



International Balloon Festival @ Hat Yai



รายงานผลการประเมินโครงการมหกรรมฮับสมุทร

สรุปผลการประเมินการจัดงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่

วันที่จัดงาน	10-12 พฤษภาคม 2562		
สถานที่จัดงาน	สนามกีฬาจิระนคร อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา		
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	108,750 คน (93.75%)	
	ชาวต่างชาติ*	7,250 คน (6.25%)	
	รวม**	116,000 คน	
	*ข้อมูลจากศูนย์วิจัยฯ	**ข้อมูลจาก ททท. และออแกนไนเซอร์ที่จัดงาน	
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	95.65%	
	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	87.63%	
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	52.36 ล้านบาท	
	ชาวต่างชาติ	15.12 ล้านบาท	
	รวม	67.48 ล้านบาท	
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน		ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
	การประชาสัมพันธ์	85.37%	69.07%
	ประเภทของกิจกรรม	85.71%	80.85%
	เนื้อหาที่น่าสนใจ	87.25%	77.66%
	ความพึงพอใจโดยรวม	91.67%	84.04%
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	<p>ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติไม่น้อยกว่า 2,000 คน ผลลัพธ์ - จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 7,250 คน 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 262.50%)</p> <p>ดัชนีที่ 2 - ความสนใจที่จะเดินทางจากการรับรู้ Content ของ ททท. ไม่น้อยกว่า 70% ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติที่ทราบและสนใจเดินทาง 85.88% 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 15.88%)</p> <p>ดัชนีที่ 3 - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติพอใจไม่น้อยกว่า 70% ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติ 84.04% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 14.04%)</p> <p>ดัชนีที่ 4 - ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 70% ผลลัพธ์ - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 100.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 30.00%)</p>		

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งานเทศกาลสีสันบอลลูนนานาชาติ @หาดใหญ่

จุดแข็ง (Strengths)

- บอลลูนที่นำมาแสดงมีความโดดเด่น และเปลี่ยนรูปแบบไปในแต่ละปี สร้างความสนใจได้ดีทั้งในกลุ่มที่เคยมาร่วมงานและยังไม่เคยมาร่วมงาน
- กิจกรรมอื่นๆ ภายในงานสร้างความสนใจให้กับผู้ร่วมงานกลุ่มที่เป็นเยาวชนได้เป็นอย่างดี
- อาหารที่จำหน่ายภายในงานมีความหลากหลาย
- พื้นที่ที่ใช้จัดงานอยู่ในเมืองทำให้เดินทางได้สะดวก

จุดอ่อน (Weaknesses)

- สถานที่จัดกรรมมีน้อย
- การจัดการในด้านระบบจราจรยังไม่มีประสิทธิภาพ
- พื้นที่ที่ใช้จัดงานมีขนาดเล็กเกินไปหากต้องการจัดงานบอลลูนให้มีความยิ่งใหญ่ มีบอลลูนมาแสดงจำนวนมาก

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- นอกจากชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ที่มาร่วมงานจำนวนมาก การมาร่วมงานของชาวอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์สะท้อนให้เห็นว่า หาดใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่นิยมในอาเซียน ดังนั้น การจัดให้มีกิจกรรมที่น่าสนใจ มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบล่วงหน้าเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน จะช่วยให้ตัดสินใจเดินทางมาเยือนประเทศไทยได้มากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

- ในสัปดาห์ที่จัดงานอยู่ในช่วงรอมฎอนจึงอาจส่งผลกระทบต่อความร่วมมือในกลุ่มมุสลิมได้
- สภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน บางช่วงร้อนจัด บางช่วงมีฝนตกหนักอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ลดความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานได้
- สภาพเศรษฐกิจไทยที่ยังอยู่ในช่วงชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวไทย
- สภาพเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวอาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ

สารบัญ

บทนำ	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)	1
ผลการศึกษา	2
จำนวนผู้ร่วมงาน	2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	2
ผลการประเมินการจัดงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่	2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่	3
ผู้ร่วมงานชาวไทย	4
ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	5
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	8
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	12
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	16
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	17
แบบสอบถามงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่	21

