

## รายงานการประเมินผล

---

งานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่

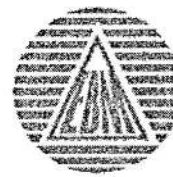
(เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5)

เสนอ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เสนอโดย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล  
บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด



## รายงานการประเมินผล

---

งานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่

(เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5)

เสนอ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เสนอโดย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล

บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด

## สารบัญเนื้อหา

	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1-1 – 1-2</b>
1. ความเป็นมา	1-1
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล	1-2
<b>บทที่ 2 ผลการสำรวจข้อมูล</b>	<b>2-1 – 2-31</b>
1. สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมงานและค่าใช้จ่ายจากการเข้าร่วมงาน	2-1 – 2-3
1.1 การประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมงาน	2-1 – 2-2
1.2 ค่าใช้จ่ายจากการเข้าร่วมงาน	2-2 – 2-3
2. ผลการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	2-3 – 2-5
3. ผลการประเมินผู้เข้าร่วมงาน	2-5 – 2-31
3.1 ผู้เข้าร่วมงานชาวไทย	2-5 – 2-18
3.2 ผลประเมินของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ	2-19 – 2-27
3.3 ผลการประเมินผู้ประกอบการร้านค้า	2-27 – 2-31
<b>บทที่ 3 บทสรุป</b>	<b>3-1 – 3-6</b>
1. ผลการบรรลุวัตถุประสงค์การจัดงาน	3-1 – 3-4
1.1 เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลการจัดงาน เทศบาลนครเชียงใหม่ ปี 2549	3-1 – 3-2
1.2 เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	3-3
1.3 เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจจากการจัดงาน เทศบาลนครเชียงใหม่ ปี 2549	3-3 – 3-4
2. ปัญหาและอุปสรรค	3-4 – 3-5
2.1 ด้านการประชาสัมพันธ์	3-4
2.2 ด้านการบริหารจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3-4 – 3-5
2.3 ด้านการจัดกิจกรรมภายในงาน	3-5

สารบัญเนื้อหา

	หน้า
บทที่ 3 บทสรุป (ต่อ)	3-1 – 3-6
3. ข้อเสนอแนะ	3-5 – 3-6
3.1 ด้านการประชาสัมพันธ์	3-5
3.2 ด้านการบริหารจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3-6
ภาคผนวกที่ 1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างการประเมินผลการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	ผ1-1 – ผ1-3
ภาคผนวกที่ 2 ข้อมูลผู้เข้าร่วมงานชาวไทย	ผ2-1 – ผ2-10
ภาคผนวกที่ 3 ข้อมูลผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ	ผ3-1 – ผ3-7
ภาคผนวกที่ 4 ข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้า	ผ4-1 – ผ4-3

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 จำนวนผู้เข้าร่วมงานปี 2548 และ 2549	2-1
ตารางที่ 2-2 เงินหมุนเวียนทางตรงจากการจัดงาน	2-2
ตารางที่ 2-3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมงาน	2-3
ตารางที่ 2-4 สัดส่วนแหล่งข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมงานได้รับทราบข่าวการจัดงาน	2-13
ตารางที่ 2-5 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานชาวไทย	2-15
ตารางที่ 2-6 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ก่อน/หลังเข้าร่วมงาน	2-16
ตารางที่ 2-7 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่มีการเพิ่มจำนวนวันพัก	2-17
ตารางที่ 2-8 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานกับการตั้งใจกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป	2-18
ตารางที่ 2-9 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานกับการแนะนำเพื่อน/ญาติให้มาเข้าร่วมงาน ในครั้งต่อไป	2-18
ตารางที่ 2-10 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ	2-25
ตารางที่ 2-11 สัดส่วนระดับความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ	2-26
ตารางที่ 2-12 ผลการเปรียบเทียบการจัดงานเทศกาลตรุษจีนในปีนี้กับปีที่ผ่านมา	2-28
ตารางที่ 2-13 ระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า	2-29
ตารางที่ 2-14 สัดส่วนผลกระทบด้านจำนวนผู้ซื้อ ปริมาณการจำหน่าย และการจ้างงาน	2-30

### สารบัญแนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 2-1 โครงสร้างอายุและรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	2-3
แผนภาพที่ 2-2 สัดส่วนการรับทราบข่าวการจัดงานและสื่อที่รับทราบ	2-4
แผนภาพที่ 2-3 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่	2-5
แผนภาพที่ 2-4 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามอายุและระดับการศึกษา	2-6
แผนภาพที่ 2-5 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามอาชีพ	2-7
แผนภาพที่ 2-6 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามรายได้	2-7
แผนภาพที่ 2-7 สัดส่วนการเคยเข้าร่วมงานตรุษจีนและจังหวัดที่เคยเข้าร่วม	2-8
แผนภาพที่ 2-8 สัดส่วนการเคยเข้าร่วมงานตรุษจีนเชียงใหม่และการเปรียบเทียบ การจัดงาน	2-9
แผนภาพที่ 2-9 สัดส่วนการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ	2-10
แผนภาพที่ 2-10 สัดส่วนของกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานสนใจ	2-10
แผนภาพที่ 2-11 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาร่วมงาน	2-11
แผนภาพที่ 2-12 สัดส่วนของแหล่งข้อมูลที่รับทราบข่าวการจัดงาน	2-12
แผนภาพที่ 2-13 สัดส่วนของกิจกรรมที่เข้าร่วม	2-16
แผนภาพที่ 2-14 สัดส่วนถิ่นที่อยู่ของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ	2-19
แผนภาพที่ 2-15 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามอายุและระดับการศึกษา	2-20
แผนภาพที่ 2-16 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามอาชีพและรายได้	2-21
แผนภาพที่ 2-17 สัดส่วนการรับทราบข่าวการจัดงานและแหล่งข้อมูลที่ทราบข่าว	2-22
แผนภาพที่ 2-18 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามลักษณะการมาเข้าร่วมงาน	2-23
แผนภาพที่ 2-19 สัดส่วนการกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป	2-26
แผนภาพที่ 2-20 สัดส่วนของร้านค้าและประเภทสินค้าที่จำหน่าย	2-27
แผนภาพที่ 2-21 สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าในพื้นที่งานและเหตุผลการมาร่วมงาน	2-28
แผนภาพที่ 2-22 สัดส่วนของร้านค้าที่มีปัญหาและประเภทของปัญหา	2-31

จังหวัดเชียงใหม่  
งาน “ไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่”  
(เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5)

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมา

จังหวัดเชียงใหม่ หรือชื่อเดิมเรียกว่า นพบุรีศรีนครพิงค์ หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า เวียงพิงก์ เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีชาวเมืองอาศัยอยู่ต่อเนื่องกันมาตั้งแต่เมื่อ 700 ปีก่อนจนถึงปัจจุบัน เมืองเชียงใหม่ นับเป็นเมืองใหญ่และสำคัญที่สุดของภาคเหนือ ทั้งยังเป็นเมืองที่เป็นแหล่งรวมของศิลปกรรม โบราณวัตถุ ตลอดจนวัฒนธรรมดั้งเดิมของล้านนาไทย จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่เป็นที่นิยมของทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ในเมืองเชียงใหม่ บริเวณตรอกเล่าโจ้วเป็นชุมชนที่มีชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ตั้งอยู่ใกล้กับบริเวณตลาดวโรรส ซึ่งเป็นตลาดที่มีชื่อเสียงของเมืองเชียงใหม่มีของขายเป็นจำนวนมากทั้งของกิน ของฝาก และของใช้ และในช่วงเทศกาลตรุษจีนทางเทศบาลนครเชียงใหม่ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะจัดงานเทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วขึ้นเพื่อส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายจีนในเชียงใหม่

โดยในปีที่เทศบาลนครเชียงใหม่ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กร สมาคม และชมรมชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ได้จัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ หรืองานเทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 ขึ้น ณ บริเวณถนนช่วงเมรุ ตลาดเล่าโจ้ว ในระหว่างวันที่ 29 – 31 มกราคม 2549 เวลา 6.00 น. – 24.00 น. ซึ่งภายในงานมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย เช่น

- ขบวนพาเหรดฉลองเทศกาลตรุษจีน เช่น ขบวนมังกร ขบวนเชิดสิงโต ขบวนดนตรีจีน และขบวนพาเหรดฉลองเทศกาลตรุษจีนจากสมาคม ชมรม มูลนิธิชาวไทยเชื้อสายจีน
- การแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน
- การแสดงนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน
- การประกวด Kitty ดี – หมอย
- การประกวดดี – หมอยสวยเก่ง
- การประกวดร้องเพลงจีนสากล
- การประกวด Miss Chiangmai China Town



## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างต่างๆ และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยดำเนินการในช่วงการจัดงานระหว่างวันที่ 29 – 31 มกราคม 2549 ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสัมภาษณ์รวมทั้งสิ้น 350 คน รายละเอียดดังนี้

- 1) การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของคนไทย จำนวน 60 ราย
- 2) การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมงานชาวไทยจำนวน 250 ราย
- 3) การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ จำนวน 40 ราย
- 4) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น คณะกรรมการจัดงาน ผู้ประกอบการ/ร้านค้าต่างๆ ในบริเวณงาน และการสังเกตการณ์ในบริเวณงาน เป็นต้น

## บทที่ 2

### ผลการสำรวจข้อมูล

ในการสำรวจข้อมูลภาคสนามงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ (เทศบาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5) ในระหว่างวันที่ 29 – 31 มกราคม 2549 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบ Face-to-face โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้น และเริ่มทำการสำรวจหลังจากที่ผู้เข้าร่วมงานได้เข้าร่วมงานได้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง และผลที่ได้จากการสำรวจนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งประเด็นต่างๆ ที่ได้จากการประมวลผลการสำรวจข้อมูลภาคสนาม สามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมงานและค่าใช้จ่ายจากการเข้าร่วมงาน

##### 1.1 การประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมงาน

ในการประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมงานดำเนินการใน 2 วิธี คือ 1) การนับจำนวนผู้ที่เดินทางมาเข้าร่วมงานเฉลี่ยในแต่ละช่วงเวลา คูณด้วยระยะเวลาตั้งแต่เริ่มกิจกรรมจนกระทั่งกิจกรรมสิ้นสุด และ 2) การวัดความหนาแน่นของผู้เข้าร่วมงานในบริเวณเวทีการแสดงกิจกรรมและบริเวณศาลเจ้า คูณด้วยพื้นที่ ณ บริเวณจุดนับ

จากการประมาณการดังกล่าวสรุปได้ว่า จำนวนผู้เข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ (เทศบาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5) รวมทั้งสิ้น 64,672 คน ประกอบด้วยผู้เข้าร่วมงานคนไทย 59,628 คน และผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ 5,044 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.2 และ 7.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้เข้าร่วมงานในปี 2548 พบว่า จำนวนผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 95.4 โดยจำนวนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 104.2 และผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.3 (ตารางที่ 2-1)

ตารางที่ 2-1 จำนวนผู้เข้าร่วมงานปี 2548 และ 2549

ผู้เข้าร่วมงาน	2548		2549	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
ชาวไทย	29,200	88.2	59,628	92.2
ชาวต่างชาติ	3,900	11.8	5,044	7.8
รวม	33,100	100.0	64,672	100.0

## 1.2 ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงาน

### 1) เงินหมุนเวียนทางตรงจากการจัดงาน

การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 ก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนทางตรงจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานรวมทั้งสิ้น 49.9 ล้านบาท เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานคนไทย 33.0 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ ประมาณ 16.9 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.2 และ 33.8 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 ซึ่งมีเงินหมุนเวียนทางตรงจากการจัดงานทั้งสิ้น 29.0 ล้านบาท พบว่า การจัดงานในปีนี้ ก่อให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 71.7 (ตารางที่ 2-2)

ตารางที่ 2-2 เงินหมุนเวียนทางตรงจากการจัดงาน

ผู้เข้าร่วมงาน	จำนวน (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ชาวไทย	32,995,822	66.2
ชาวต่างชาติ	16,868,397	33.8
รวม	49,864,219	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

### 2) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมงาน

จากการสำรวจโครงสร้างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 พบว่า ผู้เข้าร่วมงานชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 553.36 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยค่าเดินทางสูงสุดคนละ 229.87 บาท รองลงมา คือ ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าที่พัก ตามลำดับ ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 3,344.25 บาท โดยมีค่าเดินทางเฉลี่ยสูงสุดคนละ 1,217.50 บาท รองลงมา คือ ค่าที่พัก ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ (ตารางที่ 2-3)

## ตารางที่ 2-3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมงาน

(หน่วย : บาทต่อคน)

รายการ	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
ค่าเดินทาง	229.87	1,217.50
ค่าที่พัก	46.40	973.75
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	110.29	251.75
ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	139.29	723.75
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	27.51	177.50
รวม	553.36	3,344.25

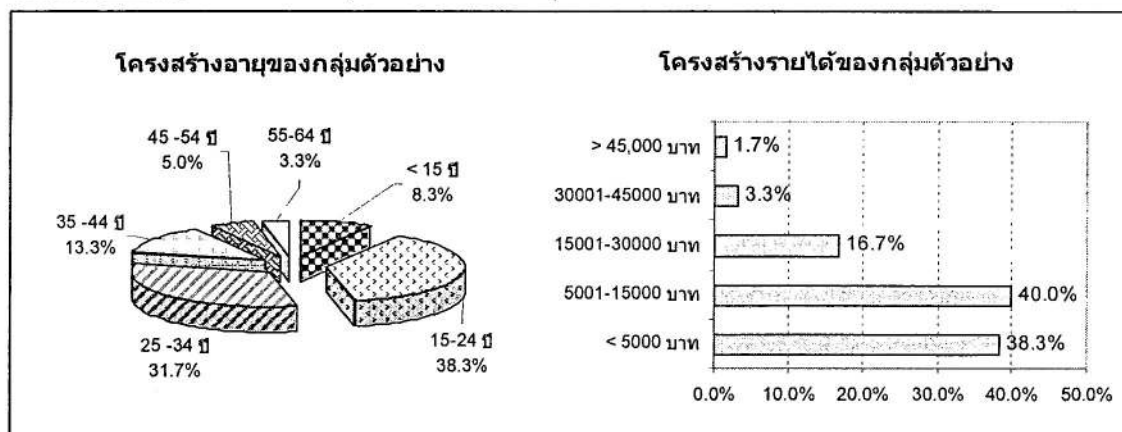
## 2. ผลการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

ในการประเมินผลการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่อยู่ในบริเวณตัวเมืองเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 60 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

## 2.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ

กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจมีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.3 และ 36.7 ตามลำดับ) โดยร้อยละ 38.3 มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี และ 2 ใน 3 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเมื่อพิจารณาถึงระดับรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.3) มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท (แผนภาพที่ 2-1)

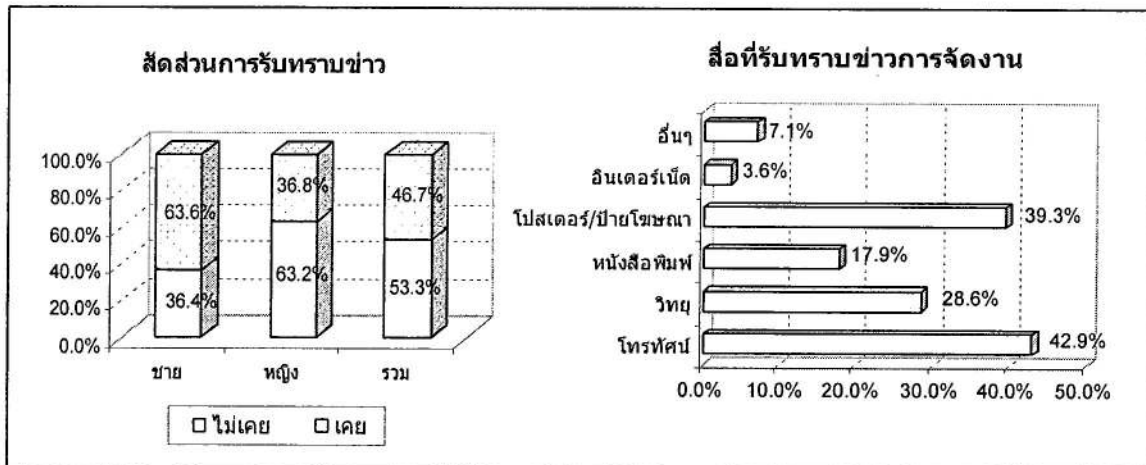
แผนภาพที่ 2-1 โครงสร้างอายุและรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง



## 2.2 การรับทราบข่าวการจัดงาน

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 53.3) ทราบข่าวการจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วครั้งที่ 5 โดยเพศหญิงมีการรับทราบข่าวสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.2 และ 36.4 ตามลำดับ) โดยประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอัตราการรับรู้สูงสุด คือ โทรทัศน์ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา วิทยุ และหนังสือพิมพ์ โดยมีสัดส่วนการรับรู้เท่ากับร้อยละ 39.3, 28.6 และ 17.9 ตามลำดับ ซึ่งจุดเด่นที่ส่วนใหญ่จำได้จากสื่อประชาสัมพันธ์ คือ มีการจัดกิจกรรมการแสดงและการขายอาหาร (แผนภาพที่ 2-2)

แผนภาพที่ 2-2 สัดส่วนการรับทราบข่าวการจัดงานและสื่อที่รับทราบ



## 2.3 ระดับความสนใจของผู้เข้าร่วมงาน

จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 67.9 ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเห็น/ได้ยินสื่อประชาสัมพันธ์เห็นว่า การรับทราบข่าวการจัดงานจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน โดยร้อยละ 46.6 จะเข้าร่วมงานแน่นอน และอีกร้อยละ 53.4 คาดว่าจะไม่เข้าร่วมงาน สะท้อนถึงประสิทธิผลของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเข้าร่วมกิจกรรมได้ดีเท่าที่ควร

### 3. ผลการประเมินผู้เข้าร่วมงาน

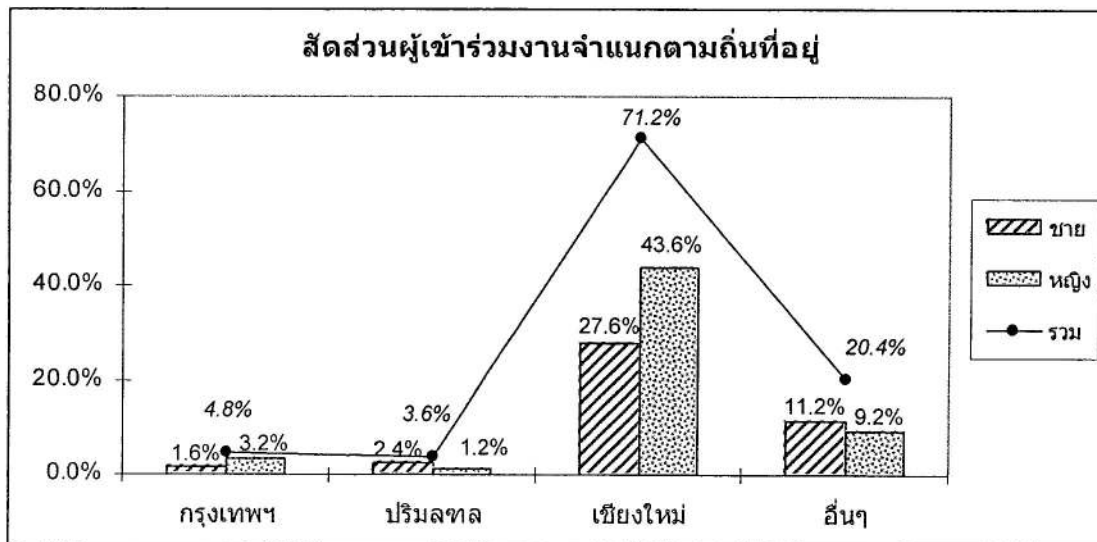
#### 3.1 ผู้เข้าร่วมงานชาวไทย

##### 3.1.1 ลักษณะของผู้เข้าร่วมงาน

###### 1) พิจารณาตามถิ่นที่อยู่อาศัย

เมื่อพิจารณาผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่ พบว่า ร้อยละ 71.2 เป็นคนในพื้นที่ รองลงมา เป็นคนที่มีถิ่นที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ เช่น ลำพูน เชียงราย พะเยา ลำปาง เป็นต้น และคนที่มีถิ่นพำนักในกรุงเทพและปริมณฑล โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 20.4, 4.8 และ 3.6 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า กว่า 1 ใน 4 (ร้อยละ 28.8) ของผู้เข้าร่วมงานเป็นผู้เยี่ยมเยือนที่มีถิ่นพำนักอยู่ในเชียงใหม่ ซึ่งสัดส่วนของผู้เยี่ยมเยือนดังกล่าวไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา (ร้อยละ 29.0) อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมงานที่เป็นผู้เยี่ยมเยือนมีสัดส่วนของเพศหญิงและเพศชายไม่ต่างกันมากนัก แต่ผู้เข้าร่วมงานที่เป็นคนในพื้นที่ที่มีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชายค่อนข้างมาก (ร้อยละ 43.6 และ 27.6 ตามลำดับ) (แผนภาพที่ 2-3)

