


การสื่อสารการตลาดของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทย



นายเกรียงอนันต์ กิจวิเชียรชัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-03-1277-2

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I20243091

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION OF FOOTBALL INFORMATION BUSINESS ON
THAI WEBSITES

Mr. Krienganan Kijwichienchai

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-03-1277-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารการตลาดของธุรกิจบริการสารสนเทศที่ฟุ้งพลในเว็บไซต์
ของไทย

โดย

นายเกรียงอนันต์ กิจวิเชียรชัย

ภาควิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผศ. ขวัญเรือน กิติวัฒน์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

..... กรรมการ
(อาจารย์ชัยพร ตั้งพูลสินธนา)

เกรียงอนันต์ กิจวิเชียรชัย : การสื่อสารการตลาดของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทย (Integrated Marketing Communication of Football Information Business on Thai Websites) อ.ที่ปรึกษา : ผศ. ชวัญเรือน กิติวัฒน์, 323 หน้า. ISBN 974-03-1277-2

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลวิธีการสื่อสารการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจสารสนเทศกีฬาฟุตบอล และวิเคราะห์รูปแบบการใช้เว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทย โดยใช้ระเบียบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเว็บไซต์กีฬาฟุตบอลของไทยทั้งเว็บไซต์ขนาดเล็ก (www.hotleague.com) ขนาดกลาง (www.thaileague.com) และขนาดใหญ่ (www.siamsport.co.th) และสอบถามกลุ่มผู้ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์เมลล์ (E-mail) นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ภายในเว็บไซต์ดังกล่าวด้วย

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลขององค์กรผู้ประกอบการทั้ง 3 ขนาดมีความแตกต่างกัน ทั้งด้านรูปแบบ เนื้อหาของบริการ ตลอดจนวิธีการในการเข้าถึงและการรักษาไว้ซึ่งกลุ่มตลาดเป้าหมายของตน ความแตกต่างดังกล่าวเกิดจากสาเหตุปัจจัยสำคัญคือนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรผู้ประกอบการเว็บไซต์ โครงสร้างการบริหารและการดำเนินงาน รวมทั้งเครือข่ายและช่องทางการสื่อสารด้านกีฬาฟุตบอลที่ผู้ประกอบการมีอยู่ในครอบครอง

ผู้บริโภคใช้บริการเว็บไซต์เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตนเอง ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอล เล่นเกมส์ ซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ และสร้างสายสัมพันธ์กับผู้อื่น ก่อให้เกิดชุมชนเสมือน (Virtual Community) ขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งจะเป็นผลดีอย่างยิ่งต่อการได้มาซึ่งรายได้จากตลาดโฆษณา

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต.....บศษวอนันต์ กิจวิเชียรชัย.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

##4285058828: MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION / FOOTBALL INFORMATION
BUSINESS / THAI WEBSITE / INTERACTIVE / INTERNET

KRIENGANAN KIJWICHENCHAI : INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
OF FOOTBALL INFORMATION BUSINESS ON THAI WEBSITES. THESIS

ADVISOR : ASSI. PROF. KWANRUEN KITIVAT, 323 pp. ISBN 974-03-1277-2

The objectives of this research are to study Integrated Marketing Communication tactics employed by the football information service providers on Thai websites for reaching the target markets and to analyze the uses of websites to satisfy communication needs between the customers and web providers. The in-depth interview technique was employed to collect data from small web provider (www.hotleague.com), medium web provider (www.thailandsonline.com) and large web provider (www.siamsport.co.th). Besides, e-mail was used to study web usage by the customers and the content analysis technique was also applied to discover content of the websites mentioned above.

The research findings indicate that the IMC tactics of the 3 websites are quite different in the aspect of reaching and maintaining their own customer markets and also in the aspect of providing various forms of football information service. The conditions of differences are characterized by the policies and objectives of each web providers' organizations, business management structures, the resources of football information network and the asset of multi-media channel belong to web providers' organizations.

Furthermore, the customers use websites for searching football information, playing online games, buying products and building relationship with other customers that lead to Virtual Community. Besides that, the interactivity communication between customers and web providers can make a good chance for gaining more revenues from advertising markets.

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิติต..... กงษ์วณิช ๒๐ กิ่งแก้วสงฆ์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความสนับสนุนและแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้รับอย่างอบอุ่นตลอดเวลาจากครอบครัวที่น่ารัก ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณป้าป๊า หม่าม้าสำหรับความรักและความเอาใจใส่ที่มีให้กับผู้วิจัย ซึ่งเป็นเหตุผลที่ผลักดันให้ผู้วิจัยไม่ย่อท้อกับอุปสรรคในการทำวิจัย ขอขอบคุณซิมกับยั้ง พี่สาวและพี่ชายที่ใจดี ขอขอบคุณหม่อมกับหลี่ น้องสาวที่น่ารัก และเป็นทีปรึกษาในทุกๆ เรื่อง ขอขอบคุณเรโกะ หลานสาวของผู้วิจัยที่ช่วยสร้างความสดใสและความสดชื่นให้กับทุกคนในครอบครัว

บุคคลที่ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความช่วยเหลือตลอดการทำวิจัยและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงคือผศ. ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ ที่ชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องในการทำวิจัยตลอดจนการติดตามถามไถ่ถึงความคืบหน้าในการทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง ขอขอบพระคุณอ.ชัยพร ตั้งพลสินธนา หรืออาจารย์ตุ้ยของลูกศิษย์ ซึ่งให้ความเป็นกันเองและช่วยขัดเกลางานวิจัยให้มีความถูกต้อง การได้เรียนในวิชาของอาจารย์ตุ้ยทำให้ผู้วิจัยได้แนวความคิดในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณรศ.ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ที่ช่วยแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขวิทยานิพนธ์ เสร็จสมบูรณ์ และผู้วิจัยยังขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาการสื่อสารมวลชนที่ให้ความรู้และคำปรึกษาตลอดระยะเวลาในการศึกษา

สุดท้ายที่จะลืมไม่ได้ผู้วิจัยขอขอบคุณดริมเพื่อนรักที่คอยเป็นห่วงเป็นใย หนึ่งสำหรับความรู้สึที่ดีที่มีให้ ทีมสำหรับความช่วยเหลือเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และเพื่อนที่แสนดีอย่างปอยเมย์ ตาล ตู ก้อย นุ้ย เพื่อนๆ MC 9 และเพื่อนทุกคนที่ผู้วิจัยไม่สามารถเอ่ยชื่อได้ทั้งหมด ขอขอบคุณเอ็นท์ แอน และนิดสำหรับมิตรภาพและกำลังใจในช่วงโค้งสุดท้ายของการทำวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ “ไอ้” ซึ่งผู้วิจัยมีความหวังดีให้เสมอไม่ว่าไอ้จะรับทราบหรือไม่ก็ตาม

เกรียงอนันต์ กิจวิเชียรชัย

พฤษภาคม 2545

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญภาพ.....	ฑ
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความเป็นมาของผู้ประกอบการด้านการสื่อสารกีฬาฟุตบอล.....	7
สภาพตลาดการสื่อสารกีฬาฟุตบอลในปัจจุบัน.....	12
ปัญหานำวิจัย.....	19
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	19
ขอบเขตของการวิจัย.....	20
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	20
ข้อสันนิษฐานงานวิจัย.....	20
นิยามศัพท์.....	21
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.....	22
แนวคิดเรื่องการตลาดทางอินเทอร์เน็ต.....	30
แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์.....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
การคัดเลือกเว็บไซต์เพื่อนำมาทำการศึกษา.....	43

แหล่งข้อมูล.....	45
แหล่งข้อมูลบุคคล.....	45
แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ไว้เว็บ.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การตรวจสอบข้อมูล.....	54
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
การนำเสนอข้อมูล.....	54

