



มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก
(สินค้าอัญมณี)
SOUVENIRS SHOP (GEM STONE PRODUCTS)
SERVICE STANDARD



กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว
กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
โทร. 0 2219 4010 - 17 ต่อ 332
โทรสาร 0 2216 6512
E-mail: thaits@tourism.go.th
www.tourism.go.th



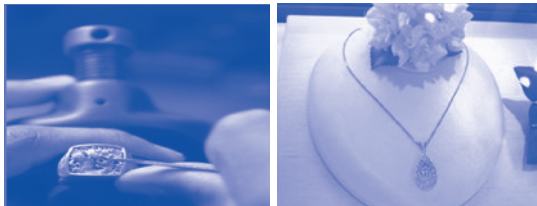
สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว
กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา





มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก
(สินค้าอัญมณี)

Souvenirs Shop (Gem Stone Products) Service Standard



กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) Souvenirs Shop (Gem Stone Products) Service Standard

พิมพ์ครั้งที่ 1 พุทธศักราช 2557
จำนวนพิมพ์ 1,600 เล่ม

ผู้จัดพิมพ์ กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
โทร. 0 2219 4010-17 ต่อ 332
โทรสาร 0 2215 8848
www.tourism.go.th

พิมพ์ที่ สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก
ในพระบรมราชูปถัมภ์
โทร. 0 2910 7001-2 โทรสาร 0 2585 6466

คำนำ

การพัฒนาและจัดทำองค์ประกอบเกณฑ์และตัวชี้วัดมาตรฐาน การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) โดย กรมการท่องเที่ยว ร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิต ได้จัดทำขึ้น ซึ่งมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ถือว่าเป็นเกณฑ์กำกับคุณภาพ การให้บริการที่สามารถสร้างความวางใจในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อหาสินค้า ประเภทอัญมณีจากเมืองไทย ดังนั้น เมื่อประเทศไทยมีมาตรฐานและ ประกาศใช้ “มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้า อัญมณี) เป็นทางการแล้วจะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ กล่าวคือ นอกจากจะส่งผลต่อการลดจำนวนร้องเรียนแล้วยังจะเป็นปัจจัยเสริม ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และอีกประการหนึ่งก็คือการสร้างบรรยากาศ ของธุรกิจขายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ให้เป็นธุรกิจที่ประกอบคุณธรรม และจริยธรรมในการให้บริการที่มีมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีและเป็นคุณประโยชน์ต่อประชาคมที่เกี่ยวข้องต่อไป”

กรมการท่องเที่ยว ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยรังสิต สมาคมผู้ค้า อัญมณี ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน สถาบันวิจัยและพัฒนา อัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ผู้ทรงคุณวุฒิและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความคิดเห็นและขอเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ต่อการจัดทำมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้า อัญมณี) จนสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมบูรณ์



สารบัญ

หน้า

คำนำ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	5
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	6
1.5 นิยามปฏิบัติการ	6
บทที่ 2 มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	7
ส่วนที่ 1 เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน	7
ส่วนที่ 2 เกณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	8
บทที่ 3 การประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	17
ขั้นตอนที่ 1 การประเมินเกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน	18
ขั้นตอนที่ 2 การประเมินให้คะแนนตัวชี้วัดมาตรฐาน การให้บริการสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	19

	หน้า
ขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลคะแนนการประเมินมาตรฐาน การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	20
ขั้นตอนที่ 4 การคิดคำนวณค่า “ดัชนีคุณภาพบริการ” ในภาพรวมของมาตรฐานการให้บริการ ในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	24
ขั้นตอนที่ 5 การวินิจฉัยผลการประเมินมาตรฐาน การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	26
เอกสารอ้างอิง	28
ภาคผนวก	31
- แบบตรวจประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	33

บทนำ



1.1 ความเป็นมา

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยมักนิยมซื้อ “อัญมณีและเครื่องประดับ” ที่ประกอบด้วยอัญมณี จากร้านค้าและแหล่งท่องเที่ยวเป็นของฝากและของที่ระลึก เนื่องจากประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านการเป็นแหล่งผลิตพลอย และสถานที่เจียระไนพลอยที่อยู่ในระดับแนวหน้าแห่งหนึ่งของโลกแรงงานของไทยเป็นแรงงานที่มีทักษะและมีสมรรถนะในการผลิตงานฝีมือที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เนื่องจากสินค้าส่งออกประเภทสินค้าอัญมณีเครื่องประดับ และทองรูปพรรณ เป็นสินค้าที่มีราคาสูงและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยว จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการ ส่วนหนึ่งแสวงหาโอกาสและช่องทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้กำไรมากๆ ประกอบกับธุรกิจบริการประเภทนี้ ยังมีจุดอ่อนอยู่ตรงที่การขาดมาตรการด้านการกำกับและการควบคุมคุณภาพของสินค้าที่เป็นมาตรฐาน กลุ่มผู้ประกอบการ



ที่มุ่งหวังแต่เพียงผลประโยชน์ส่วนตนในระยะสั้น ได้ใช้กลวิธีในการแข่งขัน เพื่อช่วงชิงลูกค้าด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งได้ก่อให้เกิดปัญหาที่ติดตามมาอย่างหลากหลาย อันเป็นผลให้มีเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละปี

สาเหตุแรกๆ ของปัญหาคือ “ตัวสินค้า” สินค้าประเภทอัญมณีประเภทเป็นพลอยร่วง และอัญมณีขึ้นรูปที่เป็นเครื่องประดับ ไม่มีเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสำหรับการควบคุม เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องการครองชีพ จึงไม่อยู่ในข่ายการควบคุมเรื่อง การค้ากำไรเกินควร และอื่นๆ ของทางราชการ (กระทรวงพาณิชย์) จึงขาดมาตรการกำหนด และควบคุมคุณภาพมาตรฐานของสินค้าประเภทอัญมณี ปัญหาที่ 2 คือ “นักท่องเที่ยว” (ผู้รับบริการ-ผู้บริโภค) นักท่องเที่ยว ผู้หวังเก็งกำไร ในการซื้ออัญมณีเพื่อไปขายต่อ มักจะนำอัญมณีที่ซื้อไปแล้วไปเปรียบเทียบกับร้านอื่น ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องอัญมณี ถูกหลอกลวงได้ง่าย และปัญหาที่ 3 คือ “กฎหมายและวิธีบังคับใช้” เนื่องจากสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องการครองชีพและไม่อยู่ในข่ายการควบคุมใดๆ การซื้อขายสินค้าประเภทนี้ เกิดขึ้นจากความพอใจของทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขายโดยไม่มีมาตรฐานคุณภาพหรือกำหนดราคา ดังนั้น จึงเป็นโอกาสให้ร้านค้าบางแห่งและผู้ให้บริการบางรายฉวยโอกาสหลอกลวงขายสินค้าอัญมณี ในราคาที่สูงเกินกว่าความเป็นจริง

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา หน่วยงานของรัฐและเอกชนได้พยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการที่หลากหลาย โดยให้นักท่องเที่ยวดำเนินการร้องเรียนผ่านกรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ในต่างประเทศหรือสถานเอกอัครราชทูตไทย สถานกงสุลไทย หรือหน่วยงานอื่นๆ ของภาครัฐ โดยหากพบว่าสินค้าที่นักท่องเที่ยวได้ซื้อไปแล้วเป็นสินค้าปลอม จะให้การช่วยเหลือด้วยวิธีการรับคืนสินค้าและรับเงินคืนร้านค้าได้ในทันที และในกรณีที่สินค้าเป็นของแท้ หากแต่มีคุณภาพต่ำ ทางเจ้าหน้าที่ก็ไม่อาจเอาผิดกับร้านค้าได้จึงต้องใช้วิธีเจรจาและประนีประนอมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย นอกจากนี้ยังได้มีการจัดทำมาตรฐานราคากลาง เพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหาการหลอกลวง และการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าและบริการ ด้วยการจัดทำสื่อข้อมูล “Advice For Visitor” ลงแสดงใน Website (www.tourismthai.org) และผลิตเอกสารในรูปแบบต่าง เพื่อเตือน (ให้ Awareness) และเป็นข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

