

รายงานการประเมิน

การจัดงาน ขอนแก่น เลิฟมิวสิค เฟสติวล 2014



คำนำ

เนื่องด้วยเทศบาลนครขอนแก่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น และหน่วยงานภาครัฐเอกชน ได้จัดกิจกรรมเทศกาลดนตรีขึ้น ภายใต้ชื่อ ขอนแก่น เลิฟมิวสิก เฟสติวัล 2014 “ฮักถึงแก่น ดินแดนแห่งรัก” ในวันที่ 13 - 14 กุมภาพันธ์ 2557 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัด ที่เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมือง และส่งเสริมให้เยาวชนมีความเข้าใจในเรื่องความรักที่สร้างสรรค์และปลอดภัย

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บสถิติผู้เข้าร่วมงาน ความพึงพอใจของผู้ร่วมงานที่มีต่อกิจกรรมต่างๆ ในงาน และประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการจัดงานสามารถนำผลการประเมินในครั้งนี้ ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา วางแผนการจัดงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในครั้งต่อไป

ผู้จัดทำ

นายจักรพรรชัย วีรโพธิ์พงศ์

ดร.อชิตพล พลเขต

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	4
1.1 รายละเอียดโครงการ/การจัดงาน	5
1.2 วัตถุประสงค์การจัดงาน	9
1.3 การประเมินผลการจัดงาน	9
1.3.1 แนวทางการประเมินผล	9
1.3.2 วิธีการประเมินผล	9
1.3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	10
บทที่ 2 ผลการประเมินการจัดงาน	11
2.1 ผลการประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และที่มาของผู้เข้าร่วมงาน	11
2.1.1 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
2.1.2 ผลการประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และที่มาของผู้เข้าร่วมงาน	12
2.2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านสื่อ และความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อการจัดงาน	15
2.2.1 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
2.2.2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านสื่อและความคิดเห็น ของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อการจัดงาน	15
2.3 ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดในช่วงวันที่ 13-14 กุมภาพันธ์ 2557	21
2.3.1 ระเบียบวิธีการศึกษา	21
2.3.2 วิธีการคำนวณ หาเม็ดเงินสะพัด	22
2.3.3 ผลการประเมินเงินสะพัด	24
บทที่ 3 อภิปรายผลการประเมิน	28
3.1 ผลการนับจำนวนคนเข้าร่วมงาน	28
3.2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านสื่อ และความคิดเห็นที่มีต่อการจัดงาน	28
3.3 ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดในช่วงวันที่ 13-14 กุมภาพันธ์ 2557	29
ภาคผนวก	30

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมงานในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557	12
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมงานในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557	13
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมงานในแต่ละวันที่มีการจัดงาน	14
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนประมาณการที่มาของผู้เข้าร่วมงานในแต่ละประเภท	14
ตารางที่ 5	แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
ตารางที่ 6	แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
ตารางที่ 7	แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
ตารางที่ 8	แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการทราบข่าวการจัดงาน	17
ตารางที่ 9	แสดงความถี่และร้อยละของระดับความคิดเห็นต่อการจัดงาน	18
ตารางที่ 10	แสดงความถี่และร้อยละของระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน	19
ตารางที่ 11	แสดงความถี่และร้อยละของระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมในงาน	20
ตารางที่ 12	แสดงความถี่และร้อยละของรายชื่อศิลปิน/ดาราทที่อยากให้มาในครั้งหน้า	21
ตารางที่ 13	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวันของผู้ร่วมงาน ของกลุ่มคนใน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น	24
ตารางที่ 14	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวันของผู้ร่วมงาน ของกลุ่มคน ต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น	25
ตารางที่ 15	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวันของผู้ร่วมงาน ของกลุ่มคน ต่างจังหวัด	26
ตารางที่ 16	แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่เข้าร่วมงาน จำแนกที่มาของผู้เข้าร่วม	26
ตารางที่ 17	แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนเม็ดเงินที่จ่ายต่อคน	27
ตารางที่ 18	แสดงการประมาณการเม็ดเงินสะพัด	27
ตารางที่ 19	แสดงจำนวนคนเปรียบเทียบ ปี 2556 และ 2557	28
ตารางที่ 20	แสดงอันดับสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมงานปี 2556 และ 2557	29

บทที่ 1

บทนำ

1.1 รายละเอียดโครงการ/การจัดงาน

นครขอนแก่นเป็นศูนย์กลางภูมิภาคระดับประเทศและกำลังจะกลายเป็นศูนย์กลางระดับประเทศในกลุ่มอาเซียนในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า เพื่อให้สอดคล้องและรองรับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ นครขอนแก่นจึงกำหนดนโยบายและประกาศเป็นเมืองแห่ง EVENT CITY ภายใต้แนวคิด “สืบสานวัฒนธรรมประเพณีและสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจ” ด้วยการประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในกิจกรรมขนาดใหญ่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาสร้างการใช้จ่ายเม็ดเงินที่สะพัดก้าวสู่การเป็นมหานครแห่งความสุข

เทศกาลดนตรี เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่มีคุณค่าและมีความคิดสร้างสรรค์ ที่ได้จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัดขอนแก่น ที่เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมือง การกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น งานขอนแก่น เลิฟมิวสิกเฟสติวัล จัดขึ้นภายใต้แนวคิด ขอนแก่น เลิฟมิวสิก เฟสติวัล “ฮักถึงแก่น ดินแดนแห่งรัก” โดยจัดงานขึ้น 2 วัน ในวันที่ 13 และ 14 กุมภาพันธ์ 2557 ตั้งแต่ 16.00 น. - 02.00 น. ที่สวนประตูเมือง (สวนเรืองแสง) ตรงกันข้ามศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น

ภายในงานมีการจัดกิจกรรมอย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเปิดโอกาสให้โรงเรียนในเขตเทศบาลนครขอนแก่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม รักอย่างไรให้ถูกต้อง มีการเปิดโอกาสให้เยาวชนรับรู้ถึงข้อมูลและการให้ความรู้เกี่ยวกับความรัก และการมีเพศสัมพันธ์ที่ถูกต้อง มีการจัดประกวดวงดนตรี “เพลงรักนี้.. ออกแบบไม่ได้” เป็นการดนตรีในโจทย์เพลงรัก ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าแข่งขัน ได้สร้างสรรค์การร้อง การเล่นเพลง ในแบบฉบับของตนเองอย่างเต็มที่ โดยไม่มีการจำกัดแนวดนตรี หรือแนวการนำเสนอ เพียงจำกัดเพลงที่เล่นประกวดต้องเป็นเพลงที่เกี่ยวกับความรัก เท่านั้น ไฮไลท์ของงานมีการแสดงดนตรีจากศิลปินชั้นนำ (รายชื่อศิลปินอยู่ในกำหนดการ) และนอกจากนี้ภายในพื้นที่การจัดงานยังมีการออกบู๊ทหน่วยงานต่าง ๆ มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึก เครื่องดื่ม และอาหารอย่างหลากหลาย

กำหนดการในการจัดกิจกรรม

ภาพแสดงกำหนดการงาน

ลำดับงานกิจกรรมบนเวที

วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557

- | | |
|------------------|---|
| 17.30 - 17.45 น. | ช่วงพิธีการ |
| | - พิธีกรเรียนเชิญ ประธานขึ้นมานบนเวที เพื่อกล่าวเปิดกิจกรรม |
| | - พิธีกรแนะนำ คณะกรรมการในการตัดสินให้คะแนน พร้อมอธิบายเกณฑ์การให้คะแนน |
| 17.45 - 20.45 น. | การประกวดวงดนตรี รอบ 15 วงสุดท้าย |
| 20.45 - 21.30 น. | การแสดงจากศิลปิน JSL Global Music |
| 21.30 - 22.00 น. | ประกาศผลรางวัลและมอบรางวัล |
| 22.00 - 22.45 น. | มีคอนเสิร์ต จาก บ๊อด โมเดิร์นด็อก |



