

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยกิจกรรมกีฬา กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ของวิธีการดำเนินการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ในส่วนแรกทำการเก็บรวบรวมการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรมพิเศษและฝ่ายประชาสัมพันธ์บริษัท บุญรอดเทรคดิง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบการวางแผน การดำเนินโครงการรวมถึงการประชาสัมพันธ์ การแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 จำนวน 5 ท่าน รวมถึงทำการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ในส่วนที่สองทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 จำนวน 550 ฉบับ ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของข้อมูลมากที่สุดจำนวน 523 ฉบับ

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นรูปตารางและอธิบายความเรียง แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

ส่วนที่ 1 การศึกษารูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ที่เป็นกิจกรรมพิเศษด้านการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการประชาสัมพันธ์

การศึกษารูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ที่เป็นกิจกรรมพิเศษด้านการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินโครงการ และการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน คือ

นาย ธนารักษ์ ทองสะอาด	ตำแหน่ง Public relation executive
นาย ทรงยศ อาชาสิริพันธ์	ตำแหน่ง Event executive
นาย ชนกานต์ สุทธิพันธ์	ตำแหน่ง Executive special events manager
นาย อภิเชษฐ์ สมบัติเจริญนนท์	ตำแหน่ง Marketing promotion manager
นาย สุชิน พันธุ์ประกาศ	ตำแหน่ง Sport Activities supervisor

การศึกษจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ด้วยกาแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูลการทำกิจกรรม (ขั้นตอนที่ 1)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการพบว่า ทางผู้บริหารของบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ต้องการส่งเสริมประชาชนในท้องถิ่นทั่วประเทศให้ได้ออกกำลังกาย และเห็นว่าการเล่นกีฬาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มุ่งพัฒนาคนให้มีคุณภาพ จึงส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปเก็บข้อมูลแบบสอบถามประชาชนในแต่ละอำเภอทั่วประเทศมีการทำแบบสอบถามและการเข้าไปพูดคุยโดยตรงกับทางชาวบ้าน นักกีฬา หรือกับทางหน่วยงานในแต่ละพื้นที่ ตลอดจนจนถึงผู้ใหญ่ในระดับกระทรวง ผู้บริหารต่างๆ เพื่อมารวบรวมข้อมูล ประกอบกับทางบริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่คือ ไทเบียร์ จึงจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ขึ้นในปี พ.ศ. 2544 ดังข้อมูลต่อไปนี้

...ตอนแรกเราควรรู้ว่ากิจกรรมนี้มีกีฬาชนิดใดบ้าง มีที่ประเภท มีการจัดการแข่งขันแบบไหน โดยเราไปสอบถามข้อมูลจากฝ่ายจัดการแข่งขัน (ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ) ซึ่งจะได้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำข่าวประชาสัมพันธ์ต่อไป...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 1

...ศึกษาจากการจัดการแข่งขันกีฬารายการต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ วิธีการจัดการแข่ง การดำเนินการแข่งขัน จำนวนอุปกรณ์ งบประมาณ จำนวนบุคลากร สถานที่ การประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 2

...มีการทำแบบสอบถามและการเข้าไปพูดคุยโดยตรงกับทางชาวบ้าน นักกีฬา หรือกับทางหน่วยงานในแต่ละพื้นที่ ตลอดจนถึงผู้ใหญ่ในระดับกระทรวง ผู้บริหารต่างๆ เพื่อมารวบรวมข้อมูล และแปรผลออกมาเพื่อให้ได้กิจกรรมที่ดีที่สุด เป็นที่น่าพอใจกับหลายๆฝ่าย...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 3

...การจัดมหกรรมอาหารต้องเข้าไปประสานงานกับจังหวัดนั้นๆ ส่วนมากจะเป็นหน่วยงานด้านสาธารณสุข ที่มีรายชื่อร้านอาหาร ร้านค้าย่อยๆ ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนั้นๆ เพื่อที่จะเข้ามาขายอาหารภายในงาน โดยร่วมมือกับทางเทศบาล ชมรมร้านอาหารและทางบริษัท บุญรอดฯ ส่วนในการรักษาความปลอดภัยก็ได้ติดต่อกับสถานีตำรวจ หน่วยงานด้านการรักษาความปลอดภัย (อปพร.) เพื่อที่จะเข้ามาควบคุม ดูแลรักษาความปลอดภัย บริเวณภายในงาน...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 4

...การที่บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ทำให้ต้องหาทางประชาสัมพันธ์ ซึ่งตรงนี้กิจกรรมกีฬาถือว่าเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 5

2. การกำหนด นโยบาย การวางแผน และกำหนดโครงการ (ขั้นตอนที่ 2)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการพบว่า มีการกำหนด นโยบาย วางแผน รูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 มีการเตรียมความพร้อมไว้รองรับการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ออกเป็น 4 ด้านใหญ่ๆ ดังนี้ คือ

(1) ด้านบุคลากร เนื่องจากกีฬาไทคัพนี้มีการจัดทั่วประเทศ เราจำเป็นต้องใช้บุคลากรค่อนข้างมาก เราเลยมีการวางแผนการจัดการ โดยหาแนวร่วมในการจัด ประสานงานไปทางภาครัฐ ทั้งทางกรมการส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นในเรื่องของการหาทีมเข้าร่วมการแข่งขัน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการรับสมัครและการดำเนินการแข่งขัน ซึ่งทางกระทรวงฯจะทำการประสานงานไปในตัวแต่ละจังหวัด ทางสมาคมผู้ตัดสินในเรื่องของผู้ตัดสิน โดยทั้งหมดนี้ทางบริษัทฯจะเป็นคนดำเนินการเรื่องกำหนดการ และรายละเอียดต่างๆ

(2) ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก ทางบริษัทฯได้ให้ตัวแทนภาครัฐ โดยในที่นี้คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสนามแข่งขัน การดำเนินการแข่งขัน ซึ่งตรงนี้ก็ถือเป็นมาตรฐานระดับประเทศ ส่วนอุปกรณ์ทางบริษัทฯได้มีสปอนเซอร์ที่เป็นผู้ผลิตอุปกรณ์กีฬา คือ บริษัท FBT อยู่แล้ว แลยังเป็นบริษัทฯชั้นนำของเมืองไทย ย่อมมีมาตรฐานอย่างแน่นอน

(3) ด้านการจัดการ ทางบริษัทฯมีการร่วมประชุมหารือ ร่วมกับหน่วยงานของทางภาครัฐ ได้แก่ การกีฬาแห่งประเทศไทย ในการวางแผนการจัดการ โดยทางบริษัทฯได้เรียนรู้จากการ

แข่งขันกีฬาระดับชาติหรือทั้งกระทั่งการแข่งขันระดับโลกที่เข้ามาจัดในไทย โดยทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ให้คำแนะนำทั้งหมด ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์งาน ทางบริษัทฯ ก็มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมระดับโลกมาแล้ว ซึ่งตรงนี้ก็ถือว่ามีความพร้อมในด้านสื่ออย่างเต็มที่อยู่แล้ว

(4) ด้านงบประมาณ เนื่องจากกิจกรรมนี้เป็นการจัดแข่งขัน 75 จังหวัดทั่วประเทศ ทางบริษัทจำเป็นต้องใช้งบประมาณมาก จำเป็นต้องมีการวางแผน หรือกัน ว่าทางบริษัทฯ ต้องใช้งบประมาณส่วนไหนบ้าง โดยบริษัทฯ แยกออกเป็นส่วนๆ แบ่งเป็นระดับ เช่น ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับเขต ระดับประเทศ เป็นต้น ซึ่งไม่สามารถเปิดเผยรายละเอียดได้ทั้งหมด คาดว่าประมาณ 30 ล้านบาท

จึงทำให้รูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ประสบผลสำเร็จ ดังข้อมูลต่อไปนี้

...ทางบริษัทฯ ต้องประสานงานกับหน่วยงานราชการ ไม่ว่าจะเป็นการกีฬาแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การปกครอง สถานีตำรวจ เทศบาล โรงพยาบาล โรงเรียน หอการค้า ฯลฯ ในแต่ละพื้นที่ ทั้งทางส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ซึ่งตัวนี้เราก็ได้ความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานต่างๆ ด้วย เพราะเราไปสร้างงาน สร้างรายได้ ทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินตรา ส่งผลโดยตรงกับเศรษฐกิจในตัวจังหวัด หรือภูมิกษณนั้นๆ...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 1

...มีการแบ่งงบประมาณออกเป็นส่วนๆ ในการจัดการแข่งขัน ส่วนรายละเอียดของแต่ละส่วนนั้นไม่สามารถแจ้งได้...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 2

...เนื่องจากกีฬาไทคัพนี้มีการจัดทั่วประเทศ เราจำเป็นต้องใช้บุคลากรค่อนข้างมาก เราเลยมีการวางแผนการจัดการ โดยหาแนวร่วมในการจัด ประสานงานไปทางภาครัฐทั้งทางกรมการส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นในเรื่องของการหาทีมเข้าร่วมการแข่งขัน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการรับสมัครและการดำเนินการแข่งขัน ซึ่งทางกระทรวงฯ จะทำการประสานงานไปในตัวแต่ละจังหวัด ทางสมาคมผู้ตัดสินในเรื่องของผู้ตัดสิน โดยทั้งหมดนี้ทางบริษัทฯ จะเป็นคนดำเนินการเรื่องกำหนดการ และรายละเอียดต่างๆ...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 3