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	10
ตารางที่ 11	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	11
ตารางที่ 12	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย	11
ตารางที่ 13	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	11
ตารางที่ 14	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	11
ตารางที่ 15	สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก	12
ตารางที่ 16	อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	12
ตารางที่ 17	เหตุผลที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติมาหาดใหญ่ในสัปดาห์ที่จัดงาน	12
ตารางที่ 18	วิธีการเดินทางมาหาดใหญ่ของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
ตารางที่ 19	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
ตารางที่ 20	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน	13
ตารางที่ 21	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
ตารางที่ 22	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน	14
ตารางที่ 23	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	14
ตารางที่ 24	การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	14
ตารางที่ 25	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	14

สารบัญญัตราง (ต่อ)

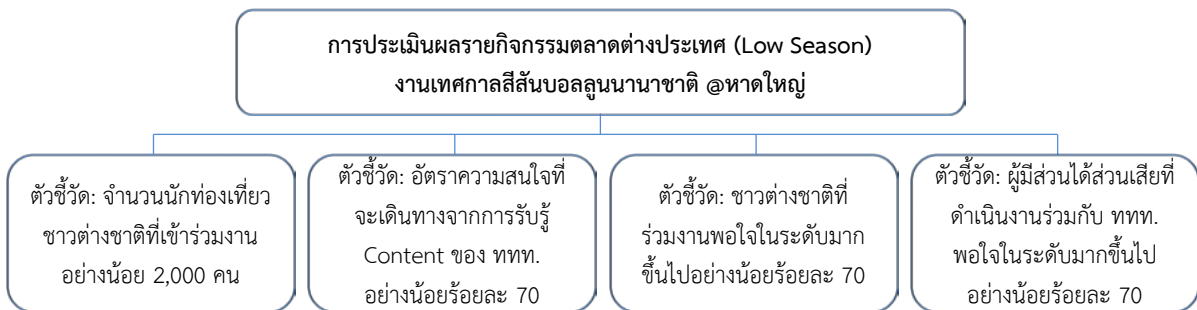
ตารางที่ 26 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	15
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	15
ตารางที่ 28 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	15
ตารางที่ 29 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	15
ตารางที่ 30 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	16
ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	16

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม งานเทศกาลสี่สัปดาห์นานาชาติ @หาดใหญ่

บทนำ

“เทศกาลสี่สัปดาห์นานาชาติ @หาดใหญ่” เป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจุไว้ในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ช่วง Low Season โดยในปีที่ ททท. ได้จัดให้มีกิจกรรมนี้ขึ้นในระหว่างวันที่ 10-12 พฤษภาคม 2562 และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ที่มาร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ (Low Season)

- * งาน Local Taste of Thailand
- * งาน Phuket Amazing Colorful Taste 2018
- * งาน Amazing Cosplay Fun Run
- * งานเทศกาลสี่สัปดาห์นานาชาติ @หาดใหญ่
- * งาน Thailand Cultural Music Festival
- * งาน Amazing Thai Taste Festival

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 10-12 พฤษภาคม 2562

สถานที่จัดงาน: สนามกีฬาจิระนคร อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่ ในระหว่างวันที่ 10-12 พฤษภาคม 2562 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานประมาณ 116,000 คน จำแนกเป็นชาวไทย 108,750 คน (คิดเป็นร้อยละ 93.75) และชาวต่างชาติ 7,250 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.25)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	108,750	93.75
ชาวต่างชาติ*	7,250	6.25
รวม**	116,000	100.00

*ข้อมูลจากศูนย์วิจัยฯ

**ข้อมูลจาก ททท. และออแกนไนเซอร์ที่จัดงาน

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่ ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 67.48 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มาร่วมงาน) 46.54 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 20.94 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
52.36	15.12	67.48	46.54	20.94	67.48

หมายเหตุ: เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่านำเข้าบอลรูม ค่าจัดสถานที่ ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงาน	2,000 คน	7,250 คน	+262.50%	😊
ความสนใจที่จะเดินทางจากการรับรู้ Content ของ ททท.	อย่างน้อย 70%	85.88%	+15.88%	😊
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	อย่างน้อย 70%	84.04%	+14.04%	😊
ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	อย่างน้อย 70%	100.00%	+30.00%	😊

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนาม
งานเทศกาลสีสันบอลลูนานาชาติ @หาดใหญ่

