



มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก
(สินค้าทั่วไป)

Souvenirs Shop Service Standard for Tourism



สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว
กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



คำนำ

มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้กับสถานประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดระดับชั้นมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป และใช้เป็นหลักในการดำเนินการประเมินและจัดระดับของการให้บริการในสถานที่จำหน่ายสินค้าของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) โดยใช้กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพที่ได้ผ่านกระบวนการจัดทำมาตรฐานอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย 4 เกณฑ์ 27 ตัวชี้วัด

กรมการท่องเที่ยว ขอขอบคุณหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือในการจัดทำมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำมาตรฐานครั้งนี้จนเป็นผลให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมบูรณ์

กรมการท่องเที่ยว

กันยายน 2554



สารบัญ

คำนำ

บทที่ 1

1.1 ความเป็นมา	7
1.2 วัตถุประสงค์	8
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	8
1.4 นิยามปฏิบัติการ	8
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ	10
1.6 กรอบดัชนีชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก	10

(สินค้าทั่วไป)

บทที่ 2

2.1 วิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	19
2.2 องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	23
2.3 องค์ประกอบด้านสถานที่มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	24
2.4 องค์ประกอบด้านบริการมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	25
2.5 องค์ประกอบด้านบริหารจัดการมาตรฐานการให้บริการในสถานที่ จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	26
กระบวนการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย	27

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบตรวจประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	30
---	----

ภาคผนวก ข

ประกาศสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว	39
---	----

บทที่ 1
บทนำ



บทนำ

มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

ความเป็นมา

ในปัจจุบัน งานศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นได้กลายเป็นของที่ระลึกที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศถือเป็นธรรมเนียมว่าจะต้องซื้อหาของที่ระลึกเพื่อเป็นของแทนความทรงจำที่ประทับใจ และเป็นของฝากญาติมิตร ทุกครั้งที่มีโอกาสไปท่องเที่ยว

สินค้าของที่ระลึกนอกจากจะทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศจำนวนมากมหาศาลแล้ว ยังจัดเป็นธุรกิจที่มีเครือข่ายการกระจายรายได้อยู่ในวงกว้าง คนทุกระดับมีโอกาสที่จะเป็นผู้ผลิตสินค้าของที่ระลึกขาย นับตั้งแต่การผลิตจากคนคนเดียว การผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน การผลิตโดยการรวมตัวเป็นกลุ่มแม่บ้าน ไปจนถึงการผลิตในระบบโรงงานอุตสาหกรรมที่มีตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ มีทั้งที่จัดจำหน่ายในประเทศ และขยายตลาดส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

ดังนั้น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้จัดทำโครงการมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก เพื่อเสนอแนวทางดำเนินการกำหนดปัจจัยชี้วัด จัดทำมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป) และกำหนดระดับชั้นมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป ให้กับร้านจำหน่ายของที่ระลึกได้นำไปพัฒนารูปแบบการให้บริการที่มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป โดยมีการกำหนดเป็นองค์ประกอบหลัก ของตัวชี้วัด อันประกอบไปด้วย 4 ด้าน ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านบริการ
- ด้านสถานที่
- ด้านบริหารจัดการ





วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อกำหนดปัจจัยตัวชี้วัดและเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)
- 2) เพื่อสร้างคู่มือแบบตรวจสอบประเมิน มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)
- 3) เพื่อวางแนวทางการขอใบรับรองมาตรฐานสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ตามระดับมาตรฐานที่ได้กำหนด

ขอบเขตการดำเนินงาน

ด้านเนื้อหา การจัดทำมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ครั้งนี้ ใช้กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานเป็นแนวทางการประเมิน ซึ่งมีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์, สถานที่, การบริการ และการบริหารจัดการ

ด้านพื้นที่ดำเนินการ เป็นสถานประกอบการสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ซึ่งมีลักษณะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. ร้านจำหน่ายของที่ระลึก
2. ร้านผลิตและจำหน่ายของที่ระลึก
3. ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก

