

อะเมซิ่ง พรีเมียม คราฟท์

AMAZING PREMIUM CRAFTS

รายงานผลการประเมินราชภัฏนครราชสีมาสู่สมบรูณ์



สรุปผลการประเมินการจัดงาน Amazing Premium Crafts

วันที่จัดงาน	10-12 สิงหาคม 2562		
สถานที่จัดงาน	มิวเซียมสยาม กรุงเทพฯ		
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	14,500 คน (95.3948%)	
	ชาวต่างชาติ	700 คน (4.6052%)	
	รวม	15,200 คน	
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	75.74%	
	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	32.69%	
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	11.48 ล้านบาท	
	ชาวต่างชาติ	0.24 ล้านบาท	
	รวม	11.72 ล้านบาท	
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน		ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
	การประชาสัมพันธ์	65.33%	83.33%
	ประเภทของกิจกรรม	77.89%	85.42%
	งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	80.40%	93.75%
	ความพึงพอใจโดยรวม	83.42%	93.75%
ตัวชี้วัด (การจัดงาน)	ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานไม่น้อยกว่า 3,000 คน		
	ผลลัพธ์ - จำนวนผู้ร่วมงาน 15,200 คน 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 406.67%)		
	ดัชนีที่ 2 - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติพอใจไม่น้อยกว่า 70%		
ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติ 93.75% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 23.75%)			
ดัชนีที่ 3 - ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 70%			
ผลลัพธ์* - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 100.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 30.00%)			

*ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แสดงความคิดเห็นมีเพียงรายเดียว

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งาน Amazing Premium Crafts

จุดแข็ง (Strengths)

- งาน Crafts ที่นำมาแสดงแต่ละร้านมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง
- ร้านอาหารที่จำหน่ายภายในงาน หลายร้านมีความน่าสนใจและมีจุดเด่นเป็นของตนเอง
- พื้นที่ที่ใช้จัดงานมีความร่มรื่น ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง
- การเดินทางมาบริเวณที่จัดงานสะดวก สามารถมาได้หลายเส้นทาง

จุดอ่อน (Weaknesses)

- การประชาสัมพันธ์ในช่วงก่อนจัดงานเป็นไปอย่างกระชั้นชิด
- กิจกรรมภายในงานยังไม่หลากหลายเท่าที่ควร ทำให้ผู้ร่วมงานบางกลุ่มอยู่ร่วมงานเพียงระยะเวลาสั้นๆ
- ที่นั่งสำหรับรับประทานอาหารมีน้อย

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- ความสามารถทางด้านงานศิลป์ของคนไทย ทำให้ชิ้นงาน Crafts ที่ทำขึ้นมีเสน่ห์และมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง หลายชิ้นงานได้รับการยอมรับในตลาดต่างประเทศ อีกทั้ง รสนิยมของคนไทยที่เสพงาน Crafts ที่ผลิตโดยคนไทยมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันมีการจัดงานแสดงสินค้าในลักษณะนี้บ่อยครั้ง การจัดกิจกรรมที่มีอัตลักษณ์และความโดดเด่นที่แตกต่างจากงานกิจกรรมที่หน่วยงานอื่นจัดจะเป็น Gimmicks ที่สามารถจูงใจให้เกิดความสนใจเดินทางมาร่วมงานได้ ทั้งนี้ ททท. ควรประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความแตกต่างหรือความโดดเด่นของงานที่จัดด้วย

อุปสรรค (Threats)

- ในสัปดาห์ที่จัดงานมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหลายแห่งได้จัดกิจกรรมในรูปแบบที่แตกต่างกันไป
- สภาพเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวอาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ
- สภาพภูมิอากาศในสัปดาห์ที่จัดงานแปรปรวนจึงอาจทำให้เกิดความวิตกกังวลไม่กล้าเดินทางมาร่วมงาน

สารบัญ

ผลการศึกษา	1
จำนวนผู้ร่วมงาน	1
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	1
ผลการประเมินการจัดงาน Amazing Premium Crafts	1
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงาน Amazing Premium Crafts	2
ผู้ร่วมงานชาวไทย	3
ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	4
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	6
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	12
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	17
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	18
แบบสอบถามงาน Amazing Premium Crafts	21

