



มหาวิทยาลัยมหิดล  
คณะศิลปศาสตร์

# เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการ PROCEEDINGS

## การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ประจำปี  
2561

The 2nd National Conference on Humanities and Social Sciences:  
Learning Diversity for Quality of Life

เรื่อง  
“การเรียนรู้ที่หลากหลาย  
เพื่อคุณภาพชีวิต”



**9 กรกฎาคม 2561**

อาคารสิริวิทยา คณะศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยมหิดล

มีนุภรทองแผ่ลวด



คำสั่ง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ที่ 164/2561

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย  
สำหรับการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต”  
(Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เพื่อให้การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต” (Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย ในกรณีนี้ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

- 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสถาพร
- 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิถิ
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เรืองพิทยา
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประฤดา จันทร์ส่อง
- 1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิชา นิติสกุลวุฒิ
- 1.6 อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทร์อยู่
- 1.7 อาจารย์ ดร.เขมฤทัย บุญวรรณ
- 1.8 อาจารย์ ดร.พิมพ์นิต คอนดี
- 1.9 อาจารย์ ดร.เกรียงไกร ช่องเฮงเส็ง
- 1.10 อาจารย์ ดร.ยุวดี ธีรธราดล
- 1.11 อาจารย์ ดร.วิภาพรรณ งามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ณัฐชพิมพ์ ภาสวรเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเถลิงศักดิ์
- 1.14 อาจารย์ ดร.สมบูรณ์ พจน์ประสาท
- 1.15 อาจารย์ ดร.กรศิริ บุญประกอบ
- 1.16 อาจารย์ ดร.ไพศาล สุขใจรุ่งพัฒนา
- 1.17 อาจารย์ ดร.อัญชลี ภูษะกา
- 1.18 อาจารย์เก๋ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตนกุล
- 1.20 อาจารย์ธนัท ปริญญาพันธ์

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
- 1.22 อาจารย์สิรินิธี ชนะวงศ์
- 1.23 อาจารย์ศศิษา วิชาศรัย
- 1.24 อาจารย์ธวัฒน์ นุตยางกุล
- 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
- 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
- 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
- 1.28 อาจารย์ศศิพินท์ ดิษฐานนท์
- 1.29 ดร.กิมพลีษฐ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
  - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรวิริญ
  - 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงษ์
  - 2.3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักษาติเจริญ
  - 2.4 อาจารย์ ดร.บุญวดี มนตรีกุล ณ อยู่ธยา
3. สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
  - 3.1 อาจารย์ ดร.ดวงหทัย บุรณเจริญกิจ
  - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธุ์ ปิณฑวนิช
4. มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
  - 4.1 อาจารย์ ดร.อนัญญา กรรณสูต
5. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
  - 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา คุณธรรมดี
6. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
  - 6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรวณิชศักดิ์
7. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
  - 7.1 อาจารย์ ดร.สุภลักษณ์ ลวดลาย
8. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
  - 8.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจตรา ประเสริฐสิน
9. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
  - 9.1 อาจารย์ ดร.พลพัฒน์ โคตรจรัส
10. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
  - 10.1 อาจารย์ ดร.ธิตี ญาณปรีชาเศรษฐ
  - 10.2 อาจารย์ ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนันท์
11. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
  - 11.1 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

12. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

12.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภาพ

13. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี

13.1 ดร.ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา

14. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

14.1 อาจารย์ศุภินันท์กรย์ ระวิงวงศา

15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีหน้าที่ประเมินบทความย่อและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมิน  
แล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. Chanayut Chonriti)

