



Krabi Muga Fest 2019

รายงานผลการประเมินราชการกิจกรรมฉบับสมบูรณ์
งานกระบี่มากาเฟส 2019

สรุปผลการประเมินการจัดงานกระป๋องคาเฟส 2019

วันที่จัดงาน	1-3 มีนาคม 2562		
สถานที่จัดงาน	หาดคลองม่วง จังหวัดกระบี่		
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	60,000 คน (94.9367%)	
	ชาวต่างชาติ	3,200 คน (5.0633%)	
	รวม	63,200 คน	
	(จำนวนผู้ร่วมงานเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณ 6.04%)		
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	97.67%	
	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	78.95%	
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	63.49 ล้านบาท	
	ชาวต่างชาติ	11.02 ล้านบาท	
	รวม	74.51 ล้านบาท	
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน		ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
	รูปแบบการจัดงาน	90.19%	93.55%
	ประเภทของกิจกรรม	92.42%	93.68%
	เนื้อหาที่น่าสนใจ	94.20%	95.70%
	ความพึงพอใจโดยรวม	95.69%	95.70%
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	<p>ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติไม่น้อยกว่า 1,500 คน ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมีจำนวน 3,200 คน 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 113.33%)</p> <p>ดัชนีที่ 2 - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติพอใจไม่น้อยกว่า 80% ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติ 95.70% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 15.70%)</p> <p>ดัชนีที่ 3 - ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 70% ผลลัพธ์ - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 97.78% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 27.78%)</p>		

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งานกระป๋องคาเฟ่ 2019

จุดแข็ง (Strengths)

- กระป๋องคาเฟ่กลายเป็นกิจกรรมประจำปีที่สร้างความสนใจให้กับผู้ที่รักในเสียงเพลงได้เป็นอย่างดีทั้งผู้ที่พำนักในจังหวัดกระบี่และจากจังหวัดข้างเคียง
- หน่วยงานท้องถิ่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้ความร่วมมือกับการจัดงานทำให้ภาพลักษณ์ของงานดูดี

จุดอ่อน (Weaknesses)

- การแบ่งโซนจำหน่ายอาหาร-เครื่องดื่มและสินค้าไปยังด้านหลังโรงเรียนทำให้ความน่าสนใจลดลง ผู้ร่วมงานส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจกับร้านค้าที่ตั้งอยู่ด้านหลังของโรงเรียน
- สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถังขยะ มีน้อย
- บางจุดที่จัดงานยังไม่สะอาด-ส่งกลิ่นเหม็น (เช่น บริเวณก้อนหินใกล้ทางเข้างาน) ซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์ของงานดูไม่เป็นนานาชาติ

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- การสร้างเวทีในทะเลเป็นสิ่งที่น่าสนใจและอาจเป็นแห่งแรกของโลก ททท. ควรประชาสัมพันธ์จุดเด่นต่างๆ ที่มีในงาน (ก่อนถึงวันจัดงาน) ให้มีการรับทราบในวงกว้างเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจอยากเดินทางมาร่วมงานมากขึ้น
- เนื่องจากการเดินทางภายในจังหวัดกระบี่ไม่สะดวกเท่าที่ควร ดังนั้น หาก ททท. คาดหวังที่จะเห็นชาวต่างชาติที่พักในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มาร่วมงานมากขึ้นอาจต้องพิจารณาถึงการจัดให้มีรถรับ-ส่งจากจุดที่มีชาวต่างชาติพำนักจำนวนมากมายังบริเวณที่จัดงาน เช่น จากอ่าวนาง เป็นต้น โดยเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในอัตราที่เหมาะสม

อุปสรรค (Threats)

- ไม่มีบริการรถสาธารณะมายังหาดคลองม่วง และการใช้บริการรถแท็กซี่ในจังหวัดกระบี่มีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก กลุ่มที่สนใจแต่ไม่มียานพาหนะเป็นของตนเองอาจตัดสินใจไม่มาร่วมงาน
- สภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่อาจทำให้การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความระมัดระวัง

สารบัญ

บทนำ	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)	1
ผลการศึกษา	2
จำนวนผู้ร่วมงาน	2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	2
ผลการประเมินการจัดงานกระบวนาคาเฟส 2019	2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงานกระบวนาคาเฟส 2019	3
ผู้ร่วมงานชาวไทย	4
ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	5
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	8
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	17
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	18
แบบสอบถามงานกระบวนาคาเฟส 2019	22

