบุ)

❒ 1) ไม่ทราบ ❒ 2) ทราบ (ระบุ) .....

.....

.....

17. การประเมินความไม่พึงพอใจที่เกิดจากบริการต่อไปนี้ ❒ 1. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 18) ❒ 2. มี (ระบุ)

บริการด้านการท่องเที่ยว	ความไม่พึงพอใจที่เกิดจากบริการ
❒ 1) ด่านตรวจคนเข้าเมือง	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 2) สนามบิน	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) บริการรถโดยสารสาธารณะ ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 3) รถโดยสารสาธารณะ เช่น รถโดยสาร รถแท็กซี่ รถไฟ เป็นต้น	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) อัตราค่าโดยสาร ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 4) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 5) ความปลอดภัย	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) ระบบการรักษาความปลอดภัย ❒ 3) ประสิทธิภาพ ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 6) ห้องน้ำสาธารณะ (โปรดระบุสถานที่.....)	❒ 1) ความพอเพียง ❒ 2) ความสะอาด ❒ 3) ความปลอดภัย ❒ 4) ทำเลที่ตั้ง ❒ 5) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 7) แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ / ประชาชน ❒ 2) ความปลอดภัย ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 8) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ / ประชาชน ❒ 2) ความปลอดภัย ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ / ประชาชน ❒ 2) ความปลอดภัย ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 10) กิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัย	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) ความปลอดภัย ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 11) สถานที่พัก	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....

17. การประเมินความไม่พึงพอใจที่เกิดจากบริการต่อไปนี้ (ต่อ)

บริการด้านการท่องเที่ยว	ความไม่พึงพอใจที่เกิดจากบริการ
❒ 12) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 13) ร้านขายสินค้า/ของที่ระลึก	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 14) บริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 15) บริษัทนำเที่ยว	❒ 1) บุคลากรที่ให้บริการ ❒ 2) กระบวนการการให้บริการ ❒ 3) ทำเลที่ตั้ง ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 16) มัคคุเทศก์	❒ 1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร ❒ 2) ความเป็นมิตร ❒ 3) ความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 17) การใช้งาน Tourist Application	❒ 1) รูปแบบของแอปพลิเคชัน ❒ 2) ความสะดวกในการใช้งาน ❒ 3) ความถูกต้องของข้อมูล ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....
❒ 18) ประชาชน	❒ 1) การใช้ภาษาในการสื่อสาร ❒ 2) ความเป็นมิตร ❒ 3) ความซื่อสัตย์ ❒ 4) อื่นๆ โปรดระบุ ..... อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ.....

18.ระหว่างอยู่ในประเทศไทย การประสบกับความไม่ซื่อสัตย์/การฉ้อโกง/การเอารัดเอาเปรียบ จากการใช้บริการ / ซื้อสินค้า / ซื้อบริการ หรือไม่

❒ 1) ไม่ประสบ ❒ 2) ประสบ อธิบาย.....

19. มีการวางแผนที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกหรือไม่ภายใน 3 ปีข้างหน้า

❒ 1) มี ❒ 2) ไม่แน่ใจ ❒ 3) ไม่มี เพราะ.....

ในกรณีที่มีแผนจะกลับมาประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า ให้ระบุเหตุผลที่ทำให้ต้องการกลับมาประเทศไทยอีก (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❒ 1) แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว ❒ 2) กิจกรรมผจญภัย ❒ 3) แข่งกีฬา เจ้าหน้าที่ในคณะนักกีฬา การชมกีฬา
❒ 4) การซื้อสินค้า ❒ 5) การท่องเที่ยวยามค่ำคืน ❒ 6) อาหาร ❒ 7) การรักษาพยาบาล
❒ 8) ราคาสินค้าเหมาะสม ราคาถูก ❒ 9) ข้อมูลและการโฆษณา ❒ 10) ความปลอดภัย ❒ 11) วัฒนธรรมท้องถิ่น
❒ 12) ความเป็นมิตรของผู้คนในประเทศ ❒ 13) ภาพลักษณ์ของประเทศ ❒ 14) การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย
❒ 15) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

20. ปัญหาที่พบระหว่างอยู่ในประเทศไทย

.....
.....
.....

21. ข้อแนะนำการปรับปรุงประเด็นต่อไปนี้

1) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว.....

2) ด้านบุคลากรท่องเที่ยว.....

3) ด้านสินค้าและบริการ.....

4) ด้านกระบวนการดำเนินการ.....

5) ด้านคุณค่าความเป็นไทย.....

6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

22. การแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาประเทศไทยหรือไม่

❒ 1) แนะนำ , เพราะ.....

❒ 2) ไม่แนะนำ , เพราะ.....

ส่วนที่ 4 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม

23. เพศ ❒ 1) ชาย ❒ 2) หญิง

24. อายุ

❒ 1) 15-24 ❒ 2) 25-34 ❒ 3) 35-44 ❒ 4) 45-54 ❒ 5) 55-64 ❒6) 65 ขึ้นไป

25. อาชีพ

❒ 1) นักวิชาชีพ ❒ 2) ระดับบริหาร ❒ 3) เสมียนและพนักงานขาย ❒ 4) แรงงาน ❒ 5) เกษตรกร

❒ 6) ข้าราชการ และทหาร ❒ 7) แม่บ้าน ❒ 8) เด็ก และนักเรียน ❒ 9) เกษียณ ❒ 10) ว่างงาน

❒ 11) อื่น ๆ โปรดระบุ

26. การศึกษา

❒ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ❒ 2) ปริญญาตรี ❒ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

27. รายได้ต่อปี

❒ 1) น้อยกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐ ❒ 2) 20,000-40,000 เหรียญสหรัฐ ❒ 3) 40,001-60,000 เหรียญสหรัฐ

❒ 4) 60,001-80,000 เหรียญสหรัฐ ❒ 5) มากกว่า 80,001 เหรียญสหรัฐ ❒ 6) ไม่มีรายได้

ผู้สัมภาษณ์ ..... วันที่สัมภาษณ์ .....

หัวหน้าทีม.....

ภาคผนวกที่ 1
แบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมคู่มือการสำรวจ

คู่มือการสำรวจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ปฏิบัติงานภาคสนาม)

โครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสำรวจทัศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล
บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด
เมษายน พ.ศ. 2562

1. ความเป็นมา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย จำนวน 35 ล้านคน สร้างรายได้ จำนวน 1.8 ล้านล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย จำนวน 152 ล้านคน – ครั้ง สร้างรายได้ จำนวน 9.3 แสนล้านบาท และในปี พ.ศ. 2561 ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย ประมาณ 38 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้ 2.0 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.2 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยในช่วงเดือนมกราคม – มิถุนายน 2561 จำนวน 74.9 ล้านคน – ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.68 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้ 4 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.44 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา แต่เนื่องจากตัวเลขดังกล่าวเป็นแค่ตัวชี้วัดเชิงปริมาณไม่มีตัวชี้วัดด้านคุณภาพ ดังนั้น การจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจด้านคุณภาพจึงสะท้อนในการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพนอกเหนือจากตัวชี้วัดในเชิงปริมาณด้านจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ และทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวและศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยหรือแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ซึ่งได้มีการสำรวจในช่วงหลังมีเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองเมื่อช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 จนถึงกลางปี พ.ศ. 2557 เป็นครั้งแรก และดำเนินการต่อเนื่องทุกปีจนถึงปัจจุบัน

โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 จะดำเนินการสำรวจทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเน้นการสำรวจข้อมูลในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่สำคัญ และจังหวัดท่องเที่ยวรองบางส่วน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเน้นสำรวจข้อมูลในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก และในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวรอง เพื่อจะได้นำข้อมูลผลการสำรวจข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาเป็นข้อมูลให้กับคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์การพัฒนา และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สำหรับทำการประมาณความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกสำคัญ ๆ ของประเทศ ประเมินความคาดหวังและความพึงพอใจในภาพรวมของประเทศ ประมวลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย และทัศนคติอื่นๆ ซึ่งข้อมูลสถิติที่สำคัญได้จากการสำรวจ ได้แก่

1) ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์โดยรวม

2) ปัจจัยและแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและเดินทางมาประเทศไทย (Motivation) เช่น ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจเลือกเดินทางมาประเทศไทย แหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

3) พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experience) อย่างน้อยในประเด็น ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่ไป และการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย

4) ทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย (Attitudes & Expectations)

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

6) ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

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

8) แนวโน้มการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต

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

3. ประโยชน์

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับนโยบาย ทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และปรับแผนการตลาดประจำปี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น

4. คุ้มรวม

คุ้มรวมของการสำรวจตามโครงการฯ คือ สำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562

5. แผนการสุ่มตัวอย่างและการดำเนินการสำรวจ

การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 9,800 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างให้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ ดังนี้

1) สำรวจจากจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 17 จังหวัด โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว รวมไม่น้อยกว่า 6,800 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 – 10 (ตามข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2560 จำแนกตามจังหวัด ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจใน 10 จังหวัดท่องเที่ยวหลัก ที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงสุด

จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1) กรุงเทพมหานคร	ไม่น้อยกว่า 1,349
2) ภูเก็ต	ไม่น้อยกว่า 1,239
3) ชลบุรี	ไม่น้อยกว่า 870
4) สุราษฎร์ธานี	ไม่น้อยกว่า 448
5) เชียงใหม่	ไม่น้อยกว่า 366
6) สงขลา	ไม่น้อยกว่า 311
7) กระบี่	ไม่น้อยกว่า 285
8) เชียงราย	ไม่น้อยกว่า 132
9) พังงา	ไม่น้อยกว่า 200
10) ประจวบคีรีขันธ์	ไม่น้อยกว่า 200
รวม	ไม่น้อยกว่า **5,400**