ทั้งนี้ให้ความสำคัญในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย

นิยามปฏิบัติการ

ของที่ระลึก (Souvenirs) จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2538 ได้ให้ความหมายว่าของที่ระลึก หมายถึง ของที่ให้แก่กันเพื่อให้ระลึกถึงกันเมื่อยามที่ต้องจากไป

ของที่ระลึก คือ วัตถุ สิ่งของ ที่เป็นสัญลักษณ์ใช้แทนบุคคล เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเตือนความทรงจำให้ระลึกถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหรือเคยพบเจอในเวลาที่ผ่านไป หรือการที่ได้มีโอกาส แวะเวียนไปสัมผัส แล้วอยากเก็บไว้ในความทรงจำ ในรูปแบบของสิ่งของชนิดต่างๆ



สรุปนิยามปฏิบัติการ

สำหรับมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

- ❖ **ของที่ระลึก** ในที่นี้ หมายถึง ของที่ระลึกซึ่งรวมของฝากที่เป็นอาหาร และไม่ใช่อาหาร
- ❖ **คุณภาพ (Quality)** หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ (Gronroos 1990)
- ❖ **การบริการ (Service)** หมายถึง สิ่งที่ทำให้บริการหรือผู้ขายส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ หรือผู้ซื้อที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น (วีระพงษ์ เฉลิม จิราวัฒน์, 2542)
- ❖ **ผู้ให้บริการหรือผู้ขาย** ในที่นี้ หมายถึง ผู้ขายหรือพนักงานขายของร้านจำหน่ายของที่ระลึก
- ❖ **ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ** ในที่นี้ หมายถึง ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

ขั้นตอนการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทย





ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นการยกระดับคุณภาพมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายสินค้าของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) ในประเทศไทย
2. เสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในตลาดโลก
3. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความมั่นใจและเชื่อถือในสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

กรอบดัชนีชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป)

กรอบดัชนีชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) ที่ใช้เป็นแนวทางในการประเมินคุณภาพมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 เกณฑ์ 27 ตัวชี้วัด ต้องประเมินผ่านระดับพอใช้ขึ้นไป ทุกตัวชี้วัด ถ้าตัวชี้วัดตัวใดตัวหนึ่งไม่ผ่าน จะไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) ทั้งนี้มีแนวทางปฏิบัติและรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีแนวทางการปฏิบัติและรายละเอียดการตรวจประเมิน ดังนี้

- 1) มีความหลากหลายของสินค้า
 - * จำนวนชนิดของสินค้า หรือ สินค้าชนิดเดียว มีหลากหลายประเภท ขนาดหรือรูปทรง
- 2) มีชื่อสินค้า และร้านค้าชัดเจน
 - * มีป้ายแสดงหมวดสินค้า สัญลักษณ์หรือใบรับรองคุณภาพสินค้าจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง
 - * มีวันที่ผลิตสินค้า และวันที่หมดอายุสินค้า
 - * มีฉลากชื่อสินค้า และร้านค้า
- 3) มีป้ายราคาชัดเจน
 - * มีป้ายแสดงราคาติดอยู่ที่ตัวสินค้า หรือที่ชั้นวางสินค้า
 - * ป้ายแสดงราคาควรมี 2 ภาษา คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เป็นอย่างน้อย



- 4) มีเอกลักษณ์สะท้อนความเป็นท้องถิ่น
 - * ผลิตภัณฑ์สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น
 - * มีข้อมูลบอกประวัติความเป็นมาของสินค้า
 - * ผลิตภัณฑ์สื่อความเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
 - * มีป้ายบอกแหล่งผลิต
- 5) บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - * บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ เช่น ไม้ไผ่, ป่าน, ใบตอง, ทางมะพร้าว, ถุงกระดาษ ฯลฯ
 - * วัสดุที่ย่อยสลายได้ในระยะเวลา 5 ปี
 - * ยกเว้นผลิตภัณฑ์บางชนิดที่จำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก เพื่อป้องกันน้ำ หรือ การออกซิเดชัน เช่น เครื่องเงิน
- 6) การเก็บรักษาสินค้า
 - * การเก็บรักษา ต้องอยู่ในสถานที่ถูกสุขลักษณะ
 - * จัดเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสมกับสินค้า
 - * จัดเก็บโดยจำแนกประเภทต่างๆ ให้เป็นสัดส่วน ตามข้อกำหนดของสินค้า
 - * จัดเก็บด้วยบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม



