

ชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง เสน่ห์สุพรรณ บ้านหินเอย

รายงานผลการประเมินราชภัฏกรมชัยภูมิสมบูรณ์

สรุปผลการประเมินการจัดงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง

วันที่จัดงาน	29-31 มีนาคม 2562
สถานที่จัดงาน	บริเวณโรงละครแห่งชาติภาคตะวันตกและ หน้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จังหวัดสุพรรณบุรี
จำนวนผู้ร่วมงาน	ชาวไทย 2,100 คน (100.00%) ชาวต่างชาติ - คน (0.00%) รวม 2,100 คน
อัตราการรับทราบข่าวการจัดงาน	ผู้ร่วมงานชาวไทย 90.39% (เป็นอัตราการรับทราบของกลุ่มที่มาร่วมงาน ไม่ใช่การรับทราบโดยทั่วไป)
เงินหมุนเวียน/ เงินสะพัด	ชาวไทย 1.37 ล้านบาท ชาวต่างชาติ - ล้านบาท รวม 1.37 ล้านบาท
ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน	ชาวไทย การประชาสัมพันธ์ 76.61% ประเภทของกิจกรรม 77.21% เนื้อหาที่น่าสนใจ 80.09% ความพึงพอใจโดยรวม 79.07%
ตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ดัชนีที่ 1 - จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1,000 คน ผลลัพธ์ - จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่ 605 คน 😞 (ต่ำกว่าเป้าหมาย 39.50%) ดัชนีที่ 2 - ผู้ร่วมงานชาวไทยไม่น้อยกว่า 70% รับรู้ Content หลักของภูมิภาค ผลลัพธ์ - ชาวไทย 79.04% รับรู้ Content หลักของภูมิภาค 😊 (สูงกว่าเป้าหมาย 9.04%)

การวิเคราะห์ SWOT Analysis งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง

จุดแข็ง (Strengths)

- ดนตรีไทยมีอัตลักษณ์และประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ
- สุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีเสน่ห์ในหลายด้านทั้งแหล่งท่องเที่ยว ตลาดโบราณ รวมถึงศิลปไทย
- สุพรรณบุรีอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีที่พักรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้

จุดอ่อน (Weaknesses)

- สถานที่จัดงานอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุพรรณบุรี ดังนั้น ผู้ที่มาร่วมงานจึงจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบในกิจกรรมประเภทนี้เท่านั้น
- ป้ายประชาสัมพันธ์มีขนาดเล็ก ไม่โดดเด่น มีจำนวนไม่มากและไม่ได้ติดในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
- ร้านค้าที่มาออกร้านมีจำนวนน้อย บางร้านสินค้าไม่น่าสนใจเท่าที่ควร
- การเดินทางมาร่วมงานไม่สะดวกโดยเฉพาะสำหรับผู้ที่ไม่มียานพาหนะเป็นของตนเอง รถโดยสารหยุดให้บริการเวลา 18.00 น.
- สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งสำหรับรับประทานอาหาร ที่จอดรถมีน้อย

SWOT

โอกาส (Opportunities)

- ศิลปะการแสดงและดนตรีไทยมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความน่าสนใจ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในปัจจุบันทำให้ความชื่นชอบในกิจกรรมประเภทนี้จำกัดเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น หาก ททท. จะจัดกิจกรรมในลักษณะนี้ในครั้งต่อไป ททท. ควรกำหนดเป้าหมายกลุ่มผู้ร่วมงานให้ชัดเจนว่าต้องการกลุ่มเฉพาะที่มาร่วมงาน (ซึ่งจะมีจำนวนไม่มาก) หรือคาดหวังที่จะเห็นผู้ร่วมงานจำนวนมาก การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำให้การวางแผนงานในด้านต่างๆ ตั้งแต่สถานที่จัดงาน รูปแบบการจัดกิจกรรม และแนวทางการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น และได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง

อุปสรรค (Threats)

- อากาศที่ร้อนจัดอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ลดความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานได้
- สภาพเศรษฐกิจไทยที่ยังอยู่ในช่วงชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