ลำดับงานกิจกรรมบนเวที

วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557

16.00 น.	สวนประตูเมือง เปิดให้เข้าชม พิธีกรกล่าวต้อนรับเข้าสู่งานและเปิดบุรุษกิจกรรมต่างๆ
17.00 - 18.00 น.	มิวสิกคอนเสิร์ต จากวงดนตรีที่ได้ รองชนะเลิศอันดับ 1 และ 2
18.00 - 18.10 น.	เปิดตัว พิธีกรหลักบนเวที
18.10 - 18.30 น.	พิธีกรประชาสัมพันธ์งาน เตรียมเวทีสำหรับพิธีเปิด
18.30 - 19.30 น.	ประธานเดินเยี่ยมชมภายในงาน - นายกองคํการบริหารส่วนจังหวัด ขึ้นกล่าวต้อนรับ - นายกเทศมนตรีเทศบาลขอนแก่น ขึ้นกล่าวรายงาน - ผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น ขึ้นกล่าวเปิดงาน พิธีเปิดงาน Khonkaen Love Music Festival อีกถึงแก่น ดินแดนแห่งรัก 2014 พิธีกรเชิญเชิญประธานและคณะผู้จัดงานถ่ายร่วมกันบนเวที การแสดงโชว์ชุดพิเศษจาก เด็กนักเรียน โรงเรียนเทศบาล ในเพลง “แก่นคำนั้น”
19.30 - 20.00 น.	คอนเสิร์ต จากวงดนตรีที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ



ลำดับงานกิจกรรมบนเวที

วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557 (ต่อ)

20.00 - 21.00 น.	การแสดงคอนเสิร์ตจากศิลปินจาก ชมพู ปิง พริตตี้ และ ต้อม เرنโบว์
21.00 - 22.00 น.	การแสดงคอนเสิร์ตจาก ลิปตา
22.00 - 23.00 น.	การแสดงคอนเสิร์ตจาก Mild
23.00 - 24.00 น.	การแสดงคอนเสิร์ตจาก พันซ์ วรรณกรณ์
24.00 - 01.00 น.	การแสดงคอนเสิร์ตจาก สิงโต นำโชค
01.00 - 02.00 น.	การแสดงคอนเสิร์ตจาก Musketeer



ภาพแสดงโปสเตอร์การจัดงาน

poster size 17"x23"


เทศบาลนครขอนแก่น
 ร่วมกับ

องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น

KHONKAEN
 LOVE MUSIC FESTIVAL

ฮักถึงแก่น 2014
 ลินแดนแห่งรัก



วันพฤหัสบดีที่ 13 และศุกร์ที่ 14 กุมภาพันธ์
ตั้งแต่ 4 โมงเย็นเป็นต้นไป
 ณ สวนประตูเมืองขอนแก่น ถนนมิตรภาพ สังกัดท่าอากาศยานขอนแก่น

ครั้งแรกกับเทศกาลดนตรีในใจแห่งเมืองรัก
"Khonkaen Love Music Contest 2014"

รายละเอียดเพิ่มเติมที่ [f Khonkaenlovemusicfestival](https://www.facebook.com/Khonkaenlovemusicfestival)



ภาพแสดงโปสเตอร์การประกวดวงดนตรี

Khonkaen Love Music Contest 2014
การประกวดดนตรี

“เพลงรักนี้..ออกแบบได้”

21-22 ม.ค. 2557

สุข เศร้า เศร้า รัก ออกหัก แอนซอน ทุกอารมณ์



รับสมัครตั้งแต่วันที่ 18 มกราคม 2557

ติดตามรายละเอียด กรอกใบสมัครออนไลน์และแนบสิ่งคัดสรรวิดีโอตัวอย่างการแสดง ได้ที่
<http://www.khonkaen-uyc.com/page/khonkaen-love-music-contest-2014>

รางวัลการประกวด

รางวัลชนะเลิศ	10,000 บาท
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1	7,000 บาท
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2	5,000 บาท

พร้อมด้วยรางวัลเกียรติบัตรด้วย

กรรมการตัดสิน

1. คุณชนนุ สุทธิพงษ์ วัฒนธรรม (ชนนุ วงศ์ดี)
2. คุณปวีณ ดุสิต ดนตรี (ปวีณ วงศ์รุ่ง singular, Musketeer 464)
3. กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากเทศบาลนครขอนแก่น

คัดเลือก 30 วงจากศิลปินการแสดง เข้าร่วมประกวดรอบคัดเลือก
ในวันที่ 21-22 มกราคม 2557
 ณ ลานหน้าโรบินสัน ชั้น 5 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น

ประกวดรอบ Final 15 ทีมที่เข้ารอบ วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557
 เวลา 17.30 น. ที่สวนประติมากรรมนครขอนแก่น
 ผู้ที่ได้รับรางวัล 3 ทีม จะได้รับเงินรางวัลเปิดเวที
 Khonkaen Love Music Festival 2014 ในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557



1.2 วัตถุประสงค์การจัดงาน

- 1.2.1 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แสดงถึงศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการเป็นเมืองแห่ง MICE CITY แห่งที่ 5
- 1.2.2 เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในจังหวัด กระตุ้นให้มีย่านท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายในจังหวัดขอนแก่นมากขึ้น
- 1.2.3 เพื่อสร้างเม็ดเงินสะพัด กระตุ้นรายได้กับธุรกิจภาคบริการในจังหวัดขอนแก่น
- 1.2.4 เพื่อสร้างความสุขและส่งเสริมความสามัคคีของคนในจังหวัดขอนแก่น
- 1.2.5 เพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับเกี่ยวกับความรักอย่างถูกวิธี เยาวชนและวัยรุ่น ในจังหวัดขอนแก่น

1.3 การประเมินผลการจัดงาน

การประเมินผลการจัดงาน ขอนแก่น เลิฟ มิวสิค เฟสติวัล “ฮักถึงแก่น ดินแดนแห่งรัก” มีแนวทางการประผล และวิธีการประเมินผลภาพรวมของงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

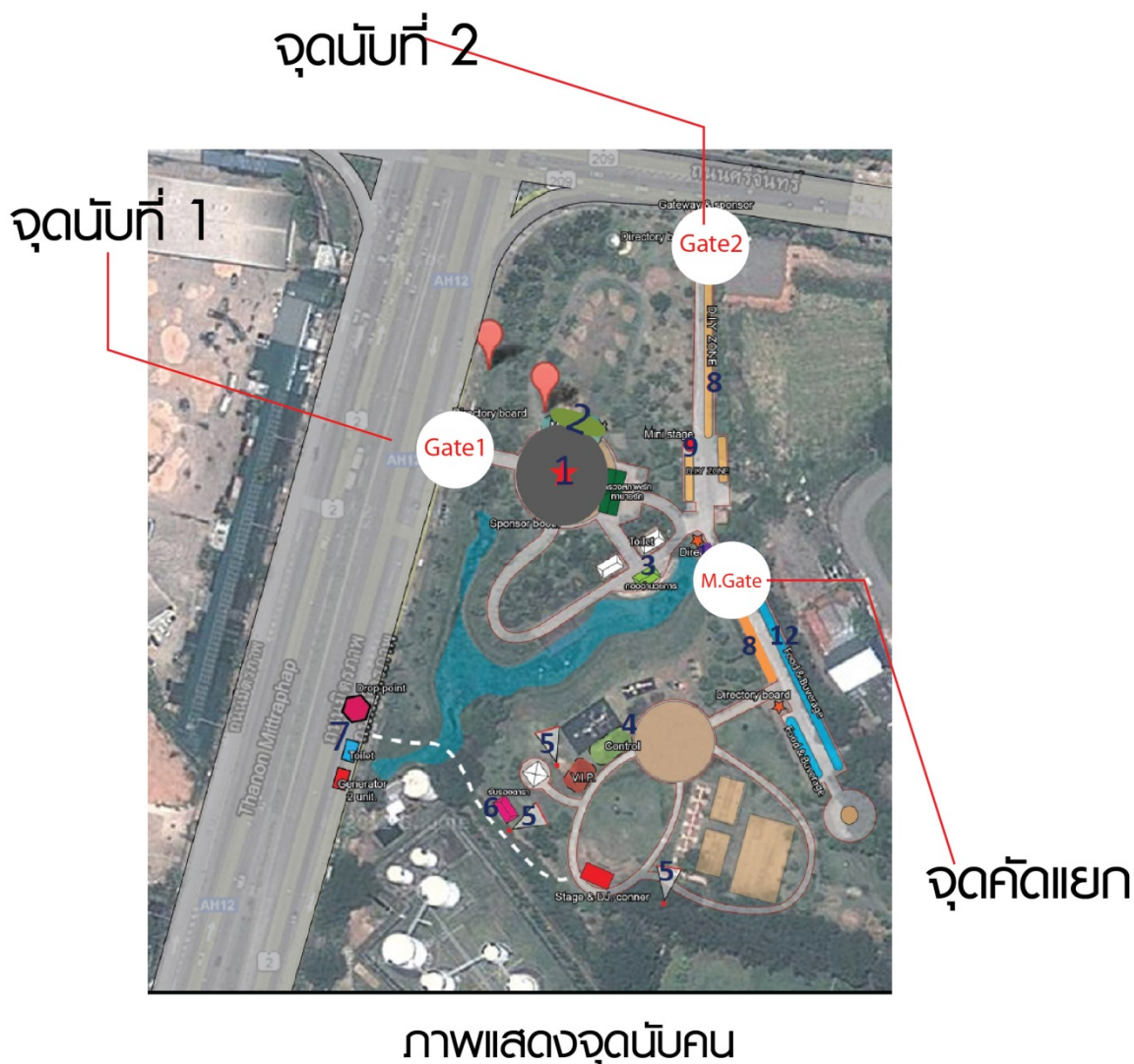
1.3.1 แนวทางการประเมินผล แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. การประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และที่มาของผู้เข้าร่วมงาน
2. การประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงาน
3. การประเมินเม็ดเงินสะพัดที่เกิดขึ้น

