AMAZING THAILAND
COUNTDOWN
2019

รายงานผลการประเมินรายกิจกรรมฉบับสมบูรณ์

The Centre for International Research and Information

สรุปผลการประเมินการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

วันที่จัดงาน	1-31 ธันวาคม 2561		
สถานที่จัดงาน	นครพนม (1 พื้นที่) กรุงเทพมหานคร (5 พื้นที่)		
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	670,100 คน (87.5948%)	
	ชาวต่างชาติ	94,900 คน (12.4052%)	
	รวม	**765,000 คน**	
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	91.04%	
	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	62.00%	
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	2,090.10 ล้านบาท	
	ชาวต่างชาติ	532.49 ล้านบาท	
	รวม	**2,622.59 ล้านบาท**	
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน		**ชาวไทย**	**ชาวต่างชาติ**
	รูปแบบการจัดงาน	88.03%	69.00%
	ประเภทของกิจกรรม	83.78%	89.00%
	เนื้อหาที่นำเสนอ	85.33%	85.00%
	ความพึงพอใจโดยรวม	88.03%	88.00%
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	**ดัชนีที่ 1 -** จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติไม่น้อยกว่า 60,000 คน **ผลลัพธ์ –** (ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรวมทุกพื้นที่ 94,900 คน) ☺ (สูงกว่าเป้าหมาย 58.17%) **ดัชนีที่ 2** - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติพอใจไม่น้อยกว่า 80% **ผลลัพธ์ -** ชาวต่างชาติ 88.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป ☺ (สูงกว่าเป้าหมาย 8.00%) **ดัชนีที่ 3** – ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 70% **ผลลัพธ์ –** ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 84.21% พอใจในระดับมากขึ้นไป ☺ (สูงกว่าเป้าหมาย 14.21%)		

หมายเหตุ: อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานและความพึงพอใจจากการร่วมงานเป็นข้อมูลที่สำรวจจากผู้ที่มาร่วมงาน Countdown 2019 @นครพนม

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

จุดแข็ง (Strengths)

- ททท. ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมในเมืองรองมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกและเกิดการกระจายพื้นที่มากขึ้น
- งาน Countdown ในแต่ละพื้นที่มีจุดเด่นที่แตกต่างกันไป รวมถึงบางแห่งมีการจัดกิจกรรมมากกว่า 1 วัน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมงานได้หลายพื้นที่
- ภาคเอกชนให้ความสำคัญกับเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ทำให้มีการตกแต่งสถานที่รวมถึงจัดกิจกรรมร่วมด้วย ส่งผลให้บรรยากาศในเดือนธันวาคมมีความคึกคักมากขึ้น

จุดอ่อน (Weaknesses)

- การประชาสัมพันธ์ข่าวการจัดงานในบางพื้นที่เป็นไปอย่างกระชั้นชิดและไม่แพร่หลาย ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ทราบข่าว
- การประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างประเทศพบเห็นได้น้อยมากในหลายพื้นที่ แม้การนับถอยหลังจะเป็นกิจกรรมที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาร่วมงานไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมอื่นๆ ที่มีในบริเวณงาน
- การตกแต่งสถานที่ในบางจุดไม่โดดเด่นและอาจทำให้เกิดอันตรายกับผู้ขับขี่ยานพาหนะได้

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- งาน Countdown @นครพนม ทำให้บรรยากาศในจังหวัดนครพนมคึกคักกว่าปีที่ผ่านๆ มา และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวไทยจากต่างถิ่น รวมถึงชาว สปป.ลาว มาร่วมงานมากขึ้น
- งาน Countdown ที่จัดขึ้นในกรุงเทพฯ เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการเผยแพร่ไปทั่วโลก ซึ่งจะเป็นโอกาสที่ทำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักประเทศไทยมากขึ้น และเกิดความสนใจเดินทางมาเยือนประเทศไทย

อุปสรรค (Threats)