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 86.47 เป็นผู้ที่พักในหาดใหญ่และภายในจังหวัดสงขลา อีกร้อยละ 1.93 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 11.60 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เช่น ภูเก็ต สตูล (ตารางที่ 1) ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี และช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 30.92 เท่ากัน) สัดส่วนการมาร่วมงานช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจลักษณะการมาร่วมงาน พบว่า ชาวไทยเกือบร้อยละ 70 นิยมเดินทางมาร่วมงานกับครอบครัวมากกว่ามาคนเดียวหรือเดินทางมาร่วมงานเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

งานเทศกาลสีสันบอลรูนนานาชาติ @หาดใหญ่ เป็นกิจกรรมที่มีการจัดต่อเนื่องมาหลายปี ส่งผลให้ผู้ที่ทราบว่ามีกิจกรรมนี้สูงถึงร้อยละ 95.65 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ให้ผลลัพธ์สูงแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มที่มาร่วมงาน (จำแนกตามถิ่นที่อยู่) กล่าวคือ ผู้ร่วมงานที่มีถิ่นที่อยู่ในจังหวัดสงขลาและที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑล) ส่วนใหญ่ทราบข่าวการจัดงานจากอินเทอร์เน็ต ขณะที่ผู้ร่วมงานที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลส่วนใหญ่ทราบจากโปสเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ดีในกลุ่มที่มีถิ่นพำนักในหาดใหญ่เช่นกัน รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงานเทศกาลสีสันบอลรูนนานาชาติ @หาดใหญ่ เกือบทุกราย (ร้อยละ 97.99) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวก่อนมาร่วมงานและตั้งใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมนี้มีประมาณร้อยละ 97.47 (ตารางที่ 8)




ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงานเทศกาลสีสันบอลรูนนานาชาติ @หาดใหญ่ พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้ที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 91.67 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 85.37 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับรูปแบบการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 85.71 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 87.25 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.23 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงานเทศกาลสีสันบอลรูนนานาชาติ @หาดใหญ่ ร้อยละ 94.20 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยช่องทางที่ใช้ในการบอกต่อส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่าน Facebook ขณะที่ Line เป็นช่องทางที่นิยมใช้สื่อสารในกลุ่มที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย																		
อัตราการรับรู้	95.65%	 54.55%  44.44%  21.72%																
อัตราการชื่นชอบ Content	97.99%																	
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	97.47%																	
อัตราความพึงพอใจ		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเด็น</th> <th>ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น</th> <th>ค่าเฉลี่ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การประชาสัมพันธ์งาน</td> <td>85.37%</td> <td>4.21</td> </tr> <tr> <td>ประเภทของกิจกรรม</td> <td>85.71%</td> <td>4.19</td> </tr> <tr> <td>เนื้อหาที่น่าสนใจ</td> <td>87.25%</td> <td>4.23</td> </tr> <tr> <td>ความพึงพอใจโดยรวม</td> <td>91.67%</td> <td>4.33</td> </tr> </tbody> </table>	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย	การประชาสัมพันธ์งาน	85.37%	4.21	ประเภทของกิจกรรม	85.71%	4.19	เนื้อหาที่น่าสนใจ	87.25%	4.23	ความพึงพอใจโดยรวม	91.67%	4.33	
ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย																
การประชาสัมพันธ์งาน	85.37%	4.21																
ประเภทของกิจกรรม	85.71%	4.19																
เนื้อหาที่น่าสนใจ	87.25%	4.23																
ความพึงพอใจโดยรวม	91.67%	4.33																
อัตราการบอกต่อ	94.20%																	

ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานเทศกาลสีสันบอลรูนนานาชาติ @หาดใหญ่ มีมากกว่า 20 สัญชาติ ที่พบมาก ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ จีน ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ชาวต่างชาติที่แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.82) เป็นชาวต่างชาติที่เพิ่งเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วงที่จัดงานในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) อีกร้อยละ 39.18 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพื่อการอื่นๆ เช่น เพื่อทำธุรกิจ เพื่อทำงาน และเพื่อศึกษา ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า Domestic Tourist

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 31.96) กลุ่มที่พบมากรองลงมาเป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 28.87) สัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 16