ในส่วนของภาคเอกชน ได้มีการดำเนินการเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาข้างต้นเหล่านี้ โดยการจัดตั้งกลุ่มสินค้าของที่ระลึกที่มีมาตรฐาน ทั้งในด้านราคาและคุณภาพ โดยมีคณะกรรมการเฉพาะทำการพิจารณาคัดเลือกเพื่อจัดมอบประกาศนียบัตรและเครื่องหมายรับรองคุณภาพของสินค้าและบริการ หากสมาชิกรายใดได้ถูกร้องเรียนและได้สอบสวนแล้วว่าพฤติกรรมไม่เหมาะสมก็จะเพิกถอนประกาศนียบัตรและเครื่องรับรองคุณภาพ และลำดับต่อมา ได้มีการจัดตั้ง “ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว” และจัดตั้ง “ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ” เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพมาตรฐานสากลให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจัดออกเครื่องหมายรับรองมาตรฐานที่เรียกว่า Jewel Fest Club และพยายามขยายจำนวนร้านค้าสมาชิกให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ



จากสภาพปัญหาดังกล่าว สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้จัดทำมาตรฐาน การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) เพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยวของประเทศ และบรรเทาปัญหาการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว โดยการสร้างดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ เกณฑ์คุณลักษณะ พื้นฐาน 5 ข้อ และเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) มี 5 องค์ประกอบ 20 เกณฑ์ 74 ตัวชี้วัด เพื่อกำหนดแนวทางการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้า อัญมณี)

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดปัจจัยมาตรฐาน (Standard Factors) และ ตัวชี้วัด (Indicators) ของเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)
2. เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการประเมินคุณภาพมาตรฐาน ทั้งที่เป็นแบบการประเมินตนเอง และโดย External Monitoring & Evaluation Counterparts สำหรับใช้ประเมินการให้บริการของสถานที่ จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)
3. เพื่อให้สถานประกอบการนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาการ ให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)



1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

1. การจัดทำมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ได้นำกรอบมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในกระบวนการ และผ่านการประชาพิจารณ์มาแล้ว โดยมีเนื้อหาประกอบด้วยเกณฑ์การประเมิน 2 ส่วน คือ

1) เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐานของสถานประกอบการมีทั้งสิ้น 5 ข้อ

2) เกณฑ์ตัวชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์กรประกอบ ได้แก่

- (1) ด้านผลิตภัณฑ์
- (2) ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม
- (3) ด้านการให้บริการ
- (4) ด้านการบริหารจัดการ
- (5) ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ

แบ่งเป็น 20 เกณฑ์ 74 ตัวชี้วัด

2. การนำไปใช้หรือพัฒนาสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) มีความสมัครใจ และประสงค์จะเข้าโครงการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

3. กลุ่มบุคคลที่จะนำมาตรฐานไปใช้ ได้แก่ เจ้าของสถานประกอบการ เจ้าหน้าที่ตรวจประเมินและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)



4. มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) มีกระบวนการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานโดยบุคคล หรือ คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อใช้เป็นเอกสารสำหรับการดำเนินงานที่เป็น Road Map ของโครงการที่เป็นรูปธรรม และเป็นเอกสารประกอบการพัฒนา สถานประกอบการตรวจประเมิน

2. เพื่อทำเป็น Bench Mark ของมาตรฐานนี้ สำหรับการที่จะนำไปปรับปรุงมาตรฐานให้มีความคล่องตัวในเชิงการปฏิบัติ (Flexibility and Practicality) ได้อย่างเหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

1.5 นิยามปฏิบัติการ

ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) หมายถึง วัตถุ สิ่งของที่ประกอบ ประดับหรือขึ้นรูปด้วย รัตนชาติ ที่เป็นเพชร พลอยตามธรรมชาติ ไช้มุกและอำพัน ฯลฯ ที่นำมาตกแต่ง ขัดมัน เจียรระไน แกะสลัก ใช้เป็น เครื่องประดับและสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ มีคุณสมบัติที่สำคัญคือ ความสวยงาม ความคงทนถาวร และความหายาก ที่เป็นสัญลักษณ์ใช้แทนบุคคล สถานที่หรือเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเตือนความทรงจำ ให้ระลึกถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหรือเคยพบเจอในเวลาที่ผ่านไป หรือการที่มีโอกาส แวะเวียนไปสัมผัสแล้วอยากเก็บไว้ในความทรงจำ ในรูปแบบของสิ่งของ



มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

บทที่

2



มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน (Basic Compulsory Criteria) และ (2) เกณฑ์ตัวชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ดังนี้

ส่วนที่ 1 เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน ของสถานประกอบการ ที่จะเข้าสู่มาตรฐาน

สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ที่สนใจจะยื่นขอรับการรับรองมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) จะต้องผ่านเกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน หรือเรียกว่า Basic Compulsory Criteria เสียก่อน ซึ่งคุณลักษณะพื้นฐานที่กล่าวถึงนี้ ประกอบด้วยเกณฑ์กระบวนการประเมิน 5 ข้อ โดยสถานประกอบการนั้นๆ



จะต้องผ่านการประเมินในขั้นนี้ทั้ง 5 ข้อ ดังนี้

- (1) ให้บริการเฉพาะสินค้าอัญมณี
- (2) ประกอบธุรกิจเป็นรูปของนิติบุคคลที่มีการจดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์
- (3) เป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรมที่เกี่ยวข้องการค้าอัญมณี และเป็นสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- (4) ไม่เคยมีประวัติการถูกร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์สินค้าอัญมณีในรอบ 1 ปี
- (5) ไม่ละเมิดเทศบัญญัติ และกฎหมายใดๆ

เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐานนี้ สถานประกอบการใดที่ขาดข้อหนึ่งข้อใดเพียง 1 ข้อ ก็จะไม่ได้รับการประเมินใน ส่วนที่ 2

ส่วนที่ 2 เกณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

เกณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ที่ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการตรวจประเมินมาตรฐาน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 20 เกณฑ์ 74 ตัวชี้วัด ได้แก่

- (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม
- (3) ด้านการบริการ (4) ด้านการบริหารจัดการ และ (5) ด้านจริยธรรมจรรยาบรรณของธุรกิจ โดยมีเกณฑ์ตัวชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) มีรายละเอียดดังนี้



องค์ประกอบที่ 1 : ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 5 เกณฑ์ 16 ตัวชี้วัด

1.1 ประเภทสินค้ามีความหลากหลาย

- 1.1.1 มีการขายสินค้าอัญมณีหลากหลายประเภท อาทิเช่น สร้อย แหวน ต่างหู และเข็มกลัด เป็นต้น
- 1.1.2 มีสินค้าที่แตกต่างกัน ทั้งน้ำหนัก และขนาด (Size)
- 1.1.3 มีสต็อกสินค้าไว้บริการ ให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้

1.2 รูปลักษณ์และเอกลักษณ์ของสินค้า

- 1.2.1 สวยงาม ดึงดูดใจ มีแบบที่ทันสมัย และมีลักษณะคงทน
- 1.2.2 สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือมีการแสดงออกถึงความเป็นไทย (หรืออาจมีเพียงบางส่วน)
- 1.2.3 มีข้อมูลบอกประวัติและความเป็นมาของสินค้า (เฉพาะสินค้าประเภทที่โดดเด่น)