- งาน Countdown เป็นกิจกรรมที่มีการจัดในหลายประเทศ ซึ่งล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ กิจกรรมที่จัดในหลายประเทศมีความยิ่งใหญ่สร้างความสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจและเดินทางไปร่วมงาน
- อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในปี 2561 ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเสียชีวิตหลายราย ส่งให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนน้อยกว่าปีก่อน
- สภาพเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวอาจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

จำนวนผู้ร่วมงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

ณ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562

งานกิจกรรม	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)			มูลค่าเงินหมุนเวียน (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
Countdown 2019 @นครพนม	38,500	1,500	40,000	43.31	19.49	62.80
Amazing Thailand Countdown @IconSiam	96,000	24,000	120,000	380.97	171.44	552.41
Amazing Thailand Lighting Festival 2019 @Ratchaprasong	135,000	20,000	155,000	361.98	162.89	524.87
งาน Siam Street World Competition 2018	117,600	2,400	120,000	162.21	73.00	235.21
Bangkok Countdown 2018 @Central World	153,000	17,000	170,000	389.34	175.20	564.54
Festive & New Year Celebration (Emporiem)	130,000	30,000	160,000	470.87	211.89	682.76
รวม	**670,100**	**94,900**	**765,000**	**1,808.68**	**813.91**	**2,622.59**

หมายเหตุ:

1. จำนวนผู้ร่วมงาน Countdown 2019 @NakhonPanom มาจากการสำรวจของศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ ส่วนพื้นที่อื่นๆ มาจาก ททท.
2. จำนวนผู้ร่วมงานข้างต้นไม่นับรวมผู้ที่ไปร่วมงาน Countdown ที่จัดในอำเภอ/ จังหวัดอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุข้างต้น
3. การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานพื้นที่นครพนมมาจากการสำรวจภาคสนาม ส่วนการใช้จ่ายของพื้นที่อื่นๆ เป็นการเฉลี่ยการใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการสำรวจภาคสนามในปีนี้และในอดีตปรับด้วยการใช้จ่ายของนักทัศนาจรและนักท่องเที่ยวที่สำรวจโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สารบัญ

บทนำ 1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์) 1
ผลการศึกษา 2
จำนวนผู้ร่วมงาน 2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ 2
ผลการประเมินการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 4
ผู้ร่วมงานชาวไทย 5
ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 6
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. 8
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย 9
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 13
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. 17
กรอบแนวคิดในการประเมินผล 18
แบบสอบถามงาน งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 22

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย 9
ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย 9
ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย 9
ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย 10
ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน 10
ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย 10
ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่ 11
ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน 11
ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย 11
ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย 11
ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป 12
ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย 12
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

สารบัญตาราง (ต่อ)

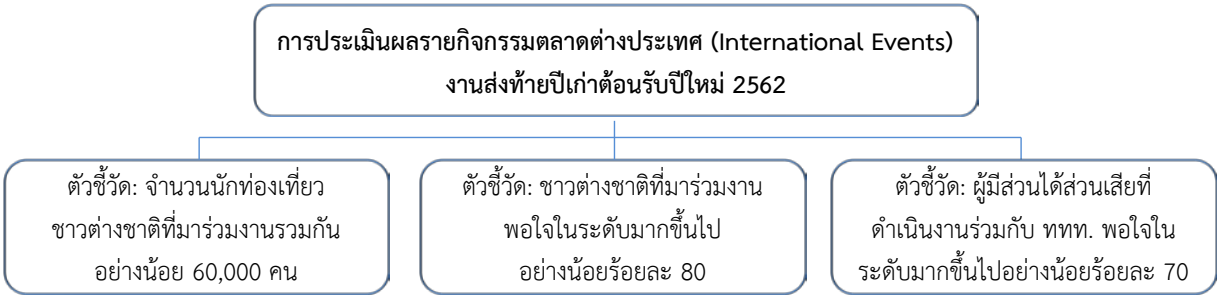
ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 16
ตารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน 16
ตารางที่ 28 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน 16
ตารางที่ 29 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ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

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม
งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

