Local Taste of Thailand

ชิมอาหารถิ่น กินอาหารดัง

ยกทะเลมาถึงที่ พร้อมการแสดงสุดปัง!

รายงานผลการประเมินรายกิจกรรมฉบับสมบูรณ์

The Centre for International Research and Information

สรุปผลการประเมินการจัดงาน Local Taste of Thailand

วันที่จัดงาน	30 พฤศจิกายน – 2 ธันวาคม 2561		
สถานที่จัดงาน	UD Town อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี		
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	11,500 คน (92.00%)	
	ชาวต่างชาติ	1,000 คน (8.00%)	
	รวม	**12,500 คน**	
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	76.00%	
	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	79.01%	
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	8.41 ล้านบาท	
	ชาวต่างชาติ	1.52 ล้านบาท	
	รวม	**9.93 ล้านบาท**	
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน		**ชาวไทย**	**ชาวต่างชาติ**
	รูปแบบการจัดงาน	89.39%	90.00%
	ประเภทของกิจกรรม	88.89%	88.75%
	เนื้อหาที่นำเสนอ	89.39%	86.25%
	ความพึงพอใจโดยรวม	91.41%	90.00%
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	**ดัชนีที่ 1 –** จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติไม่น้อยกว่า 600 คน **ผลลัพธ์ –** จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 1,000 คน ☺ (สูงกว่าเป้าหมาย 66.67%) **ดัชนีที่ 2** – ความสนใจที่จะเดินทางจากการรับรู้ Content ของ ททท. ไม่น้อยกว่า 70% **ผลลัพธ์ –** ชาวต่างชาติที่ทราบและสนใจเดินทาง 92.19% ☺ (สูงกว่าเป้าหมาย 22.19%) **ดัชนีที่ 3** - ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติไม่น้อยกว่า 70% **ผลลัพธ์ -** ชาวต่างชาติ 90.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป ☺ (สูงกว่าเป้าหมาย 20.00%) **ดัชนีที่ 4** – ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 70% **ผลลัพธ์ –** ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 75.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป ☺ (สูงกว่าเป้าหมาย 5.00%)		

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งาน Local Taste of Thailand

จุดแข็ง (Strengths)

- อาหารไทยหลายรายการมีชื่อเสียงและเป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติ
- พื้นที่ที่ใช้จัดงานใกล้แหล่งที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและอยู่ในบริเวณติดกับพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาวนิยมเดินทางมารับประทานอาหารในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

จุดอ่อน (Weaknesses)

- การเลื่อนวันจัดงานอย่างกระชั้นชิด ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการจัดงานลดลง กล่าวคือ แม้จะสามารถดำเนินการจัดกิจกรรมได้แล้วเสร็จ แต่จำนวนผู้ร่วมงานน้อยกว่าการจัดกิจกรรมประเภทเดียวกันในพื้นที่อื่นๆ ทั้งนี้ เนื่องจากมีเวลาในการสำรวจและศึกษาความเหมาะสมของวันและสถานที่ที่จัดงานน้อย
- สถานที่ที่ใช้จัดงานแม้จะตั้งอยู่ในบริเวณที่ชาว สปป.ลาวนิยมมารับประทานอาหาร แต่อยู่ในมุมอับทำให้ความน่าสนใจของงานลดลง
- แม้ว่าการวางผังของร้านค้าดูเป็นระเบียบเรียบร้อย (แยกเป็นโซน) แต่ทำให้ร้านค้าที่จำหน่ายประเภทของฝากสามารถจำหน่ายสินค้าได้ไม่มาก เนื่องจากตั้งอยู่กระจัดกระจาย

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- อาหารไทยเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอุดรธานีเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว นิยมเดินทางมาพักผ่อนในช่วงวันหยุดสัปดาห์และมารับประทานอาหารทะเลซึ่งมีราคาถูกกว่าในประเทศ สปป.ลาว ดังนั้น หากงานกิจกรรมนี้มีเป้าประสงค์ที่ต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว การประชาสัมพันธ์ให้ทราบล่วงหน้าและจัดกิจกรรมในวันที่ไม่มีการจัดกิจกรรมอื่นในบริเวณใกล้เคียงจะช่วยให้ความสำเร็จของการจัดงานกิจกรรมนี้เพิ่มขึ้นได้มาก

อุปสรรค (Threats)

- สภาพเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวอาจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- สภาพเศรษฐกิจไทยที่ยังอยู่ในช่วงชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว
- ในสัปดาห์ที่จัดงานมีการจัดกิจกรรมอื่นๆ อีกหลายงานในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

สารบัญ

บทนำ 1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์) 1
ผลการศึกษา 2
จำนวนผู้ร่วมงาน 2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ 2
ผลการประเมินการจัดงาน Local Taste of Thailand 2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงาน Local Taste of Thailand 3
ผู้ร่วมงานชาวไทย 4
ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 5
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. 7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย 8
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 12
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. 16
กรอบแนวคิดในการประเมินผล 17
แบบสอบถามงาน Local Taste of Thailand 21

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย 8
ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย 8
ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย 8
ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย 9
ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน 9
ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย 9
ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่ 10
ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน 10
ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย 10
ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย 10
ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป 11
ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย 11
ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน 11
ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน 11
ตารางที่ 15 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก 12
ตารางที่ 16 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน 12
ตารางที่ 17 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 12
ตารางที่ 18 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 13
ตารางที่ 19 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน 13
ตารางที่ 20 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 13
ตารางที่ 21 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน 13
ตารางที่ 22 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน 14
ตารางที่ 23 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน 14
ตารางที่ 24 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน 14
ตารางที่ 25 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป 14

สารบัญตาราง (ต่อ)

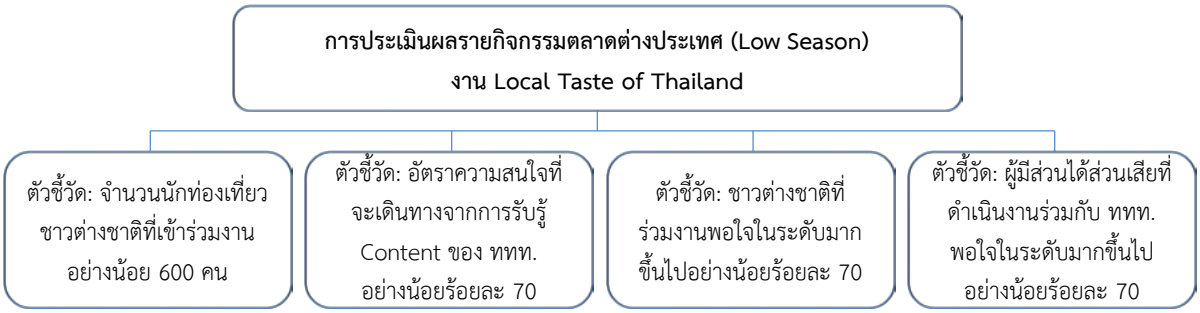
ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 15
ตารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน 15
ตารางที่ 28 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน 15
ตารางที่ 29 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ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

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม
งาน Local Taste of Thailand

บทนำ

"งาน Local Taste of Thailand" เป็นกิจกรรมหนึ่งที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจุไว้ในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ช่วง Low Season แต่ด้วยนโยบายจากรัฐบาลที่ต้องการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในช่วงปลายปี 2561 ดังนั้น ททท. จึงได้จัดให้มีกิจกรรมนี้ขึ้นในระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน-2 ธันวาคม 2561 และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ที่มาร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ (Low Season)

- งาน Local Taste of Thailand
- งาน Phuket Amazing Colorful Taste 2018
- งาน Amazing Cosplay Fun Run
- งานเทศกาลสีสันบอลลูนนานาชาติ
- งาน Thailand Cultural Music Festival
- งาน Amazing Thai Taste Festival

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 30 พฤศจิกายน – 2 ธันวาคม 2561

สถานที่จัดงาน: UD Town อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงาน Local Taste of Thailand ในระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน – 2 ธันวาคม 2561 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานประมาณ 12,500 คน จำแนกเป็นชาวไทย 11,500 คน (คิดเป็นร้อยละ 92.00) และชาวต่างชาติ 1,000 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.00)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	11,500	92.00
ชาวต่างชาติ	1,000	8.00
รวม	**12,500**	**100.00**

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงาน Local Taste of Thailand ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 9.93 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มาร่วมงาน) 6.85 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 3.08 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	**ชาวต่างชาติ**	**รวม**	**ทางตรง**	**ทางอ้อม**	**รวม**
8.41	1.52	9.93	6.85	3.08	9.93