1.3 มาตรฐานสินค้า

- 1.3.1 มีใบรับประกันคุณภาพ
- 1.3.2 มีฉลากสำหรับสินค้าแต่ละประเภท
- 1.3.3 สถานที่ประกอบการมีระบบตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่อยู่ในร้าน
- 1.3.4 แนะนำวิธีการใช้และวิธีเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า
- 1.3.5 มีการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีมาตรฐานในการผลิต

1.4 บรรจุกฎภัณฑ์

- 1.4.1 ดูงาม สมค่า สะท้อนวัฒนธรรม และเป็นสากล
- 1.4.2 มีคู่มือการใช้และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
- 1.4.3 บรรจุกฎภัณฑ์มีสัญลักษณ์ที่สื่อถึงสินค้าบริการ



1.5 มาตรฐานราคา

1.5.1 มีป้ายราคาไว้เป็นมาตรฐาน

1.5.2 มีรูปแบบ (สูตร) ในการคิดคำนวณราคาของสินค้า

องค์ประกอบที่ 2 : ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม ประกอบด้วย 6 เกณฑ์ 26 ตัวชี้วัด

2.1 ป้ายชื่อร้าน

2.1.1 ตำแหน่งติดตั้งป้ายชื่อร้านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

2.1.2 ป้ายชื่อร้านมีขนาดตัวอักษร สามารถมองเห็นได้ชัดเจน

2.1.3 ป้ายชื่อร้านมีไม่น้อยกว่าสองภาษา

2.2 สถานที่ตั้งร้าน

2.2.1 การใช้พื้นที่ไม่บุกรุกที่สาธารณะ

2.2.2 เป็นบ้านกึ่งโรงงานหรือศูนย์ในชุมชนหรือหมู่บ้านที่ได้รับอนุญาต ให้ดำเนินการได้ตามกฎหมายหรือตามข้อบังคับในท้องถิ่น

2.3 ความปลอดภัยของอาคาร

2.3.1 อาคารและสิ่งปลูกสร้างมีลักษณะ มั่นคงแข็งแรง และคงทนถาวร

2.3.2 ในเวลากลางคืนบริเวณทางเดินและที่จอดรถ มีแสงสว่างเพียงพอ

2.3.3 มีเครื่องบันทึกภาพวงจรปิดที่พร้อมใช้งาน (มากกว่า 1 จุด)

2.3.4 มีผังแสดงเส้นทางหนีไฟ ประจำชั้นของแต่ละอาคาร



2.3.5 มีระบบรักษาความปลอดภัย ได้แก่ การเข้าถึง ตำรวจท้องที่ หรือการซักซ้อมแผนรักษาความปลอดภัย แผนเผชิญปัญหา เกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัย เช่น โจรปล้น เพลิงไหม้ และไฟฟ้าดับ เป็นต้น

2.4 ความสะดวกในการเข้าถึงร้านค้า

2.4.1 การคมนาคมสามารถเข้าถึงร้านได้สะดวก

2.4.2 มีที่จอดรถรับ-ส่ง สะดวก สะอาด ปลอดภัย

2.4.3 มีที่จอดรถคนพิการ อยู่ใกล้ทางเข้าร้าน

2.4.4 มีทางสัญจรของรถ และคนเดินเท้า แยกส่วนจากกัน

2.4.5 มีป้ายสื่อความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ป้ายบอกทางไปห้องสุขา และห้องละหมาด เป็นต้น

2.4.6 ทางเข้าร้านมีการคำนึงถึง คนพิการและผู้สูงอายุ เช่น มีทางลาดสำหรับรถเข็นคนพิการ เป็นต้น

2.5 สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและการจัดแสดงสินค้า

2.5.1 มีป้ายบอกชื่อหรือรายละเอียดของสินค้าที่แสดงอยู่

2.5.2 ภายในร้านและที่จัดจำหน่ายสินค้ามีแสงไฟส่องสว่างเพียงพอ

2.5.3 มีตู้ และอุปกรณ์สำหรับแสดงสินค้า

2.5.4 มีการจัดวางสินค้าแยกประเภทของสินค้าไว้อย่างชัดเจน

2.5.5 มีอุปกรณ์สนับสนุนการตรวจสอบสินค้า ได้แก่ แสงไฟส่องสว่างเพื่อดูสินค้าที่เหมาะสมตามชนิดสินค้า อุปกรณ์หรือเครื่องตรวจสอบสินค้า เป็นต้น



2.5.6 มีความสะอาด เป็นระเบียบ และมีระบบถ่ายเทอากาศ
ที่ถูกต้องลักษณะ

2.5.7 การจัดแสดงสินค้า ใช้รูปแบบที่โดดเด่น ด้วยการ
ตกแต่งสวยงามที่ทันสมัย และสะท้อนวัฒนธรรม

2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก

2.6.1 มีห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะ

2.6.2 จัดบริเวณไว้สำหรับนั่งรอคอย บริการอาหารว่าง
และเครื่องดื่มสำหรับลูกค้า

2.6.3 มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่
ชัดเจน หรือมีการบริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต
หรือเงินตราต่างประเทศ

องค์ประกอบที่ 3 : ด้านการให้บริการ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 15 ตัวชี้วัด

3.1 การให้บริการของพนักงาน

3.1.1 มีการต้อนรับนักท่องเที่ยวและลูกค้าด้วยมารยาท
และอัธยาศัยอันดีแบบไทยๆ

3.1.2 ให้บริการที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีน้ำใจ มีมารยาท
ในการขาย

3.1.3 การแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย และแต่งกาย
ตามวัฒนธรรมของท้องถิ่น

3.1.4 ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้องและเพียงพอ

3.1.5 ไม่ก่อความเดือดร้อน และความรำคาญให้กับลูกค้า

3.1.6 มีพนักงานขายที่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้



3.2 ประชาสัมพันธ์

3.2.1 ประชาสัมพันธ์สินค้า โดยสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.3 การให้บริการหลังการขาย

3.3.1 มีใบประกันสินค้าที่ระบุคุณสมบัติสินค้าครบถ้วน

3.3.2 มีเงื่อนไขและระบบการคืนสินค้าที่ชัดเจน

3.3.3 มีข้อตกลงหรือระเบียบในการส่งซ่อมที่ชัดเจน

3.3.4 มีการส่งข่าวและประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าในวาระเฉพาะ เช่น มีโปรโมชั่น หรือส่งของขวัญปีใหม่ เป็นต้น

3.3.5 มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงระยะเวลาการประกันสินค้า

3.3.6 อำนวยความสะดวก ในกรณีที่ลูกค้าจะส่งสินค้ามาซ่อมหรือปรับปรุง โดยให้ความสำคัญกับการสูญเสีย ความปลอดภัย การสับเปลี่ยนสินค้า และความเสียหายอื่นๆ

3.3.7 มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า และหรือมีผู้รับความคิดเห็นจากลูกค้า

3.3.8 มีการนำผลการประเมินจากลูกค้ามาใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงการให้บริการ

องค์ประกอบที่ 4 : ด้านบริหารจัดการ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 10 ตัวชี้วัด

4.1 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

4.1.1 มีแผนการพัฒนาบุคลากรประจำปี

4.1.2 มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับพัฒนาบุคลากร

4.1.3 มีคู่มือในการปฏิบัติงาน



4.1.4 มีนโยบายการฝึกอบรมพนักงานในด้านการบริการ
ภาษาต่างประเทศ และวัฒนธรรมของชาติต่างๆ
เป็นต้น

