

## รายงานฉบับสมบูรณ์

### โครงการศึกษาประสิทธิผลด้านการท่องเที่ยวของกิจกรรมที่ ททท. จัดเอง และให้การสนับสนุน ปี 2555

#### บทนำ

ในแต่ละปี การจัดงานกิจกรรมเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งงานกิจกรรมที่ ททท. จัดเองและงานกิจกรรมที่ ททท. ให้การสนับสนุน และเพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของการจัดงาน ในปี 2555 ททท. ได้จัดทำ “โครงการศึกษาประสิทธิผลด้านการท่องเที่ยวของกิจกรรมที่ ททท. จัดเองและให้การสนับสนุน” โดยประเด็นที่ศึกษาครอบคลุมทั้งการวิเคราะห์ถึงผลลัพธ์ของงานต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการ ททท. ปี 2555 และความสำเร็จตามกรอบที่สำนักงานงบประมาณกำหนด

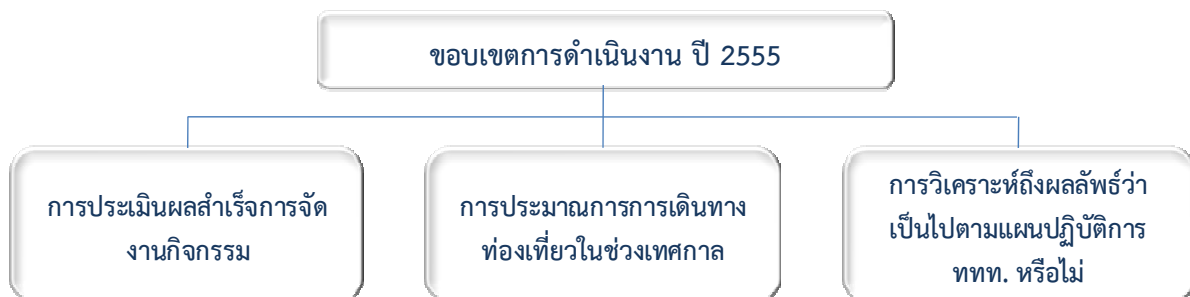
ช่วงระยะเวลาในการดำเนินงาน “โครงการศึกษาประสิทธิผลด้านการท่องเที่ยวของกิจกรรมที่ ททท. จัดเองและให้การสนับสนุน ปี 2555” เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2554-พฤศจิกายน 2555

เนื้อหาที่บรรจุในรายงานฉบับนี้ ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ผลการศึกษาถึงผลสำเร็จของการจัดงานกิจกรรมที่ ททท. ดำเนินการหรือ ททท. ให้การสนับสนุนในปี 2555 ต่อการตอบสนองกลยุทธ์/แผนงานของ ททท. ผลการศึกษาต่อความสำเร็จตามกรอบของสำนักงานงบประมาณ บทสรุปผลการศึกษารายกิจกรรม และบทวิเคราะห์ถึงสถานภาพของงานกิจกรรมที่ศึกษา

#### ขอบเขตการศึกษา ปี 2555

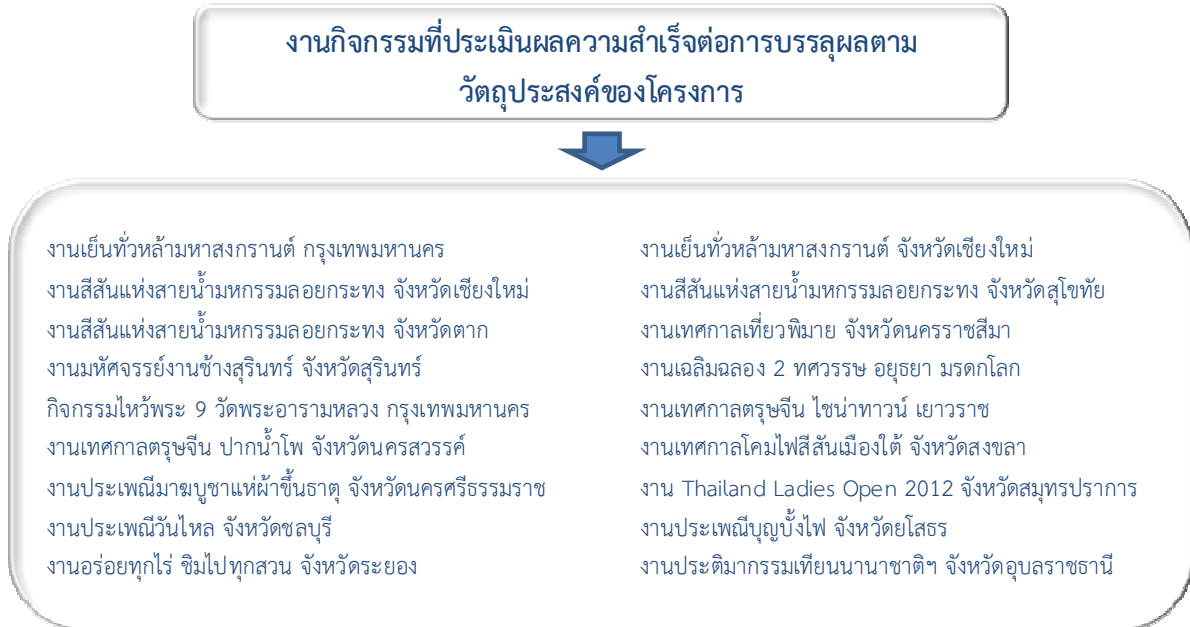
ขอบเขตงานที่กำหนดให้มีการศึกษาถึงประสิทธิผลด้านการท่องเที่ยวของกิจกรรมที่ ททท. จัดเองและให้การสนับสนุน ปี 2555 ประกอบด้วย การประเมินผลงานกิจกรรมจำนวน 13 กิจกรรม ใน 18 พื้นที่ และการเก็บข้อมูลเพื่อประมาณการจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลหลักๆ 3 เทศกาล ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ (2555) เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ (ภาพที่ 1 และภาพที่ 2) และการวิเคราะห์ถึงผลลัพธ์การดำเนินงานรวมถึงการให้การสนับสนุนการจัดงานกิจกรรมของ ททท. ว่าสามารถบรรลุได้ตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ตามแผนปฏิบัติการ ททท. ปี 2555

ภาพที่ 1 ขอบเขตการดำเนินงานโครงการศึกษาประสิทธิผลด้านการท่องเที่ยวของกิจกรรมที่ ททท. จัดเองและให้การสนับสนุน ปี 2555



## งานกิจกรรมที่ประเมินผลในปี 2555

ภาพที่ 2 งานกิจกรรมที่ประเมินผลในปี 2555



### การเก็บข้อมูลเพื่อประมาณการจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลหลัก

ในการคาดการณ์ความสนใจเดินทางท่องเที่ยวรวมถึงร่วมงานกิจกรรมหลัก (ภาพที่ 3) ของประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประเด็นที่ให้ความสำคัญ ประกอบด้วย การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว (เช่น ไปเที่ยวกี่วัน เที่ยวกับใคร เดินทางอย่างไร) และประมาณการค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ซึ่งข้อมูลทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์และใช้เป็นพื้นฐานในการประมาณการมูลค่าเงินหมุนเวียนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลทั้งสาม

ภาพที่ 3 ขอบเขตในการสำรวจข้อมูลก่อนการจัดงานกิจกรรม



**กรอบการประเมินถึงผลสำเร็จของการจัดงานกิจกรรมที่ ททท. ดำเนินการหรือ ททท. ให้การสนับสนุนในปี 2555 ต่อการตอบสนองกลยุทธ์/แผนงานที่ ททท. กำหนดขึ้น**

ภาพที่ 4 ขอบเขตในการประเมินผลสำเร็จของการจัดงานกิจกรรมต่อการตอบสนองกลยุทธ์/แผนงานที่ ททท. กำหนดขึ้น



งานกิจกรรมที่ถูกคัดเลือกให้เป็นตัวแทนสะท้อนถึงผลสำเร็จของแผนงานจัดกิจกรรมรับกระแสการท่องเที่ยว (กลยุทธ์สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในปี 2555) ได้แก่ งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์

งานกิจกรรมที่ถูกคัดเลือกให้เป็นตัวแทนที่สะท้อนถึงผลสำเร็จของแผนงานสร้างสรรค์สินค้าที่สนับสนุนเอกลักษณ์ (กลยุทธ์สร้างการรับรู้การเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่) ได้แก่ (1) งานสีส่นแห่งสายน้ำมหรรมลอยกระทง (2) กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพมหานคร (3) งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ ออยุธยา มรดกโลก (4) งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร (5) งานอร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน จังหวัดระยอง (6) งานเทศกาลเที่ยวพิมาย จังหวัดนครราชสีมา (7) งานช้างสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ และ (8) งานประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช

งานกิจกรรมที่ถูกคัดเลือกให้เป็นตัวแทนที่สะท้อนถึงผลสำเร็จของแผนงานสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ ได้แก่ งานประติมากรรมเทียนนานาชาติ ในงานแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

## ผลการศึกษา

### ความสำเร็จต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการในรายการกิจกรรม

การสำรวจข้อมูลรายการกิจกรรมเพื่อศึกษาถึงผลสำเร็จต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการในรายการกิจกรรม ปี 2555 มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 การประเมินผลสำเร็จการจัดงานกิจกรรม

ชื่องานกิจกรรม	รายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล	ผลการศึกษา
งานลีลันแห่งสายน้ำมหกรรมลอยกระทง จังหวัดสุโขทัย วันที่ 8-10 พฤศจิกายน 2554 ณ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำรวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 321 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 49 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์ของนักวิจัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานลีลันแห่งสายน้ำมหกรรมลอยกระทง จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 9-11 พฤศจิกายน 2554 ตัวเมืองเชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำรวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 220 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 116 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์ของนักวิจัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานลีลันแห่งสายน้ำมหกรรมลอยกระทง จังหวัดตาก วันที่ 9-12 พฤศจิกายน 2554 บริเวณแม่น้ำปิง จังหวัดตาก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำรวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 392 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 9 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์ของนักวิจัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานเทศกาลเที่ยวพิมาย วันที่ 9-13 พฤศจิกายน 2554 ณ บริเวณลานพรหมทัต อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และลำน้ำจักรราช อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำรวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 405 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 44 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>

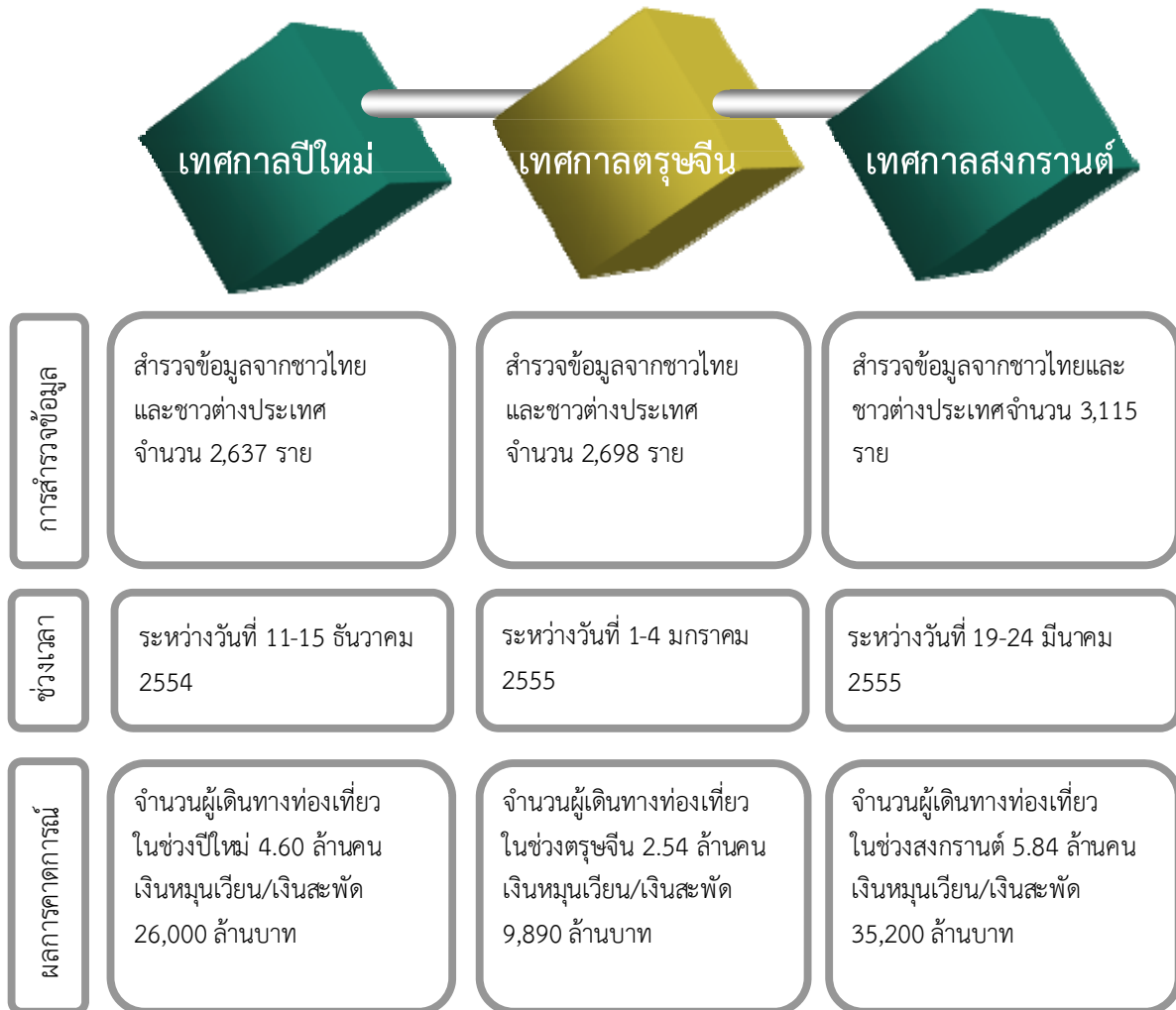
ชื่องานกิจกรรม	รายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล	ผลการศึกษา
งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ วันที่ 18-20 พฤศจิกายน 2554 จังหวัดสุรินทร์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 331 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 120 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ ออยุธยา มรดกโลก วันที่ 9-13 ธันวาคม 2554 ณ ศูนย์ท่องเที่ยวอยุธยา (หน้าศาลากลางหลังเก่า) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 381 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 18 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพมหานคร เดือนมกราคม 2555 วัดที่ ททท. นำเสนอในโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 401 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 56 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราช วันที่ 23-24 มกราคม 2555 บริเวณถนนเยาวราช กรุงเทพฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 389 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 80 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์ วันที่ 16-27 มกราคม 2555 ณ บริเวณลานกีฬา อุทยานสวรรค์ถนนสายเอเชีย ถนนมาตุลี ถนนสวรรค์วิถี ถนนอรรถกวีและถนนริมเขื่อน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 390 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 29 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>

ชื่องานกิจกรรม	รายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล	ผลการศึกษา
<b>การแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open 2012</b> วันที่ 7-10 กุมภาพันธ์ 2555 ณ สนามกอล์ฟเลควูด จังหวัดสมุทรปราการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานจำนวน 83 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
<b>งานมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุนานาชาติที่เมืองนคร ปี 2555</b> วันที่ 6-7 มีนาคม 2555 ณ วัดพระมหาธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทยจำนวน 405 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 24 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
<b>เทศกาลเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ)</b> วันที่ 12-16 เมษายน 2555 วัดในโครงการและบริเวณถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทยจำนวน 420 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 81 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
<b>งานประเพณีสระบุรีใหม่เมือง</b> วันที่ 13-15 เมษายน 2555 วัดพระสิงห์ ประตูท่าแพ และรอบคูเมือง จังหวัดเชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทยจำนวน 378 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 117 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
<b>งานประเพณีวันไหล</b> วันที่ 16-17 เมษายน 2555 บริเวณชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทยจำนวน 413 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 56 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>

ชื่องานกิจกรรม	รายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล	ผลการศึกษา
งานเทศกาลคอมไฟส์สันเมืองใต้ เดือนมกราคม – เมษายน 2555 ณ สวนสาธารณะหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 474 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 84 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานอรัยทุกรั้ ซิมไปทุกสวน เดือนพฤษภาคม 2555 จังหวัดระยอง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สื่อข่าว</li> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมโปรแกรม แรลลี่-คาราวานโครงการ “อรัยกรอบหวาน มันส์ สีสันเมืองผลไม้”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร วันที่ 11-13 พฤษภาคม 2555 ณ บริเวณหน้าที่อำเภอเมืองยโสธร และบริเวณสวนสาธารณะพญาแถน จังหวัดยโสธร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 383 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 28 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>
งานประติมากรรมเทียนนานาชาติ วันที่ 20 กรกฎาคม – 5 สิงหาคม 2555 ณ บริเวณพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ และทุ่งศรีเมือง จังหวัดอุบลราชธานี	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สํารวจข้อมูลจากผู้ร่วมงานชาวไทย จำนวน 415 ราย และผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ จำนวน 60 ราย</li> <li>- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาร่วมงานเพิ่มเติม</li> <li>- การสังเกตการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงผลการวิเคราะห์ผลการจัดงานต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ในภาคผนวก ก ของรายงานฉบับนี้</li> </ul>

## ผลประมาณการจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล

ภาพที่ 5 ผลประมาณการจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล





## ผลสำเร็จของการจัดงานกิจกรรมที่ ททท. ดำเนินการหรือ ททท. ให้การสนับสนุนในปี 2555 ต่อการตอบสนองกลยุทธ์/แผนงานของ ททท.

### ผลการประเมินประเด็น: กลยุทธ์สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

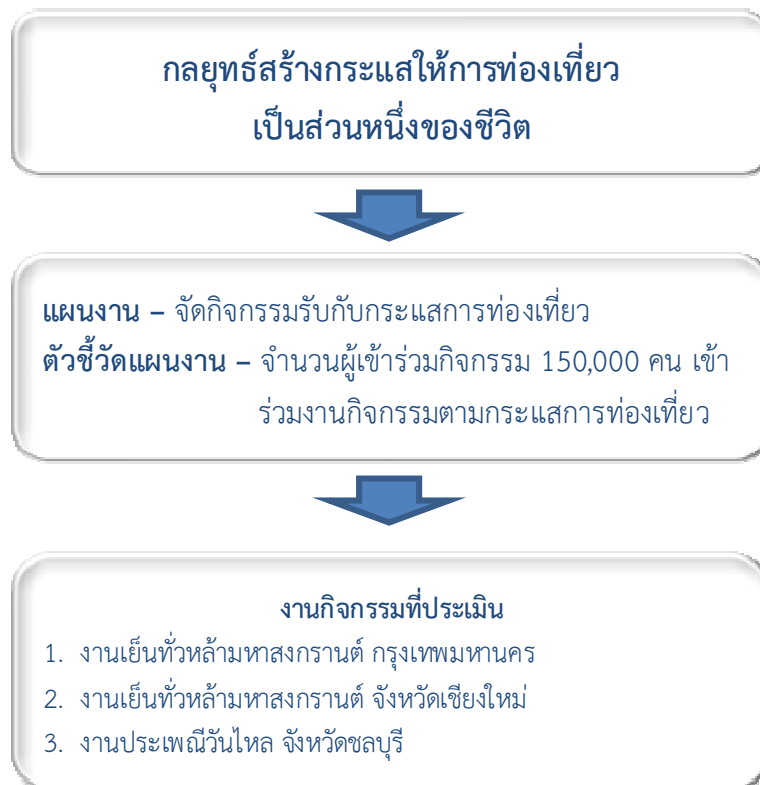
แผนงาน - จัดกิจกรรมรับกระแสการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดแผนงาน - จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม 150,000 คน เข้าร่วมงานกิจกรรมตามกระแสการท่องเที่ยว

งานกิจกรรมที่ประเมินว่าผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในตัวชี้วัดแผนงานหรือไม่ ประกอบด้วย:

1. งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ กรุงเทพมหานคร
2. งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ จังหวัดเชียงใหม่
3. งานประเพณีวันไหล จังหวัดชลบุรี

ภาพที่ 6 งานกิจกรรมที่ประเมินภายใต้กลยุทธ์สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต



การประเมินผลในปี 2555 (ตารางที่ 2) พบว่า ผู้ที่มาร่วมงานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ใน 3 พื้นที่ รวม 675,050 คน เป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน 180,554 คน (จำแนกเป็นชาวไทย 137,159 คน และชาวต่างประเทศ 43,396 คน) สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ 150,000 คน คิดเป็นร้อยละ 20.37

ตารางที่ 2 ผลการจัดงานต่อการสนองตอบแผนงาน “การจัดกิจกรรมรับกระแสการท่องเที่ยว”

พื้นที่จัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย (คน)	นักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ (คน)	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ร้อยละ)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (คน)	รวมนักท่องเที่ยวที่ร่วมงาน (คน)
งานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ)	331,200	6.19%	20,501	36,800	80.25%	29,532	50,033
งานประเพณีสระสีปี่ใหม่เมือง (เชียงใหม่)	154,800	38.10%	58,979	17,200	78.63%	13,524	72,503
งานประเพณีวันไหล ชลบุรี	189,050	30.51%	57,679	950	35.71%	339	58,018
รวม	675,050		137,159	54,950		43,395	180,554

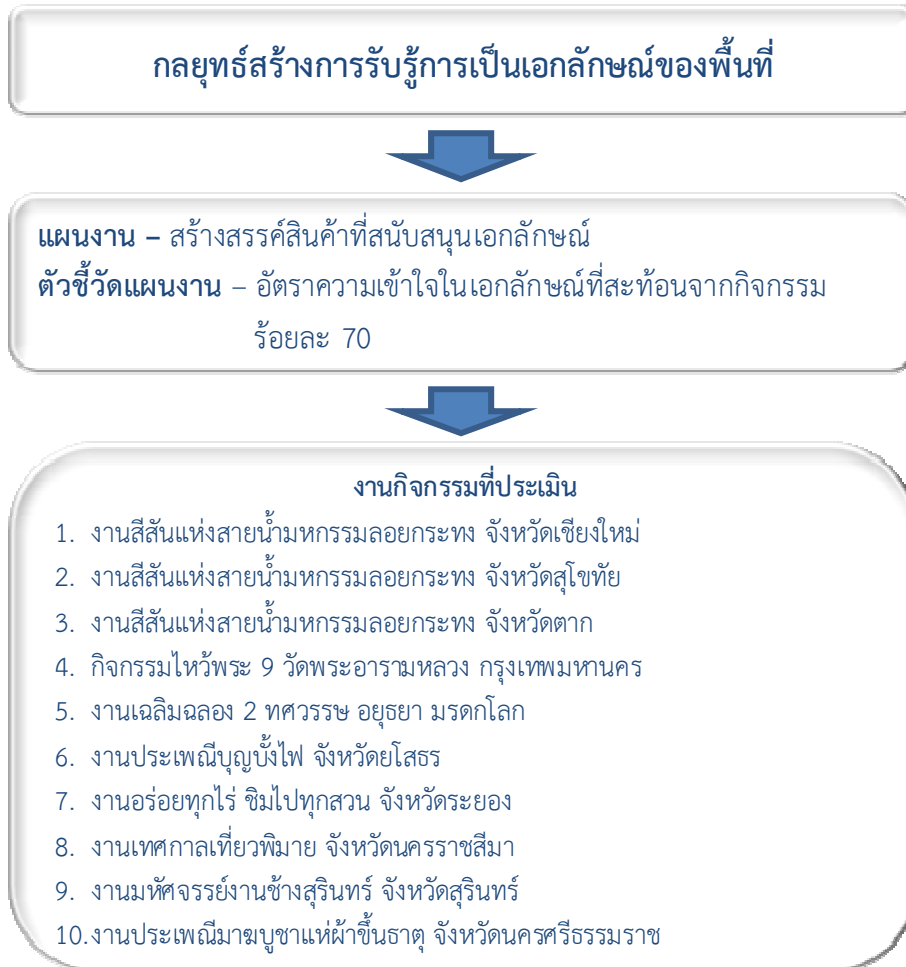
ที่มา: จากรายงานผลการประเมินรายกิจกรรมฉบับสมบูรณ์ งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ ปี 2555

