



## รายงานผลการดำเนินงาน: มหกรรมเนื้อดีศรีสะเกษ ๒๕๖๙

### "Music and Meat Festival ๒๐๒๖"



#### บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

การจัดงาน มหกรรมเนื้อดีศรีสะเกษ ๒๕๖๙ (Music and Meat Festival ๒๐๒๖) ประสบความสำเร็จอย่างล้นหลามในการยกระดับอุตสาหกรรมปศุสัตว์และกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้งบประมาณในการจัดงานเพียง ๑,๔๗๖,๐๐๐ บาท แต่สามารถสร้างมูลค่าทางตรงทั้งหมด (Total Direct Value) ได้สูงถึง ๒๐,๙๔๘,๔๐๒ บาท และก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนทางเศรษฐกิจรวมในระดับพื้นที่ประเมินมูลค่ากว่า ๓๗.๗ ล้านบาท งานนี้ไม่เพียงแต่กระตุ้นยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยภายในงาน แต่ยังเปิดโอกาสทางธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ผ่านการลงนาม MOU และการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ซึ่งส่งผลดีต่อห่วงโซ่อุปทานเนื้อโคคุณภาพของจังหวัดในระยะยาว



#### ข้อมูลทั่วไปของการจัดงาน

- ชื่องาน: มหกรรมเนื้อดีศรีสะเกษ ๒๕๖๙ (Music and Meat Festival ๒๐๒๖)
- ระยะเวลาจัดงาน: วันที่ ๕ - ๘ มีนาคม ๒๕๖๙ (รวม ๔ วัน)
- สถานที่: สวนสาธารณะลานออกดลอด อนุสรณ์ ๒๓๘ ปี จังหวัดศรีสะเกษ
- หน่วยงานผู้รับผิดชอบหลัก:  
กลุ่มยุทธศาสตร์และสารสนเทศการปศุสัตว์ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดศรีสะเกษ
- งบประมาณดำเนินการ: ๑,๔๗๖,๐๐๐ บาท



#### สรุปผลสัมฤทธิ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Impact)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตลอดระยะเวลา ๔ วันของการจัดงาน สามารถสรุปมูลค่าที่เกิดขึ้นได้ดังนี้:



เงินหมุนเวียนทางเศรษฐกิจรวม (Total Economic Impact): ~๓๗.๗ ล้านบาท



มูลค่าทางตรงทั้งหมด (Total Direct Value): ๒๐,๙๔๘,๔๐๒ บาท

#### แหล่งที่มาของมูลค่าทางตรง (Breakdown of Direct Value)

| รายการ                           | มูลค่า (บาท) | สัดส่วน |
|----------------------------------|--------------|---------|
| มูลค่าความร่วมมือทางธุรกิจ (MOU) | ๑๔,๒๐๐,๐๐๐   | ๖๗.๘%   |
| ยอดขายสะพัดภายในงาน (Sales)      | ๒,๖๑๘,๔๐๒    | ๑๒.๕%   |

## สัญญาซื้อขายต่อเนื่อง (Business Matching)

(ฮาโมนี กรุ๊ป ระยะเวลา ๑ ปี)

๒,๕๐๐,๐๐๐ ๑๑.๕%

งบกระตุ้นเศรษฐกิจจากผู้จัดและผู้ออกบูธ

๑,๗๓๐,๐๐๐ ๘.๒%

รวมทั้งสิ้น

๒๐,๙๔๘,๔๐๒ ๑๐๐%

## สถิติยอดขายภายในงานรายวัน (Daily Sales)

ยอดขายรวมของร้านค้าและผู้ประกอบการภายในงานตลอด ๔ วัน อยู่ที่ ๒,๖๑๘,๔๐๒ บาท โดยมียอดจำหน่ายสูงที่สุดในวันที่ ๖ มีนาคม

- ๕ มี.ค. ๒๕๖๙: ๕๐๓,๙๐๒ บาท
- ๖ มี.ค. ๒๕๖๙: ๗๓๓,๗๐๐ บาท (สูงสุด)
- ๗ มี.ค. ๒๕๖๙: ๗๐๒,๗๐๐ บาท
- ๘ มี.ค. ๒๕๖๙: ๖๗๘,๑๐๐ บาท

## ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)

- คุณภาพและอัตลักษณ์ของสินค้า: การชูจุดเด่นเนื้อโคคุณภาพสูงของท้องถิ่น เช่น แปรนด์ "ดอกลำดวนบีฟ" รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้มาตรฐาน ทำให้ดึงดูดความสนใจจากทั้งกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปและนักลงทุน
- การบูรณาการ Business Matching: การจัดงานไม่เพียงแค่มุ่งเน้นการขายปลีกหน้าร้าน แต่ยังเปิดพื้นที่ให้เกิดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (B2B) จนนำไปสู่การลงนาม MOU สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจระยะยาวกว่า ๑๔.๒ ล้านบาท
- กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสาร: การใช้ผู้จัดรายการและอินฟลูเอนเซอร์ในการโปรโมทและสร้างสีสันภายในงาน ช่วยกระตุ้นยอดขายและดึงดูดให้ผู้คนเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ความร่วมมืออย่างเข้มแข็งของทุกภาคส่วน: การสนับสนุนหลักจากภาครัฐ (สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด) ผสมผสานกับความตื่นตัวของผู้ประกอบการและกลุ่มเกษตรกรที่ร่วมกันขับเคลื่อนงานอย่างเต็มศักยภาพ

## ปัญหาและอุปสรรค

๑. **พื้นที่อำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ:** เนื่องจากมีผู้เข้าร่วมงานและให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก ทำให้พื้นที่ลานจอดรถและพื้นที่สำหรับนั่งรับประทานอาหาร (Seating Area) ไม่เพียงพอต่อความต้องการในช่วงเวลาเร่งด่วน
๒. **สภาพอากาศและการระบายความร้อน:** การจัดงานในเต็นท์โดมช่วงเดือนมีนาคมซึ่งเป็นช่วงที่อากาศเริ่มร้อน ทำให้บริเวณพื้นที่จัดงานบางจุดมีสภาพอากาศที่ค่อนข้างอบอ้าว
๓. **สินค้าไฮไลท์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ:** ผลิตภัณฑ์เนื้อแปรรูปและเนื้อสติกแบรนด์ดังบางรายการได้รับความนิยมสูงมากจนสินค้าขาดตลาด (Sold Out) อย่างรวดเร็ว ทำให้เสียโอกาสในการสร้างยอดขายเพิ่มเติม

## ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดงานในครั้งต่อไป

๑. **การขยายพื้นที่และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก:** ควรพิจารณาขยายพื้นที่จัดงาน จัดสรรจุดจอดรถสำรอง และเพิ่มจำนวนโต๊ะ-เก้าอี้ในโซนรับประทานอาหาร รวมถึงอาจเสริมพัดลมไอน้ำเพื่อระบายความร้อนให้ผู้เข้าร่วมงานเดินชมงานได้สบายยิ่งขึ้น
๒. **เพิ่มโซนเจรจาธุรกิจ (B2B Lounge) โดยเฉพาะ:** จัดสรรพื้นที่เจรจาธุรกิจแบบเป็นสัดส่วน (Exclusive Zone) เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างบรรยากาศความเป็นมืออาชีพ ให้ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร และนักลงทุนใช้พูดคุยทำสัญญาซื้อขายหรือ MOU ได้อย่างเป็นส่วนตัว
๓. **การวางแผนสต็อกสินค้า (Inventory Management):** ประสานงานกับกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการล่วงหน้า ให้นำสต็อกขายของปีนี้ไปใช้วางแผนเตรียมวัตถุดิบและสต็อกสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาดที่เติบโตขึ้น
๔. **การต่อยอดการประชาสัมพันธ์ในระดับประเทศ:** นำตัวเลขความสำเร็จ (Success Story) ของการจัดงานในปีนี้เป็นเครื่องมือ (Portfolio) ในการดึงดูดผู้สนับสนุน (Sponsors) แบรนด์ใหญ่ และโปรมหาวิทยาลัยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดให้มาร่วมงานในปีถัดไป

**จัดทำโดย:** กลุ่มยุทธศาสตร์และสารสนเทศการปศุสัตว์ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดศรีสะเกษ

โทร: ๐๔๕-๖๑๒๙๒๘ ต่อ ๑๖