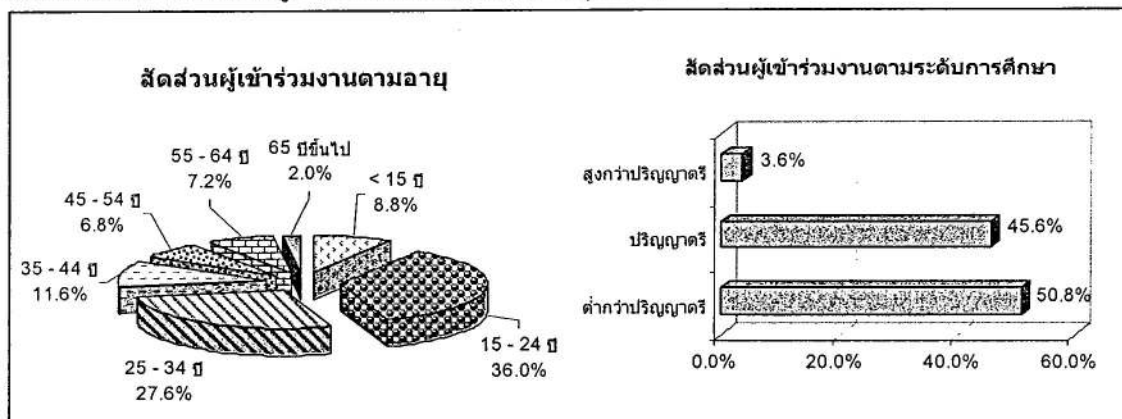
แผนภาพที่ 2-3 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่



## 2) พิจารณาตามอายุและการศึกษา

ประมาณ 1 ใน 3 ของผู้เข้าร่วมงานชาวไทยมีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี รองลงมา คือ กลุ่มที่มีอายุ 25 – 34 ปี, 35 – 44 ปี และน้อยกว่า 15 ปี โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 27.5, 11.6 และ 8.8 ตามลำดับ ส่วนอีกร้อยละ 16.0 เป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป จะเห็นได้ว่า กลุ่มอายุของผู้เข้าร่วมงานชาวไทยค่อนข้างกระจายตัว โดยร้อยละ 63.6 เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 15 – 34 ปี สะท้อนให้เห็นว่า การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ในปีนี้นี้สามารถสร้างความสนใจและดึงดูดให้กลุ่มคนทั้งวัยรุ่น วัยกลางคน และวัยสูงอายุมาเข้าร่วมงานได้ และเกือบครึ่งหนึ่งของผู้เข้าร่วมงาน (ร้อยละ 49.2) มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ซึ่งโครงสร้างอายุและการศึกษาของผู้เข้าร่วมงานในปีนี้อาจคล้ายกับของปีที่ผ่านมา (แผนภาพที่ 2-4)

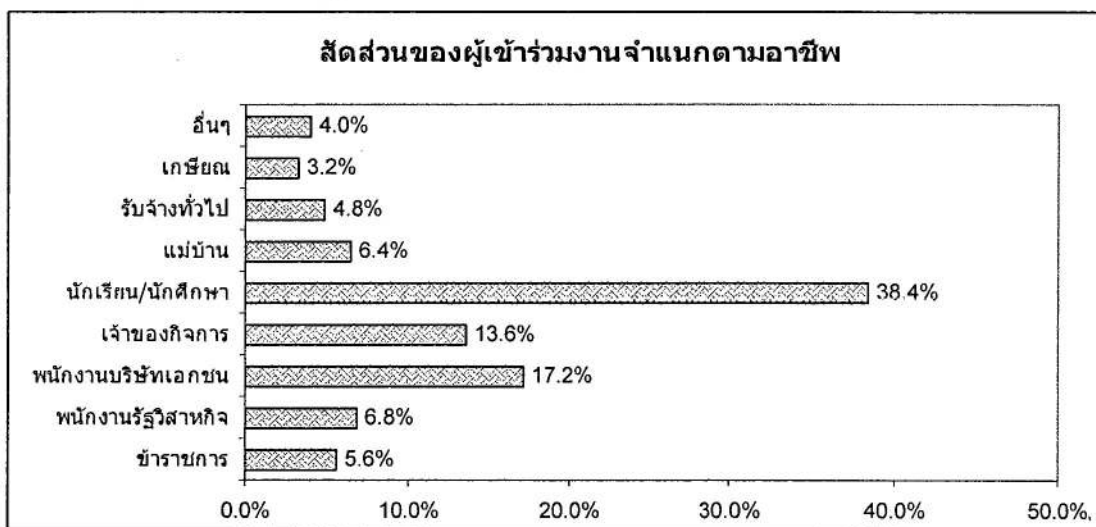
แผนภาพที่ 2-4 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามอายุและระดับการศึกษา



## 3) พิจารณาตามอาชีพ

จากการสำรวจอาชีพของผู้เข้าร่วมงาน พบว่า อาชีพที่มีสัดส่วนสูงสุด คือ นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 38.4 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 17.2, 13.6 และ 6.8 ตามลำดับ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 24.0 ได้แก่ อาชีพแม่บ้าน ข้าราชการ รับจ้างทั่วไป และเกษียณ ซึ่งถือได้ว่าอาชีพของผู้เข้าร่วมงานค่อนข้างกระจายตัว โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัทมีสัดส่วนสูงสุด 2 อันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับอายุของผู้เข้าร่วมงานที่ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.6) เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 15 – 34 ปี และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 พบว่า สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน/เกษียณเพิ่มขึ้น ในขณะที่สัดส่วนของกลุ่มพนักงานบริษัท เจ้าของกิจการ และรับจ้างทั่วไป มีสัดส่วนลดลง (แผนภาพที่ 2-5)

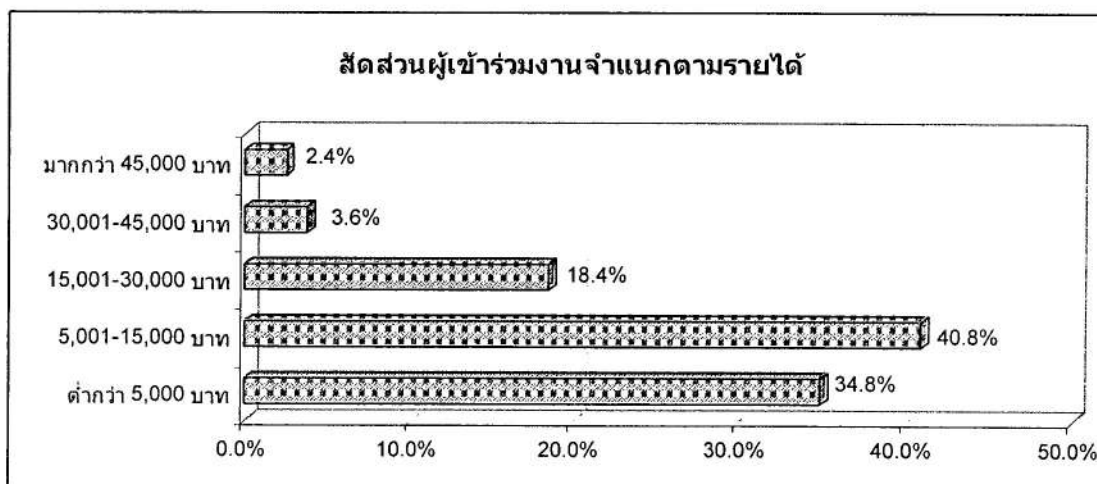
## แผนภาพที่ 2-5 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามอาชีพ



## 4) พิจารณารายได้

ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.6) มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน อีกร้อยละ 18.4 มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และอีกร้อยละ 6.0 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 ซึ่งมีสัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทเท่ากับร้อยละ 91.0 จะเห็นได้ว่า โดยรวมแล้วผู้เข้าร่วมงานในปีนี้มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากในปีนี้มีสัดส่วนของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน/เกษียณอายุสูงกว่าปีที่ผ่านมา ในขณะที่สัดส่วนของกลุ่มที่มีรายได้สูง เช่น พนักงานบริษัท หรือเจ้าของกิจการลดลง ทำให้รายได้เฉลี่ยโดยรวมต่ำกว่าปีก่อน (แผนภาพที่ 2-6)

## แผนภาพที่ 2-6 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามรายได้





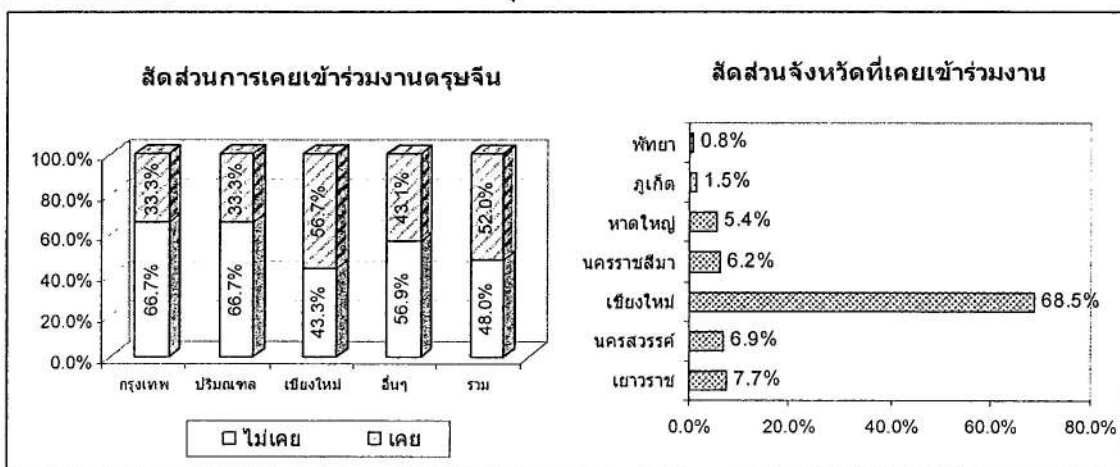
### 3.1.2 ผลการประเมินการสร้างควมสนใจให้เกิดการเดินทางมาร่วมงาน

#### 1) การเคยเข้าร่วมกิจกรรมในปีที่ผ่านมา

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนกับการเข้าร่วมงาน โดยตั้งใจ พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แสดงให้เห็นว่า การเคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนมีผลในการกระตุ้นและจูงใจให้มาเข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ในปีนี้อโดยตั้งใจ สำหรับผลการประเมินการเคยเข้าร่วมงานในปีที่ผ่านมาประกอบด้วย การเคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในปีที่ผ่านมา และการเคยเข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วในปีที่ผ่านมา

(1) การเคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในปีที่ผ่านมา ผู้เข้าร่วมงานประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 52.0) เคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในปีที่ผ่านมาทั้งที่จัดในเชียงใหม่และในจังหวัดอื่นๆ โดยคนในพื้นที่มีสัดส่วนการเคยเข้าร่วมงานสูงสุด เท่ากับร้อยละ 56.7 ในขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่มีถิ่นพำนักในจังหวัดอื่นๆ กรุงเทพฯ ปริมณฑล และ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก คือ ร้อยละ 43.1, 33.3 และ 33.3 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาถึงสถานที่ที่เคยเข้าร่วมงาน พบว่า เชียงใหม่ มีสัดส่วนการเคยเข้าร่วมงานสูงสุด เท่ากับร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ ยะลา นครสวรรค์ นครราชสีมา และหาดใหญ่ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 7.7, 6.9, 6.2 และ 5.4 ตามลำดับ

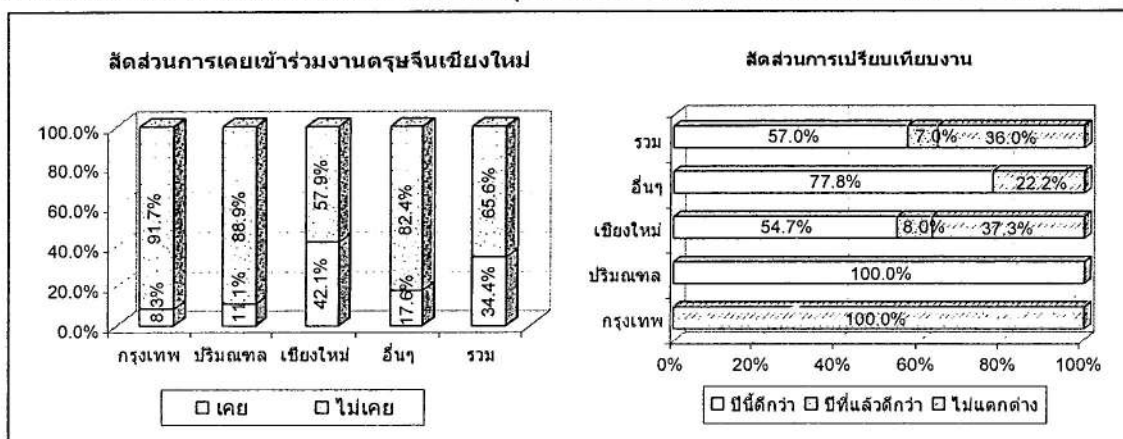
แผนภาพที่ 2-7 สัดส่วนการเคยเข้าร่วมงานตรุษจีนและจังหวัดที่เคยเข้าร่วม



(2) การเคยเข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ในปีที่ผ่านมา โดยรวมแล้วผู้เข้าร่วมงานประมาณ 1 ใน 3 (ร้อยละ 34.4) เคยเข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วในปีที่ผ่านมาโดยผู้เข้าร่วมงานที่เป็นคนในพื้นที่ที่มีสัดส่วนการเคยเข้าร่วมงานสัดส่วนสูงสุด คือ ร้อยละ 57.9 รองลงมา คือ ผู้เยี่ยมชมที่มีถิ่นพำนักในจังหวัดอื่นๆ ปริณชิต และกรุงเทพฯ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 17.6, 11.1 และ 8.3 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 5-8)

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบการจัดงานในปีนี้กับปีที่ผ่านมา พบว่า กว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 57.0) เห็นว่าการจัดงานในปีนี้ดีกว่าปีที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า การจัดงานในปีนี้มีกิจกรรมมากกว่าและหลากหลายกว่าปีที่แล้ว และมีการปิดถนนในบริเวณงานหลายสาย ทำให้การเดินทางทำได้สะดวกขึ้น และการจัดงานโดยรวมเป็นระเบียบมากขึ้น ส่วนอีกร้อยละ 36.0 เห็นว่าการจัดงานในปีนี้ไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา มีเพียงร้อยละ 7.0 ที่เห็นว่าปีที่ผ่านมาจัดงานได้ดีกว่าปีนี้ ซึ่งส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า มีร้านขายของหลายร้านแต่มีร้านอาหารน้อยกว่าปีที่ผ่านมา และไม่มีการจัดเตรียมที่นั่งสำหรับผู้เข้าชมการแสดงบนเวที เป็นต้น (แผนภาพที่ 2-8)

แผนภาพที่ 2-8 สัดส่วนการเคยเข้าร่วมงานตรุษจีนเชียงใหม่และการเปรียบเทียบการจัดงาน

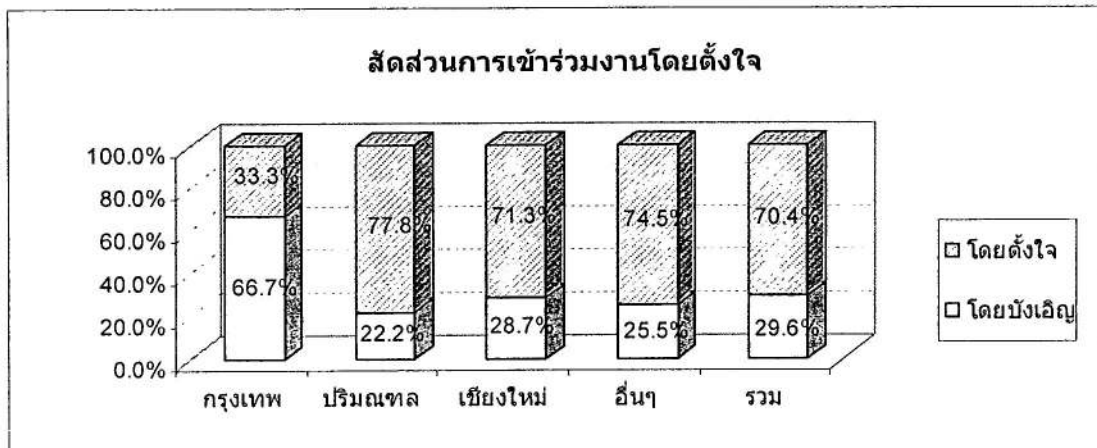


## 2) เหตุผลและความตั้งใจของการมาเข้าร่วมงาน

จากการสำรวจพบว่า โดยรวมแล้วผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.4) มาเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (ร้อยละ 60.0) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 59.0 ในปี 2548 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่ พบว่า ผู้เข้าร่วมงานที่มีถิ่นพำนักอยู่ในปริณชิตและในจังหวัดอื่นๆ มีอัตราการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจสูงสุด คือ ร้อยละ 77.8 และ 74.5 ส่วนคนในพื้นที่ที่มีสัดส่วนการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจเท่ากับร้อยละ 71.3 และผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในกรุงเทพฯ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 33.3 เท่านั้น จะเห็นได้ว่า อัตราการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจของผู้เยี่ยมชมจากปริณชิตและจังหวัดอื่นๆ สูงกว่าของคนในพื้นที่ สะท้อนให้เห็นว่า การจัด

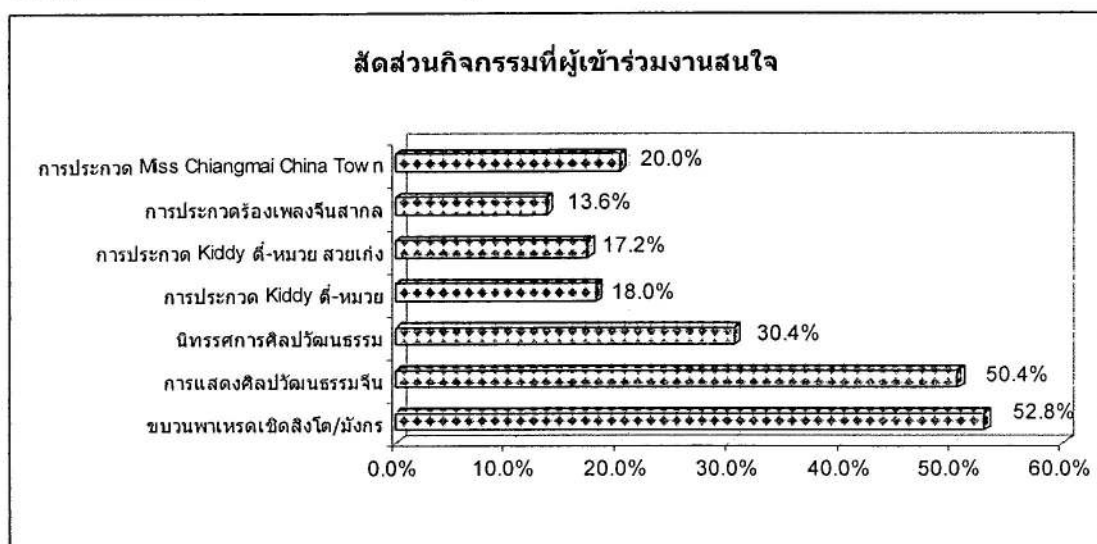
งานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วในปีี้สามารถสร้างความสนใจและกระตุ้นให้เดินทางมาร่วมงานอย่างตั้งใจ และก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (แผนภาพที่ 2-9)

แผนภาพที่ 2-9 สัดส่วนการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ



สำหรับกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร/ดนตรีจีน การแสดงศิลปวัฒนธรรม และการแสดงนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวล้วนกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของงานเทศกาลตรุษจีน ทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับทราบถึงศิลปวัฒนธรรมของคนจีน รวมทั้งชาวไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในบริเวณตรอกเล่าโจ้วได้เป็นอย่างดี (แผนภาพที่ 2-10)

แผนภาพที่ 2-10 สัดส่วนของกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานสนใจ

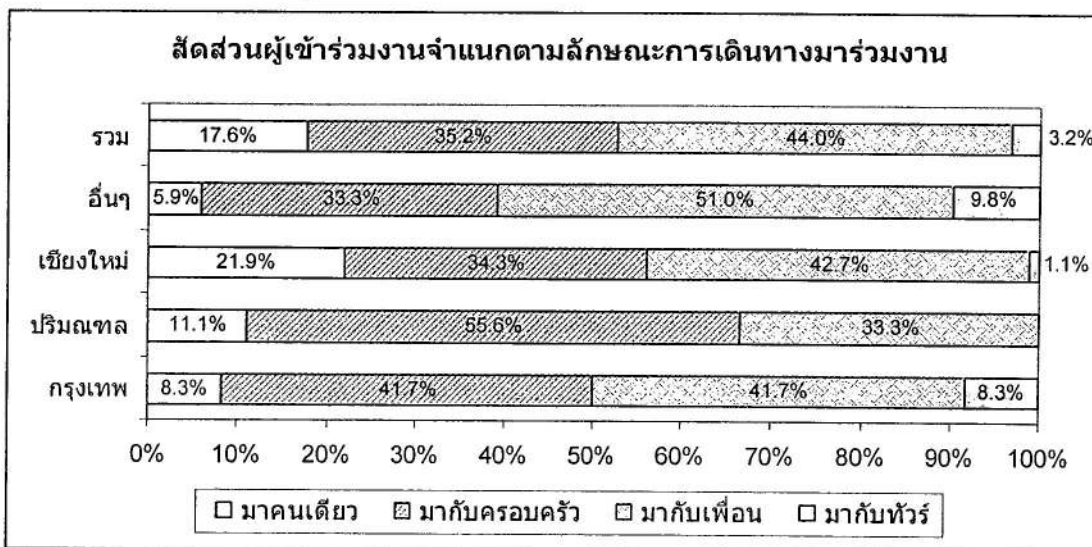


## 3) ลักษณะของการเดินทางมาร่วมงาน

โดยภาพรวม ผู้เข้าร่วมงานเดินทางมาร่วมงานกับเพื่อนมีสัดส่วนสูงสุด คือ ร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ มากับครอบครัว มากคนเดียว และมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 35.2, 17.6 และ 3.2 ตามลำดับ ซึ่งลักษณะการเดินทางมาร่วมงานดังกล่าวไม่แตกต่างจากผลการสำรวจของผู้เข้าร่วมงานในปี 2548 มากนัก โดยผู้เข้าร่วมงานที่มาจากจังหวัดอื่นๆ และที่เป็นคนในพื้นที่มีสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานที่มากับเพื่อนสูงสุด ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานที่มาจากปริมณฑลมีสัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่มากับครอบครัวสูงสุด และผู้เข้าร่วมงานที่มาจากกรุงเทพฯ มีสัดส่วนของกลุ่มที่เดินทางมากับเพื่อนและที่เดินทางมากับครอบครัวในสัดส่วนที่เท่ากัน นอกจากนี้ ผู้เยี่ยมชมที่มาจากจังหวัดอื่นๆ และกรุงเทพฯ บางส่วนเดินทางมาร่วมงานกับกรุ๊ปทัวร์ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 9.8 และ 8.3 ตามลำดับ โดยเป็นกรุ๊ปทัวร์ที่มาจากหลายจังหวัด เช่น ลพบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และพะเยา เป็นต้น เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเทศกาลตรุษจีน ซึ่งครอบคลุมถึงบริเวณย่านตรอกเล่าโจ้วซึ่งเป็นบริเวณที่มีการจัดงานด้วย

อย่างไรก็ตาม จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเดินทางมาร่วมงาน และการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า การตั้งใจเดินทางมาเข้าร่วมงานจึงไม่มีความสัมพันธ์ต่อรูปแบบหรือลักษณะการเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน (แผนภาพที่ 2-11)

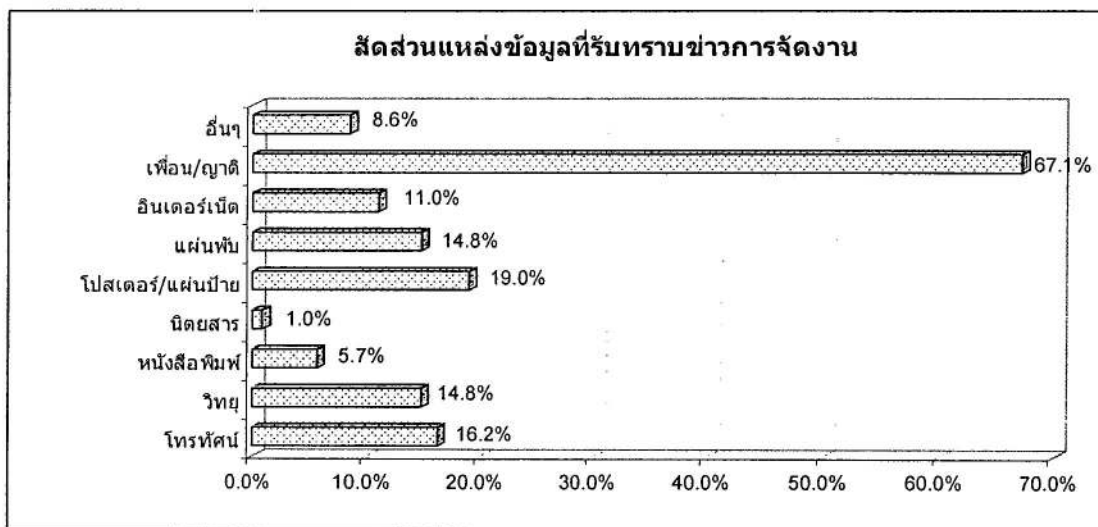
แผนภาพที่ 2-11 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาร่วมงาน



### 3.1.3 การรับทราบข่าวการจัดงานก่อนการเดินทางมาร่วมงาน

ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.0) ทราบข่าวการจัดงานก่อนการเดินทางมาร่วมงาน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 82.0 ในปีที่ผ่านมา โดยกว่า 2 ใน 3 (ร้อยละ 67.1) รับทราบข่าวการจัดงานจากคำบอกเล่าของเพื่อน/ญาติ รองลงมา คือ โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา โทรทัศน์ แผ่นพับ และวิทยุ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 19.0, 16.2, 14.8 และ 14.8 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า การรับรู้จากคำบอกเล่าของเพื่อน/ญาติสามารถจูงใจให้มาเข้าร่วมงานได้ดีที่สุด และการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ โดยใช้สื่อท้องถิ่น เช่น โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ หรือการออกสปอตวิทยุหรือรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ได้ดีและไม่มีแตกต่างกันมากนัก (แผนภาพที่ 2-12)

แผนภาพที่ 2-12 สัดส่วนของแหล่งข้อมูลที่รับทราบข่าวการจัดงาน



เมื่อพิจารณาสัดส่วนการรับทราบข่าวของผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่พบว่า นอกเหนือจากการรับทราบข่าวการจัดงานจากเพื่อน/ญาติแล้ว ผู้เข้าร่วมงานจากกรุงเทพและปริมณฑลเกือบส่วนใหญ่รับทราบข่าวการจัดงานจากสื่อ โทรทัศน์และวิทยุ ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานที่เป็นคนในพื้นที่และที่มาจากจังหวัดอื่นๆ จะรับทราบข่าวจากสื่อ โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา และแผ่นพับเป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 2-4)

นอกจากนี้ จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับทราบข่าวการจัดงานก่อนการเดินทางกับการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ดังนั้น การรับทราบข่าวการจัดงานจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเข้าร่วมงานอย่างตั้งใจ โดยประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่พบที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คือ เพื่อน/ญาติ โทรทัศน์ โปสเตอร์/

แผ่นป้ายโฆษณา และแผ่นพับ แสดงให้เห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้รับข่าวมาเข้าร่วมงานอย่างตั้งใจ

ตารางที่ 2-4 สัดส่วนแหล่งข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมงานได้รับทราบข่าวการจัดงาน

(หน่วย : ร้อยละ)

แหล่งข้อมูล	กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ
โทรทัศน์	25.0	33.3	15.3	15.4
วิทยุ	-	16.7	17.2	7.7
หนังสือพิมพ์	-	16.7	5.1	7.7
นิตยสาร	-	-	1.3	-
โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา	-	-	21.7	15.4
แผ่นพับ	-	33.3	14.0	17.9
อินเทอร์เน็ต	-	-	12.1	10.3
เพื่อน/ญาติ	75.0	66.7	66.2	69.2
ทราบว่าจัดเป็นประจำ	37.5	66.7	42.0	33.3
อื่นๆ	-	-	8.3	12.8

### 3.1.4 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานชาวไทย

ในการประเมินระดับความพึงพอใจและระดับความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้วิธีการแบ่งคะแนนแบบ Summated Scale ซึ่งประกอบด้วย ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด นอกจากนี้ ยังกำหนดเกณฑ์เพื่อใช้วัดระดับการบรรลุวัตถุประสงค์ของการประเมินโดยกำหนดให้ตัวชี้วัดแต่ละตัวต้องมีสัดส่วนความพึงพอใจระดับมากขึ้นไปมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 60

ช่วงคะแนน	ระดับความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น
1.00 – 1.80	พอใจน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	พอใจน้อย	เห็นด้วยน้อย
2.61 – 3.40	พอใจปานกลาง	เห็นด้วยปานกลาง
3.41 – 4.20	พอใจมาก	เห็นด้วยมาก
4.21 – 5.00	พอใจมากที่สุด	เห็นด้วยมากที่สุด

การประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานแบ่งตัวชี้วัดออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ความพึงพอใจต่อการจัดงาน/สิ่งอำนวยความสะดวก ความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน และความพึงพอใจโดยรวม

(1) ความพึงพอใจต่อการจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจต่อการจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับน้อยถึงปานกลาง และมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด เนื่องจากบริเวณสถานที่จัดงานมีลักษณะเป็นซอยและมีร้านจำหน่ายสินค้าต่างๆ เกือบตลอดทั้งเส้นทางบริเวณงาน ทั้งยังมีการจัดตั้งร้านค้าหรือบูธจำหน่ายสินค้าบริเวณสองข้างทาง ทำให้พื้นที่จัดงานค่อนข้างหนาแน่น ประกอบกับการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในบริเวณงานมีไม่เพียงพอไม่ว่าจะเป็น ถึงขยะห้องน้ำ หรือเก้าอี้สำหรับนั่งชมการแสดงบริเวณเวที ทำให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความไม่สะดวกสบายในระหว่างการชมกิจกรรม นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมภายในงานมีค่อนข้างน้อย และภายในบริเวณงานไม่มีการติดป้ายชี้ทางเข้าชมงาน หรือป้ายแสดงกำหนดการของกิจกรรมต่างๆ ที่ชัดเจน ซึ่งผลการประเมินเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวกในปีนั้นไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมามากนัก

(2) ความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน ผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงานในระดับปานกลางถึงมาก แต่มีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยกิจกรรมที่มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร/คนตรีจีน และการประกวดร้องเพลงจีนสากล ซึ่งกิจกรรมขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร/คนตรีจีนเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของงานเทศกาลตรุษจีนและยังคงสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงานได้ดีเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา

(3) ความพึงพอใจโดยรวม ผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดงานในระดับมากและมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งเป็นผลจากความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน ซึ่งระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดงานในปีนั้นสูงกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด สะท้อนให้เห็นว่าโดยรวมแล้วการจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเส้าโจ้วในปีนั้นจัดได้ดีกว่าปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 2-5)

## ตารางที่ 2-5 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานชาวไทย

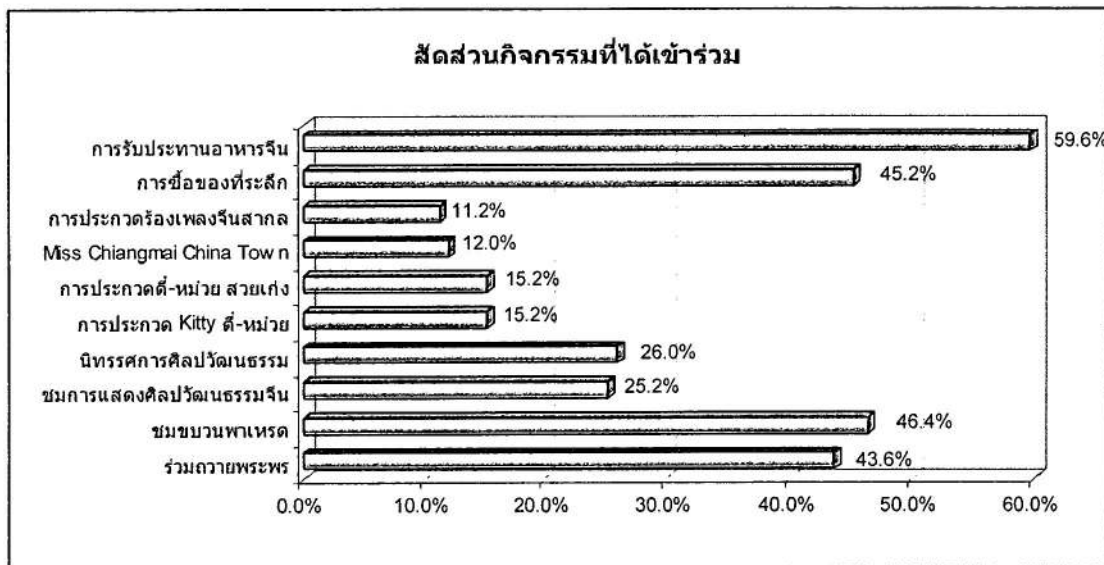
รายการ	ระดับความพึงพอใจ		ความพึงพอใจระดับมากขึ้นไป	
	คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย	สัดส่วน	เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์
<b>(1) การจัดการ/สิ่งอำนวยความสะดวก</b>				
(1.1) ความเหมาะสมของสถานที่	3.35	ปานกลาง	42.4	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.2) ป้ายชี้ทางเข้าชมงาน	2.65	ปานกลาง	21.2	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.3) ความเหมาะสมของวันและเวลาการจัดงาน	3.12	ปานกลาง	46.0	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.4) ปริมาณกิจกรรมภายในงาน	2.78	ปานกลาง	30.0	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.5) ความหลากหลายของกิจกรรมภายในงาน	2.78	ปานกลาง	28.4	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.6) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงาน	2.44	น้อย	20.8	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.7) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน	2.05	น้อย	10.4	ต่ำกว่าเกณฑ์
<b>(2) กิจกรรมภายในงาน</b>				
(2.1) ขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร/คนตรีจีน	3.49	มาก	49.2	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.2) การแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน	3.39	ปานกลาง	45.5	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.3) นิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน	3.40	ปานกลาง	45.7	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.4) การประกวด Kitty ตี๋-หมวย	3.19	ปานกลาง	36.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.5) การประกวด ตี๋-หมวย สวยเก่ง	3.20	ปานกลาง	36.8	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.6) การประกวดร้องเพลงจีนสากล	3.44	มาก	49.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.7) การประกวด Miss Chiangmai China Town	3.34	ปานกลาง	44.5	ต่ำกว่าเกณฑ์
<b>(3) ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>3.71</b>	<b>มาก</b>	<b>62.4</b>	<b>สูงกว่าเกณฑ์</b>

## 3.1.5 วันที่และกิจกรรมที่เข้าร่วม

จำนวนผู้เข้าร่วมงานในแต่ละวันมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยวันที่ 30 มกราคม 2549 เป็นวันที่มีสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานสูงสุด คือ ร้อยละ 48.4 รองลงมา คือ วันที่ 29 มกราคม และ 31 มกราคม โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 40.8 และ 33.6 ตามลำดับ และเมื่อสำรวจเกี่ยวกับกิจกรรมที่ได้เข้าร่วม พบว่า กิจกรรมที่มีสัดส่วนการเข้าร่วมสูงสุด 4 อันดับแรก คือ การรับประทานอาหารจีน การชมขบวนพาเหรดแห่สิงโต/มังกร/คนตรีจีน การซื้อของที่ระลึก และการร่วมถวายพระพรและเฉลิมฉลองการครองสิริราชสมบัติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 59.6, 46.4, 45.2 และ 43.6 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 2-13)



แผนภาพที่ 2-13 สัดส่วนของกิจกรรมที่เข้าร่วม



### 3.1.6 ผลกระทบจากการจัดงาน

#### 1) การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น

จากการสำรวจการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ของผู้เข้าร่วมงานที่เป็นผู้เยี่ยมชม พบว่า ประมาณ 1 ใน 3 มีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นนอกเหนือจากเชียงใหม่ ก่อน/หลังเข้าร่วมงาน โดยผู้เข้าร่วมงานที่มีถิ่นพำนักอยู่ในจังหวัดอื่นๆ มีสัดส่วนการท่องเที่ยวต่อเนื่องสูงสุด รองลงมา คือ ผู้ที่มาจากปริมณฑล และกรุงเทพฯ โดยจังหวัดที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นจังหวัดในภาคเหนือ เช่น เชียงราย ตาก แม่ฮ่องสอน และลำพูน เป็นต้น ดังนั้น การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว สามารถก่อให้เกิดการเดินทางต่อเนื่องได้ค่อนข้างดี เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานที่เป็นผู้เยี่ยมชมเดินทางมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่แล้ว การเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยังจังหวัดอื่นๆ ของภาคเหนือจึงทำได้ค่อนข้างสะดวก อีกทั้งยังคุ้มค่ากับการเดินทางอีกด้วย (ตารางที่ 2-6)

ตารางที่ 2-6 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นก่อน/หลังเข้าร่วมงาน

(หน่วย : ร้อยละ)

การเดินทางก่อน/หลังเข้าร่วมงาน	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	รวม
ไม่เดินทาง	90.0	75.0	61.9	68.3
เดินทาง	10.0	25.0	38.1	31.7
<b>รวม</b>	<b>16.7</b>	<b>13.3</b>	<b>70.0</b>	<b>100.0</b>

## 2) การเพิ่มจำนวนวันพัก

จากการสำรวจจำนวนวันพักของผู้เข้าร่วมงาน ไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 พบว่า โดยรวมแล้วผู้เข้าร่วมงานที่เป็นผู้เยี่ยมชมเยือนมีวันพักเฉลี่ยประมาณ 2.75 วัน แต่การจัดงานมีผลทำให้ผู้เยี่ยมชมเยือนร้อยละ 6.7 เพิ่มจำนวนวันพักขึ้นอีกประมาณ 1.5 วันจากจำนวนวันพักเฉลี่ยเดิมที่ตั้งใจไว้ 4.67 วัน เป็น 6.17 วัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมงานที่มาจากกรุงเทพฯ แสดงว่า การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 ยังไม่สามารถใช้เป็นกิจกรรมที่ดึงดูดให้ผู้เยี่ยมชมเยือนพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีเท่าที่ควร (ตารางที่ 2-7)

ตารางที่ 2-7 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่มีการเพิ่มจำนวนวันพัก

(หน่วย : ร้อยละ)

พักในเชียงใหม่เท่านั้น	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	รวม
ใช่	16.7	-	4.9	6.7
ไม่ใช่	83.3	100.0	95.1	93.3
รวม	20.0	11.7	68.3	100.0

## 3) การกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป

จากการสำรวจความสนใจที่จะกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป พบว่า ร้อยละ 68.4 จะกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไปแน่นอน และอีกร้อยละ 25.6 ยังไม่แน่ใจว่าจะมาร่วมงานหรือไม่ มีเพียงร้อยละ 6.0 เท่านั้นที่จะไม่กลับมาร่วมงาน โดยผู้เข้าร่วมงานที่มาจากกรุงเทพฯ มีสัดส่วนการไม่กลับมาเข้าร่วมงานสูงสุด และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 พบว่า อัตราการกลับมาเข้าร่วมงานในปีนี้น้อยกว่าปีที่ผ่านมาซึ่งเท่ากับร้อยละ 94.0 ในขณะที่ผู้ที่ไม่กลับมาเข้าร่วมงานมีสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 6.0 และผู้ที่ยังไม่แน่ใจมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.0 เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะมีหรือมีเวลาว่างหรือมีโอกาสดูเส้นทางมาร่วมงานได้อีกในปีหน้าหรือไม่ (ตารางที่ 2-8)

## ตารางที่ 2-8 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานกับการตั้งใจกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป

(หน่วย : ร้อยละ)

การกลับมาเข้าร่วมงาน	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	จังหวัดอื่นๆ	รวม
เข้าร่วมแน่นอน	16.7	55.6	77.5	51.0	68.4
ไม่เข้าร่วม	16.7		3.9	11.8	6.0
ไม่แน่ใจ	66.7	44.4	18.5	37.3	25.6
รวม	4.8	3.6	71.2	20.4	100.0

## 4) การแนะนำเพื่อน/ญาติให้มาเข้าร่วมงานในปีต่อไป

จากการสำรวจอัตราการแนะนำเพื่อน/ญาติ พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.9) จะแนะนำให้เพื่อน/ญาติมาเข้าร่วมงานในปีต่อไป โดยผู้เข้าร่วมงานที่มีถิ่นที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ มีสัดส่วนสูงสุด คือ ร้อยละ 98.0 แสดงว่า การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงานได้ดีและต้องการบอกเล่าให้เพื่อน/ญาติรับทราบและแนะนำให้มาเข้าร่วมงานในปีต่อไป และเมื่อพิจารณาผลประเมินเกี่ยวกับการรับทราบข่าวการจัดงาน ที่มีสัดส่วนการรับทราบข่าวจากเพื่อน/ญาติของผู้เข้าร่วมงานสูงถึงร้อยละ 67.1 ดังนั้น การบอกเล่าและการแนะนำเพื่อน/ญาติของผู้เข้าร่วมงานในปีนี้จึงถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อการชักชวนให้มาเข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วในปีต่อไปได้เป็นอย่างดี (ตารางที่ 2-9)

## ตารางที่ 2-9 สัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานกับการแนะนำเพื่อน/ญาติให้มาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป

(หน่วย : ร้อยละ)

การแนะนำเพื่อน/ญาติ	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	จังหวัดอื่นๆ	รวม
แนะนำ	91.7	88.9	90.3	98.0	91.9
ไม่แนะนำ	8.3	11.1	9.7	2.0	8.1
รวม	4.8	3.6	71.0	20.6	100.0