## ผลการประเมินประเด็น: กลยุทธ์สร้างการรับรู้การเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่

แผนงาน – สร้างสรรค์สินค้าที่สนับสนุนเอกลักษณ์

ตัวชี้วัดแผนงาน – อัตราความเข้าใจในเอกลักษณ์ที่สะท้อนจากกิจกรรมร้อยละ 70

ภาพที่ 7 งานกิจกรรมที่ประเมินภายใต้กลยุทธ์สร้างการรับรู้การเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่



ในภาพรวม งานกิจกรรมที่จัดขึ้นในปี 2555 สามารถสร้างให้เกิดการรับรู้เอกลักษณ์ของพื้นที่ที่จัดงานได้เป็นอย่างดี โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 79.01 สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 70 หรือสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดร้อยละ 9.01 (ตารางที่ 3)

เมื่อพิจารณาความสำเร็จของการจัดงานรายการกิจกรรมดังผลที่แสดงไว้ในตารางที่ 3 พบว่า งานกิจกรรม 9 ใน 10 งาน มีคะแนนที่สูงกว่าเป้าหมายที่ ททท. ได้กำหนดขึ้น โดยมีเพียงงานกิจกรรมเดียว นั่นคือ งานสีส่นแห่งสายน้ำมหารมมลอยกระทง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีคะแนนต่ำกว่าค่าเกณฑ์ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้คะแนนที่สำรวจได้ในปีนี้ต่ำกว่าเกณฑ์คาดว่าเป็นผลจากรายละเอียดของการจัดกิจกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเอกลักษณ์ที่มีอยู่เดิม โดยเฉพาะในส่วนการจุดประทัดตลอดทั้งวันทั้งคืน นอกจากนี้จะสร้างความรำคาญยังทำให้ความมดงมของงานลดลง (จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมชาวเชียงใหม่และลำพูน) ส่วนงานกิจกรรมอร่อยทุกรไไร่ ซิมไปทุกสวน ซึ่งมีคะแนนสูงที่สุด คาดว่าเป็นผลจากรูปแบบกิจกรรมที่ตรงกับชื่อโครงการอย่างชัดเจน

ตารางที่ 3 ผลการสร้างการรับรู้การเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ (ตามกลยุทธ์)

งานกิจกรรมที่ประเมิน	สัดส่วนที่สำรวจได้ จากภาคสนาม	ค่าเกณฑ์วัด	ผลลัพธ์
1. งานสีสันท่งสายน้ำมหารมมลอยกระทง จังหวัดเชียงใหม่	64.55% <sup>1</sup>	70%	x
2. งานสีสันท่งสายน้ำมหารมมลอยกระทง จังหวัดสุโขทัย	80.63% <sup>1</sup>	70%	/
3. งานสีสันท่งสายน้ำมหารมมลอยกระทง จังหวัดตาก	79.60% <sup>1</sup>	70%	/
4. งานเทศกาลเที่ยวพิมาย จังหวัดนครราชสีมา	84.08% <sup>2</sup>	70%	/
5. งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์	81.37% <sup>2</sup>	70%	/
6. งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ อยุธยา มรดกโลก	79.47% <sup>3</sup>	70%	/
7. กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพมหานคร	72.04% <sup>3</sup>	70%	/
8. งานประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช	71.10% <sup>4</sup>	70%	/
9. งานอร่อยทุกไร่ชิมไปทุกสวน	92.86% <sup>5</sup>	70%	/
10. งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร	84.39% <sup>2</sup>	70%	/
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>79.01%</b>	<b>70%</b>	<b>/</b>

หมายเหตุ: “/” หมายถึง สัดส่วนที่สำรวจได้สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

“x” หมายถึง สัดส่วนที่สำรวจได้ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

1. เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ร่วมงานชาวไทยในประเด็น “กิจกรรมที่มีในงานตรงกับประโยคที่ว่า วัฒนธรรมล้ำค่า งามผืนป่าธรรมชาติ ได้ชัดเจน” โดยนำสัดส่วนของชาวไทยที่ให้คะแนนในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเห็นด้วยมากมารวมกัน
2. เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ร่วมงานชาวไทยในประเด็น “กิจกรรมที่มีในงานตรงกับประโยคที่ว่า แหล่งเรียนรู้ อู่อารยธรรม ได้ชัดเจน” โดยนำสัดส่วนของชาวไทยที่ให้คะแนนในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเห็นด้วยมากมารวมกัน
3. เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ร่วมงานชาวไทยในประเด็น “กิจกรรมที่มีในงานตรงกับประโยคที่ว่า เที่ยวหลากหลาย สไตล์ภาคกลาง ได้ชัดเจน” โดยนำสัดส่วนของชาวไทยที่ให้คะแนนในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเห็นด้วยมากมารวมกัน
4. เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ร่วมงานชาวไทยในประเด็น “กิจกรรมที่มีในงานสอดคล้องกับประโยคที่ว่า “ป่าสวย ทะเลใส หลากหลายวัฒนธรรม” ได้ชัดเจน โดยนำสัดส่วนของชาวไทยที่ให้คะแนนในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเห็นด้วยมากมารวมกัน
5. เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ร่วมงานชาวไทยในประเด็น “โปรแกรมที่จัดสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของภาคตะวันออกเฉียงในการเป็นเมืองผลไม้ที่ชัดเจนมากขึ้น” โดยนำสัดส่วนของชาวไทยที่ให้คะแนนในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเห็นด้วยมากมารวมกัน

## ผลการประเมินประเด็น: กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้

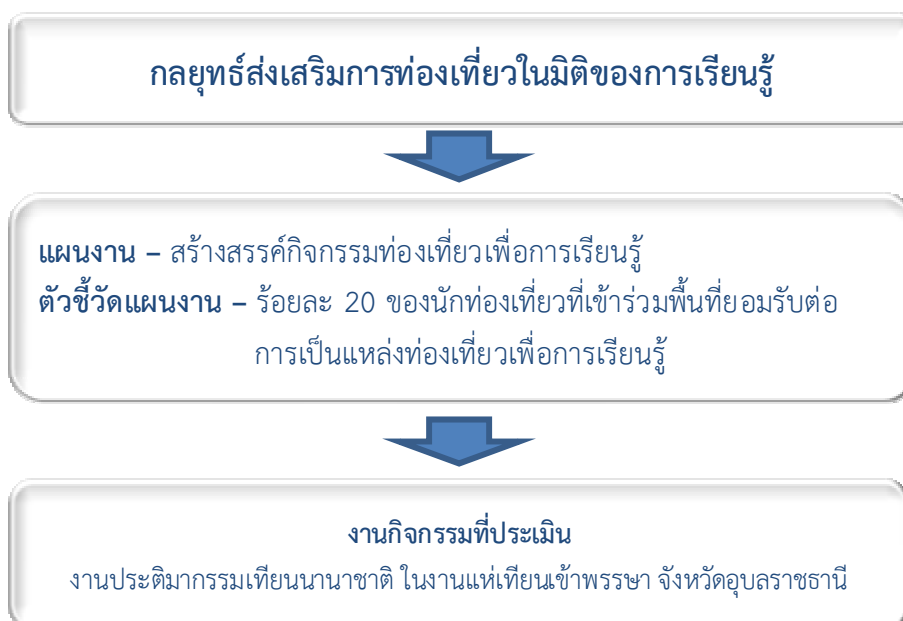
แผนงาน – สร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

ตัวชี้วัดแผนงาน – ร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพื้นที่ยอมรับต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

งานกิจกรรมที่ประเมินว่าผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในตัวชี้วัดแผนงานหรือไม่ ประกอบด้วย:

1. งานประติมากรรมเทียนนานาชาติ ในงานแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

ภาพที่ 8 งานกิจกรรมที่ประเมินภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้



นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 76.79) และจากจังหวัดอื่นๆ (ร้อยละ 77.85) เพื่อไปร่วมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า อุบลราชธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ (ตารางที่ 4) จำนวนที่สำรวจได้สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 20 สรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานในส่วนนี้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ

ตารางที่ 4 ผลสำรวจความคิดเห็นผู้ที่มีร่วมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ปี 2555

ความคิดเห็นของผู้มา ร่วมงานประเพณีแห่เทียน พรรษา จังหวัดอุบลราชธานี	ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงาน			ภาพรวม
	อุบลราชธานี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
กลุ่มที่กล่าวว่าได้เรียนรู้	75.62%	76.79%	77.85%	76.63%
กลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็น/ ไม่ทราบ	24.38%	23.21%	22.15%	23.37%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

สิ่งที่ผู้ร่วมงานรวมถึงนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการร่วมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา สรุปลงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ประเด็นที่ผู้ร่วมงานได้เรียนรู้จากการร่วมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ปี 2555

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการมาร่วมงาน*	ร้อยละการเรียนรู้จำแนกตาม ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงาน			ภาพรวม (ร้อยละ)
	อุบลราชธานี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
เรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีแห่เทียน	11.18	11.63	16.26	13.21
เรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณีไทย/ ประเพณีอีสาน	35.53	30.23	27.64	31.76
เรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น	23.03	30.23	23.58	24.21
เรียนรู้ศิลปะการแกะสลักเทียน	22.37	20.93	22.76	22.33
เรียนรู้ความงดงามของต้นเทียน	3.95	2.33	4.88	4.09
ได้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	2.63	2.33	4.07	3.14
ได้เห็นถึงความร่วมมือของชุมชน	1.32	2.33	0.81	1.26
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: \* เป็นคำถามปลายเปิด “ในการมาร่วมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ท่านได้เรียนรู้อะไรบ้าง”

## ผลสำเร็จตามตัวชี้วัดในกรอบของสำนักงบประมาณ

### ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน

การวิเคราะห์ถึงความสำเร็จของงานตามดัชนีชี้วัดของสำนักงบประมาณ ซึ่งสะท้อนด้วยคะแนนความพึงพอใจของผู้ที่มาร่วมงาน ดังผลที่สรุปลงในตารางที่ 6 พบว่า กิจกรรมที่ประเมินในปี 2555 ทุกกิจกรรมสามารถสร้างความพอใจ/ ความประทับใจให้แก่ผู้มาร่วมงานได้ดี แม้กระนั้นก็ตาม งานกิจกรรมบางงานที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงกว่าค่าเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น แต่มีสัดส่วนที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของงานกิจกรรมทั้งหมดที่ประเมินในครั้งนี้ เช่น งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ อยุธยา มรดกโลก หรือกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพมหานคร เป็นต้น เป็นงานกิจกรรมที่ ททท. ควรพิจารณาหาหรือร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานถึงแนวทางปรับปรุงการจัดงานในครั้งต่อไป

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานในแต่ละกิจกรรม

งานกิจกรรมที่ประเมิน	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ			ภาพรวม		
	สัดส่วนที่สำรวจได้จากภาคสนาม	ค่าเกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	สัดส่วนที่สำรวจได้จากภาคสนาม	ค่าเกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเกณฑ์วัด	ผลลัพธ์
1. งานลีลันแห่งสายน้ำมทรกรรมลอยุธยา จังหวัดเชียงใหม่	75.91%	60%	/	95.69%	60%	/	85.80%	60%	/
2. งานลีลันแห่งสายน้ำมทรกรรมลอยุธยา จังหวัดสุโขทัย	85.98%	60%	/	97.96%	60%	/	91.97%	60%	/
3. งานลีลันแห่งสายน้ำมทรกรรมลอยุธยา จังหวัดตาก	79.80%	60%	/	88.89%	60%	/	84.35%	60%	/
4. งานเทศกาลเที่ยวพิมาย จังหวัดนครราชสีมา	80.99%	60%	/	95.34%	60%	/	88.17%	60%	/
5. งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์	82.98%	60%	/	90.68%	60%	/	86.83%	60%	/
6. งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ ออยุธยา มรดกโลก	74.80%	60%	/	89.47%	60%	/	82.14%	60%	/
7. กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพมหานคร	72.32%	60%	/	83.63%	60%	/	77.98%	60%	/
8. งานเทศกาลตรุษจีนไชนาทาวน์ ยาวราช	75.91%	60%	/	84.81%	60%	/	80.36%	60%	/
9. งานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์	77.90%	60%	/	78.57%	60%	/	78.24%	60%	/
10. การแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open	80.73%	60%	/	80.73%	60%	/	80.73%	60%	/
11. งานประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช	73.08%	60%	/	87.50%	60%	/	80.29%	60%	/
12. งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ กรุงเทพฯ	82.73%	60%	/	90.13%	60%	/	86.43%	60%	/
13. งานประเพณีสระปีใหม่เมือง	79.90%	60%	/	94.88%	60%	/	87.39%	60%	/
14. งานประเพณีวันไหล ชลบุรี	81.31%	60%	/	92.86%	60%	/	87.09%	60%	/
15. งานเทศกาลโคมไฟลีลันเมืองใต้	74.21%	60%	/	72.62%	60%	/	73.42%	60%	/
16. งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร	82.11%	60%	/	85.71%	60%	/	83.91%	60%	/
17. งานประเพณีมากรรมเทียนนานาชาติ	86.63%	60%	/	81.13%	60%	/	83.88%	60%	/
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>79.25%</b>	<b>60%</b>	<b>/</b>	<b>87.68%</b>	<b>60%</b>	<b>/</b>	<b>83.47%</b>	<b>60%</b>	<b>/</b>

หมายเหตุ: สัดส่วนที่แสดงในตารางเป็นผลรวมระหว่างผู้ที่แสดงความพอใจในระดับมากและระดับมากขึ้นไป

## มูลค่าเงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด จากการจัดงานกิจกรรม

การคำนวณถึงมูลค่าเงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด จากงานกิจกรรมที่ประเมินในปี 2555 (ตารางที่ 7) พบว่า การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงาน (ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ) มีมูลค่าประมาณ 3,395.85 ล้านบาท มูลค่าดังกล่าวไม่นับรวมเงินสะพัดที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้จัดงาน เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดเวทีแสดง ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดพิมพ์เอกสารแผ่นพับ เป็นต้น

ตารางที่ 7 มูลค่าเงินหมุนเวียน/ เงินสะพัดจากการจัดงานกิจกรรม

งานกิจกรรมที่ประเมิน	มูลค่าเงินหมุนเวียน (ล้านบาท)
1. งานสีสันท่งสายน้ำมหรรมลอยกระทง จังหวัดเชียงใหม่	159.50
2. งานสีสันท่งสายน้ำมหรรมลอยกระทง จังหวัดสุโขทัย	204.10
3. งานสีสันท่งสายน้ำมหรรมลอยกระทง จังหวัดตาก	131.38
4. งานเทศกาลเที่ยวพิมาย จังหวัดนครราชสีมา	67.21
5. งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์	23.76
6. งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ อยู่ยง มรดกโลก	2.79
7. กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพมหานคร	583.69
8. งานเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราช	120.81
9. งานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์	155.75
10. การแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open	1.40
11. งานประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช	33.95
12. งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ กรุงเทพฯ	658.25
13. งานประเพณีสระรีปีใหม่เมือง	537.69
14. งานประเพณีวันไหล ชลบุรี	377.03
15. งานเทศกาลโคมไฟสีสันเมืองใต้	290.26
16. งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร	24.12
17. งานประติมากรรมเทียนนานาชาติ	24.16
<b>เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด (รวม)</b>	<b>3,395.85</b>



## ประโยชน์ที่เกิดจากการจัดงานด้านอื่นๆ

นอกเหนือจากการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายเมื่อมาร่วมงาน ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจไทยมีการเติบโตขึ้น ประโยชน์ที่เกิดจากการจัดงานกิจกรรมในด้านอื่นๆ ได้แก่

### ❖ การจัดงานเป็นช่องทางหนึ่งในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีไทย

การสนับสนุนงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีไทย (เช่น ลอยกระทง สงกรานต์) โดยจัดกิจกรรมพิเศษ (เช่น การแสดงการเล่นพื้นบ้าน) การจัดทำเอกสาร แผ่นพับ ที่อธิบายถึงวิถีการเล่นน้ำสงกรานต์ที่ถูกต้อง ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ควรประพฤติปฏิบัติในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น เหล่านี้เป็นช่องทางหนึ่งในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีไทยไปสู่เยาวชนในรุ่นต่อไป

### ❖ การจัดงานเป็นช่องทางหนึ่งในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา

การสนับสนุนการจัดงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา (เช่น ไหว้พระ 9 วัด งานประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ) ได้สร้างแรงจูงใจให้ตัดสินใจเดินทางมาร่วมงานมากขึ้น ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา

### ❖ การจัดงานเป็นการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับประเทศไทย

การสนับสนุนการจัดงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาในระดับนานาชาติ (เช่น รายการแข่งขันกอล์ฟสตรี Thailand Ladies Open) ได้สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับประเทศไทยว่ามีศักยภาพในการจัดงานระดับนานาชาติ

### ❖ การจัดงานเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทยมากขึ้น

การสนับสนุนงานกิจกรรมที่จัดในบริเวณที่มีข่าวก่อการร้าย (เช่น งานเทศกาลโคมไฟสีสันเมืองใต้) ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวว่าประเทศไทยยังมีความปลอดภัยสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้

### ❖ การจัดงานเป็นการสานสัมพันธ์มิตรระหว่างประเทศให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

การสนับสนุนการจัดงานกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของประเทศอื่น (เช่น งานตรุษจีน งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร) เป็นช่องทางหนึ่งในการสานสัมพันธ์มิตรระหว่างประเทศให้มีความแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น

### ❖ การจัดงานช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของพื้นที่ให้มีความโดดเด่น

การสนับสนุนงานกิจกรรมที่จัดขึ้นในพื้นที่ที่ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาเที่ยว แต่มีประเพณีท้องถิ่นที่น่าสนใจ (เช่น งานประเพณีบุญบั้งไฟ) เป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ ให้กลายเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาร่วมงาน

## การวิเคราะห์ศักยภาพของงานกิจกรรม

นอกจากการวัดถึงผลสำเร็จของงานกิจกรรมที่จัดขึ้นในปี 2555 ว่าสามารถตอบสนองกลยุทธ์/แผนงานที่ ททท. กำหนดขึ้นหรือไม่ การศึกษาในครั้งนี้ได้วิเคราะห์ถึงศักยภาพ จุดแข็งและจุดอ่อนของงานกิจกรรมที่ประเมิน โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis (ภาพที่ 9)

การวิเคราะห์ถึงศักยภาพของงานกิจกรรมด้วย SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity and Threat) จะทำให้เข้าใจถึงสถานะและทิศทางของงานกิจกรรมที่ประเมินได้ดีขึ้น โดยที่ปรึกษาจะพิจารณาถึงจุดเด่น จุดด้อย ที่พบจากการสำรวจงานกิจกรรม รวมถึงปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการจัดงานกิจกรรมด้วย

ผลการวิเคราะห์ที่แสดงในภาพที่ 9 ได้ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมและประเพณีของไทยเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ เมื่อนำมาจัดเป็นงานกิจกรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ ได้สร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ความโอ้อ้อมอารีและความเป็นมิตรของคนไทย ทำให้ไทยเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวมากขึ้น ขณะที่ศักยภาพและความสามารถในการจัดงานกิจกรรมของชุมชนและหรือหน่วยงานท้องถิ่นในบางแห่งที่ยังมีขีดจำกัดทำให้งานกิจกรรมที่จัดขึ้นมีประสิทธิผลลดลง นอกจากนี้ ภัยคุกคามที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา เช่น อุทกภัยที่เกิดขึ้นกว่า 60 จังหวัดทั่วประเทศ เหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ได้ส่งผลให้การดำเนินงานไม่ราบรื่นและบางครั้งไม่เป็นไปตามแผนงาน

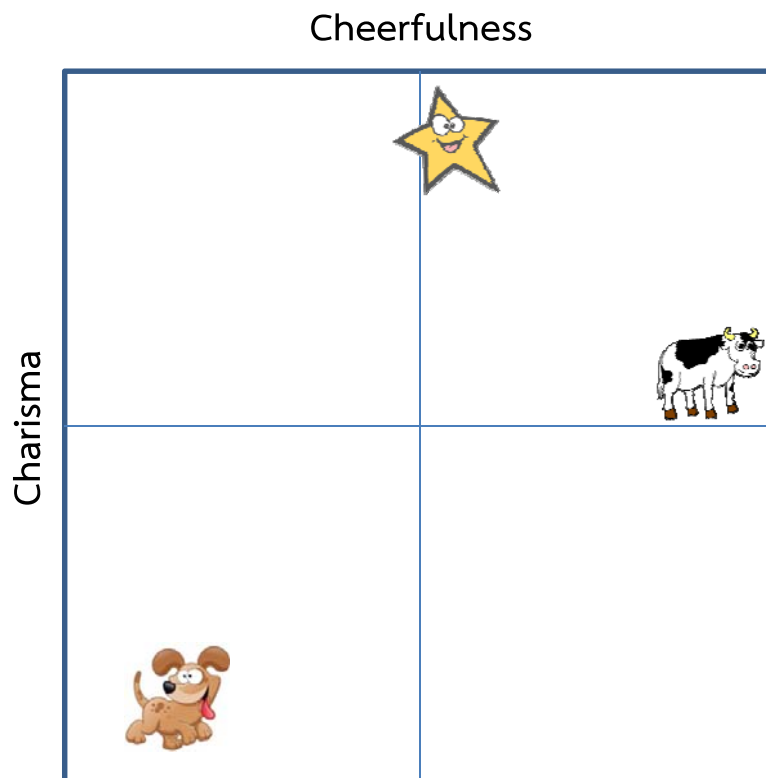
ภาพที่ 9 การวิเคราะห์ศักยภาพของงานกิจกรรมด้วย SWOT