1.3.2 วิธีการประเมินผล

1. การประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และที่มาของผู้เข้าร่วมงาน

ใช้วิธีการวัดจากทางเข้าใหญ่ (2 ทางเข้า) โดยใช้เครื่องนับจำนวน และบันทึก ในส่วนของการวัดที่มา ใช้วิธีคือให้ผู้เข้าร่วมงานสัมผัสหน้าจอ (ที่จุดคัดแยก) (เครื่องเก็บสถิติ) เพื่อบ่งบอกที่มาของตนเอง



2. การประเมินความคิดเห็นด้านสื่อ และความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อการจัดงาน ใช้กลุ่มตัวอย่าง 450 คน โดยใช้วิธีการสอบถามและสัมภาษณ์จากผู้เข้าร่วมงาน ในวันที่ 13 – 14 กุมภาพันธ์ 2557

3. การประเมินเงินสะพัดจากงาน ใช้กลุ่มตัวอย่าง 450 คน โดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างแล้วหาค่าเฉลี่ยของการใช้จ่ายของแต่ละประเภท แล้วนำไปคำนวณกับจำนวนประชากรทั้งหมดเพื่อคาดการณ์เงินสะพัดที่เกิดขึ้นทั้งหมดจากผลของการจัดงาน

1.3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน เช่น ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ในการอธิบายผลในรูปแบบตาราง
2. เครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรม SPSS for windows

บทที่ 2

ผลการประเมินการจัดงาน

การประเมินการจัดงาน ขอนแก่น เลิฟมิวสิค เฟสติวล 2014 “ฮักถึงแก่น ดินแดนแห่งรัก”
ประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และที่มาของผู้เข้าร่วมงาน

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านสื่อ และความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อการจัดงาน

ส่วนที่ 3 ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัด

2.1 ผลการประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และที่มาของผู้เข้าร่วมงาน ขอนแก่น เลิฟมิวสิค เฟสติวล 2014 “ฮักถึงแก่น ดินแดนแห่งรัก”

2.1.1 ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรศึกษา : ผู้เข้าร่วมงาน เทศกาลขอนแก่นเลิฟมิวสิค 2014

กลุ่มตัวอย่าง : ผู้เข้าร่วมงาน เทศกาลขอนแก่นเลิฟมิวสิค 2014 ผู้เข้าร่วมงานที่ผ่านจุด
ตรวจอาวุธ

การสุ่มตัวอย่าง : สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา : จำนวนผู้เข้าร่วมงาน ใช้วิธีการนับด้วยเครื่องเคานท์เตอร์
การคัดแยกที่มาของผู้เข้าร่วมงานใช้เครื่องบันทึกระบบ
สัมผัส

ขอบเขตการศึกษา : วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557 เก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมงาน
ระหว่างเวลา 17.00 -22.00 น.
วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557 เก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมงาน
ระหว่างเวลา 17.00 -24.00 น.

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ : ค่าเฉลี่ย, ความถี่และค่าร้อยละ

2.1.2 ผลการประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และที่มาของผู้เข้าร่วมงาน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมงานในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557

เวลา	จำนวนคนที่เดินเข้าประตู		จำนวนคน
	ประตูที่ 1 (มิตรภาพ)	ประตูที่ 2 (ศรีจันทร์)	
16.00 – 17.00 น.	1,229	-	1,229
17.00 – 17.30 น.	66	121	186
17.30 – 18.00 น.	38	364	402
18.00 – 18.30 น.	32	333	365
18.30 – 19.00 น.	83	403	486
19.00 – 19.30 น.	134	349	484
19.30 – 20.00 น.	58	380	437
20.00 – 20.30 น.	138	385	523
20.30 – 21.00 น.	158	304	463
21.00 – 21.30 น.	43	310	353
21.30 – 22.00 น.	59	225	284
รวม	2,038	3,173	5,212

ตารางที่ 1 จากการนับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน พบว่า มีอัตราการเดินเข้าเฉลี่ยประมาณ 869 คนต่อชั่วโมง ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่เข้าร่วมงานในช่วง 17.30 – 21.00 น. และมีจำนวนสะสมเกินกึ่งหนึ่งในช่วงเวลา 18.30 – 19.00 น. (มีผู้เข้าร่วมงานสะสมมากกว่าร้อยละ 50 ของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมงานในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557

เวลา	จำนวนคนที่เดินเข้าประตู		จำนวนคน
	ประตูที่ 1 (มิตรภาพ)	ประตูที่ 2 (ศรีจันทร์)	
16.00 – 17.00 น.	-	-	652 (ประมาณคนในงาน)
17.00 – 17.30 น.	805	1646	2,451
17.30 – 18.00 น.	862	251	1,113
18.00 – 18.30 น.	975	233	1,208
18.30 – 19.00 น.	1036	216	1,252
19.00 – 19.30 น.	1071	403	1,474
19.30 – 20.00 น.	1098	1012	2,110
20.00 – 20.30 น.	1234	730	1,965
20.30 – 21.00 น.	2143	361	2,504
21.00 – 21.30 น.	3126	1023	4,149
21.30 – 22.00 น.	1302	970	2,273
22.00 - 22.30 น.	902	693	1,595
22.30 - 23.00 น.	640	726	1,366
23.00 - 24.00 น.	246	191	437 (หาค่าเฉลี่ย)
24.00 - 01.00 น.	136	99	235 (หาค่าเฉลี่ย)
01.00 - 02.00 น.	77	101	178 (หาค่าเฉลี่ย)
รวม	15,655	8,655	24,310

ตารางที่ 2 จากการนับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน พบว่า มีอัตราการเดินเข้าเฉลี่ยประมาณ 2,701 คนต่อชั่วโมง ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่เข้าร่วมงานในช่วง 19.30 – 23.00 น. และมีจำนวนสะสมเกินกึ่งหนึ่งในช่วงเวลา 20.30 – 21.00 น. (มีผู้เข้าร่วมงานสะสมมากกว่าร้อยละ 50 ของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมงานในแต่ละวันที่มีการจัดงาน

วันที่	กิจกรรม	อัตราเฉลี่ยต่อชม.	จำนวนคน
วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557	สวนเรืองแสง	869	5,212
วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557	สวนเรืองแสง	2,701	24,310
รวม		3,507	29,522

ตารางที่ 3 จากการนับและประเมินจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557 มีผู้เข้าร่วมงาน 5,212 คนและวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557 มีผู้เข้าร่วมงาน 24,310 คน และมีผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด 29,522 คน