4.1.5 มีการประชุมรับฟังความคิดเห็น ปัญหาของพนักงาน

4.2 มีระบบการประเมินพนักงาน

4.2.1 มีการสรุปเอกสารที่แสดงถึงการประเมินพนักงาน

4.2.2 มีเอกสารการให้คะแนนพนักงานตามการประเมิน

4.2.3 มีการนำผลการประเมินของลูกค้มาพัฒนาพนักงาน

4.3 มีการจ้างงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย

4.3.1 มีการจ้างพนักงานตามกฎหมายแรงงาน

4.3.2 กรณีมีแรงงานต่างชาติ ได้ดำเนินการตามกฎหมาย

องค์ประกอบที่ 5 : ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 7 ตัวชี้วัด

5.1 ส่งเสริมจรรยาบรรณในการทำงาน

5.1.1 มีข้อปฏิบัติหรือจรรยาบรรณในการทำงานเป็น
ลายลักษณ์อักษรแสดงให้ผู้ปฏิบัติสามารถมองเห็น
ได้ชัดเจน

5.1.2 มีสื่อเตือนใจที่เป็นคำขวัญหรือข้อคิดให้กับผู้ประกอบการ
หรือพนักงาน

5.2 มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

5.2.1 สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5.2.2 มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบภายใน
บริเวณร้านค้า

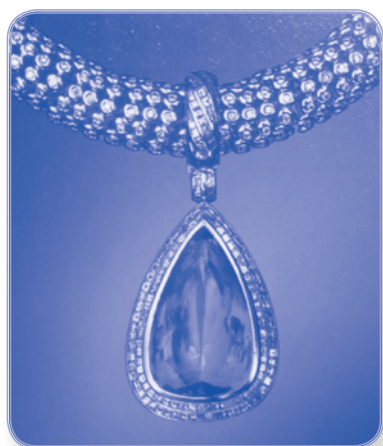


5.3 การบริการสังคม

5.3.1 ส่งเสริมธุรกิจชุมชน

5.3.2 เป็นผู้อุปถัมภ์และร่วมรับผิดชอบดำเนินงานในโครงการของชุมชน

5.3.3 เป็นสมาชิกของกลุ่มหรือชมรมธุรกิจที่มีการดำเนินการสาธารณประโยชน์



การประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่ จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)



การประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญในการแปลความหมายการให้บริการของสถานประกอบการขายสินค้าอัญมณี มาเป็นค่าคะแนนของการบริการ และการนำคะแนนมาประมวลและวิเคราะห์เป็นค่าคะแนนคุณภาพบริการของมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) เพื่อการรับรองหรือเพื่อการปรับปรุงมาตรฐาน มี 5 ขั้นตอน ต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินเกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินให้คะแนนตัวชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

ขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลคะแนนการประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)



ขั้นตอนที่ 4 การคิดคำนวณค่า “ดัชนีคุณภาพบริการ” ในภาพรวมของมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

ขั้นตอนที่ 5 การวินิจฉัยผลการประเมินเพื่อนำมาปรับปรุงหรือเพื่อการปรับปรุงมาตรฐาน การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินเกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน

สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ที่สนใจจะยื่นขอรับการรับรองมาตรฐาน จะต้องผ่านเกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน หรือเรียกว่า Basic Compulsory Criteria ก่อน ซึ่งอยู่ในกระบวนการประเมินขั้นต้น สถานประกอบการนั้นๆ จะต้องมีความสมบัติ “ผ่าน” การประเมินในขั้นต้นนี้ทั้ง 5 ข้อ เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐาน ประกอบด้วย

- (1) ให้บริการเฉพาะสินค้าอัญมณี
- (2) ประกอบธุรกิจเป็นรูปของนิติบุคคลที่มีการจดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์
- (3) เป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรม ที่เกี่ยวข้องการค้าอัญมณี และเป็นสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- (4) ไม่เคยมีประวัติการถูกร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์สินค้าอัญมณีในรอบ 1 ปี
- (5) ไม่ละเมิดเทศบัญญัติ และกฎหมายใดๆ

เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐานในส่วนที่ 1 นี้ สถานประกอบการใดที่ขาดคุณสมบัติข้อหนึ่งข้อใดเพียง 1 ข้อจะไม่ได้รับการประเมินมาตรฐานต่อไป



ขั้นตอนที่ 2 การประเมินให้คะแนนตัวชี้วัดมาตรฐานการให้บริการสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

ขั้นตอนนี้เป็นการให้คะแนนในการตรวจประเมินสถานประกอบการ สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) การประเมินจะแปลความหมายออกมาในรูปแบบคะแนนในแต่ละเกณฑ์ตัวชี้วัด ทั้ง 5 องค์ประกอบ 20 เกณฑ์ 74 ตัวชี้วัด โดยจะแบ่งตัวชี้วัดตามรูปแบบการให้คะแนน ทั้ง 74 ตัวชี้วัด แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) ตัวชี้วัดกลุ่มแรก มีคำตอบเป็น “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” จำนวน 34 ตัวชี้วัด คำตอบว่า “ใช่” จะได้คะแนน 5 คะแนน และ “ไม่ใช่” จะได้คะแนนเป็น 0 คะแนน

2) ตัวชี้วัดกลุ่มที่สอง ให้คะแนนอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 คะแนน และมี 40 ตัวชี้วัด เมื่อให้คะแนนเป็น 1 หรือ 2 หรือ 3 หรือ 4 หรือ 5 คะแนน ขึ้นอยู่กับระดับที่เป็นผลการวินิจฉัยตามผลการให้คะแนนของผู้ประเมิน กรณีที่สถานประกอบการใดไม่มีข้อมูลในตัวชี้วัดหนึ่งๆ หรือไม่อยู่ในสถานะที่จะถูกประเมินด้วยตัวชี้วัดนั้นๆ คะแนนที่ได้รับสำหรับตัวชี้วัดจะไม่มีหรือจะถูกระบุเป็น “N/A” ดังนั้น การให้คะแนนทั้ง 74 ตัวชี้วัด ผลคะแนนที่สถานประกอบการได้รับการประเมิน จะมีความเป็นไปได้ 7 อย่าง (ทางเลือก) คือ 0, 1, 2, 3, 4, 5, และ N/A ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวชี้วัด จำแนกตามองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบ และกลุ่มของการให้คะแนน

องค์ประกอบ	รูปแบบการให้คะแนน	
	“ใช่” หรือ “ไม่ใช่”	คะแนน 1, 2, 3, 4, 5
1. ด้านผลิตภัณฑ์	7	9
2. ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม	13	13
3. ด้านการให้บริการ	5	10
4. ด้านการบริหารจัดการ	6	4
5. ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ	3	4
รวม	34	40

ขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลคะแนนการประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

เมื่อได้ผลการตรวจประเมินให้คะแนนตัวชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ซึ่งเป็นค่าคะแนนรวมในแต่ละองค์ประกอบ จะมีค่าคะแนนรวมอยู่ระหว่างต่ำสุดและสูงสุดของแต่ละองค์ประกอบ ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ช่วงค่าคะแนน [Q] ของแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	คะแนนรวมในแต่ละองค์ประกอบ	
	ต่ำสุด	สูงสุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	9	80
2. ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม	13	130
3. ด้านการให้บริการ	10	75
4. ด้านการบริหารจัดการ	4	50
5. ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ	4	35

การประมวลผลการให้คะแนนตัวชี้วัดมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) จะนำค่าคะแนนรวมในแต่ละองค์ประกอบในส่วนที่ 1 มาคิดคำนวณ แล้วแปลงค่าเป็นคะแนนคุณภาพบริการมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) เพื่อนำมาคิดคำนวณ โดยใช้สูตร “ดัชนีคุณภาพบริการ” (SQI: Service Quality Index) รายละเอียดดังต่อไปนี้

