

รายงานการประเมินการจัดงาน
KHONKAEN COUNTDOWN 2026
ประจำปี 2569

งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2569

"ECOSYSTEM"

KHONKAEN COUNTDOWN 2026



รายงานการประเมินการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2569
ที่จัดทำขึ้นโดยเทศบาลนครขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ 2569

เทศบาลนครขอนแก่น

คำนำ

การจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2569 ที่จัดขึ้นโดยเทศบาลนครขอนแก่น เป็นส่วนหนึ่งของงานยุทธศาสตร์ของเทศบาลนครขอนแก่น ที่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ “ขอนแก่นมหานคร เมืองแห่งความสุข” มีพันธกิจและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมือง 4 พันธกิจ 5 ยุทธศาสตร์ ซึ่งงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2569 เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต โดยมีแนวทางการดำเนินนโยบายส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับกิจกรรมศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี กีฬา นันทนาการ และเทศกาลต่างๆ ที่ว่าด้วยเรื่องการพัฒนานครขอนแก่นให้เป็นนครแห่งการประชุมสัมมนาและเป็นศูนย์กลางพาณิชยกรรมของภูมิภาค (MICE) คือ กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ที่เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง เนื่องด้วยจังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมในด้านสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและที่พัก ห้องประชุมสัมมนา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ประกอบกับการเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรม

เทศบาลนครขอนแก่นได้ตระหนักถึงความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้านนี้ จึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2569 KhonKaen Countdown 2026 “ECOSYSTEM” ขึ้นเพื่อให้ชาวขอนแก่น และนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ ได้มีสถานที่ร่วมทำกิจกรรมส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ นับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่ พ.ศ.2569 ไปพร้อมๆ กัน เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าและสร้างสรรค์ เพื่อความสุขของประชาชนและกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของเทศบาลนครขอนแก่น ดังนั้นเพื่อที่จะทราบผลสัมฤทธิ์จากการจัดงาน คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการประเมินการจัดงาน เพื่อให้เทศบาลนครขอนแก่นนำผลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงการจัดงานครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น

คณะผู้วิจัย

นายจักรพรรชัย วีรโพธิ์พงศ์

นายกฤษฎาพร สีนชัย

อ.ดร.ณัฐ ชัยเจริญ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินลักษณะผู้เข้าร่วมงานจำนวนผู้เข้าร่วมงานและที่มาของผู้เข้าร่วมงาน, วัตถุประสงค์ของการจัดงาน, ประสิทธิภาพของสื่อ, ความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน, ความคิดเห็นต่อกิจกรรมภายในงาน และประมาณการเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2569 KhonKaen Countdown 2026 “ECOSYSTEM” ตามนโยบายการบริหารงานของเทศบาลนครขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research design) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบออฟไลน์ (Offline Questionnaire) จำนวน 280 ชุด ในวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ตั้งแต่เวลา 22.00 น. ไปจนถึง 1 มกราคม 2569 เวลา 00.30 น. สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) และ แบบสอบถามแบบออฟไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 202 ชุด ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2569 – 5 มกราคม 2569 สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 482 ตัวอย่าง

ผลการประเมินการจัดงานมีผู้เข้าร่วมงานส่วนที่ผ่านประตูเข้างาน ผ่านการนับและติดสัญลักษณ์เป็นสติ๊กเกอร์ เข้ามาบริเวณที่จัดงาน รวมทั้งสิ้น ประมาณ 44,490 คน มาจากอำเภอเมืองขอนแก่นประมาณ 37,937 คน คิดเป็นร้อยละ 85.27 ผู้เข้าร่วมงานที่มาจากต่างอำเภอ ประมาณ 2,136 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 ผู้เข้าร่วมงานที่มาจากจังหวัดอื่น ประมาณ 3,946 คน คิดเป็นร้อยละ 8.78 และมีผู้เข้าร่วมงานที่มาจากต่างประเทศ ประมาณ 471 คน คิดเป็นร้อยละ 1.15

1. จากผลการประเมิน ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลทั่วไป จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 482 คน พบว่าผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 58.51) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจาก จังหวัดอื่น (ร้อยละ 28.84) จากต่างอำเภอในขอนแก่น (ร้อยละ 9.54) และชาวต่างชาติ (ร้อยละ 3.11) ตามลำดับในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 60.17) อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 44.81) และประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 37.14)

2. การรับรู้ข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ผู้เข้าร่วมงานมีการรับรู้ข่าวสารล่วงหน้าในระดับสูงมาก (ร้อยละ 94.61) โดยช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุดคือ สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook/Social Media) ร้อยละ 29.87 รองลงมาคือ การบอกต่อจากเพื่อนและคนรู้จัก (Word of Mouth) ร้อยละ 28.38 และป้ายประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 20.65) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการทำตลาดออนไลน์ควบคู่ไปกับการสร้างความประทับใจเพื่อให้เกิดการบอกต่อ

3. ความพึงพอใจและความคิดเห็นต่อการจัดงาน ภาพรวมความสำเร็จของงานอยู่ในเกณฑ์ "ดีมาก" โดยมีค่าเฉลี่ยความตั้งใจในการมาร่วมงานอยู่ที่ 8.42 และความพึงพอใจภาพรวมหลังจบงานอยู่ที่ 8.39 (จากคะแนนเต็ม 10) ด้านสถานที่และความปลอดภัยได้รับการประเมินสูงสุดในระดับ "พึงพอใจมาก"

สำหรับความพึงพอใจต่อกิจกรรมภายในงาน (Event Activities) ผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยสามารถจัดลำดับความนิยมสูงสุดได้ดังนี้:

กิจกรรมไฮไลท์: กิจกรรม Countdown และการแสดงพลุ ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 1 โดยมีผู้เข้าร่วมงาน ร้อยละ 94.08 ระบุว่า "ชื่นชอบ" ซึ่งถือเป็นแม่เหล็กสำคัญของงาน ด้านอาหารและเครื่องดื่ม: บัณฑิตอาหารและเครื่องดื่ม ได้รับความนิยมชื่นชอบร้อยละ 84.92 สะท้อนถึงความหลากหลายและคุณภาพที่ตอบโจทย์ผู้มาเยือน ด้านความบันเทิง: คอนเสิร์ตจากศิลปินได้รับเสียงตอบรับดีเยี่ยม โดยเฉพาะ มิสเตอร์ทิม (ร้อยละ 84.21) และ พี สะเดิด (ร้อยละ 84.19) รวมถึงการแสดงโชว์จาก จา พนม (ร้อยละ 80.30) ด้านบรรยากาศ: การชมความสวยงามของ สวนเรืองแสง ได้รับความนิยมชื่นชอบร้อยละ 83.92 ช่วยสร้างสีสันและจุดถ่ายภาพที่น่าประทับใจให้กับงาน

4. การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) การจัดงานครั้งนี้ก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่นรวมประมาณ 9,974,897.22 บาท (เกือบ 10 ล้านบาท) โดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดังนี้: กลุ่มอำเภอเมืองขอนแก่น: สร้างเงินสะพัดสูงสุด 5.82 ล้านบาท (ร้อยละ 58.39) โดยเน้นการซื้อสินค้าและอาหาร

กลุ่มจังหวัดอื่น: สร้างเงินสะพัดรองลงมา 2.97 ล้านบาท (ร้อยละ 29.78) เป็นกลุ่มที่มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวสูงสุด (6,997 บาท) เนื่องจากการใช้จ่ายค่าที่พักและค่าเดินทาง

กลุ่มต่างประเทศ: สร้างเงินสะพัดประมาณ 0.79 ล้านบาท (ร้อยละ 7.91)

กลุ่มต่างอำเภอ: สร้างเงินสะพัดประมาณ 0.39 ล้านบาท (ร้อยละ 3.92)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย: "ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมนับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่ (Countdown) และการแสดงดนตรีจากศิลปิน ถือเป็นปัจจัยดึงดูดหลัก (Key Magnet) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะเดียวกันข้อมูลด้านเศรษฐกิจระบุว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจาก 'จังหวัดอื่น' จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงสุด (High Purchasing Power)

ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์สำหรับการจัดงานในอนาคต จึงควรมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานคุณภาพของกิจกรรมที่เป็นจุดเด่น (Key Highlights) เพื่อธำรงฐานผู้เข้าร่วมงานเดิม ควบคู่ไปกับการบูรณาการแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มุ่งเป้าเจาะจงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง เพื่อดึงดูดกระแสการเดินทางและยกระดับมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : กิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2569, ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน, ผลการประเมินการเงินสะพัด, KhonKaen Countdown 2026 “ECOSYSTEM”

หมายเหตุการศึกษา : เงินสะพัดในการศึกษานี้ใช้หลักการ มุ่งเน้นหาปริมาณเงินสะพัดที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรืองานที่จัดขึ้น ที่ทำให้เกิดการใช้จ่ายด้วยการตรึงคนเข้าร่วมงานพำนักหรืออยู่ต่อ เพื่อทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้หมายถึงเงินสะพัดที่เกิดขึ้นทั้งหมดในช่วงเทศกาล

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล.....	1
1.2 รายละเอียดโครงการการจัดงาน	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดงาน.....	2
1.4 วัตถุประสงค์ของการประเมิน.....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 วิธีดำเนินการศึกษา	3
2.1 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
2.2 ระเบียบวิธีการศึกษา.....	3
2.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	5
2.4 วิธีการแปรผลความพึงพอใจ.....	5
2.5 วิธีการประเมินเม็ดเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน.....	5
บทที่ 3 ผลการประเมินการจัดงาน	6
3.1 ผลการประเมินส่วนที่ 1 จำนวนผู้เข้าร่วมงาน ลักษณะผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามที่มา	6
3.2 ผลการประเมินส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความตั้งใจ และความพึงพอใจที่มีต่อการจัดงาน	7
3.3 ผลการประเมินส่วนที่ 3 ช่องทางการได้รับข่าวสารของผู้เข้าร่วมงาน	10
3.4 ผลการประเมินส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน.....	11
3.5 ผลการประเมินส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อกิจกรรมในงาน.....	12
3.6 ผลการประเมินส่วนที่ 6 ประเมินเม็ดเงินสะพัด.....	13
3.7 ผลการประเมินส่วนที่ 7 ความคิดเห็นอื่นๆ ที่มีต่อการจัดงาน	20
บทที่ 4 สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	21
4.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาลักษณะกลุ่มตัวอย่าง	21
4.2 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาจำนวนผู้เข้าร่วมงานและที่มาของผู้เข้าร่วมงาน	21
4.3 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาความความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง.....	22
4.4 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสาร	23
4.5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน และกิจกรรมในงาน.....	24
4.6 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาประเมินปริมาณเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน	25
4.7 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา	29
4.8 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	30

สารบัญ (ต่อ)

เอกสารอ้างอิง	32
ภาคผนวก	33
คณะผู้วิจัย	43

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	จำนวนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามช่วงเวลาและจุดทางเข้า	6
ตารางที่ 2	ประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามที่มา.....	6
ตารางที่ 3	ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	7
ตารางที่ 4	รายชื่ออำเภอที่มาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาจากต่างอำเภอ	8
ตารางที่ 5	รายชื่ออำเภอที่มาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาจากจังหวัดอื่น	8
ตารางที่ 6	รายชื่ออำเภอที่มาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาจากต่างประเทศ.....	9
ตารางที่ 7	ผลการประเมินคะแนนความตั้งใจเข้าร่วมงาน และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน	9
ตารางที่ 8	ผลการประเมินการรับรู้ข่าวสารก่อนเข้าร่วมงาน.....	10
ตารางที่ 9	ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร (เลือกได้หลายตัวเลือก)	10
ตารางที่ 10	ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความสะดวกภายในงาน	11
ตารางที่ 11	ผลการประเมินความคิดเห็นต่อกิจกรรมภายในงาน.....	12
ตารางที่ 12	ตารางแสดงข้อมูลการพำนัก และเข้าพักของแต่ละกลุ่ม.....	13
ตารางที่ 13	ตารางร้อยละของวันที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดขอนแก่น (Arrival) (หน่วย: ร้อยละ จำแนกตามกลุ่มที่มา).....	13
ตารางที่ 14	ตารางร้อยละของวันที่เดินทางออกจากจังหวัดขอนแก่น (Departure) (หน่วย: ร้อยละ จำแนกตามกลุ่มที่มา).....	14
ตารางที่ 15	รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากอำเภอเมืองขอนแก่น.....	15
ตารางที่ 16	รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากต่างอำเภอ (จังหวัดขอนแก่น)	16
ตารางที่ 17	รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากจังหวัดอื่น	17
ตารางที่ 18	รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ.....	18
ตารางที่ 19	ตารางสรุปประมาณการเงินสะพัด จำแนกตามกลุ่มที่มาของผู้เข้าร่วมงาน.....	19
ตารางที่ 20	ตารางเปรียบเทียบผู้เข้าร่วมงาน ปี 2568 และปี 2569	21
ตารางที่ 21	ตารางเปรียบเทียบความตั้งใจ และความพึงพอใจในภาพรวมของการจัดงาน ปี 2568 และปี 2569	22
ตารางที่ 22	ตารางเปรียบเทียบช่องทางการรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรก ระหว่างปี 2568 และปี 2569	23
ตารางที่ 23	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการจัดงาน ระหว่างปี 2568 และ ปี 2569.....	24
ตารางที่ 20	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรม ระหว่างปี 2568 และ ปี 2569.....	25
ตารางที่ 25	ตารางเปรียบเทียบเงินสะพัดจากผู้เข้าร่วมงาน ปี 2568 และปี 2569	26