สารบัญ

บทนำ	1
ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)	1
ผลการศึกษา	2
จำนวนผู้ร่วมงาน	2
ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ	2
ผลการประเมินการจัดงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง	2
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำรวจจากภาคสนามงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง	3
ผู้ร่วมงานชาวไทย	4
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	6
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย	7
รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	12
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	13
แบบสอบถามงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง	16

สารบัญชิตาราง

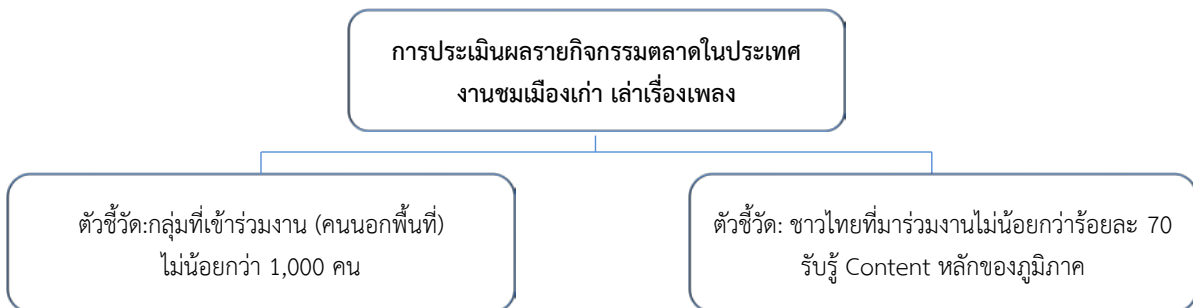
ตารางที่ 1	ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 2	อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 3	ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย	7
ตารางที่ 4	อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 5	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน	8
ตารางที่ 6	อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในทัศนคติของผู้ร่วมงานชาวไทย	8
ตารางที่ 7	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่	9
ตารางที่ 8	อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน	9
ตารางที่ 9	การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย	9
ตารางที่ 10	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย	10
ตารางที่ 11	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป	10
ตารางที่ 12	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย	10
ตารางที่ 13	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน	11
ตารางที่ 14	ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน	11
ตารางที่ 15	ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่ได้รับประสบการณ์ตรงตามแผนงานของ ททท.	11
ตารางที่ 16	คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	12
ตารางที่ 17	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.	12

รายงานการประเมินผลรายกิจกรรม งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง

บทนำ

“งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บรรจู่ไว้ในแผนส่งเสริมตลาดในประเทศ เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น รวมถึงเพื่อเชิดชูศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คนรุ่นใหม่พร้อมสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการจัดงาน ททท. ได้กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นจากชาวไทยที่มาร่วมงาน รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงาน (ระดับกลยุทธ์)



กิจกรรมที่ประเมินในแผนส่งเสริมตลาดในประเทศ

- * งาน More Fun @จันทบุรี
- * งานว่าวประเพณีและว่าวนานาชาติ ครั้งที่ 39
- * งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง
- * งานร้อยเอ็ด เจ็ดย่านอาร์ต
- * งานเทศกาลอาหารถิ่น FIN งาน ART
- * งาน Best of Coffee&Tea @Chiangrai

ผลการศึกษา

วันที่จัดงาน: 29-31 มีนาคม 2562

สถานที่จัดงาน: บริเวณโรงละครแห่งชาติภาคตะวันตกและหน้าพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดสุพรรณบุรี

จำนวนผู้ร่วมงาน

การจัดงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง ในระหว่างวันที่ 29-31 มีนาคม 2562 มีผู้ที่สนใจมาร่วมงานประมาณ 2,100 คน ทั้งหมดเป็นชาวไทย

ผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงาน (คน)	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
ชาวไทย	2,100	100.00
ชาวต่างชาติ	-	0
รวม	2,100	100.00

ประโยชน์จากการจัดงานกับกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

การใช้จ่ายของผู้ที่มาร่วมงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง ได้กระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมเป็นมูลค่า 1.37 ล้านบาท จำแนกเป็นเงินหมุนเวียนทางตรง (การใช้จ่ายจากผู้ที่มาร่วมงาน) 0.95 ล้านบาท และเงินหมุนเวียนทางอ้อม 0.42 ล้านบาท

เงินหมุนเวียนจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมงาน (ล้านบาท)			เงินหมุนเวียนจำแนกตามลักษณะการใช้จ่าย (ล้านบาท)		
ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
1.37	0	1.37	0.95	0.42	1.37

หมายเหตุ: เงินหมุนเวียนข้างต้นไม่นับรวมงบประมาณที่ใช้ในการจัดงาน (อาทิ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าจ้างนักแสดง ฯลฯ)

ผลการประเมินการจัดงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการสำรวจ	เปรียบเทียบเป้าหมาย	ผลลัพธ์
จำนวนผู้ร่วมงานนอกพื้นที่	1,000 คน	605 คน	-39.50%	☹️
อัตราการรับรู้ Content หลักของภูมิภาค	อย่างน้อย 70%	79.04%	+9.04%	😊

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญจากภาคสนาม
งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง

ผู้ร่วมงานชาวไทย

ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 71.18 เป็นผู้ที่พำนักในจังหวัดสุพรรณบุรี อีกร้อยละ 21.83 เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เหลือร้อยละ 6.99 เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ อาทิ อ่างทอง ชัยนาท (ตารางที่ 1) ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีอายุอยู่ในช่วง 18-24 ปี (ร้อยละ 29.26) กลุ่มที่พบมากรองลงมาเป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 25.33) และช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 20.09) สัดส่วนการร่วมงานช่วงอายุอื่นๆ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

การสำรวจลักษณะการมาร่วมงาน พบว่า ชาวไทยนิยมเดินทางมาร่วมงานแบบกลุ่ม (มากับครอบครัวหรือมากับเพื่อน) มากกว่าเดินทางมาร่วมงานเองเพียงลำพัง (ตารางที่ 3)

การรับรู้ข่าวการจัดงาน ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ และความตั้งใจมาร่วมงาน

เนื่องจากสถานที่จัดงานอยู่ห่างไกลจากจุดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในจังหวัดสุพรรณบุรี อีกทั้งพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอยู่ในระหว่างปิดปรับปรุง ดังนั้น การมาร่วมงานจึงหมายถึงต้องทราบข่าวการจัดงานมาก่อน ส่งผลให้อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานของผู้ที่มาร่วมงานมีสูงถึงร้อยละ 90.39 อย่างไรก็ตาม อัตราการรับทราบนี้ไม่ได้สะท้อนถึงการรับทราบข่าวการจัดงานของชาวไทยโดยทั่วไป

การสำรวจภาคสนาม พบว่า ช่องทางที่ทำให้ชาวไทยที่มาร่วมงานรับทราบข่าวการจัดงาน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์/ แผ่นป้าย (ร้อยละ 37.68) การบอกต่อของเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 35.75) และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (ร้อยละ 18.84) แต่หากพิจารณาช่องทางการรับทราบจำแนกตามถิ่นที่อยู่ของผู้มาร่วมงาน พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์/ แผ่นป้ายให้ผลดีกับผู้ร่วมงานที่มีถิ่นพำนักในจังหวัดสุพรรณบุรี ขณะที่ผู้ร่วมงานที่เป็นคนนอกพื้นที่ (หรือที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ) ส่วนใหญ่ทราบข่าวการจัดกิจกรรมนี้จากการบอกต่อของเพื่อน/ญาติ รายละเอียดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ แสดงในตารางที่ 5

เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจในเนื้อหาที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง เกือบทุกรายที่มาร่วมงาน (ร้อยละ 96.51) กล่าวว่า มีความน่าสนใจ (ตารางที่ 6) ส่วนผู้ที่ทราบข่าวการจัดงานเกือบทุกราย (ร้อยละ 99.03) ล้วนตั้งใจเดินทางมาร่วมกิจกรรมนี้ (ตารางที่ 8)

ความพึงพอใจของชาวไทยที่มาร่วมงาน

ในภาพรวมชาวไทยที่มาร่วมงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง พอใจกับการจัดงานครั้งนี้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20=พอใจในระดับมาก) ผู้ที่พอใจในระดับมากขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 79.07 ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้