การปรับค่าคะแนนรวม [Q] ในแต่ละองค์ประกอบเพื่อนำมาคิดคำนวณในขั้นตอนที่ 4

ในการประเมินอาจมีค่าคะแนนของตัวชี้วัดบางตัวถูกบันทึกไว้เป็น “N/A” ปะปนอยู่ด้วย จึงทำให้เกิดประเด็นที่แต่ละองค์ประกอบที่มีคะแนน “N/A” แฝงอยู่ จะมีคะแนนเต็มไม่เป็นไปตามตารางที่ 2 ดังนั้นการปรับค่าคะแนนรวม Q_j ขององค์ประกอบที่ j [$j = 1, 2, 3, 4, 5$] ไปเป็น Q_j^* คำนวณได้โดยสูตรดังนี้



$$Q_j^* = \frac{A_j \times Q_j}{(A_j - K_j)} \dots\dots\dots \text{สูตรที่ (1)}$$

- เมื่อ Q_j = ค่าคะแนนรวมจากการประเมินในองค์ประกอบที่ j^{th}
 A_j = จำนวนตัวชี้วัดทั้งหมดในองค์ประกอบที่ j^{th}
 K_j = จำนวนชี้วัดในองค์ประกอบที่ j^{th} ที่ได้คะแนนเป็น “N/A”
 Q_j = ค่าคะแนนรวมที่ปรับแก้แล้วในองค์ประกอบที่ j^{th}
 $[j = 1, 2, 3, 4, 5]$

การวินิจฉัยว่าสถานประกอบการหนึ่งๆ ที่ได้รับการประเมินจะมีระดับคุณภาพตัวชี้วัด จะพิจารณาได้จากค่าของ Q_j^* ในแต่ละองค์ประกอบอยู่ในช่วงระดับคุณภาพใด ทั้ง 5 องค์ประกอบ และนำค่าระดับคะแนนของแต่ละด้านที่ได้แปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ คะแนนสูงสุด 80 คะแนน

ระดับคุณภาพตัวชี้วัด	ระดับคะแนน
1. ดีเยี่ยม	72-80
2. ดี	64-71
3. พอใช้	56-63
4. ควรปรับปรุง	48-55



องค์ประกอบที่ 2 ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม คะแนนสูงสุด
130 คะแนน

ระดับคุณภาพตัวชี้วัด	ระดับคะแนน
1. ดีเยี่ยม	117-130
2. ดี	104-116
3. พอใช้	91-103
4. ควรปรับปรุง	78-90

องค์ประกอบที่ 3 ด้านการให้บริการ คะแนนสูงสุด 75 คะแนน

ระดับคุณภาพตัวชี้วัด	ระดับคะแนน
1. ดีเยี่ยม	68-75
2. ดี	60-67
3. พอใช้	53-59
4. ควรปรับปรุง	45-52

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ คะแนนสูงสุด 50 คะแนน

ระดับคุณภาพตัวชี้วัด	ระดับคะแนน
1. ดีเยี่ยม	46-50
2. ดี	41-45
3. พอใช้	36-40
4. ควรปรับปรุง	31-35



องค์ประกอบที่ 5 ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ คะแนนสูงสุด
35 คะแนน

ระดับคุณภาพตัวชี้วัด	ระดับคะแนน
1. ดีเยี่ยม	32-35
2. ดี	29-31
3. พอใช้	25-28
4. ควรปรับปรุง	20-24



ขั้นตอนที่ 4 การคิดคำนวณค่า “ดัชนีคุณภาพบริการ” ในภาพรวมของมาตรฐาน
การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

การประมวลผลคะแนนที่ได้จากการประเมินที่ปรับค่าคะแนน
ในขั้นตอนที่ 1 [ค่า Q 's : Q_1 , Q_2 , Q_3 , Q_4 และ Q_5] จะต้องนำค่าถ่วง
น้ำหนักและตัวชี้วัด ในองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ มาประกอบการ
คิดคำนวณค่าคะแนน โดยกระจายออกตามองค์ประกอบทั้ง 5 ได้ดังนี้



องค์ประกอบที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ 16 ตัวชี้วัด ค่าถ่วงน้ำหนัก = 20
 องค์ประกอบที่ 2 ด้านสถานที่ และสภาวะแวดล้อม 26 ตัวชี้วัด ค่าถ่วงน้ำหนัก = 15
 องค์ประกอบที่ 3 ด้านการให้บริการ 15 ตัวชี้วัด ค่าถ่วงน้ำหนัก = 20
 องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ 10 ตัวชี้วัด ค่าถ่วงน้ำหนัก = 15
 องค์ประกอบที่ 5 ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ 7 ตัวชี้วัด ค่าถ่วงน้ำหนัก = 20

ในการคำนวณต้องอาศัยค่าของข้อมูลนำเข้า (Input Data Values) มากถึง 4 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 ค่าถ่วงน้ำหนัก

$$w_1 = 30, w_2 = 15, w_3 = 20, w_4 = 15, w_5 = 20$$

ชุดที่ 2 ค่าคะแนนรวมจากการประเมินของแต่ละองค์ประกอบ

$$\text{คือ } Q : Q_1, Q_2, Q_3, Q_4, Q_5$$

ชุดที่ 3 ค่าจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมดของแต่ละองค์ประกอบ

$$\text{คือ } A : A_1, A_2, A_3, A_4, A_5$$

ดังนั้น ตัวชี้วัดแต่ละองค์ประกอบตามมาตรฐานการให้บริการสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) คือ $A_1 = 16, A_2 = 26, A_3 = 15, A_4 = 10, A_5 = 7$

ชุดที่ 4 ค่าจำนวนตัวชี้วัดที่ไม่มีข้อมูลหรือได้คะแนนเป็น “N/A” ของแต่ละองค์ประกอบ

$$\text{คือ } k_1, k_2, k_3, k_4, k_5 \text{ โดยมีข้อจำกัดที่ค่าของ } k_j \text{ แต่ละตัวดังนี้}$$

$$0 \leq k_j \leq \frac{1}{3} A_j \quad [j = 1, 2, 3, 4, 5]$$

จากค่าทั้ง 4 ชุด ในทั้ง 5 องค์ประกอบก็สามารถนำมาคำนวณหาค่า SQI (Service Quality Index) ได้ตามสูตรที่ (2) ดังนี้



$$SQI = \frac{W_1 \times Q_1}{(A_1 - k_1)} + \frac{W_2 \times Q_2}{(A_2 - k_2)} + \frac{W_3 \times Q_3}{(A_3 - k_3)} + \frac{W_4 \times Q_4}{(A_4 - k_4)} + \frac{W_5 \times Q_5}{(A_5 - k_5)}$$

..... สูตรที่ (2)

ค่าของ SQI จะมีค่าสูงเมื่อ $Q_1 = 80$, $Q_2 = 130$, $Q_3 = 75$, $Q_4 = 50$ และ $Q_5 = 35$ ในกรณีที่หากว่า $k_1, k_2, k_3, k_4, k_5 = 0$ จะทำให้การคำนวณหาค่า SQI (Maximum) ได้ดังนี้

$$SQI \text{ (Maximum)} = \frac{30 \times 80}{16} + \frac{15 \times 130}{26} + \frac{20 \times 75}{15} + \frac{15 \times 50}{10} + \frac{20 \times 35}{7} = 500 \text{ คะแนน}$$

ขั้นตอนที่ 5 การวิจัยผลการประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

จากการคำนวณค่าสูงสุดของ SQI มีค่าเท่ากับ 500 คะแนน ฉะนั้นข้อเสนอคะแนน SQI ที่เป็นจุดผ่านการประเมินไว้ที่ 350 คะแนน SQI หรือ 70% ของค่าสูงสุด

นอกจากนี้ สถานประกอบการที่สมควรได้รับการรับรองมาตรฐาน ต้องได้คะแนนดัชนีคุณภาพบริการ (SQI) และคะแนนระดับขั้นต่ำของแต่ละองค์ประกอบ ทั้ง 5 องค์ประกอบ คือ ปริมาณสอดคล้องกับเงื่อนไขทั้ง 6 ข้อ ต่อไปนี้