...มีการร่วมงานกันของสปอนเซอร์ร่วม นับ 10 ราย ในการทำให้งานมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น บริษัท มิตรชุบิซิมอเตอร์ประเทศไทย จำกัด มอปรดยนต์เพื่อเป็นรางวัลในการร่วมสนุกทายผลการแข่งขัน บริษัท ฟุตบอลไทยสปอร์ตติ้งกู๊ด จำกัด ให้ชุดแข่งขันทุกชนิดกีฬา บริษัท

สหพัฒน์พิบูล จำกัด มอบบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาเพื่อเป็นรางวัล บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส จำกัด (มหาชน) แจกชิมแฮปปี้ ให้แก่นักกีฬาและเจ้าหน้าที่ทุกคนที่เข้าร่วมการแข่งขัน เป็นต้น...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 4

...ทางบริษัทฯ มีการส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปค้นหาผู้เล่นที่มีความสามารถโดดเด่น พิเศษ กว่าผู้เล่นอื่นๆ ตามโครงการ “นักเตะดาวรุ่ง มุ่งสู่อาซิฟ” โดยทางบริษัทฯ จะมีการคัดเลือกผู้เล่นที่ดีที่สุด 4 ตำแหน่ง คือ กองหน้า, กองกลาง, กองหลังและผู้รักษาประตู โดยเจ้าหน้าที่จะเข้าไปดูตั้งแต่ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับเขตและระดับชิงแชมป์ประเทศ ทั้งนี้ผู้เล่นที่ดีที่สุด 4 ตำแหน่ง จะได้เข้ามาฝึกซ้อม และได้คัดเลือกกับสโมสรระดับอาซิฟในประเทศ และส่งไปคัดเลือกกับทางสโมสรอาซิฟ ณ ประเทศเวียดนาม โดยการสนับสนุนของบริษัทบุญรอดฯ โดยทางบริษัทเห็นถึงอนาคตของเด็กที่มีความสามารถที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดีพอ ที่จะออกไปฝึกซ้อมหรือแข่งขันระดับอาซิฟ แต่ยังคงขาดโอกาส...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 5

3. กลยุทธ์การสื่อสาร (ขั้นตอนที่ 3)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการพบว่า มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ได้นำเอากิจกรรมกีฬา มาเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความน่าสนใจ ความพึงพอใจ รวมถึงความประทับใจแก่กลุ่มเป้าหมายก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) กิจกรรมนี้มีความแปลกกว่ากิจกรรมอื่นๆ ตรงที่กิจกรรมนี้เจาะจงให้ผู้เข้าร่วมต้องเป็นบุคคลในท้องถิ่นนั้นๆ สมัครเข้าแข่งขันเป็นทีม เน้นความสามัคคีกันภายในท้องถิ่น

(2) การมีรูปแบบใหม่ๆ ของกิจกรรมตัวนี้ คือ เรื่องของคุณสมบัติของนักกีฬายังไม่มีกิจกรรมไหนๆ จัดเหมือน เพราะต้องเป็นคนที่มิทะเบียนบ้านอยู่ในตำบลเดียวกัน

(3) ความยิ่งใหญ่ของกิจกรรมนี้ คือ การที่เป็นกิจกรรมที่มวลชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นกีฬาพื้นบ้านที่จัดแข่งขันขึ้นสำหรับชาวบ้าน โดยเฉพาะ สามารถดึงชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด เพราะเป็นกีฬาที่ไม่ต้องใช้ทักษะมากนัก และยังทำให้เกิดกองเชียร์ในท้องถิ่นนั้นๆ อีกด้วย

(4) ความดังของกิจกรรมนี้ คือ การที่นักกีฬาทิมชาติในอดีตให้ความสนใจเข้าร่วม พิธีปิดในแต่ละที่ มีคนสำคัญให้เกียรติมาเข้าร่วมพิธี เป็นกิจกรรมที่ประชาชนท้องถิ่นรู้จักเป็นอย่างดี

(5) ช่วงแรกใช้ชื่อว่าไทเบียร์คัพ แต่มาปรับเปลี่ยนเป็น “ไทคัพ” มหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย เพราะว่าจะช่วยปลูกกระแสความเป็นไทยและให้เป็นกีฬาเพื่อท้องถิ่น ได้ใจจากประชาชนจากท้องถิ่น ครอบคลุมทั่วประเทศ จากคำว่า “กีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย”

(6) ตัวโลโก้ตราไทคัพ เน้นแสดงความเป็นไทย กระตุ้นให้เกิดความสามัคคี เชิญชวนให้คนเข้ามามีส่วนร่วม เพราะมีธงชาติด้านหลังตัวตราสัญลักษณ์ แสดงความเป็นกีฬาเพื่อคนไทย (ดูจากซีดี)

(7) ของที่ใช้ในตัวกิจกรรมทั้งหมด มีตราสินค้าปรากฏอยู่ โดยจะไม่ปรากฏตราสินค้าของบริษัทอื่น ๆ ที่ไม่มีส่วนร่วมเลขภายในงาน

(8) สื่อในสนามมีตราสินค้าปรากฏอยู่ทั่วทุกที่ ที่สามารถจะติดตั้งได้ ไม่ว่าจะถ่ายภาพออกสื่อทางไหนก็จะติดตราสินค้า (Logo) อย่างแน่นอน

(9) กิจกรรมนี้มีความได้เปรียบในเรื่องของสื่อ คือ มีสปอนเซอร์เป็นสื่อโดยตรงคือ เดลินิวส์ ซึ่งในตัวสื่อเองก็จะมีเครือข่ายที่จะกระจายข่าวสารได้อย่างครอบคลุม ทั่วถึงทั่วประเทศ กระตุ้นให้คนเข้ามามีส่วนร่วมในการแข่งขัน และยังทำให้ตัวกิจกรรมมีความน่าสนใจ

(10) หลังจากจบกิจกรรมในแต่ละวัน ไม่ว่าจะเป็นการแถลงข่าว การแบ่งสาย การสมัครเข้าแข่งขัน ตลอดจนการแข่งขันในแต่ละวัน ก็จะมีการเผยแพร่ข่าวออกไปในทุกสื่อ เพราะทางบริษัทฯ มีสปอนเซอร์ทำรับทำหน้าที่นี้โดยตรง (เดลินิวส์) และทางบริษัทฯ ยังได้มีการส่งเจ้าหน้าที่ไปประจำทุกสนามแข่งขันเพื่อที่จะทำหน้าที่ส่งข่าวกลับเข้ามาขังสื่อในทุกๆ ช่องทางที่จะมีการเผยแพร่สู่ประชาชน

(11) จากการที่ทางบริษัทฯ มีสปอนเซอร์เป็นสื่อมวลชน (เดลินิวส์) ยังสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้เป็นวงกว้าง มากไปกว่าในตัวพื้นที่แข่งขัน เพราะมีการเผยแพร่ข่าวสารไปทั่วประเทศ

(12) ทางบริษัทฯ ใช้ตราสัญลักษณ์ของทางบริษัทฯ ในการดึงคนเข้ามามีส่วนร่วม และทำให้เกิดความน่าสนใจ ซึ่งจะพบเห็นตราสัญลักษณ์ของงานได้ทั่วไปในเขตพื้นที่การแข่งขัน

(13) การที่บริษัทฯ ได้ซื้อซีเอ็นเอจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่เคยจัดสถานที่ให้กับกีฬาระดับโลกมาแล้ว ในการจัดกิจกรรมกีฬานี้ก็เช่นกัน ทางบริษัทฯ สามารถทำให้การประดับประดับบริเวณงานมีความน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดให้คนอยากที่จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างมาก

(14) การส่งคูโปงชิงโชค การทายผลประจำวันและผู้ชนะเลิศในการแข่งขันระดับประเทศ เป็นการส่งเสริมความน่าสนใจในตัวกิจกรรม และทางบริษัทฯ ยังมีการจัด “มหกรรมของดีอาหารอร่อย” ควบคู่ไปกับตัวกิจกรรมนี้ (event/event) ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการขาย เพราะในงานมีอาหารของพื้นบ้านและเครื่องดีมีราคาพิเศษควบคู่ไปด้วย

(15) ทางบริษัทฯ มีการกระตุ้นให้มีข่าวลงหน้าหนังสือพิมพ์มากขึ้น โดยมีความถี่ในการลงหรืออาจจะมีคอลัมพิเศษเพิ่มเติม เช่น โฟกัสกรู๊ปทีมที่จะเป็นแชมป์ เป็นต้น ก่อนที่จะมีการแข่งขันประมาณหนึ่งเดือน มีการคิดป้ายเพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งรถขยายเสียงประชาสัมพันธ์งาน ก่อนการแข่งขันประมาณสองเดือน

(16) เมื่อการแข่งขันจบสิ้น จะมีการกลับเข้าไปสัมภาษณ์ ดูชีวิตความเป็นอยู่ของนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จในการจัดการแข่งขัน ตลอดจนส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงการจัดการแข่งขันในครั้งต่อไปเป็นระยะๆ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อดาวบริษัทฯ

จึงทำให้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ประสบผลสำเร็จ ดังข้อมูลต่อไปนี้

