

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล FOOTBALL GAMBLING SITES' COMMUNICATION STRATEGIES TO PERSUADE ONLINE FOOTBALL GLAMBLERS

วิชชัญญะ ศิลาโน้อย

เจษฎา ศาลาทอง

Abstract

Nowadays, there are many online football gambling websites available. This is why an effective communication strategies are needed in order to create a unique quality which will make a company stands out from other competing football betting platforms. The strategies should also maximize the number of gamblers to the highest possible.

The result has found that football gambling websites has certain ways of communication which are; managing the site's system to be as accessible as possible, providing simple interface that is easy to use and, creating reliability. The special techniques used to draw more online football gamblers are basically to create many different ways of football gambling, including more choices regarding other types of gambling, applying security policy by erasing online gambling history, creating other entertainment websites to promote these gambling sites on as well as locating desirable target groups. One of the important communication strategies of present day football gambling websites is the use of an influencer that can persuade their followers to gamble online. These influencers will use their familiarity with their followers as well as their reliability as the key to influence gamblers' demands and motivations. One of the best qualities of this strategy is the fact that the results can be evaluated based on merely the influencers' social media profiles.

Keywords : Communication strategy, Football gambling websites, Online football gamblers

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องมีกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีสร้างจุดเด่นและมีจุดแข็งที่แตกต่างจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอลคู่แข่งให้ชัดเจน และชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้เข้ามาใช้บริการให้ได้มากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่าแนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล คือ การจัดการระบบของเว็บไซต์ให้เข้าถึงง่าย รูปแบบของเว็บไซต์ไม่ซับซ้อน และสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ซึ่งมีเทคนิคเฉพาะในการดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ คือ การสร้างรูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่หลากหลาย เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ คำนึงถึงความปลอดภัยด้วยการลบประวัติการวางเดิมพันการพนัน การสร้างเว็บไซต์บันเทิงอื่น ๆ ในการเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และวิธีการค้นหากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารด้วยวิธีต่าง ๆ อีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญ การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในปัจจุบัน คือ การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดเหล่านี้จะใช้ความใกล้ชิดกับผู้ติดตาม และความน่าเชื่อถือของตนเองเป็นเครื่องมือสำคัญ ซึ่งกลยุทธ์นี้มีข้อดีคือสามารถวัดผลจากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดได้

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, เว็บไซต์การพนันฟุตบอล, ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบัน การพนันออนไลน์เป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับนักพนันทุกคน ธุรกิจเหล่านี้ได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยสามารถเล่นข้ามประเทศผ่านระบบออนไลน์ได้ ซึ่งบางประเทศยังไม่ได้มีกฎหมายที่ยอมรับให้การพนันเป็นสิ่งที่ถูกกฎหมาย และ

กำลังประสบปัญหาเรื่องการพนันภายในประเทศของตนอยู่แล้ว เมื่อมีการพนันออนไลน์เข้ามา ถือได้ว่าเป็นภัยคุกคามของธุรกิจการพนันข้ามชาติที่ยากจะควบคุม รวมถึงเรื่องการเข้ามามีส่วนแบ่งในเรื่องของผลประโยชน์ของประเทศตนอีกด้วย (สังคิต พิริยะรังสรรค์, 2546)

สถานการณ์การพนันออนไลน์ทั่วโลก มีทิศทางเพิ่มขึ้นแบบต่อเนื่อง โดยอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี ค.ศ. 2010-2014 อยู่ที่ร้อยละ 8 ต่อปี และคาดการณ์ว่าจะขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 10.7 ในช่วงปี ค.ศ. 2015-2020 (ศูนย์ปรึกษาปัญหาการพนัน, 2559) การพนันฟุตบอลออนไลน์มีอัตราการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็วสำหรับคนไทยมีความนิยมอย่างมากในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โดยผ่านช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์ (Social Network) สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุข่าวสารกีฬาต่าง ๆ เป็นต้น

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีอยู่เป็นจำนวนมากเป็นช่องทางสำหรับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่สามารถเล่นการพนันได้ทุกชนิดกีฬา เช่น ฟุตบอล, บาสเกตบอล, เทนนิส, กอล์ฟ, กีฬาแข่งม้า เป็นต้น รวมทั้งอีกหลากหลายเกมการพนัน โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับไพ่ เช่น บาคาร่า แบล็กแจ็ก รูเล็ต เป็นต้น เมื่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์มีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ละเว็บไซต์จึงมีกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการทำให้เว็บไซต์ของตนประสบความสำเร็จ มีสมาชิกในเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก และเป็นที่รู้จักและนิยมของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคน

กลยุทธ์การสื่อสาร ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์เว็บไซต์ที่มีการสื่อสารไปยังผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้ดี ย่อมทำให้เว็บไซต์นั้นได้รับความนิยม บทความนี้จึงต้องการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ทฤษฎีเทคโนโลยีสารสนเทศทุนนิยม ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และแนวคิดเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพล (Influencer) เพื่อที่จะทำให้นักบุคคลทั่วไปรู้เท่าทันสื่อประเภทนี้ และป้องกันไม่ให้เกิด

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากขึ้น อีกทั้งทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้ามาจัดการ และแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้หมดไปจากสังคมไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล
2. เพื่อศึกษาบทบาทของผู้มีอิทธิพลต่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการเก็บข้อมูล โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ คือนักวิชาการ ที่มีความเชี่ยวชาญและมีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ 3 คน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยเป็นผู้ทำเนื้อหาสำหรับประชาสัมพันธ์ให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 2 คน

ข้อมูลประวัติของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล 3 คน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผกา อาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้วิจัยเรื่องมายาคติในการสื่อสารออนไลน์ของเว็บไซต์การพนัน
2. คุณพงษ์ธร จันทรศิริ ผู้จัดการศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ
3. อาจารย์ ปัทมาภรณ์ สุขสมโส อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้สื่อออนไลน์ต่อการเล่นการพนันของเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 2 คน ได้แก่

1. คุณक्रम (นามสมมุติ), ผู้สื่อข่าว นักจัดรายการวิทยุคลื่นกีฬา ผู้ทำเนื้อหาโฆษณาให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล
2. คุณบรรทัด (นามสมมุติ), ผู้ประกาศข่าวกีฬา นักจัดรายการวิทยุ ผู้ทำเนื้อหาโฆษณาให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ผลการวิจัยและอภิปราย

