



รายงานผลการประเมินเชิงรุกกิจกรรมฉบับสมบูรณ์

Amazing Thai Taste Festival 2019

สรุปผลการประเมินการจัดงาน Amazing Thai Taste Festival 2019

วันที่จัดงาน	7-9 มิถุนายน 2562		
สถานที่จัดงาน	สยามสแควร์ กรุงเทพฯ		
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย	173,600 คน (92.0955%)	
	ชาวต่างชาติ	14,900 คน (7.9045%)	
	รวม	188,500 คน	
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย	47.48%	
	ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	47.50%	
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย	69.21 ล้านบาท	
	ชาวต่างชาติ	16.80 ล้านบาท	
	รวม	86.01 ล้านบาท	
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน		ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
	การประชาสัมพันธ์	57.20%	56.41%
	ประเภทของกิจกรรม	74.58%	81.01%
	ความน่าสนใจของอาหาร	89.79%	96.20%
	ราคาอาหาร	67.93%	78.48%
ความพึงพอใจโดยรวม	82.28%	92.31%	
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติไม่น้อยกว่า 6,400 คน		
	ผลลัพธ์ - จำนวนผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ 14,900 คน 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 132.81%)		
	ดัชนีที่ 2 - ความสนใจที่จะเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 70%		
	ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติ 73.68% สนใจมาร่วมงานกิจกรรมนี้ 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 3.68%)		
ดัชนีที่ 3 - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติพอใจไม่น้อยกว่า 70%			
ผลลัพธ์ - ชาวต่างชาติ 92.31% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 22.31%)			
ดัชนีที่ 4 - ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 70%			
ผลลัพธ์ - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 100.00% พอใจในระดับมากขึ้นไป 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 30.00%)			

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งาน Amazing Thai Taste Festival 2019

จุดแข็ง (Strengths)

- อาหารที่นำมาจำหน่ายภายในมีความหลากหลายและหลายร้านมีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์สร้างความสนใจให้กับผู้ที่มาร่วมงานได้ดี
- ชาวไทยที่เดินทางมาในบริเวณที่จัดงานแม้ว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นแต่มีกำลังซื้อสูง
- สถานที่จัดงานอยู่ในย่านธุรกิจ การเดินทางมาบริเวณที่จัดงานสะดวกเพราะมีรถไฟฟ้า BTS และรถขนส่งสาธารณะผ่านหลายสาย

จุดอ่อน (Weaknesses)

- การประชาสัมพันธ์ไม่เป็นไปอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้ที่ทราบข่าวการจัดงานก่อนมาร่วมงานมีน้อยกว่าครึ่ง
- ป้ายที่ติดแจ้งกำหนดการแสดงเฉพาะการแสดงบนเวที จึงอาจทำให้เกิดความสับสนในระยะเวลาที่เริ่มงานได้
- ไม่มีการกำกับดูแลราคาอาหารที่จำหน่ายภายในงาน บางร้านจำหน่ายในราคาที่สูงกว่าปกติมาก
- การจัดการในบางส่วนยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น บางร้านไม่มีการติดป้ายแสดงราคา ระดับเสียงจากเวทีบางจุดดังเกินไป บางจุดได้ยินไม่ชัดเจน
- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ร่วมงาน เช่น ที่นั่งทานอาหาร ถังขยะ
- กิจกรรมอื่นๆ ในระหว่างวันมีน้อย

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- งานกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจำหน่ายอาหารจะได้รับความสนใจทั้งในกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติอยู่เสมอ หากอาหารที่นำมาจำหน่ายมีรสชาติดี มีความแปลกใหม่ หรือเป็นที่ร้านที่มีชื่อเสียง ดังนั้น การจัดให้มีกิจกรรมประเภทนี้จะสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจที่จะจับจ่ายใช้สอยได้ง่าย และทำให้เกิดเงินสะพัดในระบบเศรษฐกิจได้ดีช่องทางหนึ่ง

อุปสรรค (Threats)