ด้านสถานที่ มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้

- 1) มีป้ายบอกชื่อร้านชัดเจน
 - * ตำแหน่งติดตั้งป้ายชื่อร้านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน
 - * มีป้ายบอกทางเข้าร้าน
 - * มีป้ายบอกชื่อร้านขนาดตัวอักษร ไม่ต่ำกว่า 6 นิ้ว หรือ 15 ซม.
 - * ป้ายบอกชื่อร้านควรมี 2 ภาษา เป็นอย่างน้อย



2) สถานที่ตั้งอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเภทของสถานที่
จำหน่วยของที่ระลีก

- * ไม่บุกรุกที่สาธารณะ
- * เป็นอาคารพาณิชย์ ที่ไม่ก่อให้เกิดทัศนอุจาด ในแหล่งท่องเที่ยวหรือ
ย่านการค้าของเมือง
- * เป็นผู้มิลิทธิ หรือเช่าพื้นที่จากผู้ครอบครองไม่น้อยกว่าอายุใบรับรอง คือ 3 ปี
- * เป็นบ้านกึ่งโรงงานหรือศูนย์ในชุมชนหรือหมู่บ้าน ที่ได้รับอนุญาตให้
ดำเนินการได้ตามกฎหมาย หรือข้อบังคับในท้องถิ่น
- * ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงภัยธรรมชาติ หมายถึง พื้นที่ที่ได้รับการประกาศจาก
หน่วยงานราชการ เป็นพื้นที่ที่มีภัยอันตรายต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และมี
ผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์ ซึ่งปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดขึ้น
ขึ้นครั้งคราวใด จะส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง ก่อให้เกิดความเสียหายในชีวิต
ทรัพย์สิน และสภาพแวดล้อมต่างๆ อย่างเหลือที่จะประมาณได้

3) โครงสร้างอาคารมีความปลอดภัย

- * โครงสร้างอาคารมั่นคงแข็งแรง
- * วัสดุที่ใช้ก่อสร้างมีความคงทน ทนทาน
- * มีการควบคุมปัจจัยการเกิดภัยต่างๆ เช่น อัคคีภัย ไฟฟ้าลัดวงจร เป็นต้น

