

รายงานผลการประเมินราชภัฏนครราชสีมาจับคู่สมบูรณ์



THE GREAT MEKONG BIKE RIDE 2019

28.29.30 JUNE 2019

NAKHON PHANOM
SAKON NAKHON
MUKDAHAN

THAILAND



สรุปผลการประเมินการจัดงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562

วันที่จัดงาน	28-30 มิถุนายน 2562		
สถานที่จัดงาน	นครพนม/ มุกดาหาร/ สกลนคร		
จำนวนผู้ร่วมงาน	นักปั่นชาวไทย	1,221 คน-ครั้ง	
	นักปั่นชาวต่างชาติ	579 คน-ครั้ง	
	โค้ชชาวต่างชาติ	60 คน-ครั้ง	
	ผู้ติดตามและเจ้าหน้าที่ชาวไทย	1,800 คน-ครั้ง (คนนอกพื้นที่)	
	รวม	3,660 คน-ครั้ง	
	หมายเหตุ: จำนวนนักปั่น โค้ช และเจ้าหน้าที่เป็นข้อมูลจากผู้จัดงาน ส่วนผู้ติดตาม คำนวณจากแบบสอบถาม		
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	98.73%	
	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	98.00%	
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	16.93 ล้านบาท	
	ชาวต่างชาติ	3.07 ล้านบาท	
	รวม	20.00 ล้านบาท	
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน		ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
	การประชาสัมพันธ์	93.33%	84.00%
	เส้นทางปั่นจักรยาน*	95.24%	96.00%
	ความเป็นมืออาชีพของผู้จัดงาน	85.81%	94.00%
	กิจกรรมที่สะท้อนความเป็นไทย	88.00%	68.00%
	ความพึงพอใจโดยรวม	93.96%	98.00%
	* ผู้ร่วมงานหลายรายเสนอแนะให้มีการเปลี่ยนเส้นทางใหม่สำหรับการจัดงานปีถัดไป		
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	<p>ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติไม่น้อยกว่า 400 คน</p> <p>ผลลัพธ์ - จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ (นักปั่นชาวต่างชาติ + โค้ชชาวต่างชาติ) 639 คน-ครั้ง 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 59.75%)</p> <p>ดัชนีที่ 2 - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติพอใจไม่น้อยกว่า 80%</p> <p>ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติ 98.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 18%)</p> <p>ดัชนีที่ 3 - ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 70%</p> <p>ผลลัพธ์ - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 100.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 30.00%)</p>		

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562

จุดแข็ง (Strengths)

- เส้นทางและระยะทางที่กำหนดในการแข่งขันท้าทายสำหรับผู้รักในกีฬาประเภทนี้
- การเดินทางมาพื้นที่ที่จัดงานสะดวก ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากโดยเฉพาะสำหรับนักปั่นที่มาจาก สปป.ลาว
- หน่วยงานท้องถิ่นให้ความสนใจและร่วมมือในการจัดงาน

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ช่วงเวลาที่เริ่มประชาสัมพันธ์ข่าวการจัดงานและวันที่ที่จัดงานจริงมีระยะสั้นเกินไป ทำให้ผู้ที่สนใจอาจไม่สามารถมาร่วมงานได้
- รูปแบบการประชาสัมพันธ์ยังไม่จูงใจให้ประชาชนทั่วไปสนใจมาชมการแข่งขันได้มาก
- แม้ว่าเส้นทางที่ใช้แข่งขันจะมีความงดงามแต่ไม่แตกต่างจากปีก่อนมากนัก จึงอาจทำให้ความน่าสนใจลดลงสำหรับกลุ่มที่เคยมาร่วมงาน

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- การปั่นจักรยานเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ให้ทราบข่าวการจัดงานล่วงหน้าอย่างน้อย 6 เดือนจะทำให้กลุ่มที่รักการปั่นจักรยานโดยเฉพาะชาวต่างชาติสามารถวางแผนการเดินทางได้ดีขึ้น นอกจากนี้ การนำภาพความสวยงามที่จัดในแต่ละครั้งที่ผ่านมาไปเผยแพร่ตามงานแสดงที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในต่างประเทศจะจูงใจให้ชาวต่างชาติสนใจเดินทางมาเยือนประเทศไทยเพื่อร่วมกิจกรรมและเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