1.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ศูนย์กลางการศึกษา และเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภูมิภาคอินโดจีน มีที่ตั้งอยู่บริเวณกึ่งกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และตอนกลางของกลุ่มประเทศความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (The Greater Mekong Subregion Cooperation, GMSC) และเป็นสี่แยกอินโดจีนของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เนื่องจากเป็นจุดตัดของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ที่เชื่อมระหว่างพื้นที่เศรษฐกิจด้านทิศเหนือ - ทิศใต้ และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 ที่เชื่อมพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก ตะวันตก (East West Economic Corridor) จากเหตุผลดังกล่าวทำให้จังหวัดขอนแก่นมีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การคมนาคมขนส่ง และการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว เทศบาลนครขอนแก่นจึงได้กำหนดแผนพัฒนาศักยภาพนครขอนแก่นเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ซึ่งการพัฒนามิติด้านการท่องเที่ยวของเทศบาลนครขอนแก่น เป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง วันสงท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ของทุกปี หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการจัดงานเฉลิมฉลองหลากหลายรูปแบบและกิจกรรมนันทนาการ อีกทั้งเป็นการอวยพรและส่งมอบความสุขให้แก่กัน เพื่อเป็นสิริมงคลและความเจริญรุ่งเรืองในการดำรงชีวิต ดังนั้น เทศบาลนครขอนแก่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้จัดงานและกิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับประชาชน ชุมชนและภาคธุรกิจ ให้มีการใช้จ่ายใช้สอยมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ในการนี้ เพื่อให้ทราบจำนวนประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงาน และผลการประเมินปริมาณเงินสะพัดของโครงการ ว่าเป็นไปตามนโยบายการส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับกิจกรรมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อรองรับ MICE CITY บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยจะได้นำข้อมูลมาใช้ในการวางแผน/ปรับปรุงและกำหนดแนวทางในการจัดงานคราวต่อไป เทศบาลนครขอนแก่น จึงได้ทำการจ้างสำรวจและจัดเก็บข้อมูลของประชาชนที่เข้าร่วมงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ปีงบประมาณ 2569 ภายใต้ชื่องาน KhonKaen Countdown 2026 “ECOSYSTEM” เพื่อประเมินผลจากการจัดงานนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดแนวทางในการจัดงาน และกำหนดแนวทางในการสร้างเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น

1.2 รายละเอียดโครงการจัดงาน

การจัดงาน KhonKaen Countdown 2026 “ECOSYSTEM” ที่จัดขึ้นโดยเทศบาลนครขอนแก่น เป็นส่วนหนึ่งของงานยุทธศาสตร์ของเทศบาลนครขอนแก่น ที่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ “พัฒนาเมืองสู่สากล สร้างสังคมแห่งความสุข” มีพันธกิจและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมือง 4 พันธกิจ 5 ยุทธศาสตร์ โดยงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต โดยมีแนวทางการดำเนินนโยบายส่งเสริมสนับสนุน และยกระดับกิจกรรมศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี กีฬา นันทนาการ และเทศกาลต่างๆ ที่ว่าด้วยเรื่องการพัฒนาขอนแก่นให้เป็นนครแห่งการประชุมสัมมนาและเป็นศูนย์กลางพาณิชย์กรรมของภูมิภาค คือ กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

งาน KhonKaen Countdown 2026 “ECOSYSTEM” นี้จัดขึ้นที่บริเวณบริเวณประตูเมืองขอนแก่น ในระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2568 เวลา 17.00 น. ถึงวันที่ 1 มกราคม 2569 เวลา 01.00 น. โดยการจัดงานในครั้งนี้ พื้นที่ในบริเวณจัดงานมีกิจกรรมชุ่มจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม กิจกรรมพรีคอนเสิร์ตจากศิลปินดัง Anatomy Rabbit , MR.Team , พี สะเดิด และวงศรีพัชรินทร์แบนด์ กิจกรรมการแสดงพิเศษ จาก พนม นักแสดงแอ็คชั่นระดับฮอลลีวูด ที่มาร่วมแสดงศิลปะการต่อสู้ การแสดงจากเยาวชน การแสดงดนตรีและ Cover Dance จากลูกหลานชาวขอนแก่นและโรงเรียนสอนเต้น กิจกรรมไฮไลท์ของงาน การจุดพลุเฉลิมฉลองรับปีใหม่กว่า 200 นัด

1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดงาน

- 1.3.1 เพื่อสร้างความสุขแก่นักท่องเที่ยวและคนขอนแก่น
- 1.3.2 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมรายได้ให้กับธุรกิจ และภาคบริการในจังหวัดขอนแก่น
- 1.3.3 เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในจังหวัด กระตุ้นให้มีย่านนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายในจังหวัดขอนแก่นมากขึ้น

1.4 วัตถุประสงค์ของการประเมิน

- 1.4.1 เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวางแผน/ปรับปรุงและกำหนดแนวทางในการจัดงานครั้งต่อไป
- 1.4.2 เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายการขับเคลื่อนเมืองด้วยยุทธศาสตร์ MICE & Event City บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
- 1.4.3 เพื่อให้ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงาน และผลการประเมินประมาณการเงินสะพัดที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดงาน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 เทศบาลนครขอนแก่นได้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนและกำหนดแนวทางในการจัดงานครั้งต่อไป
- 1.5.2 เทศบาลนครขอนแก่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ MICE & Event City ให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บังเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของเทศบาลนครขอนแก่นและประโยชน์สุขของคนในพื้นที่

2.1 ขอบเขตของการศึกษา

2.1.1 วัตถุประสงค์การประเมินแบ่งออกเป็นทั้งหมด 7 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ลักษณะผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามที่มา

ส่วนที่ 2 ประเมินลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความตั้งใจ และความพึงพอใจที่มีต่อการจัดงาน

ส่วนที่ 3 ประเมินช่องทางการได้รับข่าวสารที่จะมาเข้าร่วมงาน

ส่วนที่ 4 ประเมินความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน

ส่วนที่ 5 ประเมินความคิดเห็นต่อกิจกรรมภายในงาน

ส่วนที่ 6 ประเมินเม็ดเงินสะพัด

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นอื่นๆ ที่มีการจัดงาน

2.1.2 ดำเนินการเก็บข้อมูล 2 วิธีคือ

2.1.2.1 ใช้แบบสอบถามออฟไลน์ โดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ถาม-ตอบ โดย จำนวน 280 ชุด

2.1.2.2 ใช้แบบสอบถามออนไลน์ สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ส่งให้ ผู้ที่ลงทะเบียนเข้างานที่ทางเข้าหลัก ถนนศรีจันทร์เป็นผู้ทำแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 202 ชุด กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวมเป็น 482 ตัวอย่าง

2.1.3 เก็บสถิติจำนวนผู้เข้าร่วมงานโดยใช้คนนับตามจุดคนเข้างาน ทั้งหมดจำนวน 4 จุด โดยทำเครื่องหมายกับผู้เข้างานด้วยการติดสติ๊กเกอร์ เพื่อไม่ให้เกิดการนับซ้ำภายในงาน

2.1.4 การประเมินทั้ง 7 ส่วนใช้การนับและการสัมภาษณ์แบบสอบถาม ในวันที่ 31 ธ.ค. 2568 เวลา 17.00 น. ถึง 1 ม.ค. 2569 เวลา 01.00 น. บริเวณถนนศรีจันทร์ ในพื้นที่จัดงาน

2.2 ระเบียบวิธีการศึกษา

2.2.1 การประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ตามวัตถุประสงค์ในส่วนที่ 1

ประชากรศึกษา : ประชาชนผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2569

กลุ่มตัวอย่าง : ผู้เข้าร่วมงานที่เดินผ่านจุดนับ ที่ยังไม่มีติดสติ๊กเกอร์

การสุ่มตัวอย่าง : ไม่สุ่มตัวอย่างใช้การนับจำนวนทั้งหมด

วิธีเก็บข้อมูล : นับจำนวนผู้เข้าร่วมงานที่เดินผ่านประตูที่กำหนดไว้ 4 จุด โดยที่ผู้นับทำเครื่องหมายกับผู้ถูกนับ โดยการติดสติ๊กเกอร์ที่เสื้อหรือบริเวณที่สังเกตเห็นได้ เพื่อไม่ให้เกิดการนับซ้ำในกรณีที่ผู้เข้าร่วมงานเดินเข้าออกงานหลายครั้ง

วันเวลาเก็บข้อมูล : ประมาณการด้วยการนับผู้คนเข้างานในวันที่ 31 ธ.ค. 2568 เวลา 17.00 น. ถึง วันที่ 1 ม.ค. 2569 เวลา 01.00 น.

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ : ความถี่

2.2.2 การประเมินที่มาของผู้เข้าร่วมงาน ตามวัตถุประสงค์ใน ส่วนที่ 1

ประชากรศึกษา : ประชาชนผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2569 ที่จุด A1

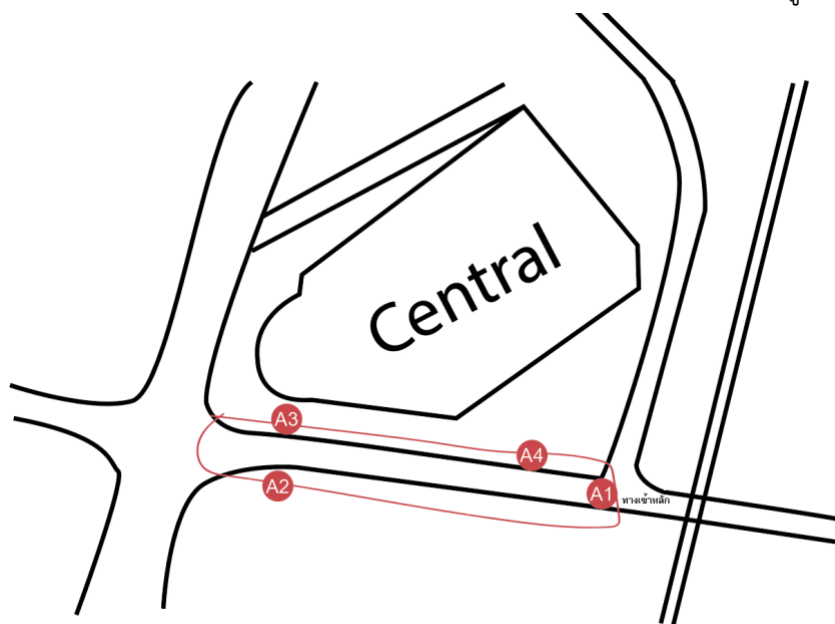
กลุ่มตัวอย่าง : ผู้เข้าร่วมงานที่เดินผ่านจุดนับ ที่ยังไม่มีการติดสติ๊กเกอร์ ที่จุด A1

การสุ่มตัวอย่าง : ไม่สุ่มตัวอย่าง ใช้การนับจากและคัดแยกจากจำนวนผู้ที่เข้า Main Gate A1 ทั้งหมด

วิธีเก็บข้อมูล : ใช้การนับโดยให้ผู้นับซักถามผู้เข้าร่วมงานว่ามาจากที่ใด โดยจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1. ผู้ที่เดินทางมาจากภายในอำเภอเมืองขอนแก่น 2. ผู้ที่เดินทางมาจากต่างอำเภอของจังหวัดขอนแก่น 3. ผู้ที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ 4. ผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศโดยตรง

วันเวลาเก็บข้อมูล : วันที่ 31 ธ.ค. 2568 เวลา 17.00 น. ถึง 1 ม.ค. 2569 เวลา 01.00 น.