4) การเดินทางเข้าถึงร้านค้าก่อนข้างสะดวกและปลอดภัย

- * มีที่จอดรถรับ-ส่ง สะดวก สะอาด ปลอดภัยภายใต้สิ่งปกคลุมที่ให้ร่มเงาได้



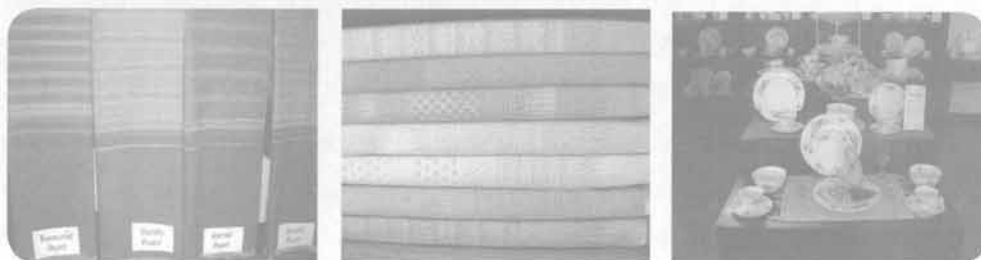


- * มีที่จอดรถคนพิการ อยู่บริเวณทางเข้าร้าน
 - * มีป้ายสื่อความหมายของอาคารที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น ป้ายบอกทาง ไปห้องสุขา ห้องละหมาด เป็นต้น
 - * มีผังแสดงเส้นทางหนีไฟ ประจำชั้นของแต่ละอาคาร
 - * มีทางสัญจรของรถและคนเดินเท้า แยกส่วนกัน
 - * มีแสงสว่างที่บริเวณทางเดินและที่จอดรถในเวลากลางวัน
 - * ทางเข้าสู่บริเวณร้านมีการคำนึงถึงคนพิการและผู้สูงอายุ เช่น มีทางลาดสำหรับรถเข็นคนพิการ เป็นต้น
- 5) รูปแบบการจัดแสดงสินค้า
- * รูปแบบการจัดแสดงสินค้า โดดเด่นด้วยการตกแต่ง มีบรรยากาศสะท้อนวัฒนธรรม และความเป็นท้องถิ่นของแหล่งผลิตสินค้าที่จัดแสดง
 - * มีระเบียบสวยงาม เหมาะสมกับท้องถิ่น
- 6) มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มองเห็นได้ง่าย
- * มีห้องน้ำสาธารณะ
 - 1) มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ
 - 2) แยกการใช้ ชาย-หญิง
 - 3) มีส่วนบริการให้แก่ผู้พิการ
 - 4) ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม
 - 5) มีอ่างล้างมือพร้อมกระดาษเช็ดมือที่ใช้การได้ดีและมีสบู่เหลวใช้ตลอดเวลา
 - 6) ควรมีสายชำระภายในห้องน้ำ
 - * มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ
 - * มีตู้ ATM ตู้โทรศัพท์สาธารณะหรือรับชำระผ่านบัตรเครดิต
- 7) ความสะอาดภายในและภายนอกร้าน
- * สะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ
 - * มีแสงสว่างพอเพียง
 - * มีการระบายอากาศที่ดี
 - * ติดเครื่องหมายห้ามสูบบุหรี่ในสถานที่ไม่อนุญาตให้สูบบุหรี่



8) มีการจัดภูมิทัศน์/สวนหย่อม/ต้นไม้ภายนอกอาคาร

- * มีการจัดสวนหย่อมในบริเวณนอกร้าน
- * มีบริเวณพักรอสำหรับลูกค้า
- * มีการจัดภูมิทัศน์เข้ากับสถานที่
- * ไม่มีสิ่งที่ทำลายภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ



ด้านบริการ มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้

- 1) การมีอัธยาศัยไมตรีของพนักงานขาย
 - * ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีงามแบบไทย
 - * ยิ้มแย้มแจ่มใสเมื่อลูกค้าสอบถามสินค้า
 - * สามารถให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ถูกต้อง
 - * สามารถให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงได้
- 2) มีความน่าเชื่อถือ
 - * มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า เช่น OTOP, มผช., มาตรฐานสินค้าไทย เป็นต้น
 - * มีสินค้าให้ทดสอบหรือทดลองก่อนซื้อ
 - * พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพและเหมาะสม
- 3) การตอบสนองของพนักงานขายสินค้า
 - * พนักงานสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างน้อย 1 คน
 - * ให้บริการอย่างมีน้ำใจ
 - * ไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอนานเกิน 10 นาที
 - * สนใจลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ



- 4) การประกันสินค้าและการคืนสินค้า
 - * มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงเงื่อนไขกำหนดเวลาการรับประกันสินค้าและการรับคืนสินค้า
 - * มีใบรับประกันสินค้า
 - * มีการตรวจสอบสินค้าหรือทดสอบสินค้าก่อนออกจากร้าน
- 5) มีกล่องรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า
 - * มีกล่องรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า
 - * เมื่อมีลูกค้าร้องเรียนต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขทันทีอย่างเป็นระบบ

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ ประกอบไปด้วย 8 ตัวชี้วัด

- 1) มีเกณฑ์การคัดเลือกสินค้า มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
 - * มีวิธีการคัดเลือกสินค้าเข้ามาขายในร้าน เช่น สินค้าที่จะนำมาขายในร้านต้องได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทนั้นๆ เช่น OTOP, มพช. ฯลฯ หรือ เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่น เป็นต้น
- 2) รักษามาตรฐานการดำเนินงานของร้านไว้ได้อย่างต่อเนื่อง มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
 - * มีระบบตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่อยู่ในร้าน
 - * เมื่อตรวจสอบพบสินค้าที่ชำรุดหรือไม่มีคุณภาพ ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบหรือขายเป็นสินค้าลดราคาที่มีตำหนิ โดยแสดงป้ายและรายละเอียดอย่างชัดเจน



