



ชุมชนริมน้ำจันทบุรี



1 ทางเข้าชุมชนตลาดเก่าริมน้ำจันทบุรี
หัวสะพานวัดจันทน์



2 หน้าผาเจ้าด้วเข้าเอื้อง

คุณอยู่ที่นี้



3 ทำหน้าที่ผาเจ้าด้วเข้าเอื้อง



4 ผาเจ้า คชาดอ่าง



5 บ้านเลขที่ 53
บ้านพระชาวิชชาธิบดี
(แบน บุญนาค)



งานบุษาคาวา
วัดเขตร์นาบุญญาราม

รายงานผลการประเมินราชภัฏจันทรเกษม

งาน More Fun @จันทบุรี

สรุปผลการประเมินการจัดงาน More Fun @จันทบุรี

วันที่จัดงาน	15-24 กุมภาพันธ์ 2562	
สถานที่จัดงาน	ชุมชนริมน้ำจันทบูร อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี	
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	17,980 คน (98.7912%)
	ชาวต่างชาติ	220 คน (1.2088%)
	รวม	18,200 คน
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	56.78%
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	12.22 ล้านบาท
	ชาวต่างชาติ	0.30 ล้านบาท
	รวม	12.52 ล้านบาท
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	
	การประชาสัมพันธ์	75.11%
	ประเภทของกิจกรรม	79.45%
	เนื้อหาที่น่าสนใจ	79.09%
	ความพึงพอใจโดยรวม	83.64%
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	<p>ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่ไม่น้อยกว่า 5,000 คน ผลลัพธ์ - จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่ 7,398 คน 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 47.96%)</p> <p>ดัชนีที่ 2 - ผู้ร่วมงานชาวไทยไม่น้อยกว่า 70% รับรู้ Content หลักของภูมิภาค ผลลัพธ์ - ชาวไทย 63.35% รับรู้ Content หลักของภูมิภาค 😞 (ต่ำกว่าเป้าหมาย 6.65%)</p>	

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งาน More Fun @จันทบุรี

จุดแข็ง (Strengths)

- ชุมชนริมน้ำจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี
- ในบริเวณใกล้เคียงชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีจุดที่สามารถสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อาทิ ตลาดค้าพลอย วัดเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาบรรทัด ซึ่งเป็นสถานที่ที่จัดงานบูชาดาวนพเคราะห์

จุดอ่อน (Weaknesses)

- การประชาสัมพันธ์ข่าวการจัดงานเป็นไปอย่างกระชั้นชิด ฝ่ายประชาสัมพันธ์พบเห็นได้น้อย
- กิจกรรมภายในงานไม่โดดเด่นและมีน้อยมาก
- ในสัปดาห์ที่จัดงานไม่มีการจัดระเบียบจราจรถนนภายในชุมชนริมน้ำจันทบุรี การสัญจรไปมาของยานพาหนะทำให้เกิดควันจากท่อไอเสีย ส่งผลให้ผู้ที่ไม่ผ่านเข้ามาไม่ได้ให้ความสนใจกับกิจกรรมที่ ททท. จัดไว้เท่าที่ควร
- กิจกรรมที่มีในงาน More Fun @จันทบุรี จะสวยงามในช่วงค่ำซึ่งไม่ตรงกับช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวแวะมาเยือนชุมชนริมน้ำจันทบุรีซึ่งส่วนใหญ่จะมาช่วงเช้าถึงบ่าย

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- ช่วงเวลาที่จัดงาน More Fun @จันทบุรี เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดจันทบุรีทั้งในกลุ่มที่ศรัทธาในพระพุทธศาสนา กลุ่มที่เชื่อในเรื่องการทำบุญสะเดาะเคราะห์ และกลุ่มที่สนใจในการเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้น การจัดกิจกรรมเพิ่มเติมจะช่วยเพิ่มสีสันให้กับชุมชนจันทบุรีรวมถึงจังหวัดจันทบุรีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ททท. ควรประชาสัมพันธ์ให้ทราบในวงกว้างมากขึ้น และควรจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลาย และมี Gimmick ที่สร้างความสนใจได้มากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายหรืออยู่พักนานวันขึ้น