- 1) $SQI \geq 350$ หมายถึง คะแนนรวมจากการประเมินดัชนีคุณภาพบริการ (SQI: Service Quality Index) มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 350
- 2) $Q_1^* \geq 48$ หมายถึง คะแนนรวมจากการประเมินองค์ประกอบที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 48



- 3) $Q_2^* \geq 78$ หมายถึง คะแนนรวมจากการประเมินองค์ประกอบที่ 2 ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 78
- 4) $Q_3^* \geq 45$ หมายถึง คะแนนรวมจากการประเมินองค์ประกอบที่ 3 ด้านการให้บริการ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 45
- 5) $Q_4^* \geq 30$ หมายถึง คะแนนรวมจากการประเมินองค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 30
- 6) $Q_5^* \geq 21$ หมายถึง คะแนนรวมจากการประเมินองค์ประกอบที่ 5 ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 21



เอกสารอ้างอิง

- กมลัญ วรพิทยุต, 2552. เอกสารการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง Brand Identity. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- จินตนา บุญบังการ, 2552. จริยธรรมทางธุรกิจ (BUSINESS ETHICS). ขยายภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2537. ปกิณกะบทความวิชาการด้านการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เล่ม 2.
- ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531. ของที่ระลึก. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- พจนานุกรม ฉบับเฉลิมพระเกียรติ พุทธศักราช 2530.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2526. การออกแบบ. กรุงเทพมหานคร: วิมลอาร์ต.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิรารัตน์. 2540. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), พิมพ์ครั้งที่ 5.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2552. โครงการพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป).
- สุชาติ เกาทอง. 2536. หลักการทัศนศิลป์. กรุงเทพมหานคร: อักษรกราฟิก.
- สุดาทิพย์ ดันดินิกุลชัย และศักดิ์ หงส์ทอง. 2547. ธุรกิจทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด.



- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร:
Diamond in business world.
- สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. Publisher, กรุงเทพฯ:
บริษัทแพคเมทส์; Material, 358.
- อรทัย วานิชดี. 2545. ธุรกิจทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: ประสานมิตร.
_____. 2550. การออกแบบของที่ระลึก. Art Chandra UBI Club:
ชุมนุมบ่มเพาะวิสาหกิจศิลปะและการออกแบบ อาร์ตจันทร.



ภาคผนวก

แบบตรวจประเมิน

มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย
ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

แบบตรวจประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

คำชี้แจง ส่วนที่ 1 การให้คะแนน เกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐานของสถานประกอบการที่จะเข้าสู่มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ประกอบด้วย 5 ข้อ

เกณฑ์	รายการ	คำอธิบายชี้วัด	ผ่าน	ไม่ผ่าน
คุณลักษณะพื้นฐานสถานประกอบการที่จะเข้าสู่มาตรฐาน	1. ให้บริการเฉพาะสินค้าอัญมณี	ไม่ขายอัญมณีเทียมและเลียนแบบและกรณีสินค้าที่มีการปรับปรุงคุณภาพต่อไป ที่ยอมรับตามมาตรฐานการค้าทั่วไป เช่น ต้องไม่เป็นพลอยปะ พลอยย้อมสี ฯลฯ		
	2. ประกอบธุรกิจเป็นรูปของนิติบุคคลที่มีการจดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์	มีใบจดทะเบียนการค้า		
	3. เป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรม ที่เกี่ยวข้องการค้าอัญมณีและเป็นสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแห่งประเทศไทย	มีหลักฐานการเป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรม และขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย		
	4. ไม่เคยมีประวัติการถูกร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์สินค้าอัญมณีในรอบ 1 ปี	ตรวจสอบประวัติการร้องเรียน จากสมาคมหรือในเรื่องของผลิตภัณฑ์สินค้า		
	5. ไม่ละเมิดเทคโนโลยี และกฎหมายใด ๆ	ไม่มีการกระทำที่ละเมิดเทคโนโลยีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง กฎหมายแรงงาน การฟอกเงิน และอื่นๆ		
ผลการประเมิน				

ส่วนที่ 2 เกณฑ์มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอ่อนโยน) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 20 เกณฑ์ 74 ตัวชี้วัด รูปแบบการให้คะแนนมี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 การประเมินตัวชี้วัด “ใช่” “ไม่ใช่” กลุ่มที่ 2 การประเมิน “ระดับของค่าคะแนน 1 ถึง 5” โดยมีรายละเอียดตามแบบตรวจประเมินมาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอ่อนโยน)

องค์ประกอบที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 5 เกณฑ์ 16 ตัวชี้วัด

เกณฑ์	ลำดับตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
1.1 ประเภทสินค้ามีความหลากหลาย	1	มีการขายสินค้าอ่อนโยนที่หลากหลายประเภท อาทิเช่น สร้อย แหวน ต่างหู และเข็มกลัด เป็นต้น							ขายสินค้าอ่อนโยนที่หลากหลายประเภท
	2	มีสินค้าที่แตกต่างกัน ทั้งน้ำหนัก และขนาด (Size)							สินค้าแตกต่างกันทั้งน้ำหนักและขนาดมีสต็อกสินค้าให้สามารถเลือกสินค้าได้
	3	มีสต็อกสินค้าให้บริการ ให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือมีการแสดงออกถึงความ เป็นไทย สวยงาม ดึงดูดใจ มีแบบที่ทันสมัยและมีลักษณะคงทน มีข้อมูลบอกประวัติและความเป็นมาของสินค้า
1.2 รูปลักษณ์และเอกลักษณ์ของสินค้า	4	สวยงาม ดึงดูดใจ มีแบบที่ทันสมัย และมีลักษณะคงทน							สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือมีการแสดงออกถึงความ เป็นไทย สวยงาม ดึงดูดใจ มีแบบที่ทันสมัยและมีลักษณะคงทน มีข้อมูลบอกประวัติและความเป็นมาของสินค้า
	5	สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือมีการแสดงออกถึงความ เป็นไทย (หรืออาจมีเพียงบางส่วน)							สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือมีการแสดงออกถึงความ เป็นไทย สวยงาม ดึงดูดใจ มีแบบที่ทันสมัยและมีลักษณะคงทน มีข้อมูลบอกประวัติและความเป็นมาของสินค้า
	6	มีข้อมูลบอกประวัติและความเป็นมาของสินค้า (เฉพาะสินค้าประเภทที่โดดเด่น) <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือมีการแสดงออกถึงความ เป็นไทย สวยงาม ดึงดูดใจ มีแบบที่ทันสมัยและมีลักษณะคงทน มีข้อมูลบอกประวัติและความเป็นมาของสินค้า



เกณฑ์	ลำดับตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
1.3 มาตรฐานสินค้า	7	มีใบรับประกันคุณภาพสินค้า <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						แสดงฉลากสินค้าแต่ละประเภท มีใบรับประกันคุณภาพสินค้า มีระบบตรวจสอบคุณภาพสินค้า ตรวจจอบคุณภาพสินค้าที่อยู่ในร้านแนะนำวิธีการใช้และวิธีเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องและมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีมาตรฐานในการผลิต เช่น ดีไซน์ผลิตภัณฑ์และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยการสัมภาษณ์หรือสอบถามจากผู้ประกอบการ	
	8	มีฉลากสำหรับสินค้าแต่ละประเภท <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
	9	สถานประกอบการมีระบบตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่อยู่ในร้าน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
1.4 บรรจุก้นท์	10	แนะนำวิธีการใช้และวิธีเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า							
	11	มีการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีมาตรฐานในการผลิต							
	12	ดูงาม สม่ำเสมอ สะท้อนวัฒนธรรม และเป็นสากล						บรรจุก้นท์งามสม่ำเสมอ สะท้อนวัฒนธรรม และเป็นสากล มีคู่มือการใช้และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	
	14	บรรจุก้นท์มีสัญลักษณ์ที่สื่อถึงสินค้าและบริการ						บรรจุก้นท์มีสัญลักษณ์ที่สื่อถึงสินค้าและบริการ	
1.5 มาตรฐานราคา	15	มีป้ายราคาไว้เป็นมาตรฐาน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						มีป้ายราคามีรูปแบบ (สูตร) ในการคิดคำนวณราคาของสินค้า	
	16	มีรูปแบบ (สูตร) ในการคิดคำนวณราคาของสินค้า <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
คะแนนรวม									