การสำรวจครั้งนี้ พบว่า ชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนหาดใหญ่เพื่อร่วมกิจกรรมนี้มีสูงถึงร้อยละ 16.49 (ตารางที่ 17) อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ร้อยละ 91.75 จะเดินทางมาเอง กลุ่มที่เดินทางมากับทัวร์มีเพียงร้อยละ 8.25 (ตารางที่ 18)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอ และความตั้งใจมาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวต่างชาติที่มาร่วมงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่ และทราบว่ามีการจัดกิจกรรมนี้มีสูงถึงร้อยละ 87.63 (ตารางที่ 19) โดยกว่าครึ่งทราบข่าวการจัดงานจากโปสเตอร์ที่ติดในสถานที่ต่างๆ ส่วนช่องทางอื่นๆ ที่เข้าถึงผู้ร่วมงานกลุ่มนี้ได้ดี ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และการบอกต่อของเพื่อน/ญาติ รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 20

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 96.55 กล่าวว่า มีความน่าสนใจ ส่วนผู้ที่ทราบข่าวและตั้งใจมาร่วมงานมีประมาณร้อยละ 85.88 (ตารางที่ 21-23)




ความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวต่างชาติที่มาร่วมงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่ พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16=พอใจในระดับมาก) ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 84.04 พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 69.07 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์งาน (ค่าเฉลี่ย 3.81 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 80.85 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 77.66 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)

การบอกต่อ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 84.54 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยส่วนใหญ่จะแนะนำผ่าน Facebook

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ			
อัตราการรับรู้	87.63%	 55.29%	
		 35.29%	
		 24.71%	
อัตราการชื่นชอบ Content	96.55%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	85.88%		
อัตราความพึงพอใจ			
	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย
	การประชาสัมพันธ์งาน	69.07%	3.81
	ประเภทของกิจกรรม	80.85%	4.11
	เนื้อหาที่นำเสนอ	77.66%	4.11
	ความพึงพอใจโดยรวม	84.04%	4.16
อัตราการบอกต่อ	84.54%		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่ และได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. มีจำนวน 13 ราย เป็นผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ (อปท.)	3	23.08
ผู้ประกอบการ	7	53.84
ภาคเอกชนอื่นๆ (สมาคม)	3	23.08
รวม	13	100.00

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงานเทศกาลสีสันบอลรูมนานาชาติ @หาดใหญ่ แสดงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.69=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แสดงความคิดเห็นทุกราย (ร้อยละ 100.00) พพอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 30-ตารางที่ 31)

- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.85 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.85 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.69 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
หาดใหญ่/ สงขลา	86.47
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	1.93
จังหวัดอื่นๆ (เช่น สตูล พัทลุง ภูเก็ต ฯลฯ)	11.60

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	19.55	-	12.50	18.36
25-34 ปี	29.05	50.00	41.67	30.92
35-44 ปี	30.17	50.00	33.32	30.92
45-54 ปี	12.85	-	4.17	11.59
55-64 ปี	6.70	-	4.17	6.28
มากกว่า 64 ปี	1.68	-	4.17	1.93
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	26.26	50.00	25.00	26.57
มากับครอบครัว	68.16	50.00	75.00	68.60
มาคนเดียว	5.58	-	-	4.83
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	97.21	50.00	91.67	95.65
ไม่ทราบ	2.79	50.00	8.33	4.35
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	5.75	-	4.55	5.56
วิทยุ	1.15	-	-	1.01
หนังสือพิมพ์	1.15	-	4.55	1.52
นิตยสาร	0.57	-	-	0.51
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	47.70	100.00	13.64	44.44
แผ่นพับ	1.72	-	-	1.52
อินเทอร์เน็ต	52.87	-	72.73	54.55
จาก Call center 1672 ของ ททท.	1.72	-	-	1.52
เพื่อน/ญาติ	22.41	-	18.18	21.72
อื่นๆ	1.15	-	-	1.01

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	97.71	100.00	100.00	97.99
ไม่น่าสนใจ	2.29	-	-	2.01
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	96.09	25.00	87.50	93.72
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	3.91	75.00	12.50	6.28
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	97.47	11.11	93.72
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	2.53	88.89	6.28
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	89.39	75.00	95.83	89.86
ค่าซื้อสินค้า	8.94	-	12.50	9.18
ค่าเดินทาง	22.91	50.00	45.83	26.09
ค่าที่พัก	-	75.00	4.17	1.93
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.56	-	-	0.48

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	231.81	366.67	269.09	238.60
ค่าซื้อสินค้า	223.75	-	300.00	235.79
ค่าเดินทาง	173.41	2,550.00	297.27	286.67
ค่าที่พัก	-	1,166.67	800.00	1,075.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	100.00	-	-	100.00