...การสร้างข่าวให้น่าสนใจ มีข่าวออกตลอดเวลา หาประเด็นที่น่าสนใจมาลงข่าวอย่างสม่ำเสมอ การลงโฆษณา สกู๊ป เป็นราคาที่เหมาะสม เพราะทางบริษัทฯ ได้สปอนเซอร์หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และมีสัญญากันอยู่แล้ว ว่าอย่างน้อยก็ครั้ง ซึ่งข้อมูลตรงนี้คงไม่สามารถเปิดเผยได้ แต่ในแง่ปฏิบัติแล้ว ถ้าการแข่งขันเขตไหนๆ ที่มีคนดูต่ำกว่าเป้าหมายในวันแรกๆ ก็จะเป็นความดีในการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นกระตุ้นให้คนดูเพิ่มขึ้นในวันต่อไป ซึ่งตรงนี้เป็นจุดเด่นที่ทางบริษัทฯ มีสปอนเซอร์เป็นสื่อเป็นของตัวเอง ทำให้ค่าใช้จ่ายไม่บานปลาย เงินรางวัลก็มีผลสำคัญ เพราะทุกทีมจะทุ่มเท ทุ่มรายละเอียดได้ในเอกสารที่ให้ไว้...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 1

...กิจกรรมกีฬาที่ทางเรามีเด่นกว่ากิจกรรมที่อื่นๆ คือ การแข่งขันกีฬาพื้นบ้าน ซึ่งกิจกรรมการแข่งขันนั้นผู้เข้าร่วมจะเป็นประชาชนในหมู่บ้านหรือตำบลเดียวกัน และจะทำการแข่งขันร่วมกันไปเรื่อยๆ จากในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด เขต และไปชิงชนะเลิศในระดับประเทศ...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 2

...การมีผู้สนับสนุนร่วมไม่ว่าจะทั้งทางภาครัฐและเอกชน ถามว่าทำไมบริษัท บุญรอดฯ ไม่จัดเอง ซึ่งจริงๆแล้ว ก็สามารถทำได้ แต่ที่เราหาสปอนเซอร์ร่วม เพราะเราต้องการให้ภาพของงานออกมาดูให้มีความน่าสนใจ ยิ่งใหญ่ โดยดูจากการเข้ามามีส่วนร่วมของหลายๆ หน่วยงาน มีการร่วมงานกันในหลายๆฝ่าย ซึ่งตรงจุดนี้น่าจะทำให้เกิดการกระตุ้น การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน มากเสียกว่าการจัดงานโดยฝ่ายใด ฝ่ายหนึ่ง...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 3

...เพราะการประชาสัมพันธ์ด้วยกีฬาเป็นกิจกรรมที่เข้าถึงกลุ่มคนได้ทุกเพศ ทุกวัย และเกิดภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร และในส่วนของการจัดมหกรรมอาหารเป็นส่วนที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ เพราะประชาชนทั่วไป ต้องกิน ต้องดื่ม ต้องมีการซื้อขาย ทางบริษัทฯ เลื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาผนวกเข้าด้วยกัน ทำให้กิจกรรมนี้สนองความต้องการได้อย่างครอบคลุมและลงตัว...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 4

...การเชิญชวนนักกีฬาที่มีชื่อเสียงเข้าไปมีส่วนร่วมในตัวกิจกรรม จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ส่วนการเชิญนักกีฬาที่มีชื่อเสียงทั้งในอดีตและปัจจุบันนั้น ทางบริษัทฯ ได้เชิญนักกีฬาที่ทางบริษัทฯ ได้ให้การอนุเคราะห์สนับสนุน ทั้งนักมวยสากลที่มีชื่อเสียงจากสมาคมมวย

สากลสมัครเล่นแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ นักฟุตบอลทีมชาติในอดีตชุดสิงห์ครีมีทิม นักกอล์ฟอาชีพจากสมาคมกอล์ฟแห่งประเทศไทย คารา นักแสดง นักร้อง ตลกที่ร่วมทีมฟุตบอลสิงห์ยูสตาร์ เข้ามามีส่วนร่วมในขบวนพาเรดพิธีเปิด-ปิด การเปิดคลินิกกีฬา หรือกระทั่งเข้าร่วมแข่งขันเองในฐานะนักกีฬา ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กิจกรรม...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 5

4. การประเมินผล (ขั้นตอนที่ 4)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการพบว่า มีการประเมินผล ดังนี้

- (1) Media Coverage ทั้งสื่อของเดลินิวส์เอง และสื่ออื่นๆ ด้วย ต้องคุ้มค้ำกับงบประมาณ
- (2) การแข่งขันในแต่ละสนามมีคนดูมากน้อยแค่ไหน ประมาณ 70-80 % ของความจุสนาม ด้านอรรถประโยชน์ฝั่งร่วม จัดว่าประสบความสำเร็จ แต่ในวันชิงชนะเลิศทุกเขต คนดูจะต้องเต็มสนาม
- (3) มีคนสนใจมางานมหรรรมาอาหารมากน้อยแค่ไหน โดยวัดจากยอดขายอาหารและเครื่องดื่มในงาน
- (4) ประเมินจากสมัครเข้าแข่งขัน จำนวนทีมที่สมัครเข้าร่วมการแข่งขันมีเพิ่มมากขึ้น จำนวนผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมแข่งขันกีฬานิกิตต่างๆ
- (5) การเข้าร่วมของประชาชนในแต่ละกิจกรรม มีการเข้าใจตัวกิจกรรม และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละกิจกรรมที่จัดมากน้อยแค่ไหน
- (6) การตอบรับของจังหวัดที่เป็นเจ้าภาพในแต่ละระดับ มีการเรียกร้องให้ทางบริษัทฯ เข้าไปดำเนินการอีกครั้งในปีหน้าหรือไม่

การประเมินผลทั้ง 6 ข้อเป็นตัวชี้วัดผลของการจัดการแข่งขัน และจะไปเป็นข้อมูลในการจัดการแข่งขันในครั้งต่อไป เพื่อที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ดังข้อมูลต่อไปนี้

...การประเมินผลประเด็นหลักๆ เราดูจาก(1) Media Coverage ทั้งสื่อของเดลินิวส์เอง และสื่ออื่นๆด้วย ต้องคุ้มค้ำกับงบประมาณ (2) การแข่งขันในแต่ละสนาม มีคนดูมากน้อยแค่ไหน ประมาณ 70-80 % ของความจุสนามด้านอรรถประโยชน์ฝั่งร่วม จัดว่าประสบความสำเร็จ แต่ในวันชิงชนะเลิศทุกเขต คนดูจะต้องเต็มสนาม (3) มีคนสนใจมางานมหรรรมาอาหารมากน้อยแค่ไหน โดยวัดจากยอดขายอาหารและเครื่องดื่มในงานมากน้อยแค่ไหนเท่าที่จัดมาถือว่าประสบความสำเร็จ เพราะทุกๆวันมีคนมางานจนถึงที่นั่งที่เตรียมไว้ไม่เพียงพอ ขนาดโต๊ะเก้าอี้เป็น 100 ตัวก็ตาม...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 1

...ประเมินจากจำนวนทีมที่สมัครเข้าแข่งขัน จำนวนผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมแข่งขันกีฬานิกิตต่างๆ จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน ผู้เข้าร่วมมหรรรมาอาหาร กิจกรรมของผู้ร่วมสนับสนุน...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 2

... (1) ดูจากการตอบรับของจังหวัด โดยดูภาพรวมทั้งหมด เช่น การเข้ามามีส่วนร่วมของกิจกรรม จำนวนผู้ชม เป็นต้น (2) การสมัครเข้าแข่งขัน จำนวนทีมที่สมัครเข้าร่วมการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น (3) การเข้าร่วมของประชาชนในแต่ละกิจกรรม มีการเข้าใจตัวกิจกรรม และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละกิจกรรมที่จัดมาน้อยแค่ไหน (4) จังหวัดที่เป็นเจ้าภาพในแต่ละระดับ มีการเรียกร้องให้ทางบริษัทฯ เข้าไปดำเนินการอีกครั้งในปีหน้าหรือไม่...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 3

...มีการทำแบบสอบถามประชาชนที่เข้าร่วมงาน ด้วยวิธีการเข้าไปสัมภาษณ์โดยตรง แล้วเอามารวบรวมข้อมูล เพื่อปรับปรุงในครั้งต่อไป...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 4

...รวบรวมข้อมูลบุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งหมดที่เข้าร่วมการแข่งขัน ว่ามีจำนวนเท่าไร มีส่วนร่วมอะไรบ้างในตัวกิจกรรม “ไทคัพ” แล้วนำมาวัดผลกับประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเดียวกันนั้นๆ กับบุคคลที่มีชื่อเสียง ว่าการที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเข้าร่วมมีผลกับการเข้ามามีส่วนร่วมของเค้ามามากน้อยเพียงใด...