องค์ประกอบที่ 2 ด้านสถานที่และสภาวะแวดล้อม ประกอบด้วย 6 เกณฑ์ 26 ตัวชี้วัด

เกณฑ์	ลำดับ ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
2.1 ป้ายชื่อร้าน	17	ตำแหน่งติดตั้งป้ายชื่อร้านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน						ตำแหน่งติดตั้งป้ายชื่อร้านมีขนาดตัวอักษรที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและมีไม่น้อยกว่าสองภาษา	
	18	ป้ายชื่อร้านมีขนาดตัวอักษร สามารถมองเห็นได้ชัดเจน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
	19	ป้ายชื่อร้านมีไม่น้อยกว่าสองภาษา <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
2.2 สถานที่ตั้ง ร้านค้า	20	การใช้พื้นที่ไม่บุกรุกที่สาธารณะ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						การใช้พื้นที่ไม่บุกรุกที่สาธารณะเป็นบ้านถึงโรงงานหรือศูนย์ในชุมชนหรือหมู่บ้านที่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการได้ตามกฎหมายหรือตามข้อบังคับของท้องถิ่น	
	21	เป็นบ้านที่โรงงานหรือศูนย์ในชุมชนหรือหมู่บ้านที่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการได้ตามกฎหมาย หรือตามข้อบังคับในท้องถิ่น						อาคารและสิ่งปลูกสร้างมีลักษณะมั่นคงแข็งแรง และคงทนถาวร มีแสงสว่างเพียงพอบริเวณทางเดินและที่จอดรถ/รถกลางคัน	
2.3 ความปลอดภัย ของอาคาร	22	อาคารและสิ่งปลูกสร้างมีลักษณะ มั่นคงแข็งแรง และคงทนถาวร							



เกณฑ์	ลำดับตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
2.3 ความปลอดภัยของอาคาร	23	ในเวลากลางคืนบริเวณทางเดินและที่จอดรถ มีแสงสว่างเพียงพอ							มีเครื่องบันทึกภาพวงจรปิดที่พร้อมใช้งาน (มากกว่า 1 จุด) มีผังแสดงเส้นทางหนีไฟ ประจำชั้นของแต่ละอาคารและมีระบบรักษาความปลอดภัย
	24	มีเครื่องบันทึกภาพวงจรปิด ที่พร้อมใช้งาน (มากกว่า 1 จุด)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	25	มีผังแสดงเส้นทางหนีไฟ ประจำชั้นของแต่ละอาคาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	26	มีระบบรักษาความปลอดภัย ได้แก่ การเข้าถึงตึกวางห้องที่ หรือการชักข้อมแผนรักษาความปลอดภัย แผนเผชิญปัญหาเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัย เช่น โจรสลัด เพลิงไหม้ และไฟฟ้าดับ เป็นต้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	27	การคมนาคมสามารถเข้าถึงร้าน ได้สะดวก							การคมนาคมสะดวก
2.4 ความสะอาดในการเข้าถึงร้านค้า	28	มีที่จอดรถรับ-ส่ง สะดวก ปลอดภัย							มีที่จอดรถรับ-ส่ง สะดวก
	29	มีที่จอดรถคนพิการ อยู่ใกล้ทางเข้าร้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		สะอาด ปลอดภัย มีที่จอดรถคนพิการ มีทางสัญจรของรถและคนเดินเท้า



เกณฑ์	ลำดับตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
2.4 ความสะดวกในการเข้าถึงร้านค้า	30	มีทางสัญจรของรถ และคนเดินเท้า แยกส่วนจากกัน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						แยกส่วนจากกัน สำหรับคนเดินเท้า มีป้ายบอกทางไปห้องสุขา และห้องละหมาด ทางเข้าร้านมีการคำนึงถึงคนพิการและผู้สูงอายุ มีทางลาด สำหรับรถเข็น คนพิการ เป็นต้น	
	31	มีป้ายสื่อความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ป้ายบอกทางไปห้องสุขา และห้องละหมาด เป็นต้น <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
	32	ทางเข้าร้านมีการคำนึงถึง คนพิการและผู้สูงอายุ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
2.5 สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและการจัดแสดงสินค้า	33	มีป้ายบอกชื่อหรือรายละเอียดของสินค้าที่แสดงอยู่ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						สินค้ามีป้ายบอกชื่อหรือรายละเอียดแสงไฟส่องสว่าง	
	34	ภายในร้านและที่จัดจำหน่ายสินค้ามีแสงไฟส่องสว่างเพียงพอ						ในร้านที่จัดจำหน่ายสินค้าเพียงพอ ตู้และอุปกรณ์มีการจัดวางสินค้า	
	35	มีตู้ และอุปกรณ์สำหรับแสดงสินค้า						แยกประเภทของสินค้า	
	36	มีการจัดวางสินค้าแยกประเภทของสินค้าไว้อย่างชัดเจน						มีอุปกรณ์ เช่น กล่อง เครื่องชั่งน้ำหนัก หรือ เครื่องมือตรวจสอบสินค้า	
	37	มีอุปกรณ์สนับสนุนการตรวจสอบสินค้า ได้แก่ แสงไฟส่องสว่างเพื่อดูสินค้าที่เหมาะสมตามชนิดสินค้า อุปกรณ์หรือเครื่องตรวจสอบสินค้า เป็นต้น						ที่ได้มาตรฐาน มีการสอบถามหรือทวนสอบได้ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและ	
	38	มีความสะอาด เป็นระเบียบ และมีระบบถ่ายเทอากาศที่ถูกสุขลักษณะ						การจัดแสดงสินค้า สะอาด เป็นระเบียบ และระบบ	

เกณฑ์	ลำดับตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด	
			1	2	3	4	5			
2.5 สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและการจัดแสดงสินค้า	39	การจัดแสดงสินค้า ใช้รูปแบบที่โดดเด่น ด้วยการตกแต่งสวยงามที่ทันสมัย และสะท้อนวัฒนธรรม						ถ่ายทอดภาค ที่ถูก สัญลักษณ์ะ การจัดแสดง สินค้า ใช้รูปแบบที่โดดเด่น ด้วยการตกแต่งสวยงาม ที่ทันสมัย และสะท้อน วัฒนธรรม		
			2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก	40	มีห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขอนามัย					ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ จัดบริเวณ นั่งรอคอยบริการอาหารว่าง และเครื่องดื่มสำหรับลูกค้า มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยน เงินตราต่างประเทศ ที่ชัดเจน
			41	จัดบริเวณ ไว้สำหรับนั่งรอคอย บริการอาหารว่าง และเครื่องดื่มสำหรับลูกค้า						
	42	มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ชัดเจน หรือมีบริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต หรือเงินตราต่างประเทศ	<input type="checkbox"/> ใช่	<input type="checkbox"/> ไม่ใช่	<input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล					
คะแนนรวม										



องค์ประกอบที่ 3 ด้านการให้บริการ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 15 ตัวชี้วัด