สารบัญญตาราง

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	สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก	13
ตารางที่ 16	อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	13
ตารางที่ 17	ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
ตารางที่ 18	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	14
ตารางที่ 19	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน	14
ตารางที่ 20	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	14
ตารางที่ 21	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน	14
ตารางที่ 22	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	15
ตารางที่ 23	การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	15
ตารางที่ 24	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	15
ตารางที่ 25	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	15

สารบัญดาราง (ต่อ)

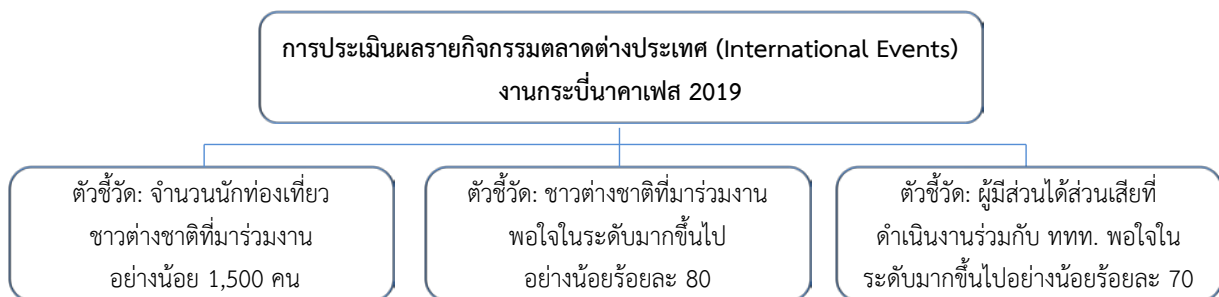
ดารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	16
ดารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	16
ดารางที่ 28 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	16
ดารางที่ 29 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	17
ดารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	17

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม งานกระป๋องคาเฟ่ 2019

บทนำ

“งานกระป๋องคาเฟ่” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจู่ไว้ในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ กลุ่ม International Events เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจในกิจกรรมประเภทนี้เดินทางมาร่วมงาน โดยในปีนี้ได้จัดให้มีกิจกรรมขึ้นในระหว่างวันที่ 1-3 มีนาคม 2562 และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ (International Events)

- * งานสีสั่นแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง
- * เทศกาลตรุษจีน ไซน่าทาวน์เยาวราช และเทศกาลตรุษจีนในภูมิภาค
- * งานกระป๋องคาเฟ่
- * งานไหว้ครูมวยไทยโลก ครั้งที่ 15
- * งานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์
- * งานมหกรรมแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 1-3 มีนาคม 2562

สถานที่จัดงาน: หาดคลองม่วง จังหวัดกระบี่

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงานกระป๋องคาเฟส 2019 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานรวม 63,200 คน จำแนกเป็นชาวไทย 60,000 คน (คิดเป็นร้อยละ 94.9367) และชาวต่างชาติ 3,200 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.0633)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	60,000	94.9367
ชาวต่างชาติ	3,200	5.0633
รวม	63,200	100.00

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานกระป๋องคาเฟส 2019 ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 74.51 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มาร่วมงาน) 51.39 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 23.12 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามสัญชาติของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
63.49	11.02	74.51	51.39	23.12	74.51

➤ เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าจ้างนักแสดง ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงานกระป๋องคาเฟส 2019

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงาน	1,500 คน	3,200 คน	+113.33%	😊
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	อย่างน้อย 80%	95.70%	+15.70%	😊
ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	อย่างน้อย 70%	97.78%	+27.78%	😊

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนาม
งานกระป๋องคาเฟส 2019

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานกระป๋องน้ำคาเฟส 2019 ร้อยละ 80.47 เป็นผู้ที่พำนักในจังหวัดกระบี่ อีกร้อยละ 2.79 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 16.74 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ (อาทิ ภูเก็ต ตรัง) (ตารางที่ 1) ผู้มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานมีอายุอยู่ในช่วง 25-44 ปี (ร้อยละ 54.42) รองลงมาเป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 27.44) สัดส่วนการมาร่วมงานในช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจภาคสนาม พบว่า ชาวไทยที่มาร่วมงานส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัว (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

“กระป๋องน้ำคาเฟส” เป็นกิจกรรมที่มีการจัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายปีและจัดในช่วงเวลาเดิม (กล่าวคือ ปลายเดือนกุมภาพันธ์หรือต้นเดือนมีนาคม) ด้วยเหตุนี้ ชาวไทยที่มาร่วมงานและทราบว่ามีการจัดกิจกรรมนี้ก่อนมาร่วมงานจึงมีสูงถึงร้อยละ 97.67 (ตารางที่ 4) โดยสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดีนอกจากทราบจากการบอกต่อของเพื่อน/ญาติ คือ การทราบจากการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45.24) และทราบจากโปสเตอร์ (ร้อยละ 36.19) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางอื่นๆ แสดงในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงานกระป๋องน้ำคาเฟส ชาวไทยที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 97.62) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) และเกือบทุกรายที่ทราบข่าวการจัดงาน (ร้อยละ 96.67) ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานกิจกรรมนี้ (ตารางที่ 8)




ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงานกระป๋องน้ำคาเฟส 2019 พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวไทยที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 95.69) พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 90.19 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.36 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 92.42 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.38 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 94.20 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.46 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงานกระป๋องน้ำคาเฟส ร้อยละ 94.42 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยช่องทางที่ใช้ในการบอกต่อส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่าน Facebook และ Line

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย																		
อัตราการรับรู้	97.67%	 45.24%  36.19%  34.76%																
อัตราการชื่นชอบ Content	97.62%																	
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	96.67%																	
อัตราความพึงพอใจ		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเด็น</th> <th>ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น</th> <th>ค่าเฉลี่ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การประชาสัมพันธ์</td> <td>90.19%</td> <td>4.36</td> </tr> <tr> <td>ประเภทของกิจกรรม</td> <td>92.42%</td> <td>4.38</td> </tr> <tr> <td>เนื้อหาที่น่าสนใจ</td> <td>94.20%</td> <td>4.46</td> </tr> <tr> <td>ความพึงพอใจโดยรวม</td> <td>95.69%</td> <td>4.53</td> </tr> </tbody> </table>	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย	การประชาสัมพันธ์	90.19%	4.36	ประเภทของกิจกรรม	92.42%	4.38	เนื้อหาที่น่าสนใจ	94.20%	4.46	ความพึงพอใจโดยรวม	95.69%	4.53	
ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย																
การประชาสัมพันธ์	90.19%	4.36																
ประเภทของกิจกรรม	92.42%	4.38																
เนื้อหาที่น่าสนใจ	94.20%	4.46																
ความพึงพอใจโดยรวม	95.69%	4.53																
อัตราการบอกต่อ	94.42%																	

ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานกระป๋องกาแฟ 2019 มีกว่า 30 สัญชาติ ที่พบมาก ได้แก่ ชาวเยอรมัน สหรัฐฯ และรัสเซีย ชาวต่างชาติที่แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.74) เป็นชาวต่างชาติที่เพิ่งเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วงที่มีการจัดงานในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) อีกร้อยละ 25.26 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพื่อการอื่นๆ เช่น เพื่อทำธุรกิจ เพื่อทำงาน และเพื่อศึกษา ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า Domestic Tourist

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 22.11) กลุ่มที่พบมากรองลงมาเป็นกลุ่มวัยเกษียณช่วงอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 21.05) สัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 16 ลักษณะการมาร่วมงานที่พบจากการสำรวจ ส่วนใหญ่นิยมมากับครอบครัว (ตารางที่ 17)

การรับรู้ข่าวสารการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

การให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีของหน่วยงานท้องถิ่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (โดยเฉพาะโรงแรม) ส่งผลให้ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานและทราบมาก่อนว่ามีการจัดงานกระป๋องกาแฟ 2019 มีสูงถึงร้อยละ 78.95 (ตารางที่ 18) โดยส่วนใหญ่ทราบข่าวสารการจัดงานจากการบอกต่อของเพื่อนหรือญาติ (ร้อยละ 58.67) ส่วนสื่ออื่นๆ ที่ให้ผลลัพธ์ได้ดี ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (ร้อยละ 22.67) และโปสเตอร์ (ร้อยละ 9.33) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางอื่นๆ แสดงในตารางที่ 19

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 91.25 กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 19) ส่วนชาวต่างชาติที่ทราบข่าวสารการจัดงานและตั้งใจมาร่วมงานมีประมาณร้อยละ 68.00 (ตารางที่ 22)




ความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

ในภาพรวม ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานกระบวนาคาเฟส 2019 พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 95.70) พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 93.55 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.39 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 93.68 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.49 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 95.70 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 83.16 กล่าวว่า จะเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจให้เพื่อนหรือคนรู้จัก รับทราบผ่านทาง Facebook รองลงมาคือ การเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจโดยตรงให้ผู้อื่นรับทราบ