ผลการวิจัย

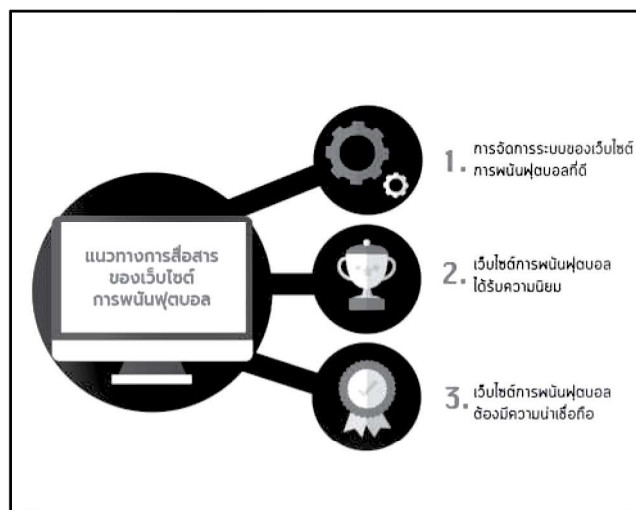
การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร เพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์ จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถสรุปได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1. แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

โดยทั่วไปเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะมีการวางระบบที่ไม่มีความยุ่งยาก รูปแบบการเขียนเว็บไซต์คล้ายกับเว็บไซต์ทั่วไป แต่มีแนวทางหลักคือ ข้อมูลบนเว็บไซต์ต้องเข้าใจง่าย เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ถ้าเนื้อหา ข้อมูลในเว็บไซต์มีความซับซ้อน อาจทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เปลี่ยนไปเล่นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอื่น ๆ ได้

การทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีความน่าเชื่อถือคืออีกหนึ่งเป้าหมายที่สำคัญของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ประวัติความเป็นมา ระยะเวลาการเปิดให้บริการของเว็บไซต์การพนัน ถ้าเว็บไซต์ใดเปิดให้บริการมานานแล้ว จะทำให้ได้รับความนิยมน้อยมาก

จากข้อมูลแนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถสรุปเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

2. เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

2.1 รูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่หลากหลาย

การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ 1 คูในครั้งเดียว เรียกว่า “การเล่นบอลเดี่ยว” การพนันฟุตบอลหลาย ๆ ทีมในครั้งเดียว เรียกว่า “การเล่นบอลชุด” หรือที่เข้าใจกันในศัพท์นักพนันฟุตบอลว่า “การเล่นบอลสเต็ป” นอกจากนั้นยังมีรูปแบบการวางเดิมพันการพนันฟุตบอลที่หลากหลาย เช่น การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์แบบไลฟ์สด ในที่นี้หมายความว่า ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถวางเดิมพันได้ตลอดเวลา ในขณะที่ฟุตบอลกำลังแข่งขันอยู่ อีกทั้งในการแข่งขันฟุตบอลที่กำลังแข่งขัน ยังสามารถวางเดิมพันการพนันได้อีกหลากหลายรูปแบบ เช่น จำนวนประตูรวมทั้ง 2 ทีม จำนวนประตูรวมคู่ หรือคือ จำนวนครั้งที่เตะมุม เป็นต้น

2.2 เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ

แม้ว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีจุดประสงค์สร้างขึ้นเพื่อรองรับผู้เล่นการพนันฟุตบอล แต่เว็บไซต์ยังเพิ่มทางเลือกการพนัน เพื่อความหลากหลายให้กับผู้เล่นการพนันทุกคน เว็บไซต์เหล่านี้จึงมีชนิดกีฬา และเกมการแข่งขันอื่น ๆ เพื่อที่ดึงดูดความสนใจให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถวางเดิมพันการพนันทั้งหมดได้ในเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้เว็บไซต์เดียว

2.3 การซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่

การได้กลุ่มเป้าหมายตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร โดยวิธีการซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือเครือข่ายโทรศัพท์ต่าง ๆ เป็นวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว การใช้ฐานข้อมูลที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เข้าเว็บไซต์อะไรบ้าง สนใจการพนันรูปแบบไหน เว็บไซต์การพนันเหล่านี้จะนำข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ เพื่อส่งข้อความ (SMS) ข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลนั้น ทำให้บุคคลนั้นได้รับข้อความโดยตรงรวดเร็วที่สุด

2.4 การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์จากความสนใจที่เหมือนกัน

เว็บไซต์การพนันฟุตบอล ใช้วิธีการดูความสนใจของผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ความต้องการ การเข้าชมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ดังนั้นเมื่อผู้ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นประจำ เป็นเพื่อนกับบุคคลใดในเฟซบุ๊ก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะเจาะกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ของเว็บไซต์ไปที่บุคคลนั้น เป็นการกระจายความเป็นไปได้ ตามสถิติที่น่าจะถูกต้องจากการคาดการณ์ว่า บุคคลที่เพื่อนกัน ย่อมมีความสนใจคล้ายกัน

2.5 การใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล

การใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ คือการใช้ช่องทางการสื่อสารจากแอปพลิเคชันไลน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการโต้ตอบ สนทนากับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เสมือนว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิดสนทนาจริง ๆ ข้อเท็จจริง คือเป็นทีมงานของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นผู้สนทนาด้วย แต่ใช้รูปและชื่อของผู้มีอิทธิพลทางความคิดแทน

2.6 ความปลอดภัยของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ความปลอดภัยต่อการถูกจับกุมจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ เป็นเหตุผลหลักที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากขึ้น เพราะไม่มีหลักฐานชัดเจนอย่าง “โป๊กเกอร์” ซึ่งเว็บไซต์การพนันฟุตบอล มีกลยุทธ์ในการเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ด้วยการลบประวัติของผู้เล่นการพนันฟุตบอลรอบต่อรอบ หมายถึงเมื่อจบการแข่งขันฟุตบอลในแต่ละครั้ง รู้ผลการวางเดิมพัน จัดการธุรกรรมการเงินทุกอย่างเรียบร้อย ระบบก็จะลบข้อมูลทุกอย่างทุกวัน อย่างรวดเร็ว

2.7 เครดิตสำหรับลูกค้าที่น่าเชื่อถือ

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะให้เงินจำนวนหนึ่งกับลูกค้าที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากเงินมีมูลค่าสูงมาก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงเลือกให้เฉพาะผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ มีประวัติที่ดี ไว้วางใจได้ หรือผู้ที่ดูแลเว็บไซต์การพนันฟุตบอลรู้จักเป็นอย่างดี สามารถตามตัวได้ โดยกลุ่มคนเหล่านี้ สามารถนำเงินไปบริหารจัดการได้ จะเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ หรือจะแบ่งให้กับคนอื่น แต่สุดท้ายเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะเก็บเงินกับกลุ่มคนเหล่านี้ที่รับเงินจากเว็บไซต์