### 3.2 ผลประเมินของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

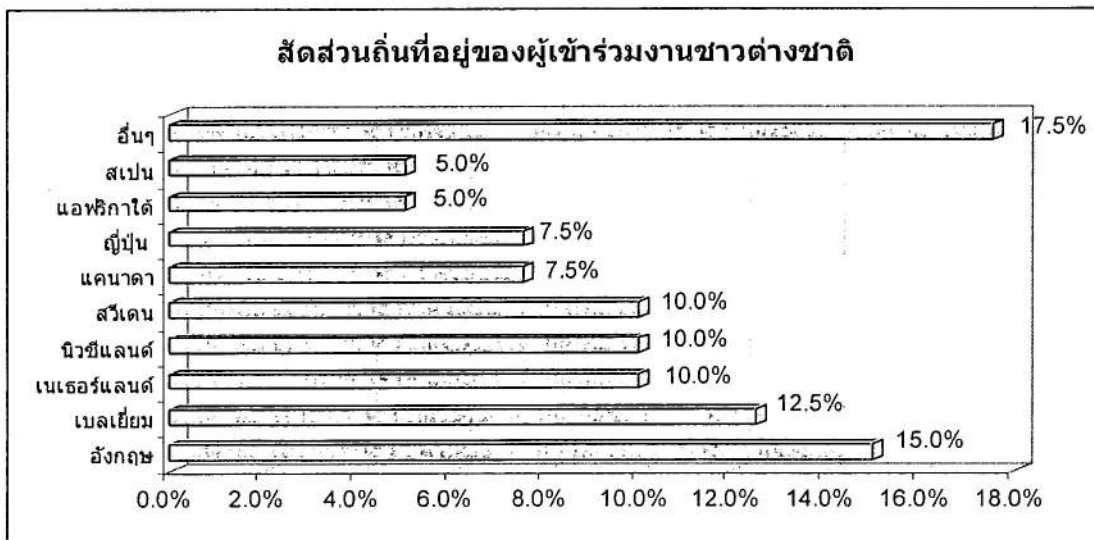
การสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติดำเนินการโดยวิธีการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติทั้งสิ้น 40 ราย ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Tourist) จำนวน 38 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทย (Domestic Tourist) จำนวน 2 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

#### 3.2.1 ลักษณะของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

##### 1) พิจารณาดำเนินที่อยู่ที่

จากการสำรวจถิ่นที่อยู่ของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ พบว่า มีความหลากหลาย โดยผู้เข้าร่วมงานที่มาจากอังกฤษมีสัดส่วนสูงสุด คือ ร้อยละ 15.0 รองลงมา คือ เบลเยียม ร้อยละ 12.5 และเนเธอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ และสวีเดน ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ซึ่งสัดส่วนของผู้เข้าร่วมจาก 5 ประเทศแรก มีสัดส่วนรวมกันเท่ากับร้อยละ 57.9 (แผนภาพที่ 2-14)

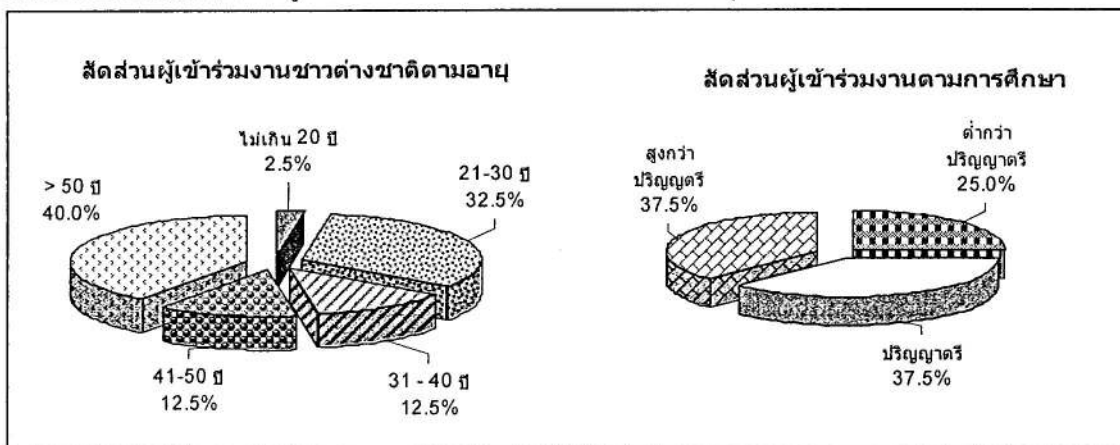
แผนภาพที่ 2-14 สัดส่วนถิ่นที่อยู่ของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ



## 2) พิจารณาตามอายุและระดับการศึกษา

จากการสำรวจพบว่า ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีสัดส่วนของเพศหญิงและเพศชายไม่แตกต่างกัน โดย 2 ใน 5 เป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป รองลงมา คือ กลุ่มอายุระหว่าง 21 – 30 ปี, 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 32.5, 12.5 และ 12.5 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งมีสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปเพียงร้อยละ 20.0 และเมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างระดับการศึกษาของผู้เข้าร่วมงาน พบว่า 3 ใน 4 (ร้อยละ 75.0) ของผู้เข้าร่วมงานมีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 70.0 ในปี 2548 แสดงว่า ผู้เข้าร่วมงานในปีนี้มีสัดส่วนของผู้สูงอายุมากขึ้น และมีระดับการศึกษาโดยรวมสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา (แผนภาพที่ 2-15)

แผนภาพที่ 2-15 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามอายุและระดับการศึกษา

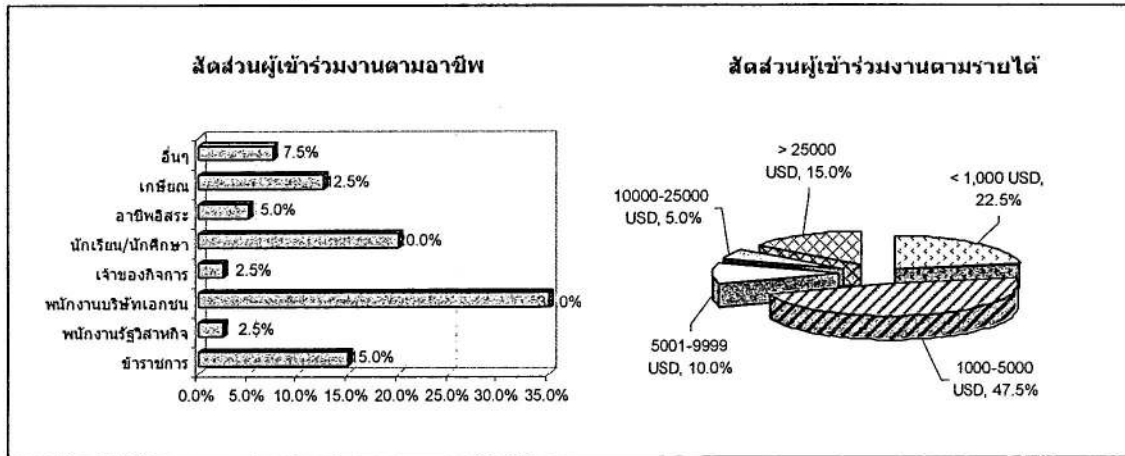


## 3) พิจารณาตามอาชีพและรายได้

จากการสำรวจอาชีพของผู้เข้าร่วมงาน พบว่า กว่า 1 ใน 3 (ร้อยละ 35.0) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการและเกษียณอายุ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 20.0, 15.0 และ 12.5 ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากปีที่ผ่านมา ซึ่งมีสัดส่วนนักเรียน/นักศึกษาสูงถึงร้อยละ 32.0 ในขณะที่มีพนักงานบริษัทเอกชนและผู้เกษียณอายุเพียงร้อยละ 16.0 และ 6.0 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติในปีนี้มีกลุ่มคนวัยทำงานและวัยสูงอายุสูงกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจเกี่ยวกับ โครงสร้างอายุของผู้เข้าร่วมงาน และเมื่อพิจารณาถึงระดับรายได้ของผู้เข้าร่วมงาน พบว่า เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 47.5) มีรายได้ระหว่าง 1,000 – 5,000 เหรียญสหรัฐฯ รองลงมา คือ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 เหรียญสหรัฐฯ และมากกว่า 25,000 เหรียญสหรัฐฯ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 22.5 และ 15.0 ตามลำดับ แสดงว่า

ผู้เข้าร่วมงานร้อยละ 77.5 มีรายได้มากกว่า 1,000 เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งไม่แตกต่างจากปี 2548 ที่ร้อยละ 70.0 ผู้เข้าร่วมงานมีรายได้มากกว่า 1,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือน (แผนภาพที่ 2-16)

แผนภาพที่ 2-16 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามอาชีพและรายได้



### 3.2.2 การเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ

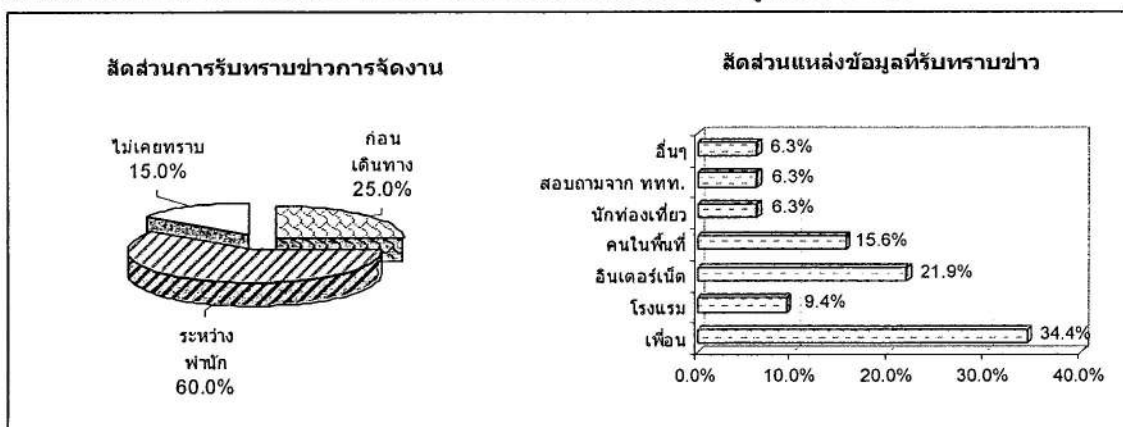
ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติประมาณ 3 ใน 4 (ร้อยละ 75.0) มาเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.0 ในปี 2548 และเมื่อสอบถามถึงเหตุผลหลักที่เดินทางมายังบริเวณงาน พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การแสดงและกิจกรรมต่างๆ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการออกร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมือง ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในปีนี้อย่างไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมามากนัก เนื่องจากในบริเวณงานส่วนใหญ่จะเป็นการออกร้านจำหน่ายสินค้า ของที่ระลึก และอาหารท้องถิ่น และมีการจัดเวทีการแสดงหลัก 2 เวที ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

### 3.2.3 การรับทราบข่าวการจัดงาน

ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 85.0) ทราบข่าวการจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ โดยร้อยละ 25.0 รับทราบข่าวการจัดงานก่อนเดินทางมายังประเทศไทย และอีกร้อยละ 60.0 ทราบข่าวการจัดงานระหว่างที่พำนักอยู่ในประเทศไทย มีเพียงร้อยละ 15.0 ที่ไม่เคยทราบข่าวมาก่อน โดยผู้เข้าร่วมงานกว่า 1 ใน 3 ทราบข่าวการจัดงานจากเพื่อน/ญาติ รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต และคำบอกเล่าของคนในพื้นที่ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 34.4, 21.9 และ 15.6 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบกับผลการประเมินในปี 2548 พบว่า อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในปีนี้อย่างเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 76.0 โดยมีสัดส่วนการรับทราบข่าวจากเพื่อน/ญาติไม่แตกต่างกันมาก

นัก แต่มีในปีที่ผ่านมา ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวผ่านทาง หนังสือพิมพ์ การสอบถามจาก ททท. และ โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา สูงถึงร้อยละ 15.0, 15.0 และ 13.0 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในปีนี้มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติน้อยกว่าปีที่ผ่านมา โดยในคำบอกเล่าของเพื่อน/ญาติ คนในพื้นที่ และ โรงแรมเป็นแหล่งข้อมูลในการประชาสัมพันธ์การจัดงานที่สำคัญของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น การจัดทำ การประชาสัมพันธ์ โดยการขอความร่วมมือกับ โรงแรมต่างๆ ในการติด โปสเตอร์หรือแผ่นพับประชาสัมพันธ์การจัดงานในบริเวณล็อบบี้ของ โรงแรมหรือบริเวณเคาน์เตอร์ของพนักงานต้อนรับ จึงเป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาเข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อประชาสัมพันธ์อีกประเภทหนึ่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี เนื่องจากเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ทั้งยังมีรายละเอียดการจัดงานที่นักท่องเที่ยวสามารถค้นคว้าเพิ่มเติมได้ จึงสามารถสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มาก (แผนภาพที่ 2-17)

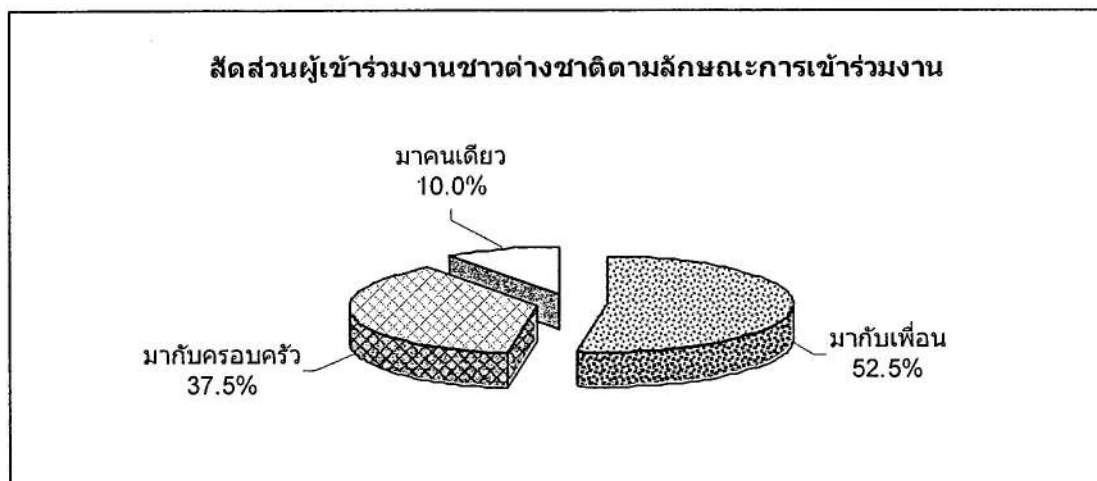
แผนภาพที่ 2-17 สัดส่วนการรับทราบข่าวการจัดงานและแหล่งข้อมูลที่ทราบข่าว



### 3.2.4 ลักษณะการมาเข้าร่วมงาน

ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 52.5) มาเข้าร่วมงานกับเพื่อน รองลงมา คือ มากับครอบครัว และมาคนเดียว โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 37.5 และ 10.0 ตามลำดับ ซึ่งลักษณะการเดินทางมาร่วมงานของผู้เข้าร่วมงานในปีนี้มีไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา (แผนภาพที่ 2-18)

แผนภาพที่ 2-18 สัดส่วนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามลักษณะการมาเข้าร่วมงาน



### 3.2.5 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

การประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน แบ่งตัวชี้วัดออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน และความพึงพอใจโดยรวม โดยมีผลการประเมินดังนี้

(1) ความพึงพอใจต่อการจัดการ โดยรวมแล้วผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการในระดับมาก แต่พึงพอใจในระดับปานกลางต่อระบบการรักษาความปลอดภัย และมีเพียงความเหมาะสมของสถานที่เท่านั้นที่มีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด เนื่องจากภายในบริเวณงานมีผู้เข้าร่วมงานค่อนข้างหนาแน่นแต่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอกับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่รู้สึกลอดค้ำยในขณะที่เข้าร่วมงาน

(2) ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง และมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดในทุกประเด็นการประเมิน ทั้งในส่วนของที่จอดรถ ป้ายชี้ทางเข้าชมงาน ห้องน้ำ และในส่วนของการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากบริเวณงานตั้งอยู่ใกล้กับตลาดวโรรส ซึ่งเป็นตลาดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมของคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวในการมาสินค้าและอาหารต่างๆ จึงเป็นบริเวณที่มีการจราจรหนาแน่นเป็นปกติอยู่แล้ว เมื่อมีการจัดงานทำให้การจราจรหนาแน่นมากขึ้น นอกจากนี้ เนื่องจากบริเวณที่จัดงานมีลักษณะเป็นชอยคั้งนั้นการจัดเตรียมในเรื่องของรถสุขาเคลื่อนที่จึงทำได้ไม่สะดวกนัก ทำให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความไม่สะดวกสบายในเรื่องของการใช้



บริการห้องสุขาซึ่งมีปริมาณที่จำกัด และสำหรับการจัดทำป้ายชี้ทางเข้าชมงาน พบว่า ภายในบริเวณงานไม่มีการจัดทำป้ายแสดงแผนผังบริเวณงาน ที่ตั้งของแต่ละกิจกรรม รวมไปถึงรายละเอียดเกี่ยวกับกำหนดการของแต่ละกิจกรรม นักท่องเที่ยวจึงไม่ทราบว่าภายในงานมีกิจกรรมอะไรบ้าง และแต่ละกิจกรรมจะจัดขึ้นในบริเวณใดและในเวลาใด และจะเข้าร่วมกิจกรรมใดอีกบ้าง นอกเหนือจากการเดินชมการตกแต่งบ้านเรือนและร้านค้า รวมทั้งซื้สินค้าภายในงาน ดังจะเห็นได้จากระดับความพึงพอใจต่อป้ายชี้ทางเข้าชมงานที่มีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้น ไปเพียงร้อยละ 26.1 เท่านั้น

(3) ความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงานในระดับมากถึงมากที่สุด และมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดในทุกกิจกรรม โดยกิจกรรมที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ กิจกรรมเทศกาลอาหาร เนื่องจากภายในบริเวณงานมีร้านจำหน่ายอาหารเป็นจำนวนมากและหลากหลาย ทั้งอาหารจีน อาหารเจ อาหารพื้นเมือง และอาหารทานเล่น เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับความพึงพอใจเป็นอย่างมาก รองลงมา คือ กิจกรรมการแสดงดนตรี (การร้องเพลงจีนสากลและการประกวดร้องเพลงจีน) และกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม ตามลำดับ ซึ่งความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงานของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติในปีนี้มีโครงสร้างไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมามากนัก กล่าวคือ มีความพึงพอใจต่อการออกร้านค้า-ร้านอาหารมากที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมการแห่มังกร/เชิดสิงโต และกิจกรรมการแสดงบนเวทีจากประเทศไทยและประเทศจีน ตามลำดับ ซึ่งกิจกรรมการแสดงเกี่ยวกับวัฒนธรรมได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของงานเทศกาลตรุษจีน ทั้งยังแสดงถึงประเพณีและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของชาวตะวันตก

(4) ความพึงพอใจโดยรวม ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดงานโดยรวมในระดับมาก และมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งเป็นผลจากความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่า สัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากขึ้นไปลดลง โดยในปีนี้มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากขึ้นไปเท่ากับร้อยละ 70.0 ลดลงจากร้อยละ 86.0 ในปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงานที่มีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่ำกว่าปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 2-10)

ตารางที่ 2-10 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		ความพึงพอใจระดับมากขึ้นไป	
	คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย	สัดส่วน	เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์
<b>(1) การบริหารจัดการ</b>				
(1.1) ความเหมาะสมของสถานที่	3.98	มาก	65.0	สูงกว่าเกณฑ์
(1.2) รูปแบบการจัดงาน	3.75	มาก	58.3	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.3) การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.59	มาก	52.9	ต่ำกว่าเกณฑ์
(1.4) ระบบการรักษาความปลอดภัย	3.32	ปานกลาง	40.0	ต่ำกว่าเกณฑ์
<b>(2) สิ่งอำนวยความสะดวก</b>				
(2.1) ที่จอดรถ	3.27	ปานกลาง	45.5	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.2) ป้ายชี้ทางเข้าชมงาน	2.83	ปานกลาง	26.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.3) ห้องน้ำ	2.84	ปานกลาง	31.6	ต่ำกว่าเกณฑ์
(2.4) การประชาสัมพันธ์	2.64	ปานกลาง	31.8	ต่ำกว่าเกณฑ์
<b>(3) กิจกรรมภายในงาน</b>				
(3.1) เทศกาลอาหาร	4.24	มากที่สุด	89.5	สูงกว่าเกณฑ์
(3.2) การแสดงดนตรี	3.86	มาก	71.4	สูงกว่าเกณฑ์
(3.3) กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม	3.90	มาก	70.0	สูงกว่าเกณฑ์
<b>(4) ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>3.88</b>	<b>มาก</b>	<b>70.0</b>	<b>สูงกว่าเกณฑ์</b>

### 3.2.6 ผลกระทบจากการจัดงาน

#### 1) การสร้างความประทับใจให้กลับมาเที่ยวประเทศไทย

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติเกี่ยวกับความประทับใจจากการเข้าร่วมงาน พบว่า ผู้เข้าร่วมงานเห็นด้วยในระดับน้อยถึงปานกลางว่า กิจกรรมภายในงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเข้าร่วมงาน และดึงดูดให้ใช้เวลาพักผ่อนในประเทศไทยนานขึ้น ซึ่งมีสัดส่วนความเห็นด้วยในระดับมากขึ้นไปเพียงร้อยละ 17.1 และ 17.2 เท่านั้น นอกจากนี้ ความประทับใจจากการเข้าร่วมงานในครั้งนี้นี้ยังไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาประเทศไทยอีกได้ ซึ่งผลการประเมินมีระดับความเห็นด้วยต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังไม่รู้สึกปลอดภัยในระหว่างท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินเกี่ยวกับระบบความปลอดภัยภายในงานที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปเพียงร้อยละ 40.0 เท่านั้น (ตารางที่ 2-11)