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 2	อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 3	ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 4	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 5	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน	8
ตารางที่ 6	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 7	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่	9
ตารางที่ 8	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	9
ตารางที่ 9	การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย	9
ตารางที่ 10	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย	9
ตารางที่ 11	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	10
ตารางที่ 12	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย	10
ตารางที่ 13	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	10
ตารางที่ 14	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	10
ตารางที่ 15	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะกลับมาร่วมงานอีก	11
ตารางที่ 16	ข้อเสนอแนะสถานที่จัดงาน Amazing Premium Crafts ในครั้งต่อไป	11
ตารางที่ 17	สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก	12
ตารางที่ 18	อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	12
ตารางที่ 19	เหตุผลที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติมากรุงเทพฯ ในสัปดาห์ที่จัดงาน	12
ตารางที่ 20	วิธีการเดินทางมากรุงเทพฯ ของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
ตารางที่ 21	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	13
ตารางที่ 22	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน	13
ตารางที่ 23	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	14
ตารางที่ 24	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน	14
ตารางที่ 25	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	14
ตารางที่ 26	การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	14

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 27 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	15
ตารางที่ 28 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	15
ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	15
ตารางที่ 30 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	16
ตารางที่ 31 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	16
ตารางที่ 32 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะกลับมาร่วมงานอีก	16
ตารางที่ 33 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	17
ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	17

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม งาน Amazing Premium Crafts

“Amazing Premium Crafts” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดให้มีขึ้นในระหว่างวันที่ 10-12 สิงหาคม 2562 ณ มิวเซียมสยาม กรุงเทพฯ และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนร่วมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ผลการศึกษา

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงาน Amazing Premium Crafts ในระหว่างวันที่ 10-12 สิงหาคม 2562 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานประมาณ 15,200 คน จำแนกเป็นชาวไทย 14,500 คน (คิดเป็นร้อยละ 95.3948) และชาวต่างชาติ 700 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.6052)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	14,500	95.3948
ชาวต่างชาติ	700	4.6052
รวม	15,200	100.00

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มีส่วนร่วม Amazing Premium Crafts ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 11.72 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มีส่วนร่วม) 8.08 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 3.64 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
11.48	0.24	11.72	8.08	3.64	11.72

หมายเหตุ: เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าจ้างนักแสดง ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงาน Amazing Premium Crafts

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนผู้เข้าร่วมงานรวม	3,000 คน	15,200 คน	+406.67%	😊
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	อย่างน้อย 70%	93.75%	+23.75%	😊
ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	อย่างน้อย 70%	100.00%*	+30.00%	😊

*ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แสดงความคิดเห็นมีเพียงรายเดียว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญจากภาคสนาม
งาน Amazing Premium Crafts

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 74.75 เป็นผู้ที่พักอาศัยในกรุงเทพฯ อีกร้อยละ 16.34 พำนักในเขตปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 8.91 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เช่น ชลบุรี เชียงใหม่ (ตารางที่ 1) ผู้มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี และช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 28.22 เท่ากัน) รองลงมาเป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 20.79) สัดส่วนการมาร่วมงานช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจลักษณะการมาร่วมงาน พบว่า ไทยนิยมเดินทางมาร่วมงานแบบกลุ่ม (มากับเพื่อนและหรือมากับครอบครัว) มากกว่าเดินทางมาร่วมงานเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

งาน Amazing Premium Crafts เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นปีแรก อีกทั้งการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างกระชั้นชิด ส่งผลให้ผู้มาร่วมงานและทราบว่ามีการจัดกิจกรรมนี้ก่อนมาร่วมงานมีเพียงร้อยละ 75.74 สำหรับช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มที่มาร่วมงานได้ดี 3 อันดับแรก ได้แก่ ทราบจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 58.17) ทราบจากเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 28.10) และทราบจากการประชาสัมพันธ์ในสถานี MRT/BTS (ร้อยละ 15.69) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวการจัดงาน Amazing Premium Crafts เกือบทุกรายที่มาร่วมงาน (ร้อยละ 96.88) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวก่อนมาร่วมงานและตั้งใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมนี้มีประมาณร้อยละ 93.46 (ตารางที่ 8)




ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงาน Amazing Premium Crafts พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18=พอใจในระดับมาก) ผู้ที่มาร่วมงานร้อยละ 83.42 พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 65.33 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 3.81 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 77.89 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 80.40 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับงาน Crafts ที่แสดงภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงาน Amazing Premium Crafts ทุก 9 ใน 10 ราย (ร้อยละ 92.57) กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยช่องทางที่ใช้ในการบอกต่อส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่าน Line และ Facebook (ตารางที่ 13 – ตารางที่ 14) ส่วนผู้ที่กล่าวว่าสนใจจะมาร่วมกิจกรรมในลักษณะนี้อีกในอนาคตมี ประมาณร้อยละ 79.70 อีกร้อยละ 18.32 ยังไม่แน่ใจ (ตารางที่ 15)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย																		
อัตราการรับรู้	75.74%	 58.17%  28.10%  15.69%																
อัตราการชื่นชอบ Content	96.88%																	
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	93.46%																	
อัตราความพึงพอใจ		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเด็น</th> <th>ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น</th> <th>ค่าเฉลี่ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การประชาสัมพันธ์</td> <td>65.33%</td> <td>3.81</td> </tr> <tr> <td>ประเภทของกิจกรรม</td> <td>77.89%</td> <td>4.05</td> </tr> <tr> <td>งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน</td> <td>80.40%</td> <td>4.14</td> </tr> <tr> <td>ความพึงพอใจโดยรวม</td> <td>83.42%</td> <td>4.18</td> </tr> </tbody> </table>	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย	การประชาสัมพันธ์	65.33%	3.81	ประเภทของกิจกรรม	77.89%	4.05	งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	80.40%	4.14	ความพึงพอใจโดยรวม	83.42%	4.18	
ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย																
การประชาสัมพันธ์	65.33%	3.81																
ประเภทของกิจกรรม	77.89%	4.05																
งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	80.40%	4.14																
ความพึงพอใจโดยรวม	83.42%	4.18																
อัตราการบอกต่อ	92.57%																	

ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Amazing Premium Crafts มีมากกว่า 20 สัญชาติ ที่พบมากที่สุด ได้แก่ ชาวสเปน จีน และสหรัฐฯ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน (ร้อยละ 76.92) เป็นชาวต่างชาติที่เพิ่งเดินทางมาเยือน ประเทศไทยในช่วงที่จัดงานในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) อีกร้อยละ 23.08 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพื่อการอื่นๆ เช่น เพื่อทำธุรกิจ เพื่อทำงาน และเพื่อศึกษา ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า Domestic Tourist

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงานที่พบมากมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี (ร้อยละ 30.77) รองลงมาเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 23.08) สัดส่วนการมาร่วมงานของชาวต่างชาติช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 18

การสำรวจครั้งนี้ พบว่า ชาวต่างชาติร้อยละ 90.38 เดินทางมากรุงเทพฯ เพื่อพักผ่อน (ตารางที่ 19) โดยเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.08) เดินทางมาเอง อีกร้อยละ 1.92 เดินทางมากับทัวร์ (ตารางที่ 20)

การรับรู้ข่าวสารการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอ และความตั้งใจมาร่วมงาน

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Amazing Premium Crafts และทราบข่าวสารการจัดงานก่อนมาร่วมกิจกรรม มีเพียงร้อยละ 32.69 (ตารางที่ 21) ช่องทางที่ทำให้ชาวต่างชาติรับทราบข่าวสารการจัดงานได้ดี 3 อันดับแรก

ได้แก่ ทราบจากเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 41.18) ทราบจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 35.29) และทราบจากหนังสือพิมพ์/โรงแรมที่พัก (ร้อยละ 17.65) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 22