ผู้ดำเนินโครงการคนที่ 5

ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของฝ่ายดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา และผู้ชม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังตารางที่

1-8

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพของการเข้าร่วม

สถานะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ดำเนินการแข่งขัน	53	10.1
นักกีฬา/โค้ช	283	54.1
ผู้ชม/กองเชียร์	187	35.8
รวม	523	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ดำเนินการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 10.1 เป็นนักกีฬาหรือโค้ช คิดเป็นร้อยละ 54.1 เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ คิดเป็นร้อยละ 35.8

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	44	83.0	181	64.0	72	38.5	297	56.8
หญิง	9	17.0	102	36.0	115	61.5	226	43.2
รวม	53	100.00	283	100.00	187	100.00	523	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.8 ส่วนเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขัน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 83.0 ส่วนเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 17.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ชส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.0 ส่วนเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 36.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.5 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	12	22.6	101	35.7	101	54.0	214	40.9
21-30 ปี	17	32.1	82	29.0	37	19.8	136	26.0
31-40 ปี	18	34.0	32	11.3	26	13.9	76	14.5
41-50 ปี	6	11.3	56	19.8	18	9.6	80	15.3
51-60 ปี	0	0	12	4.2	3	1.6	15	2.9
มากกว่า 60 ปี	0	0	0	0	2	1.1	2	0.4
รวม	53	100.00	283	100.00	187	100.00	523	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาคือ มีอายุในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.0 และมีอายุในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขัน ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ มีอายุในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.1 และมีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ชส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ มีอายุในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีอายุในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ มีอายุในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.8 และมีอายุในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.9

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท	12	22.6	12	4.2	8	4.3	32	6.1
ข้าราชการ	12	22.6	63	22.3	16	8.6	91	17.4
มีกิจการของตนเอง	3	5.7	18	6.4	17	9.1	38	7.3
รับจ้าง	10	18.9	58	20.5	25	13.4	93	17.8
รัฐวิสาหกิจ	2	3.8	10	3.5	2	1.1	14	2.7
นักเรียน/นักศึกษา	13	24.5	121	42.8	116	62.0	250	47.8
เกษตรกรรวม	1	1.9	1	0.4	2	1.1	4	0.8
เกษียณราชการ	0	0	0	0	1	0.5	1	0.2
รวม	53	100.00	283	100.00	187	100.00	523	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 17.8 และมีอาชีพเป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 17.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขันส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.6 และมีอาชีพเป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือ โค้ชส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ มีอาชีพเป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.3 และมีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 20.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษามี คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 13.4 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักศึกษา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	19	35.8	131	46.3	121	64.7	271	51.8
5,000- 10,000 บาท	18	34.0	71	25.1	33	17.6	122	23.3
10,001- 15,000 บาท	11	20.8	33	11.7	11	5.9	55	10.5
15,001- 20,000 บาท	3	5.7	18	6.4	12	6.4	33	6.3
มากกว่า 20,000บาท	2	3.8	30	10.6	10	5.3	42	8.0
รวม	53	100.00	283	100.00	187	100.00	523	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.3 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขันส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาหรือโค้ชส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.1 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.6 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่มีส่วนร่วม

กิจกรรม	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ฟุตบอล	33	62.3	122	43.1	60	32.1	215	41.1
กีฬาพื้นบ้าน	19	35.8	65	23.0	26	13.9	110	21.0
เซปัก-ตะกร้อ/ ตะกร้อลอดห่วง	26	49.1	76	26.9	36	19.3	138	26.4
เดาะฟุตบอล	18	34.0	0	0.0	10	5.3	28	5.4
เปตอง	14	26.4	30	10.6	10	5.3	54	10.3
ประกวดกองเชียร์	13	24.5	1	0.4	86	46.0	100	19.1

*ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่ได้มีส่วนร่วมในกีฬาฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ กีฬาเซปัก-ตะกร้อ/ตะกร้อลอดห่วง คิดเป็นร้อยละ 26.4 และกีฬาพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 21.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขันส่วนใหญ่ได้มีส่วนร่วมในกีฬาฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ กีฬาเซปัก-ตะกร้อ/ตะกร้อลอด คิดเป็นร้อยละ 49.1 และกีฬาพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 35.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ชส่วนใหญ่ได้มีส่วนร่วมในกีฬาฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาคือ กีฬาเซปัก-ตะกร้อ/ตะกร้อลอดห่วง คิดเป็นร้อยละ 26.9 และกีฬาพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 23.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ส่วนใหญ่ได้มีส่วนร่วมในการประกวดกองเชียร์ คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือ กีฬาฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 32.1 และกีฬาเซปัก-ตะกร้อ/ตะกร้อลอดห่วง คิดเป็นร้อยละ 19.3

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย “ไทคัพ”

จำนวนครั้งที่เข้าร่วม	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	19	35.8	68	24.0	88	47.1	175	33.5
2 ครั้ง	16	30.2	95	33.6	48	25.7	159	30.4
3 ครั้ง	5	9.4	54	19.1	15	8.0	74	14.1
4 ครั้ง	5	9.4	33	11.7	10	5.3	48	9.2
5 ครั้ง	8	15.1	33	11.7	26	13.9	67	12.8
รวม	53	100.00	283	100.00	187	100.00	523	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย “ไทคัพ” ครั้งนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ ครั้งที่สอง คิดเป็นร้อยละ 30.4 และครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 14.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขันส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย “ไทคัพ” ครั้งนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ ครั้งที่สอง คิดเป็นร้อยละ 30.2 และครั้งที่ห้า คิดเป็นร้อยละ 15.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ชส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย “ไทคัพ” ครั้งนี้เป็นครั้งที่สอง คิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 24.0 และครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 19.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย “ไทคัพ” ครั้งนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ ครั้งที่สอง คิดเป็นร้อยละ 25.7 และครั้งที่ห้า คิดเป็นร้อยละ 13.9

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของสื่อในการรับรู้ข้อมูลการ
แข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ชนิดของสื่อ	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	15	28.3	88	31.1	36	19.3	139	26.6
โทรทัศน์	9	17.0	65	23.0	33	17.6	107	20.5
วิทยุ	4	7.5	21	7.4	20	10.7	45	8.6
อินเทอร์เน็ต	1	1.9	11	3.9	2	1.1	14	2.7
วารสารต่าง ๆ	4	7.5	24	8.5	12	6.4	40	7.6
โปสเตอร์ติดประกาศ	17	32.1	26	9.2	53	28.3	96	18.4
หน่วยงานราชการ	22	41.5	158	55.8	80	42.8	260	49.7
เพื่อน/ญาติ/คนใกล้ชิด	18	34.0	178	62.9	75	40.1	271	51.8

*ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันจากเพื่อน ญาติ หรือคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 49.7 และ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 26.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขันส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันจากหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ เพื่อน ญาติ หรือคนใกล้ชิดหน่วย คิดเป็นร้อยละ 34.0 และ โปสเตอร์ปิดประกาศ คิดเป็นร้อยละ 32.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือ โค้ชส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันจากเพื่อน ญาติ หรือคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาคือ หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 55.8 และ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 31.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันจากหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ เพื่อน ญาติ หรือคนใกล้ชิดหน่วย คิดเป็นร้อยละ 40.1 และ โปสเตอร์ปิดประกาศ คิดเป็นร้อยละ 28.3

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกที่มีต่อการจัดการแข่งขัน“ไทคัพ” มหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 5

ความรู้สึกที่มีต่อการจัดการแข่งขัน	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกดี	48	90.6	244	86.2	163	87.2	455	87
เฉยๆ	5	9.4	30	10.6	18	9.6	53	10.1
รู้สึกไม่ดี	0	0.0	9	3.2	6	3.2	15	2.9
รวม	53	100.00	283	100.00	187	100.00	523	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อการจัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 87 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 10.1 และมีความรู้สึกไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 2.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขัน ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อการจัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 90.6 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 9.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ช ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อการจัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 86.2 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 10.6 และมีความรู้สึกไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 3.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อการจัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 87.2 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 9.6 และมีความรู้สึกไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกที่มีต่อองค์กรที่จัดการแข่งขัน“ไทคัพ” มหกรรมกีฬาท้องถิ่นแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 5

ความรู้สึกที่มีต่อองค์กร ที่จัดกิจกรรม	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกดี	48	90.6	235	83.1	151	80.7	434	83.0
เฉยๆ	5	9.4	38	13.4	13	7	56	10.7
รู้สึกไม่ดี	0	0.0	10	3.5	23	12.3	33	6.3
รวม	53	100.00	283	100.00	187	100.00	523	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรที่จัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 83 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 10.7 และมีความรู้สึกไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 6.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขัน ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรที่จัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 90.6 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 9.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ช ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรที่จัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 83.1 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 13.4 และมีความรู้สึกไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 3.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์ ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรที่จัดการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 80.7 ส่วนมีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 7 และมีความรู้สึกไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 12.3

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬา
ท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การ
ประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. แพลก คือ กิจกรรมต้องมีลักษณะพิเศษแปลกไม่ซ้ำใคร เช่น เป็นการแข่งขันกีฬาที่จัดควบคู่ไปกับงานมหกรรมอาหาร ซึ่งหาที่พบเห็นได้ยาก	4.11	0.70	เห็นด้วย
2. ใหม่ เป็นการจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เช่น มีการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านในระดับประเทศเป็นที่แรก	4.17	0.78	เห็นด้วย
3. ใหญ่ กิจกรรมยิ่งใหญ่ สำคัญ มีคนมาร่วมงานมาก	4.13	0.76	เห็นด้วย
4. ดัง มีการประชาสัมพันธ์ให้รับรู้ก่อนการจัดงาน อาจมีคนดังมาร่วมงาน หรือมีข้าราชการ หรือนักการเมืองระดับสูงมาเป็นประธานเปิดงาน หรืออาจมีดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน เป็นต้น	3.87	0.96	เห็นด้วย
5. ชื่องาน มีชื่อสินค้าหรือบริษัทอยู่ด้วย สามารถทำให้คนร่วมงานได้รู้ว่าใครคือผู้จัดงาน	4.08	0.76	เห็นด้วย
6. เครื่องหมายของงาน (Logo) มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้า เพื่อให้รู้ว่าใครเป็นคนจัด	4.08	0.76	เห็นด้วย
7. ของที่ใช้ในงาน มีตราสินค้าปรากฏอยู่ด้วย เช่น หมวก เสื้อ เป็นต้น	4.23	0.75	เห็นด้วยมาก
8. สื่อในสนาม การจัดฉากที่มีการถ่ายภาพนิ่ง หรือถ่ายทอดโทรทัศน์ มีป้ายสินค้า หรือเครื่องหมายของตราสินค้าปรากฏอยู่	4.25	0.68	เห็นด้วยมาก
9. กิจกรรมเป็นที่น่าสนใจ สื่อมวลชนให้ความสนใจ สามารถดึงดูดให้ท่านมาแข่งขันหรือมาร่วมงาน	3.98	0.77	เห็นด้วย
10. สื่อมวลชนที่มาร่วมงาน มีการเผยแพร่ข่าว หลังจากที่มีการจัดกิจกรรมไปแล้ว	4.08	0.78	เห็นด้วย