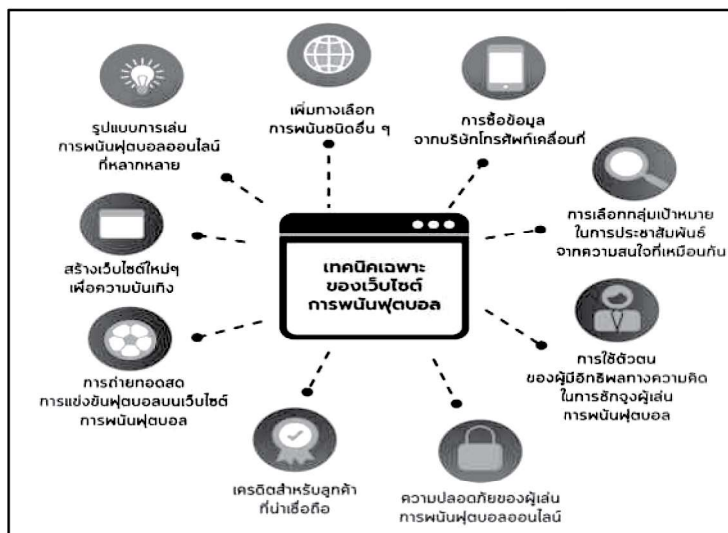
2.8 การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ส่วนใหญ่ผู้ที่รับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล หรือผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะชอบชมถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล แบบไม่มีโฆษณา เพราะการรับชมการถ่ายทอดสดจากรายการโทรทัศน์บางสถานี จะมีโฆษณาระหว่างการถ่ายทอดสด จากปัญหานี้ เว็บไซต์การพนันฟุตบอล จึงมีวิธีการดึงดูดคนให้เข้ามาเว็บไซต์ให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการถ่ายทอดสดบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอลแบบไม่มีโฆษณา คั่นระหว่างการแข่งขัน และใช้การประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพชัด ถ่ายทอดสด ไม่มีเสียงพากย์บอลจากผู้บรรยาย เป็นต้น

2.9 สร้างเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิง

ส่วนใหญ่เว็บไซต์เพื่อความบันเทิง ที่มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การพนันฟุตบอล จะเป็นเว็บไซต์ที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลสร้างขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ เว็บไซต์เพื่อความบันเทิงที่สร้างขึ้น จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์เหล่านี้เพื่อการผ่อนคลาย จะพบข้อมูลที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่า “โฆษณาแฝง” เช่น เว็บไซต์ดาวนโหลดภาพยนตร์ เว็บไซต์ถ่ายทอดสดฟุตบอล เว็บไซต์ดาวนโหลดการ์ตูน เว็บไซต์ผู้หญิงเซ็กซี่ เป็นต้น

จากข้อมูลเทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แสดงให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่มีจุดประสงค์หลักในการดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ซึ่งสามารถสรุปเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

3. ผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

3.1 ปัจจัยการเลือกใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

จากการศึกษาพบว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นเครื่องมือในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้เป็นสมาชิกของระบบ และวางเดิมพันกับเว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญที่เว็บไซต์เลือกใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด สรุปได้ดังนี้

3.1.1 ความใกล้ชิด

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มองว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิด คือคนปกติทั่วไป ไม่ใช่เจ้าของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ดังนั้น การรับฟังความคิดเห็นของคนทั่วไปด้วยกัน จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลไว้วางใจ มากกว่าจะเชื่อโฆษณาทั่วไปที่ไม่รู้ว่าพูดจริงหรือไม่

3.1.2 ความน่าเชื่อถือ

การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ในสื่อต่าง ๆ มีจำนวนมาก ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคนจึงค่อนข้างระวังในการรับข้อมูล ข่าวสาร และไม่ไว้วางใจข้อมูลที่รับรู้ผ่านการโฆษณา แต่การใช้

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เต็มใจรับเนื้อหาที่น่าเสนอ โดยไม่ใช่ไม่รู้ว่าคือการโฆษณาแฝง แต่เป็นเพราะเชื่อใจในผู้ให้ข้อมูล โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องฟุตบอล จะทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

3.1.3 ติดตามผลได้

การใช้กลยุทธ์นี้เป็นสิ่งที่ติดตามผลได้ เว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถทราบผลการตอบรับของการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ได้จากยอดการเข้าถึงโฆษณาของกลุ่มคนเหล่านี้ ได้แก่ จำนวนกดขึ้นชอบ จำนวนการแบ่งปันข้อความ จำนวนข้อความที่เกิดขึ้น เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนครั้งต่อไป

3.2 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์สามารถสรุปได้ 3 ประเภท

3.2.1 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่ประกอบอาชีพในสื่อมวลชน

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในวงการการพนันฟุตบอล ถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก ต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทั้งการให้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพนันฟุตบอล เป็นหนึ่งทางเลือกที่นักพนันฟุตบอล

ออนไลน์ให้ความสนใจที่จะติดตาม ส่วนใหญ่บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการฟุตบอล โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนในด้านกีฬา จะมีผู้เล่นการพนันฟุตบอลติดตามเป็นจำนวนมาก

บุคคลเหล่านี้สามารถสร้างแรงจูงใจ ทำให้ผู้เล่นการพนันเชื่อได้ทันที ด้วยความน่าเชื่อถือของตนเอง ใช้หน้าที่การงานของตนในปัจจุบัน ในการสร้างความน่าเชื่อถือถือว่าเชี่ยวชาญในด้านนี้ หลังจากนั้นเว็บไซต์รับพนันฟุตบอลก็เล็งเห็นว่าบุคคลเหล่านี้ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่จะชักชวนผู้คนให้เล่นการพนันฟุตบอลในเว็บไซต์

ส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด จะมีสื่อสังคมออนไลน์เป็นของตนเอง โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก หรือที่เรียกว่า “แฟนเพจ” มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก เนื้อหาที่เผยแพร่คือการวิเคราะห์ผลฟุตบอลให้กับคนที่กำลังติดตาม บางคนมีนามปากกาเป็นของตนเอง ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคนเรียกกันว่า “เซียน” ใช้ช่องทางแฟนเพจในการวิเคราะห์ผลฟุตบอล หรือที่เรียกว่าให้ “ทีเด็ด” กับผู้ที่ติดตามตนเอง และทำการวิเคราะห์นั้น จะแฝงโฆษณาการพนันของเว็บไซต์

วิธีการของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลคือ เมื่อติดต่อไปยังผู้มีอิทธิพลทางความคิด และกลุ่มคนเหล่านี้ตกลงตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันไว้ จะส่งข้อความที่ต้องการประชาสัมพันธ์ หรือที่เรียกว่า “แบนเนอร์” ให้กับผู้มีอิทธิพลทางความคิด กลุ่มคนเหล่านี้มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลทั่วไป แต่ท้ายข้อมูลเหล่านี้ จะต้องติดแบนเนอร์ที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลส่งให้ ถึงจะได้รับค่าตอบแทน

3.2.2 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่เป็นบุคคลทั่วไปแต่สนใจในกีฬาฟุตบอล

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดบางกลุ่ม ไม่จำเป็นต้องประกอบอาชีพในวงการสื่อสารมวลชน บุคคลกลุ่มนี้อาจจะใช้วิธีการสร้างตัวตน ทำให้ตนเองมีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง ในการใช้ช่องทางในสื่อต่าง ๆ เช่น facebook Live หรือ YouTube Live จากนั้นเริ่มวิเคราะห์ผลฟุตบอล เขียนบทความเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล หรือการให้ผลฟุตบอลที่ถูกต้อง แม่นยำ ติดต่อกันหลายครั้ง เมื่อเริ่ม

มีผู้คนติดตามมาก ก็จะเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการว่าจ้างให้โฆษณาเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

3.2.3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้สนใจกีฬาฟุตบอล

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลใช้ผู้มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกกันว่า “เน็ตไอดอล”, “พริตตี้” ให้เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ และสื่อสารกับผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์ โดยในเนื้อหาโฆษณาอาจจะไม่ได้เกี่ยวข้องกับโดยตรงหรือไม่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล แต่ให้กลุ่มคนเหล่านี้แสดงอะไรก็ได้ ซึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การพนันฟุตบอล คือ การให้กลุ่มคนเหล่านี้ใส่เสื้อที่มีตรา หรือชื่อของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ หรือบริเวณข้าง ๆ หน้าจอภาพ มีชื่อเว็บไซต์ที่ต้องการจะโฆษณาแฝงอยู่ อย่างน้อยคนที่เข้ามาชมกลุ่มคนเหล่านี้ ต้องเห็นชื่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้แน่นอน

3.3 ผลประโยชน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ผลประโยชน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่จะได้รับจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สรุปได้ 2 ประเภท ดังนี้

3.3.1 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดหารายได้จากคำแนะนำ

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด จะได้รับค่าตอบแทน หลังจากผู้ดูแลระบบของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลสามารถตรวจสอบได้ว่า ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รู้จักเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้มาจากแหล่งข้อมูลใด หรือจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดคนใด โดยตรวจสอบจากลิงก์ที่เป็นต้นทางเชื่อมต่อข้อมูล หรือจาก “แบนเนอร์” ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กดเชื่อมต่อ เพราะลิงก์แบนเนอร์แต่ละอัน จะเป็นชื่อแบนเนอร์เฉพาะสำหรับผู้มีอิทธิพลทางความคิดบุคคลนั้น ทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบ

การที่มีผู้ติดตามผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล คาดการณ์ว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิด มีแนวโน้มจะสามารถชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ของการพนันของตนได้มาก นอกจากรายได้ในการประชาสัมพันธ์แบนเนอร์ ผู้มีอิทธิพลทางความคิดจะได้รับ

คำตอบแทนเพิ่ม ในกรณีที่มีผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สมัครสมาชิกกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอีกด้วย

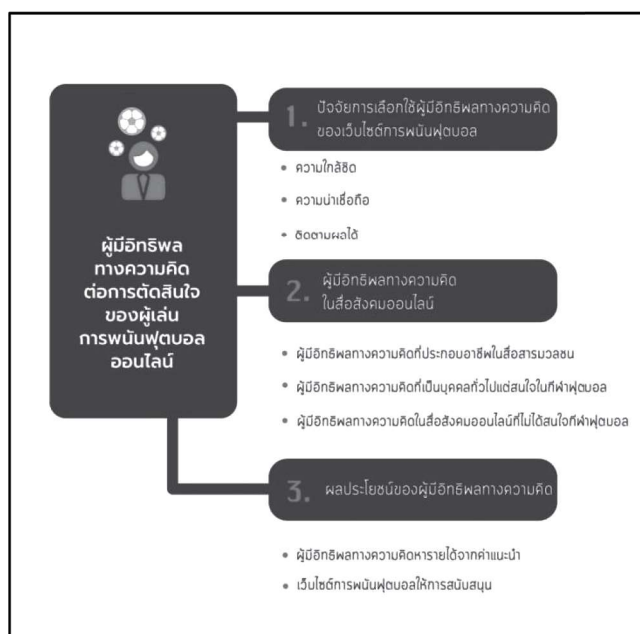
นอกจากนี้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล จะมอบส่วนแบ่งจากกำไรที่เกิดขึ้นจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่สมัครสมาชิกจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด ถ้าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้กำไรจากการวางเดิมพันของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เท่าใด ผู้มีอิทธิพลทางความคิดจะได้รับส่วนแบ่งรายได้ตามที่ตกลงกันไว้เท่านั้น

การบริการข้อมูลทางโทรศัพท์ยังพบเห็นได้ในปัจจุบัน หรือที่คุ้นเคยด้วยหมายเลขโทรศัพท์ที่ขึ้นต้นด้วย 1900 ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โทรศัพท์เข้ามาฟังการวิเคราะห์ฟุตบอล และให้คำทำนายผลการแข่งขันฟุตบอล หรือที่เรียกว่า “ทีเด็ดบอล” เมื่อมีคนโทรศัพท์เข้ามาฟังจำนวนมาก กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่เป็นผู้ให้ข้อมูล จะได้ส่วนแบ่งรายได้จากตรงนี้