- สภาพภูมิอากาศแปรปรวนมีฝนตกหนักมากในวันแรกนานถึง 2 ชั่วโมงจนเป็นสาเหตุให้การจราจรติดขัดอย่างมาก และมีฝนตกอีกครั้งในวันสุดท้ายที่จัดงานจึงอาจทำให้เกิดความวิตกกังวลและไม่กล้าเดินทางมาร่วมงาน
- เศรษฐกิจที่ยังอยู่ในช่วงขาลงทั้งในและต่างประเทศ จึงอาจทำให้การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความระมัดระวังมากขึ้น

สารบัญ

บทนำ	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)	1
ผลการศึกษา	2
จำนวนผู้ร่วมงาน	2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	2
ผลการประเมินการจัดงาน Amazing Thai Taste Festival 2019	2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงาน Amazing Thai Taste Festival 2019	3
ผู้ร่วมงานชาวไทย	4
ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	5
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	8
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	9
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	14
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	19
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	20
แบบสอบถามงาน Amazing Thai Taste Festival 2019	24

สารบัญชิตาราง

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

สารบัญชิตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 25 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน	17
ตารางที่ 26 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	17
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	17
ตารางที่ 28 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	18
ตารางที่ 29 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	18
ตารางที่ 30 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะกลับมาร่วมงานอีก	18
ตารางที่ 31 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	19
ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	19

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม งาน Amazing Thai Taste Festival 2019

บทนำ

“งาน Amazing Thai Taste Festival 2019” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจู่ไว้ในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ช่วง Low Season โดยในปีนี้ ททท. ได้จัดให้มีกิจกรรมนี้ขึ้นในระหว่างวันที่ 7-9 มิถุนายน 2562 และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนร่วมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดต่างประเทศ (Low Season)

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

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 7-9 มิถุนายน 2562

สถานที่จัดงาน: สยามสแควร์ กรุงเทพฯ

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 ในระหว่างวันที่ 7-9 มิถุนายน 2562 มีผู้ให้ความสนใจมาร่วมงานประมาณ 188,500 คน จำแนกเป็นชาวไทย 173,600 คน (คิดเป็นร้อยละ 92.0955) และชาวต่างชาติ 14,900 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.9045)

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	173,600	92.0955
ชาวต่างชาติ	14,900	7.9045
รวม	188,500	100.00

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 86.01 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มาร่วมงาน) 59.32 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 26.69 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
69.21	16.80	86.01	59.32	26.69	86.01

หมายเหตุ: เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าจ้างนักแสดง ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงาน Amazing Thai Taste Festival 2019

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงาน	6,400 คน	14,900 คน	+132.81%	😊
ความสนใจที่จะเดินทางจากการรับรู้ Content ของ ททท.	อย่างน้อย 70%	73.68%	+3.68%	😊
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ	อย่างน้อย 70%	92.31%	+22.31%	😊
ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	อย่างน้อย 70%	100.00%	+30.00%	😊

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญจากภาคสนาม งาน Amazing Thai Taste Festival 2019

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 81.09 เป็นผู้ที่พักอาศัยในกรุงเทพฯ อีกร้อยละ 10.92 อยู่ในเขตปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 7.99 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เช่น ชลบุรี ราชบุรี (ตารางที่ 1) ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 49.58) รองลงมาเป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-44 ปี (ร้อยละ 36.14) สัดส่วนการร่วมงานช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจลักษณะการมาร่วมงาน พบว่า ชาวไทยร้อยละ 59.66 นิยมเดินทางมาร่วมงานกับเพื่อนมากกว่าเดินทางมากับครอบครัวหรือมาร่วมงานเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

แม้ว่างาน Amazing Thai Taste Festival จะจัดขึ้นมาหลายครั้ง แต่การประชาสัมพันธ์ที่ไม่เป็นไปอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้ผู้ที่ไม่ทราบว่ามีการจัดกิจกรรมนี้มีเพียงร้อยละ 47.48* สำหรับช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มที่มาร่วมงานและทราบข่าวการจัดงาน 3 อันดับแรก ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 46.02) การรับทราบจากเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 35.40) และทราบจากโปสเตอร์/แผ่นป้าย (ร้อยละ 13.27) รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 5