หมายเหตุ: เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าจ้างนักแสดง ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงาน Local Taste of Thailand

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงาน	600 คน	1,000 คน	+66.67%	☺
ความสนใจที่จะเดินทางจากการรับรู้ Content ของ ททท.	อย่างน้อย 70%	92.19%	+22.19%	☺
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	อย่างน้อย 70%	90.00%	+20.00%	☺
ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	อย่างน้อย 70%	75.00%	+5.00%	☺

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนาม
งาน Local Taste of Thailand

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 85.50 เป็นผู้ที่พำนักในจังหวัดอุดรธานี อีกร้อยละ 3.00 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 11.50 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เช่น ขอนแก่น บึงกาฬ สกลนคร (ตารางที่ 1) ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีอายุอยู่ในช่วง 18-24 ปี (ร้อยละ 45.00) รองลงมาเป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-44 ปี (ร้อยละ 41.00) สัดส่วนการร่วมงานช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ชาวไทยนิยมเดินทางมาร่วมงานแบบกลุ่ม (มากับครอบครัวหรือมากับเพื่อน) มากกว่าเดินทางมาร่วมงานเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอ และความตั้งใจมาร่วมงาน

งาน Local Taste of Thailand เป็นกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นเป็นปีแรก ส่งผลให้ผู้ที่ทราบว่ามีการจัดกิจกรรมนี้มีเพียงร้อยละ 76.00* สำหรับช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ผลลัพธ์สูงแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม (จำแนกตามถิ่นที่อยู่) กล่าวคือ ผู้ร่วมงานที่มีถิ่นที่อยู่ในจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่ทราบข่าวการจัดงานจากโปสเตอร์/ แผ่นป้ายที่ติดในที่ต่างๆ ในจังหวัดอุดรธานี ผู้ร่วมงานที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลส่วนใหญ่ทราบจากเพื่อน/ ญาติ ขณะที่สื่อออนไลน์ให้ผลลัพธ์ดีในกลุ่มผู้ร่วมงานที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 5

(*หากนำไปเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นที่มีการจัดต่อเนื่องทุกปี อัตราการรับทราบที่สำรวจได้จัดอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงมาก)

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงาน Local Taste of Thailand เกือบทุกราย (ร้อยละ 98.49) (ตารางที่ 6) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ และส่งผลให้ผู้ที่ทราบข่าวก่อนมาร่วมงานเกือบทุกรายตั้งใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมนี้ (ตารางที่ 8)

ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงาน Local Taste of Thailand พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.39=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้ที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีสูงถึงร้อยละ 91.41 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ร้อยละ 89.39 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับรูปแบบการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 88.89 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.23 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 89.39 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.30 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงาน Local Taste of Thailand ร้อยละ 87.00 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยช่องทางที่ใช้ในการบอกต่อในทุกกลุ่มชาวไทยที่มาร่วมงานส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่าน Facebook ขณะที่ Line เป็นช่องทางที่นิยมใช้สื่อสารในกลุ่มที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย			
อัตราการรับรู้	76.00%	50.66%	
		29.61%	
		24.34%	
อัตราการชื่นชอบ Content	98.49%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	96.05%		
อัตราความพึงพอใจ	**ประเด็น**	**ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น**	**ค่าเฉลี่ย**
	รูปแบบการจัดงาน	89.39%	4.40
	ประเภทของกิจกรรม	88.89%	4.23
	เนื้อหาที่นำเสนอ	89.39%	4.30
	ความพึงพอใจโดยรวม	91.41%	4.39
อัตราการบอกต่อ	87.00%		

ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Local Taste of Thailand มีมากกว่า 10 สัญชาติ ที่พบมาก ได้แก่ ชาว สปป.ลาว สหรัฐฯ และอังกฤษ ชาวต่างชาติที่แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.02) เป็นชาวต่างชาติที่เพิ่งเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วงที่จัดงานในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) อีกร้อยละ 41.98 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพื่อการอื่นๆ เช่น เพื่อทำธุรกิจ เพื่อทำงาน และเพื่อศึกษา ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า Domestic Tourist

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 33.33) และวัยทำงานช่วงอายุ 25-44 ปี (ร้อยละ 40.74) สัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 16 การมาร่วมงานส่วนใหญ่นิยมมากับเพื่อน (ร้อยละ 58.02) กลุ่มที่มาร่วมงานกับครอบครัวมีประมาณร้อยละ 40.74 (ตารางที่ 17)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอ และความตั้งใจมาร่วมงาน