<p><b>จุดแข็ง (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>วัฒนธรรมและประเพณีไทยมีเสน่ห์ (เช่น งานลอยกระทง สงกรานต์) สร้างความสนใจกับชาวต่างประเทศมาร่วมงานกิจกรรมได้เป็นอย่างดี</li> <li>ความโอ้อ้อมอารีและความเป็นมิตรของคนไทย ผสมกับความน่าสนใจของงานกิจกรรมทำให้พื้นที่ที่จัดงานมีสิ่งดึงดูดให้เกิดความสนใจเดินทางไปร่วมงานได้มากขึ้น</li> <li>ความสามารถในการฝึกทักษะสัตว์ ทำให้เกิดงานกิจกรรมที่น่าสนใจและดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ (เช่น งานชมหัตถกรรมงานช่างสุรินทร์)</li> </ul>	<p><b>จุดอ่อน (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ชุมชนและหรือหน่วยงานท้องถิ่นยังมีขีดจำกัดและความสามารถในการจัดงานกิจกรรมให้มีประสิทธิภาพและมีความแปลกใหม่ รวมถึงมักจะมองข้ามจุดเล็กๆ ที่มีส่วนเสริมให้งานกิจกรรมมีความงดงามมากขึ้น เช่น ปริมาณถังขยะ การจัดระเบียบของร้านค้า เป็นต้น</li> <li>หน่วยงานที่ได้รับการสนับสนุนจาก ททท. มักขาดทักษะในการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ทำให้การบริหารจัดการโครงการไม่ราบรื่นเท่าที่ควร</li> </ul>
<p><b>โอกาส (Opportunities)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>งานกิจกรรมสร้างความสนใจให้กับผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่มได้แตกต่างกันไป อาทิ งานประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ สามารถกระตุ้นให้ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สนใจในพุทธศาสนามาร่วมงาน งาน Thailand Ladies Open สามารถกระตุ้นนักกีฬาอาชีพที่ไม่สามารถเข้าแข่งขันในรายการที่ใหญ่กว่ามาร่วมงาน เป็นต้น</li> </ul>	<p><b>ภัยคุกคาม (Threats)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>อุทกภัยในปี 2554 ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อร่วมงานในช่วงปลายปี 2554 – ต้นปี 2555 ลดลง</li> <li>ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ขยายวงกว้างมากขึ้น (เช่น การวางระเบิดในโรงแรมใจกลางเมืองหาดใหญ่)</li> <li>การประกาศนโยบายค่าจ้างขั้นต่ำใหม่ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น</li> <li>อิทธิพลทางการเมืองทำให้การบริหารงานไม่เป็นไปตามแผน</li> <li>หน่วยงานท้องถิ่นจัดกิจกรรมแข่งขันกันมากขึ้นทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลง</li> </ul>

## การวิเคราะห์สถานภาพทางการตลาดของงานกิจกรรม

ในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสถานภาพทางการตลาดของสินค้าหรือในที่นี่ได้แก่งานกิจกรรมท่องเที่ยว (Product Positioning) ศูนย์วิจัยฯ ได้พัฒนาเครื่องมือที่เรียกว่า CIRI Matrix (ภาพที่ 10) มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาพที่ 10 การวิเคราะห์สถานภาพทางการตลาดของงานกิจกรรม



### มิติที่ 1 แรงจูงใจของงานกิจกรรม

แรงจูงใจของงานกิจกรรม (Charisma) ที่ได้รับการผลิตและออกแบบโดยผู้ผลิต พิจารณาตามแนวตั้ง (Column) โดยงานกิจกรรมที่มีตำแหน่งอยู่ใกล้ขอบบน ดังเช่น รูปดาว แสดงให้เห็นว่างานกิจกรรมนั้นๆ สร้างแรงจูงใจได้ในระดับมาก เมื่อเทียบกับงานกิจกรรมอื่นๆ ในขณะที่งานกิจกรรมที่มีตำแหน่งอยู่ใกล้ขอบล่าง (หรือแนวนอน) แสดงว่างานกิจกรรมนั้นๆ สร้างแรงจูงใจได้ไม่มากนัก ดังเช่นงานกิจกรรมที่แทนด้วยรูปสุนัข

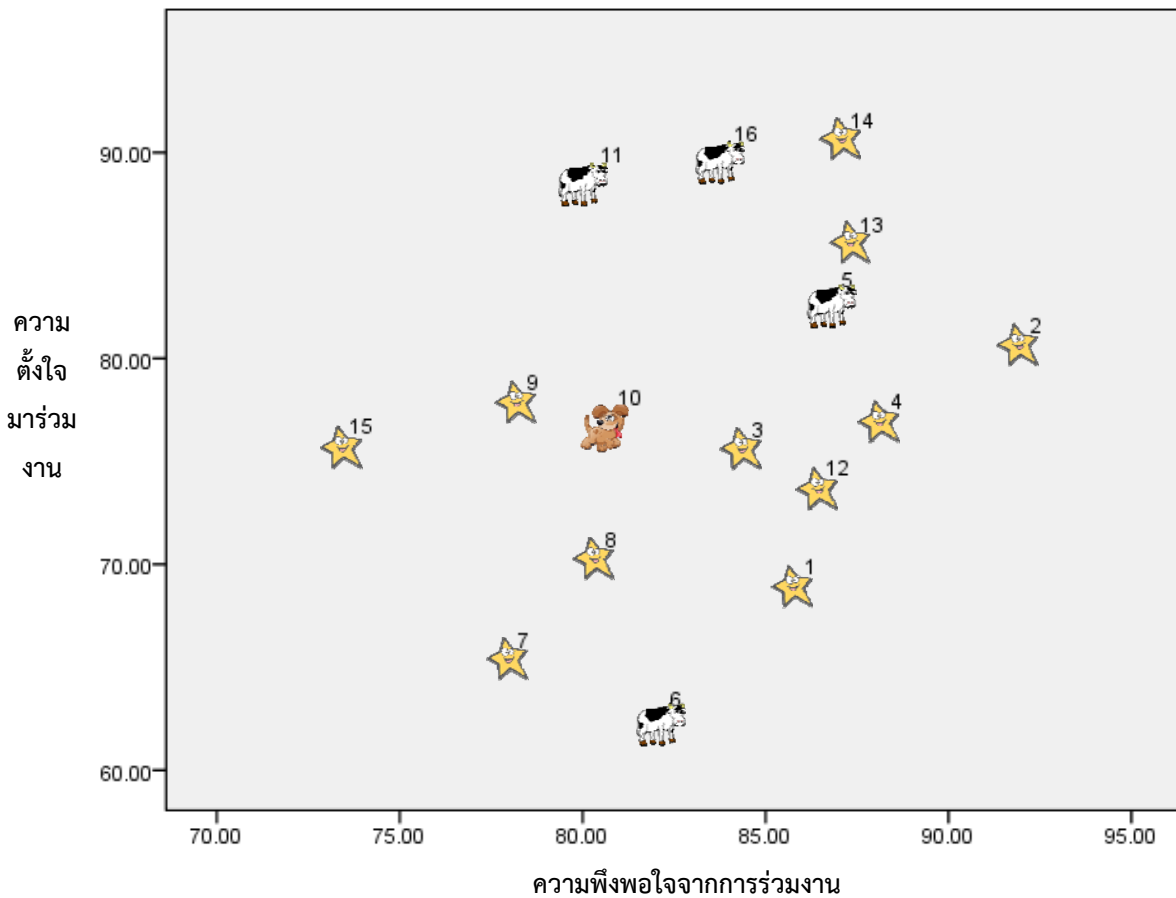
### มิติที่ 2 ความพึงพอใจที่ได้รับจากการร่วมงานกิจกรรม

ความพึงพอใจจากการร่วมงานกิจกรรม (Cheerfulness) พิจารณาตามแนวนอน (Row) โดยงานกิจกรรมที่อยู่ตำแหน่งใกล้ขอบด้านซ้าย แสดงว่าเป็นงานกิจกรรมที่ยังสร้างความพึงพอใจได้ไม่มากนักเมื่อเทียบกับงานกิจกรรมอื่นๆ ในขณะที่งานกิจกรรมที่มีตำแหน่งอยู่ใกล้ขอบด้านขวา ดังเช่นรูปวัว แสดงให้เห็นว่าเป็นงานกิจกรรมที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ดีกว่างานกิจกรรมอื่นๆ

### มิติที่ 3 ขนาดของงานกิจกรรม

นอกจากแรงจูงใจและความพึงพอใจแล้ว สัญลักษณ์ที่ใช้ใน CIRI Matrix ยังบ่งบอกถึงขนาดของงานกิจกรรม (Market Size) ที่ประเมิน โดยพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งสัญลักษณ์ที่ใช้ใน CIRI Matrix มีดังนี้

- รูปดาว ★ หมายถึง งานกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก (มากกว่า 50,000 คนขึ้นไป)
- รูปวัว 🐮 หมายถึง งานกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนปานกลาง (มากกว่า 1,000 คนแต่น้อยกว่า 50,000 คน)
- รูปสุนัข 🐶 หมายถึง งานกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนน้อย (น้อยกว่า 1,000 คน)



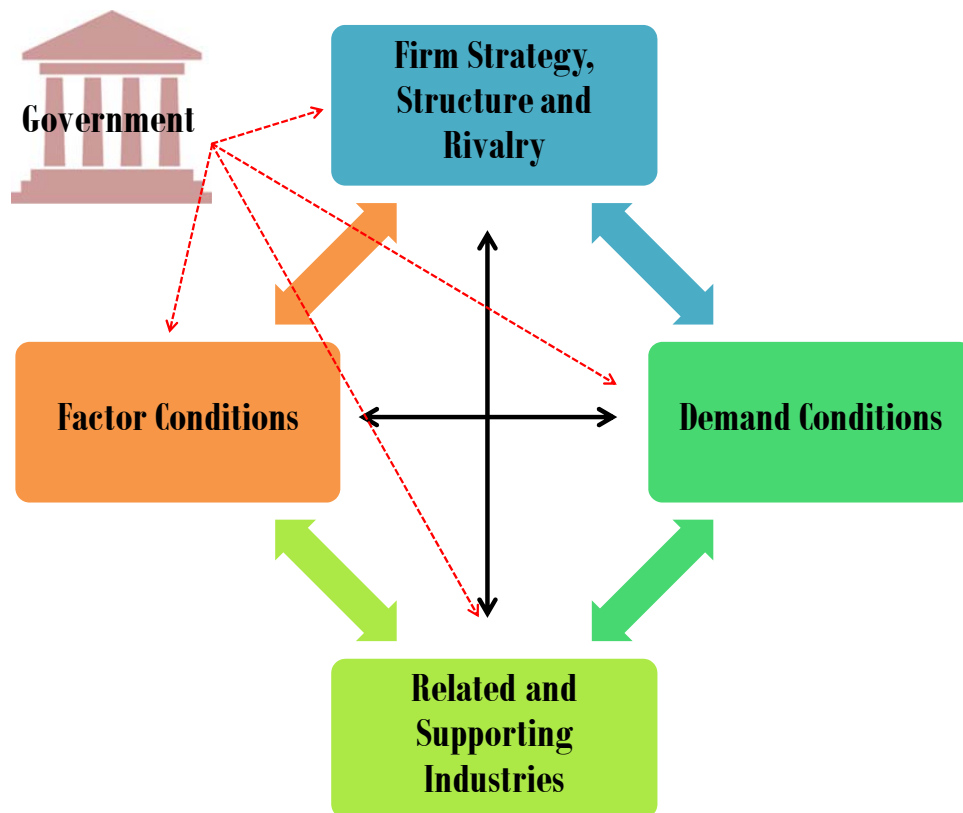
- |  |  |
|--|--|
| 1. งานลีลันแห่งสายน้ำมทรกรรมลอยุธยา จังหวัดเชียงใหม่     | 2. งานลีลันแห่งสายน้ำมทรกรรมลอยุธยา จังหวัดสุโขทัย |
| 3. งานลีลันแห่งสายน้ำมทรกรรมลอยุธยา จังหวัดตาก           | 4. งานเทศกาลเที่ยวพิมาย จังหวัดนครราชสีมา          |
| 5. งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์           | 6. งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ อยุธยา มรดกโลก            |
| 7. กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพมหานคร        | 8. งานเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราช               |
| 9. งานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์                    | 10. การแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open  |
| 11. งานประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช | 12. งานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ กรุงเทพฯ            |
| 13. งานประเพณีสระปี่ใหม่เมือง                            | 14. งานประเพณีวันไหล ชลบุรี                        |
| 15. งานเทศกาลโคมไฟสีสันเมืองใต้                          | 16. งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร               |

งานกิจกรรมที่ประเมินในปี 2555 เกือบทั้งหมดเป็นกิจกรรมที่มีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะงานกิจกรรมกลุ่มที่เป็นงานประเพณี ในส่วนผลการจัดงานซึ่งพิจารณาจากความพึงพอใจ พบว่า เกือบทุกงานสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่มาร่วมงานได้สูงถึงร้อยละ 80 หรือใกล้เคียง ส่วนงานกิจกรรมที่ควรหาแนวทางปรับปรุงคุณภาพงานให้ดีขึ้น คือ งานเทศกาลโคมโไฟลีสันเมืองใต้ ขณะที่การแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open เป็นงานกิจกรรมที่ควรพิจารณาว่าต้องการกลุ่มเป้าหมายใดที่มาร่วมงานนี้ หากกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังคือ ผู้ที่มาชมการแข่งขัน ททท. อาจจำเป็นต้องพิจารณาปรับเปลี่ยนวิธีการสนับสนุนเพื่อให้งานมีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างมากขึ้น

### ข้อสังเกตในการจัดงาน

การสรุปถึงข้อสังเกตการจัดงานกิจกรรมได้ใช้วิธีการสังเกตการณ์ ข้อมูลที่สำรวจได้จากภาคสนาม รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกลุ่มต่างๆ มาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ โดยนำแบบจำลอง Diamond Model มาประยุกต์ใช้เพื่อให้ข้อสรุปที่ได้ครอบคลุมในทุกมิติ (ภาพที่ 11) ซึ่งการวิเคราะห์ด้วย Diamond Model จะทำให้เข้าใจถึงปัจจัยหรือตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อให้การจัดงานกิจกรรมไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งในการวิเคราะห์นอกจากจะพิจารณาถึงศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดงานกิจกรรม ได้แก่ ปัจจัยการผลิตและอุตสาหกรรมสนับสนุน การพิจารณาตามกรอบของ Diamond Model จะทำให้เห็นถึงปัจจัยภายนอกที่มากกระทบต่อความสำเร็จของงาน ได้แก่ สภาพการแข่งขันและผลกระทบจากนโยบายภาครัฐ

ภาพที่ 11 การวิเคราะห์ด้วย Diamond Model



รายละเอียดของเงื่อนไขแต่ละด้านภายใต้กรอบแนวคิด Diamond Model มีดังนี้

### ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตในที่นี้หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ ประเทศที่มีปัจจัยการผลิตที่ดีมีคุณภาพจะเป็นพื้นฐานที่ช่วยสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ประเทศได้ และหากประเทศนั้นๆ สามารถที่จะพัฒนาและยกระดับปัจจัยการผลิตให้มีมูลค่าเพิ่มในลักษณะที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง โดยที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือทำตามได้ก็จะเป็นเครื่องมือที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เพิ่มมากขึ้น

กรณีของปัจจัยการผลิตที่นำมาพิจารณาสำหรับการศึกษาในโครงการนี้หมายถึงปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้องกับงานกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น ความพร้อมในด้านการจัดงาน ความพร้อมในด้านสถานที่ จุดเด่นของงานกิจกรรมที่จัด เป็นต้น

### อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

ภายใต้แบบจำลอง Diamond Model หากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันมีศักยภาพ รวมทั้งมีความเชื่อมโยงในลักษณะของความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งในแนวนอนและแนวตั้งจะช่วยยกระดับอุตสาหกรรมที่ศึกษาให้มีประสิทธิภาพและมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากความร่วมมืออย่างใกล้ชิดจะช่วยให้การพัฒนาธุรกิจเกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมโดยรวม ในขณะที่ตัวธุรกิจก็สามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตในลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของตนได้มากขึ้น

ตัวอย่างของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในธุรกิจท่องเที่ยวและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้า โรงแรมที่พัก ฯลฯ ซึ่งหากผู้ประกอบการในกลุ่มนี้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานจะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นได้

### ความต้องการในสินค้าและบริการ (Demand Conditions)

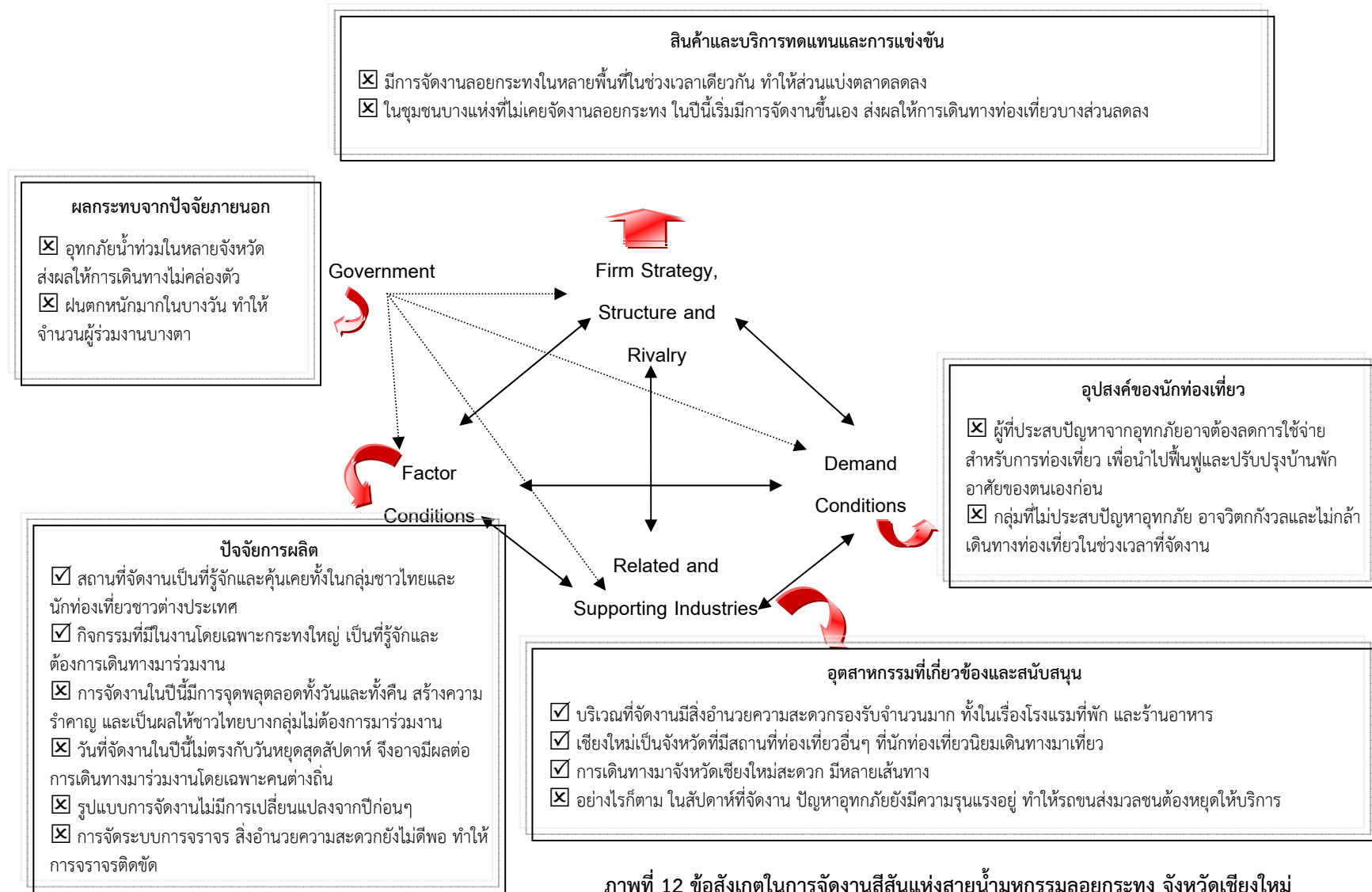
ความต้องการในสินค้าและบริการในที่นี้พิจารณาทั้งด้านปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป กล่าวคือ ปริมาณความต้องการที่มากมีได้หมายความว่าประเทศนั้นจะมีขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากกว่าประเทศอื่นๆ ขณะที่คุณภาพของความต้องการจะเป็นตัวผลักดันให้ผู้ประกอบการพยายามพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการของตนเองให้มีมูลค่าเพิ่มอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างที่เหนือคู่แข่งได้อีกทางหนึ่ง

ในบริบทของงานกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวที่ศึกษาในครั้งนี้ ความต้องการในสินค้าและบริการจะหมายถึง ความคาดหวังของผู้ร่วมงาน ช่องทางการรับสื่อ ฯลฯ ซึ่งที่ปรึกษาจะนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ต่อไป

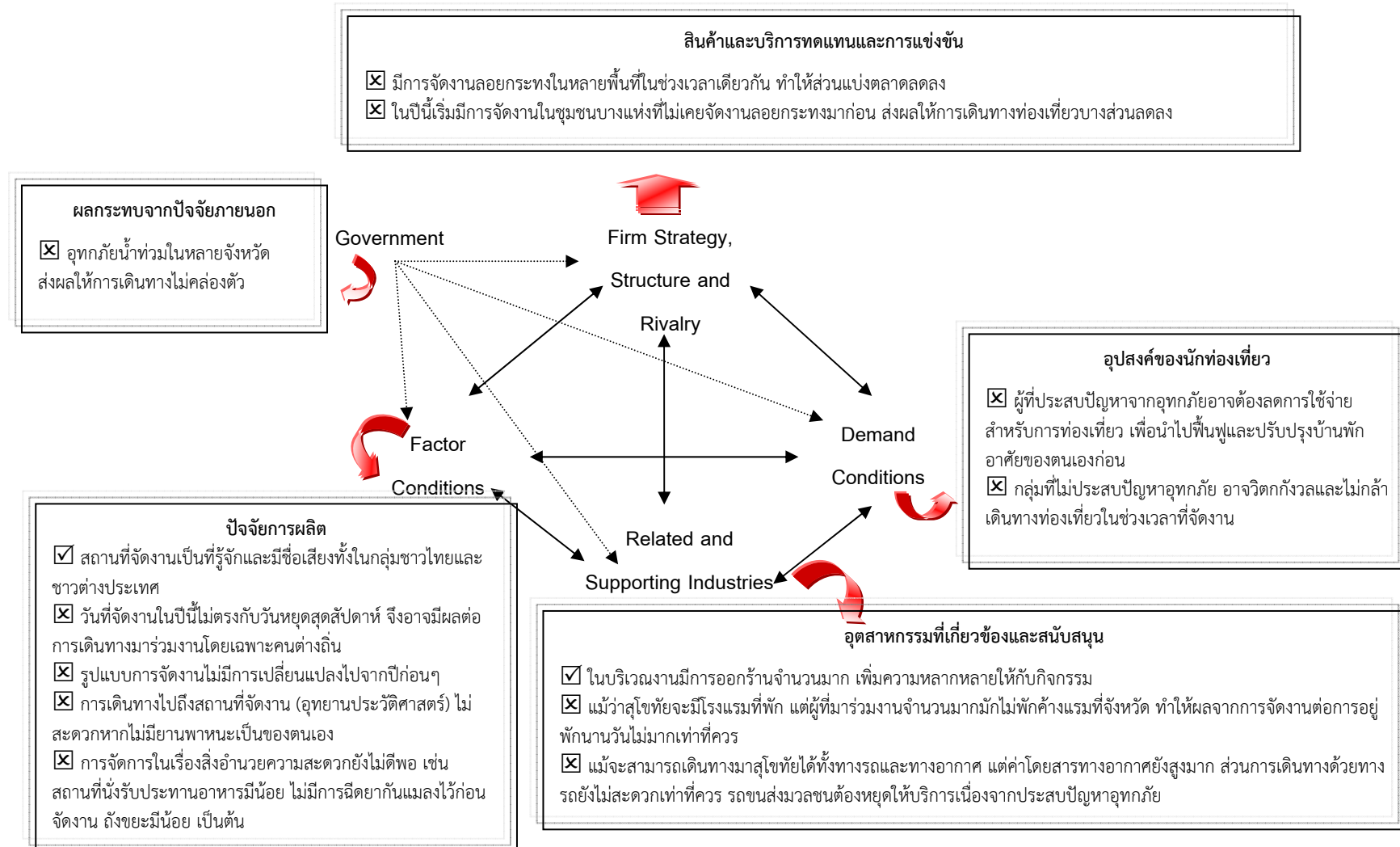
### โครงสร้างตลาด/ การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่สามารถกระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจได้ดี ทำให้มีผู้ที่ให้ความสนใจที่จะดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวหรือเพื่อร่วมกิจกรรม โดยบางกิจกรรมอาจมีการจัดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในกรณีนี้ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะร่วมงานได้มากขึ้น แต่ในอีกมิติหนึ่งก็เกิดการแข่งกันขึ้นระหว่างผู้จัดงานซึ่งอาจเป็นการแข่งขันกันเองในประเทศ หรือการแข่งขันระหว่างประเทศ การเข้าใจถึงโครงสร้างหรือสภาพดังกล่าวจะช่วยให้ผู้จัดงานสามารถนำไปพิจารณาปรับกลยุทธ์หรือกำหนดสถานะงานกิจกรรมของตนเองได้ดีขึ้น

