

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2557



นาย กฤตชัย พงษ์สวัสดิ์ศิริชัย  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์  
Ph.D. (International Business)  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา รุ่งเรือง  
Ph.D. (Human Resource Management)  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.  
คณบดี  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิน ระวิวงศ์  
Ph.D. (Engineering Management)  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือก สื่อในการรับรู้ ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งสำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์ อาจารย์ควบคุมสารนิพนธ์ที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี และให้กำลังใจในการทำวิจัยเสมอมา ขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลิศารุ่งเรือง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุง แก้ไข สารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณทุกคน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ โดยได้สละเวลาอันมีค่าและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจมาโดยตลอด รวมไปถึงขอบคุณเพื่อนๆในหลักสูตร ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ช่วยเหลือกันและมีกำลังใจดีๆให้กันเสมอมา

กฤตชัย พงษ์ชวลิตศิริณู

ผู้จัดทำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร  
 FACTORS AFFECTING THE THAI PEOPLE SELETING PERCEPTION FOOTBALL NEWS  
 IN BANGKOK

กฤตชัย พงษ์ชาวลิตศิริ 5550385

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง Ph.D. (Human Resource Management), ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิ น ระวิวงศ์ Ph.D. (Engineering Management), ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์ Ph.D. (International Business)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล และเพื่อศึกษาการนำเสนอแนวทาง ในการปรับปรุงและพัฒนาของสื่อกีฬาฟุตบอล ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์เกี่ยวกับธุรกิจ ในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อธุรกิจที่ใช้สื่อต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ โดยเลือกกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป จำนวน 50 คน โดยแบ่งตามเพศและช่วงอายุ ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยเลือกเฉพาะกลุ่มคนที่รับรู้และติดตามข่าวสารกีฬาฟุตบอลเป็นประจำ ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ซึ่งผลวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้รับรู้ข่าวสาร เลือกสื่อในการรับข่าวสารฟุตบอล คือ เนื้อหาของข่าวสารที่รวดเร็ว, เนื้อหาของข่าวสารอ่านได้ง่าย, เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน และ เรื่องการสื่อสารแบบ 2 way communication ผ่านทางเว็บไซต์

คำสำคัญ : ฟุตบอล/กีฬา/การรับรู้/การเลือกสื่อ/ปัจจัยที่มีอิทธิพล

## สารบัญ

หน้า		
กิตติกรรมประกาศ	ข	
บทคัดย่อ	ค	
สารบัญ		ง
สารบัญตาราง		ฉ
สารบัญภาพ		ช
บทที่ 1 บทนำ	1	
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง		6
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ		7
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ		12
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน		13
2.1.4 แนวความคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต		14
2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์	15	
2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์และการออกแบบเว็บไซต์		16
2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย		22
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย		22
3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล		24
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย		24
3.3 กลุ่มตัวอย่าง		26
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล		26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล		27
4.1 ข้อมูลทั่วไป		27
4.2 ข้อมูลวิเคราะห์เชิงคุณภาพ		28

บทที่ 5	อภิปรายผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	39
5.1	อภิปรายผลการวิจัย	39
5.2	สรุปผลการวิจัย	43
5.3	ข้อจำกัดของงานวิจัย	45
5.4	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	45
บรรณานุกรม		47
ประวัติผู้วิจัย	49	



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	30
1.2	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	31
1.3	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	32
1.4	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	33
1.5	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	34
1.6	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	35
1.7	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	36
1.8	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	37
1.9	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	38

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
1.10	ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทาง วิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	40
1.11	สรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล	47





## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ ปี 2544-2556	2
1.2 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ	12
1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	23



# บทที่ 1

## บทนำ

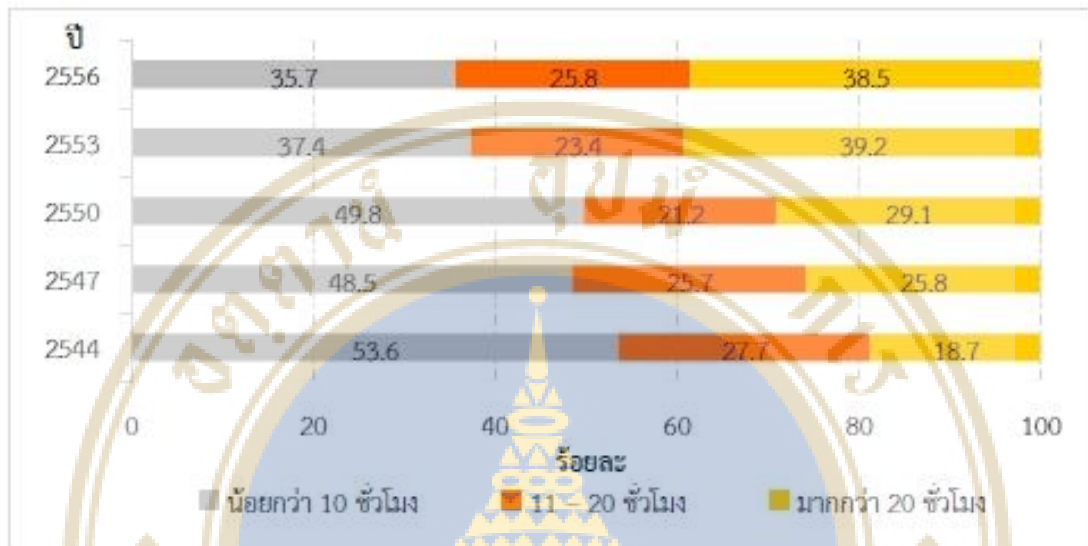
### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กีฬาฟุตบอล เป็นหนึ่งในกีฬาที่มีผู้คนสนใจ ติดตามชมเกมการแข่งขันและนิยมเล่นมากที่สุดของคนไทย เนื่องจากเป็นกีฬาที่มีกฎระเบียบที่เข้าใจได้ง่ายและมีความสนุกสนาน สามารถเล่นกันได้เป็นทีม อีกทั้งเป็นการติดตามนักฟุตบอลที่ชื่นชอบ ทั้งฟุตบอลไทยและต่างประเทศ ต้นกำเนิดของกีฬาฟุตบอลเกิดขึ้นที่ประเทศอังกฤษ เนื่องจากมีประวัติของกีฬาฟุตบอลที่มีหลักฐานที่แท้จริงสามารถอ้างอิงได้ โดยมีกติกาการแข่งขันที่แน่นอนและตั้งสมาคมฟุตบอลในปี พ.ศ. 2406 และฟุตบอลอาชีพของอังกฤษเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2431 (<http://popscore.wikispaces.com/ประวัติฟุตบอล>) โดยอันดับลีกฟุตบอลที่คนไทยติดตามและรับช่ามากที่สุด 5 อันดับ คือ ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก (อังกฤษ) ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก (ไทย) ฟุตบอลลา ลีก้า (สเปน) ฟุตบอลบุนเดสลีก้า (เยอรมัน) และ ฟุตบอลกัลโชเซเรียอา (อิตาลี) ([http://www.siamsport.co.th/sport\\_football/140319\\_017.html](http://www.siamsport.co.th/sport_football/140319_017.html))

ในอดีตการรับช่าข่าวสารกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย เริ่มต้นจากหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยลักษณะของช่าในระแวกนั้น จะเป็นการรายงานช่าแบบสั้นๆหรือแปลผลการแข่งขันจากสำนักช่าต่างประเทศ ทำให้ การได้รับช่าสารกีฬาฟุตบอลต่างๆได้สะดวกและรวดเร็วขึ้นในสมัยนั้น

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมมากในติดต่อสื่อสารและรับช่าข่าวสารต่างๆจากทั่วมุม โลก โดยอินเทอร์เน็ตมีขอบข่ายครอบคลุมพื้นที่แทบทุกมุมโลก สมาชิกในอินเทอร์เน็ตสามารถใช้คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ที่จุดใดๆ เพื่อส่งช่าข่าวสารและข้อมูลระหว่างกันได้บริการข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมีหลากหลายรูปแบบ ตลอดจนอินเทอร์เน็ตสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องของธุรกิจ เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้จำนวนมาก ในเวลาอันรวดเร็วโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะทางและไม่จำกัดรูปแบบของข้อมูล โดยใช้ต้นทุนในการลงทุนต่ำ

จากข้อมูลล่าสุดพบว่า อินเทอร์เน็ตได้เพิ่มบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันของคนไทย มากขึ้นกว่าเดิมมาก โดย จำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย ต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นทุกๆปีอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ ปี 2544-2556 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นได้อย่างชัดเจน ดังแสดงใน ภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามจำนวนชั่วโมงการใช้ อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ ปี 2544-2556

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC)

ปัจจุบันการรับรู้ข้อมูลจากสื่อของผู้คนได้เปลี่ยนไปโดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มใช้สื่อทางออนไลน์มากขึ้น (พิชิตวิจิตร บุญรักษ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ : 2555) เนื่องด้วยจากการใช้งานที่ง่าย รวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็วมีการแสดงความคิดเห็นไปมาและสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะ หลากหลายทำให้ผู้ใช้งานได้รับรู้และแลกเปลี่ยนข่าวสาร เช่น ด้าน เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง การศึกษา บันเทิง และ กีฬา โดยผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆหลายหลาย เช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด เฟสบุ๊ก แอปพลิเคชันผ่านมือถือ และสื่ออื่นๆอีกมากมาย ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารฟุตบอลของคน ไทย ไม่ได้เริ่มต้นจากการหาข่าวจากหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ แต่หันไปหาข่าวจากสื่อออนไลน์ แทนมากกว่า

จากการที่คนมีแนวโน้มใช้สื่อออนไลน์ นั้นมากขึ้น เป็นโอกาสที่ธุรกิจสามารถใช้ ประโยชน์กับสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดเล็ก ที่ไม่มีกำลังทรัพย์เพียงพอ สำหรับการ

โฆษณา การทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ต่อธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจที่มีสินค้าและบริการหลากหลายแบ่งทำการตลาดกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้ด้วยต้นทุนต่ำ

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลและเพื่อศึกษาวิจัยว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการ เลือกสื่อใน การรับรู้ของผู้รับรู้อาสาอย่างไรบ้าง เพื่อนำปัจจัยดังกล่าวมาสรุปผล เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาสื่อต่างๆในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อธุรกิจที่ใช้สื่อในการดำเนินธุรกิจ



## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

1.2.2 เพื่อศึกษา และนำเสนอแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาของสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกกลุ่มคนที่ผู้ติดตามข่าวสารฟุตบอลหรือเรียกได้ว่า เป็น “แฟนกีฬาฟุตบอล” ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป จำนวน 50 คนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 สื่อตัวอย่างที่ใช้ในการทำการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกสื่อตัวอย่าง 5 สื่อเท่านั้น คือ เว็บไซต์ , เฟสบุ๊ค , โฆษณาแอปพลิเคชัน, โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

1.3.3 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ช่วงเดือนกรกฎาคม 2557 ถึง เดือนสิงหาคม 2557

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 มัลติมีเดีย หมายถึง ระบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารหลายชนิดโดยผ่านสื่อทางคอมพิวเตอร์ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ฐานข้อมูล ตัวเลข กราฟิก ภาพ เสียงและวีดิทัศน์ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ ผู้รับสื่อสามารถรับรู้ข่าวสารได้มากกว่า 1 ช่องทาง โดยผ่านการควบคุมการใช้และโต้ตอบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลหรือเครือข่าย