- การจัดงานในเดือนมิถุนายนมีโอกาสที่จะเผชิญปัญหาสภาพอากาศที่แปรปรวนได้ง่าย
- ช่วงเวลาที่จัดงานใกล้เคียงกับการจัดงานแข่งขันจักรยานเสือภูเขาชิงแชมป์ประเทศไทย
- เศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวอาจเป็นผลให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความระมัดระวัง

สารบัญ

บทนำ	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)	1
ผลการศึกษา	2
จำนวนผู้ร่วมงาน	2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	2
ผลการประเมินการจัดงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562	2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562	3
ผู้ร่วมงานชาวไทย	4
ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	5
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	8
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	18
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	19
แบบสอบถามงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย	23

สารบัญญัตราง

ตารางที่ 1	ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 2	อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 3	ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 4	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย	9
ตารางที่ 5	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน	9
ตารางที่ 6	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย	9
ตารางที่ 7	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่	10
ตารางที่ 8	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	10
ตารางที่ 9	การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย	10
ตารางที่ 10	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย	11
ตารางที่ 11	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	11
ตารางที่ 12	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย	11
ตารางที่ 13	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	12
ตารางที่ 14	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	12
ตารางที่ 15	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะกลับมาร่วมงานอีก	12
ตารางที่ 16	สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก	13
ตารางที่ 17	อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	13
ตารางที่ 18	เหตุผลที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติมาจังหวัดนครพนมในสัปดาห์ที่จัดงาน	13
ตารางที่ 19	วิธีการเดินทางมาจังหวัดนครพนมของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	14
ตารางที่ 20	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	14
ตารางที่ 21	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน	14
ตารางที่ 22	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	14
ตารางที่ 23	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน	15
ตารางที่ 24	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	15
ตารางที่ 25	การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	15

สารบัญชิตาราง (ต่อ)

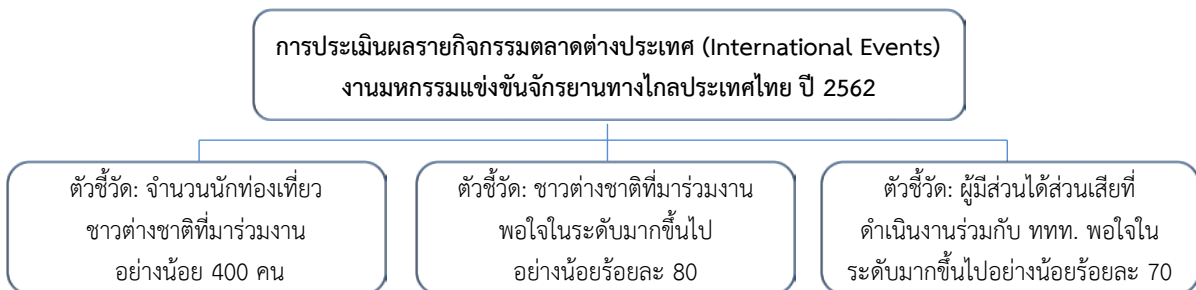
ตารางที่ 26 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	15
ตารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	16
ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	16
ตารางที่ 29 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	16
ตารางที่ 30 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	17
ตารางที่ 31 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะกลับมาร่วมงานอีก	17
ตารางที่ 32 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	18
ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	18

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม งานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562

บทนำ

“มหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจุไว้ในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ กลุ่ม International Events เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจในกิจกรรมประเภทนี้เดินทางมาร่วมงาน โดยในปีนี้ได้จัดให้มีกิจกรรมขึ้นในระหว่างวันที่ 28-30 มิถุนายน 2562 และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ (International Events)

- * งานสีลันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง
- * เทศกาลตรุษจีน ไซน่าทาวนเยาวราช และเทศกาลตรุษจีนในภูมิภาค
- * งานกระป๋องคาเฟ่
- * งานไหว้ครูมวยไทยโลก ครั้งที่ 15
- * งานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์
- * งานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 28-30 มิถุนายน 2562