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

## อิทธิพลของนวัตกรรมในการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

### ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมของผู้ใช้บริการ

## The Influence of Sports Broadcasting Innovations on Social Media Platforms to Consumer Satisfaction and Use Intention

กวิณ เอื้อภัทรพงศ์<sup>1</sup> และธาดาธิเบศร์ ภูทอง<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของนวัตกรรมในการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมของผู้ใช้บริการ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมและผู้บริโภคเกี่ยวกับกีฬา และความพึงพอใจของผู้บริโภคมาใช้ในการศึกษาร่วมกันในบริบทของการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน กลุ่มอ้างอิงทางสังคม ความตั้งใจในการรับชม และความพึงพอใจ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 129 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสาร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม รองลงมาคือ กลุ่มอ้างอิงทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ รองลงมาคือ อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน และกลุ่มอ้างอิงทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ถ่ายทอดสดกีฬา, แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์, ความพึงพอใจ, ความตั้งใจในการรับชม

### ABSTARCT

The main purpose of this study are to investigate the influence of sports broadcasting innovations on social media platforms to consumer satisfaction and use intention. Based on concept of social media and consumers about sports and consumer satisfaction. Which includes the purposive needs, user emotions, subjective norm, intention to watch and satisfaction. The sample used in this research is a group of people who experienced live sport broadcasting via social commerce platforms 129 samples. An online and paper questionnaire survey was administrated by

<sup>1</sup>นักศึกษาลัทธิสุทรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>อาจารย์ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

convenience sampling and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the simple regression analysis and multiple regression analysis.

Results showed that the factors that most significant positive impact on the intention to watch factor are purposive needs factor and subjective norm factor ( $p < 0.05$ ). And the factors that most significant positive impact on the satisfaction factor are purposive needs factor, user emotions and subjective norm factor ( $p < 0.05$ ), respectively.

**Keywords:** sports broadcasting, social media platforms, consumer satisfaction, use intention

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกแห่งเทคโนโลยีอย่างเช่นในปัจจุบันนี้ผู้คนจำนวนมากนิยมทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพราะมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และสามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามความต้องการของผู้ใช้งาน เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ และสัญญาณอินเทอร์เน็ต หนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญที่มีการทำผ่านระบบออนไลน์ ก็คือการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ในด้านต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น เฟซบุ๊ก จึงทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ คือ การถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ตัวอย่างเช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้น มีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการแก่ผู้ใช้งาน สมาชิกสามารถรับชมถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ สามารถรับชมกีฬาที่ต้องการ รวมทั้งสามารถแสดงความคิดเห็น รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงพูดคุยกับบุคคลอื่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงติดตามผลการแข่งขัน และตารางคะแนน ซึ่งสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคใหม่ที่นิยมความสะดวกสบาย ใช้งานง่าย และตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้นจึงถือว่าเป็นมือกลางที่มีบทบาทสำคัญในถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เพราะไม่เพียงช่วยอำนวยความสะดวก ใช้งานง่ายและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการแล้ว ผู้ใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ ที่สำคัญยังช่วยส่งเสริมให้คนหันมาขึ้นชอปปี้กีฬาและส่งเสริมเสริมการออกกำลังกายในประเทศไทยให้เกิดสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น สร้างฐานให้คนรุ่นใหม่หันมาขึ้นชอปปี้กีฬา

วิกิพีเดียประเทศไทยได้ให้ความหมายของคำว่าสื่อใหม่ว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงเนื้อหาได้ตามต้องการ ทุกที่ทุกเวลา และทุกอุปกรณ์ดิจิทัล สามารถป้อนข้อมูลโต้ตอบกลับระหว่างกัน เวลาไม่เป็นข้อจำกัดในการสื่อสาร สื่อใหม่ที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในยุคนี้คือสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำผู้ใช้ที่อาศัยอยู่ทั่วโลก และสนใจเรื่องเดียวกันรวมกลุ่มกัน ก่อให้เกิดเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Community) ขนาดใหญ่ สำหรับสื่อใหม่ที่ประชาชนใช้กันมากในปัจจุบันคือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ และแอปพลิเคชันต่างๆ

จากที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นเห็นได้ว่าสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและการสื่อสารของคนทั่วไปมากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น โดยพยายามดึงดูดผู้ใช้บริการด้วยการพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ก็จะบอกต่อผ่านเครือข่ายสังคม ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัวหรือคนรู้จัก ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมถ่ายทอดสดกีฬาผ่าน