- ❖ ร้อยละ 76.61 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับการประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 77.21 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14 เท่ากับ พอใจในระดับมาก)
- ❖ ร้อยละ 80.09 พอใจในระดับมากขึ้นไปกับความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21 เท่ากับ พอใจในระดับมากที่สุด)

การบอกต่อ

ชาวไทยที่มาร่วมงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง ร้อยละ 93.01 กล่าวว่า จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานโดยส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่าน Facebook และ Line

อัตราการรับรู้ Content หลักของภูมิภาค

เมื่อสอบถามถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาร่วมงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง ชาวไทยที่มาร่วมงานร้อยละ 79.04 กล่าวว่า กิจกรรมภายในงานได้สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวมรดกแห่งสยาม (งานศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นมรดกของไทย/ ทำให้ได้เรียนรู้และสัมผัสคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมไทย)

ผลการวิเคราะห์ 5A - ผู้ร่วมงานชาวไทย			
อัตราการรับรู้	90.39%	 37.68%  35.75%  18.84%	
อัตราการชื่นชอบ Content	96.51%		
อัตราความต้องการเดินทางตาม Content	99.03%		
อัตราความพึงพอใจ	ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย
	การประชาสัมพันธ์	76.61%	4.02
	ประเภทของกิจกรรม	77.21%	4.14
	เนื้อหาที่น่าสนใจ	80.09%	4.21
	ความพึงพอใจโดยรวม	79.07%	4.20
การบอกต่อ	93.01%		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง ได้แสดงความ
คิดเห็นจำนวน 12 ราย ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภทหน่วยงาน	จำนวนรายที่แสดงความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐ	9	75.00
ผู้ประกอบการ	2	16.67
สื่อมวลชน	1	8.33
รวม	12	100.00

ความพึงพอใจจากการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท. ในการจัดงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง
แสดงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.75=พอใจในระดับมากที่สุด) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกราย
(ร้อยละ 100.00) ที่แสดงความคิดเห็นต่างพอใจในระดับมากขึ้นไป ส่วนความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ
สามารถสรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 16-ตารางที่ 17)

- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.
(ค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 100.00 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะตรงกับความต้องการของพื้นที่
(ค่าเฉลี่ย 4.58 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)
- ❖ ร้อยละ 91.67 พพอใจในระดับมากขึ้นไปกับกิจกรรมที่จัดเพราะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่
พื้นที่มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.58 เท่ากับ พพอใจในระดับมากที่สุด)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้ร่วมงานชาวไทย

ตารางที่ 1 ถิ่นที่อยู่ของผู้ร่วมงานชาวไทย

ถิ่นที่อยู่	ร้อยละของผู้ร่วมงาน
สุพรรณบุรี	71.18
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	21.83
จังหวัดอื่นๆ (เช่น อ่างทอง ชัยนาท)	6.99

ตารางที่ 2 อายุของผู้ร่วมงานชาวไทย

อายุ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
18-24 ปี	30.67	24.00	31.25	29.26
25-34 ปี	17.18	32.00	12.50	20.09
35-44 ปี	25.15	30.00	12.50	25.33
45-54 ปี	14.72	6.00	6.25	12.23
55-64 ปี	8.59	6.00	31.25	9.61
มากกว่า 64 ปี	3.69	2.00	6.25	3.48
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะการมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทย

ลักษณะการมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
มากับเพื่อน	41.10	60.00	25.00	44.10
มากับครอบครัว	49.70	36.00	68.75	48.03
มาคนเดียว	9.20	4.00	6.25	7.87
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 อัตราการรับทราบข่าวการจัดงานในกลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย

การรับทราบข่าวการจัดงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ทราบ	91.41	92.00	75.00	90.39
ไม่ทราบ	8.59	8.00	25.00	9.61
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยรับทราบข่าวการจัดงาน

ช่องทางการรับทราบ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรทัศน์	2.68	8.70	-	3.86
วิทยุ	10.07	8.70	-	9.18
หนังสือพิมพ์	1.34	4.35	-	1.93
โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา	46.31	10.87	33.33	37.68
แผ่นพับ	6.04	-	-	4.35
อินเทอร์เน็ต	15.44	28.26	25.00	18.84
TAT Call Center	2.68	-	16.67	2.90
เพื่อน/ญาติ	33.56	41.30	41.67	35.75
อื่นๆ	6.04	10.87	-	6.76

ตารางที่ 6 อัตราความน่าสนใจในเนื้อหาที่นำเสนอในทัศนะของผู้ร่วมงานชาวไทย

ความน่าสนใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
น่าสนใจ	97.55	92.00	100.00	96.51
ไม่น่าสนใจ	2.45	8.00	-	3.49
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	92.02	92.00	75.00	90.83
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	7.98	8.00	25.00	9.17
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 8 อัตราความตั้งใจมาร่วมงานของผู้ร่วมงานชาวไทยจำแนกตามการรับทราบข่าวการจัดงาน

ความตั้งใจมาร่วมงาน	ร้อยละของผู้ร่วมงานในแต่ละกลุ่ม		ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	ทราบข่าวการจัดงาน	ไม่ทราบ	
ตั้งใจมาร่วมงาน	99.03	13.64	90.83
ไม่ได้ตั้งใจมาร่วมงาน	0.97	86.36	9.17
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 9 การใช้จ่ายของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	65.03	86.00	68.75	69.87
ค่าซื้อสินค้า	19.02	46.00	25.00	25.33
ค่าเดินทาง	19.02	36.00	18.75	22.71
ค่าที่พัก	0.61	38.00	12.50	9.61

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมงานชาวไทย

หมวดการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (บาทต่อวัน)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	203.77	391.40	258.18	257.94
ค่าซื้อสินค้า	307.10	649.13	250.00	438.79
ค่าเดินทาง	207.74	583.33	566.67	358.46
ค่าที่พัก	500.00	847.37	350.00	786.36

ตารางที่ 11 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่พอใจในระดับมากขึ้นไป

ประเด็นความพึงพอใจ	ร้อยละของผู้ร่วมงานที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 100)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	80.00	60.42	93.33	76.61
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	84.31	53.19	80.00	77.21
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	83.66	66.67	86.67	80.09
ความพึงพอใจโดยรวม	81.70	70.21	80.00	79.07

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจากการร่วมงานผู้ร่วมงานชาวไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
การประชาสัมพันธ์	4.08	3.79	4.13	4.02
ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	4.25	3.74	4.20	4.14
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจ ภายในงาน	4.28	3.94	4.33	4.21
ความพึงพอใจโดยรวม	4.24	4.04	4.27	4.20

ตารางที่ 13 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงาน

การแนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
แนะนำ	93.87	88.00	100.00	93.01
ไม่แนะนำ	6.13	12.00	-	6.99
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 14 ช่องทางที่ผู้ร่วมงานชาวไทยใช้แนะนำเพื่อนให้มาร่วมงาน

ช่องทางที่ใช้แนะนำ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
โทรศัพท์	23.31	24.00	25.00	23.58
ไลน์	41.72	38.00	50.00	41.48
เฟสบุ๊ก	50.92	38.00	37.50	47.16
อื่นๆ	6.13	6.00	6.25	6.11

ตารางที่ 15 ร้อยละของผู้ร่วมงานชาวไทยที่ได้รับประสบการณ์ตรงตามแผนงานของ ททท.

ประสบการณ์ที่ได้รับ	ร้อยละของผู้ร่วมงานจำแนกตามถิ่นที่อยู่			ผลการศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ)
	สุพรรณบุรี	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	จังหวัดอื่นๆ	
กิจกรรมภายในงานสะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวมรดกแห่งสยาม	80.06	74.00	84.38	79.04

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม – ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ตารางที่ 16 คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ร้อยละที่พอใจในระดับมากขึ้นไปจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 100)			
	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคเอกชน	สื่อมวลชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	100.00	100.00	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	100.00	100.00	100.00	100.00
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	88.89	100.00	100.00	91.67
ความพึงพอใจโดยรวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานร่วมกับ ททท.