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 76.74 กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 23) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวการจัดงานและตั้งใจมาร่วมงานมีประมาณร้อยละ 70.59 (ตารางที่ 25)



ความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Amazing Premium Crafts พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.44=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 93.75 พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 83.33 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 85.42 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 93.75 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับงาน Crafts ที่แสดงภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Amazing Premium Crafts ร้อยละ 73.08 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน (ตารางที่ 30) โดยส่วนใหญ่จะแนะนำผ่าน Facebook และการพูดคุย ส่วนผู้ที่กล่าวว่า จะกลับมาร่วมงานอีกมีประมาณร้อยละ 67.31 (ตารางที่ 32)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ																		
อัตราการรับรู้	32.69%	 41.18%  35.29%																
อัตราการชื่นชอบ Content	76.74%																	
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	70.59%																	
อัตราความพึงพอใจ		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเด็น</th> <th>ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น</th> <th>ค่าเฉลี่ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การประชาสัมพันธ์</td> <td>83.33%</td> <td>4.15</td> </tr> <tr> <td>ประเภทของกิจกรรม</td> <td>85.42%</td> <td>4.33</td> </tr> <tr> <td>งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน</td> <td>93.75%</td> <td>4.44</td> </tr> <tr> <td>ความพึงพอใจโดยรวม</td> <td>93.75%</td> <td>4.44</td> </tr> </tbody> </table>	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย	การประชาสัมพันธ์	83.33%	4.15	ประเภทของกิจกรรม	85.42%	4.33	งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	93.75%	4.44	ความพึงพอใจโดยรวม	93.75%	4.44	
ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย																
การประชาสัมพันธ์	83.33%	4.15																
ประเภทของกิจกรรม	85.42%	4.33																
งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	93.75%	4.44																
ความพึงพอใจโดยรวม	93.75%	4.44																
อัตราการบอกต่อ	73.08%																	

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงาน Amazing Premium Crafts และได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. มีจำนวน 1 ราย เป็นผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ	1	100.00
รวม	1	100.00

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงาน Amazing Premium Crafts แสดงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 5=พอใจในระดับมากที่สุด) ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 33-ตารางที่ 34)

- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 5 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 5 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 5 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
กรุงเทพฯ	74.75
ปริมณฑล	16.34
จังหวัดอื่นๆ (เช่น ชลบุรี เชียงใหม่ ฯลฯ)	8.91

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	21.19	15.15	27.78	20.79
25-34 ปี	28.48	24.24	33.33	28.22
35-44 ปี	27.15	36.36	22.21	28.22
45-54 ปี	15.89	18.18	5.56	15.35
55-64 ปี	5.96	6.07	5.56	5.94
มากกว่า 64 ปี	1.33	-	5.56	1.48
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	45.70	42.42	55.56	46.04
มากับครอบครัว	37.75	36.36	27.78	36.63
มาคนเดียว	16.55	21.22	16.66	17.33
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	76.82	78.79	61.11	75.74
ไม่ทราบ	23.18	21.21	38.89	24.26
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	4.31	3.85	-	3.92
วิทยุ	1.72	-	9.09	1.96
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	9.48	3.85	-	7.84
MRT/ BTS	16.38	15.38	9.09	15.69
อินเทอร์เน็ต	60.34	53.85	45.45	58.17
เพื่อน	28.45	23.08	36.36	28.10
Troop	1.72	3.85	9.09	2.61
อื่นๆ	0.86	-	-	0.65

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนคติของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	97.24	96.77	93.75	96.88
ไม่น่าสนใจ	2.76	3.23	6.25	3.12
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	72.85	75.76	55.56	71.78
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	27.15	24.24	44.44	28.22
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	93.46	4.08	71.78
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	6.54	95.92	28.22
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	67.55	81.82	83.33	71.29
ค่าซื้อสินค้า	27.81	51.52	27.78	31.68
ค่าเดินทาง	64.24	63.64	66.67	64.36
ค่าที่พัก	-	3.03	22.22	2.48
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1.99	3.03	-	1.98