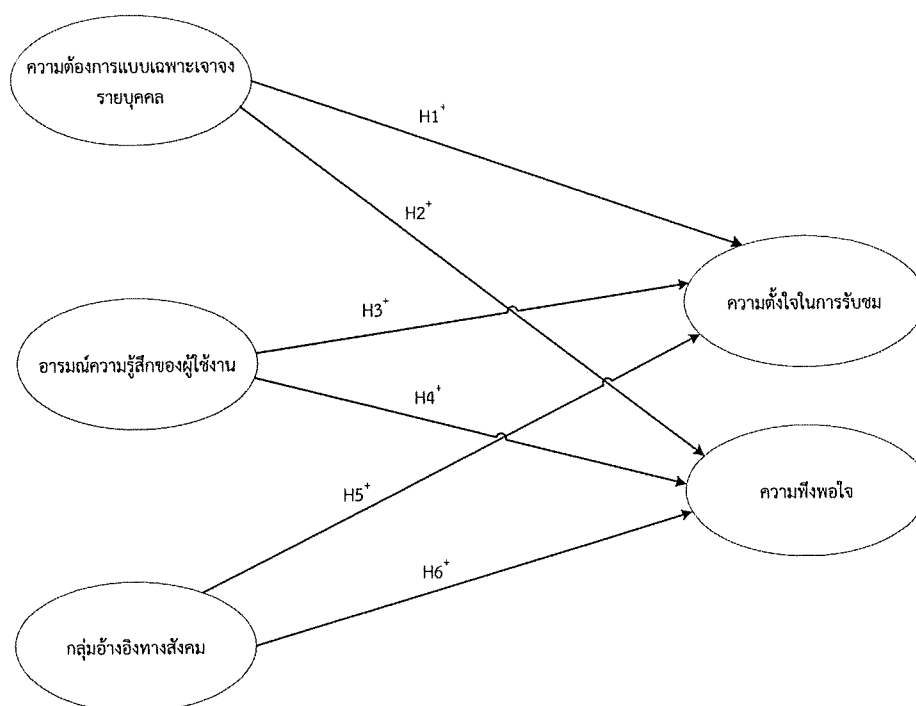
แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน และกลุ่มอ้างอิงทางสังคม ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชม
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน และกลุ่มอ้างอิงทางสังคมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

### สมมติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยด้านอิทธิพลของนวัตกรรมในการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมของผู้ใช้บริการ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางสังคมและผู้บริโภคเกี่ยวกับกีฬา และความพึงพอใจของผู้บริโภคมาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยปัจจัย 5 หลักประการ ได้แก่ ด้านความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน กลุ่มอ้างอิงทางสังคม ความตั้งใจในการรับชม และความพึงพอใจ จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม
H2	ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ
H3	อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม
H4	อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ
H5	กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม
H6	กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

วิธีการดำเนินวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงผลกระทบของอิทธิพลของนวัตกรรมในการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมของผู้ใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G \* Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 129 คน ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นเอกสารและแบบออนไลน์ จากผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมาตรวจที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยด้านอิทธิพลของนวัตกรรมในการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมของผู้ใช้บริการ จำนวน 20 ข้อคำถาม

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและในเขตปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G\* Power (Version3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 129 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและในเขตปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเอกสารและ



ออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเครือข่ายสังคมเพชบุรี และไลน์ เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรและวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 129 คน

### วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปร
3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม 1 ตัวแปรซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ( $\alpha = .05$ ) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย

### สรุปผลการวิจัย

#### การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค พบว่าทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อ

คำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน กลุ่มอ้างอิงทางสังคม ความตั้งใจในการรับชม และความพึงพอใจ

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล	0.718
อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน	0.746
กลุ่มอ้างอิงทางสังคม	0.875
ความตั้งใจในการรับชม	0.906
ความพึงพอใจ	0.866

#### ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและผู้ชายในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50 ช่วงอายุ 21 – 25 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 76.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 84.1 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 71.2 ส่วนใหญ่เคยใช้บริการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า 10 ครั้ง ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 37.1

#### การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 สมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ล้วนเป็น 0 คือค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 6 สมมติฐาน

สมมติฐาน	p-value	Beta	R <sup>2</sup>	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม	0.000*	0.470	0.777	0.513	1.949	0.000

สมมติฐาน	p-value	Beta	R <sup>2</sup>	Tolerance	VIF	Residual Mean
2. ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ	0.000*	0.277	0.870	0.513	1.949	0.000
3. อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม	0.728	0.033	0.777	0.534	1.871	0.000
4. อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ	0.000*	0.294	0.870	0.534	1.871	0.000
5. กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม	0.000*	0.484	0.777	0.575	1.740	0.000
6. กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ	0.000*	0.375	0.870	0.575	1.740	0.000

\*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชมเป็น 0.470 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Oliveira et al. (2015) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้คนที่ใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่นทางออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ เป็น 0.277 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lim et al. (2015) ที่กล่าวว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถให้แฟนกีฬาได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์เนื้อหา ร่วมกับสร้างสรรค์และแบ่งปันข้อมูล

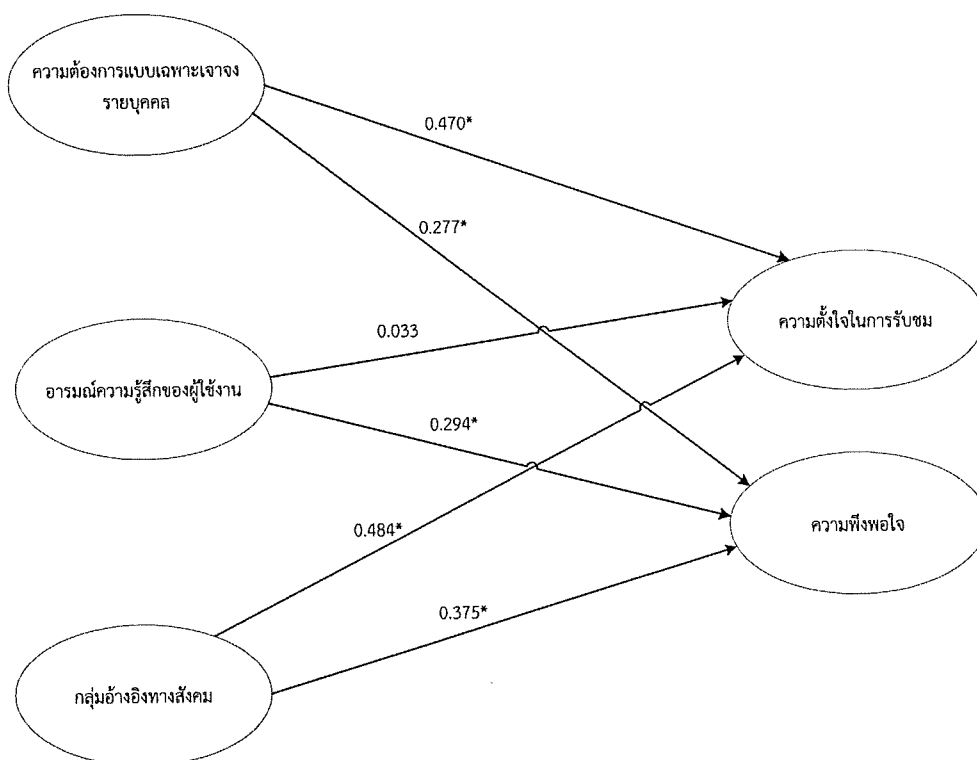
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ เป็น 0.294 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับการงานวิจัยของ Biscaia et al. (2012) ที่ว่าผู้คนมีความรู้สึกถึงอารมณ์ที่แตกต่างกัน เป็นผลมาจากการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อปฏิกิริยาการตอบสนองต่อสิ่งต่างๆไม่ว่าจะเป็นร่างกายหรือพฤติกรรม