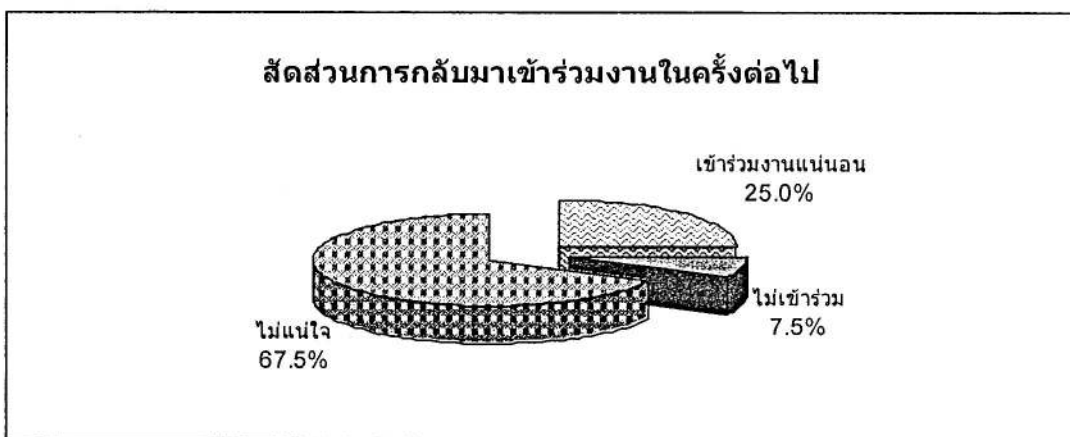
ตารางที่ 2-11 สัดส่วนระดับความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

ข้อความ	ความเห็นด้วย		เห็นด้วยระดับมากขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	สัดส่วน	ความหมาย
กิจกรรมภายในงานดึงดูดให้ท่านเดินทางมาร่วมงาน	3.20	ปานกลาง	45.0	ต่ำกว่าเกณฑ์
เทศกาลนี้ดึงดูดให้ท่านใช้เวลาพักผ่อนในประเทศไทย	2.60	น้อย	17.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
งานเทศกาลนี้สามารถเปรียบเทียบกับงานนานาชาติที่	3.00	ปานกลาง	17.2	ต่ำกว่าเกณฑ์
ประเทศอื่นๆ จัดขึ้นได้				
ในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ท่าน	3.38	ปานกลาง	44.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
รู้สึกปลอดภัย				
ความประทับใจจากการเข้าร่วมงานในครั้งนี้ดึงดูดให้	3.26	ปานกลาง	35.3	ต่ำกว่าเกณฑ์
ท่านเดินทางมาประเทศไทยอีก				

## 2) การกลับมาร่วมงานและการแนะนำให้เพื่อน/ญาติมาเข้าร่วมงาน

ประมาณ 1 ใน 4 ของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจะกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป และอีกร้อยละ 67.5 ยังไม่แน่ใจ เนื่องจากยังไม่แน่ใจว่าจะได้กลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยและมาเที่ยวที่เชียงใหม่ในช่วงการจัดงานหรือไม่ ส่วนอีกร้อยละ 7.5 คาดว่าจะไม่เข้าร่วม และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 พบว่า สัดส่วนการกลับมาเข้าร่วมงานในปีนี้อลดลงจากร้อยละ 53.0 ในปีที่ผ่านมา ในขณะที่สัดส่วนการไม่กลับมาเข้าร่วมงานลดลงจากร้อยละ 12.0 เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติทุกคนจะบอกเล่าความประทับใจจากการเข้าร่วมงานให้แก่เพื่อน/ญาติและแนะนำให้เพื่อน/ญาติมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป แสดงให้เห็นว่า การจัดงานในปีนี้อสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติได้ แต่ยังไม่มากพอที่จะจูงใจให้กลับมาเข้าร่วมงานอีกครั้งในปีหน้าได้ (แผนภาพที่ 2-19)

แผนภาพที่ 2-19 สัดส่วนการกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป



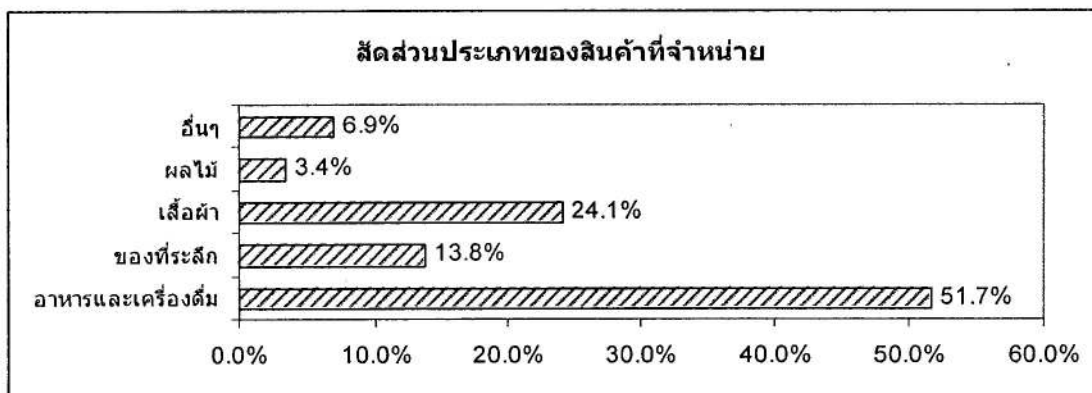
### 3.3 ผลการประเมินผู้ประกอบการร้านค้า

ในการประเมินผลกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าในย่านตรอกเล่าโจ้วได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของจำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการและร้านค้าทั้งสิ้น 29 ร้าน ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

#### 3.3.1 ลักษณะของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า

ผู้ประกอบการร้านค้าที่สำรวจมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 51.7) จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และอีกประมาณ 1 ใน 4 (ร้อยละ 24.1) เป็นร้านจำหน่ายเสื้อผ้า ส่วนที่เหลือเป็นร้านจำหน่ายของที่ระลึก ผลไม้ และสินค้าอื่นๆ เช่น เครื่องสังฆทาน และสมุนไพรไทย เป็นต้น (แผนภาพที่ 2-20)

แผนภาพที่ 2-20 สัดส่วนของร้านค้าและประเภทสินค้าที่จำหน่าย



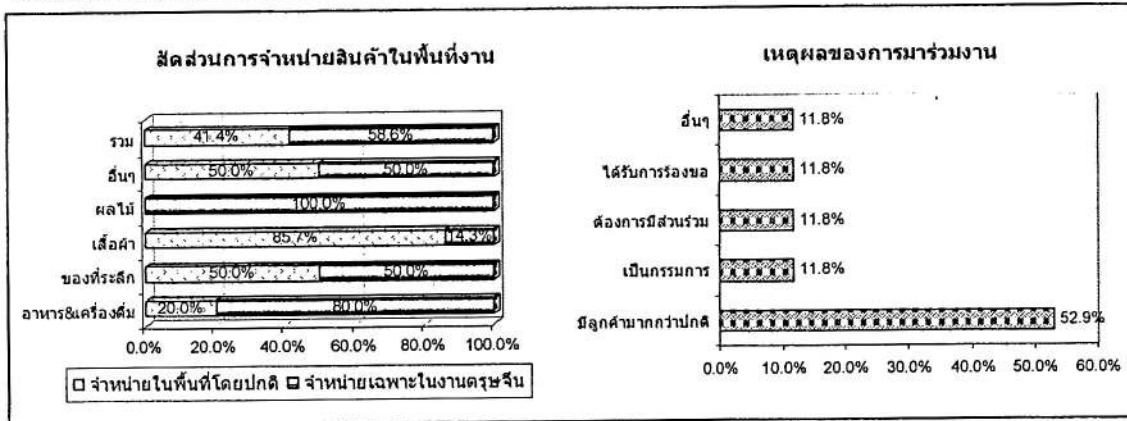
#### 3.3.2 การจำหน่ายสินค้าในงานเทศกาลตรุษจีน

ผู้ประกอบการร้านค้าที่ทำการสำรวจมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 58.6) จำหน่ายสินค้าในพื้นที่จัดงานเฉพาะในช่วงเทศกาลตรุษจีน และอีกร้อยละ 41.4 จำหน่ายสินค้าในพื้นที่จัดงานโดยปกติ โดยผู้ประกอบการที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนของร้านที่จำหน่ายเฉพาะในช่วงเทศกาลสูงสุด ในขณะที่ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าอื่นๆ มีสัดส่วนของร้านที่จำหน่ายในพื้นที่โดยปกติและจำหน่ายเฉพาะในช่วงเทศกาลในสัดส่วนที่เท่ากัน

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลที่มาร่วมจำหน่ายสินค้าภายในงาน พบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 52.9) ให้เหตุผลว่าเนื่องจากในช่วงงานเทศกาลมีลูกค้ามากกว่าในช่วง

ปกติ ส่วนเหตุผลอื่นๆ ได้แก่ เป็นกรรมการจัดงาน ต้องการมีส่วนร่วมในการจัดงาน และได้รับการร้องขอจากสมาคม/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 11.5 (แผนภาพที่ 2-21)

แผนภาพที่ 2-21 สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าในพื้นที่งานและเหตุผลการมาร่วมงาน



### 3.3.3 การเปรียบเทียบการจัดงานในปีนี้กับปีที่ผ่านมา

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าที่เคยจำหน่ายสินค้าในงาน เทศกาลนครเชียงใหม่ครั้งที่ 5 ในปีที่ผ่านมา โดยการเปรียบเทียบการจัดงานในปีนี้กับปีที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดงานในปีที่ผ่านมาดีกว่าในปีนี้ในประเด็นของจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวนผู้ซื้อสินค้า ปริมาณการซื้อสินค้า จำนวนกิจกรรม และการจัดระเบียบร้านค้า ส่วนประเด็นที่เห็นว่า ในปีนี้จัดได้ดีกว่า คือ พื้นที่การจัดงานกิจกรรมและพื้นที่จำหน่าย เนื่องจากในปีนี้มีเวทีการแสดงเป็น 2 เวที ทำให้พื้นที่การจำหน่ายสินค้าดีขึ้น ส่วนประเด็นของการประชาสัมพันธ์ และความปลอดภัย ผู้ประกอบการเห็นว่าไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 2-12)

ตารางที่ 2-12 ผลการเปรียบเทียบการจัดงานเทศกาลนครเชียงใหม่ในปีนี้กับปีที่ผ่านมา

ประเด็น	เพิ่มขึ้น		คงที่		ลดลง	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
จำนวนนักท่องเที่ยว	7	43.8	1	6.2	8	50.0
จำนวนผู้ซื้อสินค้า	5	31.3	1	6.2	10	62.5
ปริมาณการซื้อสินค้า	5	31.3	1	6.2	10	62.5
การประชาสัมพันธ์	5	31.3	6	37.5	5	31.3
จำนวนกิจกรรม	6	37.5	3	18.7	7	43.8
การจัดระเบียบร้านค้า	4	25.0	5	31.3	7	43.8
พื้นที่จัดงานกิจกรรม	7	43.8	2	12.5	7	43.8
ความปลอดภัย	5	31.3	9	56.2	2	12.5
พื้นที่จำหน่าย	7	43.8	7	43.8	2	12.5

### 3.3.4 ระดับความพึงพอใจต่อการจัดงานของผู้ประกอบการร้านค้า

ผู้ประกอบการร้านค้ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดงานในระดับปานกลาง และมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนความพึงพอใจของผู้ประกอบการพบว่า ประเด็นที่ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมงาน และปริมาณและความหลากหลายของกิจกรรม และประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การประสานงานและการให้ข้อมูลที่ต่อเนื่อง และการประสานงานระหว่างร้านค้ากับผู้จัดงาน สะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าทางเทศบาลได้มีการประสานงานกับทางชุมชนตรอกเล่าโจ้วเกี่ยวกับการจัดงาน และการขอความร่วมมือในการตกแต่งหน้าร้าน และหน้าบ้าน เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศการจัดงาน แต่ยังคงขาดการประสานงานที่ดีระหว่างผู้จัดงานและผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าไม่ทราบข้อมูลที่ต่อเนื่อง

ตารางที่ 2-13 ระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		พึงพอใจระดับมากขึ้นไป	
	คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย	สัดส่วน	เทียบกับเกณฑ์
1. การอำนวยความสะดวกในการเปิดร้าน	2.93	ปานกลาง	31.0	ต่ำกว่าเกณฑ์
2. ความปลอดภัย	3.00	ปานกลาง	13.8	ต่ำกว่าเกณฑ์
3. การจัดสรรพื้นที่ให้เช่าร้านค้า	2.93	ปานกลาง	24.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
4. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน	3.00	ปานกลาง	34.5	ต่ำกว่าเกณฑ์
5. การประชาสัมพันธ์การจัดงาน	2.93	ปานกลาง	31.0	ต่ำกว่าเกณฑ์
6. การประสานงานและการให้ข้อมูลที่ต่อเนื่อง	2.69	ปานกลาง	20.7	ต่ำกว่าเกณฑ์
7. ปริมาณและความหลากหลายของกิจกรรม	2.93	ปานกลาง	34.5	ต่ำกว่าเกณฑ์
8. การจัดระเบียบร้านค้า	2.93	ปานกลาง	24.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
9. การรักษาความสะอาด	2.86	ปานกลาง	24.1	ต่ำกว่าเกณฑ์
10. การจัดระบบการจราจร	2.79	ปานกลาง	31.0	ต่ำกว่าเกณฑ์
11. การประสานงานระหว่างร้านค้ากับผู้จัดงาน	2.76	ปานกลาง	20.7	ต่ำกว่าเกณฑ์
12. ความพึงพอใจโดยรวม	3.00	ปานกลาง	24.1	ต่ำกว่าเกณฑ์

### 3.3.5 ผลกระทบจากการจำหน่ายสินค้าในช่วงเทศกาลตรุษจีน

จากการประเมินผลกระทบจากการจัดงานเทศกาลตรุษจีนด้านจำนวนผู้ซื้อสินค้า ปริมาณการจำหน่าย และการจ้างงาน โดยเปรียบเทียบกับภาวะปกติที่ไม่มีการจัดงาน สามารถสรุปได้ ดังนี้

(1) จำนวนผู้เข้าร่วมงาน ผู้ประกอบการร้อยละ 42.1 เห็นว่าการจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 ส่งผลให้จำนวนผู้ซื้อเพิ่มจากภาวะปกติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และอีกร้อยละ 1 ใน 3 (ร้อยละ 31.6) เห็นว่าจำนวนผู้ซื้อไม่แตกต่างกับ ในขณะที่ 1 ใน 4 เห็นว่าการจัดงานส่งผลให้มีจำนวนผู้ซื้อลดลง เนื่องจากมีร้านค้ามาตั้งจำหน่ายสินค้าบริเวณหน้าร้านของผู้ประกอบการทำให้ผู้ซื้อเดินเข้ามาซื้อสินค้าในร้านไม่สะดวก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านจำหน่ายเสื้อผ้า

(2) ปริมาณการจำหน่าย ผู้ประกอบการร้อยละ 40.0 เห็นว่าการในช่วงการจัดงานส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ส่วนอีกร้อยละ 35.0 เห็นว่าปริมาณการจำหน่ายสินค้าไม่แตกต่างจากช่วงปกติ และอีกร้อยละ 25.0 เห็นว่าปริมาณการจำหน่ายสินค้าน่าลดลง ซึ่งผู้ประกอบการที่มีปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เห็นว่าปริมาณการจำหน่ายสินค้าน่าลดลงจะเป็นร้านขายเสื้อผ้า

(3) การจ้างงาน มีผู้ประกอบการเพียง 1 รายเท่านั้นที่มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และมีประมาณ 1 ใน 3 ที่มีการจ้างงานลดลง เนื่องจากลูกจ้างบางส่วนลากลับบ้านในช่วงเทศกาล (ตารางที่ 2-14)

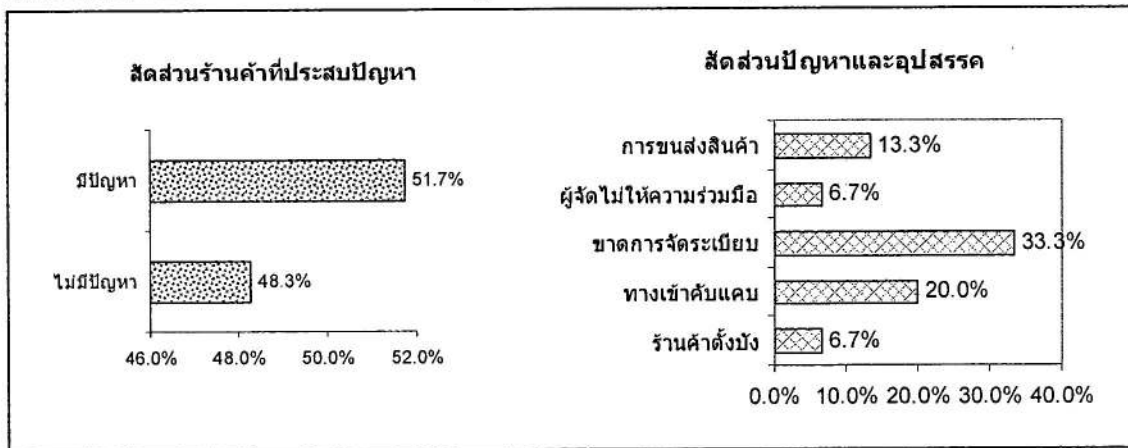
ตารางที่ 2-14 สัดส่วนผลกระทบด้านจำนวนผู้ซื้อ ปริมาณการจำหน่าย และการจ้างงาน

ผลกระทบ	จำนวนผู้ซื้อ		ปริมาณการจำหน่าย		การจ้างงาน	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
เพิ่มขึ้น	8	42.1	8	40.0	1	10
ไม่เปลี่ยนแปลง	6	31.6	7	35.0	6	60
ลดลง	5	26.3	5	25.0	3	30
รวม	19	100.0	20	100.0	10	100.0

### 3.3.6 ปัญหาและอุปสรรคจากการเข้าร่วมงาน

จากการสำรวจเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการที่พบจากการเข้าร่วมงาน พบว่า เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.3) ไม่พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคจากการเข้าร่วมงาน ขณะที่ส่วนที่เหลือ (ร้อยละ 51.7) ประสบปัญหาจากการเข้าร่วมงาน โดยปัญหาที่พบมากที่สุดคือ การขาดการจัดระเบียบร้านค้า โดยมีสัดส่วนร้อยละ 33.3 รองลงมา ได้แก่ ทางเข้าคับแคบ ไม่สามารถขนส่งสินค้าเข้าสู่บริเวณจัดงาน มีร้านค้าตั้งบังหน้าร้าน และผู้จัดไม่ให้ความร่วมมือกับร้านค้า โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 20.0, 13.3, 6.7 และ 6.7 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 2-22)

แผนภาพที่ 2-22 สัดส่วนของร้านค้าที่มีปัญหาและประเภทของปัญหา





**บทที่ 3****บทสรุป****1. ผลการบรรลุวัตถุประสงค์การจัดงาน**

จากการประเมินผลการจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 สามารถสรุปผลการจัดงานต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการในแต่ละข้อได้ดังนี้

**1.1 เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลการจัดงานเทศกาลตรุษจีนปี 2549****1) ประสิทธิภาพการจัดงานเทศกาลตรุษจีนปี 2549**

จำนวนผู้เข้าร่วมงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 โดยรวมเพิ่มขึ้น ทั้งผู้เข้าร่วมงานชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยภาพรวมมีผู้เข้าร่วมงานรวมทั้งสิ้น 64,672 คน ประกอบด้วยผู้เข้าร่วมงานคนไทย 59,628 คน และผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ 5,044 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.2 และ 7.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้เข้าร่วมงานในปี 2548 พบว่า จำนวนผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 95.4 โดยจำนวนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 104.2 และผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.3 ดังนั้น การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ในปีนี้จะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพในการเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

**2) ประสิทธิผลการจัดงานเทศกาลตรุษจีนปี 2549**

(1) การจูงใจและกระตุ้นให้เข้าร่วมงาน ผู้เข้าร่วมงานชาวไทยร้อยละ 28.8 เป็นผู้เยี่ยมชม ไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมาซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 29.0 โดยในปีนี้มีสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยที่ตั้งใจเข้าร่วมงานเท่ากับร้อยละ 70.4 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 59.0 ในปี 2548 โดยกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานชาวไทยให้ความสนใจมากที่สุด คือ ขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร การแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน และนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม สำหรับผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ พบว่า มีอัตรา การเข้าร่วมงานโดยตั้งใจเท่ากับร้อยละ 75.0 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.0 ในปี 2548 โดยกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติสนใจเข้าร่วมงานมากที่สุด คือ การแสดงและกิจกรรมต่างๆ บนเวที การซื้อสินค้าและของที่ระลึก และการออกร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมือง ดังนั้น การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 มีประสิทธิผลในการจูงใจและ

กระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเข้าร่วมงานได้ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

