

การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของผู้ที่เข้าร่วมโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015

Media Exposure and Satisfaction of Visitors toward Cycling Plus & Adventure Expo 2015 Project

สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์^{1*} และสุลัดดา ปัญญารัมย์²

Sorapong Wongtheerathorn^{1*} and Suladda Panyaram²

¹อาจารย์ประจำวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

²นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

^{1*}Lecturer of College of Communication Arts, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumtani, Thailand 12000

²Undergraduate student in Bachelor of Arts (Communication Arts) of College of Communication Arts, Rangsit University,
Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumtane, Thailand 12000

E mail: sorapong.w@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 364 คน ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีช่วงอายุ 31 – 35 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่มีจักรยานประเภทเสือหมอบ โดยส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกนิตยสาร ส่วนที่เป็นสมาชิกมีระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ เกี่ยวกับการแข่งขันปั่นจักรยาน มีการอ่านและดูทุกข้อมูล ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทาง Cycling Plus Thailand Facebook และมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้า/อุปกรณ์เกี่ยวกับจักรยานและสินค้าเกี่ยวกับกีฬากลางแจ้ง

3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใจความพึงพอใจต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการประชาสัมพันธ์โครงการมีความหลากหลาย และช่องทางการสื่อสารเปิดรับสื่อได้หลากหลายทาง เช่น นิตยสาร ไชคิลิ่ง พลัส ไทยแลนด์ หนังสือพิมพ์ M2F, Bangkok Post, โพสดี ทุญ์, Cycling Plus Thailand Facebook, www.cyclingplusthailand.com เป็นต้น มีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านสถานที่และการบริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการจัดงานที่ห่างสรรพสินค้าเซ็นทรัล

เวิร์ด ทำให้สะดวกในการเดินทางมาร่วมงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการจัดแข่งขันปั่นจักรยานช่วยเสริมให้งานมีสีสัน มีความสนุกสนาน และเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น มีความพึงพอใจมากที่สุด และด้านภาพรวมของโครงการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการ ฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในประเด็นช่วงเวลาในการจัดงาน 10.00 - 22.00 น. มีความสะดวกต่อการเข้าร่วมงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015

Abstract

This research aims to study the media exposure and satisfaction of visitors toward Cycling Plus & Adventure Expo 2015 Project. This research was conducted through a questionnaire, and used a method of data collection. The sample used in the survey consisted of 364 visitors. The results of the research are as follows:

Most respondents were male. Most of them were between 31-35 years old. They were bachelor's degree graduates. They were working as employees at private company. They had road bikes. Most of them were not a member of Cycling Plus Thailand Magazine.

The exposure of the respondents in overall were found to have a high level of the bike competition. They read information from Cycling Plus Thailand's Facebook fanpage. They aimed to buy goods/equipment of bikes and look at outdoor competitions.

The overviews of satisfaction of the respondents was revealed at the high level. The overview for public relations were at the high level. Various subject and communication channels were magazines, Cycling Plus Thailand; newspapers, M2F, Bangkok Post and Post Today; social media, Cycling Plus Thailand Facebook fanpage; and website, www.cyclingplusthailand.com. Overview of places and services were at the high level. The event location set-up at Central World Shopping Mall made travelling easier. Overviews for activities were at the high level. The subject in bike competitions enhances the party, gives fun and enjoyment. The overview of the time to attend were around 10:00 a.m. - 22:00 p.m.

Keyword: Exposure Satisfaction Cycling Plus & Adventure Expo 2015 Project

1. บทนำ

บริษัท โฟสต์อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด เป็นบริษัทชั้นนำในการผลิตธุรกิจสิ่งพิมพ์นิตยสารต่างประเทศ โดยได้รับลิขสิทธิ์ในการจัดพิมพ์และจำหน่ายในฉบับภาษาไทย ประกอบไปด้วยนิตยสาร 8

ฉบับ คือ ELLE, ELLE DECORATION, ELLE MEN, CLEO, MARIE CLAIRE, SCIENCE ILLUSTRATED, CYCLING PLUS THAILAND และ FORBES THAILAND นอกจากนี้นิตยสารทุกฉบับยังมีการจัดงานกิจกรรมและโครงการทาง

การตลาด ทั้งกิจกรรมทางด้านการธุรกิจ แฟชั่น และไลฟ์สไตล์ ซึ่งช่วยให้บริษัทเป็นที่รู้จักและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อ่านกลุ่มเป้าหมาย ทำให้นิตยสารทุกเล่มเป็นที่รู้จัก (www.postintermedia.com, 2558)

สำหรับนิตยสารไซคลิ่ง พลัส ไทยแลนด์ เป็นนิตยสารเกี่ยวกับจักรยานฉบับภาษาไทย ซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากประเทศอังกฤษที่มียอดขายสูงสุดและได้รับการตอบรับอย่างยาวนานในระดับโลก มีเนื้อหาหลักที่นำเสนอเรื่องราวเพื่อคนรักจักรยานตัวจริงเกี่ยวกับกีฬาการปั่นจักรยาน การดูแลสุขภาพ การท่องเที่ยว การออกกำลัง และการใช้ชีวิตของคนจักรยานอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ยังเสริมเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีคอลัมน์แนะนำผู้เริ่มต้นปั่นจักรยานเนื้อหาที่เจาะลึกในเรื่องของจักรยานซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ครั้งแรกของประเทศไทยที่จะมีนิตยสารจักรยานที่มีเนื้อหาเข้มข้นและครบถ้วนทุกแง่มุมสำหรับคนรักจักรยาน ภายในฉบับประกอบด้วยหลากหลายคอลัมน์โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับจักรยานแบบใหม่ที่มีความสวยงาม และน่าสนใจ มีความโดดเด่นระดับโลก การทดสอบจักรยานและอุปกรณ์จักรยานที่ใช้งานได้จริงนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย การเพิ่มพูนทักษะการปั่นอาหารและโภชนาการสำหรับนักปั่นโดยเฉพาะเรื่องราวกีฬาการท่องเที่ยวโดยจักรยานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายหลักคือ ประชาชนทั่วไป ทุกเพศ ทุกวัยที่มีใจรักในจักรยาน ซึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 30 – 50 ปี มีรายได้ตั้งแต่ 12,000 บาทขึ้นไป นิตยสารไซคลิ่ง พลัส ไทยแลนด์ (สุทธิรัตน์ รัตนสถิต สถาพร เจ้าหน้าที่ประสานงานกองบรรณาธิการนิตยสาร Cycling Plus Thailand, 25 กันยายน 2558)

โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 เป็นโครงการที่จัดขึ้นเป็นครั้งแรก ซึ่งจัดขึ้น

ระหว่างวันที่ 17-20 กันยายน พ.ศ. 2558 เวลา 10.00 – 22.00 น. ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นโครงการประชาสัมพันธ์ของนิตยสารไซคลิ่ง พลัส ไทยแลนด์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)การเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มสมาชิกและนิตยสารไซคลิ่ง พลัส ไทยแลนด์ 2)การส่งเสริมภาพลักษณ์ 3) การประชาสัมพันธ์นิตยสารให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับจักรยาน และกิจกรรมกลางแจ้งที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการจัดงานโดยรวมจะเน้นเกี่ยวกับข้อมูลเรื่องจักรยานและกิจกรรมกลางแจ้ง เป็นการนำเสนอสินค้าเกี่ยวกับจักรยานทั้งแบรนด์ไทยและต่างประเทศ รวมถึงนวัตกรรมใหม่ๆ ของจักรยานในปี พ.ศ. 2558 - 2559 ส่วนกิจกรรมกลางแจ้งนำเสนอในเชิงการขี่จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว การออกกำลังกาย และการใช้ในชีวิตประจำวัน

ทั้งนี้ การจัดโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ได้แบ่งพื้นที่การจัดงาน ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ออกเป็นโซน ดังนี้

1. Eden zone : Bike show เป็นการจัดพื้นที่สำหรับแสดงสินค้าจักรยานโดยการรวบรวมแบรนด์จักรยานชั้นนำที่จะมาให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆ ของจักรยานแก่ผู้มาร่วมงาน จากผู้นำเข้าจักรยาน

2. Atrium 2 zone : Adventure Zone เป็นการจัดพื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้าเกี่ยวกับกีฬา และกิจกรรม Adventure Activity ต่างๆ

3. Square B และ C zone : Bike Market (Outdoor) เป็นการจัดพื้นที่สำหรับซื้อขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์จักรยาน, รวมไปถึงสินค้าเกี่ยวกับกีฬากลางแจ้ง แอ็กเซสเซอรี่ และอาหาร เป็นต้น