(<http://www.dpu.ac.th/techno/page.php?id=5216>)

1.4.2 แฟนกีฬาฟุตบอล คือ กลุ่มคนที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ที่มีการติดตามชมการแข่งขันฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ ทั้งฤดูกาล แต่ละเลือกชมเฉพาะคู่ที่โปรดปรานหรือคู่ใหญ่ๆประจำสัปดาห์ นอกจากนี้ยังมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลทั้ง

ในและต่างประเทศ ผ่านสื่อต่างๆ อย่างพอสมควร โดยแฟนบอลกลุ่มนี้จะมีความเข้าใจในกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างดีและส่วนใหญ่จะพูดเรื่องฟุตบอลกันในกลุ่มเพื่อนเท่านั้น (จรรยา โขจรนเศรษฐ์, 2552)

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สื่อต่างๆสามารถนำผลวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อธุรกิจ

1.5.2 สื่อรายใหม่สามารถนำผลวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางและทำความเข้าใจถึงทิศทางของการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย รวมถึงพฤติกรรมและความต้องการของ คนไทยในปัจจุบัน



## บทที่ 2

### วรรณกรรม งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกกลุ่มคนที่ผู้ติดตามข่าวสารฟุตบอลหรือเรียกได้ว่าเป็น “แฟนกีฬาฟุตบอล” ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและนำเสนอแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเป็นประเด็นที่สำคัญกัน ดังนี้

- 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ
- 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน
- 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต
- 2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์
- 2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์และการออกแบบเว็บไซต์
- 2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อเปรียบเสมือนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆเพื่อไปสู่การรับรู้สิ่งใหม่ในการใช้สื่อที่ผู้รับสารจะใช้สื่อใดก็ตามจะมีการเลือกและการแสวงหาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของคนได้โดยมีทฤษฎีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Exposure) ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้สื่อของมนุษย์ประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้นดังนี้ (Klapper, 1960 อ้างอิงถึง สุกัญญา อัมแพงแสง, 2546)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความในใจที่มีอยู่เดิมรวมทั้งพยายามหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจของตนหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) หลังจากที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วบุคคลก็จะเลือกรับรู้ หรือ เลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติประสบการณ์ความเชื่อความต้องการความคาดหวังสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ดังนั้นบุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่พอใจของตน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความต้องการทัศนคติฯลฯเข้าไปเป็นประสบการณ์ของตนเองเพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปด้วยและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจเรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดของตนเองดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจและพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งมีอยู่ 3 ชั้น (พีระ จิร โสภณ, 2547)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่งงหรือไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance นอกจากบุคคลจะเปิดรับข่าวสารแล้วบุคคลยังต้อง



แสวงหาข่าวสารเลือกเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตนและเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งใดที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกันบุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่จะสนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

2. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วผู้รับสารแต่ละคน อาจจะมีตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนได้ไม่ตรงกันความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษรรูปภาพหรือคำพูดเท่านั้นแต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเองตามที่สนใจตามประสบการณ์ตามความเชื่อตามความต้องการตามความคาดหวังหรือตามแรงจูงใจ

3. การเลือกจดจำเป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจความต้องการและทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่าการเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อข่าวสารไปยังผู้รับสารในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่านฟังหรือชมสื่อมวลชนบางฉบับหรือบางรายการในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ผู้รับสารก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเองแต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างกันไปผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้ายกล่าวคือเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารนั้น แมคคอมส์และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979: น. 51 อ้างในถึง ประมว สตะเวทิน, 2546) ได้กล่าวไว้ว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decisions) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อเหตุการณ์รอบๆตัว
3. เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา (Discussions) โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความ เป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบๆตัว
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มั่นคง ยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการ ผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

Todd Hunt and Brent D.Ruben (1993: p. 65 (อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้ กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของ มนุษย์คือความต้องการความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความ ต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเราเราเลือกตอบสนอง ความต้องการของเราเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการเพื่อแสดงรสนิยมเพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความ พอใจ ฯลฯ
2. ทักษะคิดและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคิดคือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆส่วนค่านิยมคือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึก ที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติและ ค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนการเลือกข่าวสารการเลือกตีความหมายและการ เลือกจดจำ
3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายมนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการ ดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพการเข้าสมาคมการพักผ่อนเป้าหมายของกิจกรรมต่างๆที่เรากำหนดขึ้นนี้ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนการเลือกข่าวสารการเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อ สนองเป้าหมายของตน
4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้ง ความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสารเลือกตีความหมายและเลือกเก็บ เนื้อหาของข่าวนั้นไว้
5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความ พยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเราคือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภทดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุบางคนชอบดูโทรทัศน์บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ฯลฯ

7. สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึงสถานที่บุคคลและเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารสิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสารการมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสารการเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสารการที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไรการที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไรเราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเราและการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสารผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเราเราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งรายการประเภทใดประเภทหนึ่งดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งตีความหมายอย่างไรอย่างหนึ่งและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ไปรยา ดันติวงศ์ (2541) ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆอันเกี่ยวกับผู้รับสารด้วยเช่นกันเพราะมองว่าการส่งข่าวสารที่มีประสิทธิภาพได้นั้นต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารเพราะผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกันและปัจจัยต่างๆของผู้รับสารสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการของผู้รับสาร ในการรับข่าวสารของบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนประกอบไปด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติและค่านิยมของตนเอง
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการรับความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสารผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้านเช่น

2.1 อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสื่อแตกต่างจากคนที่มีอายุน้อยกว่าและบุคคลที่อายุน้อยจะมีการตอบสนองต่อสื่อเปลี่ยนแปลงไปตามวัยเมื่ออายุมากขึ้นโดยทั่วไปแล้ว

คนอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์ใจร้อนและการมองโลกในแง่ดีส่วนคนอายุมากมักมีความคิดแนวอนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าสาเหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะคนอายุมากจะมีประสบการณ์ชีวิตมากกว่าผ่านยุคปัญหาและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าอายุเป็นตัวกำหนดทัศนคติความต้องการความสนใจพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้นักคลามีพฤติกรรมกรอ่านแตกต่างกัน

2.3 การติดต่อสื่อสาร ต่างกันกล่าว คือเพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชายในขณะที่เพศชายนอกจากต้องการรับและส่งข่าวสารแล้วยังต้องการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วยการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้ง 2 เพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักมีจิตใจอ่อนไหวเจ้าอารมณ์ถูกชักจูงง่ายและหยั่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง

2.4 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึงอาชีพรายได้เชื้อชาติและชาติพันธุ์ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัวทำให้คนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ทัศนคติและเป้าหมายต่างกันดังนั้นสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับสาร

2.5 การศึกษา คนที่มีการศึกษาต่างกันในยุคสมัยต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันหรือในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกรู้จักอุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันออกไปเช่นคนที่มีการศึกษาสูงมีความรู้กว้างขวางในหลายๆเรื่องสามารถเข้าใจในสารดีกว่าแต่ก็เป็นคนไม่เชื่ออะไรง่ายๆสารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอมักถูกโต้แย้งจากคนกลุ่มนี้ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังในการให้ข่าวสารนั้นโดยต้องพิจารณาว่าผู้รับสารมีการศึกษาในระดับใดเพื่อจะได้เสนอข่าวสารคำแนะนำและบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

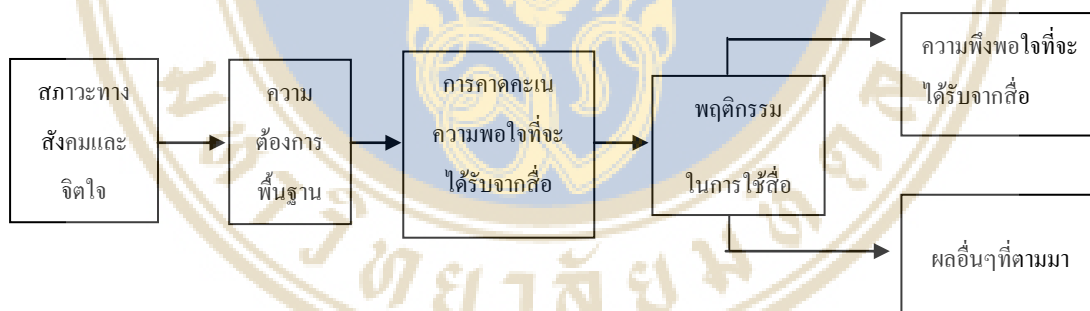
3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมในขณะที่มีความตั้งใจและมีประสบการณ์เดิมจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการตีความสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนเองต้องการส่วนความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับนั้นอยู่ที่ว่าผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและปฏิบัติงานต่างๆให้ลุล่วงไปได้หรือไม่

### 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร เน้นที่ความสำคัญของผู้รับสารในฐานะที่เป็นปัจจัยหลักในการที่จะตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเนื้อหาของสารที่สามารถสนองต่อความต้องการของบุคคล จนนำไปสู่ความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร จากการใช้สื่อและการเปิดรับต่อสารนั้นๆ และอาจกลายเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ในการหล่อหลอมพฤติกรรมต่อการเปิดรับรายการประเภทเดียวกัน ในครั้งต่อไป (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528)

แคทซ์ และคณะ (Katz and Others, 1974) ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังที่แสดงในภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

แคทซ์ และคณะ ได้อธิบายว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ย่อมมีส่วนอย่างสำคัญที่ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน ก็จะมีผลแตกต่างกันไป และในขั้นสุดท้าย คือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อ ก็จะต่างกันออกไปอีกด้วย

ดังนั้น การศึกษาสื่อสารมวลชน ตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ จึงมีข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับกัน ดังต่อไปนี้

1. มนุษย์จึงใจที่จะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกบังคับให้อ่าน ให้ดูหรือฟัง เพราะมนุษย์เรามีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์ ย่อมมีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆอีกหลายอย่าง ที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเอง จากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆกัน (เสรี วงษ์มณฑา, 2523)

### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

สื่อมวลชน (mass media) หมายถึง สื่อที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือจากองค์กรหนึ่ง ไปยังมวลชนจำนวนมากโดยเฉพาะประชาชนทั้งประเทศ ในเวลาอันรวดเร็ว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การเผยแพร่ในสื่อมวลชนส่วนหนึ่งต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อเวลา ซื้อพื้นที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร อย่างไรก็ตามองค์กรสามารถใช้สื่อมวลชนแบบให้เปล่าได้ หากองค์กรนั้นมีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่การเผยแพร่ หรือบังคับโดยข้อกฎหมาย (วิกิพีเดีย : 2557) สื่อมวลชนจำแนกได้ 5 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญ และอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต เราสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลกในเมืองใหญ่ๆ หรือ แม้แต่ตามชนบทห่างไกลได้จากหนังสือพิมพ์ เช่น ข่าวสารดินฟ้าอากาศ ข่าวสารความบันเทิง ข่าวกีฬา
2. นิตยสาร เป็นสื่อสารมวลชนอีกประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อสังคมนิตยสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีการกำหนดออกที่แน่นอน มีรูปแบบเฉพาะของตัวเอง พิมพ์ด้วยกระดาษมีปกและเย็บเล่ม เนื้อหาประกอบด้วยเรื่องราวต่าง ๆ ที่ให้ความรู้ ความบันเทิง และอาจมีโฆษณาด้วยก็ได้
3. วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยมและมีบทบาทสำคัญต่อบุคคลและสังคมเป็นอย่างมาก เพราะวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้อย่างกว้างไกล และรวดเร็วกว่าประเภทอื่น ๆ นอกจากนั้นวิทยุกระจายเสียงยังสามารถเป็นสื่อที่ให้ทั้งการศึกษาความรู้ และความบันเทิงได้ในเวลาเดียวกัน

4. วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อสารมวลชนที่ได้รับความสนใจ และมีอิทธิพลต่อผู้รับในด้านความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เป็นเพราะวิทยุโทรทัศน์ สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็วระยะไกล สื่อสารได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงพร้อมกัน

5. ภาพยนตร์ เป็นประติมากรรมที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจเกี่ยวกับการมองเห็นที่ว่า การมองเห็นจะปรากฏในลักษณะของภาพติดตา จึงได้มีการพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เช่น Thaumatrope Zoetrope เป็นต้น ซึ่งสิ่งประดิษฐ์ดังกล่าวถือว่าเป็นต้นกำเนิดของภาพยนตร์นั่นเอง หลังจากภาพยนตร์ได้รับการพัฒนามาจากภาพยนตร์เสียง มาเป็นภาพยนตร์เสียง มีการผลิตภาพยนตร์ 3 มิติ พัฒนารูปแบบของภาพยนตร์ให้กว้างขึ้น ( หนังสือความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน:2555)

#### 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

##### 2.1.4.1 ความหมายของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน โดยอาศัยเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นตัวเชื่อมต่อเครือข่ายภายใต้มาตรฐานการเชื่อมโยงโปรโตคอล TCP/IP ทำให้เกิดการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ในเวลาอันสั้น ซึ่งข้อมูลที่สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารนั้นมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง เป็นต้น ( Laudon&Laudon , 1998, p.291)

##### 2.1.4.2 ประวัติความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต กำเนิดขึ้นครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อ พ.ศ. 2512 โดยองค์กรทางทหาร ของสหรัฐอเมริกา ชื่อว่า ยู.เอส.ดีเฟนซ์ ดีพาร์ตเมนต์ ( U.S. Defense Department ) เป็นผู้คิดค้นระบบขึ้นมา มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้มีระบบเครือข่ายที่ไม่มีวันตายแม้จะมีสงคราม ระบบการสื่อสารถูกทำลาย หรือตัดขาด แต่ระบบเครือข่ายแบบนี้ยังทำงานได้ซึ่งระบบดังกล่าวจะใช้วิธีการส่งข้อมูลในรูปของคลื่นไมโครเวฟ ฝ่ายวิจัยขององค์กรจึงได้จัดตั้งระบบเน็ตเวิร์กขึ้นมา เรียกว่า Arpanet ย่อมาจากคำว่า Advance Research Project Agency net ซึ่งประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมในหมู่ของหน่วยงานทหาร องค์กร รัฐบาล และสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นอย่างมาก

การเชื่อมต่อในภาพแรกแบบเดิม ถ้าระบบเครือข่ายถูกตัดขาด ระบบก็จะเสียหายและทำให้การเชื่อมต่อขาดออกจากกัน แต่ในเครือข่ายแบบใหม่ แม้ว่าระบบเครือข่ายหนึ่งถูกตัดขาด เครือข่ายก็ยังดำเนินไปได้ไม่เสียหาย เพราะโดยตัวระบบก็หาช่องทางอื่นเชื่อมโยงกันจนได้

ในระยะแรก เมื่อ Arpanet ประสบความสำเร็จ ก็มีองค์กรมหาวิทยาลัยต่างๆ ให้ความสนใจเข้าร่วมในโครงข่ายมากขึ้น โดยเน้นการรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างกันเป็นหลัก ต่อมาก็ได้ขยายการบริการไปถึงการส่งแฟ้มข้อมูล ข่าว สารและส่งข่าวสารความรู้ทั่วไป แต่ไม่ได้ใช้ในเชิงพาณิชย์ เน้นการให้บริการด้านวิชาการเป็นหลักในปี พ.ศ. 2523 คนทั่วไปเริ่มสนใจอินเทอร์เน็ตมากขึ้น มีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในเชิงพาณิชย์ มีการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต บริษัท ห้างร้านต่างๆ ก็เข้าร่วมเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

### 2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยผู้รับสารใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสาร และผู้ส่งสารใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารเช่นกัน ตัวอย่างเช่น “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” เป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อออนไลน์ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอเนื้อหาสาระต่างๆ ได้เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์แบบดั้งเดิมที่ใช้การพิมพ์บนกระดาษ นอกจากนั้นยังสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียง หรือในรูปแบบมัลติมีเดียรวมทั้งการเชื่อมโยงข้อมูลไปสู่แหล่งข้อมูลอื่นได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีสื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ เช่น วารสารออนไลน์ หนังสือออนไลน์ วิกิพีเดียออนไลน์ วิทยุออนไลน์ และโทรทัศน์ออนไลน์เป็นต้น (ดร.กฤษมันต์ วัฒนณรงค์: 2554)

เฟสบุ๊ก คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้เฟสบุ๊ก คนอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอเขียนบทความหรือบล็อก แลกขุดกันแบบสดๆ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม (เป็นที่นิยมกันอย่างมาก) และยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่ม เต็มอยู่เรื่อยๆ

เว็บไซต์ คือ ลักษณะของเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการแลกเปลี่ยนบทสนทนา การพูดคุย การอภิปรายในสังคมออนไลน์ นอกจากชื่อเว็บไซต์แล้ว ยังมีเรียกกันหลายชื่อไม่ว่า กระดานข่าว กระดานข่าวสาร กระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ กระดานสนทนา กระดานสนทนาออนไลน์ ฟอรัม เว็บไซต์ ฟอรัม เมสเสจบอร์ด บูลิตินบอร์ด ดิสคัสชันบอร์ด ฯลฯ หรือเรียกอย่างสั้นว่า บอร์ด



โมบายแอปพลิเคชัน คือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่ถูกออกแบบให้ สามารถใช้งานได้ บนสมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ต ได้อย่างรวดเร็ว สะดวก และเรียบง่าย ดังนั้นจึงจะเห็นว่า ในปัจจุบันมี โมบายแอปฯ ต่างๆ ที่ถูกพัฒนาออกมาอย่างมากมาย ทั้งแอปฯ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว , แอปฯ การทำธุรกรรมออนไลน์, ความบันเทิง, แอปฯ เกมส์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจากที่กลายมาจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ในตอนนี้แอปฯ ได้กลายเป็นจุดสำคัญ ในการทำธุรกิจ หรือกิจกรรมต่างๆ ไปแล้ว

โมบายแอปพลิเคชัน จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ Native Application, Hybrid Application และ Web Application

1. Native Application คือ Application ที่ถูกพัฒนาด้วย Library (ชุดคำสั่ง) หรือ SDK (เครื่องมือที่เอาไว้สำหรับพัฒนาโปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน) ของ OS Mobile นั้นๆ โดยเฉพาะ อาทิ Android ใช้ Android SDK, iOS ใช้ Objective c, Windows Phone ใช้ C# เป็นต้น

2. Hybrid Application คือ Application ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาด้วยจุดประสงค์ ที่ต้องการ ให้สามารถ รันบนระบบปฏิบัติการได้ทุก OS โดยใช้ Framework (ชุดคำสั่ง) เข้าช่วย เพื่อให้สามารถ ทำงานได้ทุกระบบปฏิบัติการ

3. Web Application คือ Application ที่ถูกเขียนขึ้นมาเพื่อเป็น Browser สำหรับการ ใช้ งานเว็บเพจต่างๆ ซึ่งถูกปรับแต่งให้แสดงผลแต่ส่วนที่จำเป็น เพื่อเป็นการลดทรัพยากรในการ ประมวลผล ของตัวเครื่องสมาร์ตโฟนหรือ แท็บเล็ต ทำให้โหลดหน้าเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น อีกทั้ง ผู้ใช้งานยังสามารถใช้งานผ่าน อินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต ในความเร็วต่ำได้ (<http://news.siamphone.com/new-1763.html?viewport=mobile>)

## 2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์และการออกแบบเว็บไซต์

### 2.1.6.1 ความหมายเกี่ยวกับเว็บไซต์

เว็บไซต์ (Website) หมายถึง กลุ่มของเว็บเพจที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เช่น กลุ่มของเว็บเพจที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติและสินค้า การบริการของบริษัท เป็นต้นในการอ้างอิง เว็บไซต์ เราจะใช้ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า URL ซึ่งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถระบุการบราวเซอร์ เพื่อเปิดเข้ามาดูเว็บไซต์ได้ ภายในเว็บไซต์นอกจากเว็บเพจหรือไฟล์ HTML แล้ว ยังประกอบด้วย ไฟล์ชนิดอื่นๆ เช่น ไฟล์ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ เป็นต้น (ดวงพร เกียงคำ และ วงศ์ประชา จันทร สมวงศ์, 2546, หน้า25)

### 2.1.6.2 ประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์

เว็บไซต์เกิดขึ้นโดยนักวิจัยชื่อ Tim Berner-Lee แห่งสถาบันวิจัย CERN (European Particle Physics Laboratory) ในเมืองเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ใน ค.ศ.1989 โดยเป็นผู้เสนอวิธีการจัดการข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ด้วยลิงค์ (Link) ภายใต้นามคิดที่จะสร้างระบบไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) เพื่อใช้เป็นตัวระบุถึงเอกสารแบบสากล หรือ Universal Document Identifier ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและไม่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเน็ตเวิร์ก ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของภาษา HTML (Hypertext markup language) ที่ใช้สำหรับสร้างเว็บเพจในเวลาต่อมา

Tim Berner-Lee ได้เขียนโปรแกรมชื่อ World Wide Web ขึ้นใน ค.ศ.1990 ซึ่งเป็นเบราว์เซอร์ตัวแรกที่สามารถแสดงกราฟฟิกรวมถึงแก้ไขและสร้างลิงค์ได้อีกด้วยจึงได้ชื่อว่าเป็น The First Graphic User Interface Browser Editor หลังจากนั้นก็มีเบราว์เซอร์ตัวอื่นๆ เกิดขึ้นมาได้แก่ Erwise , Viola , Cello จนมาถึง Mosaic ที่เขียนขึ้นโดย Marc Andressen แห่งสถาบัน NSCA (Nation Center for Supercomputing Applications)

เนื่องจากเป็นเบราว์เซอร์ตัวแรกที่สามารถแสดงผลรูปภาพได้อย่างถูกต้อง เพราะก่อนหน้านี้ เบราว์เซอร์จะแสดงในอีกหน้าต่างหนึ่ง ส่งผลให้เว็บเพจนั้นดูดีขึ้น นอกเหนือจากนั้น Mosaic ยังเป็น โปรแกรมที่ติดตั้งและใช้งานง่าย ทำให้เป็นที่นิยมของผู้เริ่มต้นใช้เว็บและยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เว็บแพร่หลายอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้น Marc Andressen ได้ออกมาก่อตั้ง Netscape Communication Corporation และออกเบราว์เซอร์ชื่อ Netscape Navigator ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในยุคแรกของเว็บไซต์ (รัชชัย ศรีเทพ, 2548, หน้า29-32)

