

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่าน

เฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม

## Factors Affecting Satisfaction with Viewing Sports News through Facebook Fan Page T Sports 7 of Followers

สุรียา ประดิษฐ์สถาพร\*, ปุณยนุช ปัญญาปิง,

วรารพร นาชาเรย์, เนตรนภา เขี้ยวแก้ว และ มนัสนยา ชมเชย

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตเพชรบูรณ์

Suriya Praditsathaporn\*, Punyanuch Panyaping,

Waraporn Nacharee, Natnapa Keawkaew and Mananya Chomchoei

Thailand National Sports University Phetchabun Campus, Thailand

Corresponding Author E-mail: drtee54@gmail.com

\*\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา ทีสปอร์ต (T Sports) เป็นช่องโทรทัศน์ประเภทรายการกีฬาของไทยดำเนินการโดยการกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ออกอากาศผ่านระบบโทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิล และโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลทางช่องหมายเลข 7 ภายใต้ใบอนุญาตประกอบการประเภทบริการสาธารณะ เพื่อเสนอรายการกีฬา สุขภาพและคุณภาพชีวิต และเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมกีฬา รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารทางการกีฬา เสริมสร้างค่านิยมในการเล่นและดูกีฬาให้กับประชาชน นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำเฟสบุ๊ก T Sports 7 อีกด้วย เพื่อถ่ายทอดสดรายการ T Sports 7 และแฟนเพจสามารถติดตามการถ่ายทอดรายการในลักษณะ Rerun ได้อีกด้วย รวมทั้งประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวสารการกีฬาที่น่าสนใจ

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างการได้มาซึ่งตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อสรุปผลด้วยการทดสอบค่า F-test (One Way ANOVA)

\* วันที่รับบทความ: 6 กรกฎาคม 2567; วันแก้ไขบทความ 12 กรกฎาคม 2567; วันตอบรับบทความ: 13 กรกฎาคม 2567

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 18-24 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพ นักศึกษา/นิสิต มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน และมีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคนิคการนำเสนอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา ด้านรายการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.40 และน้อยที่สุด ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64

สรุปผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 อยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ; การเปิดรับชมข่าวสาร; เฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7

## Abstract

Tourism and sports television station T Sports (T Sports) is a Thai sports television channel operated by the Sports Authority of Thailand, Ministry of Tourism and Sports broadcasted through satellite and cable television systems and digital terrestrial television on Channel 7 under a public service license in order to present sports ,health and quality of life programs. Also, T Sports 7 is the channel for publicizing sports activities including promoting the public to receive sports news ,strengthen the value of playing and watching sports for the people. In addition, Facebook for T Sports 7 has also been created (to broadcast T Sports 7 programs live and the fan page can follow the broadcast of the program in rerun format as well as publicizing interesting sports news.

In the study of factors affecting followers' satisfaction with viewing sports news via Facebook fan page T Sports 7, the objective was to study satisfaction with factors from viewing sports news via Facebook. T Sports 7 fan page book of followers. This is a quantitative research, which uses a survey research method using the questionnaires by collecting data from a sample of 400 people by using Taro Yamane's calculation formula and analyzing the data. A non-probability sampling method was used. Purposive sampling was used. Descriptive statistics use frequency distributions, percentages, means, and standard deviations and in testing research hypotheses to Results were summarized by testing F-test values (One Way ANOVA).

The research results found that the majority of the sample were between the age of 24-35 years old and working as the students or university students with salary at 10,000 baht and below. The satisfaction with factors from viewing sports news via the T Sports 7 Facebook fan page was at a high level, with an average of 4.13 when considering each aspect, it was found that presentation techniques satisfaction is at the highest level, with an average of 4.50, followed by items with the highest level of satisfaction with an average of 4.40 and the interaction aspect at least. There is a high level of satisfaction with an average of 3.64.

Summary of the research results: Satisfaction with factors from viewing sports news via the T Sports 7 Facebook fan page was at a high level.

