

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยกิจกรรมกีฬา : กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 แบ่งออกเป็น 2 ส่วน กล่าวคือ

ในส่วนแรกเป็นการศึกษารูปแบบการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ที่เป็นกิจกรรมพิเศษด้านการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรมพิเศษและฝ่ายประชาสัมพันธ์บริษัท นูญรอดเทรดดิ้ง จำกัด ถึงนโยบาย รูปแบบ กลยุทธ์ และการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 รวมถึงทำการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ในส่วนที่สองเป็นการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ โดยทำการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยทั้งสองส่วนมีรายละเอียดดังนี้

**ส่วนที่ 1 การศึกษารูปแบบการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ที่เป็นกิจกรรมพิเศษด้านการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการประชาสัมพันธ์**

#### แหล่งข้อมูล

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้มีการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

##### 1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรมพิเศษและฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท นูญรอดบริวเทรดดิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบการวางแผน การดำเนินโครงการรวมถึงการประชาสัมพันธ์ การแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 จำนวน 5 ท่าน คือ

- 1.1 นาย ธนารักษ์ ทองสะอาด ตำแหน่ง Public relation executive
- 1.2 นาย ทรงยศ อาสาศิริพันธ์ ตำแหน่ง Event executive
- 1.3 นาย ชนกานต์ สุทธิพันธ์ ตำแหน่ง Executive special events manager
- 1.4 นาย อภิเชษฐ์ สมบัติเจริญนนท์ ตำแหน่ง Marketing promotion manager
- 1.5 นาย สุชิน พันธุ์ประภาส ตำแหน่ง Sport Activities supervisor

## 2. แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่างๆ

2.1 แผนงานและรายละเอียดต่างๆ ในการเตรียมงานมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ทั้งจากฝ่ายกิจกรรมพิเศษและฝ่ายประชาสัมพันธ์บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

2.2 เอกสารประกอบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของโครงการมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

2.3 เอกสารที่บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวางแผนทางการสัมภาษณ์ กำหนดประเด็นข้อมูลที่ต้องการ พร้อมบันทึก พร้อมบันทึกเทปการสัมภาษณ์และจดบันทึกรายละเอียดบางส่วนจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผน การดำเนิน โครงการรวมถึงการประชาสัมพันธ์ การแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5

#### 2. แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่างๆ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการและสื่อต่างๆ ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ รวมทั้งศึกษาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยส่วนที่หนึ่งนี้ เป็นการศึกษารูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ที่เป็นกิจกรรมพิเศษด้านการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลมาศึกษาและสรุปรวมประเด็นสำคัญ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามที่กำหนดในวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) จากข้อมูล โดยการประมวลความคิดขึ้นจากข้อมูลที่ได้รับ เป็นข้อสรุปซึ่งมีลักษณะเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของฝ่ายดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา และผู้ชม

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของฝ่ายดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ โดยมีวิธีการดำเนินวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยในส่วนนี้ประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่หนึ่ง คือ ผู้ดำเนินการแข่งขันที่เข้าร่วมในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทลัพ” ครั้งที่ 5 จากทั้ง 9 เขตที่ทำการแข่งขันและที่ทำการแข่งขันรอบสุดท้ายในระดับประเทศ อันประกอบไปด้วย กรรมการ ผู้ตัดสิน และเจ้าหน้าที่ประจำการกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด

กลุ่มที่สอง คือ นักกีฬาหรือโค้ชที่เข้าร่วมในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทลัพ” ครั้งที่ 5 จากทั้ง 9 เขตที่ทำการแข่งขันและที่ทำการแข่งขันรอบสุดท้ายในระดับประเทศ

กลุ่มที่สาม คือ ผู้ชมหรือกองเชียร์ที่เข้าร่วมชมกีฬาและกิจกรรมต่างๆ ในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทลัพ” ครั้งที่ 5 จากทั้ง 9 เขตที่ทำการแข่งขันและที่ทำการแข่งขันรอบสุดท้ายในระดับประเทศ

จากการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทลัพ” ครั้งที่ 5 พบว่ามีจำนวนผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทลัพ” ครั้งที่ 5 ตั้งแต่ระดับอำเภอจนถึงระดับประเทศมีจำนวนไม่น้อยกว่า 20 ล้านคน (ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด)

#### จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยส่วนนี้ ได้แก่ ผู้ดำเนินการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณขนาด จากตารางการสุ่มตัวอย่างของ Yamane (ชัยสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ, 2537) โดยให้ค่าความน่าเชื่อถือของการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 95% ขอมให้เกิดความผิดพลาดไม่เกิน 5 % จากจำนวนประชากร 20 ล้าน คน ได้เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นอย่างน้อย 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในส่วนนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานะภาพของการเข้าร่วม ประเภทกีฬาที่มีส่วนร่วม จำนวนครั้งที่เข้าร่วม ชนิดของ

สื่อในการรับข้อมูล ความรู้สึกที่มีต่อการจัดการแข่งขัน ความรู้สึกที่มีต่อองค์กรที่จัดการแข่งขัน มหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกคำตอบ (Check list) และแบบปลายเปิด (Open ended)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการจัดการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ กำหนดคำตอบให้เลือก คือ เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างมาก และในการกำหนดน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อจะมีค่าคะแนนดังนี้ คือ

- 5 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างมาก
- 4 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ เห็นด้วย
- 3 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ ปานกลาง
- 2 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย
- 1 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

เมื่อนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย จะนำค่าเฉลี่ยมาเทียบเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

รวมทั้งคำถามปลายเปิด (Open-ended) ให้เสนอแนะเรื่องที่ควรแก้ไขปรับปรุง และกิจกรรมที่ควรเพิ่มเติมขึ้นในการจัดการแข่งขันครั้งต่อไป

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขัน มหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการจัดการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ กำหนดคำตอบให้เลือก คือ เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างมาก และในการกำหนดน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อจะมีค่าคะแนนดังนี้ คือ

- 5 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างมาก
- 4 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ เห็นด้วย
- 3 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ ปานกลาง
- 2 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย
- 1 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

เมื่อนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย จะนำค่าเฉลี่ยมาเทียบเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างมาก  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วย  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 ถือว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างมาก  
 รวมทั้งคำถามปลายเปิด (Open-ended) ให้เสนอแนะเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุง และ  
 กิจกรรมที่ควรเพิ่มเติมขึ้นในการจัดการแข่งขันครั้งต่อไป

### ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยส่วนนี้ คือ แบบสอบถาม มีวิธีการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพ  
 ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การ  
 ประชาสัมพันธ์ด้วยกิจกรรมกีฬา: กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่  
 5 รวมถึงแบบสอบถามต่างๆ ที่มีลักษณะที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหาสาระและ  
 ความคิดรวบยอดที่สำคัญ ที่จะนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือ

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม  
 ให้มีเนื้อหาครอบคลุม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรม  
 กีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 อันประกอบไปด้วย

1. แปลก คือ กิจกรรมต้องมีลักษณะพิเศษแปลกไม่ซ้ำใคร
2. ใหม่ เป็นการจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เป็นต้น
3. ใหญ่ กิจกรรมยิ่งใหญ่ สำคัญ มีคนมาร่วมงานมาก

4. ดัง มีการประชาสัมพันธ์ ให้รับรู้ก่อนการจัดงาน อาจมีคนดังมาร่วมงาน หรือมี  
 ข้าราชการ หรือนักการเมืองระดับสูงมาเป็นประธานเปิดงาน หรืออาจมีดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง  
 มาร่วมงาน เป็นต้น

5. ชื่องาน ควรมีชื่อสินค้าหรือบริษัทอยู่ด้วย ผู้บริโภคจะได้รู้ว่าใครคือผู้จัดงาน โดย  
 ให้มีชื่อสินค้าปรากฏในข่าว

6. เครื่องหมายของงาน (Event logo) ต้องมีความเกี่ยวข้องกับเครื่องหมายของตรา  
 สินค้า (Brand logo) เพื่อให้คนรู้ว่าใครเป็นคนจัดโดยมีตราสินค้าปรากฏในข่าว

7. ของที่ใช้ในงาน (Merchandises) ควรมีตราสินค้าปรากฏอยู่ด้วย เช่น หมวกที่ใส่  
 ในงาน แก้ว เสื้อยืด เป็นต้น

8. การจัดทำควมมีป้ายชื่อสินค้า หรือเครื่องหมายของตราสินค้า การจัดทำที่มี การถ่ายภาพนิ่ง หรือถ่ายทอดโทรทัศน์ ต้องให้ผู้พูดที่จะปรากฏภาพในข่าวอยู่ในกรอบเดียวกับป้าย ยี่ห้อหรือตราสินค้า เพื่อให้สิ่งเหล่านี้ปรากฏในข่าวด้วย