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
11.ข่าวที่เผยแพร่ไป ทำให้กิจกรรมที่ทำขึ้น เผยแพร่กว้างขวางเป็นที่รับรู้มากกว่าการรับรู้เฉพาะผู้ร่วมงาน	4.09	0.90	เห็นด้วย
12.มีตัวสัญลักษณ์ประจำงาน อยู่ในบริเวณงานด้วย เพื่อชักจูงให้งานเกิดความน่าสนใจ	3.92	0.94	เห็นด้วย
13.การประดับประดาบริเวณงาน มีจุดเด่น สะดุดตา และเป็นที่น่าสนใจ เช่น การประดับธงป้ายต่างๆ เป็นต้น	4.13	0.68	เห็นด้วย
14.ข้อเสนอพิเศษและการส่งเสริมการขาย เช่น การร่วมสนุกชิงรางวัล เครื่องดื่มราคาพิเศษ ฯลฯ เป็นสิ่งดึงดูดให้มีผู้ร่วมงานมากขึ้น	4.02	0.89	เห็นด้วย
15.มีการประชาสัมพันธ์เสริมช่วงก่อนวันที่จะจัดงาน และหลังจากงานจบสิ้นไปแล้วมีการเผยแพร่ข่าว	4.08	0.90	เห็นด้วย
16.การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีการขยายผลต่อ หรือ ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่อง	4.26	0.71	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการโดยรวมเห็นด้วยกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการเห็นด้วยเป็นอย่างมากต่อการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ได้แก่ ของที่ใช้ในงาน มีตราสินค้าปรากฏอยู่ด้วย เช่น หมวก เสื้อ ,เสื้อในสนาม การจัดการที่มีการถ่ายภาพนิ่ง หรือถ่ายทอดโทรทัศน์ มีป้ายสินค้าหรือเครื่องหมายของตราสินค้าปรากฏอยู่, การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีการขยายผลต่อ หรือ ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่อง

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของนักกีฬาหรือโค้ช

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. แพลก คือ กิจกรรมต้องมีลักษณะพิเศษแปลกไม่ซ้ำใคร เช่น เป็นการแข่งขันกีฬาที่จัดควบคู่ไปกับงานมหกรรมอาหาร ซึ่งหาที่พบเห็นได้ยาก	3.95	0.80	เห็นด้วย
2. ใหม่ เป็นการจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เช่น มีการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านในระดับประเทศเป็นที่แรก	4.05	0.79	เห็นด้วย
3.ใหญ่ กิจกรรมยิ่งใหญ่ สำคัญ มีคนมาร่วมงานมาก	3.86	0.84	เห็นด้วย
4. ดัง มีการประชาสัมพันธ์ ให้รับรู้ก่อนการจัดงาน อาจมีคนดังมาร่วมงาน หรือมีข้าราชการ หรือนักการเมืองระดับสูงมาเป็นประธานเปิดงาน หรืออาจมีดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน เป็นต้น	3.92	0.83	เห็นด้วย
5. ชื่องาน มีชื่อสินค้าหรือบริษัทอยู่ด้วย สามารถทำให้คนร่วมงานได้รู้ว่าใครคือผู้จัดงาน	4.04	0.83	เห็นด้วย
6. เครื่องหมายของงาน (Logo) มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้า เพื่อให้รู้ว่าใครเป็นคนจัด	4.14	0.84	เห็นด้วย
7. ของที่ใช้ในงาน มีตราสินค้าปรากฏอยู่ด้วย เช่น หมวก เสื้อ เป็นต้น	4.04	0.78	เห็นด้วย
8. สื่อในสนาม การจัดฉากที่มีการถ่ายภาพนิ่ง หรือถ่ายทอดโทรทัศน์ มีป้ายสินค้า หรือเครื่องหมายของตราสินค้าปรากฏอยู่	3.96	0.88	เห็นด้วย
9. กิจกรรมเป็นที่น่าสนใจ สื่อมวลชนให้ความสนใจ สามารถดึงดูดให้ท่านมาแข่งขันหรือมาร่วมงาน	3.90	0.85	เห็นด้วย
10. สื่อมวลชนที่มาร่วมงาน มีการเผยแพร่ข่าว หลังจากที่มีการจัดกิจกรรมไปแล้ว	3.90	0.90	เห็นด้วย
11.ข่าวที่เผยแพร่ไป ทำให้กิจกรรมที่ทำขึ้น เผยแพร่กว้างขวางเป็นที่รับรู้มากไปกว่าการรับรู้เฉพาะผู้ร่วมงาน	3.97	0.79	เห็นด้วย
12.มีตัวสัญลักษณ์ประจำงาน อยู่ในบริเวณงานด้วย เพื่อชักจูงให้ท่านเกิดความน่าสนใจ	3.98	0.81	เห็นด้วย

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
13.การระดับประกาศบริเวณงาน มีจุดเด่น สะดุดตา และเป็นที่น่าสนใจ เช่น การระดับธงป้ายต่างๆ เป็นต้น	3.98	0.80	เห็นด้วย
14.ข้อเสนอพิเศษและการส่งเสริมการขาย เช่น การร่วมสนุกชิงรางวัล เครื่องดื่มราคาพิเศษ ฯลฯ เป็นสิ่งดึงดูดให้มีผู้ร่วมงานมากขึ้น	3.92	0.84	เห็นด้วย
15.มีการประชาสัมพันธ์เสริมช่วงก่อนวันที่จะมิงงาน และหลังจากงานจบสิ้นไปแล้วมีการเผยแพร่ข่าว	3.89	0.82	เห็นด้วย
16.การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีการขยายผลต่อ หรือ ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่อง	4.09	0.80	เห็นด้วย

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ชโดยรวมเห็นด้วยกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ชมหรือกองเชียร์

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. แปลก คือ กิจกรรมต้องมีลักษณะพิเศษแปลกไม่ซ้ำใคร เช่น เป็นการแข่งขันกีฬาที่จัดควบคู่ไปกับงานมหกรรมอาหาร ซึ่งหาที่พบเห็นได้ยาก	4.00	0.76	เห็นด้วย
2. ใหม่ เป็นการจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เช่น มีการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านในระดับประเทศเป็นที่แรก	4.09	0.77	เห็นด้วย
3. ใหญ่ กิจกรรมยิ่งใหญ่ สำคัญ มีคนมาร่วมงานมาก	4.00	0.84	เห็นด้วย
4. ดึง มีการประชาสัมพันธ์ ให้รับรู้ก่อนการจัดงาน อาจมีคนดังมา ร่วมงาน หรือมีข้าราชการ หรือนักการเมืองระดับสูงมาเป็น ประธานเปิดงาน หรืออาจมีดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน เป็นต้น	4.06	0.80	เห็นด้วย
5. ชื่องาน มีชื่อสินค้าหรือบริษัทอยู่ด้วย สามารถทำให้คนร่วมงานได้รู้ว่าใครคือผู้จัดงาน	4.02	0.89	เห็นด้วย
6. เครื่องหมายของงาน (Logo) มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้า เพื่อให้รู้ว่าใครเป็นคนจัด	3.99	0.90	เห็นด้วย
7. ของที่ใช้ในงาน มีตราสินค้าปรากฏอยู่ด้วย เช่น หมวก เสื้อ เป็นต้น	3.89	0.87	เห็นด้วย
8. สื่อในสนาม การจัดฉากที่มีการถ่ายภาพนิ่ง หรือถ่ายทอดโทรทัศน์ มีป้ายสินค้า หรือเครื่องหมายของตราสินค้าปรากฏอยู่	3.97	0.86	เห็นด้วย
9. กิจกรรมเป็นที่น่าสนใจ สื่อมวลชนให้ความสนใจ สามารถดึงดูดให้ท่านมาแข่งขันหรือมาร่วมงาน	3.96	0.86	เห็นด้วย
10. สื่อมวลชนที่มาร่วมงาน มีการเผยแพร่ข่าว หลังจากที่มีการจัดกิจกรรมไปแล้ว	4.03	0.84	เห็นด้วย
11. ข่าวที่เผยแพร่ไป ทำให้กิจกรรมที่ทำขึ้น เผยแพร่กว้างขวาง เป็นที่รับรู้มากไปกว่าการรับรู้เฉพาะผู้ร่วมงาน	4.05	0.81	เห็นด้วย

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
12.มีตัวสัญลักษณ์ประจำงาน อยู่ในบริเวณงานด้วย เพื่อชักจูงให้ในงานเกิดความน่าสนใจ	4.03	0.78	เห็นด้วย
13.การประดับประดาบริเวณงาน มีจุดเด่น สะดุดตา และเป็นที่น่าสนใจ เช่น การประดับธงป้ายต่างๆ เป็นต้น	4.01	0.84	เห็นด้วย
14.ข้อเสนอพิเศษและการส่งเสริมการขาย เช่น การร่วมสนุกชิงรางวัล เครื่องดื่มราคาพิเศษ ฯลฯ เป็นสิ่งดึงดูดให้มีผู้ร่วมงานมากขึ้น	3.88	0.87	เห็นด้วย
15.มีการประชาสัมพันธ์เสริมช่วงก่อนวันที่จะมีงาน และหลังจากงานจบสิ้นไปแล้วมีการเผยแพร่ข่าว	3.86	0.87	เห็นด้วย
16.การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีการขยายผลต่อ หรือ ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่อง	4.16	0.75	เห็นด้วย