บทนำ

"งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562" เป็นกิจกรรมหนึ่งที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจุไว้ในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ในกลุ่ม International Events เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจในกิจกรรมประเภทนี้เดินทางมาร่วมงาน โดยในปีนี้ได้มีการจัดกิจกรรม/ สนับสนุนการจัดกิจกรรมในระหว่างวันที่ 1-31 ธันวาคม 2561 และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ที่มาร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ (International Events)

- งานสีสันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง
- งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562
- เทศกาลตรุษจีน ไชน่าทาวน์เยาวราช และเทศกาลตรุษจีนในภูมิภาค
- งานกระบี่นาคาเฟส
- งานไหว้ครูมวยไทยโลก ครั้งที่ 15
- งานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์
- การแข่งขันมหกรรมจักรยานทางไกลประเทศไทย 2562

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 1-31 ธันวาคม 2561

สถานที่จัดงาน: จังหวัดนครพนม (1 พื้นที่) และกรุงเทพมหานคร (5 พื้นที่)

จำนวนผู้ร่วมงาน

งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1-31 ธันวาคม 2561 รวม 6 พื้นที่ มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานประมาณ 765,000 คน จำแนกเป็นชาวไทย 670,100 คน (คิดเป็นร้อยละ 87.5948) และชาวต่างชาติ 94,900 คน (คิดเป็นร้อยละ 12.4052)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	670,100	87.5948
ชาวต่างชาติ	94,900	12.4052
รวม	**765,000**	**100.00**

หมายเหตุ รายละเอียดจำนวนผู้ร่วมงานในแต่ละพื้นที่แสดงไว้ในตารางหน้าถัดไป

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 รวม 6 พื้นที่ ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 2,622.59 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มาร่วมงาน) 1,808.68 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 813.91 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามสัญชาติของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	**ชาวต่างชาติ**	**รวม**	**ทางตรง**	**ทางอ้อม**	**รวม**
2,090.10	532.49	2,622.59	1,808.68	813.91	2,622.59

- เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าจ้างนักแสดง ฯลฯ)
- เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ผลการประเมินการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงาน	60,000 คน	94,900 คน	+58.17%	☺
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	อย่างน้อย 80%	88.00%	+8.00%	☺
ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	อย่างน้อย 70%	84.21%	+14.21%	☺

จำนวนผู้ร่วมงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

ณ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562

งานกิจกรรม	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)			มูลค่าเงินหมุนเวียน (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
Countdown 2019 @นครพนม	38,500	1,500	40,000	43.31	19.49	62.80
Amazing Thailand Countdown @IconSiam	96,000	24,000	120,000	380.97	171.44	552.41
Amazing Thailand Lighting Festival 2019 @Ratchaprasong	135,000	20,000	155,000	361.98	162.89	524.87
งาน Siam Street World Competition 2018	117,600	2,400	120,000	162.21	73.00	235.21
Bangkok Countdown 2018 @Central World	153,000	17,000	170,000	389.34	175.20	564.54
Festive & New Year Celebration (Emporiem)	130,000	30,000	160,000	470.87	211.89	682.76
รวม	**670,100**	**94,900**	**765,000**	**1,808.68**	**813.91**	**2,622.59**

หมายเหตุ:

1. จำนวนผู้ร่วมงาน Countdown 2019 @NakhonPanom มาจากการสำรวจของศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ ส่วนพื้นที่อื่นๆ มาจาก ททท.
2. จำนวนผู้ร่วมงานข้างต้นไม่นับรวมผู้ที่ไปร่วมงาน Countdown ที่จัดในอำเภอ/ จังหวัดอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุข้างต้น
3. การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานพื้นที่นครพนมมาจากการสำรวจภาคสนาม ส่วนการใช้จ่ายของพื้นที่อื่นๆ เป็นการเฉลี่ยการใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการสำรวจภาคสนามในปีนี้และในอดีตปรับด้วยการใช้จ่ายของนักทัศนาจรและนักท่องเที่ยวที่สำรวจโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนาม
งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

ผู้ร่วมงานชาวไทย[1]

ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 67.16 เป็นผู้ที่พำนักในจังหวัดนครพนม อีกร้อยละ 12.31 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 20.53 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เช่น ขอนแก่น บึงกาฬ (ตารางที่ 1) ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีอายุอยู่ในช่วง 18-24 ปี (ร้อยละ 32.84) รองลงมาเป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 26.12) และช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 21.64) สัดส่วนการมาร่วมงานในช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ผลการสำรวจภาคสนามพบว่า ผู้ร่วมงานชาวไทยนิยมเดินทางมาร่วมงานแบบกลุ่ม กล่าวคือ เดินทางมาพร้อมกับครอบครัวหรือมากับเพื่อนมากกว่าเดินทางมาร่วมงานเองเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอ และความตั้งใจมาร่วมงาน

งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่เป็นกิจกรรมที่มีการจัดต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้ผู้ที่ทราบว่ามีการจัดงานนี้มีสูงถึงร้อยละ 91.04 สำหรับช่องทางที่ชาวไทยส่วนใหญ่ที่มาร่วมงานทราบข่าวการจัดกิจกรรมในปีนี้ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ การบอกต่อของเพื่อน/ ญาติ และทราบจากโปสเตอร์/ แผ่นป้าย ส่วนการรับรู้ผ่านช่องทางอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์งาน Countdown 2019 @นครพนม ผู้ที่ทราบเกือบทุกราย (ร้อยละ 97.96) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) ในขณะที่ชาวไทยที่ทราบข่าวการจัดงานและตั้งใจเดินทางมาร่วมงานกิจกรรมนี้มีประมาณร้อยละ 82.38 (ตารางที่ 8)

ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงาน Countdown 2019 @นครพนม พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.44=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้ที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 88.03 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ร้อยละ 88.03 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 83.78 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.31 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 85.33 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.41 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

[1] ข้อมูลที่นำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม “งาน Countdown 2019 @นครพนม” ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ ททท. ได้คัดเลือกให้เป็นตัวแทนในการประเมินผลการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงาน Countdown 2019 @นครพนม ร้อยละ 90.30 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยช่องทางที่ใช้ในการบอกต่อส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่าน Facebook

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย			
อัตราการรับรู้	91.04%	60.66% 38.52% 21.31%	
อัตราการชื่นชอบ Content	97.96%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	82.38%		
อัตราความพึงพอใจ	**ประเด็น**	**ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น**	**ค่าเฉลี่ย**
	การประชาสัมพันธ์	88.03%	4.33
	ประเภทของกิจกรรม	83.78%	4.31
	เนื้อหาที่นำเสนอ	85.33%	4.41
	ความพึงพอใจโดยรวม	88.03%	4.44
อัตราการบอกต่อ	90.30%		

ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 มีมากกว่า 30 สัญชาติ ที่พบมาก ได้แก่ ชาวอินเดีย สหรัฐฯ และอังกฤษ ชาวต่างชาติที่แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.00) เป็นชาวต่างชาติที่เพิ่งเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วงที่มีการจัดงานในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) อีกร้อยละ 39.00 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพื่อการอื่นๆ เช่น เพื่อทำธุรกิจ เพื่อทำงาน และเพื่อศึกษา ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า Domestic Tourist

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 47.00) และช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 19.00) สัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 16 ลักษณะการมาร่วมงานที่พบจากการสำรวจ ส่วนใหญ่นิยมมากับเพื่อน (ร้อยละ 44.00) และครอบครัว (ร้อยละ 42.00) (ตารางที่ 17)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอ และความตั้งใจมาร่วมงาน

แม้ว่างานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 จะมีการจัดอย่างต่อเนื่องทุกปี แต่ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เพิ่งเดินทางมาเยือนประเทศไทย ส่งผลให้ผู้ที่ทราบข่าวการจัดงานก่อนมาร่วมงานที่คำนวณในภาพรวมมีเพียงร้อยละ 62.00 (ตารางที่ 18) โดยส่วนใหญ่ทราบจากการบอกต่อของเพื่อนหรือญาติ รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 19