9. ต้องคิดกิจกรรม ที่เป็นที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย สื่อมวลชน เพื่อดึงดูดให้ มาร่วมงานหรือรอชมการถ่ายทอดทางโทรทัศน์

10. ต้องเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงาน เพื่อให้มีข่าวเผยแพร่ หลังจากที่มีกิจกรรมไป แล้ว เป็นการเผยแพร่ฟรี (Free media)

11. การเผยแพร่ข่าวอาจต้องมีการซื้อสื่อ ถ้าไม่แน่ใจในการเผยแพร่ข่าวฟรี ก็จำเป็นต้องมีการซื้อสื่อเพื่อเผยแพร่ ซึ่งการทำเช่นนี้เป็นการทำให้กิจกรรมที่เราทำขึ้นเผยแพร่ กว้างขวางเป็นที่รับรู้มาก ไปกว่าการรับรู้เฉพาะผู้มาร่วมงาน

12. ควรมีตัวสัญลักษณ์ประจำงาน (Mascot) อยู่ในบริเวณงานด้วย เพื่อชักจูงผู้ที่ เราต้องการให้เข้ามาในงานเกิดความสนใจ

13. ควรมีการประดับประดาบริเวณงาน ให้มีจุดเด่น สะดุดตา และเป็นที่น่าสนใจ เช่น การประดับธงป้ายต่างๆ

14. อาจจะต้องซื้อเสนอพิเศษและการส่งเสริมการขายด้วย เพราะจะเป็นสิ่งดึงดูด ให้มีผู้มาร่วมงานมากขึ้น

15. ต้องมีการประชาสัมพันธ์เสริมช่วงก่อนวันที่จะมีงาน และหลังจากมีงานจบสิ้น ไปแล้ว ต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร การจัดกิจกรรมพิเศษ

16. การจัดกิจกรรมพิเศษต้องใช้ร่วมกับกลยุทธ์การตลาด ต้องคิดว่าจะนำเรื่องที่เกิด ขึ้นไปประชาสัมพันธ์ต่ออย่างไร ต้องพยายามหาทางขยายผล เช่น นำแชมป์ที่แข่งขันชนะส่งไป แข่งต่อยังต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้การจัดกิจกรรมพิเศษนี้ ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่อง (Spin-off effects) เป็นการขยายการรับรู้ของผู้บริโภค

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬา ท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 อันประกอบไปด้วย

1. ด้านบุคลากร
2. ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวก
3. ด้านการจัดการ
4. ด้านงบประมาณ

3. ทำการร่างแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมตามขั้นตอนที่ 2 แล้วนำแบบสอบถามที่ สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจแก้ไขและปรับปรุงให้ถูกต้องและเหมาะสมที่จะใช้ใ นการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจพิจารณา ตรวจสอบความ

ตรงตามเนื้อหา (Content validity)

4. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ที่เคยเข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่น ไทคัพ ครั้งที่ 4 ทำแบบสอบถาม จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ซึ่งนำมาคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 14.0 for Windows ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.85 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ แล้วจึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้ต่อไป

#### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ประกอบไปด้วย

1. ผู้ดำเนินการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น ไทคัพ ครั้งที่ 5
2. นักกีฬาหรือโค้ช ที่เข้าร่วมการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น ไทคัพ ครั้งที่ 5
3. ผู้ชมหรือกองเชียร์ ที่เข้าร่วมมหกรรมกีฬาท้องถิ่น ไทคัพ ครั้งที่ 5

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากทั้ง 9 เขตที่ทำการแข่งขันและที่ทำการแข่งขันรอบสุดท้ายในระดับประเทศ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS Version 14.0 for Windows) เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 มาแจกแจงความถี่ของคำตอบ คิดเป็นค่าร้อยละนำมาเสนอเป็นรูปตารางประกอบความเรียง
2. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการจัดการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทุกข้อคำถาม
3. นำแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ของผู้ดำเนินการจัดการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทุกข้อคำถาม
4. วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ระหว่าง

ผู้ดำเนินการจัดการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ หากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

5. วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาท้องถิ่น “ไทคัพ” ครั้งที่ 5 ระหว่างผู้ดำเนินการ จัดการแข่งขัน นักกีฬา/โค้ช และผู้ชม/กองเชียร์ หากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามี ความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)