(*หากนำไปเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่น อัตราการรับทราบที่สำรวจได้จัดอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ)

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 เกือบทุกรายที่มาร่วมงาน (ร้อยละ 99.58) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวก่อนมาร่วมงานและตั้งใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมนี้มีประมาณร้อยละ 71.68 (ตารางที่ 8)




ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12=พอใจในระดับมาก) ผู้ที่มาร่วมงานร้อยละ 82.28 พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 57.20 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 74.58 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 89.79 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของอาหารและสินค้าที่น่าสนใจภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.38 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 67.93 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับราคาอาหารและสินค้าที่จำหน่ายในงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 ร้อยละ 89.92 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยช่องทางที่ใช้ในการบอกต่อในทุกกลุ่มชาวไทยที่มาร่วมงานส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่านไลน์ (ตารางที่ 13-14)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย																					
อัตราการรับรู้	47.48%	 46.02%  35.40%  13.27%																			
อัตราการชื่นชอบ Content	99.58%																				
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	71.68%																				
อัตราความพึงพอใจ		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเด็น</th> <th>ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น</th> <th>ค่าเฉลี่ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การประชาสัมพันธ์</td> <td>57.20%</td> <td>3.68</td> </tr> <tr> <td>ประเภทของกิจกรรม</td> <td>74.58%</td> <td>4.03</td> </tr> <tr> <td>ความน่าสนใจของอาหาร</td> <td>89.79%</td> <td>4.38</td> </tr> <tr> <td>ราคาอาหาร/สินค้า</td> <td>67.93%</td> <td>3.89</td> </tr> <tr> <td>ความพึงพอใจโดยรวม</td> <td>82.28%</td> <td>4.12</td> </tr> </tbody> </table>	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย	การประชาสัมพันธ์	57.20%	3.68	ประเภทของกิจกรรม	74.58%	4.03	ความน่าสนใจของอาหาร	89.79%	4.38	ราคาอาหาร/สินค้า	67.93%	3.89	ความพึงพอใจโดยรวม	82.28%	4.12	
ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย																			
การประชาสัมพันธ์	57.20%	3.68																			
ประเภทของกิจกรรม	74.58%	4.03																			
ความน่าสนใจของอาหาร	89.79%	4.38																			
ราคาอาหาร/สินค้า	67.93%	3.89																			
ความพึงพอใจโดยรวม	82.28%	4.12																			
อัตราการบอกต่อ	89.92%																				

ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 มีมากกว่า 20 สัญชาติ ที่พบมากที่สุดได้แก่ ชาวจีน สหรัฐฯ และอังกฤษ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 62.50 เป็นชาวต่างชาติที่เพิ่งเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วงที่จัดงานในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) อีกร้อยละ 37.50 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยเพื่อการอื่นๆ เช่น เพื่อทำธุรกิจ เพื่อทำงาน และเพื่อศึกษา ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า Domestic Tourist

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 25-44 ปี (ร้อยละ 56.25) รองลงมา เป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี (ร้อยละ 17.50) สัดส่วนของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 16

การสำรวจครั้งนี้ พบว่า ชาวต่างชาติร้อยละ 71.25 เดินทางมากรุงเทพฯ เพื่อท่องเที่ยว อีกร้อยละ 28.75 มาทำงาน/ทำธุรกิจ (ตารางที่ 17) ส่วนใหญ่ร้อยละ 91.25 จะเดินทางมาเอง กลุ่มที่เดินทางมากับทัวร์มีเพียงร้อยละ 8.75 (ตารางที่ 18)

การรับรู้ข่าวสารการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 และทราบว่ามีการจัดกิจกรรมนี้ ก่อนมาร่วมงานมีเพียงร้อยละ 47.50 (ตารางที่ 19) โดยเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 47.37) ทราบข่าวสารการจัดงาน จากเพื่อน/ญาติ อีกร้อยละ 21.05 ทราบจากอินเทอร์เน็ต รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงใน ตารางที่ 20