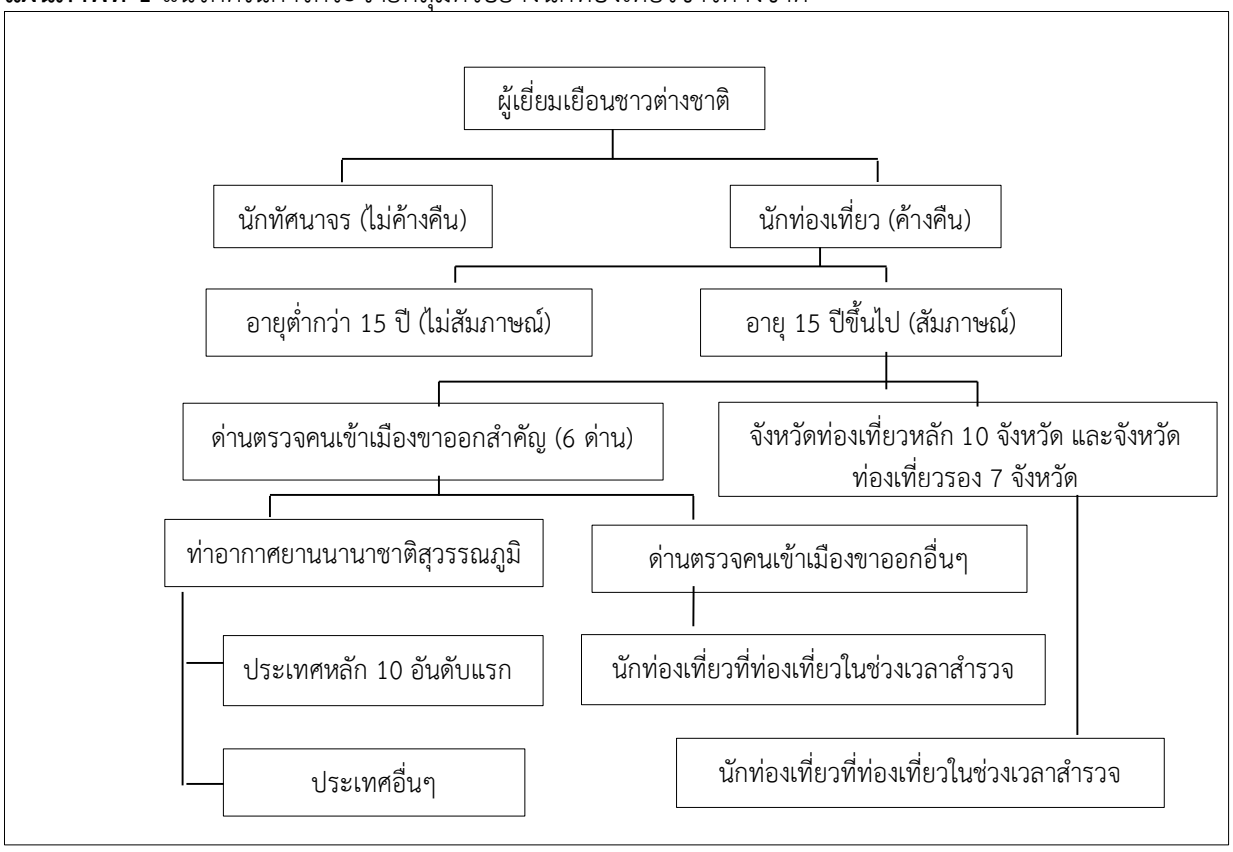
(2) จังหวัดท่องเที่ยวรอง ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้พอจัดเก็บข้อมูล จำนวนไม่น้อยกว่า 7 จังหวัด (ตามข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2560 จำแนกตามจังหวัดของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

ตารางที่ 2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจ ใน 7 จังหวัดท่องเที่ยวรอง

จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1) สมุทรปราการ	ไม่น้อยกว่า 200
2) ตราด	ไม่น้อยกว่า 200
3) เพชรบุรี	ไม่น้อยกว่า 200
4) ระยอง	ไม่น้อยกว่า 200
5) พระนครศรีอยุธยา	ไม่น้อยกว่า 200
6) สุโขทัย	ไม่น้อยกว่า 200
7) กาญจนบุรี	ไม่น้อยกว่า 200
รวม	ไม่น้อยกว่า **1,400**

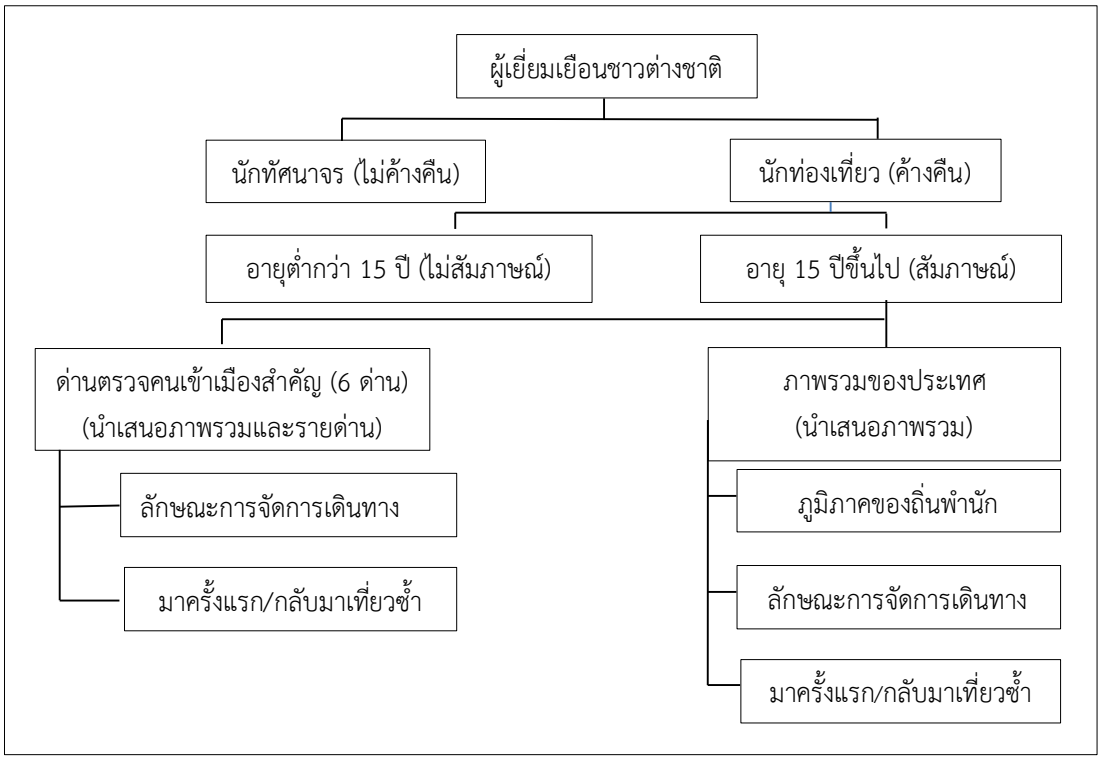
การเลือกตัวอย่างใช้วิธีการ Simple Random โดยการสุ่มสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดและพักค้างคืนในจังหวัดอย่างน้อย 1 คืน) อายุ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่สำรวจ โดยมีแนวคิดการกระจายตัวอย่างตามแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 แนวคิดในการกระจายกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



2) สำรวจจากด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลำดับที่ 1 - 6 (ตามข้อมูลตัวเลขนักท่องเที่ยวรายด่าน ปี พ.ศ. 2560 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) โดยกระจายตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางออกจากประเทศไทยตามด่านตรวจคนเข้าเมือง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย โดยมีแนวคิดการกระจายตัวอย่างตามแผนภาพที่ 2

แผนภาพที่ 2 แนวคิดในการกระจายกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



ในการกำหนดจำนวนตัวอย่างที่สำรวจในแต่ละด่านตรวจคนเข้าเมืองนั้น ใช้กระจายจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองในปี พ.ศ. 2560

สำหรับในส่วนของการกระจายตัวอย่างในด่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิลงในระดับประเทศหลักนั้น ใช้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองในปี พ.ศ. 2560 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

ตารางที่ 3 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจ ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก

ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	ไม่น้อยกว่า 1,702
2) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง	ไม่น้อยกว่า 529
3) ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต	ไม่น้อยกว่า 432
4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา	ไม่น้อยกว่า 138
5) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	ไม่น้อยกว่า 106
6) ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	ไม่น้อยกว่า 93
รวม	**ไม่น้อยกว่า 3,000**

หมายเหตุ กำหนดจำนวนตัวอย่างจากสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองที่สำคัญ ของปี พ.ศ. 2560

ตารางที่ 4 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จำแนกตาม 10 สัญชาติที่เป็นตลาดหลักด้านการท่องเที่ยว

สัญชาติ	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1) จีน	ไม่น้อยกว่า 383
2) ญี่ปุ่น	ไม่น้อยกว่า 121
3) เกาหลีใต้	ไม่น้อยกว่า 117
4) อินเดีย	ไม่น้อยกว่า 103
5) สิงคโปร์	ไม่น้อยกว่า 75
6) สหรัฐอเมริกา	ไม่น้อยกว่า 67
7) สหราชอาณาจักร	ไม่น้อยกว่า 62
8) เยอรมนี	ไม่น้อยกว่า 58
9) ฮ่องกง	ไม่น้อยกว่า 57
10) ฝรั่งเศส	ไม่น้อยกว่า 47
รวม	ไม่น้อยกว่า 1,090
11) สัญชาติอื่นๆ	ไม่น้อยกว่า 612
รวมทั้งสิ้น	**ไม่น้อยกว่า 1,702**

หมายเหตุ กำหนดจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยว 10 สัญชาติแรก ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองที่สำคัญ ของปี พ.ศ. 2560

การเลือกตัวอย่างใช้วิธีการ Simple Random โดยการสุ่มสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาประเทศไทย พักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน และกำลังจะเดินทางออกจากประเทศไทย โดยในการสำรวจที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิจะทำการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามจำนวนที่กำหนดในตารางที่ 3 สำหรับด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกอื่นๆ จะสุ่มสำรวจ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย พักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน และกำลังจะเดินทางออกจากประเทศไทย จำนวนตัวอย่างตามที่กำหนดในตารางที่ 3

ดำเนินการสำรวจระหว่างเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม ปี พ.ศ. 2562

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธี Personal-to-Personal โดยพนักงานสำรวจที่มีประสบการณ์การสำรวจ

แบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์และบันทึกรายละเอียดประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่

Part I General information
Part II Travel information / perception about Thailand
Part III Satisfaction
Part IV Personal information

3. แนวคิดการสำรวจ

หลักการของการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจ คือ การรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย โดยข้อมูลที่รวบรวม ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทาง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต เป็นต้น แล้วนำเสนอข้อมูลรายละเอียดซึ่งประกอบด้วย จำนวนและลักษณะที่สำคัญของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม เช่น สัญชาติ ถิ่นพำนัก อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ การจัดการเดินทาง พาหนะเดินทาง ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจมาประเทศไทย การรับรู้สื่อ เป็นต้น โดยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศถิ่นพำนัก ลักษณะการจัดการเดินทาง และกลุ่มมาครั้งแรก/กลุ่มกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

4. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรณีของจังหวัดจะดำเนินการสุ่มสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดอย่างน้อย 3 แหล่ง ในกรณีนักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม (2 คนขึ้นไป) หรือหมู่คณะจะสุ่มสำรวจเพียงกลุ่ม/หมู่คณะละ 1 คน ในการสำรวจให้กระจายกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาถึงภาพรวมโครงสร้างสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดในปีที่ผ่านมา ควบคู่กับสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดในช่วงการสำรวจ ทั้งนี้สามารถปรับได้ตามความเหมาะสม และให้กระจายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรณีของด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกจะดำเนินการสุ่มสำรวจในบริเวณด่าน ในกรณีนักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม (2 คนขึ้นไป) หรือหมู่คณะจะสุ่มสำรวจเพียงกลุ่ม/หมู่คณะละ 1 คน การสำรวจนักท่องเที่ยวด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออก

ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับที่ 1-6 จำนวนตัวอย่างรวมไม่น้อยกว่า 3,000 ตัวอย่าง นั้น ให้กระจายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

5. นิยามศัพท์ทางการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่ถูกจัดไว้ในสาขาการผลิตและบริการ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (International Visitors) หมายถึง บุคคลที่มิได้มีถิ่นที่อยู่ถาวรในประเทศไทยและเดินทางมาประเทศไทยเป็นการชั่วคราว เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา หรือประกอบภารกิจใดๆ แต่ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย และต้องพำนักอยู่แต่ละครั้งไม่เกิน 90 วัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (International Tourists) หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติที่มีระยะพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืน

นักทัศนาจรชาวต่างชาติ (International Excursionists) หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติที่ไม่ได้ค้างคืนในประเทศไทย

6. การตอบแบบสอบถาม

<u>Part I</u> General information

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

Country of residence หมายถึง ประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีถิ่นพำนัก

Country of nationality หมายถึง ประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีสัญชาติ

2. Number of time(s) for international travel per year ..... time(s) (average of C.E. 2016-2018) and the average length of stay per trip ..... days (average of C.E. 2016-2018)

Number of time(s) for international travel per year ..... time (s) (average of C.E.2016-2018) หมายถึง จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางต่างประเทศต่อปี โดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2559-2561

average length of stay per trip ..... days (average of C.E.2016-2018) หมายถึง จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางต่างประเทศต่อครั้ง ในช่วงปี พ.ศ. 2559-2561

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

หมายถึง ช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ซึ่งมีช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ได้แก่ ทางอากาศ (Air) ทางบก (Land, รถยนต์ รถไฟ) และทางทะเล (Sea, เรือ เรือเดินทะเล)

4. Travel arrangement

หมายถึง วิธีการจัดการเดินทางมาประเทศไทย ซึ่งโดยทั่วไปมี 3 วิธี ได้แก่

1) Own arrangement หมายถึง การจัดการเดินทางด้วยตนเอง ไม่ซื้อ Package ท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์

2) Semi-FIT หมายถึง การจัดการเดินทางโดยบางส่วนจัดการเองและบางส่วนจัดการผ่านบริษัททัวร์ เช่น ซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบินและสถานที่พักแรมเอง แต่ซื้อบริการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์ หรือซื้อตั๋วเครื่องบิน สถานที่พักแรม และการเดินทางระหว่างสนามบินกับสถานที่พักจากบริษัททัวร์ เป็นต้น

3) By travel agent หมายถึง การจัดการเดินทางโดยซื้อ Package ท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์ ซึ่งรวมค่าโดยสารเครื่องบิน สถานที่พักแรม ค่าเดินทาง และค่าอาหาร (บางส่วนหรือทั้งหมด)

5. How many accompanying person (s) are traveling with you? (Choose only one)

หมายถึง จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ โดยให้รวมผู้ตอบด้วย พร้อมทั้งระบุว่าผู้ร่วมเดินทางคือใคร โดยเลือกเพียงคำตอบเดียว ดังนี้

1) Alone หมายถึง เดินทางลำพังคนเดียว

2) Family / relative / Friend .....person (s) หมายถึง เดินทางกับครอบครัว / ญาติ โดยระบุจำนวนที่ร่วมเดินทาง

3) Colleague / company.....person (s) หมายถึง เดินทางกับทางสถาบันการศึกษาที่เรียน/บริษัทที่ทำงาน โดยระบุจำนวนที่ร่วมเดินทาง

4) Others, please specify หมายถึง เดินทางกับบุคคลอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในข้อ 1) – 6)

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

หมายถึง จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทยใน 3 ปีที่ผ่านมา (รวมการเดินทางครั้งนี้)

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

หมายถึง จำนวนวันพักเฉลี่ยของการเดินทางมาประเทศไทยครั้งล่าสุด และจำนวนวันที่พักในการเดินทางครั้งนี้

<u>Part II</u> Travel information / perception about Thailand

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

หมายถึง ในการเดินทางครั้งนี้ ผู้ตอบเดินทางไปประเทศอื่นด้วยหรือไม่

กรณีตอบว่า ไม่เดินทางไปประเทศอื่น ให้ข้ามไปข้อ 8

กรณีตอบว่าเดินทางไปประเทศอื่นด้วย ให้ตอบข้อ 7.1 และ 7.2

ข้อ 7.1 เป็นกรณีที่เดินทางไปประเทศอื่นก่อนมาประเทศไทย โดยระบุประเทศที่ไป

ข้อ 7.2 เป็นกรณีเดินทางมาประเทศไทยก่อน แล้วเดินทางไปประเทศอื่น โดยระบุประเทศที่ไป

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

หมายถึง วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ) ดังนี้

1) Holiday purpose หมายถึง พักผ่อนในวันหยุด

2) Business purpose หมายถึง ติดต่อทางธุรกิจ

3) Meeting/Incentive/Convention/Exhibition หมายถึง การมาเพื่อเข้าร่วมประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมสัมมนา การร่วมงานแสดงสินค้า

4) Visiting friends or relative หมายถึง เยี่ยมเพื่อน / ญาติ

5) Sport activity หมายถึง การแข่งขันกีฬา การเล่นกีฬา ทั้งกรณีเป็นนักกีฬาเข้าร่วมแข่งขัน เจ้าหน้าที่ในคณะนักกีฬา หรือผู้เข้าชมกีฬา

6) Shopping หมายถึง การซื้อสินค้า ของที่ระลึก

7) Honeymoon หมายถึง ฮันนี่มูน

8) Health & Medical Treatment หมายถึง รักษาทางการแพทย์ รักษาสุขภาพ

9) Meditation หมายถึง การนั่งสมาธิ

10) Training course หมายถึง อบรมหลักสูตรระยะสั้น

11) Others, please specify..... หมายถึง เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ข้อ 1) – 10) โดยให้ระบุ

9. Please identify the most important factors for choosing Thailand as your travel destination (เลือกตอบไม่เกิน 3 ข้อ)

หมายถึง ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก 3 ปัจจัยที่เห็นว่าสำคัญที่สุดในการใช้ตัดสินใจเลือกเดินทางมาประเทศไทย

1) Tourist Attractions หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น

2) Convenience in traveling หมายถึง ความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทย

3) Availability of public utilities หมายถึง ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในประเทศไทย

4) Image of Thailand / Thai people หมายถึง ภาพลักษณ์ของประเทศไทย / คนไทย

5) Advertising / Public Relations (Road Show) หมายถึง การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ (Road Show)

6) Motivation from the movie หมายถึง แรงจูงใจจากภาพยนตร์

7) Variety of shopping หมายถึง ความหลากหลายในการจับจ่ายซื้อสินค้า

8) Expenses หมายถึง ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย

9) Others, please specify .....หมายถึง ปัจจัยอื่นๆ โปรดระบุ

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

หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเยี่ยมชมหรือเข้าร่วมระหว่างอยู่ในประเทศไทย สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

Tourist Attractions หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว

1) Natural Attractions หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1.1 Sea and Beach หมายถึง ทะเลและชายหาด

1.2 Forest / Waterfall / Mountain / Cave หมายถึง ป่า/น้ำตก/ภูเขา/ถ้ำ

1.3 Others Please specify หมายถึง อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2) Historical Attractions หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา

2.1 Historical Sites / Ruins หมายถึง อุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน

2.2 Grand Palace หมายถึง พระบรมมหาราชวัง

2.3 Museum หมายถึง พิพิธภัณฑ์

2.4 Temple หมายถึง วัด

2.5 Monument หมายถึง อนุสาวรีย์

2.6 Others, please specify หมายถึง อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3) Arts, Culture, Traditions and Lifestyle Attractions หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต

3.1 Community tourism หมายถึง การท่องเที่ยวชุมชน

3.2 Participate in local traditional festivals หมายถึง เทศกาลประเพณีท้องถิ่น

3.3 Art exhibitions หมายถึง สถานที่แสดงงานศิลปะ

3.4 Others, please specify หมายถึง อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4) Leisure Attractions หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

4.1 Theme Park หมายถึง สวนสนุก

4.2 Zoo หมายถึง สวนสัตว์

4.3 Parks หมายถึง สวนสาธารณะ

4.4 Botanical Gardens หมายถึง สวนพฤกษศาสตร์

4.5 Others, please specify หมายถึง อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5) Nightlife Attractions (night market, nightclubs) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวยามค่ำคืน (ชมตลาดกลางคืน สถานบันเทิง)

Activities หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ

6) Adventure activities หมายถึง กิจกรรมผจญภัย (การล่องแพ พายเรือแคนู ปีนภูเขา)

7) Medical treatment หมายถึง การเข้ารักษาทางการแพทย์

8) Spa & Thai massage หมายถึง การใช้บริการสปาและนวดแผนไทย

9) Tasting Thai food หมายถึง การชิมอาหารไทย

10) Thai cooking classes หมายถึง การเรียนทำอาหารไทย

11) Nightlife หมายถึง การท่องเที่ยวยามค่ำคืน

12) National Tradition Event หมายถึง งานประเพณีระดับชาติ

13) City sightseeing หมายถึง การชมเมือง

14) Diving / snorkeling หมายถึง การดำน้ำ

15) Attend sport competition / play or watch sport หมายถึง แข่งกีฬา / เล่นกีฬา (ระบุประเภทที่ แข่ง / เล่น)

16) Watch sport หมายถึง ชมกีฬา (ระบุกีฬาที่ชม)

17) Other (Please specify) ..... หมายถึง อื่นๆ โปรดระบุ

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

หมายถึง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ผู้ตอบจ่ายไปในการเดินทางมาประเทศไทย (ตอบเฉพาะของผู้ตอบเพียงคนเดียว) ไม่รวมค่าตั๋วเครื่องบินและค่าใช้จ่ายในประเทศอื่น

12. Which source (s) or media did you obtain information about Thailand tourism?

หมายถึง สื่อหรือช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) Tourism Website หมายถึง เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว

2) Social media, please specify..... หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ โดยระบุประเภทสื่อ

3) Relatives / Friends หมายถึง จากการบอกเล่า/แนะนำของเพื่อน

4) Publication such as magazine, newspaper, Brochure, Poster etc. หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แมกกาซีน หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น

5) Road Show หมายถึง งานส่งเสริมการขาย

6) Billboard หมายถึง ป้ายขนาดใหญ่

7) Television, please specify..... หมายถึง โทรทัศน์ โดยให้ระบุช่องหรือชื่อรายการ

8) Radio, please specify..... หมายถึง วิทยุ โดยให้ระบุคลื่นหรือชื่อรายการ

9) Travel agencies / Tour counters หมายถึง บริษัททัวร์ / เคาน์เตอร์ทัวร์

10) Suggestions from staff in accommodation / restaurant / driver, etc. หมายถึง การรับคำแนะนำจากพนักงานในสถานพักแรม ร้านอาหาร คนขับรถ และอื่นๆ

11) Other, please specify .....หมายถึง สื่ออื่นๆ นอกเหนือจากข้อ 1) – 10) โดยให้ระบุประเภทสื่อด้วย

13. In this trip, which application software of the tourism information do you acknowledge from?

หมายถึง คุณใช้แอปพลิเคชัน (App) ใดบ้าง ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในการท่องเที่ยวในครั้งนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระบุว่าได้รับรู้จากแอปพลิเคชัน (App) ใด โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

1) Information based service หมายถึง กลุ่ม APP ให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ
   1.1) Tourism Authority of Thailand หมายถึง แอปพลิเคชันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
   1.2) Thailand Tourist Trips and Tips AR Book หมายถึง แอปพลิเคชันของตำรวจท่องเที่ยว

1.3)My Currency Exchange Rates Converter หมายถึง แอปพลิเคชันอัตราแลกเปลี่ยน

1.4)The Weather channel หมายถึง แอปพลิเคชันสภาพอากาศของทุกที่

1.5)Attractions App. (e.g.Tripadvisor, Foursquare, WiFi Map Pro) หมายถึง แอปพลิเคชันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สถานการณ์ กิจกรรม

2) Facility for trip หมายถึง กลุ่ม APP สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง

2.1)Google (e.g. map, Translate, Earth, Scholar)

2.2)Chat (e.g. Line, Facebook, Skype, Viber, QQ chat) หมายถึง การพูดคุยออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

3) Dynamic Package systems หมายถึง กลุ่มแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการซื้อบริการต่างๆ

3.1) Accommodation App. (e.g. Agoda, Booking.com, Hostelworld, Expedia, Hotels.com, HotelClub, Venere, Priceline, Yonderbound, Direct with Hotel, Kayak, Trivago, Hotels Combined) หมายถึง แอปพลิเคชันเกี่ยวกับจองสถานที่พักแรม

3.2) Transportation App. (e.g. Sky scanner, Tripadvisor, Lonelyplanet, Virtualtourist, Thailandee) หมายถึง แอปพลิเคชันเกี่ยวกับบริการขนส่งโดยสาร

4) Other, please specify หมายถึง เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่นๆ แอปพลิเคชันที่ใช้ โปรดระบุ.....