**Keywords:** Satisfaction; Exposure to news viewing; Facebook fan page T Sports 7

## บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลได้ถูกพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น สื่อออนไลน์จึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเพราะเข้าถึงกลุ่มคนได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา และทุกอาชีพ มีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์การสื่อสารในรูปแบบใหม่ และได้ถูกผสมกลมกลืนจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคน นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตไม่ได้มีไว้แค่เพื่อค้นหาข้อมูล หรือดูหนัง ฟังเพลงเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างบรรทัดฐานใหม่ที่จะช่วยให้ชีวิตมีความสะดวกและดีขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้งานและการบริโภคสื่อได้เปลี่ยนไป ทำให้พฤติกรรมหรือไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลข่าวสารสื่อออนไลน์ก็อยู่ในวิถีชีวิต หรือเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินชีวิต ตื่นนอนจนเข้านอน ทั้งในการทำงาน เรียนหนังสือ หาข้อมูล ดูหนัง ฟังเพลง เล่นกีฬา ทานอาหาร ซักอบ้าง และท่องเที่ยว เป็นต้น การเชื่อมโยงถึงกันได้อย่างรวดเร็วนี้เราเรียกว่า การเกิดสังคม หากสังคมนั้นไม่ได้จำกัดเพียงแค่ระยะทางแต่เป็นการเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน ผ่านระบบเครือข่ายฯ โดยเรียกเว็บไซต์ที่เป็นสื่อกลางให้บริการข้อมูลข่าวสารประเภทนี้ว่า “โซเชียลเน็ตเวิร์ค” และเรียกข้อมูลบนโซเชียลเน็ตเวิร์คว่า “โซเชียลมีเดีย” ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติคำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่าง ๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), ไฮไฟฟ์ (Hi5), ทวิตเตอร์ (Twitter), วิกิพีเดีย

เฟสบุ๊ก (Facebook) เว็บไซต์ที่อยู่ภายใต้บริษัท เฟสบุ๊ก จำกัด ซึ่งมีไว้สำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การทำกิจกรรม การเขียนข้อความ แสดงรูปภาพและวิดีโอ และยังสามารถใช้สนทนากันผ่านช่องทางการสื่อสารของห้องแชท (Chat) (สุธีร์ นวกุล, 2554) เฟสบุ๊กยังถือเป็นเครือข่ายสังคมที่สามารถให้บุคคลสามารถแสดงหน้าของตนเองเพื่อที่จะได้รู้จักซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังได้รู้จักเพื่อนใหม่เพิ่มหรือว่ายังมีโอกาสได้เจอเพื่อนเก่า ๆ หรือว่าจะจะเป็นเพื่อนของเพื่อน (Friend to Friend) เปรียบเสมือนเครือข่ายใยแมงมุมที่เชื่อมโยงถึงกันได้ ทั้งนี้ยังสามารถเพิ่มข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ หรือความสนใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างอิสระ รวมถึงสามารถเขียนสถานะประจำวัน (Status) หรือสิ่งที่อยากบอกเล่าในแต่ละวันในรูปแบบการแบ่งปัน (Share) ข้อมูลให้แก่ผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ที่เป็นเพื่อนกันบนเฟสบุ๊กทราบและสามารถเขียนโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็วและทันที (Wall to Wall) ด้วยคุณสมบัติต่าง ๆ นี้จึงทำให้เฟสบุ๊ก (Facebook) ได้รับความนิยมและมีผู้ใช้งานอย่างมากมายและแพร่หลาย (ชาติชาย วิเรชรัตน์, 2552)

นอกเหนือจากคุณสมบัติที่กล่าวมาข้างต้น เฟสบุ๊กยังสามารถเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสินค้าและบริการอีกด้วย อีกทั้งเฟสบุ๊กยังมีการสร้างพื้นที่ส่วนหนึ่งที่ให้ผู้คนต่าง ๆ ได้นำเสนอสิ่งที่ต้องการให้คนทั่วไปได้รับรู้ ซึ่งเรียกว่า เพจ (Page) หรือแฟนเพจ (Fanpage) ซึ่งกล่าวได้ว่าแฟนเพจเป็นคุณสมบัติที่เฟสบุ๊กได้สร้างพื้นที่พื้นที่หนึ่งเพื่อให้ผู้คนได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือรวบรวมผู้ใช้งานเฟสบุ๊กที่มีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่มีความคล้ายคลึงกัน หรือเป็นช่องทางในการ

ประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนหรือผู้ใช้งานทั่วไปได้รับทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งแฟนเพจเฟซบุ๊ก (Fanpage Facebook) จะเป็นหน้าเพจใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นมา ซึ่งสิ่งที่ผู้สร้างหรือผู้ใช้งานโพสต์ (Post) ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ สามารถเข้ามาเห็นข้อความ แสดงความคิดเห็น โดยไม่ต้องเพิ่มเป็นเพื่อน ด้วยเหตุนี้แฟนเพจเฟซบุ๊ก (Fanpage Facebook) จึงจะเป็นพื้นที่สำหรับรวบรวมคนที่มีมุมมองความชอบที่คล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันที่สามารถโต้ตอบและแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งทำให้แฟนเพจเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่ดีในการประชาสัมพันธ์กระจายข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้คนจำนวนมากได้รับรู้และได้เห็นข้อมูลข่าวสารที่เจ้าของแฟนเพจเฟซบุ๊กต้องการจะสื่อสารให้คนทราบ ยังมีผู้เข้ามาใช้งานจำนวนมากยิ่งดึงดูดให้ผู้ใช้งานอีกมากมายเข้ามาติดตามมากขึ้น (ชาติชาย วิเรขรัตน์, 2552)

ปัจจุบันข่าวกีฬาเป็นที่สนใจอย่างแพร่หลายของผู้ชมเนื่องจากประสบความสำเร็จและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของวงการกีฬาไทย ทำให้ผู้ชมตื่นตัวและหันมาสนใจข่าวกีฬากันมากขึ้น ขณะเดียวกันการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนจากสถานีโทรทัศน์พื้นฐาน (Free TV) เป็นสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (Digital TV) ทำให้มีความคมชัดและความละเอียดของภาพที่สูงกว่า รวมถึงแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในขณะนี้ทำให้ผู้ชมได้ประโยชน์จากตัวเลือกเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการแข่งขันของสื่อกีฬาทางโทรทัศน์ทั้งการนำเสนอข่าวกีฬาและรายการกีฬาต่าง ๆ จึงมีความเข้มข้นตามไปด้วย จึงส่งผลให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับนโยบาย รูปแบบการนำเสนอข่าวกีฬาหรือรายการกีฬาต่าง ๆ รวมกลยุทธ์การสื่อสาร ขยายฐานผู้ชมให้หันมาสนใจสถานีของตนเองให้มากยิ่งขึ้น (อติเดช สินธาชีวะ, 2550)

สำหรับสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา T Sports 7 เป็นสถานีโทรทัศน์ประเภทรายการกีฬาของไทยที่การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ประเภทรายการกีฬาขึ้น เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมกีฬา และส่งเสริมให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารทางการกีฬา เสริมสร้างค่านิยมในการเล่นและดูกีฬาให้กับประชาชน ซึ่งจะส่งผลต่อสุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับประชาชนทั่วประเทศ โดยออกอากาศผ่านระบบโทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิล และโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ภายใต้ใบอนุญาตประกอบการ ประเภทบริการสาธารณะ รายการกีฬาสุขภาพและคุณภาพชีวิต รวมทั้งแพลตฟอร์มอื่น เช่น แอปพลิเคชัน T Sports 7, TikTok T Sports 7 และเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ช่องสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา T Sports 7 ได้สร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ได้จัดสร้างขึ้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2021 โดยทำหน้าที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่รายการเกะสนามข่าวเช้า รายการลุยสนามข่าวเย็น และประชาสัมพันธ์ข่าวสารกีฬาในด้านต่าง ๆ ให้กับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 โดยช่องโทรทัศน์ T Sports 7 ในปัจจุบันมีจำนวนผู้ติดตาม 528,673 คน และมียอดการกดถูกใจเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวน 273,535 คน (tsport.com)