เกณฑ์	ลำดับ ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
3.1 การให้บริการ ของพนักงาน	43	มีการต้อนรับนักท่องเที่ยวและลูกค้าด้วยมารยาทและ อัธยาศัยอันดีแบบไทยๆ						พนักงานต้อนรับนักท่องเที่ยว และลูกค้าด้วยมารยาท และอัธยาศัยอันดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีมารยาทในการขาย แต่งกายสะอาด สุภาพ	
	44	ให้บริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจ มีมารยาท ในการ ขาย						เรียบร้อยและแสดงถึง วัฒนธรรมท้องถิ่นให้ข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้องและ เพียงพอไม่ก่อความเดือดร้อน และความรำคาญ พนักงาน สื่อสารกับชาวต่างชาติได้	
	45	การแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย และแต่งกาย ตามวัฒนธรรมของท้องถิ่น							
	46	ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้องและเพียงพอ							
	47	ไม่ก่อความเดือดร้อนและความรำคาญให้กับลูกค้า							
	48	มีพนักงานขายที่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้							
3.2 ประชาสัมพันธ์	49	ประชาสัมพันธ์สินค้าโดยสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						ประชาสัมพันธ์สินค้าโดย สิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์	
3.3 การให้บริการ หลังการขาย	50	มีใบประกันสินค้าที่ระบุคุณสมบัติสินค้าครบถ้วน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						มีใบประกันสินค้าที่ระบุ คุณสมบัติสินค้าครบถ้วน มีเงื่อนไขและระบบการ คืนสินค้าที่ชัดเจน มีข้อตกลง หรือระเบียบในการส่งซ่อม ที่ชัดเจน มีการส่งหากและ ประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้า	
	51	มีเงื่อนไขและระบบการคืนสินค้าที่ชัดเจน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
	52	มีข้อตกลงหรือระเบียบในการส่งซ่อมที่ชัดเจน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							

องค์ประกอบที่ 3 ด้านการให้บริการ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 15 ตัวชี้วัด

เกณฑ์	ลำดับ ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
	53	มีการสงฆ์และประชนสัมพันธ์ถึงลูกค้าในวาระเฉพาะ เช่น มีไปรษณีย์ หรือส่งของขวัญปีใหม่ เป็นต้น <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						ในวาระเฉพาะ เช่น มีไปรษณีย์ หรือส่งของขวัญปีใหม่ เป็นต้น	
	54	มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงระยะเวลาการประกันสินค้า						แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงระยะเวลาการประกันสินค้า	
	55	อำนวยความสะดวกในกรณีลูกค้าจะส่งสินค้ามาซ่อมหรือปรับปรุงโดยให้ความสำคัญกับการสูญเสียความปลอดภัย การสลับเปลี่ยนสินค้า และความเสียหายอื่น ๆ						อำนวยความสะดวกในการส่งสินค้ามาซ่อมหรือปรับปรุง มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและนำผลการประเมินมาปรับปรุงการให้บริการ	
	56	มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและหรือมีผู้รับความคิดเห็นจากลูกค้า						มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและหรือมีผู้รับความคิดเห็นจากลูกค้า	
	57	มีการนำผลการประเมินจากลูกค้ามาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ						มีการนำผลการประเมินจากลูกค้ามาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ	
คะแนนรวม									



องค์ประกอบที่ 4 ด้านบริหารจัดการ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 10 ตัวชี้วัด

เกณฑ์	ลำดับตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
4.1 การบริหารทรัพยากรมนุษย์	58	มีแผนการพัฒนาบุคลากรประจำปี						มีแผนพัฒนาบุคลากรประจำปี มีคู่มือในการปฏิบัติงาน และจัดสรรงบประมาณสำหรับพัฒนาบุคลากร มีนโยบายการฝึกอบรมและ มีการประชุมรับฟังความคิดเห็น ปัญหาของพนักงาน	
	59	มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาบุคลากร							
	60	มีคู่มือในการปฏิบัติงาน							
	61	มีนโยบายการฝึกอบรมพนักงานในด้านบริการ ภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เป็นต้น							
	62	มีการประชุมรับฟังความคิดเห็น ปัญหาของพนักงาน							
	63	มีการสรุปเอกสารที่แสดงถึงการประเมินพนักงาน	<input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						มีเอกสารการประเมินพนักงานและให้คะแนนพนักงาน
4.2 มีระบบการประเมินพนักงาน	64	มีเอกสารให้คะแนนพนักงานตามการประเมิน	<input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล					นำผลการประเมินของลูกค้มาพัฒนาพนักงาน	
	65	มีการนำผลการประเมินของลูกค้มาพัฒนาพนักงาน	<input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						
4.3 มีการจ้างงานถูกต้องตามกฎหมาย	66	มีการจ้างพนักงานตามกฎหมายแรงงาน						จ้างพนักงานและแรงงานต่างชาติตามกฎหมายแรงงาน	
	67	กรณีมีแรงงานต่างชาติ ได้ดำเนินการตามกฎหมาย							
คะแนนรวม									



องค์ประกอบที่ 5 ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 7 ตัวชี้วัด

เกณฑ์	ลำดับ ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ระดับคะแนน					คะแนน	คำอธิบายตัวชี้วัด
			1	2	3	4	5		
5.1 ส่งเสริม จรรยาบรรณ ในการทำงาน	68	มีข้อปฏิบัติหรือจรรยาบรรณในการทำงานเป็นลายลักษณ์อักษรแสดงให้ผู้ใช้ปฏิบัติ สามารถมองเห็นได้ชัดเจน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล						มีข้อปฏิบัติ/จรรยาบรรณ ในการทำงาน เป็น ลายลักษณ์อักษร และ สื่อเตือนใจที่เป็นคำขวัญ หรือข้อคิดให้กับ ผู้ประกอบการหรือ พนักงาน	
	69	มีสื่อเตือนใจที่เป็นคำขวัญหรือข้อคิดให้กับผู้ประกอบการหรือพนักงาน <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
5.2 มีความ รับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม	70	สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก หรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ง่าย มีนโยบายประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ การคัดแยก ขยะ และกระตุ้นให้พนักงาน นำไปปฏิบัติ	
	71	มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบภายใน บริเวณร้านค้า							
5.3 การบริการ สังคม	72	ส่งเสริมธุรกิจชุมชน						ส่งเสริมธุรกิจชุมชน เป็น ผู้ถือหุ้นและร่วมรับผิดชอบ ดำเนินงานในโครงการของ ชุมชนและเป็นสมาชิกของ กลุ่มหรือชมรมธุรกิจ	
	73	เป็นผู้ถือหุ้นและร่วมรับผิดชอบดำเนินงาน ในโครงการของชุมชน							
	74	เป็นสมาชิกของกลุ่มหรือชมรมธุรกิจที่มีการดำเนินการสาธารณะประโยชน์ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่มีข้อมูล							
คะแนนรวม									





ประกาศกรมการท่องเที่ยว
เรื่อง กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย
มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

โดยที่เป็นการสมควรกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ประเภท มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) เพื่อเป็น ประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพ และพัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานที่มี ภารกิจในการพัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว จึงจัดทำมาตรฐาน การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 มาตรา 32 และกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2553 ข้อ 2 (5) ข้อ 8 (2) จึงประกาศ กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่าย ของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) สำหรับส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งหลายได้ทราบ และนำไปใช้ปฏิบัติโดยทั่วกัน ดังมีรายละเอียดแนบท้ายประกาศนี้

ประกาศ ณ วันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2554

(นายสุพล ศรีพันธุ์)

อธิบดีกรมการท่องเที่ยว



คณะผู้จัดทำ

คณะที่ปรึกษา

อธิบดีกรมการท่องเที่ยว

รองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว

คณะผู้จัดทำ

นางสาวรัตนาวลัย ชันติจันฎาไชย นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการพิเศษ

นางสาวจรินทร์ วิศวสุขมงคล นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ

นายสันติพงศ์ บุลยเลิศ นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ

นายชิษณุพงศ์ อติลักษณ์เมธี นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ