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	282.33	371.48	365.67	307.73
ค่าซื้อสินค้า	1,343.81	973.53	1,970.00	1,294.38
ค่าเดินทาง	135.67	248.57	291.67	168.31
ค่าที่พัก	-	1,500.00	675.00	840.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	100.00	100.00	-	100.00

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	65.77	72.73	47.06	65.33
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	77.85	78.79	76.47	77.89
งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	80.54	81.82	76.47	80.40
ความพึงพอใจโดยรวม	84.56	78.79	82.35	83.42

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	3.81	3.97	3.59	3.81
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.04	4.06	4.06	4.05
งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	4.15	4.09	4.18	4.14
ความพึงพอใจโดยรวม	4.19	4.15	4.18	4.18

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	93.38	87.88	94.44	92.57
ไม่แนะนำ	6.62	12.12	5.56	7.43
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	7.28	6.06	16.67	7.92
ไลน์	45.03	39.39	38.89	43.56
เฟซบุ๊ก	41.06	45.45	50.00	42.57
อื่นๆ	9.27	12.12	11.11	9.90

ตารางที่ 15 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะกลับมาร่วมงานอีก

การกลับมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
กลับมา	83.44	72.73	61.11	79.70
ไม่กลับมา	1.32	3.03	5.56	1.98
ไม่แน่ใจ	15.24	24.24	33.33	18.32
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 16 ข้อเสนอแนะสถานที่จัดงาน Amazing Premium Crafts ในครั้งต่อไป

สถานที่จัดงานที่เสนอแนะ	จำนวนที่เสนอ
มิวเซียมสยาม	13 ราย
สวนลุมพินี	7 ราย
หอศิลป์	6 ราย
บริเวณสยาม	5 ราย
ไบเทคบางนา	4 ราย

หมายเหตุ: มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเสนอว่าสถานที่ไหนก็ได้ที่เดินทางสะดวกมีรถไฟฟ้าไปถึงและมีที่จอดรถเพียงพอ

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ 17 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
สเปน	15.38
จีน	13.46
สหรัฐอเมริกา	11.54

ตารางที่ 18 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
18-24 ปี	-	30.00	23.08
25-34 ปี	58.33	22.50	30.77
35-44 ปี	16.67	15.00	15.38
45-54 ปี	16.67	20.00	19.23
55-64 ปี	8.33	10.00	9.62
มากกว่า 64 ปี	-	2.50	1.92
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 19 เหตุผลที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติมากรุงเทพฯ ในสัปดาห์ที่จัดงาน

เหตุผลที่มากกรุงเทพฯ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มางาน Amazing Premium Crafts	16.67	-	3.85
มาเที่ยว	66.66	97.50	90.38
มาทำธุระ	16.67	2.50	5.77
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 20 วิธีการเดินทางมากรุงเทพฯ ของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

วิธีการเดินทาง	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มากับทัวร์	-	2.50	1.92
มาเอง	100.00	97.50	98.08
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 21 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ทราบ	50.00	27.50	32.69
ไม่ทราบ	50.00	72.50	67.31
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 22 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรทัศน์	16.67	9.09	11.76
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	16.67	-	5.88
อินเทอร์เน็ต	33.33	36.36	35.29
เพื่อน/ญาติ	33.33	45.45	41.18
อื่นๆ (หนังสือพิมพ์ โรงแรม)	33.33	9.09	17.65

ตารางที่ 23 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
น่าสนใจ	83.33	74.19	76.74
ไม่น่าสนใจ	16.67	25.81	23.26
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 24 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน

ความตั้งใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ตั้งใจมาร่วมงาน	41.67	17.50	23.08
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	58.33	82.50	76.92
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 25 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	70.59	-	23.08
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	29.41	100.00	76.92
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 26 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายในแต่ละหมวด		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	58.33	80.00	75.00
ค่าซื้อสินค้า	41.67	42.50	42.31
ค่าเดินทาง	41.67	60.00	55.77
ค่าที่พัก	8.33	35.00	28.85
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	7.50	5.77