4. Central court zone : Cycling Plus Thailand Zone เป็นการจัดพื้นที่สำหรับกิจกรรมการแข่งขันจักรยาน Simulator challenge เพื่อสร้างสีสันและ

บรรยากาศของงานบริเวณด้านใน ซึ่งได้จัดเป็นการแข่งขันแบบน็อกเอาท์ในเวลา 13.00 และ 18.00 ตลอดทั้ง 4 วันของการจัดงาน

5. Cycling Plus Thailand Race “The Sprinter” เป็นการจัดการแข่งขันปั่นจักรยานทางเรียบ เพื่อค้นหาผู้ที่มีความเร็วสูงสุด

การประชาสัมพันธ์โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 มีการประชาสัมพันธ์หลักที่ใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายดังนี้

1. นิตยสาร เป็นการโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์โดยโฆษณาผ่านทางนิตยสารไซคลิ่ง พลัส ไทยแลนด์ ฉบับเดือนสิงหาคม และฉบับเดือนกันยายน เป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแจ้งให้ทราบข้อมูลรายละเอียดความเคลื่อนไหวของงาน

2. หนังสือพิมพ์ เป็นการโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์โดยโฆษณาผ่านทางหนังสือพิมพ์ M2F, Post Today, Bangkok Post โดยเป็นการประชาสัมพันธ์แจ้งให้ทราบเกี่ยวกับรูปแบบการจัดงาน รายละเอียดของงานในภาพรวม การประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือพิมพ์จะเริ่มเผยแพร่ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน 2558 เป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแจ้งให้ทราบข้อมูล รายละเอียดความเคลื่อนไหวของงาน

3. เว็บไซต์ (www.cyclingplusthailand.com) เป็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบงานผ่านเว็บไซต์ โดยมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการแข่งขันจักรยาน ทดึกา รายละเอียดสมัครการแข่งขันจักรยาน วัน เวลา สถานที่ เส้นทางการแข่งขันจักรยาน Cycling Plus Thailand Race “The Sprinter” การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์จะเริ่มเผยแพร่ในช่วงเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน 2558 เป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแจ้งให้ทราบข้อมูล รายละเอียดความเคลื่อนไหวของงาน

4. Cycling Plus Facebook ประชาสัมพันธ์รูปแบบแจ้งให้ทราบข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับ

กิจกรรมต่างๆ ของงาน พร้อมทั้งเป็นช่องทางการสื่อสารกับผู้สมัครแข่งขัน Cycling Plus Thailand Race “The Sprinter” การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook จะเริ่มเผยแพร่ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน 2558 เป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแจ้งให้ทราบข้อมูล รายละเอียดความเคลื่อนไหวของงาน

จากการที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติงาน ณ บริษัท โพสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด จึงมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การจัดโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 นอกจากนี้ การที่ โครงการดังกล่าวนี้เพิ่งมีการดำเนินงานขึ้นเป็นครั้งแรก จึงยังได้ไม่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินโครงการมาก่อน ด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นและสนใจที่จะศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของผู้ที่เข้าร่วมโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ที่เข้าร่วมงาน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อ โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อ โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ในด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่และการบริการ ด้านกิจกรรม และด้านภาพรวมของโครงการ

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคคลที่เข้าร่วมงาน หรือกิจกรรมโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ซึ่งโดยมีจำนวน 4,000 คน (เอกสารโครงการ Cycling

Plus & Adventure Expo, 2558) ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 17 – 20 กันยายน พ.ศ. 2558 ณ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักทางสถิติด้วยการแปรผันตามกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) (อ้างถึงในศศิพรณ บัวทรัพย์, 2547) ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความผิดพลาดจากการสุ่มตัวอย่างไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งได้จำนวน 364 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ที่เข้าร่วมโครงการ โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ที่เข้าร่วมงานที่มีต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่และบริการ ด้านกิจกรรม และด้านภาพรวมของโครงการ

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัยโดยนำไปทดลองใช้ (Pre - test) กับพนักงานบริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด จำนวน 36 ชุด โดยคิดเป็นร้อยละ 10 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เพื่อดูความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษา และตรวจสอบผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจถูกต้องและตรงกับความหมายของผู้วิจัยมากน้อยเพียงใด

การหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบ

ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และลักษณะของภาษาที่ใช้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญประจำหลักสูตรและผู้เชี่ยวชาญจากบริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด ทั้งนี้ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบมาปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคคลที่เข้าร่วมโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 17 – 20 กันยายน พ.ศ. 2558 รวมเป็นระยะเวลา 4 วัน ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามบริเวณ Central Court ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำนวน 364 ชุด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือจากคุณณัฏฐ รัตนบริรักษ์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถามภายในงาน และมีผู้ช่วยเก็บแบบสอบถาม 2 คน ได้แก่ นางสาวนันทิตา ผลผลา และนางสาวกนกวรรณ เหมือนพิทักษ์ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต จากนั้นได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป พบว่าเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยมีช่วงอายุ 31 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนส่วนใหญ่มักรับประทานประเภทเนื้อหมอบ และไม่เป็นสมาชิกนิตยสาร ส่วนที่เป็นสมาชิกมีระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน

ด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่าส่วนใหญ่เคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 เกี่ยวกับการแข่งขันปั่น

จักรยาน มีการอ่านและดูทุกข้อมูล ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทาง Cycling Plus Thailand Facebook และมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้า/อุปกรณ์เกี่ยวกับจักรยาน และสินค้าเกี่ยวกับกีฬากลางแจ้ง

ด้านความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมที่มีต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่และการบริการ ด้านกิจกรรม และด้านภาพรวมของโครงการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านภาพรวมของโครงการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรม ด้านสถานที่และการบริการ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านภาพรวมของโครงการโดยรวมพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่า มีความพึงพอใจในเรื่องช่วงเวลาการจัดงาน 10.00 - 22.00 น. มีความสะดวกต่อการเข้าร่วมงาน รองลงมา คือ ระยะเวลาในการจัดงานมีความเหมาะสม และการจัดโครงการในแนวคิดของงานจักรยานเพื่อคนรักจักรยานมีความเหมาะสมและน่าสนใจ ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม โดยรวมพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่า มีความพึงพอใจในเรื่องการจัดแข่งขันปั่นจักรยานช่วยเสริมให้งานมีสีสัน มีความสนุกสนานและเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น รองลงมา คือ การนำจักรยานรุ่นใหม่ที่สวยงาม แปลก และหายากมาจัดแสดงโชว์ในงานช่วยทำให้งานมีความน่าสนใจ และการจัดกิจกรรมผจญภัยกลางแจ้งช่วยเสริมให้งานมีสีสัน มีความสนุกสนาน และเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้นตามลำดับ

ด้านสถานที่และการบริการ โดยรวมพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่า มีความพึงพอใจในเรื่องการจัดงานที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ทำให้สะดวกในการเดินทางมาร่วมงาน รองลงมา คือ การ

จัดงานให้มีความสำคัญในเรื่องการรักษาความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานเป็นอย่างดี และการจัดงานบริเวณลานด้านหน้า และลานกิจกรรมชั้น 1 ของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ มีความเหมาะสมต่อการเดินชมงาน ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่า มีความพึงพอใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์โครงการมีความหลากหลายและช่องทางการสื่อสารเปิดรับสื่อได้หลากหลายทาง เช่น นิตยสาร ไชยลิ่ง พลัส ไทยแลนด์ หนังสือพิมพ์ M2F, Bangkok Post, โพสต์ทูเดย์, Cycling Plus Thailand Facebook, www.cyclingplusthailand.com เป็นต้น รองลงมา คือ ป้ายประชาสัมพันธ์สามารถสื่อความเป็นกิจกรรมจักรยานได้อย่างชัดเจน และป้ายแสดงจุดลงทะเบียนเข้าร่วมงานแสดงถึงงานจักรยานได้เป็นอย่างดี และป้ายแนะนำแต่ละโซนกิจกรรมสื่อสารได้เข้าใจดี ทำให้สามารถเดินไปที่โซนกิจกรรมต่าง ๆ ได้ถูกต้อง ตามลำดับ

5.การอภิปรายผล

จากการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจมากที่สุดในด้านภาพรวมของโครงการ รองลงมา คือ ด้านกิจกรรม ด้านสถานที่และการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 โดยการจัดแข่งขันปั่นจักรยาน ช่วยเสริมให้งานมีสีสัน มีความสนุกสนาน และเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดการแข่งขันปั่นจักรยานสามารถดึงดูดความสนใจ

ของกลุ่มคนรักจักรยานให้เข้าร่วมโครงการได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญต่อการที่จะทำให้โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 เป็นที่รู้จักและอยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังช่วยเสริมให้งานดูน่าสนใจ และมีความเพลิดเพลิน ทำทายกับการจัดแข่งขันปั่นจักรยานมากยิ่งขึ้น และเป็นการแนะนำให้คนหันมาใช้จักรยานเพื่อลดปัญหาโลกร้อน และเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อออกกำลังกายอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกิตติ สิริพัฒน และคณะ (2546) ซึ่งอธิบายว่า การตลาดเชิงกิจกรรมมีคุณลักษณะ ในการสร้างความเพลิดเพลิน กิจกรรมพิเศษที่จะทำขึ้นเพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคจะต้องเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้บริโภค โดยเป็นกิจกรรมที่มีความแปลกไปจากเหตุการณ์ตามปกติที่ผู้บริโภคพบเห็นเป็นปกติธรรมดาในชีวิตประจำวัน สามารถสร้างความตื่นเต้นเร้าใจ ต้องเป็นกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นเร้าใจ เป็นกิจกรรมที่จะสามารถสร้างความทรงจำให้เกิดกับผู้บริโภค อาจจะเป็นการนำเสนอในสิ่งที่หาชม หรือเกิดขึ้นนอกเหนือไปจากความคิดของผู้บริโภคได้ยาก และความท้าทายให้ทดลอง นอกจากต้องเป็นกิจกรรมที่สร้างความเพลิดเพลิน สร้างความทรงจำ แล้วกิจกรรมพิเศษที่สมบูรณ์แบบจำเป็นที่จะต้องมีความท้าทายให้ผู้บริโภคเกิดอาการอยากทดลอง

ด้านสถานที่และการบริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ในการจัดงานที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ทำให้สะดวกในการเดินทางมาร่วมงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการจัดโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ มีความเหมาะสมต่อการจัดโครงการ เนื่องจากสถานที่มีความกว้างขวาง การเดินทางเข้าร่วมงานมีความสะดวก

สามารถเดินทางมาได้หลากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นรถไฟฟ้า รถยนต์ จักรยานยนต์ อีกทั้งมีอาคารจอดรถรองรับสำหรับผู้ร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า สถานที่ในการจัดกิจกรรมที่ได้กำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อเข้าถึงทำเลผู้บริโภคโดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้เพราะทำเลที่ตั้งเลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด จะต้องหาทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ด้านการประชาสัมพันธ์กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ในการประชาสัมพันธ์โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 มีความหลากหลายและช่องทางการสื่อสารเปิดรับสื่อได้หลากหลายทาง เช่น นิตยสาร ไชยลิ่ง พลัส ไทยแลนด์, www.cyclingplusthailand.com, หนังสือพิมพ์ M2F, Bangkok Post, โพสต์ทูเดย์, Cycling Plus Thailand Facebook เป็นต้น มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทางให้เลือก ทั้งสื่อออนไลน์ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ทำให้ผู้รับสารมีความสะดวกที่สามารถเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่ตนเองสะดวก จึงทำให้การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและหลากหลายช่วงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2531) กล่าวว่า สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นตัวกลางที่จะนำข่าวสารจากหน่วยงานไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย หากไม่มีสื่อแล้วการส่งข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ย่อมจะไม่มีประสิทธิภาพหรืออาจจะ

ไม่เกิดขึ้นได้เลย นอกจากนี้ยังสามารถทำให้ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งสามารถทำให้หน่วยงานดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) กล่าวว่า ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใดไม่ว่าจะเป็นสื่อสารมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ หรือความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ

ด้านภาพรวมของโครงการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ในช่วงเวลาในการจัดงาน 10.00 - 22.00 น. มีความสะดวกต่อการเข้างาน มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดงานในช่วงมีเวลาดังกล่าว ทำให้มีความสะดวกสบายในการเข้าร่วมงานไม่เช้าหรือดึกจนเกินไป ทำให้ผู้ที่อยากเข้าร่วมงานสามารถเลือกเวลาที่สะดวกของตนเอง ในการเข้าร่วมงานได้อย่างสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชาว อินไซ (2553) ได้กล่าวว่า การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) เป็นการประเมินทรัพยากรที่จำเป็นที่จะนำมาใช้ในการดำเนินโครงการว่ามีความเป็นไปได้ มีความเหมาะสม และมีความเพียงพอหรือไม่ทรัพยากรที่จำเป็น ได้แก่ งบประมาณ สถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เวลา กลุ่มเป้าหมาย เทคโนโลยี และแผนการดำเนินการ การประเมินปัจจัยนำเข้า นำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจหาวิธีดำเนินงานโครงการให้บรรลุเป้าหมาย

6. บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ศึกษากับผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 364 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านภาพรวมของโครงการ ด้านกิจกรรม ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่และการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

6.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซึ่งเป็น พนักงานเอกชน ได้มีการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 ผ่านทางสื่อ Facebook และหนังสือพิมพ์ M2F แสดงให้เห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้เป็นสื่อที่อยู่ในแผนงานของการจัดโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo 2015 อยู่แล้ว ซึ่งเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ไม่สูงนัก แต่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ในครั้งต่อไปควรใช้สื่อเฟซบุ๊กและหนังสือพิมพ์เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์โครงการในครั้งต่อไป

2. ผลการวิจัย พบว่าการจัดแข่งขันปั่นจักรยาน ช่วยเสริมให้งานมีสีสัน มีความสนุกสนาน และเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้นและการนำจักรยานรุ่นใหม่ที่สวยงาม แปลก และหายากมาจัดแสดงโชว์ในงาน ช่วยทำให้งานมีความน่าสนใจขึ้น เพราะได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการจัดงานครั้งต่อไปควรมีการจัดการแข่งขันอีก และนำจักรยานรุ่นใหม่ ๆ และหายากมาจัดแสดงโชว์เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมงานให้เพิ่มมากขึ้น

3. ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เข้าร่วมโครงการด้วยวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้า/

อุปกรณ์เกี่ยวกับจักรยานและสินค้าเกี่ยวกับกีฬา กลางแจ้ง ในการจัดงานครั้งต่อไปควรมีการจัดพื้นที่ สำหรับร้านค้าที่สามารถรองรับความต้องการของ ผู้ร่วมงานได้ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมโครงการมา ร่วมงาน

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในเรื่อง ความพึงพอใจ และทัศนคติของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อ โครงการ Cycling Plus & Adventure Expo เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อโครงการ ว่า ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องใดบ้าง จึงต้อง ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานในทุก ๆ ปีที่มี จัดโครงการ และศึกษาว่าหลังจากที่ผู้เข้าร่วมงานชม โครงการชม โครงการแล้ว โครงการสามารถ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือมุมมองที่มีต่อการปั่น จักรยานของผู้เข้าร่วมงานเปลี่ยนแปลงอย่างไร ผลการ ดำเนินโครงการประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ของโครงการหรือไม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเสนอ องค์การในการนำไปพัฒนา ปรับปรุงโครงการ Cycling Plus & Adventure Expo ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนอย่างยิ่ง จากกรรมการประจำหลักสูตร คือ อาจารย์พีรพรรณ กลยณี และอาจารย์ชนกฤต เจริญจินดา ซึ่งท่านได้ให้ คำแนะนำ ตรวจสอบตราแก้ไข และให้ข้อคิดต่างๆ ตลอดจนให้กำลังใจในการทำปริญญานิพนธ์ด้วยดี พร้อมด้วย ที่กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา พร้อมกับให้แนวคิดเป็นแนวทางในการพัฒนาและ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ และขอขอบคุณ คุณณภัฏ รัตนบริ ทักษ์ Assistant Marketing Manager บริษัท โพ สต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด ที่ให้ความกรุณา

อนุเคราะห์ข้อมูลสำหรับการทำวิจัย และทำการตรวจ เครื่องมือในครั้งนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- กิตติ สิริพลลภ และคณะ. (2546). การสร้างคุณค่าให้ตราชื่อ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.bus.tu.ac.th/usr/kitti/brand.doc>. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2558.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). พฤติกรรมการสื่อสาร : พลศาสตร์เพื่อการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เชาว์อินโย. (2553). การประเมินโครงการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัทโพสต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด. (2558). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก www.postintermedia.com. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2558.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2531). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุทธิรัตน์ รัตนสถิตสถาพร. (2558). เจ้าหน้าที่ประสานงานกองบรรณาธิการนิตยสาร Cycling Plus Thailand บริษัทโพสต์อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด. สัมภาษณ์. 25 กันยายน 2558.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศศิพรรณ บัวทรัพย์. (2547). ความคิดเห็นของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหงต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาการบริหารการพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.