(2) คุณภาพและผลสำเร็จของการจัดกิจกรรม ทั้งผู้เข้าร่วมงานชาวไทยและผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดงานโดยรวมในระดับมาก และมีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยเป็นผลจากความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน ซึ่งแตกต่างจากปีที่ผ่านมาที่ผู้เข้าร่วมงานชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่มีสัดส่วนความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่ำกว่าเกณฑ์ แสดงให้เห็นว่า การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 มีคุณภาพการจัดงานที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนความต้องการกลับมาร่วมงานใหม่ในปีต่อไปและสัดส่วนการแนะนำเพื่อน/ญาติให้มาเข้าร่วมงาน พบว่า ทั้งผู้เข้าร่วมงานชาวไทยและผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติมีสัดส่วนการกลับมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไปต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ในขณะที่มีอัตราการแนะนำให้เพื่อน/ญาติมาเข้าร่วมงานให้มาเข้าร่วมงานสูงกว่าปีที่ผ่านมา โดยผู้เข้าร่วมงานชาวไทยมีอัตราการแนะนำเพื่อน/ญาติเท่ากับร้อยละ 91.9 ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติทุกคนจะแนะนำให้เพื่อน/ญาติมาเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป แสดงให้เห็นว่า การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วในปีนี้เป็นประสบความสำเร็จในด้านการพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และสามารถสร้างให้เกิดการบอกต่อถึงความประทับใจจากการเข้าร่วมงานให้กับเพื่อน/ญาติของผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์การจัดงานที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเข้าร่วมงานในปีนี้มีส่วนใหญ่รับทราบข่าวการจัดงานจากเพื่อน/ญาติ อย่างไรก็ตาม การจัดงานในปีนี้นี้ยังไม่มีประสิทธิผลในการจูงใจให้ผู้เข้าร่วมงานกลับมาร่วมงานอีกครั้งในปีต่อไปได้ดีเท่ากับปีที่ผ่านมา

## 1.2 เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์

1) ประสิทธิภาพของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้เข้าร่วมงานชาวไทยร้อยละ 84.0 ทราบข่าวการจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 ก่อนการเดินทางมาร่วมงาน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 82.0 ในปีที่ผ่านมา โดยทราบข่าวจากคำบอกเล่าของเพื่อน/ญาติมากที่สุด ส่วนประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้เข้าร่วมงานชาวไทยทราบข่าวมากที่สุด คือ โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา โทรทัศน์ แผ่นพับ และวิทยุ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสื่อท้องถิ่น สำหรับ

ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติพบว่า ร้อยละ 85.0 ทราบข่าวการจัดงานก่อนเดินทางมาร่วมงาน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 76.0 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยทราบข่าวจากเพื่อน/ญาติประมาณร้อยละ 34.4 ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอัตราการรับรู้สูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ อินเทอร์เน็ต ผลการประเมินดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ดีกว่าปีที่ผ่านมา

2) ประสิทธิภาพของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข่าวการจัดงานผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ร้อยละ 67.9 ของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเห็นว่า การรับทราบข่าวการจัดงานผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวสูงกว่าเกณฑ์ (ร้อยละ 60.0) และร้อยละ 46.6 ของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะเข้าร่วมงานแน่นอน ดังนั้น การดำเนินการด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ในปีนี้จะมียุทธศาสตร์ผลในการสร้างความสนใจให้กับผู้รับทราบข่าวและจูงใจให้มาเข้าร่วมงานได้ดี

โดยภาพรวมจึงสามารถสรุปได้ว่า การดำเนินการด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ และกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายที่รับทราบข่าวสนใจมาเข้าร่วมงานได้ดีกว่าปีที่ผ่านมา

### 1.3 เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ปี 2549

#### 1) เงินหมุนเวียนทางตรง

การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 ก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนทางตรงจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 49.9 ล้านบาท โดยเป็นเงินหมุนเวียนที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานชาวไทย 33.0 ล้านบาท และการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ 16.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.2 และ 33.8 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 ซึ่งมีเงินหมุนเวียนทางตรงจากการจัดงานทั้งสิ้น 29.0 ล้านบาท พบว่าเงินหมุนเวียนในปีนี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 71.7 จากปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก

## 2) การท่องเที่ยวต่อเนื่อง

ผู้เข้าร่วมงานที่เป็นผู้เยี่ยมชมเยือนร้อยละ 31.7 มีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากเชียงใหม่ ก่อน/หลังการเข้าร่วมงาน โดยส่วนใหญ่เป็นจังหวัดในภาคเหนือ ดังนั้น การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้วในปีนี้ จึงส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้แก่จังหวัดใกล้เคียงอีกด้วย

## 2. ปัญหาและอุปสรรค

### 2.1 ด้านการประชาสัมพันธ์

การโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว ครั้งที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ได้กว้างขวางเท่าที่ควร ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่รับทราบข่าวการจัดงานจากคำบอกเล่าของเพื่อน/ญาติ ส่วนการรับรู้จากสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ยังมีไม่สูงนัก ส่วนโปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณาก็นับเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่มีอัตราการรับรู้ค่อนข้างสูง แต่จำนวนของโปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณาภายในตัวเมืองเชียงใหม่ยังมีไม่มากนัก อีกทั้งยังไม่มีการจัดทำเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถรับทราบข่าวผ่านทางสื่อนี้ได้

นอกจากนี้ ภายในบริเวณงานมีลักษณะเป็นตรอก/ซอย ร้านค้าภายในบริเวณงานมีการตกแต่งร้านค้าให้สอดคล้องกับเทศกาลตรุษจีน แต่ไม่มีการจัดทำป้ายที่บ่งบอกถึงการเป็นสถานที่จัดงานที่ชัดเจน ผู้เข้าร่วมงานที่เป็นคนในพื้นที่จะทราบกันเองว่าพื้นที่การจัดงานอยู่ในบริเวณใดบ้าง แต่นักท่องเที่ยวจะไม่ทราบ เนื่องจากไม่มีการจัดทำป้ายชี้ช่องทาง ป้ายแสดงแผนผังพื้นที่จัดงาน กำหนดการแสดง หรือรายละเอียดของกิจกรรมภายในงาน หรือการแจกแผ่นพับแสดงรายละเอียดการจัดงานให้นักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวที่ไม่มีความคุ้นเคยกับสถานที่สามารถเดินทางและร่วมชมกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างสะดวก ซึ่งการจัดทำป้ายหรือแผ่นพับดังกล่าวควรจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย

### 2.2 ด้านการบริหารจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการที่ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำสาธารณะ ดังขยะ หรือการจัดที่นั่งสำหรับชมกิจกรรมการแสดงบนเวที นอกจากนี้

เนื่องจากสถานที่การจัดงานค่อนข้างคับแคบและอยู่ในบริเวณใกล้กับตลาดวโรรส ทำให้มีปัญหาในเรื่องของที่จอดรถที่จำกัด และการจราจรค่อนข้างติดขัดในบริเวณงาน

### 2.3 ด้านกิจกรรมภายในงาน

จากระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงานของผู้เข้าร่วมงานคนไทยที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด สะท้อนให้เห็นว่า กิจกรรมดังกล่าวยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงานได้ดีนัก ซึ่งกิจกรรมที่ได้รับความพึงพอใจสูง คือ ขบวนพาเหรดเซดสิงโต/มังกร ซึ่งถือเป็นกิจกรรมไฮไลท์ของงาน อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือจากองค์กรภาคเอกชนต่างๆ ในการจัดขบวนแห่มาร่วมงานขบวนพาเหรด ทำให้รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวค่อนข้างมาก ในขณะที่กิจกรรมอื่นๆ เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม หรือการแสดงนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน ผู้เข้าร่วมงานไม่มีโอกาสในการเข้าไปมีส่วนร่วม และเป็นกิจกรรมที่จัดเป็นประจำทุกปีในรูปแบบเดิม ทำให้ไม่สามารถกระตุ้นความสนใจจากผู้เข้าร่วมงานได้มากนัก อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ได้มีการเพิ่มกิจกรรมในส่วนของประกวด Miss Chiangmai China Town ซึ่งก็ไม่ได้ได้รับความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมงานมากนัก ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากพื้นที่การจัดงานที่ค่อนข้างจำกัด และไม่มีที่สำหรับให้ผู้เข้าร่วมงานได้นั่งชมการประกวดได้ ทำให้เกิดความไม่สะดวกต่อผู้เข้าร่วมงาน

## 3. ข้อเสนอแนะ

### 3.1 ด้านการประชาสัมพันธ์

ภายในบริเวณงาน หรือทางเข้าหลักของงาน ควรจัดทำป้ายโฆษณาเกี่ยวกับรายละเอียดการจัดงาน กำหนดการจัดงาน ความเป็นมาอย่างย่อๆ รวมทั้งวัตถุประสงค์ของงานไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ เทศกาลตรุษจีนย่านตรอกเล่าโจ้ว เพื่อสร้างความสนใจและความเข้าใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงานให้สามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่สนใจได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ควรจัดทำเสียงตามสายเพื่อประกาศให้ผู้เข้าร่วมทราบว่ากิจกรรมใดกำลังจะเริ่ม และในบริเวณใด เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมงานมาเข้าชมกิจกรรม รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งต่างๆ ที่มีภายในบริเวณงาน ไม่ว่าจะเป็นการมาไหว้เจ้าที่ศาลเจ้า การออกร้านของร้านอาหารต่างๆ หรือการแสดงบนเวที เป็นต้น

### 3.2 ด้านการบริหารจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก

เนื่องจากงานเทศกาลโดยทั่วไปจะมีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก การเตรียมการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ควรจัดไว้ให้เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งในส่วนของบริการห้องน้ำสาธารณะ หรือถังขยะภายในบริเวณงาน รวมไปถึงการจัดสถานที่สำหรับผู้เข้าร่วมงานได้นั่งพัก หรือนั่งชมกิจกรรมการแสดงต่างๆ บนเวทีให้เพียงพอ

### 3.3 ด้านกิจกรรมภายในงาน

กิจกรรมต่างๆ ภายในงาน ควรเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ร่วมงานให้มากขึ้น เช่น การเชิญชวนให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งชุมชนต่างๆ ส่งตัวแทนหรือขบวนแห่มาร่วมในขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร หรือในการแสดงนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน ควรเพิ่มเติมในส่วนของกิจกรรมการเล่นหรือการประกวดตอบคำถามเพื่อชิงรางวัลที่เป็นของที่ระลึกจากการจัดงาน เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมต่างๆ จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความสนใจหรืออยากเข้ามามีส่วนร่วมภายในงานมากขึ้น นอกเหนือจากการมาเดินชมการตกแต่งร้านค้า หรือร้านอาหารต่างๆ เพียงอย่างเดียว

ภาคผนวกที่ 1  
ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างการประเมินผล  
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

ตารางที่ ผ1-1 จำนวนและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
น้อยกว่า 15 ปี	2	9.1	3	7.9	5	8.3
15 - 24 ปี	11	50.0	12	31.6	23	38.3
25 - 34 ปี	4	18.2	15	39.5	19	31.7
35 - 44 ปี	3	13.6	5	13.2	8	13.3
45 - 54 ปี	1	4.5	2	5.3	3	5.0
55 - 64 ปี	1	4.5	1	2.6	2	3.3
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>	<b>38</b>	<b>100.0</b>	<b>60</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ ผ1-2 จำนวนและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	31.8	13	34.2	20	33.3
ปริญญาตรี	15	68.2	23	60.5	38	63.3
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	2	5.3	2	3.3
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>	<b>38</b>	<b>100.0</b>	<b>60</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ ผ1-3 จำนวนและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
ข้าราชการ	1	4.5	3	7.9	4	6.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	4.5	5	13.2	6	10.0
พนักงานบริษัทเอกชน	2	9.1	4	10.5	6	10.0
เจ้าของกิจการ	6	27.3	5	13.2	11	18.3
นักเรียน/นักศึกษา	10	45.5	14	36.8	24	40.0
แม่บ้าน	-	-	4	10.5	4	6.7
รับจ้างทั่วไป	2	9.1	2	5.3	4	6.7
เกษียณ	-	-	1	2.6	1	1.7
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>	<b>38</b>	<b>100.0</b>	<b>60</b>	<b>100.0</b>



ตารางที่ ผ1-4 จำนวนและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน
ต่ำกว่า 5,000 บาท	9	40.9	14	36.8	9	40.9
5,001 - 15,000 บาท	5	22.7	19	50.0	5	22.7
15,001 - 30,000 บาท	5	22.7	5	13.2	5	22.7
30,001 - 45,000 บาท	2	9.1	-	-	2	9.1
45,001 - 60,000 บาท	1	4.5	-	-	1	4.5
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>	<b>38</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ ผ1-5 จำนวนและสัดส่วนประเภทของสื่อที่รับทราบข่าวการจัดงาน

ประเภทของสื่อที่รับทราบข่าว	จำนวน	สัดส่วน
โทรทัศน์	12	42.9
วิทยุ	8	28.6
หนังสือพิมพ์	5	17.9
โปสเตอร์/แผ่นป้าย/แผ่นพับ	11	39.3
อินเทอร์เน็ต	1	3.6
อื่นๆ	2	7.1

ตารางที่ ผ1-6 จำนวนและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างกับผลของสื่อต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน

ผลของสื่อต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน
ไม่มี	2	14.3	7	50.0	9	32.1
มี	12	85.7	7	50.0	19	67.9
<b>รวม</b>	<b>14</b>	<b>100.0</b>	<b>14</b>	<b>100.0</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ ผ1-7 จำนวนและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างกับการเข้าร่วมงาน

การเข้าร่วมงาน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน
ไม่เข้าร่วม	10	47.6	21	56.8	31	53.4
เข้าร่วม	11	52.4	16	43.2	27	46.6
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>100.0</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>

ภาคผนวกที่ 2  
ข้อมูลผู้เข้าร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ ผ2-1 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
ชาย	จำนวน (คน)	4	6	69	28	107
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(33.3)	(66.7)	(38.8)	(54.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.6)	(2.4)	(27.6)	(11.2)	(42.8)
หญิง	จำนวน (คน)	8	3	109	23	143
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(66.7)	(33.3)	(61.2)	(45.1)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(3.2)	(1.2)	(43.6)	(9.2)	(57.2)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-2 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
น้อยกว่า 15 ปี	จำนวน (คน)	1	-	19	2	22
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	-	(10.7)	(3.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	-	(7.6)	(0.8)	(8.8)
15 - 24 ปี	จำนวน (คน)	-	3	68	19	90
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(33.3)	(38.2)	(37.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(1.2)	(27.2)	(7.6)	(36.0)
25 - 34 ปี	จำนวน (คน)	4	4	44	17	69
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(33.3)	(44.4)	(24.7)	(33.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.6)	(1.6)	(17.6)	(6.8)	(27.6)
35 - 44 ปี	จำนวน (คน)	3	2	16	8	29
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	(22.2)	(9.0)	(15.7)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	(0.8)	(6.4)	(3.2)	(11.6)
45 - 54 ปี	จำนวน (คน)	-	-	12	5	17
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	-	(6.7)	(9.8)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	-	(4.8)	(2.0)	(6.8)
55 - 64 ปี	จำนวน (คน)	3	-	15	-	18
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	-	(8.4)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	-	(6.0)	-	(7.2)
65 ปีขึ้นไป	จำนวน (คน)	1	-	4	-	5
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	-	(2.2)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	-	(1.6)	-	(2.0)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-3 จำนวนและสัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	จำนวน (คน)	3	1	93	30	127
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	(11.1)	(52.2)	(58.8)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	(0.4)	(37.2)	(12.0)	(50.8)
ปริญญาตรี	จำนวน (คน)	7	8	78	21	114
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(58.3)	(88.9)	(43.8)	(41.2)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(2.8)	(3.2)	(31.2)	(8.4)	(45.6)
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน (คน)	2	-	7	-	9
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(16.7)	-	(3.9)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.8)	-	(2.8)	-	(3.6)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-4 จำนวนและสัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	จำนวน (คน)	3	-	68	16	87
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	-	(38.2)	(31.4)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	-	(27.2)	(6.4)	(34.8)
5,001-15,000 บาท	จำนวน (คน)	3	3	75	21	102
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	(33.3)	(42.1)	(41.2)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	(1.2)	(30.0)	(8.4)	(40.8)
15,001-30,000 บาท	จำนวน (คน)	3	3	29	11	46
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	(33.3)	(16.3)	(21.6)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	(1.2)	(11.6)	(4.4)	(18.4)
30,001-45,000 บาท	จำนวน (คน)	3	1	3	2	9
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	(11.1)	(1.7)	(3.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	(0.4)	(1.2)	(0.8)	(3.6)
45,001-60,000 บาท	จำนวน (คน)	-	1	3	1	5
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(11.1)	(1.7)	(2.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(0.4)	(1.2)	(0.4)	(2.0)
มากกว่า 60,000 บาท	จำนวน (คน)	-	1	-	-	1
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(11.1)	-	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(0.4)	-	-	(0.4)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-5 จำนวนและสัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
ข้าราชการ	จำนวน (คน)	-	1	11	2	14
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(11.1)	(6.2)	(3.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(0.4)	(4.4)	(0.8)	(5.6)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	จำนวน (คน)	1	2	10	4	17
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	(22.2)	(5.6)	(7.8)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	(0.8)	(4.0)	(1.6)	(6.8)
พนักงานบริษัทเอกชน	จำนวน (คน)	2	4	28	9	43
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(16.7)	(44.4)	(15.7)	(17.6)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.8)	(1.6)	(11.2)	(3.6)	(17.2)
เจ้าของกิจการ	จำนวน (คน)	3	1	17	13	34
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	(11.1)	(9.6)	(25.5)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	(0.4)	(6.8)	(5.2)	(13.6)
นักเรียน/นักศึกษา	จำนวน (คน)	1	-	76	19	96
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	-	(42.7)	(37.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	-	(30.4)	(7.6)	(38.4)
แม่บ้าน	จำนวน (คน)	4	-	11	1	16
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(33.3)	-	(6.2)	(2.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.6)	-	(4.4)	(0.4)	(6.4)
รับจ้างทั่วไป	จำนวน (คน)	-	-	11	1	12
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	-	(6.2)	(2.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	-	(4.4)	(0.4)	(4.8)
เกษียณ	จำนวน (คน)	1	-	7	-	8
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	-	(3.9)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	-	(2.8)	-	(3.2)
อื่นๆ	จำนวน (คน)	-	1	7	2	10
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(11.1)	(3.9)	(3.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(0.4)	(2.8)	(0.8)	(4.0)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-6 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยที่เคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในปีที่ผ่านมา

การเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในปีที่ผ่านมา	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
เคย	จำนวน (คน)	8	6	77	29	120
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(66.7)	(66.7)	(43.3)	(56.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(3.2)	(2.4)	(30.8)	(11.6)	(48.0)
ไม่เคย	จำนวน (คน)	4	3	101	22	130
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(33.3)	(33.3)	(56.7)	(43.1)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.6)	(1.2)	(40.4)	(8.8)	(52.0)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-7 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยที่เคยเข้าร่วมงานตรุษจีนเชียงใหม่ในปีที่ผ่านมา

เข้าร่วมงานตรุษจีนเชียงใหม่ในปีที่ผ่านมา	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
เคย	จำนวน (คน)	1	1	75	9	86
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	(11.1)	(42.1)	(17.6)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	(0.4)	(30.0)	(3.6)	(34.4)
ไม่เคย	จำนวน (คน)	11	8	103	42	164
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(91.7)	(88.9)	(57.9)	(82.4)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.4)	(3.2)	(41.2)	(16.8)	(65.6)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-8 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานกับการเปรียบเทียบการจัดงานในปีกับปีที่ผ่านมา

การเปรียบเทียบ	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
ปีนี้จัดได้ดีกว่า	จำนวน (คน)	-	1	41	7	49
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(100.0)	(54.7)	(77.8)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(1.2)	(47.7)	(8.1)	(57.0)
ปีนี้จัดได้ไม่ดีกว่า	จำนวน (คน)	-	-	6	-	6
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	-	(8.0)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	-	(7.0)	-	(7.0)
ไม่แตกต่าง	จำนวน (คน)	1	-	28	2	31
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	-	(37.3)	(22.2)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	-	(32.6)	(2.3)	(36.0)
รวม	จำนวน (คน)	1	1	75	9	86
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.2)	(1.2)	(87.2)	(10.5)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-9 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานกับการเข้าร่วมงานโดยตั้งใจ

การเข้าร่วมงานตรุษจีน โดยตั้งใจ	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
โดยบังเอิญ	จำนวน (คน)	8	2	51	13	74
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(66.7)	(22.2)	(28.7)	(25.5)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(3.2)	(0.8)	(20.4)	(5.2)	29.6
โดยตั้งใจ	จำนวน (คน)	4	7	127	38	176
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(33.3)	(77.8)	(71.3)	(74.5)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.6)	(2.8)	(50.8)	(15.2)	(70.4)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-10 จำนวนและสัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานกับการรับทราบข่าวการจัดงาน

ทราบข่าวการจัดงาน	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
ไม่เคยทราบข่าวมาก่อน	จำนวน (คน)	4	3	21	12	40
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(33.3)	(33.3)	(11.8)	(23.5)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.6)	(1.2)	(8.4)	(4.8)	(16.0)
ทราบข่าวก่อนเดินทาง มาร่วมงาน	จำนวน (คน)	8	6	157	39	210
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(66.7)	(66.7)	(88.2)	(76.5)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(3.2)	(2.4)	(62.8)	(15.6)	(84.0)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-11 จำนวนและสัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาร่วมงาน