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานทุก 9 ใน 10 ราย (ตารางที่ 20) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ อย่างไรก็ตาม ชาวต่างชาติที่ทราบข่าวและตั้งใจมาร่วมงานนี้มีเพียงร้อยละ 74.19 ส่วนมากเป็นกลุ่ม Domestic Tourist มากกว่ากลุ่ม Tourist (ตารางที่ 21-22)

ความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 88.00 พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ร้อยละ 69.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 3.76 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ร้อยละ 89.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.42 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 85.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.29 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 85.00 กล่าวว่า จะเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจให้เพื่อนหรือคนรู้จักรับทราบผ่านทาง Facebook รองลงมาคือ การเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจโดยตรง

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ			
อัตราการรับรู้	62.00%	45.16% 29.03% 24.19%	
อัตราการชื่นชอบ Content	90.63%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	74.19%		
อัตราความพึงพอใจ	**ประเด็น**	**ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น**	**ค่าเฉลี่ย**
	การประชาสัมพันธ์	69.00%	3.76
	ประเภทของกิจกรรม	89.00%	4.42
	เนื้อหาที่นำเสนอ	85.00%	4.29
	ความพึงพอใจโดยรวม	88.00%	4.41
อัตราการบอกต่อ	85.00%		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. จำนวน 19 ราย ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ	18	94.74
ผู้ประกอบการ	1	5.26
รวม	**19**	**100.00**

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 แสดงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.26=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 84.21 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 29-ตารางที่ 30)

- ร้อยละ 78.95 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.16 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ร้อยละ 84.21 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.26 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 94.74 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประสิทธิภาพของระบบการทำงานของ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.37 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 89.47 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 4.26 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
นครพนม	67.16
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	12.31
จังหวัดอื่นๆ (เช่น ขอนแก่น บึงกาฬ)	20.53

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	36.67	24.24	25.45	**32.84**
25-34 ปี	23.33	24.24	36.36	**26.12**
35-44 ปี	18.33	33.33	25.45	**21.64**
45-54 ปี	12.78	15.15	9.10	**12.31**
55-64 ปี	8.89	3.04	1.82	**6.72**
มากกว่า 64 ปี	-	-	1.82	**0.37**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	31.11	9.09	30.91	**28.36**
มากับครอบครัว	60.00	78.79	65.45	**63.43**
มาคนเดียว	8.89	12.12	3.64	**8.21**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	93.33	81.82	89.09	**91.04**
ไม่ทราบ	6.67	18.18	10.91	**8.96**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	10.12	7.41	10.20	**9.84**
วิทยุ	10.71	-	8.16	**9.02**
หนังสือพิมพ์	0.60	-	2.04	**0.82**
นิตยสาร	2.38	3.70	-	**2.05**
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	26.19	11.11	10.20	**21.31**
แผ่นพับ	1.79	-	-	**1.23**
อินเทอร์เน็ต	61.90	62.96	55.10	**60.66**
จาก Call center 1672 ของ ททท.	0.60	-	-	**0.41**
เพื่อน/ญาติ	37.50	33.33	44.90	**38.52**
อื่นๆ	2.98	3.70	-	**2.46**

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	99.40	96.30	94.00	**97.96**
ไม่น่าสนใจ	0.60	3.70	6.00	**2.04**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	83.33	84.85	63.64	**79.48**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	16.67	15.15	36.36	**20.52**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	82.38	50.00	**79.48**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	17.62	50.00	**20.52**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	83.89	78.79	92.73	**85.07**
ค่าซื้อสินค้า	52.78	57.58	61.82	**55.22**
ค่าเดินทาง	48.33	63.64	83.64	**57.46**
ค่าที่พัก	6.11	39.39	40.00	**17.16**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	10.00	3.03	10.91	**9.33**

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	369.40	503.85	710.78	**461.10**
ค่าซื้อสินค้า	606.21	626.32	730.88	**637.43**
ค่าเดินทาง	285.63	1,276.19	973.91	**626.30**
ค่าที่พัก	627.27	784.62	799.55	**754.13**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	794.44	2,000.00	2,166.67	**1,172.00**