ตารางที่ 27 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน		ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อคนต่อวัน)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	561.43	367.66	402.44
ค่าซื้อสินค้า	570.00	585.29	581.82
ค่าเดินทาง	264.60	394.25	371.90
ค่าที่พัก	1,500.00	773.57	822.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	480.00	480.00

ตารางที่ 28 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไป		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	75.00	86.11	83.33
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	83.33	86.11	85.42
งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	91.67	94.44	93.75
ความพึงพอใจโดยรวม	91.67	94.44	93.75

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	4.17	4.14	4.15
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.25	4.36	4.33
งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	4.33	4.47	4.44
ความพึงพอใจโดยรวม	4.42	4.44	4.44

ตารางที่ 30 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
แนะนำ	91.67	67.50	73.08
ไม่แนะนำ	8.33	32.50	26.92
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 31 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรศัพท์	8.33	12.50	11.54
IG	16.67	12.50	13.46
เฟสบุ๊ก	25.00	30.00	28.85
WeChat	8.33	17.50	15.38
เล่าโดยตรง	66.67	15.00	26.92
อื่นๆ (เช่น WhatsApp)	8.33	-	8.33

ตารางที่ 32 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะกลับมาร่วมงานอีก

การกลับมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
กลับมา	83.33	62.50	67.31
ไม่แน่ใจ	-	10.00	7.69
ไม่กลับ	16.67	27.50	25.00
รวม	100.00	100.00	100.00

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 33 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)	
	หน่วยงานภาครัฐ	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	100.00	100.00
ความพึงพอใจโดยรวม	100.00	100.00

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)	
	หน่วยงานภาครัฐ	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	5.00	5.00
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	5.00	5.00
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	5.00	5.00
ความพึงพอใจโดยรวม	5.00	5.00

กรอบแนวคิดในการประเมินผล

ขอบเขตของการประเมินผล

1. การประเมินผลสำเร็จตามตัวชี้วัดประเมินผลทั้งในเชิงปริมาณ เช่น จำนวนผู้ร่วมงาน และผลสำเร็จเชิงคุณภาพ เช่น ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานในด้านต่างๆ ความคุ้มค่าของการจัดงานที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ (เช่น ค่าใช้จ่ายในการมาร่วมงาน เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัดที่เกิดขึ้นในช่วงที่จัดงาน)
2. การวิเคราะห์ศักยภาพของงานกิจกรรมและจุดแข็ง-จุดอ่อน (SWOT Analysis)

แนวทางการประเมินผล

ในแต่ละกิจกรรมที่ทีมที่ปรึกษาได้รับมอบหมายให้ประเมินผล ที่ปรึกษาได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถามที่ได้รับคืนต้องมีจำนวนเพียงพอต่อการวิจัยทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 สำหรับประเด็นที่สำรวจนอกจากการสอบถามข้อมูลทั่วไป เช่น ถิ่นพำนัก อายุของผู้ร่วมงาน ลักษณะการมาร่วมงาน ยังรวมถึงการสำรวจความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดทฤษฎี 5A

ในส่วนของการนับจำนวนผู้ที่สนใจมาร่วมงาน ที่ปรึกษาจะพิจารณาลักษณะการมาร่วมงานและพฤติกรรมของผู้ร่วมงานเพื่อเลือกวิธีการนับจำนวนที่เหมาะสม อาทิ ในบริเวณที่มีการร่วมงานหนาแน่นมากที่ปรึกษาจะใช้วิธีการคำนวณจากพื้นที่ที่สามารถยืนร่วมงานได้คูณด้วยความหนาแน่นของผู้ร่วมงานต่อ 1 ตารางเมตร ในบริเวณที่มีจำนวนผู้ร่วมงานเบาบาง ที่ปรึกษาจะใช้วิธีการตรวจนับแบบคาดคะเน เป็นต้น