อุปสรรค (Threats)

- สภาพเศรษฐกิจไทยที่ยังอยู่ในช่วงชะลอตัว อาจส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

สารบัญ

บทนำ	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)	1
ผลการศึกษา	2
จำนวนผู้ร่วมงาน	2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	2
ผลการประเมินการจัดงาน More Fun @จันทบุรี	2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงาน More Fun @จันทบุรี	3
ผู้ร่วมงานชาวไทย	4
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	6
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	12
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	13
แบบสอบถามงาน งาน More Fun @จันทบุรี	17

สารบัญตาราง

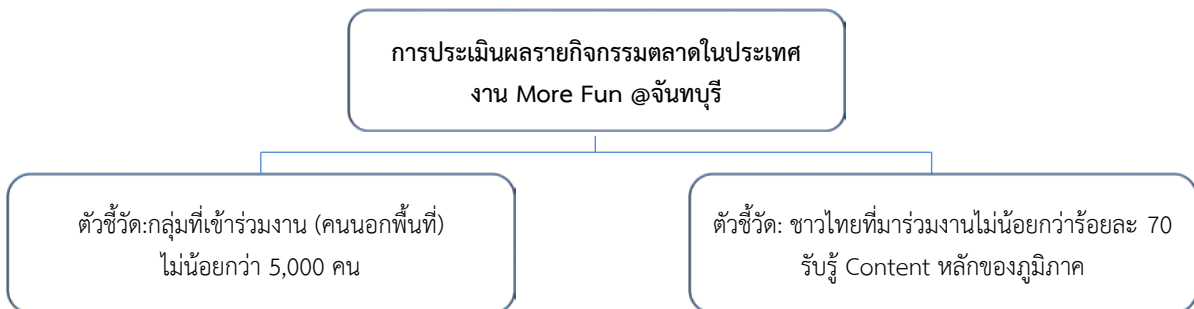
ตารางที่ 1	ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 2	อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 3	ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 4	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 5	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน	8
ตารางที่ 6	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนคติของผู้ร่วมงานชาวไทย	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 งาน More Fun @จันทบุรี

บทนำ

“งาน More Fun @จันทบุรี” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรลุไว้ในแผนส่งเสริมตลาดในประเทศ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น โดยในปีนี้ ททท. ได้จัดงาน More Fun @จันทบุรี ณ บริเวณชุมชนริมน้ำจันทบูร อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในระหว่างวันที่ 15-24 กุมภาพันธ์ 2562 และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากชาวไทยที่มาร่วมงาน รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษานี้จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดในประเทศ

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

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 15-24 กุมภาพันธ์ 2562

สถานที่จัดงาน: ชุมชนริมน้ำจันทบุรี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงาน More Fun @จันทบุรี ในระหว่างวันที่ 15-24 กุมภาพันธ์ 2562 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานประมาณ 18,200 คน จำแนกเป็นชาวไทย 17,980 คน (คิดเป็นร้อยละ 98.7912) และชาวต่างชาติ 220 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.2088)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	17,980	98.7912
ชาวต่างชาติ	220	1.2088
รวม	18,200	100.00

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

ค่าใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงาน More Fun @จันทบุรี ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 12.52 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มาร่วมงาน) 8.64 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 3.88 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
12.22	0.30	12.52	8.64	3.88	12.52

หมายเหตุ: เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าสนับสนุนต่างๆ ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงาน More Fun @จันทบุรี

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่	5,000 คน	7,398 คน	+47.96%	😊
อัตราการรับรู้ Content หลักของภูมิภาค	อย่างน้อย 70%	63.35%	-6.65%	😞

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญจากภาคสนาม
งาน More Fun @จันทบุรี