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์งาน	92.40	78.79	80.00	**88.03**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	87.13	78.79	76.36	**83.78**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	87.72	81.82	80.00	**85.33**
ความพึงพอใจโดยรวม	90.64	84.85	81.82	**88.03**

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์งาน	4.42	4.21	4.15	**4.33**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.39	4.21	4.13	**4.31**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	4.49	4.36	4.22	**4.41**
ความพึงพอใจโดยรวม	4.51	4.39	4.24	**4.44**

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	92.78	87.88	83.64	**90.30**
ไม่แนะนำ	7.22	12.12	16.36	**9.70**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	นครพนม	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	36.11	15.15	25.45	**31.34**
ไลน์	37.78	18.18	27.27	**33.21**
เฟสบุ๊ค	75.56	72.73	70.91	**74.25**
อื่นๆ (เช่น เล่าโดยตรง, IG)	3.33	-	1.82	**2.61**

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ 15 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
อินเดีย	9.00
สหรัฐฯ	7.00
อังกฤษ	5.00

ตารางที่ 16 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
18-24 ปี	7.69	8.20	**8.00**
25-34 ปี	35.90	54.10	**47.00**
35-44 ปี	28.21	13.11	**19.00**
45-54 ปี	12.82	16.39	**15.00**
55-64 ปี	5.13	3.28	**4.00**
มากกว่า 64 ปี	10.25	4.92	**7.00**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 17 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มากับเพื่อน	41.03	45.90	**44.00**
มากับครอบครัว	46.15	39.34	**42.00**
มาคนเดียว	12.82	14.76	**14.00**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 18 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ทราบ	69.23	57.38	**62.00**
ไม่ทราบ	30.77	42.62	**38.00**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 19 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรทัศน์	7.41	37.14	**24.19**
วิทยุ	11.11	5.71	**8.06**
หนังสือพิมพ์	-	5.71	**3.23**
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	11.11	14.29	**12.90**
แผ่นพับ	-	2.86	**1.61**
อินเทอร์เน็ต	33.33	25.71	**29.03**
เพื่อน/ญาติ	70.37	25.71	**45.16**
อื่นๆ	3.70	5.71	**4.84**

ตารางที่ 20 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
น่าสนใจ	85.19	94.59	**90.63**
ไม่น่าสนใจ	14.81	5.41	**9.37**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 21 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน

ความตั้งใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ตั้งใจมาร่วมงาน	66.67	55.74	**60.00**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	33.33	44.26	**40.00**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 22 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	74.19	36.84	**60.00**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	25.81	63.16	**40.00**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 23 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายในแต่ละหมวด		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	79.49	77.05	**78.00**
ค่าซื้อสินค้า	35.90	59.02	**50.00**
ค่าเดินทาง	46.15	59.02	**54.00**
ค่าที่พัก	10.26	34.43	**25.00**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	2.56	11.48	**8.00**

ตารางที่ 24 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน		ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อคนต่อวัน)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	509.16	780.42	**673.97**
ค่าซื้อสินค้า	3,064.29	2,012.50	**2,307.00**
ค่าเดินทาง	189.06	301.69	**264.15**
ค่าที่พัก	1,700.00	2,129.52	**2,060.80**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	200.00	1,728.57	**1,537.50**

ตารางที่ 25 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไป		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์งาน	76.92	63.93	**69.00**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	94.87	85.25	**89.00**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	87.18	83.61	**85.00**
ความพึงพอใจโดยรวม	94.87	83.61	**88.00**

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์งาน	4.10	3.54	**3.76**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.67	4.26	**4.42**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	4.44	4.20	**4.29**
ความพึงพอใจโดยรวม	4.69	4.23	**4.41**

ตารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
แนะนำ	89.74	81.97	**85.00**
ไม่แนะนำ	10.26	18.03	**15.00**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 28 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรศัพท์	5.13	11.48	**9.00**
ไลน์	20.51	8.20	**13.00**
เฟสบุ๊ค	46.15	44.26	**45.00**
อื่นๆ (เช่น เล่าโดยตรง, IG)	17.95	24.59	**22.00**