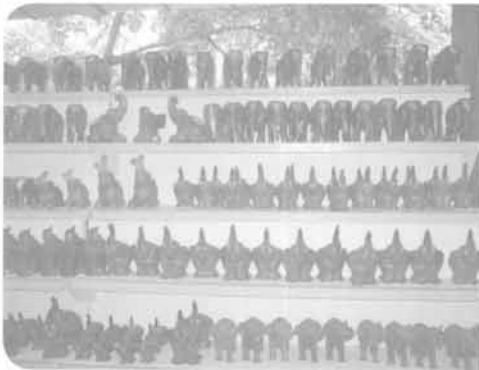


- 3) มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
 - * มีการสอนงานแก่พนักงานเข้าใหม่
 - * มีเอกสารหรือคู่มือช่วยในการปฏิบัติงานให้พนักงานถือปฏิบัติ
 - * มีกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตให้แก่พนักงาน
 - * มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน เช่น หลักสูตรภาษาต่างประเทศ การตลาด กลยุทธ์การขาย เป็นต้น
- 4) การรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
 - * มีการรับฟังข้อเสนอแนะจากพนักงานและทำการจดบันทึกอย่างเป็นรูปธรรม
 - * มีการประชุมแก้ไขปัญหาในการทำงาน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
- 5) มีระบบประเมินพนักงาน มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
 - * มีการจัดทำเอกสารประเมินผลงาน เช่น เวลาการปฏิบัติงาน (ขาด สาย ลา)
 - * ให้คะแนนรายบุคคลประจำเดือน
 - * มีค่าคอมมิชชั่น
- 6) ในกรณีที่มีการจ้างแรงงานถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องมีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
 - * ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานในเรื่องค่าจ้าง สวัสดิการ ชั่วโมงการทำงาน
 - * ไม่ละเมิดการใช้แรงงานเด็ก
 - * กรณีใช้แรงงานต่างชาติ ต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมายแรงงาน
 - * ไม่สนับสนุนหรือจัดให้มีการขายบริการทางเพศ

หมายเหตุ: กรณีเจ้าของดำเนินการเองโดยไม่มีการจ้างแรงงานภายนอก ถือว่าผ่านการประเมินในข้อ 4), 5) และ 6)



- 7) ความรับผิดชอบต่อสังคม มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
- * มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของร้าน
 - * สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - * ส่งเสริมให้มีการประหยัดพลังงาน ไฟฟ้า น้ำมัน และน้ำ
 - * ไม่ดำเนินการให้เกิดมลภาวะ ทางเสียง แสง กลิ่นต่อชุมชนโดยรวม
- 8) ความสัมพันธ์กับชุมชน มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดการประเมิน ดังนี้
- * ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์และการเสริมสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน
 - * สนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน
 - * สร้างโอกาสการทำงานให้กับชุมชน
 - * สนับสนุนให้มีการรักษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น
 - * ควรมิข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง



บทที่ 2
มาตรฐานการให้บริการ
ในสถานที่จำหน่าย
ของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)



2.1 วิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป)



2.1.1 ใช้แบบประเมินเป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป)

ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบหลัก 27 ตัวชี้วัด ต้องประเมินผ่านระดับดีขึ้นไปทุกตัวชี้วัด ถ้าตัวชี้วัดตัวใดตัวหนึ่งไม่ผ่าน จะไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป)

ดัชนีตัวชี้วัดคุณภาพมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของทีระลีก (สินค้าทั่วไป) มี 27 ตัวชี้วัด กำหนดให้เป็นแบบมาตราส่วน การประเมินค่า (Rating Scales) มี 3 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนน ดังนี้



ตัวอย่างบางส่วนของแบบประเมิน

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	ระดับคุณภาพ		
			ดี 3	พอใช้ 2	ควรปรับปรุง 1
1. ด้านผลิตภัณฑ์		22			
	1.1 มีความหลากหลายของสินค้า	3			
	1.2 มีชื่อสินค้าและร้านค้าชัดเจน	3			
	1.3 มีป้ายราคาชัดเจน	6			