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงาน More Fun @จันทบุรี ร้อยละ 52.54 เป็นผู้ที่พำนักในจังหวัดจันทบุรี อีกร้อยละ 22.88 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 24.58 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เช่น ตราด เชียงราย (ตารางที่ 1) ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีอายุอยู่ในช่วง 18-24 ปี (ร้อยละ 34.32) กลุ่มที่พบมากรองลงมาเป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 30.51) และช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 22.46) สัดส่วนการร่วมงานช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจลักษณะการมาร่วมงาน พบว่า ไทยนิยมเดินทางมาร่วมงานแบบกลุ่ม (มากับเพื่อนหรือมากับครอบครัว) มากกว่าเดินทางมาร่วมงานเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

งาน More Fun @จันทบุรี เป็นกิจกรรมที่เพิ่งจัดขึ้นในปีแรก อีกทั้ง การประชาสัมพันธ์ยังเป็นไปอย่างกระชั้นชิด ส่งผลให้ผู้ที่ทราบข่าวการจัดงานกิจกรรมนี้ก่อนมาร่วมงานมีเพียงร้อยละ 56.78 สำหรับช่องทางที่ทำให้ผู้มาร่วมงานทราบข่าวการจัดงานได้มาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (ร้อยละ 41.04) การบอกต่อของเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 32.84) และการประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์/แผ่นป้าย (ร้อยละ 24.63) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์การจัดงาน More Fun @จันทบุรี ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 95.76 กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวการจัดงานและตั้งใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมนี้มีประมาณร้อยละ 76.12 (ตารางที่ 7-ตารางที่ 8)




ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงาน More Fun @จันทบุรี พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19=พอใจในระดับมาก) ผู้ที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 83.64 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 75.11 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 79.45 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 79.09 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงาน More Fun @จันทบุรี ร้อยละ 88.56 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน ซึ่ง Facebook เป็นช่องทางที่นิยมใช้ในการบอกต่อในทุกกลุ่มที่มาร่วมงาน (ทั้งที่พำนักในจังหวัดจันทบุรีและผู้ที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย			
อัตราการรับรู้	56.78%	 41.04%  32.84%  24.63%	
อัตราการใช้ชอบ Content	95.76%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	76.12%		
อัตราความพึงพอใจ	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย
	การประชาสัมพันธ์	75.11%	4.05
	ประเภทของกิจกรรม	79.45%	4.05
	เนื้อหาที่น่าสนใจ	79.09%	4.11
	ความพึงพอใจโดยรวม	83.64%	4.19
อัตราการบอกต่อ	88.56%		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงาน More Fun @จันทบุรี จำนวน 14 ราย ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
ผู้ประกอบการ	7	50.00
หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม	7	50.00
รวม	14	100.00

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงาน More Fun @จันทบุรี แสดงความพึงพอใจในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.93=พอใจในระดับมาก) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 64.29 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 16-ตารางที่ 17)

- ❖ ร้อยละ 64.29 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากับ พพอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 64.29 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.79 เท่ากับ พพอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 78.57 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากับ พพอใจในระดับมาก)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
จันทบุรี	52.54
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	22.88
จังหวัดอื่นๆ (เช่น ตราด เชียงราย กาญจนบุรี)	24.58

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	34.68	31.48	36.21	34.32
25-34 ปี	28.23	40.74	25.86	30.51
35-44 ปี	20.97	20.38	27.59	22.46
45-54 ปี	10.48	3.70	6.90	8.05
55-64 ปี	2.42	3.70	3.44	2.97
มากกว่า 64 ปี	3.22	-	-	1.69
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	41.13	59.26	65.52	51.27
มากับครอบครัว	46.77	33.33	31.03	39.83
มาคนเดียว	12.10	7.41	3.45	8.90
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	64.52	50.00	46.55	56.78
ไม่ทราบ	35.48	50.00	53.45	43.22
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	3.75	11.11	14.81	7.46
วิทยุ	1.25	3.70	-	1.49
หนังสือพิมพ์	1.25	-	3.70	1.49
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	30.00	11.11	22.22	24.63
แผ่นพับ	1.25	-	-	0.75
อินเทอร์เน็ต	35.00	55.56	44.44	41.04
TAT Call Centre	-	3.70	-	0.75
เพื่อน/ญาติ	38.75	18.52	29.63	32.84
อื่นๆ	2.50	3.70	11.11	4.48