บทที่ 4 กลวิธีการสื่อสารการตลาดของ

ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทย

โครงสร้างองค์กรธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์.....	56
นโยบายและวัตถุประสงค์ของ www.hotleague.com	56
นโยบายและวัตถุประสงค์ของ www.thailandsonline.com	59
นโยบายและวัตถุประสงค์ของ www.siamsport.co.th	63
โครงสร้างการดำเนินงานของเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอล.....	68
โครงสร้างการดำเนินงานของบริษัท ฮอทลีก จำกัด.....	68
โครงสร้างการดำเนินงานของ	
บริษัท สपोर्टส์ออนไลน์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	71
โครงสร้างการดำเนินงานแผนก Technical & Development ของ	
บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน).....	75
บริการต่างๆ ภายในเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอล.....	82
บริการต่างๆ ภายใน www.hotleague.com	82
บริการต่างๆ ภายใน www.thailandsonline.com	90
บริการต่างๆ ภายใน www.siamsport.co.th	95
บริการสำหรับผู้บริโภคที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์.....	102
บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล.....	103
บริการรับสมัครสมาชิก.....	114
บริการได้เร็คเมล์.....	117

บริการกระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ด.....	117
บริการข้อมูลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล.....	120
บริการสำหรับผู้บริโภคที่เป็นเข้ามาลงโฆษณากับทางเว็บไซต์หรือสปอนเซอร์.....	138
บริการสำหรับผู้ประกอบการเว็บไซต์รายอื่นๆ และสื่ออื่นๆ ในเครือ.....	145
แหล่งข้อมูลของเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอล.....	148
แหล่งข้อมูลของ www.hotleague.com	148
แหล่งข้อมูลของ www.thaileandsportsonline.com	149
แหล่งข้อมูลของ www.siamsport.co.th	150
กลวิธีการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอล.....	153
กลวิธีการสื่อสารการตลาดของ www.hotleague.com	153
กลุ่มเป้าหมาย.....	155
วัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาด.....	156
เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด.....	156
วิธีการทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก.....	158
การรักษากลุ่มลูกค้า.....	160
กลวิธีการสื่อสารการตลาดของ www.thaileandsportsonline.com	167
กลุ่มเป้าหมาย.....	168
วัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาด.....	169
เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด.....	170
วิธีการทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก.....	171
การรักษากลุ่มลูกค้า.....	174
กลวิธีการสื่อสารการตลาดของ www.siamsport.co.th	178
กลุ่มเป้าหมาย.....	180
วัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาด.....	181
เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด.....	182
วิธีการทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก.....	183
การรักษากลุ่มลูกค้า.....	185

บทที่ 5 รูปแบบและวิธีการในการใช้เว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้บริโภคบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทย	
การค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล.....	194
ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ได้รับจากการใช้เว็บไซต์ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล.....	194
การเล่นเกมส์.....	196
ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ได้รับจากบริการเกมส์.....	197
การซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์.....	199
ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ได้รับจากการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ในรูปแบบของอีคอมเมิร์ซ.....	202
การแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวต่างๆ ร่วมกับผู้อื่น.....	204
การแสดงความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่นโดยใช้อีเมล.....	204
อีเมลที่ผู้บริโภคส่งไปยังผู้ประกอบการ.....	205
อีเมลที่ผู้ประกอบการส่งไปยังผู้บริโภค.....	206
ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ได้รับจากการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ในรูปแบบของอีเมล.....	209
การแสดงความคิดเห็นผ่านทางกระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ด.....	213
รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้บริโภคบริการผ่านเว็บบอร์ด.....	214
การตั้งกระทู้.....	214
การเข้าไปอ่านกระทู้.....	216
การเข้าไปมีส่วนร่วมในกระทู้.....	218
กลุ่มต่างๆ ภายในเว็บบอร์ด.....	220