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 83.10 กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 21) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวและตั้งใจมาร่วมงานมีประมาณร้อยละ 73.68 (ตารางที่ 23)



ความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.37=พอใจในระดับมากที่สุด) ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 92.31 พอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ❖ ร้อยละ 56.41 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 3.54 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 81.01 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 96.20 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของอาหารและสินค้าที่น่าสนใจภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.56 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 78.48 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับราคาอาหารและสินค้าที่จำหน่ายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)

การบอกต่อ

ชาวต่างชาติที่มาร่วมงานร้อยละ 87.50 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน โดยส่วนใหญ่จะแนะนำด้วยการบอกเล่าด้วยตนเองหรือผ่านโปรแกรมอื่นๆ เช่น WhatsApp ส่วนผู้ที่กล่าวว่า จะกลับมาจัดงานอีกมีประมาณร้อยละ 74.74 (ตารางที่ 30)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ			
อัตราการรับรู้	47.50%	 47.37%  21.05%	
อัตราการเรียนรู้ Content	83.10%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	73.68%		
อัตราความพึงพอใจ	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย
	การประชาสัมพันธ์	56.41%	3.54
	ประเภทของกิจกรรม	81.01%	4.20
	ความน่าสนใจของอาหาร	96.20%	4.56
	ราคาอาหาร/สินค้า	78.48%	4.14
	ความพึงพอใจโดยรวม	92.31%	4.37
อัตราการบอกต่อ	87.50%		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 และได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ ททท. มีจำนวน 7 ราย เป็นผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ	1	14.29
ผู้ประกอบการ*	6	85.71
รวม	7	100.00

หมายเหตุ: ผู้ประกอบการที่แสดงความคิดเห็นเป็นร้านค้าที่มาร่วมออกร้านทั้งหมด

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 แสดงความพึงพอใจในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.14=พอใจในระดับมาก) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกราย (ร้อยละ 100.00) พึงพอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 31-ตารางที่ 32)

- ❖ ร้อยละ 71.43 พึงพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท. (ค่าเฉลี่ย 3.86 เท่ากับ พึงพอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พึงพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.43 เท่ากับ พึงพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 85.71 พึงพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากับ พึงพอใจในระดับมาก)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
กรุงเทพฯ	81.09
ปริมณฑล	10.92
จังหวัดอื่นๆ (เช่น ชลบุรี ราชบุรี ฯลฯ)	7.99

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	50.78	57.69	26.32	49.58
25-34 ปี	21.76	15.38	47.37	23.11
35-44 ปี	13.47	3.85	21.05	13.03
45-54 ปี	10.37	15.39	5.26	10.50
55-64 ปี	1.55	7.69	-	2.10
มากกว่า 64 ปี	2.07	-	-	1.68
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	60.62	61.54	47.37	59.66
มากับครอบครัว	16.06	26.92	31.58	18.49
มาคนเดียว	23.32	11.54	21.05	21.85
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	46.11	53.85	52.63	47.48
ไม่ทราบ	53.89	46.15	47.37	52.52
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	6.74	-	10.00	6.19
วิทยุ	1.12	7.14	10.00	2.65
หนังสือพิมพ์	1.12	-	-	0.88
นิตยสาร	1.12	-	-	0.88
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	15.73	-	10.00	13.27
แผ่นพับ	1.12	-	-	0.88
อินเทอร์เน็ต	43.82	57.14	50.00	46.02
จาก Call center 1672 ของ ททท.	-	7.14	-	0.88
เพื่อน/ญาติ	37.08	35.71	20.00	35.40
อื่นๆ	3.37	-	10.00	3.54

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	100.00	96.00	100.00	99.58
ไม่น่าสนใจ	-	4.00	-	0.42
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	41.45	38.46	47.37	41.60
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	58.55	61.54	52.63	58.40
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	71.68	14.40	41.60
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	28.32	85.60	58.40
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	79.79	96.15	68.42	80.67
ค่าซื้อสินค้า	18.65	23.08	26.32	19.75
ค่าเดินทาง	55.96	57.69	68.42	57.14
ค่าที่พัก	-	3.85	-	0.42
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.52	3.85	-	0.84