### 2.1.6.3 ประเภทของเว็บไซต์

การแบ่งประเภทของเว็บไซต์สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การแบ่งตามลักษณะ เนื้อหาและรูปแบบของเว็บไซต์ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการแบ่งกลุ่มที่ชัดเจน เนื่องจากมีเว็บไซต์หลายแห่งที่อาจมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม ทำให้ยากที่จะระบุว่าเป็นเว็บไซต์ประเภทไหน ดังนั้น การแบ่งประเภทจึงจะพิจารณาจากเนื้อหาที่เป็นหลักและรูปแบบที่เด่นชัดของเว็บไซต์เหล่านั้น (รัชชัย ศรีเทพ, 2548, หน้า58)

1. เว็บไซต์ข่าวสารและสื่อ
2. เว็บไซต์ข่าวสารสื่อบันเทิง และบันเทิงวาไรตี้ (รวมลิงค์)
3. เว็บไซต์บันเทิงนันทนาการ
4. เว็บไซต์นันทนาการ ธุรกิจและช้อปปิ้ง
5. เว็บไซต์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต
6. เว็บไซต์การศึกษา สุขภาพและอนามัย
7. เว็บไซต์ข้อมูลอ้างอิงและสารประโยชน์
8. เว็บไซต์หน่วยงานและองค์กร

#### 2.1.6.4 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์

ในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญทางการประชาสัมพันธ์ทุกองค์กรธุรกิจเริ่มใช้สื่ออินเทอร์เน็ตด้วยการสร้างเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและนำเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้ (เสกสรร สายลีสด 2549, หน้า 203)

1. กำหนดเป้าหมายและวางแผน เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ การกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย การเตรียมแหล่งข้อมูล เตรียมทักษะบุคลากร เตรียมทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น

2. การวิเคราะห์และจัดโครงสร้างข้อมูล เช่น แผนผังโครงสร้างของเว็บไซต์ ระบบนำทางหรือหรือเนวิเกชั่น องค์ประกอบต่างๆ ที่จะนำมาใช้เว็บเพจ ข้อกำหนดเกี่ยวกับลักษณะหน้าตาของรูปแบบเว็บเพจ ข้อกำหนดของโปรแกรมของภาษาสคริปต์หรือเว็บแอปพลิเคชันและฐานข้อมูลที่ใช้ในเว็บไซต์ คุณสมบัติของเว็บเซิร์ฟเวอร์ รวมถึงข้อจำกัดและบริการเสริมต่างๆ

3. ออกแบบเว็บเพจและเตรียมข้อมูล การออกแบบเว็บเพจเป็นขั้นตอนการออกแบบเค้าโครงหน้าตา และลักษณะด้านกราฟฟิกของหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ การรับรู้ต่อเว็บเพจตามที่ต้องการ

4. การลงมือและทดสอบเว็บไซต์ ที่สร้างขึ้นมาควรได้รับการทดสอบ ก่อนที่จะนำออกเผยแพร่ไม่ว่าจะเป็นความถูกต้องของเนื้อหา การทำงานของลิงค์และระบบนำทาง ตรวจสอบหาข้อผิดพลาดของโปรแกรม โปรแกรมของภาษาสคริปต์และฐานข้อมูล ของเว็บบราวเซอร์ ความละเอียดของจอภาพและความเร็วที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อคิดว่ากลุ่มผู้ชมเป้าหมาย สามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพหรือไม่

5. เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก ควรนำเว็บไซต์ขึ้นเผยแพร่บน อินเทอร์เน็ต ด้วยการอัปโหลดไฟล์ทั้งหมด คือ HTML และไฟล์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องขึ้นไปเก็บบนเว็บ เซิร์ฟเวอร์ที่เราเปิดบริการ

6. การดูแลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เว็บไซต์ที่เผยแพร่ออกไปแล้วไม่ควรทิ้งขว้าง แต่ควรดูแลปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอด นอกจากนั้นควรติดตามดูจำนวนผู้ชมสถิติว่า เว็บเพจไหนนิยมมากที่สุด

### 2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤชดา กิตติวัฒน์ (2534) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ผู้ชมข่าวสารต่างประเทศทางโทรทัศน์ กรณีศึกษานิตยภัณฑ์ศึกษา เฉพาะโครงการสำหรับผู้บริหาร พบว่าสิ่งที่ต้องแก้ไขเพิ่มขึ้น ได้แก่ ข่าวสารต่างประเทศประเภทข่าวกีฬา เวลาออกอากาศ และคุณค่าของข่าวเกี่ยวกับความชัดเจนของ ข่าวที่น่าสนใจ

ศุภวรรณ สัจจงพงษ์ (2534) ศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวัง ผลตอบแทนความพึงพอใจและพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า สื่อ โทรทัศน์ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนมากที่สุด ในกรณีที่สื่อต่างๆเสนอข่าวสารโดยมีเนื้อหาที่ไม่ตรงกัน

Chung (2547) ได้ศึกษาเรื่องการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์โดยใช้รูปแบบการนำเสนอ แบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ โดยการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ที่น่าสนใจข่าวสารแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ จำนวน 43 เว็บไซต์ ที่ได้รับการเสนอชื่อสำหรับรางวัลวารสารออนไลน์ โดยสมาคมข่าวออนไลน์ในปี 2002 พบว่าการนำเสนอข่าวแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ ได้รับความนิยมมากจากผู้ให้บริการเว็บไซต์ต่างๆ เพราะสามารถโต้ตอบกับผู้อ่านข่าวจากเว็บไซต์ได้ดี เช่น การให้ผู้ให้บริการได้แสดงความคิดเห็น

แต่ผู้ที่เข้ามาอ่านข่าวในเว็บไซต์ก็ยังให้ความสำคัญกับเรื่องของเนื้อหาข่าวเป็นหลักมากกว่ารูปแบบการนำเสนอแบบอินเทอร์เน็ตแอคทีฟ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า เทคนิคการนำเสนอข่าวในรูปแบบอินเทอร์เน็ตแอคทีฟสามารถเพิ่มความน่าใจได้แต่ผู้ใช้บริการยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องเนื้อหาเป็นหลัก

งานวิจัยของ Chung ได้ศึกษา การนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์โดยการเลือกรูปแบบการนำเสนอแบบอินเทอร์เน็ตแอคทีฟ ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าเทคนิคในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เป็นเพียงส่วนประกอบที่ทำให้ การนำเสนอข่าวสารบนเว็บไซต์น่าสนใจมากขึ้นแต่ ผู้ใช้บริการยังให้ความสำคัญในเรื่องเนื้อหาเป็นหลักมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่องเทคนิคการนำเสนอเว็บไซต์ที่ต่างกัน มีผลต่อความสนใจในการเปิดรับสื่อที่ต่างกันด้วย

Arien (2530) ได้ศึกษาปัจจัยของผู้เปิดรับข่าวสารพบว่าปัจจัยสำคัญของการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะเป็นผู้นิยมเทคโนโลยีและการเรียนรู้ใช้ของใหม่ (early adopters) เป็นผู้ที่มีการศึกษาอายุน้อย หรืออยู่ในช่วงหนุ่มสาวที่มีฐานะทางสังคมและการเงินที่ดีและมีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์

อำไพศรี โสประทุม(2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่ออิทธิพลต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้ความจำเป็นในการใช้ติดต่อสื่อสารในงานธุรกิจปัจจุบัน ขณะที่สื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต สภาพเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอินเทอร์เน็ต โดยที่การศึกษามีความสัมพันธ์กับที่อินเทอร์เน็ตช่วยในการทำงาน รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ กับความต้องการใช้ในอนาคต คุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอินเทอร์เน็ตและความทันสมัยของบุคคลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยของอำไพศรี โสประทุม แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีการสืบค้นสารสนเทศตามระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในลักษณะ การนำไปใช้แตกต่างกัน โดยที่การศึกษามีความสัมพันธ์กับการที่อินเทอร์เน็ตช่วยในการทำงาน รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต คุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอินเทอร์เน็ต ซึ่ง

สอดคล้องกับสมมติฐานการนำไปใช้ประโยชน์จากเนื้อหาสาระในพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร  
บริการเว็บไซต์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า สามารถนำมาใช้ประโยชน์เรื่อง ปัจจัยด้าน  
บุคคลมีผลต่อการเลือกรับรู้ข่าวสาร คือ เพศ และอายุ โดยคนที่มีอายุน้อยๆ จะใช้สื่อออนไลน์  
มากกว่าคนที่มีอายุมาก และมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการ  
เลือกสื่อ คือ เนื้อหาสาระและการนำเสนอของสื่อ ทำให้สื่อที่น่าสนใจต่อผู้รับรู้ข่าวสาร เป็นปัจจัย  
สำคัญที่ทำให้คนเลือกรับรู้ข่าวสาร





### บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย

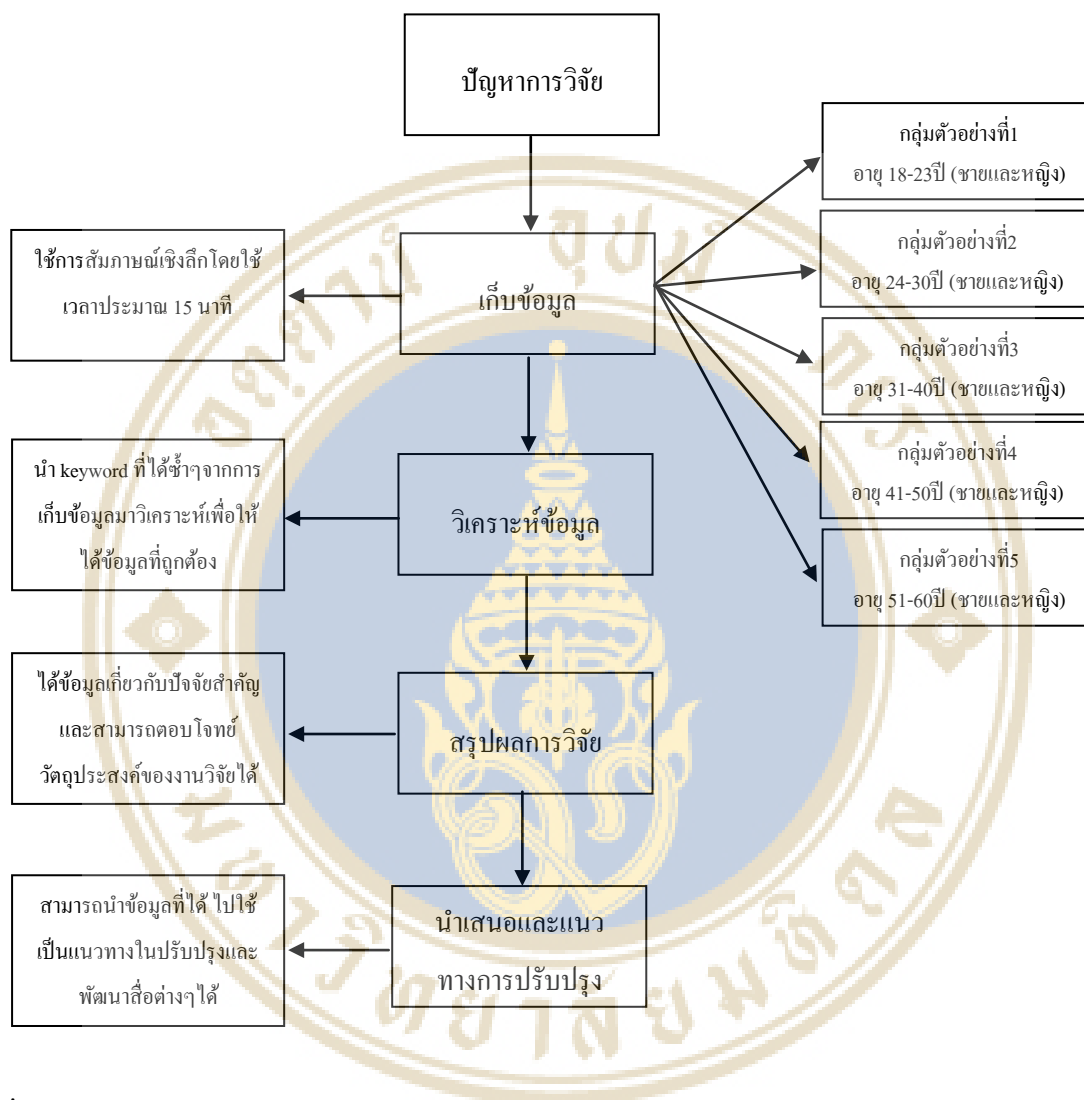
ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือก สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยใช้วิธีวิจัย คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. กรอบแนวคิดงานวิจัย
2. วิธีการเก็บข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
4. กลุ่มตัวอย่าง
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้มาจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการปัจจัยในการรับรู้ข่าวสารซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้ได้ผลงานวิจัยในภาพกว้างเท่านั้น แต่ยังขาดข้อมูลในเชิงลึกเช่น ถ้าเป็นข่าวกีฬา ยังขาดการข้อมูลเชิงลึก จากแฟนกีฬาฟุตบอล ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังที่แสดงในภาพที่ 1.3





ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2.1 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) โดยก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้ทำการวิจัยได้บอกถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ครั้งนี้ว่ามีจุดประสงค์อะไร ต่อจากนั้นจะเริ่มคำถามนำเข้าเรื่องเกี่ยวกับฟุตบอลว่า ผู้ถูกสัมภาษณ์ชอบทีมฟุตบอลอะไรและพูดคุยเกี่ยวกับข่าวฟุตบอลที่น่าสนใจในปัจจุบันเพื่อเพิ่มบรรยากาศให้ผ่อนคลาย และดูเหมือนเป็นการพูดคุยเรื่องฟุตบอลต่างๆ ไปมากกว่าเป็นการสัมภาษณ์

1.2.2 ผู้ทำการวิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 10-15 นาที ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการจดบันทึกคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์

1.2.3 โดยการสัมภาษณ์ผู้ถูกสัมภาษณ์แต่ละราย ผู้ทำการวิจัยจะทำการสัมภาษณ์จนไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่ถึงจะหยุดการสัมภาษณ์ แต่ในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่สามารถที่จะให้ข้อมูลหรือยังให้ข้อมูลไม่ตรงประเด็น ซึ่งผู้ทำการวิจัย อาจจะมีอธิบายคำถามให้ชัดเจนขึ้น หรือการเกริ่นนำหรือแนะแนวทางให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความคิดที่จะสามารถให้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์ต่อการสัมภาษณ์ครั้งนี้

## 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3.2 การสัมภาษณ์จะแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ.....

อายุ .....

ส่วนที่2: พฤติกรรมในการใช้สื่อ

ช่วงเวลาในการรับรู้สื่อ .....

ความถี่ในการใช้งานต่อวัน.....

พฤติกรรมอื่นๆที่ทำขณะรับรู้สื่อ.....

ส่วนที่3: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้

ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

สื่อที่รับรู้ข่าวสารมากที่สุด .....

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อ

1. ....

2. ....

3. ....

4. ....

แนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ

เว็บไซต์ .....

เฟสบุ๊ก .....

โมบายแอปพลิเคชัน .....

โทรทัศน์ .....

หนังสือพิมพ์ .....

### 3.4 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์งานวิจัยนี้คือ ผู้ติดตามข่าวสารฟุตบอลหรือเรียกได้ว่าเป็น “แฟนกีฬาฟุตบอล” ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นรายละเอียดดังนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 50 คน แบ่งออกเป็น เพศชาย 25 คน และเพศหญิง 25 คน โดยแบ่งเป็นช่วงอายุ 18-23 ปี , 24-30ปี , 31-40 ปี , 41-50 ปี และ 51-60 ปี

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เสร็จแล้วทั้ง 50 ชุด ตามที่กำหนดไว้แล้ว ก็ทำการแบ่งข้อมูลออกแบ่งกลุ่มๆ โดยแบ่งเป็นเพศชายหรือหญิง และช่วงอายุ 18-23 ปี , 24-30ปี , 31-40 ปี , 41-50 ปี และ 51-60 ปี จากนั้นนำข้อมูลของการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการเปรียบเทียบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสร้างข้อสรุป (Constant comparison method)

ทำวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้การเปรียบเทียบ (Comparing) โดยสรุปเป็นคำสำคัญ (Keywords) ที่ผู้วิจัยได้ทำการใส่รายละเอียดที่ซ้ำๆกันของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องมี ความหมายและมีความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร โดยนำออกมาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการเปรียบเทียบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสร้างข้อสรุป (Constant comparison method)

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์งานวิจัยนี้คือ ผู้ติดตามข่าวสารฟุตบอลหรือเรียกได้ว่าเป็น “แฟนกีฬาฟุตบอล” ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งที่ใช้ในการศึกษานี้มีจำนวนทั้งหมด 50 คน ซึ่งมีการแบ่งตามเพศและอายุ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ โดยพบว่า ด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง ช่วงอายุ 18-23 ปี , 24-30ปี , 31-40 ปี , 41-50 ปี ใช้สื่อออนไลน์หรือ โซเชียลมีเดีย เป็นประจำ ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ช่วงอายุ 51-60 ปี ไม่ค่อยใช้ สื่อออนไลน์หรือ โซเชียลมีเดีย ด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการรับรู้สื่อและปัจจัยในการเลือกสื่อ ที่มีความคล้ายคลึงกัน

## 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและนำมาทำการถอดข้อความด้วยวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้การเปรียบเทียบ (Comparing) โดยสรุปเป็นคำสำคัญ (Keywords) ที่ผู้วิจัยได้ทำการใส่รายละเอียดที่ซ้ำๆกันของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เพื่อได้ข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถได้ผลการวิจัยดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อของงานวิจัยในการรับรู้ข่าวสารฟุตบอลไว้ 5 ชื่อ ดังนี้

1. เว็บไซต์
2. เฟสบุ๊ก
3. โมบาย แอปพลิเคชัน
4. โทรทัศน์
5. หนังสือพิมพ์

### 4.2.1 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

#### กลุ่มตัวอย่างที่ 1 อายุ 18-23 ปี (ชายและหญิง)

จากที่ได้จากการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับรู้ข่าวสารในช่วงหลังเลิกเรียนมากที่สุด ซึ่งอยู่ในช่วงเวลา 17.00 – 18.00 น. โดยใช้อินเทอร์เน็ตการเปิดรับสื่อ ส่วนความถี่ที่ใช้ในการรับรู้สื่อ คือ 2-3 ครั้งต่อวัน พฤติกรรมที่ทำขณะเปิดรับสื่อกีฬา คือ เปิดรับข่าวสารเกมส์

#### กลุ่มตัวอย่างที่ 2 อายุ 24-30 ปี (ชายและหญิง)

จากที่ได้จากการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับรู้ข่าวสารในช่วงก่อนทำงาน ซึ่งอยู่ในช่วงเวลา 8.00 – 9.00 น. โดยใช้อินเทอร์เน็ตในการเปิดรับสื่อ ส่วนความถี่ที่ใช้ในการรับรู้สื่อ คือ 2-3 ครั้งต่อวัน ส่วนพฤติกรรมที่ทำขณะเปิดรับสื่อกีฬา คือ ฟังเพลง

#### กลุ่มตัวอย่างที่ 3 อายุ 31-40 ปี (ชายและหญิง)

จากที่ได้จากการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับรู้ข่าวสารในช่วงหลังเลิกงาน ซึ่งอยู่ในช่วงเวลา 19.00 – 20.00 น. โดยใช้อินเทอร์เน็ตในการเปิดรับสื่อ ส่วนความถี่ที่ใช้ในการรับรู้สื่อ คือ 2 ครั้งต่อวัน ส่วนพฤติกรรมที่ทำขณะเปิดรับข่าวกีฬา คือ เปิดรับข่าวสารบันเทิง

#### กลุ่มตัวอย่างที่ 4 อายุ 41-50 ปี (ชายและหญิง)

จากที่ได้จากการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับรู้ข่าวสาร กีฬาฟุตบอล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับรู้ข่าวสารในช่วงหลังเลิกงาน ซึ่งอยู่ในช่วงเวลา 19.00 – 20.00 น. โดยใช้อินเทอร์เน็ตในการเปิดรับสื่อ ส่วนความถี่ที่ใช้ในการรับรู้สื่อ คือ 2 ครั้งต่อวัน ส่วนพฤติกรรมที่ทำขณะเปิดรับข่าวกีฬา คือ เปิดรับข่าวการเมือง

#### กลุ่มตัวอย่างที่ 5 อายุ 51-60 ปี (ชายและหญิง)

จากที่ได้จากการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับรู้ข่าวสาร กีฬาฟุตบอล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับรู้ข่าวสารในช่วงเวลา 17.30-18.00 น. โดยใช้โทรทัศน์ในการเปิดรับสื่อ ส่วนความถี่ที่ใช้ในการรับรู้สื่อ คือ 1 ครั้งต่อวัน ส่วนพฤติกรรมที่ทำขณะเปิดรับข่าวกีฬา คือ ไม่มีการเปิดรับสื่ออื่นๆ

#### 4.2.2 ข้อมูลความคิดเห็นเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

##### กลุ่มตัวอย่างที่ 1 อายุ 18-23 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.1 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

##### เรียงตามลำดับความสำคัญ

1. เนื้อหาของข่าวสารที่รวดเร็ว
2. เนื้อหาของข่าวสารอ่านได้ง่าย
3. เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน
4. มีเว็บไซต์ให้ใช้งาน

จากตารางที่ 1.1 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล กลุ่มตัวอย่างนี้เลือก เนื้อหาข่าวสารที่รวดเร็ว เป็นอันดับแรกซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนี้ ที่ต้องการติดตามและการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วเป็นอย่างมาก อันดับต่อมาคือ เนื้อหาข่าวสารที่อ่านได้ง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างนี้ให้

ความเห็นว่าย่าวสารที่อ่านง่าย เช่น การจัดวางคอลัมน์ของเนื้อหาข่าว มีส่วนสำคัญต่อการเลือกรับรู้สื่อ อันดับต่อมาคือเนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการรับรู้ข่าวสารแต่ละครั้ง ควรที่จะเป็นข่าวที่ละเอียดและครบถ้วน ซึ่งบางข่าวอาจจะเป็นแค่หัวข้อข่าวหรือสรุปใจความสั้นๆเท่านั้น ส่วนอันดับสุดท้าย คือ มีเว็บบอร์ดให้ใช้งาน ซึ่งสื่อที่มีเว็บบอร์ดให้ใช้งานมีเพียงแค่ เว็บไซค์เท่านั้น โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าย่าวสารและการคิดเห็นกับสมาชิกภายในเว็บบอร์ด สื่อที่กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกรับรู้มากที่สุด คือ เว็บไซค์

### กลุ่มตัวอย่างที่ 2 อายุ 24-30 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.2 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ห้บสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