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ : หาความความถี่ และค่าร้อยละ เพื่อนำไปหาสัดส่วนจากผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด



ภาพแสดงตำแหน่งทางเข้างานและจุดนับจำนวน 4 จุด ดังนี้

จุด A1 คือ ทางเข้าหลักจากถนนศรีจันทร์ (Main Gate)

จุด A2 คือ ทางเข้าข้างเวทีฝั่งสวนเรืองแสง

จุด A3 คือ ทางเข้าข้างเวทีจากฝั่งเซ็นทรัล

จุด A4 คือ ทางเข้าจากลานเปียร์เซ็นทรัล

2.2.3 การประเมินด้านประสิทธิผลของสื่อ ความคิดเห็น ความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายเงินตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2-7

ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research design) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

ประชากรศึกษา : ประชาชนผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2569

กลุ่มตัวอย่าง : ผู้เข้าร่วมงาน บริเวณทางออกจากงาน

การสุ่มตัวอย่าง : ใช้การสุ่มตามสะดวก Convenience Sampling

วิธีเก็บข้อมูล : ใช้การสอบถาม แบบสอบถามออฟไลน์ และการสอบถามโดยแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 482 ชุด

วันเวลาเก็บข้อมูล : แบบสอบถามออฟไลน์ วันที่ 31 ธ.ค. 2568 เวลา 17.00 น. ถึง 1 ม.ค. 2569 เวลา 00.30 น.

แบบสอบถามออนไลน์ วันที่ 1 – 5 มกราคม 2569

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ : ค่าเฉลี่ย ความถี่ และค่าร้อยละ

2.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

2.3.1 ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายผลในรูปแบบตาราง

2.3.2 เครื่องมือในการวิเคราะห์ ใช้โปรแกรม Microsoft Excel, และ Google Sheet โดยการใช้ Function Formular

2.4 วิธีการแปรผลความพึงพอใจ

การแปรผลระดับความพึงพอใจผู้ประเมินใช้ระบบการวัดแบบ Likert scale หรือ Rating scale (Likert, 1967) โดยใช้วิธีการแปรผลค่าเฉลี่ย 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับ พอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับ พอใจ

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับ เฉยๆ

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับ ไม่พอใจ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับ ไม่พอใจมาก

2.5 วิธีการประเมินเม็ดเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน

ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายต่อหัวในช่วงเทศกาลปีใหม่ (ทั้งหมด 8 วัน) / 8 = ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน → A

ระยะเวลาพำนักในจังหวัดเนื่องด้วยได้มาร่วมงาน (เข้างาน) = จำนวนวันเฉลี่ย → B

หาค่า A x B = เงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน

บทที่ 3 ผลการประเมินการจัดงาน

3.1 ผลการประเมินส่วนที่ 1 จำนวนผู้เข้าร่วมงาน ลักษณะผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามที่มา

ตารางที่ 1 จำนวนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามช่วงเวลาและจุดทางเข้า

ช่วงเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน				รวม
	A1	A2	A3	A4	
17.01-18.00	65	28	-	296	389
18.01-19.00	248	164	-	374	786
19.01-20.00	361	220	-	610	1191
20.01-21.00	1,173	589	-	735	2,497
21.01-22.00	2,549	633	57	1,217	4,456
22.01-23.00	7,851	3,138	57	3,584	14,630
23.01-00.00	10,310	4,017	136	6,072	20,535
00.01-01.00	2	1	0	3	6
รวม	22,560	8,791	250	12,891	44,490

ผลจากการประเมิน จากจุดนับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน รวมทั้งหมดมี 4 จุด มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด 44,490 คน

ตารางที่ 2 ประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงานจำแนกตามที่มา

ที่มาของผู้เข้าร่วมงาน	กลุ่มตัวอย่าง จุดนับ A1	สัดส่วน / ร้อยละ	ประมาณการคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วม งานทั้งหมด (44,490 คน)
อำเภอเมืองขอนแก่น	19,237	85.27	37,937
ต่างอำเภอ	1,083	4.80	2,136
จังหวัดอื่น	1,981	8.78	3,946
ต่างประเทศ	259	1.15	471
รวม	22,560	100.00	44,490

ผลจากการประเมิน มีผู้เข้าร่วมงานรวม 49,400 คน และได้สัดส่วนร้อยละของที่มา ดังนี้ มาจากอำเภอเมืองของแก่น ร้อยละ 89.46, ต่างอำเภอ ร้อยละ 3.80 มาจากจังหวัดอื่น ร้อยละ 5.78 และมาจากต่างประเทศ ร้อยละ 0.96

3.2 ผลการประเมินส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความตั้งใจ และความพึงพอใจที่มีต่อการจัดงาน

ตารางที่ 3 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มา	ความถี่	ร้อยละ
อำเภอเมือง ขอนแก่น	282	58.51
ต่างอำเภอ ขอนแก่น	139	28.84
จังหวัดอื่น	46	9.54
ต่างประเทศ	15	3.11
เพศ	ความถี่	ร้อยละ
หญิง	276	57.26
ชาย	179	37.14
เพศทางเลือก (LGBTQ)	22	4.56
ไม่ประสงค์ตอบ	5	1.04
ช่วงอายุ	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	77	15.98
20-29 ปี	154	31.95
30-39 ปี	86	17.84
40-49 ปี	105	21.78
50 ปีขึ้นไป	60	12.45
อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
ไม่มี/ว่างงาน/กำลังหางาน	18	3.73
นักเรียน/นักศึกษา	153	31.74
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	68	14.11
พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	87	18.05
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	75	15.56
รับจ้างทั่วไป	47	9.75
เกษียณ	23	4.77
อื่นๆ	11	2.29

ตารางที่ 4 รายชื่ออำเภอที่มาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาจากต่างอำเภอ

อำเภอ	ความถี่	อำเภอ	ความถี่
บ้านไผ่	9	บ้านแฮด	1
ชุมแพ	6	พระยืน	1
น้ำพอง	6	อุบลรัตน์	1
ภูเวียง	4	กระนวน	1
พล	3	ไม่ระบุอำเภอ	8
บ้านฝาง	2		
มัญจาคีรี	2		
หนองเรือ	2		

ตารางที่ 5 รายชื่ออำเภอที่มาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาจากจังหวัดอื่น

จังหวัด	ความถี่	จังหวัด	ความถี่
กรุงเทพมหานคร	21	นนทบุรี	2
ชัยภูมิ	14	ลพบุรี	2
มหาสารคาม	11	กาญจนบุรี	2
กาฬสินธุ์	9	มุกดาหาร	1
ชลบุรี (รวมชลบุรี)	8	ชัยนาท	1
ศรีสะเกษ	5	นครศรีธรรมราช	1
สงขลา (รวมหาดใหญ่)	4	สกลนคร	1
สมุทรปราการ	4	น่าน	1
อุดรธานี	3	พระนครศรีอยุธยา	1
นครพนม	3	อำนาจเจริญ	1
ปราจีนบุรี	3	อุบลราชธานี	1
ปทุมธานี	3	นครนายก	1
เลย	3	ยโสธร	1
นครราชสีมา	2	นครปฐม	1
หนองบัวลำภู	2	ประจวบคีรีขันธ์	1
ร้อยเอ็ด	2	นครสวรรค์	1
ระยอง	2	ไม่ระบุจังหวัด	19
เพชรบุรี	2		

ตารางที่ 6 รายชื่ออำเภอที่มาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาจากต่างประเทศ

ประเทศ	ความถี่
จีน	4
ไต้หวัน	3
ฮ่องกง	3
ลาว	3
มาเลเซีย	2
สิงคโปร์	2
สหราชอาณาจักร (อังกฤษ)	2
ฟินแลนด์	2
ฝรั่งเศส	1

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานจากแบบสอบถาม 482 ชุด โดยถามถึง “ความตั้งใจในการมาเข้าร่วมงาน” และถามถึง “ความรู้สึกในภาพรวมของการจัดงาน” โดยให้คะแนน 0-10 ผลการประเมินมีดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการประเมินคะแนนความตั้งใจเข้าร่วมงาน และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน

คะแนน	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	\bar{x}	S.D.
ความตั้งใจในการมาเข้าร่วมงาน	0	1	1	1	2	162	4	25	71	44	171	7.67	2.19
ความรู้สึกในภาพรวมของการจัดงาน	0	2	3	4	3	157	12	40	66	52	143	7.46	2.2

*0 เท่ากับน้อยที่สุด ,10 เท่ากับมากที่สุด

** \bar{x} คือค่าเฉลี่ย , S.D. คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากการประเมิน ผู้เข้าร่วมงานมีความตั้งใจในการมาเข้าร่วมงาน: มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.67 คะแนน โดยมีผู้ให้คะแนนเต็ม 10 มากที่สุดถึง 171 คน สะท้อนว่าผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มีความตั้งใจสูงที่จะมางานนี้ โดยเฉพาะ ผู้เข้าร่วมงานมีความรู้สึกในภาพรวมของการจัดงาน: มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.46 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก โดยคะแนนส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่ 5 และ 8-10 คะแนน

3.3 ผลการประเมินส่วนที่ 3 ช่องทางการได้รับข่าวสารของผู้เข้าร่วมงาน

ผลการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินประสิทธิผลของสื่อ ด้วยแบบสอบถาม 482 ชุด

ตารางที่ 8 ผลการประเมินการรับรู้ข่าวสารก่อนเข้าร่วมงาน

การรับรู้ข่าวสารก่อนมาร่วมงาน	ความถี่	ร้อยละ
รับรู้ข่าวสาร	456	94.61
ไม่รับรู้ข่าวสาร	26	5.39
รวม	482	100.00

ผลการประเมิน ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่เป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 94.61 รับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับการจัดงานล่วงหน้าก่อนเดินทางมา มีเพียงส่วนน้อยประมาณร้อยละ 5.39 ที่ไม่รับรู้ข่าวสาร มาก่อน

ตารางที่ 9 ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร (เลือกได้หลายตัวเลือก)

ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร	ความถี่	ร้อยละ
Facebook/Social media	201	29.87
เพื่อน/คนรู้จัก (รวมการแนะนำ)	191	28.38
ป้ายประชาสัมพันธ์	139	20.65
เว็บไซต์	67	9.96
อื่นๆ (เช่น TikTok, Google)	24	3.57
YouTube	21	3.12
สื่อสิ่งพิมพ์	15	2.23
ข่าวทีวี	11	1.63
วิทยุ	4	0.59
รวม	673	100.00

ผลการประเมิน พฤติกรรมช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีช่องทางการรับข่าวสาร ผ่านสื่อ Facebook และ Social Media อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 29.87 รองลงมาคือ เพื่อน คนรู้จัก และการแนะนำต่อ คิดเป็นร้อยละ 28.38 ตามด้วยป้ายประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 20.65 และผ่านเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 9.96 ตามลำดับ

3.4 ผลการประเมินส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน

ผลการประเมินความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงานที่ได้จากแบบสอบถาม 482 ชุด

ตารางที่ 10 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความสะอาดภายในงาน

ความสะอาดภายในงาน	ความถี่					\bar{X}	S.D.
	ไม่พอใจมาก	ไม่พอใจ	เฉยๆ	พอใจ	พอใจมาก		
ด้านสถานที่จัดงาน	0	2	127	132	221	4.19	0.84
ด้านความปลอดภัย	0	4	137	108	233	4.18	0.88
ด้านแสงสว่างภายในงาน	2	8	165	100	207	4.04	0.94
ด้านการจัดที่จอดรถ	1	28	185	109	159	3.82	0.97
ด้านการให้บริการห้องน้ำ	3	23	207	107	142	3.75	0.95
ด้านที่นั่งพักผ่อน	6	26	205	99	146	3.73	0.99
						3.95	0.93

** \bar{X} คือค่าเฉลี่ย , S.D. คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การแปลผลค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับคะแนนของเบสท์ (สรชัย พิศาลบุตร, 2555)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับ พอดีมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับ พอใจ

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับ เฉยๆ

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับ ไม่พอใจ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับ ไม่พอดีน้อย

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความสะอาดภายในงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสถานที่จัดงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.19) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.18) และด้านแสงสว่างภายในงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.04) ตามลำดับ ในขณะที่ด้านที่นั่งพักผ่อนมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.73) และในภาพรวมความสะอาดภายในงานทั้ง 6 ด้านมี ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.95 อยู่ในระดับพึงพอใจ

3.5 ผลการประเมินส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อกิจกรรมในงาน

ผลการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินความคิดเห็นต่อกิจกรรมภายในงาน จากแบบสอบถาม 482 ชุด ด้วยระดับความพึงพอใจ 3 ระดับ