ดั่งการศึกษาของ พิมพ์จิต เอื้อวงศ์ชัย (2561) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี พบว่า ผู้ชมชื่นชอบรายการประเภทรายการข่าวทั่วไปสูงที่สุด รองลงมาคือรายการวิเคราะห์เจาะประเด็น ส่วนผู้ดำเนินรายการที่ผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด คือ จอมขวัญ หลาวเพ็ชร ในขณะที่ทองเนื้อเก้า คำพิมพ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการนำเสนอข่าวด้วยเฟสบุ๊คไลฟ์ (Facebook Live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวี่ดิจิทัล พบว่า มีความสัมพันธ์ต่อการติดตามรับชมข่าวด้วยเฟสบุ๊คไลฟ์ (Facebook Live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวี่ดิจิทัลทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ (ผู้ประกาศข่าว, ผู้สื่อข่าว, พิธีกร) และด้านเทคนิค รวมทั้ง กมล สายธงแก้ว และ สุดารัตน์ อุ่นคำทิพย์ (2565) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมถ่ายทอดสดกีฬาผ่านเว็บไซต์ True Sport ของประชาชนในอำเภอเมืองน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านเว็บไซต์ True Sport ด้านผู้บรรยาย อยู่ในระดับมากที่สุด

ในการศึกษารั้ครั้งนี้มีประเด็นในการศึกษาว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ติดตามแฟนเพจ T Sports 7 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ T Sports 7 ที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านเฟสบุ๊คแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยไปปรับปรุงประสิทธิภาพของปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านผู้ประกาศข่าว ด้านการนำเสนอ ด้านรายการ และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ตามลำดับ

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ติดตามแฟนเพจเฟสบุ๊ค T Sports 7 จำนวน 528,673 คน (ข้อมูล ณ 29 กุมภาพันธ์ 2567)

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ติดตามแฟนเพจเฟสบุ๊ค T Sports 7 การได้มาซึ่งตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการวิจัย โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973) ในการหาขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดค่าความ

คลาดเคลื่อน ไม่เกิน 5% ได้จำนวน 399.999 คน เพื่อความสะดวกในการคำนวณ ผู้วิจัยจึงปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

### **เครื่องมือในการวิจัย**

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์รวมทั้งกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยแบ่งเนื้อหา 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ซึ่งลักษณะข้อคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านผู้ประกาศข่าว ด้านเทคนิคการนำเสนอ ด้านรายการ และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด ข้อเสนอแนะ การปรับปรุงของผู้ตอบแบบสอบถาม

### **ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ**

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ศึกษา เอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกันตลอดจนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ T Sports 7 เพื่อให้ได้ข้อมูล
2. นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา
3. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกให้ผู้ติดตามเฟสบุ๊คแฟนเพจ T Sports 7

### **การเก็บและรวบรวมข้อมูล**

ในงานวิจัยนี้ได้มีการเก็บ และรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้า และรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่าง ๆ รายงานต่าง ๆ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ความพึงพอใจ ตลอดจนจากการศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเอง และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง หรือใกล้เคียง
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการตอบแบบสอบถามด้วยการกรอกด้วยตนเอง รวบรวมแบบสอบถาม และนำมาลงรหัส หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับงานวิจัย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติในการใช้ข้อมูลมีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

แบบสอบถามตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทาง เฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านผู้ประกาศข่าว ด้านเทคนิคการนำเสนอ ด้านรายการ และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นำคะแนนที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ยโดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

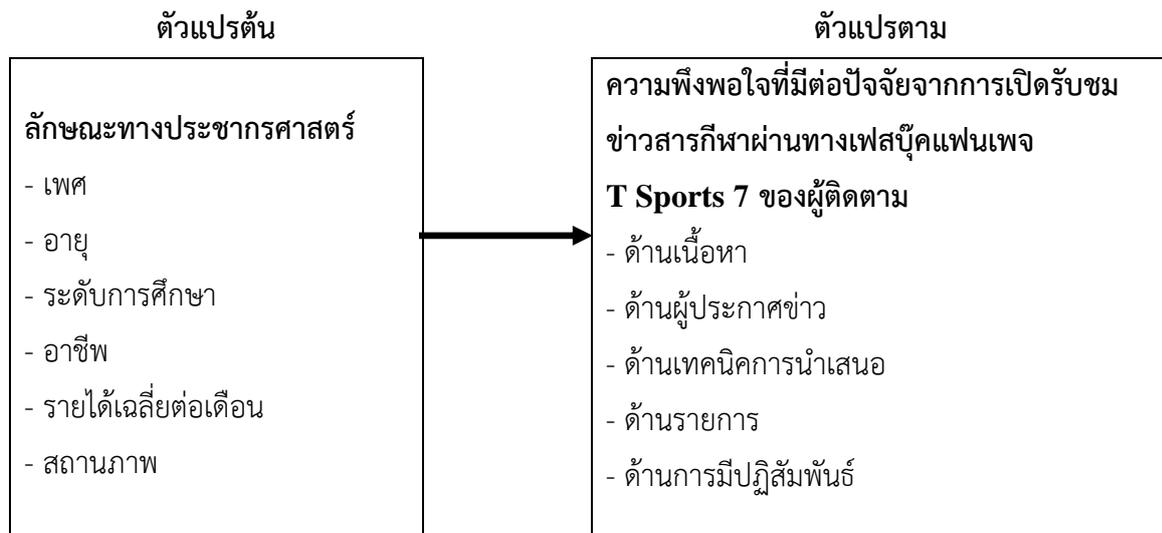
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดให้เป็นระเบียบหมวดหมู่ (Grouping) หรือประโยคที่มีลักษณะหรือความหมายเดียวกัน หรือมีความใกล้เคียงกันแล้วแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) และบรรยายความ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อสรุปผลด้วยการทดสอบค่า F-test (One Way ANOVA)