สำหรับข้อสังเกตที่สรุปได้ในแต่ละงานกิจกรรมที่ได้ประเมินไปแล้วมีดังนี้

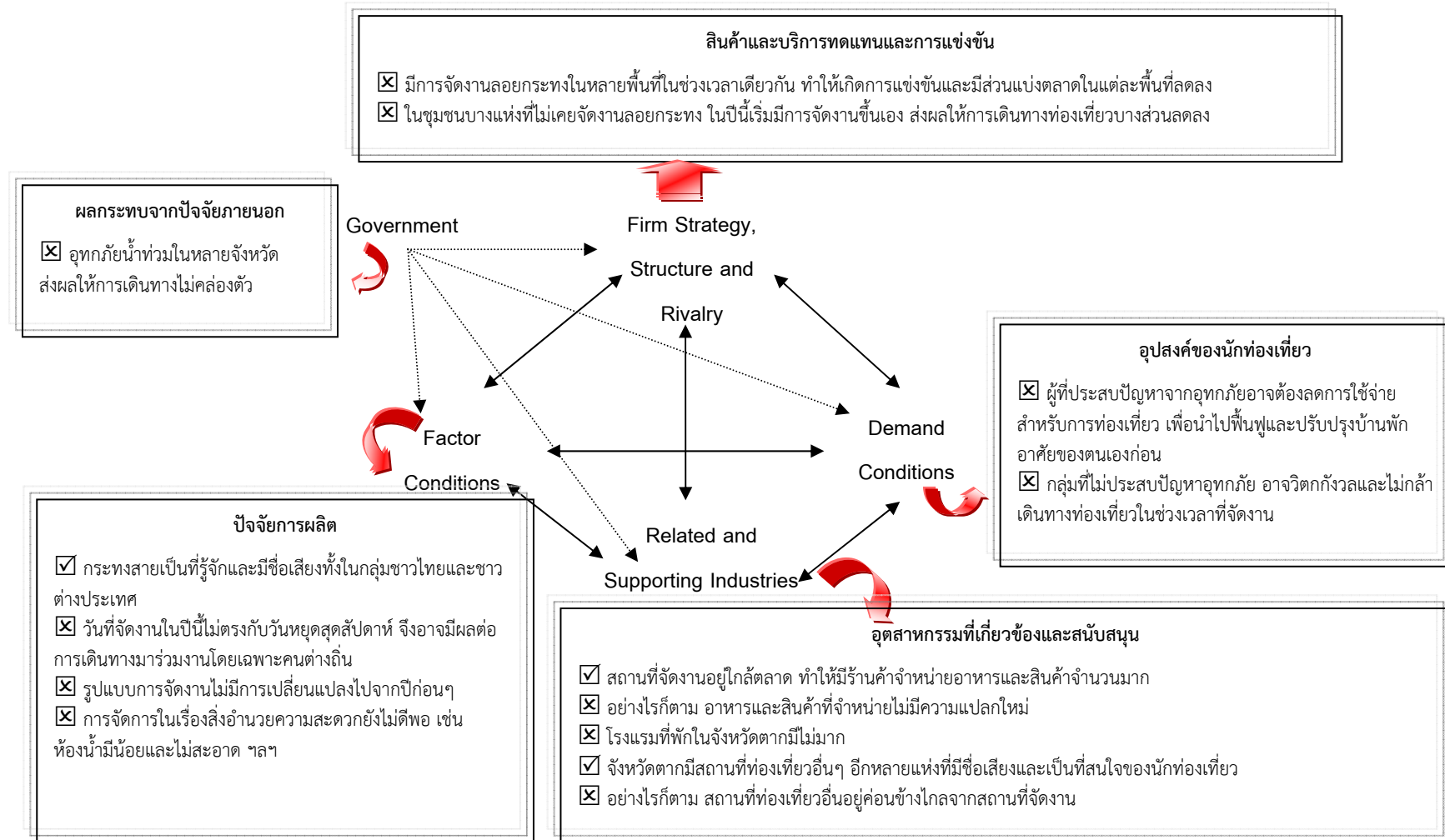


ภาพที่ 12 ข้อสังเกตในการจัดงานสี่สัปดาห์สายน้ำมหรรมลอยกระทง จังหวัดเชียงใหม่

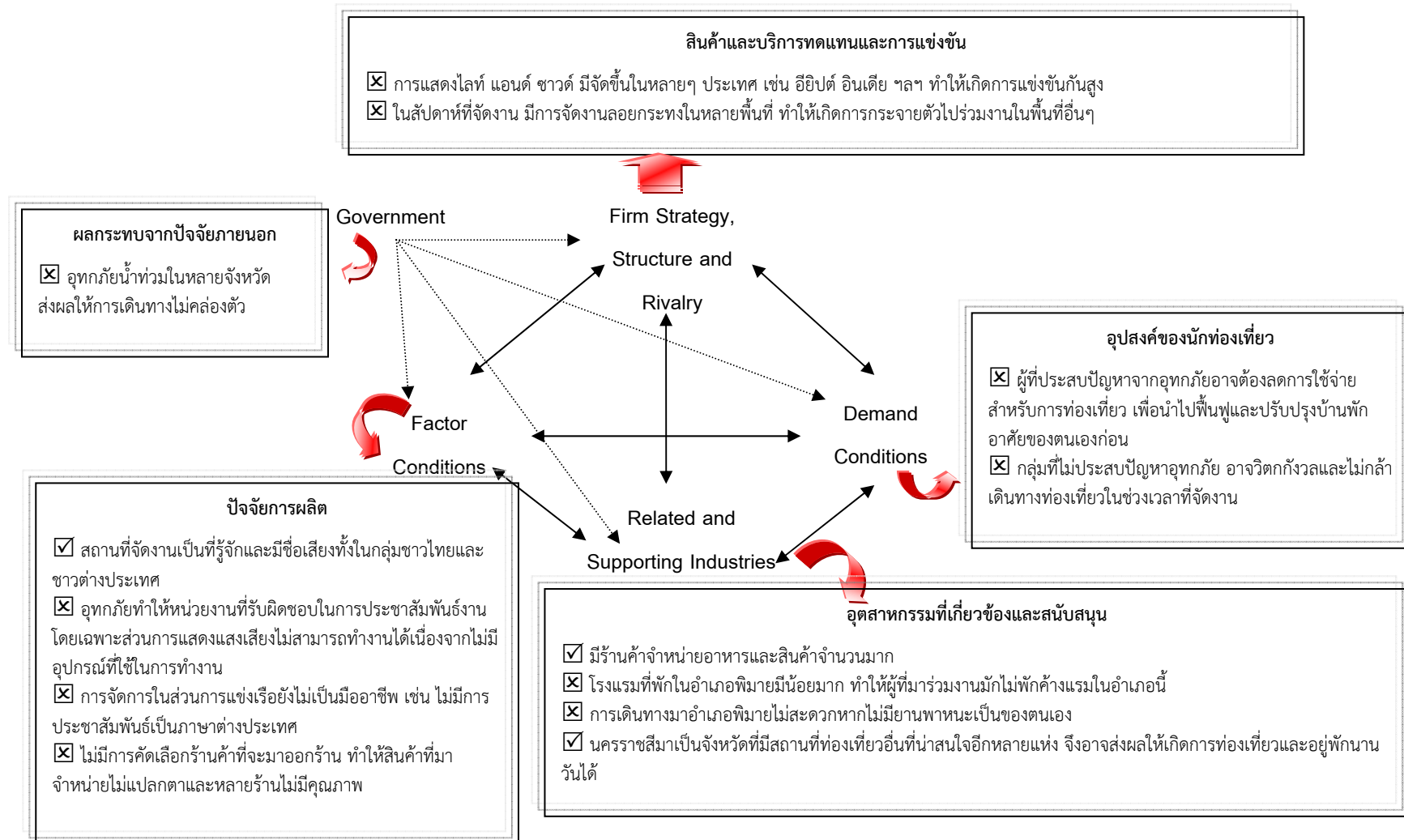


ภาพที่ 13 ข้อสังเกตในการจัดงานสี่ส้านแห่งสายน้ำมหรรมลอยกระทง จังหวัดสุโขทัย

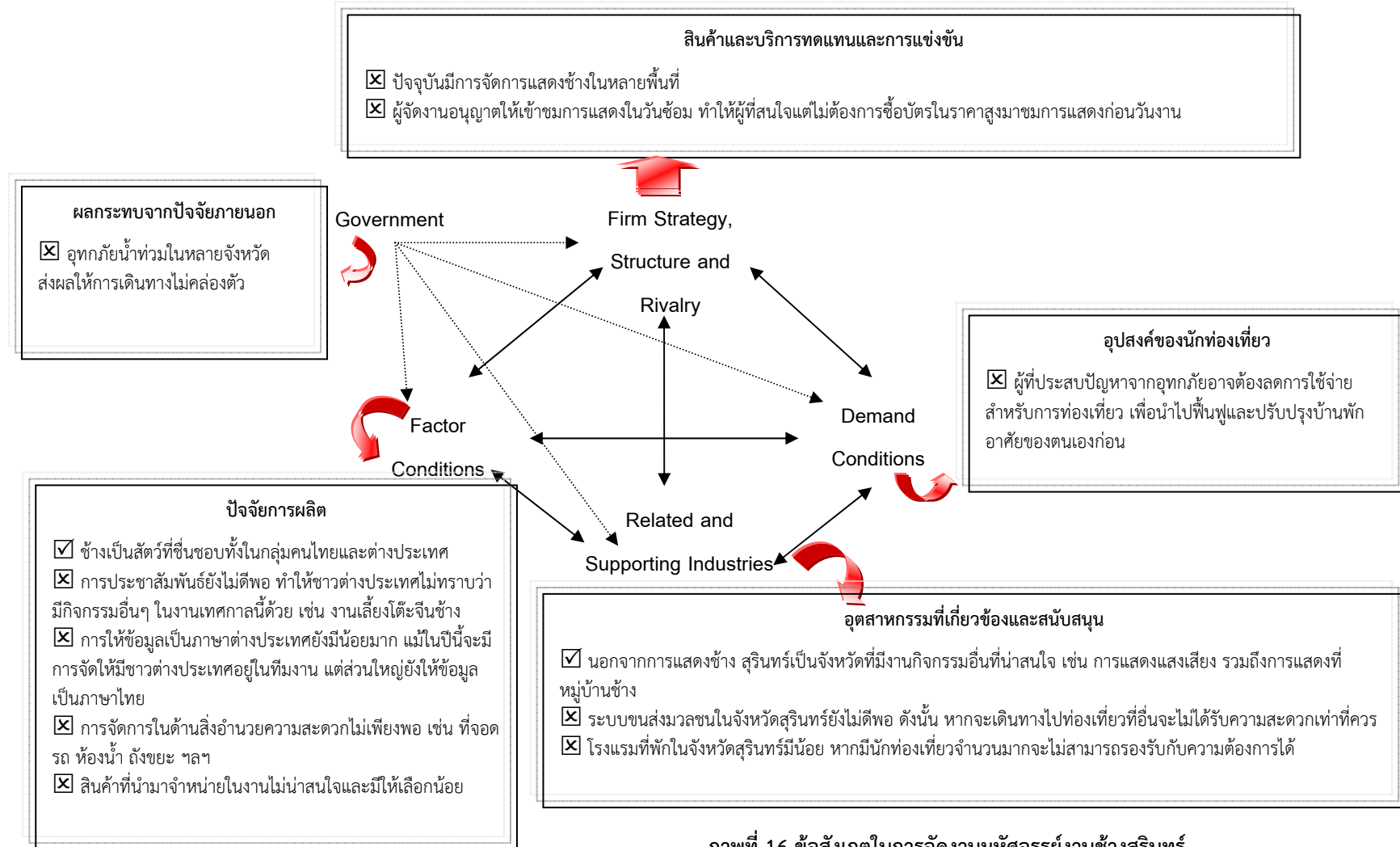


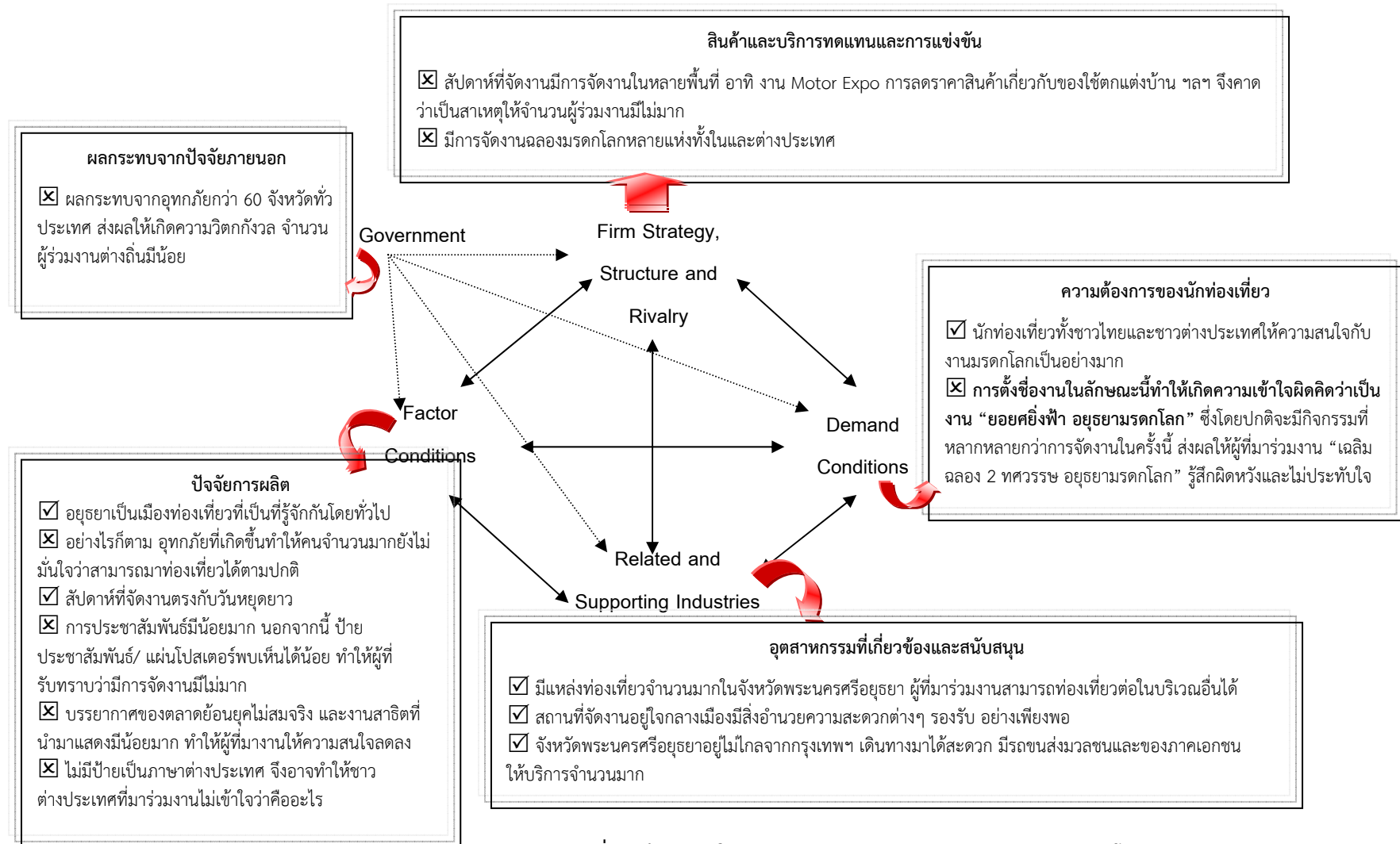


ภาพที่ 14 ข้อสังเกตในการจัดงานสี่สັນแห่งสายน้ำมททท.ลอยกระทง จังหวัดตาก

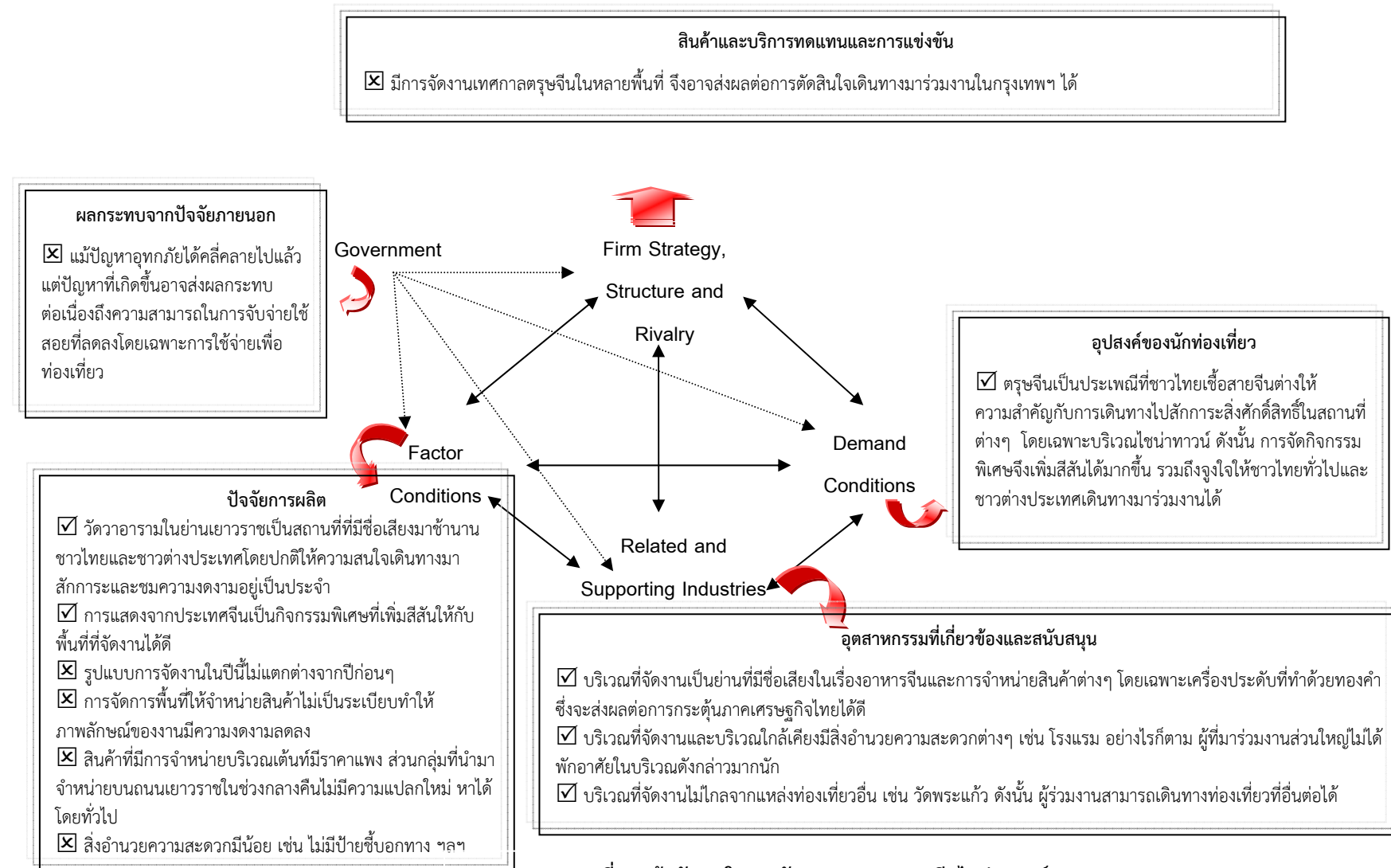


ภาพที่ 15 ข้อสังเกตในการจัดงานเทศกาลเที่ยวพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