#### เรียงตามลำดับความสำคัญ

1. เนื้อหาของข่าวสารที่รวดเร็ว
2. เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน
3. เนื้อหาของข่าวสารอ่านได้ง่าย
4. มีเว็บบอร์ดให้ใช้งาน

จากตารางที่ 1.2 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าให้สัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล กลุ่มตัวอย่างนี้เลือก เนื้อหาข่าวสารที่รวดเร็วเป็นอันดับแรกซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนี้ ที่ต้องการติดตามและการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วเป็นอย่างมาก อันดับต่อมาคือเนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการรับรู้ข่าวสารแต่ละครั้ง ควรที่จะเป็นข่าวที่ละเอียดและครบถ้วน หมายถึงว่าเมื่อรับรู้สื่อแค่ครั้งเดียวจะได้ข่าวสารที่ครบถ้วน อันดับต่อมาคือ เนื้อหาข่าวสารที่อ่านได้ง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่าย่าวสารที่อ่านง่าย เช่น การจัดวางคอลัมน์ของเนื้อหาข่าว มีส่วนสำคัญต่อการเลือกรับรู้สื่อส่วนอันดับสุดท้าย คือ มีเว็บบอร์ดให้ใช้งาน ซึ่งสื่อที่มีเว็บบอร์ดให้



ใช้งานมีเพียงแค่ เว็บไซต์เท่านั้น โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ต้องการแลกเปลี่ยนข่าวสารและ  
ความคิดเห็นกับสมาชิกภายในเว็บบอร์ด

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกรับรู้มากที่สุด คือ เว็บไซต์

### กลุ่มตัวอย่างที่ 3 อายุ 31-40 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.3 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ห้วงสัมภพณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อใน  
การรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

เรียงตามลำดับความสำคัญ
1. เนื้อหาของข่าวสารที่รวดเร็ว
2. การเข้าถึงสื่อได้ง่าย
3. เนื้อหาของข่าวสารอ่านได้ง่าย
4. เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน

จากตารางที่ 1.3 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์คำให้สัมภพณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มี  
อิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล กลุ่มตัวอย่างนี้เลือก เนื้อหาข่าวสารที่รวดเร็ว  
เป็นอันดับแรกซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนี้ ที่ต้องการติดตามและการรับรู้  
ข่าวสารที่รวดเร็วเป็นอย่างมาก อันดับต่อมาคือการเข้าถึงสื่อได้ง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างนี้คำนึงถึงการ  
เข้าถึงสื่อได้ง่ายจากชีวิตประจำวัน เนื่องจากคนกลุ่มตัวอย่างนี้ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานออฟฟิศ การ  
รับรู้ข่าวสารที่ง่ายที่สุดคือ ผ่านเว็บไซต์เนื่องจาก ในทุกๆวันต้องใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานและ  
ใช้งานคอมพิวเตอร์เป็นชีวิตประจำวัน อันดับต่อมาคือ เนื้อหาข่าวสารที่อ่านได้ง่าย โดยกลุ่มตัวอย่าง  
นี้ให้ความสำคัญกับ รูปแบบการจัดวางเนื้อหาข่าว ทำให้อ่านได้ง่ายและมีความน่าสนใจ อันดับ  
สุดท้ายคือเนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน โดยกลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า การรับรู้  
ข่าวสารแต่ละครั้ง ควรที่จะเป็นข่าวที่ละเอียดและครบถ้วน หมายถึงว่าเมื่อรับรู้สื่อแค่ครั้งเดียวจะได้  
ข่าวสารที่ครบถ้วน

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกรับรู้มากที่สุด คือ เว็บไซต์

### กลุ่มตัวอย่างที่ 4 อายุ 41-50 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.4 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์หับสัมภษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

#### เรียงตามลำดับความสำคัญ

1. เนื้อหาของข่าวสารที่รวดเร็ว
2. การเข้าถึงสื่อได้ง่าย
3. เนื้อหาของข่าวสารอ่านได้ง่าย
4. เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน

จากตารางที่ 1.4 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทำให้สัมภษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล กลุ่มตัวอย่างนี้เลือก เนื้อหาข่าวสารที่รวดเร็วเป็นอันดับแรกซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนี้ ที่ต้องการติดตามและการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วเป็นอย่างมาก อันดับต่อมาคือการเข้าถึงสื่อได้ง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างนี้คำนึงถึงการเข้าถึงสื่อได้ง่ายจากชีวิตประจำวัน เนื่องจากคนกลุ่มตัวอย่างนี้ใช้สื่อออนไลน์บ่อยเป็นชีวิตประจำวัน อันดับต่อมาคือ เนื้อหาข่าวสารที่อ่านได้ง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความสำคัญกับรูปแบบการจัดวางเนื้อหาข่าว ทำให้อ่านได้ง่ายและมีความน่าสนใจ อันดับสุดท้ายคือเนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน โดยกลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า การรับรู้ข่าวสารแต่ละครั้ง ควรที่จะเป็นข่าวที่ละเอียดและครบถ้วน หมายถึงว่าเมื่อรับรู้สื่อแค่ครั้งเดียวจะได้ข่าวสารที่ครบถ้วน สื่อที่กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกรับรู้มากที่สุด คือ เว็บไซต์

### กลุ่มตัวอย่างที่ 5 อายุ 51-60 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.5 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภรณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

#### เรียงตามลำดับความสำคัญ

1. การเข้าถึงสื่อได้ง่าย
2. มีเนื้อหาข่าวอ่านง่าย
3. เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน

จากตารางที่ 1.5 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทำให้สัมผัสภรณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกการเข้าถึงสื่อได้ง่ายเป็นอันดับแรก โดยเลือกความสะดวกในการรับรู้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากคนกลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ สื่อที่สะดวกและเข้าถึงง่ายในการรับรู้ข่าวสาร คือ โทรทัศน์ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างนี้ไม่ได้ใช้สื่อออนไลน์และไม่ได้มีการเปิดรับสื่อใหม่ๆ อีกทั้งกลุ่มคนตัวอย่างนี้ไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความเร็วในการรับรู้ข่าวสาร ชีวิตประจำวัน อันดับต่อมาคือ เนื้อหาข่าวสารที่อ่านได้ง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่รับรู้สื่อจากโทรทัศน์ ซึ่งพอใจกับการรับฟังข่าวที่ง่ายและน่าสนใจ อันดับสุดท้ายคือ เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน โดยกลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า การรับรู้ข่าวสารแต่ละครั้ง ควรที่จะเป็นข่าวที่ละเอียดและครบถ้วน หมายถึงว่าเมื่อรับรู้สื่อแค่ครั้งเดียวจะได้ข่าวสารที่ครบถ้วน สื่อที่กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกรับรู้มากที่สุด คือ โทรทัศน์

### 4.2.3 ข้อมูลความคิดเห็นเรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ กลุ่มตัวอย่างที่ 1 อายุ 18-23 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.6 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

สื่อ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนา
เว็บไซต์	-
เฟซบุ๊ก	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ , ปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้ครบถ้วน
โมบายแอปพลิเคชัน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ , ปรับปรุงให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น , ปรับปรุงให้รองรับโทรศัพท์ทุกรุ่น
โทรทัศน์	แจกของรางวัลร่วมสนุก , เพิ่มเวลาการออกอากาศ
หนังสือพิมพ์	แจกโปสเตอร์ตารางการแข่งขัน

จากตารางที่ 1.6 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ ในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล สื่อแรกคือเว็บไซต์จะไม่มีความคิดเห็นในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค่อนข้างพอใจ สื่อถัดมาคือเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่าไม่ค่อยรู้ว่ามีการถ่ายทอดจาก เฟซบุ๊ก และพบว่าบางข่าวจากเฟซบุ๊กมีรายละเอียดไม่ครบถ้วน คือเมื่ออ่านๆ ไป สุดท้ายต้องไปเข้าเว็บไซต์ที่มาของข่าวอยู่ดี สื่อถัดมาคือ โมบายแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า ไม่รู้ว่ามีโมบายแอปพลิเคชันของข่าวกีฬาเลย ควรประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ การใช้งานก็ยังใช้งานได้ยาก รวมถึงควรปรับปรุงให้รองรับโทรศัพท์ทุกรุ่น สื่อถัดมาคือ โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า ควรมีการร่วมสนุกเพื่อดึงดูดให้น่าติดตามมากขึ้น รวมถึงการปรับปรุงเรื่องการเพิ่มเวลาออกอากาศของข่าวกีฬาที่สุดท้าย คือ หนังสือพิมพ์ ความคิดเห็นของกลุ่มนี้ มองว่าแจกโปสเตอร์ตารางการแข่งขัน ทำให้น่าดึงดูดให้คนมาซื้อหนังสือพิมพ์เพื่อรับรู้ข่าวสารทางสื่อนี้ได้มากขึ้น

## กลุ่มตัวอย่างที่ 2 อายุ 24-30 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.7 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ ในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

สื่อ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนา
เว็บไซต์	-
เฟซบุ๊ก	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ , ปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้ครบถ้วน
โมบายแอปพลิเคชัน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ , ปรับปรุงให้เสถียร , เพิ่ม feature ต่างๆเพิ่มเติม
โทรทัศน์	แจกของรางวัลร่วมสนุก , ปรับเวลาการออกอากาศ
หนังสือพิมพ์	-

จากตารางที่ 1.7 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ ในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล สื่อแรกคือเว็บไซต์จะไม่มีให้เห็นในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค่อนข้างพอใจ สื่อถัดมาคือเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่าไม่ค่อยรู้ว่ามีข่าวฟุตบอลจาก เฟซบุ๊ก และพบว่าบางข่าวจากเฟซบุ๊กมีรายละเอียดไม่ครบถ้วน สื่อถัดมาคือ โมบายแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า "ไม่รู้ว่ามีโมบายแอปพลิเคชันของข่าวกีฬาเลย ควรประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ รวมถึงควรปรับปรุงให้เสถียรมากขึ้นก่อนนำมาเปิดให้บริการ และควรเพิ่ม feature เช่น notification ในการยิงประตู สื่อถัดมาคือ โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า ควรมีของรางวัลร่วมสนุกเพื่อดึงดูดให้ติดตามมากขึ้น รวมถึงการปรับปรุงเรื่องการเพิ่มเวลาออกอากาศของข่าวกีฬา สื่อสุดท้าย คือ หนังสือพิมพ์ ความคิดเห็นของกลุ่มนี้ มองว่าค่อนข้างปรับปรุงยาก เนื่องจากปัจจุบันมีสื่อให้เลือกรับรู้มากมายและไม่เสียค่าบริการ

### กลุ่มตัวอย่างที่ 3 อายุ 31-40 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.8 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภรณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ ในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

สื่อ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนา
เว็บไซต์	-
เฟซบุ๊ก	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ , แจกของรางวัลร่วมสนุก
โมบายแอปพลิเคชัน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์,ปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้ครบถ้วน ,ปรับปรุงให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น
โทรทัศน์	แจกของรางวัลร่วมสนุก , ปรับเวลาการออกอากาศ
หนังสือพิมพ์	แจกของรางวัลร่วมสนุก