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจจำแนกตามประเภทหน่วยงาน (คะแนนเต็ม 5)			
	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคเอกชน	สื่อมวลชน	ภาพรวม
ความสะดวกในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ททท.	4.67	5.00	4.00	4.67
กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการของพื้นที่	4.56	5.00	4.00	4.58
กิจกรรมที่จัดกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น	4.56	5.00	4.00	4.58
ความพึงพอใจโดยรวม	4.78	5.00	4.00	4.75

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

ในการประเมินงานกิจกรรมที่อยู่ในแผนงานตลาดในประเทศ ที่ปรึกษาจะจัดเตรียมแบบสอบถามภาษาไทยสำหรับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ร่วมงานชาวไทย ส่วนจำนวนผู้ร่วมงานที่สำรวจความคิดเห็นในแต่ละกิจกรรมจะถูกปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มที่มาร่วมงานและการให้ความร่วมมือของผู้ร่วมงาน สำหรับจำนวนที่สำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาร่วมงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง สรุปได้ดังนี้

- ✦ กลุ่มผู้ร่วมงานชาวไทย – แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมและสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในประเด็นทั่วไปมีทั้งสิ้น 229 ราย ส่วนการสำรวจในประเด็นที่นำมาใช้ตอบตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงานมีจำนวน 295 ราย

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการจัดงานในประเด็นที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าที่เกิดจากการจัดงาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis นอกจากข้อมูลที่สำรวจได้จากผู้ร่วมงานชาวไทย การวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานกลุ่มอื่นๆ รวมถึงการสังเกตการณ์ โดยจำนวนที่สัมภาษณ์แต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะงานและพฤติกรรมของผู้ที่มาร่วมงาน

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

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

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

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
งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก และกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ

1. ที่อยู่ปัจจุบัน สุพรรณบุรี กรุงเทพฯ และปริมณฑล จังหวัดอื่นๆ ระบุ

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

3. วันนี้ท่านมาร่วมงานกับใคร มากับเพื่อน มากับครอบครัว มาคนเดียว

4. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์งานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง 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. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานศิลปวัฒนธรรมทางด้านบทเพลงมีความน่าสนใจหรือไม่

น่าสนใจ ไม่น่าสนใจ เพราะ

6. วันนี้ท่านตั้งใจมาร่วมงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง ใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

7. การเดินทางมาที่ในวันนี้ 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	พอใจน้อยที่สุด
1. การประชาสัมพันธ์/ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน	5	4	3	2	1
2. ประเภทของกิจกรรมที่มีในงาน	5	4	3	2	1
3. ความน่าสนใจของเนื้อหาที่น่าสนใจภายในงาน	5	4	3	2	1
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5	4	3	2	1

9. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาร่วมงานนี้หรือไม่

แนะนำ ผ่านทาง โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก อื่นๆ

ไม่แนะนำ เพราะ

10. ความประทับใจหรือประสบการณ์ใดบ้างที่ท่านได้รับจากการมาร่วมกิจกรรมในวันนี้ (กรุณาเลือกเพียงข้อเดียว)

ได้เห็นงานศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นมรดกของไทย ได้เรียนรู้และสัมผัสคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมไทย

ได้เห็นถึงวิถีชีวิตของไทย ได้เห็นถึงการส่งต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น

11. ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อให้งานนี้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

.....

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ททท. ขอยืนยันว่าความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปประมวลผลทางสถิติใน ภาพรวมเท่านั้น และเพื่อให้ผลการศึกษานำไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น โปรดตอบให้ครบทุกข้อและเป็นข้อมูลที่สะท้อนจากความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง โดยท่านสามารถส่งแบบสอบถามกลับมายัง ททท. หรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ (ciri2547@gmail.com) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่ ททท. มอบหมายให้เป็นผู้วิเคราะห์ผล **รบกวนส่งกลับภายในวันที่ 10 เมษายน 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. จากการดำเนินงานชมเมืองเก่า เล่าเรื่องเพลง 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
ทฤษฎี☞

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม

1600 อ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

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