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ นำมาออกแบบกรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม ปรากฏตามภาพที่ 1 ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม ได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 ประกอบอาชีพ นักศึกษา/นิสิต จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 มีสถานภาพโสด จำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊ก แฟนเพจ T Sports 7

ความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T sports 7 ของผู้ติดตาม	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	3.95	.436	มาก
2. ด้านผู้ประกาศข่าว	4.15	.514	มาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ	4.50	.486	มากที่สุด
4. ด้านรายการ	4.40	.473	มากที่สุด
5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	3.64	.364	มาก
รวม	4.13	.433	มาก

2. ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคนิคการนำเสนอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา ด้านรายการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.40 และน้อยที่สุด ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64

2.1 ความพึงพอใจด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เนื้อหาของข่าวกีฬา ภาพรวมของรายการลุยสนามข่าวเย็น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมา เนื้อหาของข่าวกีฬา ภาพรวมของรายการเกาะสนามข่าวเช้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 และน้อยที่สุด การกำหนดประเด็นในการนำเสนอข่าวที่สำคัญ และมีความน่าสนใจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.29

2.2 ความพึงพอใจด้านผู้ประกาศข่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ด้านผู้ประกาศข่าว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมา ผู้ประกาศข่าวมีการเตรียมตัวและมีความพร้อม ในการรายงานข่าวกีฬา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 และน้อยที่สุด ผู้ประกาศข่าวรายงานข่าวอย่างเป็นธรรมชาติ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02

2.3 ความพึงพอใจด้านเทคนิคการนำเสนอ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ด้านเทคนิคการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้และการออกแบบตัวอักษร (Font) ที่ใช้ในการรายงานข่าวสารกีฬาที่มีเอกลักษณ์ เหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมา การแทรกข้อความกราฟฟิก (Insert CG Text) ประกอบการรายงานข่าว เช่น บาร์โลโก้ ข้อความกราฟฟิกต่าง ๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 และน้อยที่สุด การแทรกภาพบรรยาย ล่ามภาษามือ ประกอบการรายงาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.46

2.4 ความพึงพอใจด้านรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ด้านรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ภาพรวมที่มีต่อรายการเกาเซสนามข่าวเช้า มีความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมา ภาพรวมที่มีต่อรายการลุยสนามข่าวเย็น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 และน้อยที่สุด ข่าวความเคลื่อนไหวของนักกีฬาไทยที่เข้าร่วมกีฬาโอลิมปิก 2024 ปารีสเกมส์ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.07

2.5 ความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ด้านการปฏิสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในการนำเสนอข่าวสาร มีความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมา การตอบคำถามจากแอดมินเพจเฟสบุ๊ก รวดเร็ว ตรงประเด็น ชัดเจนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47 และน้อยที่สุด กิจกรรมร่วมสนุกของเพจเฟสบุ๊ก T Sports 7 เพื่อรับของที่ระลึกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตาม สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