ตารางที่ 4 แสดงการคำนวณ ประเมินการที่มาของผู้เข้าร่วมงาน ในแต่ละประเภท

ผู้ร่วมงานจากการประมาณการจากการนับ (29,522)	สัดส่วนที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9,714 คน (ร้อยละ)	ประมาณการ
คนในอำเภอเมืองขอนแก่น	77.85	22,983
คนต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น	9.57	2,825
คนที่มาจากจังหวัดอื่น	12.58	3,714
รวม	100.00	29,522

ตารางที่ 4 จากการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและคำนวณสัดส่วน ผู้เดินทางมาร่วมงาน ประมาณการ มีผู้เข้าร่วมงานที่มาจากอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ประมาณ 22,983 คน , ต่างอำเภอในจังหวัดขอนแก่น 2,825 คน และเดินทาง มาจากจังหวัดอื่น ประมาณ 3,714 คน

2.2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านสื่อ และความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อการจัดงาน

2.2.1 ระเบียบวิธีการศึกษา

- ประชากรศึกษา : ผู้เข้าร่วมงาน เทศกาลขอนแก่นเลิฟมิวสิก 2014
- กลุ่มตัวอย่าง : ข้อมูลด้านสื่อ กลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าร่วมงาน จำนวน 1,000 คน
ข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อการจัดงาน กลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าร่วมงาน
จำนวน 450 คน
- การสุ่มตัวอย่าง : สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)
- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา : แบบสำรวจ/แบบสอบถาม
- ขอบเขตการศึกษา : เก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมงานระหว่างเวลา 17.00 -
22.00 น. วันที่ 13 - 14 กุมภาพันธ์ 2557
- สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ : ความถี่และร้อยละ

2.2.2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านสื่อ และความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อการจัดงาน

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	247	54.92
หญิง	147	39.34
ไม่ระบุ	26	5.74
รวม	450	100.00

ตารางที่ 5 จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 54.92 และเพศหญิง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 39.34

ตารางที่ 6 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	236	52.46
20 – 29 ปี	151	33.61
30 – 39 ปี	15	3.28
40 – 49 ปี	18	4.10
มากกว่าหรือเท่ากับ 50 ปี	15	3.28
ไม่ระบุ	15	3.28
รวม	450	100.00

ตารางที่ 6 จากการสำรวจข้อมูลแบบสอบถามในด้านช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงน้อยกว่า 20 ปีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 52.46 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 20 - 29 ปีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 33.61

ตารางที่ 7 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพประจำ

อาชีพประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	22	4.92
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	3.28
พนักงานเอกชน	4	0.82
เจ้าของกิจการ	18	4.10
นักเรียน/นักศึกษา	336	74.59
แม่บ้าน	4	0.82
รับจ้างทั่วไป	11	2.46
อื่นๆ	41	9.02
รวม	450	100.00

ตารางที่ 7 จากการสำรวจข้อมูลแบบสอบถามในด้านอาชีพประจำของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 74.59

ตารางที่ 8 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการทราบข่าวการจัดงาน (ตอบได้มากกว่าข้อ)

วิธีการทราบข่าวการจัดงาน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ทีวี	79	6.90	5
วิทยุ	56	4.93	6
คู่มือ/สูจิบัตร	11	0.99	12
เว็บไซต์	28	2.46	9
รถแห่	28	2.46	9
เพื่อน	241	21.18	2
แถลงข่าว	39	3.45	8
หนังสือพิมพ์	28	2.46	9
ใบปลิว/โปสเตอร์	202	17.73	3
เฟสบุ๊ก	264	23.15	1
ป้าย/สื่อกลางแจ้ง	51	4.43	7
มาเป็นประจำ/ขับรถผ่าน	112	9.85	4
รวม	1,140	100.00	-

ตารางที่ 8 จากการสำรวจข้อมูลแบบสอบถามในด้านทราบข่าวการจัดงานของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ทราบข่าวการจัดงานโดย ทราบจากเฟสบุ๊ก จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 23.15 รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 21.18 ลำดับที่สาม คือใบปลิว/โปสเตอร์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 17.73

ตารางที่ 9 แสดงความถี่และร้อยละของระดับความคิดเห็นต่อการจัดงานครั้งนี้

เรื่อง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น				
			เห็นด้วยมาก	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมาก
1. การจัดงานในครั้งนี้ส่งเสริมให้เยาวชนเข้าใจในเรื่องรักอย่างถูกวิธี	4.52	0.606	258 (57.38)	166 (36.89)	26 (5.74)	- (0.00)	- (0.00)
2. การจัดงานในครั้งนี้ลดความเสี่ยงในการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร	4.35	0.691	210 (46.72)	192 (42.62)	44 (9.84)	4 (0.82)	- (0.00)
3. กิจกรรมในงานส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรักหรือคนในครอบครัว	4.47	0.671	255 (56.56)	151 (33.61)	44 (9.84)	- (0.00)	- (0.00)
4. การจัดงานช่วยให้วัยรุ่นใช้เวลาในช่วงวันแห่งความรักได้อย่างถูกวิธีและมีประโยชน์	4.29	0.725	225 (50.00)	162 (36.07)	41 (9.02)	11 (2.46)	11 (2.46)
5. การจัดงานช่วยส่งเสริมรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจ	4.26	0.811	207 (45.90)	177 (39.34)	55 (12.30)	- (0.00)	11 (2.46)
6. ควรมีการจัดงานอีกในปีหน้า	4.49	0.683	269 (59.84)	133 (29.51)	48 (10.66)	- (0.00)	- (0.00)
ภาพรวม	4.40	0.697	237 (52.73)	164 (36.34)	43 (9.56)	2 (0.55)	4 (0.82)

* ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ เหนือวงเล็บคือค่าความถี่

การแปรผลค่าเฉลี่ย อาศัยแนวคิดของลิเคิร์ท (1987: 246 อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์, 2538 :8-11)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นเฉยๆ

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอย่างมาก

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดงาน ในระดับเห็นด้วยอย่างมากในด้าน ในทุกด้าน

ตารางที่ 10 แสดงความถี่และร้อยละของระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน

เรื่อง	ระดับความคิดเห็น		
	ดีอยู่แล้ว	ควรปรับปรุง	
		เล็กน้อย	ใหญ่เกินไป
ขนาดพื้นที่จัดงาน	308 (68.33)	120 (26.67)	23 (5.00)
สถานที่จัดงาน	334 (74.17)	116 (25.83)	
ที่จอดรถ	259 (57.50)	191 (42.50)	
ป้ายบอกทางชัดเจน	289 (64.17)	161 (35.83)	
ห้องน้ำ	206 (45.83)	244 (54.17)	
ความปลอดภัยในงาน	338 (75.00)	113 (25.00)	
การตกแต่งและความสวยงาม	356 (79.17)	94 (20.83)	
บรรยากาศ	360 (80.00)	90 (20.00)	

การแปรผล ใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นว่าดีอยู่แล้ว มากกว่า ร้อยละ 80 การแปรผล มีการจัดการที่ดี

ความคิดเห็นว่าดีอยู่แล้ว อยู่ในช่วงร้อยละ 60 - 80 การแปรผล มีการจัดการที่ค่อนข้างดี

ความคิดเห็นว่าดีอยู่แล้ว อยู่ในช่วงร้อยละ 40 - 60 การแปรผล ควรปรับปรุง

ความคิดเห็นว่าดีอยู่แล้ว น้อยกว่าร้อยละ 40 การแปรผล ควรเปลี่ยนแปลง

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน ว่าคืออยู่แล้วในเรื่อง ขนาดพื้นที่จัดงาน (ร้อยละ 68.33) , สถานที่จัดงาน (ร้อยละ 74.17) , ที่จอดรถ (ร้อยละ 57.50) , ป้ายบอกทาง (ร้อยละ 64.17) , ความปลอดภัย (ร้อยละ 75.00) , การตกแต่งและความสวยงาม (ร้อยละ 79.17) , บรรยากาศ (ร้อยละ 80.00) และควรปรับปรุงในเรื่อง ห้องน้ำ (ร้อยละ 54.17)