แม้ว่างาน Local Taste of Thailand จะเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นในปีแรก แต่เนื่องจากสถานที่จัดงานตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักและร้านค้าที่ชาวต่างชาตินิยมมารับประทานอาหารและซื้อสินค้า อีกทั้ง มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ส่งผลให้ผู้ที่ทราบข่าวการจัดงานก่อนมาร่วมงานมีสูงถึงร้อยละ 79.01 (ตารางที่ 18) (หมายเหตุ ในกรณีของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ อัตราการรับทราบที่สำรวจได้จัดอยู่ในเกณฑ์ที่สูง)

นอกจากการรับทราบข่าวการจัดงานผ่านสื่อออนไลน์ โปสเตอร์และการบอกต่อของเพื่อนหรือญาติเป็นช่องทางที่ทำให้ชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงานได้ดี รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 19

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ชาวต่างชาติที่ทราบข่าวการจัดงานเกือบทุกรายกล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 20) และจูงใจให้มาร่วมกิจกรรม (ตารางที่ 22)

ความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Local Taste of Thailand พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.39=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 90.00 พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ร้อยละ 90.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับรูปแบบการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.38 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 88.75 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.26 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 86.25 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานทุก 9 ใน 10 ราย (ร้อยละ 91.36) กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยส่วนใหญ่จะแนะนำผ่าน Facebook

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ			
อัตราการรับรู้	79.01%	43.75% 28.13% 20.31%	
อัตราการชื่นชอบ Content	96.30%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	92.19%		
อัตราความพึงพอใจ	**ประเด็น**	**ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น**	**ค่าเฉลี่ย**
	รูปแบบการจัดงาน	90.00%	4.38
	ประเภทของกิจกรรม	88.75%	4.26
	เนื้อหาที่นำเสนอ	86.25%	4.36
	ความพึงพอใจโดยรวม	90.00%	4.39
อัตราการบอกต่อ	91.36%		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงาน Local Taste of Thailand และได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. มีจำนวน 8 ราย เป็นผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
ผู้ประกอบการ	2	25.00
ภาคเอกชนอื่นๆ (สมาคม/ ชมรม)	3	37.50
สำนักงาน ททท.	2	25.00
สื่อมวลชน	1	12.50
รวม	**8**	**100.00**

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงาน Local Taste of Thailand แสดงความพึงพอใจในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.13=พอใจในระดับมาก) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 75.00 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 29-ตารางที่ 30)

- ร้อยละ 100.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 100.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.38 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 100.00 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประสิทธิภาพของระบบการทำงานของ ททท. (ค่าเฉลี่ย 4.63 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ร้อยละ 62.50 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
อุดรธานี	85.50
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	3.00
จังหวัดอื่นๆ (เช่น ขอนแก่น บึงกาฬ)	11.50

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	45.03	16.67	52.17	**45.00**
25-34 ปี	16.37	66.67	17.39	**18.00**
35-44 ปี	23.39	-	26.09	**23.00**
45-54 ปี	9.36	16.67	4.35	**9.00**
55-64 ปี	4.68	-	-	**4.00**
มากกว่า 64 ปี	1.17	-	-	**1.00**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	53.22	83.33	56.52	**54.50**
มากับครอบครัว	46.20	16.67	43.48	**45.00**
มาคนเดียว	0.58	-	-	**0.50**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	76.61	100.00	65.22	**76.00**
ไม่ทราบ	23.39	-	34.78	**24.00**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	3.05	-	6.67	**3.29**
หนังสือพิมพ์	1.53	-	-	**1.32**
นิตยสาร	1.53	-	-	**1.32**
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	54.20	33.33	26.67	**50.66**
อินเทอร์เน็ต	26.72	16.67	60.00	**29.61**
เพื่อน/ญาติ	24.43	33.33	20.00	**24.34**
อื่นๆ	1.53	16.67	-	**1.97**

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	98.24	100.00	100.00	**98.49**
ไม่น่าสนใจ	1.76	-	-	**1.51**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	88.89	100.00	73.91	**87.50**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	11.11	-	26.09	**12.50**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	96.05	60.42	**87.50**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	3.95	39.58	**12.50**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	87.13	83.33	95.65	**88.00**
ค่าซื้อสินค้า	19.88	50.00	8.70	**19.50**
ค่าเดินทาง	16.96	33.33	43.48	**20.50**
ค่าที่พัก	1.17	33.33	17.39	**4.00**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	4.35	**0.50**