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ			
อัตราการรับรู้	78.95%	 58.67%  22.67%  9.33%	
อัตราการชื่นชอบ Content	91.25%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	68.00%		
อัตราความพึงพอใจ		ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น
		การประชาสัมพันธ์	93.55%
		ประเภทของกิจกรรม	93.68%
		เนื้อหาที่น่าสนใจ	95.70%
		ความพึงพอใจโดยรวม	95.70%
อัตราการบอกต่อ	83.16%		ค่าเฉลี่ย
			4.39
			4.49
			4.40
			4.52

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงานกระป๋องคาเฟส 2019 ที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. มีจำนวน 45 ราย จำแนกเป็นผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ	6	13.33
ผู้ประกอบการ	23	51.12
หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม	15	33.33
สื่อมวลชน	1	2.22
รวม	45	100.00

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงานกระป๋องคาเฟส 2019 แสดงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.53=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกือบทุกราย (ร้อยละ 97.78) พพอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 29-ตารางที่ 30)

- ❖ ร้อยละ 93.18 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.36 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 95.56 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.60 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
กระบี่	80.47
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	2.79
จังหวัดอื่นๆ (เช่น ตรัง ภูเก็ต)	16.74

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	30.06	33.33	13.89	27.44
25-34 ปี	26.59	16.67	36.11	27.91
35-44 ปี	26.59	16.67	27.78	26.51
45-54 ปี	12.72	33.33	19.44	14.42
55-64 ปี	3.47	-	2.78	3.26
มากกว่า 64 ปี	0.57	-	-	0.46
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	45.09	66.67	44.44	45.58
มากับครอบครัว	54.34	33.33	52.78	53.49
มาคนเดียว	0.57	-	2.78	0.93
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	98.84	83.33	94.44	97.67
ไม่ทราบ	1.16	16.67	5.56	2.33
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	12.87	20.00	-	10.95
วิทยุ	8.19	-	-	6.67
นิตยสาร	4.68	20.00	-	4.29
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	40.94	20.00	14.71	36.19
แผ่นพับ	4.68	-	-	3.81
อินเทอร์เน็ต	47.37	20.00	38.24	45.24
TAT Call Center	1.75	-	2.94	1.90
เพื่อน/ญาติ	31.58	20.00	52.94	34.76
อื่นๆ	2.34	20.00	-	2.38

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	97.66	80.00	100.00	97.62
ไม่น่าสนใจ	2.34	20.00	-	2.38
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	95.95	83.33	88.89	94.42
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	4.05	16.67	11.11	5.58
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	96.67	-	94.42
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	3.33	100.00	5.58
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	90.75	66.67	77.78	87.91
ค่าซื้อสินค้า	32.95	16.67	27.78	31.63
ค่าเดินทาง	41.04	66.67	69.44	46.51
ค่าที่พัก	5.78	66.67	47.22	14.42
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.58	-	-	0.47

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	419.17	1,200.00	703.57	477.83
ค่าซื้อสินค้า	456.14	1,000.00	620.00	488.24
ค่าเดินทาง	284.51	3,787.50	732.00	536.50
ค่าที่พัก	810.00	3,375.00	1,282.35	1,400.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1,000.00	-	-	1,000.00

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	93.02	50.00	83.33	90.19
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	95.27	66.67	83.33	92.42
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	96.97	66.67	86.11	94.20
ความพึงพอใจโดยรวม	97.62	60.00	91.67	95.69

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	4.45	3.67	4.08	4.36
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.44	4.00	4.14	4.38
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	4.53	3.83	4.25	4.46
ความพึงพอใจโดยรวม	4.58	3.80	4.39	4.53

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	94.80	83.33	94.44	94.42
ไม่แนะนำ	5.20	16.67	5.56	5.58
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กระบี่	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	25.43	-	22.22	24.19
ไลน์	35.26	66.67	16.67	33.02
เฟซบุ๊ก	74.57	66.67	80.56	75.35
อื่นๆ	2.89	-	2.78	2.79

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ 15 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
เยอรมนี	11.58
สหรัฐฯ	10.53
รัสเซีย	10.53

ตารางที่ 16 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
18-24 ปี	4.17	9.86	8.42
25-34 ปี	16.67	23.94	22.11
35-44 ปี	8.32	21.13	17.89
45-54 ปี	16.67	21.13	20.00
55-64 ปี	29.17	18.31	21.05
มากกว่า 64 ปี	25.00	5.63	10.53
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 17 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มากับเพื่อน	54.17	32.39	37.89
มากับครอบครัว	37.50	61.97	55.79
มาคนเดียว	8.33	5.64	6.32
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 18 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ทราบ	91.67	74.65	78.95
ไม่ทราบ	8.33	25.35	21.05
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 19 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
หนังสือพิมพ์	9.09	-	2.67
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	18.18	5.66	9.33
อินเทอร์เน็ต	27.27	20.75	22.67
เพื่อน/ญาติ	77.27	50.94	58.67
อื่นๆ เช่น โรงแรม	13.64	33.96	28.00