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 29 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)		
	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	77.78	100.00	**78.95**
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ททท.	88.89	-	**84.21**
ประสิทธิภาพของระบบการทำงานของ ททท.	94.44	100.00	**94.74**
การเปิดโอกาสให้ท่านได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	88.89	100.00	**89.47**
ความพึงพอใจโดยรวม	83.33	100.00	**84.21**

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)		
	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.17	4.00	**4.16**
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ททท.	4.33	3.00	**4.26**
ประสิทธิภาพของระบบการทำงานของ ททท.	4.39	4.00	**4.37**
การเปิดโอกาสให้ท่านได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	4.28	4.00	**4.26**
ความพึงพอใจโดยรวม	4.28	4.00	**4.26**

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 ในบริเวณที่มีการร่วมงานหนาแน่นมาก ที่ปรึกษาจะใช้วิธีการคำนวณจากพื้นที่ที่สามารถยืนร่วมงานได้คูณด้วยความหนาแน่นของผู้ร่วมงานต่อ 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 ในกิจกรรมที่มีผู้ร่วมงานชาวต่างชาตินอ้ยมาก ที่ปรึกษาจะสำรวจความคิดเห็นในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทยเพิ่มขึ้นด้วยเหตุนี้ จำนวนที่สำรวจในแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรม สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562 ในแต่ละกลุ่มสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 280 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้มีทั้งสิ้น 268 ราย
- กลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 100 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้มีทั้งสิ้น 100 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงานและการวิเคราะห์ 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

การวิเคราะห์ได้ใช้คะแนน 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

งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2562

amazing ไทยเท่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แบบสอบถาม กลุ่มผู้เข้าร่วมงานชาวไทย

งาน Countdown 2019 @Nakhon Phanom

กรุณาทำเครื่องหมาย √ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. **ที่อยู่ปัจจุบัน** ❍ นครพนม ❍ 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. **ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งาน Countdown 2019 @Nakhon Phanom 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. **ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงาน Countdown ที่ท่านได้รับมีความน่าสนใจหรือไม่**

   ❍ น่าสนใจ ❍ ไม่น่าสนใจ เพราะ .....

6. **วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงาน Countdown ใช่หรือไม่**

   ❍ ใช่ ❍ ไม่ใช่

7. **การเดินทางมาที่นี่ในวันนี้ ท่านมีค่าใช้จ่ายในหมวดใดบ้าง และแต่ละหมวดเป็นเงินเท่าใด *(สามารถระบุค่าใช้จ่ายประมาณการ)***

   ☐ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*
   ☐ ค่าซื้อสินค้า ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*
   ☐ ค่าเดินทาง (ค่ารถโดยสาร หรือค่าน้ำมันรถโดยประมาณ) ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*
   ☐ ค่าที่พัก ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*
   ☐ อื่นๆ โปรดระบุ ..... ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*

8. **กรุณาให้คะแนน<u>ความพึงพอใจ</u>ในประเด็นต่างๆ** (สามารถ ❍ หรือ ✓ หรือ ✕ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากสุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
1. <u>การประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน</u>	5	4	3	2	1
2. ประเภทของ<u>กิจกรรมที่มีในงาน</u>	5	4	3	2	1
3. ความน่าสนใจของ<u>เนื้อหาที่นำเสนอ</u>ภายในงาน	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

9. **ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานกิจกรรมนี้หรือไม่**

   ❍ แนะนำ ผ่านทาง ❑ โทรศัพท์ ❑ ไลน์ ❑ เฟสบุ๊ค ❑ อื่นๆ .....

   ❍ ไม่แนะนำ เพราะ .....

10. **ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น**

.....

.....

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูล

Tourism Authority of Thailand (TAT)

Questionnaire for Participants

Countdown 2019 @Nakhon Phanom

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

Country that you come from .....