ลักษณะการเดินทาง	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
มาคนเดียว	จำนวน (คน)	1	1	39	3	44
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	(11.1)	(21.9)	(5.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	(0.4)	(15.6)	(1.2)	(17.6)
มากับเพื่อน	จำนวน (คน)	5	5	61	17	88
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(41.7)	(55.6)	(34.3)	(33.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(2.0)	(2.0)	(24.4)	(6.8)	(35.2)
มากับครอบครัว	จำนวน (คน)	5	3	75	26	109
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(41.7)	(33.3)	(42.1)	(51.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(2.0)	(1.2)	(30.0)	(10.4)	(43.6)
มากับทัวร์	จำนวน (คน)	1	-	2	5	8
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	-	(1.1)	(9.8)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	-	(0.8)	(2.0)	(3.2)

ตารางที่ ผ2-12 จำนวนและสัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานที่รับทราบข่าวการจัดงานจากสื่อต่างๆ

แหล่งข้อมูล	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
โทรทัศน์	จำนวน (คน)	2	2	24	6	34
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(25.0)	(33.3)	(15.3)	(15.4)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.0)	(1.0)	(11.4)	(2.9)	(16.2)
วิทยุ	จำนวน (คน)	-	1	27	3	31
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(16.7)	(17.2)	(7.7)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(0.5)	(12.9)	(1.4)	(14.8)
หนังสือพิมพ์	จำนวน (คน)	-	1	8	3	12
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(16.7)	(5.1)	(7.7)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(0.5)	(3.8)	(1.4)	(5.7)
นิตยสาร	จำนวน (คน)	-	-	2	-	2
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	-	(1.3)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	-	(1.0)	-	(1.0)
โปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา	จำนวน (คน)	-	-	34	6	40
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	-	(21.7)	(15.4)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	-	(16.2)	(2.9)	(19.0)
แผ่นพับ	จำนวน (คน)	-	2	22	7	31
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	(33.3)	(14.0)	(17.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	(1.0)	(10.5)	(3.3)	(14.8)
อินเตอร์เน็ต	จำนวน (คน)	-	-	19	4	23
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	-	(12.1)	(10.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	-	(9.0)	(1.9)	(11.0)
เพื่อน/ญาติ	จำนวน (คน)	6	4	104	27	141
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(75.0)	(66.7)	(66.2)	(69.2)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(2.9)	(1.9)	(49.5)	(12.9)	(67.1)
ทราบว่าจะจัดเป็นประจำ	จำนวน (คน)	3	4	66	13	86
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(37.5)	(66.7)	(42.0)	(33.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.4)	(1.9)	(31.4)	(6.2)	(41.0)
อื่นๆ	จำนวน (คน)	-	-	13	5	18
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	-	-	(8.3)	(12.8)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	-	-	(6.2)	(2.4)	(8.6)



ตารางที่ ผ2-13 ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าชมงานของผู้เข้าร่วมงานชาวไทย

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					เฉลี่ย	ระดับ
	1	2	3	4	5		
<b>1. การจัดการ/สิ่งอำนวยความสะดวก</b>							
ความเหมาะสมของสถานที่	2.4	9.6	45.6	35.2	7.2	3.35	ปานกลาง
ป้ายชี้ทางเข้าชมงาน	14.8	29.2	34.8	18.4	2.8	2.65	ปานกลาง
ความเหมาะสมของวันและเวลาการจัดงาน	13.6	12	28.4	41.2	4.8	3.12	ปานกลาง
ปริมาณกิจกรรมภายในงาน	19.2	17.6	33.2	26.4	3.6	2.78	ปานกลาง
ความหลากหลายของกิจกรรมภายในงาน	17.6	21.2	32.8	22.4	6.0	2.78	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงาน	28.8	22.4	28	18	2.8	2.44	น้อย
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน	41.6	22.8	25.2	9.6	0.8	2.05	น้อย
<b>2. กิจกรรมภายในงาน</b>							
ขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร/คนตรีจีน	2.5	11.5	36.9	33.2	16.0	3.49	มาก
การแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน	0.8	13.5	40.2	36.9	8.6	3.39	ปานกลาง
นิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน	1.2	11.5	41.6	37.0	8.6	3.40	ปานกลาง
การประกวด Kitty ตั๊กหม่วย	4.6	12.6	46.6	31.1	5.0	3.19	ปานกลาง
การประกวดตั๊กหม่วย สวยเก่ง	4.7	14.5	44.0	29.9	6.8	3.20	ปานกลาง
การประกวดร้องเพลงจีนสากล	2.6	9.8	38.5	39.7	9.4	3.44	มาก
การประกวด Miss Chiangmai China Town	4.0	11.9	39.6	34.8	9.7	3.34	ปานกลาง
<b>3. ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>0.8</b>	<b>6.0</b>	<b>30.8</b>	<b>46.0</b>	<b>16.4</b>	<b>3.71</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ ผ2-14 จำนวนและสัดส่วนของผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามวันที่เข้า/คาดว่าจะเข้าร่วมงาน

วันที่เข้าร่วมงาน	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
29-ม.ค.-49	จำนวน (คน)	4	4	77	17	102
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(33.3)	(44.4)	(43.3)	(33.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.6)	(1.6)	(30.8)	(6.8)	(40.8)
30-ม.ค.-49	จำนวน (คน)	7	3	82	29	121
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(58.3)	(33.3)	(46.1)	(56.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(2.8)	(1.2)	(32.8)	(11.6)	(48.4)
31-ม.ค.-49	จำนวน (คน)	5	2	65	12	84
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(41.7)	(22.2)	(36.5)	(23.5)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(2.0)	(0.8)	(26.0)	(4.8)	(33.6)

ตารางที่ ผ2-15 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยกับการท่องเที่ยวก่อน/หลังเข้าร่วมงาน

การท่องเที่ยวก่อน/หลังร่วมงาน	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่			รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	อื่นๆ	
ไม่เดินทาง	จำนวน (คน)	9	6	26	41
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(90.0)	(75.0)	(61.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(15.0)	(10.0)	(43.3)	(68.3)
เดินทาง	จำนวน (คน)	1	2	16	19
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(10.0)	(25.0)	(38.1)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(1.7)	(3.3)	(26.7)	(31.7)
รวม	จำนวน (คน)	10	8	42	60
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(16.7)	(13.3)	(70.0)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-16 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยที่พักอยู่ในเชียงใหม่มานานขึ้น

พักอยู่ในเชียงใหม่มานานขึ้น	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่			รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	อื่นๆ	
ใช่	จำนวน (คน)	2	-	2	4
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(16.7)	-	(4.9)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(3.3)	-	(3.3)	(6.7)
ไม่ใช่	จำนวน (คน)	10	7	39	56
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(83.3)	(100.0)	(95.1)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(16.7)	(11.7)	(65.0)	(93.3)
รวม	จำนวน (คน)	12	7	41	60
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(20.0)	(11.7)	(68.3)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-17 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยกับการเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป

การเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
เข้าร่วม	จำนวน (คน)	2	5	138	26	171
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(16.7)	(55.6)	(77.5)	(51.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.8)	(2.0)	(55.2)	(10.4)	(68.4)
ไม่เข้าร่วม	จำนวน (คน)	2	-	7	6	15
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(16.7)	-	(3.9)	(11.8)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.8)	-	(2.8)	(2.4)	(6.0)
ไม่แน่ใจ	จำนวน (คน)	8	4	33	19	64
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(66.7)	(44.4)	(18.5)	(37.3)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(3.2)	(1.6)	(13.2)	(7.6)	(25.6)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	178	51	250
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.2)	(20.4)	(100.0)

ตารางที่ ผ2-18 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวไทยกับการแนะนำให้เพื่อน/ญาติมาเข้าร่วมงาน

แนะนำเพื่อน/ญาติ	จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่สำรวจ	ถิ่นที่อยู่				รวม
		กรุงเทพ	ปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นๆ	
แนะนำ	จำนวน (คน)	11	8	159	50	228
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(91.7)	(88.9)	(90.3)	(98.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.4)	(3.2)	(64.1)	(20.2)	(91.9)
ไม่แนะนำ	จำนวน (คน)	1	1	17	1	20
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(8.3)	(11.1)	(9.7)	(2.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(0.4)	(0.4)	(6.9)	(0.4)	(8.1)
รวม	จำนวน (คน)	12	9	176	51	248
	เปรียบเทียบภายในจังหวัด	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด	(4.8)	(3.6)	(71.0)	(20.6)	(100.0)

ภาคผนวกที่ 3  
ข้อมูลผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ ผ3-1 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
ชาย	จำนวน (คน)	19	1	20
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(50.0)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(47.5)	(2.5)	(50.0)
หญิง	จำนวน (คน)	19	1	20
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(50.0)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(47.5)	(2.5)	(50.0)
รวม	จำนวน (คน)	38	2	40
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(95.0)	(5.0)	(100.0)

ตารางที่ ผ3-2 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
ต่ำกว่า 20 ปี	จำนวน (คน)	-	1	1
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	-	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	-	(2.5)	(2.5)
21-30 ปี	จำนวน (คน)	13	-	13
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(34.2)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(32.5)	-	(32.5)
31 - 40 ปี	จำนวน (คน)	4	1	5
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(10.5)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(10.0)	(2.5)	(12.5)
41-50 ปี	จำนวน (คน)	5	-	5
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(13.2)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(12.5)	-	(12.5)
มากกว่า 50 ปี	จำนวน (คน)	16	-	16
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(42.1)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(40.0)	-	(40.0)
รวม	จำนวน (คน)	38	2	40
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(95.0)	(5.0)	(100.0)

ตารางที่ ผ3-3 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
ข้าราชการ	จำนวน (คน)	6	-	6
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(15.8)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(15.0)	-	(15.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	จำนวน (คน)	1	-	1
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(2.6)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(2.5)	-	(2.5)
พนักงานบริษัทเอกชน	จำนวน (คน)	13	1	14
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(34.2)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(32.5)	(2.5)	(35.0)
เจ้าของกิจการ	จำนวน (คน)	1	-	1
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(2.6)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(2.5)	-	(2.5)
นักเรียน/นักศึกษา	จำนวน (คน)	7	1	8
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(18.4)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(17.5)	(2.5)	(20.0)
อาชีพอิสระ	จำนวน (คน)	2	-	2
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(5.3)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(5.0)	-	(5.0)
เกษียณ	จำนวน (คน)	5	-	5
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(13.2)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(12.5)	-	(12.5)
อื่นๆ	จำนวน (คน)	3	-	3
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(7.9)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(7.5)	-	(7.5)

ตารางที่ ผ3-4 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	จำนวน (คน)	9	1	10
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(23.7)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(22.5)	(2.5)	(25.0)
ปริญญาตรี	จำนวน (คน)	14	1	15
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(36.8)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(35.0)	(2.5)	(37.5)
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน (คน)	15	-	15
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(39.5)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(37.5)	-	(37.5)
รวม	จำนวน (คน)	38	2	40
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(95.0)	(5.0)	(100.0)

ตารางที่ ผ3-5 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
ต่ำกว่า 1,000 USD	จำนวน (คน)	8	1	9
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(21.1)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(20.0)	(2.5)	(22.5)
1,001 - 5,000 USD	จำนวน (คน)	19	-	19
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(50.0)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(47.5)	-	(47.5)
5,001 - 9,999 USD	จำนวน (คน)	4	-	4
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(10.5)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(10.0)	-	(10.0)
10,000 - 25,000 USD	จำนวน (คน)	2	-	2
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(5.3)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(5.0)	-	(5.0)
25,001 - 50,000 USD	จำนวน (คน)	5	1	6
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(13.2)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(12.5)	(2.5)	(15.0)
รวม	จำนวน (คน)	38	2	40
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(95.0)	(5.0)	(100.0)

ตารางที่ ผ3-6 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติกับการรับทราบข่าวการจัดงาน

การรับทราบข่าว การจัดงาน	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
ทราบก่อนเดินทางมาถึง ประเทศไทย	จำนวน (คน)	10	-	10
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(26.3)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(25.0)	-	25.0
ทราบระหว่างอยู่ที่ประเทศ ไทย	จำนวน (คน)	22	2	24
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(57.9)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(55.0)	(5.0)	(60.0)
ไม่เคยทราบมาก่อน	จำนวน (คน)	6	-	6
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(15.8)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(15.0)	-	(15.0)
รวม	จำนวน (คน)	38	2	40
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(95.0)	(5.0)	(100.0)

ตารางที่ ผ3-7 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติกับการดึงดูดของสื่อให้มาเข้าร่วมงาน

ข่าวที่ได้รับดึงดูดให้ มาเข้าร่วมงาน	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
ใช่	จำนวน (คน)	28	2	30
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(87.5)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(82.4)	(5.9)	(88.2)
ไม่ใช่	จำนวน (คน)	4	-	4
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(12.5)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(11.8)	-	(11.8)
รวม	จำนวน (คน)	32	2	34
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(94.1)	(5.9)	(100.0)

ตารางที่ ผ3-8 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
มากับเพื่อน	จำนวน (คน)	19	2	21
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(50.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(47.5)	(5.0)	(52.5)
มากับครอบครัว	จำนวน (คน)	15	-	15
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(39.5)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(37.5)	-	(37.5)
มาคนเดียว	จำนวน (คน)	4	-	4
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(10.5)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(10.0)	-	(10.0)
รวม	จำนวน (คน)	38	2	40
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(95.0)	(5.0)	(100.0)



ตารางที่ ผ3-9 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					เฉลี่ย	ระดับ
	1	2	3	4	5		
<b>1. การจัดการ</b>							
ความเหมาะสมของสถานที่	-	2.5	32.5	30.0	35.0	3.98	มาก
รูปแบบการจัดงาน	-	-	41.7	41.7	16.7	3.75	มาก
การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	-	14.7	32.4	32.4	20.6	3.59	มาก
ความปลอดภัย	-	12.0	48.0	36.0	4.0	3.32	ปานกลาง
<b>2. สิ่งอำนวยความสะดวก</b>							
ที่จอดรถ	9.1	18.2	27.3	27.3	18.2	3.27	ปานกลาง
ป้ายชี้ทาง	8.7	30.4	34.8	21.7	4.3	2.83	ปานกลาง
ห้องน้ำ	21.1	15.8	31.6	21.1	10.5	2.84	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์	36.4	9.1	22.7	18.2	13.6	2.64	ปานกลาง
<b>3. กิจกรรมภายในงาน</b>							
เทศกาลอาหาร	-	2.6	7.9	52.6	36.8	4.24	มากที่สุด
การแสดงดนตรี	-	2.9	25.7	54.3	17.1	3.86	มาก
การแสดงศิลปวัฒนธรรม	-	-	30.0	50.0	20.0	3.90	มาก
การแสดงดอกไม้ไฟ	-	-	25.0	25.0	25.0	4.38	มากที่สุด
<b>4. ความพอใจรวม</b>	-	-	30.0	52.5	17.5	3.88	มาก

ตารางที่ ผ3-10 จำนวนและสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติกับการเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป

การเข้าร่วมงาน ในครั้งต่อไป	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	ประเภทของนักท่องเที่ยว		รวม
		Tourist	Domestic tourist	
เข้าร่วมแน่นอน	จำนวน (คน)	9	1	10
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(23.7)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(22.5)	(2.5)	(25.0)
ไม่เข้าร่วม	จำนวน (คน)	2	1	3
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(5.3)	(50.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(5.0)	(2.5)	(7.5)
ไม่แน่ใจ	จำนวน (คน)	27	-	27
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(71.1)	-	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(67.5)	-	(67.5)
รวม	จำนวน (คน)	38	2	40
	เปรียบเทียบในกลุ่มเดียวกัน	(100.0)	(100.0)	
	เปรียบเทียบกับจำนวนที่สำรวจทั้งหมด	(95.0)	(5.0)	(100.0)

ภาคผนวกที่ 4  
ข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้า

ตารางที่ ๒4-1 จำนวนและสัดส่วนผู้ประกอบการจำแนกตามประเภทสินค้า/บริการ

ประเภทร้านค้า	จำนวน	สัดส่วน
อาหารและเครื่องดื่ม	15	51.7
ของที่ระลึก	4	13.8
เสื้อผ้า	7	24.1
ผลไม้	1	3.4
อื่นๆ	2	6.9
<b>รวม</b>	<b>29</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ ๒4-2 จำนวนและสัดส่วนผู้ประกอบการตามการจำหน่ายสินค้าในพื้นที่จัดงาน

ประเภทร้านค้า	จำหน่ายสินค้าในพื้นที่โดยปกติ		จำหน่ายสินค้าเฉพาะในงานตรุษจีน	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
อาหารและเครื่องดื่ม	3	25.0	12	70.6
ของที่ระลึก	2	16.67	2	11.76
เสื้อผ้า	6	50.0	1	5.9
ผลไม้			1	5.9
อื่นๆ	1	8.3	1	5.9
<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	<b>17</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ ๒4-3 จำนวนและสัดส่วนของผู้ประกอบการกับการมาจำหน่ายสินค้าในงานตรุษจีนปีที่ผ่านมา

การมาจำหน่ายสินค้าในงานตรุษจีน	จำนวน	สัดส่วน
เคยมาจำหน่ายในปีที่ผ่านมา	16	55.2
ไม่เคยจำหน่ายในปีที่ผ่านมา	13	44.8
<b>รวม</b>	<b>29</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ ๔4-4 ระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ					เฉลี่ย	ระดับ
	1	2	3	4	5		
1.การอำนวยความสะดวกในการเปิดร้าน	13.8	17.2	37.9	24.1	6.9	2.93	ปานกลาง
2. ความปลอดภัย	3.4	10.3	72.4	10.3	3.4	3.00	ปานกลาง
3. การจัดสรรพื้นที่ให้เช่าร้านค้า	3.4	27.6	44.8	20.7	3.4	2.93	ปานกลาง
4. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน	13.8	17.2	34.5	24.1	10.3	3.00	ปานกลาง
5. การประชาสัมพันธ์การจัดงาน	10.3	24.1	34.5	24.1	6.9	2.93	ปานกลาง
6. การประสานงานและการให้ข้อมูลที่ต่อเนื่อง	10.3	34.5	34.5	17.2	3.4	2.69	ปานกลาง
7. ปริมาณและความหลากหลายของกิจกรรมภายในงาน	17.2	10.3	37.9	31.0	3.4	2.93	ปานกลาง
8. การจัดระเบียบร้านค้า	10.3	17.2	48.3	17.2	6.9	2.93	ปานกลาง
9. การรักษาความสะอาด	10.3	17.2	48.3	24.1		2.86	ปานกลาง
10. การจัดระบบการจราจร	17.2	24.1	27.6	24.1	6.9	2.79	มาก
11. การประสานงานระหว่างร้านค้ากับผู้จัดงาน	17.2	13.8	48.3	17.2	3.4	2.76	ปานกลาง
12. ความพึงพอใจโดยรวมจากการร่วมเปิดร้านในงาน	13.8	6.9	55.2	13.8	10.3	3.00	มาก

ตารางที่ ๔4-5 จำนวนและสัดส่วนผู้ประกอบการกับผลกระทบจากการจำหน่ายสินค้าในช่วงตรุษจีน

ผลกระทบ	จำนวนผู้ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย		ปริมาณสินค้าที่จำหน่ายได้		การจ้างงาน	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
เพิ่มขึ้น	8	42.1	8	40	1	10
ไม่เปลี่ยนแปลง	6	31.6	7	35	6	60
ลดลง	5	26.3	5	25	3	30
รวม	19	100.0	20	100	10	100

ตารางที่ ๔4-6 จำนวนและสัดส่วนของผู้ประกอบการกับการมีปัญหาและอุปสรรคจากการเข้าร่วมงาน

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	สัดส่วน
ไม่มีปัญหาและอุปสรรค	14	48.3
มีปัญหาและอุปสรรค	15	51.7
รวม	29	100.0

ตารางที่ ๔4-7 จำนวนและสัดส่วนของผู้ประกอบการกับประเภทของปัญหาและอุปสรรคที่พบ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	สัดส่วน
มีร้านค้าตั้งบดบังหน้าร้าน	1	6.7
ทางเข้าร้านคับแคบ	3	20.0
ขาดการจัดระเบียบร้านค้า	5	33.3
ผู้จัดไม่ให้ความร่วมมือกับร้านค้า	1	6.7
ไม่สามารถขนส่งสินค้าเข้าสู่บริเวณจัดงาน	2	13.3



## โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549

(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

แบบสอบถามสื่อประชาสัมพันธ์ (เชียงใหม่)

วัน/เดือน/ปี.....

### ส่วนที่ 1 ความเห็นต่อการการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลตรุษจีน

1. ท่านเคยเห็น/ได้ยินสื่อประชาสัมพันธ์งานเทศกาลตรุษจีนเชียงใหม่ ประจำปี 2549 หรือไม่

- (1) ไม่เคย (กรุณาข้ามไปตอบ ข้อ 4)
- (2) เคย

2. เฉพาะผู้ที่เคยเห็น/ได้ยินสื่อประชาสัมพันธ์ ท่านรับทราบจากสื่อ/แหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) และจุดเด่นของสื่อที่ท่านจำได้

- |                                    |                           |
|------------------------------------|---------------------------|
| (1) โทรทัศน์ ระบุช่อง.....         | จุดเด่นที่ท่านจำได้ ..... |
| (2) วิทยุ ระบุคลื่น/รายการ.....    | จุดเด่นที่ท่านจำได้ ..... |
| (3) หนังสือพิมพ์ ระบุชื่อ.....     | จุดเด่นที่ท่านจำได้ ..... |
| (4) นิตยสาร ระบุชื่อ.....          | จุดเด่นที่ท่านจำได้ ..... |
| (5) ไปรษณีย์/แผ่นป้ายโฆษณา/แผ่นพับ | จุดเด่นที่ท่านจำได้ ..... |
| (6) อินเทอร์เน็ต                   | จุดเด่นที่ท่านจำได้ ..... |
| (7) อื่นๆ โปรดระบุ.....            | จุดเด่นที่ท่านจำได้ ..... |

3. จากสื่อที่คุณได้ชม/ได้เห็น มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนหรือไม่

- (1) ไม่มี (สาเหตุโปรดระบุ.....)
- (2) มี (สาเหตุโปรดระบุ.....)