ตารางที่ 11 ผลการประเมินความคิดเห็นต่อกิจกรรมภายในงาน

กิจกรรม	ไม่ได้เข้าร่วม	ชื่นชอบ	เฉย ๆ	ไม่ชื่นชอบ	\bar{x}	S.D.
คอนเสิร์ตจากศิลปิน มีสเตอร์ทิม	178	256	43	5	1.17	0.42
คอนเสิร์ตจากศิลปิน อนาคตมี แร็ปบิท	151	272	53	6	1.2	0.44
คอนเสิร์ตจากศิลปิน พีสะเดิด	191	245	40	6	1.18	0.43
การแสดงโชว์จาก จา พนม	213	216	46	7	1.22	0.48
คอนเสิร์ตจากศิลปิน ศรีพัชรินทร์แบนด์	201	224	50	7	1.23	0.48
Count down และชมพลุ	144	318	18	2	1.07	0.27
ชมความสวยงามของสวนเรืองแสง	140	287	46	9	1.19	0.45
บูธอาหารและเครื่องดื่ม	124	304	49	5	1.16	0.41
อื่น ๆ	471	8	1	2	1.45	0.82
					1.19	0.47

** \bar{x} คือค่าเฉลี่ย , S.D. คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

กำหนดค่า 1 คือ มีความรู้สึก ชื่นชอบ

กำหนดค่า 2 คือ มีความรู้สึก เฉย ๆ

กำหนดค่า 3 คือ มีความรู้สึก ไม่ชื่นชอบ

การแปลผลค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับคะแนนของเบสท์ (Best, 1977)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.66 หมายถึง ระดับ ชื่นชอบ

ค่าเฉลี่ย 1.67 – 2.33 หมายถึง ระดับ เฉย ๆ

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.00 หมายถึง ระดับ ไม่ชื่นชอบ

ผลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรมภายในงาน จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 482 คน พบว่าผู้เข้าร่วมงานที่ได้ชมหรือร่วมกิจกรรมที่มีในงาน ส่วนใหญ่มีความชื่นชอบต่อกิจกรรมในงานทุกกิจกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ย = 1.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายกิจกรรมพบว่า กิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนความชื่นชอบดีที่สุดคือ กิจกรรม Count down และชมพลุ (ค่าเฉลี่ย = 1.07) รองลงมาคือ บูธอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย = 1.16) และคอนเสิร์ตจากศิลปิน มีสเตอร์ทิม (ค่าเฉลี่ย = 1.17) ตามลำดับ และในภาพรวมความชื่นชอบกิจกรรมในงานมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 1.19 อยู่ในระดับชื่นชอบ

3.6 ผลการประเมินส่วนที่ 6 ประเมินเม็ดเงินสะพัด

3.6.1 ผลการสำรวจเพื่อประเมินเม็ดเงินสะพัดผู้เข้าร่วมงาน

ผลการสำรวจผู้เข้าร่วมงานด้วยแบบสอบถาม 482 ตัวอย่าง มีผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้จ่าย 477 คน โดยมาจาก อำเภอเมืองขอนแก่น 279 คน มาจากต่างอำเภอ 46 คน มาจากจังหวัดอื่น 137 คน และต่างประเทศ 15 คน มีรายละเอียดการใช้จ่ายดังนี้

ตารางที่ 12 ตารางแสดงข้อมูลการพำนัก และเข้าพักของแต่ละกลุ่ม

กลุ่มผู้เข้าร่วมงาน	ระยะเวลาพำนัก* (วัน)	ระยะเวลาเข้าพัก* (คืนเฉลี่ย)
อำเภอเมืองขอนแก่น**	1.04	0.12
ต่างอำเภอ (ในขอนแก่น)	1.22	0.85
จังหวัดอื่น	2.68	2.14
ต่างประเทศ	4.13	3.80

* คำนวณ ระยะเวลาพำนัก หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามตั้งใจจะอยู่ต่อภายในจังหวัดเพื่อที่จะทำกิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาลปีใหม่ต่อไป อาทิเช่น ท่องเที่ยว หรือทำธุระต่อ ส่วนระยะเวลาเข้าพัก หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเข้าพักตามธุรกิจบริการที่พัก

** อำเภอเมืองขอนแก่น เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่ไป-กลับ เพราะบ้านอยู่ในจังหวัดขอนแก่นอยู่แล้ว ค่าตัวเลขที่มากกว่า 1 หมายถึงมาเที่ยวงาน 31 ธ.ค. กลับ วันที่ 1 ม.ค. และมีบางส่วนอยู่ต่อ (ความหมายคือการจัดงานทำให้เกิดการอยู่ต่อ เพื่อวัตถุประสงค์อย่างอื่นจึงมีค่ามากกว่า 1.00)

ผลการประเมิน พบว่า ระยะเวลาพำนัก มากที่สุด คือกลุ่ม ต่างประเทศ รองลงมาคือ จังหวัดอื่น ส่วนระยะเวลาเข้าพัก มากที่สุดคือ กลุ่มต่างประเทศ รองลงมาคือ จังหวัดอื่น เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 13 ตารางร้อยละของวันที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดขอนแก่น (Arrival) (หน่วย: ร้อยละ จำแนกตามกลุ่มที่มา)

กลุ่มที่มา	25 ธ.ค.	26 ธ.ค.	27 ธ.ค.	28 ธ.ค.	29 ธ.ค.	30 ธ.ค.	31 ธ.ค.	รวม (ร้อยละ)
อำเภอเมือง	4.23	6.34	5.28	7.75	11.62	22.18	42.60	100.00
ต่างอำเภอ	0.00	2.17	4.35	2.17	4.35	19.57	67.39	100.00
จังหวัดอื่น	1.46	3.65	5.84	6.57	7.30	27.74	47.44	100.00
ต่างประเทศ	13.33	6.67	6.67	6.67	13.33	13.33	40.00	100.00

**ตารางที่ 14 ตารางร้อยละของวันที่เดินทางออกจากจังหวัดขอนแก่น (Departure) (หน่วย: ร้อยละ
จำแนกตามกลุ่มที่มา)**

กลุ่มที่มา	31 ธ.ค.	1 ม.ค.	2 ม.ค.	3 ม.ค.	4 ม.ค.	5 ม.ค.	รวม (ร้อยละ)
อำเภอเมือง	12.32	68.31	14.79	2.82	1.06	0.70	100.00
ต่างอำเภอ	4.35	73.92	17.39	2.17	2.17	0.00	100.00
จังหวัดอื่น	2.19	52.55	32.12	8.03	3.65	1.46	100.00
ต่างประเทศ	0.00	26.67	40.00	13.33	13.33	6.67	100.00

จากตารางที่ 13 – 14 ผลการประเมินพบว่า กลุ่มอำเภอเมืองขอนแก่น เดินทางเข้ามาหนาแน่นที่สุดในวันที่ 31 ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 42.60 และเดินทางออกมากที่สุดในวันที่ 1 มกราคม คิดเป็นร้อยละ 68.31

กลุ่มต่างอำเภอ เดินทางเข้ามาหนาแน่นที่สุดในวันที่ 31 ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 67.39 และเดินทางออกมากที่สุดในวันที่ 1 มกราคม คิดเป็นร้อยละ 73.92

กลุ่มจังหวัดอื่น เดินทางเข้ามาหนาแน่นที่สุดในวันที่ 31 ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 47.44 และเดินทางออกมากที่สุดในวันที่ 1 มกราคม คิดเป็นร้อยละ 52.55

กลุ่มต่างประเทศ เดินทางเข้ามาหนาแน่นที่สุดในวันที่ 31 ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเดินทางออกมากที่สุดในวันที่ 2 มกราคม คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 15 รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากอำเภอเมืองขอนแก่น

(ประชากรจริง: 37,937 คน | ระยะเวลาพำนักประมาณ: 1.04 วัน)

ประเภทค่าใช้จ่าย (ตามแบบสอบถาม)	จำนวนคนจ่าย (Sample)	ร้อยละ	จำนวนคน สัดส่วนจริง	ค่าเฉลี่ยต่อ หัว	ค่าเฉลี่ย ต่อวัน	เงินสะพัดประมาณ (บาท)
1. ค่าที่พัก	3	1.06%	401	1,000.00	125.00	52,130.00
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	275	96.83%	36,735	453.64	56.71	2,166,357.23
3. ค่าเดินทาง	196	69.01%	26,182	148.42	18.55	505,162.11
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	54	19.01%	7,213	490.74	61.34	460,172.56
5. สถานบันเทิง/ผับ/บาร์	34	11.97%	4,542	591.18	73.90	349,050.00
6. ซื้อสินค้า Shopping	129	45.42%	17,232	396.90	49.61	889,124.42
7. ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	95	33.45%	12,690	335.79	41.97	553,947.79
8. ซื้อของขวัญให้ผู้อื่น	27	9.51%	3,607	344.44	43.06	161,527.41
9. ให้เงินบุตรหลาน/บุพการี	42	14.79%	5,610	480.95	60.12	350,777.14
10. ทำบุญ/ตักบาตร	79	27.82%	10,553	168.10	21.01	230,621.81
11. อื่นๆ	10	3.52%	1,336	320.00	40.00	55,551.38
ผลรวม				4,730.16	591.27	5,824,421.85

ผลการประเมินพฤติกรรมค่าใช้จ่ายและปริมาณเงินสะพัด จากกลุ่มอำเภอเมืองขอนแก่น พบว่า กลุ่มอำเภอเมืองขอนแก่น มีการใช้จ่ายสูงสุด ประเภท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม สร้างเงินสะพัดประมาณ 2,166,357.23 บาท รองลงมาคือ ซื้อสินค้า Shopping และอันดับที่สามคือ ซื้อของฝาก/ที่ระลึก ทั้งกลุ่มสร้างเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน รวมประมาณ 5.82 ล้านบาท

ตารางที่ 16 รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากต่างอำเภอ (จังหวัดขอนแก่น)

(ประชากรจริง: 2,136 คน | ระยะเวลาพำนักประมาณ: 1.22 วัน)

ประเภทค่าใช้จ่าย (ตามแบบสอบถาม)	จำนวนคนจ่าย (Sample)	ร้อยละ	จำนวนคน สัดส่วนจริง	ค่าเฉลี่ยต่อ หัว	ค่าเฉลี่ย ต่อวัน	เงินสะพัด ประมาณ (บาท)
1. ค่าที่พัก	0	0.00%	0	0.00	0.00	0.00
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	46	100.00%	2,136	453.26	56.66	147,645.20
3. ค่าเดินทาง	40	86.96%	1,857	198.75	24.84	56,270.38
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	6	13.04%	279	433.33	54.17	18,411.39
5. สถานบันเทิง/ผับ/บาร์	4	8.70%	186	750.00	93.75	21,243.91
6. ซื้อสินค้า Shopping	22	47.83%	1,022	318.18	39.77	49,588.22
7. ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	19	41.30%	882	310.53	38.82	41,770.10
8. ซื้อของขวัญให้ผู้อื่น	3	6.52%	139	500.00	62.50	10,621.96
9. ให้เงินบุตรหลาน/บุพการี	6	13.04%	279	666.67	83.33	28,325.22
10. ทำบุญ/ตักบาตร	10	21.74%	464	220.00	27.50	15,578.87
11. อื่นๆ	2	4.35%	93	100.00	12.50	1,416.26
ผลรวม				3,950.72	493.84	390,871.51

ผลการประเมินพฤติกรรมค่าใช้จ่ายและปริมาณเงินสะพัด จากกลุ่มต่างอำเภอ พบว่า กลุ่มต่างอำเภอ มีการใช้จ่ายสูงสุด ประเภท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม สร้างเงินสะพัดประมาณ 147,645.20 บาท รองลงมาคือ ค่าเดินทาง และอันดับที่สามคือ ซื้อสินค้า Shopping ทั้งกลุ่มสร้างเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน รวมประมาณ 0.39 ล้านบาท

ตารางที่ 17 รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากจังหวัดอื่น

(ประชากรจริง: 3,946 คน | ระยะเวลาพำนักประมาณ: 2.68 วัน)

ประเภทค่าใช้จ่าย (ตามแบบสอบถาม)	จำนวนคนจ่าย (Sample)	ร้อยละ	จำนวนคน สัดส่วนจริง	ค่าเฉลี่ยต่อ หัว	ค่าเฉลี่ย ต่อวัน	เงินสะพัดประมาณ (บาท)
1. ค่าที่พัก	48	35.04%	1,382	1,166.67	145.83	540,279.19
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	133	97.08%	3,831	550.00	68.75	705,852.34
3. ค่าเดินทาง	120	87.59%	3,456	592.50	74.06	685,916.42
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	26	18.98%	749	738.46	92.31	185,262.34
5. สถานบันเทิง/ผับ/บาร์	18	13.14%	518	916.67	114.58	159,186.13
6. ซื้อสินค้า Shopping	47	34.31%	1,354	420.21	52.53	190,625.09
7. ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	55	40.15%	1,584	450.00	56.25	238,788.00
8. ซื้อของขวัญให้ผู้อื่น	14	10.22%	403	435.71	54.46	58,857.30
9. ให้เงินบุตรหลาน/บุพการี	12	8.76%	346	1,041.67	130.21	120,614.74
10. ทำบุญ/ตักบาตร	42	30.66%	1,210	185.71	23.21	75,264.96
11. อื่นๆ	2	1.46%	58	500.00	62.50	9,648.98
ผลรวม				6,997.60	874.69	2,970,365.49