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	321.07	500.00	515.91	**350.68**
ค่าซื้อสินค้า	369.12	1,333.33	750.00	**462.82**
ค่าเดินทาง	134.83	3,000.00	587.00	**384.88**
ค่าที่พัก	525.00	750.00	562.50	**600.00**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	500.00	**500.00**

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
รูปแบบการจัดงาน	88.17	100.00	95.65	**89.39**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	88.76	100.00	86.96	**88.89**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	89.35	100.00	86.96	**89.39**
ความพึงพอใจโดยรวม	89.94	100.00	100.00	**91.41**

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
รูปแบบการจัดงาน	4.37	4.83	4.48	**4.40**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.21	4.67	4.26	**4.23**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	4.31	4.50	4.22	**4.30**
ความพึงพอใจโดยรวม	4.37	4.67	4.48	**4.39**

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	85.96	100.00	91.30	**87.00**
ไม่แนะนำ	14.04	-	8.70	**13.00**
รวม	100.00	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	อุดรธานี	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	18.13	33.33	17.39	**18.50**
ไลน์	26.90	66.67	30.43	**28.50**
เฟสบุ๊ค	53.22	66.67	73.91	**56.00**
อื่นๆ	7.60	-	4.35	**7.00**

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ 15 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
สปป.ลาว	77.78
สหรัฐอเมริกา	4.94
อังกฤษ	3.70

ตารางที่ 16 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
18-24 ปี	58.82	14.89	**33.33**
25-34 ปี	5.88	29.79	**19.75**
35-44 ปี	5.88	31.91	**20.99**
45-54 ปี	5.88	8.52	**7.41**
55-64 ปี	8.82	14.89	**12.35**
มากกว่า 64 ปี	14.72	-	**6.17**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 17 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มากับเพื่อน	70.59	48.94	**58.02**
มากับครอบครัว	29.41	48.94	**40.74**
มาคนเดียว	-	2.12	**1.24**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 18 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ทราบ	70.59	85.11	**79.01**
ไม่ทราบ	29.41	14.89	**20.99**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 19 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรทัศน์	4.17	-	**1.56**
วิทยุ	-	17.50	**10.94**
นิตยสาร	-	2.50	**1.56**
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	41.67	20.00	**28.13**
อินเทอร์เน็ต	37.50	47.50	**43.75**
เพื่อน/ญาติ	29.17	15.00	**20.31**
อื่นๆ	4.17	2.50	**3.13**

ตารางที่ 20 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
น่าสนใจ	97.06	95.74	**96.30**
ไม่น่าสนใจ	2.94	4.26	**3.70**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 21 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน

ความตั้งใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ตั้งใจมาร่วมงาน	88.24	87.23	**87.65**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	11.76	12.77	**12.35**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 22 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	92.19	70.59	**87.65**
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	7.81	29.41	**12.35**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 23 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายในแต่ละหมวด		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	88.24	89.36	**88.89**
ค่าซื้อสินค้า	26.47	29.79	**28.40**
ค่าเดินทาง	8.82	38.30	**25.93**
ค่าที่พัก	2.94	8.51	**6.17**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	4.26	**2.47**

ตารางที่ 24 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน		ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อคนต่อวัน)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	368.67	666.19	**542.22**
ค่าซื้อสินค้า	580.00	1,407.14	**1,083.48**
ค่าเดินทาง	200.00	727.78	**652.38**
ค่าที่พัก	1,000.00	650.00	**720.00**
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	1,750.00	**1,750.00**

ตารางที่ 25 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไป		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	Domestic Tourist	Tourist	
รูปแบบการจัดงาน	96.97	85.11	**90.00**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	100.00	80.85	**88.75**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	93.94	80.85	**86.25**
ความพึงพอใจโดยรวม	96.97	85.11	**90.00**

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	Domestic Tourist	Tourist	
รูปแบบการจัดงาน	4.55	4.26	**4.38**
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.42	4.15	**4.26**
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอภายในงาน	4.55	4.23	**4.36**
ความพึงพอใจโดยรวม	4.52	4.30	**4.39**