สถานที่จัดงาน: นครพนม/ มุกดาหาร/ สกลนคร

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานรวม 3,660 คน-ครั้ง จำแนกเป็นผู้ร่วมงานแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน-ครั้ง)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
นักปั่นชาวไทย	1,221	33.36
นักปั่นชาวต่างชาติ	579	15.82
โค้ชชาวต่างชาติ	60	1.64
ผู้ติดตามและเจ้าหน้าที่ชาวไทย	1,800	49.18
รวม	3,660	100.00

หมายเหตุ: จำนวนนักปั่น โค้ช และเจ้าหน้าที่เป็นข้อมูลจากผู้จัดงาน ส่วนจำนวนผู้ติดตามคำนวณจากแบบสอบถาม

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 20.00 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้มาร่วมงาน) 13.79 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 6.21 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามสัญชาติของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
16.93	3.07	20.00	13.79	6.21	20.00

➤ เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าจ้างโค้ช ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงาน (นักปั่นชาวต่างชาติ + โค้ชชาวต่างชาติ)	400 คน	639 คน-ครั้ง	+59.75%	😊
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	อย่างน้อย 80%	98.00%	+18.00%	😊
ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	อย่างน้อย 70%	100.00%	+30.00%	😊

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนาม
งานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2562

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ร้อยละ 47.13 เป็นผู้ที่พักในจังหวัดที่จัดงาน (นครพนม/ มุกดาหาร/ สกลนคร) อีกร้อยละ 12.10 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่เหลือร้อยละ 40.77 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ (อาทิ สุราษฎร์ธานี เชียงราย) (ตารางที่ 1) อายุของชาวไทยที่มาร่วมงานกระจายในทุกช่วง ที่พบมากที่สุดแก่ช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 24.84) รองลงมาเป็นกลุ่มช่วงอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 22.93) สัดส่วนการมาร่วมงานในช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจภาคสนาม พบว่า ชาวไทยร้อยละ 75.16 มาร่วมงานพร้อมกับเพื่อน (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

“งานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย” เป็นกิจกรรมที่จัดอยู่ในกลุ่มตลาดเฉพาะ (Market Niche) ด้วยเหตุนี้ การสำรวจจึงพบว่า ชาวไทยที่อยู่ในบริเวณที่จัดงานซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นผู้ที่สมัครเข้าร่วมแข่งขันต่างทราบข่าวการจัดงานนี้ก่อนมาร่วมงาน ทำให้อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานจึงสูงถึงร้อยละ 98.73 (ตารางที่ 4) โดยสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 56.77) การประชาสัมพันธ์ผ่านชมรม/ สมาคมจักรยาน (ร้อยละ 27.10) และการบอกต่อของเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 25.81) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางอื่นๆ แสดงในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวการจัดงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ชาวไทยที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 99.36) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) และเกือบทุกรายที่ทราบข่าวการจัดงาน (ร้อยละ 95.48) ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานกิจกรรมนี้ (ตารางที่ 8)




ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.48=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวไทยที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 93.96) พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 93.33 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.45 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 95.24 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเส้นทางปั่นจักรยาน (ค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 85.81 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความเป็นมืออาชีพของการจัดงานที่เทียบได้กับระดับนานาชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.34 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 88.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมภายในงานที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ย 4.34 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทยเกือบทุกราย (ร้อยละ 99.36) กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยช่องทางที่ใช้ในการบอกต่อส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่าน Facebook และ Line และเกือบทุกราย (ร้อยละ 98.09) สนใจมาร่วมกิจกรรมนี้อีกในอนาคต

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย			
อัตราการรับรู้	98.73%	 56.77%  27.10%  25.81%	
อัตราการชื่นชอบ Content	99.36%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	95.48%		
อัตราความพึงพอใจ	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย
	การประชาสัมพันธ์	93.33%	4.45
	เส้นทางปั่นจักรยาน	95.24%	4.52
	ความเป็นมืออาชีพของผู้จัดงาน	85.81%	4.34
	กิจกรรมที่สะท้อนความเป็นไทย	88.00%	4.34
ความพึงพอใจโดยรวม	93.96%		4.48
อัตราการบอกต่อ	99.36%		

ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย มีกว่า 20 สัญชาติ ที่พบมากที่สุดได้แก่ ชาวสปป. ลาว ออสเตรเลีย ไต้หวัน และสหรัฐฯ ชาวต่างชาติที่แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.00) เป็นชาวต่างชาติที่เพิ่งเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วงที่มีการจัดงานในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) อีกร้อยละ 24.00 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพื่อการอื่นๆ เช่น เพื่อทำธุรกิจ เพื่อทำงาน และเพื่อศึกษา ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า Domestic Tourist