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์โดยรวมเห็นด้วยกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

รายการกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/ โค้ช		ผู้ชม/ กองเชียร์		รวม	ระดับความ ความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. แปลก คือ กิจกรรมต้องมีลักษณะพิเศษแปลกไม่ซ้ำใคร เช่น เป็นการแข่งขันกีฬาที่จัดควบคู่ไปกับงานมหกรรมอาหาร ซึ่งหาที่พบเห็นได้ยาก	4.11	0.70	3.95	0.80	4.00	0.76	3.99	เห็นด้วย
2. ใหม่ เป็นการจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เช่น มีการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านในระดับประเทศเป็นที่แรก	4.17	0.78	4.05	0.79	4.09	0.77	4.08	เห็นด้วย
3.ใหญ่ กิจกรรมยิ่งใหญ่ สำคัญ มีคนมาร่วมงานมาก	4.13	0.76	3.86	0.84	4.00	0.84	3.94	เห็นด้วย
4. ดึง มีการประชาสัมพันธ์ ให้รับรู้ก่อนการจัดงาน อาจมีคนดังมาร่วมงาน หรือมีข้าราชการ หรือนักการเมืองระดับสูงมา เป็นประธานเปิดงาน หรืออาจมีดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน เป็นต้น	3.87	0.96	3.92	0.83	4.06	0.80	3.96	เห็นด้วย
5. ชื่องาน มีชื่อสินค้าหรือบริษัทอยู่ด้วย สามารถทำให้คนร่วมงานได้รู้ว่าใครคือผู้จัดงาน	4.08	0.76	4.04	0.83	4.02	0.89	4.03	เห็นด้วย
6. เครื่องหมายของงาน (Logo) มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้า เพื่อให้รู้ว่าใครเป็นคนจัด	4.08	0.76	4.14	0.84	3.99	0.90	4.08	เห็นด้วย

รายการกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์	ผู้ดำเนิน การแข่งขัน		นักกีฬา/ โค้ช		ผู้ชม/ กองเชียร์		รวม	ระดับความ คิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
7. ของที่ใช้ในงาน มีตราสินค้า ปรากฏอยู่ด้วย เช่น หมวก เสื้อ เป็นต้น	4.23	0.75	4.04	0.78	3.89	0.87	4.01	เห็นด้วย
8. สื่อในสนาม การจัดฉากที่มี การถ่ายภาพนิ่ง หรือถ่ายทอด โทรทัศน์ มีป้ายสินค้า หรือ เครื่องหมายของตราสินค้า ปรากฏอยู่	4.25	0.68	3.96	0.88	3.97	0.86	3.99	เห็นด้วย
9. กิจกรรมเป็นที่น่าสนใจ สื่อมวลชนให้ความสนใจ สามารถดึงดูดให้ท่านมา แข่งขันหรือมาร่วมงาน	3.98	0.77	3.90	0.85	3.96	0.86	3.93	เห็นด้วย
10. สื่อมวลชนที่มาร่วมงาน มี การเผยแพร่ข่าว หลังจากที่มี การจัดกิจกรรมไปแล้ว	4.08	0.78	3.90	0.90	4.03	0.84	3.97	เห็นด้วย
11. ข่าวที่เผยแพร่ไป ทำให้ กิจกรรมที่ทำขึ้น เผยแพร่ กว้างขวางเป็นที่รับรู้มากไป กว่าการรับรู้เฉพาะผู้มาร่วมงาน	4.09	0.90	3.97	0.79	4.05	0.81	4.01	เห็นด้วย
12. มีตัวสัญลักษณ์ประจำงาน อยู่ในบริเวณงานด้วย เพื่อชักจูง ให้งานเกิดความน่าสนใจ	3.92	0.94	3.98	0.81	4.03	0.78	3.99	เห็นด้วย
13. การประดับประดาบริเวณ งาน มีจุดเด่น สะดุดตา และเป็น ที่น่าสนใจ เช่น การประดับธง ป้ายต่างๆ เป็นต้น	4.13	0.68	3.98	0.80	4.01	0.84	4.01	เห็นด้วย

รายการกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์	ผู้ดำเนิน การแข่งขัน		นักกีฬา/ โค้ช		ผู้ชม/ กองเชียร์		รวม	ระดับความ กีดเห็น
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
14.ข้อเสนอพิเศษและการ ส่งเสริมการขาย เช่น การร่วม สนุกชิงรางวัล เครื่องดื่มราคา พิเศษ ฯลฯ เป็นสิ่งดึงดูดให้มี ผู้ร่วมงานมากขึ้น	4.02	0.89	3.92	0.84	3.88	0.87	3.92	เห็นด้วย
15.มีการประชาสัมพันธ์เสริม ช่วงก่อนวันที่จะมีงาน และ หลังจากงานจบสิ้นไปแล้วมี การเผยแพร่ข่าว	4.08	0.90	3.89	0.82	3.86	0.87	3.89	เห็นด้วย
16.การจัดกิจกรรมในครั้งนี มี การขายผลต่อ หรือ ส่งผลให้ เกิดกิจกรรมต่อเนื่อง	4.26	0.71	4.09	0.80	4.16	0.75	4.13	เห็นด้วย

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยรวมเห็นด้วยกับกลยุทธ์
การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทล์พ” ครั้งที่ 5

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น
“ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการ
ดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน

ข้อความ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.ด้านบุคลากร			
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	4.19	0.76	เห็นด้วย
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีความรู้ความเข้าใจในด้านที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี	4.28	0.69	เห็นด้วยมาก
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีบริการที่ดีต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.17	0.78	เห็นด้วย
4. เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	3.83	0.85	เห็นด้วย
รวมด้านบุคลากร	4.12	0.62	เห็นด้วย
2.ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก			
5. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐาน	4.02	0.89	เห็นด้วย
6. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความทันสมัยและทันสมัย	3.91	0.79	เห็นด้วย
7. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความปลอดภัย	4.06	0.74	เห็นด้วย
8. การเดินทางมาสู่สถานที่ที่ใช้ในการแข่งขันมีความสะดวก	4.06	0.69	เห็นด้วย
9. สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีความพอเพียงต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.21	0.95	เห็นด้วยมาก
10. สภาพแวดล้อมที่จัดการแข่งขันมีสภาพสวยงามและมีการเตรียมพร้อมรองรับสิ่งปลูก	3.89	0.95	เห็นด้วย
รวมด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก	4.02	0.64	เห็นด้วย

ข้อความ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
3.ด้านการจัดการ			
11. มีการประชาสัมพันธ์ กำหนดการต่างๆให้ได้รับทราบอย่างทั่วถึง	3.89	1.03	เห็นด้วย
12. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	3.83	0.87	เห็นด้วย
13. รูปแบบการดำเนินการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐานและน่าสนใจ	4.04	0.65	เห็นด้วย
14. ชนิดกีฬา ประเภทกีฬาและรุ่นที่จัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	4.11	0.72	เห็นด้วย
15. ช่วงเวลาที่ใช้ในการจัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	3.96	0.88	เห็นด้วย
16. พิธีเปิด/ปิดการแข่งขันมีการจัดการที่ดี	4.00	0.73	เห็นด้วย
17. มีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างพอเพียง เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ที่ใช้การแข่งขัน	3.96	0.81	เห็นด้วย
รวมด้านการจัดการ	3.97	0.61	เห็นด้วย
4.ด้านงบประมาณ			
18. งบประมาณ/สวัสดิการที่ทางฝ่ายจัดการแข่งขันให้มีความเพียงพอ	3.85	0.97	เห็นด้วย
19. เงินรางวัลตอบแทนคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมการแข่งขัน	3.85	0.97	เห็นด้วย
20. ท่านมีความรู้สึกคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้	4.04	0.88	เห็นด้วย
รวมด้านงบประมาณ	3.91	0.85	เห็นด้วย

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการแข่งขันโดยรวมเห็นด้วยกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 และรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดำเนินการเห็นด้วยเป็นอย่างมากต่อการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีความรู้ความเข้าใจในด้านที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี, สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีความพอเพียงต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของนักกีฬาหรือโค้ช

รายการรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านบุคลากร			
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.94	0.76	เห็นด้วย
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีความรู้ความเข้าใจในด้านที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี	4.06	0.78	เห็นด้วย
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีบริการที่ดีต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม	3.97	0.83	เห็นด้วย
	4.02	0.84	เห็นด้วย
4. เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
รวมด้านบุคลากร	4.00	0.67	เห็นด้วย
2.ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก			
5. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐาน	3.86	1.02	เห็นด้วย
6. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความทันสมัยและทันสมัย	3.70	0.96	เห็นด้วย
7. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความปลอดภัย	3.83	0.97	เห็นด้วย
8. การเดินทางมาสู่สถานที่ที่ใช้ในการแข่งขันมีความสะดวก	3.86	0.96	เห็นด้วย
9. สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีความพอเพียงต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.01	0.95	เห็นด้วย
10. สภาพแวดล้อมที่จัดการแข่งขันมีสภาพสวยงามและมีการเตรียมพร้อมรองรับสิ่งปฏิกูล	3.94	0.95	เห็นด้วย
รวมด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก	3.87	0.80	เห็นด้วย

รายการรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.ด้านการจัดการ			
11. มีการประชาสัมพันธ์ กำหนดการต่างๆ ให้ได้รับทราบอย่างทั่วถึง	4.01	0.81	เห็นด้วย
12. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	3.96	0.82	เห็นด้วย
13. รูปแบบการดำเนินการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐานและน่าสนใจ	3.94	0.81	เห็นด้วย
14. ชนิดกีฬา ประเภทกีฬาและรุ่นที่จัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	4.01	0.90	เห็นด้วย
15. ช่วงเวลาที่ใช้ในการจัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	3.88	0.97	เห็นด้วย
16. พิธีเปิด/ปิดการแข่งขันมีการจัดการที่ดี	3.90	0.93	เห็นด้วย
17. มีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างพอเพียง เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ที่ใช้การแข่งขัน	3.92	0.88	เห็นด้วย
รวมด้านการจัดการ	3.95	0.68	เห็นด้วย
4.ด้านงบประมาณ			
18. งบประมาณ/สวัสดิการที่ทางฝ่ายจัดการแข่งขันให้ความเพียงพอ	3.63	1.03	เห็นด้วย
19. เงินรางวัลตอบแทนคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมการแข่งขัน	3.73	1.04	เห็นด้วย
20. ท่านมีความรู้สึกคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้	3.99	0.87	เห็นด้วย
รวมด้านงบประมาณ	3.78	0.81	เห็นด้วย

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักกีฬาหรือโค้ชโดยรวมเห็นด้วยกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ชมหรือกองเชียร์

รายการรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านบุคลากร			
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.96	0.81	เห็นด้วย
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีความรู้ความเข้าใจในด้านที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี	4.01	0.81	เห็นด้วย
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีบริการที่ดีต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม	3.92	0.85	เห็นด้วย
	3.90	0.87	เห็นด้วย
4. เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
รวมด้านบุคลากร	3.95	0.72	เห็นด้วย
2.ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก			
5. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐาน	4.04	0.86	เห็นด้วย
	3.92	0.84	เห็นด้วย
6. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความทันสมัยและทันสมัย	3.99	0.86	เห็นด้วย
7. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความปลอดภัย	4.10	0.79	เห็นด้วย
8. การเดินทางมาสู่สถานที่ที่ใช้ในการแข่งขันมีความสะดวก	4.16	0.85	เห็นด้วย
9. สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีความพอเพียงต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
	4.01	0.87	เห็นด้วย
10. สภาพแวดล้อมที่จัดการแข่งขันมีสภาพสวยงามและมีการเตรียมพร้อมรองรับสิ่งปลูก			
รวมด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก	4.03	0.67	เห็นด้วย

รายการรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.ด้านการจัดการ			
11. มีการประชาสัมพันธ์ กำหนดการต่างๆให้ได้รับทราบอย่างทั่วถึง	4.08	0.81	เห็นด้วย
12. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	3.99	0.80	เห็นด้วย
13. รูปแบบการดำเนินการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐานและน่าสนใจ	4.05	0.81	เห็นด้วย
14. ชนิดกีฬา ประเภทกีฬาและรุ่นที่จัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	4.04	0.81	เห็นด้วย
15. ช่วงเวลาที่ใช้ในการจัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	3.94	0.83	เห็นด้วย
16. พิธีเปิด/ปิดการแข่งขันมีการจัดการที่ดี	3.95	0.86	เห็นด้วย
17. มีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างพอเพียง เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ที่ใช้การแข่งขัน	3.97	0.86	เห็นด้วย
รวมด้านการจัดการ	4.00	0.65	เห็นด้วย
4.ด้านงบประมาณ			
18. งบประมาณ/สวัสดิการที่ทางฝ่ายจัดการแข่งขันให้ความเพียงพอ	3.84	0.95	เห็นด้วย
19. เงินรางวัลตอบแทนคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมการแข่งขัน	3.79	0.87	เห็นด้วย
20. ท่านมีความรู้สึกคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้	3.96	0.90	เห็นด้วย
รวมด้านงบประมาณ	3.86	0.77	เห็นด้วย

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชมหรือกองเชียร์โดยรวมเห็นด้วยกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

รายการรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	4.19	0.76	3.94	0.76	3.96	0.81	3.97	เห็นด้วย
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีความรู้ความเข้าใจในด้านที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี	4.28	0.69	4.06	0.78	4.01	0.81	4.07	เห็นด้วย
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีบริการที่ดีต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.17	0.78	3.97	0.83	3.92	0.85	3.97	เห็นด้วย
4. เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	3.83	0.85	4.02	0.84	3.90	0.87	3.96	เห็นด้วย
รวมด้านบุคลากร	4.12	0.62	4.00	0.67	3.95	0.72	3.99	เห็นด้วย
5. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐาน	4.02	0.89	3.86	1.02	4.04	0.86	3.94	เห็นด้วย
6. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความทันสมัยและทันสมัย	3.91	0.79	3.70	0.96	3.92	0.84	3.80	เห็นด้วย
7. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความปลอดภัย	4.06	0.74	3.83	0.97	3.99	0.86	3.91	เห็นด้วย
8. การเดินทางมาสู่สถานที่ที่ใช้ในการแข่งขันมีความสะดวก	4.06	0.69	3.86	0.96	4.10	0.79	3.97	เห็นด้วย
9. สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีความพอเพียงต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.21	0.95	4.01	0.95	4.16	0.85	4.08	เห็นด้วย
10. สภาพแวดล้อมมีสภาพสวยงาม การเตรียมพร้อมรองรับสิ่งปลูก	3.89	0.95	3.94	0.95	4.01	0.87	3.96	เห็นด้วย
รวมด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก	4.02	0.64	3.87	0.80	4.03	0.67	3.94	เห็นด้วย

รายการรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		รวม	ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
11. มีการประชาสัมพันธ์กำหนดการต่างๆให้ได้รับทราบอย่างทั่วถึง	3.89	1.03	4.01	0.81	4.08	0.81	4.02	เห็นด้วย
12. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	3.83	0.87	3.96	0.82	3.99	0.80	3.96	เห็นด้วย
13. รูปแบบการดำเนินการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐานและน่าสนใจ	4.04	0.65	3.94	0.81	4.05	0.81	3.99	เห็นด้วย
14. ชนิดกีฬา ประเภทกีฬาและรุ่นที่จัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	4.11	0.72	4.01	0.90	4.04	0.81	4.03	เห็นด้วย
15. ช่วงเวลาที่ใช้ในการจัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	3.96	0.88	3.88	0.97	3.94	0.83	3.91	เห็นด้วย
16. พิธีเปิด/ปิดการแข่งขันมีการจัดการที่ดี	4.00	0.73	3.90	0.93	3.95	0.86	3.93	เห็นด้วย
17. มีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างพอเพียง เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ที่ใช้การแข่งขัน	3.96	0.81	3.92	0.88	3.97	0.86	3.94	เห็นด้วย
รวมด้านการจัดการ	3.97	0.61	3.95	0.68	4.00	0.65	3.97	เห็นด้วย
18. งบประมาณ/สวัสดิการที่ทางฝ่ายจัดการแข่งขันให้มีความเพียงพอ	3.85	0.97	3.63	1.03	3.84	0.95	3.73	เห็นด้วย
19. เงินรางวัลตอบแทนคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมการแข่งขัน	3.85	0.97	3.73	1.04	3.79	0.87	3.76	เห็นด้วย
20. ท่านมีความรู้สึกคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้	4.04	0.88	3.99	0.87	3.96	0.90	3.98	เห็นด้วย
รวมด้านงบประมาณ	3.91	0.85	3.78	0.81	3.86	0.77	3.83	เห็นด้วย

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดโดยรวมเห็นด้วยกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทล์พ” ครั้งที่ 5

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทลัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทลัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. แปลก คือ กิจกรรมต้องมีลักษณะพิเศษแปลกไม่ซ้ำใคร เช่น เป็นการแข่งขันกีฬาที่จัดควบคู่ไปกับงานมหกรรมอาหาร ซึ่งหาที่พบเห็นได้ยาก	4.11	0.70	3.95	0.80	4.00	0.76	0.974	0.378
2. ใหม่ เป็นการจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เช่น มีการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านในระดับประเทศเป็นที่แรก	4.17	0.78	4.05	0.79	4.09	0.77	0.514	0.598
3.ใหญ่ กิจกรรมยิ่งใหญ่ สำคัญ มีคนมาร่วมงานมาก	4.13	0.76	3.86	0.84	4.00	0.84	3.261	0.039*
4. ดึง มีการประชาสัมพันธ์ ให้รับรู้ก่อนการจัดงาน อาจมีคนดังมาร่วมงาน หรือมีข้าราชการ หรือนักการเมืองระดับสูงมาเป็นประธานเปิดงาน หรืออาจมีดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน เป็นต้น	3.87	0.96	3.92	0.83	4.06	0.80	1.967	0.141
5. ชื่องาน มีชื่อสินค้าหรือบริษัทอยู่ด้วย สามารถทำให้คนร่วมงานได้รู้ว่าใครคือผู้จัดงาน	4.08	0.76	4.04	0.83	4.02	0.89	0.105	0.900

