

มหกรรม **ว่าวประเพณี** และ **ว่าวนานาชาติ** จังหวัดสตูล ครั้งที่ **39**



Satun
International Kite
Festival 2019



รายงานผลการประเมินรายการกิจกรรมฉบับสมบูรณ์

สรุปผลการประเมินการจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39

วันที่จัดงาน	22-24 กุมภาพันธ์ 2562	
สถานที่จัดงาน	สนามบินกองทัพอากาศ อำเภอมะนัง จังหวัดสตูล	
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	65,000 คน (95.8702%)
	ชาวต่างชาติ	2,800 คน (4.1298%)
	รวม	67,800 คน
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	97.01%
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	37.73 ล้านบาท
	ชาวต่างชาติ	8.13 ล้านบาท
	รวม	45.86 ล้านบาท
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	
	การประชาสัมพันธ์	89.86%
	ประเภทของกิจกรรม	90.23%
	เนื้อหาที่น่าสนใจ	88.73%
	ความพึงพอใจโดยรวม	89.77%
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	<p>ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่ไม่น้อยกว่า 2,000 คน</p> <p>ผลลัพธ์ - จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่ 7,780 คน 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 289.00%)</p> <p>ดัชนีที่ 2 - ผู้ร่วมงานชาวไทยไม่น้อยกว่า 70% รับรู้ Content หลักของภูมิภาค</p> <p>ผลลัพธ์ - ชาวไทย 85.44% รับรู้ Content หลักของภูมิภาค 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 15.44%)</p>	

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39

จุดแข็ง (Strengths)

- ว่าวที่นำมาแสดงมาจากหลายประเทศ และมีรูปแบบที่หลากหลายช่วยสร้างความสนใจได้เป็นอย่างดี
- กิจกรรมในส่วนที่ ททท. จัดได้เพิ่มสีสันให้กับงานมีความแปลกใหม่
- นอกจากงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ในปีนี้ผู้จัดงานทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมมือกันจัดกิจกรรมอื่นๆ ภายในบริเวณที่จัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ อาทิ การจำหน่ายสินค้า OTOP การจำหน่ายอาหารทะเล ทำให้สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความหลากหลายมากขึ้น

จุดอ่อน (Weaknesses)

- การเดินทางไปจังหวัดสตูลมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงหากต้องการความสะดวกแต่ไม่มียานพาหนะเป็นของตนเองหรือไม่เช่ารถขับเอง
- ร้านค้าที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มไม่สะอาดเท่าที่ควร
- รถสุขาเคลื่อนที่มีน้อยและสกปรกมาก

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติเป็นกิจกรรมที่สร้างความสนใจให้กับชาวสตูลและผู้ที่พักในจังหวัดใกล้เคียงได้ดี ดังนั้น หากต้องการเพิ่มสัดส่วนของผู้ร่วมงานที่เป็นคนนอกพื้นที่ ผู้จัดงานควรจัดให้มีรถรับ-ส่ง จากสนามบินมาถึงที่จัดงานโดยเรียกเก็บค่าบริการในอัตราที่เหมาะสม นอกจากนี้ ควรจัดระเบียบและปรับปรุงร้านค้าให้ดูสะอาด นำรับประทานมากขึ้น เพื่อยกระดับงานให้มีความเป็นนานาชาติ

อุปสรรค (Threats)

- อากาศที่ร้อนจัดอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ลดความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานได้
- สภาพเศรษฐกิจไทยที่ยังอยู่ในช่วงชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

สารบัญ

บทนำ	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)	1
ผลการศึกษา	2
จำนวนผู้ร่วมงาน	2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	2
ผลการประเมินการจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39	2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39	3
ผู้ร่วมงานชาวไทย	4
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	6
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	12
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	13
แบบสอบถามงาน งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39	17