กลุ่มต่างๆ ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ฮอตลีก.....	220
กลุ่มต่างๆ ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	221
กลุ่มต่างๆ ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	222
กฎระเบียบภายในเว็บบอร์ด.....	223
กฎระเบียบอย่างไม่เป็นทางการ.....	224
กฎระเบียบอย่างเป็นทางการ.....	226
หัวข้อหรือกระทู้ภายในเว็บบอร์ด.....	228
กระทู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล.....	229
กระทู้อื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล.....	253
ผู้บริโภครที่ใช้บริการเว็บบอร์ด.....	262
ผู้บริโภครที่ใช้บริการเว็บบอร์ดเป็นประจำ.....	263
ผู้บริโภครที่ใช้บริการเว็บบอร์ดเป็นครั้งคราว.....	263
ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคบริการสารสนเทศ กีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ได้รับจากการสื่อสารผ่านสื่อกลาง คอมพิวเตอร์ในรูปแบบของเว็บบอร์ด.....	268

บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของเว็บไซต์ขนาดเล็ก (www.hotleague.com)	291
วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของเว็บไซต์ขนาดกลาง (www.thailandsonline.com).....	292
วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของเว็บไซต์ขนาดใหญ่ (www.siamsport.co.th)	293
วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอล ในเว็บไซต์ของไทย.....	293
ข้อเสนอแนะ.....	294
ข้อจำกัดทางการวิจัย.....	297
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	297

รายการอ้างอิง.....	298
ภาคผนวก.....	306
ตารางแสดงพัฒนาการของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอล ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ.....	307
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	323



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1-1 รายการแข่งขันฟุตบอลที่นำเสนอมานผ่านฟรีทีวีและเคเบิลทีวีในประเทศไทย.....	6
ตารางที่ 2-1 เปรียบเทียบการสื่อสารการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่ออื่นๆ.....	29
ตารางที่ 2-2 เปรียบเทียบการนำเสนอสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่ออื่นๆ.....	41
ตารางที่ 4-1 เปรียบเทียบโครงสร้างการดำเนินงาน ของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทย.....	82
ตารางที่ 4-2 เปรียบเทียบบริการต่างๆ ภายในเว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาด.....	152
ตารางที่ 4-3 เปรียบเทียบการสื่อสารการตลาด เว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทย.....	191
ตารางที่ 4-4 แสดงปัจจัยที่ทำให้เนื้อหาและการสื่อสารการตลาด ของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทยมีความแตกต่างกัน.....	192
ตารางที่ 5-1 แสดงปริมาณการใช้ประโยชน์บริการภายใน เว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของผู้บริโภค.....	276
ตารางที่ 5-2 แสดงปัจจัยที่ทำให้รูปแบบการสื่อสารภายใน เว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทยมีความแตกต่างกัน.....	276

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 1-1 แสดงเว็บไซต์ www.cnn.com	3
ภาพที่ 1-2 แสดงเว็บไซต์ www.thairath.co.th	3
ภาพที่ 1-3 แสดงเว็บไซต์ www.gamezone.com	4
ภาพที่ 1-4 แสดงเว็บไซต์ www.mp3.com	4
ภาพที่ 1-5 แสดงเว็บไซต์ www.hollywood.com	5
ภาพที่ 1-6 แสดงเว็บไซต์ www.soccernet.com	15
ภาพที่ 1-7 แสดงเว็บไซต์ www.liverpoolfc.tv	15
ภาพที่ 1-8 แสดงเว็บไซต์ www.manutd.com	16
ภาพที่ 1-9 แสดงเว็บไซต์ www.hotleague.com	17
ภาพที่ 1-10 แสดงเว็บไซต์ www.thailandsonline.com	18
ภาพที่ 1-11 แสดงเว็บไซต์ www.siamsport.co.th	19
ภาพที่ 2-1 แบบการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.....	27
ภาพที่ 4-1 ศูนย์ข้อมูลกลางบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน).....	66
ภาพที่ 4-2 กระบวนการในการนำเสนอข้อมูลสู่ผู้บริโภคของบริษัท สยามสปอร์ต.....	67
ภาพที่ 4-3 แผนผังองค์กรของบริษัท ฮอทลีก จำกัด.....	69
ภาพที่ 4-4 แผนผังองค์กรของบริษัท สปอร์ตส์ออนไลน์ จำกัด.....	72
ภาพที่ 4-5 แผนผังการดำเนินงานแผนก Technical & Development ภายในบริษัท สยามสปอร์ต.....	77
ภาพที่ 4-6 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ แผนก Technical & Development ในบริษัท สยามสปอร์ต.....	78
ภาพที่ 4-7 หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ฮอทลีก.....	84
ภาพที่ 4-8 หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ฮอทลีก (ต่อ).....	86
ภาพที่ 4-9 คอลัมน์ What's new? ภายในเว็บไซต์ฮอทลีก.....	87
ภาพที่ 4-10 คอลัมน์ "Hotleague Lifestyle" ภายในเว็บไซต์ฮอทลีก.....	88
ภาพที่ 4-11 คอลัมน์ "Talk of the day" ภายในเว็บไซต์ฮอทลีก.....	88
ภาพที่ 4-12 หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	91
ภาพที่ 4-13 หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ (ต่อ).....	92