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	ผู้ดำเนิน การแข่งขัน		นักกีฬา/ โค้ช		ผู้ชม/ กองเชียร์		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
6. เครื่องหมายของงาน(Logo) มีความเกี่ยวพันกับตราสินค้า เพื่อให้รู้ว่าใครเป็นคนจัด	4.08	0.76	4.14	0.84	3.99	0.90	1.702	0.183
7. ของที่ใช้ในงาน มีตราสินค้าปรากฏอยู่ด้วย เช่น หมวก เสื้อ เป็นต้น	4.23	0.75	4.04	0.78	3.89	0.87	4.048	0.018*
8. สื่อในสนาม การจัดฉากที่มีการถ่ายภาพนิ่ง หรือถ่ายทอดโทรทัศน์ มีป้ายสินค้า หรือเครื่องหมายของตราสินค้าปรากฏอยู่	4.25	0.68	3.96	0.88	3.97	0.86	2.548	0.079
9. กิจกรรมเป็นที่น่าสนใจ สื่อมวลชนให้ความสนใจ สามารถดึงดูดให้ท่านมาแข่งขันหรือมาร่วมงาน	3.98	0.77	3.90	0.85	3.96	0.86	0.439	0.645
10. สื่อมวลชนที่มาร่วมงาน มีการเผยแพร่ข่าว หลังจากที่มีการจัดกิจกรรมไปแล้ว	4.08	0.78	3.90	0.90	4.03	0.84	1.687	0.186
11. ข่าวที่เผยแพร่ไป ทำให้กิจกรรมที่สร้างขึ้น เผยแพร่กว้างขวางเป็นที่รับรู้มากไปกว่าการรับรู้เฉพาะผู้มาร่วมงาน	4.09	0.90	3.97	0.79	4.05	0.81	0.939	0.392
12. มีตัวสัญลักษณ์ประจำงาน อยู่ในบริเวณงานด้วย เพื่อชักจูงให้งานเกิดความน่าสนใจ	3.92	0.94	3.98	0.81	4.03	0.78	0.450	0.638
13. การประดับประดาบริเวณงาน มีจุดเด่น สะดุดตา และเป็นที่น่าสนใจ เช่น การประดับธงป้ายต่างๆ เป็นต้น	4.13	0.68	3.98	0.80	4.01	0.84	0.822	0.440

รายการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
14.ข้อเสนอพิเศษและการส่งเสริมการขาย เช่น การร่วมสนุกชิงรางวัล เครื่องดื่มราคาพิเศษ ฯลฯ เป็นสิ่งดึงดูดให้มีผู้ร่วมงานมากขึ้น	4.02	0.89	3.92	0.84	3.88	0.87	0.531	0.589
15.มีการประชาสัมพันธ์เสริมช่วงก่อนวันที่จะมีงาน และหลังจากงานจบสิ้นไปแล้วมีการเผยแพร่ข่าว	4.08	0.90	3.89	0.82	3.86	0.87	1.425	0.241
16.การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีการขยายผลต่อ หรือ ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่อง	4.26	0.71	4.09	0.80	4.16	0.75	1.279	0.279

*P < .05 ($F_{.05 (2,520)} = 3.02$)

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์จำแนกตามกลยุทธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งหมด 2 รายการ ได้แก่

1. กลยุทธ์ด้านความยิ่งใหญ่ของงาน
2. กลยุทธ์การใช้ตราสินค้าให้ปรากฏอยู่ตามสิ่งของต่างๆที่ใช้ในงาน

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านความยิ่งใหญ่ของงานที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ระหว่างผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

สถานภาพของการเข้าร่วม	ค่าเฉลี่ย	ผู้ดำเนินการแข่งขัน	นักกีฬา/โค้ช	ผู้ชม/กองเชียร์
		4.13	3.86	4.00
ผู้ดำเนินการแข่งขัน	4.13		0.27*	0.13
นักกีฬา/โค้ช	3.86			0.14
ผู้ชม/กองเชียร์	4.00			

*P < .05

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินการแข่งขัน และนักกีฬา/โค้ชมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ กลยุทธ์ด้านความยิ่งใหญ่ของงานที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้ตราสินค้าให้ปรากฏอยู่ตามสิ่งของต่างๆที่ใช้ในงาน มาใช้ประชาสัมพันธ์ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ระหว่างผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

สถานภาพของการเข้าร่วม	ค่าเฉลี่ย	ผู้ดำเนินการแข่งขัน	นักกีฬา/โค้ช	ผู้ชม/กองเชียร์
		4.23	4.04	3.89
ผู้ดำเนินการแข่งขัน	4.23		0.19	0.34*
นักกีฬา/โค้ช	4.04			0.15
ผู้ชม/กองเชียร์	3.89			

*P < .05

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินการแข่งขัน และผู้ชม/กองเชียร์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้ตราสินค้าให้ปรากฏอยู่ตามสิ่งของต่างๆที่ใช้ในงาน มาใช้ประชาสัมพันธ์ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และ ผู้ชม/กองเชียร์

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

รายการรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	4.19	0.76	3.94	0.76	3.96	0.81	2.278	0.103
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีความรู้ความเข้าใจในด้านที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี	4.28	0.69	4.06	0.78	4.01	0.81	2.497	0.083
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันมีบริการที่ดีต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.17	0.78	3.97	0.83	3.92	0.85	1.860	0.157
4. เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	3.83	0.85	4.02	0.84	3.90	0.87	1.833	0.161
รวมด้านบุคลากร	4.12	0.62	4.00	0.67	3.95	0.72	1.308	0.271
5. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความเป็นมาตรฐาน	4.02	0.89	3.86	1.02	4.04	0.86	2.200	0.112
6. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความทันสมัย	3.91	0.79	3.70	0.96	3.92	0.84	3.775	0.024*
7. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความปลอดภัย	4.06	0.74	3.83	0.97	3.99	0.86	2.389	0.093
8. การเดินทางมาสู่สถานที่ที่ใช้ในการแข่งขันมีความสะดวก	4.06	0.69	3.86	0.96	4.10	0.79	4.612	0.010*
9. สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีความพอเพียงต่อการรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.21	0.95	4.01	0.95	4.16	0.85	2.054	0.129

รายการรูปแบบการดำเนินการ จัดการแข่งขัน	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/ โค้ช		ผู้ชม/ กองเชียร์		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
10. สภาพแวดล้อมมีสภาพสวยงาม การเตรียมพร้อมรองรับสิ่งปฏิบัติ	3.89	0.95	3.94	0.95	4.01	0.87	0.461	0.631
รวมด้านสถานที่ อุปกรณ์ และ เครื่องอำนวยความสะดวก	4.02	0.64	3.87	0.80	4.03	0.67	3.248	0.040*
11. มีการประชาสัมพันธ์ ให้ได้ รับทราบอย่างทั่วถึง	3.89	1.03	4.01	0.81	4.08	0.81	1.192	0.304
12. มีมาตรการรักษาความปลอดภัย อย่างเพียงพอ	3.83	0.87	3.96	0.82	3.99	0.80	0.786	0.456
13. รูปแบบการดำเนินการแข่งขันมี ความเป็นมาตรฐานและน่าสนใจ	4.04	0.65	3.94	0.81	4.05	0.81	1.084	0.339
14. ชนิดกีฬา ประเภทกีฬาและรุ่น ที่จัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	4.11	0.72	4.01	0.90	4.04	0.81	0.305	0.738
15. ช่วงเวลาที่ใช้ในการจัดการ แข่งขันมีความเหมาะสม	3.96	0.88	3.88	0.97	3.94	0.83	0.350	0.705
16. พิธีเปิด/ปิดการแข่งขันมีการ จัดการที่ดี	4.00	0.73	3.90	0.93	3.95	0.86	0.314	0.730
17. มีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อย่างพอเพียง	3.96	0.81	3.92	0.88	3.97	0.86	0.207	0.813
รวมด้านการจัดการ	3.97	0.61	3.95	0.68	4.00	0.65	0.378	0.685
18. งบประมาณ/สวัสดิการที่ทาง ฝ่ายจัดการให้มีความเพียงพอ	3.85	0.97	3.63	1.03	3.84	0.95	2.902	0.510
19. เงินรางวัลตอบแทนคุ้มค่าต่อ การเข้าร่วมการแข่งขัน	3.85	0.97	3.73	1.04	3.79	0.87	0.434	0.648
20. ท่านมีความรู้สึกคุ้มค่าต่อการเข้า ร่วมกิจกรรมครั้งนี้	4.04	0.88	3.99	0.87	3.96	0.90	0.189	0.828
รวมด้านงบประมาณ	3.91	0.85	3.78	0.81	3.86	0.77	0.915	0.397

*P < .05 ($F_{.05(2,520)} = 3.02$)

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม / กองเชียร์จำแนกตามรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งหมด 5 รายการ คือ

1. สนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันมีความทันสมัย
2. การเดินทางมาสู่สถานที่ที่ใช้ในการแข่งขันมีความสะดวก

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 จำแนกตามรายด้าน ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

รูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน	ผู้ดำเนินการแข่งขัน		นักกีฬา/โค้ช		ผู้ชม/กองเชียร์		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.ด้านบุคลากร	4.12	0.62	4.00	0.67	3.95	0.72	1.308	0.271
2.ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก	4.02	0.64	3.87	0.80	4.03	0.67	3.248	0.040*
3.ด้านการจัดการ	3.97	0.61	3.95	0.68	4.00	0.65	0.378	0.685
4.ด้านงบประมาณ	3.91	0.85	3.78	0.81	3.86	0.77	0.915	0.397

*P < .05 ($F_{.05(2,520)} = 3.02$)

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์จำแนกตามรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งหมด 1 รายการ คือ ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก ที่ใช้ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ระหว่างผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์

สถานภาพของการเข้าร่วม	ค่าเฉลี่ย	ผู้ดำเนินการแข่งขัน	นักกีฬา/โค้ช	ผู้ชม/กองเชียร์
		4.02	3.87	4.03
ผู้ดำเนินการแข่งขัน	4.02		0.15	0.01
นักกีฬา/โค้ช	3.87			0.16*
ผู้ชม/กองเชียร์	4.03			

*P < .05

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นนักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก ที่ใช้ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05