Part III Satisfaction

14. Your opinion about travel services in Thai

หมายถึง การให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการใช้บริการและสินค้าด้านการท่องเที่ยว โดยมี 5 ระดับ ดังนี้

1 = Not at all satisfied หมายถึง พึงพอใจน้อยมาก

2 = Slight satisfied หมายถึง พึงพอใจน้อย

3 = Moderate satisfied หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

4 = Very satisfied หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

5 = Extremely satisfied หมายถึง มีความพึงพอใจอย่างมาก

0 = Not Applicationหมายถึง ไม่ได้ใช้บริการ ไม่แสดงความคิดเห็น

นอกจากนี้ยังให้เปรียบเทียบกับบริการ/สินค้า ประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการในประเทศที่เคยไปมาล่าสุด (ให้ระบุชื่อประเทศ) เปรียบเทียบกับประเทศไทย โดยเปรียบเทียบ 3 ระดับ คือ

0 = equal หมายถึง เท่ากัน / ใกล้เคียงกัน / ไม่แตกต่างกัน

1 = Thailand is better หมายถึง ประเทศไทยดีกว่า

2 = Thailand is worse หมายถึง ประเทศไทยด้อยกว่า

โดยบริการ / สินค้าที่ประเมินมีทั้งหมด 18 รายการ ได้แก่ 1) Immigration service (บริการตรวจคนเข้าเมือง) 2) Airport (สนามบิน) 3) Transportation by bus, taxi, train (บริการขนส่งโดยรถบัส แท็กซี่ รถไฟ รถสามล้อ ฯลฯ) 4) Tourist Information / Visitor center (ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว) 5) Safety (ความปลอดภัย) 6) Public restrooms (ห้องน้ำสาธารณะ) 7) Sea and Beach (ทะเล / ชายหาด) 8) Eco-Tourism (แหล่งท่องเที่ยวทางนิเวศ) 9) Historical site (แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์) 10) Adventure activities (กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทผจญภัย) 11) Accommodation (บริการสถานที่พักแรม) 12) Restaurants (ภัตตาคาร / ร้านอาหาร) 13) Shops / Souvenir shops (ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก) 14) Wellness (Spa / Tradition Massage / etc.) (สปา นวดแผนไทย) 15) Travel service (บริการนำเที่ยว) 16) Guide (มัคคุเทศก์) 17) Mobile Tourism Application (โปรแกรมประเภทหนึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต) 18) People (ประชาชน)

โดยที่แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในบริเวณด่านสำคัญและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญที่เลือกเป็นตัวอย่างการสำรวจ ดังนั้นเพื่อให้สามารถแสดงผลการประเมินในระดับจังหวัด จึงกำหนดให้กรณีสำรวจ ณ ระดับจังหวัด ให้ประเมินเฉพาะบริการในจังหวัดนั้นๆ ที่ใช้บริการ ยกเว้นบริการบางประเภทที่ไม่มีในจังหวัดนั้น แต่ต้องใช้บริการในการเดินทางเข้าออกประเทศไทย ได้แก่ ด่านตรวจคนเข้าเมือง และสนามบิน สำหรับกรณีสำรวจบริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ประเมินในเชิงภาพรวมของบริการที่ใช้ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ และในกรณีประเมินสนามบินให้ระบุสนามบินที่ประเมินด้วย

1) Immigration service หมายถึง บริการของด่านตรวจคนเข้าเมือง

1.1) communication / language หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

1.2) friendliness of workers หมายถึง ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ ยิ้มแย้มแจ่มใส

1.3) service procedure / speed หมายถึง ประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น ขั้นตอนบริการ ความรวดเร็ว การแก้ไขปัญหากรณีมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก การให้ข้อแนะนำ เป็นต้น

1.4) overall satisfaction of immigration service หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมของบริการของด่านตรวจคนเข้าเมือง

2) Airport (please specify.....) ตอบเฉพาะผู้ใช้บริการ และระบุชื่อสนามบินที่ใช้บริการ

2.1) signage หมายถึง ป้ายสัญลักษณ์ของทางและบริการต่างๆ ในสนามบิน

2.2) cleanliness and facilities หมายถึง ความสะอาดของพื้นที่บริเวณสนามบิน ห้องน้ำ ถังขยะ และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ลิฟต์ บันไดเลื่อน เป็นต้น

2.3) variety of restaurants หมายถึง มีร้านขายอาหารที่หลากหลาย สามารถซื้อได้โดยสะดวก ไม่ต้องรอคอยนาน

2.4) variety of shops หมายถึง มีร้านขายสินค้าที่หลากหลาย สามารถหาซื้อสินค้าที่ต้องการ ไม่ต้องรอคอยนาน

2.5) friendliness of workers หมายถึง ความเป็นมิตรของพนักงาน/เจ้าหน้าที่ของสนามบิน ยิ้มแย้มแจ่มใส ช่วยเหลือ แนะนำที่เป็นประโยชน์

2.6) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

2.7) wifi / internet หมายถึง บริการ wifi / internet ฟรีที่สนามบิน

2.8) safety หมายถึง การรักษาความปลอดภัยในบริเวณสนามบิน การไม่ถูกคุกคามโดยพนักงาน/เจ้าหน้าที่ของสนามบิน

2.9) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น ขั้นตอนบริการ ความรวดเร็ว การแก้ไขปัญหากรณีมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก การให้ข้อแนะนำ เป็นต้น

2.10) restroom หมายถึง ห้องน้ำในสนามบิน

2.11) overall satisfaction of airport หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมของบริการของสนามบิน

3) Transportation by bus, taxi, train, etc

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการขนส่งผู้โดยสารที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

3.1) accessibility หมายถึง ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ การหาใช้บริการ

3.2) cleanliness and comfort หมายถึง ความสะอาดและความสะดวกสบายภายในรถ

3.3) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

3.4) safety หมายถึง ความปลอดภัยในการขับขี่ ความปลอดภัยของคนขับรถต่อผู้โดยสาร การคุกคามผู้โดยสาร

3.5) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น การใช้ความเร็วรถ มารยาทการขับรถ เป็นต้น

3.6) value for your money หมายถึง การให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

3.7) overall satisfaction of transportation หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมของบริการขนส่งผู้โดยสาร

4) Tourist Information / Visitor center

กรณีสำรวจที่ด่านให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

4.1) accessibility หมายถึง ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ความสะดวกในการหาใช้บริการ

4.2) staffs หมายถึง การให้บริการของเจ้าหน้าที่ เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ มารยาทการให้บริการ เป็นต้น

4.3) helpfulness of information provided หมายถึง การให้ความช่วยเหลือประโยชน์ของข้อมูล

4.4) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

4.5) overall satisfaction of tourist information / visitor center หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

5) Safety

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของความปลอดภัยในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

5.1) Installing CCTV in tourist attraction หมายถึง การติดตั้ง CCTV

5.2) Staff/volunteer servicesหมายถึง เจ้าหน้าที่ตำรวจ / เจ้าหน้าที่อาสาสมัครบริการในสถานที่ท่องเที่ยว

5.3) Safety information Providing (e.g. warning signs) หมายถึง การให้ข้อมูลเพื่อเตือนอันตราย การติดป้ายเตือนอันตราย

5.4) overall satisfaction of safety หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อความปลอดภัย

6) Public restrooms

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการห้องน้ำสาธารณะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

6.1) accessibility หมายถึง ความสะดวกในการหาใช้บริการ

6.2) availability หมายถึง ความเพียงพอของจำนวนห้องน้ำ

6.3) hygiene หมายถึง ความสะอาด กลิ่น ของห้องน้ำสาธารณะ

6.4) safety หมายถึง ความปลอดภัยในการใช้บริการ

6.5) overall satisfaction of public restrooms ความพึงพอใจโดยรวมต่อห้องน้ำสาธารณะ

7) Sea and Beach

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

7.1) beauty / cleanliness หมายถึง ความสวยงาม / ความสะอาด

7.2) safety หมายถึง การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว การติดตั้ง CCTV การมีป้ายเตือน

7.3) restroom หมายถึง ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว

7.4) overall satisfaction of sea and beach หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด

8) Eco-Tourism

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไปท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

8.1) accessibility หมายถึง ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

8.2) beauty / cleanliness หมายถึง ความสวยงาม / ความสะอาด

8.3) safety หมายถึง การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว การติดตั้ง CCTV การมีป้ายเตือน

8.4) restroom หมายถึง ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว

8.5) overall satisfaction of eco-Tourism หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

9) Historical Sites

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ไปท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

9.1) accessibility หมายถึง ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

9.2) beauty หมายถึง ความสวยงาม

9.3) safety หมายถึง การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว การติดตั้ง CCTV การมีป้ายเตือน

9.4) restroom หมายถึง ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว

9.5) overall satisfaction of historical sites หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

10) Adventure

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของกิจกรรมผจญภัยที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

กิจกรรมผจญภัย หมายถึง กิจกรรมผจญภัย เช่น การขี่ช้าง การดำน้ำ นั่งเรือ speed boat ปีนหน้าผา เป็นต้น

10.1) safety หมายถึง ความปลอดภัยของเครื่องเล่น / อุปกรณ์ให้บริการ ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ

10.2) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ มารยาทการให้บริการ เป็นต้น

10.3) value for your money หมายถึง การให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

10.4) restroom หมายถึง ห้องน้ำในสถานที่ให้บริการ

10.5) overall satisfaction of adventure หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการกิจกรรมผจญภัย

11) Accommodation

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการสถานพักแรมที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

11.1) facilities หมายถึง สถานพักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม เช่น กรณีอาคารสูงมีลิฟท์บริการ มี Lobby สำหรับนั่งพัก/รอ มีร้านอาหาร มีห้องน้ำส่วนกลาง มีที่จอดรถยนต์ เป็นต้น

11.2) condition in the accommodation หมายถึง สภาพภายในโรงแรม ห้องพัก ห้องอาหาร อุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในห้องพักและสถานที่อื่นๆ ของโรงแรม สะอาด ถูกสุขลักษณะ

11.3) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

11.4) restroom หมายถึง ห้องน้ำในสถานที่ให้บริการ

11.5) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น คุณภาพบริการจัดห้องพัก ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการ/แก้ไขปัญหา มารยาทการให้บริการของพนักงาน เป็นต้น

11.6) safety หมายถึง การรักษาความปลอดภัยของสถานพักแรมการมีทางหนีไฟที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนและเข้าถึงได้ง่าย การคุกคามของพนักงานสถานพักแรมต่อผู้เข้าพัก เป็นต้น

11.7) wifi / internet หมายถึง บริการ wifi / internet ฟรีที่สถานพักแรม

11.8) value for your money หมายถึง การให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

11.9) overall satisfaction of accommodation หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการสถานพักแรม

12) Restaurants

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการร้านอาหาร/ภัตตาคารที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

12.1) condition in the restaurant หมายถึง สภาพภายในร้านอาหาร โต๊ะ เก้าอี้ อุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในร้านอาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ

12.2) quality of food หมายถึง คุณภาพของอาหาร รสชาติอาหาร

12.3) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

12.4) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ มารยาทการให้บริการ เป็นต้น

12.5) wifi / internet หมายถึง บริการ wifi / internet ฟรีที่ร้านอาหาร

12.6) value for your money หมายถึง การให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

12.7) restroom หมายถึง ห้องน้ำในสถานที่ให้บริการ

12.8) overall satisfaction of restaurants หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการภัตตาคาร /ร้านอาหาร

13) Shops / Souvenir shops

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมบริการร้านขายสินค้า/ร้านขายของที่ระลึกที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

13.1) quality of merchandises หมายถึง คุณภาพสินค้า

13.2) availability หมายถึง ความสะดวกในการหาซื้อของที่ระลึก/สินค้าของท้องถิ่น

13.3) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

13.4) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ มารยาทการให้บริการ เป็นต้น

13.5) honesty หมายถึง ความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ

13.6) wifi / internet หมายถึง การบริการ wifi / internet ฟรีที่ร้านค้า / ห้างสรรพสินค้า

13.7) value for your money หมายถึง การให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

13.8) restroom หมายถึง ห้องน้ำในสถานที่ให้บริการ

13.9) overall satisfaction of shopping หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการร้านค้า /ห้างสรรพสินค้า

14) Wellness (Spa/Tradition Massage/etc.)