ทฤษฎี 5A ที่ ททท. ประยุกต์ใช้ ประกอบด้วย

- A1 > Aware (I Know) อัตราการรับรู้ Content หลักของภูมิภาค
- A2 > Appeal (I like) อัตราการชื่นชอบ Content หลักของภูมิภาค
- A3 > Ask (I'm convinced) อัตราความต้องการเดินทางตาม Content หลักของภูมิภาค
- A4 > Act (I'm buying) อัตราความพึงพอใจในประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ ททท. นำเสนอ
- A5 > Advocate (I recommend) อัตราการบอกต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายและจำนวนข้อมูลที่จัดเก็บ

การสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการประเมินงาน Amazing Premium Crafts ที่ปรึกษาได้จัดเตรียมแบบสอบถาม 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และแบบสอบถามภาษาอังกฤษ สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงาน Amazing Premium Crafts ในแต่ละกลุ่มสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 210 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 202 ราย
- กลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 60 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 52 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างชาติ การวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานกลุ่มอื่นๆ รวมถึงการสังเกตการณ์

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale ถูกนำมาใช้ในการออกแบบสอบถามในประเด็นที่สอบถามถึงความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน ซึ่งการประเมินผลในครั้งนี้ได้กำหนดช่วงคะแนนออกเป็น 5 ลำดับ ดังนี้

- | | | |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | พอใจกับประเด็นที่สอบถามในระดับน้อยที่สุด |

การวิเคราะห์ที่ได้ใช้คะแนน Top Two-boxes (คะแนนรวมของผู้ที่เห็นด้วยในระดับมากและระดับมากที่สุด) และค่าเฉลี่ยในการสรุปผล ซึ่งค่าเฉลี่ยในแต่ละช่วงมีความหมายดังนี้

- | | | |
|---|---------|-----------------------|
| ค่าเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.80 | หมายถึง | พอใจในระดับน้อยที่สุด |
| ค่าเฉลี่ยมากกว่า 1.80 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.60 | หมายถึง | พอใจในระดับน้อย |
| ค่าเฉลี่ยมากกว่า 2.60 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.40 | หมายถึง | พอใจในระดับปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.40 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.20 | หมายถึง | พอใจในระดับมาก |
| ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.20 | หมายถึง | พอใจในระดับมากที่สุด |

แบบสอบถาม

งาน Amazing Premium Crafts

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. ที่อยู่ปัจจุบัน กรุงเทพฯ ปริมณฑล จังหวัดอื่นๆ ระบุ

2. ช่วงอายุของท่าน 18-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี 45-54 ปี 55-64 ปี มากกว่า 64 ปี

3. วันนี้ท่านมาร่วมงานกับใคร มากับเพื่อน มากับครอบครัว มาคนเดียว

4. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งาน Amazing Premium Crafts ก่อนมาร่วมงานหรือไม่ และจากสื่อใด

ทราบก่อนมาร่วมงาน จากสื่อ... (สามารถระบุได้มากกว่า 1 ประเภท)

- โทรทัศน์ในประเทศ ช่อง..... วิทยุ สถานี
- จอ LED ขนาดใหญ่
- โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา MRT/ BTS อินเทอร์เน็ต/ FB/ IG/ line
- จาก Call center 1672 ของ ททท. เพื่อน/ญาติ ขบวนการประชาสัมพันธ์ อื่นๆ ระบุ

ไม่ทราบมาก่อน มาร่วมงานโดยบังเอิญ

5. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดภายในงานนี้ มีความน่าสนใจหรือไม่

น่าสนใจ ไม่น่าสนใจ เพราะ

6. วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงาน Amazing Premium Crafts ใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

7. การเดินทางมาที่ในวันนั้น ท่านมีค่าใช้จ่ายในหมวดใดบ้าง และแต่ละหมวดเป็นเงินเท่าใด (สามารถระบุค่าใช้จ่ายประมาณการ)

- ค่าอาหารและเครื่องดื่ม งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
- ค่าซื้อสินค้า งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
- ค่าเดินทาง (ค่ารถโดยสาร หรือค่าน้ำมันรถโดยประมาณ) งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
- ค่าที่พัก งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน
- อื่นๆ โปรดระบุ งบประมาณ บาทต่อ 1 วันต่อท่าน