ผลการประเมินพฤติกรรมค่าใช้จ่ายและปริมาณเงินสะพัด จากกลุ่มจังหวัดอื่น พบว่า กลุ่มจังหวัดอื่น มีการใช้จ่ายสูงสุด ประเภท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม สร้างเงินสะพัดประมาณ 705,852.34 บาท รองลงมาคือ ค่าเดินทาง และอันดับที่สามคือ ค่าที่พัก ทั้งกลุ่มสร้างเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน รวมประมาณ 2.97 ล้านบาท

ตารางที่ 18 รายละเอียดการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ

(ประชากรจริง: 471 คน | ระยะเวลาพำนักประมาณ: 4.13 วัน)

ประเภทค่าใช้จ่าย (ตามแบบสอบถาม)	จำนวนคนจ่าย (Sample)	ร้อยละ	จำนวนคน สัดส่วนจริง	ค่าเฉลี่ยต่อ หัว	ค่าเฉลี่ย ต่อวัน	เงินสะพัด ประมาณ (บาท)
1. ค่าที่พัก	7	46.67%	220	1,357.14	169.64	154,124.64
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	15	100.00%	471	826.67	103.33	200,999.06
3. ค่าเดินทาง	13	86.67%	408	746.15	93.27	157,163.04
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	6	40.00%	188	1,133.33	141.67	110,001.00
5. สถานบันเทิง/ผับ/บาร์	4	26.67%	126	1,250.00	156.25	81,043.75
6. ซื้อสินค้า Shopping	4	26.67%	126	625.00	78.13	40,521.88
7. ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	4	26.67%	126	550.00	68.75	35,658.75
8. ซื้อของขวัญให้ผู้อื่น	0	0.00%	0	0.00	0.00	0.00
9. ให้เงินบุตรหลาน/บุพการี	0	0.00%	0	0.00	0.00	0.00
10. ทำบุญ/ตักบาตร	2	13.33%	63	300.00	37.50	9,726.25
11. อื่นๆ	0	0.00%	0	0.00	0.00	0.00
ผลรวม				6,788.29	848.54	789,238.37

ผลการประเมินพฤติกรรมกรค่าใช้จ่ายและปริมาณเงินสะพัด จากกลุ่มต่างประเทศ พบว่า กลุ่มต่างประเทศ มีการใช้จ่ายสูงสุด ประเภท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม สร้างเงินสะพัดประมาณ 200,999.06 บาท รองลงมาคือ ค่าเดินทาง และอันดับที่สามคือ ค่าที่พัก ทั้งกลุ่มสร้างเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน รวมประมาณ 0.79 ล้านบาท

ตารางที่ 19 ตารางสรุปประมาณการเงินสะพัด จำแนกตามกลุ่มที่มาของผู้เข้าร่วมงาน

กลุ่มผู้เข้าร่วมงาน	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวม ต่อคน (บาท)*	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ วัน (บาท)**	ประมาณการเงินสะพัด รวม (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. อำเภอเมืองขอนแก่น	4,730.16	591.27	5,824,421.85	58.39
2. ต่างอำเภอ (ในขอนแก่น)	3,950.72	493.84	390,871.51	3.92
3. จังหวัดอื่น	6,997.60	874.69	2,970,365.49	29.78
4. ต่างประเทศ	6,788.29	848.54	789,238.37	7.91
รวมทั้งสิ้น	-	-	9,974,897.22	100.00

จากการประเมินโดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมการทำงานที่จริงจัง พบว่างานที่จัดขึ้นเกี่ยวข้องกับการสร้างเงินสะพัดหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่นรวมทั้งสิ้นประมาณ 9,974,897.22 บาท (เกือบ 10 ล้านบาท)

3.7 ผลการประเมินส่วนที่ 7 ความคิดเห็นอื่นๆ ที่มีต่อการจัดงาน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 482 คน พบว่ามีผู้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมไว้จำนวน 50 คน **สัดส่วน:** คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 10.37 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จัดกลุ่มความคิดเห็น (Categorization) ตามประเด็นหลักที่ผู้เข้าร่วมงานเสนอแนะ ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1: การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นประเด็นที่มีการพูดถึงมากที่สุด โดยเน้นไปที่พื้นฐานการบริการภายในงาน:

ห้องน้ำ: ต้องการให้เพิ่มจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอต่อปริมาณคน และเน้นเรื่องความสะอาดตลอดการจัดงาน

ที่จอดรถ: เสนอให้มีการจัดระบบที่จอดรถให้ชัดเจนขึ้น หรือมีรถรับส่งจากจุดจอดรถรอบนอก เนื่องจากหาที่จอดได้ยากในช่วงเวลาพีค

ที่นั่งพัก: อยากให้เพิ่มพื้นที่นั่งพักผ่อนหรือพื้นที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารให้มากขึ้น เนื่องจากพื้นที่เดิมค่อนข้างแออัด

กลุ่มที่ 2: ผังงานและการจัดสรรพื้นที่ (Layout & Space)

ความแออัด: บางส่วนสะท้อนว่าทางเดินในบริเวณบูธอาหารแคบเกินไป ทำให้เดินลำบากในช่วงที่มีคนเยอะ

ป้ายบอกทาง: ต้องการให้มีป้ายบอกทางไปยังจุดต่าง ๆ เช่น จุดประชาสัมพันธ์, เวที หรือห้องน้ำ ให้ชัดเจนและมองเห็นได้ง่ายขึ้น

กลุ่มที่ 3: กิจกรรมและความบันเทิง (Activities & Entertainment)

ความหลากหลายของศิลปิน: ชื่นชมไลน์อัพศิลปินในปีนี้อย่างดี แต่อยากให้มีแนวเพลงที่หลากหลายขึ้นเพื่อตอบโจทย์คนหลายวัย

เวลาการแสดง: บางความเห็นระบุว่าอยากให้กิจกรรมเริ่มเร็วขึ้นเล็กน้อย หรือมีการประชาสัมพันธ์ตารางเวลา (Timetable) ที่ชัดเจนในสื่อออนไลน์ล่วงหน้ากว่านี้

กลุ่มที่ 4: ความปลอดภัยและการจัดการขยะ (Security & Cleanliness)

การจัดการขยะ: เสนอให้เพิ่มถังขยะแยกประเภทตามจุดต่าง ๆ และมีเจ้าหน้าที่จัดเก็บขยะบ่อยขึ้น เพื่อรักษาทัศนียภาพของงาน

แสงสว่าง: ในบางจุดที่เป็นทางเชื่อมหรือจุดจอดรถรอบนอก อยากให้เพิ่มไฟส่องสว่างเพื่อความปลอดภัยของผู้ที่เดินกลับในช่วงดึก

กลุ่มที่ 5: การชื่นชมและภาพรวม (Compliments)

บรรยากาศการจัดงาน: ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ชื่นชมการจัดพลุและสวนเรืองแสงว่ามีความสวยงามมาก

ความเป็นระเบียบ: ชื่นชมเจ้าหน้าที่อาสาสมัครและตำรวจที่คอยอำนวยความสะดวกภายในงานเป็นอย่างดี

บทที่ 4 สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาลักษณะกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (กลุ่มตัวอย่าง 482 คน) ส่วนใหญ่มาจาก อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 58.51 รองลงมาคือ มาจากจังหวัดอื่น ร้อยละ 28.84 มาจาก ต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 9.54 และมาจาก ต่างประเทศ ร้อยละ 3.11 ในส่วนของข้อมูลประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 57.26 เพศชาย ร้อยละ 37.14 และเพศทางเลือก (LGBTQ) ร้อยละ 4.56 ด้านช่วงอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-29 ปี ร้อยละ 31.95 รองลงมาคือช่วงอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 21.78 และช่วงอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 17.84 ตามลำดับ สำหรับด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 31.74 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.05 และ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15.56 ตามลำดับ

4.2 สรุปและอภิปรายผลการศึกษานับจำนวนผู้เข้าร่วมงานและที่มาของผู้เข้าร่วมงาน

ผลการประเมินการจัดงานจากการนับจำนวนผู้เข้าร่วมงานในส่วนที่ผ่านประตูเข้างาน (Gate Count) ผ่านการนับและติดสัญลักษณ์สติ๊กเกอร์เพื่อเข้ามาบริเวณที่จัดงาน รวมทั้งสิ้น ประมาณ 44,490 คน โดยเมื่อจำแนกตามภูมิลำเนาของผู้เข้าร่วมงาน สามารถสรุปได้ดังนี้:

ผู้เข้าร่วมงานที่มาจาก อำเภอเมืองขอนแก่น มีจำนวนประมาณ 37,937 คน (คิดเป็นร้อยละ 85.27)

ผู้เข้าร่วมงานที่มาจาก จังหวัดอื่น มีจำนวนประมาณ 3,946 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.78)

ผู้เข้าร่วมงานที่มาจาก ต่างอำเภอ (ในจังหวัดขอนแก่น) มีจำนวนประมาณ 2,136 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.80)

ผู้เข้าร่วมงานที่มาจาก ต่างประเทศ มีจำนวนประมาณ 471 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.15)

ตารางที่ 20 ตารางเปรียบเทียบผู้เข้าร่วมงาน ปี 2568 และปี 2569

ที่มาของผู้เข้าร่วมงาน	ปี 2568 (31 ธ.ค. 67)	ปี 2569 (31 ธ.ค. 68)	ผลต่าง (คน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
1. อำเภอเมืองขอนแก่น	49,343	37,937	-11,406	-23.11
2. ต่างอำเภอ (ขอนแก่น)	2,704	2,136	-568	-21.00
3. จังหวัดอื่น ๆ	4,995	3,946	-1,049	-21.00
4. ต่างประเทศ	385	471	86	+0.22
รวมผู้เข้าร่วมงาน	57,427	44,490	-12,937	-22.53

เปรียบเทียบการประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมงานการศึกษาในปี 2568 (31 ธันวาคม 2568) ที่มียอดผู้เข้าร่วมงานรวม 57,427 คน กับการศึกษาในครั้งนี้ ปี 2569 (31 ธันวาคม 2569) ที่มียอดรวม 44,490 คน พบนัยยะที่สำคัญ คือ มีผู้เข้าร่วมงานจากระยะไกลลดลง ทั้งผู้เข้าร่วมงานที่มาจากต่างอำเภอ และจังหวัดอื่น ๆ

ลดลงอย่างมีนัยยะถึงร้อยละ 21 ทั้งสองกลุ่ม นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มผู้เข้าร่วมงานหลักจากอำเภอเมืองขอนแก่นมีจำนวนลดลงเช่นกัน ส่วนกลุ่มที่มาจากต่างประเทศไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะมากนัก ภาพรวมจำนวนผู้เข้าร่วมงานในปี 2569 ลดลงจากปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 22.53

4.3 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาคำความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ในประเด็น “ความตั้งใจในการมาเข้าร่วมงาน” (จากฐานข้อมูลจริง) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 8.42 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 10) เมื่อปรับให้อยู่ในเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับของ Likert scale จะได้ค่าเฉลี่ย 4.21 คะแนน ซึ่งสามารถแปลผลค่าเฉลี่ยได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความ “ตั้งใจมาอย่างมาก”

ส่วนในประเด็น “ความพึงพอใจในภาพรวมของการจัดงาน” มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 8.39 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 10) เมื่อปรับให้อยู่ในเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับของ Likert scale จะได้ค่าเฉลี่ย 4.20 คะแนน ซึ่งสามารถแปลผลค่าเฉลี่ยได้ว่ามีความพึงพอใจในระดับ “พึงพอใจมาก”

ตารางที่ 21 ตารางเปรียบเทียบความตั้งใจ และความพึงพอใจในภาพรวมของการจัดงาน ปี 2568 และ ปี 2569

ประเด็น	คะแนน ปี 2568	คะแนน ปี 2569	เปลี่ยนแปลง
ความตั้งใจ	8.68	7.67	-1.01
ความพึงพอใจ	8.53	7.46	-1.07