กรณีสำรวจที่ด่านให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

14.1) variety หมายถึง ความหลากหลายของผู้ให้บริการ และประเภทบริการ

14.2) equipment and facilities หมายถึง อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

14.3) condition in the places หมายถึง สภาพภายในสถานบริการ โต๊ะ เก้าอี้ อุปกรณ์ สะอาด ถูกสุขลักษณะ

14.4) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

14.5) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ มารยาทการให้บริการ เป็นต้น

14.6) safety หมายถึง การรักษาความปลอดภัยของสถานบริการ การมีทางหนีไฟที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนและเข้าถึงได้ง่าย การคุกคามของพนักงานต่อผู้ใช้บริการ เป็นต้น

14.7) wifi / internet หมายถึง การบริการ wifi / internetในสถานบริการ

14.8) value for your money หมายถึง การให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

14.9) overall satisfaction of wellness หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการ

15) Travel Service

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของบริการบริษัททัวร์ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

15.1) safety of vehicle หมายถึง ความปลอดภัยของพาหนะ

15.2) staffs หมายถึง การให้บริการของพนักงาน เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ มารยาทการให้บริการ เป็นต้น

15.3) interesting travel program หมายถึง ความน่าสนใจของรายการนำเที่ยว

15.4) value for your money หมายถึง การให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

15.5) overall satisfaction of travel agents หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการของบริษัททัวร์

16) Guide

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของมัคคุเทศก์ที่ใช้บริการในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

16.1) friendliness หมายถึง ความเป็นมิตรของมัคคุเทศก์ ยิ้มแย้มแจ่มใส

16.2) honesty หมายถึง ความซื่อสัตย์

16.3) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

16.4) knowledge หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของแหล่งท่องเที่ยว

16.5) overall satisfaction of guide หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการของมัคคุเทศก์

17) Mobile Tourism Application (Overall evaluation for survey at airport & border crossing points / Provincial evaluation for survey in targeted provinces) Please identify the first 3 most Application (1)..... (2)..... (3).....

ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของแอปพลิเคชัน (app.) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โปรดระบุแอปพลิเคชัน (app.) 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ

17.1) availability หมายถึง ความสะดวกในการหาใช้บริการ

17.2) accuracy of information หมายถึง ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล

17.3) helpfulness of provided information หมายถึง การใช้ประโยชน์ของข้อมูล

17.4) overall satisfaction of tourist application หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการแอปพลิเคชัน (app.)

18) People

กรณีสำรวจที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจากภาพรวมของผู้คน/ประชาชนที่สัมผัส/พบเห็นในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

18.1) friendliness หมายถึง ความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส

18.2) honesty หมายถึง ความซื่อสัตย์

18.3) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

18.4) overall satisfaction of people หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมต่อผู้คน/ประชาชนที่สัมผัส/พบเห็นในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย

15. Confidence level in tourism product and services inThailand

15.1 Compare overall confidence level of quality and standard of tourism in Thailand with those in your country of residence.

ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีคุณภาพหรือมีมาตราฐาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนัก

15.2 Compare overall confidence level of quality and standard of tourism service (Transportation, Hotel, Accommodation, Restaurants, Rental service) in Thailand with those in your country of residence.

ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านบริการด้านการท่องเที่ยว (การขนส่ง โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร การให้เช่า) ในประเทศไทยมีคุณภาพหรือมีมาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นถิ่นพำนัก

16. During your travelling in Thailand, what is highlight Thai national identity?

ให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบเอกลักษณ์ความเป็นไทยอธิบายถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น ภาษาไทย การแต่งกาย สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ดนตรีไทย กีฬาไทย และการละเล่นพื้นเมือง เป็นต้น

17. The following makes you dissatisfaction

ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความไม่พึงพอใจที่เกิดจากบริการต่อไปนี้ โดยให้ประเมินว่าความไม่พึงพอใจนั้นเกิดจากสาเหตุใดต่อไปนี้

1) people หมายถึง บุคลากรที่ให้บริการ / ประชาชน
2) process หมายถึง กระบวนการการให้บริการ
3) location หมายถึง ทำเลที่ตั้ง
4) Safety หมายถึง ความปลอดภัย
5) Public car service หมายถึง บริการรถโดยสารสาธารณะ
6) cleanliness หมายถึง ความสะอาด
7) communication หมายถึง การใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร
8) friendliness หมายถึง ความเป็นมิตร
9) knowledge หมายถึง ความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
10) honesty หมายถึง ความซื่อสัตย์
11) Other, please specify ..... หมายถึงอื่นๆ โปรดระบุ

What makes you dissatisfaction ..... หมายถึง อธิบายสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจ

โดยบริการ / สินค้าที่ประเมินมีทั้งหมด 18 รายการ ได้แก่ 1) Immigration service (บริการตรวจคนเข้าเมือง) 2) Airport (สนามบิน) 3) Transportation by bus, taxi, train (บริการขนส่งโดยรถบัส แท็กซี่ รถไฟ รถสามล้อ ฯลฯ) 4) Tourist Information / Visitor center (ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว) 5) Safety (ความปลอดภัย) 6) Public restrooms (ห้องน้ำสาธารณะ) 7) Sea and Beach (ทะเล / ชายหาด) 8) Eco-Tourism (แหล่งท่องเที่ยวทางนิเวศ) 9) Historical site (แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์) 10) Adventure activities (กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทผจญภัย) 11) Accommodation (บริการสถานที่พักแรม) 12) Restaurants (ภัตตาคาร / ร้านอาหาร) 13) Shops / Souvenir shops (ร้านขายสินค้า / ของที่ระลึก) 14) Wellness (Spa /

Tradition Massage / etc.) (สปา นวดแผนไทย) 15) Travel service (บริการนำเที่ยว) 16) Guide (มัคคุเทศก์) 18) People (ประชาชน)

ในส่วนข้อย่อย 17) Mobile Tourism Application (โปรแกรมประเภทหนึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแทบเล็ต)

1) type of application หมายถึง รูปแบบของแอปพลิเคชัน

2) convenience หมายถึง ความสะดวกในการใช้งานของแอปพลิเคชัน

3) data accuracy หมายถึง ความถูกต้องของข้อมูลบนแอปพลิเคชัน

4) Other, please specify ..... หมายถึงอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุในข้อ 1) – 3)

หมายถึง บริการต่อไปนี้ (รายละเอียดตาม column แรก) สร้างความไม่พึงพอใจต่อผู้ตอบแบบสอบถามหรือไม่ ถ้าประเด็นใดใช่ ให้ทำเครื่องหมาย √ พร้อมทั้งเลือกตอบสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ว่าเกิดจากสาเหตุใด 1) people (ผู้คนทั่วไป/พนักงาน/เจ้าหน้าที่/คนขับรถ/ฯลฯ) 2) process (กระบวนการให้บริการ) 3) location (สถานที่/ทำเลที่ตั้ง) 4) Other, please specify..... (หมายถึง อื่นๆ โดยให้ระบุ) พร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

18. During your travel in Thailand, do you ever encounter any dishonesty of any service provider/any merchandizer of product/service?

หมายถึง ระหว่างอยู่ในประเทศไทย ผู้ตอบแบบสอบถามประสบกับความไม่ซื่อสัตย์/การฉ้อโกง/การเอารัดเอาเปรียบ จากการใช้บริการ / ซื้อสินค้า / ซื้อบริการ หรือไม่ ถ้าตอบว่าใช่ ให้ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับความไม่ซื่อสัตย์/การฉ้อโกง/การเอารัดเอาเปรียบ นั้น เช่น การขายสินค้าแพงเกินความเป็นจริง การนำสินค้าปลอมมาขายในราคาสูง การให้บริการที่ไม่ครบตามที่ตกลง เป็นต้น

19. Will you come back to Thailand in next 3 years?

หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีแผนที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกหรือไม่

1) Yes หมายถึง มีแผนที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทย

2) Not sure หมายถึง ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาประเทศไทยอีกหรือไม่

3) No, because..... หมายถึง ไม่กลับมาประเทศไทยอีก โดยให้ระบุเหตุผล

If you will come back to Thailand in the next 3 years, please provide your reasons (the most 3 important reasons)

หมายถึง ในกรณีที่มีแผนจะกลับมาประเทศไทยอีกใน 3 ปีข้างหน้า ให้ระบุเหตุผลที่ทำให้ต้องการกลับมาประเทศไทยอีก

1) Tourist Attractions หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว

2) Adventure หมายถึง กิจกรรมผจญภัย

3) Sport Activities หมายถึง แข่งกีฬา เจ้าหน้าที่ในคณะนักกีฬา การชมกีฬา

4) Shopping หมายถึง การซื้อสินค้า

5) Night Activities หมายถึง การท่องเที่ยวยามค่ำคืน

6) Food หมายถึง อาหาร

7) Medical / Health Service หมายถึง การรักษาพยาบาล

8) Price / Promotion หมายถึง ราคาสินค้าเหมาะสม ราคาถูก หรือมีการส่งเสริมการขาย การลดราคาสินค้า / บริการ

9) Information Availability & Advertisement หมายถึง ข้อมูลและการโฆษณา

10) Safety / Security หมายถึง ความปลอดภัย

11) Authenticity (Local culture) หมายถึง วัฒนธรรมท้องถิ่น

12) People Friendliness หมายถึง ความเป็นมิตรของผู้คนในประเทศ

13) Country Image หมายถึง ภาพลักษณ์ของประเทศ

14) Discovery Thainess Campaign หมายถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย

15) Others, please specify .....หมายถึง ปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ใช่ข้อ 1) – 17) โดยให้ระบุ

20. Problems that you had during the trip in Thailand

หมายถึง ให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุถึงปัญหาที่พบระหว่างอยู่ในประเทศไทย

21. Recommendation for further improvement on the following matters

หมายถึง ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อแนะนำการปรับปรุงประเด็นต่อไปนี้