จากตารางที่ 1.8 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภรณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ ในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล สื่อแรกคือเว็บไซต์จะไม่มีให้เห็นในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค่อนข้างพอใจ สื่อถัดมาคือเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่าไม่ค่อยรู้ว่ามีข่าวฟุตบอลจาก เฟซบุ๊ก และควรแจกของรางวัลร่วมสนุก สื่อถัดมาคือ โมบายแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า ไม่รู้ว่า มีโมบายแอปพลิเคชันของข่าวกีฬาเลย ควรประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ รวมถึงควรปรับปรุงให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สื่อถัดมาคือ โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า ควรมีของรางวัลร่วมสนุกเพื่อดึงดูดให้ติดตามมากขึ้น รวมถึงการปรับปรุงเรื่องการเพิ่มเวลาออกอากาศของข่าวกีฬา สื่อสุดท้ายคือ หนังสือพิมพ์ ความคิดเห็นของกลุ่มนี้ มองว่าควรแจกของรางวัลร่วมสนุก ทำให้น่าดึงดูดให้คนมาซื้อหนังสือพิมพ์เพื่อรับรู้ข่าวสารทางสื่อนี้ได้มากขึ้น

### กลุ่มตัวอย่างที่ 4 อายุ 41-50 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.9 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภรณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

สื่อ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนา
เว็บไซต์	-
เฟซบุ๊ก	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ , ปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้ครบถ้วน
โมบายแอปพลิเคชัน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ , ปรับปรุงให้เสถียร , เพิ่ม feature ต่างๆเพิ่มเติม
โทรทัศน์	แจกของรางวัลร่วมสนุก , ปรับเวลาการออกอากาศ
หนังสือพิมพ์	แจกของรางวัลร่วมสนุก

จากตารางที่ 1.9 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภรณ์เชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ ในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล สื่อแรกคือเว็บไซต์จะไม่มีให้เห็นในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค่อนข้างพอใจ สื่อถัดมาคือเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่าไม่ค่อยรู้ว่ามีข่าวฟุตบอลจาก เฟซบุ๊กและให้ความเห็นว่าบางข่าวยังไม่ได้มีรายละเอียดที่ครบถ้วน สื่อถัดมาคือ โมบายแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า ไม่รู้ว่า มีโมบายแอปพลิเคชันของข่าวกีฬาเลย ควรประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ รวมถึงควรปรับปรุงแอปพลิเคชันให้เสถียรมากขึ้น และควรที่จะเพิ่ม feature เสริมเพิ่มเติม เช่น notification ในการยิงประตู สื่อถัดมาคือ โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่า ควรมีของรางวัลร่วมสนุกเพื่อดึงดูดให้น่าติดตามมากขึ้น รวมถึงการปรับปรุงเรื่องการเพิ่มเวลาออกอากาศของข่าวกีฬา สื่อสุดท้ายคือ หนังสือพิมพ์ ความคิดเห็นของกลุ่มนี้ มองว่าควรแจกของรางวัลร่วมสนุก เช่น กิจกรรมชิงตั๋วไปดูฟุตบอลต่างประเทศ ทำให้น่าดึงดูดให้คนมาซื้อหนังสือพิมพ์เพื่อรับรู้ข่าวสารทางสื่อนี้ได้มากขึ้น

### กลุ่มตัวอย่างที่ 5 อายุ 51-50 ปี (ชายและหญิง)

ตารางที่ 1.10 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภยันเชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

สื่อ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนา
เว็บไซต์	-
เฟซบุ๊ก	เพิ่มการประชาสัมพันธ์, ปรับปรุงเนื้อหายังไม่ครบถ้วน
โมบายแอปพลิเคชัน	-
โทรทัศน์	-
หนังสือพิมพ์	แจกของรางวัลร่วมสนุก, แจกโปสเตอร์นักฟุตบอล

จากตารางที่ 2.0 จะพบว่าผลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภยันเชิงลึก เรื่องแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อ ในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล สื่อแรกคือเว็บไซต์จะไม่มีความคิดเห็นในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้ข่าวสารทางสื่อนี้ สื่อถัดมาคือเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความเห็นว่าไม่ค่อยรู้ว่ามีข่าวฟุตบอลจาก เฟซบุ๊กและให้ความเห็นว่าบางข่าวยังไม่ได้มีรายละเอียดที่ครบถ้วน สื่อถัดมาคือ โมบายแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่มีความคิดเห็นในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้ข่าวสารทางสื่อนี้ สื่อต่อมา คือ โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างนี้จะไม่มีความเห็นในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค่อนข้างพอใจ สื่อสุดท้าย คือ หนังสือพิมพ์ ความคิดเห็นของกลุ่มนี้ มองว่าแจกโปสเตอร์ตารางการแข่งขันและแจกรางวัลร่วมสนุก ทำให้น่าดึงดูดใจคนมาซื้อหนังสือพิมพ์เพื่อรับรู้ข่าวสารทางสื่อนี้ได้มากขึ้น



## บทที่ 5

### อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือก สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร โดยนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลทำการปรับปรุงพัฒนาสื่อต่างๆและ เกิดประโยชน์ โดยเพื่อเพิ่มโอกาสและความสำเร็จทางธุรกิจผ่านสื่อต่างๆ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการทำสื่อต่างๆให้ขึ้น โดยทำให้ทราบถึงความต้องการที่สำคัญที่สุดของผู้บริโภคในการเลือกรับชมข่าวสาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ กลุ่มคนที่ติดตามข่าวสารฟุตบอลหรือเรียกได้ว่าเป็น “แฟนกีฬาฟุตบอล” ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป จำนวน 50 คนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว และสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

#### 5.1 อภิปรายผลงานวิจัย

##### 5.1.1 ความสอดคล้องของผลการสำรวจกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ ได้กล่าวไว้ว่า ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันในหลายๆด้าน คือ อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสื่อแตกต่างจากคนที่มีอายุน้อยกว่าและบุคคลที่อายุน้อยจะมีการตอบสนองต่อสื่อเปลี่ยนแปลงไปตามวัยเมื่ออายุมากขึ้นโดยทั่วไปแล้วคนอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์ใจร้อนและการมองโลกในแง่ดีส่วนคนอายุมากมักมีความคิดแนวอนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าสาเหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะคนอายุมากจะมีประสบการณ์ชีวิตมากกว่าผ่านยุคปัญหาและมี

ผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าอายุเป็นตัวกำหนดทัศนคติความต้องการความสนใจพฤติกรรม การเลือกเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมของกลุ่มคนที่มีอายุ 51-60 จะไม่เปิดรับรู้สื่อ โดยจะคำนึงถึงความสะดวกสบายและง่ายต่อการรับรู้สื่อ โดยจะใช้สื่อที่เลือกในการรับรู้มากที่สุดคือ โทรทัศน์ ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออื่นๆ รวมถึงสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ส่วนพฤติกรรมของกลุ่มคนที่มีอายุ 18-23 ปี , 24-30 ปี , 31-40 ปี และ 41-50 ปี จะเปิดรับสื่อมากกว่า โดยใช้สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เนื่องจากต้องการข่าวสารที่รวดเร็วและมีรายละเอียดที่ครบถ้วน ทำให้สื่อที่เลือกในการรับรู้ที่สุดคือ เว็บไซต์ ส่วนพฤติกรรมการใช้สื่อก็มีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่มีอายุ 18-23 ปี , 31-40 ปี , 41-50 ปี และอายุ 51-60 จะเปิดรับสื่อในช่วงเวลาที่เลิกเรียนหรือเลิกงาน ส่วนกลุ่มคนที่มีอายุ 24-30 ปี จะเปิดรับสื่อในช่วงเช้าก่อนเริ่มงาน รวมถึงความถี่และ พฤติกรรมที่ทำขณะเปิดรับสื่อกีฬาที่มีความแตกต่างกันด้วย

### 5.1.2 ความสอดคล้องของผลการสำรวจกับแนวคิดเกี่ยวกับออกแบบเว็บไซต์

แนวคิดเกี่ยวกับออกแบบเว็บไซต์ ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้ (เสกสรร สายสีสด 2549, หน้า 203)

5.1.2.1 กำหนดเป้าหมายและวางแผน เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ การกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย การเตรียมแหล่งข้อมูล เตรียมทักษะบุคลากร เตรียมทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น

5.1.2.2 การวิเคราะห์และจัดโครงสร้างข้อมูล เช่น แผนผังโครงสร้างของเว็บไซต์ ระบบนำทางหรือหรือเนวิเกชัน องค์ประกอบต่างๆ ที่จะนำมาใช้เว็บเพจ ข้อกำหนดเกี่ยวกับ ลักษณะหน้าตาของรูปแบบเว็บเพจ ข้อกำหนดของโปรแกรมของภาษาสคริปต์หรือเว็บแอปพลิเคชันและฐานข้อมูลที่ใช้ในเว็บไซต์ คุณสมบัติของเว็บเซิร์ฟเวอร์ รวมถึงข้อจำกัดและบริการเสริมต่างๆ

5.1.2.3 ออกแบบเว็บเพจและเตรียมข้อมูล การออกแบบเว็บเพจเป็นขั้นตอนการออกแบบเค้าโครงหน้าตา และลักษณะด้านกราฟฟิกของหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ การรับรู้ต่อเว็บเพจตามที่ต้องการ

5.1.2.4 การ ลงมือและทดสอบเว็บไซต์ ที่สร้างขึ้นมาควรได้รับการ ทดสอบก่อนที่จะนำออกเผยแพร่ไม่ว่าจะเป็นความถูกต้องของเนื้อหา การทำงานของลิงค์และระบบ นำทาง ตรวจสอบหาข้อผิดพลาดของโปรแกรม โปรแกรมของภาษาสคริปต์และฐานข้อมูล ของ เวชชีนเบราเซอร์ ความละเอียดของจอภาพและความเร็วที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อดูว่ากลุ่มผู้ชม เป้าหมายสามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพหรือไม่

5.1.2.5 เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก ควรนำเว็บไซต์ขึ้นเผยแพร่บน อินเทอร์เน็ต ด้วยการอัปโหลดไฟล์ทั้งหมด คือ HTML และไฟล์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องขึ้นไปเก็บบนเว็บ เซิร์ฟเวอร์ที่เราเปิดบริการ

5.1.2.6 การดูแลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เว็บไซต์ที่เผยแพร่ออกไปแล้ว ไม่ควรทิ้งขว้าง แต่ควรดูแลปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอด นอกจากนั้นควรติดตามดูจำนวนผู้ชมสถิติ ว่าเว็บเพจไหนนิยมมากที่สุด

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มคน ตัวอย่างเลือกเว็บไซต์ เป็นอันดับแรก โดยร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เนื่องจากมีการ ออกแบบให้ใช้งานง่าย การออกแบบโครงสร้างหน้าตาและลักษณะของกราฟฟิกของหน้าเว็บให้มีความน่าสนใจและทำให้เนื้อหาข่าวอ่านได้ง่าย อีกทั้งยังมีการปรับปรุงเว็บไซต์อยู่เสมอเพื่ออัพเดท ข่าวให้ทันสถานการณ์ในปัจจุบัน

### 5.1.3 ความสอดคล้องของผลการสำรวจกับ แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อ ประโยชน์และความพึงพอใจ

แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้กล่าวไว้ว่าสำคัญ เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ของผู้รับสาร เน้นที่ความสำคัญของผู้รับสารใน ฐานะที่เป็นปัจจัยหลักในการที่จะตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเนื้อหาของสารที่สามารถ สนองตอบต่อความต้องการของบุคคล จนนำไปสู่ความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร จากการใช้สื่อและการ เปิดรับต่อสารนั้นๆ และอาจกลายเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ในการหล่อหลอมพฤติกรรมต่อการเปิดรับ รายการประเภทเดียวกัน ในครั้งต่อไป