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชมเป็น 0.484 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fishbein and Ajzen (1975) โดยตรงกับทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม และของ Byron et al. (2014) ที่ว่าการรับรู้ค่านิยมและมุมมองของผู้อื่นสามารถทำให้ทราบว่าจะควรทำหรือไม่ควรทำสิ่งๆที่เกี่ยวข้องกับการกระทำใดๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจเป็น 0.375 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Clavio (2011) ที่ว่ากลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นตัวกลางสำคัญที่ชี้้นำความตั้งใจในการรับชมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพูดถึงการซื้อผลิตภัณฑ์กีฬาในอนาคต

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: \* ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ  $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยอิทธิพลของนวัตกรรมในการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมของผู้ใช้บริการ

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการรับชม พบว่าตัวแปรอิสระ ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล และกลุ่มอ้างอิงทางสังคม ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชม

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจที่จะใช้บริการ พบว่าตัวแปรอิสระ ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน และกลุ่มอ้างอิงทางสังคม ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม	ยืนยัน
H2	ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ	ยืนยัน
H3	อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม	ไม่ยืนยัน
H4	อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ	ยืนยัน
H5	กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม	ยืนยัน
H6	กลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ	ยืนยัน

#### การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยด้านอิทธิพลของนวัตกรรมในการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมของผู้ใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G\*Power (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 129 คน วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และสร้างแบบสอบถามออนไลน์และกระจายในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 129 คน

จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไปพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยพบว่า ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล และกลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้งานได้เข้าไปใช้บริการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ตรงตามความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล และมีกลุ่มอ้างอิงทางสังคมนั้น จะทำให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจในการรับชม ส่งผลให้ผู้ให้บริการแนะนำการแข่งขันในอนาคตกับบุคคลอื่นรวมถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กีฬาหรือสินค้าจากผู้สนับสนุนกีฬา และความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน และกลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งให้เห็นว่าความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน และกลุ่มอ้างอิงทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการพึงพอใจ และตัดสินใจรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้ต้องมีการพัฒนาข้อมูลให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการแบบเฉพาะรายบุคคล และทำให้ผู้บริการมีความสุขในการใช้

บริการ และมีกลุ่มอ้างอิงทางสังคม เพื่อสร้างพึงพอใจในการใช้บริการ และการที่ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการจะส่งผลต่อความตั้งใจที่รับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการเช่นกัน ในขณะที่อารมณ์ความรู้สึกไม่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชม ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้งานได้เข้าไปใช้บริการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ อารมณ์ความรู้สึกนั้นไม่ได้มีความจำเป็นต่อความตั้งใจในการรับชมสำหรับผู้ใช้บริการ

## ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติดังนี้

### 1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการยอมรับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊กที่ใช้ในการถ่ายทอดสดกีฬาออนไลน์เป็นแนวคิดที่นำเสนอในบทความก่อให้เกิดความเข้าใจถึงอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่สองของการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ การใช้แบบจำลองเพื่อการบริโภคกีฬาเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคกีฬาไม่ได้ทำตัวเหมือนลูกค้าธุรกิจทั่วไป (Sellitto and Hawking, 2015) การบริโภคผลิตภัณฑ์กีฬาถูกกำกับโดยอารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวด้วยความบันเทิงและอัตลักษณ์ของทีม ซึ่งเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างที่กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคกีฬาโดยตรง (Andrew et al., 2016) อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