2.1.2 การคำนวณค่าคะแนนที่ได้จากการตรวจประเมิน

สูตรการคำนวณ

หลังจากที่คณะผู้ประเมินลงพื้นที่เพื่อตรวจประเมินการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป) ที่ขอรับการประเมินและดำเนินการประเมินตามแบบประเมินเรียบร้อยแล้ว นำแบบประเมินดังกล่าวมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการทางสถิติ ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์โดยสมการ ดังนี้

$$\sum_{i=1}^n W X_i = W_1 X_1 + W_2 X_2 + W_3 X_3 + \dots + W_n X_n$$

W หมายถึง ค่าน้ำหนักประจำตัวชี้วัด

X หมายถึง ค่าคะแนนที่กรรมการประเมินประจำตัวชี้วัด

i หมายถึง ลำดับที่ของตัวชี้วัด 1, 2, 3, ..., 28

n หมายถึง ลำดับที่สุดท้ายของตัวชี้วัด ในที่นี้ได้แก่ 28

เกณฑ์การแปลความหมายของมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป) นำค่าระดับคะแนนของแต่ละด้านที่ได้แปลความตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าคะแนน	หมายถึง
3	ดีเยี่ยม
2	ดี
1	ควรปรับปรุง



ด้านผลิตภัณฑ์

ระดับคุณภาพดัชนีชี้วัด	ระดับคะแนน	ผลการประเมิน	
		ผ่าน	ไม่ผ่าน
1. ดีเยี่ยม	61 - 66	•	
2. ดี	53 - 60	•	
3. ควรปรับปรุง	ไม่เกิน 52		•

ด้านสถานที่

ระดับคุณภาพดัชนีชี้วัด	ระดับคะแนน	ผลการประเมิน	
		ผ่าน	ไม่ผ่าน
1. ดีเยี่ยม	63 - 69	•	
2. ดี	55 - 62	•	
3. ควรปรับปรุง	ไม่เกิน 54		•





ด้านการบริการ

ระดับคุณภาพดัชนีชี้วัด	ระดับคะแนน	ผลการประเมิน	
		ผ่าน	ไม่ผ่าน
1. ดีเยี่ยม	88 - 96	•	
2. ดี	77 - 87	•	
3. ควรปรับปรุง	ไม่เกิน 76		•

ด้านการจัดการ

ระดับคุณภาพดัชนีชี้วัด	ระดับคะแนน	ผลการประเมิน	
		ผ่าน	ไม่ผ่าน
1. ดีเยี่ยม	63 - 69	•	
2. ดี	55 - 62	•	
3. ควรปรับปรุง	ไม่เกิน 54		•

สรุป กำหนดค่าคะแนนรวมทุกองค์ประกอบ ดังนี้

ดีเยี่ยม	270 - 300	คะแนน
ดี	240 - 269	คะแนน
ควรปรับปรุง	239	คะแนน ไม่ผ่านการประเมิน



2.2 องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการให้บริการ ในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าน้ำหนัก 22% ประกอบไปด้วยปัจจัยชีวิตที่ใช้เป็นเกณฑ์ 6 เกณฑ์ คือ

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| 1) มีความหลากหลายของสินค้า | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 2) มีชื่อสินค้า และร้านค้าชัดเจน | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 3) มีป้ายราคาชัดเจน | ค่าน้ำหนัก 6% |
| 4) มีเอกลักษณ์สะท้อนความเป็นท้องถิ่น | ค่าน้ำหนัก 2% |
| 5) บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม | ค่าน้ำหนัก 4% |
| 6) การเก็บรักษาสินค้า | ค่าน้ำหนัก 4% |





2.3 องค์ประกอบด้านสถานที่ มาตรฐานการให้บริการ

ในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

ด้านสถานที่ มีค่าน้ำหนัก 23% ประกอบไปด้วยปัจจัยชี้วัดที่ใช้เป็นเกณฑ์ 8 เกณฑ์ คือ

- | | |
|---|---------------|
| 1) มีป้ายบอกชื่อร้านชัดเจน | ค่าน้ำหนัก 2% |
| 2) สถานที่ตั้งอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสมกับ | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 3) โครงสร้างอาคารมีความปลอดภัย | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 4) ประเภทของสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก
การเดินทางเข้าถึงร้านค่อนข้างสะดวกและปลอดภัย | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 5) รูปแบบการจัดแสดงสินค้า | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 6) มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มองเห็นได้ง่าย | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 7) ความสะอาดภายในและภายนอกร้าน | ค่าน้ำหนัก 4% |
| 8) มีการจัดภูมิทัศน์/สวนหย่อม/ต้นไม้ภายนอกอาคาร | ค่าน้ำหนัก 2% |