ตารางที่ 20 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
น่าสนใจ	90.91	91.38	91.25
ไม่น่าสนใจ	9.09	8.62	8.75
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 21 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน

ความตั้งใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ตั้งใจมาร่วมงาน	62.50	50.70	53.68
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	37.50	49.30	46.32
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 22 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	68.00	-	53.68
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	32.00	100.00	46.32
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 23 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายในแต่ละหมวด		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	100.00	94.37	95.79
ค่าซื้อสินค้า	29.17	28.17	28.42
ค่าเดินทาง	20.83	12.68	14.74
ค่าที่พัก	20.83	9.86	12.63
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	2.82	2.11

ตารางที่ 24 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน		ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อคนต่อวัน)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	575.00	510.45	527.47
ค่าซื้อสินค้า	228.57	505.00	433.33
ค่าเดินทาง	320.00	450.00	403.57
ค่าที่พัก	640.00	1,357.14	1,058.33
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	3,000.00	3,000.00

ตารางที่ 25 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไป		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	83.33	97.10	93.55
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	91.67	94.37	93.68
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	91.67	97.10	95.70
ความพึงพอใจโดยรวม	91.67	97.10	95.70

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	4.29	4.42	4.39
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.50	4.49	4.49
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	4.38	4.41	4.40
ความพึงพอใจโดยรวม	4.50	4.52	4.52

ตารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
แนะนำ	91.67	80.28	83.16
ไม่แนะนำ	8.33	19.72	16.84
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 28 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรศัพท์	12.50	12.68	12.63
ไลน์	25.00	8.45	12.63
เฟซบุ๊ก	54.17	45.07	47.37
อื่นๆ	45.83	30.99	34.74

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 29 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)				
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม/ อื่นๆ	สื่อมวลชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	100.00	90.91	93.33	100.00	93.18
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	100.00	100.00	86.67	100.00	95.56
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
ความพึงพอใจโดยรวม	100.00	100.00	93.33	100.00	97.78

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)				
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม/ อื่นๆ	สื่อมวลชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.50	4.27	4.40	5.00	4.36
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	4.67	4.48	4.27	5.00	4.44
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	4.67	4.65	4.53	4.00	4.60
ความพึงพอใจโดยรวม	4.67	4.57	4.40	5.00	4.53

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 สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงานกระป๋องน้ำคาเฟส ในแต่ละกลุ่มสรุปได้ดังนี้

- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 220 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 215 ราย
- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 100 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 95 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างชาติ การวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานกลุ่มอื่นๆ รวมถึงการสังเกตการณ์ โดยจำนวนที่สัมภาษณ์ในแต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะงานและพฤติกรรมของผู้ที่มาร่วมงาน

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale ถูกนำมาใช้ในการออกแบบสอบถามในประเด็นที่สอบถามถึงความพึงพอใจของผู้มาร่วมงาน 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
งานกระป๋องคาเฟส 2019

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. ที่อยู่ปัจจุบัน กระบี่ 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. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งานกระป๋องคาเฟ่ 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. ข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับการแสดงดนตรีในครั้งนี้มีความน่าสนใจหรือไม่

น่าสนใจ ไม่น่าสนใจ เพราะ

6. วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงานกระป๋องคาเฟ่ใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

7. การเดินทางมาที่ในวันนี้ 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	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปานกลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อยสุด
1. การประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูล	5	4	3	2	1
2. ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	5	4	3	2	1
3. ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

9. ถ้ามีการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้อีก ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานหรือไม่

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. Today you come with: Friend(s) Family Come alone
4. Have you been informed about **Krabi Naga Fest** before coming here? 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 others, pls specify.....

I don't know before.

5. Is the **information** about Concert or Show that you received from this event **interesting**?

Yes No because

6. Do you come here to join this event **in particular**?

Yes No

7. 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

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

9. If this event is held again, will you tell your friend(s) or relatives to join this event?

Yes in which channel... Telephone Line Facebook Others,

No because

10. Your suggestions

On behalf of TAT, Centre for International Research and Information would like to thank you for your great contribution.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติในภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 14 มีนาคม 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. จากการดำเนินงานกระป๋องคาเฟส ร่วมกับ 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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณในความร่วมมือนมา ณ โอกาสนี้

amazing
ทึ่งแท้ 

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม

1600 อ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

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