ภาพที่ 4-14	คอลัมน์รวมสิ่งภายในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	94
ภาพที่ 4-15	หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	97
ภาพที่ 4-16	หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์สยามสปอร์ต (ต่อ).....	98
ภาพที่ 4-17	คอลัมน์ NEW MAGAZINE ภายในเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	102
ภาพที่ 4-18	รายงานผลการแข่งขันฟุตบอลของเว็บไซต์ฮอตลีก.....	104
ภาพที่ 4-19	รายงานผลการแข่งขันฟุตบอลของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	104
ภาพที่ 4-20	รายงานผลการแข่งขันฟุตบอลของเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	105
ภาพที่ 4-21	ข่าวสารวงการฟุตบอลของเว็บไซต์ฮอตลีก.....	106
ภาพที่ 4-22	ข่าวสารวงการฟุตบอลของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	106
ภาพที่ 4-23	ข่าวสารวงการฟุตบอลของเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	107
ภาพที่ 4-24	ประวัตินักฟุตบอลภายในเว็บไซต์ฮอตลีก.....	108
ภาพที่ 4-25	บทวิจารณ์การแข่งขันฟุตบอลของเว็บไซต์ฮอตลีก.....	109
ภาพที่ 4-26	ตารางอันดับในเว็บไซต์ฮอตลีก.....	110
ภาพที่ 4-27	ตารางอันดับในเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	110
ภาพที่ 4-28	การทำนายผลฟุตบอลของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	111
ภาพที่ 4-29	การทำนายผลฟุตบอลของเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	111
ภาพที่ 4-30	แบบฟอร์มสมัครสมาชิกเว็บไซต์ฮอตลีก.....	115
ภาพที่ 4-31	แบบฟอร์มสมัครสมาชิกเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	116
ภาพที่ 4-32	เว็บบอร์ดของเว็บไซต์ฮอตลีก.....	118
ภาพที่ 4-33	เว็บบอร์ดของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	119
ภาพที่ 4-34	ข่าวประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	121
ภาพที่ 4-35	กติกาการร่วมเล่นเกมส์กับเว็บไซต์ฮอตลีก.....	122
ภาพที่ 4-36	เกมส์ Hot Squad ในเว็บไซต์ฮอตลีก.....	124
ภาพที่ 4-37	เกมส์ Hot Score ในเว็บไซต์ฮอตลีก.....	125
ภาพที่ 4-38	เกมส์ Forecast ในเว็บไซต์ฮอตลีก.....	126
ภาพที่ 4-39	บริการฟรีอีเมลล์ของเว็บไซต์ฮอตลีก.....	127
ภาพที่ 4-40	บริการข้อมูลฟุตบอลผ่านโทรศัพท์ระบบ 1900 ของเว็บไซต์ฮอตลีก.....	128