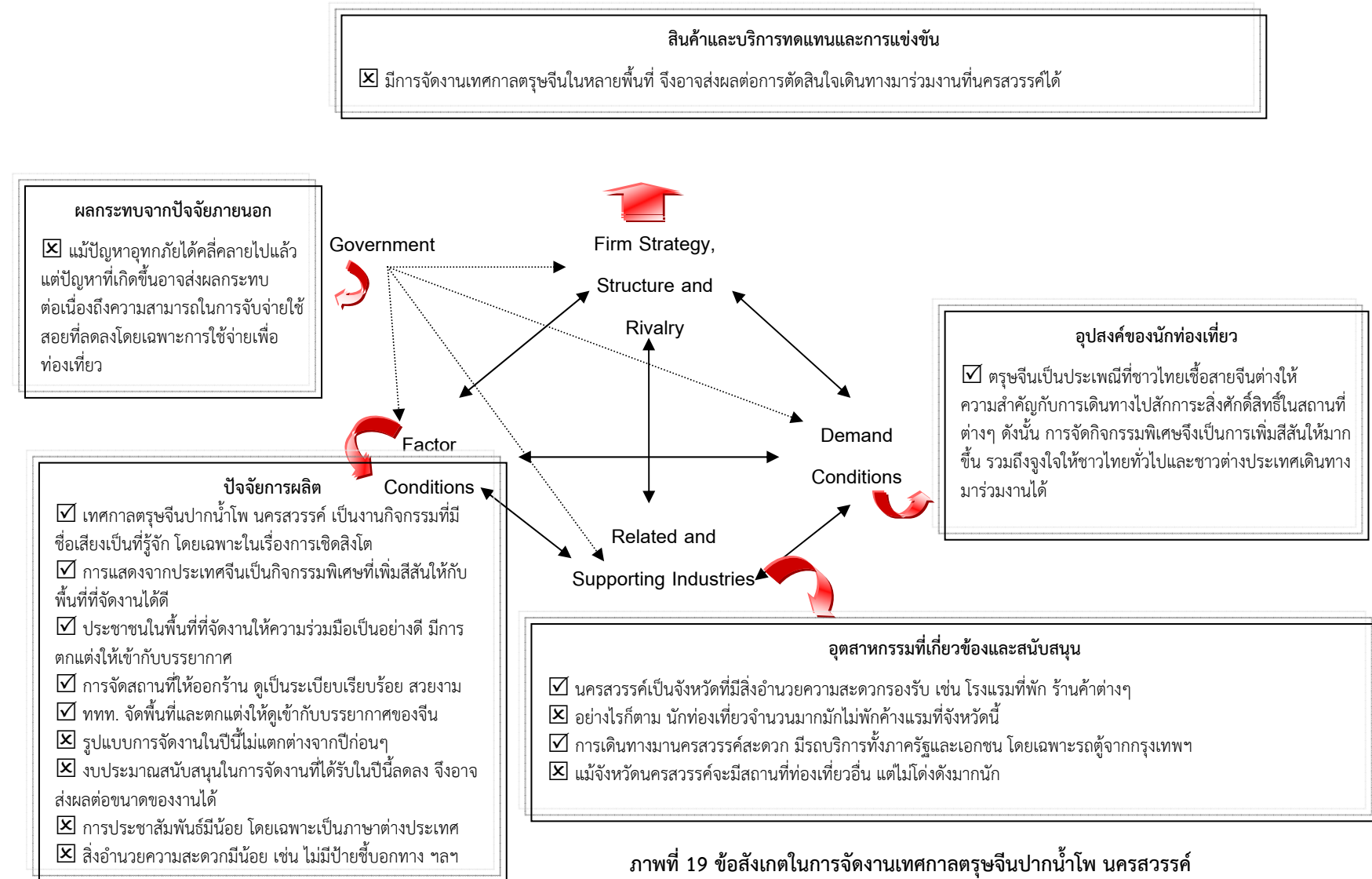




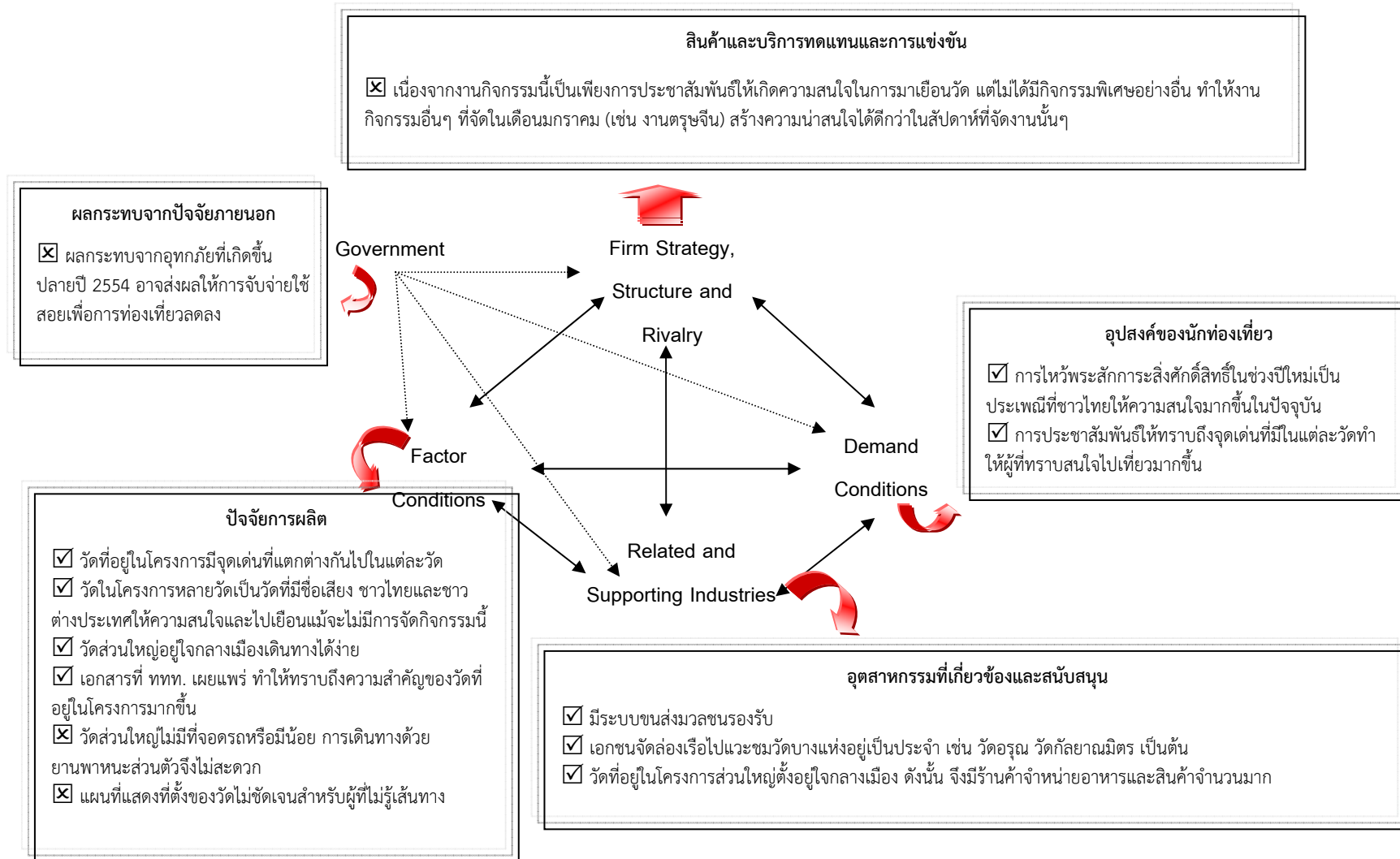
ภาพที่ 17 ข้อสังเกตในการจัดงานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ อูธยามรดกโลก



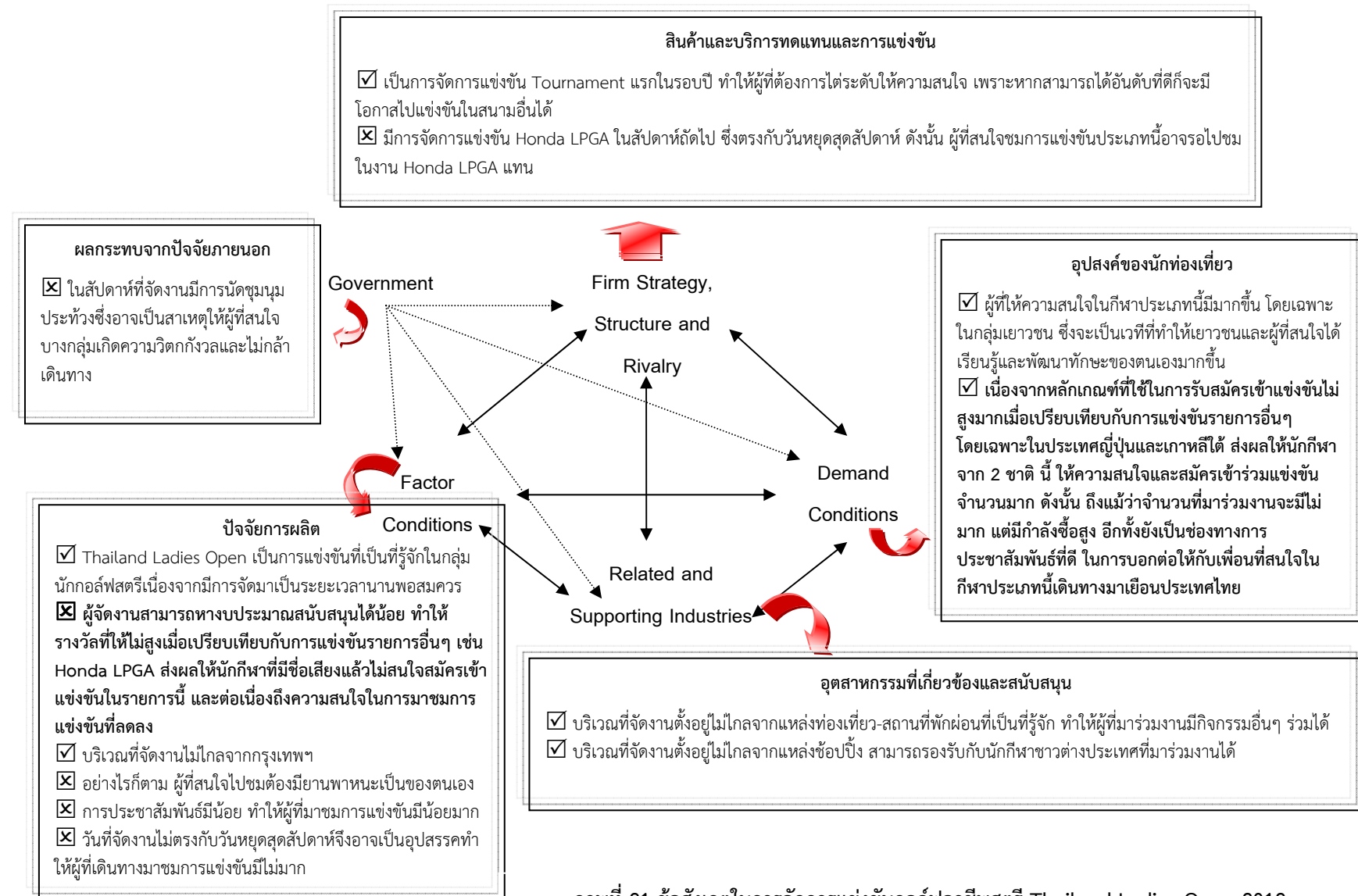
ภาพที่ 18 ข้อสังเกตในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราช กรุงเทพฯ



ภาพที่ 19 ข้อสังเกตในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์

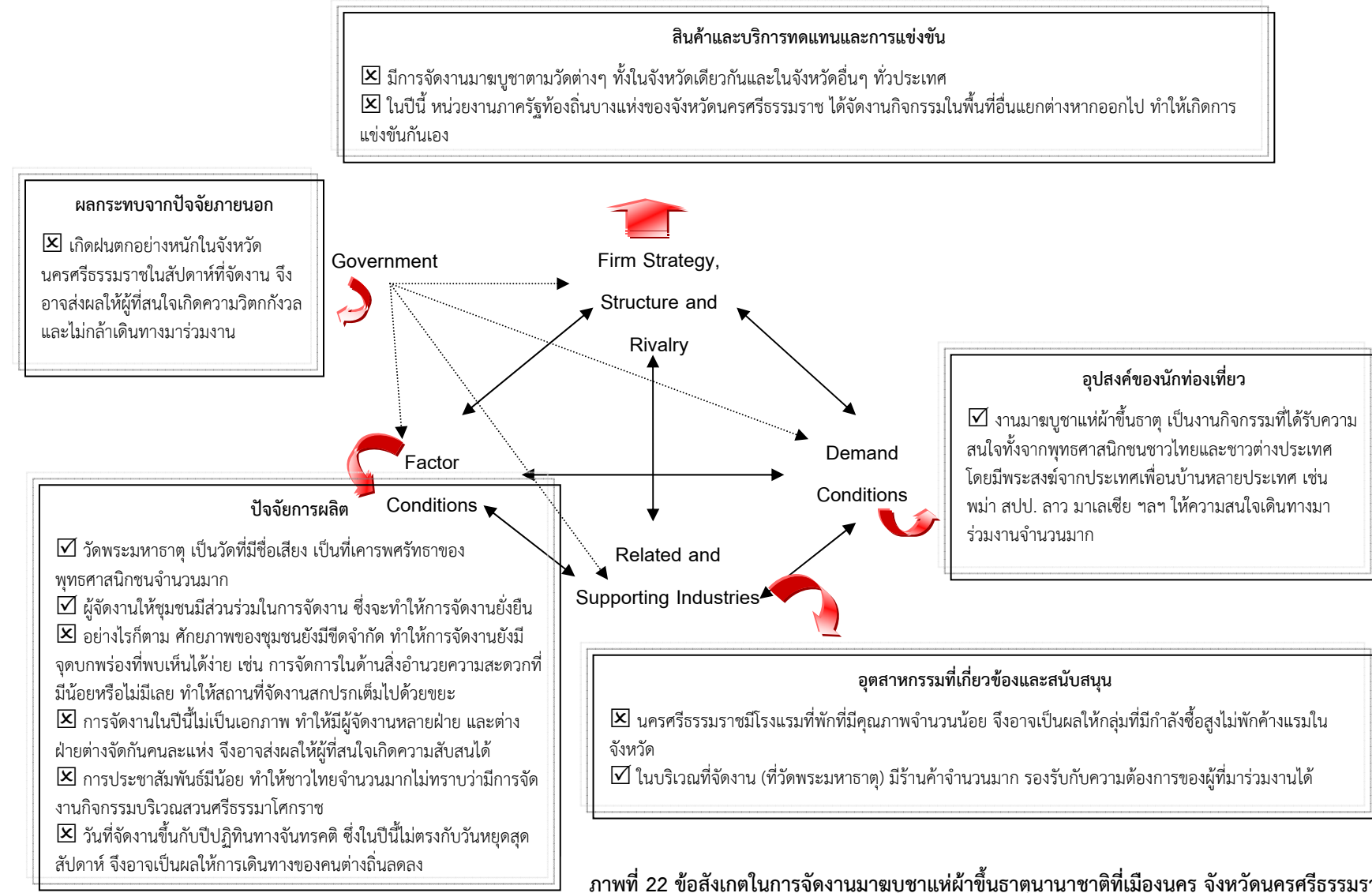


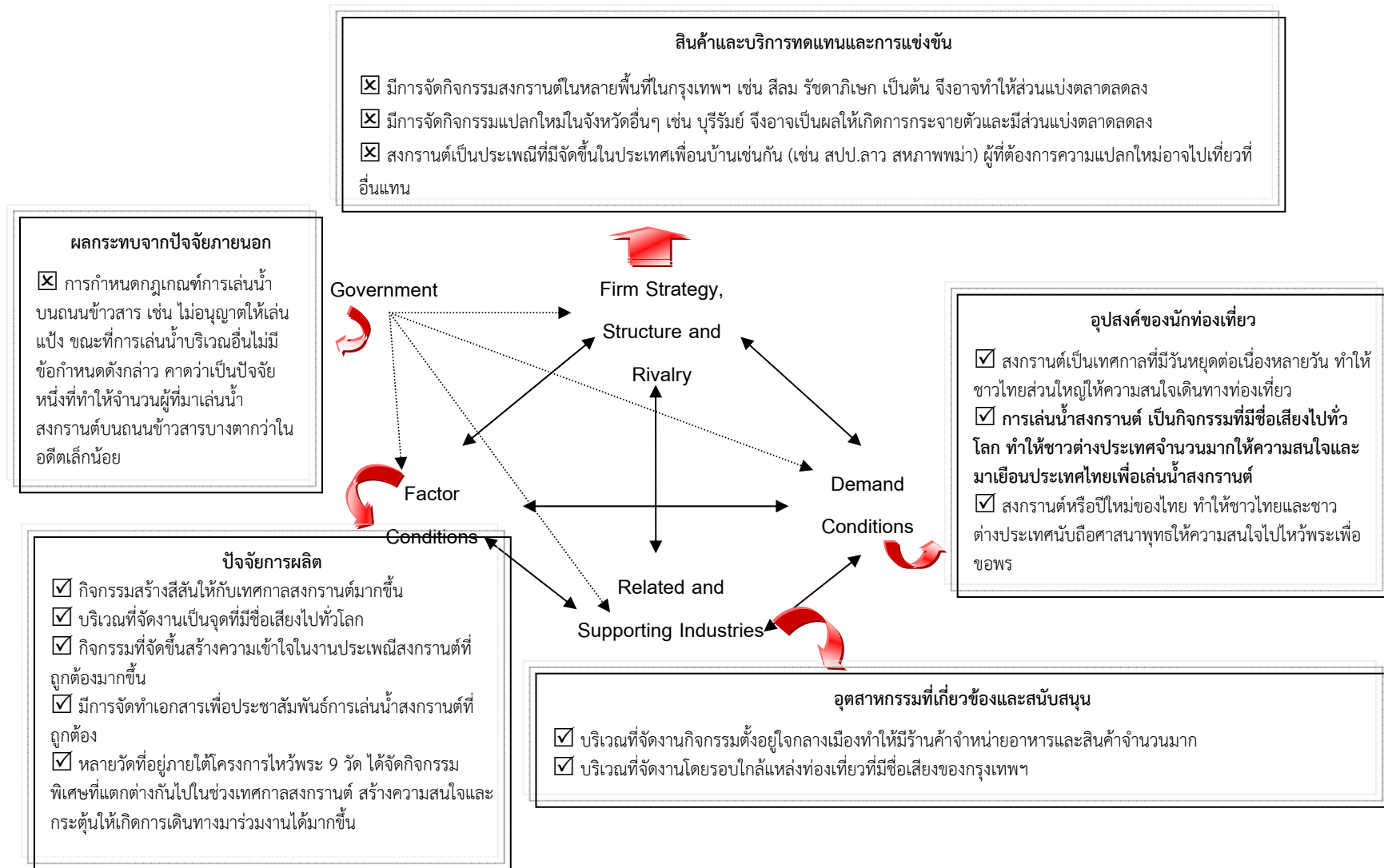
ภาพที่ 20 ข้อสังเกตในการจัดงานกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพฯ



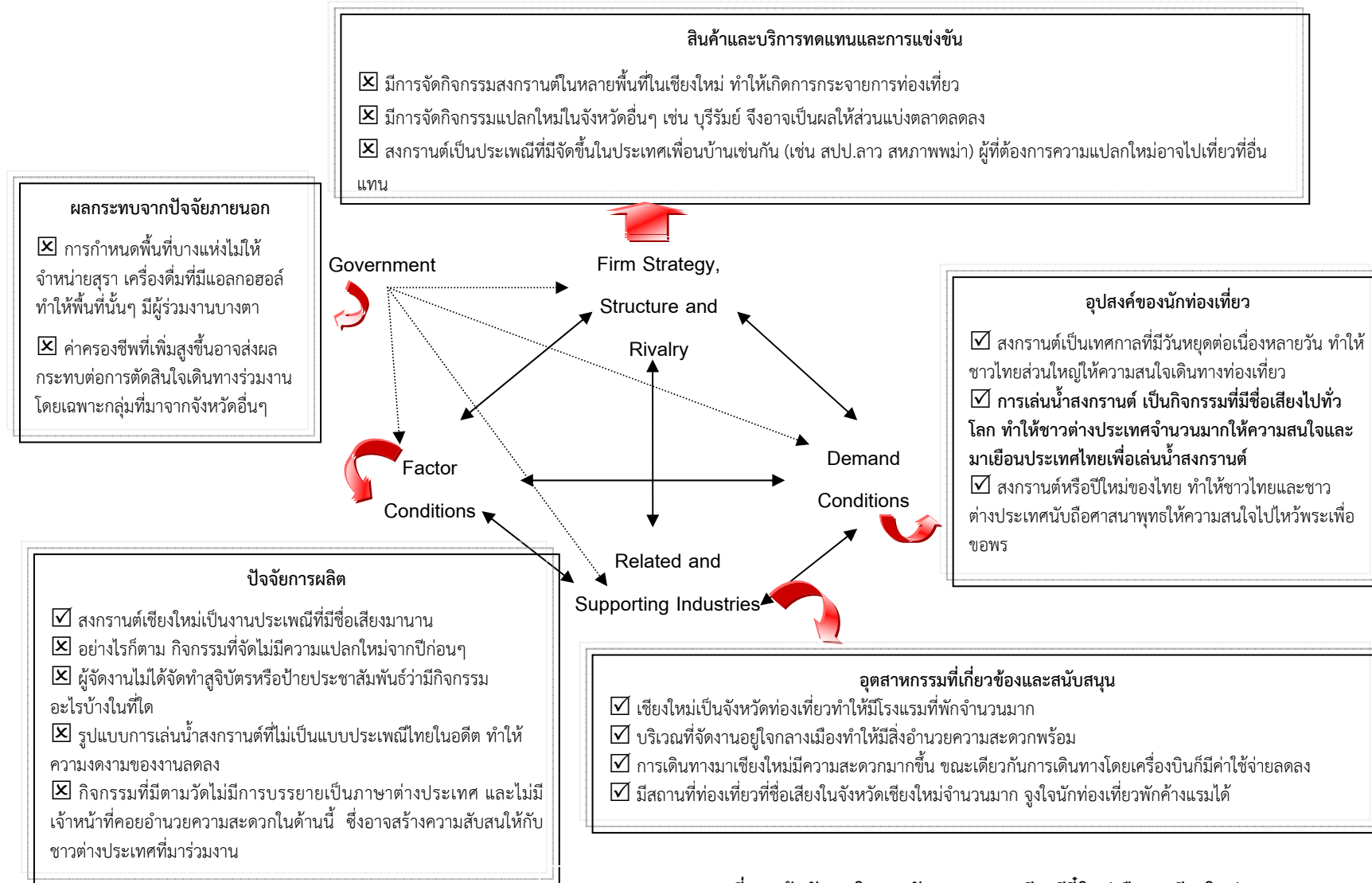
ภาพที่ 21 ข้อสังเกตในการจัดการแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open 2012