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	95.16	94.44	98.28	95.76
ไม่น่าสนใจ	4.84	5.56	1.72	4.24
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	56.45	27.78	31.03	43.64
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	43.55	72.22	68.97	56.36
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	76.12	0.98	43.64
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	23.88	99.02	56.36
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	70.97	87.04	79.31	76.69
ค่าซื้อสินค้า	20.97	31.48	37.93	27.54
ค่าเดินทาง	25.81	57.41	48.28	38.56
ค่าที่พัก	2.42	55.56	37.93	23.31
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	2.42	7.41	12.07	5.93

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	204.55	464.89	491.63	345.11
ค่าซื้อสินค้า	311.15	729.41	1,186.36	716.77
ค่าเดินทาง	96.56	586.13	1,161.43	590.99
ค่าที่พัก	916.67	1,376.33	1,208.18	1,284.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	513.33	750.00	2,200.00	1,424.29

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	77.31	70.59	74.51	75.11
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	82.05	70.59	82.35	79.45
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	81.36	72.55	80.39	79.09
ความพึงพอใจโดยรวม	86.44	76.47	84.31	83.64

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	4.13	3.88	4.04	4.05
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.12	3.86	4.10	4.05
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	4.16	3.96	4.14	4.11
ความพึงพอใจโดยรวม	4.28	3.96	4.20	4.19

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	91.13	87.04	84.48	88.56
ไม่แนะนำ	8.87	12.96	15.52	11.44
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	29.84	1.85	18.97	20.76
ไลน์	37.90	31.48	39.66	36.86
เฟสบุ๊ก	54.84	61.11	63.79	58.47
อื่นๆ	3.23	3.70	-	2.54

ตารางที่ 15 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่ได้รับประสบการณ์ตรงตามแผนงานของ ททท.

ประสบการณ์ที่ได้รับ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	จันทบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
รู้สึกสนุกสนาน/ เพิ่มสีสันให้กับชีวิต	62.90	58.33	68.97	63.35

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 16 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)		
	ภาคเอกชน	หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม/ อื่นๆ	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	57.14	71.43	64.29
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	71.43	57.14	64.29
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	85.71	71.43	78.57
ความพึงพอใจโดยรวม	71.43	57.14	64.29

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)		
	ภาคเอกชน	หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม/ อื่นๆ	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	3.86	4.29	4.07
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	3.71	3.86	3.79
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	4.29	3.86	4.07
ความพึงพอใจโดยรวม	3.71	4.14	3.93

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 สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงาน More Fun @จันทบุรี สรุปได้ดังนี้

- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในประเด็นทั่วไปมีทั้งสิ้น 236 ราย ส่วนการสำรวจในประเด็นที่นำมาใช้ตอบตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงานมีจำนวน 316 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
งาน More Fun @จันทบุรี

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. ที่อยู่ปัจจุบัน จันทบุรี 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. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งานกิจกรรมที่จัดในบริเวณนี้ 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. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมในงานนี้ที่ท่านได้รับมีความน่าสนใจหรือไม่

น่าสนใจ ไม่น่าสนใจ เพราะ

6. วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมกิจกรรมที่จัดในบริเวณนี้ใช่หรือไม่

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. ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน	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)

- เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน/ เพิ่มสีสันให้กับชีวิต กิจกรรมภายในงานบอกเล่าวัฒนธรรมผ่านวิถีชีวิตท้องถิ่น
 ได้เห็นถึงการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย กิจกรรมภายในงานสะท้อนให้เห็นถึงการส่งต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น

11. ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติในภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 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. จากการดำเนินงาน More Fun @จันทบุรี 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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

amazing
ไทยแท้ 

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม

1600 อ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

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