จากการเปรียบเทียบคะแนนความตั้งใจ และคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมของการจัดงานทั้งสองปี พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงลดลงเล็กน้อย (ประมาณ 1.0 คะแนน) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน 10 คะแนน ทั้งสองปีจัดอยู่ในเกณฑ์ "ดีมาก" (7.0 - 8.9 คะแนน) ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าทั้งสองปีความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นและความรู้สึกในเชิงบวกที่ใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้ เมื่อนำคะแนนปีปัจจุบัน (2569) ไปปรับเทียบเป็นเกณฑ์ 5 ระดับ (Likert Scale) จะพบว่า ความตั้งใจ (7.67): คิดเป็น 3.84 คะแนน (อยู่ในระดับ ตั้งใจมาก)
ความพึงพอใจ (7.46): คิดเป็น 3.73 คะแนน (อยู่ในระดับ พึงพอใจมาก)
สรุปได้ว่า แม้ตัวเลขคะแนนจะมีการปรับลดลงตามสภาพปัจจัยแวดล้อม แต่ภาพลักษณ์และความประทับใจต่อการจัดงานยังคงรักษามาตรฐานความพึงพอใจในระดับสูงได้อย่างต่อเนื่อง

4.4 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสาร

จากตารางหน้าที่ 9 (หรือตารางที่เกี่ยวข้อง) กลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะเข้าร่วมงานได้รับข้อมูลข่าวสารก่อนเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 94.61 (จำนวน 456 คน) ซึ่งสะท้อนว่าผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มีการวางแผนหรือรับรู้ข้อมูลกิจกรรมล่วงหน้า มีเพียงส่วนน้อย ร้อยละ 5.39 (จำนวน 26 คน) ที่ไม่ได้รับรู้ข่าวสารมาก่อน

เมื่อนำกลุ่มที่ไม่ได้รับรู้ข่าวสารมาก่อน (26 คน) ไปวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Crosstab) กับ “ค่าเฉลี่ยความตั้งใจในการมาร่วมงาน” พบว่ามีการกระจายตัวของข้อมูลที่น่าสนใจ กล่าวคือ มีทั้งกลุ่มที่มีความตั้งใจมาสูง (คะแนนความตั้งใจ 6-10 คะแนน) จำนวน 15 คน และกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจมาหรือมาโดยบังเอิญ (คะแนนความตั้งใจ 1-5 คะแนน) จำนวน 11 คน ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 58 ต่อ 42) แสดงให้เห็นว่าแม้จะไม่ได้รับข่าวสารโดยตรง แต่ปัจจัยแวดล้อมหน้างานหรือบรรยากาศก็สามารถดึงดูดกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจมาให้เข้าร่วมงานได้

การรับรู้ข่าวสารก่อนเข้าร่วมงาน 3 อันดับแรก ได้แก่

1. Facebook และ Social Media อื่น ๆ (ร้อยละ 29.87)
2. เพื่อนและคนรู้จักแนะนำ (ร้อยละ 28.23)
3. ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ร้อยละ 20.65)

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมช่องทางการรับรู้ข่าวสาร พบว่าสื่อออนไลน์ (Social Media) และการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) มีคะแนนสูงที่สุดและเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดผู้คน เมื่อประกอบกับการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มักมาเป็นกลุ่ม (เพื่อน/ครอบครัว) จึงสรุปได้ว่า "อิทธิพลจากการชักชวนของคนใกล้ชิด" ผ่านช่องทางโซเชียลและการพูดคุย เป็นกลไกสำคัญที่สุดในการตัดสินใจมาร่วมงานในปี

ตารางที่ 22 ตารางเปรียบเทียบช่องทางการรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรก ระหว่างปี 2568 และปี 2569

ช่องทางการรับข่าวสาร	ปี 2568	ปี 2569
อันดับ 1	เพื่อนและคนรู้จัก แนะนำ	Facebook และ Social Media
อันดับ 2	เฟสบุ๊ก และ Social Media อื่นๆ	เพื่อนและคนรู้จักแนะนำ
อันดับ 3	ป้ายประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ	ป้ายประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ

เปรียบเทียบอันดับช่องทางการรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างทั้ง ปี 2568 และปี 2569 พบว่า 3 อันดับแรกกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะพฤติกรรมการเลือกช่องทางการรับข่าวสาร ที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งสองปี

4.5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาคำความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน และกิจกรรมในงาน

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบการจัดงาน พบว่าผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี โดยสามารถจำแนกตามระดับคะแนนความพึงพอใจได้ดังนี้

1. อยู่ในระดับ “พอใจมาก” (ค่าเฉลี่ยสูงกว่า 4.00) จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่
 1. สถานที่จัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) – เป็นจุดเด่นที่สุดของงาน
 2. การดูแลความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.18) – ได้รับความเชื่อมั่นสูง
 3. ไฟฟ้าส่องสว่างในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) – มีความสว่างเพียงพอและสร้างบรรยากาศได้ดี
2. อยู่ในระดับ “พอใจ” (ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.00) จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่
 1. ที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.82)
 2. ห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.75)
 3. ที่นั่งพัก (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ตารางที่ 23 ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการจัดงาน ระหว่างปี 2568 และ ปี 2569

ระดับความคิดเห็น	ปี 2568	ปี 2569
พอใจมาก	สถานที่จัดงาน การดูแลความปลอดภัย	สถานที่จัดงาน การดูแลความปลอดภัย ไฟฟ้าส่องสว่างในงาน
พอใจ	ไฟฟ้าส่องสว่าง ที่นั่งพัก ห้องน้ำ ที่จอดรถ	ที่จอดรถ ห้องน้ำ ที่นั่งพัก

เปรียบเทียบความคิดเห็นทั้งสองปี 2568 และ 2569 พบว่า กลุ่มตัวอย่างยังให้ความคิดเห็น ความพึงพอใจในระดับและเรื่องคล้าย ๆ กันทั้งสองปี ประเด็นไฟฟ้าส่องสว่างขยับขึ้นมาอยู่ในเกณฑ์พอใจมากเมื่อเทียบกับปีก่อน ในขณะที่เรื่องที่จอดรถ ห้องน้ำ และที่นั่งพัก ยังเป็นประเด็นที่ผู้เข้าร่วมงานเห็นว่าสามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้

สำหรับความคิดเห็นต่อกิจกรรมในงาน ผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจในระดับ “ชื่นชอบ” สูงสุดในกิจกรรม Count down และการชมพลุ (ร้อยละ 94.08) รองลงมาคือ ความหลากหลายของbuffอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 84.92) และคอนเสิร์ตจากศิลปินต่าง ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรม ระหว่างปี 2568 และ ปี 2569

ระดับความคิดเห็น	ปี 2568	ปี 2569
3 อันดับแรก	Count down, ชมพลุ สวนเรืองแสง การแสดงการบินโดรนโชว์	Count down, ชมพลุ ความหลากหลายของbuffอาหาร คอนเสิร์ตจากศิลปิน

เปรียบเทียบผลการศึกษาทั้งสองปี พบว่า กิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ (Count down) และการชมพลุ ยังคงเป็นกิจกรรมไฮไลท์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 1 ครองใจผู้เข้าร่วมงานเหมือนกันทั้งสองปี อย่างไรก็ตาม พบความเปลี่ยนแปลงในลำดับกิจกรรมยอดนิมรองลงมา กล่าวคือ ในปีนี้กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบกับ buffอาหารและเครื่องดื่ม และ คอนเสิร์ตจากศิลปิน เข้ามาอยู่ใน 3 อันดับแรก แทนที่การชมสวนเรืองแสง (ซึ่งเคยเป็นกิจกรรมยอดนิม 3 อันดับแรกในปีก่อน) สะท้อนให้เห็นว่าในปีนี้ ปัจจัยด้านความบันเทิงจากศิลปินและการบริการด้านอาหาร มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน

4.6 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาประเมินปริมาณเงินสะพัดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน

จากการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยคำนวณจากพฤติกรรมการใช้จ่ายจริงของกลุ่มตัวอย่างและจำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด พบว่าการจัดงานครั้งนี้ก่อให้เกิดเม็ดเงินสะพัดหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้นประมาณ 9,974,897.22 บาท

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของเม็ดเงินสะพัดจำแนกตามภูมิสำเนาของผู้เข้าร่วมงาน สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้:

1. บทบาทของคนในพื้นที่ต่อมูลค่ารวม (Volume Impact) กลุ่มผู้เข้าร่วมงานจาก "อำเภอเมืองขอนแก่น" เป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนรวม โดยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 5.82 ล้านบาท หรือร้อยละ 58.39 ของเงินสะพัดทั้งหมด เนื่องด้วยเป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานมากที่สุด (Mass Market) โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนประมาณ 4,730.16 บาท ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่การซื้ออาหาร เครื่องดื่ม

2. ศักยภาพการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างถิ่น (Value Impact) ในแง่ของ "มูลค่าการใช้จ่ายต่อหัว" พบว่า "กลุ่มผู้เข้าร่วมงานจากจังหวัดอื่น" มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงสุดที่ 6,997.60 บาท รองลงมาคือ "กลุ่มชาวต่างประเทศ" เฉลี่ย 6,788.29 บาท ซึ่งสูงกว่าคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจัยสนับสนุน: สาเหตุที่กลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายสูง มาจากโครงสร้างค่าใช้จ่ายที่ครอบคลุม "ค่าที่พัก" และ "ค่าเดินทาง" เป็นหลัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีการพำนักค้างคืน (Overnight Stay) เป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับเมือง โดยกลุ่มจังหวัดอื่นสร้างเงินสะสมได้ถึง 2.97 ล้านบาท (ร้อยละ 29.78) แม้จะมีจำนวนคนน้อยกว่าคนในพื้นที่มากที่สุดก็ตาม

3. กลุ่มต่างอำเภอ เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนเงินสะสมที่น้อยที่สุด ประมาณ 0.39 ล้านบาท (ร้อยละ 3.92) และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่ำที่สุด (3,950.72 บาท) เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับหรือพักอาศัยกับญาติมิตร ทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก

สรุปภาพรวม: โครงสร้างเงินสะสมของงานนี้ขับเคลื่อนด้วย 2 แรงส่งสำคัญ คือ "ปริมาณคน" จากคนในพื้นที่ที่ช่วยกระตุ้นการค้าขายภายในงาน และ "กำลังซื้อ" จากนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ช่วยกระจายรายได้สู่ธุรกิจโรงแรมและภาคบริการที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 25 ตารางเปรียบเทียบเงินสะสมจากผู้เข้าร่วมงาน ปี 2568 และปี 2569

ที่มาของผู้เข้าร่วมงาน	ปี 2568 (ล้านบาท)	ปี 2569 (ล้านบาท)	ผลต่าง (ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลง (%)
1. อำเภอเมืองขอนแก่น	13.4	5.82	-7.58	-56.57
2. ต่างอำเภอ (ขอนแก่น)	0.8	0.39	-0.41	-51.25
3. จังหวัดอื่น	2.5	2.97	0.47	+0.19
4. ต่างประเทศ	2.5	0.79	-1.71	-68.40
รวมเงินสะสมทั้งสิ้น	19.2	9.97	-9.23	-48.07

จากการเปรียบเทียบมูลค่าเงินสะสมรวมระหว่างปี 2568 และ 2569 พบว่าภาพรวมของเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจปีนี้ลดลงจากปีก่อนประมาณร้อยละ 48.07 (ลดลง 9.23 ล้านบาท) โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้:

การเติบโตของกลุ่มจังหวัดอื่น: แม้ภาพรวมรายได้จะลดลง แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวจาก "จังหวัดอื่น" กลับเป็นเพียงกลุ่มเดียวที่มีมูลค่าเงินสะสมเพิ่มขึ้น (จาก 2.50 ล้านบาท เป็น 2.97 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.80) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลพฤติกรรมที่พบว่ากลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุด และมีการพักค้างคืน

การปรับตัวของคนในพื้นที่: กลุ่มอำเภอเมืองขอนแก่น ซึ่งเป็นฐานรายได้หลัก มีมูลค่าลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (ลดลงร้อยละ 56.57) ซึ่งอาจเกิดจากสภาวะเศรษฐกิจที่ทำให้การใช้จ่ายใช้สอยต่อหัวลดลง หรือการปรับเปลี่ยนวิถีค่านิยมที่เน้นความแม่นยำจากกลุ่มตัวอย่างจริงมากขึ้นในปี

กลุ่มต่างประเทศ: มีสัดส่วนลดลงค่อนข้างมาก (ร้อยละ 68.40) เมื่อเทียบกับตัวเลขฐานของปีก่อน

ข้อสรุปเชิงนโยบาย: ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นชัดเจนว่า "นักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด" คือกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงสุดในการช่วยพยุงและกระตุ้นเศรษฐกิจของงานในปีนี้ ท่ามกลางการชะลอตัวของค่าใช้จ่ายจากคนในท้องถิ่น

หมายเหตุการศึกษา : เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้นุ่งเน้นไปที่ปริมาณเงินสะพัดที่เกิดขึ้น และเกี่ยวข้องกับการจัดงาน โดยใช้วิธีหาจำนวนเงินค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน และคูณกับจำนวนคนที่ใช้จ่ายจริง (ประมาณการ) และคูณกับจำนวนวันที่พำนัก หรือตั้งใจพำนักในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งในความเป็นจริงหากไม่คำนึงถึงจำนวนวันที่พำนัก กลุ่มผู้เข้าร่วมงานประมาณ 44,490 คนจะใช้จ่ายในช่วงเทศกาลคือ ตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม 2568 - 1 มกราคม 2569 (8 วัน) ประมาณ 57,357,512.95 บาท (57.3 ล้านบาท)