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-54 ปี (ร้อยละ 70.00) สัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 17 การสำรวจความคิดเห็นชาวต่างชาติที่อยู่ในบริเวณที่จัดงาน พบว่า ร้อยละ 86.00 มานครพนมเพื่อร่วมงานกิจกรรมนี้ ที่เหลือมาเพื่อพักผ่อนและทำธุระ (ตารางที่ 18) อย่างไรก็ตาม ชาวต่างชาติทุกรายที่แสดงความคิดเห็นจะเดินทางมาเอง (ตารางที่ 19)

การรับรู้ข่าวสารการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอ และความตั้งใจมาร่วมงาน

ในทำนองเดียวกับที่พบในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย ชาวต่างชาติเกือบทุกรายที่มาร่วมงาน (ร้อยละ 98.00) ทราบมาก่อนว่ามีการจัดงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย (ตารางที่ 20) โดยส่วนใหญ่ทราบข่าวสารการจัดงานจากการบอกต่อของเพื่อนหรือญาติ (ร้อยละ 61.22) ส่วนสื่ออื่นๆ ที่ให้ผลลัพธ์ได้ดี ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (ร้อยละ 40.82) และการประชาสัมพันธ์ผ่านชมรม/ สมาคมจักรยาน (ร้อยละ 10.20) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางอื่นๆ แสดงในตารางที่ 21

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาของการจัดงานที่ประชาสัมพันธ์ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 98.00) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 22) ส่วนชาวต่างชาติที่ทราบข่าวการจัดงานและตั้งใจมาร่วมงานมีประมาณร้อยละ 91.84 (ตารางที่ 24)




ความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

ในภาพรวม ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทยพอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.42=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 98.00) พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 84.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.28 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 96.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเส้นทางปั่นจักรยาน (ค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 94.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความเป็นมืออาชีพของงานที่เทียบได้กับระดับนานาชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 68.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมภายในงานที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)

การบอกต่อ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 96.00 กล่าวว่า จะเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจให้เพื่อนหรือคนรู้จักรับทราบผ่านทาง Facebook รองลงมาคือ การเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจโดยตรงให้ผู้อื่นรับทราบ ส่วนผู้ที่กล่าวว่า จะกลับมาร่วมงานกิจกรรมในลักษณะเช่นนี้อีกมีประมาณร้อยละ 76.00 (ตารางที่ 31)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ																					
อัตราการรับรู้	98.00%	 61.22%  40.82%  10.20%																			
อัตราการชื่นชอบ Content	98.00%																				
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	91.84%																				
อัตราความพึงพอใจ		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเด็น</th> <th>ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น</th> <th>ค่าเฉลี่ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การประชาสัมพันธ์</td> <td>84.00%</td> <td>4.28</td> </tr> <tr> <td>เส้นทางปั่นจักรยาน</td> <td>96.00%</td> <td>4.44</td> </tr> <tr> <td>ความเป็นมืออาชีพของผู้จัดงาน</td> <td>94.00%</td> <td>4.44</td> </tr> <tr> <td>กิจกรรมที่สะท้อนความเป็นไทย</td> <td>68.00%</td> <td>4.06</td> </tr> <tr> <td>ความพึงพอใจโดยรวม</td> <td>98.00%</td> <td>4.42</td> </tr> </tbody> </table>	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย	การประชาสัมพันธ์	84.00%	4.28	เส้นทางปั่นจักรยาน	96.00%	4.44	ความเป็นมืออาชีพของผู้จัดงาน	94.00%	4.44	กิจกรรมที่สะท้อนความเป็นไทย	68.00%	4.06	ความพึงพอใจโดยรวม	98.00%	4.42	
ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย																			
การประชาสัมพันธ์	84.00%	4.28																			
เส้นทางปั่นจักรยาน	96.00%	4.44																			
ความเป็นมืออาชีพของผู้จัดงาน	94.00%	4.44																			
กิจกรรมที่สะท้อนความเป็นไทย	68.00%	4.06																			
ความพึงพอใจโดยรวม	98.00%	4.42																			
อัตราการบอกต่อ	96.00%																				