3.3.2 เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้การสนับสนุนผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถเติบโตได้ด้วยสื่อออนไลน์ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลไม่ต้องพึ่งพาสื่อหลักอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์อีกต่อไป โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต้องการมีพื้นที่สื่อเป็นของตนเอง ต้องการทำเนื้อหาที่จะเผยแพร่ไปยังผู้ติดตามให้ได้จำนวนมาก แต่ขาดงบประมาณ เว็บไซต์การพนันฟุตบอล จึงใช้ข้อจำกัดนี้ดึงบุคลากรกลุ่มคนเหล่านี้เข้ามาร่วมงาน โดยให้ทุนสนับสนุนเพื่อสร้างพื้นที่สื่อตามที่มีอิทธิพลทางความคิดต้องการ

จากข้อมูลผู้มีอิทธิพลทางความคิดในงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิดมีผลต่อการตัดสินใจทั้งในเรื่องข้อมูลข่าวสาร หรือโน้มน้าวใจผู้เล่นการพนันรายใหม่ให้ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โดยสรุปเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

อภิปรายผล

1. แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

แนวทางการสื่อสารเป็นแนวทางที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ความสำคัญอย่างมาก ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก แต่ละเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงต้องหากกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการดึงดูดลูกค้าหรือผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้เข้าเว็บไซต์ให้มากที่สุด โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเข้ามาช่วยเพื่อให้เป้าหมายนี้สำเร็จ

จากผลการวิจัย การจัดการระบบของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล มีการบริหารจัดการที่มีระบบที่ครอบคลุมต่อความต้องการของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ การวางแผนระบบของเว็บไซต์ให้เสมือนเป็นธุรกิจที่ต้องสร้างภาพลักษณ์ให้การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นการพนันที่ถูกกฎหมาย ทุกคนสามารถเล่นได้ ในความเป็นจริง เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายอย่างสิ้นเชิง โดยเว็บไซต์การพนันฟุตบอลคือสิ่งล่อแหลมที่ชักจูงให้คนเชื่อโดยไม่รู้ตัว และถูกโน้มน้าวให้เข้ามาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McLuhan (McLuhan and Fiori, 1967) ได้กล่าวว่า “สื่อ คือกระบวนการ หรือ สื่อ คือทักษะกระบวนการ” (The medium is the message) แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนตัวอักษรออกหนึ่งตัว (จาก Message เป็น Massage) โครงสร้างเดิมของสื่อ ก็ยังคงสามารถที่จะส่งสารหรือยังคงสามารถที่จะสื่อสารตามที่ผู้ส่งต้องการได้ สื่อสามารถที่จะปรับเปลี่ยน และส่งต่อเนื้อหาที่ต้องการให้เกิดผลต่อจิตสำนึก (Conscious) อันสามารถส่งผลต่อการรับรู้ (Perception) ของมนุษย์ในแต่ละระดับของสังคมได้ในที่สุด ซึ่งเว็บไซต์การพนันฟุตบอลพยายามที่จะทำให้เว็บไซต์ของตน เป็นเว็บไซต์หนึ่ง ที่สร้างความบันเทิง และให้ผลตอบแทนแก่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เท่านั้น ไม่ได้สร้างความเข้าใจให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เข้าใจว่าเป็นการพนัน

ช่องทางการสื่อสาร เป็นหนึ่งแนวทางของการจัดการระบบของเว็บไซต์ ที่พยายามเข้าถึงผู้เล่นการพนันฟุตบอลให้ได้มากที่สุด จึงพยายามสร้างช่องทางให้หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการ ใช้หลักความต้องการของลูกค้า

คือความต้องการของตนเอง ดังนั้นเมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องการอะไร เพียงแค่สอบถามในช่องสนทนา เว็บไซต์การพนันจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็วที่สุด ซึ่งมีหลายช่องทาง ทั้งช่องสนทนาหน้าเว็บไซต์ เบอร์โทรศัพท์ แอปพลิเคชันไลน์ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศศิธร ยูโกศล และดวงกมล ชาติประเสริฐ เรื่องคุณภาพของการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต ชี้ให้เห็นว่า อินเทอร์เน็ต สามารถเพิ่มช่องทางให้กับผู้ใช้ โดยสามารถเลือกช่องทางให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของผู้ใช้ได้ และยังสอดคล้องกับแนวคิด McLuhan (McLuhan and Fiori, 1967) กล่าวว่า “ช่องทางในการสื่อสาร คือ ส่วนที่สำคัญที่สุดของการสื่อสาร เขามีความเชื่อว่า สื่อ มีความสำคัญกว่าสาร สื่อที่เด่นในแต่ละยุคสมัย จะสามารถส่งผลและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนมากกว่าสิ่งที่สื่อ่นั้นส่งสาร หรือส่งเนื้อหาไป”

ในปัจจุบันจำนวนเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่เปิดให้บริการ มีเป็นจำนวนมาก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลแต่ละเว็บไซต์ จึงพยายามจุดเด่นและจุดแข็งเพื่อที่จะได้รับความนิยมเหนือเว็บไซต์คู่แข่ง โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาช่วยเหลือ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากในหมู่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะจะมีแฟนเพจที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลอย่างหลากหลาย ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงพยายามใช้กลุ่มคนที่มีความอิทธิพลทางความคิดที่มีตัวตนอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์นี้ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพื่อให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นที่รู้จักแก่คนจำนวนมาก และสมัครสมาชิกเพื่อเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ธรรมชาติของอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีหลายโฉมหน้า กล่าวคือ เป็นสื่อที่มีการผสมผสานระหว่างช่องทางการสื่อสารของบุคคล กับช่องทางการสื่อสารสื่อมวลชน (Hoffman, 1995)

ความน่าเชื่อถือ คือสิ่งที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลต้องการจะสื่อสารไปยังผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกที่ต้องการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลใด ประวัติการก่อตั้ง รวมทั้งระยะเวลาการก่อตั้งของเว็บไซต์ มีผลอย่างมากต่อความน่าเชื่อถือส่วนใหญ่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลทุกเว็บไซต์จะมีลิงก์ข้อมูลบนเว็บไซต์ ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถรับรู้ได้ถึงประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์

นอกจากประวัติความเป็นมา ธุรกิจทางการเงินเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มองว่าการที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล บริการธุรกรรมทางการเงินที่รวดเร็วให้กับสมาชิก ทั้งการฝาก ถอนเงินเข้าบัญชีสมาชิก และการโอนเงินอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รู้สึกให้ความไว้วางใจกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเหล่านี้ ที่จะไม่ปิดเว็บไซต์หนีและไม่จ่ายเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชชากร พุ่มพวง (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจหมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตั้งแต่ 2 อย่างขึ้นไป โดยมีการพิจารณาเพื่อให้ได้รับสินค้าหรือการบริการที่ดีที่สุด โดยการศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ดังเช่น เมื่อมีเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีชื่อเสียง 2 เว็บไซต์ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะมองความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์ใด เว็บไซต์หนึ่ง

2. เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ผลการวิจัยพบว่า เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ประกอบไปด้วย 1. รูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่หลากหลาย 2. เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ 3. การซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4. การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์จาก ความสนใจที่เหมือนกัน 5. การใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล 6. ความปลอดภัยของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ 7. เครดิตสำหรับลูกค้าที่น่าเชื่อถือ 8. การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 9. สร้างเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิง

พิจารณาแล้วเทคนิคเฉพาะ 9 เทคนิค เป็นการใช้ความน่าสนใจและความแปลกใหม่ในการดึงดูด และโน้มน้าวใจผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้ โดยสิ่งที่จะดึงดูด ต้องสามารถตอบสนองผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น เงินที่ชนะการเดิมพันการพนัน ความผ่อนคลาย ความสนุกสนาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อหนึ่งในแนวคิด ความคาดหวังต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ของกลุ่มผู้ใช้ (กาญจนา แก้วเทพ และสมคิด เลิศไพริยะประเสริฐ, 2547) คือ ผู้ใช้สื่อมีความคาดหวังที่จะได้ประสบการณ์แบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

โดยทั่วไปการเล่นการพนันฟุตบอลรูปแบบเดิม หรือ “โต๊ะบอล” สามารถวางเดิมพันได้รูปแบบเดียว คือการทายผลแพ้ ชนะ ของทีมฟุตบอลในแต่ละการแข่งขันนั้น ๆ และใช้ใบโพลบอลเป็นเครื่องมือในการวางเดิมพันการพนันฟุตบอล แต่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเพิ่มรูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอล โดยเพิ่มทางเลือกในการวางเดิมพันการพนันฟุตบอล เช่น สามารถวางเดิมพันการพนันฟุตบอลได้ตลอดเวลาในขณะที่การแข่งขันกำลังดำเนินอยู่จนกว่าจะจบการแข่งขัน การทายผลประจวบทั้ง 2 ทีม การทายผลการแข่งขันจำนวนคู่ คี่ เป็นต้น

นอกจากรูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลที่หลากหลาย เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทั้งการพนันเกี่ยวกับไฟหลายรูปแบบ เช่น บาคาร่า ที่มีวิธีการเล่นคล้ายกับไพ่โป๊กเกอร์ เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีชนิดกีฬาอื่น ๆ อีกมากมายที่สามารถเล่นการพนันกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ และไม่จำเป็นต้องวางเดิมพันทายผลฟุตบอลประเภทเดียวในแต่ละครั้งยังสามารถวางเดิมพันการพนันแต่ละประเภทก็ได้ เช่น ถ้าวางเดิมพันทายผลการแข่งขันกีฬา 3 ประเภท ถ้าทายผลถูกต้องครบทั้ง 3 ประเภท รับเงินตามจำนวนที่วางเดิมพันได้ทันที

การเพิ่มทางเลือกในการวางเดิมพันการพนันฟุตบอลเหล่านี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Harold Innis (Harold

Innis, 1950) กล่าวว่า ไม่ว่าการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะก้าวหน้าไปเพียงใด แต่อำนาจในการใช้และควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนี้ยังคงตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย หรือ กลุ่มชนชั้นนำ (Elite) เท่านั้น คนกลุ่มน้อย หรือกลุ่มคนชั้นนำ ในงานวิจัยนี้เปรียบเสมือนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แม้ว่าการเพิ่มรูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นี้ คล้ายกับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะได้ประโยชน์ฝ่ายเดียว สามารถวางเดิมพันการพนันฟุตบอลได้หลากหลาย แต่ในทางกลับกันเป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมากขึ้น ยิ่งผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์วางเดิมพันการพนันฟุตบอลมากเท่าใด เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะได้รายได้จากตรงนี้มากเท่านั้น

การลงทุนเพื่อซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมองว่าคุ้มค่าต่อการลงทุน ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก ที่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างแท้จริง เป็นการกระจายความน่าจะเป็น และแนวโน้มที่กลุ่มเป้าหมายจะตัดสินใจเข้าชม และสมัครสมาชิกเพื่อเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิด Tom Stonier (Tom Stonier, 1983) กล่าวว่า “ในยุคปัจจุบัน ข้อมูลถือว่าเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่เป็นแหล่งของความมั่งคั่งและอำนาจ เทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นสิ่งที่กำหนดวิถีชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลถึงระดับสังคมโดยรวม” เพราะการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนาอย่างมาก การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในสมาร์ทโฟน จึงเป็นข้อมูลสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล เจาะไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล จะเลือกกลุ่มเป้าหมาย จากความสนใจที่เหมือนกัน โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพชบุรี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ใช้ความเชื่อที่ว่า ความเป็นเพื่อนจะมีความต้องการบางสิ่งบางอย่างคล้ายกัน เช่น มีความรู้สึกนึกคิด ความสนใจคล้าย ๆ กัน

พูดคุยกันรู้เรื่อง ชอบนักร้องคนเดียวกัน ชอบทำกิจกรรมเหมือนกัน ชอบแต่งกายคล้ายกัน เป็นต้น เว็บไซต์การพนันจึงใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังเพื่อนของบุคคลที่มีความสนใจในเรื่องฟุตบอล เพื่อนของบุคคลที่สนใจแฟนเพจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลฟุตบอล หรือเพื่อนของบุคคลที่ชอบเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นประจำ

จากแนวคิด Brown & hayes (Brown & hayes, 2008) เกี่ยวกับการทำการตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ที่มองว่าผู้บริโภคจะไม่ตัดสินใจด้วยตนเอง หากแต่ตัดสินใจจากการตรวจสอบข้อมูลหรือฟังความคิดเห็นจากแหล่งอื่น ๆ ก่อน สอดคล้องกับเทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล ในช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชันไลน์ ที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลทำข้อตกลงกับผู้มีอิทธิพลทางความคิดให้อนุญาตที่เว็บไซต์การพนันจะเป็นผู้ดูแลการสนทนาทุกอย่าง ทำให้เว็บไซต์การพนันสามารถใช้สิทธิ์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้อย่างเสรี

การเพิ่มมาตรการความปลอดภัยของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ คือ การลบประวัติการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ของผู้เล่นทุกครั้ง หลังจากการจัดการธุรกรรมทางการเงินเรียบร้อยแล้ว เพื่อไม่ให้มีหลักฐานต่อการถูกจับกุมจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ รู้สึกว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลปลอดภัย และปัจจุบันกฎหมายเกี่ยวกับการพนันยังไม่รัดกุมพอ จึงเป็นแรงสนับสนุนและเป็นสาเหตุให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลบนเว็บไซต์ สอดคล้องกับหนึ่งในแนวคิดของกนกศักดิ์ แก้วเทพ เรื่องสาเหตุของคนไทยที่เล่นการพนัน คือ ความล้าหลังทางกฎหมาย ถึงแม้ว่าการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะเป็นการพนันอีกรูปแบบหนึ่งที่ผิดกฎหมาย แต่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมองว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจยังไม่เข้มงวดต่อการจับกุม จึงเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์อย่างแพร่หลาย (กนกศักดิ์ แก้วเทพ, 2543)

การพนันฟุตบอลรูปแบบเดิม หรือ “โต๊ะบอล” การให้เครดิตแก่ผู้เล่นการพนันฟุตบอล โดยที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลสามารถนำเงินมาจ่ายภายหลัง ซึ่งเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้นำรูปแบบนี้กลับมาใช้โดยเรียกว่า “ยี่ปัว” หรือที่เรียกกันว่า “เอเยนต์” สอดคล้องกับแนวคิด Shanahan & Morgan (Shanahan & Morgan, 1999) อธิบายว่า แม้ว่าเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลง แต่ก็มีการพัฒนาให้รองรับเนื้อหาจากรูปแบบเดิมเสมอ เช่น ภาพยนตร์นำเนื้อหาจากสารคดีโทรทัศน์นำเนื้อหาที่รวบรวมมาจากรายการวิทยุ เป็นต้น เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะให้เครดิตแก่บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นบุคคลที่สามารถติดตามตัวได้ มีช่องทางการติดต่อที่ชัดเจน และเว็บไซต์การพนันฟุตบอลรู้จักเป็นอย่างดี โดยเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะให้เครดิตเป็นเงินจำนวนหนึ่งให้กับคนเหล่านี้เป็นผู้บริหารจัดการ คล้ายกับนายหน้าของโต๊ะบอล เมื่อครบกำหนดเวลา คนเหล่านี้จะต้องนำเงินมาชำระกับเว็บไซต์ ตามจำนวนที่รับไป เรียกได้ว่ารับเครดิตจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นเงินเท่าใด ต้องชำระคืนเท่านั้น

การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เป็นการสร้างความบันเทิงให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ซึ่งสอดคล้องกับสองข้อในแนวคิด ความคาดหวังต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ใช้ (กาญจนา แก้วเทพ และสมคิด เลิศไพฑูริยประเสริฐ, 2547) คือ ความคาดหวังในการใช้หาข้อมูลอย่างรวดเร็ว ปราศจากเรื่องระยะทาง สิ่งรบกวน และคาดหวังในความบันเทิงเพื่อการพักผ่อน ทั้งนี้จุดประสงค์ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่ต้องการชมการแข่งขันฟุตบอลที่ไม่มีโฆษณาระหว่างการแข่งขัน และเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้สร้างเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิงหลากหลายเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางในการโฆษณาแฝงของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เช่น เว็บไซต์ดาวนโหลดภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละเว็บไซต์ต้องการสร้างความบันเทิงให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เข้าชมเว็บไซต์ และมีแนวโน้มที่กลุ่มคนเหล่านี้จะสนใจการพนันฟุตบอลออนไลน์ จากการโฆษณาแฝงอีกด้วย

3. ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเลือกใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล ด้วยเหตุผลที่สามารถติดตามผลลัพธ์ได้ชัดเจน จากการตอบรับและให้ความนิยมโดยผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก มีผลลัพธ์แสดงความนิยมให้เห็นชัดเจน ได้แก่ จำนวนผู้กดถูกใจ จำนวนข้อความที่แสดงความคิดเห็น และจำนวนการแบ่งปันข้อความไปสู่ผู้อื่น

ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นเหตุผลที่เว็บไซต์การพนันเลือกใช้เพื่อชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะผู้มีอิทธิพลทางความคิดส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง มีบทบาทหน้าที่ในสื่อสารมวลชน อีกทั้งความใกล้ชิดของกลุ่มคนเหล่านี้กับผู้ที่ติดตามผลงาน หรือที่เรียกว่า “แฟนคลับ” เป็นสิ่งที่ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมองว่า ผู้มีอิทธิพลทางความคิดสามารถโน้มน้าวใจใจกลุ่มผู้ที่กำลังติดตามผลงานให้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิด Seth Godin (Seth Godin, 2003) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้มีอิทธิพลเหล่านี้คือกุญแจสำคัญในการทำการตลาด ถึงขั้นที่ว่า “มันคงจะไร้ประโยชน์สิ้นดี ถ้าหากเราไม่ทำโฆษณาให้กับคนที่ผู้มีอิทธิพล” เพราะฉะนั้น การตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดจึงมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอแบรนด์หรือสินค้าผ่านผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ โดยให้ผู้มีอิทธิพล มีหน้าที่ช่วยนำสารของบริษัทไปส่งให้กับตลาด อันประกอบไปด้วยคนอื่น ๆ ในแวดวงสังคมของตัวผู้มีอิทธิพลนั้น ๆ ดังนั้นปัจจัยทั้งสามข้อ ได้แก่ ติดตามผลลัพธ์ได้ชัดเจน ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง ความใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ติดตาม เป็นสิ่งที่ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลไว้วางใจกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ทั้งผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่ประกอบอาชีพในสื่อสารมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่เป็นบุคคลทั่วไปแต่สนใจในกีฬาฟุตบอล ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้สนใจกีฬาฟุตบอล ปัจจุบันทุกคนสามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

ในเวลาเดียวกัน โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นสถานที่แสดงความคิดเห็น แสดงออกถึงตัวตนเพื่อให้ผู้ติดตามยอมรับและเป็นยอดนิยามแก่ผู้คนในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องหนึ่งในแนวคิด ประเภทของ Influencer (รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพ์สิน โคมลรัฐ, ทิพาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สดุมิ และพัลลภา ปิตินันต์, 2555) กล่าวว่า Amateur Reviewer หมายถึงผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นบุคคลใด บุคคลหนึ่ง ที่สนใจเรื่องหนึ่งมาก ๆ และเขียนเรื่องนั้น ๆ เพื่อที่จะรีวิวให้คนอื่นอ่าน อาจจะมีชื่อเสียงหรือไม่ก็ได้ ถ้าเขียนน่าสนใจก็มีอิทธิพลต่อผู้อื่นเช่นกัน ดังนั้นผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการชักจูงให้ผู้คนเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ อาจเป็นกลุ่มคนทั่วไปที่สามารถดึงดูดผู้คนให้ติดตามได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ และเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการทำกลยุทธ์การสื่อสาร