การแปรผล สิ่งที่จัดการได้ดี ได้แก่ บรรยากาศในงาน

สิ่งที่จัดการค่อนข้างดี ได้แก่ การตกแต่งและความสวยงาม,ความปลอดภัยในงาน,ขนาดพื้นที่, สถานที่จัดงาน และป้ายบอกทาง

สิ่งที่ควรปรับปรุง ได้แก่ ที่จอดรถ และห้องน้ำ

ตารางที่ 11 แสดงความถี่และร้อยละของระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมในงาน

เรื่อง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ					ไม่ได้เข้าร่วม
			ชอบมาก	ชอบ	เฉยๆ	ไม่ชอบ	ไม่ชอบมาก	
1. การประกวดวงดนตรี	4.65	0.562	272 (69.15)	105 (26.60)	17 (4.26)	- (0.00)	- (0.00)	57
2. การแสดงคอนเสิร์ตจากศิลปิน	4.64	0.538	297 (66.98)	134 (30.19)	13 (2.83)	- (0.00)	- (0.00)	6
3. ชุมนำอาหารและเครื่องดื่ม	4.40	0.709	213 (53.21)	136 (33.94)	52 (12.84)	- (0.00)	- (0.00)	49
4. ชุมนำ D.I.Y (จำหน่ายสินค้าทำมือ)	4.36	0.736	163 (50.00)	119 (36.54)	41 (12.50)	3 (0.96)	- (0.00)	124
5. ชุมนำภาพถ่าย	4.45	0.790	152 (60.19)	70 (27.78)	26 (10.19)	2 (0.93)	2 (0.93)	197
6. ชุมนำตรวจสอบภาพรัก	4.37	0.754	117 (51.38)	82 (35.78)	25 (11.01)	4 (1.83)	0 (0.00)	222
ภาพรวม	4.50	0.681	220 (60.42)	113 (31.04)	29 (8.11)	1 (0.30)	0 (0.13)	

* ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ เหนือวงเล็บคือค่าความถี่

การแปรผลค่าเฉลี่ย อาศัยแนวคิดของลิเคิร์ท (1987: 246 อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์, 2538 :8-11)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นเฉยๆ
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอย่างมาก

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมในงาน ในระดับเห็นด้วย อย่างมากในด้าน ในทุกด้าน

ตารางที่ 12 แสดงความถี่และร้อยละรายชื่อศิลปิน/ดารา ที่อยากให้มีมาครั้งหน้า

อันดับ	ศิลปิน	จำนวน (274 ชุดคำตอบ)	ร้อยละ
1	บอดีส์แลม	75	27.37
2	หมอลำ	21	7.66
3	หญิงลี	16	5.84
4	25hours	11	4.01
5	ออฟ ปองศักดิ์	10	3.65
6	เดอะสตาร์	9	3.28
7	อื่นๆ	132	48.18

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก อยากรู้จักศิลปิน บอดีส์แลม มาให้ครั้งหน้า ร้อยละ 27.37

2.3 ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดในช่วงวันที่ 13 – 14 กุมภาพันธ์ 2557

2.3.1 ระเบียบวิธีการศึกษา

- ประชากรศึกษา : ผู้เข้าร่วมงาน เทศกาลขอนแก่นเลิฟมิวสิก 2014
- กลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน
- การสุ่มตัวอย่าง : สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)
- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา : แบบสำรวจ/แบบสอบถาม
- ขอบเขตการศึกษา : เก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมงานระหว่างเวลา 17.00 - 22.00 น. วันที่ 13 - 14 กุมภาพันธ์ 2557
- สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ : ค่าเฉลี่ย ความถี่และค่าร้อยละ
- วิธีการคำนวณ หาเม็ดเงินสะพัด

2.3.2 การคำนวณเงินสะพัดมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดกิจกรรมของโครงการ

เพื่อถอดรหัสกิจกรรมต่างๆ ของโครงการเพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับธุรกิจต่อเนื่อง ซึ่งจะมีทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยในส่วนนี้จะเป็นขั้นตอนแรกของการประเมิน

2. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อใช้เป็นตัวแทนของประชากร โดยกลุ่มตัวอย่างที่เกิดจากปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ และที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง โดยการศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการศึกษา พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินอยู่ 4 กลุ่ม โดยเกิดจากตัวแปร 1 ตัวแปร (กลุ่มต่างชาติ กลุ่มต่างจังหวัด กลุ่มต่างอำเภอ และกลุ่มคนอำเภอเมือง)

3. ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่าย

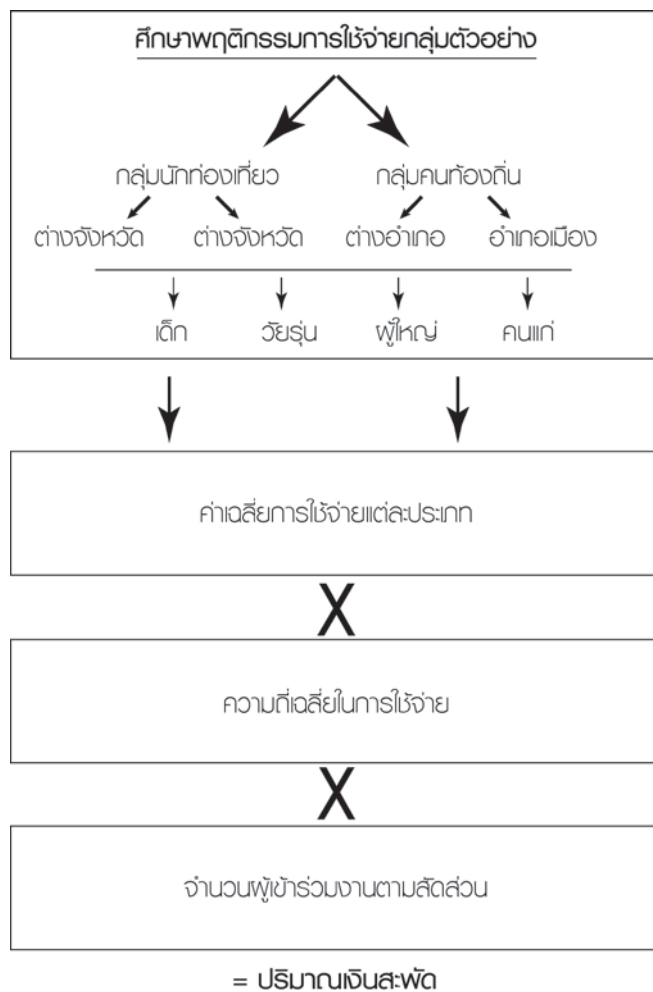
เพื่อให้ได้ข้อมูลในการประเมินขนาดเม็ดเงินของโครงการ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ซึ่งจะต้องถูกออกแบบให้สอดคล้องกับรหัสกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการ

4. ประเมินเงินสะพัด

การประเมินเงินสะพัดเป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากได้ดำเนินการวิจัยมาครบทุกขั้นตอนข้างต้น โดยเงินสะพัดหมายถึงเม็ดเงินโดยเฉลี่ยที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายภายในธุรกิจ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งการคำนวณจะใช้สูตร

$$\text{จำนวนผู้บริโภค} \times \text{ความถี่ในการใช้จ่าย} \times \text{จำนวนเงินของค่าใช้จ่าย}$$

ภาพแสดงขั้นตอนการประเมิน เงินสะพัด



ภาพแสดงกรอบแนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (เม็ดเงินสะพัด)

2.3.3 ผลการประเมินเงินสะพัด

ผลการประเมินเงินสะพัด แยกตามประเภทที่มาของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มคือ กลุ่มคนในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น กลุ่มคนที่มาจากต่างอำเภอ กลุ่มคนที่มาจากต่างจังหวัด โดยมีผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวันของผู้ที่เข้าร่วมงานของกลุ่มคนในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น