8. กรุณาให้คะแนนความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ (สามารถ หรือ ✓ หรือ ✗ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
1. การประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน	5	4	3	2	1
2. ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	5	4	3	2	1
3. งาน Crafts ที่แสดงภายในงาน	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

9. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานนี้หรือไม่

แนะนำ ผ่านทาง โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก อื่นๆ

ไม่แนะนำ เพราะ

10. หากมีการจัดงานกิจกรรมในลักษณะเช่นนี้อีก ท่านจะมาร่วมงานหรือไม่ มาร่วม ไม่มาร่วม ไม่แน่ใจ

11. ท่านอยากให้จัดงานลักษณะนี้อีกในทีใดในกรุงเทพฯ

12. ประเด็นที่ควรปรับปรุงหรืออยากเห็นเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

.....

.....

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

Country that you come from

- You are : Domestic tourist (including Doing business / Working (Expat) / Studying / Living in Thailand) Tourist
- Your age: 18-24 years 25-34 years 35-44 years 45-54 years 55-64 years more than 64 years
- Purpose of your visit Bangkok at this time: To join this event For holiday To do business
- Do you come with tour/ agency? Yes No
- Have you been informed about **Amazing Premium Crafts**? And from which sources?

Yes, I've been informed about this event from: (allow multiple responses)

- TV channel..... Radio channel LED Projector Poster/ Billboard
 MRT/ BTS Internet/ FB/ IG/ line TAT Call center Friends/ relatives
 Troop (PR procession) others, pls specify.....

No, I never heard about it.

- Is the **information** about **this event** that you received **interesting**?
 Yes No because
- Today do you come here to join this event **in particular**?
 Yes No

8. Your approximate spending for today

- Food & beverage Baht/ Person/ Day
 Shopping Baht/ Person/ Day
 Transportation to this place (e.g. Taxi) Baht/ Person/ Day
 Accommodation (e.g. Hotel) Baht/ Person/ Day
 Others, Baht/ Person/ Day

9. Please rate your satisfaction levels in the following aspects: (please \surd where appropriate)

Aspects	Highly Satisfied	Satisfied	Moderate	Less satisfied	Least satisfied
1. Information provided in this event	5	4	3	2	1
2. The interest of activities in this event	5	4	3	2	1
3. Crafts presented in this event	5	4	3	2	1
4. Overall satisfaction	5	4	3	2	1

10. Will you tell your friend(s) or relatives to join this event?

- Yes in which channel... Telephone IG Facebook WeChat/ QQ Talk Others,
 No because

11. If this event is held again, will you come to join? Yes No Not sure

12. Your suggestions

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

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติใน ภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของ ท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 22 สิงหาคม 2562**

1. ระบุชื่อหน่วยงาน.....จังหวัด.....
ชื่อ-นามสกุล.....เบอร์โทร.....
(รายละเอียดข้างต้นใช้ในกรณีติดต่อกลับเพื่อขอสอบถามหรือสัมภาษณ์เพิ่มเติมเท่านั้น)

2. ระบุประเภทของหน่วยงานท่าน

1. หน่วยงานภาครัฐ อปท. หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ (โปรดระบุ)
2. ผู้ประกอบการ ที่พัก บริษัทนำเที่ยว ขนส่ง อื่นๆ
3. ภาคเอกชน/อื่นๆ หอการค้า ชมรม สมาคม อื่นๆ
4. ททท.
5. สื่อมวลชน

3. จากการดำเนินงาน Amazing Premium Crafts ร่วมกับ ททท. ท่านพึงพอใจในประเด็นเหล่านี้ในระดับใด
(สามารถ หรือ หรือ ในตัวเลขที่ต้องการเลือก)

ประเด็น	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยสุด
1. ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	5	4	3	2	1
2. กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	5	4	3	2	1
3. กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

amazing
ไทยแท้ 

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม

1600 อ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

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