จากแนวคิดในวารสาร Harvard business review ได้ให้ระบุถึงลักษณะของผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ คือ บุคคลที่มีผู้ติดตามในสังคมออนไลน์ 2500 คนขึ้นไป บุคคลที่ถือว่าตนเองมีอิทธิพลต่อผู้ชมของเขา และบุคคลที่ได้รับ หรือปรารถนาที่จะได้รับเงินสนับสนุนจากแบรนด์ตรงกับผลการวิจัยในเรื่องผลประโยชน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด จะได้รับจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ทั้งรายได้จากคำแนะนำผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ และการสนับสนุนผู้มีอิทธิพลในด้านต่าง ๆ คือสิ่งที่ทำให้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดตัดสินใจทำงานให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพราะผู้มีอิทธิพลทางความคิดมองว่า ตนเองได้สามารถใช้ความรู้ ความสามารถ เช่น การวิเคราะห์ผลฟุตบอล เป็นต้น ไม่ใช่เรื่องเสียหายที่จะทำหน้าที่เหล่านี้ให้กับผู้ที่กำลังติดตาม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ หรือแม้แต่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่ไม่ได้มีความรู้ ความสามารถในการเรื่องฟุตบอลแต่มีชื่อเสียง จึงมองหนทางนี้ เป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง และมองว่าบุคคลอื่น ๆ สามารถทำได้ ตนเองจึงสามารถทำได้เช่นเดียวกัน

จากข้อมูลข้างต้น ผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดเป็นบุคคลที่สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ปฏิบัติตามได้ หน่วยงานของภาครัฐหรือหน่วยงานที่ดูแล

ควรเข้มงวดกับบุคคลเหล่านี้เป็นพิเศษ ซึ่งผลงานวิจัยของเชิญพร คงมา และพิรอรอง รามสูตร ได้กล่าวถึงบทบาทของหน่วยงานภาคต่าง ๆ ในการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตพบว่า บทบาทของภาครัฐในการกำกับดูแลยังน้อยไป ไม่มีหน่วยงานกำกับดูแลโดยตรง มาตรการต่าง ๆ ไม่เข้มงวดมากนัก ดังนั้น หน่วยงานของภาครัฐ ควรให้ความสำคัญในการจัดการกับคนที่มียุทธศาสตร์ทางความคิดในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพื่อที่จะเป็นการป้องกันในขั้นแรกก่อนที่จะจัดการกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลต่อไป

สรุปและข้อเสนอแนะ

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์มีกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยหลักในการเข้าถึงผู้รับสารหรือ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะเทคโนโลยีสมัยใหม่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้หลายอย่าง การเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นไปได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลแต่ละเว็บไซต์ต้องการ คือ การเป็นที่ยอมรับเหนือเว็บไซต์คู่แข่ง และได้รับความนิยมจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สูงสุดอย่างต่อเนื่อง นั่นคือเป้าหมายหลักในการทำกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

การศึกษานี้มุ่งศึกษาให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีกลวิธีในการดึงดูดผู้เล่นหลากหลายรูปแบบ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน สื่อมวลชนหลายแขนง รวมถึงหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เพื่อที่จะได้แนวทางในการหาวิธีจัดการกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเหล่านี้ เพราะฉะนั้นผู้คนทั่วไป โดยเฉพาะผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องรู้เท่าทันสื่อประเภทนี้ เพื่อป้องกันไม่ให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเหล่านี้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกศักดิ์ แก้วเทพ. (2543). *อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกา*, ใน อุตสาหกรรมภาพยนตร์: ไทย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และมาเลเซีย. กรุงเทพฯ: ตรัสวิน.
- เชิญพร คงมา และพิรงรอง รามสูต. (2553). *บทบาทของภาคประชาสังคมในการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต*, วารสารนิเทศศาสตร์; กรกฎาคม-กันยายน 2553; 77-98. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนาบุญ และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เยลโล่การพิมพ์ จำกัด.
- พิชชากร พุ่มพวง. (2559). *อิทธิพลของผู้นำความคิดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการรับรู้ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพจิต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพ์ณลิน โกมลฤจิ, ทิพาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สดุมิ และพัลลภา ปิติสันต์. (2555). *The power of Influencer*, สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2561. www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/qm173_p18-19.pdf
- ศศิธร ยุวโกศล และดวงกมล ชาติประเสริฐ. (2553). *การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในโลกออนไลน์: โอกาสหรืออุปสรรค*, วารสารนิเทศศาสตร์; ตุลาคม-ธันวาคม 2553; 47-45. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2559). *การพนันในยุคเปลี่ยนผ่าน รายงานประจำปี 2559*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- สังคิต พิริยะรังสรรค์ และคณะ. (2546). *เศรษฐกิจการพนัน: ทางเลือกเชิงนโยบาย*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อาทิตยวิเคราะห์รายวัน จำกัด.

ภาษาอังกฤษ

- Brown, Duncan & Hayes. (2008). Nick. *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. UK: Elsevier Ltd.
- Hoffman. (1995). Donna L; Novak, Thomas P.; Chatterjee, Patrali J. Commercial scenarios for the web: opportunities and challenges. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 1(3).
- Innis, Harold. (1950). *Empire and Communications*. Oxford: Oxford University Press.
- McLuhan. (1964). M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McQuail, Blumler & Brown. (1974). *The television audience: a revised perspective*. in D. McQuail (ed.): *Sociology of Mass Communication*. London: Longman.
- Moris, Evan. (1996). *The book lover's guide to the internet (1st ed.)*. New York: Fawcett Columbine.
- Katz, Blumler & Gurevitch. (1974). *Utilization of mass communication by the individual*. J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current on Gratifications research*. Beverly Hills: Sage.
- Seth Godin. (2003). Purple Cow. London, United Kingdom: Penguin Books Ltd.
- Shanahan. (1983). J. & Morgan, M. *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tom Stonier. (1983). *The Wealth Of Information: A Profile Of The Post-Industrial Economy*.