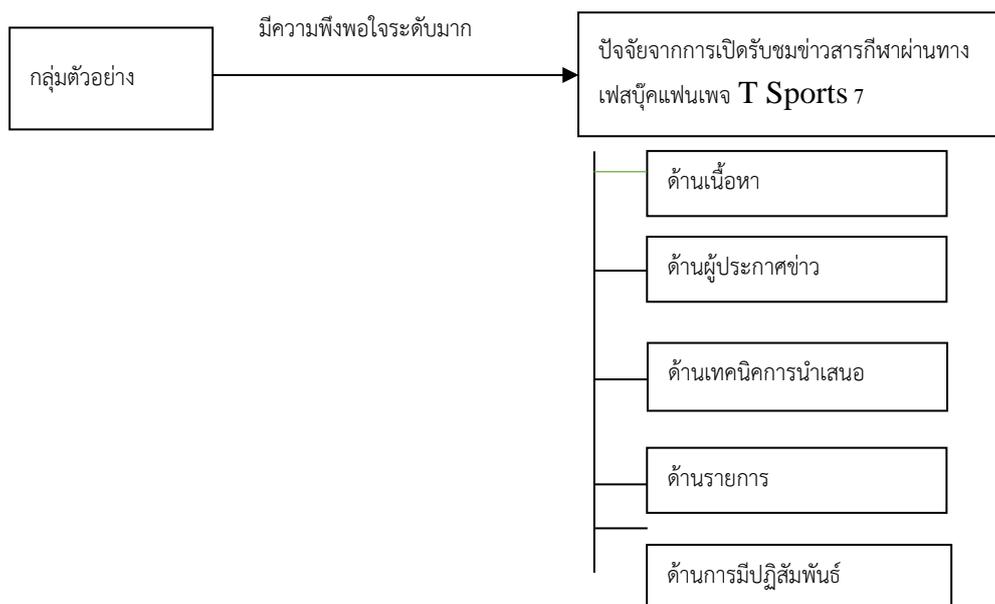
1. ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 ประกอบอาชีพ นักศึกษา/นิสิต จำนวน 159 คนคิดเป็นร้อยละ 39.8 มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 มีสถานภาพโสด จำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8 มีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬา ผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคนิคการนำเสนอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี

ค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา ด้านรายการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.40 และน้อยที่สุด ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 เหตุเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ และความเข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสื่อสาร และชื่นชอบในการดูข่าวกีฬาต่าง ๆ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารกีฬา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เรื่องราว กับกลุ่มเพื่อนหรือเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในเรื่องกีฬา ความบันเทิง หรือผ่อนคลายจากความเหนื่อยล้าจากที่เรียนหนังสือหรือทำงาน และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ดังนั้น จึงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมล สายธงแก้ว และ สุภารัตน์ อุ่นคำทิพย์ (2565) งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมถ่ายทอดสดกีฬาผ่านเว็บไซต์ True Sport ของประชาชนในอำเภอเมืองน่าน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 18 ปี 29 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีสถานภาพโสด และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านเว็บไซต์ True Sport อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้บรรยาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมา ด้านเทคนิคการนำเสนอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 และน้อยที่สุด ด้านสัญญาณในการเปิดรับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์จิต เอื้อวงษ์ชัย (2561) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี พบว่า ผู้ชมชื่นชอบรายการประเภทรายการข่าวทั่วไปสูงที่สุด รองลงมาคือ รายการวิเคราะห์เจาะประเด็น ส่วนผู้ดำเนินรายการที่ผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด คือ จอมขวัญ หลาวเพ็ชร โดยช่วงเวลาที่ชอบรับชมมากที่สุด คือ เวลา 19.00-22.00 น. และเทคโนโลยีที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การใช้ อิมเมอร์ซีฟกราฟฟิก

2. จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 แตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพของผู้ติดตาม ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวุฒิภาวะแตกต่างกัน จึงทำให้กระบวนการความคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารกีฬาอาจแตกต่างกัน รวมถึงสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง เป็นปัจจัยด้านหนึ่งส่งผลต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกีฬา สอดคล้องกับงานวิจัย Li Honglin (2561) เรื่องความพึงพอใจของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย พบว่า บุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการ และความพึงพอใจของตนเอง สื่อนั้นจะทำหน้าที่ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนต้องการ จากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุก ๆ ด้านของมนุษย์ และเมื่อจำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ย