สารบัญญัตราง

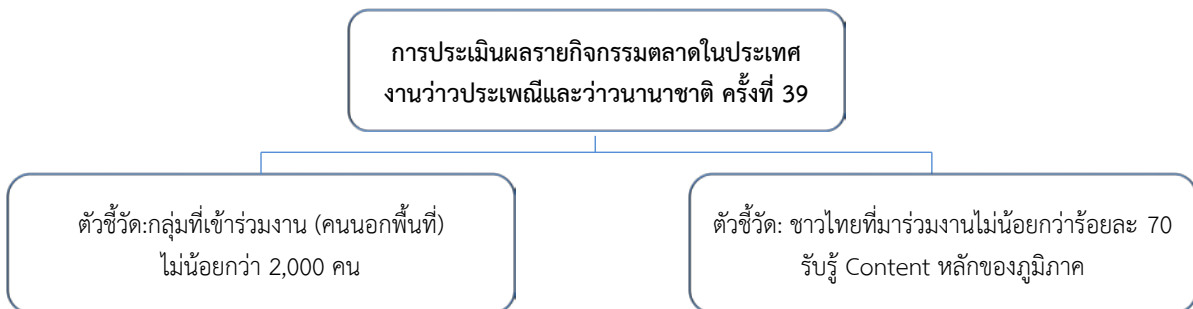
ตารางที่ 1	ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 2	อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 3	ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 4	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 5	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน	8
ตารางที่ 6	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนคติของผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 7	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่	9
ตารางที่ 8	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	9
ตารางที่ 9	การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย	9
ตารางที่ 10	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย	10
ตารางที่ 11	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	10
ตารางที่ 12	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย	10
ตารางที่ 13	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	11
ตารางที่ 14	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	11
ตารางที่ 15	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่ได้รับประสบการณ์ตรงตามแผนงานของ ททท.	11
ตารางที่ 16	คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	12
ตารางที่ 17	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	12

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39

บทนำ

“งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจุกวไว้ในแผนส่งเสริมตลาดในประเทศ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจเที่ยวเมืองรองมากขึ้น โดยในปีนี้นอกจากให้การสนับสนุนการจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 ททท. ยังจัดให้มีกิจกรรมเพิ่มเติมภายในงานเพื่อเพิ่มสีสันและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ที่ได้มาร่วมกิจกรรม และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากชาวไทยที่มาร่วมงาน รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดในประเทศ

- * งาน More Fun @จันทบุรี
- * งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39
- * งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง
- * งานร้อยเอ็ด เจ็ดย่านอาร์ต
- * งานเทศกาลอาหารถิ่น FIN งาน ART
- * งาน Best of Coffee&Tea @Chiangrai

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 22-24 กุมภาพันธ์ 2562

สถานที่จัดงาน: สนามบินกองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดสตูล

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 ในระหว่างวันที่ 22-24 กุมภาพันธ์ 2562 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานประมาณ 67,800 คน จำแนกเป็นชาวไทย 65,000 คน (คิดเป็นร้อยละ 95.8702) และชาวต่างชาติ 2,800 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.1298)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	65,000	95.8702
ชาวต่างชาติ	2,800	4.1298
รวม	67,800	100.00

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 45.86 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้มาร่วมงาน) 31.63 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 14.23 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
37.73	8.13	45.86	31.63	14.23	45.86

หมายเหตุ: เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าสนับสนุนต่างๆ ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่	2,000 คน	7,780 คน	+289.00%	😊
อัตราการรับรู้ Content หลักของภูมิภาค	อย่างน้อย 70%	85.44%	+15.44%	😊