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ที่แสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. มีจำนวน 12 ราย จำแนกเป็นผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ	7	58.33
ผู้ประกอบการ	3	25.00
หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม	2	16.67
รวม	12	100.00

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย แสดงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.50=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกราย (ร้อยละ 100.00) พพอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 32-ตารางที่ 33)

- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 91.67 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.42 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.75 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	47.13
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	12.10
จังหวัดอื่นๆ (เช่น สุราษฎร์ธานี เชียงราย นครราชสีมา ฯลฯ)	40.77

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	17.57	31.58	31.25	24.84
25-34 ปี	17.57	5.26	26.56	19.75
35-44 ปี	12.16	15.79	14.06	13.38
45-54 ปี	18.92	42.11	21.88	22.93
55-64 ปี	32.43	5.26	4.69	17.83
มากกว่า 64 ปี	1.35	-	1.56	1.27
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	72.98	73.69	78.13	75.16
มากับครอบครัว	14.86	5.26	14.06	13.38
มาคนเดียว	12.16	21.05	7.81	11.46
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	100.00	94.74	98.44	98.73
ไม่ทราบ	-	5.26	1.56	1.27
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	4.05	-	1.59	2.58
วิทยุ	4.05	-	-	1.94
หนังสือพิมพ์	2.70	-	-	1.29
นิตยสาร	-	5.56	3.17	1.94
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	14.86	-	4.76	9.03
แผ่นพับ	4.05	-	-	1.94
อินเทอร์เน็ต	58.11	38.89	60.32	56.77
จาก Call center 1672 ของ ททท.	6.76	5.56	-	3.87
เพื่อน/ญาติ	25.68	27.78	25.40	25.81
ชมรม/ สมาคม	24.32	33.33	28.57	27.10
อื่นๆ	4.05	5.56	1.59	3.23

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	100.00	100.00	98.44	99.36
ไม่น่าสนใจ	-	-	1.56	0.64
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	90.54	100.00	98.44	94.90
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	9.46	-	1.56	5.10
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	95.48	50.00	94.90
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	4.52	50.00	5.10
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	63.51	73.68	82.81	72.61
ค่าซื้อสินค้า	31.08	15.79	32.81	29.94
ค่าเดินทาง	44.59	68.42	85.94	64.33
ค่าที่พัก	17.57	42.11	51.56	34.39
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4.05	-	3.13	3.18

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	363.83	664.29	561.70	492.72
ค่าซื้อสินค้า	900.87	1,000.00	709.52	821.70
ค่าเดินทาง	603.03	2,269.23	1,634.55	1,379.21
ค่าที่พัก	606.15	1,818.75	698.18	842.04
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	533.33	-	550.00	540.00

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	95.71	72.22	96.77	93.33
ความน่าสนใจของเส้นทางปั่น จักรยาน	97.01	83.33	96.77	95.24
ความเป็นมืออาชีพของการจัดงาน เทียบกับระดับนานาชาติ	88.41	61.11	90.16	85.81
กิจกรรมภายในงานสะท้อนให้เห็น ถึงความเป็นไทย	85.71	83.33	91.94	88.00
ความพึงพอใจโดยรวม	94.20	83.33	96.77	93.96

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	4.51	4.06	4.48	4.45
ความน่าสนใจของเส้นทางปั่น จักรยาน	4.63	4.17	4.52	4.52
ความเป็นมืออาชีพของการจัดงาน เทียบกับระดับนานาชาติ	4.38	3.89	4.44	4.34
กิจกรรมภายในงานสะท้อนให้เห็น ถึงความเป็นไทย	4.39	4.22	4.32	4.34
ความพึงพอใจโดยรวม	4.61	4.17	4.44	4.48

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	98.65	100.00	100.00	99.36
ไม่แนะนำ	1.35	-	-	0.64
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	28.38	15.79	21.88	24.20
ไลน์	37.84	31.58	35.94	36.31
เฟซบุ๊ก	58.11	57.89	64.06	60.51
อื่นๆ	4.05	5.26	9.38	6.37

ตารางที่ 15 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะกลับมาร่วมงานอีก

การกลับมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม/ มุกดาหาร/สกลนคร	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
กลับมา	100.00	84.21	100.00	98.09
ไม่แน่ใจ	-	15.79	-	1.91
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ 16 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
สปป.ลาว	53.96
ออสเตรเลีย	10.79
ไต้หวัน/ สหรัฐฯ	5.04 เท่ากัน

ตารางที่ 17 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
18-24 ปี	8.33	18.42	16.00
25-34 ปี	-	28.95	22.00
35-44 ปี	16.67	26.32	24.00
45-54 ปี	41.67	18.42	24.00
55-64 ปี	25.00	5.26	10.00
มากกว่า 64 ปี	8.33	2.63	4.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 18 เหตุผลที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติมาจังหวัดนครพนมในสัปดาห์ที่จัดงาน

เหตุผลที่มาจังหวัดนครพนม	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มาร่วมงานจักรยาน	75.00	89.47	86.00
มาเที่ยว	8.33	10.53	10.00
มาทำธุระ	16.67	-	4.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 19 วิธีการเดินทางมาจังหวัดนครพนมของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

วิธีการเดินทาง	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มาเอง	100.00	100.00	100.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 20 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ทราบ	91.67	100.00	98.00
ไม่ทราบ	8.33	-	2.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 21 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรทัศน์	-	13.16	10.20
นิตยสาร	-	2.63	2.04
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	18.18	-	4.08
อินเทอร์เน็ต	36.36	42.11	40.82
เพื่อน/ญาติ	63.64	60.53	61.22
ชมรม/ สมาคม	27.27	5.26	10.20
อื่นๆ	36.36	2.63	10.20

ตารางที่ 22 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
น่าสนใจ	91.67	100.00	98.00
ไม่น่าสนใจ	8.33	-	2.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 23 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน

ความตั้งใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ตั้งใจมาร่วมงาน	83.33	92.11	90.00
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	16.67	7.89	10.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 24 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	91.84	-	90.00
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	8.16	100.00	10.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 25 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายในแต่ละหมวด		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	91.67	73.68	78.00
ค่าซื้อสินค้า	25.00	28.95	28.00
ค่าเดินทาง	66.67	55.26	58.00
ค่าที่พัก	75.00	55.26	60.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	16.67	21.05	20.00

ตารางที่ 26 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน		ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อคนต่อวัน)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	580.91	416.07	462.56
ค่าซื้อสินค้า	1,000.00	1,004.55	1,003.57
ค่าเดินทาง	1,625.00	1,019.05	1,186.21
ค่าที่พัก	1,666.67	1,102.38	1,271.67
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	750.00	1,012.38	959.90

ตารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไป		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	75.00	86.84	84.00
ความน่าสนใจของเส้นทางปั่นจักรยาน	91.67	97.37	96.00
ความเป็นมืออาชีพของการจัดงานเทียบกับระดับนานาชาติ	91.67	94.74	94.00
กิจกรรมภายในงานสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไทย	50.00	73.68	68.00
ความพึงพอใจโดยรวม	91.67	100.00	98.00

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	3.92	4.39	4.28
ความน่าสนใจของเส้นทางปั่นจักรยาน	4.08	4.55	4.44
ความเป็นมืออาชีพของการจัดงานเทียบกับระดับนานาชาติ	4.25	4.50	4.44
กิจกรรมภายในงานสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไทย	3.83	4.13	4.06
ความพึงพอใจโดยรวม	4.25	4.47	4.42

ตารางที่ 29 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
แนะนำ	83.33	100.00	96.00
ไม่แนะนำ	16.67	-	4.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 30 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรศัพท์	-	2.63	2.00
ไลน์	41.67	18.42	24.00
เฟสบุ๊ก	41.67	68.42	62.00
อื่นๆ	33.33	23.68	26.00

ตารางที่ 31 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะกลับมาร่วมงานอีก

การกลับมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
กลับมา	50.00	84.21	76.00
ไม่กลับมา	8.33	-	2.00
ไม่แน่ใจ	41.67	15.79	22.00
รวม	100.00	100.00	100.00

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 32 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)			
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	สมาคม/ชมรม	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	100.00	100.00	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	85.71	100.00	100.00	91.67
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	100.00	100.00	100.00	100.00
ความพึงพอใจโดยรวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)			
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	สมาคม/ชมรม	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.29	4.33	4.50	4.33
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	4.29	4.33	5.00	4.42
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	4.71	4.67	5.00	4.75
ความพึงพอใจโดยรวม	4.43	4.33	5.00	4.50