ความแตกต่างระหว่างปี 2568 และ ปี 2569 ความแตกต่างของการศึกษา มี 3 ประเด็นหลัก

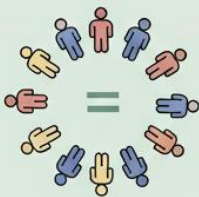
1. ความแตกต่างด้านคำถาม ในปี 2568 การศึกษา ไม่ได้มุ่งเน้นคำว่า เกี่ยวพันมากนัก จึงออกแบบวิธีถามในแบบสอบถามและการเก็บข้อมูลว่า ใช้จ่ายเท่าไรในวันที่ 31 ธันวาคม 2567 ซึ่งโดยปกติเป็นวันที่จัดงานและมีการใช้จ่ายหนักอยู่แล้ว และไม่ได้หาจำนวนผู้ที่ไม่ได้จ่ายในประเภทค่าใช้นั้นมาเป็นตัวอธิบาย (ใช้ค่าเฉลี่ยแทนประชากรทั้งหมด) จึงทำให้อธิบายได้ไม่ชัดเจนมากนักกว่าเงินสะพัดเกี่ยวพันกับการจัดงานจริงเท่าไร แต่ในปี 2569 การศึกษาจึงได้ใช้ หลักการคิด โดยมุ่งเน้นการถามงบประมาณในช่วงเทศกาลปีใหม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเข้าใจได้ง่ายกว่า ถึงแม้เป็นการตอบย้อนหลัง ก็จะได้ข้อเท็จจริงที่มากกว่า “ว่าช่วงปีใหม่” ใช้เงินเท่าไร ซึ่งเอามาเป็นการคำนวณได้ข้อเท็จจริงมากกว่า
2. ความแตกต่างด้านหลักการในการคำนวณ การศึกษาปี 2569 ใช้การแยกผู้ที่ไม่ได้ใช้จ่ายในประเภทการใช้จ่าย ๆ นั้น โดยหาสัดส่วนของผู้ใช้จ่ายจริง แล้วค่อยไปเปรียบเทียบกับจำนวนประชากร (ผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด) แล้วค่อยไปคำนวณเงินสะพัดที่เกิดขึ้นจริง แต่ในปีก่อนหน้านี้การศึกษาค่อนข้างใช้วิธีเหมาไปเลยว่า ทุกคนใช้จ่ายเหมือน ๆ กันทำให้ค่าที่คำนวณ อาจจะไม่ใกล้กับความเป็นจริงมากนัก
3. การใช้ระยะเวลาพำนัก เข้ามามีเป็นตัวคูณ (น้ำหนัก) จากแนวคิดที่ว่า งานทำให้เกิดการใช้จ่าย (การเกี่ยวพัน) การศึกษาในปี 2569 จึงตั้งสมมติฐานว่า งานทำให้เกิดการเกี่ยวพันกับระยะเวลาพำนัก หากมองภาพการท่องเที่ยวจังหวัด เป็นห้างสรรพสินค้า ที่มีลานกิจกรรม การจัดงานเคาท์ดาวน์คือการจัดกิจกรรมในห้างสรรพสินค้านั้น หากทางเลือกที่ ที่จะจัดกิจกรรมในลานจัดกิจกรรม และสามารถตรึงคนไว้ในห้าง ๆ ได้นานขึ้น ย่อมทำให้เกิดการใช้จ่ายเงินที่มากขึ้น การศึกษาในปี 2569 จึงตั้งแนวคิดการหาค่าระยะเวลาพำนักมาคิด เป็นตัวคูณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน เพื่อทราบข้อมูลที่น่าจะตอบ เรื่องความเกี่ยวพันได้ดียิ่งขึ้น

COMPARISON OF 2-YEAR STUDY: 2025 vs 2026

1. Question Differences



2025 Study: Focused on "How much spent Dec 31, 2024?". Assumed all participants spent money (average average used for total population). unclear "sever" "relateless" to event.



Assumes everyone spends same

2. Calculation Principle Differences



New Year
Festival Period



2026 Study: Focused on "Much spent DURING New Year period?". Separated actual spenders. Calculated actual spending vs total participants.

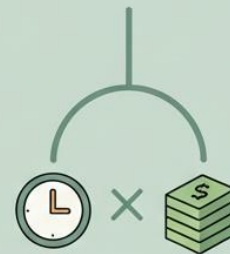


Separates spenders → % of participants → Actual spending

Previous: Averaged for all



3. Duration of Stay as Multiplier



2026 Study: Introduced "Duration of Stay" as a multiplier.

Longer stay = More spending.
Daily average x Duration of Stay.

Analogy: Mall activity keeps people longer = More spending.

4.7 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจ คณะผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและยกระดับการจัดงานในครั้งต่อไป ดังนี้

4.7.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ (Operational Recommendations)

มุ่งเน้นการแก้ปัญหาและยกระดับความพึงพอใจในประเด็นที่คะแนนประเมินยังไม่สูงมากนัก (คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 4.00)

การบริหารจัดการพื้นที่จอดรถและการจราจร: จากผลการสำรวจพบว่า "ที่จอดรถ" เป็นประเด็นที่มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด (3.82) จึงเสนอให้ทางเทศบาลนครขอนแก่น จัดหาที่จอดให้มีความสะดวกมากขึ้น โดยพิจารณาเรื่องแสงสว่างและความปลอดภัยในการจอดด้วย จากพฤติกรรมของการเข้างานจะเห็นได้ว่าการจอดรถเข้างานอย่างมากในช่วงใกล้ จุดพลุ และ Countdown ประมาณ 23.00 น. เป็นต้นไป ผู้เข้าร่วมงานใช้วิธีการมาจอดที่ถนนเทพารักษ์ สถานีรถไฟ เซนทรัล และถนนศรีจันทร์บางจุดแล้วเดินเข้ามาร่วมงานแทน การประชาสัมพันธ์ว่ามีจุดจอดรถตรงไหนก็เป็นสิ่งสำคัญในการอำนวยความสะดวก

การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน: ผลประเมินด้าน "ห้องน้ำ" (3.75) และ "ที่นั่งพัก" (3.73) อยู่ในระดับพอใจแต่ยังสามารถเพิ่มได้อีก ควรพิจารณาเพิ่มจำนวนห้องน้ำเคลื่อนที่ และจัดสรรพื้นที่ "Rest Area" หรือโซนนั่งทานอาหารให้เพียงพอ รองรับพฤติกรรมผู้เข้าร่วมงานที่นิยมซื้ออาหารจากบูธมาทาน

การยกระดับกิจกรรมสวนเรื่องแสง: เนื่องจากความนิยมในกิจกรรมชมสวนเรื่องแสงลดลำดับลงเมื่อเทียบกับปีก่อน จึงเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเป็น ยกตัวอย่างเช่น Interactive Art หรือการใช้เทคโนโลยีแสงสีที่ทันสมัยและแปลกใหม่มากขึ้น เพื่อดึงดูดให้กลับมาเป็นแลนด์มาร์คสำคัญอีกครั้ง

4.7.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendations)

มุ่งเน้นการวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะไกล (High Value Target): จากข้อมูลพบว่ากลุ่มผู้เข้าร่วมงานจาก "ต่างจังหวัด" และ "ต่างอำเภอ" มีจำนวนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (ลดลงร้อยละ 21) แต่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด (ประมาณ 6,997 บาท) นโยบายการประชาสัมพันธ์ในปีหน้าจึงควรเน้น การทำการตลาดข้ามภูมิภาค หรือร่วมมือกับผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก จัดโปรโมชั่น "Stay & Celebrate" เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กลับมาพำนักค้างคืน ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดเงินสะสมได้มากที่สุด

การรักษาฐานกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Youth Engagement): กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 44.81) และรับข่าวสารผ่าน Social Media (ร้อยละ 29.87) การกำหนดธีมงานและรูปแบบศิลปินควรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับกระแสความนิยมของคนรุ่นใหม่ (Trending) ควบคู่ไปกับการสร้างจุดถ่ายภาพ (Insta-worthy Spots) เพื่อให้เกิดการแชร์และบอกต่อในโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารที่ทรงพลังที่สุดของการจัดงานนี้

นโยบายส่งเสริม Soft Power ด้านอาหาร: จากความนิยมใน "บูธอาหารและเครื่องดื่ม" ที่พุ่งสูงขึ้น เป็นกิจกรรมยอดนิยมอันดับ 2 ควรมีการยกระดับโซนอาหารให้เป็น Gastronomy Zone ที่รวบรวมร้านเด็ด ร้านดังของจังหวัด เพื่อใช้เป็นจุดขายหลักควบคู่ไปกับกิจกรรมบันเทิง ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายหมุนเวียน ภายในงานให้สูงขึ้น

4.8 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การประเมินในครั้งนี้ ใช้การศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เข้าร่วมงานมีข้อจำกัดอยู่ 3 ด้าน

1.1 ด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบออฟไลน์ มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลมีเพียง 3-4 ชั่วโมงทำให้ได้แต่ข้อมูลเชิงปริมาณ ที่นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าทางสถิติเท่านั้น อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีความร่วมมือในการตอบคำถามไม่มากนักเนื่องจากต้องการที่จะเข้าร่วมสนุกกับกิจกรรมในงานมากกว่าที่จะให้ข้อมูลกับผู้เก็บข้อมูล ซึ่งอาจจะทำให้ได้รับข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนและมีโอกาสในการสื่อสารประเด็นผิดพลาด

1.2 ด้านสถานที่ สถานที่ในการสอบถามและสัมภาษณ์ ค่อนข้างเป็นอุปสรรคในการได้รับข้อมูลที่มีหลากหลายประเด็น ทำให้ผู้ออกแบบงานวิจัยจำเป็นต้องกระชับข้อคำถาม เพื่อให้สะดวกและเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างและไม่เป็นการรบกวนกลุ่มตัวอย่าง (ผู้เข้าร่วมงาน) มากเกินไป

1.3 ด้านแรงจูงใจในการให้ความร่วมมือ สำหรับการให้ผู้เข้าร่วมงานตอบแบบสอบถามภายหลังจากจบงาน ต้องเป็นของที่มีมูลค่า และน่าสนใจ จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ดำเนินการศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากทั้งหน้างาน (ในระหว่างงาน ท้ายงาน) กับตอนจบงาน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งได้รับความร่วมมือบ้างพอสมควร ในครั้งหน้าหากทางผู้จัดงานมีงบประมาณสำหรับของชำร่วยหรือมีของชำร่วยสนับสนุน เพื่อให้ใช้เป็นแรงจูงใจในการให้ข้อมูล จะทำให้การเก็บข้อมูลหลังจบงาน ได้ผลตอบรับที่ดีมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์มากขึ้นเพราะการตอบแบบสอบถามทันทีในระหว่างมีกิจกรรมหรืองาน บางข้อคิดเห็นยังไม่สามารถเรียบเรียงได้ดีพอ เพราะฉะนั้นควรมุ่งเน้นการศึกษาหรือเก็บข้อมูลหลังจบงาน ซึ่งควรต้องเพิ่มแรงจูงใจในการให้ข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น

2. กลุ่มตัวอย่างบางกลุ่ม เช่นกลุ่มต่างประเทศมีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายไม่สามารถตัดข้อมูล บนและล่าง ได้เลยค่าเฉลี่ยต่าง ๆ จากการใช้จ่ายอาจจะยังไม่สะท้อนข้อมูลจริงของประชากรในการศึกษาทั้งหมด

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อยกระดับการจัดงานและการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

เพื่อให้การจัดงานมหกรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต คณะผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางการศึกษาต่อยอด ดังนี้

3.1 การศึกษาเชิงลึกผ่านมุมมองผู้เชี่ยวชาญ (Expert Opinion) ควรจัดให้มีการศึกษาโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้มีประสบการณ์ด้านการจัดมหกรรม (Mega Event) และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อระดมความคิดเห็นในการกำหนดทิศ

ทางการพัฒนารูปแบบกิจกรรม การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลปีใหม่ รวมถึงการค้นหาและดึง “อัตลักษณ์” ที่โดดเด่นของจังหวัดออกมาใช้เป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นมากยิ่งขึ้น

3.2 การศึกษาความคิดเห็นจากภาคผู้ประกอบการ (Business Sector Perspective) ควรมีการรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว อาทิ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก บริษัทนำเที่ยว และผู้จัดงานอีเวนต์ (Event Organizer) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพ (Empowerment) ร่วมกัน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนการจัดงานเทศกาลปีใหม่ของจังหวัดให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

3.3 การศึกษาพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวช่วงวันหยุดยาว (Vacationers & Leisure Travelers) ควรทำการศึกษาเจาะจงไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมนิยมการเดินทางในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาว เพื่อวิเคราะห์ถึงรูปแบบการเดินทางและ “ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง” ข้อมูลเชิงลึกในส่วนนี้จะมีความสำคัญอย่างยิ่งเมื่อนำมาประมวลผลร่วมกับความคิดเห็นจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางกลยุทธ์การจัดงานและกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ได้จริง

เอกสารอ้างอิง

Likert, Rensis. (1967). “The Method of Constructing and Attitude Scale”. In Reading in Fishbein, สรชัย พิศาลบุตร. (2555). วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : บริษัทวิทยพัฒน์.