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนาม
งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 88.03 เป็นผู้ที่พักในจังหวัดสตูล อีกร้อยละ 1.28 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 10.69 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เช่น กระบี่ นครศรีธรรมราช (ตารางที่ 1) ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีอายุอยู่ในช่วง 18-24 ปี (ร้อยละ 37.18) กลุ่มที่พบมากรองลงมาเป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 26.50) และช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 18.80) สัดส่วนการร่วมงานช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจลักษณะการมาร่วมงาน พบว่า ไทยนิยมเดินทางมาร่วมงานแบบกลุ่ม (มากับครอบครัวหรือมากับเพื่อน) มากกว่าเดินทางมาร่วมงานเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวสารการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ มีการจัดอย่างต่อเนื่องมาเกือบ 40 ปี ส่งผลให้ชาวไทยที่มาร่วมงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 97.01) ทราบมาก่อนว่ามีการจัดกิจกรรมนี้ สำหรับช่องทางที่เข้าถึงผู้มาร่วมงานได้ดี 3 อันดับแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์/ แผ่นป้าย (ร้อยละ 52.86) การบอกต่อของเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 29.07) และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (ร้อยละ 16.30) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 เกือบทุกราย (ร้อยละ 97.83) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวสารการจัดงานและตั้งใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมนี้มีสูงถึงร้อยละ 96.48 (ตารางที่ 8)




ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้ที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 89.77 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 89.86 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 90.23 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.35 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 88.73 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.35 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 เกือบทุกราย (ร้อยละ 95.30) กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน ซึ่ง Facebook เป็นช่องทางที่นิยมใช้ในการบอกต่อในทุกกลุ่มที่มาร่วมงาน (ทั้งที่พำนักในจังหวัดสตูลและผู้ที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย																		
อัตราการรับรู้	97.01%	 52.86%  29.07%  16.30%																
อัตราการชื่นชอบ Content	97.83%																	
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	96.48%																	
อัตราความพึงพอใจ		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเด็น</th> <th>ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น</th> <th>ค่าเฉลี่ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การประชาสัมพันธ์</td> <td>89.86%</td> <td>4.33</td> </tr> <tr> <td>ประเภทของกิจกรรม</td> <td>90.23%</td> <td>4.35</td> </tr> <tr> <td>เนื้อหาที่น่าสนใจ</td> <td>88.73%</td> <td>4.35</td> </tr> <tr> <td>ความพึงพอใจโดยรวม</td> <td>89.77%</td> <td>4.47</td> </tr> </tbody> </table>	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย	การประชาสัมพันธ์	89.86%	4.33	ประเภทของกิจกรรม	90.23%	4.35	เนื้อหาที่น่าสนใจ	88.73%	4.35	ความพึงพอใจโดยรวม	89.77%	4.47	
ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย																
การประชาสัมพันธ์	89.86%	4.33																
ประเภทของกิจกรรม	90.23%	4.35																
เนื้อหาที่น่าสนใจ	88.73%	4.35																
ความพึงพอใจโดยรวม	89.77%	4.47																
อัตราการบอกต่อ	95.30%																	

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 จำนวน 8 ราย ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ	7	87.50
ผู้ประกอบการ	1	12.50
รวม	8	100.00

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 แสดงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.63=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกรายที่แสดงความคิดเห็นต่างพอใจในระดับมากขึ้นไป (ร้อยละ 100.00) ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 16-ตารางที่ 17)

- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.75 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.63 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
สตูล	88.03
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	1.28
จังหวัดอื่นๆ (เช่น กระบี่ นครศรีธรรมราช)	10.69

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	37.86	-	36.00	37.18
25-34 ปี	26.21	33.33	28.00	26.50
35-44 ปี	19.90	-	12.00	18.80
45-54 ปี	9.71	33.33	16.00	10.68
55-64 ปี	4.85	-	8.00	5.13
มากกว่า 64 ปี	1.47	33.33	-	1.71
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	43.69	33.33	76.00	47.01
มากับครอบครัว	52.91	66.67	24.00	50.00
มาคนเดียว	3.40	-	-	2.99
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	96.60	100.00	100.00	97.01
ไม่ทราบ	3.40	-	-	2.99
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	1.01	-	8.00	1.76
วิทยุ	10.55	-	12.00	10.57
หนังสือพิมพ์	0.50	-	-	0.44
นิตยสาร	1.01	-	-	0.88
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	55.28	-	40.00	52.86
แผ่นพับ	2.51	-	-	2.20
อินเทอร์เน็ต	16.08	-	20.00	16.30
เพื่อน/ญาติ	26.13	100.00	44.00	29.07
อื่นๆ	4.52	-	12.00	5.29