2.4 องค์ประกอบด้านบริการ มาตรฐานการให้บริการ ในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

ด้านบริการ มีค่าน้ำหนัก 32% ประกอบไปด้วยปัจจัยชี้วัดที่ใช้เป็นเกณฑ์ 5 เกณฑ์ คือ

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| 1) การมีอัตรายาคัยไมตรีของพนักงานขาย | ค่าน้ำหนัก 6% |
| 2) มีความน่าเชื่อถือ | ค่าน้ำหนัก 8% |
| 3) การตอบสนองของพนักงานขายสินค้า | ค่าน้ำหนัก 5% |
| 4) การประกันสินค้าและการคืนสินค้า | ค่าน้ำหนัก 7% |
| 5) มีกล่องรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า | ค่าน้ำหนัก 6% |





2.5 องค์ประกอบด้านบริหารจัดการ มาตรฐานการให้บริการ ในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก(สินค้าทั่วไป)

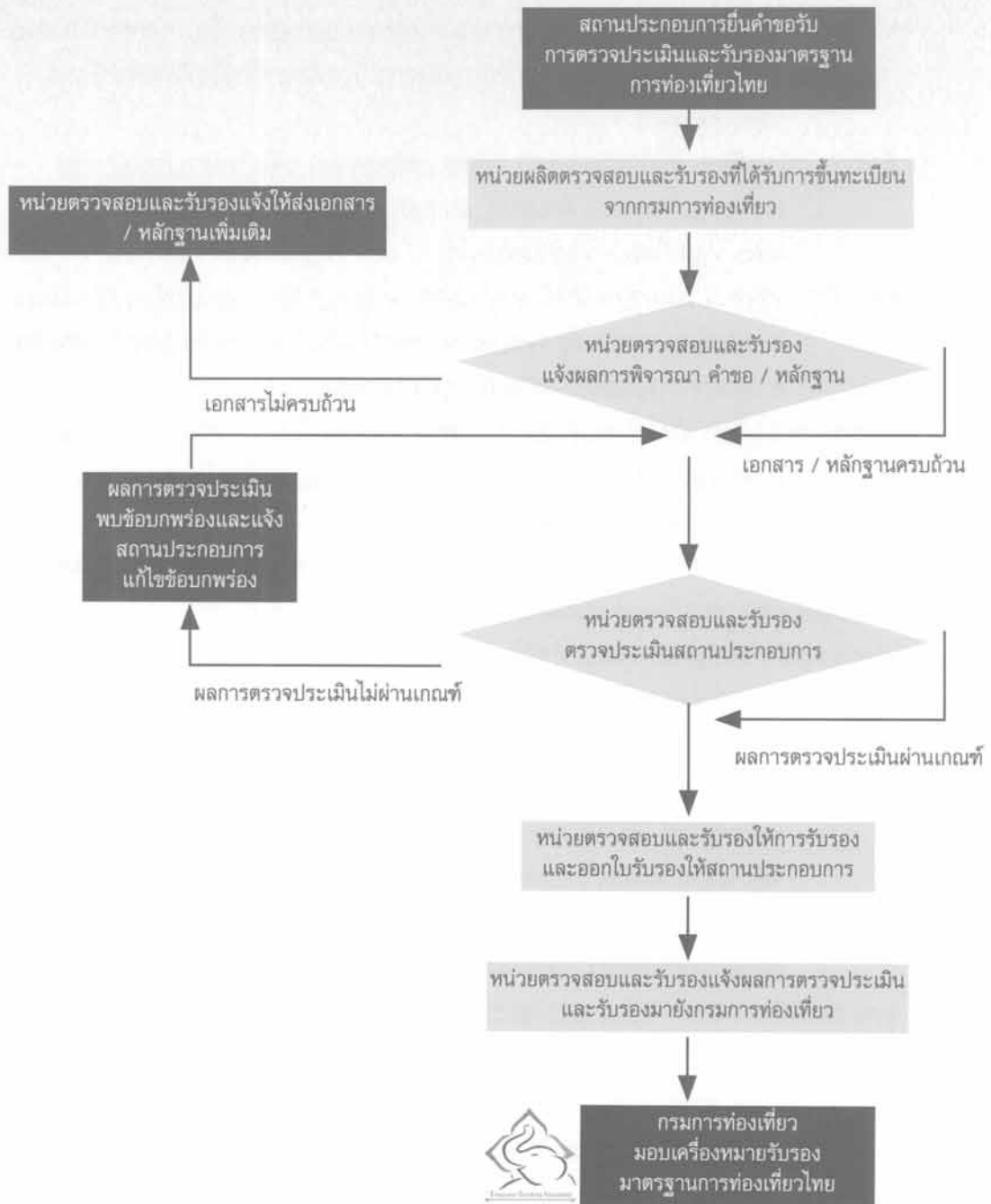
ด้านบริหารจัดการ มีค่าน้ำหนัก 23% ประกอบไปด้วยปัจจัยชี้วัดที่ใช้เป็นเกณฑ์ 8 เกณฑ์ คือ