ต่อเดือนของผู้ติดตาม ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะมีความสนใจเรื่องราวต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะเรื่องกีฬา ซึ่งข่าวสารกีฬาของช่อง T Sports 7 ได้กำหนดเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของรายการไว้สำหรับบุคคลที่มีความสนใจในด้านกีฬา จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุลิยา สีหาลาด และคณะ (2564) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อการรับชมรายการลูกพละเพชรบูรณ์ ของผู้ติดตามเฟสบุ๊กแฟนเพจ Sport Communication Phetchabun ที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการรับชม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต และมีความสนใจเรื่องราวต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะเรื่องกีฬา ซึ่งรายการลูกพละเพชรบูรณ์ ได้กำหนดเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของรายการไว้สำหรับบุคคลที่มีความสนใจกีฬาของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตเพชรบูรณ์ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจที่มีต่อการรับชมรายการลูกพละเพชรบูรณ์ ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าว ไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ จากการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ที่ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านผู้ประกาศข่าว ปรากฏด้านเทคนิคการนำเสนอ ด้านรายการ และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ปรากฏตามแผนภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น แอดมินเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ควรนำประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬา ไปพิจารณาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการนำเสนอเนื้อหาสาระภายในเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7

### ด้านเชิงวิชาการ

เฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ควรมีการพัฒนาปรับปรุงคอนเทนต์ที่น่าสนใจมากกว่านี้ และนำเสนอคอนเทนต์ในช่วงเวลาที่คนดูเปิดรับข่าวสารมากที่สุด

### เชิงนโยบาย

เพิ่มสื่อบุเกี่ยวกับเกร็ดความรู้ของกีฬาแต่ละประเภท ให้มีรายการเชิญนักกีฬาทีมชาติไทยมาพูดคุยทางช่อง ให้มีการเพิ่มรายการที่เป็น Original Program ของช่องให้มากขึ้น รวมไปถึงรายการแข่งขันที่สามารถจัดทอล์กโชว์ได้ และการริเริ่มการแข่งขันหรือพิธีเปิดและปิดการแข่งขันกีฬาระดับประเทศในอดีตที่ผ่านมา (โดยเฉพาะในยุคที่ออกอากาศทางดาวเทียม) ที่พอจะสามารถทำได้

### เชิงปฏิบัติการ

การกำหนดประเด็นในการนำเสนอข่าว ให้มีความน่าสนใจ เพิ่มมากขึ้น เนื้อหาข่าวกีฬาที่มีการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจนและเหมาะสม เนื้อหาข่าวกีฬาทันต่อเหตุการณ์ ความรวดเร็วในการนำเสนอ เนื้อหาข่าวกีฬา มีความกระชับตรงประเด็น เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เนื้อหาข่าวกีฬา มีความเป็นกลาง รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ เนื้อหาข่าวกีฬามีการใช้ภาษาที่ดี ใช้ภาษาที่ถ่ายทอดความหมายได้ชัดเจนตรงความหมาย และการใช้คำและสำนวนที่เข้าใจง่าย ไม่กำกวม

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬาผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ T Sports 7 ของผู้ติดตามเพียงตัวแปรเดียว ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลไม่ครบถ้วนรอบด้าน ดังนั้นหากมีการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการดำเนินการดังนี้

1. เพิ่มตัวแปรเพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมข่าวสารกีฬา
2. เพิ่มประเด็นคำถาม ด้านสัญญาณการถ่ายทอดสด ในปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬา
3. หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมข่าวสารกีฬากับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยจากการเปิดรับชมข่าวสารกีฬา

## เอกสารอ้างอิง

- กมล สายจงแก้ว และสุภารัตน์ อุ่นคำทิพย์. (2565). พฤติกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจต่อการรับชมถ่ายทอดสดกีฬา ผ่านเว็บไซต์ *True Sport* ของประชาชนในอำเภอเมืองน่าน. มหาวิทยาลัยน่าน.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2531). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร. ใน *เอกสารประกอบการสอนวิชาพลศาสตร์ของการสื่อสาร (หน่วยที่ 2)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชาติชาย วิเรขรัตน์. (2552). *เฟซบุ๊กทุกมุม*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คพับลิเคชั่นส์.
- อติเดช สีนธาชิวะ. (2550). รูปแบบการนำเสนอข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม *ASTV* ช่อง *NEWS 1*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาลัยวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Li Honglin. (2561). ความพึงพอใจของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.