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	98.51	100.00	92.00	97.83
ไม่น่าสนใจ	1.49	-	8.00	2.17
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	94.17	100.00	92.00	94.02
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	5.83	-	8.00	5.98
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	96.48	14.29	94.02
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	3.52	85.71	5.98
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	86.89	100.00	88.00	87.18
ค่าซื้อสินค้า	32.52	33.33	32.00	32.48
ค่าเดินทาง	53.40	100.00	60.00	54.70
ค่าที่พัก	-	33.33	28.00	3.42
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1.46	-	4.00	1.71

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	193.58	283.33	338.64	210.54
ค่าซื้อสินค้า	258.04	350.00	375.00	271.57
ค่าเดินทาง	140.00	800.00	450.67	191.88
ค่าที่พัก	-	500.00	535.71	531.25
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	93.33	-	1,000.00	320.00

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	90.48	66.67	88.00	89.86
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	89.89	66.67	95.83	90.23
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	88.17	66.67	95.83	88.73
ความพึงพอใจโดยรวม	89.36	66.67	95.83	89.77

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	4.36	4.00	4.16	4.33
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.35	4.33	4.42	4.35
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	4.34	4.00	4.42	4.35
ความพึงพอใจโดยรวม	4.45	4.00	4.63	4.47

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	95.63	66.67	96.00	95.30
ไม่แนะนำ	4.37	33.33	4.00	4.70
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	34.95	33.33	32.00	34.62
ไลน์	18.45	33.33	24.00	19.23
เฟซบุ๊ก	60.68	33.33	88.00	63.25
อื่นๆ เช่น เล่าให้ฟัง	4.37	-	-	3.85

ตารางที่ 15 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่ได้รับประสบการณ์ตรงตามแผนงานของ ททท.

ประสบการณ์ที่ได้รับ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สตูล	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
กิจกรรมภายในงานได้สร้างให้เกิด แรงบันดาลใจ	85.90	83.33	82.00	85.44

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 16 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

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

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)		
	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.43	5.00	4.50
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	4.71	5.00	4.75
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	4.71	4.00	4.63
ความพึงพอใจโดยรวม	4.71	4.00	4.63

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

ในการประเมินงานกิจกรรมที่อยู่ในแผนงานตลาดในประเทศ ที่ปรึกษาจะจัดเตรียมแบบสอบถามภาษาไทยสำหรับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ร่วมงานชาวไทย ส่วนจำนวนผู้ร่วมงานที่สำรวจความคิดเห็นในแต่ละกิจกรรมจะถูกปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มที่มาร่วมงานและการให้ความร่วมมือของผู้ร่วมงาน สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 สรุปได้ดังนี้

- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในประเด็นทั่วไปมีทั้งสิ้น 234 ราย ส่วนการสำรวจในประเด็นที่นำมาใช้ตอบตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงานมีจำนวน 324 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทย 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
งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. ที่อยู่ปัจจุบัน สตูล 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. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ 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. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานว่าวที่ท่านได้รับมีความน่าสนใจ/ มีความแปลกใหม่หรือไม่

น่าสนใจ ไม่น่าสนใจ เพราะ

6. วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติใช่หรือไม่

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	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด
1. การประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน	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. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานนี้หรือไม่

แนะนำ ผ่านทาง โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก อื่นๆ
 ไม่แนะนำ เพราะ

10. ความประทับใจหรือประสบการณ์ใดบ้างที่ท่านได้รับจากการมาร่วมกิจกรรมในวันนี้ (กรุณาเลือกเพียงข้อเดียว)

- กิจกรรมภายในงานมีความแปลกใหม่ กิจกรรมภายในงานได้สร้างให้เกิดแรงบันดาลใจ
 ได้เห็นถึงการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย กิจกรรมภายในงานสะท้อนให้เห็นถึงการส่งต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น

11. ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติใน ภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 4 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. จากการดำเนินงานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39 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 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