กรอบแนวคิดในการประเมินผล

ขอบเขตของการประเมินผล

1. การประเมินผลสำเร็จตามตัวชี้วัดประเมินผลทั้งในเชิงปริมาณ เช่น จำนวนผู้ร่วมงาน และผลสำเร็จเชิงคุณภาพ เช่น ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานในด้านต่างๆ ความคุ้มค่าของการจัดงานที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ (เช่น ค่าใช้จ่ายในการมาร่วมงาน เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัดที่เกิดขึ้นในช่วงที่จัดงาน)
2. การประเมินผลสำเร็จในการตอบสนองกลยุทธ์/ แผนงานของ ททท.
3. การวิเคราะห์ศักยภาพของงานกิจกรรมและจุดแข็ง-จุดอ่อน (SWOT Analysis)

แนวทางการประเมินผล

ในแต่ละกิจกรรมที่ทีมที่ปรึกษาได้รับมอบหมายให้ประเมินผล ที่ปรึกษาได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถามที่ได้รับคืนต้องมีจำนวนเพียงพอต่อการวิจัยทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 สำหรับประเด็นที่สำรวจนอกจากการสอบถามข้อมูลทั่วไป เช่น ถิ่นพำนัก อายุของผู้ร่วมงาน ลักษณะการมาร่วมงาน ยังรวมถึงการสำรวจความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดทฤษฎี 5A

ในส่วนของการนับจำนวนผู้ที่สนใจมาร่วมงาน ที่ปรึกษาจะพิจารณาลักษณะการมาร่วมงานและพฤติกรรมของผู้ร่วมงานเพื่อเลือกวิธีการนับจำนวนที่เหมาะสม อาทิ ในบริเวณที่มีการร่วมงานหนาแน่นมากที่ปรึกษาจะใช้วิธีการคำนวณจากพื้นที่ที่สามารถยืนร่วมงานได้คูณด้วยความหนาแน่นของผู้ร่วมงานต่อ 1 ตารางเมตร ในบริเวณที่มีจำนวนผู้ร่วมงานเบาบาง ที่ปรึกษาจะใช้วิธีการตรวจนับแบบคาดคะเน เป็นต้น

รายงานฉบับนี้จะนำเสนอผลการประเมินรายกิจกรรม ส่วนการวิเคราะห์และประเมินผลในภาพรวมจะนำเสนอไว้ในรายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2562”

ทฤษฎี 5A ที่ ททท. ประยุกต์ใช้ ประกอบด้วย

- A1 > Aware (I Know) อัตราการรับรู้ Content หลักของภูมิภาค
- A2 > Appeal (I like) อัตราการชื่นชอบ Content หลักของภูมิภาค
- A3 > Ask (I'm convinced) อัตราความต้องการเดินทางตาม Content หลักของภูมิภาค
- A4 > Act (I'm buying) อัตราความพึงพอใจในประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ ททท. นำเสนอ
- A5 > Advocate (I recommend) อัตราการบอกต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายและจำนวนข้อมูลที่จัดเก็บ

การสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการประเมินงานกิจกรรมที่อยู่ในแผนงานตลาดต่างประเทศ ที่ปรึกษาจะจัดเตรียมแบบสอบถาม 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย สำหรับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ร่วมงานชาวไทย และแบบสอบถามภาษาอังกฤษสำหรับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ จำนวนผู้ร่วมงานที่สำรวจความคิดเห็นในแต่ละกิจกรรมจะถูกปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มที่มาร่วมงานและการให้ความร่วมมือของผู้ร่วมงาน กล่าวคือ ในกิจกรรมที่มีผู้ร่วมงานชาวต่างชาติน้อยมาก ที่ปรึกษาจะสำรวจความคิดเห็นในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทยเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุนี้ จำนวนที่สำรวจในแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรม สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ในแต่ละกลุ่มสรุปได้ดังนี้

- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 160 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 157 ราย
- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 50 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 50 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างชาติ การวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานกลุ่มอื่นๆ รวมถึงการสังเกตการณ์ โดยจำนวนที่สัมภาษณ์ในแต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะงานและพฤติกรรมของผู้ที่มาร่วมงาน