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
รูปแบบการจัดงาน	86.44	50.00	83.33	85.37
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	86.36	25.00	91.30	85.71
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	87.50	50.00	91.67	87.25
ความพึงพอใจโดยรวม	92.05	75.00	91.67	91.67

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
รูปแบบการจัดงาน	4.23	3.50	4.25	4.21
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.19	3.25	4.35	4.19
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	4.22	3.50	4.42	4.23
ความพึงพอใจโดยรวม	4.33	4.00	4.42	4.33

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	93.30	100.00	100.00	94.20
ไม่แนะนำ	6.70	-	-	5.80
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	หาดใหญ่/ สงขลา	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	21.23	50.00	20.83	21.74
ไลน์	37.43	75.00	25.00	36.71
เฟซบุ๊ก	59.78	25.00	66.67	59.90
อื่นๆ	8.94	-	16.67	9.66

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ 15 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
มาเลเซีย	27.84
จีน/ สิงคโปร์	7.22
ฟิลิปปินส์/ อินโดนีเซีย	5.18

ตารางที่ 16 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
18-24 ปี	28.95	28.81	28.87
25-34 ปี	34.21	30.51	31.96
35-44 ปี	15.79	23.73	20.62
45-54 ปี	7.89	6.78	7.22
55-64 ปี	5.27	8.47	7.22
มากกว่า 64 ปี	7.89	1.70	4.11
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 17 เหตุผลที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติมาหาดใหญ่ในสัปดาห์ที่จัดงาน

เหตุผลที่มาหาดใหญ่	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มางานบอลรูม	31.58	6.78	16.49
มาเที่ยว	21.05	89.83	62.89
มาทำธุระ	47.37	3.39	20.62
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 18 วิธีการเดินทางมาหาดใหญ่ของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

วิธีการเดินทางมาหาดใหญ่	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มากับทัวร์	7.89	8.47	8.25
มาเอง	92.11	91.53	91.75
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 19 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ทราบ	92.11	84.75	87.63
ไม่ทราบ	7.89	15.25	12.37
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 20 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรทัศน์	-	6.00	3.53
วิทยุ	-	2.00	1.18
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	42.86	64.00	55.29
แผ่นพับ	-	4.00	2.35
อินเทอร์เน็ต	42.86	30.00	35.29
เพื่อน/ญาติ	40.00	14.00	24.71
อื่นๆ	8.57	16.00	12.94

ตารางที่ 21 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
น่าสนใจ	91.89	100.00	96.55
ไม่น่าสนใจ	8.11	-	3.45
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 22 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน

ความตั้งใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ตั้งใจมาร่วมงาน	78.95	89.83	85.57
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	21.05	10.17	14.43
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 23 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	85.88	83.33	85.57
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	14.12	16.67	14.43
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 24 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายในแต่ละหมวด		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	92.11	96.61	94.85
ค่าซื้อสินค้า	23.68	44.07	36.08
ค่าเดินทาง	28.95	67.80	52.58
ค่าที่พัก	10.53	61.02	41.24
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	13.16	5.08	8.25

ตารางที่ 25 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน		ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อคนต่อวัน)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	198.86	377.61	309.61
ค่าซื้อสินค้า	1,250.00	696.15	838.57
ค่าเดินทาง	162.73	324.38	289.51
ค่าที่พัก	625.00	1,069.44	1,025.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4,740.00	733.33	3,237.50

ตารางที่ 26 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไป		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	Domestic Tourist	Tourist	
รูปแบบการจัดงาน	71.05	67.80	69.07
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	72.97	85.96	80.85
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	81.08	75.44	77.66
ความพึงพอใจโดยรวม	89.19	80.70	84.04

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	Domestic Tourist	Tourist	
รูปแบบการจัดงาน	4.11	3.63	3.81
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.08	4.12	4.11
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	4.27	4.00	4.11
ความพึงพอใจโดยรวม	4.30	4.07	4.16

ตารางที่ 28 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
แนะนำ	92.11	79.66	84.54
ไม่แนะนำ	7.89	20.34	15.46
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 29 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรศัพท์	7.89	11.86	10.31
ไลน์	28.95	6.78	15.46
เฟซบุ๊ก	50.00	57.63	54.64
อื่นๆ	26.32	16.95	20.62