1) Tourism destination หมายถึง ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
2) Tourism professional หมายถึง ด้านบุคลากรท่องเที่ยว
3) Product/Service หมายถึง ด้านสินค้าและบริการ
4) Tourism management หมายถึง ด้านกระบวนการดำเนินการ
5) Thainess quality หมายถึง ด้านคุณค่าความเป็นไทย
6) Others หมายถึง อื่นๆ

22. Will you introduce your friend(s)/relative(s)/acquaintance(s) to travel to Thailand?

หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก มาประเทศไทยหรือไม่
กรณีตอบจะแนะนำ ให้ระบุสาเหตุ
กรณีไม่แนะนำ ให้ระบุสาเหตุ

<u>Part IV</u> Personal information

เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

23. Gender หมาย ถึง เพศ

24. Years of age หมายถึง อายุ

25. Occupation หมายถึง อาชีพ

26. Education หมายถึง การศึกษา

27. Annually income หมายถึง รายได้ต่อปี

คู่มือการสำรวจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย (ปฏิบัติงานภาคสนาม)

โครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสำรวจทัศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล
บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด
เมษายน พ.ศ. 2562

1. ความเป็นมา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย จำนวน 35 ล้านคน สร้างรายได้ จำนวน 1.8 ล้านล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย จำนวน 152 ล้านคน – ครั้ง สร้างรายได้ จำนวน 9.3 แสนล้านบาท และในปี พ.ศ. 2561 ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย ประมาณ 38 ล้านคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้ 2.0 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.2 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยในช่วงเดือนมกราคม – มิถุนายน 2561 จำนวน 74.9 ล้านคน – ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.68 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้ 4 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.44 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา แต่เนื่องจากตัวเลขดังกล่าวเป็นแค่ตัวชี้วัดเชิงปริมาณไม่มีตัวชี้วัดด้านคุณภาพ ดังนั้น การจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจด้านคุณภาพจึงสะท้อนในการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพนอกเหนือจากตัวชี้วัดในเชิงปริมาณด้านจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ และทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวและศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยหรือแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ซึ่งได้มีการสำรวจในช่วงหลังมีเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองเมื่อช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 จนถึงกลางปี พ.ศ. 2557 เป็นครั้งแรก และดำเนินการต่อเนื่องทุกปีจนถึงปัจจุบัน

โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 จะดำเนินการสำรวจทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเน้นการสำรวจข้อมูลในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก ด่านตรวจคนเข้าเมืองขาออกที่สำคัญ และจังหวัดท่องเที่ยวรองบางส่วน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเน้นสำรวจข้อมูลในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก และในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวรอง เพื่อจะได้นำข้อมูลผลการสำรวจข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาเป็นข้อมูลให้กับคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์การพัฒนา และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สำหรับทำการประมาณความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักและจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง ประเมินความคาดหวังและความพึงพอใจในภาพรวมของประเทศ และทัศนคติอื่นๆ ซึ่งข้อมูลสถิติที่สำคัญได้จากการสำรวจ ได้แก่

1) ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์โดยรวม

2) ปัจจัยและแรงผลักดันการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจเลือกจังหวัดในการท่องเที่ยว แหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

3) พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว อย่างน้อยในประเด็น ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง กิจกรรมที่ทำ และสถานที่ที่ไป

4) ทัศนคติและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวไทย

5) ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ความน่าสนใจของสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว บริการต่างๆ สำหรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับความคาดหวัง

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

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

3. ประโยชน์

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับนโยบาย ทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และปรับแผนการตลาดประจำปี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น

4. คุ้มรวม

คุ้มรวมของการสำรวจตามโครงการฯ คือ สำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562

5. แผนการสุ่มตัวอย่างและการดำเนินการสำรวจ

การสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 10,200 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างให้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ ซึ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ ดังนี้

1) จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ในลำดับที่ 1 – 10 (ตามข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2560 จำแนกตามจังหวัด ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สำรวจ ณ จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในลำดับที่ 1 – 10

จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. กรุงเทพมหานคร	ไม่น้อยกว่า 1,318
2. เชียงใหม่	ไม่น้อยกว่า 557
3. นครราชสีมา	ไม่น้อยกว่า 539
4. ชลบุรี	ไม่น้อยกว่า 490
5. ระยอง	ไม่น้อยกว่า 427
6. เพรชบุรี	ไม่น้อยกว่า 378
7. ภูเก็ต	ไม่น้อยกว่า 365
8. สงขลา	ไม่น้อยกว่า 343
9. ประจวบคีรีขันธ์	ไม่น้อยกว่า 341
10. กาญจนบุรี	ไม่น้อยกว่า 330
รวม	**ไม่น้อยกว่า 5,088**

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ 12 จังหวัดท่องเที่ยวรอง จำนวน 24 จังหวัด (ตามข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2560 จำแนกตามจังหวัด ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

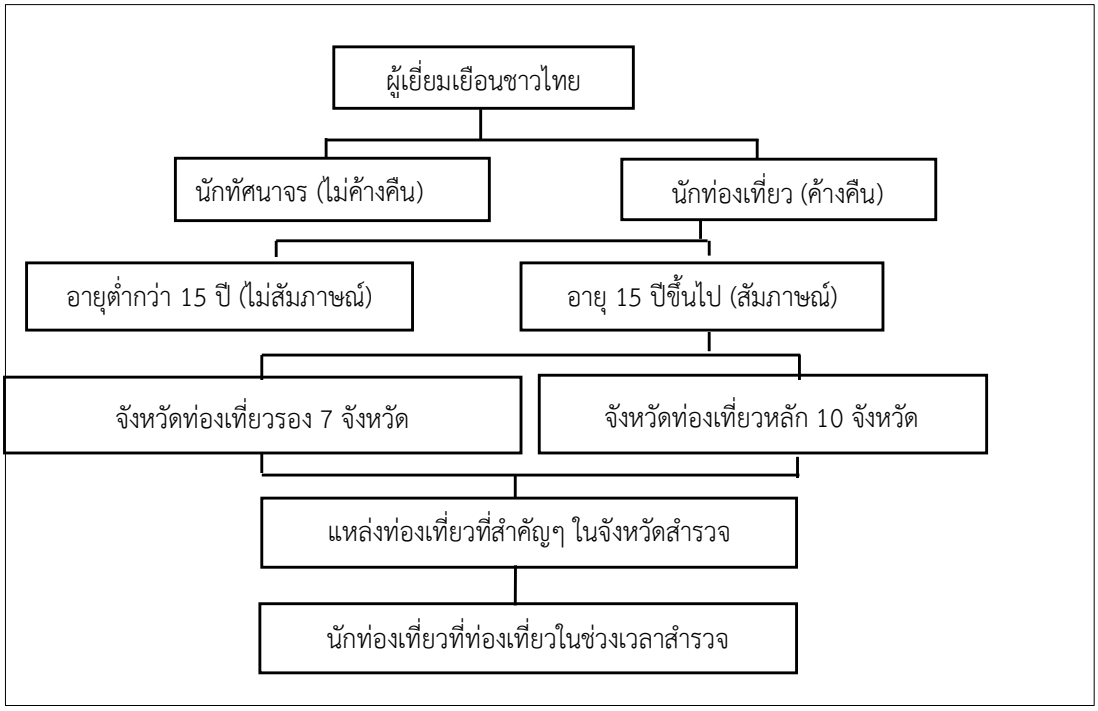
ตารางที่ 2 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สำรวจ ณ จังหวัดท่องเที่ยวรอง จำนวน 24 จังหวัด

จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. ขอบแก่น	ไม่น้อยกว่า 328
2. นครศรีธรรมราช	ไม่น้อยกว่า 270
3. เชียงราย	ไม่น้อยกว่า 254
4. อุดรธานี	ไม่น้อยกว่า 243
5. เพชรบูรณ์	ไม่น้อยกว่า 213
6. สุราษฎร์ธานี	ไม่น้อยกว่า 204
7. กระบี่	ไม่น้อยกว่า 200
8. พิษณุโลก	ไม่น้อยกว่า 200
9. อุบลราชธานี	ไม่น้อยกว่า 200
10. ตาก	ไม่น้อยกว่า 200

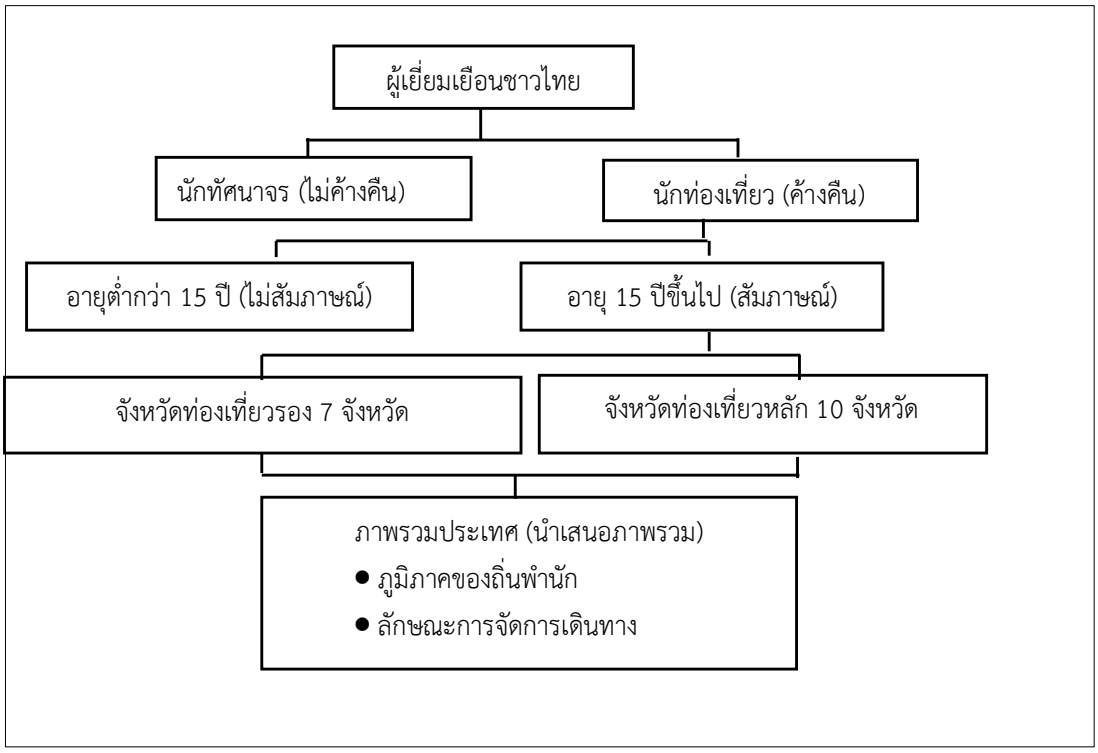
จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (คน)
11. นครนายก	ไม่น้อยกว่า 200
12. สระบุรี	ไม่น้อยกว่า 200
13. จันทบุรี	ไม่น้อยกว่า 200
14. พระนครศรีอยุธยา	ไม่น้อยกว่า 200
15. นครปฐม	ไม่น้อยกว่า 200
16. หนองคาย	ไม่น้อยกว่า 200
17. เลย	ไม่น้อยกว่า 200
18. ลพบุรี	ไม่น้อยกว่า 200
19. ตราด	ไม่น้อยกว่า 200
20. ชุมพร	ไม่น้อยกว่า 200
21. นครสวรรค์	ไม่น้อยกว่า 200
22. ตรัง	ไม่น้อยกว่า 200
23. สุพรรณบุรี	ไม่น้อยกว่า 200
24. บุรีรัมย์	ไม่น้อยกว่า 200
รวม	**ไม่น้อยกว่า 5,112**

การเลือกตัวอย่างใช้วิธีการ Simple Random โดยการสุ่มสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 15 ปีขึ้นไป (เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดและพักค้างคืนในจังหวัดอย่างน้อย 1 คืน) ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่สำรวจ โดยมีแนวคิดการกระจายตัวอย่างตามแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 แนวคิดในการกระจายกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย



แผนภาพที่ 2 แนวคิดในการจำแนกกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย



6. แนวคิดการสำรวจ

หลักการของการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจ คือ การรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยข้อมูลที่รวบรวม ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทาง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การแนะนำ/บอกต่อ เป็นต้น แล้วนำเสนอข้อมูลรายละเอียดซึ่งประกอบด้วย จำนวนและลักษณะที่สำคัญของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม เช่น ถิ่นพำนัก อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ การจัดการเดินทาง พาหนะเดินทาง ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกจังหวัดท่องเที่ยว การรับรู้สื่อ เป็นต้น โดยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศถิ่นพำนักและลักษณะการจัดการเดินทาง

7. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรณีของจังหวัดจะดำเนินการสุ่มสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดอย่างน้อย 3 แหล่ง ในกรณีนักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม (2 คนขึ้นไป) หรือหมู่คณะจะสุ่มสำรวจเพียงกลุ่ม/หมู่คณะละ 1 คน ในการสำรวจให้กระจายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

8. นิยามศัพท์ทางการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่ถูกจัดไว้ในสาขาการผลิตและบริการ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มิได้มีถิ่นที่อยู่ถาวรในจังหวัดที่สำรวจ

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีระยะพำนักในจังหวัดที่สำรวจอย่างน้อย 1 คืน

นักทัศนาจรชาวไทย หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่ไม่ได้ค้างคืนในจังหวัดที่สำรวจ

9. การตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน จำนวน 23 ข้อ โดยให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ และเติมข้อความลงในช่องว่าง (.....) ให้ตรงตามความเป็นจริงของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทาง มีคำถามทั้งหมด 13 ข้อดังนี้

1. ให้ระบุจังหวัดและภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวพำนักอาศัย

2. ให้ระบุจำนวนครั้ง/ปีในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดเฉลี่ยต่อปีของนักท่องเที่ยวในช่วงปี 2559-2561 และจำนวนวันพักเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง
3. การพักค้างคืนในจังหวัดนี้
   3.1 กรณีไม่พักค้างคืนให้ยุติการสัมภาษณ์ เนื่องจากไม่ใช่นักท่องเที่ยว
   3.2 กรณีพักค้างคืน ให้ระบุจำนวนคืนที่พักในจังหวัดนี้
4. ให้ระบุจำนวนจังหวัดที่วางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ (นับรวมจังหวัดนี้ด้วย) พร้อมทั้งระบุจำนวนวันที่วางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ (นับรวมจังหวัดนี้ด้วย) พร้อมทั้งระบุจำนวนวันที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนี้และจังหวัดอื่น
5. ให้เลือกตอบวิธีจัดการเดินทางเพียง 1 ข้อ
6. ให้เลือกตอบพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดนี้เพียง 1 ข้อ
7. ให้เลือกตอบประเภทผู้ร่วมเดินทางเพียง 1 ข้อ และให้ระบุจำนวนผู้ร่วมเดินทาง (นับรวมผู้ตอบด้วย)
8. ให้เลือกตอบวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดนี้เพียง 1 ข้อ
9. ให้เลือกตอบปัจจัยที่เห็นว่าสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกจังหวัดนี้เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)
10. ให้เลือกตอบแหล่งท่องเที่ยวที่ไปและกิจกรรมที่เข้าร่วมในจังหวัดนี้ โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
11. ให้ระบุค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางครั้งนี้เฉลี่ยต่อ 1 คน
12. ให้เลือกตอบประเภทสื่อหรือช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
13. ให้เลือกตอบการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 การประเมินความคาดหวัง/ความพึงพอใจ มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ดังนี้

14. ให้เลือกตอบระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการใช้บริการและสินค้าด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนี้ โดยมี 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความคาดหวัง / ระดับความพึงพอใจ 1 = น้อยมาก 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = อย่างมาก สำหรับผู้ไม่ได้ใช้บริการหรือไม่แสดงความเห็นให้มีค่า = 0 ซึ่งประเด็นที่ประเมินมีทั้งหมด 17 ประเด็น ดังนี้
    1) สนามบิน (ให้ระบุสถานที่) มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 9 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
    2) บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถบัส แท็กซี่ รถไฟ รถสามล้อ ฯลฯ มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 5 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
    3) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 3 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
    4) ความปลอดภัย มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 3 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม

5) ห้องน้ำสาธารณะ มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 4 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
6) แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ชายหาด มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 3 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
7) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีประเด็นที่ประเมิน 4 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
8) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 4 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
9) กิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัย มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 5 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
10) บริการสถานที่พักแรม (ให้ระบุประเภทที่พัก เช่น โรงแรม เกสเฮ้าส์ รีสอร์ท เป็นต้น) มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 7 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
11) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 6 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
12) ร้านขายสินค้า/ของที่ระลึก มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 6 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
13) บริการเชิงสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย เป็นต้น มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 8 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
14) บริการนำเที่ยว (ให้ระบุประเภทบริการ) มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 4 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
15) มัคคุเทศก์ (ให้ระบุว่าเป็นมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท่องถิ่น) มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 3 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
16) แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนโทรศัพท์มือถือหรือแทบเล็ต มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 3 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม
17) ประชาชน มีประเด็นย่อยที่ประเมิน 2 ประเด็น และความพึงพอใจโดยรวม

ทั้งนี้ให้สรุปความคาดหวังโดยรวมและความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากการใช้บริการและสินค้าด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ท่องเที่ยวอยู่ในท้ายสุดของข้อ 14

15. ให้เลือกตอบการประสบกับความไม่สื่อสัตย์/การฉ้อโกง/การเอารัดเอาเปรียบ จากการใช้บริการ/ซื้อสินค้า/ซื้อบริการ ในระหว่างอยู่ในจังหวัดนี้ โดยในกรณีประสบให้อธิบายรายละเอียดเพิ่มเติม
16. ให้ระบุปัญหาที่พบระหว่างอยู่ในจังหวัดนี้
17. ให้ระบุข้อแนะนำการปรับปรุงในประเด็นต่อไปนี้
    1) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
    2) ด้านบุคลากรท่องเที่ยว
    3) ด้านสินค้าและบริการ
    4) อื่น ๆ

18. ให้เลือกตอบการจะแนะนำเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาจังหวัดนี้ พร้อมกับให้ระบุเหตุผล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อดังนี้

19. ให้เลือกตอบเพศ
20. ให้เลือกตอบช่วงอายุ
21. ให้เลือกตอบอาชีพ
22. ให้เลือกตอบการศึกษา
23. ให้เลือกตอบรายได้ต่อเดือน

ภาคผนวกที่ 2
ผลการพัฒนาแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ภาคผนวกที่ 2
ผลการพัฒนาแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ผลการพัฒนาแบบสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยที่จัดทำขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 เพื่อนำไปใช้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สรุปดังนี้

1. ผลการพัฒนาแบบสำรวจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

แบบสำรวจชุดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติดำเนินการพัฒนาปรับปรุงใหม่ ดังนี้

1) ปรับลดหรือตัดข้อความคำถามบางข้อในแบบสำรวจให้น้อยลงเพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการตอบแบบสำรวจน้อยลง

2) คำถามข้อ 9-10 ในแบบสำรวจได้ทำการปรับตัวเลือกในลักษณะคำถามที่คล้ายคลึงกันออกให้เหลือน้อยลง

3) รวมข้อ 12 และ 13 ของแบบสำรวจเดิม เกี่ยวกับการทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาประเทศไทย และช่วงระหว่างอยู่ในประเทศไทยเป็นข้อเดียวกันเพื่อไม่ให้ซ้ำซ้อนและลดข้อความให้น้อยลง

4) คำถามข้อ 14 ในแบบสำรวจ เพิ่มประเด็นคำถามเรื่อง “ห้องน้ำ” ในส่วนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ให้บริการต่าง ๆ และเพิ่มคำถาม “ประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน” ในส่วนของภาคบริการ นอกจากนี้ยังได้ลดคำถามบางประเด็นออก ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลายบริการ และ WIFI

5) เพิ่มเติมข้อ 15 และ 16 ในแบบสำรวจ เพื่อให้เป็นไปตามความเห็นของที่ปรึกษาโครงการประเมินแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) เพื่อตอบตัวชี้วัดของแผนฯ

6) คำถามข้อ 17 ในแบบสำรวจ ในประเด็นความไม่พึงพอใจได้รวมเป็นหมวดเพื่อให้ข้อคำถามลดลง

2. ผลการพัฒนาแบบสำรวจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แบบสำรวจชุดนักท่องเที่ยวชาวไทยดำเนินการพัฒนาปรับปรุงใหม่ ดังนี้

1) ปรับลดหรือตัดข้อความบางข้อในแบบสำรวจให้น้อยลง เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการตอบแบบสำรวจน้อยลง

2) คำถามข้อ 9-10 ในแบบสำรวจได้ทำการปรับตัวเลือกในลักษณะคำถามที่คล้ายคลึงกันออกให้เหลือน้อยลง

3) คำถามข้อ 14 ในแบบสำรวจเพิ่มประเด็นคำถามเรื่อง “ห้องน้ำ” ในส่วนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ให้บริการต่าง ๆ และเพิ่มคำถาม “ประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน” ในส่วนของการบริการ นอกจากนี้ยังได้ตัดคำถามบางประเด็นออก ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลายบริการ และ WIFI

3. การสร้างแบบสำรวจ

แบบสำรวจหรือสัมภาษณ์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการติดตามและการประเมินผล ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา โดยจะดำเนินการให้เป็นไปตามหลักวิชาการทางสถิติ กล่าวคือจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพหลังจากที่จัดทำร่างแบบและได้รับความเห็นชอบดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว โดยดำเนินการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ ดังนี้

3.1 การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity)

การทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจที่ใช้ในการวิจัยว่ามีความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีคุณลักษณะในเนื้อหาสาระที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริง ได้ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพ โดยคณะผู้วิจัยได้นำแบบสำรวจไปให้กับผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาทั้งเชิงการใช้ภาษา ด้านการวิจัย และด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลในครั้งนี้ ด้วยการพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง -1 และข้อคำถามที่มีความตรงตามเนื้อหาใช้ได้จะมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 ในแต่ละข้อ เมื่อทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิและรับฟังความคิดเห็นจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว ทางคณะผู้วิจัยจะทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำต่อไป

3.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

การทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจที่สามารถใช้วัดค่าหลายๆ ครั้ง แล้วได้ผลของการวัดที่มีความคล้ายคลึงกัน หรืออีกนัยยะหนึ่ง คือ “ความคงเส้นคงวา” ของแบบสำรวจ ที่มีข้อคำถามไม่สับสน ไม่เป็นแนวชี้นำ และมีอคติ ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cranbach’s alpha coefficient) ในข้อคำถามแต่ละข้อ