- | | |
|---|---------------|
| 1) มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้า | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 2) รักษามาตรฐานการดำเนินงานของร้านไว้ได้อย่างต่อเนื่อง | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 3) มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 4) การรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 5) มีระบบการประเมินพนักงานที่โปร่งใส | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 6) มีการจ้างแรงงานถูกต้องตามกฎหมาย และช้อบบังคับที่เกี่ยวข้อง | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 7) ความรับผิดชอบต่อสังคม | ค่าน้ำหนัก 3% |
| 8) ความสัมพันธ์กับชุมชน | ค่าน้ำหนัก 2% |





กระบวนการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย



หมายเหตุ กรมการท่องเที่ยว และหน่วยตรวจสอบและรับรอง จะทำการตรวจติดตามผลการรับรองอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง



บรรณานุกรม

- ตาบทิพย์ ไกรพรศักดิ์: 2545. กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เอกสารการสอน
ชุดวิชา หน่วยที่ 1-15 ภาควิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
กรุงเทพมหานคร.
- พัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงาน: 2550. โครงการมาตรฐานการจัดกิจกรรมค่ายพักแรม
(camping) ข้อเสนอ โครงการ, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.
- พัฒนาการท่องเที่ยว มาตรฐาน สำนักงาน. 2549. มาตรฐานที่พักการท่องเที่ยว (Serviced
Apartment and Guest House). เอกสารเพื่อประกอบการประชุมคณะกรรมการ
ด้านที่พักการท่องเที่ยว 3/2549. กรุงเทพมหานคร.
- พัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงาน: 2550. ข้อกำหนด การจัดทำโครงการพัฒนามาตรฐาน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มาตรฐานสถานที่จำหน่ายของทีระลีก, กลุ่มพัฒนา
มาตรฐานการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร.
- เภสัชกรรม, สภา: 2551. มาตรฐานร้านยา, การพัฒนาและรับรองคุณภาพร้านยา, (Standard
of Drugstores) <http://www.doctorcosmetics.com>, กรุงเทพมหานคร.
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, สำนักงาน. 2542. ระบบคุณภาพของโลกรวันนี่ (ISO 9000).
กองส่งเสริมและฝึกอบรม. สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม,
กรุงเทพมหานคร.
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำนักงาน: 2546. ข้อแนะนำในการตรวจประเมินระบบ
(มอก.19011- 2546), กระทรวงอุตสาหกรรม. บริหารงานคุณภาพและหรือระบบ
จัดการสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร.
- สินิทธิ บุญสิทธิ์: 2550. ควบคุมอาคาร กฎหมาย, วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น
สถาบันพระปกเกล้า. กรุงเทพมหานคร.
- อุดม ดุจศรีวัชร : 2543. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. ความรู้และความสำคัญ.
ทิพย์วิสุทธิ์ โรงพิมพ์. บางกอกน้อย. กรุงเทพมหานคร
- ทวีป ศิริรัมย์ และพรพิมล เต็มมวัง : 2549 การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิต
สินค้าของทีระลีกในจังหวัดนครปฐม และจังหวัดใกล้เคียง รายงานวิจัย 179 หน้า
(อัดสำเนา)