ภาพที่ 4-41	บริการข้อมูลฟุตบอลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเว็บไซต์ฮอทลิก.....	129
ภาพที่ 4-42	ข่าวกีฬาประเภทอื่นนอกเหนือจากฟุตบอลในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	130
ภาพที่ 4-43	บริการผังวิทยุบนเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	131
ภาพที่ 4-44	ข่าวกีฬาประเภทอื่นนอกเหนือจากฟุตบอลในเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	132
ภาพที่ 4-45	บริการค้นหาข่าวในเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	133
ภาพที่ 4-46	บทความของคอลัมน์นิสต์ในเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	134
ภาพที่ 4-47	บริการผังวิทยุบนเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	135
ภาพที่ 4-48	เกมส์บนเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	136
ภาพที่ 4-49	บริการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	137
ภาพที่ 4-50	โฆษณาในเว็บไซต์ฮอทลิก.....	139
ภาพที่ 4-51	โฆษณาในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	140
ภาพที่ 4-52	รายละเอียดการลงโฆษณากับเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	142
ภาพที่ 4-53	บริการแลกเปลี่ยนในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	146
ภาพที่ 4-54	สื่ออื่นๆ ภายในเครือข่ายสยามสปอร์ต.....	147
ภาพที่ 4-55	แสดงเว็บไซต์ www.espnstar.com	151
ภาพที่ 4-56	การจัดอันดับความนิยมเว็บไซต์ของ www.yep.com	160
ภาพที่ 4-57	แสดงเว็บไซต์ www.pantip.com	162
ภาพที่ 4-58	แสดงเว็บไซต์ www.pappayon.com	164
ภาพที่ 4-59	การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ผ่านหนังสือพิมพ์ดิคอฟ.....	172
ภาพที่ 4-60	เว็บไซต์ต่างๆ ที่ทำการแลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	173
ภาพที่ 4-61	การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์สยามสปอร์ต ผ่านหนังสือพิมพ์สยามกีฬาสตาร์ชอคเกอร์.....	184
ภาพที่ 4-62	การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์สยามสปอร์ตผ่านหนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล.....	184
ภาพที่ 4-63	การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์สยามสปอร์ต ผ่านหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน.....	184
ภาพที่ 4-64	เว็บไซต์สยามสปอร์ตลงทะเบียนไว้ในเสิร์ชเอ็นจินของกูเกิ้ล.....	185
ภาพที่ 4-65	แสดงเว็บไซต์ www.mweb.co.th	188
ภาพที่ 5-1	เค็ดตาดล็อกสินค้าที่มีจำหน่ายผ่านเว็บไซต์สยามสปอร์ต.....	199

ภาพที่ 5-2	ไดเร็กเม็ลล์จากเว็บไซต์ www.liverpoolfc.tv	208
ภาพที่ 5-3	ไดเร็กเม็ลล์จากเว็บไซต์ฮอตลิก.....	209
ภาพที่ 5-4	แสดงวิธีการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดฮอตลิก.....	215
ภาพที่ 5-5	แสดงวิธีการตั้งกระทู้ของกลุ่ม “ฟุตบอล” ในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	215
ภาพที่ 5-6	แสดงกระทู้รวมของเว็บบอร์ดฮอตลิก.....	216
ภาพที่ 5-7	แสดงกระทู้รวมของกลุ่ม “ฟุตบอล” ในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	216
ภาพที่ 5-8	แสดงหัวข้อและรายละเอียดกระทู้ของเว็บบอร์ดฮอตลิก.....	217
ภาพที่ 5-9	แสดงหัวข้อและรายละเอียดกระทู้ของกลุ่ม “ฟุตบอล” ในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	217
ภาพที่ 5-10	แสดงการมีส่วนร่วมในกระทู้ของเว็บบอร์ดฮอตลิก.....	218
ภาพที่ 5-11	แสดงการมีส่วนร่วมในกระทู้ของกลุ่ม “ฟุตบอล” ในเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	218
ภาพที่ 5-12	แสดงข้อความจากการมีส่วนร่วมในกระทู้ของเว็บบอร์ดฮอตลิก.....	219
ภาพที่ 5-13	แสดงข้อความจากการมีส่วนร่วมในกระทู้กลุ่ม “ฟุตบอล” ของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์.....	219