ซึ่งในทางสถิติแล้วยิ่งค่าสูงขึ้นยิ่งดี และในการวิจัยทางสังคมศาสตร์เกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเดียวกับการประเมินครั้งนี้ และจะทำการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้มีความสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. ผลจากการทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจ (Pre-test)

4.1 แบบสำรวจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 40 ราย ซึ่งมีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 5-1 ผลจากการทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2562

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient)
ภาพรวมคำถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งหมด 112 ข้อ	**0.970**
1.1) การสื่อสาร/ภาษา	0.969
1.2) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่	0.969
1.3) ขั้นตอนการบริการ/ความรวดเร็ว	0.969
1.4) ความพึงพอใจโดยรวมบริการตรวจคนเข้าเมือง	0.969
2.1) ป้ายบอกทาง	0.969
2.2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.969
2.3) ความหลากหลายของร้านขายอาหาร	0.969
2.4) ความหลากหลายของร้านขายสินค้า	0.969
2.5) ความเป็นมิตรของพนักงาน	0.969
2.6) การสื่อสาร/ ภาษา	0.969
2.7) บริการ wifi/ internet	0.969
2.8) ความปลอดภัย	0.969
2.9) การให้บริการของพนักงาน	0.969
2.10) ห้องน้ำ	0.969
2.11) ความพึงพอใจโดยรวมบริการสนามบิน	0.969
3.1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ	0.969
3.2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย	0.969
3.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
3.4) ความปลอดภัย	0.969
3.5) การให้บริการของพนักงาน	0.969

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient)
3.6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
3.7) ความพึงพอใจโดยรวมบริการรถโดยสารสาธารณะฯ	0.969
4.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.969
4.2) การให้บริการของเจ้าหน้าที่	0.969
4.3) การให้ความช่วยเหลือ	0.969
4.4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
4.5) ความพึงพอใจโดยรวมศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	0.969
5.1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว	0.969
5.2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	0.969
5.3) การให้ข้อมูลป้ายสัญญาณเตือนภัย	0.969
5.4) ความพึงพอใจโดยรวมความปลอดภัย	0.969
6.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.969
6.2) ความเพียงพอ	0.969
6.3) ความสะอาด	0.969
6.4) ความปลอดภัย	0.969
6.5) ความพึงพอใจโดยรวมห้องน้ำสาธารณะ	0.969
7.1) ความสวยงาม / ความสะอาด	0.969
7.2) ความปลอดภัย	0.969
7.3) ห้องน้ำ	0.969
7.4) ความพึงพอใจโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ ชายหาด	0.969
8.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.969
8.2) ความสวยงาม/ ความสะอาด	0.969
8.3) ความปลอดภัย	0.969
8.4) ห้องน้ำ	0.969
8.5) ความพึงพอใจโดยรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.969
9.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.969
9.2) ความสวยงาม	0.969
9.3) ความปลอดภัย	0.969
9.4) ห้องน้ำ	0.969
9.5) ความพึงพอใจโดยรวมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	0.969
10.1) ความปลอดภัย	0.969
10.2) การให้บริการของพนักงาน	0.969
10.3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient)
10.4) ห้องน้ำ	0.969
10.5) ความพึงพอใจโดยรวมกิจกรรมผจญภัย	0.969
11.1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	0.969
11.2) สภาพภายในสถานที่พัก	0.969
11.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
11.4) ห้องน้ำ	0.969
11.5) การให้บริการของพนักงาน	0.969
11.6) ความปลอดภัย	0.969
11.7) บริการ wifi/ internet	0.969
11.8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
110.9) ความพึงพอใจโดยรวมบริการสถานที่พักแรม	0.969
12.1) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	0.969
12.2) คุณภาพของอาหาร	0.969
12.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
12.4) การให้บริการของพนักงาน	0.969
12.5) บริการ wifi/ internet	0.969
12.6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
12.7) ห้องน้ำ	0.969
12.8) ความพึงพอใจโดยรวมภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	0.969
13.1) คุณภาพสินค้า	0.969
13.2) ความสะดวกในการหาซื้อ	0.969
13.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
13.4) การให้บริการของพนักงาน	0.969
13.5) ความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ	0.969
13.6) การบริการ wifi / internet	0.969
13.7) ความเหมาะสมของราคาสินค้า	0.969
13.8) ห้องน้ำ	0.969
130.9) ความพึงพอใจโดยรวมร้านขายสินค้า/ ของที่ระลึก	0.969
14.1) ความหลากหลาย	0.969
14.2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	0.969
14.3) สภาพภายในสถานบริการ	0.969
14.4) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
14.5) การให้บริการของพนักงาน	0.969

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient)
14.6) ความปลอดภัย	0.969
14.7) การบริการ wifi/ internet	0.969
14.8) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
14.9) ห้องน้ำ	0.969
14.10) ความพึงพอใจโดยรวมบริการเชิงสุขภาพ	0.969
15.1) ความปลอดภัยของพาหนะ	0.970
15.2) การให้บริการของพนักงาน	0.969
15.3) โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ	0.969
15.4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
15.5) ความพึงพอใจโดยรวมบริการนำเที่ยว	0.969
16.1) ความเป็นมิตร	0.969
16.2) ความซื่อสัตย์	0.969
16.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
16.4) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	0.969
16.5) ความพึงพอใจโดยรวมมัคคุเทศก์	0.969
17.1) ความสะดวกในการหาใช้บริการ	0.970
17.2) ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล	0.970
17.3) การใช้ประโยชน์ของข้อมูล	0.970
17.4) ความพึงพอใจโดยรวมแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว	0.970
18.1) ความเป็นมิตร	0.969
18.2) ความซื่อสัตย์	0.969
18.3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร	0.969
18.4) ความพึงพอใจโดยรวมประชาชน	0.969
15.1 ระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีคุณภาพหรือมีมาตรฐาน	0.969
15.2 ระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมบริการด้านท่องเที่ยว (การขนส่ง โรงแรม ร้านอาหาร การให้เช่า	0.969

4.2 แบบสำรวจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 64 ราย ซึ่งมีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 5-2 ผลจากการทดสอบคุณภาพของแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2562

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient)
ภาพรวมคำถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งหมด 97 ข้อ	**0.970**
1.1) ป้ายบอกทาง	0.970
1.2) ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.969
1.3) ความหลากหลายของร้านขายอาหาร	0.969
1.4) ความหลากหลายของร้านขายสินค้า	0.969
1.5) ความเป็นมิตรของพนักงาน	0.969
1.6) บริการ wifi/ internet	0.969
1.7) ความปลอดภัย	0.969
1.8) การให้บริการของพนักงาน	0.969
1.9) ห้องน้ำ	0.969
1.10) ความพึงพอใจโดยรวมบริการสนามบิน	0.969
2.1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ	0.970
2.2) ความสะอาดและความสะดวกสบาย	0.969
2.3) ความปลอดภัย	0.969
2.4) การให้บริการของพนักงาน	0.969
2.5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
2.6) ความพึงพอใจโดยรวมบริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ	0.969
3.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.969
3.2) การให้บริการของเจ้าหน้าที่	0.969
3.3) การให้ความช่วยเหลือ	0.969
3.4) ความพึงพอใจโดยรวมศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	0.969
4.1) การติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว	0.971
4.2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	0.971
4.3) การให้ข้อมูลป้ายสัญญาณเตือนภัย	0.971
4.4) ความพึงพอใจโดยรวมความปลอดภัย	0.971
5.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.970
5.2) ความสะอาด	0.970
5.3) ความปลอดภัย	0.971

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient)
5.4) ความพร้อมในการให้บริการ	0.970
5.5) ความพึงพอใจโดยรวมห้องน้ำสาธารณะ	0.970
6.1) ความสวยงาม/ ความสะอาด	0.970
6.2) ความปลอดภัย	0.970
6.3) ห้องน้ำ	0.970
6.4) ความพึงพอใจโดยรวมทางทะเล/ ชายหาด	0.970
7.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.969
7.2) ความสวยงาม/ ความสะอาด	0.969
7.3) ความปลอดภัย	0.969
7.4) ห้องน้ำ	0.969
7.5) ความพึงพอใจโดยรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.969
8.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.970
8.2) ความสวยงาม	0.970
8.3) ความปลอดภัย	0.970
8.4) ห้องน้ำ	0.970
8.5) ความพึงพอใจโดยรวมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	0.970
9.1) ความสะดวกในการเข้าถึง	0.969
9.2) การให้บริการของพนักงาน	0.969
9.3) ความปลอดภัย	0.969
9.4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
9.5) ห้องน้ำ	0.969
9.6) ความพึงพอใจโดยรวมกิจกรรมผจญภัย	0.969
10.1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	0.969
10.2) สภาพภายในสถานที่พัก	0.969
10.3) การให้บริการของพนักงาน	0.969
10.4) ความปลอดภัย	0.969
10.5) บริการ wifi/ internet	0.969
10.6) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
10.7) ห้องน้ำ	0.969
10.8) ความพึงพอใจโดยรวมบริการสถานที่พักแรม	0.969
11.1) สภาพภายในภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	0.971
11.2) คุณภาพของอาหาร	0.971
11.3) การให้บริการของพนักงาน	0.971

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α–coefficient)
11.4) บริการ wifi/ internet	0.971
11.5) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.971
11.6) ห้องน้ำ	0.971
11.7) ความพึงพอใจโดยรวมภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	0.971
12.1) คุณภาพสินค้า	0.969
12.2) ความสะดวกในการหาซื้อ	0.970
12.3) การให้บริการของพนักงาน	0.969
12.4) การบริการ wifi/ internet	0.969
12.5) ความเหมาะสมของราคาสินค้า	0.970
12.6) ห้องน้ำ	0.970
12.7) ความพึงพอใจโดยรวมร้านขายสินค้า	0.970
13.1) ความหลากหลาย	0.969
13.2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	0.969
13.3) สภาพภายในสถานบริการ	0.969
13.4) การให้บริการของพนักงาน	0.969
13.5) ความถูกสุขลักษณะ	0.969
13.6) การบริการ wifi/ internet	0.969
13.7) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
13.8) ห้องน้ำ	0.969
13.9) ความพึงพอใจโดยรวมบริการเชิงสุขภาพ	0.969
14.1) ความปลอดภัยของพาหนะ	0.969
14.2) การให้บริการของพนักงาน	0.969
14.3) โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ	0.969
14.4) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	0.969
14.5) ความพึงพอใจโดยรวมบริการนำเที่ยว	0.969
15.1) ความเป็นมิตร	0.969
15.2) ความซื่อสัตย์	0.969
15.3) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	0.970
15.4) ความพึงพอใจโดยรวมมัคคุเทศก์	0.969
16.1) ความสะดวกในการหาใช้บริการ	0.969
16.2) ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล	0.969
16.3) การใช้ประโยชน์ของข้อมูล	0.969
16.4) ความพึงพอใจโดยรวมแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว	0.969

ประเด็นคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (**α**–coefficient)
17.1) ความเป็นมิตร	0.970
17.2) การเป็นเจ้าบ้านที่ดี	0.970
17.3) ความพึงพอใจโดยรวมประชาชน	0.970



กลุ่มวิจัยและแผนพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
โทร ๐๒๒๘๓ ๑๕๐๐ ต่อ ๑๕๙๖
Facebook Fanpage : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
Website : https://secretary.mots.go.th/policy/