พัชรียา แก้วชู. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บริสุทธิ์ แสนคำ.(2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด
19. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ ปี ที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน
2564. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาคผนวก

รูปภาพการเก็บข้อมูล



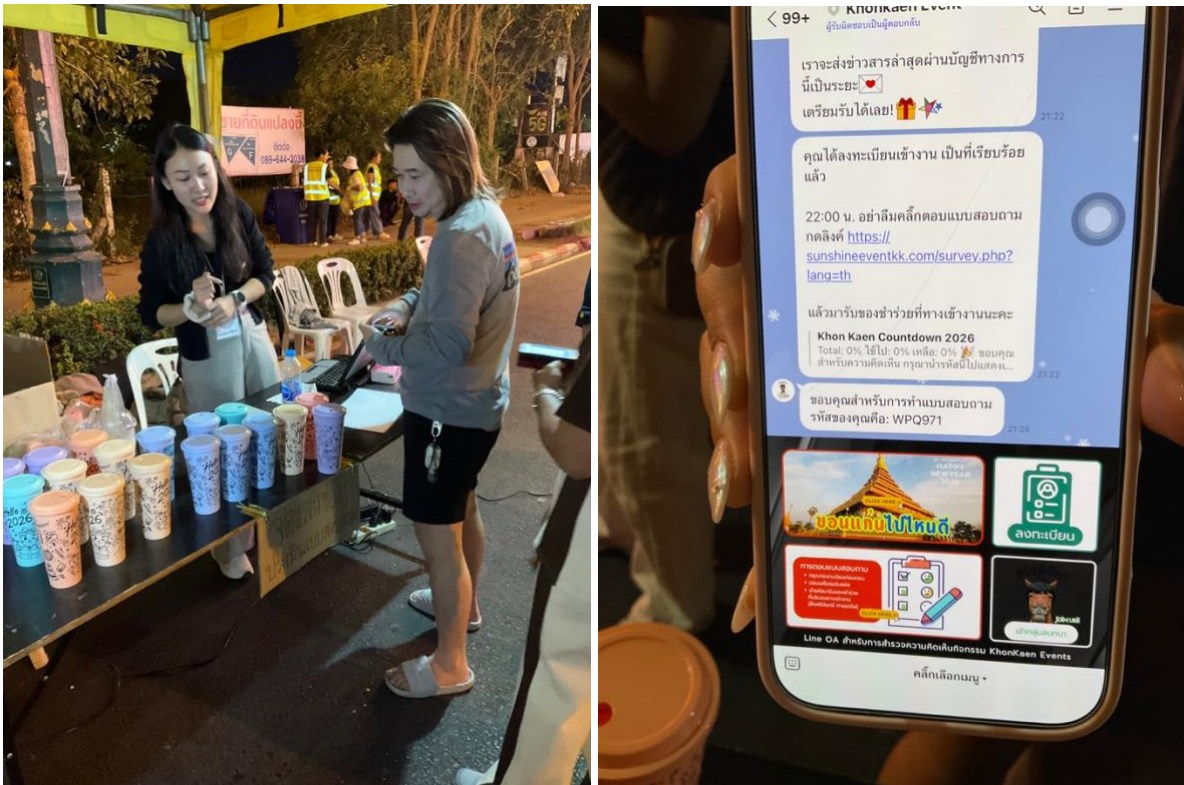
รูปภาพการทำงาน



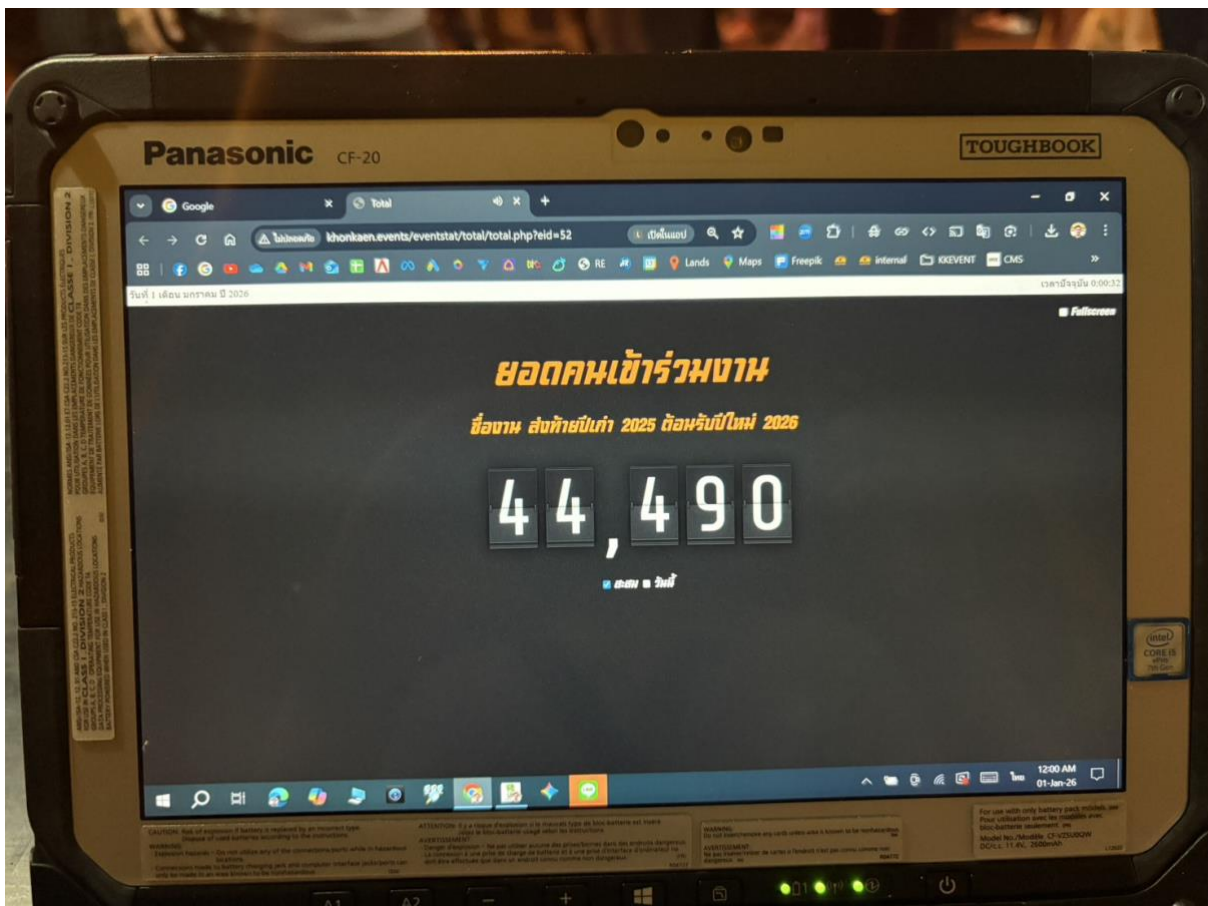
รูปภาพการทำงาน นั้บคนบริเวณทางเข้าหลัก



รูปภาพการรับลงทะเบียนเพื่อเข้าเป็นสมาชิกไลน์ OA เพื่อตอบแบบสอบถามออนไลน์



Application นับคนและระบบรายงานผล



งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2569 KhonKaen Countdown 2026 “ECOSYSTEM”

รูปภาพบรรยากาศภายในงาน



ตัวอย่างแบบสอบถาม (หน้าที่ 2)

8. กิจกรรมใดบ้างที่ท่านเข้าร่วม	ไม่ได้เข้าร่วม	ชื่นชอบ	เฉยๆ	ไม่ชื่นชอบ
8.1 คอนเสิร์ตจากศิลปิน มีสเตอร์ทีม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2 คอนเสิร์ตจากศิลปิน อนาคตมี แร็ปป์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.3 คอนเสิร์ตจากศิลปิน พีสะเดิด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4 คอนเสิร์ตจากศิลปิน จา พนม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.5 คอนเสิร์ตจากศิลปิน ศรีพัชรินทร์แบนด์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.7 Count down และชมพลุ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.8 ชมความสวยงามของสวนเรืองแสง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.9 บูธอาหารและเครื่องดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.10 อื่น ๆ ระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. ท่านใช้จ่ายหรือวางแผนการใช้จ่ายในเรื่องใดบ้าง ในช่วงเทศกาลปีใหม่ วันที่ 25 ธันวาคม 68 ถึง 1 มกราคม 69 ท่านคิดว่า ท่านใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ยประมาณเท่าไร บาท (รวมทั้งช่วงเทศกาล)

หากสัดส่วนการใช้จ่าย คือร้อยละ 100 ท่านคิดว่าใช้จ่ายเงินประเภทไหน ร้อยละ เท่าไร (ทุกข้อจะรวมกัน = 100)

- 9.1 ค่าที่พัก จำนวน.....คืน ประมาณร้อยละ
- 9.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ประมาณร้อยละ
- 9.3 ค่าเดินทาง ประมาณร้อยละ
- 9.4 เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ ประมาณร้อยละ
- 9.5 ค่าสถานบันเทิงกลางคืน ผับ บาร์ ประมาณร้อยละ
- 9.6 ซื้อสินค้า Shopping ประมาณร้อยละ
- 9.7 ซื้อของฝาก ของที่ระลึก ประมาณร้อยละ
- 9.8 ซื้อของขวัญให้บุคคลอื่น ประมาณร้อยละ
- 9.9 ให้เงิน บุตรหลาน ตอบแทนพ่อแม่ บุพการี หรือผู้มีพระคุณ ประมาณร้อยละ
- 9.10 ทำบุญ ตักบาตร บริจาค ประมาณร้อยละ
- 9.11 อื่น ๆ ระบุ.....ประมาณร้อยละ

10. ความตั้งใจเข้าร่วมงานในครั้งนี้

ตั้งใจมางานนี้โดยเฉพาะ ตั้งใจมาเซ่นไหว้เลยแะมา ตั้งใจไปที่อื่นแต่แะมาาก่อน อื่น ๆ ระบุ

ระดับความตั้งใจมางาน Countdown (คะแนน 0-10) (0= ไม่ตั้งใจ , 10 = ตั้งใจมากที่สุด)

11. ภาพรวมท่านรู้สึกอย่างไรกับการจัดงาน (ให้คะแนน 0-10) (0=รู้สึกไม่ดีมาก , 10 = รู้สึกดีมาก)

12. ปีหน้าควรมีการจัดงานอย่างไร (หากพื้นที่ไม่พอเขียนต่อด้านล่างนะคะ)

.....

.....

ข้อมูลยืนยันตัวตน กรุณากรอกข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด ทางเทศบาลนครขอนแก่น จะใช้ในทางข้อมูลสำหรับการศึกษาเท่านั้น และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลออกสู่สาธารณะ

ชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถาม..... โทรศัพท์.....

*** ขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ ***

ระบุความคิดเห็นเพิ่มเติม (หากมี)

.....

.....

.....

ตัวอย่างแบบสอบถามออนไลน์ (ภาษาอังกฤษ)

Khon Kaen Year Year Countdown 2026 Survey

1. Where did you attend the event?

2. Gender

3. Age Range

4. Occupation

5. How do you feel about the event beforehand?

6. Source of information

7. Participation Satisfaction

8. Satisfaction (Participated)

9. Spending (Not Participated)

10. Overall Rating

11. Overall Rating

12. Additional Comments

Go to Survey

คณะผู้วิจัย

นายจักรพรรชัย วีรโพธิ์พงศ์

นักวิจัยอิสระ

อาจารย์พิเศษ/วิทยากร สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น

อีเมล : boss@diligentmedia.online

นายกฤษฎาพร สิ้นชัย

นักวิจัยอิสระ

อีเมล : ksdp.sc@gmail.com

อ.ดร.ณัฐ ชัยเจริญ

นักวิจัย/นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล : natchai@kku.ac.th

งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2569

"ECOSYSTEM"

KHONKAEN COUNTDOWN 2026

HAPPY

NEW

YEAR