ตารางที่ 27 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
แนะนำ	94.12	89.36	**91.36**
ไม่แนะนำ	5.88	10.64	**8.64**
รวม	100.00	100.00	**100.00**

ตารางที่ 28 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรศัพท์	17.65	12.77	**14.81**
ไลน์	23.53	14.89	**18.52**
เฟสบุ๊ค	58.82	65.96	**62.96**
อื่นๆ	14.71	14.89	**14.81**

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 29 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)				
	ผู้ประกอบการ	หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม/ อื่นๆ	เจ้าหน้าที่ ททท.	สื่อมวลชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	100.00	100.00	100.00	100.00	**100.00**
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ททท.	100.00	100.00	100.00	100.00	**100.00**
ประสิทธิภาพของระบบการทำงานของ ททท.	100.00	100.00	100.00	100.00	**100.00**
การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	100.00	33.33	50.00	100.00	**62.50**
ความพึงพอใจโดยรวม	100.00	66.67	50.00	100.00	**75.00**

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)				
	ผู้ประกอบการ	หอการค้า/ ชมรม/ สมาคม/ อื่นๆ	เจ้าหน้าที่ ททท.	สื่อมวลชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.50	4.33	4.50	5.00	**4.50**
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ททท.	4.50	4.00	4.50	5.00	**4.38**
ประสิทธิภาพของระบบการทำงานของ ททท.	5.00	4.33	4.50	5.00	**4.63**
การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	4.50	3.67	4.00	4.00	**4.00**
ความพึงพอใจโดยรวม	4.00	4.00	4.00	5.00	**4.13**

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 “โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยว ประจำปี 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 และแบบสอบถามภาษาอังกฤษ สำหรับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ จำนวนผู้ร่วมงานที่สำรวจความคิดเห็นในแต่ละกิจกรรมจะถูกปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มที่มาร่วมงานและการให้ความร่วมมือของผู้ร่วมงาน กล่าวคือ ในกิจกรรมที่มีผู้ร่วมงานชาวต่างชาตินอ้ยมาก ที่ปรึกษาจะสำรวจความคิดเห็นในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทยเพิ่มขึ้นด้วยเหตุนี้ จำนวนที่สำรวจในแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรม สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงาน Local Taste of Thailand ในแต่ละกลุ่มสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 200 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้มีทั้งสิ้น 200 ราย
- กลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 85 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้มีทั้งสิ้น 81 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงานและการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างชาติ การวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานกลุ่มอื่นๆ รวมถึงการสังเกตการณ์ โดยจำนวนที่สัมภาษณ์แต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะงานและพฤติกรรมของผู้ที่มาร่วมงาน

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

งาน Local Taste of Thailand

amazing ไทยเท่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แบบสอบถาม กลุ่มผู้เข้าร่วมงานชาวไทย

งาน Local Taste of Thailand

กรุณาทำเครื่องหมาย √ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. **ที่อยู่ปัจจุบัน** ❍ อุดรธานี ❍ 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 Local Taste of Thailand 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. **ข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับอาหารภายในงานนี้มีความน่าสนใจหรือไม่**

   ❍ น่าสนใจ ❍ ไม่น่าสนใจ เพราะ .....

6. **วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงานอาหารที่จัดในบริเวณนี้ (Local Taste of Thailand) 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>รูปแบบการจัดงาน</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

Local Taste of Thailand

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 this event 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 FOOD that you received from this event 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. **Design** of the event	5	4	3	2	1
2. The interest of **activities in this event**	5	4	3	2	1
3. **Content** (about food) 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 กลุ่มผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

งาน Local Taste of Thailand

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 Local Taste of Thailand 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. **ข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับอาหารภายในงานนี้มีความน่าสนใจหรือไม่**

   ❍ น่าสนใจ ❍ ไม่น่าสนใจ เพราะ .....

6. **วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงานอาหารที่จัดในบริเวณนี้ (Local Taste of Thailand) 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. **กรุณาให้คะแนนความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ** (สามารถ ❍ หรือ ✓ หรือ ✕ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากสุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
1. รูปแบบการจัดงาน	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. **ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานกิจกรรมนี้หรือไม่**

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

   ❍ ไม่แนะนำ เพราะ .....

10. **ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น**

.....

.....

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูล

amazing ไทยเท่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แบบสอบถาม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

งาน Local Taste of Thailand

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติในภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 7 ธันวาคม 2561

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 Local Taste of Thailand 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