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale ถูกนำมาใช้ในการออกแบบสอบถามในประเด็นที่สอบถามถึงความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน ซึ่งการประเมินผลในครั้งนี้ได้กำหนดช่วงคะแนนออกเป็น 5 ลำดับ ดังนี้

- | | | |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับน้อยที่สุด |

การวิเคราะห์ที่ได้ใช้คะแนน Top Two-boxes (คะแนนรวมของผู้ที่เห็นด้วยในระดับมากและระดับมากที่สุด) และค่าเฉลี่ยในการสรุปผล ซึ่งค่าเฉลี่ยในแต่ละช่วงมีความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.80	หมายถึง	พอใจในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยมากกว่า 1.80 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.60	หมายถึง	พอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยมากกว่า 2.60 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.40	หมายถึง	พอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.40 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.20	หมายถึง	พอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.20	หมายถึง	พอใจในระดับมากที่สุด

แบบสอบถาม
งานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย

Please fill out the questionnaire and return the completed form to receive a souvenir!

Country that you come from

- You are : Domestic tourist (including Doing business / Working (Expat) / Studying / Living in Thailand) Tourist
- Your age: 18-24 years 25-34 years 35-44 years 45-54 years 55-64 years more than 64 years
- Purpose of your visiting NakhonPanom in this time: To join this event For holiday To do business/ live here
- Do you come here with tour/ agency? Yes No
- Have you been informed about [the Great Mekong Bike Ride](#)? And from which sources?

Yes, I've been informed about this event from: (allow multiple responses)

- TV channel..... Radio channel Newspaper Magazine
 Poster/ Billboard Brochure Internet/ FB/ IG/ line TAT Call center
 Friends/ relatives Club/ Association others, pls specify.....

No, I never heard about it.

- Is the [information](#) about [this event](#) that you received [interesting](#)? Yes No because
- Today do you come here to join this event [in particular](#)? Yes No
- Your approximate spending for today
 - Food & beverage Baht/ Person/ Day
 - Shopping Baht/ Person/ Day
 - Transportation to this place (e.g. Taxi) Baht/ Person/ Day
 - Accommodation (e.g. Hotel) Baht/ Person/ Day
 - Others, Baht/ Person/ Day

9. Please rate your satisfaction levels in the following aspects: (please \surd where appropriate)

Aspects	Highly Satisfied	Satisfied	Moderate	Less satisfied	Least satisfied
1. The clarity of information about this event	5	4	3	2	1
2. The interest of cycling routes	5	4	3	2	1
3. The professionalism of organizer is the same as the international level	5	4	3	2	1
4. Activities in this event shows Thai culture and the way of life in Thailand	5	4	3	2	1
5. Overall satisfaction	5	4	3	2	1

10. Will you tell your friend(s) or relatives to join this event?

- Yes in which channel... Telephone Line Facebook Others,
- No because

11. If this event is held again, will you come to join? Yes No Not sure

12. Your suggestions

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติใน ภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของ ท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 10 กรกฎาคม 2562**

1. ระบุชื่อหน่วยงาน.....จังหวัด.....
ชื่อ-นามสกุล.....เบอร์โทร.....
(รายละเอียดข้างต้นใช้ในกรณีติดต่อกลับเพื่อขอสอบถามหรือสัมภาษณ์เพิ่มเติมเท่านั้น)

2. ระบุประเภทของหน่วยงานท่าน

1. หน่วยงานภาครัฐ อปท. หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ (โปรดระบุ)
2. ผู้ประกอบการ ที่พัก บริษัทนำเที่ยว ขนส่ง อื่นๆ
3. ภาคเอกชน/อื่นๆ หอการค้า ชมรม สมาคม อื่นๆ
4. ททท.
5. สื่อมวลชน

3. จากการดำเนินงานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ร่วมกับ ททท. ท่านพึงพอใจในประเด็นเหล่านี้ในระดับใด (สามารถ หรือ หรือ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด
1. ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	5	4	3	2	1
2. กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	5	4	3	2	1
3. กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณในความร่วมมือนะมา ณ โอกาสนี้

amazing
ไทยแท้ 

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม

1600 อ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2250 5500 ต่อ 3485-3489 โทรสาร 0 2253 7433