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	330.65	308.00	350.00	329.01
ค่าซื้อสินค้า	528.06	366.67	680.00	523.62
ค่าเดินทาง	151.51	120.00	186.15	151.35
ค่าที่พัก	-	500.00	-	500.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	100.00	100.00	-	100.00

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	53.93	65.38	78.95	57.20
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	72.25	84.62	84.21	74.58
ความน่าสนใจของอาหารและสินค้า ที่นำเสนอภายในงาน	89.01	96.15	88.89	89.79
ราคาอาหาร/สินค้าที่จำหน่ายในงาน	65.63	73.08	84.21	67.93
ความพึงพอใจโดยรวม	80.21	92.31	89.47	82.28

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	3.59	3.96	4.21	3.68
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	3.96	4.31	4.37	4.03
ความน่าสนใจของอาหารและสินค้า ที่นำเสนอภายในงาน	4.34	4.62	4.50	4.38
ราคาอาหาร/สินค้าที่จำหน่ายในงาน	3.80	4.15	4.42	3.89
ความพึงพอใจโดยรวม	4.07	4.31	4.42	4.12

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	88.60	96.15	94.74	89.92
ไม่แนะนำ	11.40	3.85	5.26	10.08
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	14.51	15.38	5.26	13.87
ไลน์	51.30	50.00	52.63	51.26
เฟซบุ๊ก	24.35	23.08	52.63	26.47
อื่นๆ	8.81	23.08	5.26	10.08

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ตารางที่ 15 สัญชาติของชาวต่างชาติที่มาร่วมงานมาก 3 อันดับแรก

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
จีน	16.25
สหรัฐฯ	10.00
อังกฤษ	8.75

ตารางที่ 16 อายุของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
18-24 ปี	13.33	20.00	17.50
25-34 ปี	33.33	36.00	35.00
35-44 ปี	30.00	16.00	21.25
45-54 ปี	20.00	14.00	16.25
55-64 ปี	-	14.00	8.75
มากกว่า 64 ปี	3.34	-	1.25
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 17 เหตุผลที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติมากรุงเทพฯ ในสัปดาห์ที่จัดงาน

เหตุผลที่มากกรุงเทพฯ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มาเที่ยว	23.33	100.00	71.25
มาทำธุระ	76.67	-	28.75
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 18 วิธีการเดินทางมากรุงเทพฯ ของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

วิธีการเดินทาง	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
มากับทัวร์	16.67	4.00	8.75
มาเอง	83.33	96.00	91.25
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 19 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ทราบ	76.67	30.00	47.50
ไม่ทราบ	23.33	70.00	52.50
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 20 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
หนังสือพิมพ์	4.35	13.33	7.89
นิตยสาร	4.35	-	2.63
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	4.35	6.67	5.26
อินเทอร์เน็ต	21.74	20.00	21.05
จาก Call center 1672 ของ ททท.	-	6.67	2.63
เพื่อน/ญาติ	56.52	33.33	47.37
อื่นๆ	8.70	20.00	13.16

ตารางที่ 21 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
น่าสนใจ	90.00	78.05	83.10
ไม่น่าสนใจ	10.00	21.95	16.90
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 22 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามกลุ่มผู้ร่วมงาน

ความตั้งใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ตั้งใจมาร่วมงาน	66.67	32.00	45.00
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	33.33	68.00	55.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 23 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	73.68	19.05	45.00
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	26.32	80.95	55.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 24 การใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายในแต่ละหมวด		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	93.33	92.00	92.50
ค่าซื้อสินค้า	20.00	40.00	32.50
ค่าเดินทาง	33.33	30.00	31.25
ค่าที่พัก	10.00	40.00	28.75
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	16.67	2.00	7.50

ตารางที่ 25 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวต่างชาติที่มาร่วมงาน