### 2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สำหรับผู้จัดการต้องเข้าใจอิทธิพลของโซเชียลมีเดีย เมื่อใช้ถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กในระหว่างออกอากาศจะสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชม ผู้บริหารที่มีอิทธิพลส่วนร่วมระหว่างกันควรส่งเสริมความสนิทสนมและปฏิสัมพันธ์กับแฟน ๆ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตัวอย่างเช่นการจับคู่แบบทดสอบรายสัปดาห์หรือฟอร์มการโต้ตอบและกิจกรรม อาจทำให้มีระดับความผูกพันสูงขึ้น ความผูกพันที่สูงขึ้นนี้ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ผู้บริโภคได้รับโอกาสในการสำรวจผลิตภัณฑ์และส่งเสริมกีฬา ผลกระทบของกลุ่มอ้างอิงทางสังคมต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจในการรับชมแสดงให้เห็นถึงบทบาทความสำคัญของครอบครัว เพื่อนของผู้ใช้บริการ (เครือข่ายส่วนบุคคล) ในการยอมรับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ในขณะที่ออกอากาศผู้จัดการจะไม่สามารถแก้ไขความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตามผู้จัดการต้องตระหนักว่าเครือข่ายส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อกิจกรรมต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ช่องทางในการบริโภคกีฬาอย่างเหมาะสม เมื่อพิจารณาจากอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงทางสังคมกับความพึงพอใจ และความตั้งใจในการรับชมที่อยู่ในระดับสูง ผู้บริหารควรนึกถึงวิธีการใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างผู้ชมและเพื่อนฝูงและครอบครัวของพวกเขา อารมณ์ของผู้ชมจะมีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชม ที่เน้นความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์เป็นทางออกสำหรับการแสดงความคิดเห็นความรู้สึกส่วนตัวเกี่ยวกับการแข่งขัน การแสดงออกเหล่านี้มักเกิดขึ้นโดยการโพสต์ความคิดเห็น โพสต์รูปภาพ และวิดีโอ ดังนั้นผู้จัดการควรให้ความสำคัญในการตรวจสอบ

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการต่อยอดการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นระหว่างคนไทยและคนต่างชาติ เพื่อหาความแตกต่างทางด้านแนวคิด
2. ศึกษาปรับปรุงความน่าเชื่อถือปัจจัยอื่นๆ ด้วยวิธีการเพิ่มเติม เช่น การศึกษาภาคสนาม
3. ศึกษามุ่งเน้นความพึงพอใจและความตั้งใจในการรับชมตีความเกี่ยวกับผู้บริโภคกีฬา ศึกษาความตั้งใจในปัจจุบันและความตั้งใจในอนาคตในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในการรับชมถ่ายทอดสด
4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้วิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

#### เอกสารอ้างอิง

- สายพิณ หนี่นวิเศษ. (2560). *การใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่กับการเพิ่มการรับชมรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก*. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.awc.ac.th/awcdata/research/111.pdf>
- Andrew, B., Brody, J. R. and Yiyi, Y. (2016). Fantasy Gaming on Steroids? Contrasting Fantasy Sport Participation by Daily Fantasy Sport Participation. *Communication & Sport* 5(6): 732-750.
- Ajzen, I., Fishbein, M., (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Addison-Wesley, Reading, MA.
- Biscaia, R., Correia, A., Rosado, A.n., Maroco, J.o., Ross, S., (2012). The effects of emotions on football spectators' satisfaction and behavioural intentions. *Eur.Sport Manage.Q.* 12(3): 227-242.
- Byon, K.K., Lee, S., Baker, T.A., (2014). A cross-cultural study of purchase intention of sponsored products based on American and Korean spectators of the 2010 FIFA World Cup South Africa. *Sport Bus. Manage. Int. J.*4(2): 158-177.
- Carmine, S. and Paul, H. (2015). Enterprise Systems and Data Analytics: A Fantasy Football Case Study. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)* 11(3): 1-12.
- Clavio, G., (2011). Social media and the college football audience. *J. Issues Intercollegiate Athletics*2011 (4): 309-325.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods* 39: 175-191.
- Lim, J.S., Hwang, Y., Kim, S., Biocca, F.A., (2015). How social media engagement leads to sports channel loyalty: mediating roles of social presence and channel commitment. *Comput. Hum. Behav.* 46 (1): 158-167.
- Oliveira, M.J.d., Huertas, M.K.Z., Zhibin, L., (2016). Factors driving young users' engagement with facebook: evidence from Brazil. *Comput. Hum. Behav.* 54(2016), 54-61.