ประเภทค่าใช้จ่าย	ค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวัน	ร้อยละ
ค่าอาหารและเครื่องดื่มในงาน	27.25	8.81
ค่าซื้อสินค้าภายในงาน	17.12	5.54
ค่าซื้อสินค้าในศูนย์การค้า	65.11	21.06
ค่าซื้อของร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าปลีก	16.71	5.40
ค่าใช้จ่ายในร้านอาหารในขอนแก่น	40.00	12.94
ค่าเดินทางระหว่างจังหวัด	0.00	-
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	38.22	12.36
ค่าโดยสารในจังหวัด/ค่าแท็กซี่/ค่ารถสองแถว	10.08	3.26
ค่าของฝาก/การ์ดอวยพร/ของที่ระลึก	22.00	7.12
ค่าใช้จ่ายทางการสื่อสาร	12.34	3.99
ค่าที่พัก	0.00	-
ค่าเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์	55.02	17.79
อื่นๆ	5.34	1.73
รวม	309.19	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยต่อวันประมาณ 309.19 บาท และมีค่าใช้จ่ายมากที่สุด ประเภทค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในศูนย์การค้า ประมาณ 65.11 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 21.06 รองลงมาคือ ค่าเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ ประมาณ 55.02 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 17.79 และน้ำมันเชื้อเพลิง 38.22 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 12.36

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวันของผู้ที่เข้าร่วมงานของกลุ่มคนต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น

ประเภทค่าใช้จ่าย	ค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวัน	ร้อยละ
ค่าอาหารและเครื่องดื่มในงาน	41.03	8.08
ค่าซื้อสินค้าภายในงาน	11.37	2.24
ค่าซื้อสินค้าในศูนย์การค้า	112.22	22.11
ค่าซื้อของร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าปลีก	32.47	6.40
ค่าใช้จ่ายในร้านอาหารในขอนแก่น	41.19	8.12
ค่าเดินทางระหว่างจังหวัด	56.04	11.04
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	66.63	13.13
ค่าโดยสารในจังหวัด/ค่าแท็กซี่/ค่ารถสองแถว	8.23	1.62
ค่าของฝาก/การ์ดอวยพร/ของที่ระลึก	29.33	5.78
ค่าใช้จ่ายทางการสื่อสาร	11.01	2.17
ค่าที่พัก	41.36	8.15
ค่าเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์	52.22	10.29
อื่นๆ	4.40	0.87
รวม	507.50	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยต่อวันประมาณ 507.50 บาท และมีค่าใช้จ่ายมากที่สุด ประเภทค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในศูนย์การค้า ประมาณ 112.22 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 22.11 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายประเภทค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ประมาณ 66.63 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 13.13 และเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ 52.22 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 10.29

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวันของผู้ที่เข้าร่วมงานของกลุ่มคนต่างจังหวัด

ประเภทค่าใช้จ่าย	ค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อวัน	ร้อยละ
ค่าอาหารและเครื่องดื่มในงาน	57.25	7.79
ค่าซื้อสินค้าภายในงาน	27.30	3.72
ค่าซื้อสินค้าในศูนย์การค้า	86.00	11.70
ค่าซื้อของร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าปลีก	66.32	9.03
ค่าใช้จ่ายในร้านอาหารในขอนแก่น	47.52	6.47
ค่าเดินทางระหว่างจังหวัด	86.05	11.71
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	67.84	9.23
ค่าโดยสารในจังหวัด/ค่าแท็กซี่/ค่ารถสองแถว	24.56	3.34
ค่าของฝาก/การ์ดอวยพร/ของที่ระลึก	37.85	5.15
ค่าใช้จ่ายทางการสื่อสาร	29.00	3.95
ค่าที่พัก	87.78	11.95
ค่าเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์	96.35	13.11
อื่นๆ	21.01	2.86
รวม	734.83	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยต่อวันประมาณ 734.83 บาท และมีค่าใช้จ่ายมากที่สุด ประเภทค่าเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ ประมาณ 96.35 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 13.11 รองลงมา คือ ค่าที่พักประมาณ 87.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.95 และค่าใช้จ่ายประเภทเดินทางระหว่างจังหวัด ประมาณ 86.05 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 11.71

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่เข้าร่วมงาน จำแนกตามที่มาของผู้เข้าร่วม

ที่มาผู้เข้าร่วมงาน	จำนวนวันที่เข้าร่วมจากการ สอบถาม (ค่าเฉลี่ย)
คนในอำเภอเมืองขอนแก่น	1.29
คนต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น	1.21
คนที่มาจากจังหวัดอื่น	1.02
ค่าเฉลี่ย	1.17

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่เข้าร่วมงานทั้งหมด 1.17 วัน โดยกลุ่มคนที่มาจาก อำเภอเมืองขอนแก่น มีค่าเฉลี่ยจำนวนวันเข้าร่วมมากที่สุดคือ 1.29 วัน รองลงมาคือ กลุ่มคนที่มาจากจังหวัดอื่น มีค่าเฉลี่ยเข้าร่วมงานคือ 1.21 วัน

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนเม็ดเงินที่จ่ายต่อคน

ที่มาผู้เข้าร่วมงาน	จำนวนวันที่เข้าร่วมจาก การสอบถาม (ค่าเฉลี่ย) (1)	ค่าเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายต่อวัน (2)	ประมาณการเม็ดเงินที่ จ่ายต่อคน (1)x(2)
คนในอำเภอเมืองขอนแก่น	1.29	309.19	398.86
คนต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น	1.21	507.50	614.08
คนที่มาจากจังหวัดอื่น	1.02	734.83	749.53
ค่าเฉลี่ย	1.17	517.17	587.49

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาจาก อำเภอเมืองขอนแก่น มีค่าเฉลี่ยใช้จ่ายต่อคน ประมาณ 398.86 บาท ,กลุ่มที่มาจากต่างอำเภอ มีค่าเฉลี่ยใช้จ่ายต่อวันประมาณ 614.08 บาท และกลุ่มที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่น 749.53 บาท

ตารางที่ 18 แสดงการประมาณการเม็ดเงินสะพัด

ผู้ร่วมงานจากการประมาณการจากการนับ (29,522 คน)	ประมาณการ	ประมาณการเม็ดเงินที่จ่ายต่อหัว	ประมาณเม็ดเงินสะพัด
คนในอำเภอเมืองขอนแก่น	22,983	398.86	9,166,999
คนต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น	2,825	614.08	1,734,776
คนที่มาจากจังหวัดอื่น	3,714	749.53	2,783,754
รวม	29,522	587.49	13,685,530

จากตารางที่ 18 พบว่า มีเม็ดเงินสะพัดมากที่สุด จากการใช้จ่ายของกลุ่มคนในอำเภอเมืองขอนแก่นประมาณ 9,166,999 บาท รองลงมาคือจากการใช้จ่ายของกลุ่มคนที่มาจากจังหวัดอื่นประมาณ 2,783,754 บาท และมีเม็ดเงินสะพัดจากผู้เข้าร่วมงานทั้ง 2 วัน ประมาณ 13,685,530 บาท

บทที่ 3

อภิปรายผลการประเมิน

การอภิปรายผลการจัดงาน ขอนแก่น เลิฟมิวสิก เฟสติวล 2014 “ฮักถึงแก่น ดินแดนแห่งรัก” จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13 – 14 กุมภาพันธ์ 2557 มีดังนี้

3.1 ผลการนับจำนวนคนเข้าร่วมงาน

จากการจัดงานตั้งแต่วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557 ถึงวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557 พบว่าในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557 มีผู้เข้าร่วมประมาณ 5,212 คน และในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557 มีผู้เข้าร่วมประมาณ 24,310 คน มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งหมดประมาณ 28,552 คน และมีผู้เข้าร่วมจากอำเภอเมืองขอนแก่นประมาณ 22,983 คน มาจากต่างอำเภอประมาณ 2,825 คน และมีผู้เข้าร่วมที่มาจากต่างจังหวัดอื่นประมาณ 3,714 คน จำนวนผู้เข้าร่วมงานในปี พ.ศ.2557 มีจำนวนมากกว่าปี พ.ศ.2556 ประมาณ 7,835 คน เนื่องจากในปี 2556 มีการจัดงานเพียง 1 วันคือวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2556

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนคนเปรียบเทียบปี 2556 และ 2557

	ขอนแก่น เลิฟมิวสิกเฟสติวล 2013	ขอนแก่น เลิฟมิวสิก เฟสติวล 2014	การเปลี่ยนแปลง
จำนวนคน	20,717	29,522	เพิ่มขึ้น 37.81%
จำนวนคนในวันที่ 14 กุมภาพันธ์	20,717	24,310	เพิ่มขึ้น 17.34%