1. **You are :** O Domestic tourist (including Doing business / Working (Expat) / Studying / Living in Thailand) O 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:** O Friend(s) O Family O Come alone
4. **Have you been informed about Countdown 2019 @Nakhon Phanom? 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 never heard about it. (If no, please skip to question 6-10)**

5. **Is the information about Countdown @Nakhon Phanom that you received interesting?**

O Yes O No because .....

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

O Yes O 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 √ 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. **Will you tell your friend(s) or relatives to join this event?**

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

O No because .....

10. **Your suggestions** .....

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

amazing ไทยเท่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แบบสอบถาม กลุ่มผู้เข้าร่วมงานชาว สปป.ลาว

งาน Countdown 2019 @Nakhon Phanom

กรุณาทำเครื่องหมาย √ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. **ที่อยู่ปัจจุบัน** ❍ อยู่ในประเทศไทย ❍ อยู่ใน สปป.ลาว

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. **ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งาน Countdown 2019 @Nakhon Phanom ก่อนมาร่วมงานหรือไม่ และจากสื่อใด**

   ❍ **ทราบก่อนมาร่วมงาน** จากสื่อ... (สามารถระบุได้มากกว่า 1 ประเภท)

   ☐ โทรทัศน์ในประเทศ ช่อง..... ☐ วิทยุ สถานี ..... ☐ หนังสือพิมพ์

   ☐ นิตยสาร ☐ โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา ☐ แผ่นพับ ☐ อินเทอร์เน็ต/ FB/ IG/ line

   ☐ จาก Call center 1672 ของ ททท. ☐ เพื่อน/ญาติ ☐ อื่นๆ ระบุ .....

   ❍ **ไม่ทราบมาก่อน** มาร่วมงานโดยบังเอิญ

5. **ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงาน Countdown ที่ท่านได้รับมีความน่าสนใจหรือไม่**

   ❍ น่าสนใจ ❍ ไม่น่าสนใจ เพราะ .....

6. **วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงาน Countdown ใช่หรือไม่**

   ❍ ใช่ ❍ ไม่ใช่

7. **การเดินทางมาที่นี่ในวันนี้ ท่านมีค่าใช้จ่ายในหมวดใดบ้าง และแต่ละหมวดเป็นเงินเท่าใด *(สามารถระบุค่าใช้จ่ายประมาณการ)***

   ☐ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*

   ☐ ค่าซื้อสินค้า ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*

   ☐ ค่าเดินทาง (ค่ารถโดยสาร หรือค่าน้ำมันรถโดยประมาณ) ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*

   ☐ ค่าที่พัก ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*

   ☐ อื่นๆ โปรดระบุ ..... ประมาณ ..... บาท*ต่อ 1 วันต่อท่าน*

8. **กรุณาให้คะแนน<u>ความพึงพอใจ</u>ในประเด็นต่างๆ** (สามารถ ❍ หรือ ✓ หรือ ✕ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากสุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
1. <u>การประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน</u>	5	4	3	2	1
2. ประเภทของ<u>กิจกรรมที่มีในงาน</u>	5	4	3	2	1
3. ความน่าสนใจของ<u>เนื้อหาที่นำเสนอ</u>ภายในงาน	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

9. **ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานกิจกรรมนี้หรือไม่**

   ❍ แนะนำ ผ่านทาง ❑ โทรศัพท์ ❑ ไลน์ ❑ เฟสบุ๊ค ❑ อื่นๆ .....

   ❍ ไม่แนะนำ เพราะ .....

10. **ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น**

.....

.....

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูล

amazing ไทยเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แบบสอบถาม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

งาน Countdown 2019

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติในภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 10 มกราคม 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. **จากการดำเนิน งาน Countdown 2019 ร่วมกับ ททท. ท่านพึงพอใจในประเด็นเหล่านี้ในระดับใด**
   (สามารถ ○ หรือ ✓ หรือ ✕ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากสุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
1. ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	5	4	3	2	1
2. ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ททท.	5	4	3	2	1
3. ประสิทธิภาพของระบบการทำงานของ ททท.	5	4	3	2	1
4. การเปิดโอกาสให้ท่านได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม

1600 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

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