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 30 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)			
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	สื่อมวลชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	100.00	100.00	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	100.00	100.00	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	100.00	100.00	100.00	100.00
ความพึงพอใจโดยรวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)			
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	สมาคม/ชมรม	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.67	5.00	4.67	4.85
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	5.00	4.86	4.67	4.85
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	5.00	4.57	4.67	4.69
ความพึงพอใจโดยรวม	4.00	5.00	4.67	4.69

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 สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงานเทศกาลสีสันบอลรูนนานาชาติ @หาดใหญ่ ในแต่ละกลุ่มสรุปได้ดังนี้

- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 210 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 207 ราย
- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 100 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 97 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างชาติ การวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานกลุ่มอื่นๆ รวมถึงการสังเกตการณ์ โดยจำนวนที่สัมภาษณ์แต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะงานและพฤติกรรมของผู้ที่มาร่วมงาน

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

งานเทศกาลสีสันทบอลลูนนานาชาติ @หาดใหญ่

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. ที่อยู่ปัจจุบัน หาดใหญ่/ สงขลา กรุงเทพฯ และปริมณฑล จังหวัดอื่นๆ ระบุ

2. ช่วงอายุของท่าน 18-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี 45-54 ปี 55-64 ปี มากกว่า 64 ปี

3. วันนี้ท่านมาร่วมงานกับใคร มากับเพื่อน มากับครอบครัว มาคนเดียว

4. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลลีลันบอลลูนนานาชาติ @หาดใหญ่ ก่อนมาร่วมงานหรือไม่ และจากสื่อใด

ทราบก่อนมาร่วมงาน จากสื่อ... (สามารถระบุได้มากกว่า 1 ประเภท)

- โทรทัศน์ในประเทศ ช่อง..... วิทยุ สถานี หนังสือพิมพ์ในประเทศ
 นิตยสารในประเทศ โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต/ FB/ IG/ line
 จาก Call center 1672 ของ ททท. เพื่อน/ญาติ อื่นๆ ระบุ

ไม่ทราบมาก่อน มาร่วมงานโดยบังเอิญ

5. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบอลลูน ที่ท่านได้รับมีความน่าสนใจหรือไม่

น่าสนใจ ไม่น่าสนใจ เพราะ

6. วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงานเทศกาลลีลันบอลลูนนานาชาติ @หาดใหญ่ ใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

7. การเดินทางมาที่นี้ในวันนี้ ท่านมีค่าใช้จ่ายในหมวดใดบ้าง และแต่ละหมวดเป็นเงินเท่าใด (สามารถระบุค่าใช้จ่ายประมาณการ)

- ค่าอาหารและเครื่องดื่ม งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
 ค่าซื้อสินค้า งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
 ค่าเดินทาง (ค่ารถโดยสาร หรือค่าน้ำมันรถโดยประมาณ) งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
 ค่าที่พัก งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
 อื่นๆ โปรดระบุ งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน

8. กรุณาให้คะแนนความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ (สามารถ หรือ ✓ หรือ ✗ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
1. การประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน	5	4	3	2	1
2. ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	5	4	3	2	1
3. ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

9. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานนี้หรือไม่

แนะนำ ผ่านทาง โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก อื่นๆ
 ไม่แนะนำ เพราะ

10. ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

.....

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

Country that you come from

1. You are : Domestic tourist (including Doing business / Working (Expat) / Studying / Living in Thailand) Tourist
2. Your age: 18-24 years 25-34 years 35-44 years 45-54 years 55-64 years more than 64 years
3. Purpose of your visit Hatyai this time: To join this festival For holiday To do business
4. Do you come with tour/ agency? Yes No
5. Have you been informed about [International Balloon Festival @Hatyai](#)? And from which sources?

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

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

I never heard about it.

6. Is the [information](#) about [this festival](#) that you received [interesting](#)?
- Yes No because
7. Today do you come here to join this festival [in particular](#)?
- Yes No

8. 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. Information provided in this festival	5	4	3	2	1
2. The interest of activities in this festival	5	4	3	2	1
3. Content presented in this festival	5	4	3	2	1
4. Overall satisfaction	5	4	3	2	1

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

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

11. Your suggestions

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติในภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 22 พฤษภาคม 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. จากการดำเนินงานเทศกาลลีลันบอลลูนานาชาติ @หาดใหญ่ร่วมกับ ททท. ท่านพึงพอใจในประเด็นเหล่านี้ในระดับใด (สามารถ หรือ หรือ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

amazing
ไทยแท้ 

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม

1600 อ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

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