3.2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านสื่อ และความคิดเห็นที่มีต่อการจัดงาน

จากการสอบถามจากผู้เข้าร่วมงานจำนวน 1,740 คน พบว่า ผู้เข้าร่วมงานทราบข่าวการจัดงานมาจากเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 24.94 รองลงมาคือ มาเป็นประจำทุกปีอยู่แล้ว (ไม่ได้เห็นสื่อหรือรับทราบข่าวจากสื่อ) คิดเป็นร้อยละ 17.24 อันดับรองลงมาคือ ทราบข่าวจากเฟสบุ๊ก และป้าย/บิลบอร์ด/จอ LED คิดเป็นร้อยละ 15.70 และ 14.25 ตามลำดับ เปรียบเทียบกับปี 2556 และ 2555 โดยเรียงลำดับอันดับ 1 ถึง 3 ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 20 แสดงอันดับสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมงานปี 2556 และ 2557

อันดับ	ขอนแก่น เลิฟมิวสิกเฟสตีวัล 2013	ขอนแก่น เลิฟมิวสิก เฟสตีวัล 2014
1	ป้าย	เฟสบุ๊ก
2	เฟสบุ๊ก	เพื่อน
3	ไบปลิว/โปสเตอร์	ไบปลิว/โปสเตอร์

ด้านสื่อมีการเปลี่ยนแปลง การจัดงานในปี 2556 สื่อที่ทำให้คนรู้จักและเข้าร่วมงานอันดับ 1 คือป้าย อันดับ 2 คือเฟสบุ๊ก และอันดับ 3 คือไบปลิว/โปสเตอร์ สำหรับในปี 2557 สื่อที่ทำให้คนรู้จักและเข้าร่วมงาน อันดับ 1 คือ เฟสบุ๊ก อันดับที่ 2 คือ เพื่อนชวน/แนะนำ อันดับ 3 คือ ไบปลิว/โปสเตอร์

ด้านความคิดเห็นในการจัดงาน มีผู้ให้ความเห็นในการจัดงานจำนวน 450 คน โดยส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยอย่างมากในการจัดงานทั้งในแง่การจัดงานช่วยสร้างความสุขแก่นักท่องเที่ยวและคนขอนแก่น , การจัดงานช่วยส่งเสริมรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจ , รูปแบบการจัดงานผสมผสานของวัฒนธรรมร่วมสมัย และควรมีการจัดงานอีกในปีหน้า และเห็นด้วย ว่าเป็นการจัดงานเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

ด้านความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดงาน สิ่งที่จัดการได้ดี ได้แก่ บรรยากาศในงาน สิ่งที่จัดการค่อนข้างดี ได้แก่ การตกแต่งและความสวยงาม,ความปลอดภัยในงาน,ขนาดพื้นที่,สถานที่จัดงาน และป้ายบอกทาง สิ่งที่ควรปรับปรุง ได้แก่ ที่จอดรถ และห้องน้ำ

ด้านความคิดเห็นต่อกิจกรรมในงาน ผู้เข้าร่วมงานมีความชอบระดับมากในกิจกรรม ทุกกิจกรรม ได้แก่ การประกวดวงดนตรี ,การแสดงคอนเสิร์ตจากศิลปิน, ชุมนำอาหารและเครื่องดื่ม, ชุมนินคำทำมือ, ชุมนำภาพถ่าย, ชุมนำตรวจสภาพรถ

3.3 ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดในช่วงวันที่ 13 -14 กุมภาพันธ์ 2557

ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดจากกลุ่มผู้ร่วมงานที่มาจาก อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในช่วงวันที่ 13 – 14 กุมภาพันธ์ 2557 มีการใช้จ่ายมากที่สุดไปกับการซื้อสินค้าในศูนย์การค้า คิดเป็นร้อยละ 21.06 รองลงมาคือ ค่าเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ คิดเป็นร้อยละ 17.79 และน้ำมันเชื้อเพลิงคิดเป็นร้อยละ 12.36 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด การคำนวณเม็ดเงินสะพัดทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากกลุ่มนี้มีประมาณ 9.16 ล้านบาท

ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดจากกลุ่มผู้ร่วมงานที่มาจาก ต่างอำเภอ จังหวัดขอนแก่น ในช่วงวันที่ 13 – 14 กุมภาพันธ์ 2557 มีการใช้จ่ายมากที่สุดไปกับการซื้อสินค้าในศูนย์การค้า คิดเป็นร้อยละ 22.11 รองลงมาคือ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงคิดเป็นร้อยละ 13.13 และเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ คิดเป็นร้อยละ 10.29 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด การคำนวณเม็ดเงินสะพัดทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากกลุ่มนี้มีประมาณ 1.73 ล้านบาท

ผลการประเมินเม็ดเงินสะพัดจากกลุ่มผู้ร่วมงานที่มาจาก จังหวัดอื่น ในช่วงวันที่ 13 – 14 กุมภาพันธ์ 2557 มีการใช้จ่ายมากที่สุดไปกับการเที่ยวสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ คิดเป็นร้อยละ 13.11 รองลงมาคือ ค่าที่พัก คิดเป็นร้อยละ 11.95 และ ค่าเดินทางระหว่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 11.71 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด การคำนวณเม็ดเงินสะพัดทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากกลุ่มนี้มีประมาณ 2.78 ล้านบาท

ภาคผนวก



ตัวอย่างแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ของการสอบถาม

เพื่อทราบความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อกิจกรรมในงาน เพื่อนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดงานในครั้งต่อไป ทางเทศบาลนครขอนแก่นหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านจะให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามและลงความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ท่านต้องการ มา ณ ที่นี้ด้วย

1. ท่านเดินทางมาจากจังหวัด ขอนแก่น อำเภอเมือง
 ขอนแก่น ต่างอำเภอ..... (โปรดระบุอำเภอ)
 จังหวัดอื่น..... (โปรดระบุจังหวัด)
2. เพศ ชาย หญิง
3. ช่วงอายุ น้อยกว่า 20 ปี 20-29 ปี 30-39 ปี
 40-49 ปี 50 ปี ขึ้นไป
4. อาชีพประจำ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน
 เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา แม่บ้าน
 รับจ้างทั่วไป เกษียณ อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. ทราบข่าวการจัดงานโดย (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ทิว ช่อง (โปรดระบุ) งานแถลงข่าว
 วิทยุ หนังสือพิมพ์
 คู่มือ/สูจิบัตร ใบปลิว/โปสเตอร์/สิ่งพิมพ์
 เว็บไซต์ (โปรดระบุ) เฟสบุ๊ก (Facebook)
 รถแห่ ป้าย/ป้ายบิลบอร์ด/จอ LED
 เพื่อน/ญาติ แนะนำ อื่น ๆ

6. ความคิดเห็นต่อการจัดงานครั้งนี้

ประเด็น	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยมาก
การจัดงานในครั้งนี้นส่งเสริมให้เยาวชนเข้าใจในเรื่องรักอย่างถูกวิธี					
การจัดงานในครั้งนี้นลดความเสี่ยงในการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร					
กิจกรรมในงานส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรักหรือคนในครอบครัว					
การจัดงานช่วยให้วัยรุ่นใช้เวลาในช่วงวันแห่งความรักในทางที่ถูก					
การจัดงานช่วยส่งเสริมรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจ					
ควรมีการจัดงานอีกในปีหน้า					

8. ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการจัดงาน

- 8.1 ขนาดพื้นที่ในการจัดงาน เล็กเกินไป พอดี/เหมาะสม ใหญ่เกินไป
- 8.2 สถานที่ในการจัดงานบึงทุ่งสร้าง ควรเปลี่ยน เหมาะสม/ดีอยู่แล้ว
- 8.3 ที่จอดรถ ควรปรับปรุง เหมาะสม/ดีอยู่แล้ว
- 8.4 ป้ายบอกทาง ควรปรับปรุง เหมาะสม/ดีอยู่แล้ว
- 8.5 ห้องน้ำ ควรปรับปรุง เหมาะสม/ดีอยู่แล้ว
- 8.6 ความปลอดภัยในงาน ควรปรับปรุง เหมาะสม/ดีอยู่แล้ว
- 8.7 ความสวยงามของสถานที่ ควรปรับปรุง เหมาะสม/ดีอยู่แล้ว
- 8.8 บรรยากาศ ควรปรับปรุง เหมาะสม/ดีอยู่แล้ว

9. ความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรมในงาน

รายละเอียดกิจกรรม	ไม่ได้รวม	ชอบมาก	ชอบ	เฉยๆ	ไม่ชอบ	ไม่ชอบมาก
การประกวดวงดนตรี						
การแสดงคอนเสิร์ตจากศิลปิน						
ซุ้มจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม						
ซุ้มจำหน่ายสินค้าทำมือ (D.I.Y)						
ซุ้มถ่ายภาพ						
ซุ้มให้ความรู้ ด้านการมีรักอย่างปลอดภัย (ตรวจสภาพรัก)						
อื่น.....						