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสำคัญของผู้รับสารนั้นแตกต่างกัน โดยกลุ่มช่วง อายุ 18-23 ปี , 24-30ปี , 31-40 ปี และ 41-50 ปี ความสำคัญของผู้รับสารคือ ความรวดเร็วของข่าว และ เนื้อหาข่าวที่ ครบถ้วน ส่วนความสำคัญของของผู้รับสาร ใน กลุ่มอายุ 51-60 ปี คือ ความสะดวกสบายและง่ายต่อ การรับรู้สื่อ ซึ่งสามารถสนองตอบต่อความต้องการของบุคคล ส่วนความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า แต่ละกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับการรับรู้ข่าวสารของตัวเอง โดยเห็นได้จาก ไม่มีความ คิดเห็นและแนวทางการปรับปรุงของสื่อที่เลือกการรับรู้

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาสื่อต่างๆของฟุตบอล มีดังนี้

1. เว็บไซต์ ยังไม่มีข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ก่อนข้างพอใจ โดยสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับออกแบบเว็บไซต์ ออกแบบให้ใช้งานง่าย การ ออกแบบโครงสร้างหน้าตาและลักษณะของกราฟฟิกของหน้าเว็บให้มีความน่าสนใจและทำให้ เนื้อหาข่าวอ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึง พอใจ โดยเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มพอใจกับการรับรู้ข่าวสาร

2. เฟซบุ๊ก มีแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคือ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้ว่ามีข่าวจากเฟซบุ๊ก และควรปรับปรุงเนื้อหารายละเอียดให้ ครบถ้วน

3. โบบายแอปพลิเคชัน มีแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคือ ควรเพิ่มการ ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้ว่ามีข่าวจากเฟซบุ๊ก และควรปรับปรุง เนื้อหารายละเอียดให้ครบถ้วน ควรปรับปรุงแอปพลิเคชันให้รองรับกับโทรศัพท์หลายๆรุ่น และมี การแจ้งเตือนข่าวสารใหม่ๆหรือผลการแข่งขัน

4. โทรทัศน์ มีแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคือ ควรปรับเวลาการออกอากาศให้ เหมาะสมกับทุกๆวัย โดยสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ คืออายุมีผลต่อการเปิดรับ สื่อ โดยที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ส่วนที่ควรปรับปรุงต่อไปคือ ควร เพิ่มการร่วมสนุกโดยมีกิจกรรม แจกของรางวัล

5. หนังสือพิมพ์ มีแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคือ ควรเพิ่มการร่วมสนุกโดยมีกิจกรรม แจกของรางวัล เช่น โปสเตอร์นักฟุตบอล หรือ ตารางการแข่งขัน

## 5.2 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร โดยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน แบ่งออกเป็น เพศชาย 25 คน และเพศหญิง 25 คน โดยแบ่งเป็นช่วงอายุ 18-23 ปี , 24-30ปี , 31-40 ปี , 41-50 ปี และ 51-60 ปี ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งมีผลที่ได้เป็นดังนี้

5.2.1 จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือก สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับรู้ข่าวสารฟุตบอลมากที่สุด คือ เว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยเลือก โทรทัศน์ เป็นสื่อในการรับรู้ข่าวสาร ส่วนสื่ออื่นๆไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่เลือก

5.2.1 จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือก สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมในการรับรู้และความพึงพอใจของข่าวสารโดยจากผลวิจัย ได้ข้อสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างคนที่มี อายุตั้งแต่ 18-50 ปี มีเปิดรับการใช้สื่อออนไลน์หรือ โซเชียลมีเดีย โดยใช้เป็นประจำ และ ใช้เป็นกิจกรรมทำให้ผลสรุปว่าสื่อที่เลือกในการรับรู้มากที่สุดคือ เว็บไซต์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างคนที่มีอายุ 51-60 ไม่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อใหม่ๆ คือ ไม่ได้ใช้ สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ทำให้สื่อที่เลือกในการรับรู้มากที่สุด คือ โทรทัศน์

5.2.2 จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือก สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสาร โดยผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างคนที่มี แบ่งเป็นช่วงอายุ 18-23 ปี, 24-30ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีพฤติกรรมและการและปัจจัยในการเลือกรับรู้สื่อที่คล้ายคลึงกัน

5.2.4 จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือก สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล โดย

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารในช่วงเวลา 18.00 เป็นต้นไปมากที่สุดเป็น เพราะว่าเป็นช่วงเวลาที่ว่างและผ่อนคลาย จะมีพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อย ที่เปิดรับข่าวสาร ในช่วงตอนเช้าในช่วงเวลา 8.00 – 9.00 น. โดยกลุ่มคนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารโดยอินเทอร์เน็ตและเป็นสื่อออนไลน์ เป็นประจำทุกวัน ส่วนพฤติกรรมที่ทำขณะเปิดรับข่าวกีฬา กลุ่มคนตัวอย่างมี พฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น ข่าวบันเทิง ข่าวการเมืองและฟังเพลง

5.2.4 จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล ของคนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้รับรู้ข่าวสารเลือกสื่อในการรับรู้ ข่าวสารฟุตบอล คือ

**ตารางที่ 1.11** สรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก สื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอล

<b>เรียงตามลำดับความสำคัญ</b>
1. เนื้อหาของข่าวสารที่รวดเร็ว
2. เนื้อหาของข่าวสารอ่านได้ง่าย
3. เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน
4. มีเว็บบอร์ดให้ใช้งาน

#### 1. เนื้อหาของข่าวสารที่รวดเร็ว

ปัจจัยนี้พบว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เนื่องจากกลุ่มคนตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความ ต้องการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วเป็นอย่างมาก

#### 2. เนื้อหาของข่าวสารอ่านได้ง่าย

ปัจจัยนี้พบว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะว่าเป็นเนื้อหาข่าวสารที่อ่านง่ายทำให้กลุ่ม ตัวอย่างมองว่าน่าติดตามข่าวสารที่มาจากสื่อชนิดนี้

#### 3. เนื้อหาของข่าวสารมีความละเอียดและครบถ้วน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การรับรู้ข่าวสารแต่ละครั้ง ควรที่จะเป็นข่าวสาร ที่ละเอียดและครบถ้วน หมายถึงว่าเมื่อรับรู้สื่อแค่ครั้งเดียวจะได้ข่าวสารที่ครบถ้วน

#### 4. มีเว็บบอร์ดให้ใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบใช้การสื่อสารแบบ 2 way communication ซึ่งมีในเว็บบอร์ด โดยการใช้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิก โดยจะมีเฉพาะเว็บไซต์เท่านั้น

#### 5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

5.3.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกกลุ่มคนที่เป็น “แฟนกีฬาฟุตบอล” ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้กับจังหวัดอื่นๆ ได้

5.3.2 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนด แบ่ง ช่วงอายุ ในการวิจัยไว้ดังนี้ อายุ 18-23 ปี, 24-30ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี และ 51-60 ปี เท่านั้น

5.3.3 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกสื่อตัวอย่าง 5 สื่อเท่านั้น คือ เว็บไซต์ , เฟสบุ๊ก , โฆษณา แอปพลิเคชัน, โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยเรื่อง การศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.4.1 การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้เสนอว่า การทำวิจัยในครั้งถัดไปควร ไปเก็บข้อมูลของกลุ่มคนตัวอย่างที่อยู่ต่างจังหวัดด้วย เพื่อให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อในการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลในต่างจังหวัด เพื่อที่จะได้สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการประโยชน์เกี่ยวกับธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสและความสำเร็จทางธุรกิจ โดยถ้าทำทุกภาคหรือทุกจังหวัด จะสามารถครอบคลุมคนไทยทั่วประเทศ

5.4.2 การทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความแม่นยำของผลในการวิจัย และสามารถนำผลไปใช้ได้มีประสิทธิภาพได้มากกว่าเดิม เนื่องจาก

การวิจัยนี้ยังใช้กลุ่มตัวอย่าง แบ่ง ช่วงอายุ ในการวิจัยไว้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน อายุ 18-23 ปี, 24-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี และ 51-60 ปี เท่านั้น โดยอาจจะเพิ่มกลุ่มอายุ หรือเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำและครอบคลุมทุกๆวัย

5.4.3 การทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรเพิ่มจำนวนสื่อที่ใช้ในการวิจัยให้มากขึ้น โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกสื่อตัวอย่าง 5 สื่อเท่านั้น คือ เว็บไซต์ , เฟสบุ๊ก , โยบาย แอปพลิเคชัน , โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เท่านั้น โดยการเพิ่มจำนวนสื่อ เพื่อช่องทางของสื่อใหม่ๆที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ยังเป็นการอัปเดตสถานการณ์และรองรับเทคโนโลยีจากสื่อใหม่ๆในอนาคต โดยสามารถตอบสนองความต้องการและรู้ถึงกลุ่มคนเป้าหมายในการรับรู้สื่อของกลุ่มคนที่เปลี่ยนไปในอนาคตและครอบคลุมสื่อใหม่ๆที่จะเกิดขึ้น เพื่อเพิ่ม โอกาสและความสำเร็จทางธุรกิจได้





## บรรณานุกรม

- กฤษฎา กิตติวัฒน์. การวิเคราะห์ผู้ชมข่าวต่างประเทศทางโทรทัศน์: กรณีศึกษานิตยภัณฑ์ศึกษา เฉพาะโครงการสำหรับผู้บริหาร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534
- ขจรยศ โชครชนเศรษฐ์. ผลกระทบที่เกิดจากพฤติกรรมการรับชมฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552
- ดร.กฤษมันต์ วัฒนานรงค์. นวัตกรรมและเทคโนโลยีเทคนิคการศึกษา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบังเหนือ , 2554
- “ต้นกำเนิดฟุตบอล”. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: <http://popscore.wikispaces.com/ประวัติฟุตบอล>
- ธวัชชัย ศรีเทพ. กัมภีร์ Web Design. หนังสือ โปรวิชั่น , 2544
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. สื่อสังคมออนไลน์ สื่อแห่งอนาคต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2555
- พีระจิว โสภณ. ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2547
- “มัลติมีเดีย”. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: <http://www.dpu.ac.th/techno/page.php?id=5216>
- ศุภวรรณ สัจพงษ์ . ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจและพฤติกรรมกรรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534
- เสกสรร สายสีเสด. เทคโนโลยีสื่อการศึกษา เรื่องการออกแบบเว็บไซต์. , 2549
- เสรี วงษ์มณฑา. ทฤษฎีการรับรู้. 2523
- “สื่อมวลชน” .[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: <http://th.wikipedia.org/>
- อำไพศรี โสประทุม. พฤติกรรมกรเปิดรับข้อมูลข่าวสารและปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2339
- “อันดับลีกฟุตบอลที่คนไทยติดตามและรับรู้อาามากที่สุด 5 อันดับ”. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก : [http://www.siamsport.co.th/sport\\_football/140319\\_017.html](http://www.siamsport.co.th/sport_football/140319_017.html)

## บรรณานุกรม(ต่อ)

Joseph Klapper. The Effects of Mass Communication. , 1960

KATZ, E., M. GUREVITCH. On the use of the mass media for important things. , 1973

Laudon&Laudon. Planning information for business commerce. , 1998

“Theory: Interactive”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.wingchuninteractive.com>

Todd Hunt & Brent D. Ruben. Mass Communication: Producers and Consumers. ,1993

“Web application”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://news.siamphone.com/new1763.html?viewport=mobile>