4. ท่านเข้าร่วมงานตรุษจีนประจำปี 2549 หรือไม่

- (1) ไม่เข้าร่วม (สาเหตุโปรดระบุ.....)
- (2) เข้า (สาเหตุโปรดระบุ.....)

5. แนวทางการปรับปรุงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์งานเทศกาลตรุษจีนในอนาคต

---

---

---

---



โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549

(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ (1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ  
(1) น้อยกว่า 15 ปี (2) 15-24 ปี (3) 25-34 ปี (4) 35-44 ปี  
(5) 45-54 ปี (6) 55-64 ปี (7) 65 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด  
 ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

(1) ข้าราชการ	(2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	(3) พนักงานบริษัทเอกชน
(4) เจ้าของกิจการ	(5) นักเรียน/นักศึกษา	(6) แม่บ้าน
(7) รับจ้างทั่วไป	(8) เกษียณ	(9) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	(2) 5,001-15,000 บาท	(3) 15,001-30,000 บาท
(4) 30,001-45,000 บาท	(5) 45,001-60,000 บาท	(6) มากกว่า 60,000 บาท

ในนามของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



# โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549

(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

แบบสอบถามสำหรับผู้ร่วมงาน (เชียงใหม่)

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

วัน/เดือน/ปี.....

## ส่วนที่ 1 ความเห็นต่อการจัดงานเทศกาลตรุษจีน

1. ท่านเคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในปีที่ผ่านมาหรือไม่

(1) ไม่เคย

(2) เคย (สถานที่โปรดระบุ)

เขาวราช	นครสวรรค์	เชียงใหม่	นครราชสีมา	หาดใหญ่	ภูเก็ต	พัทลุง
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)

2. ท่านเคยเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนเชียงใหม่ ในปีที่ผ่านมาหรือไม่

(1) เคยร่วมงาน ประมาณ.....ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)

(2) ไม่เคย (กรุณาข้ามไปตอบที่ข้อ 4)

3. กรุณาเปรียบเทียบการจัดงานโดยรวมในปีนี้กับปีที่ผ่านมา

(1) ครั้งนี้จัดได้ดีกว่า เพราะ.....

(2) ครั้งนี้จัดได้ไม่ดีเท่าครั้งที่ผ่านมา เพราะ.....

(3) ไม่แตกต่างกัน

4. กรุณาจัดอันดับเหตุผลหลัก 2 อันดับแรก ที่ท่านมาชมบริเวณนี้ (ให้ 1=เหตุผลที่สำคัญที่สุด และ 2=เหตุผลสำคัญรองลงไป)

_____ เพื่อมาร่วมงานเทศกาลตรุษจีน	_____ เพื่อมาท่องเที่ยวและพักผ่อน
_____ เพื่อติดต่อธุรกิจ/ทำงาน	_____ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน
_____ พักอาศัยในพื้นที่จัดงาน	_____ อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

5. ท่านเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนด้วยความตั้งใจหรือไม่

(1) เข้าร่วมงานโดยบังเอิญ

(2) ตั้งใจเข้าร่วมงาน โดยเฉพาะ (กรุณาจัดอันดับความน่าสนใจของกิจกรรมต่างๆ ภายในงาน (โดย 1=น่าสนใจมากที่สุด))

_____ ขบวนพาเหรดเซดซิง โด/มังกร/คนตรีจีน	_____ การแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน
_____ นิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน	_____ การประกวด Kitty ตี๋-หมวย
_____ การประกวดตี้-หมวย สวยเก่ง	_____ การประกวดร้องเพลงจีนสากล
_____ การประกวด Miss Chiangmai China Town	_____ อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านทราบข่าวการจัดงานเทศกาลตรุษจีนครั้งนี้ก่อนเดินทางมาร่วมงานหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ไม่เคยทราบข่าวก่อนเดินทางมาร่วมงาน

(2) ทราบข่าวก่อนเดินทางมาร่วมงาน (โปรดระบุสื่อที่ได้รับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ))

(2.1) โทรทัศน์ ระบุช่อง.....	(2.7) อินเทอร์เน็ต
(2.2) วิทยุ ระบุคลื่น/รายการ.....	(2.8) เพื่อน/ญาติ
(2.3) หนังสือพิมพ์ ระบุชื่อ.....	(2.9) สอบถามจากการท่องเที่ยวฯ (ททท.)
(2.4) นิตยสาร ระบุชื่อ.....	(2.10) ไม่เคยทราบมาก่อน
(2.5) ไปสเตอร์/แผ่นป้ายโฆษณา บริเวณที่เห็นบ่อยที่สุด.....	(2.11) ทราบว่ามีจัดงานเป็นประจำทุกปี
(2.6) แผ่นพับ	(2.12) อื่นๆ ระบุ.....



โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549  
(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

7. ลักษณะการเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีน

(1) เดินทางมาเอง (โปรดระบุลักษณะการเดินทาง)	
(1.1) มาคนเดียว	(1.2) มากับครอบครัว จำนวนทั้งหมด.....คน
(1.3) มากับเพื่อน จำนวนทั้งหมด.....คน	(1.4) อื่นๆ โปรดระบุ.....
(2) มากับกรุ๊ปทัวร์ รวมทั้งหมด.....คน	

หมายเหตุ : จำนวนทั้งหมด หมายถึงรวมผู้ตอบแบบสอบถาม

8. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดจากการเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในวันนี้

รายการ	ค่าใช้จ่าย	ครอบคลุมจำนวน (คน)	เฉลี่ยต่อคน
(1) ค่าเดินทาง (ค่าโดยสารพาหนะต่างๆ ค่าน้ำมัน ที่จอดรถ ฯลฯ)			
(2) ค่าที่พัก			
(3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม			
(4) ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก/บริการภายในงาน			
(5) ค่าบริการนำเที่ยว (Package Tour)			
(6) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ โปรดระบุ.....			

9. ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	ไม่ทราบ (9)
<b>(1) การจัดการ/สิ่งอำนวยความสะดวก</b>						
(1.1) ความเหมาะสมของสถานที่ (ทัศนียภาพ ท่าเลที่ตั้ง การเดินทาง)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
(1.2) ป้ายชี้ทางเข้าขบวนงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
(1.3) ความเหมาะสมของวันและเวลาการจัดงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
(1.4) ปริมาณกิจกรรมภายในงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
(1.5) ความหลากหลายของกิจกรรมภายในงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
(1.6) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงาน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ การประกาศ จุดติดต่อสอบถาม	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
(1.7) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน เช่น การจราจร สุขา ความปลอดภัย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
<b>(2) กิจกรรมภายในงาน</b>						
(2.1) ขบวนพาเหรดเชิดสิงโต/มังกร/คนตรีจีน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(2.2) การแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(2.3) นิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(2.4) การประกวด Kitty ตี-หมวย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(2.5) การประกวดตี-หมวย สวยเก่ง	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(2.6) การประกวดร้องเพลงจีนสากล	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(2.7) การประกวด Miss Chiangmai China Town	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
<b>(3) ความพึงพอใจต่อการจัดงานเทศกาลตรุษจีนโดยรวม</b>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	

10. ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าร่วมงานในวันนี้.....ชั่วโมง.....นาที

11. ท่านได้ร่วมงาน หรือคาดว่าจะร่วมงานในวันใดบ้าง

(1) วันที่ 29 มกราคม 2549

(2) วันที่ 30 มกราคม 2549

(3) วันที่ 31 มกราคม 2549





โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549  
(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

12. สิ่งที่ท่านได้รับจากการเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ร่วมถวายพระพรและเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติ	(2) ชมการแสดงเจดิสังโค/แห่งังกร
(3) ชมการแสดงวัฒนธรรมไทย-จีน เช่น แฟชั่นโชว์ นาฏศิลป์ ฯลฯ	(4) นิทรรศการศิลปวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน
(5) การประกวด Kitty ที่ หมวย	(6) การประกวดตี-หว่าย สายแก่ง
(7) การประกวด Miss Chiangmai China Town	(8) การประกวดร้องเพลงจีนสากล
(9) การซื้อของที่ระลึก	(10) การรับประทานอาหารจีน
(11) อื่นๆ โปรดระบุ.....	

13. ในรอบปี 2548 ท่านมาเที่ยวเชียงใหม่ รวม.....ครั้ง เฉลี่ยครั้งละ.....วัน (กรณีมีถิ่นพำนักอยู่ในเชียงใหม่ ให้ข้ามไปตอบข้อ 16)

14. ในการเดินทางมาเชียงใหม่ ครั้งนี้ ท่านเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นก่อน/หลังเข้าร่วมงานหรือไม่

(1) ไม่ เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะเชียงใหม่

(2) เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ด้วย

(2.1) จังหวัดที่ท่องเที่ยวก่อนร่วมงาน (โปรดระบุ.....)

(2.2) จังหวัดที่ท่องเที่ยวหลังร่วมงาน (โปรดระบุ.....)

15. การจัดงานเทศกาลตรุษจีนเชียงใหม่ ครั้งนี้ ทำให้ท่านท่องเที่ยวหรือพักอยู่ในเชียงใหม่ นานวันขึ้นหรือไม่

(1) ใช่ พักนานวันขึ้น อีก.....วัน จากเดิมที่ตั้งใจไว้.....วัน

(2) ไม่ใช่ พักอยู่เป็นเวลาตามที่ตั้งใจไว้เดิม เท่ากับ.....วัน

16. ท่านคิดว่าจะเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนอีกในครั้งต่อไปหรือไม่

(1) เข้าร่วม เพราะ.....

(2) ไม่เข้าร่วม เพราะ.....

(3) ไม่แน่ใจ เพราะ.....

17. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือญาติมาร่วมงานเทศกาลตรุษจีนเชียงใหม่ในครั้งต่อไปหรือไม่

(1) แนะนำ

(2) ไม่แนะนำ เพราะ.....

18. ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงแก้ไขการจัดงานเทศกาลตรุษจีนในปีต่อไป

---

---

---



โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549  
(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ (1) ชาย (2) หญิง
2. ที่อยู่ปัจจุบัน (1) กรุงเทพฯ (2) ปริมณฑล (นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และปทุมธานี)  
(3) เชียงใหม่ (4) จังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ.....)
3. อายุ  
(1) น้อยกว่า 15 ปี (2) 15-24 ปี (3) 25-34 ปี (4) 35-44 ปี  
(5) 45-54 ปี (6) 55-64 ปี (7) 65 ปีขึ้นไป
4. ระดับการศึกษาสูงสุด  
 ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

(1) ข้าราชการ	(2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	(3) พนักงานบริษัทเอกชน
(4) เจ้าของกิจการ	(5) นักเรียน/นักศึกษา	(6) แม่บ้าน
(7) รับจ้างทั่วไป	(8) เกษียณ	(9) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	(2) 5,001-15,000 บาท	(3) 15,001-30,000 บาท
(4) 30,001-45,000 บาท	(5) 45,001-60,000 บาท	(6) มากกว่า 60,000 บาท

ในนามของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



Questionnaire for Chinese New Year Festival 2006 (Chiang Mai)

Questionnaire No.....

Date.....

---

1. Country of residence.....

2. You are :

- Tourists (Holiday purpose)
- Domestic tourist (Doing business /Working (Expat) / Studying / Living in Thailand)

3. When did you arrive Thailand?..... (If you are domestic tourists, please continue Q.7)

4. How long will you stay in Thailand? ..... days or months.

5. In general, how often do you visit Thailand?..... (times/year)

6. The main purpose of visiting Thailand is :

- For holiday purpose                       For joining Chinese New Year Festival 2006
- Other, please specify.....

7. Please rank your first 2 reasons for visiting this area. (Given 1 = most significance)

- |   |  |
|---|--|
| _____ Decoration/setup                                  | _____ Public relations   |
| _____ Various performances<br>(from China and Thailand) | _____ Purchase items/souvenirs including<br>food from various stalls |
| _____ Various performances and activities               | _____ Local food and various items                                   |
| _____ Pay respect or make merit to sacred place /think  | _____ Others specify .....   |

8. When have you been informed about “Chinese New Year Festival 2006”? And from which sources?

- Before arriving Thailand, and I’ve got information from.....
- While staying in Thailand, and I’ve got information from.....
- I haven’t known about this festival before. (Continue Q.10)

9. Does the information you received attract you to join this festival?

- Yes                       No, because.....

10. To join this festival, you :

- Come with friends.....persons (Incl. you)    Come with family.....persons (Incl. you)
- Come alone



Questionnaire for Chinese New Year Festival 2006 (Chiang Mai)

11. How much do you expect to spend in this festival today?

Items	Expense (Baht/US. Dollar)	For how many people	Average (per person)
1. Travel expenses (transportation costs ie. fuel, parking)			
2. Accommodation			
3. Food and beverage			
4. Souvenir and other services			
5. Other expenses			
<b>Total</b>			

12. Did / will you visit other places in Thailand apart from Chiang Mai?

- Yes, I visited or will visit ..... (provinces)
- No, I didn't

13. Did / will join other Events or Festivals held in Thailand apart from this festival?

- Yes, I joined or will join ..... (events/ festivals)
- No, I won't.

14. Please rate your satisfaction levels after joining this festival.

Given 5= most satisfaction, 1= least satisfaction/ no satisfaction, and 9= do not know / did not attend

Aspects	Your Satisfaction Levels					
	5	4	3	2	1	9
<b>14.1 Management</b>						
Appropriateness of location	5	4	3	2	1	9
Design of this festival	5	4	3	2	1	9
Tourist assistance	5	4	3	2	1	9
Security management	5	4	3	2	1	9
<b>14.2 Facilities</b>						
The arrangement of parking lots	5	4	3	2	1	9
Directional signs to the festival	5	4	3	2	1	9
Toilets/ WC	5	4	3	2	1	9
Public Relations (ie. Brochure)	5	4	3	2	1	9
<b>14.3 Interest of each activity</b>						
Food fair	5	4	3	2	1	9
Music Zone	5	4	3	2	1	9
Cultural performance	5	4	3	2	1	9
The Countdown activity	5	4	3	2	1	9
Fire work display	5	4	3	2	1	9
Other activities, please specify.....	5	4	3	2	1	9
<b>14.4 Overall Satisfaction</b>	5	4	3	2	1	9

15. Will you recommend your friend(s) to join this festival in Thailand?

- Yes, because.....
- No, because.....



Questionnaire for Chinese New Year Festival 2006 (Chiang Mai)

16. Please rate your opinion about the following phrases/statements. Given 5 = Strongly agree and 1 = Strongly disagree.

Phrases / Statements	Your opinion					Don't know
	5	4	3	2	1	
1. The activities of this festival attract you to come here.	5	4	3	2	1	9
2. This festival is a magnet for you to spend your time for holiday longer.	5	4	3	2	1	9
3. This festival is comparable to the international levels of other countries' events.	5	4	3	2	1	9
4. While traveling in Thailand, you feel safe as staying at home.	5	4	3	2	1	9
5. The impression from joining this event is likely to bring you back to Thailand again. (For domestic tourists, please select 9)	5	4	3	2	1	9

17. Will you attend this festival in Thailand again?

- Absolutely attend     No, because.....     Not sure

18. In your opinion, which city in South East Asia is the most fascinating for tourists?

---



---



---

19. Your recommendations or suggestions to improve this event:

---



---



---

**General Information**

1. Sex                       Male                       Female

2. Age ..... years

- =< 20 years     21-30 years     31-40 years     41-50 years     >50 years

3. Your education level

- High school/College     Bachelor     Higher

4. Occupation

- Government Officer     State Enterprise     Private company  
 Entrepreneur     Students     House Wife  
 Freelance     Retirement     Others, please specify .....

5. For statistic records, we would like to know your monthly income.

- <US\$ 1,000     US\$ 1,000-5,000     US\$ 5,001-9,999  
 US\$ 10,000-25,000     US\$25,001-50,000     >US\$ 50,000

On behalf of TAT would like to thank you for your time and your great contribution



โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549

(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการร้านค้า

วัน/เดือน/ปี.....

1. สถานที่จัดงาน

เขวราช	นครสวรรค์	เชียงใหม่	นครราชสีมา	หาดใหญ่	ภูเก็ต
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

2. ประเภทของสินค้าและบริการที่จำหน่าย

(1) อาหารและเครื่องดื่ม	(2) ทองรูปพรรณ/เครื่องประดับ	(3) ของที่ระลึก
(4) เสื้อผ้า	(5) หนังสือ	(6) ผลไม้
(7) อื่นๆ โปรดระบุ.....		

3. ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

- (1) เจ้าของกิจการ (2) ผู้จัดการ (3) พนักงาน/ลูกจ้าง

4. การจำหน่ายสินค้าในพื้นที่จัดงานเทศกาลตรุษจีน

- (1) จำหน่ายสินค้าในพื้นที่นี้โดยปกติ  
 (2) จำหน่ายสินค้าเฉพาะในงานเทศกาลตรุษจีน (สาเหตุ โปรดระบุ)  
 (2.1) มีลูกค้ามากกว่าในช่วงปกติ (2.2) เป็นกรรมการจัดงานเทศกาลตรุษจีน  
 (2.3) ต้องการมีส่วนร่วมในการจัดงาน (2.4) ได้รับการร้องขอจากสมาคมที่เกี่ยวข้อง  
 (2.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านเคยจำหน่ายสินค้าในงานเทศกาลตรุษจีนปีที่ผ่านมาหรือไม่

- (1) เคยจำหน่ายในปีที่ผ่านมา (2) ไม่เคยจำหน่ายในปีที่ผ่านมา (ข้ามไปตอบข้อ 6)

6. กรุณาเปรียบเทียบการจัดงานเทศกาลตรุษจีนในปีนี้กับปีที่ผ่านมา

	เพิ่มขึ้น/มากขึ้น/ดีขึ้น	คงที่/ไม่เปลี่ยนแปลง	ลดลง
(1) จำนวนนักท่องเที่ยว	(1)	(2)	(3)
(2) จำนวนผู้ซื้อสินค้า	(1)	(2)	(3)
(3) ปริมาณการซื้อสินค้า	(1)	(2)	(3)
(4) การประชาสัมพันธ์	(1)	(2)	(3)
(5) จำนวนกิจกรรม	(1)	(2)	(3)
(6) การจัดระเบียบร้านค้า	(1)	(2)	(3)
(7) พื้นที่จัดงานกิจกรรม	(1)	(2)	(3)
(8) ความปลอดภัย	(1)	(2)	(3)
(9) พื้นที่จำหน่าย	(1)	(2)	(3)



โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปี 2549  
(งานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2549)

7. ความพึงพอใจต่อการจัดงานเทศกาลตรุษจีนครั้งนี้

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	ไม่ทราบ (9)
(1) การอำนวยความสะดวกในการเปิดร้าน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(2) ความปลอดภัย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(3) การจัดสรรพื้นที่ให้เช่าร้านค้า	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(4) จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(5) การประชาสัมพันธ์การจัดงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(6) การประสานงานและการให้ข้อมูลที่ต่อเนื่องของผู้จัดงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(7) ปริมาณและความหลากหลายของกิจกรรมในงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(8) การจัดระเบียบร้านค้า	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(9) การรักษาความสะอาด	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(10) การจัดระบบการจราจร	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(11) การประสานงานระหว่างร้านค้าและผู้จัดงาน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)
(12) ความพึงพอใจโดยรวมจากการร่วมเปิดร้านค้าในงานเทศกาลตรุษจีน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)

8. ผลกระทบจากการจำหน่ายสินค้าในช่วงเทศกาลตรุษจีน

รายการ	ภาวะปกติ	เทศกาลตรุษจีน			
	จำนวน	จำนวน	เพิ่มขึ้น	ร้อยละ	ไม่เปลี่ยนแปลง
(1) จำนวนผู้ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย			(1)		(2)
(2) ปริมาณสินค้าที่จำหน่ายได้			(1)		(2)
(3) การจ้างงาน			(1)		(2)
(4) อื่นๆ โปรดระบุ.....					

9. ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการเข้าร่วมงาน

- (1) ไม่มีปัญหาและอุปสรรค  
(2) มีปัญหาและอุปสรรค (โปรดระบุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ))

(2.1) มีร้านค้าตั้งคับหน้าร้าน	(2.2) ทางเข้าร้านคับแคบ	(2.3) ขาดการจัดระเบียบร้านค้า
(2.4) ผู้จัดไม่ให้ความร่วมมือกับร้านค้า	(2.5) ไม่สามารถขนส่งสินค้าเข้าสู่บริเวณจัดงาน	
(2.6) อื่นๆ โปรดระบุ.....		

10. ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงแก้ไขการจัดงานเทศกาลตรุษจีนในปีต่อไป

---



---



---

ในนามของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