10. ศิลปินหรือดาราที่ท่านชื่นชอบในการแสดง (ตอบได้มากกว่า 1

คน).....

11. ในครั้งหน้าท่านต้องการศิลปินหรือดารา ท่านใด (ตอบได้มากกว่า 1

คน).....

12. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

สามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ **Email : MEKHONKAEN@gmail.com**

Facebook : Mekhonkaen

7. ท่านมาร่วมงาน เลิฟมิวสิกเฟสติวล จังหวัดขอนแก่นในครั้งนี้มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในแต่ละวัน อย่างไร

7.1 ท่านคิดว่าจะมาร่วมงาน เลิฟมิวสิกเฟสติวล ที่วันวัน (ระหว่างวันที่ 13 ก.พ. - 14 ก.พ. 57
ทั้งหมด 2 วัน)

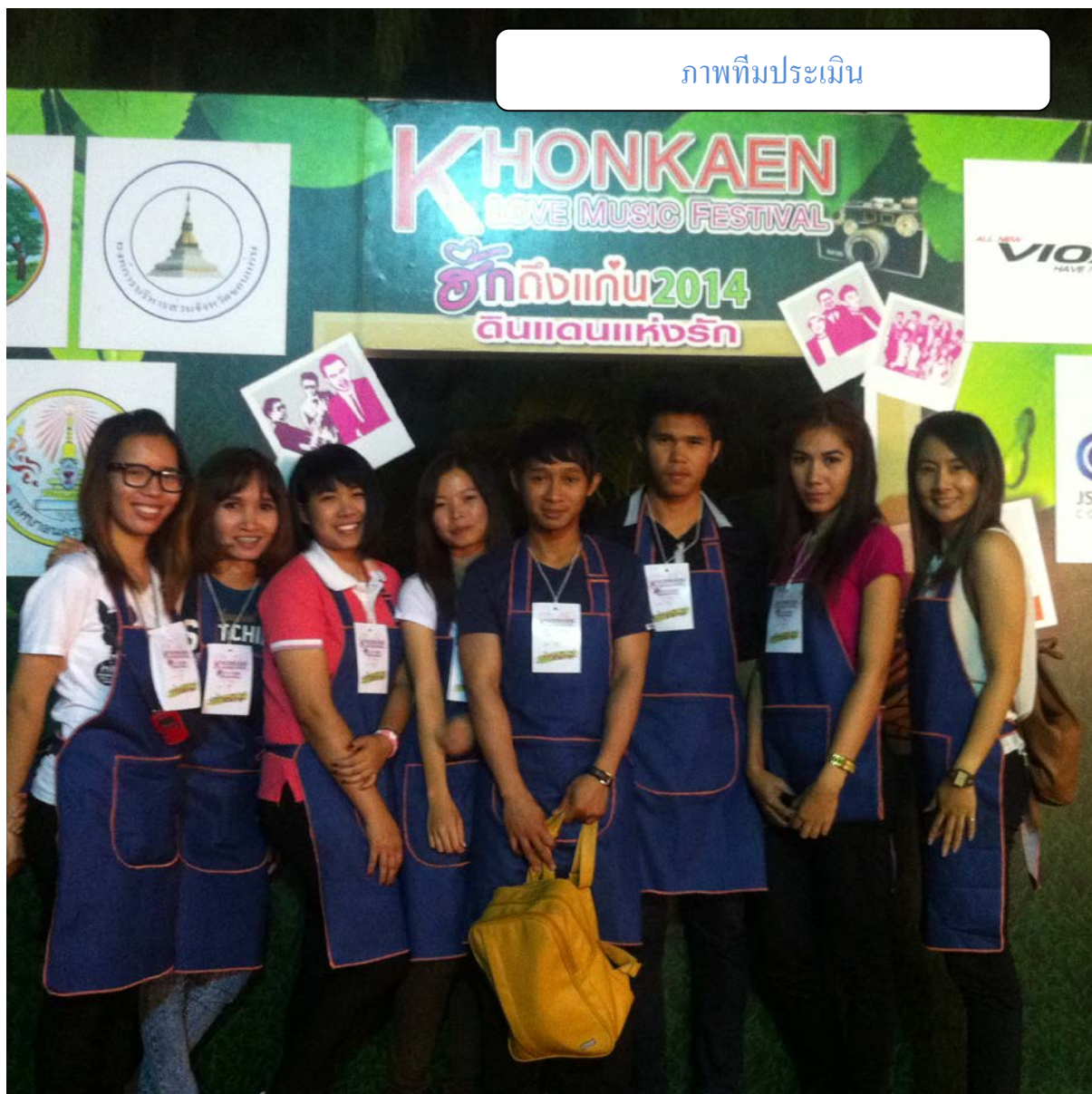
7.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่มภายในงาน	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.3 ค่าซื้อสินค้าภายในงาน	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.4 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในศูนย์การค้า	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.5 ค่าใช้จ่ายซื้อสินค้าทั่วไปในร้านสะดวกซื้อ / ค้าปลีก เช่น เซเว่น ໑໑໑ ห่วย เป็นต้น	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.6 ค่าอาหารและเครื่องดื่มภายนอกงาน	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.7 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไป - กลับ (หากมาจาก ต่างจังหวัดให้ประมาณตั้งแต่จังหวัดของตนเอง) (กรณีใช้ ระบบขนส่งมวลชน)	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.8 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ไป-กลับ (กรณีใช้รถส่วนตัว)	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.9 ค่ารถโดยสาร - ขนส่งสาธารณะ เช่น รถสองแถว TAXI	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.10 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝาก ของที่ระลึก นอกงาน	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.11 ค่าที่พัก (เฉลี่ยต่อคืน)	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท/คืน โปรดระบุคืนที่พัก ทั้งหมด.....คืน
7.12 ค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ ค่าเที่ยวสถานบันเทิงหลัง งานเลิก โดยเฉพาะกรณีที่แน่ใจว่าไปเที่ยวต่อแน่นอน	ไม่มี ()	มี ()	เฉลี่ย.....บาท
7.13 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (โปรดระบุ.....)			เฉลี่ย.....บาท

*****ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ*****

ภาพตัวอย่างการเก็บข้อมูล



ภาพทีมประเมิน





ภาพการนับบริเวณทางเข้า

ผู้จัดทำ

1. นายจักรพรรชัย วีรโพธิ์พงษ์	นักวิจัย/ผจก. หจก. คิลิเจนที่มีเดีย อาจารย์พิเศษ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	Email : diligentmedia2010@gmail.com
2. ดร. อชิตพล พลเขต	อาจารย์ประจำ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์	Email : Achi_taphon2511@hotmail.com

บรรณานุกรม

ชวาล แพรัตกุล. 2516. เทคนิคการวัดผล. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.

วิเชียร เกตุสิงห์. 2538. ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย : เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. ข่าวสารการวิจัย

การศึกษา. 1(4)กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2538 : 13.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2542. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์. 2549. คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. บริษัทประชุมทอง พรินติ้ง กรุป จำกัด.

จักรพรรชัย วีรโพธิ์พงษ์. 2555. รายงานการประเมินความพึงพอใจและผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดงาน
ขอนแก่น เลิฟมิวสิกเฟสติวัล ฮักถึงแก่น แดนดนตรีรัก 2013. สำนักวิชาการ เทศบาลนครขอนแก่น