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน		ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อคนต่อวัน)
	Domestic Tourist	Tourist	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	240.71	537.83	425.41
ค่าซื้อสินค้า	1,316.67	1,582.00	1,520.77
ค่าเดินทาง	132.00	183.20	162.72
ค่าที่พัก	450.00	1,655.00	1,497.83
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	680.00	200.00	600.00

ตารางที่ 26 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไป		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	66.67	50.00	56.41
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	83.33	79.59	81.01
ความน่าสนใจของอาหารและสินค้าที่ นำเสนอภายในงาน	96.67	95.92	96.20
ราคาอาหาร/สินค้าที่จำหน่ายในงาน	73.33	81.63	78.48
ความพึงพอใจโดยรวม	93.33	91.67	92.31

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ		ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	Domestic Tourist	Tourist	
การประชาสัมพันธ์	3.73	3.42	3.54
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.17	4.22	4.20
ความน่าสนใจของอาหารและสินค้าที่ นำเสนอภายในงาน	4.47	4.61	4.56
ราคาอาหาร/สินค้าที่จำหน่ายในงาน	3.97	4.24	4.14
ความพึงพอใจโดยรวม	4.37	4.38	4.37

ตารางที่ 28 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
แนะนำ	100.00	80.00	87.50
ไม่แนะนำ	-	20.00	12.50
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 29 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวต่างชาติใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
โทรศัพท์	13.33	4.00	7.50
ไลน์	33.33	14.00	21.25
เฟสบุ๊ก	26.67	28.00	27.50
อื่นๆ (เช่น WhatsApp)	30.00	46.00	40.00

ตารางที่ 30 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวต่างชาติที่จะกลับมาร่วมงานอีก

การกลับมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	Domestic Tourist	Tourist	
กลับมา	83.33	67.92	74.74
ไม่แน่ใจ	16.67	32.08	25.26
รวม	100.00	100.00	100.00

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 31 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)		
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	100.00	66.67	71.43
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	100.00	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	100.00	83.33	85.71
ความพึงพอใจโดยรวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)		
	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการ	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.00	3.83	3.86
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	4.00	4.50	4.43
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	4.00	4.00	4.00
ความพึงพอใจโดยรวม	4.00	4.17	4.14

กรอบแนวคิดในการประเมินผล

ขอบเขตของการประเมินผล

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

แนวทางการประเมินผล

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

ในส่วนของการนับจำนวนผู้ที่สนใจมาร่วมงาน ที่ปรึกษาจะพิจารณาลักษณะการมาร่วมงานและพฤติกรรมของผู้ร่วมงานเพื่อเลือกวิธีการนับจำนวนที่เหมาะสม อาทิ ในบริเวณที่มีการร่วมงานหนาแน่นมากที่ปรึกษาจะใช้วิธีการคำนวณจากพื้นที่ที่สามารถยืนร่วมงานได้คูณด้วยความหนาแน่นของผู้ร่วมงานต่อ 1 ตารางเมตร ในบริเวณที่มีจำนวนผู้ร่วมงานเบาบาง ที่ปรึกษาจะใช้วิธีการตรวจนับแบบคาดคะเน เป็นต้น

รายงานฉบับนี้จะนำเสนอผลการประเมินรายกิจกรรม ส่วนการวิเคราะห์และประเมินผลในภาพรวมจะนำเสนอไว้ในรายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการประเมินผลการจัดกิจกรรมสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2562”

ทฤษฎี 5A ที่ ททท. ประยุกต์ใช้ ประกอบด้วย

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

กลุ่มเป้าหมายและจำนวนข้อมูลที่จัดเก็บ

การสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการประเมินงานกิจกรรมที่อยู่ในแผนงานตลาดต่างประเทศ ที่ปรึกษาได้จัดเตรียมแบบสอบถาม 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย สำหรับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ร่วมงานชาวไทย และแบบสอบถามภาษาอังกฤษสำหรับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ จำนวนผู้ร่วมงานที่สำรวจความคิดเห็นในแต่ละกิจกรรมจะถูกปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มที่มาร่วมงานและการให้ความร่วมมือของผู้ร่วมงาน กล่าวคือ ในกิจกรรมที่มีผู้ร่วมงานชาวต่างชาติน้อยมาก ที่ปรึกษาจะสำรวจความคิดเห็นในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทยเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุนี้ จำนวนที่สำรวจในแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรม สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival 2019 ในแต่ละกลุ่มสรุปได้ดังนี้

- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 240 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 238 ราย
- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวต่างชาติ – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มีจำนวน 80 ราย โดยในส่วนที่มีการตอบในประเด็นหลักๆ ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้มีทั้งสิ้น 80 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทยและชาวต่างชาติ การวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานกลุ่มอื่นๆ รวมถึงการสังเกตการณ์ โดยจำนวนที่สัมภาษณ์แต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะงานและพฤติกรรมของผู้ที่มาร่วมงาน

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 Thai Taste Festival 2019

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 Thai Taste Festival ก่อนมาร่วมงานหรือไม่ และจากสื่อใด

ทราบก่อนมาร่วมงาน จากสื่อ... (สามารถระบุได้มากกว่า 1 ประเภท)

- โทรทัศน์ในประเทศ ช่อง..... วิทยุ สถานี หนังสือพิมพ์ในประเทศ
 นิตยสารในประเทศ โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต/ FB/ IG/ line
 จาก Call center 1672 ของ ททท. เพื่อน/ญาติ อื่นๆ ระบุ

ไม่ทราบมาก่อน มาร่วมงานโดยบังเอิญ

5. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ**อาหารที่จำหน่ายภายในงาน**ที่ท่านได้รับมีความน่าสนใจหรือไม่

น่าสนใจ ไม่น่าสนใจ เพราะ

6. วันนี้ท่าน**ตั้งใจ**มาร่วมงาน Amazing Thai Taste Festival ใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

7. การเดินทางมาที่นี้ในวันนี้ 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. ความน่าสนใจของอาหารและสินค้าที่นำเสนอภายในงาน	5	4	3	2	1
4. ราคาอาหารและสินค้าที่จำหน่ายในงาน	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

9. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานนี้หรือไม่

แนะนำ ผ่านทาง โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก อื่นๆ
 ไม่แนะนำ เพราะ

10. ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

.....

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 visiting Bangkok in this time: To join this festival For holiday To do business/ live in Bangkok
- Do you come here with tour/ agency? Yes No
- Have you been informed about **Amazing Thai Taste Festival**? And from which sources?

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

- | | | | |
|---|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> TV channel..... | <input type="checkbox"/> Radio channel | <input type="checkbox"/> Newspaper | <input type="checkbox"/> Magazine |
| <input type="checkbox"/> Poster/ Billboard | <input type="checkbox"/> Brochure | <input type="checkbox"/> Internet/ FB/ IG/ line | <input type="checkbox"/> TAT Call center |
| <input type="checkbox"/> Friends/ relatives | <input type="checkbox"/> others, pls specify..... | | |

No, I never heard about it.

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

8. Your approximate spending for today

- | | |
|---|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> Food & beverage | Baht/ Person/ Day |
| <input type="checkbox"/> Shopping | Baht/ Person/ Day |
| <input type="checkbox"/> Transportation to this place (e.g. Taxi) | Baht/ Person/ Day |
| <input type="checkbox"/> Accommodation (e.g. Hotel) | Baht/ Person/ Day |
| <input type="checkbox"/> 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 festival	5	4	3	2	1
2. The interest of activities in this festival	5	4	3	2	1
3. The interest of food/ product presented in this festival	5	4	3	2	1
4. Price of food/ product sold in this festival	5	4	3	2	1
5. Overall satisfaction	5	4	3	2	1

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

- Yes in which channel... Telephone Line Facebook Others,
- No because

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

12. Your suggestions

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติในภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 17 มิถุนายน 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 Thai Taste Festival** 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 ขอขอบคุณในความร่วมมือนะมา 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