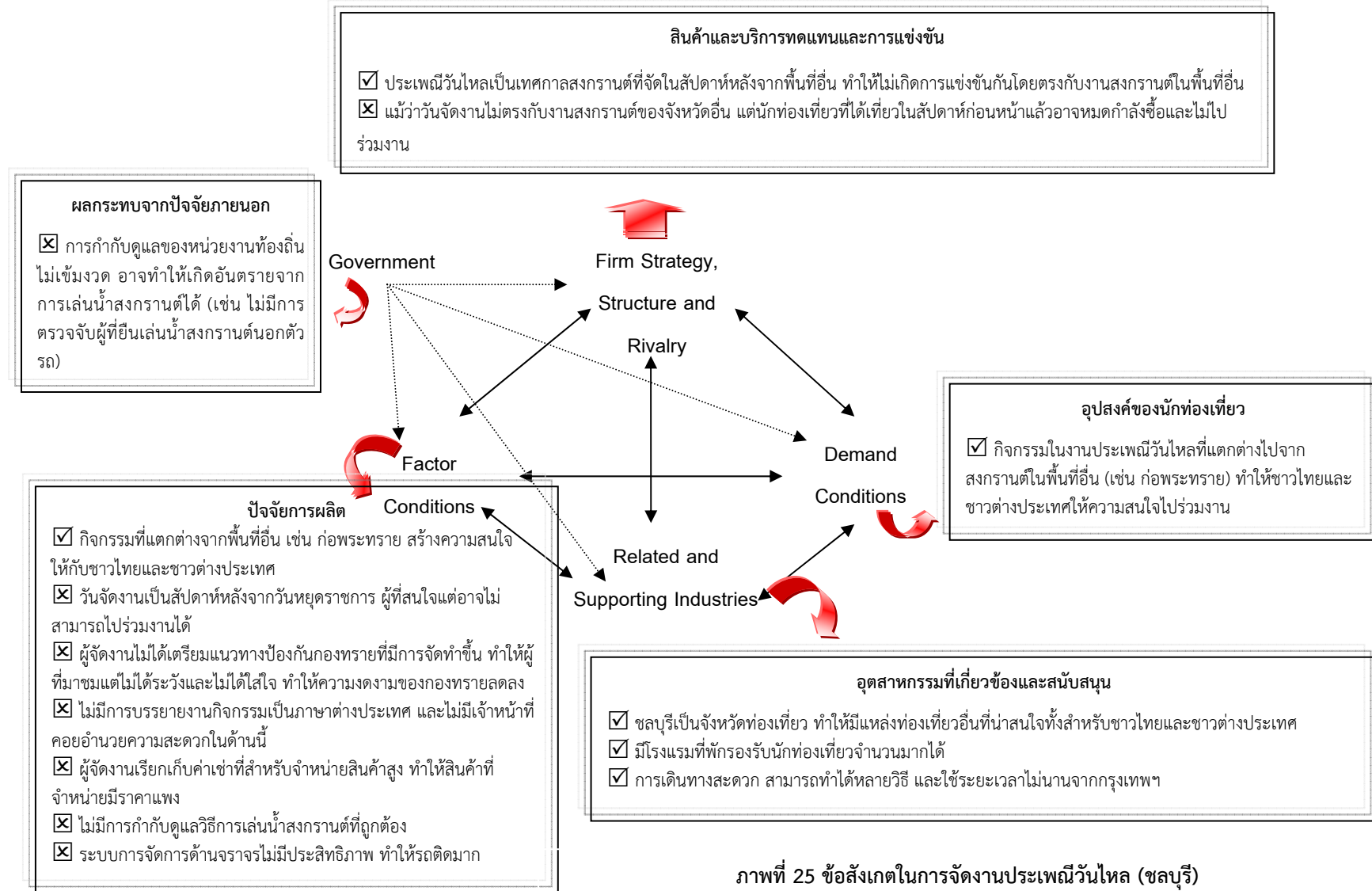




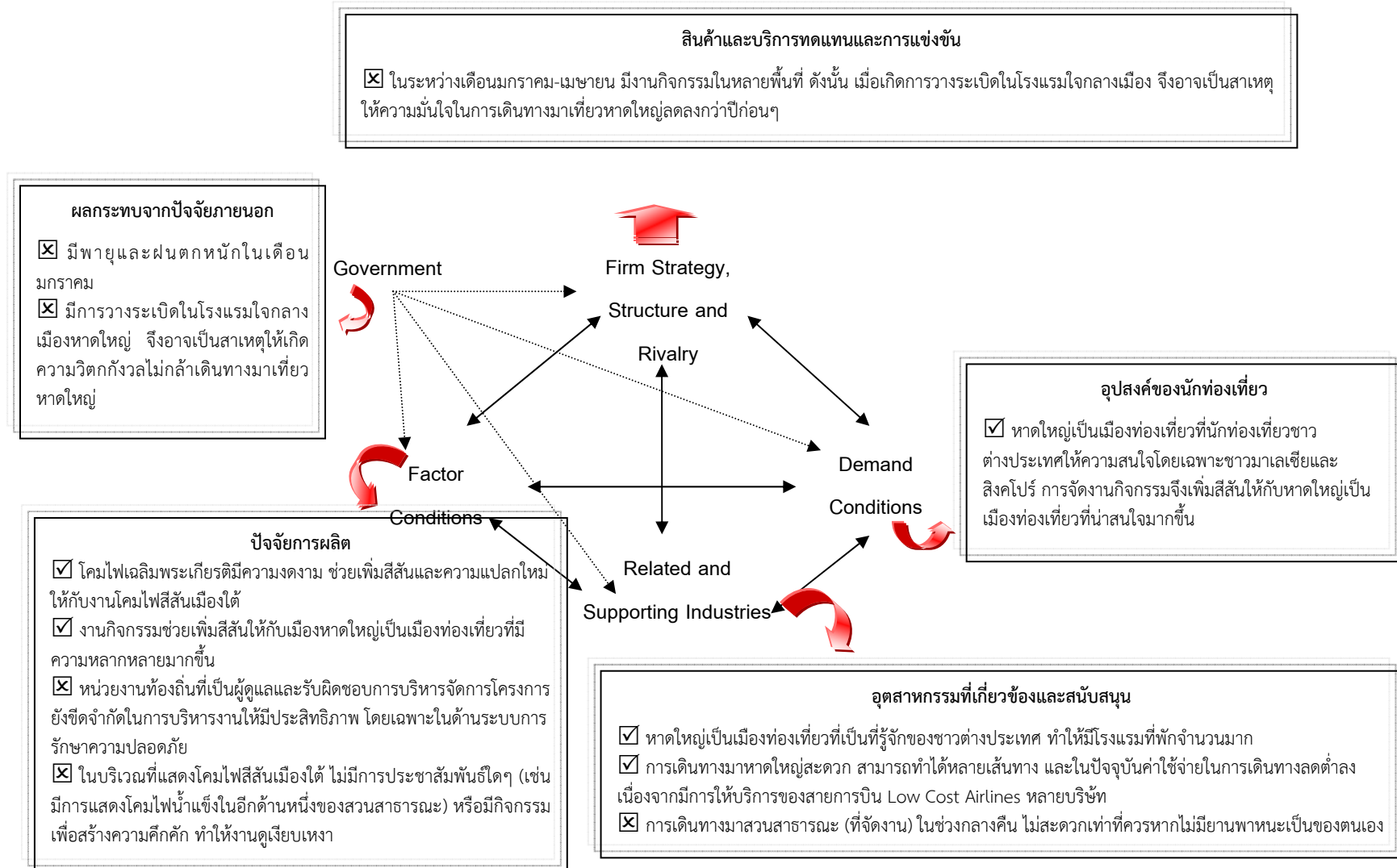
ภาพที่ 23 ข้อสังเกตในการจัดงานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ)



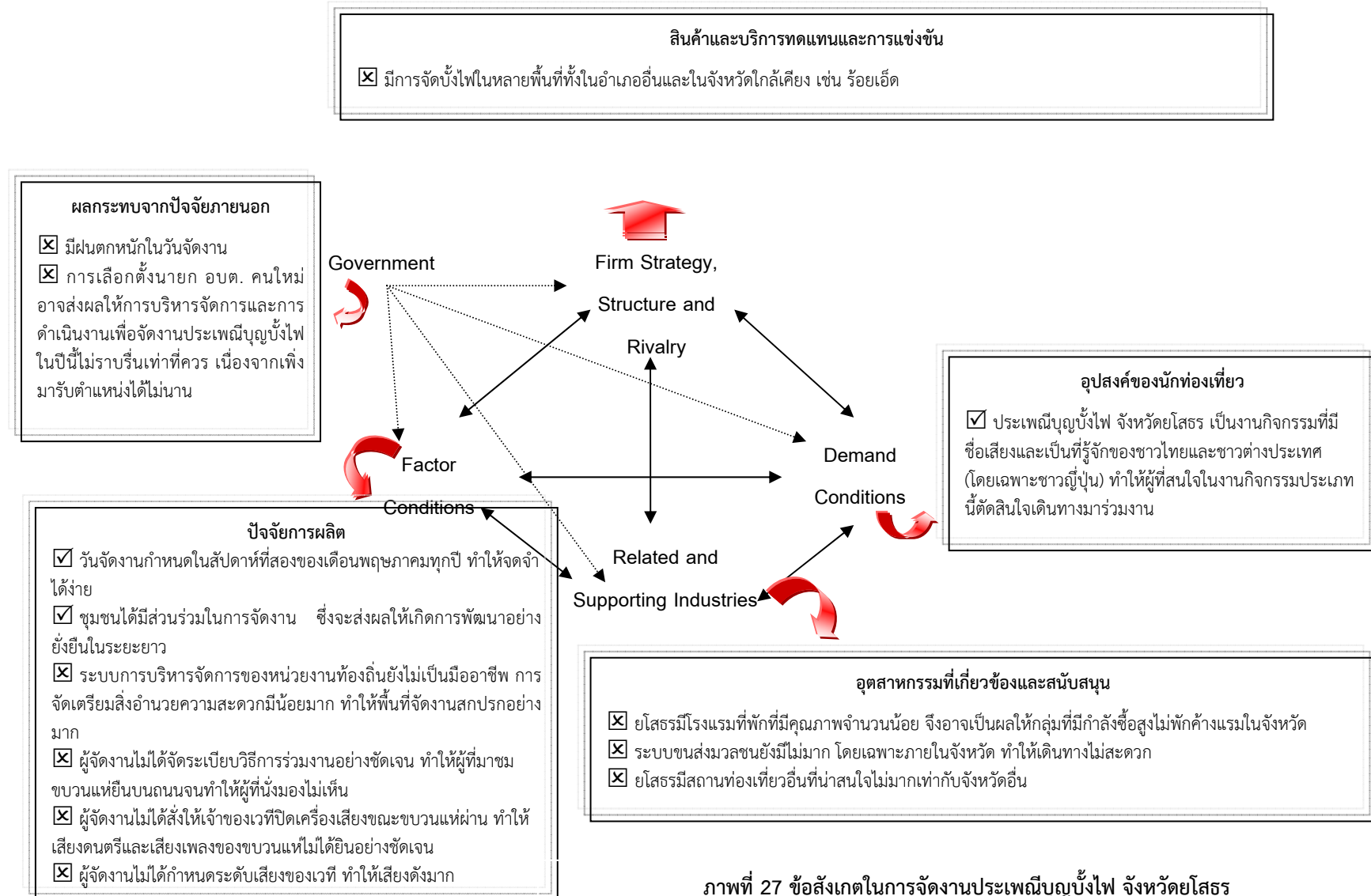
ภาพที่ 24 ข้อสังเกตในการจัดงานประเพณีสระบัวใหม่เมือง (เชียงใหม่)



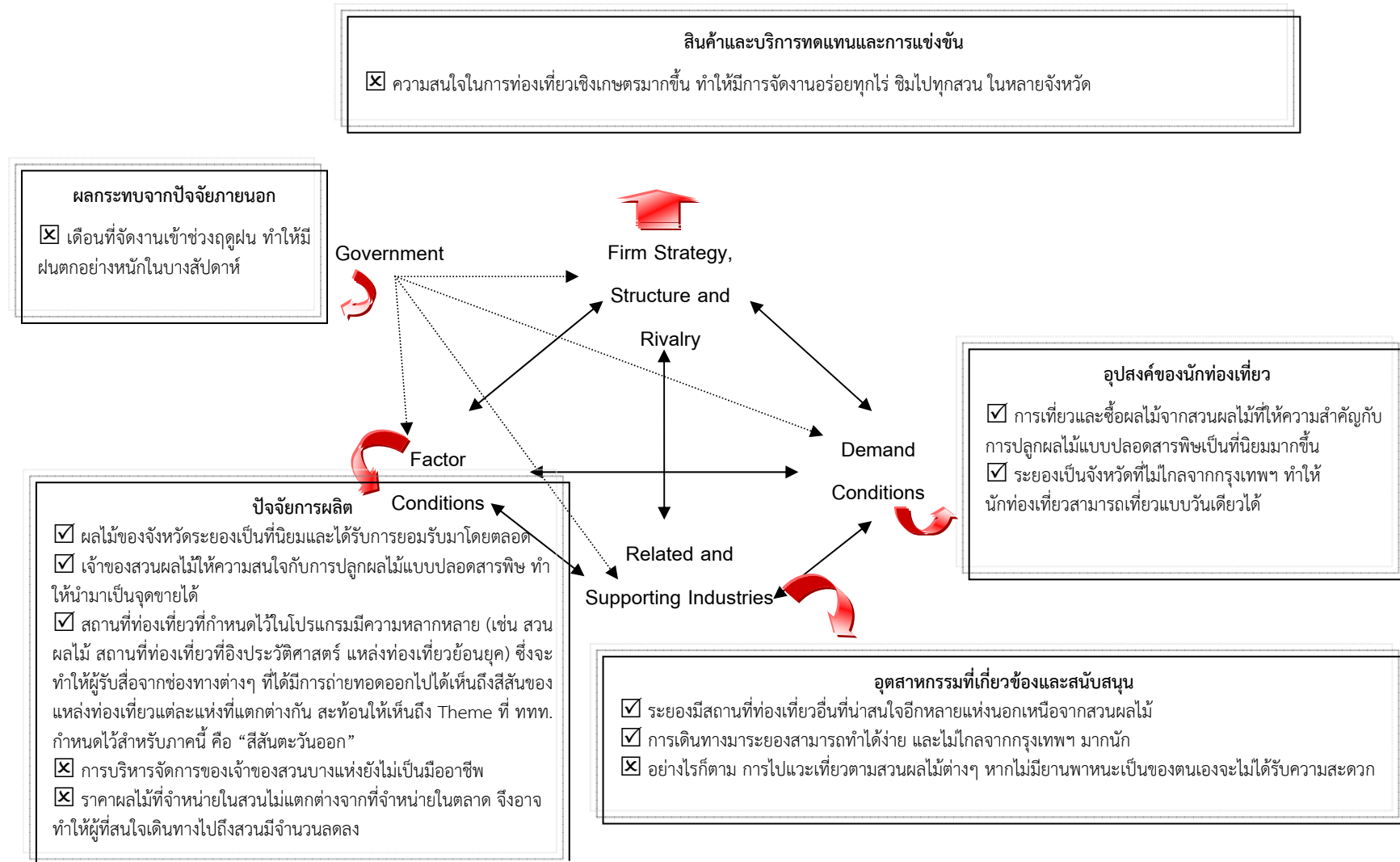
ภาพที่ 25 ข้อสังเกตในการจัดงานประเพณีวันไหล (ชลบุรี)



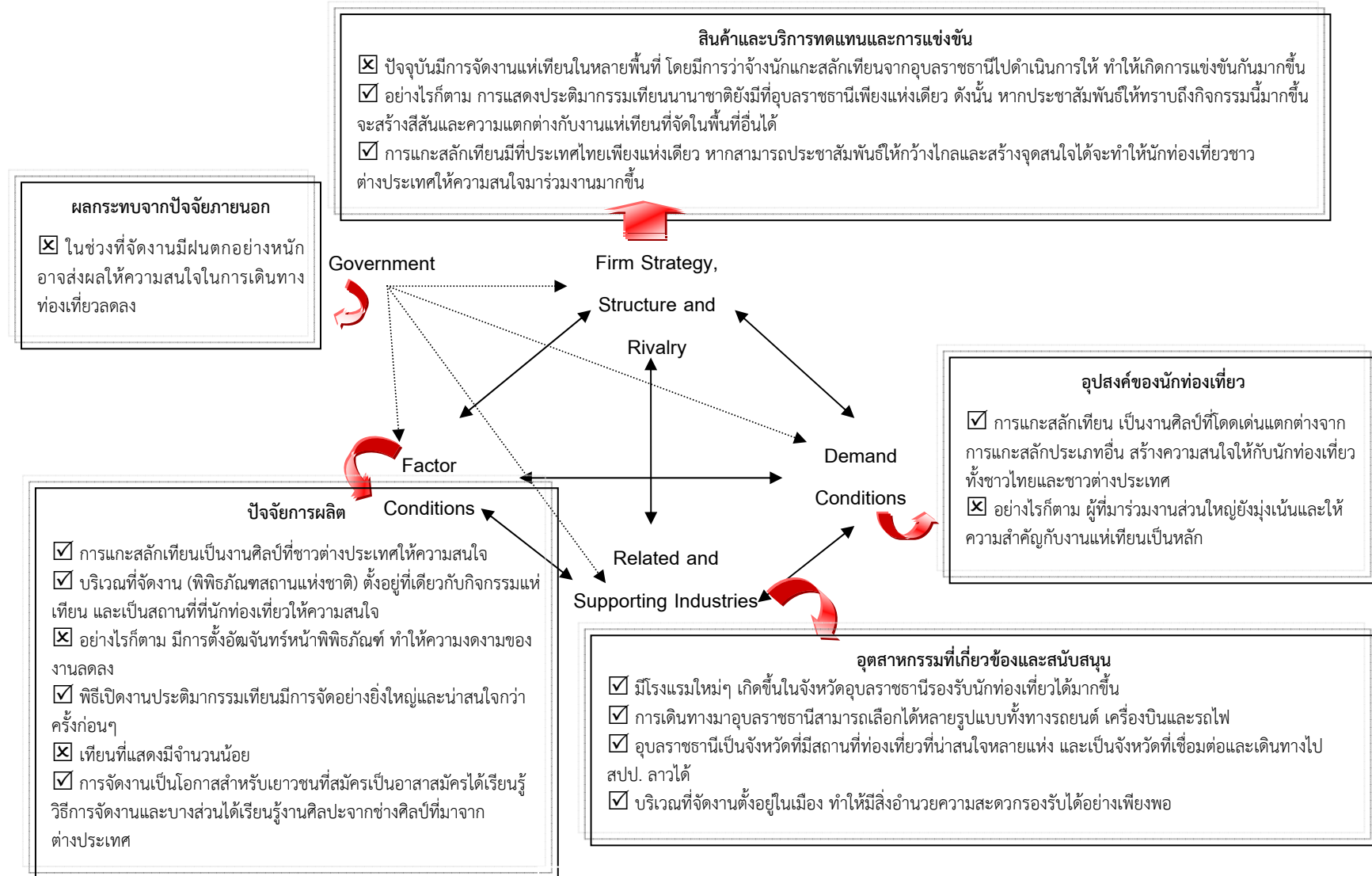
ภาพที่ 26 ข้อสังเกตในการจัดงานเทศกาลโคมไฟสีส้มเมืองใต้ หาดใหญ่



ภาพที่ 27 ข้อสังเกตในการจัดงานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร



ภาพที่ 28 ข้อสังเกตในการจัดงานออรัยทุ่ไร่ ซิมไปทุกสวน จังหวัดระยอง



ภาพที่ 29 ข้อสังเกตในการจัดงานประติมากรรมเทียนนานาชาติ จังหวัดอุบลราชธานี



## ภาคผนวก ก

ดัชนีชี้วัด ค่าเกณฑ์วัด และประสิทธิผลการจัดงาน  
กิจกรรมที่ ททท. จัดเองและให้การสนับสนุน ปี 2555

ตารางที่ ก1 ดัชนีชี้วัด ค่าเกณฑ์วัด และประสิทธิผลการจัดงานกิจกรรมที่ ททท. จัดเองและให้การสนับสนุน ปี 2555

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p>โครงการ “สีสันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง” ปี 2554</p> <p>งานประเพณีลอยกระทง เผาเทียน เล่นไฟ</p> <p>บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (8-10 พ.ย. 2554)</p> <p>งานประเพณีี่เป็ง</p> <p>ตัวเมืองเชียงใหม่ (9-11 พ.ย. 2554)</p> <p>งานประเพณีลอยกระทงสายไหลประทีปพันดวง</p> <p>บริเวณแม่น้ำปิง จังหวัดตาก (9-12 พ.ย. 2554)</p>	<p>1. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีอันดีงามของไทยและสร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของการลอยกระทงในพื้นที่</p> <p>2. เพื่อส่งเสริมให้งานประเพณีลอยกระทงเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยสามารถนำเสนอในรายการนำเที่ยวเป็นประจำทุกปี ในอนาคตยังยื่นมุ่งสู่ World Event Marketing</p>	<p>1. * กิจกรรมในงานสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของงานลอยกระทงในพื้นที่ที่จัดงาน</p> <p>* กิจกรรมในงานทำให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมและประเพณีไทยมากขึ้น</p> <p>2. การผนวกรวมกิจกรรมเข้าในโปรแกรมท่องเที่ยว</p>	<p>1. * ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70</p> <p>* ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ การประเมินพิจารณาจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงาน (&gt; 3.4)</p> <p>2. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ชัดเจน การประเมินพิจารณาจากรายการโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว</p>	<p>1. ❖ ชาวไทยที่มาร่วมงานประเพณีลอยกระทงเผาเทียน เล่นไฟ งานประเพณีี่เป็ง และงานประเพณีลอยกระทงสาย ไหลประทีปพันดวง ร้อยละ 80.63 ร้อยละ 64.55 และร้อยละ 79.60 ตามลำดับ ที่เห็นด้วยในระดับมากขึ้นไปว่า กิจกรรมที่มีในงานสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของงานลอยกระทงในพื้นที่ที่จัดงาน</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์***</p> <p>❖ ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของชาวไทยที่มาร่วมงานประเพณีลอยกระทงเผาเทียน เล่นไฟ งานประเพณีี่เป็ง และงานประเพณีลอยกระทงสาย ไหลประทีปพันดวง ที่เห็นด้วยว่ากิจกรรมในงานทำให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมและประเพณีไทยมากขึ้น เท่ากับ 4.47, 4.23 และ 4.42 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>2. มีบริษัทนำเที่ยวได้ผนวกรวมกิจกรรมในงาน สีสันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง เข้าไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยว</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>3. เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวขยายวันพักเฉลี่ยและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ</p>	<p>3. * สัดส่วนของผู้ร่วมงานที่อยู่พักนานวันขึ้น</p> <p>* มูลค่าเงินหมุนเวียนจากการจัดงาน</p>	<p>3. * ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้</p> <p>* มูลค่าเงินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 3</p>	<p>3. ❖ ผู้ร่วมงานประเพณีลอยกระทงเผาเทียน เล่นไฟ งานประเพณีี่เป็ง และงานประเพณีลอยกระทงสาย ไหลประทีปพันดวง ร้อยละ 58.77 ร้อยละ 50.97 และร้อยละ 49.94 ตามลำดับ ที่กล่าว การมาร่วมงานทำให้อยู่พักในจังหวัดที่ร่วมงานนานวันขึ้น</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลได้เนื่องจากผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้***</p> <p>❖ เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานสี่แสนแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทงใน 3 พื้นที่ที่ประเมินมีมูลค่า 494.98 ล้านบาท</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลได้เนื่องจากไม่มีการประเมินผลการจัดงานกิจกรรมนี้ในประเด็นนี้ในปี 2553***</p>
	<p>4. เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในช่วงเทศกาลประเพณีลอยกระทงทั่วประเทศ</p>	<p>4. * จำนวนผู้ร่วมงานที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน</p> <p>* สัดส่วนความตั้งใจเดินทางมาร่วมงานเป็นไปตามเป้าหมาย</p>	<p>4. * จำนวนผู้ร่วมงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 3</p> <p>* ชาวไทยและเทศที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และ</p>	<p>4. ❖ จำนวนผู้ร่วมงานสี่แสนแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทงใน 3 พื้นที่ที่ประเมินในครั้งนี้เท่ากับ 329,350 ราย</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลได้เนื่องจากไม่มีการประเมินผลการจัดงานกิจกรรมนี้ในประเด็นนี้ในปี 2553***</p> <p>❖ ชาวไทยและเทศที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานประเพณีลอยกระทง เผาเทียน เล่นไฟ เท่ากับร้อยละ 89.94 และร้อยละ 71.74 ตามลำดับ</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
		<p>* ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน เป็นไปตามเป้าหมาย</p>	<p>ร้อยละ 17 ตามลำดับ</p> <p>* ผู้ที่มาร่วมงานพอใจไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60</p>	<p>☺ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ตั้งใจเดินทาง มาร่วมงานประเพณีี่เป็ง เท่ากับ ร้อยละ 73.97 และร้อยละ 64.29 ตามลำดับ</p> <p>☺ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ตั้งใจเดินทาง มาร่วมงานประเพณีี่ลอยกระทงสาย ไหลประทีป พันดวง เท่ากับ ร้อยละ 84.92 และร้อยละ 66.66 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>❖ ความพึงพอใจของชาวไทยและชาว ต่างประเทศที่มาร่วมงานประเพณีี่ลอยกระทง เผาเทียน เล่นไฟ เท่ากับ ร้อยละ 85.98 และ ร้อยละ 97.96 ตามลำดับ</p> <p>☺ความพึงพอใจของชาวไทยและชาว ต่างประเทศที่มาร่วมงานประเพณีี่เป็ง เท่ากับ ร้อยละ 75.91 และร้อยละ 95.69ตามลำดับ</p> <p>☺ความพึงพอใจของชาวไทยและชาว ต่างประเทศที่มาร่วมงานประเพณีี่ลอยกระทง สาย ไหลประทีปพันดวง เท่ากับ ร้อยละ 79.80 และร้อยละ 88.88 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>งานเทศกาลเที่ยวพิมาย ประจำปี 2554</b></p> <p>9-13 พฤศจิกายน 2554</p> <p>ณ บริเวณลานพรหมทัต อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และลำน้ำจักรราช อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา</p>	<p>1. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดโดยใช้กิจกรรมเป็นจุดขาย</p> <p>2. เพื่อสร้างการรับรู้ความมีเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีของพื้นที่</p>	<p>1. * ความพึงพอใจจากการร่วมงาน</p> <p>* อัตราการกลับมาร่วมงานอีก</p> <p>2. * นักท่องเที่ยวชาวไทยมีเข้าใจถึงความแตกต่างในภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของภาคอีสานกับภาคอื่นๆ</p> <p>* ชาวไทยมีความตระหนักในคุณค่าแหล่งประวัติศาสตร์ของไทย</p> <p>* ชาวต่างประเทศมีความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น</p>	<p>1. * ผู้มาร่วมงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ที่พอใจในระดับมากขึ้นไป</p> <p>* ผู้มาร่วมงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ที่คาดว่าจะกลับมาร่วมงานอีก</p> <p>2. * นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ที่เข้าใจถึงความแตกต่างในภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของภาคอีสานกับภาคอื่นๆ</p> <p>* ชาวไทยที่เห็นด้วยว่าภาพลักษณ์อุทยานประวัติศาสตร์พิมายมีความชัดเจนไม่น้อยกว่า 3.4</p> <p>* ชาวต่างประเทศที่กล่าวว่า งานกิจกรรมนี้ทำให้เข้าใจถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยมีค่าไม่น้อยกว่า 3.4</p>	<p>1. * ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานแสดงความพึงพอใจในระดับมากขึ้นร้อยละ 80.98 และร้อยละ 95.34 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>* ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่กล่าวว่าจะกลับมาร่วมงานอีกมีประมาณร้อยละ 86.40 และร้อยละ 40.91 ตามลำดับ</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์***</p> <p>2. * ชาวไทยร้อยละ 84.08 ที่มีความเข้าใจถึงอัตลักษณ์ของอำเภอพิมาย (“แหล่งเรียนรู้ อยู่อารยธรรม”)</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>* ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชาวไทยที่เห็นถึงภาพลักษณ์ของอุทยานประวัติศาสตร์พิมายเท่ากับ 4.61</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>* ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชาวต่างประเทศต่อประเด็นที่ประเมินมีค่าเท่ากับ 3.56</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>3. เพื่อส่งเสริมกิจกรรมและสนับสนุนการรณรงค์ให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น</p> <p>4. เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาการจัดงาน</p>	<p>3. นักท่องเที่ยวตั้งใจเดินทางมาร่วมงาน</p> <p>4. มีเงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงานเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5</p>	<p>3. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้ การประเมินผลจึงใช้ค่าสัดส่วนของผู้ที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 60</p> <p>4. เนื่องจากเป็นการประเมินผลในปีแรก ดังนั้น จึงไม่สามารถสรุปผลได้ แต่การวิเคราะห์จะคำนวณมูลค่าเงินหมุนเพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูลต่อไป</p>	<p>3. นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล และจากจังหวัดอื่นๆ ที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานมีประมาณร้อยละ 78.21 และร้อยละ 90.64 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>4. เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงานเทศกาลเที่ยวพิมาย ประจำปี 2554 มีมูลค่า 67.21 ล้านบาท</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลได้เนื่องจากเป็นการประเมินปีแรก***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>งานมหัศจรรย์งานช้าง สุรินทร์ ประจำปี 2554</b> 18-20 พฤศจิกายน 2554 จังหวัดสุรินทร์</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อปลูกจิตสำนึกของประชาชนให้ตระหนักในความสำคัญของช้าง คนเลี้ยงช้าง และร่วมอนุรักษ์ช้างไทย</li> <li>2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดสุรินทร์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเมื่อมาชมงาน</li> <li>3. เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นอันดีงามของจังหวัดสุรินทร์ให้เป็นที่รู้จักทั่วไป</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ร่วมงานมีความเข้าใจถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวจังหวัดสุรินทร์</li> <li>2. ความพึงพอใจของผู้ที่มาร่วมงาน</li> <li>3. ภาพลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์กับการจัดงานแสดงช้างที่มีความชัดเจน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ชัดเจน การแปลผลพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยต้องไม่น้อยกว่า 3.4</li> <li>2. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ชัดเจน การพิจารณาใช้เกณฑ์ที่ ททท. กำหนดโดยทั่วไป (ไม่น้อยกว่า 60%)</li> <li>3. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ชัดเจน การแปลผลพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยต้องไม่น้อยกว่า 3.4</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานและกล่าวว่า “งานนี้สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวจังหวัดสุรินทร์ได้ดี” เท่ากับ 4.32 และ 3.52 ตามลำดับ <i>***ผ่านเกณฑ์ อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยที่ได้ในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศที่ต่ำกว่าค่าความเป็นผลจากการพากย์เป็นภาษาต่างประเทศมีไม่มาก ทำให้ผู้ที่มาร่วมงานไม่เข้าใจสิ่งที่เห็นได้ทั้งหมด***</i></li> <li>2. ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ ร้อยละ 82.98 และร้อยละ 90.68 ตามลำดับ <i>***ผ่านเกณฑ์***</i></li> <li>3. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชาวไทยที่มาร่วมงานและกล่าวว่า “กิจกรรมที่มีในงานสอดคล้องกับประโยคที่ว่า แหล่งเรียนรู้ อู่อารยธรรม ได้ชัดเจน” เท่ากับ 4.20 <i>***ผ่านเกณฑ์***</i></li> </ol>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>4. เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนเลี้ยงช้าง และประชาชนทั่วไปในจังหวัดสุรินทร์</p> <p>ที่มา: โครงการ “จัดงานแสดงช้าง” ปี 2554 จังหวัดสุรินทร์</p>	<p>4. มูลค่าเงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงาน</p>	<p>4. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน การวิเคราะห์คำนวณมูลค่าเงินหมุนเวียนเพื่อใช้เป็นฐานในการพิจารณาการจัดงานครั้งต่อไป</p>	<p>4. การจัดงานในครั้งนี้ทำให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเป็นมูลค่าประมาณ 23.76 ล้านบาท</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลได้เนื่องจากผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในส่วนนี้ไว้อย่างชัดเจน***</p>



งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>งานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ อยุธยามรดกโลก ปี 2554</b></p> <p>9-13 ธันวาคม 2554</p> <p>ณ ศูนย์ท่องเที่ยวอยุธยา (หน้าศาลากลางหลังเก่า) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา</p>	<p>1. เพื่อส่งเสริมตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว และกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย อันเป็นนโยบายสำคัญนโยบายหนึ่งของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วย</p> <p>2. เพื่อสร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่</p> <p>3. เพื่อฉลองครบรอบ 20 ปีของการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโกภายใต้ชื่อ “นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา”</p> <p>4. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศด้วยการเสนอภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและโบราณสถานที่ได้รับการฟื้นฟู</p>	<p>1. * ความพึงพอใจของผู้ที่มาร่วมงาน</p> <p>* อัตราการกลับมาร่วมงานอีกในอนาคต</p> <p>2. ชาวไทยที่มาร่วมงานรับรู้ถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่จัดงาน</p> <p>3. -</p> <p>4. * สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาร่วมงาน</p>	<p>1. * ผู้ร่วมงานมีความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปไม่น้อยกว่าร้อยละ 60</p> <p>* ผู้ร่วมงานต้องการกลับมาร่วมงานซ้ำไม่น้อยกว่าร้อยละ 60</p> <p>2. ชาวไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 รับรู้ถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่จากกิจกรรม</p> <p>3. -</p> <p>4. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้</p>	<p>1. * ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานแสดงความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปร้อยละ 74.80 และร้อยละ 89.47 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>* ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่กล่าวว่าจะกลับมาร่วมงานอีกมีจำนวนร้อยละ 93.70 และร้อยละ 21.05</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์***</p> <p>2. ชาวไทยร้อยละ 79.47 รับรู้ถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่จากกิจกรรม</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>3. -</p> <p>4. * นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาร่วมงานเฉลิมฉลอง 2 ทศวรรษ อยุธยามรดกโลกมีร้อยละ 16.27</p> <p>***แม้ว่าผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้ แต่สัดส่วนข้างต้นจัดอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลการประเมินที่พบในงานกิจกรรมอื่นที่ ททท. ให้การสนับสนุน***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>5. เพื่อกระตุ้นให้คนไทยเกิดความสนใจและเกิดการรับรู้ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของไทยเพิ่มมากขึ้น</p> <p>6. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดโดยใช้กิจกรรมเป็นจุดขาย และก่อให้เกิดรายได้ในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาที่จัดงาน</p>	<p>* จำนวนชาวต่างประเทศที่มาร่วมงาน</p> <p>5. ชาวไทยที่มาร่วมงานได้รับรู้และเข้าใจถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของไทยมากขึ้น</p> <p>6. * สัดส่วนของชาวไทยที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงาน</p> <p>* มูลค่าเงินหมุนจากการจัดงานเพิ่มขึ้น</p>	<p>5. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้ การประเมินพิจารณาจากค่าเฉลี่ยต้องไม่น้อยกว่า 3.4</p> <p>6. * ชาวไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงาน</p> <p>* ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้ การประเมินไม่สามารถเปรียบเทียบได้เนื่องจากเป็นการประเมินในปีแรก</p>	<p>* ชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานกิจกรรมนี้มีเพียง 218 ราย</p> <p>***แม้ว่าผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้ แต่จำนวนข้างต้นถือได้ว่ามีน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลการประเมินที่พบในงานกิจกรรมอื่นที่ ททท. ให้การสนับสนุน***</p> <p>5. ค่าเฉลี่ยประเด็นที่ผู้ร่วมงานชาวไทยกล่าวว่า การมาร่วมงานทำให้รับรู้และเข้าใจถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยเท่ากับ 4.16</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>6. * ชาวไทยที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานมีจำนวนร้อยละ 78.31</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>* เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงานมีมูลค่าเท่ากับ 2.79 ล้านบาท</p> <p>***ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>เทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราช</b></p> <p>23-24 มกราคม 2555</p> <p>ณ บริเวณวงเวียนโอเดียน – ถนนเยาวราช</p>	<p>1. เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ไชน่าทาวน์เยาวราชเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของโลก โดยเปรียบเสมือน “เปิดประตู” ให้นักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนในต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเดินทางต่อไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย</p>	<p>1. * สัดส่วนผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศเป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>* จำนวนผู้ร่วมงานที่เพิ่มขึ้นเป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>* สัดส่วนของผู้ร่วมงานซึ่งจะเดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ของไทยเป็นไปตามเป้าหมาย</p>	<p>1. ✦ นักท่องเที่ยวชาวจีนร้อยละ 70 ชาวเอเชียชาติอื่นๆ ร้อยละ 20 และจากตลาดยุโรปร้อยละ 10</p> <p>✦ จำนวนผู้ร่วมงานเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3</p> <p>✦ ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ ดังนั้น ข้อมูลในส่วนนี้จึงเก็บไว้เป็นพื้นฐานสำหรับการประเมินครั้งหน้า</p>	<p>1. ✦ กว่าร้อยละ 60 ที่สำรวจพบเป็นนักท่องเที่ยวจากตลาดยุโรป อีกร้อยละ 15 เป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชียชาติอื่นๆ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนพบเพียงร้อยละ 1.25</p> <p>***แม้สัดส่วนที่สำรวจพบจะแตกต่างไปจากเป้าหมาย แต่การจัดงานกิจกรรมและสามารถจูงใจให้ชาวต่างประเทศมาร่วมงานได้จำนวนมาก ย่อมมีส่วนกระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจได้ดีเช่นกัน***</p> <p>✦ จำนวนผู้ที่มาร่วมงานในปีนี้ลดลงจากปีก่อนประมาณร้อยละ 9.87 คาดว่าเป็นผลจากการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอันเป็นผลมาจากปัญหาอุทกภัยน้ำท่วมที่เกิดขึ้นในปี 2554</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์ในประเด็นนี้***</p> <p>✦ ผู้ที่มาร่วมงานเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราช และได้ไปร่วม/คาดว่าจะไปร่วมงานที่อื่นมีประมาณร้อยละ 22.62 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.80</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลในประเด็นนี้ได้***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>2. เพื่อส่งเสริมให้เทศกาลตรุษจีนเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว</p> <p>ที่มา: เอกสารโครงการ “เทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราชและเทศกาลตรุษจีนในภูมิภาค”</p>	<p>2. * สัดส่วนของผู้ที่มาร่วมงานแบบตั้งใจ</p> <p>* อัตราที่คาดว่าจะกลับมาร่วมงานอีก</p> <p>* มูลค่าของเงินหมุนเวียนจากการจัดงาน</p>	<p>2. ✦ ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ ดังนั้น การพิจารณาจะเปรียบเทียบกับผลที่ศึกษาได้ในปีก่อน</p>	<p>2. ✦ ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานกิจกรรมในปีนี้มีประมาณร้อยละ 73.25 และร้อยละ 67.50 ตามลำดับ ส่วนชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ตั้งใจมาร่วมงานในปี 2554 มีประมาณร้อยละ 65.68 และร้อยละ 77.08 ตามลำดับ</p> <p>✦ ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่คาดว่าจะกลับมาร่วมงานอีกมีประมาณร้อยละ 96.40 และร้อยละ 37.50 ตามลำดับ ส่วนผลที่สำรวจได้ในปี 2554 เท่ากับ ร้อยละ 91.95 และร้อยละ 27.27 ตามลำดับ</p> <p>✦ เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงานเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราชในปี 2555 มีมูลค่า 120.81 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 26.47</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์ในประเด็นนี้***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>เทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์</b></p> <p>16-27 มกราคม 2555</p> <p>ณ บริเวณลานกีฬา อุทยานสวรรค์ถนนสายเอเชีย ถนนมาตุลี ถนนสวรรควิถี ถนนอรรถกวีและถนนริมเขื่อน</p>	<p>1. เพื่อส่งเสริมให้เทศกาลตรุษจีนเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว</p>	<p>1. * สัดส่วนผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศเป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>* จำนวนผู้ร่วมงานที่เพิ่มขึ้นเป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>* สัดส่วนของผู้ที่มาร่วมงานแบบตั้งใจ</p> <p>* มูลค่าของเงินหมุนเวียนจากการจัดงาน</p>	<p>1. ✦ นักท่องเที่ยวชาวจีนร้อยละ 70 ชาวเอเชียชาติอื่นๆ ร้อยละ 20 และจากตลาดยุโรปร้อยละ 10</p> <p>✦ จำนวนผู้ร่วมงานเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 3</p> <p>✦ ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ ดังนั้น ข้อมูลในส่วนนี้จึงเก็บไว้เป็นพื้นฐานสำหรับการประเมินครั้งหน้า</p>	<p>1. ✦ กว่าร้อยละ 60 ที่สำรวจพบเป็นนักท่องเที่ยวจากตลาดยุโรป อีกร้อยละ 5 เป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชียชาติอื่นๆ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่พบในการสำรวจครั้งนี้</p> <p>***แม้สัดส่วนที่สำรวจพบจะแตกต่างไปจากเป้าหมาย แต่การจัดงานกิจกรรมและสามารถจูงใจให้ชาวต่างประเทศมาร่วมงานได้จำนวนมาก ย่อมมีส่วนกระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจได้ดีเช่นกัน***</p> <p>✦ จำนวนผู้ที่มาร่วมงานในปีนี้ลดลงจากปีก่อนประมาณร้อยละ 17.12 คาดว่าเป็นผลจากการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอันเป็นผลมาจากปัญหาอุทกภัยน้ำท่วมที่เกิดขึ้นในปี 2554</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์ในประเด็นนี้***</p> <p>✦ ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานกิจกรรมในปีนี้มีประมาณร้อยละ 73.32 และร้อยละ 82.76 ตามลำดับ</p> <p>✦ เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์ ปี 2555 มีมูลค่า 155.75 ล้านบาท</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลในประเด็นนี้ได้***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>2. เพื่อใช้เทศกาลตรุษจีนเป็นแรงดึงดูดให้เกิดการกระจายตัวการเดินทางของนักท่องเที่ยว</p> <p>ที่มา: เอกสารโครงการ “งานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์และเทศกาลตรุษจีนในภูมิภาค”</p>	<p>2. * สัดส่วนของผู้ร่วมงานซึ่งจะเดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ของไทยเป็นไปตามเป้าหมาย</p>	<p>2. ✦ ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ ดังนั้น การพิจารณาจะเปรียบเทียบกับพื้นที่การจัดงานอื่นๆ ที่มีการประเมิน</p>	<p>2. ✦ ผู้ที่มาร่วมงานเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ นครสวรรค์ และได้ไปร่วม/คาดว่าจะไปร่วมงานที่อื่นมีประมาณร้อยละ 12.56 ต่ำกว่าที่สำรวจได้จากงานเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เยาวราชร้อยละ 10.06</p> <p>***ไม่สามารถสรุปผลในประเด็นนี้ได้***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดพระอารามหลวง กรุงเทพฯ ปี 2555</b></p> <p>เดือนมกราคม 2555</p> <p>วัดที่กำหนดในโครงการ เช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) วัดบวรนิเวศวิหาร ฯลฯ</p>	<p>1. เพื่อกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงต้นปีมากขึ้น โดยนำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นสำหรับการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยกิจกรรมไหว้พระเสริมสิริมงคล 9 พระอารามหลวง ไหว้พระวัดประจำรัชกาล และไหว้พระ 9 วัดล่องแม่น้ำพระยา</p> <p>ที่มา: โครงการ “กิจกรรมเดือนมกราคม 2555”</p>	<p>1. จำนวนผู้ร่วมงานที่เพิ่มขึ้น</p> <p>2. ความพึงพอใจของผู้ที่มาร่วมงาน</p> <p>3. การเข้าใจถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่จัดงาน</p>	<p>1. เนื่องจากผู้จัดงานไม่ได้ดำเนินการประเมินผลปีก่อน ดังนั้น ข้อมูลที่สำรวจได้ในปีจึงไม่สามารถเปรียบเทียบได้ว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่จัดเก็บสามารถใช้เป็นฐานในการจัดงานในปีต่อไป</p> <p>2. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน การพิจารณาใช้เกณฑ์ที่ ททท. กำหนดโดยทั่วไป (ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60)</p> <p>3. ชาวไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ที่เห็นพ้องว่า กรุงเทพฯ มีอัตลักษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับที่ ททท. กำหนดไว้</p>	<p>1. ผู้ที่สนใจเดินทางมาวัดในงานกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดฯ ปี 2555 มีจำนวน 346,400 คน จำแนกเป็นชาวไทย 277,120 คน (หรือคิดเป็นร้อยละ 80.00) และชาวต่างประเทศ 69,280 คน (หรือคิดเป็นร้อยละ 20.00)</p> <p><i>***ไม่สามารถสรุปได้ว่าผ่านเกณฑ์หรือไม่</i> เนื่องจากผู้จัดงานไม่ได้ดำเนินการประเมินผลปีก่อน ดังนั้น ข้อมูลที่สำรวจได้ในปีจึงไม่สามารถเปรียบเทียบได้ว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือไม่ ***</p> <p>2. สัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปของผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ ร้อยละ 72.32 และร้อยละ 83.63 ตามลำดับ</p> <p><i>***ผ่านเกณฑ์***</i></p> <p>3. สัดส่วนของชาวไทยที่มาร่วมงานและเห็นว่า “กิจกรรมที่มีในงานสอดคล้องกับประโยคที่ว่า “เที่ยวหลากหลายสไตล์ภาคกลาง” อย่างชัดเจน” มีจำนวนร้อยละ 72.04</p> <p><i>***ผ่านเกณฑ์***</i></p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>การแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open 2012</b></p> <p>7-10 กุมภาพันธ์ 2555</p> <p>ณ สนามกอล์ฟเลควูด จังหวัดสมุทรปราการ</p>	<p>1. เป็นการปูเส้นทางสู่นาคตให้แก่ นักกอล์ฟสมัครเล่นในประเทศไทยและในเอเชียที่มีเป้าหมายจะเป็นนักกอล์ฟอาชีพต่อไป โดยสร้างโอกาสให้ได้แข่งขันและเรียนรู้ และพัฒนาฝีมือกับนักกอล์ฟนานาชาติ และเป็นบันไดไต่เต้าไปสู่การแข่งขันระดับใหญ่ๆ ต่อไป</p> <p>2. เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นที่นิยมของนักกีฬาอล์ฟมากขึ้น (Golf Destination) เพราะมีการประชาสัมพันธ์การแข่งขันผ่านสื่อต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศกลุ่มเป้าหมายในเอเชียของ ททท. ได้แก่ เกาหลี ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ และอินเดีย</p>	<p>1. * ความคิดเห็นของนักกีฬาที่มาร่วมงาน</p> <p>* นักกอล์ฟสมัครเล่นของไทยรายใหม่เข้าร่วมแข่งขัน</p> <p>2. * มีนักกอล์ฟจากกลุ่มเป้าหมายในเอเชียของ ททท. เดินทางมาประเทศไทยเพื่อร่วมแข่งขันในรายการนี้</p>	<p>1. ◎ นักกีฬาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับประเด็นดังกล่าว</p> <p>◎ ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายจำนวนนักกอล์ฟสมัครเล่นรายใหม่</p> <p>2. ◎ ประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เกาหลี ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ และอินเดีย</p>	<p>1. * นักกีฬาที่มาร่วมแข่งขันร้อยละ 86.75 เห็นด้วยในระดับมากขึ้นไปว่า การแข่งขันรายการนี้เป็นบันไดก้าวไปสู่การแข่งขันในระดับนานาชาติต่อไป</p> <p>ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้ แต่ข้อมูลที่สำรวจได้จัดอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมาก ซึ่งสนับสนุนให้เห็นว่า การแข่งขันรายการนี้เป็นช่องทางหนึ่งในการผลักดันให้นักกอล์ฟไทยสามารถก้าวไปสู่การแข่งขันกอล์ฟในระดับนานาชาติได้จริง</p> <p>* ในปีนี้สมาคมได้ให้การสนับสนุนแก่นักกอล์ฟสมัครเล่นไทยและอนุญาตให้เข้าร่วมแข่งขันในรายการนี้ด้วย</p> <p>2. * นักกอล์ฟต่างชาติที่เข้าร่วมแข่งขันในปีี้ประกอบด้วย นักกอล์ฟจากประเทศต่างๆ 12 ประเทศ (ไม่นับรวมประเทศไทย) ได้แก่ บราซิล บรูไน ไต้หวัน อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐฯ</p> <p>สัญชาติที่นักกอล์ฟเข้าร่วมแข่งขันเป็นไปตามเป้าหมาย แต่ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดอย่างชัดเจนว่า คาดหวังการมาร่วมงานของแต่ละประเทศไว้ในจำนวนมากน้อยเพียงใด</p>



งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>ที่มา: เอกสารการจัดการแข่งขัน กอล์ฟอาชีพสตรี Thailand Ladies Open 2012 จากสมาคมกอล์ฟสตรี</p>	<p>* การถ่ายทอดสดการแข่งขันไป ยังประเทศต่างๆ</p>	<p>๑ การถ่ายทอดรายการแข่งขันไปยัง ต่างประเทศ</p>	<p>* มีการถ่ายทอดไปยังต่างประเทศ <i>ควร กำหนดให้ชัดเจนว่าจะถ่ายทอดไปในเวลาใด และประเทศใดบ้าง</i></p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>งานมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ นานาชาติที่เมืองนคร ปี 2555</b></p> <p>3-7 มีนาคม 2555</p> <p>ณ สวนศรีธรรมมาโคกราช และ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร</p>	<p>1. เพื่อเป็นการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงพุทธ</p> <p>2. เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช</p>	<p>1. * สัดส่วนของผู้ที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงาน</p> <p>* มูลค่าเงินหมุนเวียนจากการจัดงาน</p> <p>2. สัดส่วนของผู้ที่รับทราบแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช</p>	<p>1. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน ข้อมูลที่สำรวจได้จึงเก็บไว้ใช้เป็นฐานกรณีที่มีการจัดงานในปีต่อไป</p> <p>2. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน ข้อมูลที่สำรวจได้จึงเก็บไว้ใช้เป็นฐานกรณีที่มีการจัดงานในปีต่อไป</p>	<p>1. *ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ตั้งใจเดินทางมาร่วมงานมีจำนวนร้อยละ 90.37 และร้อยละ 87.50</p> <p>* เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานคิดเป็นมูลค่าประมาณ 33.95 ล้านบาท</p> <p>***ไม่สามารถสรุปได้ว่าผ่านเกณฑ์หรือไม่ เนื่องจากผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม สัดส่วนผู้ที่มาร่วมงานแบบตั้งใจที่สำรวจได้ในครั้งนี้นับว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก สะท้อนให้เห็นว่า ชาวพุทธที่ชื่นชอบในกิจกรรมประเภทนี้จะให้ความสนใจและประสงค์ที่จะมาร่วมงาน แม้กระนั้นก็ตาม ประเด็นที่ควรพิจารณาในปีถัดๆ ไป หากคาดหวังที่จะยกระดับการจัดงานสู่ระดับนานาชาติ คือ (1) สัดส่วนของประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ทราบข่าวการจัดงานว่ามีมากน้อยเพียงใด (2) การเปลี่ยนแปลงจำนวนผู้ร่วมงานเป็นไปในทิศทางใด ***</p> <p>2. สัดส่วนผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างประเทศที่รับทราบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมมีประมาณร้อยละ 87.69 และร้อยละ 70.84 ตามลำดับ</p> <p>*****ไม่สามารถสรุปได้ว่าผ่านเกณฑ์หรือไม่</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>3. เป็นการยกระดับการท่องเที่ยว เชิงศาสนาจังหวัด นครศรีธรรมราชเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวระดับสากลในอนาคต</p>	<p>3. สัดส่วนของผู้ที่เห็นด้วยว่า งาน เทียบได้กับระดับนานาชาติ</p>	<p>3. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่าง ชัดเจน การพิจารณาใช้ค่าเกณฑ์ที่ กำหนดโดยทั่วไป คือ มีค่าเฉลี่ย&gt;3.4</p>	<p>เนื่องจากผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่าง ชัดเจน อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของผู้ร่วมงานชาว ไทยที่รับทราบอยู่ในระดับที่สูงกว่าชาว ต่างประเทศมาก คาดว่าเป็นผลจาก การจัดงาน บริเวณสวนศรีธรรมโศกราช มีการตั้งบูธประชา สัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน แต่จำนวนผู้ร่วมงานชาว ต่างประเทศมีไม่มาก ขณะที่การจัดกิจกรรมที่วัด พระมหาธาตุฯ ไม่มีการตั้งบูธประชาสัมพันธ์ใน ด้านนี้ไว้อย่างชัดเจน ทำให้ชาวต่างประเทศกลุ่ม ที่มาร่วมงานที่วัดไม่ได้รับข้อมูลดังกล่าว***</p> <p>3. คะแนนเฉลี่ยผู้ร่วมงานชาวไทยและชาว ต่างประเทศที่เห็นด้วยว่า งานกิจกรรมนี้สามารถ เทียบได้กับระดับนานาชาติ มีค่าเท่ากับ 3.97 และ 4.04 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม การ สังเกตการณ์ของทีมวิจัยได้ข้อสังเกตว่า ภาพของ งานจะมีความงดงามมากขึ้น หากผู้จัดงานได้มี การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ และสามารถรองรับกับจำนวนผู้ที่มาร่วมงาน นอกจากนี้ ประเด็นที่ควรพิจารณาในลำดับ ถัดไป คือ การจัดเตรียมระบบการรักษาความ ปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ที่มา ร่วมงานไม่วิตกกังวล และเกิดความไม่ประทับใจ จากการมาร่วมงาน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ ***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>4. เพื่อเป็นการขยายฐานการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มไหว้พระและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</p> <p>ที่มา: โครงการ “มาชมบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุนานาชาติ ที่เมืองนคร ปี 2555”</p>	<p>4. * สัดส่วนของชาวไทยที่มาร่วมงานเพื่อร่วมกิจกรรมและเพื่อไหว้พระ</p> <p>* จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น</p>	<p>4. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ เนื่องจากเป็นการประเมินผลในปีแรกจึงไม่สามารถเปรียบเทียบค่าที่สำรวจได้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่สำรวจสามารถเก็บไว้ใช้เป็นฐานกรณีที่มีการจัดงานในปีต่อไป</p>	<p>4. * ชาวไทยที่มาร่วมงานเพื่อร่วมกิจกรรมและเพื่อไหว้พระมีประมาณร้อยละ 93.08</p> <p>* ชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานมีประมาณ 300 คน</p> <p>***แม้ผู้จัดงานจะไม่ได้กำหนดเป้าหมายในประเด็นนี้ไว้อย่างชัดเจน แต่สัดส่วนชาวไทยที่มาร่วมกิจกรรมและไหว้พระจัดอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมาก ในส่วนของจำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศ เนื่องจากไม่เคยมีการประเมินผลในการจัดงานปี 2554 ทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบได้ว่า มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ให้ความสนใจในกิจกรรมประเภทนี้มีเพิ่มขึ้น โดยจะเห็นได้จากการจัดกรุ๊ปทัวร์บ่อยครั้งเพื่อไปไหว้พระและทำบุญตามวัดต่างๆ ดังนั้น หากมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางนี้ คาดว่าจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีมากขึ้น***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>โครงการ “เย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์” ปี 2555</b></p> <p><b>เทศกาลเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ)</b></p> <p>วัดในโครงการและบริเวณ ถนนข้าวสาร (12-16 เมษายน 2555)</p> <p><b>งานประเพณีสระรีปีใหม่เมือง</b></p> <p>วัดพระสิงห์ ประตูป่าแพ และรอบคูเมือง (13-15 เมษายน 2555)</p> <p><b>งานประเพณีวันไหล</b></p> <p>บริเวณชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี (16-17 เมษายน 2555)</p>	<p>1. เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษสำหรับประเพณีสงกรานต์ให้เป็นแรงจูงใจพิเศษในการท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีอันดีงามของไทย (โดยเฉพาะประเพณีสงกรานต์ของแต่ละท้องถิ่น) ไว้สืบทอดต่อไป</p> <p>2. เพื่อส่งเสริมให้ประเพณีสงกรานต์เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวโดยสามารถนำเสนอขาย โดยผนวกในรายการนำเที่ยวเป็นประจำทุกปีในอนาคต</p>	<p>1. * เทศกาลสงกรานต์กระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาบริเวณที่จัดงาน</p> <p>* กิจกรรมในงานทำให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมและประเพณีไทยมากขึ้น</p> <p>2. สัดส่วนของผู้ร่วมงานที่มากับบริษัทนำเที่ยว</p>	<p>1. * การประเมินพิจารณาจากกลุ่มที่กล่าวมาตั้งใจมาต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 70</p> <p>* การประเมินพิจารณาจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ที่ร่วมงาน (&gt; 3.4)</p> <p>2. ข้อมูลที่สำรวจได้เก็บไว้พื้นฐานในการจัดงานครั้งต่อไป</p>	<p>1. ❖ชาวไทยที่มาร่วมงานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ) งานประเพณีสระรีปีใหม่เมือง และงานประเพณีวันไหล ร้อยละ 86.84 ร้อยละ 85.91 และร้อยละ 86.44 ตามลำดับ ที่เห็นด้วยในระดับมากขึ้นไปว่า งานนี้ทำให้เดินทางมาบริเวณที่จัดงาน</p> <p>ส่วนชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ งานประเพณีสระรีปีใหม่เมือง และงานประเพณีวันไหล ร้อยละ 60.50 ร้อยละ 85.08 และร้อยละ 94.65 ตามลำดับ ที่เห็นด้วยในระดับมากขึ้นไปว่า งานนี้ทำให้เดินทางมาบริเวณที่จัดงาน</p> <p>❖ ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของชาวไทยที่มาร่วมงานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ) งานประเพณีสระรีปีใหม่เมือง และงานประเพณีวันไหล ที่เห็นด้วยว่า กิจกรรมในงานทำให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมและประเพณีไทยมากขึ้น เท่ากับ 4.34, 4.32 และ 4.28 ตามลำดับ</p> <p>2. สัดส่วนของชาวไทยที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวเพื่อร่วมงานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ) งานประเพณีสระรีปีใหม่เมือง และงานประเพณีวันไหล เท่ากับ ร้อยละ 0.48 ร้อยละ 0.53 และร้อยละ 0.73 ตามลำดับ</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>อย่างยิ่งยืนมุ่งสู่ World Event Marketing</p> <p>3. เพื่อให้เกิดการกระจายการเดินทางไปยังพื้นที่ต่างๆ ที่มีการจัดงาน และก่อให้เกิดรายได้ในพื้นที่ที่เพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว</p> <p>4. เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในช่วงเทศกาลมหาสงกรานต์ทั่วประเทศ</p> <p>ที่มา: โครงการ “เย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์” ปี 2555</p>	<p>3. *สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่ร่วมงาน</p> <p>*มูลค่าเงินหมุนเวียนจากการจัดงาน</p> <p>4. *จำนวนผู้ร่วมงานที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน</p> <p>*ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานเป็นไปตามเป้าหมาย</p>	<p>3. *ข้อมูลที่สามารถได้เก็บไว้พื้นฐานในการจัดงานครั้งต่อไป</p> <p>*ข้อมูลที่สามารถได้เก็บไว้พื้นฐานในการจัดงานครั้งต่อไป</p> <p>4. *ผู้ร่วมงานชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเท่ากับปีที่ผ่านมา</p> <p>*ผู้ที่มาร่วมงานพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 60</p>	<p>3. ❖ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาร่วมงานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ) งานประเพณีสระรีโป้ใหม่เมือง และงานประเพณีวันไหล มีประมาณร้อยละ 6.19 ร้อยละ 38.10 และร้อยละ 30.51 ตามลำดับ</p> <p>❖ เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ใน 3 พื้นที่ที่ประเมินมีมูลค่ารวม 1,572.98 ล้านบาท</p> <p>4. ❖ จำนวนผู้ร่วมงานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ใน 3 พื้นที่ที่ประเมินในครั้งนี้ เท่ากับ 730,000 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 0.01 ส่วนจำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 45.35 ขณะที่การจัดงานที่เชียงใหม่ลดลงจากปี 2554 ร้อยละ 14.78 ส่วนพื้นที่ชลบุรีไม่สามารถเปรียบเทียบได้เนื่องจากไม่มีข้อมูลในอดีต</p> <p>❖ ความพึงพอใจของชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ (กรุงเทพฯ) เท่ากับ ร้อยละ 82.73 และร้อยละ 90.13 ตามลำดับ</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
				<p>❖ ความพึงพอใจของชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานประเพณี<u>สระรีปีใหม่เมือง</u> เท่ากับ ร้อยละ 79.90 และร้อยละ 94.88 ตามลำดับ</p> <p>❖ ความพึงพอใจของชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานประเพณี<u>วันไหล</u> เท่ากับ ร้อยละ 81.31 และร้อยละ 92.86 ตามลำดับ</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p>คอมไฟเฉลิมพระเกียรติฯ คอมไฟสีสันเมืองใต้ คอมไฟน้ำแข็ง มกราคม-เมษายน 2555 ณ สวนสาธารณะเทศบาลนคร หาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา</p>	<p>1. เพื่อกระตุ้นความสนใจของ นักท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ และฟื้นฟูเศรษฐกิจการ ท่องเที่ยวของเมืองหาดใหญ่ เพื่อให้เกิดการเดินทางมายัง ประเทศไทยและร่วมงานเพิ่ม มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวมาเลเซียและ สิงคโปร์</p> <p>2. เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และ ส่งเสริมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจมากขึ้น</p> <p>ที่มา: โครงการ “เทศกาลคอมไฟ เฉลิมพระเกียรติฯ”</p>	<p>1. * สัดส่วนของผู้ที่ตั้งใจเดินทาง มาร่วมงาน</p> <p>* จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มาร่วมงาน</p> <p>* ชาวต่างประเทศที่มาร่วมงาน รู้สึกปลอดภัย</p> <p>2. มูลค่าเงินหมุนเวียนที่เกิดจากการ จัดงาน</p>	<p>1. * เนื่องจากไม่มีการจัดเก็บข้อมูลใน ปีก่อน ข้อมูลที่สำรวจได้จึงเก็บไว้ใช้ เป็นฐานกรณีที่มีการจัดงานในปีต่อไป</p> <p>* จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี ก่อนไม่น้อยกว่าร้อยละ 3</p> <p>* การประเมินใช้เกณฑ์ทั่วไป คือ ชาวต่างประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 รู้สึกว่า การมาร่วมงานทำให้รู้สึก ปลอดภัย</p> <p>2. เนื่องจากไม่มีการจัดเก็บข้อมูลในปี ก่อน ข้อมูลที่สำรวจได้จึงเก็บไว้ใช้เป็น ฐานกรณีที่มีการจัดงานในปีต่อไป</p>	<p>1. * ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ตั้งใจเดินทาง มาร่วมงานมีจำนวนร้อยละ 76.38 และร้อยละ 75.00 ตามลำดับ</p> <p>* เนื่องจากไม่มีการประเมินผลในปีก่อน ทำให้ ไม่มีข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบในประเด็นนี้ได้ อย่างไรก็ตาม การสอบถามร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณ ที่จัดงานและโดยรอบ ทำให้ทราบว่า ผู้ที่มาชม คอมไฟในปีนี้ลดลงจากปีก่อนมาก ซึ่งคาดว่าเป็น ผลจากการเกิดพายุฝนในช่วงเดือนมกราคม และ เกิดเหตุวางระเบิดในช่วงเดือนเมษายน ทำให้ เกิดความวิตกกังวลและไม่กล้าเดินทางมา ร่วมงาน</p> <p>* ชาวต่างประเทศร้อยละ 63.86 เห็นว่า รู้สึก ปลอดภัยเหมือนอยู่บ้าน</p> <p>***ต่ำกว่าเกณฑ์***</p> <p>2. เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้ที่มา ร่วมงานคิดเป็นมูลค่าประมาณ 290.26 ล้าน บาท</p> <p>***ไม่สามารถสรุปได้ว่าผ่านเกณฑ์หรือไม่ เนื่องจากผู้จัดงานไม่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่าง ชัดเจน***</p>



งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p>โครงการ “อร้อยทุไร่ ชิมไปทุกสวน” 5-7 พฤษภาคม 2555 จังหวัดระยอง</p>	<p>1. เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในฤดูกาลหน้าผลไม้ในพื้นที่ต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในด้านการปลูกผลไม้ที่ขึ้นชื่อ</p> <p>2. เพื่อเป็นกิจกรรมในการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น</p>	<p>1. สัดส่วนของผู้ร่วมโปรแกรมที่รับรู้ถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของสวนผลไม้ อย่างไรก็ตาม ค่าดังกล่าวสะท้อนเฉพาะในกลุ่มที่มาร่วมโปรแกรมแต่ไม่สามารถวัดค่าที่แท้จริงได้เนื่องจากมีหลายฝ่ายได้นำชื่อโครงการ “อร้อยทุไร่ ชิมไปทุกสวน” ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมในรูปแบบเดียวกัน</p> <p>2. ไม่สามารถวัดค่าที่แท้จริงได้เนื่องจากมีหลายฝ่ายได้นำชื่อโครงการ “อร้อยทุไร่ ชิมไปทุกสวน” ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรม</p>	<p>1. ผู้ที่มาร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ที่เห็นด้วยในระดับมากขึ้นไปถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของสวนผลไม้</p> <p>2. -</p>	<p>1. ผู้ที่มาร่วมกิจกรรมร้อยละ 92.86 เห็นด้วยว่าเมื่อนึกถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสวนผลไม้จะนึกถึงภาคตะวันออกเป็นอันดับแรก</p> <p><i>ข้อมูลข้างต้นสนับสนุนให้เห็นว่า เอกลักษณ์ของภาคตะวันออกในด้านสวนผลไม้มีความชัดเจนอย่างไรก็ตาม เนื่องจากมีหน่วยงานที่ประชาสัมพันธ์เพื่อชักชวนให้เกิดความสนใจเดินทางท่องเที่ยวสวนผลไม้มากกว่า 1 หน่วยงาน โดยใช้ชื่อโครงการ “อร้อยทุไร่ ชิมไปทุกสวนเช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงไม่อาจสรุปได้อย่างชัดเจนว่าเป็นผลจากการประชาสัมพันธ์ของการดำเนินโครงการในครั้งนี้แต่เพียงฝ่ายเดียว</i></p> <p>2. การสอบถามนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่า ข้อมูลที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ สร้างความสนใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว แต่การตัดสินใจเดินทางหรือไม่นั้นยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายปัจจัย อาทิ ช่วงเวลานั้นๆ สามารถเดินทางได้หรือไม่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นอย่างไร ฯลฯ นอกจากนี้ เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ภายใต้ชื่อโครงการเดียวกันโดยหลายหน่วยงาน จึงไม่อาจสรุปได้ชัดเจนว่า ผลการดำเนินโครงการอยู่ในระดับใด</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
	<p>3. เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคและส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถขายผลไม้ได้ในราคาที่ดีขึ้น</p> <p>4. เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย</p> <p>ที่มา: โครงการ “อร่อยทุกรไร่ ชิมไปทุกสวน” ปี 2555</p>	<p>3. ราคาผลไม้ที่จำหน่ายในสวนผลไม้</p> <p>4. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ</p>	<p>3. ราคาผลไม้ที่จำหน่ายในสวนผลไม้ไม่ต่ำกว่าราคากลาง</p> <p>4. ผู้จัดงานไม่ได้กำหนดจำนวนสื่อไว้อย่างชัดเจน การประเมินจะพิจารณาจากความหลากหลายของประเภทสื่อที่ประชาสัมพันธ์</p>	<p>3. ผลไม้ที่ชาวสวนจำหน่ายในสวนของตนเองมีราคาเท่ากับราคากลางที่ประกาศ ซึ่งเป็นราคาที่สูงกว่าราคาที่จำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง</p> <p>4. ททท. ได้เชิญสื่อจาก 4 ประเภทเข้าร่วมเดินทางที่จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 5-7 พฤษภาคม 2555 โดยสื่อที่เชิญ ได้แก่ สื่อทีวี (3 รายการ) สื่อวิทยุ (5 สถานี) สื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสารและหนังสือพิมพ์) และสื่อออนไลน์ (4 เว็บไซต์)</p> <p>ข้อดีของการเชิญสื่อหลายประเภทคือ จะทำให้การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย และทุกอาชีพ</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>งานประเพณีบุญบั้งไฟจังหวัดยโสธร</b></p> <p>11-13 พฤษภาคม 2555</p> <p>ณ บริเวณหน้าที่อำเภอเมืองยโสธร และบริเวณสวนสาธารณะพญาแถนจังหวัดยโสธร</p>	<p>1. เพื่ออนุรักษ์และเผยแพร่ประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง และเพื่อเชื่อมสัมพันธ์มิตร โดยแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับต่างประเทศให้มากขึ้น</p> <p>2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และยกระดับการจัดงานประเพณีให้เป็นงานระดับชาติตามนโยบายของรัฐบาล</p> <p>3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเชื่อมความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-ญี่ปุ่น</p> <p>4. เพื่อเป็นการกระจายรายได้และการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดยโสธรให้เพิ่มขึ้น</p> <p>ที่มา: โครงการจัดงานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร ปี 2555</p>	<p>1. ✦ ความคิดเห็นของผู้ร่วมงานต่อรูปแบบการจัดงานในการอนุรักษ์และเผยแพร่ประเพณีบุญบั้งไฟ</p> <p>2. ✦ สัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย</p> <p>✦ ความคิดเห็นของผู้ร่วมงานต่อศักยภาพของการจัดงาน (เหมาะสมกับงานระดับชาติหรือไม่)</p> <p>3. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาร่วมงานประเพณีบั้งไฟยโสธร</p> <p>4. เงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงาน</p>	<p>1. ✦ ผู้ร่วมงานและชาวยโสธรเห็นด้วยว่า รูปแบบการจัดงานได้สะท้อนถึงการอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมไทยโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย&gt;3.4</p> <p>2. ✦ สัดส่วนของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มากกว่าการจัดงานที่มีการประเมินในครั้งก่อน</p> <p>✦ ผู้ร่วมงานเห็นด้วยว่า งานนี้มีศักยภาพและสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศได้โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย&gt;3.4</p> <p>3. ไม่มีการกำหนดเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน</p> <p>4. เงินหมุนเวียนจากการจัดงานไม่น้อยกว่าการจัดงานในครั้งก่อน</p>	<p>1. ค่าเฉลี่ยประเด็นที่สำรวจถึงความเข้าใจในประเพณีบุญบั้งไฟที่ถูกต้องมีค่ามากกว่า 3.4 (ชาวยโสธร = 4.40, คนต่างถิ่น = 4.12)</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>2. ✦ ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มาร่วมงานปีนี้เท่ากับ 40.21 ต่ำกว่าปี 2552 ร้อยละ 2.41</p> <p>✦ ค่าเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เห็นด้วยว่า ศักยภาพของงานสามารถเทียบได้กับระดับนานาชาติ เท่ากับ 4.21 และ 3.86 ตามลำดับ</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์***</p> <p>3. มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาร่วมงาน</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>4. มูลค่าเงินหมุนเวียนที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานในปีนี้เท่ากับ 24.12 ล้านบาท ต่ำกว่ามูลค่าเงินหมุนเวียนที่เกิดจากการจัดงานในปี 2552 ร้อยละ 62.29</p> <p>***ไม่ผ่านเกณฑ์***</p>

งานกิจกรรม	วัตถุประสงค์	ดัชนีชี้วัด	เป้าหมาย/ ค่าเกณฑ์วัด	ผลการประเมิน
<p><b>งานประติมากรรมเทียนนานาชาติ</b></p> <p>20 กรกฎาคม – 5 สิงหาคม 2555</p> <p>ณ บริเวณพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และทุ่งศรีเมือง จังหวัดอุบลราชธานี</p>	<p>1. เพื่อส่งเสริมงานแห่เทียนพรรษาให้มีมูลค่าเพิ่ม และมุ่งสู่การเป็น World Event ที่ยั่งยืน</p> <p>2. เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ศิลปะและการแกะสลักเทียนของไทยรวมทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง</p> <p>ที่มา: โครงการจัดงานประติมากรรมเทียนนานาชาติ ปี 2555</p>	<p>1. ✦ ความคิดเห็นของผู้ร่วมงานต่อรูปแบบการจัดงานประติมากรรมเทียนนานาชาติ</p> <p>✦ ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานเป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>2. ✦ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ศิลปะและการแกะสลักเทียน</p>	<p>1. ● ผู้ร่วมงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ที่เห็นด้วยว่า งานประติมากรรมเทียนทำให้งานแห่เทียนพรรษามีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น</p> <p>● ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 60</p> <p>2. ● นักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ได้เรียนรู้ถึงศิลปะของการแกะสลักเทียน</p> <p>● นักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ที่เห็นว่างานนี้สามารถเทียบได้กับระดับนานาชาติ</p>	<p>1. ✦ ผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เห็นด้วยในระดับมากขึ้นไปว่า งานประติมากรรมเทียนนานาชาติทำให้งานแห่เทียนมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นมีจำนวนร้อยละ 88.91 และร้อยละ 74.14 ตามลำดับ</p> <p>✦ ผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างประเทศที่พอใจในระดับมากขึ้นไปกับงานประติมากรรมเทียนมีประมาณร้อยละ 86.63 และร้อยละ 81.13 ตามลำดับ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p> <p>2. ✦ นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 75.00) และนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นๆ (ร้อยละ 89.33) ได้เรียนรู้ถึงศิลปะของการแกะสลักเทียน</p> <p>ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 50.87 ที่กล่าวว่า ได้เรียนรู้ศิลปะนานาชาติ จากการร่วมงาน</p> <p>✦ นักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างประเทศมากกว่าร้อยละ 80 ที่เห็นด้วยว่า ศักยภาพของงานสามารถเทียบได้กับระดับนานาชาติ</p> <p>***ผ่านเกณฑ์***</p>